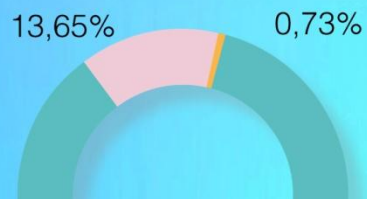
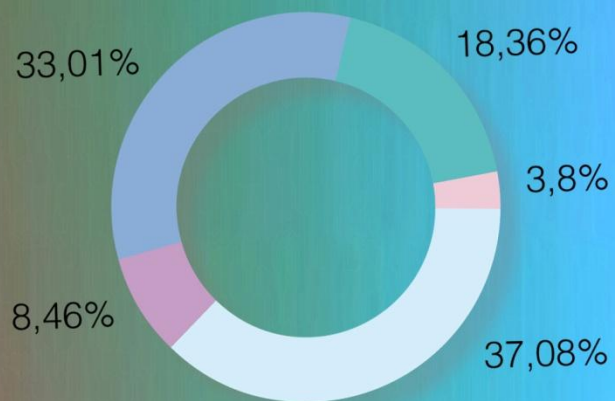


El Comerç a Barcelona

2014



Ajuntament de Barcelona



Síntesi	9
Dades econòmiques	9
Opinió	12
Promoció	14
Mercats municipals	15
Ciutat de compres internacional	16
El sector terciari a Barcelona	18
El comerç a Barcelona	25
1. Ocupació al comerç 2014	25
Anàlisi per branques	31
2. Facturació i PIB	33
3. Centres de cotització del comerç 2014	37
Anàlisi per branques	42
Dimensió empresarial del sector comercial	44
4. El sector de l'hostaleria	47
L'afiliació a la Seguretat Social en l'hostaleria	48
Centres de cotització	55
5. Valoració qualitativa del comerç	62
5.1. Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus Municipal 2014	62
Valoració sobre el comerç	63

L'atenció segons el tipus de comerç.....	66
Grau d'importància de diferents aspectes comercials	67
Hàbits de compra segons la tipologia de productes	68
Zones comercials	72
Comerç electrònic.....	73
L'obertura dels comerços en diumenge.....	74
5.2. Enquesta sobre l'activitat del sector comercial a Barcelona.....	75
Les característiques	75
L'associacionisme	78
El local comercial.....	79
Els serveis	81
Els horaris i les vendes.....	83
El personal.....	85
La conjuntura del sector comercial	87
5.3. Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració 2014	91
Característiques dels establiments.....	91
L'associacionisme	92
El local	94
Els serveis	95

El personal.....	97
La conjuntura.....	98
6. Promoció del comerç.....	102
6.1. Premi “Barcelona, la millor botiga del món”	102
Premi a la millor iniciativa empresarial comercial de l’any.....	103
Premi a la millor iniciativa agrupada de dinamització comercial.....	104
Premi Albert González a la tasca de contribució i coneixement del comerç de la ciutat	105
Premi al model comercial sostenible	106
Premi al comerç cultural de proximitat.....	107
Premi al millor establiment comercial de l’any.....	108
6.2. Programa “El comerç i les escoles”.....	111
6.3. Pla de protecció i suport dels establiments emblemàtics.....	114
6.4. La xarxa comercial de la ciutat de Barcelona.....	116
6.5. Subvencions al comerç.....	117
6.5.1. Subvencions de proximitat i promoció econòmica.....	117
6.5.2. Campanya promocional de dinamització en zones afectades per obres	118
6.6. Comunicació: web i xarxes socials.....	119
7. Els mercats municipals.....	120
Barcelona, ciutat de mercats.....	120
Projectes més destacats	122

Afluència de públic als mercats	128
Projectes internacionals	131
Accions de promoció i responsabilitat social	133
Comunicació	137
8. El comerç electrònic	142
Comerç electrònic de les empreses a Espanya	146
Comerç electrònic de les empreses a Catalunya	150
Comerç electrònic de les llars de Catalunya	157
Comerç electrònic a Barcelona	162
9. Barcelona, ciutat de compres internacional	166



Agustí Colom

Regidor d'Ocupació, Empresa,
Turisme i Comerç

Ajuntament de Barcelona

Les dades recollides a l'Informe "El Comerç a Barcelona 2014", elaborat per l'Ajuntament de Barcelona, mostren que el sector del comerç manté un paper clau en l'estructura econòmica de la ciutat, alhora que es constitueix com un autèntic vertebrador de la vida quotidiana als barris.

Per una banda, els principals indicadors econòmics revelen que el sector segueix mantenint un pes proper al 15% dels llocs de treball, més elevat que la mitjana europea. El nombre de centres de cotització creix respecte a l'any anterior (+ 0,9 %), així com l'afiliació al comerç, que capgira la tendència dels últims anys i crea llocs de treball (+ 1,0 %) per primera vegada des de 2008.

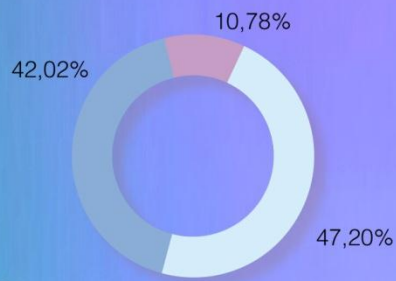
