



ÍNDEX

LA FUNDACIÓ TOT RAVAL

1. PRESENTACIÓ DE L'ESTUDI ECONÒMIC I COMERCIAL

- 1.1. Introducció
- 1.2. Estructura i objectius generals

2. CONTEXTUALITZACIÓ: EL BARRI DEL RAVAL

- 2.1. Situació geogràfica
- 2.2. Dades poblacionals
- 2.3. Una mica d'història
 - 2.3.1 Transformacions urbanístiques

3. L'OFERTA COMERCIAL

- 3.1. Introducció i objectius
- 3.2. Metodologia
- 3.3. Classificació de l'oferta comercial
- 3.4. Resultats de l'oferta comercial 2010-2011
 - 3.4.1. Estat dels locals
 - 3.4.2. Tipologies dels locals en actiu
 - 3.4.2.1 Dades del comerç minorista
 - 3.4.2.2 Dades del comerç majorista
 - 3.4.2.3 Dades dels serveis
 - 3.4.3. Característiques dels comerços i serveis
 - 3.4.3.1 Any d'obertura
 - 3.4.3.2 Estructura empresarial dels establiments per número de treballadors
 - 3.4.3.3 Règim del local
 - 3.4.3.4 Retolació
 - 3.4.3.5 Idioma de retolació
 - 3.4.3.6 Accessibilitat
 - 3.4.3.7 Nivell d'utilització del pagament amb targeta de crèdit/dèbit
 - 3.4.3.8 Facilitats de pagament ofertes pels comerços/serveis
 - 3.4.3.9 Obertura en caps de setmana
 - 3.4.3.10 Ingressos per turisme
 - 3.4.3.11 Nivell de satisfacció funcionament del negoci
 - 3.4.4. Característiques dels propietaris
 - 3.4.4.1 Origen
 - 3.4.4.2 Edat
 - 3.4.4.3 Sexe
 - 3.4.5. Característiques dels clients
 - 3.4.5.1 Idioma utilitzat pel client



3.5 Evolució de l'oferta comercial

3.5.3 Comerç minorista

3.5.4 Serveis

3.6 Conclusions de l'oferta comercial

3.6.3 Quadres resum de l'oferta comercial

4 TRÀNSIT DE VISITANTS (COMPTATGE)

4.4 Introducció i Objectius

4.5 Metodologia

4.6 Dades Generals

4.3.1. Gent que visita el Raval en horari diürn

4.3.2. Gent per punts d'entrada en horari diürn

4.3.3. Gent que visita el Raval en horari nocturn

4.3.4. Gent que visita el Raval anualment

4.7 Comparació amb altres eixos comercials

4.8 Conclusions

5. LA DEMANDA COMERCIAL

5.1. Introducció i objectius

5.2. Metodologia

5.2.1 Selecció de la mostra i tècniques emprades

5.3. Dades de la demanda comercial

5.3.1 Anàlisi dels visitants del Raval

5.3.1.1 Sexe

5.3.1.2 Grups d'edat

5.3.1.3 Lloc de naixement

5.3.1.4 Nivell d'estudis

5.3.1.5 Activitat

5.3.1.6 Lloc de residència

5.3.1.7 Mitjà de transport

5.3.1.8 Motiu de trobar-se al Raval

5.3.1.9 Coneixement i valoració del Raval

5.3.1.10 Demanda diürna dels visitants

a. Demanda puntual

b. Demanda habitual

5.3.1.11 Demana d'oci nocturn dels visitants

5.3.2 Anàlisi dels compradors

5.3.2.1 Perfil mitjà del comprador/a

5.3.2.2 Hàbits de compra

a. Mitjà de transport

b. Sol o acompanyat

c. Tipologia de compra i/o ús de serveis

d. Freqüència

e. Ubicació



- f. Fidelitat de compra
- g. Forma de pagament
- h. Valoració de l'oferta comercial del Raval
- i. Fuita de compra
- j. Coneixement d'associacions de comerciants

6. ASSOCIACIONISME

- 6.1. Introducció
- 6.2. Estructura associativa del comerç
 - 6.2.1. Els gremis de comerç i serveis i patronals
 - 6.2.2. Associacions territorials: Eixos comercials
 - 6.2.2.1. Fundació Barcelona Comerç
 - 6.2.2.2. Eix Comercial del Raval
- 6.3. Situació actual de l'associacionisme comercial al Raval
- 6.4. Deu anys de dinamització de l'associacionisme comercial al Raval
 - 6.4.1. Antecedents
 - 6.4.2. Línies de treball
 - 6.4.3. Descripció del projecte

7. L'URBANISME

- 7.1. Introducció i metodologia
- 7.2. Actuacions urbanístiques en els darrers anys
- 7.3. Actuacions urbanístiques en marxa
- 7.4. Elements d'atracció
- 7.5. Conclusions de l'urbanisme comercial

8. INICIATIVES PROPOSADES

9. EQUIP D'INVESTIGACIÓ I AGRAÏMENTS

- 9.1. Equip d'Investigació
- 9.2. Agraïments

10. BIBLIOGRAFIA I DOCUMENTACIÓ

ANNEXOS

- ❖ Annex 1: Fitxa tècnica de l'observació i model d'enquesta realitzada als comerciants (Oferta Comercial)
- ❖ Annex 2: Mostra de carrers analitzats (Oferta Comercial)
- ❖ Annex 3: Fitxa de comptatge per punt de mostreig
- ❖ Annex 4: Fitxa d'enquesta realitzada als visitants del barri (Demanda Comercial)



1. Presentació de l'Estudi econòmic i comercial

1.1 Introducció

Tot Raval elabora de forma periòdica l'*Estudi econòmic i comercial del Raval*, un informe que inclou un anàlisi detallat i metòdic sobre l'activitat comercial al barri.

El present estudi, elaborat durant els anys 2010 i 2011, esdevé una eina pràctica i indispensable del coneixement del territori i de planejament de les polítiques econòmiques i de promoció comercial.

L'experiència i el recorregut a través dels anteriors estudis realitzats per Tot Raval¹, permeten fer un seguiment de l'evolució del comportament del comerç i els serveis al barri.

1.2 Estructura i objectius generals

L'estructura de l'estudi està organitzada en sis apartats. Per tal de contextualitzar les dades que es presenten, en primer lloc, es fa un repàs de la realitat demogràfica i social, així com d'alguns apunts històrics que permeten entendre l'evolució i l'estat actual del barri.

La resta de capítols s'organitzen de la següent forma:

- 1. Oferta comercial:** anàlisi en profunditat de l'oferta comercial del barri del Raval, les característiques dels comerços i serveis en les diferents zones d'anàlisi, així com les dels seus propietaris.
- 2. Trànsit de visitants (Comptatge):** recompte de la gent que entra al barri del Raval i de quins són els accessos més utilitzats.
- 3. Demanda comercial:** identificació del perfil dels visitants del barri i anàlisi de les principals característiques dels compradors/usuaris.
- 4. Associacionisme:** descripció de la composició de l'associacionisme comercial del Raval.
- 5. Urbanisme:** recull dels elements que conformen l'anàlisi de l'urbanisme comercial i de les principals actuacions urbanístiques que han tingut lloc al Raval en els darrers anys.

En el darrer capítol de l'informe, es proposen diverses iniciatives que són fruit dels resultats obtinguts de l'estudi i que van dirigides a tots aquells agents implicats en la gestió comercial (comerços i serveis, administracions, institucions, associacions de comerciants, etc.).

¹ Estudi econòmic i comercial del Raval 2004, 2005 i 2006-2007

2. Contextualització: El barri del Raval

2.1 Situació geogràfica

El **barri del Raval** està situat al sud de la ciutat de Barcelona, comprès dins el nucli històric de la ciutat. Aquest barri està franquejat pels carrers de la Rambla (segona muralla de la ciutat), Pelai, la Plaça Universitat, les Rondes de Sant Antoni i Sant Pau, Paral·lel (tercera muralla) i el passeig Josep Carner.

Es tracta d'un barri que pertany al districte de Ciutat Vella. Dins del nou mapa de barris², el Ciutat Vella està format per tres barris a més del Raval: el Gòtic, la Barceloneta i Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera.



2.2 Dades poblacionals³

El barri del Raval, té una superfície d'1,07 km² (un 24,3 % de la superfície del Districte i un 1 % sobre la de la ciutat) i compta una població de **48.485 habitants** (representa el 46,6% de la població de Ciutat Vella i el 3 % de Barcelona). La taula següent mostra que el Raval és el barri amb més densitat de població de tot el districte de Ciutat Vella, 45.313 habitants per Km². L'evolució al llarg del segle XX ha estat negativa. Des dels anys 30 del segle XX el barri va superar els 100.000 habitants, però de 1960 a 1980 va perdre un 54 % de la seva població, passant de 105.122 a 48.896 habitants (1981)

Territori	Raval	Ciutat Vella	Barcelona
Superfície Km ²	1,07	4,4	102,2
% Total Ciutat Vella	24,3	100	
% Total Barcelona	1,0	4,3	100
Població	48.485	104.048	1.615.985
% Total Ciutat Vella	46,6	100	
% Total Barcelona	3,0	6,4	100
Densitat de població (Hab/km ²)	45.313	23.647	15.812

² Divisió territorial que data de l'any 2006.

³ Departament d'Estadística, Padró Municipal d'Habitants. 30 de juny 2011. Ajuntament de Barcelona



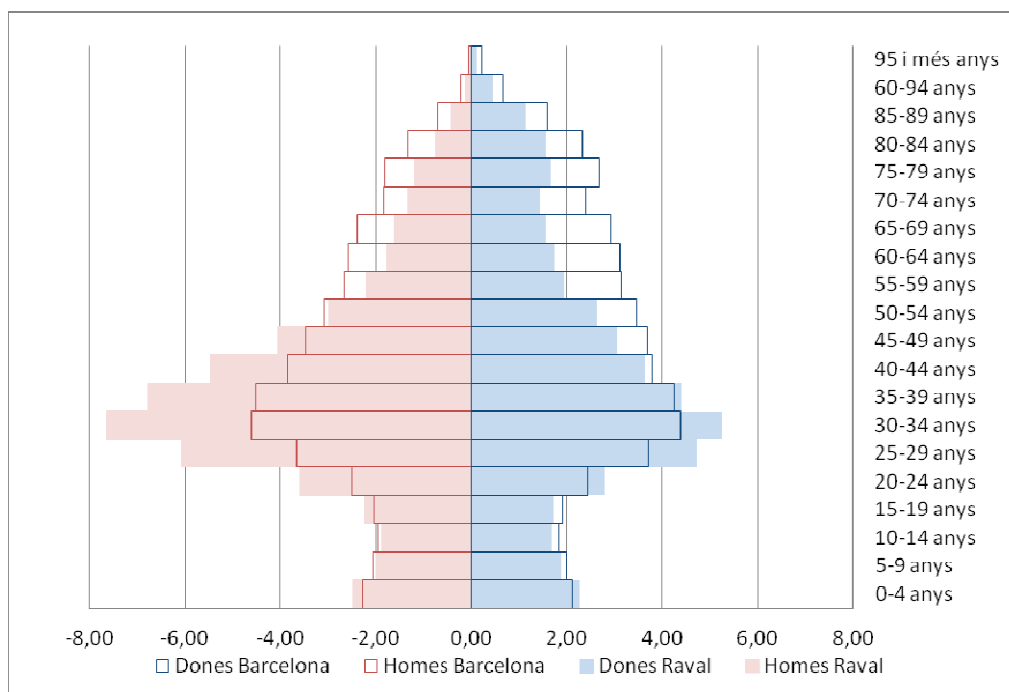
El 54,5% dels habitants són homes, mentre que el 45,5% són dones, d'acord amb les proporcions del districte, l'únic districte on predominen els homes per sobre de les dones.

Sexe	el Raval	%	Ciutat Vella	%	Barcelona	%
Homes	26.417	54,5	54.967	52,8	768.349	47,5
Dones	22.068	45,5	49089	47,2	847.636	52,5
Total	48.485	100	104.048	100	1.615.985	100

Per grups d'edat, domina la població adulta. S'observa que la majoria de la població té una edat compresa entre els 25 i els 64 anys. Els menors de 25 anys representen un 22,5% de la població, tal com s'observa a la piràmide d'edats.

Edats	Total	%
0-14	5.916	12,2
15-24	5.016	10,3
25-64	31.182	64,3
65 i més	6.371	13,1
Total	48.485	100

Piràmide d'edats de la població del Raval i de Barcelona (2011)



El 49,2%⁴ de la població del barri del Raval és d'**origen estranger**, percentatge que ha augmentat en un 3,5% des del 2007.

Habitants d'origen estranger al Raval	2007	2011	2012	Diferència 2012 - 2007
Total	21.499	26.621	24.089	+2.590
% sobre població total del Raval	45,7	47,8	49,2	+3,5
% sobre la població estrangera de Barcelona	8,5	8,2	8,5	0

⁴ Informe estadístic de l'Ajuntament de Barcelona "La població estrangera a Barcelona". Gener 2012



En les darreres dècades la població de la ciutat de Barcelona ha experimentat importants canvis, però especialment en el districte de Ciutat Vella i concretament en el Raval. Entre els anys 1970 i 1986 la població de Ciutat Vella va disminuir en 76.280 habitants, en el cas del Raval, aquest fenomen es va traduir en una pèrdua de població de 32.045 habitants. Algunes de les causes es relacionen amb les males condicions en les quals es trobava el barri, i al fet que el tipus d'habitatge i el seu estat, no afavorien que la gent jove es quedés quan formava una família, preferint anar-se a altres barris. La recuperació de població arriba a partir de l'any 2000 fruit en gran part de l'arribada de nous habitants estrangers. Així l'any 2009 s'aconsegueixen de nou les xifres de 1986.

Analitzant la nacionalitat de la població estrangera extracomunitària resident en el Raval, agrupades per continents, s'observa que més de la meitat té nacionalitat d'algun país asiàtic, destacant Pakistan, Filipines i Bangla Desh com les nacionalitats majoritàries, a gran distància de les altres. Un segon grup el formen els provinents del continent africà on destaquen els marroquins que representen gairebé la totalitat dels immigrants nacionals en aquest continent. Finalment es troben les d'algun país americà, repartides entre les diverses nacionalitats.

A continuació es donen dades de les nacionalitats amb major presència al barri. Destaca la comunitat Paquistanesa i la filipina, que sumada representen el 20,3% de la població resident al barri.

Nacionalitat	Habitants Estrangers	Barcelona
	24.089	282.178
Pakistan	5.682	23.281
Filipines	4.307	8.482
Bangla Desh	2.329	3.252
India	1.430	5.538
Marroc	1.559	13.674
Equador	557	15.511
Itàlia	1226	22.909

2.3 Una mica d'història

El Raval té el seu origen a les afores de la ciutat medieval (s. XIII-XIV), tal com indica el seu nom. Originàriament estava compost sobretot per horts que proveïen la ciutat, centres assistencials –hospitals, cases d'acolliment- i seus convents de diferents ordres religioses. La industrialització de finals del segle XVIII i del XIX, l'arribada de nouvinguts i la pervivència de les muralles (des de 1371) fins 1859, van fer que el barri es densifiqués i adquirís el seu paisatge d'edificis alts i carrers estrets.

El barri es va integrar definitivament a la ciutat moderna amb l'enderrocament de les muralles en el 1859. Al mateix temps, amb la urbanització de l'eixample barceloní (Eixample) l'antiga ciutat fins aleshores va passar a constituir el centre històric. El Raval, ja com a barri (conegut durant molt de temps com el districte cinquè), va seguir actuant com a lloc d'arribada per als nous barcelonins durant el



segle XX, de manera que va aconseguir densitats molt elevades, per exemple en 1930 era de 103.060 habitants per km². A partir de la dècada de 1960 el barri es va caracteritzar per un progressiu declivi de l'activitat econòmica en general i per una disminució molt pronunciada de la població.

A mitjans dels anys 80 el barri va ser objecte d'una intervenció profunda amb la finalitat de revitalitzar aspectes urbanístics, econòmics i socials. Les principals operacions de transformació, fruit del desenvolupament del PERI (Pla Especial de Reforma Interior) i les reformes urbanístiques a partir dels Jocs Olímpics a Barcelona (1992), van ser l'obertura de nous espais públics, la rehabilitació d'antics edificis públics en desús i la creació de nous equipaments culturals. Un aspecte central de la intervenció pública va ser –i segueix sent- la voluntat d'atreure nous habitants cap al barri, aprofitant la centralitat i la renovació del mateix.

Simultàniament a la revitalització promoguda pel govern municipal, va tenir lloc l'arribada de població extracomunitària, un fenomen no planificat que va adquirir una dimensió creixent i que ha repercutit significativament en els aspectes social, econòmic i urbanístic del barri. Els nouvinguts han contribuït a densificar el barri i a canviar substancialment l'estructura comercial del Raval, de manera més manifesta en determinats sectors segons l'assentament dels diferents col·lectius i la implantació de les activitats econòmiques.

En relació a les activitats econòmiques, des del seu origen medieval, ha tingut sempre un caràcter artesà, primer, industrial després i comercial fins a l'actualitat. Durant el període més important de pèrdua de població, els establiments comercials i de serveis es van reduir notablement. Aquesta tendència es va detenir i revertir amb les reformes urbanístiques i l'arribada de nous residents, fet que ha ajudat a la revitalització del teixit comercial.

Així mateix, amb l'arribada dels nous veïns/es, ha anat canviant el perfil de la població; per exemple, nous empresaris i joves que han ubicat els seus tallers i estudis. Això ha produït canvis significatius en les categories socio professionals dels habitants del barri. La majoria es dedica als serveis i comerç (un 24% al Raval i un 15% a Barcelona, segons dades de 2001) i al treball no qualificat (21% al Raval i 9% a Barcelona). S'observa també un augment de persones en ocupacions com directius, tècnics, professorat, científics i intel·lectuals apropant-se a la mitjana de la ciutat.

2.3.1 Transformacions urbanístiques

Durant els anys 1970 i 1980, aproximadament, les àrees centrals van experimentar una considerable emigració dels seus habitants, que buscaven millors condicions de vida, la qual cosa va propiciar a l'abandonament i la degradació dels immobles. En les dues últimes dècades, a la població tradicional dels cascós històrics, constituïda en gran part per grups populars, se li han sumat nous residents procedents de la immigració transnacional. Aquesta conjuntura és coetània a la revaloració dels centres històrics, utilitzada com a estratègia d'intervenció en aquestes àrees per part de les autoritats competents en matèria d'urbanisme. La implantació de projectes de renovació i rehabilitació urbanística afecta substancialment el teixit social i econòmic; en aquest sentit, un altre tipus d'immigració paral·lela a la



transnacional estableix la seva residència en els centres urbans; es tracta de determinats sectors de les classes mitjanes, vinculades en general al món de la cultura, que se senten atrets pels valors renovats que els ofereix el centre urbà. A la fi dels anys 70's es va engegar el PERI, instrument urbanístic fonamental per desenvolupar la reforma de Ciutat Vella. Aquest perseguia més enllà de la transformació urbanística, la injecció de nova vitalitat i recuperació del seu paper de centre natural de la ciutat.

L'estudi titulat *Del Xino al Raval* (2004) dirigit per Joan Subirats i Joaquim Rius, analitza les transformacions que han tingut lloc durant els últims vint anys en el Raval. El treball conclou que el balanç de les transformacions és positiu, encara que existeix incertesa sobre el resultat final del procés. Això es deu al fet que al barri coincideixen transformacions prèviament projectades i exitoses – origen d'institucions culturals de nova creació, dinamització econòmica, real·lotjament dels residents afectats pels canvis urbanístics en edificis renovats del mateix barri – i transformacions no projectades– ràpida diversificació social i ètnica, ocupació dels espais no rehabilitats per part dels nous residents immigrants, etc. L'estudi assenyala també l'existència de transformacions acabades, com el clúster cultural de la Plaça dels Àngels i la intervenció de la iniciativa privada en el Raval nord-est, i transformacions que estan en procés actualment, com la revitalització del Raval Sud. Els autors apunten algunes línies de futur per al barri, encara que de manera discontinua: una reducció del nombre d'habitants -degut tant a raons demogràfiques com a les decisions personals-, un major nombre d'immigrants estables, una continuïtat de la presència dels residents anomenats "moderns" o "alternatius" – considerats com els protagonistes de l'elitització, caracteritzats per tenir formació però amb un capital econòmic limitat-. No obstant això, segons l'estudi, aquesta composició mixta corre el perill de la consolidació de fronteres entre sectors, àrees i col·lectius que actualment estan insinuades. En aquest sentit, els autors assenyalen que cal treballar de manera diferenciada en aquestes àrees i en les seves micro- enclavaments per a l'establiment de vincles que fomentin la interacció i la convivència.

Al final de la dècada, la revitalització del barri arran de les actuacions del Pla del Liceu al Seminari va afectar, principalment, el Raval Nord. Ara, el Pla de Barris del Raval Sud centra les seves actuacions en la resta del barri per avançar en la seva millora urbana.

El Projecte d'Intervenció Integral del Raval Sud inclou 34 actuacions distribuïdes en cinc àmbits d'actuació diferents: espai públic, equipament comunitari, habitatge, medi ambient i dinamització social i econòmica.

A l'apartat d'urbanisme del present estudi, passarem a descriure amb detall quines han estat les actuacions dels últims anys i com s'han desenvolupat.



3. Oferta Comercial

3. 1. Introducció i objectius

La finalitat d'aquest apartat és conèixer en profunditat l'estat actual de l'oferta comercial del Raval, les característiques dels comerços i serveis en les diferents zones d'anàlisi i les dels seus propietaris. Al final d'aquest bloc es descriu l'evolució de l'oferta comercial en els darrers 7 anys i les conclusions generals.

Els objectius relacionats amb aquest camp d'anàlisi són:

1. Conèixer l'estat dels diferents establiments del barri: en actiu, tancat, en traspàs, magatzem o local en rehabilitació, així com en quin règim es troben els locals en actiu (lloguer, propietat, etc).
2. Estudiar i analitzar les característiques principals del comerç i dels serveis: any d'obertura, retolació, idioma de la retolació, accessibilitat, formes de pagament, obertura dels dissabtes per la tarda, utilització de noves tecnologies de la informació, etc.
3. Estudiar i analitzar les característiques dels propietaris dels locals en actiu (zona o país d'origen, edat i sexe)
4. Estudiar i analitzar, segons la percepció dels propietaris, quin és el llenguatge més utilitzat pels clients.
5. Descriure l'evolució i la dinàmica de l'oferta comercial del territori.

3. 2. Metodologia

Els objectius establerts i el ventall de coneixements que es volen adquirir, han fet plantejar la necessitat d'emprar dues tècniques d'estudi i de recollida de dades:

- 1) **Recerca i anàlisi de fonts secundàries.** Per tal de realitzar una contextualització territorial i sectorial adequada, s'han tingut en compte les dades existents i relatives al comerç dins del districte de Ciutat Vella. En aquest punt, la documentació consultada ha estat la dels estudis elaborats per l'Ajuntament de Barcelona i propis.
- 2) **Tècnica de l'observació directa i de l'enquesta.** Per tal d'obtenir dades actuals i específiques del barri - tot tenint en compte la multitud de factors que incideixen en l'oferta comercial- s'ha realitzat l'observació directa i la tècnica de l'enquesta.

Unitat d'anàlisi: A efectes de representativitat estadística, la unitat de recollida d'informació és el comerç i el servei.

Univers: La totalitat de locals (comerços o serveis) del Raval.

Qüestionari⁵: El qüestionari té una part d'observació directa (6 preguntes) i una altra que consisteix en preguntar el propietari (11 preguntes). La majoria de preguntes personals són obertes. La durada mitjana per entrevista ha estat de 12 minuts (incloent la observació) i s'ha realitzat entre novembre 2010 i novembre 2011.

Processament de Dades: El *software* emprat per al tractament informàtic és l'*Statistical Package for Social Sciences (SPSS)*.

⁵ Veure Annex 1: Fitxa tècnica de l'observació i model d'enquesta realitzada als comerciants.

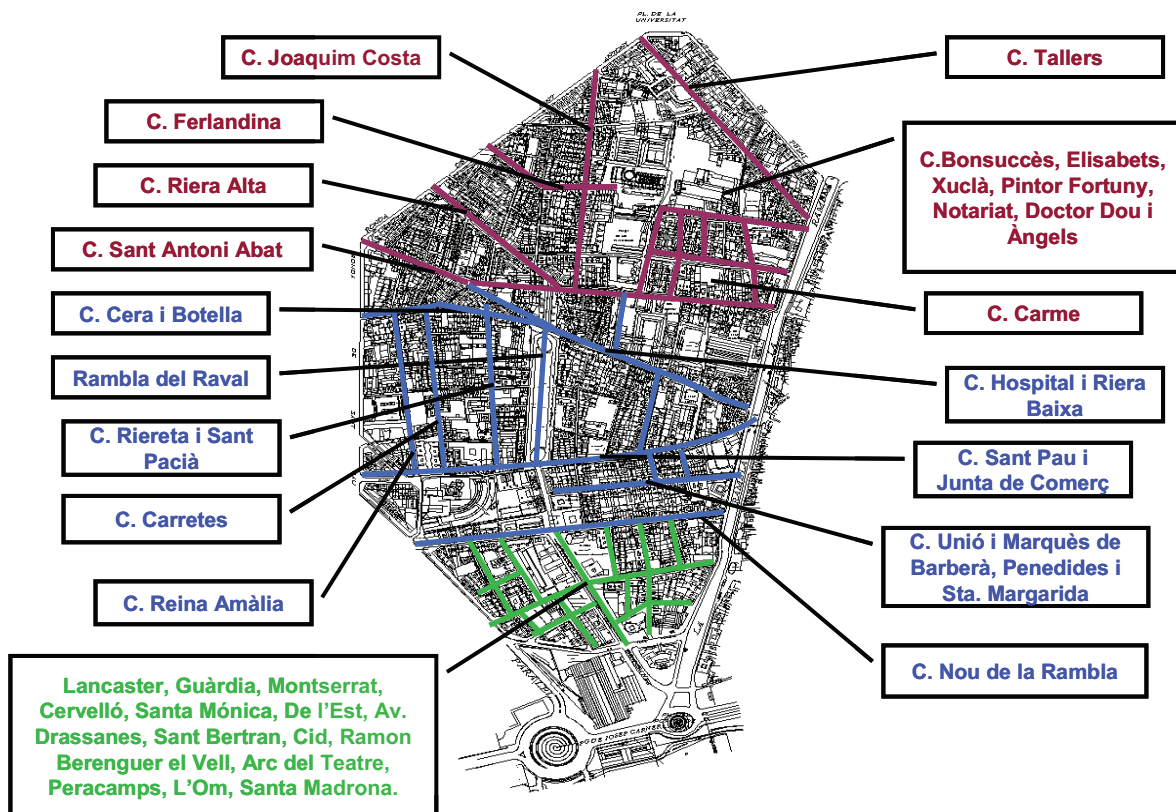
La **mostra**⁶ seleccionada inclou **43 carrers** del territori, que corresponen a un total de **1.731 establiments**.

Aquesta mostra fa una distinció entre:

- **Raval nord:** on s'analitzen 13 carrers.
- **Raval centre:** on s'analitzen 16 carrers.
- **Raval Sud:** on s'analitza el cens complet dels 14 carrers existents.

Per tal d'obtenir dades més concretes, dintre de les zones principals nord i centre s'han configurat micro-zones basades en el seva proximitat i comportament associatiu. Pel que fa el Raval sud s'ha seleccionat una única zona.

Mapa de les micro-zones analitzades



L'observació realitzada en cadascuna de les zones i dels carrers esmentats, s'ha efectuat de forma continuada al llarg del 2010-2011. La finalitat de la utilització d'aquesta tècnica ha estat la recollida de dades, no únicament quantitatives, sinó també qualitatives. El grau de coneixement que s'obté a peu de territori, ha estat un dels elements a tenir en compte en l'elaboració de les conclusions i iniciatives generals i específiques que s'han desenvolupat en aquest estudi.

Pel que fa al treball de camp i a la realització de les enquestes, cal dir que s'han visitat tots els establiments i serveis dels carrers esmentats.

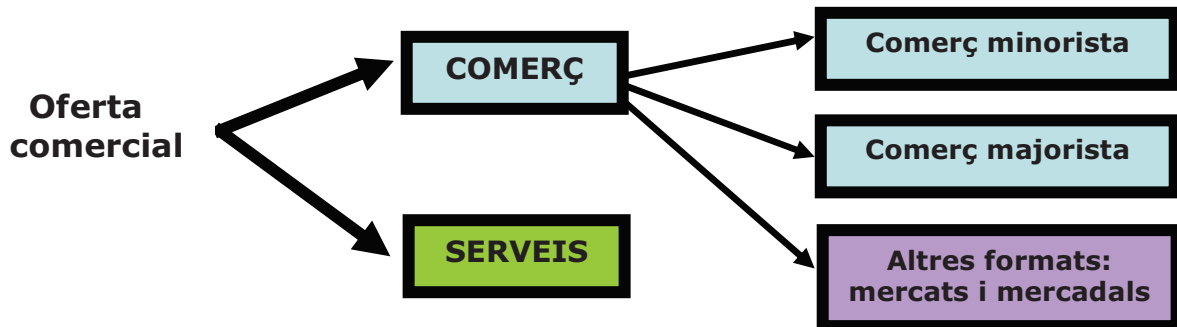
Les visites efectuades han transcorregut amb normalitat i un 90% dels comerciants no ha posat cap pega a l'hora de respondre les preguntes. Tot i així, s'han tingut certes dificultats: la necessitat de preguntar en anglès per la manca de

⁶ Veure Annex 2: Mostra de carrers analitzats

coneixement del castellà o el català per part d'alguns comerciants, la necessitat de tornar a visitar alguns dels comerços (donat que el principal responsable no hi era i els treballadors es negaven a contestar), la desconfiança d'alguns empresaris sobre l'ús que es faria de les dades o el cansament, per part dels destinataris de les enquestes, de respondre preguntes d'aquest tipus.

3. 3. Classificació de l'oferta comercial

Per analitzar l'oferta comercial, en el present estudi hem fet una classificació que engloba principalment dues categories: el comerç i els serveis.



A continuació fem una breu descripció de les tipologies emprades:

1. **Comerç minorista⁷**: s'entén per comerç minorista aquella activitat desenvolupada amb ànim de lucre, que consisteix en oferir la venda al detall de qualsevol classe d'article als destinataris pertinents. Destaquen les següents categories:

<p>a) Alimentació</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fruïtes i verdures. • Carn, porc, ous i aus. • Peix i marisc. • Begudes. • Tabac i altres. • Autoservei / superservei / supermercat. • Pa i pastisseria. <p>b) Tèxtil, calçat i pell</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productes tèxtils. • Vestir. • Merceria. • Calçat i Pell. <p>c) Parament de la llar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobles i articles de fusta. • Aparells domèstics. • Parament ferreteria. • Material equipaments llar. <p>d) Oficina i mecànica de precisió</p> <p>e) Llibres, diaris i revistes</p>	<p>f) Productes químics i farmacèutics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drogueria i perfumeria. • Farmàcies. • Combustibles i carburants. • Herbolaris. <p>g) Material de transport</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vehicles. • Accessoris per a vehicles. <p>h) Comerç mixt, combina la venda al detall amb l'oferiment d'un servei.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Exemple: forn de pa + cafeteria <p>i) Altres</p> <ul style="list-style-type: none"> • Joguines, esports i armes. • Floristeries. • Joieria- rellotgeria. • Grans magatzems i hipermercats. • Segells- monedes i antiguitats. • Maquinària. • Altres.
---	--

⁷ "Ley Ordenación Comercio Minorista 7/1996".



2. **El Comerç majorista:** s'entén per comerç majorista aquella activitat desenvolupada amb ànim de lucre que, a diferència del comerç minorista, consisteix en oferir la venda de qualsevol classe d'article a l'engròs. Les categories utilitzades a l'estudi són les següents:

- | | |
|---|-----------------------------------|
| a) Alimentació | h) Electrodomèstics i electrònica |
| b) Tèxtil, calçat i pell | i) Material de transport |
| c) Fusta, suro, papers i arts gràfiques | j) Joguines i esports |
| d) Productes químics i farmacèutics | k) Altres |
| e) Material de construcció | |
| f) Minerals i metalls | |
| g) Maquinària | |

La categoria **d'altres formats (mercats i mercadals)**, no serà analitzada de forma exhaustiva en el present estudi, tot i que sí se'n farà una breu descripció al finalitzar la presentació dels resultats. L'existència d'aquests altres formats no només complementen l'oferta comercial del Raval, sinó que en moltes ocasions influeixen en els diferents comportaments de compra.

3. Es consideren **els serveis**, d'altra banda, com el resultat de portar a terme una activitat entre proveïdor i client, que generalment és intangible. Els serveis es classifiquen en les següents categories:

- | | |
|--|---|
| <p>a) Restaurants, bars i hotels</p> <ul style="list-style-type: none"> • Restaurants. • Bars i cafeteries. • Hotels, pensions i residències. • Fondes. | <p>e) Manteniment, neteja i protecció</p> |
| <p>b) Reparacions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Electrodomèstics. • Automòbils. • Ferreteries. • Altres. | <p>f) Ensenyament</p> |
| <p>c) Transports i comunicació</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transports. • Agències de viatges. • Explotació aparcaments. • Activitats auxiliars transport. • Altres. | <p>g) Sanitat i assistència</p> |
| <p>d) Finances i assegurances</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bancs i caixes d'estalvi. • Assegurances. • Altres. | <p>h) Activitats immobiliàries i serveis a empreses</p> |
| | <p>i) Altres serveis personals i culturals</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultura i lleure. • Perruqueries i salons de Bellesa. • S. Fotografia i fotocòpies. • Associacions. • Altres. |

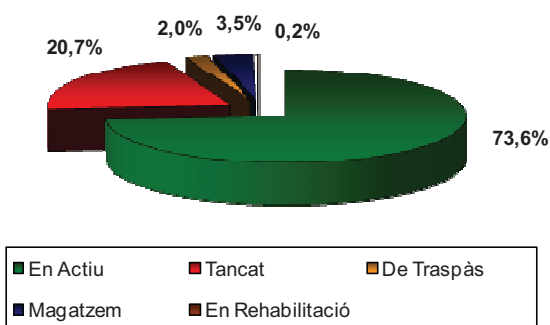


3.4 Resultats de l'oferta comercial 2010-2011

Tot seguit, s'exposen i s'analitzen les dades generals que fan referència a l'estat de l'oferta comercial dels 43 carrers analitzats.

3.4.1. Estat dels locals

Estat dels locals (Total Raval)



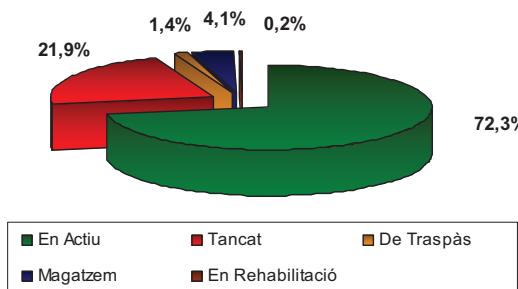
En primer lloc, es recull l'estat dels locals del Raval: en actiu⁸, tancats, en traspàs, magatzems o en rehabilitació:

Com es pot observar en el gràfic anterior, **un 74% dels locals es troben en actiu o en rehabilitació**. D'altra banda, el nombre de locals sense activitat (tancats, en traspàs o magatzems) representa gairebé el 26%.

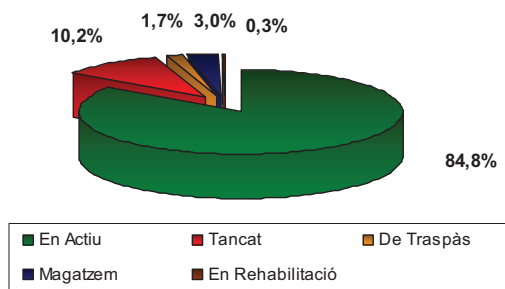
De les dades obtingudes es pot extreure la conclusió de que **el barri del Raval consta d'un teixit comercial dens** en termes generals.

Per tal de fer una primera aproximació, s'ha volgut saber quin és l'estat dels locals en les diferents zones d'estudi:

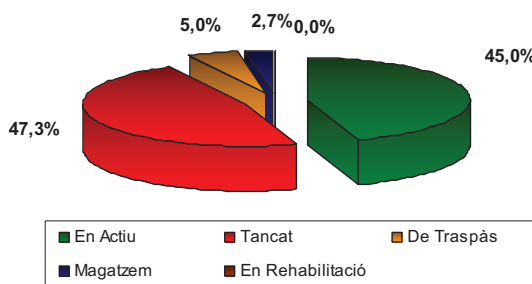
Estat dels locals (Raval centre)



Estat dels locals (Raval nord)



Estat dels locals (Raval sud)



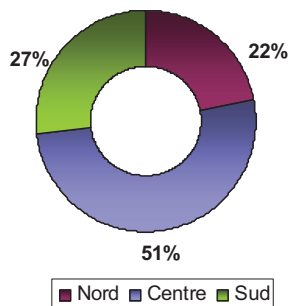
- **El Raval nord té un 85% de locals en actiu**, percentatge que disminueix al 72% en el cas del Raval centre i que baixa fins al 45% en el cas del Raval sud.

⁸ Un local en actiu és aquell que està realitzant una activitat econòmica o està prestant algun servei. Per tant podem afirmar que **els locals en actiu són aquells que conformen l'oferta comercial**.

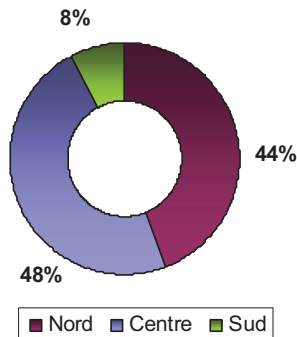


- En el cas del Raval sud, destaca que el 50% dels seus establiments estan sense activitat, és a dir són locals tancats, magatzems o en traspàs. Recordar que al Raval sud s'ha fet un anàlisi del cens complet d'establiments, i no d'una mostra com a la resta de zones.

Distribució del locals sense activitat



Distribució del locals en actiu

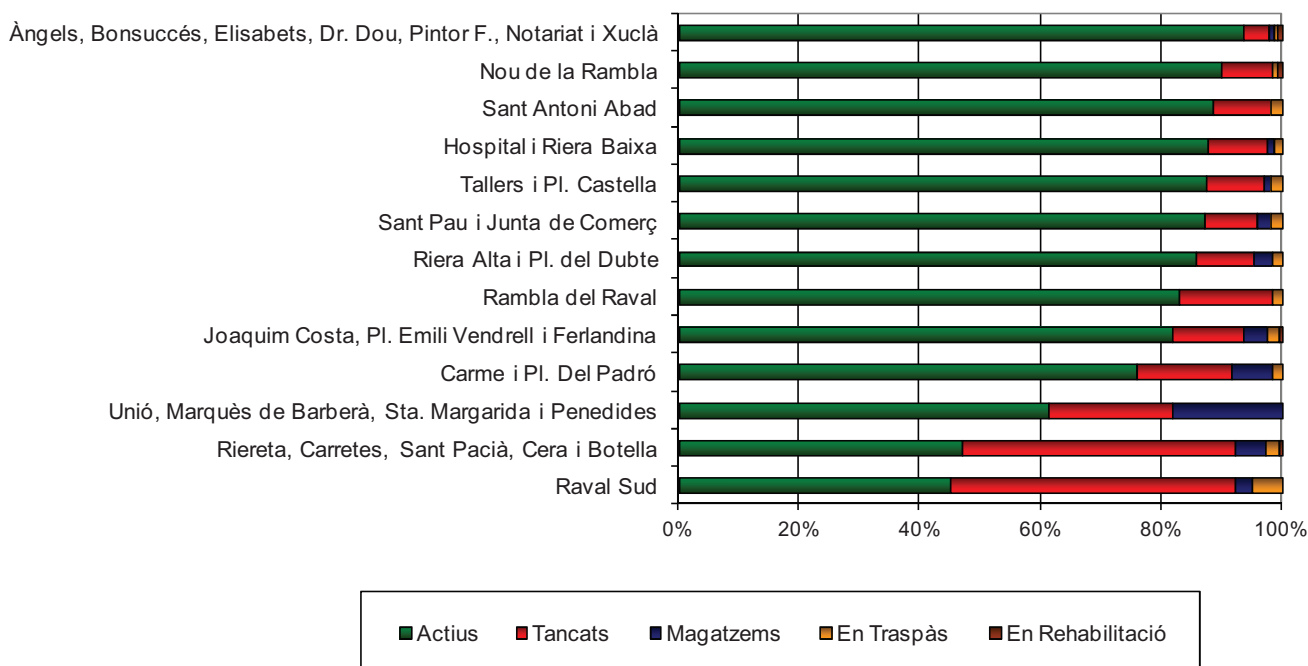


En el gràfic anterior s'observa que al Raval centre i sud es localitzen el 73% dels locals inactius, tancats, en traspàs i magatzems, del barri.

D'altra banda, el Raval centre compta amb el major nombre de locals en actiu, tant en números absoluts com en termes relatius amb un 48%, seguit del Raval Nord amb un 44%. Cal destacar la baixa activitat del Raval sud, representant tant sols el 8% dels locals en actiu al barri.

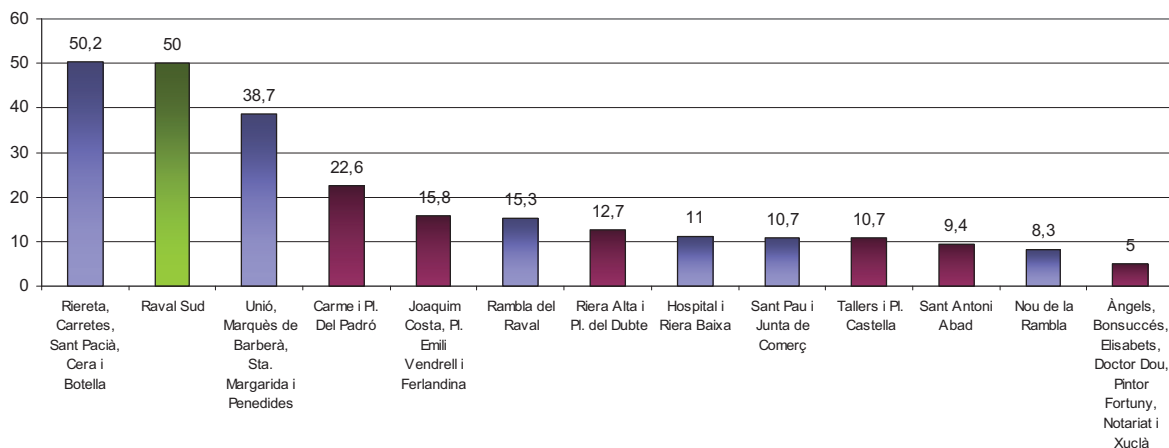
Si analitzem l'estat dels locals per micro-zona, cal destacar la què està formada pels carrers Àngels, Bonsuccés, Doctor Dou, Pintor Fortuny, Notariat i Xuclà pel fet de gaudir del major percentatge de locals en actiu, amb un 93,5%, seguit del C. Nou de la Rambla i Sant Antoni Abad, amb un 90% i 89% respectivament.

Estat dels locals per micro-zona



Si analitzem les micro-zones que tenen una menor activitat econòmica, cal destacar l'elevat nombre de locals tancats i magatzems en els carrers Riereta, Carretes, Sant Pacià, Cera i Botella, on hi ha un 50,2% de locals sense activitat, seguit de la zona de Raval sud, on el percentatge és d'un 50%.

locals sense activitat (tancats o magatzems) per micro-zones (%)

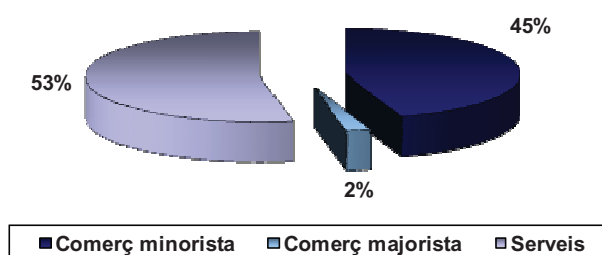


Aquí, torna a destacar la zona sud del barri, pel fet d'agrupar un major nombre de carrers que tenen una menor activitat econòmica. Més concretament, cal reflexionar sobre la manca d'activitat de carrers com el de la Reina Amàlia, Riereta, Sant Pacià o Carretes.

3.4.2 Tipologies dels locals en actiu

La distribució de l'oferta comercial al barri del Raval, amb dades extretes del treball de camp, es resumeix en el gràfic següent:

Tipologia d'establiments (Total del Raval)

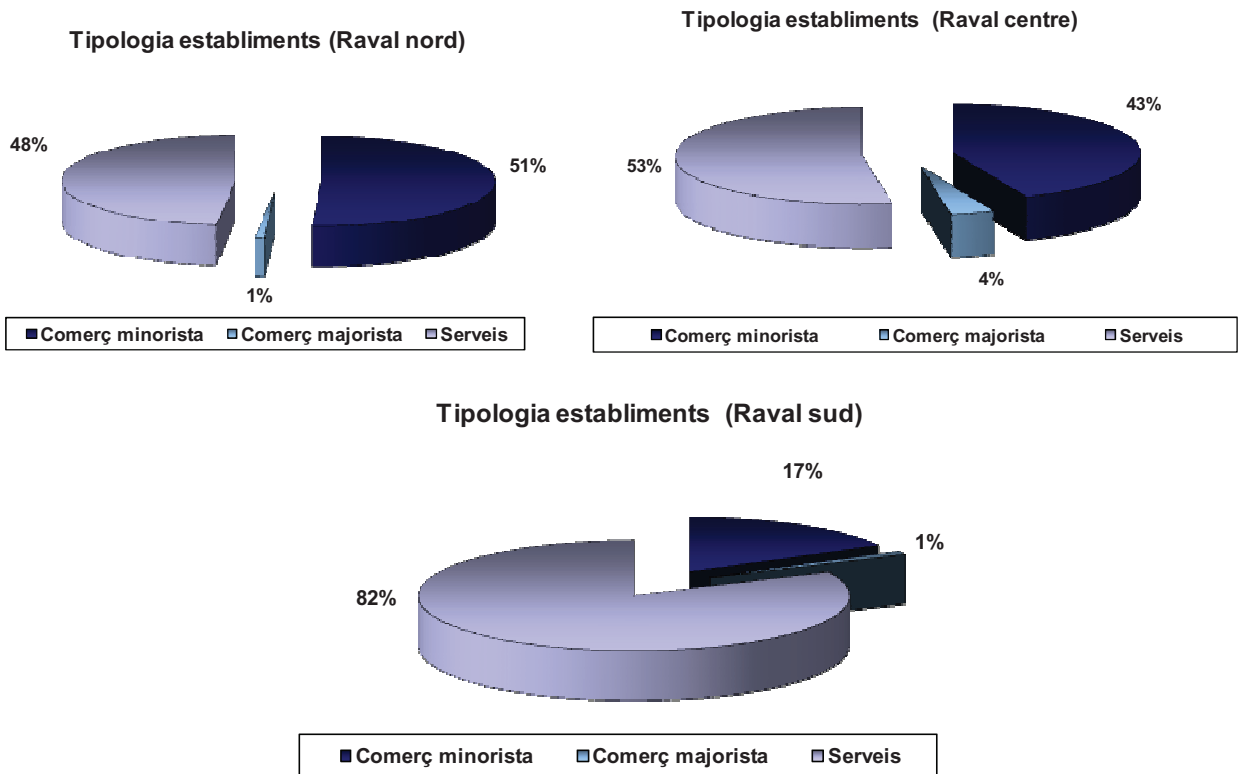


Com es pot observar, **els serveis tenen més pes en l'activitat econòmica del barri (el 53% dels locals)**. Molt a prop, hi ha el comerç minorista (amb el 45% d'establiments). Completen l'oferta comercial el comerç majorista amb el 2,3%.

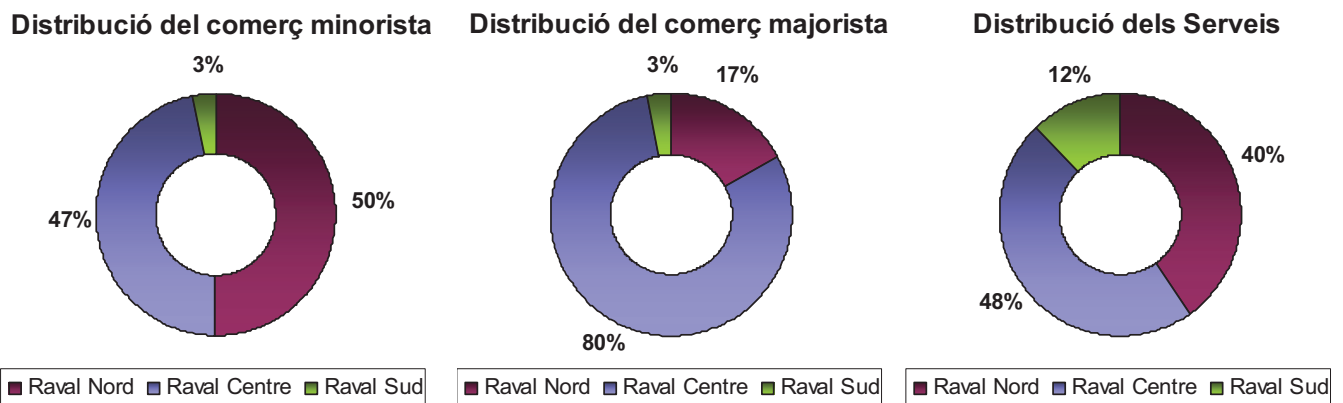
Mentre que al Raval nord la presència del sector del comerç i dels serveis és bastant equilibrada, 51 i 49%, respectivament, **al Raval centre i al Raval sud la presència dels serveis és substancialment superior a la del comerç**, especialment en el Raval sud, on suposa el 82%.



En les següents gràfiques es visualitza la distribució de l'oferta comercial per zones:



A continuació, s'avalua el pes de les diferents categories de l'oferta comercial a cada una de les zones :



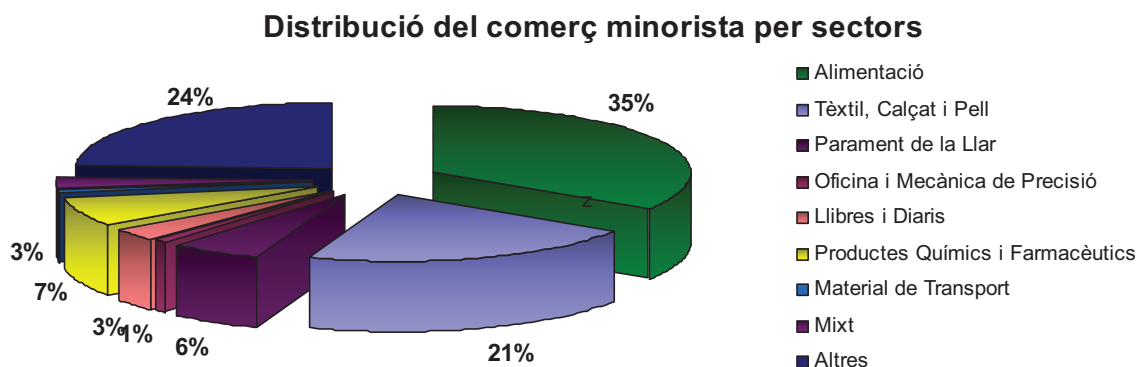
El comerç minorista està repartit pràcticament a parts iguals entre el Raval nord i centre, 50 i 47% respectivament. Per altra banda **el Raval centre aglutina el 80% dels comerços majoristes del barri i el 48% dels seus serveis.**



3.4.2.1 Comerç minorista 2010-2011

A continuació es centra l'anàlisi en els comerços de venda al detall que, com s'ha dit anteriorment, representen el 44,7% de l'oferta comercial.

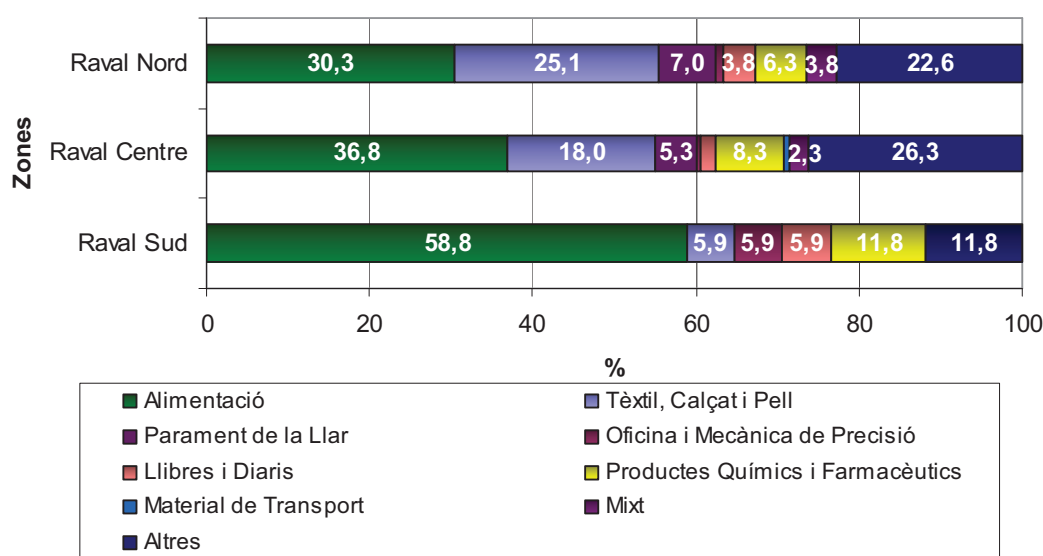
De les dades extretes a partir del treball de camp, **destaca l'elevada presència de 3 sectors: l'alimentació (35%); el tèxtil, calçat i pell (21%) i altres (24%).**



El pes que tenen aquestes tipologies, varia en funció de la zona del Raval. Al Raval centre l'alimentació suposa el 36,8% del comerç minorista, 6,5 punts per sobre que al Raval nord. Per la seva banda, **el pes del sector tèxtil, calçat i pell al Raval nord és proper al 25%**, 7 punts per sobre que en el cas del Raval Centre.

En la zona sud l'alimentació suposa gairebé el 59% del comerç minorista. Val a dir que l'activitat minorista en aquesta zona és molt reduïda i està representada només per 17 establiments, fet que explica l'elevat percentatge del sector alimentari.

Distribució per sectors del comerç minorista a les diferents zones





Donada la importància que té la branca d'altres, i tenint en compte que mostra un alt percentatge de representativitat, s'ha considerat important detallar la composició d'aquest sector que suposa gairebé el 24% del comerç minorista. Aquest es desglossa en les següents activitats:

Altres	Total	%
Mòbils	41	29,9
Basar	34	24,8
Música/Instrumentos/Discos	22	16,1
Joieria/Bijuteria/Rellotgeria	11	8,0
Papereria i articles de festa	4	2,9
Productes de perruqueria	4	2,9
Òptica	4	2,9
Marroquineria	2	1,5
Floristeria	2	1,5
Ganiveteria	2	1,5
Loteria	2	1,5
Joguines	2	1,5
Materials Construcció	1	0,7
Botiga d'skate	1	0,7
Paraigües	1	0,7
Esoterisme	1	0,7
Pintura i Art	1	0,7
Cereria	1	0,7
Cannabis	1	0,7
TOTAL	137	100,0

Les activitats de mòbils, basars, música/instruments/discos, joieria/bijuteria/rellotgeria aglutinen gairebé el 80% d'aquesta categoria.

A continuació s'analitza la **distribució del comerç minorista i dels seus sectors presents a les 13 micro-zones** d'estudi (veure quadre de la pàgina següent):

A la zona del Raval nord el sector de l'alimentació és predominant en carrers com Sant Antoni Abad i Joaquim Costa, Pl. Emili Vendrell i Ferlandina, representant el 47% i 40% del comerç minorista respectivament.

Al carrer del Carme i Pl. Pedró, i a la zona que aglutina els carrers Àngels, Bonsuccés, Pintor Fortuny, Elisabets, Doctor Dou, Xuclà i Notariat, s'observa un equilibri pel que fa al comerç minorista entre el sector alimentari i el tèxtil i calçat.

En el cas del carrer Riera Alta i Pl. del Dubte són el sector alimentari i el d'altres, basars en la seva majoria, els que aglutinen més del 60% del comerç minorista.

Per últim, destacar el carrer Tallers i Pl. Castella per la predominança del sector del tèxtil, calçat i pell, que representa el 41% de la tipologia minorista.

Al Raval centre el sector de l'alimentació és superior al 60% en la zona formada pels carrers Riereta, Carretes, Reina Amàlia, Sant Pacià, Cera i Botella.

A la Rambla del Raval, el percentatge d'alimentació és del 67%, tot i que cal tenir en compte que la tipologia del comerç minorista està representada només per un total de 9 establiments, dels quals 6 són forns de pa, carnisseries i supermercats.

Per altra banda els carrers Nou de la Rambla i la zona dels carrers Unió, Marquès de Barberà, Santa Margarida i Penedides es caracteritzen per tenir un sector alimentari que representa al voltant del 35% del comerç minorista.



DISTRIBUCIÓ PER MICRO-ZONA DEL COMERÇ MINORISTA										
<div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 0.8em;"> Raval Nord</div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 0.8em;"> Raval Centre</div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 0.8em;"> Raval Sud</div> <th>Alimentació</th> <th>Tèxtil, calçat i pell</th> <th>Parament de la llar</th> <th>Oficina i mecànica de precisió</th> <th>Llibres i diaris</th> <th>Productes químics i farmacèutics</th> <th>Material de transport</th> <th>Mixte</th> <th>Altres</th> <th>Total establiments</th>	Alimentació	Tèxtil, calçat i pell	Parament de la llar	Oficina i mecànica de precisió	Llibres i diaris	Productes químics i farmacèutics	Material de transport	Mixte	Altres	Total establiments
Tallers i Pl. Castella	15,7%	41,2%	5,9%	2,0%	0,0%	2,0%	0,0%	5,9%	27,5%	51
Joaquim Costa, Pl. Emili Vendri	39,7%	17,2%	10,3%	1,7%	6,9%	5,2%	0,0%	3,4%	15,5%	58
Angels, Bonsuccés, Elisabets, Doctor Dou, Pintor Fortuny, Notariat i Xuclà	24,6%	24,6%	4,6%	0,0%	7,7%	10,8%	0,0%	4,6%	23,1%	65
Riera Alta i Pl. del Dubte	33,3%	16,7%	6,7%	3,3%	3,3%	6,7%	0,0%	0,0%	30,0%	30
Carme i Pl. Del Padró	27,5%	29,4%	9,8%	0,0%	2,0%	5,9%	0,0%	3,9%	21,6%	51
Sant Antoni Abad	46,7%	16,7%	3,3%	0,0%	0,0%	6,7%	0,0%	3,3%	23,3%	30
Hospital i Riera Baixa	27,2%	33,3%	2,5%	0,0%	3,7%	6,2%	0,0%	6,2%	21,0%	81
Sant Pau i Junta de Comerç	31,7%	9,5%	9,5%	0,0%	1,6%	6,3%	0,0%	0,0%	41,3%	63
Unió, Marqués de Barberà, Sta. Margarida i Penedides	35,3%	5,9%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%	11,8%	5,9%	35,3%	17
Nou de la Rambla	35,7%	23,2%	7,1%	1,8%	1,8%	7,1%	0,0%	0,0%	23,2%	56
Riereta, Carretes, Reina Amàlia, Sant Pacià, Cera i Botella	61,9%	2,4%	4,8%	0,0%	0,0%	14,3%	0,0%	0,0%	16,7%	42
Rambla del Raval	66,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	22,2%	0,0%	0,0%	11,1%	9
Raval Sud (14 carrers)	58,8%	5,9%	0,0%	5,9%	5,9%	11,8%	0,0%	0,0%	11,8%	17
Total establiments	195	121	34	5	17	42	2	17	137	570

A la zona del carrer Hospital i Riera Baixa el sector del tèxtil, calçat i pell suposa 33% del comerç minorista i el de l'alimentació en representa el 27%. Val a dir que el gruix de botigues de venda de tèxtil i calçat es concentra al carrer Riera Baixa, eix especialitzat en roba i accessoris de segona mà.

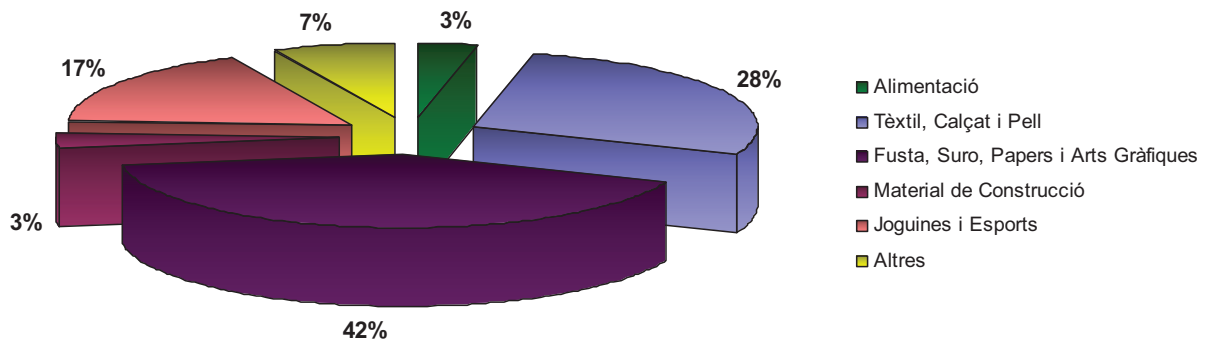
Al Raval centre cal destacar l'alta presència d'establiments de venda de mòbils i de basars, comptabilitzats en la categoria d'altres. En total i ha 30 botigues de mòbils, el 70% de les quals es concentren al C. Sant Pau, i 21 basars, la meitat dels quals es localitzen al carrer Nou de la Rambla. Cal destacar també el comerç minorista del Raval sud, marcat amb un 59% pel sector de l'alimentació.

3.4.2.2 Comerç Majorista 2010-2011

Tot seguit fem l'anàlisi dels comerços de venda a l'engròs, que com s'ha dit anteriorment, tan sols representa el 2% de l'oferta comercial.

De les dades extretes a partir del treball de camp, **destaca l'elevada presència de 2 sectors del comerç majorista: fusta, suro, papers i arts gràfiques (42%) i el tèxtil, calçat i pell (28%).**

Distribució del comerç majorista per sectors



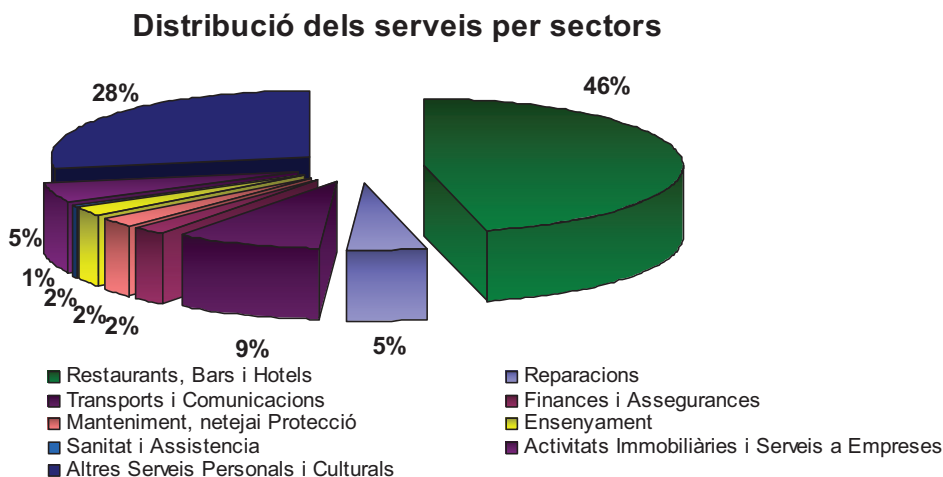
Pràcticament la totalitat dels comerços majoristes estan situats a la zona centre i concretament als carrers Unió, Marquès de Barberà i Hospital.



3.4.2.3 Serveis 2010-2011

Per últim, es presenta el desglossament dels serveis que, com s'ha dit anteriorment, representen el 53% de l'oferta comercial del Raval.

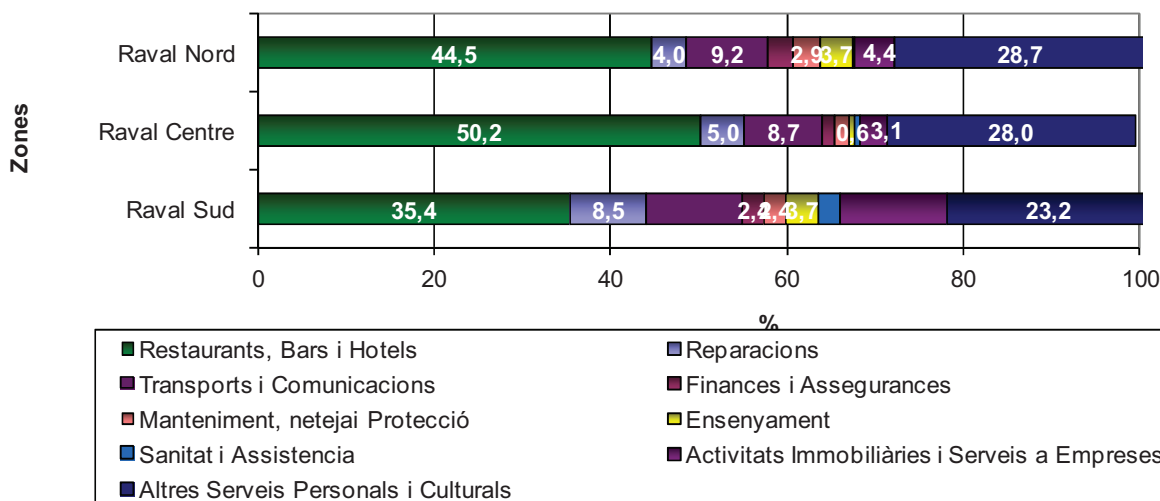
Del total de serveis analitzats, en destaquen dues branques que juntes representen ¾ parts dels serveis al barri: la de *restauració-hosteleria* (46%) i la *d'altres serveis personals i culturals* (28%).



Per zones, s'observa que **el sector de la restauració-hosteleria suposa la meitat dels serveis enquestats en el Raval centre.** En la zona del Raval nord els restaurants, bars i hotels, amb un 45%, també són la categoria de serveis predominant, seguit d'*altres serveis personals i culturals*.

D'altra banda s'observa que al Raval sud hi ha una major diversitat de serveis.

Distribució per sectors dels serveis a les diferents zones



Donada la importància que té la branca *d'altres serveis personals i culturals*, s'ha considerat important detallar la composició d'aquest sector que suposa gairebé el 28% dels serveis. Aquest es desglossa en les següents activitats:



Altres Serveis Culturals i Personals	Total	%
Associacions	56	30,3
Perruqueria / Estètica	45	24,3
Serveis Prestats per l'Administració	16	8,6
Galeries d'Art / Arquitectes	12	6,5
Religió	12	6,5
Espectacles / Teatre	9	4,9
Assessories / Gestories	6	3,2
Fotografia	4	2,2
Tatuatges	4	2,2
Agències de Viatges	4	2,2
Biblioteques	3	1,6
Gravats	3	1,6
Sindicats	3	1,6
Altres	3	1,6
Salons recreatius	2	1,1
Sastreria	1	0,5
Serveis prestats a Animals	1	0,5
Copisteria / Impremta	1	0,5
TOTAL	185	100,0

Cal tenir en compte que al barri del Raval hi ha més de 200 entitats, que enriqueixen el teixit social i cultural. En aquest estudi, però, només se'n comptabilitzen les que tenen seu als 43 carrers objecte d'estudi.

Les associacions, les perruqueries i establiments d'estètica aglutinen gairebé el 55% d'aquesta categoria.

A continuació s'analitza el pes de les diferents categories de serveis a cada una de les 13 micro-zones d'estudi (veure quadre de la pàgina següent):

Com ja s'ha esmentat, el sector de la restauració, bars i hotelaria té un pes molt important en la tipologia de serveis a tot el territori, però especialment al Raval centre.

En el Raval nord, destaca la zona que aglutina els carrers Àngels, Bonsuccés, Pintor Fortuny, Elisabets, Doctor Dou, Xuclà i Notariat, on el 63,5% dels serveis són restaurants, bars, pensions i hotels i el carrer Tallers i la Pl. Castella on el percentatge d'aquest sector és del 47%.

Al centre, la zona del C. Sant Pau i Junta de Comerç és l'eix que aglutina en nombres absoluts el major nombre de bars i restaurants, amb un total de 37 establiments, seguit del C. Hospital (33), C. Nou de la Rambla (31), la zona del C. Riereta (28) i la Rambla del Raval (25).

Al Raval sud, el sector de la restauració i hostaleria, amb un total de 29 establiments, representa el 35,4% dels serveis de la zona.

En la tipologia de serveis cal destacar també el sector d'*Altres* a la zona del C. Riereta, Carretes, Reina Amàlia, Sant Pacià, Cera i Botella, amb un total de 15 associacions socials i culturals i 9 perruqueries, entre d'altres. A la zona dels carrers Joaquim Costa i Ferlandina destaquen un total d'11 perruqueries i 6 galeries d'art. I en el cas del C. Sant Pau, amb un total de 7 perruqueries i 6 associacions socials i culturals que, sumats a la categoria d'*altres*, representen el 29% dels serveis.



DISTRIBUCIÓ PER MICRO-ZONA DELS SERVEIS										
<div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 0.8em;"> Raval Nord</div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 0.8em;"> Raval Centre</div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; font-size: 0.8em;"> Raval Sud</div>	Restaurants, Bars i Hotels	Reparacions	Transports i Comunicacions	Finances i Assegurances	Manteniment, neteja i Protecció	Ensenyament	Sanitat i Assistència	Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	Altres Serveis Personals i Culturals	Total establiments
Tallers i Pl. Castella	47,4%	5,3%	5,3%	2,6%	0,0%	2,6%	0,0%	13,2%	23,7%	38
Joaquim Costa, Pl. Emili Vendrell i Ferlandina	37,8%	4,9%	13,4%	2,4%	2,4%	2,4%	1,2%	1,2%	34,1%	82
Àngels, Bonsucós, Elisabets, Doctor Dou, Pintor Fortuny, Notariat i Xuclà	63,5%	0,0%	1,6%	1,6%	1,6%	3,2%	0,0%	1,6%	27,0%	63
Riera Alta i Pl. del Dubte	34,8%	8,7%	13,0%	0,0%	0,0%	8,7%	0,0%	8,7%	26,1%	23
Carme i Pl. Del Padró	38,8%	2,0%	10,2%	4,1%	6,1%	4,1%	0,0%	6,1%	28,6%	49
Sant Antoni Abad	29,4%	11,8%	17,6%	0,0%	11,8%	5,9%	0,0%	0,0%	23,5%	17
Hospital i Riera Baixa	57,9%	0,0%	10,5%	8,8%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	21,1%	57
Sant Pau i Junta de Comerç	54,4%	4,4%	5,9%	0,0%	2,9%	1,5%	0,0%	1,5%	29,4%	68
Unió, Marqués de Barberà, Sta. Margarida i Penedides	31,8%	4,5%	9,1%	0,0%	4,5%	0,0%	4,5%	18,2%	27,3%	22
Nou de la Rambla	58,5%	3,8%	7,5%	1,9%	1,9%	0,0%	0,0%	1,9%	24,5%	53
Riereta, Carretes, Reina Amàlia, Sant Pacià, Cera i Botella	34,6%	9,9%	7,4%	0,0%	1,2%	1,2%	1,2%	2,5%	42,0%	81
Rambla del Raval	62,5%	5,0%	15,0%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	12,5%	40
Raval Sud (14 carrers)	35,4%	8,5%	11,0%	1,2%	2,4%	3,7%	2,4%	12,2%	23,2%	82
Total establiments	311	34	62	14	15	15	5	32	187	675

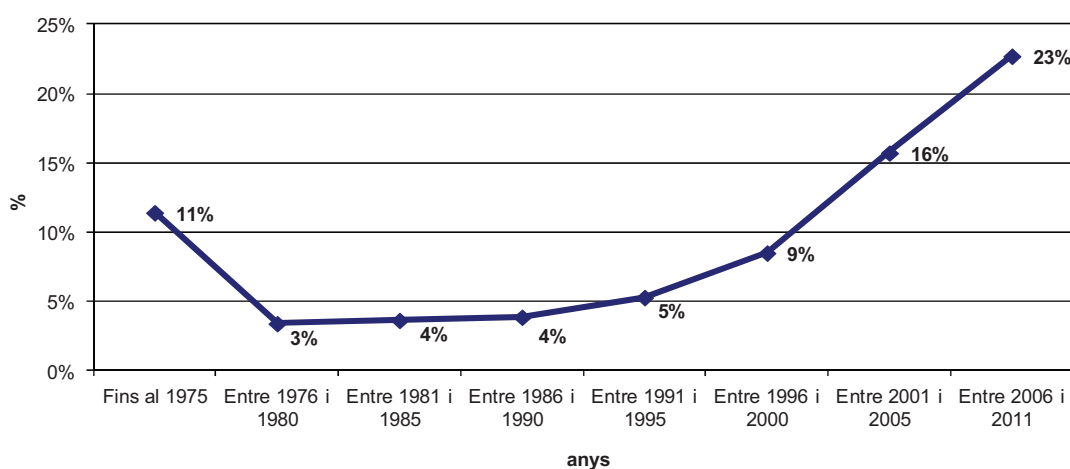
3.4.3. Característiques dels comerços i serveis

En aquest apartat es presenten els resultats de l'anàlisi sobre els següents aspectes: l'any d'obertura segons el propietari actual, l'existència de retolació i l'idioma utilitzat en aquesta, l'accessibilitat dels locals, l'oferta comercial que es pot trobar en caps de setmana, les facilitats de pagament dels comerços, els ingressos provinents del turisme i el nivell de satisfacció vers el funcionament del negoci.

3.4.3.1. Any d'Obertura

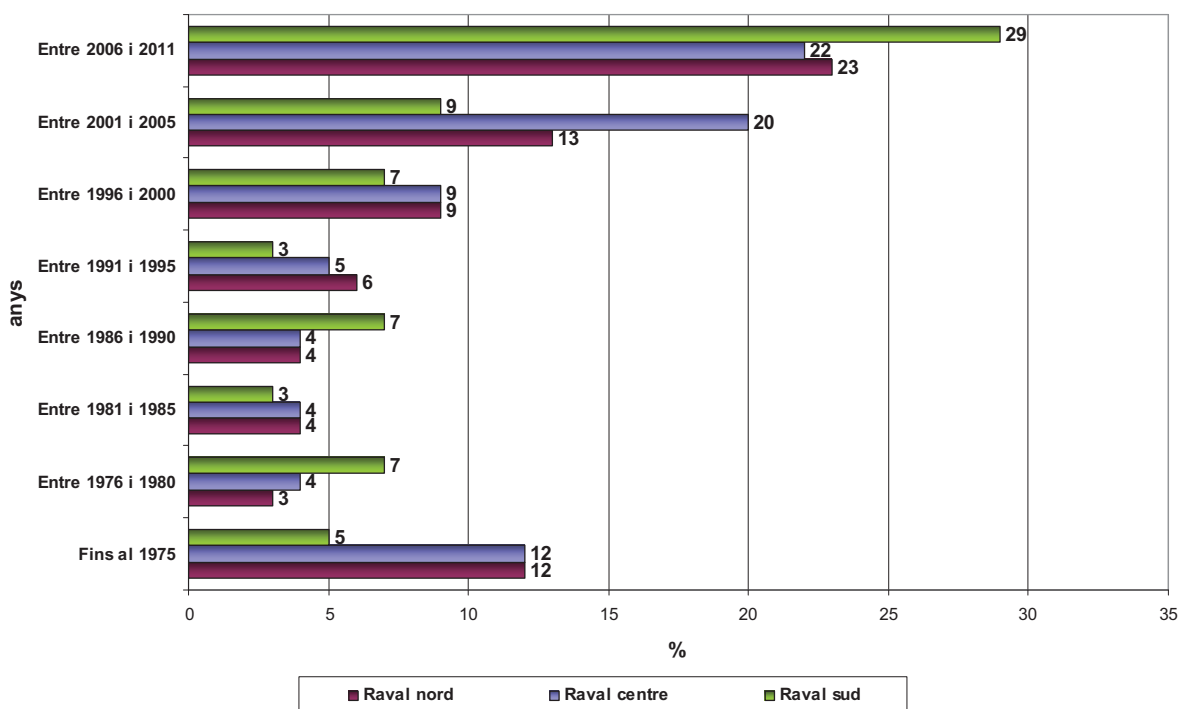
Si s'observa l'any d'obertura dels establiments comercials del barri del Raval, es constata que, del total de comerços i serveis en actiu analitzats, un total de 1275, **gairebé el 40% s'han obert o traspassat en els darrers 10 anys**, dada que mostra una alta rotació. D'altra banda, el 15% d'establiments tenen una antiguitat superior als 30 anys (190 establiments).

Anys d'obertura dels establiments



Si realitzem el mateix anàlisi per zones observem que la ubicació dels establiments al barri no té una correlació directa amb l'antiguitat dels negocis i, per tant, no trobem diferències significatives entre zones.

Anys d'obertura dels establiments per zona

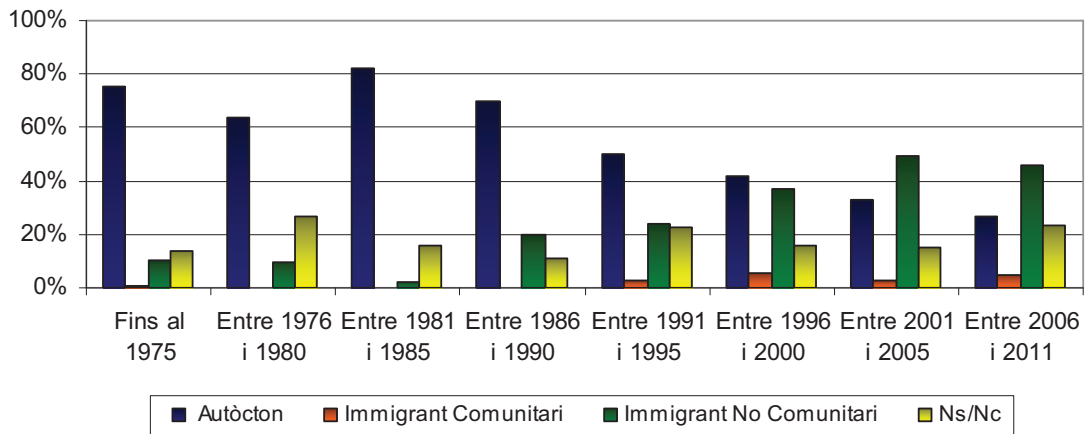




Cal posar en relleu que **prop del 30% dels establiments del Raval Sud han obert les seves portes en els darrers 4 anys**, un percentatge tímidament superior al de la resta de zones, però que en termes absoluts suposa un total de 29 nous establiments.

Per tal de conèixer quins són els nous empresaris del barri s’han creuat les dades extretes sobre l’antiguitat dels comerços i l’origen dels seus comerciants:

Any d'obertura dels establiments per origen

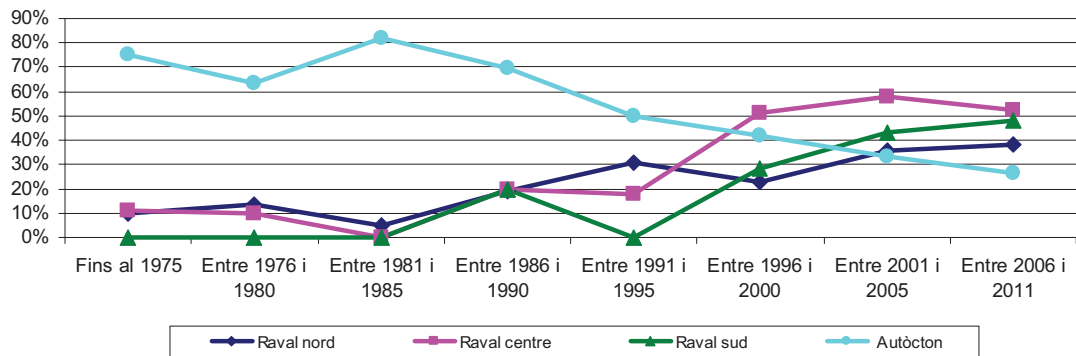


Com podem observar en el gràfic anterior, **la tendència d’obertura de nous locals per part d’empresaris autòctons és decreixent des dels anys 80 fins a l’actualitat**.

D’altra banda, es pot apreciar que **en els darrers 10 anys el creixement del nou empresariat d’origen immigrant no comunitari ha superat el rati d’obertura d’establiments de la resta d’origens**, autòctons i immigrants comunitaris.

Si s’analiza el gràfic següent, veiem clarament quina és l’evolució de l’obertura de nous locals d’origen immigrant no comunitari en les diferents zones del barri i com aquestes tendències es diferencien de la mitjana d’obertura d’establiments d’origen autòcton, que decreix fins a representar el 26,5% de les noves obertures al 2011.

Obertura de nous establiments d’origen immigrant no comunitari per zona



En relació al comportament de l'empresariat immigrant d'origen no comunitari en els darrers 10 anys, **cal destacar la creixent obertura de nous establiments d'origen asiàtic (Pakistan, India i Bangladesh majoritàriament)**, especialment en la zona del Raval centre i Raval nord, que representen el 47% i 28% respectivament del total de comerços immigrants.

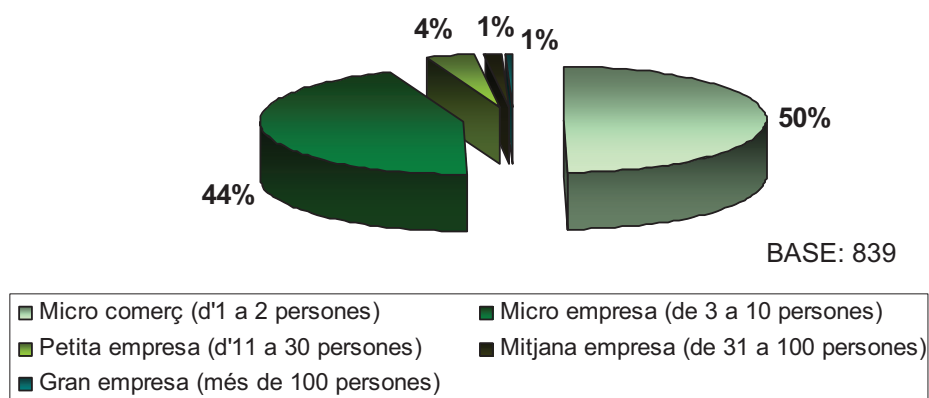
En termes absoluts, el nombre d'establiments de nova obertura d'origen africà i americà són molt similars tant a la zona Centre com al Raval Nord.

3.4.3.2. Estructura empresarial dels establiments per número de treballadors/es

En funció del nombre de treballadors/es classifiquem els establiments en: micro-comerç (d'1 a 2 persones), micro-empresa (de 3 a 10 persones), petita empresa (d'11 a 30 persones), mitjana empresa (de 31 a 100 persones) i gran empresa (més de 100 persones).

Com podem observar en el següent gràfic, **els comerços i serveis del Raval analitzats són de petit format: el micro-comerç representa gairebé el 50%, seguit de la micro-empresa, amb el 44%**, essent la resta de formats molt residuals i concentrats en determinats sectors, com és el cas de l'hostaleria.

Estructura empresarial per nombre de treballadors



Per sexe, s'observa que el pes dels homes en el micro-comerç i les micro-empreses és substancialment superior al de les dones. Detectem, per tant, **que la presència de la dona en els comerços i serveis és més elevada en les empreses de major tamany**, tal com es constata en el quadre següent:

Tipologia de comerç / servei	Treballadors/es	
	Dones	Homes
Micro comerç (d'1 a 2 persones)	32%	68%
Micro empresa (de 3 a 10 persones)	41%	59%
Petita empresa (d'11 a 30 persones)	53%	47%
Mitjana empresa (de 31 a 100 persones)	69%	31%
Gran empresa (més de 100 persones)	50%	50%

Creuant aquestes dades amb l'origen dels propietaris/es, en resulta que **els comerços regentats per empresaris d'origen immigrant no comunitari tenen unes característiques molt micro**: un 75% dels locals tenen entre 1 i 2 treballadors/es, mentre que un 24% consten d'un equip entre 3 i 10 persones.

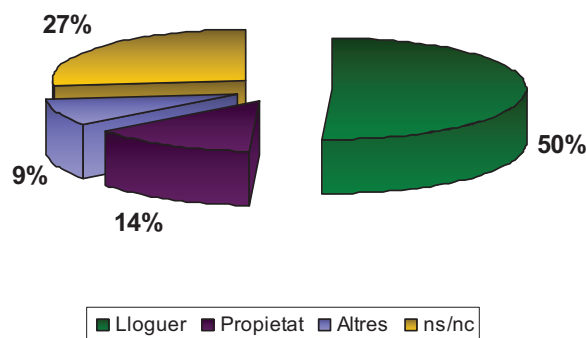
Tipologia de comerç / servei	Orígen Treballadors/es (%)		
	Autocton	Immigrant Comunitari	Immigrant No comunitari
Micro comerç (d'1 a 2 persones)	55,2%	36,4%	75,1%
Micro empresa (de 3 a 10 persones)	39,4%	57,6%	24,4%
Petita empresa (d'11 a 30 persones)	4,5%	6,1%	0,5%
Mitjana empresa (de 31 a 100 persones)	0,9%	0,0%	0,0%
Gran empresa (més de 100 persones)	0,0%	0,0%	0,0%

En els comerços i serveis regentats per autòctons també tenen un fort pes el comerç d'1 ó 2 treballadors (55%) i la micro-empresa de fins a 10 treballadors (38%).

3.4.3.3. Règim del Local

La meitat dels establiments enquestats estan amb règim de lloguer i **tan sols el 14% són de propietat**.

Règim dels locals



Les diferències entre zones no són significatives però sí que s'ha detectat diferències pel que fa al règim del local en funció de l'origen del propietari/a.

En termes absoluts **el nombre de locals en propietat per part dels autòctons triplica a aquells d'origen estranger**. En termes percentuals els locals de propietat dins del col·lectiu autòcton representen un 24%, mentre que en el col·lectiu immigrant és del 9%, en el cas dels no-comunitaris i d'un 4% pel que fa als immigrants comunitaris.

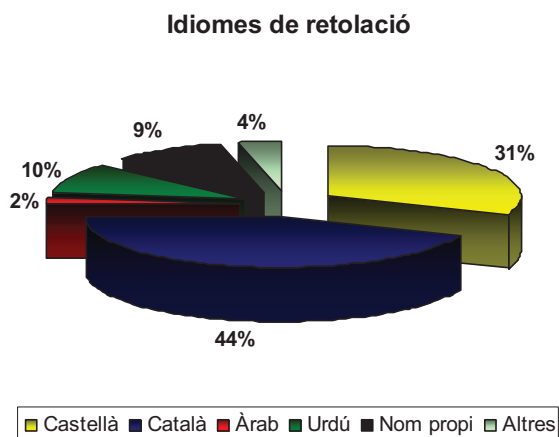
3.4.3.4. Retolació

L'anàlisi de la retolació dels establiments ens diu que **una gran majoria dels establiments, el 93%, compten amb algun tipus de rètol**.

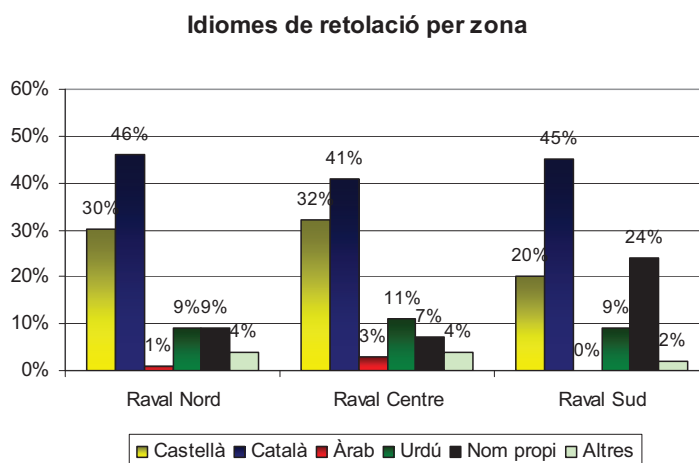
S'observa que, tant al nord, al centre com al sud, existeix majoritàriament senyalització i/o identificació dels establiments comercials i, per tant, no hi ha diferències significatives entre zones.

3.4.3.5. Idioma de Retolació

Tal com observem en el següent gràfic, **el català és l'idioma de retolació del 44% dels establiments del barri amb rètol**, seguit del castellà amb el 31%.

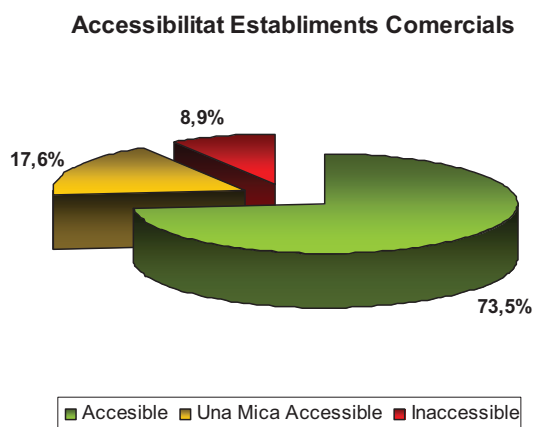


Per zones, el Raval nord i el Raval sud tenen els majors percentatges d'establiments retolats en català, tot i que no hi ha diferències significatives.



3.4.3.6. Accessibilitat⁵

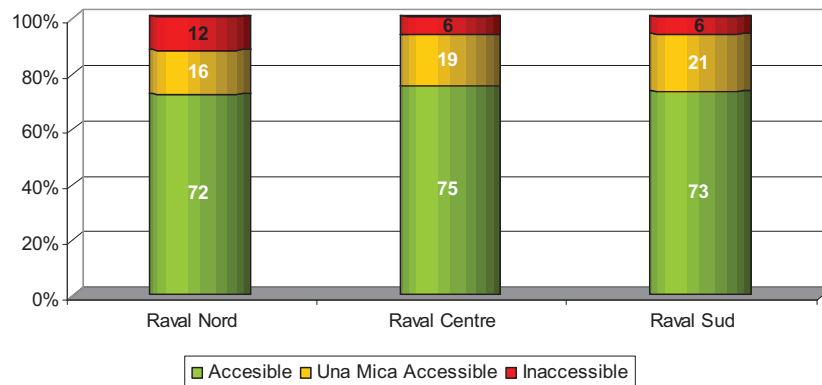
Tot i les característiques urbanístiques del barri (amplada dels carrers, voreres...) **gairebé ¾ parts dels locals tenen condicions òptimes d'accessibilitat** (73,5%). Un 18% presenten certa dificultat d'accessibilitat i només un 9% són inaccessibles.



⁵ Els criteris d'accessibilitat s'han establert des de la vorera del carrer fins als comerços (Veure Annex 2)

Si fem l'anàlisi per zones, observem que el major percentatge de comerços amb facilitats d'accés es troba al Raval centre, però sense grans diferències amb el Raval nord i sud.

Accessibilitat per zones

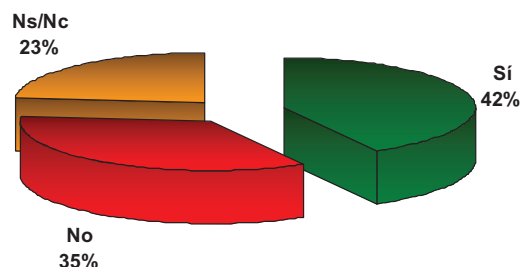


D'altra banda, tenint en compte que la mostra d'establiments de les zones nord i centre són molt similars, és destacable el fet que el Raval nord aglutini el 50% dels establiments inaccessibles del barri.

3.4.3.7. Formes de pagament ofertes pels comerços

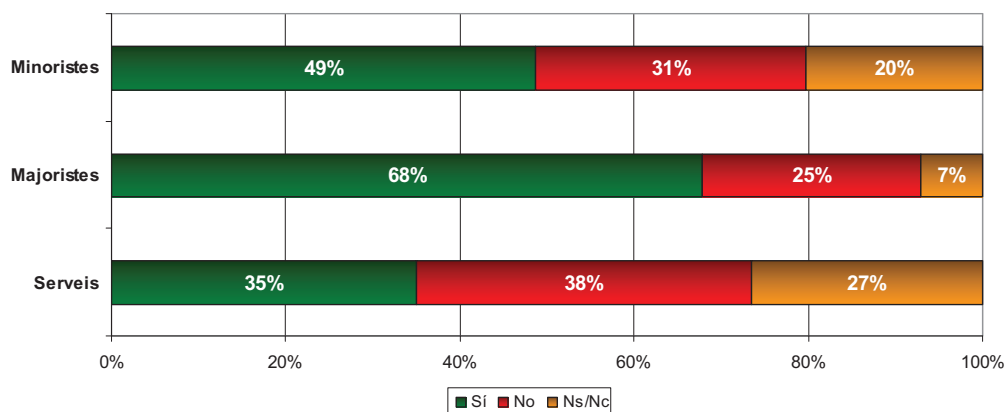
Tan sols **un 42% dels establiments enquestats afirma tenir el servei de pagament amb targeta.**

Possibilitat de pagament amb targeta



Per tipologia d'establiment cal destacar, com ja s'havia observat en estudis anteriors, el **baix percentatge de serveis que possibiliten el pagament amb targeta**, en concret un 35%, en comparació amb el comerç majorista i minorista amb el 68 i 49% respectivament.

Possibilitat de pagament amb targeta per tipologia d'establiment



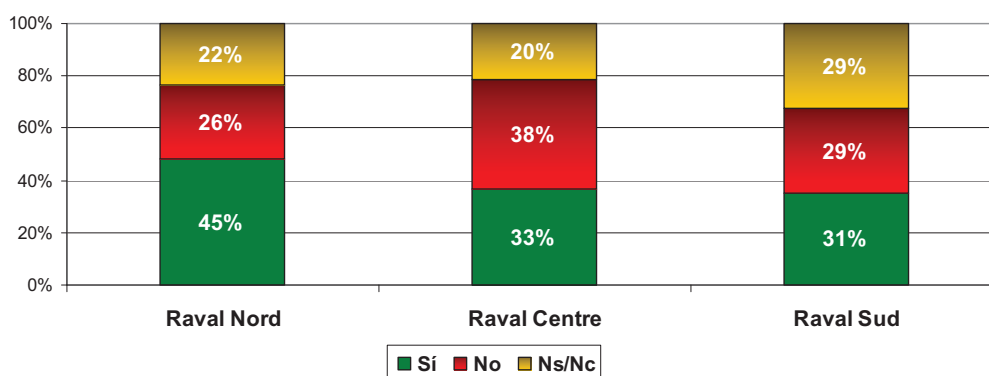
Val a dir que en el cas dels serveis, **el 46% dels bars, hotels i restaurants enquestats faciliten el pagament amb targeta.**

Dins del comerç minorista cal destacar el tèxtil, calçat i pell que es desmarca de la mitjana de la seva categoria amb un 68% d'establiments amb possibilitat de pagament amb targeta.

Per zones, com es pot observar al gràfic següent, cal destacar el Raval nord amb un percentatge d'establiments que accepten targeta del 45%, 3 punts per sobre de la mitjana del barri.

Per altra banda, el Raval centre compta amb un 38% dels seus locals que afirmen no disposar del mecanisme per pagar amb targeta.

Possibilitat de pagament amb targeta per zona



3.4.3.8. Nivell d'utilització del pagament amb targeta de crèdit /dèbit

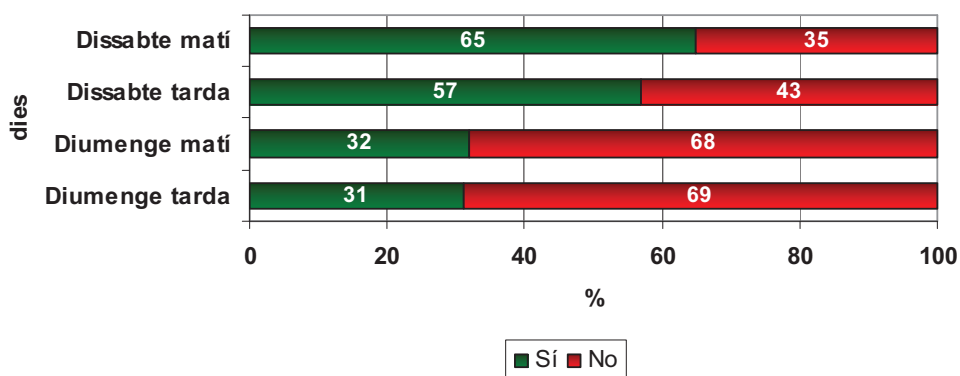
En els establiments del Raval un **32% dels pagaments**, com a mitjana, **són efectuats amb targeta.**

Per zones, en els comerços i serveis del Raval nord és on la gent utilitza més la targeta de crèdit (amb un 37% de pagaments efectuats amb aquest servei) seguit del Raval Sud (amb un 35%) i del Raval Centre (amb un 27%).

3.4.3.9. Obertura en caps de setmana

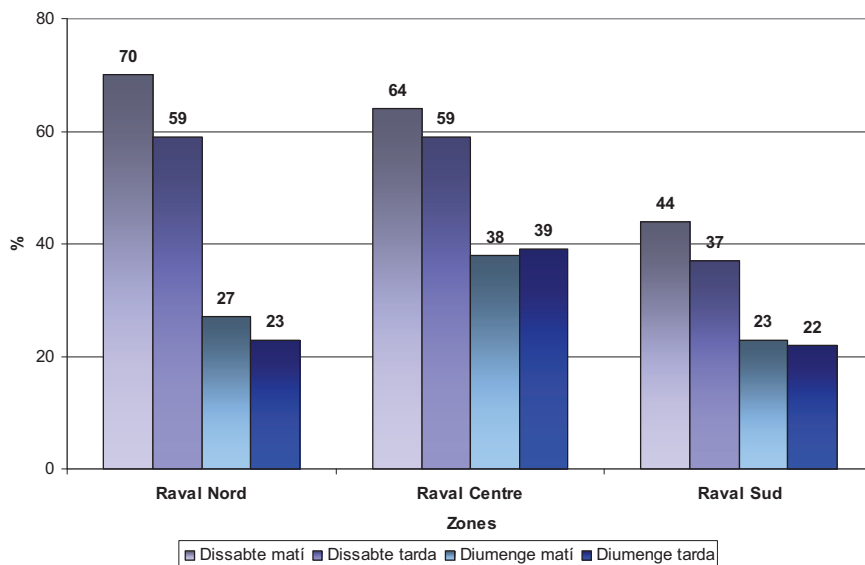
El 65% dels establiments del barri obren els dissabtes al matí. Un 57,3% també ho fa el dissabte a la tarda. En el cas dels diumenges, un 32% dels locals obren al matí i un 31% ho fan també a la tarda.

Obertura establiments en cap de setmana



Per zones, el Raval Nord destaca per tenir hi ha un percentatge més elevat de comerços que obren el dissabte tarda, un 72% en front d'un 65% del Raval Sud.

Obertura d'establiments en cap de setmana per zones



3.4.3.10. Ingressos per turisme

La **mitjana dels ingressos provinents del turisme al barri**, segons declaracions dels comerciants enquestats, és del **16%**.

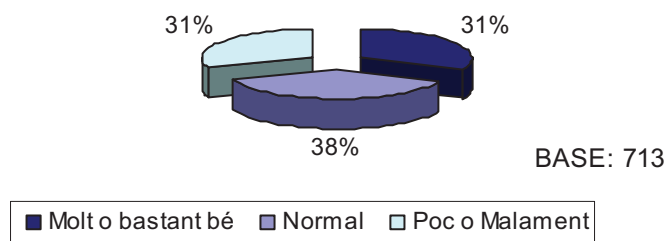
Aquesta xifra oscil·la lleugerament si fem l'anàlisi per zones. Així doncs, en el Raval nord, el pes del turisme en els seus ingressos és del 19%, 17% en el cas del Raval centre i un 13% al Raval sud.

3.4.3.11. Nivell de satisfacció sobre el funcionament del negoci

En aquest estudi, a diferència de l'Estudi Econòmic i Comercial del Raval 2006-2007", s'ha incorporat una pregunta als propietaris en relació a la satisfacció vers el funcionament del seu negoci.

De les respostes obtingudes observem un equilibri a l'hora de fer aquesta valoració: pràcticament **el 33% dels empresaris afirmen que el negoci els hi va "molt o bastant bé" ó "Poc o Malament"**, mentre que el 38% considera que el seu negoci funciona amb normalitat.

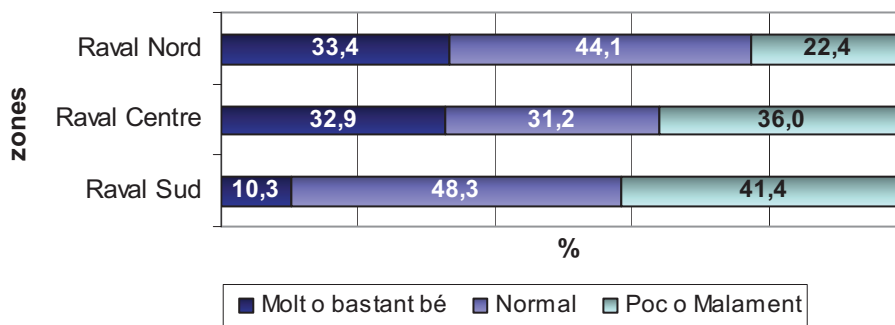
Valoració del funcionament del negoci





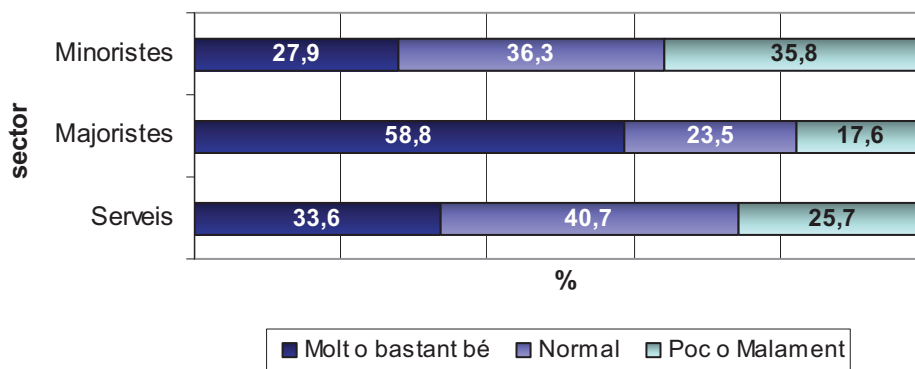
Per zones, observem que el nivell de satisfacció dels empresaris enquestats augmenta com més al nord es troba el seu establiment.

Valoració del funcionament del negoci per zones



Per sector, se'n desprèn que majoristes i serveis tenen una millor percepció del funcionament del seu negoci, en comparació amb el comerç minorista.

Valoració del funcionament del negoci per sectors

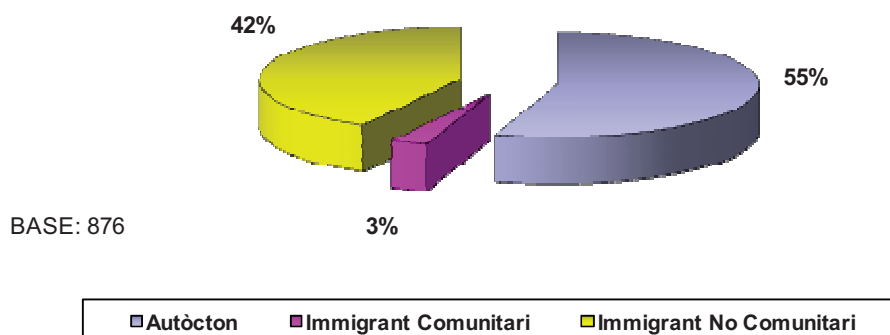


3.4.4 Característiques dels propietaris

3.4.4.1. Origen

Del total de comerços del Raval, un 55% són empresaris d'origen autòcton i un 45% d'origen immigrant.

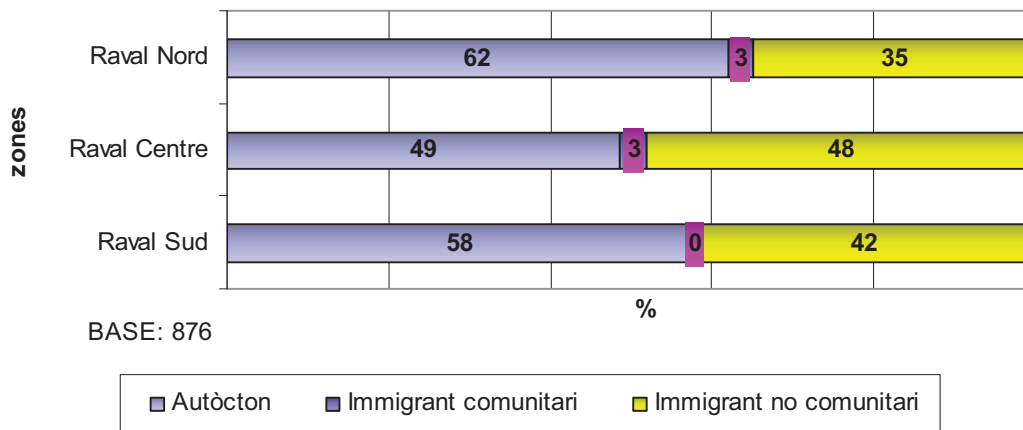
Origen dels propietaris/es



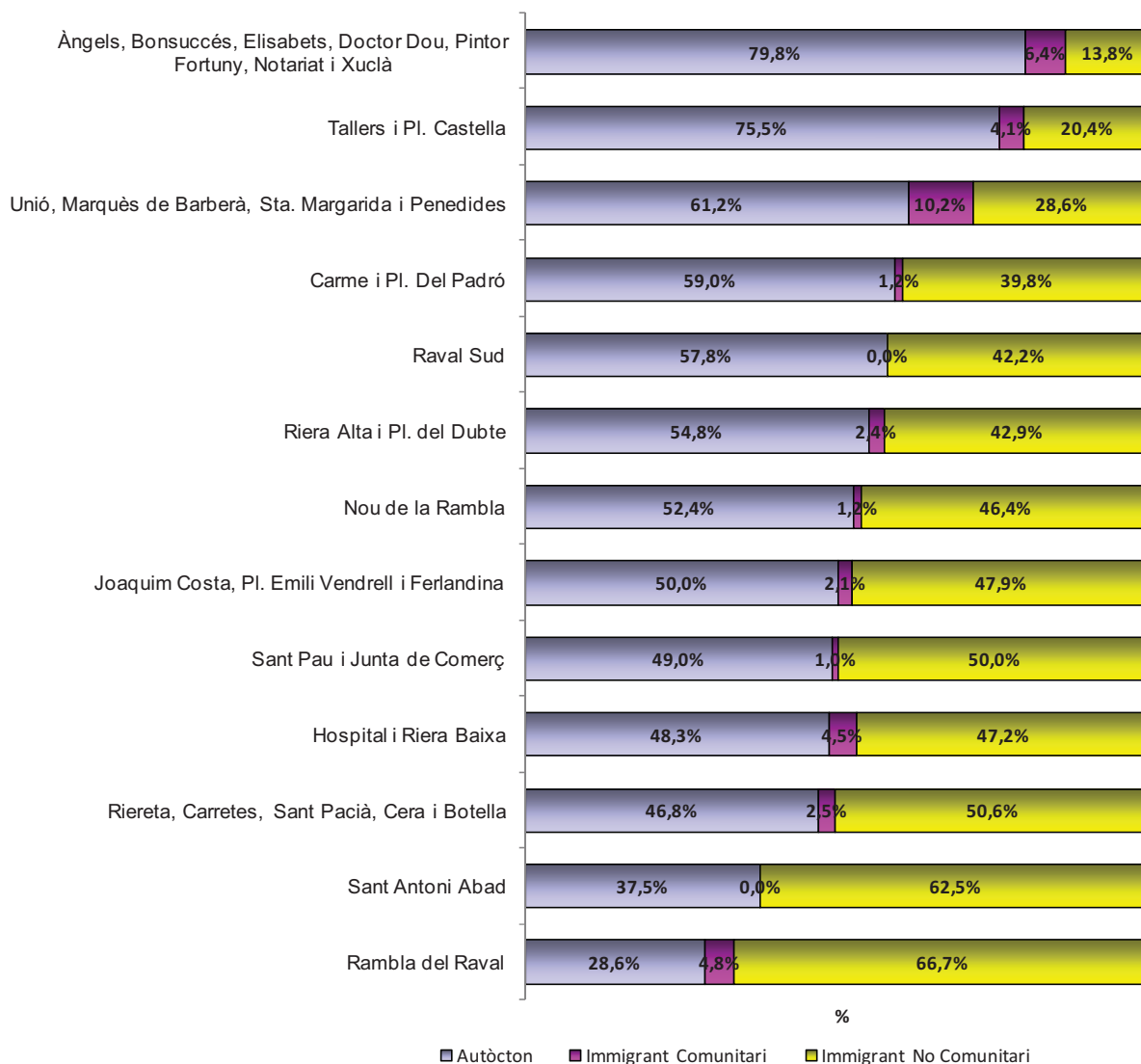


Per zones, s'observa com a la part Centre del barri existeix un equilibri pel que fa a la presència de comerciants autòctons i aquells d'origen immigrant no-comunitari. En el cas del Raval nord els empresaris autòctons regenten el 62% dels comerços i serveis de la zona, un 24% més d'establiments que en el cas dels empresaris estrangers.

Origen dels propietaris/es per zones

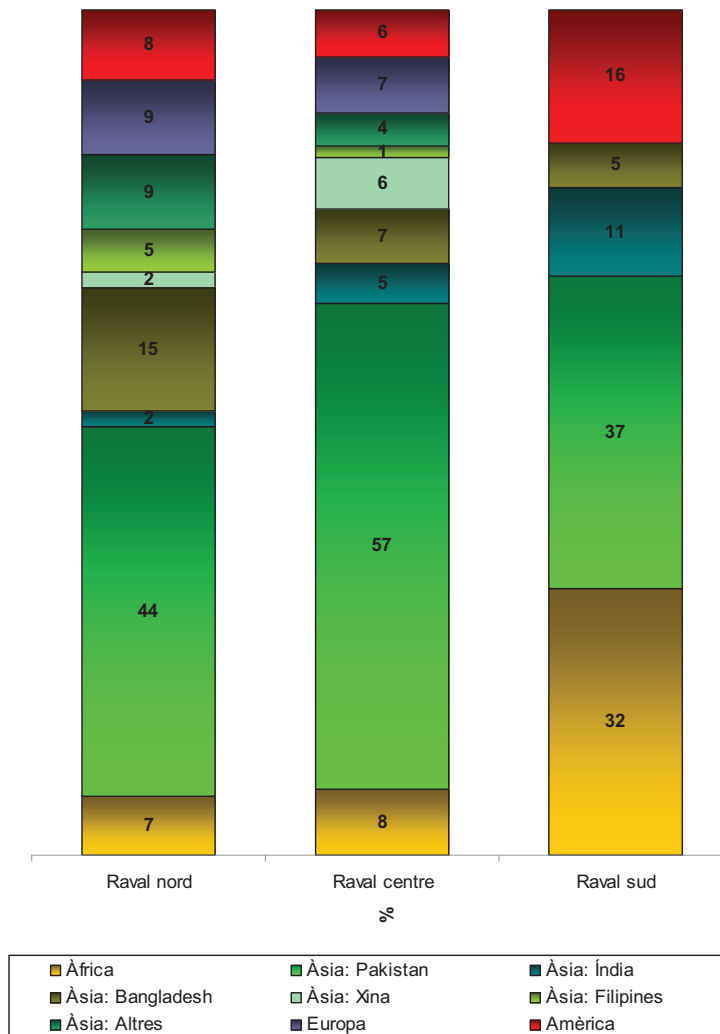


Origen els propietaris/es per micro-zones



Si analitzem la procedència dels empresaris no autòctons per zones observem que al Raval Nord i Raval Centre es concentra una majoria de comerciants provinents del continent asiàtic, en la seva majoria del Pakistan, Índia i Bangladesh. En aquestes zones la presència d'empresaris d'origen africà i americà no supera el 15%. Al Raval Sud, malgrat tenir poc pes en termes absoluts, el percentatge de comerços del continent africà és proper al 30%, destacant especialment el Marroc, i en el cas d'Amèrica els empresaris llatinoamericans en representen el 13%. Per últim destacar la baixa presència d'empresaris immigrants comunitaris.

Origen per continents dels propietaris/es immigrants

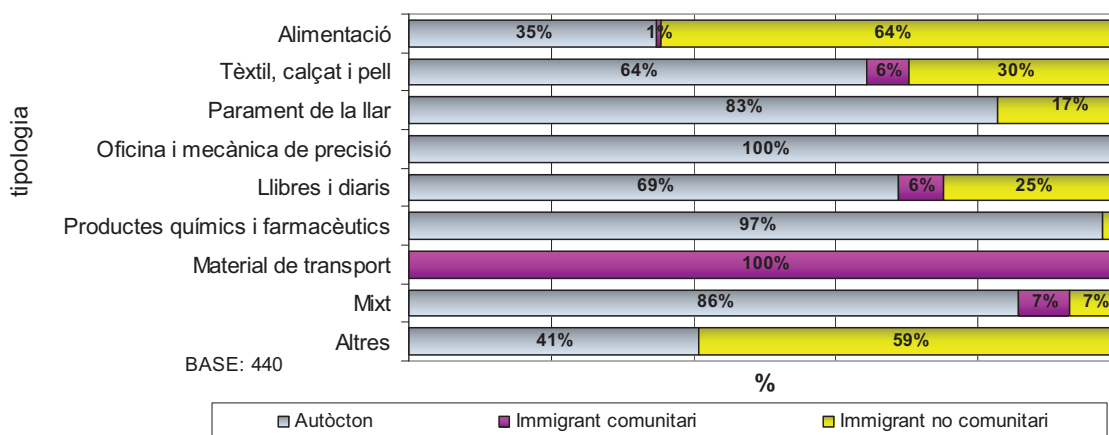


Si analitzem l'origen dels propietaris **per categoria de comerç minorista que regenten**, veiem que els immigrants no comunitaris destaquen per tenir una alta presència en el sector alimentari (64%) i en el d'*altres* (59%), en què destaquen les botigues de mòbils i basars. Els comerciants d'origen immigrant comunitari destaquen amb un 100% en la categoria de Materials de Transport. Aquesta dada, però, no és significativa donat el baix nombre d'establiments d'aquesta categoria al barri.

Per la seva banda, els autòctons concentren alts percentatges en la resta de sectors, productes químics i farmacèutics, llibres i diaris, mixte, etc.



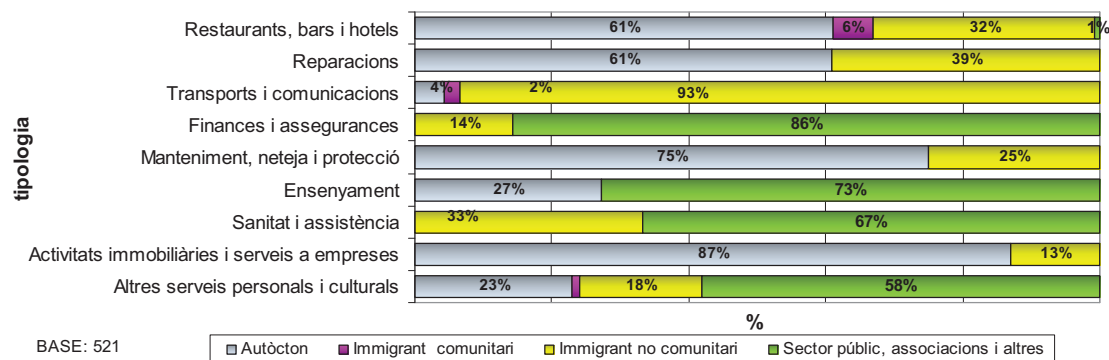
Origen del comerciant per tipologia de comerç minorista



D'altra banda, fent el mateix anàlisi ara **per categoria de servei** que regenten, veiem que els immigrants no comunitaris destaquen amb un 83% en la categoria de Transports i Comunicacions amb format de locutoris i empreses d'enviament de diners. També cal destacar la seva presència en reparacions, sanitat i assistència (38% i 33%).

En el cas dels bars, restaurants, hotels i reparacions els comerciants d'origen Immigrant no comunitari són propietaris d'1/4 d'aquests serveis. El comerciant autòcton té una alta presència en les activitats immobiliàries i serveis a empreses (63%), gairebé un 50% en el sector de la restauració i reparacions (41%).

Origen del comerciant per tipologia de servei



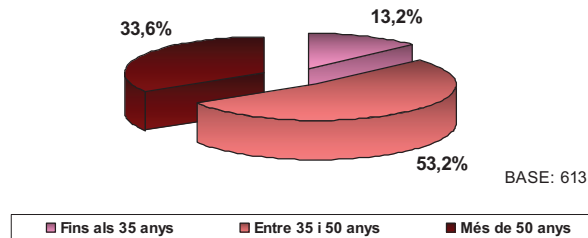
Per últim, cal destacar que en el sector serveis hi ha tota una sèrie de categories (Finances i assegurances, Ensenyament, Sanitat i Altres Serveis personals i culturals) que es caracteritzen per ésser serveis públics, associacions i/o altres formats que no pertanyen a cap classificació d'origen concret.

En el cas del comerç majorista, el 72% dels seus propietaris són autòctons i un 17% d'origen estranger.

3.4.4.2. Edat

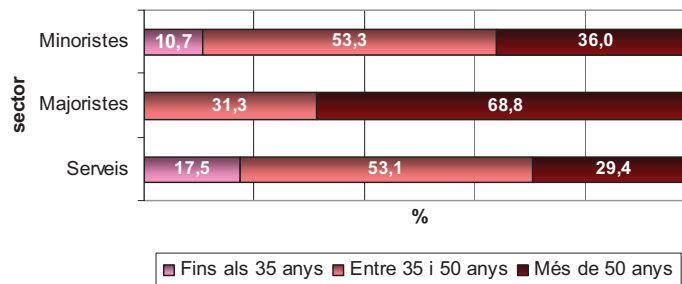
Més de la meitat dels propietaris/es dels comerços i establiments del barri analitzats **tenen una edat compresa entre els 36 i els 50 anys**, seguit d'un 33,6% que tenen més de 50 anys. El percentatge d'empresaris de perfil jove (fins a 35 anys) és només del 13,2%.

Edat dels propietaris/es



Si analitzem l'edat dels comerciants en funció del sector, veiem que no hi ha grans diferències. Destacar els serveis pel fet de tenir el perfil empresarial més jove i el comerç majorista que, pel contrari, està representat en un 69% per persones de més de 50 anys.

Edat dels empresaris/es per sector



Les diferències d'edat entre zones i per origen no són significatives.

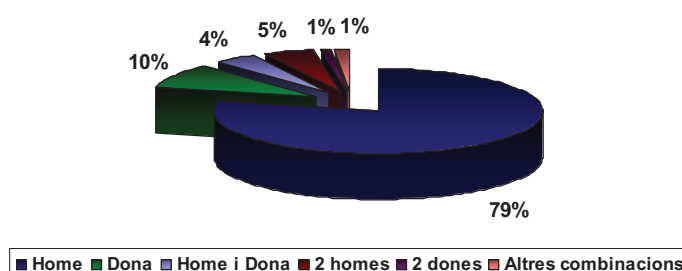
3.4.4.3. Sexe

De les respostes obtingudes pel que fa al sexe dels propietaris/es dels comerços i serveis del Raval, cal destacar la baixa presència de dones en la gerència i/o propietat de comerços i serveis, que es calcula en un 15%.

Per zones, s'observa que el pes de la dona en les estructures empresarials augmenta al Raval nord, on representa el 22%, es redueix a la meitat al Raval centre i és gairebé nul al Raval sud.

En el gràfic següent s'analitza l'estructura empresarial dels comerços i serveis en funció de si estan formades per 1 home, 1 dona, 1 home i 1 dona, 2 homes, 2 dones o altres combinacions:

Estructura empresarial per gènere dels propietaris/es (%)



3.4.5 Característiques dels Clients

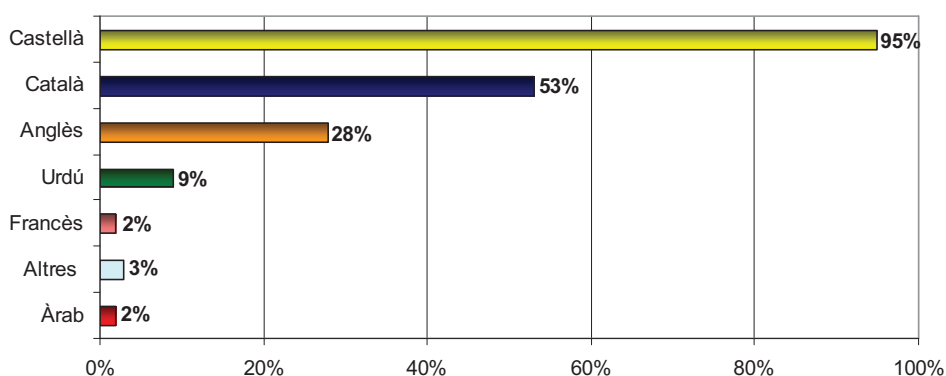
3.4.5.1. Idioma utilitzat pel client⁶

El castellà, amb un 95%, és l'idioma més parlat pels clients a l'hora de dirigir-se als comerciants, seguit del català, amb un 53%.

Destacar també el nombre de comerços on la gent parla en anglès (28%).

Més distanciat trobem els idiomes oficials del Pakistan (l'urdú), i per últim trobem el francès i l'àrab. La resta són encara més minoritaris i es troben a la categoria d'altres.

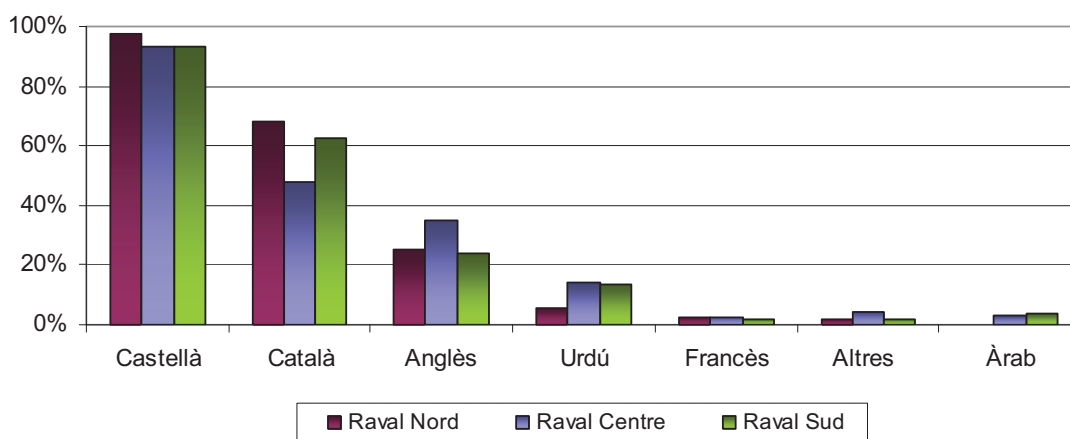
Idioma utilitzat per la clientela



El castellà és la llengua vehicular pràcticament a la totalitat del territori.

El català, per la seva banda, és present al 68% dels establiments situats al nord. Cal destacar el Raval Centre on tan sols el 48% de la clientela utilitzen el català i augmenta la utilització d'altres idiomes com l'anglès i l'urdú.

Idioma utilitzat per la clientela per zones



⁶ Pregunta multi-resposta

3.5 Evolució de l'oferta comercial

En el present apartat analitzem l'evolució de l'oferta comercial del Raval (Comerç minorista i Serveis). Per tal de poder fer una comparativa amb els estudis ja realitzats per la Fundació Tot Raval (anys 2006-2007, 2005 i anys anteriors) n'hem adaptat la mostra⁷.

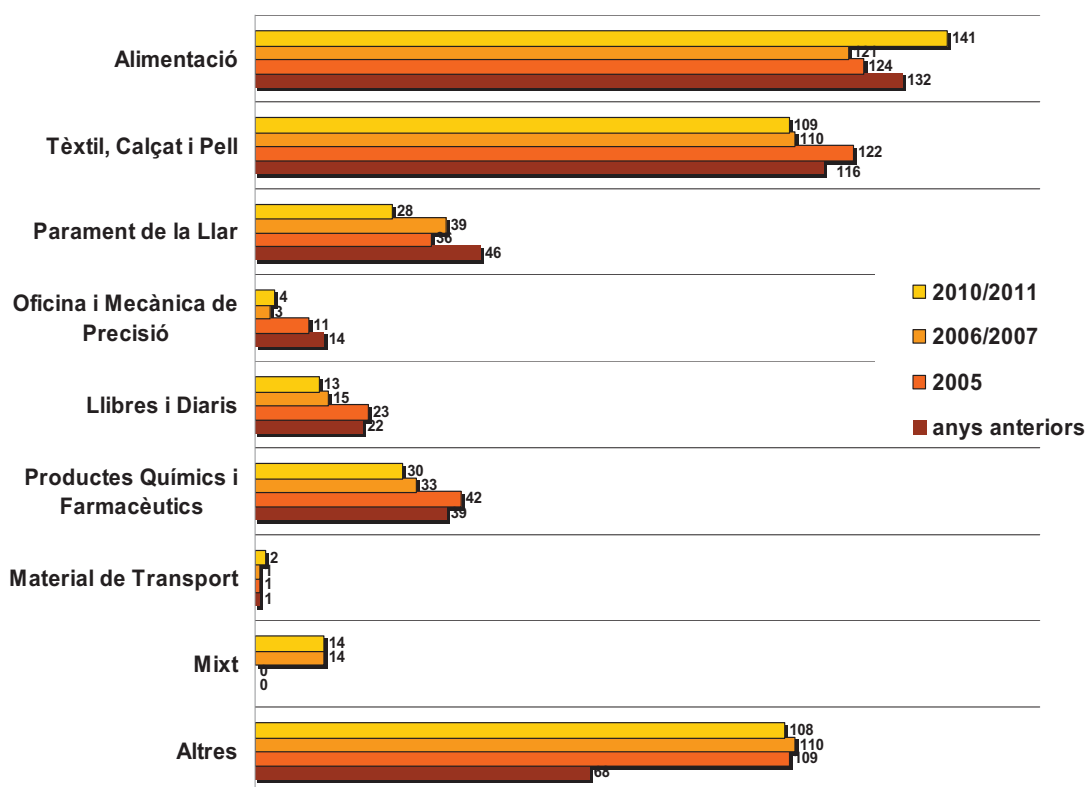
3.5.1 Comerç minorista

A continuació s'analitza l'evolució del comerç minorista al llarg dels darrers 7 anys (2005-2011). En termes generals s'observa una **disminució del 4%**, respecte al 2005, **en la presència del comerç minorista al barri**.

Com podem observar en el gràfic següent, l'alimentació és la única categoria dins el comerç minorista que ha experimentat un augment, tot i que moderat, en relació a les dades recollides en els darrers estudis, concretament del 14% des del 2005.

Si observem la tendència pel que fa al tancament o traspàs d'establiments de comerç minorista des del 2005, cal destacar la davallada de comerços dedicats a la venda de llibres i diaris (-43,5%), productes químics i farmacèutics (-29%), parament de la llar (-22%), i tèxtil calçat i pell (-10%).

Evolució del Comerç Minorista



⁷ Hem tingut en compte només 16 carrers dels 41 analitzats en el present estudi. Els carrers són els següents: C. Tallers, C. Joaquim Costa, C. Riera Alta, C. Ferlandina, C. Elisabets, C. Carme, C. Riera Baixa, C. Hospital, C. Sant Pau, C. Unió, C. Marquès de Barberà, C. Nou de la Rambla, Rambla del Raval, C. Riereta, C. Carretes, C. Sant Pacià i C. Reina Amàlia.

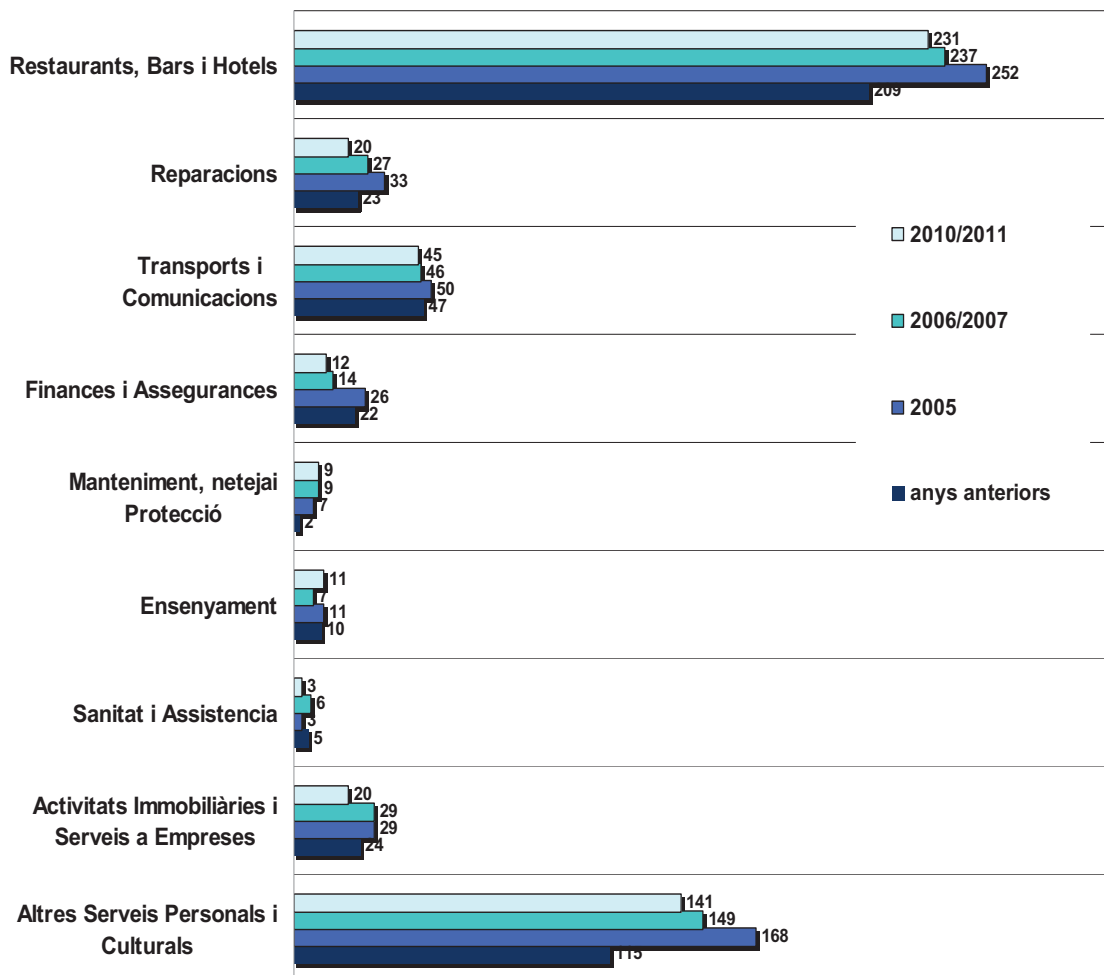
3.5.2 Serveis

A continuació s'analitza l'evolució dels serveis al llarg dels darrers 7 anys (2005-2011). En termes generals s'observa una **disminució del 15%**, respecte al 2005, **en la presència dels serveis al barri.**

Així, es dona un decreixement moderat en els sectors dels Restaurants, Bars i Hotels (-8%) Transports i Comunicació (-10%) i d'Altres Serveis Personals i Culturals (-16%).

La davallada més significativa es produeix en les Finances i les Assegurances, del 53,8% en els darrers 7 anys, les reparacions (-39%) i les Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses (-31%).

Evolució dels Serveis



3.6 Conclusions de l'oferta comercial

El Raval és un barri amb una **elevada activitat econòmica i comercial**: un **74% dels locals estan en actiu o en rehabilitació**.

Els sectors principals que formen l'**oferta del Raval són els serveis i el comerç minorista** que representen el 53% i el 44,7% dels establiments respectivament. El comerç majorista és tan sols del 2,3% i es concentra en la zona centre.

Al Raval centre i al Raval sud, especialment en aquest darrer, la presència dels serveis és substancialment superior a la dels comerços. El Raval centre aglutina el 80% dels comerços majoristes del barri i el 48% dels seus serveis.

Del **comerç minorista**, destaca l'elevada presència de 3 sectors: l'alimentació (35%); el tèxtil, calçat i pell (21%) i altres (24%).

Dels serveis cal posar en relleu l'alta predominància del sector de la restauració-hosteleria (46%), seguit de la categoria d'altres serveis personals i culturals (28%).

Característiques dels establiments:

Del total de comerços i serveis en actiu analitzats, un total de 1275, gairebé el 40% s'han obert o traspassat en els darrers 10 anys.

En els darrers 10 anys el creixement del nou empresariat d'origen immigrant no comunitari ha superat el rati d'obertura d'establiments de la resta d'origens, autòctons i immigrants comunitaris. La tendència d'obertura de nous locals per part d'empresaris autòctons és decreixent des dels anys 80 fins a l'actualitat, representant el 26,5% del total de noves obertures al 2011.

Cal destacar la **creixent obertura de nous establiments d'origen asiàtic** (Pakistan, India i Bangladesh majoritàriament), que representen el 47% a la zona del Raval Centre i el 28% al Raval Nord.

Els comerços i serveis del Raval són de **petit format**: el micro-comerç representa gairebé el 50%, seguit de la micro-empresa, amb el 44%, essent la resta de formats molt residuals i concentrats en determinats sectors, com és el cas de l'hostaleria.

La meitat dels establiments enquestats estan amb **règim de lloguer** i tan sols el 14% són de propietat.

D'altra banda una gran majoria dels establiments, **el 93%, compten amb algun tipus de rètol**. El català és l'idioma de retolació del 44% dels establiments del barri amb rètol, seguit del castellà amb el 31%.

Tot i les característiques urbanístiques del barri (amplada dels carrers, voreres...) gairebé **¾ parts dels locals tenen condicions òptimes d'accessibilitat** (73,5%).

Tan sols un **42% dels establiments** enquestats afirma tenir el **servei de pagament amb targeta**, mentre que la mitjana d'utilització del servei de pagament amb targeta de crèdit al Raval és del 32%.



El 65% dels establiments del barri obren els dissabtes al matí. Un 57,3% també ho fa el dissabte a la tarda. En el cas dels diumenges, un 32% dels locals obren al matí i un 31% ho fan també a la tarda.

La **mitjana dels ingressos provinents del turisme** al barri, segons declaracions dels comerciants enquestats, és del **16%**.

El 38% dels empresaris afirmen que el negoci funciona amb normalitat, davant un 31% que valoren el seu funcionament com a "molt o bastant bé", i el 31% restant que es decanten pel "Poc o Malament".

Característiques dels propietaris:

Del total dels comerços enquestats, un **55% són d'empresaris d'origen autòcton i un 42% d'origen immigrant.**

Més de la meitat dels propietaris/es dels comerços i establiments del barri analitzats tenen una edat compresa entre els **36 i els 50 anys.**

Destaca una baixa **presència de dones en la gerència i/o propietat de comerços i serveis**, que es calcula en un **15%**.

El Castellà, amb un 95%, **és l'idioma més parlat pels clients** a l'hora de dirigir-se als comerciants, **seguit del Català, amb un 53%.**

Evolució de l'oferta comercial:

En termes generals s'observa una **disminució del 4%**, respecte al 2005, **en la presència del comerç minorista al barri i d'un 15%, en el cas dels serveis.**

3.6.1 Quadres resum de l'oferta comercial

		Raval Nord		Raval Centre		Raval Sud		Total	
		#establiments	%	#establiments	%	#establiments	%	#establiments	%
Estat dels locals	En Actiu	564	85	610	72	100	45	1274	73,6
	Tancat	68	10	185	22	105	47	358	20,7
	De Traspàs	11	1,7	12	1,4	11	5	34	2
	Magatzem	20	3	35	4,1	6	2,7	61	3,5
	En Rehabilitació	2	0,3	2	0,2	0	0	4	0,2
	TOTAL	665	100	844	100	222	100	1731	100
Distribució de l'oferta	Comerç minorista	287	50,9	266	43,6	17	17,0	570	44,74
	Comerç majorista	5	0,9	23	3,8	1	1,0	29	2,28
	Serveis	272	48,2	321	52,6	82	82,0	675	52,98
	TOTAL	564	100	610	100	100	100	1274	100

		Raval Nord	Raval Centre	Raval Sud
Branques a destacar	Comerç minorista	Alimentació, tèxtil i altres	Alimentació, altres i tèxtil	Alimentació, productes químics
	Comerç majorista	Fusta, suro, papers i arts gràfiques i tèxtil, calçat i pell		
	Serveis	Restauració i altres serveis personals i culturals		
Característiques dels establiments	Any d'obertura	El 36% s'ha obert en els darrers 10 anys	El 42% s'ha obert en els darrers 10 anys	El 38% s'ha obert en els darrers 10 anys
	Idiomes retolacions	Català i Castellà		Català i el "nom propi"
	Accessibilitat	72% condicions òptimes	75% condicions òptimes	73% condicions òptimes
	Facilitat de pagament	45% es pot pagar amb tarjeta	33% es pot pagar amb tarjeta	31% es pot pagar amb tarjeta
	Pagament amb tarjeta	37% de les transaccions	27% de les transaccions	35% de les transaccions
	Ingressos per turisme	19%	17%	13%
	Idioma de la clientela	Castellà, català i anglés	Castellà, català, anglés i urdu	
Característiques dels propietaris	Origen	62% Autòctons i 38% d'origen estranger	49% Autòctons i 51% d'origen estranger	58% Autòctons i 42% d'origen estranger
	Sexe	78% d'homes i 22% dones	89% d'homes i 11% dones	97% homes i 3% de dones
	Edat	un 13,2% fins als 35 anys, un 53,2% entre 35 i 50 ays, i amb més de 50 anys un 33,6%		
	Satisfacció del negoci	33,4% Molt o bastant bé	32,9% Molt o bastant bé	10,3% Molt o bastant bé

4. Trànsit de visitants (Comptatge)

4.1. Introducció i objectius

En aquesta part de l'estudi s'ha plantejat fer un seguiment de la gent que entra al barri i de quins són els accessos més utilitzats.

Els objectius són:

1. Saber quanta gent entra al Raval en un dia.
2. Estimar quanta gent visita el Raval en un any.
3. Estudiar quins són els carrers més utilitzats per accedir al barri.
4. Veure quants homes i dones acudeixen al Raval en cadascun d'aquests períodes.

4.2. Metodologia

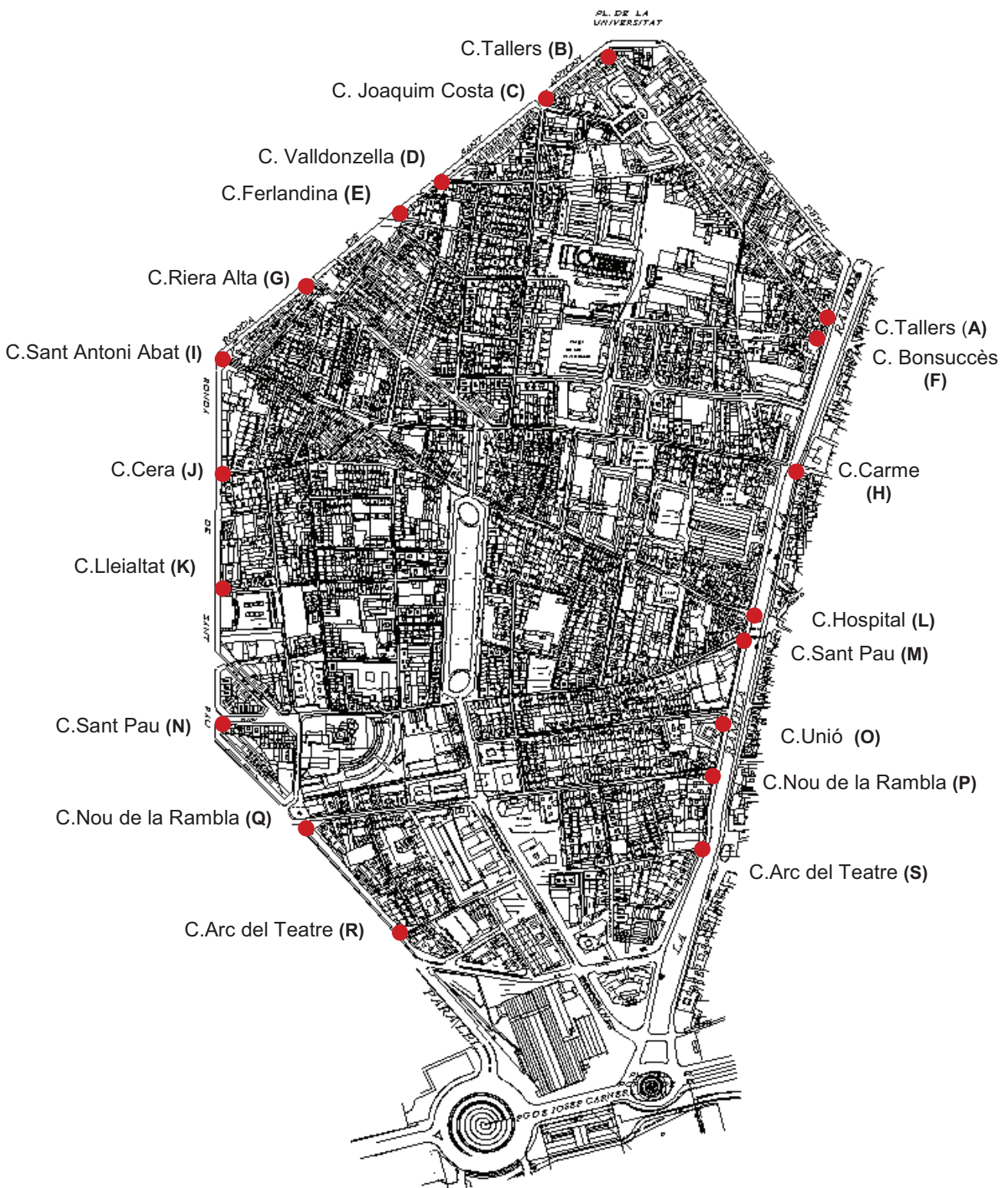
La tècnica utilitzada ha estat l'*observació directa* o *observació visual*, concretament el Comptatge (pròpiament dit) de la gent que entra al barri.

Àmbit territorial: El Raval

Àmbits concrets d'anàlisi: 15 carrers i 19 entrades del barri.

ZONA		PUNTS D'ENTRADA	
RAVAL NORD	Carrer Tallers	A	Des de la Rambla
		B	Des de Ronda Sant Antoni
	Carrer Joaquim Costa	C	Des de Ronda Sant Antoni
	Carrer Valldonzella	D	Des de Ronda Sant Antoni
	Carrer Ferlandina	E	Des de Ronda Sant Antoni
	Carrer Bonsuccés	F	Des de la Rambla
	Carrer Riera Alta	G	Des de Ronda Sant Antoni
	Carrer Carme	H	Des de la Rambla
RAVAL CENTRE	Carrer Sant Antoni Abat	I	Des de Ronda Sant Antoni
	Carrer de la Cera	J	Des de la Ronda Sant Pau
	Carrer de la Lleialtat	K	Des de la Ronda Sant Pau
	Carrer Hospital	L	Des de la Rambla
	Carrer Sant Pau	M	Des de la Rambla
		N	Des de la Ronda Sant Pau
	Carrer Unió	O	Des de la Rambla
	Carrer Nou de la Rambla	P	Des de la Rambla
Q		Des de l'Avinguda del Paral·lel	
RAVAL SUD	Carrer de l'Arc del Teatre	R	Des de l'Avinguda del Paral·lel
		S	Des de la Rambla

A continuació presentem com queda aquesta distribució al mapa del Raval:



Unitat d’anàlisi: A efectes de representativitat estadística, la unitat de recollida d’informació és l’individu.

Univers: La totalitat d'individus que acudeixen al territori de referència.

Disseny de la mostra: Aplicació de la tècnica de mostreig d'entrades. Per tal d'agafar una mostra representativa a cadascun dels punts d'entrada, s'ha fet l'observació directa durant 4 dies (de dimecres a dissabte). Cada dia s'ha fet una observació d'una hora a cada punt d'entrada en franja de matí i una altra en horari de tarda. Per tal de ponderar, aquestes hores han variat al llarg de la setmana. Per primer cop, l'estudi de fluxes incorpora l'observació, el divendres i el dissabte, de 10 punts d'entrada, els de més trànsit de gent, en horari nocturn.

Per tal de poder tenir una idea aproximada de la gent que entra al barri al llarg de tot l'any, s'ha realitzat una extrapolació per mesos prenent com a criteri l'índex de vendes mensual del 2010 i 2011⁸.

Efectiu de la mostra i error mostral: El nombre d'hores que s'ha realitzat l'observació ha estat: 172 (76 de matí, 76 de tarda i 20 de nit).

Fitxa⁹: La fitxa d'observació consta de la variable sexe, per tal de diferenciar les dones i els homes que visiten el barri.

Calendari: El treball de camp es va realitzar del 29 de novembre al 4 de desembre del 2010.

4.3. Dades generals

A continuació ens disposem a presentar els resultats finals de l'observació directa.

4.3.1. Gent que visita el Raval en horari diürn

Mitjana diària del N ^o d'entrades al Raval en horari diürn ¹⁰ (de dilluns a dissabte)		
Homes	Dones	Total
38.208	27.369	65.577

Al barri del Raval entren cada dia una mitjana de **65.577 visites en horari diürn**, de les quals un 58% són homes i el 42% són dones.

Cal dir que el percentatge d'homes que entren al barri pel sud és un 5,8% superior als que entren pel nord.

Si fem l'anàlisi per hora tenim que en horari diürn es compten unes 8.197 entrades al Raval.

Cal destacar que el 56,3% dels visitants que accedeixen al barri ho fan pel nord.

Per trams horaris, el 57,7% de visites es comptabilitzen en horari de tarda (de 16 a 20h), davant un 42,3% que ho fan de matí (de 10 a 14h).

⁸ Idescat. www.idescat.cat

⁹ Veure Annex 3: Fitxa de comptatge

¹⁰ Horari diürn: de 10 a 14h i de 17h a 20h



4.3.2. Gent per punts d'entrada en horari diürn

Aquí es vol destacar quins són els punts d'entrada amb més visitants i quins estan més debilitats pel que fa a l'afluència de persones.

Per això al quadre i al gràfic següents es presenten els visitants que han entrat al barri a cadascun dels punts, per trams horaris del dia (matí i tarda) i per la variable sexe.

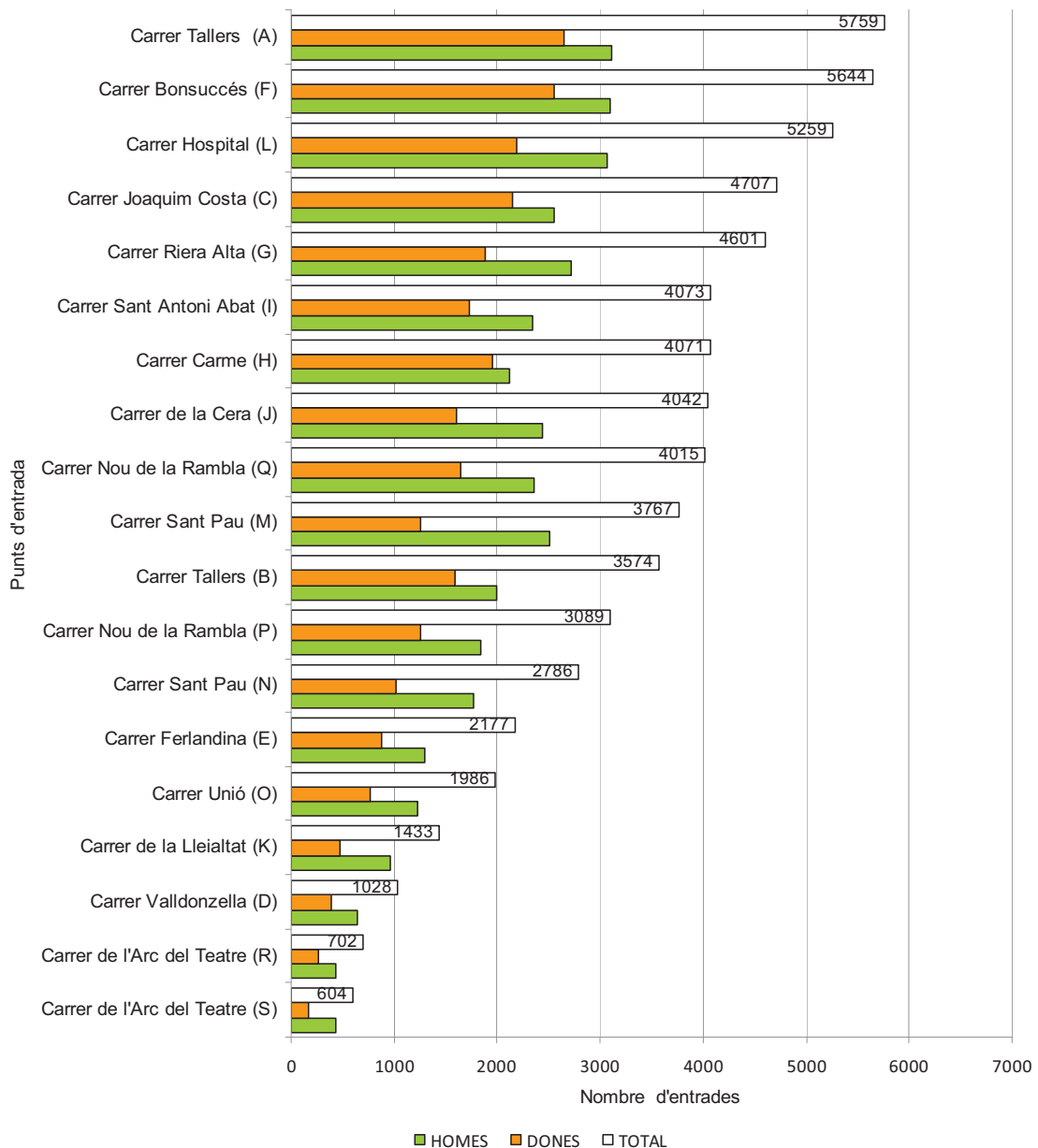
ZONA	PUNTS D'ENTRADA	MATI			TARDA			TOTAL				
		HOMES	DONES	TOTAL	HOMES	DONES	TOTAL	HOMES	DONES	TOTAL		
RAVAL NORD	Carrer Tallers	A	Des de la Rambla	1091	921	2012	2019	1728	3747	3110	2649	5759
		B	Des de Ronda Sant Antoni	871	628	1499	1119	957	2076	1990	1584	3574
	Carrer Joaquim Costa	C	Des de Ronda Sant Antoni	1068	884	1952	1487	1268	2755	2555	2152	4707
	Carrer Valldonzella	D	Des de Ronda Sant Antoni	292	164	456	343	229	572	635	393	1028
	Carrer Ferlandina	E	Des de Ronda Sant Antoni	555	380	935	749	493	1242	1304	874	2177
	Carrer Bonsuccés	F	Des de la Rambla	1367	953	2320	1726	1598	3324	3092	2552	5644
	Carrer Riera Alta	G	Des de Ronda Sant Antoni	1209	909	2118	1506	977	2483	2716	1886	4601
	Carrer Carne	H	Des de la Rambla	937	768	1704	1179	1188	2367	2116	1955	4071
RAVAL CENTRE	Carrer Sant Antoni Abat	I	Des de Ronda Sant Antoni	1045	878	1923	1300	850	2150	2345	1728	4073
	Carrer de la Cera	J	Des de la Ronda Sant Pau	1019	664	1683	1423	936	2358	2442	1599	4042
	Carrer de la Lleialtat	K	Des de la Ronda Sant Pau	410	209	619	548	266	814	957	475	1433
	Carrer Hospital	L	Des de la Rambla	1328	927	2255	1736	1269	3004	3064	2196	5259
	Carrer Sant Pau	M	Des de la Rambla	1008	497	1505	1504	758	2262	2512	1255	3767
		N	Des de la Ronda Sant Pau	779	446	1224	987	574	1562	1766	1020	2786
	Carrer Unió	O	Des de la Rambla	514	320	834	709	444	1153	1223	764	1986
	Carrer Nou de la Rambla	P	Des de la Rambla	738	496	1234	1100	755	1855	1838	1251	3089
RAVAL SUD		Q	Des de l'Avinguda del Paral·lel	1062	808	1870	1301	844	2145	2363	1652	4015
	Carrer de l'Arc del Teatre	R	Des de l'Avinguda del Paral·lel	219	163	382	211	108	319	430	272	702
		S	Des de la Rambla	167	83	250	268	86	354	435	169	604



Com s'observa, la ubicació geogràfica d'un carrer (a la part nord o sud) no és un element que garanteixi l'entrada de gent. Les entrades més visitades són les del carrer Tallers, Bonsuccés, Hospital i Joaquim Costa.

Destaquen com a "punts negres" d'accessibilitat al barri, el carrer Arc del Teatre (tant des de l'Av. Paral·lel com des de la Rambla), Valldonzella, el carrer Lleialtat (des de la Ronda Sant Pau), Unió (des de Rambles) i Ferlandina (des de la Ronda Sant Antoni).

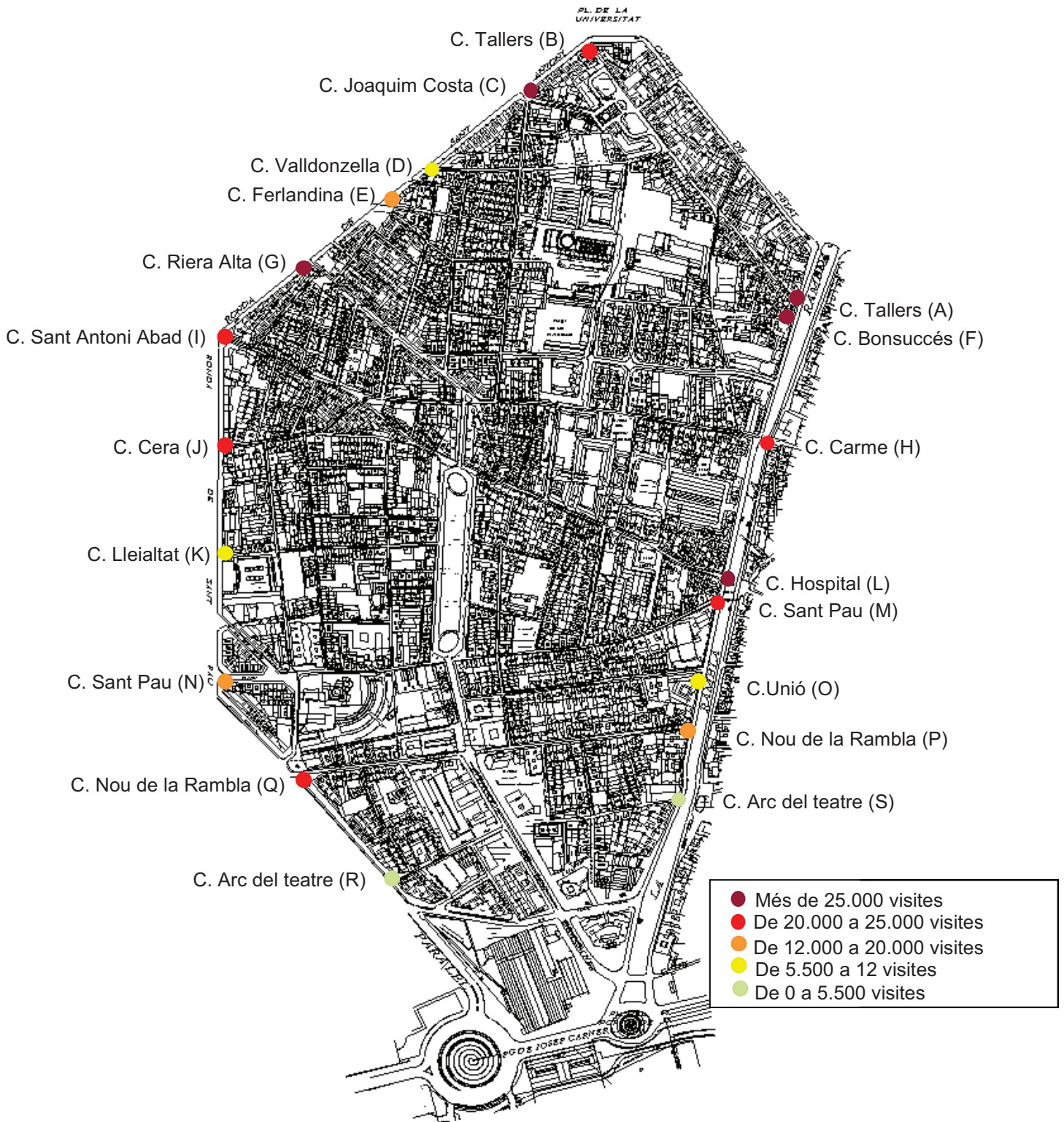
Mitjana de visites diàries





En el següent mapa es destaquen quins són els punts d'entrada amb més visitants i quins reben menys aflluència de persones (mitjana setmanal).

Mitjana de visites setmanals





4.3.3. Gent que visita el Raval en horari nocturn

Per altra banda, les nits del cap de setmana (divendres i dissabtes) el Raval rep l'afluència de **12.098 visites diàries en horari nocturn**, un 61% de les quals són homes i el 39% restant són dones.

Si es fa l'anàlisi per hora s'obté que en horari nocturn entren 3.132 persones al Raval.

Mitjana diària del N° d'entrades al Raval en horari nocturn¹¹ (divendres i dissabte)		
Homes	Dones	Total
7.344	4.754	12.098

4.3.4. Gent que visita el Raval anualment

Fent una extrapolació s'estima que **a l'any un total de 18.886.100 visites accedeixen al barri del Raval**, 11.003.967 homes i 7.882.134 dones.

Mitjana Anual de visites al Raval		
Homes	Dones	Total
11.003.967	7.882.134	18.886.100

¹¹ Horari nocturn: de 22 a 24h



4.4. Comparació amb altres eixos comercials

En la següent taula es pot observar el número de visitants anuals dels diferents eixos comercials de la ciutat de Barcelona.

Les dades que es comparen fan referència al conjunt d'estudis realitzats a cada zona, en anys compresos entre el 2006 i l'actualitat, i tot i que les metodologies emprades no són exactament les mateixes, les dades fan referència a horaris diürns (fins a les 20h del vespre) i de dilluns a dissabte.

Si es compara amb la resta d'eixos comercials de Barcelona, el Raval se situa en la **quarta posició** pel que fa al nombre de visites anuals, essent prop de 19 milions de persones les que el visiten al llarg de l'any.

Zones Comercials	Visitants l'any 2010	Mitjana de visitants anual 2005/2006/2007
La Rambla ¹²	78.100.165	Dades disponibles
Barna Centre (amb entrada Avinyó) ¹³	45.788.184	54.283.500
Cor d'Eixample ¹⁴	22.318.000	27.056.000
Sant Antoni Comerç ⁹	21.047.000	26.839.000
El Raval	18.886.100	21.086.785
L'Eix Comercial de Sant Andreu ¹⁵	16.912.000	15.296.000
Sagrada Família - Gaudí ⁹	16.694.000	Dades no disponibles
Carrer de Sants ¹⁶	16.494.000	Dades no disponibles
Gran de Gràcia ⁹	12.287.000	Dades no disponibles
Sants Les Corts ⁹	10.996.000	Dades no disponibles
Nou Barris Centre Comerç (Fabra i Puig) ⁹	9.707.000	Dades no disponibles
Nou Barris Centre Comerç (Via Júlia) ⁹	9.182.000	Dades no disponibles
Cor d'Horta ⁹	8.919.000	9.680.800
Eix de Sarrià ⁹	Dades no disponibles	4.952.000

¹² Font: Resultats finals de la investigació sobre vianants de La Rambla 2007, Amics de la Rambla

¹³ Font: Estudi d'afluència Barna Centre 2006, Barna Centre

¹⁴ Font: Estudi d'afluència, perfil dels visitants i grau de satisfacció dels clients 2005, Cor Eixample

¹⁵ Font: Estudi d'afluència, perfil dels visitants i grau de satisfacció dels clients 2006, Eix Comercial St. Andreu

¹⁶ Font: Estudis d'afluència a Eixos Comercials 2009, Ajuntament de Barcelona



4.5. Conclusions

- L'afluència de la zona del **Raval** és de **65.577 visites al dia (en horari diürn) i de 18.886.100 visitants a l'any.**

Ara bé, hem de tenir en compte que si comparem les persones que entren al barri amb l'Estudi Econòmic del Raval de 2006/2007 observem una important reducció del volum de gent, de més de 2 milions de persones (un 10,4%). Aquesta tendència de reducció del nombre d'entrades en comparació amb estudis d'anys anteriors es dona també a tots els eixos analitzats dels que es disposen dades, fins i tot amb una major intensitat.

- En comparació amb L'eix comercial central més proper (Barna Centre) i deixant de banda La Rambla, que es regeix per altres característiques, es denota que el Raval té unes dades molt inferiors i que continuen existint importants diferències, tenint en compte que fins i tot Sant Antoni Comerç, que no té la Rambla al costat, s'avança al barri del Raval pel que fa al volum de gent.
- Algunes de les possibles explicacions d'aquesta situació tenen molt a veure amb un urbanisme comercial que continua sense afavorir el pas i l'entrada de gent al barri (barreres arquitectòniques, voreres estretes,...), unes campanyes de comunicació negatives que han anat en detriment i en augment en els darrers anys (enfocant-ne els aspectes més negatius del barri i perjudicant la imatge del mateix) i la no consolidació del Raval com a itinerari de compres.
- Cal tenir en compte que la posada en funcionament del Pla Cor, projecte d'intervenció integral de la Rambla, serà un punt fonamental per convertir la Rambla en un eix aglutinador dels barris colindants, com és el Raval, i afavorir així la distribució de visitants.
- Els propers anys seran claus per comprovar si juntament amb els esforços que en aquests moments s'estan realitzant per part de l'administració, dels comerciants (a través de diferents campanyes: Ruta de tapes, *No t'aturis vine al Raval*, etc.), les millores urbanístiques (prioritat invertida de diferents carrers: Joaquim Costa, la potenciació d'elements d'atracció com la Filmoteca, el Macba,...) i un esforç comunicatiu per part de tots/es cap a l'exterior, s'aconsegueix l'efecte desitjat de visitants cap al barri.

5. Demanda comercial

5.1. Introducció i objectius

La finalitat d'aquest apartat és analitzar l'estat de la demanda del barri, les característiques del visitant, el perfil del comprador i els seus hàbits de compra.

El consumidor és l'eix principal al voltant del qual giren les activitats econòmiques i comercials que s'implanten en un territori.

L'**objectiu general** és, per un costat, estudiar quin és el perfil de la gent que entra al barri del Raval, i per l'altre, conèixer i analitzar les principals característiques dels compradors i/o usuaris dels seus comerços i serveis.

Els **objectius específics** són els següents:

- 1) Observar i definir la tipologia de públic que visita el territori (en general i per zones) i quantificar els consumidors del comerç i/o usuaris de serveis.
- 2) Conèixer el comportament i el perfil del consumidor de manera general i per àrees.
- 3) Estudiar com es distribueix la demanda de la zona entre els principals sectors de l'Oferta Comercial: el comerç minorista i els serveis.
- 4) Analitzar quina és la imatge percebuda del territori (en relació a la neteja, la seguretat, l'accessibilitat i la diversitat cultural) i de la seva estructura comercial.
- 5) Veure quin és el mitjà de transport més utilitzat per arribar-hi.
- 6) Conèixer els "punts forts" del comerç del territori des del punt de vista dels consumidors.
- 7) Detectar, dels visitants del Raval, quants compren als mercats de la zona.
- 8) Observar quina és la demanda de l'oci nocturn del barri.

5.2. Metodologia

Les característiques tècniques i metodològiques d'aquesta part de la recerca són les que a continuació es detallen.

5.2.1. Selecció de la mostra i tècniques emprades

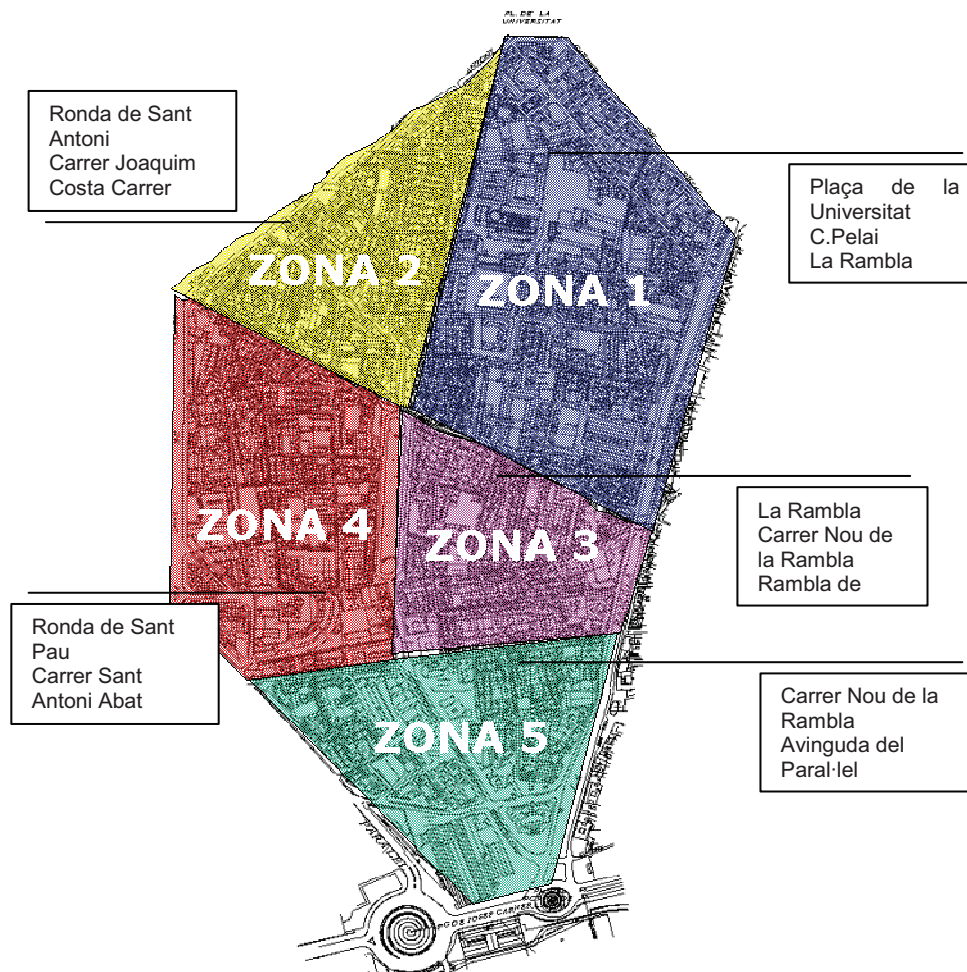
Tal i com hem esmentat a la introducció d'aquest estudi, les influències externes (proximitat a la Rambla, al Paral·lel i Rondes) i internes (equipaments culturals, serveis socials...) són un factor clau per a la capacitat d'atracció del barri.

Dins del Raval es distingeixen tres àrees -la nord, la centre i la sud- donat que existeixen diferències en les característiques comercials i urbanístiques. D'altra banda, la Rambla del Raval també es converteix en un element que urbanísticament separa el barri en dues parcel·les (l'est i oest), sobretot tenint en compte que totes dues zones tenen influències externes al Raval ben diferents.

L'àmbit d'anàlisi s'ha delimitat prenent com a base aquesta primera subdivisió interna del territori, la ubicació geogràfica dels elements d'atracció generalistes (perimetrals o interns) i les barreres urbanístiques existents al territori.

Per tant, per a la realització d'un estudi més acurat de la demanda, s'ha dividit el Raval en cinc subàrees. Cadascuna d'elles, tot i les dimensions reduïdes que tenen i la seva proximitat, consta d'una realitat diferent i complexa que necessita ser analitzada de manera individual dins del microcosmos que és el Raval.

Els límits de les àrees comercials esmentades són:



Raval nord

Zona 1- Plaça de la Universitat, C. Pelai, La Rambla, Carrer Hospital, C. Joaquim Costa, C. Riera Baixa.

Zona 2- Ronda de Sant Antoni, Carrer Joaquim Costa, Carrer Hospital, Carrer Sant Antoni Abat.

Raval centre

Zona 3- La Rambla, Carrer Nou de la Rambla, Rambla de Raval, Carrer Hospital.

Zona 4- Ronda de Sant Pau, Carrer Sant Antoni Abat, Carrer Hospital, Rambla del Raval, Carrer Nou de la Rambla.

Raval sud

Zona 5- Carrer Nou de la Rambla, Avinguda del Paral·lel, Pg. Josep Carner, La Rambla.



A continuació s'expliquen els detalls de les tècniques desenvolupades¹⁷:

MOSTREIG ALEATORI ESTRATIFICAT

Univers: La totalitat d'individus majors de 16 anys que acudeixin al territori de referència.

Efectiu de la mostra i error mostral: El nombre de persones entrevistades ha estat de **746**, seleccionades aleatòriament dins de cada una de les seccions. El marge d'error per al conjunt de la mostra és de $\pm 3,8\%$, per a un nivell de confiança del 95,5% (2 sigmes) i sota el supòsit de màxima indeterminació.

Treball de camp (Període): del dilluns 4 d'abril al dissabte 9 d'abril de 2011, en 3 trams horaris diferents (matí, tarda, nit).

Qüestionari: El qüestionari és personal i inclou 24 preguntes. Totes les preguntes (exceptuant l'edat) són tancades o semi-tancades (algunes amb possibilitat de resposta múltiple). La durada mitjana per entrevista ha estat de 20 minuts aproximadament.

5.3. Anàlisi de la demanda comercial

En aquest apartat s'exposen els resultats del treball de camp realitzat al barri del Raval en relació a la demanda comercial, que s'ha dividit entre dades dels visitants i dades dels consumidors del barri.

5.3.1 Característiques dels visitants

5.3.1.1 Sexe

Dels visitants enquestats en l'horari establert no hi ha una preponderància de cap sexe en concret, sinó que tenen una presència propera al 50%.

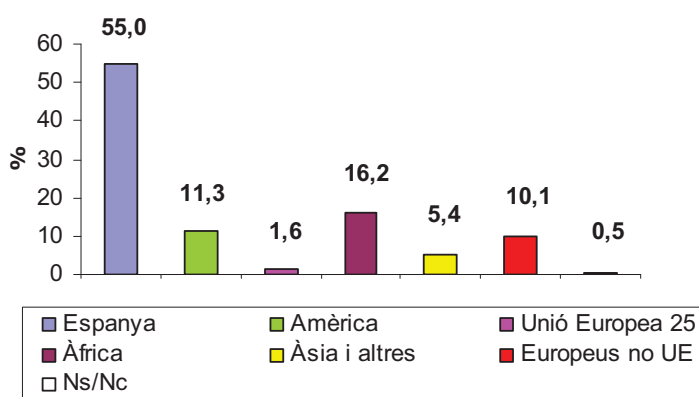
5.3.1.2 Grups d'edat

Per grups d'edat, destaca l'elevada presència de gent jove, representat per persones entre 16 i 35 anys, i que suposen el 57,4% dels visitants enquestats.

Un 26% dels visitants són de mitjana edat, entre 36 i 50 anys, i el 15,8% pertanyen al col·lectiu de més de 50 anys.

5.3.1.3 Lloc de naixement

Lloc de naixement dels visitants



Més de la meitat dels visitants són nascuts a l'estat espanyol.

El 36% dels visitants nascuts a l'estranger són d'origen americà, destacant Colòmbia (16,5%), Equador (14,9%) i Argentina.

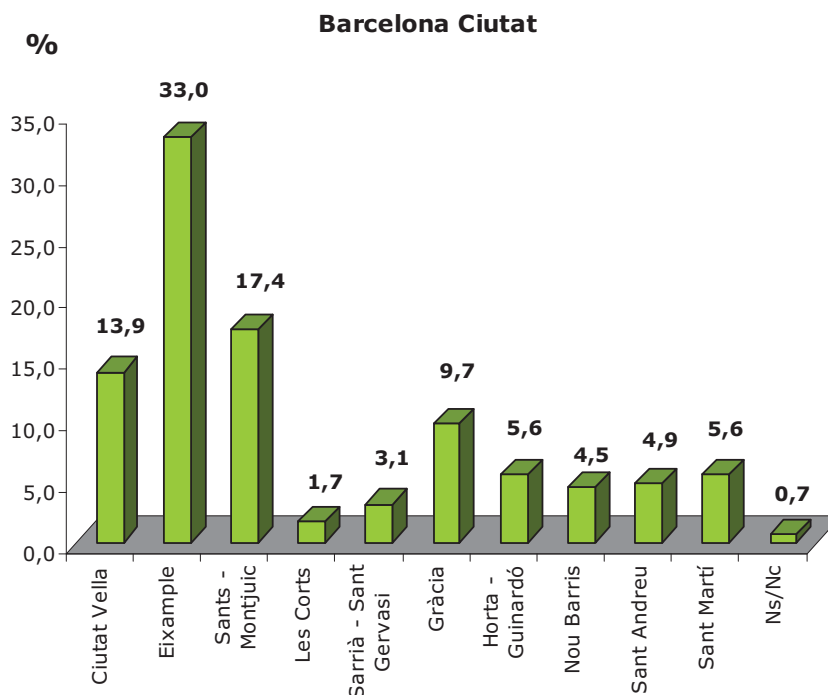
¹⁷ Veure Annex 4: Enquesta de la demanda.



Els europeus comunitaris, per la seva banda, representen el 25% dels visitants d'origen estranger. En destaquen els francesos i els italians, que suposen el 15,5 i 14,3% respectivament.

Tot i que en menor mesura, els asiàtics, encapçalats pels pakistanesos (41,3%), representen el 22% dels estrangers que visiten o passegen pel barri.

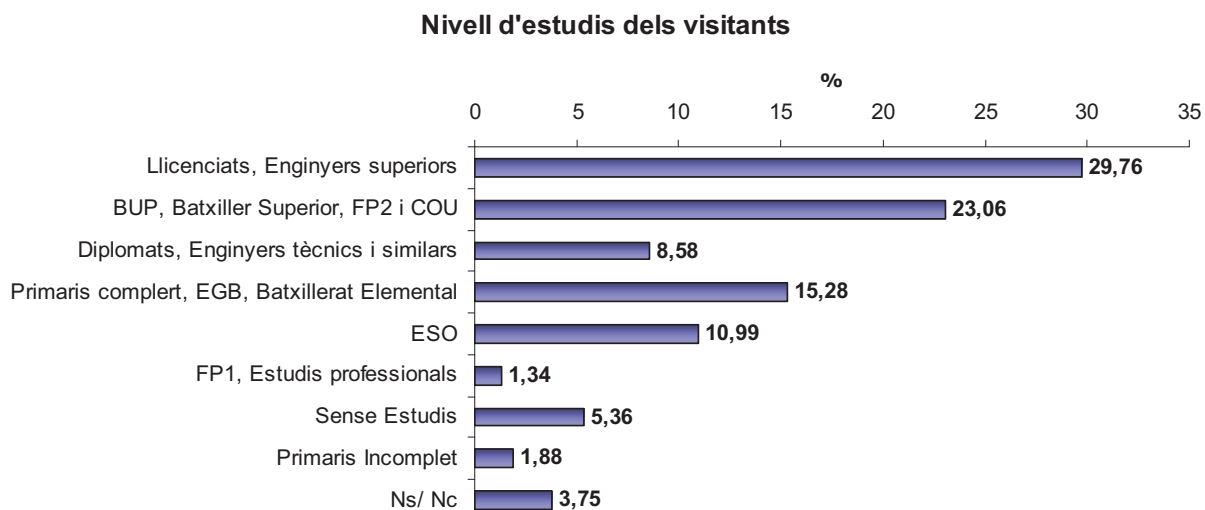
Pel que fa a Àfrica, els marroquins representen el 57,5% dels visitants entrevistats d'aquest continent.



Si s'observa la procedència dels visitants del Raval dels nascuts a Barcelona Ciutat, veiem que els districtes que destaquen són: Eixample (33%), Sants-Montjuïc (17,4) i Ciutat Vella (13,9%).

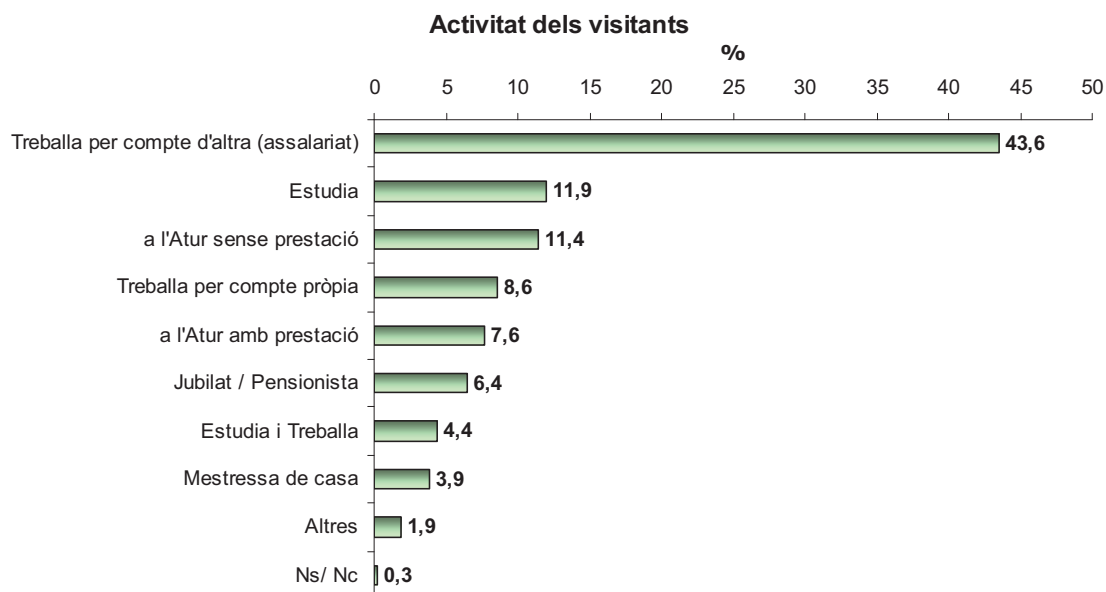
5.3.1.4 Nivell d'estudis

Una gran part dels visitants del barri (61,4%) tenen estudis equivalents al **Batxillerat o Superiors**.



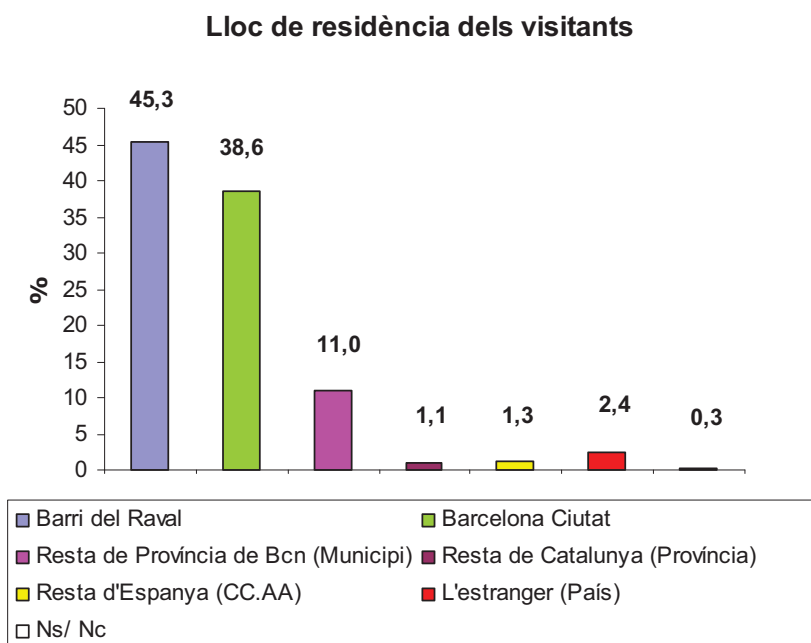
5.3.1.5 Activitat

El 56,6% treballen i el 16,4% estudien. Un 19% dels enquestats es troben en situació d'atur, dels quals un 11,4% no compta amb cap tipus de prestació.



5.3.1.6 Lloc de residència

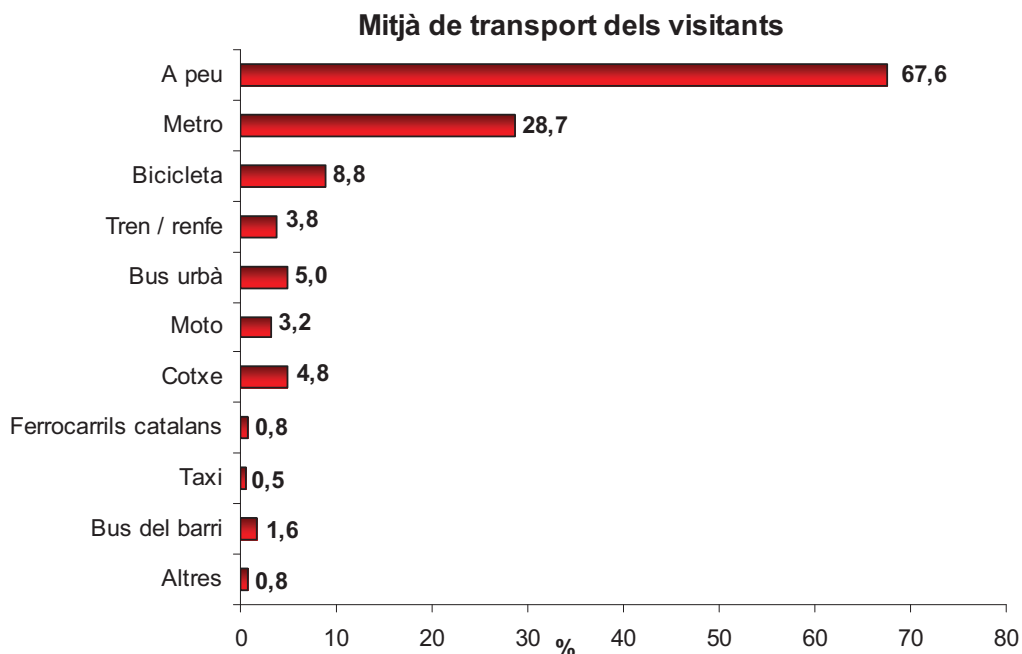
Com s'observa al gràfic següent, prop de la meitat de les persones que es trobaven al Raval eren **residents al barri**. Els habitants de la resta de Barcelona ocupaven la segona posició seguits dels d'altres municipis de la província de Barcelona.



Dels visitants provinents de la resta de Barcelona destaquen els residents al barri de l'Eixample (33%), seguit dels de Sants Montjuïc (17,4%) i Ciutat Vella (13,9%).

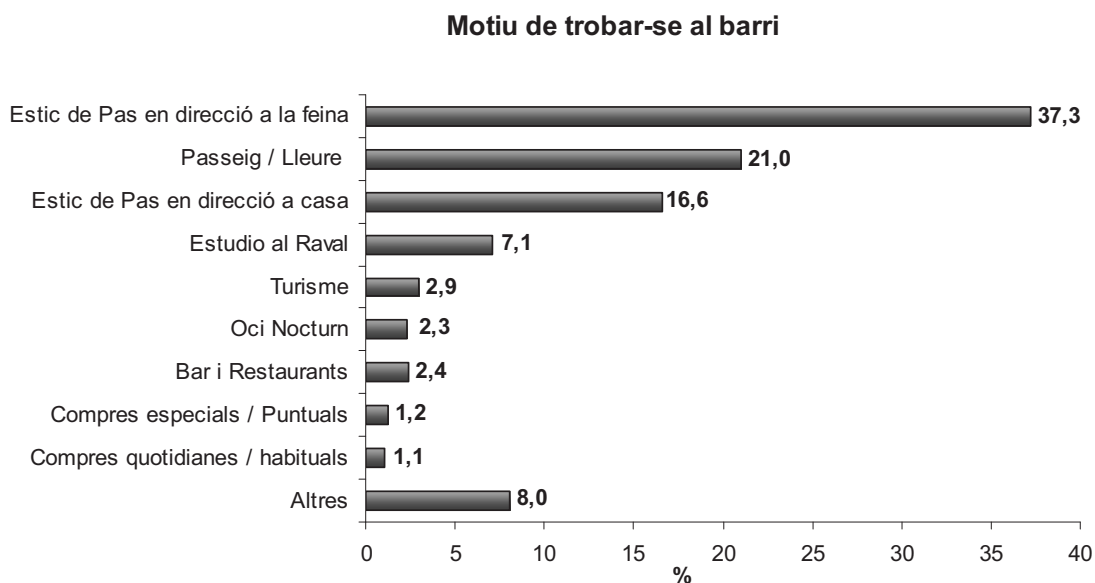
5.3.1.7 Mitjà de transport

Els visitants del Raval accedeixen al barri **majoritàriament a peu (67,6%)**. **El metro és el principal transport públic utilitzat (28,7%)**. Destaca la poca rellevància de transports privats com el cotxe o la moto.



5.3.1.8 Motiu de trobar-se al Raval

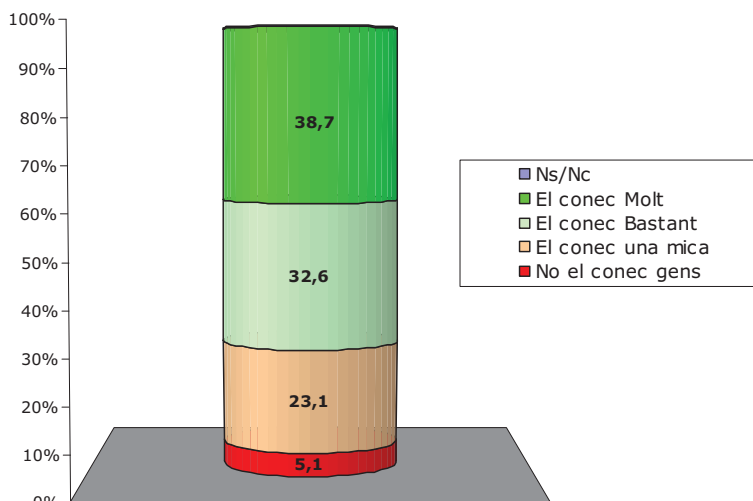
Un 54% de les persones entrevistades diuen estar de pas, ja sigui en direcció a la feina o a casa seva. El passeig i el lleure són, amb un 21%, la segona motivació de trobar-se al barri. El 7% dels entrevistats vénen al barri per estudiar.



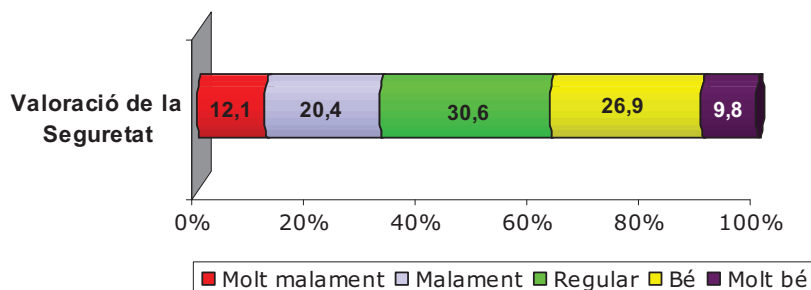
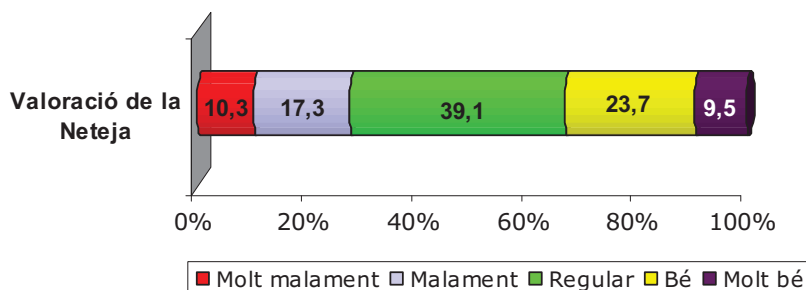


5.3.1.9 Coneixement i valoració del Raval

Un 70% coneix molt o bastant el Raval davant del 23% que el coneix una mica i del 5% que no el coneix gens.



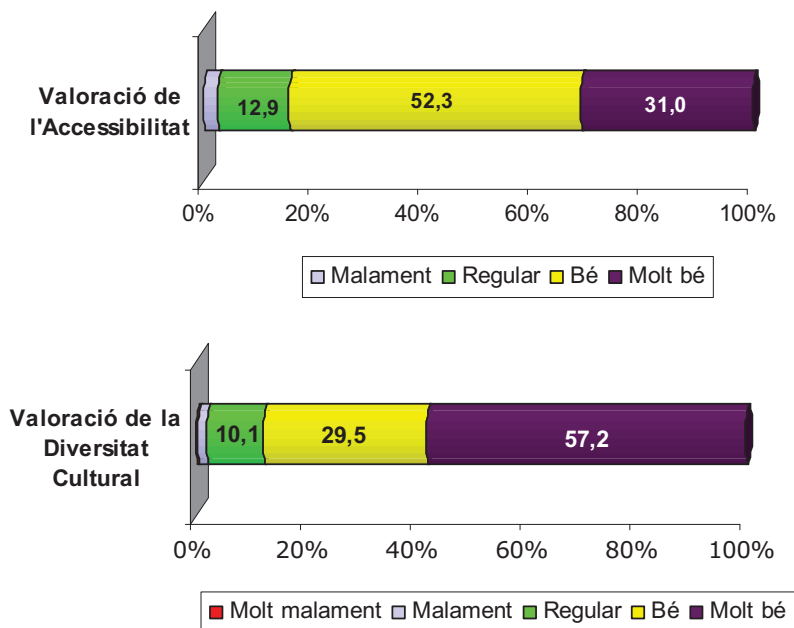
La percepció dels visitants respecte a temes cabdals, com ara la neteja, la seguretat, l'accessibilitat i la diversitat cultural, és:



El 27,6% de la població enquestada valora negativament la neteja. La seguretat, per altra banda, és considerada com un element deficient al territori pel 32,4% dels enquestats.



Per altra banda, el 83,2% i 86,3% valora l'accessibilitat i la diversitat cultural, respectivament, de forma positiva.



5.3.1.10 Demanda diürna dels visitants:

Per tal d'analitzar la demanda del barri, s'ha fet la distinció entre "demanda puntual" d'aquells visitants que afirmen tenir intenció de comprar o consumir algun producte o servei durant el dia que es realitza l'entrevista i "demanda habitual" d'aquelles persones que afirmen comprar o emprar serveis del barri de forma habitual.

a) Demanda puntual:

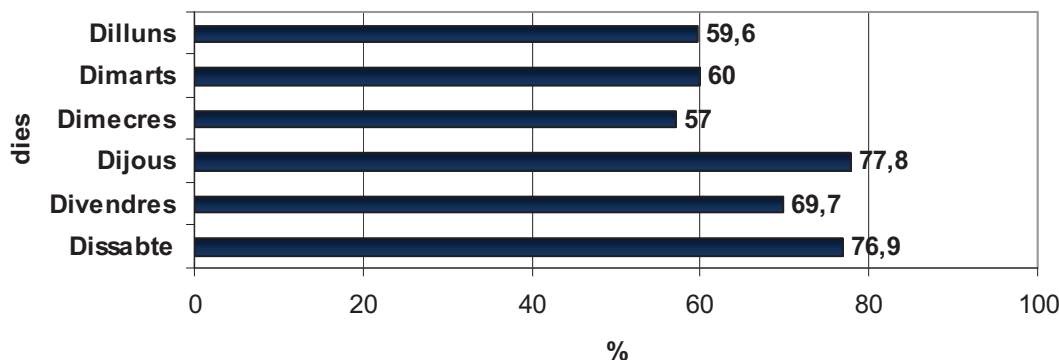
El 68,7% dels visitants tenen intenció de visitar algun establiment.

Cal destacar que el 8% dels visitants que han estat enquestats el dilluns diuen, de forma espontània, tenir intenció de visitar un mercat.

Els dijous, divendres i dissabtes són els dies de la setmana en els què es detecta una major disposició a visitar algun establiment del barri.

Pel contrari, el dilluns i el dimecres són els dies amb una menor disposició a anar de compres per part de les persones enquestades.

Intenció de visitar algun establiment



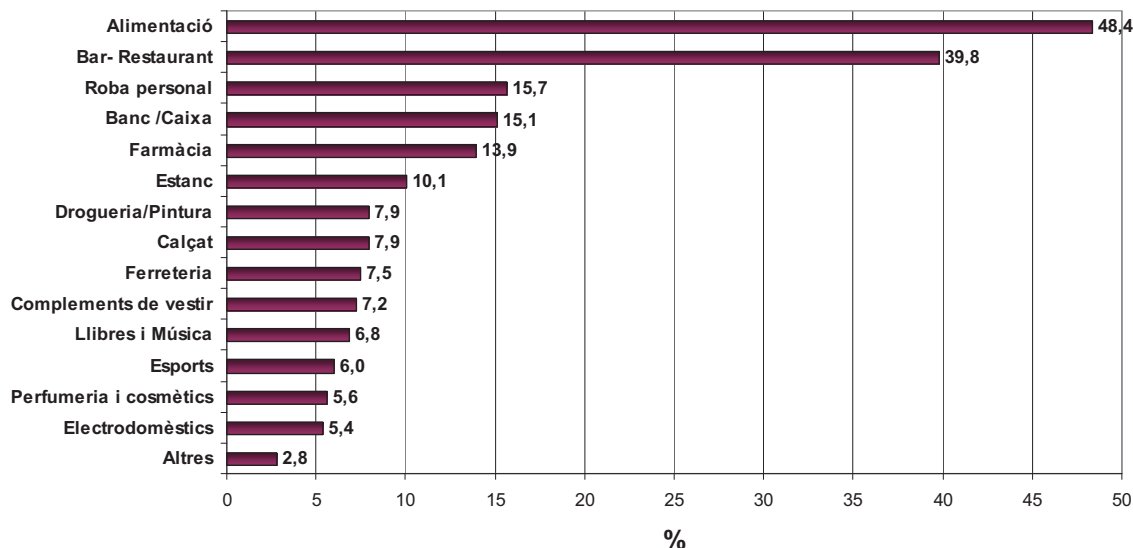


De les persones enquestades, el sector amb més visites previstes és el de l'alimentació amb una previsió de visita del 48%.

Els bars i establiments són, amb un 40%, la segona tipologia més visitada.

Les botigues de roba, els bancs i caixes i les farmàcies segueixen amb un 15,7%, 15% i 14% respectivament.

Tipus d'establiment que preveu visitar



b) Demanda habitual:

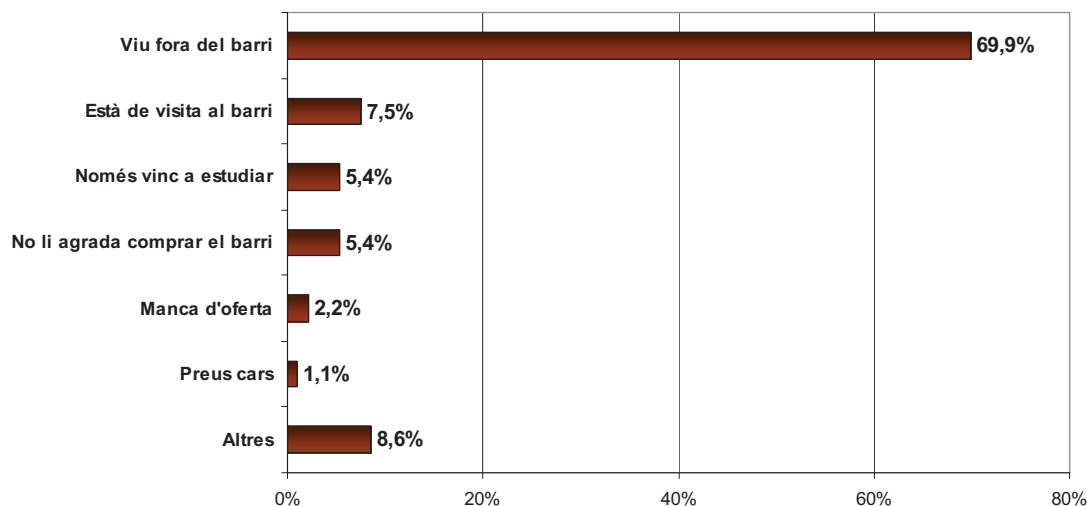
Un 86,1% dels enquestats afirmen que compren i/o utilitzen serveis del barri de forma habitual.

El pes específic de la gent que compra és lleugerament superior al de les persones que fan ús dels serveis. És remarcable, però, la quantitat elevada de demanda de tots dos sectors.

Cal destacar el fet que la gent que es troba al barri durant la tarda és la que més compra i que la gent que ha estat entrevistada a la part sud del Raval fa un major ús dels comerços i serveis del Raval.

D'altra banda, del 13,9% dels enquestats que afirmen no comprar ni fer ús de serveis al barri gairebé el 70% diuen no fer-ho perquè viuen fora.

Motius de no-compra al Raval

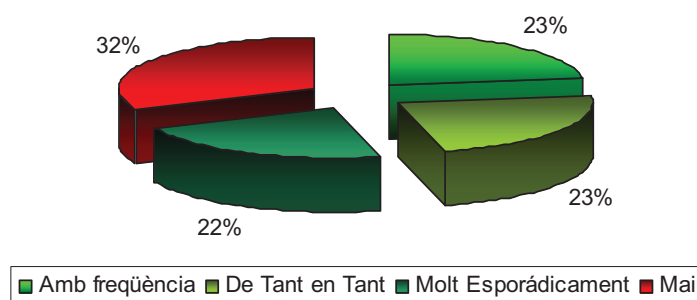


5.3.1.11 Demanda d'oci nocturn dels visitants

El 46% dels enquestats acostuma a gaudir de l'oci nocturn del barri amb certa assiduitat. Per contra, el 32% afirmen no freqüentar mai el territori per aquests usos.

Cal destacar que el 62% de les persones que consumeixen "oci nocturn" al Raval resideixen a la ciutat de Barcelona, percentatge força significatiu davant el 22,4% que habiten al barri.

Frequència de consum d'oci nocturn al Raval



5.3.2 Anàlisi dels compradors del Raval

5.3.2.1 Perfil mitjà del comprador/a

Persona autòctona amb una edat compresa entre els 16 i els 35 anys, un elevat grau de formació, que treballa i resideix al barri del Raval¹⁸ i que valora el caràcter diferencial i mixt dels barris pluriètnics.

5.3.2.2 Hàbits de compra

a) Mitjà de Transport

La comunitat consumidora i usuària del Raval accedeix al barri **majoritàriament a peu. El metro és el principal transport públic utilitzat** (21'6%). Pel que fa al transport privat, la bicicleta és el més emprat, essent el mitjà de desplaçament d'un de cada 10 consumidors/es. Un cop més destaca la poca rellevància de transports privats com el cotxe o la moto.

b) Sol o acompanyat

El 70,7% de les persones enquestades que afirmen ser compradors habituals del barri van sols davant del 29,3% que van acompanyats.

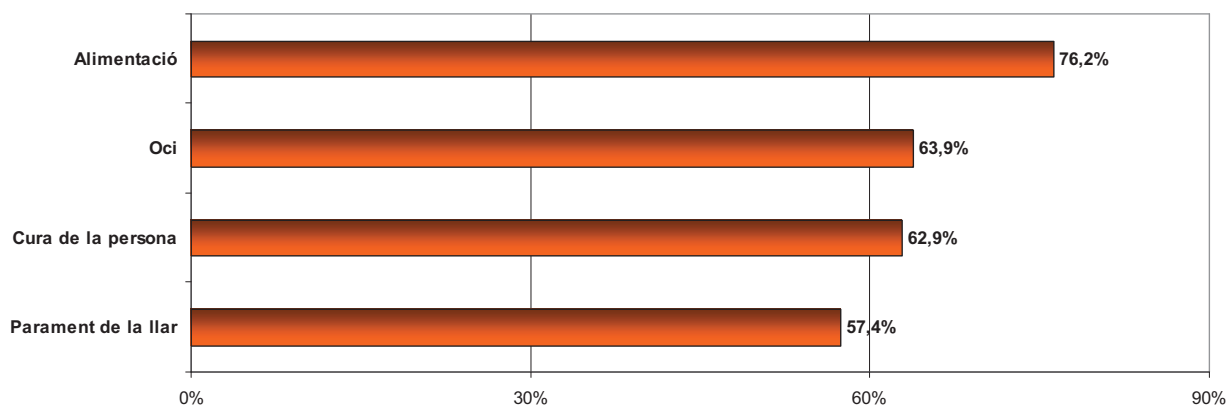
¹⁸ El 52% de la població consumidora i usuària del Raval resideixen al barri davant del 35,5% que habiten a la ciutat de Barcelona.



c) Tipologia de compra i/o d'ús de serveis

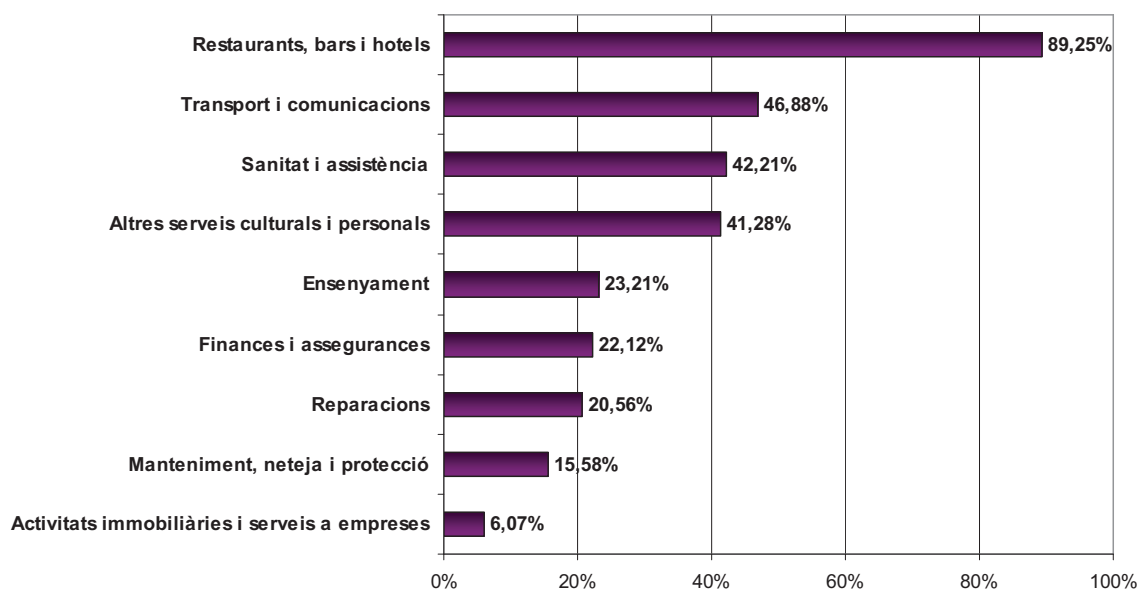
La demanda del barri del Raval, pel que fa el comerç minorista, és molt elevada en el sector de l'alimentació: un 76,2% de la gent que compra ho fa en aquesta branca. Seguidament, estan les branques d'oci (articles d'esports, discs, informàtica, viatges, llibres, etc...), parament de la llar (cuina, decoració, roba per la llar, etc.) i cura de la persona (roba, calçat, perfumeria i complements).

Demanda per tipologies de compra



D'altra banda, els serveis més utilitzats al Raval són majoritàriament els restaurants, bars i hotels amb un pes proper al 90%, seguit de lluny de la branca de "transports i comunicacions", de "sanitat i assistència" i "altres serveis personals i culturals"¹⁹ que tenen una demanda entre el 47% i el 41%.

Demanda de serveis



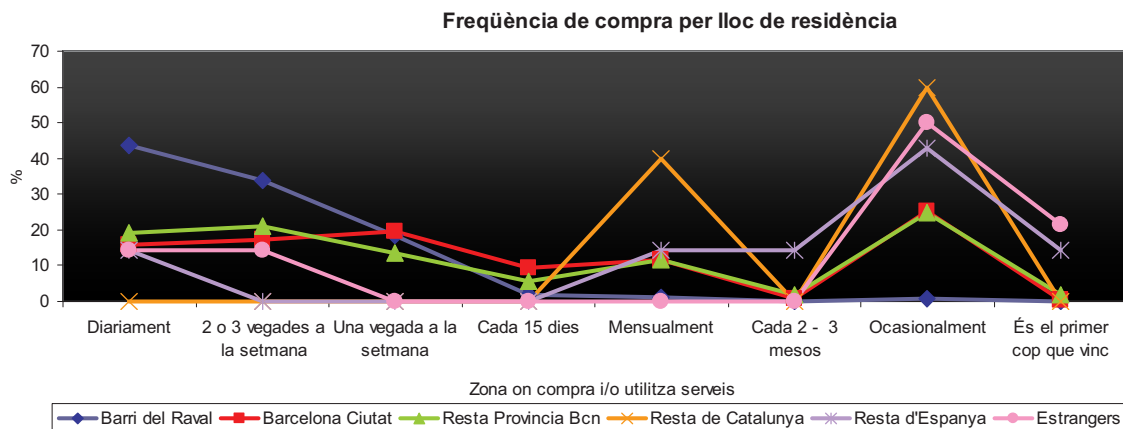
¹⁹ Altres serveis personal i culturals inclou lleure i cultura, perruqueries i salons de bellesa, serveis de fotografia i fotocòpies, associacions i altres



d) Freqüència

La freqüència de compra i/o d'utilització de serveis és elevada, donat que un **73'1%** de les mateixes es realitzen **com a mínim setmanalment**. El 13,45% són usuaris o compradors ocasionals i el 6,1% efectuen les seves compres una vegada al mes.

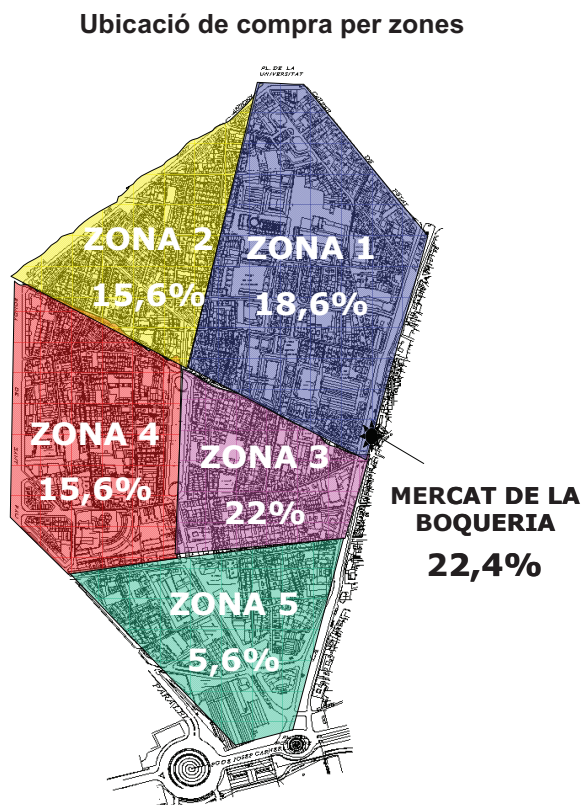
Tal com es veu en el següent gràfic, la freqüència de compra és directament proporcional a la distància del lloc de residència, per tant, els barris més propers al Raval contenen un major nombre de clients potencials.



e) Ubicació

Un 35% dels compradors/es compren de forma generalitzada a tot el Raval. La resta (el 65%) ho fa habitualment en determinades zones (una o més zones del barri).

Tal com es veu en el mapa següent, les zones més freqüentades són la zona 3 i la 1, mentre que la zona 5 és la que rep menys compradors o usuaris.





El Mercat de la Boqueria, degut a la seva centralitat i popularitat, és una important destinació de compra, preferit pel 22,4% dels consumidors i/o usuaris analitzats.

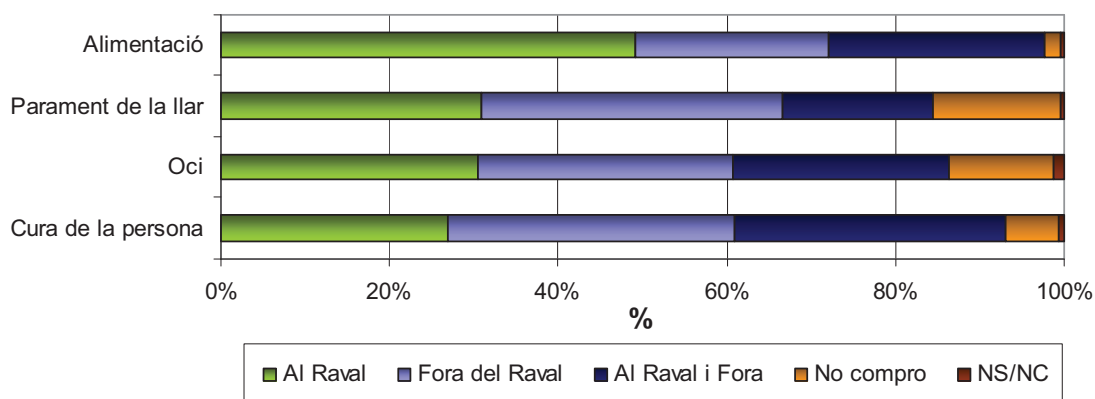
Per últim, cal destacar que un 52,6% de la població consumidora enquestada afirma comprar en el mercat de Sant Antoni, situat fora del barri, però pròxim al seu perímetre.

f) Fidelitat de compra

L'alimentació és el sector amb una major fidelitat de compra al barri. Gairebé la meitat dels consumidors afirmen comprar l'alimentació al Raval. Un quart ho comparteixen amb altres zones i el 23% manifesta comprar-ho en altres zones.

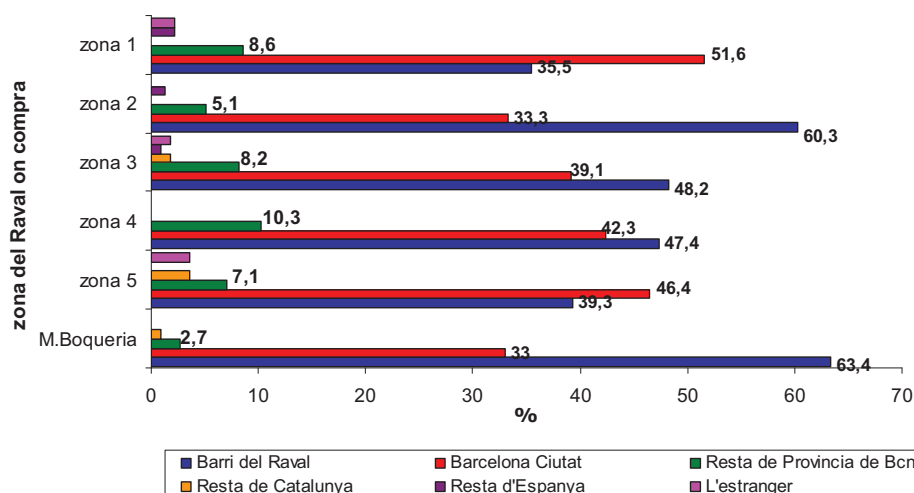
Els articles per la llar i de cura personal són els sectors amb una major fuita de compra, el 36,7% i 34,1% respectivament. La cura personal és l'apartat amb menys compra al Raval, tan sols el 26,8%.

Fidelitat de compra per sectors



Si analitzem la ubicació de compra al barri en funció del lloc de residència del comprador, en general, i d'acord amb el següent gràfic, es veu com la demanda interna és responsable de prop del 50% de les compres que s'efectuen al barri.

Ubicació de compra al barri per zones i lloc de residència





Segons l'enquesta, el 64,3% de les compres que es realitzen al mercat de la Boqueria tenen com a consumidors els residents al barri del Raval, seguit dels residents a la ciutat de Barcelona, que són responsables del 33%.

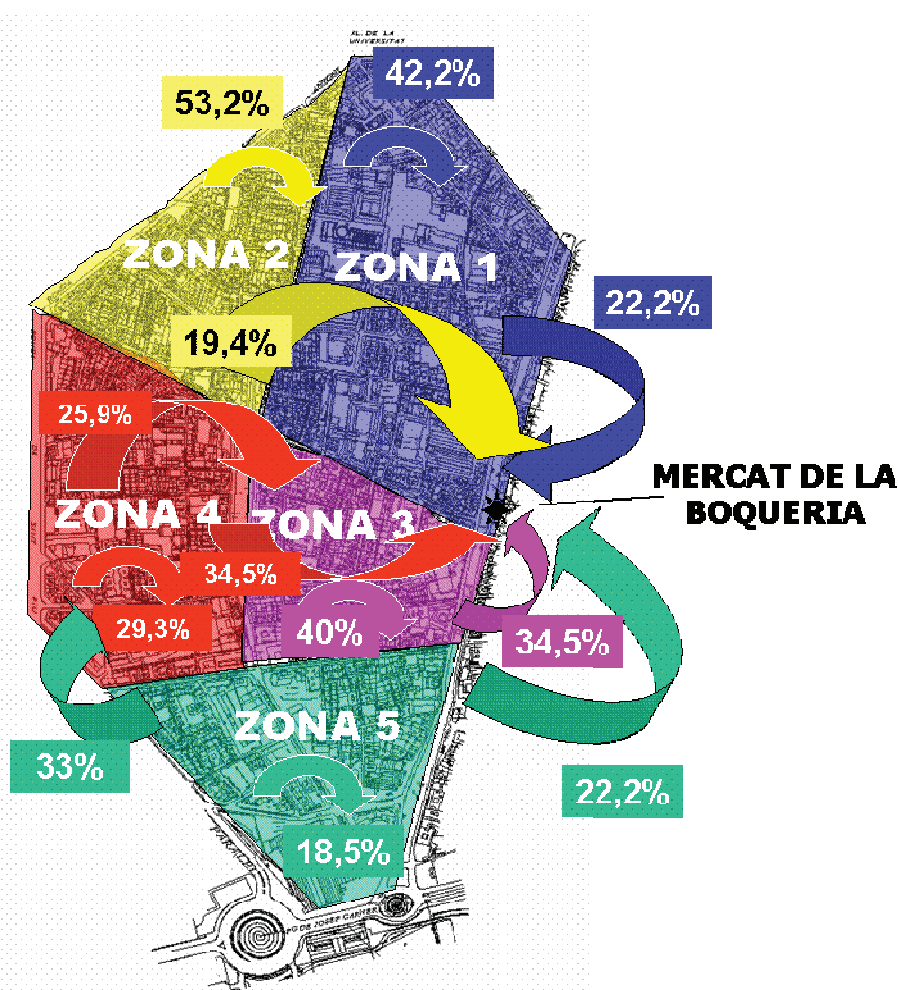
Juntament amb el mercat de La Boqueria, la zona 2 és la part més atractiva per efectuar les compres entre el veïnat del barri, representant un 60,3% del total de les compres realitzades en l'esmentada zona.

A les zones 1 i 5 destaca una major presència de compradors que vénen de la resta Barcelona

Si analitzem la ubicació de compra al barri a nivell zonal en funció de la zona de residència dels ravalencs, tenim que el 27,1% dels residents del Raval analitzats compren al Mercat de la Boqueria.

Cal destacar que els residents en cada una de les subàrees efectuen majoritàriament les compres i utilitzen els serveis en el seu enton més proper, en la seva zona. Per altra banda el Mercat de la Boqueria és la 2ª destinació de compra de tot el barri, amb excepció dels residents a la zona 4, que efectuen les compres a La Boqueria com a 1ª opció.

Destinació de compra dels residents al Raval



Per altra banda un 40% de la població consumidora o usuària del Raval que viu al barri, compra en el mercat de Sant Antoni.

g) Forma de pagament

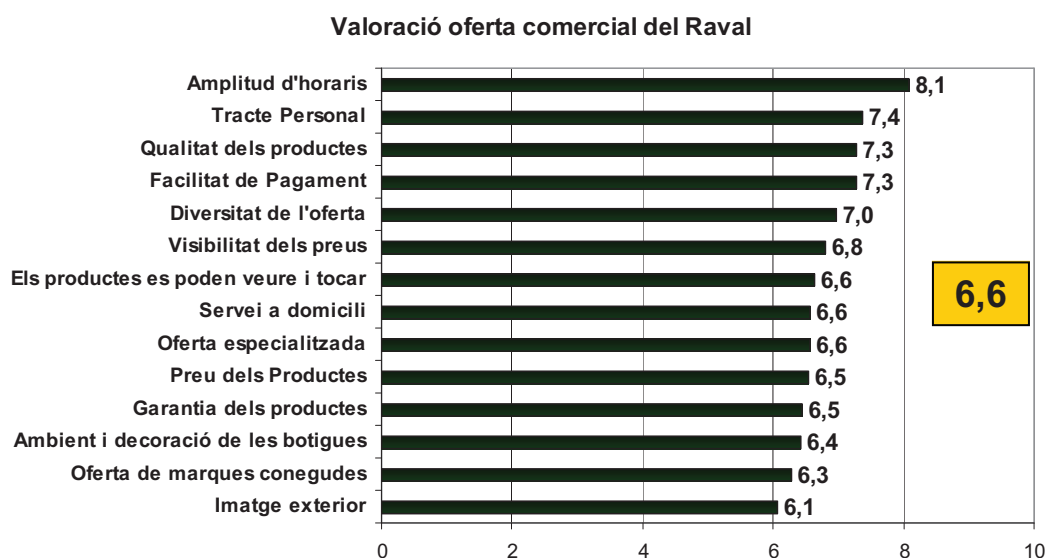
Tan sols el 18% de les persones enquestades que afirmen comprar al barri del Raval fan ús de la targeta de crèdit de forma habitual.

h) Valoració de l'oferta comercial del Raval

L'amplitud dels horaris és, amb un 8,1, un dels aspectes més valorats de l'oferta comercial i de serveis.

El tracte personal, la qualitat dels productes i la facilitat de pagament el segueixen amb una valoració del 7,4 i 7,3% respectivament.

Els aspectes pitjor valorats són la imatge exterior, la manca d'oferta de productes de marca i la decoració de les botigues, que malgrat tot han estat valorats entre el 6,1 i 6,4 sobre una puntuació màxima de 10.



La valoració mitjana "global de tots els aspectes" és d'un 6,6, puntuació molt similar als estudis anteriors.

i) Fuita de compra

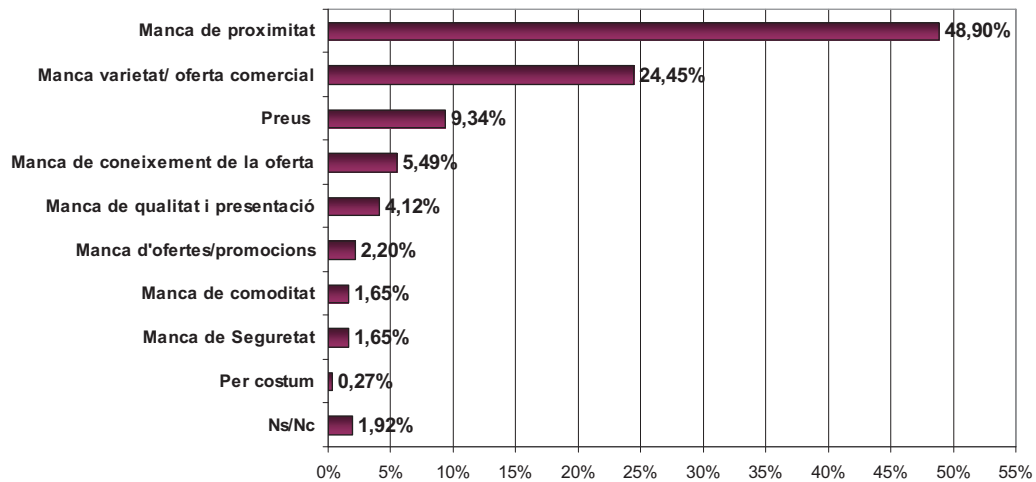
Tot i que el 43,3% dels compradors afirmen comprar-ho tot al Raval, a l'hora de preguntar per què no compren al barri, les respostes són les següents:

- El 49% dels visitants identifiquen la manca de proximitat com el principal inconvenient per comprar de tot al barri, seguit de la manca de varietat i d'oferta comercial, manifestat pel 25% dels compradors enquestats. Entre d'altres, cal destacar la roba de marca, el calçat i la roba esportiva com els articles amb una major fuita de compra.



- El 26% restant respon a aspectes com els preus, la falta de coneixement de l'oferta, la manca de qualitat, d'ofertes, de comoditat i de seguretat, entre d'altres.

Raons de fuga de compra de certs productes



j) Coneixement d'associacions de comerciants

Tan sols l'11% de les persones enquestades que compren habitualment al barri coneixen alguna associació de comerciants del territori.

6. Associacionisme Comercial

6.1. Introducció

El comerç de Barcelona té una llarga i arrelada història associativa. La filosofia d'unir-se per salvaguardar i impulsar els interessos col·lectius no tan sols subsisteix, sinó que podríem dir que forma part de la idiosincràsia de la nostra ciutat.

Al Raval, a més a més, el paper de la societat civil i el grau d'organització de la mateixa són factors determinants en la cohesió social del territori i en la seva dinamització.

Tanmateix, per poder dinamitzar un barri, **és necessària la implicació dels diferents agents del territori, però especialment dels comerciants**. L'adopció d'iniciatives participatives i representatives de la realitat existent per part dels comerciants, esdevé indispensable per poder emprendre accions dinamitzadores amb èxit.

Cal ser conscients també de la necessitat de crear estructures col·lectives professionalitzades, amb capacitat per gestionar campanyes de promoció i publicitat, dirigides a la divulgació de l'oferta existent i a la captació i fidelització de clients. Així mateix, cal oferir serveis específics, formació especialitzada, cercar i impulsar ajudes per adequar els establiments i fer planejaments per a la millora de les infraestructures comunes del territori.

Avui dia els comerciants de Barcelona s'agrupen en associacions territorials, sectorials i també empresarials.

En aquest apartat s'analitza l'estructura associativa del comerç a Barcelona i l'associacionisme territorial al barri del Raval.

6.2. Estructura associativa del comerç

6.2.1 Els gremis de comerç i serveis²⁰ i patronals

Els gremis de comerç i serveis que actuen a Barcelona són entitats que agrupen a comerços i empreses d'un mateix sector. Les activitats que desenvolupen van des de la defensa col·lectiva dels interessos dels agremiats i del sector de cadascuna de les activitats, la representació i diàleg davant l'administració i altres entitats i empreses per tractar temes diversos, com legislació, promoció, seguretat ciutadana, normatives específiques i generals, ordenances municipals, formació dels agremiats i els seus treballadors, entre d'altres, així com, diversos serveis específics per al sector o generals, com per exemple, els d'assessoria i gestoria.

Hi ha gremis de gairebé tots els sectors comercials i de serveis a Barcelona, la major part dels quals, per no dir tots, estan agrupats a plataformes que serveixen de nexa d'unió i coordinació, com són el Consell de Gremis de Comerç, Serveis i Turisme de Barcelona, PIMEC Comerç i la Federació FEGRAM. Aquestes unions de gremis els permet, per exemple, desenvolupar estratègies comunes davant les administracions i oferir serveis conjunts que es poden utilitzar per millorar o complementar els que ofereixen cada un dels gremis que la integren.

²⁰ Barcelona, Ciutat i Comerç 2009. Promoció Econòmica Ajuntament de Barcelona.

6.2.2. Associacions territorials: Els eixos comercials

Un eix comercial urbà es defineix com una concentració natural de comerços, territorialment localitzada i delimitada, amb una oferta comercial continuada, plural i competitiva, en la que hi ha hagut sensibilització dels comerciants per associar-se i potenciar el seu eix. Ha estat la professionalització de les seves estructures de gestió la que ha permès endegar campanyes de promoció conjunta per tal de captar i fidelitzar clients.

Entre els anys 1997 i el 2000, es produeix a la ciutat de Barcelona la consolidació d'un concepte que ja estava latent, però que fins aleshores no s'havia manifestat d'una forma explícita: l'evolució de les agrupacions comercials territorials cap a una nova forma d'estructura col·lectiva, concretada en el nom d'**eix comercial**. L'aparició a finals dels anys 90 del nom d'eix comercial responia a una nova filosofia d'associacionisme comercial. Per primera vegada era la totalitat del territori qui prenia protagonisme, ja no semblava suficient amb la unió d'uns botiguers d'un carrer, convenia unir les diferents associacions d'un territori definit, per poder donar respostes vàlides a les problemàtiques que els afectaven i, alhora, projectar la imatge col·lectiva dels seus comerços, per tal d'impulsar la captació i fidelització dels potencials clients.

6.2.2.1. Fundació Barcelona Comerç²¹

La Fundació Barcelona Comerç és una entitat sense afany de lucre, l'objecte i finalitats de la qual són promocionar tota mena de projectes i activitats orientades a afavorir el ple desenvolupament del comerç urbà de Barcelona en els ordres social, econòmic i cultural i especialment dels eixos comercials.

Es crea davant la necessitat de tenir una figura jurídica de més entitat que pugui recollir, més enllà de les necessitats dels propis eixos, les necessitats col·lectives del comerç en general.

La Fundació Barcelona Comerç està conformada per 16 eixos comercials de Barcelona, que integren més de 10.000 comerços, donen ocupació a més de 35.000 persones, facturen més de 7.000 milions d'Euros i representen a l'entorn del 7% del PIB de la ciutat.

6.2.2.2. Eix Comercial del Raval²²

Dins de la Fundació Barcelona Comerç el comerç del barri del Raval està representat a través de L'Eix Comercial del Raval.

La Federació d'Associacions de Comerç i Entitats del Raval, l'Eix Comercial del Raval, és una entitat sense ànim de lucre que agrupa diverses associacions de comerciants del barri del Raval de Barcelona amb la voluntat d'unir tots els comerços del Raval per promoure el seu comerç.

L'àmbit d'actuació de la Federació és el barri del Raval definit per ser un dels barris amb més diversitat social i cultural de la ciutat de Barcelona, geogràficament privilegiat (situació cèntrica) i amb un cens d'institucions i d'equipaments culturals i socials inigualable.

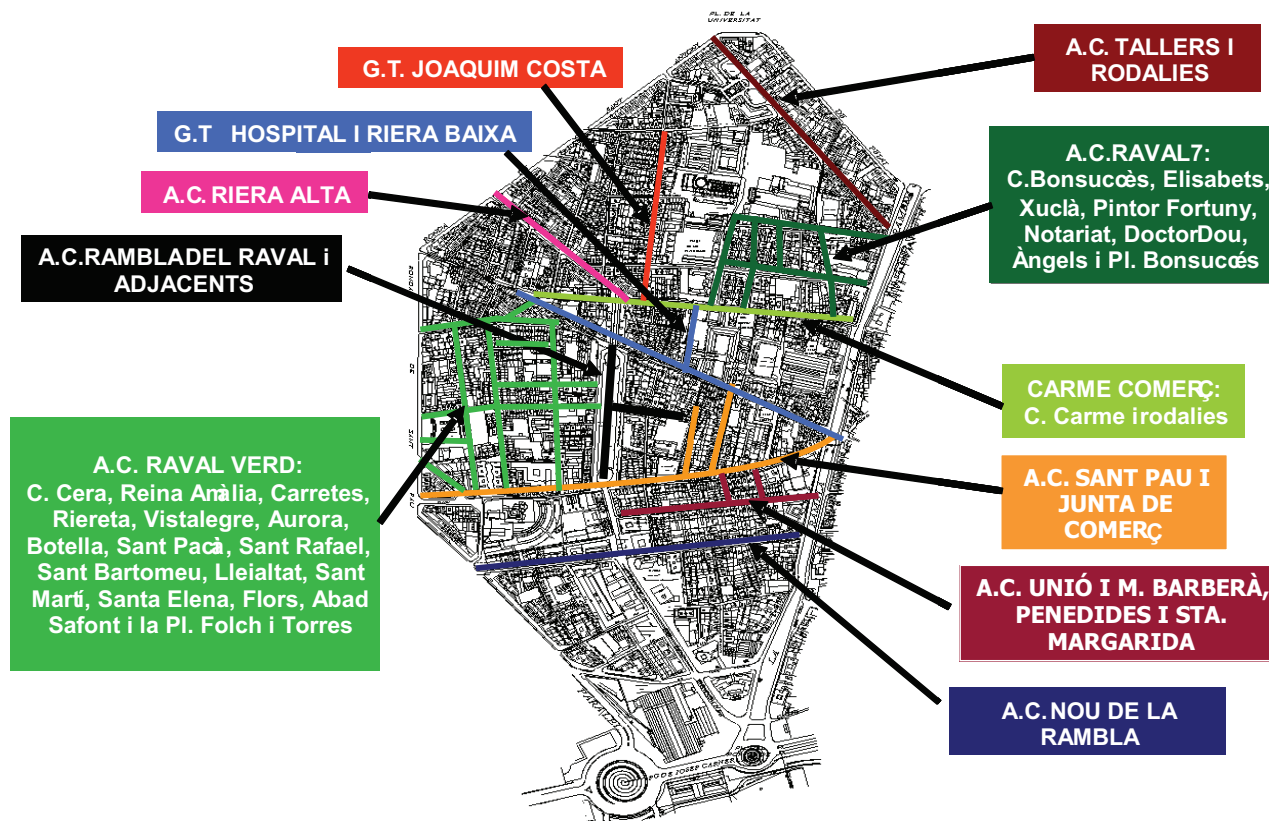
²¹ Informació extreta de la web <http://www.eixosbcn.org>

²² Informació extreta de la web <http://www.eixraval.com>

6.3. Situació actual de l'assoc. comercial al Raval

En l'actualitat, la realitat associativa dels comerços i serveis del Raval està representada per associacions de cada zona, que impulsen diferents iniciatives i treballen per la millora de la imatge i la promoció comercial del barri. En el mapa següent en mostren les associacions de comerciants en funcionament i la seva zona d'actuació:

Associacions de comerciants al barri del Raval a l'actualitat



6.4. Deu anys de dinamització comercial al Raval (2002-2012)

En 10 anys la Fundació Tot Raval ha dinamitzat, en el marc del projecte de Dinamització de l'associacionisme comercial al barri del Raval, un total de 8 associacions de comerciants, de les que en formen part més de 400 comerços i serveis del territori i les seves accions tenen un important impacte comercial, al mateix temps que contribueixen a la cohesió social del barri.

6.4.1. Antecedents

La Fundació Tot Raval va començar l'any 2002 a treballar en la dinamització econòmica i social. A partir dels resultats d'un estudi sobre el barri del Raval, encarregat a un equip extern, es va arribar a la conclusió de que **existien diverses mancances en l'àmbit econòmic, tant pel que fa l'estat de l'associacionisme comercial, com per la necessitat de donar suport a iniciatives econòmiques i comercials de millora del barri.** D'altra banda,

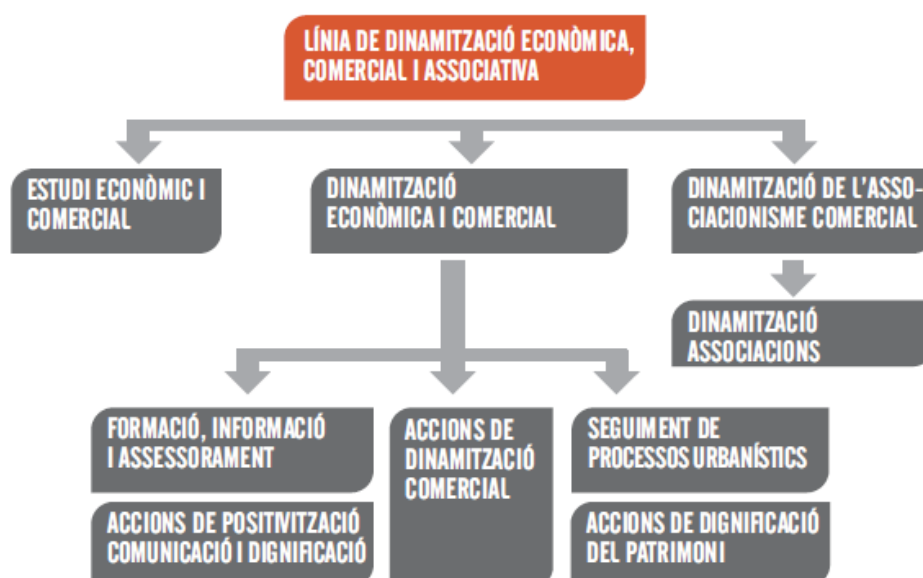
existia una preocupació per una part del sector comercial autòcton davant la integració dels comerciants nouvinguts, que feia necessària una intervenció per tal de millorar la comunicació i l'entesa.

Tenint en compte aquesta realitat, es va dissenyar el projecte que parteix del coneixement del territori i de la necessitat de fer una actuació global i transversal. L'objectiu d'aquest va ser **enfortir el teixit associatiu**, positivitzar el Raval i el seu comerç i realitzar accions que potenciessin el barri (*il·luminació de l'Antic Hospital de la Santa Creu i Sant Pau, Campanya Ravaleja!, Mercat Obert del Raval, Monogràfic de El Periódico, Sant Jordi al Raval, Festival de Cultura Raval(s), etc*)

6.4.2. Línies de treball de l'àmbit econòmic de la F. Tot Raval

A partir d'aquí es van establir tres línies de treball que configuren el *Programa de Dinamització del Comerç al Raval*:

1. **Estudi econòmic i comercial:** Elaboració d'un informe econòmic i comercial amb l'objectiu de conèixer en profunditat el teixit comercial del territori i la seva evolució per tal de traçar les línies d'actuació, reflexionar i proposar mecanismes que promoguin l'activitat econòmica, la cohesió social i la millora del comerç del territori.
2. **Dinamització econòmica i comercial** del territori mitjançant accions destinades a revitalitzar-lo. En aquest bloc es contemplen tasques d'informació, sensibilització i formació dels comerciants, tot fomentant elements d'atracció i de positivització; es col·labora amb aquelles iniciatives que puguin tenir una incidència positiva en l'àmbit econòmic i comercial, i es busca suport per a dignificar els espais emblemàtics del territori, etc.
3. **Dinamització de l'associacionisme comercial:** Projecte que dona suport a la creació i consolidació de les associacions de comerciants al barri del Raval, fent un èmfasi especial en que siguin un reflex de la diversitat comercial i cultural existent als diferents carrers. El procés té com a objectiu el foment de la participació dels comerciants per tal d'implicar-se en el teixit associatiu i vincular-se amb el barri. Alhora, també es fomenten de les relacions entre els comerciants de diferents orígens, per tal de garantir un marc de convivència. Es treballa la implicació del comerciant mitjançant projectes com el Festival de cultura Raval(s), la Festa Major o la Memòria Històrica, entre d'altres.



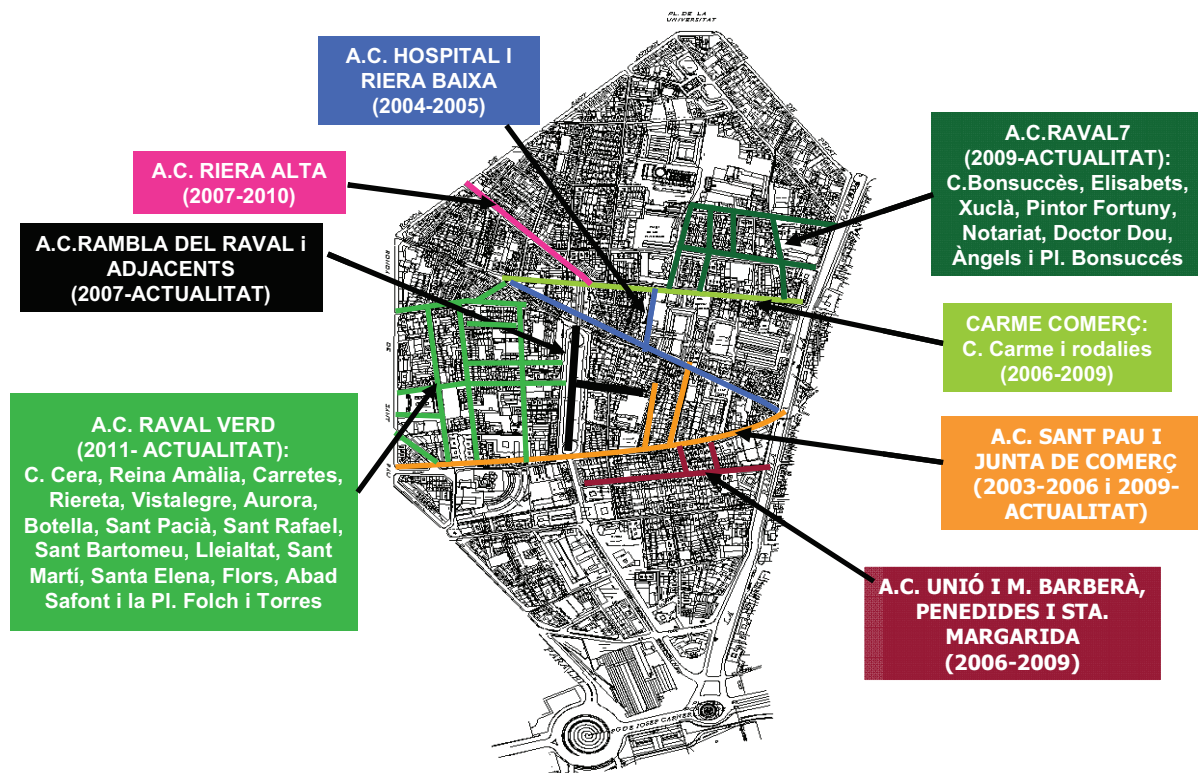
6.4.1.3. Descripció del projecte

El projecte de ***Dinamització de l'associacionisme comercial del barri del Raval*** consisteix en la promoció de la participació dels comerciants per tal d'implicar-se en el teixit social i multicultural del barri. La Fundació Tot Raval compta amb una metodologia pròpia de treball que promou la vinculació de forma voluntària dels comerciants amb el barri i amb la ciutat a través del foment d'associacions de comerciants que representin el territori alhora que dóna suport per a la visibilització de les mateixes davant la ciutadania. Les associacions de comerciants territorials esdevenen estructures organitzades que treballen per a la millora del carrer i de l'àrea comercial en la que es troben ubicades. Dit això, cal destacar la importància de la unió i entesa entre tots els comerciants (independentment del seu origen) per tal de desenvolupar accions dinamitzadores i ser capaços d'incidir en l'oferta i la demanda d'un territori, conservant els elements més característics del mateix i vetllant per la conservació d'un equilibri comercial i social.

Dinamització de l'associacionisme comercial és un projecte innovador i de referència a nivell estatal en el seu àmbit i un dels pilars de Tot Raval, donat el seu llarg recorregut, la seva presència al territori i la seva reinvençió constant per a la millora i adaptació del mateix.

El 2012 la Diputació de Barcelona ha publicat la ***Guia per a la dinamització del comerç local i nouvingut***, un manual que inclou la metodologia de treball de Tot Raval en el projecte de *Dinamització de l'associacionisme comercial* per tal que es pugui adaptar a d'altres municipis.

Associacions dinamitzades en el marc del projecte "Dinamització de l'Associacionisme Comercial"



7. L'Urbanisme Comercial

7.1. Introducció i metodologia

L'urbanisme comercial regula, d'una banda, les condicions d'implantació dels usos i equipaments comercials i, per l'altra, les característiques i l'adequació dels elements integrats a l'espai.

L'urbanisme comercial esdevé un instrument de protecció del comerç tradicional en front de la creació de grans superfícies i instauració de nous formats, ja que la realitat del comerç de proximitat es basa en una progressió temporal no planificada. El comerç tradicionalment s'ha implantat allà on podia, sense seguir pautes programades ni tenir en compte, en general, les necessitats dels consumidors ni les característiques de l'entorn.

Un dels elements que tenen al seu favor els nous centres comercials tancats o ubicats a la perifèria dels nostres municipis és que s'assenten seguint unes pautes programades prèviament, basades en l'anàlisi de les necessitats dels consumidors: aparcament, oci i lleure, restauració i altres serveis que satisfan als usuaris. El comerç de proximitat, com el del barri del Raval, està en desavantatge en aquest aspecte.

Aquest epígraf es basa en l'experiència pròpia d'observació directa, però sobretot en dades secundàries, obtingudes a partir d'altres estudis ja existents. Amb aquest recull d'informació es realitza una aproximació a l'impacte de les transformacions urbanístiques dels últims anys en l'oferta i la demanda del Raval, mitjançant l'anàlisi de l'evolució urbanística del barri i de les seves característiques actuals (vies i facilitats d'accés, habitatge, aparcaments, senyalització i paisatge urbà).

Que el Raval sigui un barri d'arribada, vinculat històricament a la marginalitat, amb unes transformacions urbanístiques que han implicat la dignificació del barri, la implantació d'elements d'atracció i la conservació del patrimoni, influeix en la percepció general que la població té sobre el barri, en les característiques socials del territori (pluriètnicitat) i en l'evolució de la seva vida econòmica i comercial.

7.2 Actuacions urbanístiques en els darrers anys

A continuació exposem les darreres actuacions que han tingut lloc en els darrers anys al territori del Raval i que tenen una clara repercussió en l'entramat comercial.

LA PLAÇA CASTELLA, RENOVAT PÒRTIC D'ENTRADA AL RAVAL NORD

El barri del Raval compta amb un nou espai públic renovat. La plaça Castilla presenta la seva nova cara un cop completada la remodelació que s'hi ha dut a terme amb l'objectiu d'adequar l'espai a l'ús prioritari dels vianants i, alhora, millorar la funció de la plaça com a pòrtic d'entrada al Raval pel seu extrem nord (c. Tallers). Els treballs van comportar també la reurbanització del carrer Gravina. Les obres van finalitzar al setembre del 2008.

REMODELACIÓ ÍNTEGRA DEL CARRER JOAQUIM COSTA

El carrer Joaquín Costa ja presenta en tota la seva extensió les característiques pròpies d'un espai públic amb prioritat pels vianants, un cop acabades les obres de la tercera i última fase de la remodelació del carrer. La pavimentació a un únic



nivell i la instal·lació de la xarxa soterrada de recollida pneumàtica de residus han estat els dos principals eixos de l'actuació. Les obres van finalitzar al maig del 2011. Una de les primeres conseqüències que ja es poden observar és l'augment del fluxe de gent que circula pel carrer.

Resta per veure quina serà l'evolució comercial, tot i que en l'anàlisi actual de l'oferta s'observa un lleu creixement d'establiments i una major visualització dels ja existents.

NOU CENTRE DE SERVEIS SOCIALS DEL RAVAL

L'edifici situat en els números 101-109 del carrer del Carme ha estat objecte d'una rehabilitació integral per tal d'adequar-lo com a nou Centre de Serveis Socials del Raval. D'aquesta manera, l'edifici històric que havia acollit l'antiga Escola de la República torna a tenir un ús social.



L'adequació d'aquest edifici, sense activitat des de feia molts anys, ha permès acabar amb la imatge d'abandonament i de locals tancats que donava la part lateral del l'edifici. Tot i aquesta millora, en aquesta part del carrer continua existint certa desertització comercial.

REMODELACIÓ DE VUIT CARRERS DEL RAVAL CENTRE

Els carrers Vistalegre, Carretes, Aurora, Lleialtat, Sant Pacià, Sant Rafael, Sant Martí i Sant Bartomeu, tots vuit situats a l'àrea del Raval centre que es troba entre la Rambla del Raval i la plaça Folch i Torres, han estat remodelats entre l'octubre de 2006 i el març de 2008.

L'actuació ha permès adequar aquests carrers al criteri general que regeix la reordenació de l'espai públic a Ciutat Vella en les últimes dècades, d'augmentar l'espai pels vianants i otorgar-los-hi la prioritat.

Aquests vuit carrers es van pavimentar a un únic nivell, amb dos materials diferents per tal de distingir clarament el tram central, de paviment de llambordes de granit, i els trams laterals, de sòl de lloses de formigó. Aprofitant l'aixecament de cada carrer per a la renovació del paviment, es van fer treballs de millora i modernització de totes les xarxes de subministrament de serveis d'aquesta zona: aigua, llum, gas, telèfon i clavegueram. Igualment, en tots els carrers es va renovar l'enllumenat públic amb la instal·lació d'un tipus de fanal que redueix el consum energètic alhora que augmenta la il·luminació. En alguns d'aquests carrers l'actuació va comportar també la instal·lació de la xarxa de recollida pneumàtica d'escombraries.

L'ESPAI POSTERIOR A L'ABSIS DE LA CAPELLA SANT LLÀTZER RECUPERAT PER A L'ESPAI PÚBLIC

El barri del Raval ha guanyat un nou espai públic per a l'ús ciutadà. El pati situat darrera l'absis de la capella de Sant Llàtzer ha estat urbanitzat com a zona enjardinada i s'ha dotat de mobiliari urbà així com d'una àrea de jocs



infantils. L'actuació s'ha dut a terme de manera complementària a la rehabilitació de l'edifici del carrer del Carme, 101-109 com a nova seu del Centre de Serveis Socials del barri. L'accés al nou espai públic es fa pel carrer Sant Llätzer, que també ha estat arranjat. Les obres van finalitzar al desembre del 2009.

En aquest sentit, resta pendent que el barri faci seu l'espai, ja que al trobar-se en certa manera "amagat" entre edificis, es dificulta la visibilització del mateix.

INAUGURACIÓ DE LA FILMOTECA I ARRANJAMENT DE LA PLAÇA SALVADOR SEGUÍ I DEL CARRER ESPALTER

El novembre del 2010 s'iniciaren les obres d'arranjament de la plaça Salvador Seguí i del carrer Espalter. Aquests dos espais públics conformen l'entorn immediat del nou edifici de la Filmoteca de Catalunya, la qual va ésser inaugurada el mes de febrer de 2012.

Pel que fa la plaça, s'ha dut a terme la renovació del paviment i el mobiliari urbà així com la millora de l'enllumenat públic i de les xarxes de subministrament de serveis de la zona. L'actuació a més, ha comportat la instal·lació de la xarxa de recollida pneumàtica de residus al carrer Espalter.

Els treballs en aquesta àrea s'afegeixen als que ja es van dur a terme al voltant de l'Illa de la Rambla del Raval, en la qual van ser remodelats els carrers Robador, Sant Rafael, Nou de Sadurní i el tram de Sant Josep Oriol entre Espalter i la Rambla del Raval, a més de la urbanització de la nova plaça Manuel Vázquez Montalbán. Posteriorment, en el marc del Fons Estatal d'Inversió Local, es va fer també una actuació a la plaça Salvador Seguí, consistent en la millora de l'àrea de jocs infantils.

Cal destacar la Filmoteca com a important pol d'atracció del barri. En poc més de 2 mesos i mig ja ha rebut l'afluència de 33.000 espectadors.

CONSTRUCCIÓ DE L'APARCAMENT DE L'ILLA DE LA RAMBLA DEL RAVAL

El 19 de setembre del 2008 va entrar en funcionament l'aparcament públic municipal construït al subsòl de l'Illa de la Rambla del Raval. L'estructura de l'obra estava acabada des d'aproximadament un any abans, si bé els últims treballs previs a la posada en servei de l'aparcament es van posposar fins que la construcció de tots els edificis que conformen aquest nou conjunt urbà estigués avançada per evitar que els camions de l'obra i els vehicles usuaris de l'aparcament coincidissin al carrer Sant Rafael.

El nou aparcament, de dues plantes de fondària, té capacitat per a 228 vehicles de quatre rodes, una zona d'estacionament de motos i algunes places per deixar-hi bicicletes. La rampa d'accés és pel carrer Sant Rafael i la de sortida, per la Rambla del Raval. La gestió de l'aparcament és a càrrec de l'empresa municipal B:SM.

REMODELACIÓ I INAUGURACIÓ DE LA PLAÇA DEL PEDRÓ

El 10 de setembre de 2011 es van iniciar les obres de remodelació de la plaça del Pedró, que es va inaugurar al maig del 2012. La plaça ha guanyat espai d'ús ciutadà i ha reduït la circulació de vehicles per mitjà de la reconversió en espai per a vianants del tram del carrer del Carme que circula en paral·lel a la plaça. L'actuació ha volgut reforçar la plaça del Pedró com a pòrtic d'entrada al Raval i contribuir a realçar el valor patrimonial del conjunt monumental de la capella de Sant Llätzer. El projecte ha incorporat la instal·lació de la xarxa de recollida pneumàtica de residus.

Val a dir que algunes de les actuacions descrites anteriorment formen part del **PLA DE BARRIS DEL RAVAL SUD**.

Un dels àmbits d'actuació del Pla de Barris del Raval Sud és la **millora de l'espai públic** (millora i reurbanització de carrers i places i supressió de barreres arquitectòniques). L'espai públic és considerat com a marc que facilita la relació social i la integració de les persones del barri, i amb un important efecte dinamitzador sobre la vida dels veïns i veïnes. Millorar l'espai públic té un efecte multiplicador sobre la inversió privada, tant pel que fa als immobles com a les activitats comercials i professionals.

7.3. Actuacions urbanístiques en marxa

Actualment s'estan portant a terme una sèrie d'importants actuacions urbanístiques, entre les que destaquen:

REFORMA URBANA DE LA PLAÇA GARDUNYA I ENTORNS

Des del setembre del 2010 es troben en curs les obres de construcció de l'aparcament soterrat de la plaça de la Gardunya i de l'àrea d'activitats logístiques del mercat de la Boqueria. És la primera de les cinc grans actuacions previstes en el marc de la reforma de la plaça de la Gardunya.

Les obres de construcció de l'aparcament soterrat i de l'àrea d'activitats logístiques del mercat de la Boqueria tenen una durada prevista de 34 mesos. Es preveu que l'aparcament pugui entrar en servei un cop transcorreguts 29 mesos de l'obra, el febrer del 2013.

L'aparcament serà de tres plantes i tindrà una capacitat de 440 places d'ús públic, distribuïdes entre la segona i la tercera plantes. La primera es destinarà per a ús exclusiu dels paradistes i els proveïdors del mercat de la Boqueria, que disposaran de 76 places per fer la càrrega i descàrrega que actualment duen a terme a la superfície de la plaça. El soterrament de l'àrea logística del mercat permetrà triplicar l'espai destinat a magatzems, dels 948 metres quadrats actuals als 2.634 de la nova infraestructura. Repartits entre les tres plantes, hi haurà 79 magatzems de deu metres quadrats cada un. L'actuació al subsòl de la plaça de la Gardunya abraçarà una superfície total construïda de 22.349 metres quadrats.

Aquesta obra, la de més complexitat tècnica, ja que afecta el subsòl, és la primera de les cinc grans actuacions de les quals constarà la reforma de la plaça de la Gardunya. Les altres quatre seran la construcció de 64 habitatges (50 públics i 14 privats) a la banda de muntanya de la plaça, la construcció d'un equipament per a l'Escola Massana a la banda de mar, la dignificació de la façana de la Boqueria que mira a la Gardunya, i la urbanització del nou espai públic resultant del soterrament de l'aparcament que, fins el moment d'iniciar aquesta ambiciosa reforma, ha condicionat els usos de la plaça com a espai ciutadà.

La plaça de la Gardunya és l'últim gran espai del Raval que resta per transformar en el marc del procés de regeneració urbana i social que ha viscut Ciutat Vella dels anys vuitanta ençà.

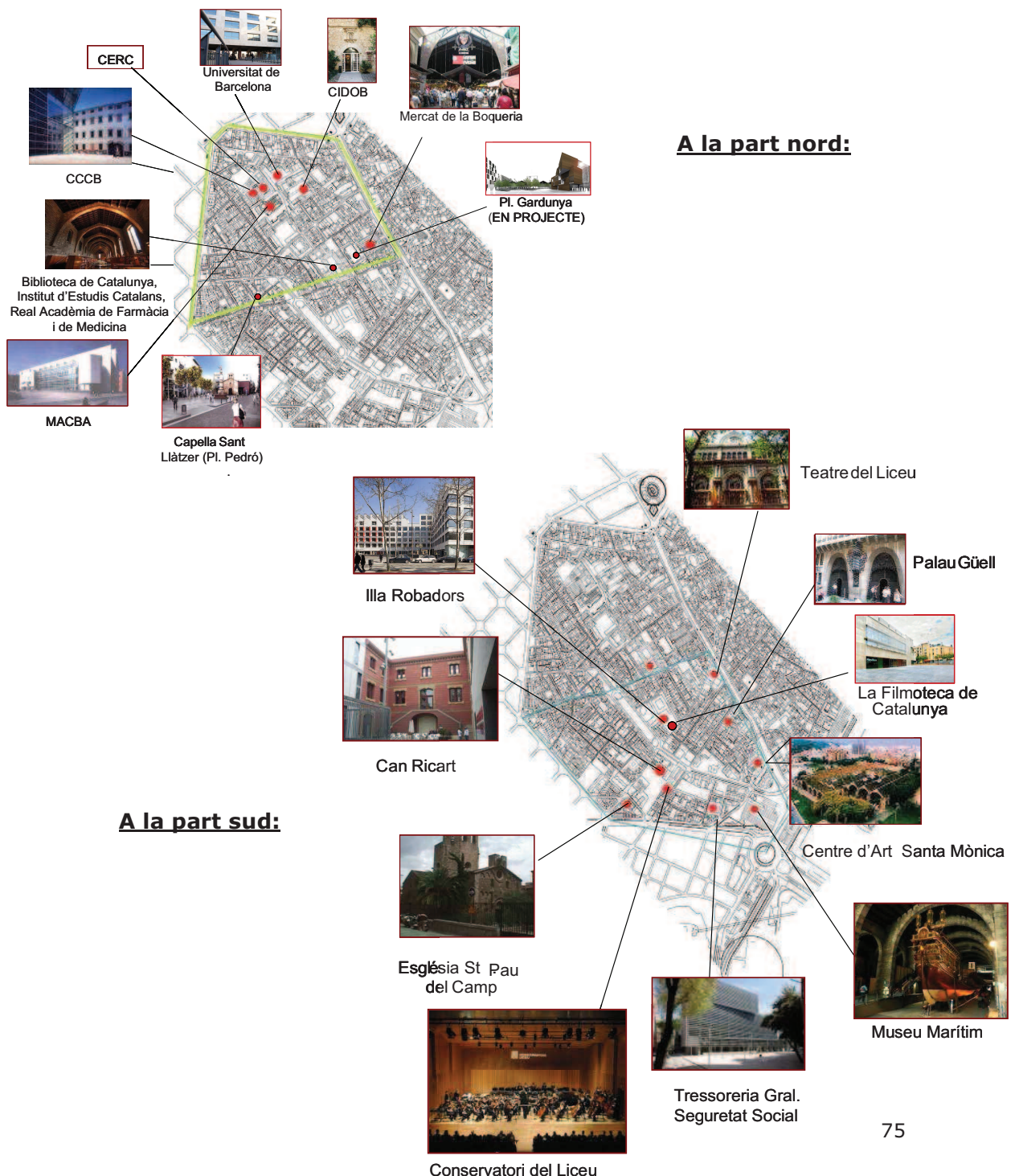


7.4. Elements d'atracció

Els elements d'atracció es caracteritzen per ser equipaments públics/privats que conviden a la gent a entrar al barri (edificis d'elevat interès socio/cultural, serveis,...). Actuen per tant, com un motor d'impuls per fer que els ciutadans visitin i passegin pel Raval.

La introducció d'elements d'atracció al Raval s'ha produït de forma desigual pel que fa el Raval nord i el Raval sud. Mentre al Raval nord aquests elements es van situar des d'un primer moment a l'interior del barri, al Raval Sud eren perifèrics. En els últims anys però, hi ha hagut un increment important d'aquests equipaments a la part Sud del barri. Per exemple, la Fimoteca de Catalunya, Can Ricard o la Illa Robadors, que esperen tenir el seu impacte en els properes anys.

Actualment, destaquen com a principals elements d'atracció del Raval:



7.5. Conclusions de l'urbanisme comercial

L'urbanisme comercial és una de les **peces clau de l'èxit d'un projecte de dinamització comercial** i de creació d'un centre comercial urbà. Es constitueix com a punt de partida per tal d'aconseguir amabilitzar la zona delimitada, el Raval, que com a part del centre històric de la ciutat, l'espai més emblemàtic de la mateixa, implica també l'afabilitat de tota la ciutat.

En aquest sentit el Raval té diversos aspectes a millorar i que caldria replantejar :

- La il·luminació: en els darrers temps ja s'han introduït millores pel que fa a la il·luminació en alguns carrers. Ara bé, caldria revisar els barems de les llums tenint en compte l'orografia del carrer per tal que s'ajustin a realitats concretes i ajudi a combatre la sensació d'inseguretat que sovint van reforçats per la manca de llum.
- Les barreres arquitectòniques: les entrades d'alguns dels carrers del Raval mantenen avui dia la seva condició de carrer amb dificultat d'accés (voreres estretes, alta concentració de cotxes,...). Aquesta situació a l'entrada de carrers com el Carme o Hospital fa que es perdi la continuïtat comercial i s'obstaculitzi el flux de visitants que passen per La Rambla. També és el cas del carrer Riera Alta, un dels carrers d'entrada de vehicles al barri, amb voreres estretes i motos aparcades a les mateixes que dificulten el pas de vianants i la dinamització comercial. El carrer Joaquim Costa, d'altra banda, és un clar exemple de com l'eliminació de barreres arquitectòniques, mitjançant la seva peatonalització, produeix un efecte favorable per la proliferació de comerços i serveis al llarg d'aquest carrer.
- La dinamització dels espais: és molt important seguir complementant les obres de millora al barri dels darrers anys amb projectes de dinamització:
 - o **Pla Salvador Seguí**. En el marc del Pla de barris del Raval Sud s'està elaborant un pla de dinamització que s'ha endegat a principis del 2012 i que contempla, entre d'altres, les següents accions: mediació a l'espai públic, música al carrer, pintada de persianes de magatzems i locals tancats i decoració de balcons i façanes amb flors i plantes.
 - o **Comissió de seguiment de la Plaça de la Gardunya**.
 - o **Flea Market a la Plaça de la Blanquerna**. Ara farà 2 anys que va arribar el Flea Market al barri, un mercat de segona mà mensual que, inspirat en els mercats de puces de Londres o Berlín, aglutina prop de 120 parades i ha estat valorat pel veïnat de la zona com una activitat dinamitzadora de la plaça.
 - o **Mercat d'artesanía i dissenyadors urbans a la Rambla del Raval**. Des de fa més 6 anys, cada cap de setmana la Rambla del Raval compta amb 15-20 expositors amb productes artesanals i de disseny. El Mercat fa d'element dinamitzador de la Rambla durant els caps de setmana.

8. Iniciatives proposades

8.1 Introducció

El comerç del Raval és un comerç molt arrelat a la trama urbana, que barreja la tradició, proximitat i serveis amb la modernitat i innovació. Després d'observar com es configura la seva oferta i demanda de forma detallada, l'associacionisme comercial i de fer una descripció de les darreres transformacions i les que estan en procés, a continuació es plantegen tota una sèrie d'iniciatives per a complementar i millorar certs aspectes del mateix.

En síntesi, el comerç urbà del Raval presenta grans oportunitats de dinamització, tenint en compte la situació de partida i la centralitat del barri. Però aquestes oportunitats de millora també representen assumir reptes en els que s'emmarquen molts actors i factors, la correcta gestió dels quals pot assegurar l'èxit dels projectes o representar riscos de continuïtat.

En realitat, un pla d'acció comercial, per a tenir èxit, ha de ser coliderat pels comerciants i professionals del territori amb el suport i implicació de les diferents administracions.

8.1.1 Promocionar el comerç del Raval

1. Fomentar la millora de la imatge del petit comerç i la seva adaptació a les noves tecnologies de la informació

Des de les administracions s'ofereixen incentius, subvencions i micro-crèdits adreçats a la millora d'aquests aspectes, però tot sovint s'exigeix un grau d'inversió i una gestió administrativa excessiva pel petit comerç.

2. Formar els comerciants

Sumar esforços entre tots els agents per oferir als comerciants diferents línies de formació. La formació ha de venir condicionada per la necessitat real del comerç del barri i les seves característiques. Tot sovint el petit comerç té dificultats per poder assistir a formacions que exigeixen una gran dedicació i en alguns casos seria recomanable que aquesta es portés a terme de forma personalitzada en el mateix establiment.

3. Informació continuada als comerciants

Garantir un canal directe de comunicació des de les administracions vers les associacions de comerciants i d'aquestes vers els seus associats/des.

Els empresaris han de conèixer detalladament les normatives que els afecten i les seves modificacions, els horaris comercials, els serveis dels que disposen, els avantatges associatius, etc.

4. Oferir suport en el aspectes legals

Facilitar un servei d'assessorament gratuït permanent per a les associacions de comerciants i els seus associats.



5. Sensibilitzar-los cap a l'associacionsime comercial

Partint del foment de l'associacionisme comercial realitzat en els darrers anys, entre l'administració i les entitats, és de vital necessitat continuar treballant en:

- a. La representativitat sectorial i de diferents orígens dintre de les associacions.
- b. La legitimització de les associacions davant de les diferents institucions
- c. La consolidació de l'Eix Comercial del Raval que aglutini les associacions de comerciants del barri, tot generant campanyes i accions amb una visió conjunta del territori i amb un impacte real sobre el comerç i el barri en general.
- d. La visibilització de la importància del treball conjunt per a la millora de l'entorn i la creació d'un espai per a compartir experiències i unificar esforços.
- e. Millora del traspàs d'informació en pro de la transparència i la comunicació (memòries, balanços, etc.) de les associacions de comerciants vers el comerç del barri.

6. Oferir serveis als comerciants a través de les seves associacions

Aquesta és una manera de fidelitzar els comerciants a les seves associacions.

7. Protegir els establiments comercials històrics del Raval, donat que són part del patrimoni del barri.

8.1.2 Donar a conèixer les bones pràctiques comercials del Raval i fomentar el "Raval Territori Socialment Responsable" (TSR)

1. Bones pràctiques a nivell medio-ambiental

- a. Reducció de les bosses de plàstic, residus,..
- b. Sensibilització vers l'energia (ús de bombetes de baix consum, etc.)
- c. Fer ús de productes de Km zero (productes de proximitat).

2. Bones pràctiques a nivell econòmic

- a. Consum de productes i serveis de proveïdors del barri.
- b. Aliances de cooperació per compartir proveïdors (ex. central de compres).
- c. Incorporació del comerç a les noves tecnologies de la informació.

3. Bones pràctiques a nivell social/comunitari

- a. Patrocinar i/o participar en les activitats de la comunitat.
- a. Donar oportunitat a joves del barri amb formació ocupacional per fer les seves pràctiques amb possibilitat de contractació.



4. Bones pràctiques en l'àmbit laboral

- a. Flexibilitat horària, conciliació vida laboral-familiar, en la mesura que sigui possible. L'adopció d'aquesta pràctica depèn sovint del tamany del negoci/establiment i del número de persones contractades.
- b. Tenir en compte la població del barri a l'hora de contractar personal.
- c. Formació dels treballadors/es.

8.2.1 Promocionar i consolidar el circuit comercial diürn més especialitzat (el que està ubicat a la Zona Nord del Barri)

1. Editar material publicitari específic

Com díptics i mapes turístics.

2. Arribar a acords amb els aparcaments públics de la zona

Pactar hores d'aparcament gratuït pels clients que accedeixin al barri amb transport privat.

3. Crear una targeta de fidelització de la clientela

Que inclogui diversos beneficis com el finançament de les compres sense interessos, obsequis per a premiar la constància de la clientela...

4. Promoció del comerç multiètnic, modern i de noves tendències, característic d'un barri de contrastos com és el Raval

- a. Incloure rutes de Bus Turístic (públic/privat) que tinguin el Raval com a punt de referència en els seus itineraris.
- b. Distribuir material a oficines de turisme, hotels, biblioteques, centres cívics, mercats,...
- c. Dur a terme campanyes per aparèixer als mitjans de comunicació: premsa, radio, televisió, etc.
- d. Donar impuls a campanyes que ajudin a visualitzar tot allò que es positiu i està tenint lloc al barri del Raval (Ex: Moviment Raval Viu,...)
- e. Ús de les noves tecnologies en la promoció del comerç. Creació de web, blog, xarxes socials, etc.

8.2.2 Consolidar el comerç de proximitat alimentari pels habitants del barri i donar a conèixer altres branques de l'oferta

Mitjançant:

1. Bustiades amb campanyes de fidelització específica

Dirigida als residents: "al barri tens de tot", "utilitza el comerç del teu barri"...

2. Campanyes de promoció i de descomptes de caire intern



3. La targeta de fidelització de la clientela (esmentada en el punt anterior)

8.2.3 Mantenir l'Oci Nocturn existent vetllant per l'equilibri d'usos

A través de:

- 1. Campanyes de sensibilització (civisme) dirigides als usuaris**
- 2. Control de l'acompliment dels horaris dels locals i els vetlladors**
- 3. Programa de mediació entre els veïns i els propietaris dels locals**

8.3 En relació a la demanda

- 1. Crear campanyes específiques de publicitat donant especial rellevància als factors que més es valoren: el caràcter diferencial i mixt dels barris pluriètnics**

S'ha de tenir en compte el públic potencial del barri (persones d'entre 16 i 35 anys, que viuen a Barcelona Ciutat, amb un nivell d'estudis elevat) i la seva recerca de sensacions i ofertes diferenciades dins dels serveis i del comerç.

L'àrea geogràfica de la promoció tindria dos públics diana: els residents de la ciutat de Barcelona en general i del barri específicament.

- 2. Oferir continuïtat a campanyes existents com la de Ravalejar**
Tot garantint una difusió més àmplia a través d'espots publicitaris, articles a premsa...
- 3. Crear una campanya de promoció dirigida als turistes**
- 4. Millorar la senyalització i els accessos al barri per tal de facilitar l'entrada de visitants al Raval.**
- 5. Potenciar el Raval cultural.**

8.4 En relació a les associacions de comerciants

- 1. Garantir els processos de dinamització endegats**

A través de recursos tècnics i humans i de la necessitat de disposar d'un equip de mediadors interculturals.

- 2. Establir plans de treball adequats a la realitat de cadascuna de les entitats**

Aquests han de contemplar, inicialment, accions i/o recursos de suport a la Junta Directiva.

- 3. Desenvolupar plans estratègics de dinamització**

A través del treball conjunt que s'ha estat desenvolupant fins el moment entre l'Administració, l'Eix Comercial del Raval i la Fundació Tot Raval⁴⁹. Cal

⁴⁹ Veure pàg. 324



seguir treballant en la línia de foment d'un associacionisme funcional i representatiu de la realitat existent, mitjançant la realització d'accions de mediació i la participació activa dels agents implicats (els comerciants, independentment del seu origen).

4. Dotar a les associacions de comerciants del suport tècnic

Necessari per poder dinamitzar comercialment el comerç i serveis del barri i per poder treballar transversalment amb altres entitats del territori.

8.5 En relació a l'urbanisme

1 . Revisió de l'enllumenat públic i substitució dels seus elements

Degut a la impossibilitat d'augmentar els barems actuals d'enllumenat a causa de la contaminació lumínica, l'Administració ofereix la possibilitat de canviar l'òptica dels fanals convencionals per tal d'incrementar la sensació de lluminositat als carrers, sense contribuir a un creixement de consum d'energia ni de factors contaminants. Així, es millora la sensació de seguretat dins del barri i la percepció de la mateixa a l'exterior (resta de la ciutat). Cal fer-ne una especial atenció a les següents àrees del barri:

- a. Zona de ponent, del C. Joaquim Costa cap a la Ronda.
- b. Raval sud en general, a excepció del C. Carretes, on ja s'ha instal·lat aquesta tipologia d'enllumenat.

2. Neteja

És necessari reforçar, no únicament les campanyes de neteja existents sinó també les que estan dirigides a la sensibilització de la població en matèria de civisme.

Instal·lació de la recollida pneumàtica en aquells carrers que encara no en disposen.

3. Ampliació del nombre de carrers peatonals i/o de prioritat invertida

Per tal de facilitar l'accés a aquesta zona en transport públic i contribuir a una major pacificació del trànsit i, així, facilitar la mobilitat externa i interna.

4. Creació d'espais verds i zones de joc per infants i joves

Tot i que les característiques urbanístiques dificulten la instal·lació d'aquests espais, es considera necessari el manteniment i la creació d'aquestes àrees d'esbarjo. Sobretot, si es vol potenciar, no només l'arribada d'un públic potencial pels comerciants (gent jove i/o alternativa), sinó que també la transformació conceptual del Raval: de barri d'arribada a barri per a viure.

5. Revisió dels accessos al Raval

S'haurien de crear les condicions necessàries perquè vies d'accés al Raval com és el carrer del Carme fos la continuïtat de Portaferrisa. Aquest fet passaria per eliminar tot tipus d'obstacle físic i visual –aparcament de motos, contenidors d'escombreries- que augmentés l'atractiu del carrer i facilités l'entrada al barri.



6. **Millorar els accessos i la informació al patrimoni històric del barri**, eliminant aquells elements de l'espai públic que suposen un obstacle per al pas de vianants i incorporar la plataforma única en carrers on l'activitat comercial i veïnal conflueixen amb la turística.
7. **Pacificar el trànsit com a zona 30 a tot el barri**, tot establint mecanismes de control de la velocitat dels cotxes i habilitant ressalts en zones de visibilitat reduïda per evitar situacions d'inseguretat.
8. **Augmentar el control dels guals i zones de càrrega i descàrrega** per evitar que es converteixin en zones d'aparcament permanent i entorpeixin la visibilitat dels establiments de restauració i dels seus vetlladors.

8.6 En relació a la millora de la convivència

1. Controlar el compliment de la normativa

Alguns dels conflictes identificats al barri vénen donats per la percepció que existeixen diferents procediments davant d'un mateix incompliment. Davant d'aquest fet es creu convenient:

- a. Millorar la coordinació de les diferents unitats d'inspecció, a nivell local i autonòmic.
- b. Fer reunions periòdiques amb les associacions de comerciants per:
 - Informar sobre el funcionament de les inspeccions (objectius, procediments,...) ja sigui a nivell general o partint de campanyes específiques d'inspecció als establiments comercials.
 - Recollir incidències.

2. Realització i/o suport d'activitats lúdiques al carrer

Mitjançant la coordinació i la participació de les associacions culturals, socials i les de comerciants, seria positiva l'organització d'activitats puntuals. D'aquesta manera, s'afavoriria la cohesió entre empresaris i veïnat.

3. Donar recolzament i promoure iniciatives socials, culturals i comercials

Cal tenir present que tots aquests àmbits són fonamentals per al desenvolupament econòmic del barri.

4. **Potenciar els camins escolars**, per garantir la seguretat dels infants en els nostres carrers, acció que s'està desenvolupant des del **Pla de Barris Raval Sud**.
5. **Reforçar els instruments de seguretat ja existents per tal de vetllar per la seguretat dels comerços**.

La **responsabilitat** de dur a terme aquestes accions **ha de ser compartida** per part de les **associacions i entitats del Raval i del sector** com de les **administracions**, què han de relacionar-se, traspasar-se la informació i treballar conjuntament.

9. Equip d'investigació i agraïments

9.1 Equip d'investigació

L'Estudi Econòmic i Comercial del barri del Raval 2010-2011 ha estat desenvolupat per l'equip de Tot Raval i la col·laboració externa de diverses institucions i persones.

L'equip de Tot Raval, coneixedor directe del territori i l'àmbit comercial, ha dissenyat i desenvolupat el treball de camp, n'ha fet la sistematització i l'anàlisi i redacció de l'estudi. L'empresa Claus Consultors ha realitzat el treball de camp de la Demanda i el Comptatge.

L'equip que ha realitzat la investigació ha estat:

- Noelia Mohedano Salvador, politòloga i investigadora Social, tècnica de l'àmbit econòmic i comercial de Tot Raval.
- Tatiana Bonastre Garcia, economista i màster en Cooperació i Desenvolupament, tècnica de l'àmbit econòmic i comercial de Tot Raval.

L'equip d'investigació ha comptat amb el seguiment de:

- Núria Paricio Paricio, directora gerent de la Fundació Tot Raval.

Pel que fa al treball de camp, aquest ha estat possible gràcies al suport de persones voluntàries, en pràctiques i plans d'ocupació com són: Yuhanny Henares, Ana Casado, Valentina Bratteli, Nairobi Katherine Fuentes, Mariona Arner, Bárbara Janik, Alfons Salas i Ester Conesa.

Agrair també al Víctor Jiménez pel disseny, de forma desinteressada, de la portada i la contraportada.

9.2 Agraïments

Tenint en compte la magnitud de l'estudi, cal reconèixer que aquest no hagués estat possible sense totes les persones que hi han col·laborat de forma voluntària.

També volem expressar el nostre agraïment:

- A la Direcció de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona, per haver confiat i haver donat suport en la definició dels criteris d'investigació i metodològics, així com també en la correcció de l'estudi.
- Al Districte de Ciutat Vella, pel seu acompanyament en el procés d'elaboració de l'estudi.
- Al Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM) pel seu suport.
- A Foment de Ciutat Vella, per facilitar-nos part de la informació que hem necessitat per a l'elaboració de l'estudi.
- A l'Eix Comercial del Raval, pel seu suport a les associacions de comerciants de cada un dels carrers analitzats, així com també als seus associats.
- A l'Observatori de Comerç de Barcelona, de la Universitat de Barcelona.
- Al Pla de Barris Raval Sud i a Barcelona Activa.
- Als comerciants del barri per la seva participació en aquest estudi.



- Als membres de la junta i a l'equip tècnic de la Fundació Tot Raval, pel seu suport i acompanyament.
- I a totes aquelles persones que han fet possible d'una manera o altra aquest estudi.

10. Bibliografia i Documentació

Estudis, informes i dossiers de consulta:

Context

1. Del Xino al Raval, Cultura i transformació social a la Barcelona central, Joan Subirats i Joaquim Rius. CCCB. 2004
2. Padró Municipal d'Habitants, a 30 de juny 2011. Departament Estadística (Ajuntament de Bcn)
3. Ciutat Vella, El centre històric reviscolat. Model Barcelona Quaderns de Gestió, Martí Abella, 2004
4. Activitat Econòmiques a la Ciutat Vella. Promoció de Ciutat Vella. Juny del 1988
5. Informe estadístic de l'Ajuntament de Barcelona "La població estrangera a Barcelona". Gener 2012
6. Instituto Nacional de Estadística. INE

Oferta

7. Estudi Econòmic i Comercial del Raval 2003, Fundació Tot Raval
8. Estudi Econòmic i Comercial del Raval 2004, Fundació Tot Raval
9. Estudi Econòmic i Comercial del Raval 2005, Fundació Tot Raval
10. Estudi Econòmic i Comercial del Raval 2006/2007, Fundació Tot Raval
11. El comerç a Barcelona 2004, Ajuntament de Barcelona
12. El comerç a Barcelona 2005, Ajuntament de Barcelona
13. El comerç a Barcelona 2009, Ajuntament de Barcelona
14. El comerç ètnic en el districte de Ciutat Vella de Barcelona, Pau Serra del Pozo, Obra Social Fundació "La Caixa"
15. Les activitats comercials dels estrangers a Ciutat Vella, Fundació CIDOB 2001
16. Activitat del Sector Comercial de Barcelona, Direcció de Comunicació Corporativa i Qualitat. Ajuntament de Barcelona 2005.
17. Alimentació 2010, Hàbits de compra i consum de productes emergents, Institut Cerdà. Fundació Privada
18. Enquesta Activitat del sector comercial de Barcelona 2010, Ajuntament de Barcelona

Demanda i Comptatge

19. Estudis d'Afluència a Eixos Comercials 2009, Ajuntament de Barcelona
20. Estudi d'hàbits de compra, fluxos d'entrada i atractivitat comercial de la ciutat de Barcelona 2003, Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona.
21. Curs de suport al Comerç Local. Associació Catalana de Municipis, 1998 D'Aleph
22. Enquesta de la Regió de Barcelona, 2000. Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.

Associacionisme

23. Barcelona i els eixos comercials 2006, Ajuntament de Barcelona
24. Estudi Barcelona Comerç i Ciutat 2009, Ajuntament de Barcelona
25. Fundació Barcelona Comerç (<http://www.eixosbcn.org/>)
26. Eix Comercial del Raval. (www.eixraval.com)

Urbanisme

27. Memòria Foment de Ciutat Vella S.A. 2010
28. Informe Anual, Foment de Ciutat Vella S.A. 2010
29. Pla de Barris Raval Sud (<http://www.ravalsudpladebarris.cat/>)

Carrer: _____

ESTAT DE L'ENQUESTA: TANCADA REBRE + INFO

NOM DEL LOCAL: _____ N° _____

DATA: _____

PERSONA DE CONTACTO: _____

TELÈFONO: _____

E-MAIL: _____

DADES D'OBSERVACIÓ**1 QUIN ÉS L'ESTAT DEL LOCAL?**

En actiu (1)	1
Tancat (2)	2
De traspàs (3)	3
Magatzems (4)	4
En rehabilitació (5)	5

2. QUE ÉS?

Comerç minorista (1)	1
Comerç majorista (2)	2
Serveis (3)	3
Comerç combinat (4) (+Maj: A o +Min B)?	4

3. A QUIN D'AQUESTS SECTORS PERTANY?

Comerç minorista	
Alimentació (1)	1
Tèxtil, Calçat i Pell (2)	2
Parament de la Llar (3)	3
Oficina i Mecànica de Precisió (4)	4
Llibres i Diaris (5)	5
Productes Químics i Farmacèutics (6)	6
Material de Transport (7)	7
Comerç mixt (8)	8
Altres (9)	9

Serveis	
Restaurants, Bars i Hotels (1)	1
Reparacions (2)	2
Transports i Comunicacions (3)	3
Finances i Assegurances (4)	4
Manteniment, Neteja i Protecció (5)	5
Ensenyament (6)	6
Sanitat i Assistència (7)	7
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses (8)	8
Altres Serveis Personals i Culturals (9)	9

4. TÉ RÈTOL?

SI (1)	1
NO (2)	2

5. EN QUIN IDIOMA ESTÀ ESCRIT EL RÈTOL.?

ES POT MARCAR + D'UNA CASELLA

Castellà (1)	1
Català (2)	2
Àrab (3)	3
Urdú (4)	4
Xinès (5)	5
Anglès (6)	6
Altres (7) Nom Propi	7
Altres (8) Marca	8
Altres (9)	9

6. QUINES SÓN LES CONDICIONS D'ACCESSIBILITAT?

"ACCES X MINUSVALIDS" (0).	0
"ACCESIBLE" (1). No hi ha escales o només un esglaó amb altura inferior a 12 cms. Portes amb una amplada superior a 70 cms.	1
"ACCESIBLE AMB DIFICULTAT" (2). Màxim d'un peldany entre 12 i 20 cm. Portes amb una amplada mínima de 65 cms.	2
"INACCESIBLE" (3). Més d'un esglaó de 20 cm. Portes amb una amplada inferior a 65 cms.	3

DADES D'ENQUESTA**7. DADES SOBRE L'EMPRESA****7.1. ANY D'OBERTURA:** _____

7.2. TIPOLOGIA	
Societat Limitada - SL	1
SCP (2)	2
Societat Anònima -SA	3
Autònom/a (4)	4
Cooperativa (5)	5
Altres (6)	6

7.3 N° TREBALLADORS	
DONES (A)	
HOMES (B)	

7.4 N° Socis	SEXE		EDAT	LLOC NAIXEMENT (Pais /CCAA a Espanya)
	H	D		
1	1	2		
2	1	2		
	1	2		
3	1	2		
	1	2		
	1	2		
Més				

7.5 Regim del Local	
Pago Lloguer	1
Sóc Propietari	2
Altres	3

8. QUIN % DELS TEUS INGRESSOS SÓN DEGUTS AL TURISME?

9. ES POT PAGAR AMB TARGETA DE CRÈDIT/DÈBIT?

Si (1)	1
No (2)	2

--> Passa directament a la pregunta 11

10. QUIN % PAGA AMB TARGETA DE CRÈDIT/DÈBIT?

11. TENIU PÀGINA WEB?

Si (1)	1	No (2)	2
--------	---	--------	---

12. TREBALLEU CAPS DE SETMANA?

DISSABTE MATÍ	1
DISSABTE TARDA	2
DIUMENGE MATÍ	3
DIUMENGE TARDA	4

13. EN QUINS IDIOMA PARLA LA CLIENTELA?

	1º	2º
Castellà (1)		
Català (2)		
Anglès (3)		
Francès (4)		
Àrab (5)		
Urdú (6)		
Xinès (7):		
Altres (8): Especificar		

14. NIVELL SATISFACCIÓ FUNCIONAMENT DEL NEGOCI?

MOLT / BASTANT	1
NORMAL	2
POC / GENS	3

CODIFICACIO DELS CARRERS (43 carrers)**RAVAL NORD (13 carrers)**

Tallers (01)

Joaquim Costa (02)

Ferlandina (03)

Elisabets (04)

Bonsuccés (05)

Xuclà (06)

Pintor Fortuny (07)

Notariat (08)

Doctor Dou (09)

Àngels (10)

Riera Alta (11)

Carme (12)

Sant Antoni Abat (13)

RAVAL CENTRE (16 carrers)

Hospital (14)

Riera Baixa (15)

Sant Pau (16)

Junta de Comerç (17)

Unió (18)

Marqués de Barberà (19)

Penedides (20)

Sta. Margarida (21)

Nou de la Rambla (22)

Riereta (23)

Carretes (24)

Sant Pacià (25)

Reina Amàlia (26)

Rambla Raval (27)

Cera (28)

Botella (29)

RAVAL SUD (14 carrers)

Lancaster (30)

Guàrdia (31)

Montserrat (32)

Cervelló (33)

Santa Mònica (34)

De l'Est (35)

Avda. Drassanes (36)

Sant Bertran (37)

Cid (38)

Ramon Berenguer el Vell (39)

Arc del Teatre (40)

Peracamps (41)

L'Om (42)

Santa Madrona (43)

CODIFICACIO EIXOS D'ESTUDI (12 eixos d'estudi)**RAVAL NORD (6 eixos d'estudi)**

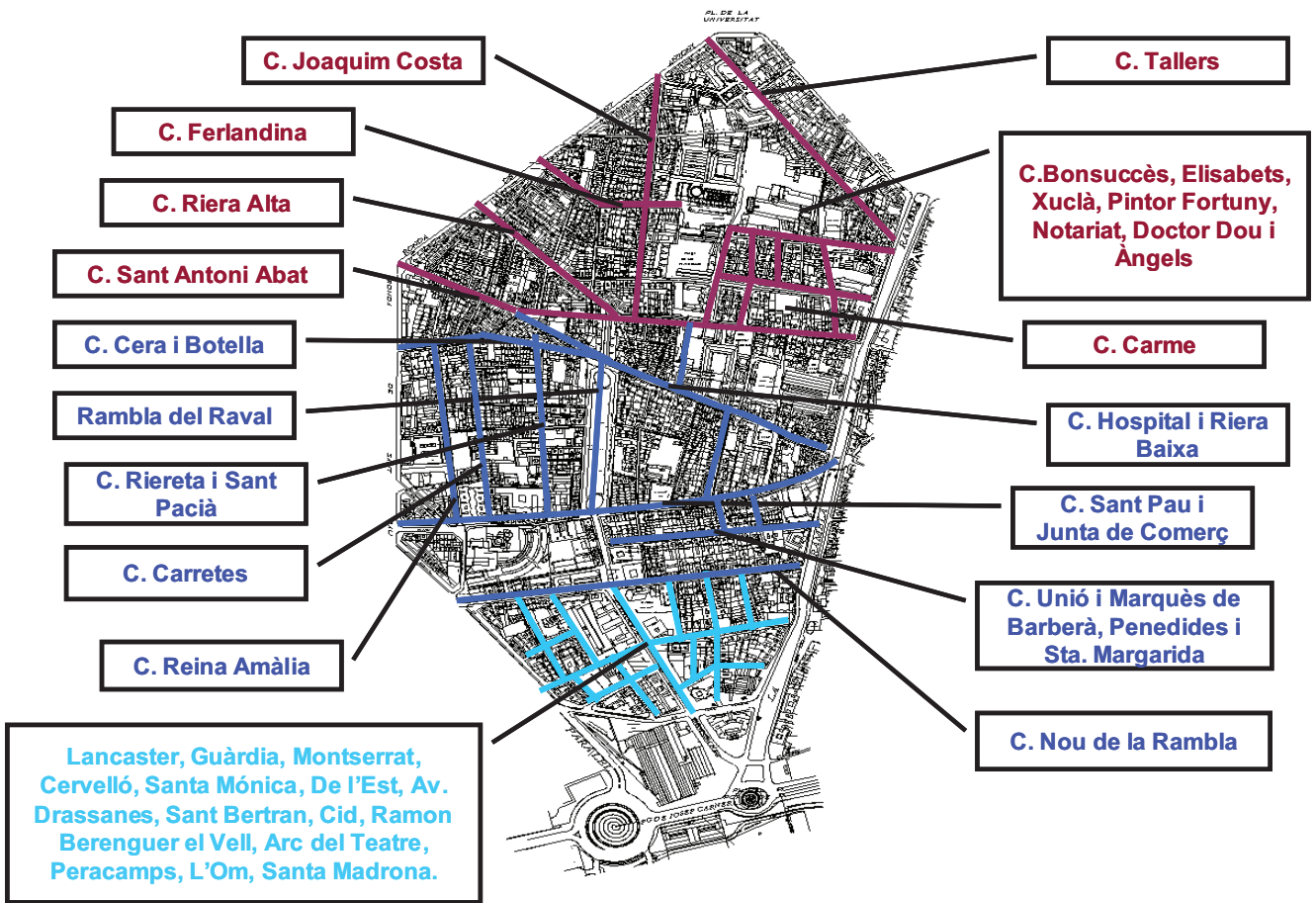
- 1 Tallers (01)
- 2 Joaquim Costa (02) i Ferlandina (03)
- 3 Elisabets (04), Carrer i Plaça Bonsuccés (05), Xuclà (06), Pintor Fortuny (07), Notariat (08), Doctor Dou (09) i Àngels (10)
- 4 Riera Alta (11)
- 5 Carme (12)
- 6 Sant Antoni Abat (13)

RAVAL CENTRE (7 eixos d'estudi)

- 1 Hospital (14) i Riera Baixa (15)
- 2 Sant Pau (16) i Junta de Comerç (17)
- 3 Unió (18), Marqués de Barberà (19), Penedides (20), i Sta. Margarida (21)
- 4 Nou de la Rambla (22)
- 5 Riereta (23), Carretes (24), Sant Pacià (25), Reina Amàlia (26), Cera (28), Botella (29)
- 6 Rambla Raval (27)

RAVAL SUD (1 eix d'estudi)

- 1 Lancaster (30), Guàrdia (31), Montserrat (32), Cervelló (33), Santa Mònica (34), De l'Est (35), Avinguda Drassanes (36), Sant Bertran (37), Cid (38), Ramon Berenguer el Vell (39), Arc del Teatre (40), Peracamps (41), L'Om (42), Santa Madrona (43).



Nº Quest

E.2240 ENQUESTA A COMPRADORS DEL BARRI DEL RAVAL - 2011

Aquestes dades són tractades en compliment del que disposa la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, i seran cancel·lades tan bon punt hagin complert la seva finalitat.

ENQUESTADOR: NOMÉS PERSONES MAJORS DE 16 ANYS EN ENDAVANT

P0. Com va?

Sol/a 1
Acompanyat /da 2

P1.- Sexe

Home 1
Dona 2

P2.- Edat de l'entrevistat

P3.- On va néixer vostè? (Pais d'Origen?)

Espanya 1
Unió Europea 25 2
Europeus no comunitaris (Específic: País) 3

Amèrica (Específic: País) 4
Àfrica (Específic: País) 5
Àsia i altres (Específic: País) 6

Paisos de la Unió Europea: Alemanya, Àustria, Bèlgica, Dinamarca, Eslovàquia, Eslovènia, Estònia, Finlàndia, França, Grècia, Hongria, Irlanda, Itàlia, Letònia, Lituània, Luxemburg, Malta, Països Baixos, Polònia, Portugal, Regne Unit, Suècia, Txèquia, Xipre
Europeus no comunitaris: Repúbliques ex URSS, Romania, Bulgària, Croàcia, altres

P4.A - Quin és el seu nivell d'estudis? (ENTREVISTADOR: ESTUDIS ACABATS. ALS ESTRANGERS DEMANAR-LOS A QUÈ EQUIVAL)

Sense estudis 1
Primari incomplet 2
Primari complet, EGB, Batxiller Elemental 3
FP1, Estudis professionals 4
ESO 5
BUP, Batxiller Superior, FP2 i COU 6
Diplomats, Ingeniers tècnics i similars 7
Llicenciats, Ingeniers superiors 8

(ENTREVISTADOR: NOMÉS PER AQUELLES PERSONES QUE NO SABEN L'EQUIVALENT DELS SEUS ESTUDIS)

P4.B - Quants anys tenies quan vas acabar els teus estudis?

P5.- Activitat de l'entrevistat

Treballa per compte d'altra (assalariat) 1
Treballador per compte pròpia (autònom) 2
Estudia 3
Estudia i treballa 4
Mestressa de casa 5
Jubilat / pensionista 6
A l'atur amb prestació 7
A l'atur sense prestació 9
Altres (especificar) 8

P6.- Residència de l'entrevistat

Barri del Raval 1

(ENTREVISTADOR, ENSENYAR MAPA DE ZONES DEL RAVAL):

Zona 1 1
Zona 2 2
Zona 3 3
Zona 4 4
Zona 5 5

Barcelona Ciutat 2

(ENTREVISTADOR: ESPECIFICAR DISTRICTE)

- CIUTAT VELLA 1 - GRACIA 6
- EIXAMPLE 2 - HORTA - GUINARDÓ 7
- SANTS-MONTJUIC 3 - NOU BARRIS 8
- LES CORTS 4 - SANT ANDREU 9
- SARRIÀ - SANT GERVASI 5 - SANT MARTÍ 10

Resta de la província de Barcelona 3
(especificar municipi:)

Resta de Catalunya (especific: 4

Resta d'Espanya (especifici: Comunitat Autònoma) 5

Estrangers (especific: 6

P7.- Quin és el motiu pel qual es troba aquí?

(ENTREVISTADOR: RESPOSTA MÚLTIPLE)

Treball al Raval 1
Visc al Raval 2
Estudio al Raval 3
Passeig / Lleure 4
Turisme 5
Compres quotidianes / habituals 6
Compres especials / puntuals 7
Bars / Restaurants 8
Oci nocturn 9
Altres (especificar:) 88

P8.- Mitjà de transport amb el que ha vingut al BARRI DEL RAVAL

(ENTREVISTADOR: RESPOSTA MÚLTIPLE; LLEGIR OPCIONS)

A peu 1
Bus Urbà 2
Bus del Barri 3
Metro 4
Tren / Renfe 5
Ferrocarril de la Generalitat 6
Taxi 7
Cotxe particular 8
Moto 9
Bicicleta 10
Altres (Especificar:) 88

P9.- Quin grau de coneixement té del Barri del Raval?

El conec Molt 4
El conec Bastant 3
El conec Una Mica 2
No el conec Gens 1

P10.- Participes d'alguna manera en algun projecte del barri?

Sí 1
Quin:
De quina entitat:
No 2
Ns/Nc &

P11.- Utilitzes els equipaments socioculturals del BARRI DEL RAVAL?

Sí 1
No 2
Ns/Nc &

P12.- Com valora els següents aspectes del Barri del Raval (ENTREVISTADOR: LLEGIR LES OPCIONS DE RESPOSTA PER CADA ESQUINA DE LES CATEGORIES)

	Molt be	Be	Regular	Mal	Molt malament
Neteja	5	4	3	2	1
Seguretat	5	4	3	2	1
Accessibilitat	5	4	3	2	1
Diversitat cultural	5	4	3	2	1

P13A.- Te intenció de visitar algun establiment del BARRI DEL RAVAL?

No 2
El Mercat (només si es resposta espontània) 3
Sí 1

P13B.- De quin sector d'activitat?

Alimentació	1	Banc / Caixa	8
Roba personal	2	Estanc	9
Calçat	3	Ferreteria	10
Complements de vestir	4	Drogueria / Pintura	11
Perfumeria / Cosmètica	5	Farmàcia	12
Esports	6	Electrodomèstics	13
Restaurant / Bar	7	Llibres	14
Altres	88 (Especificar:)		

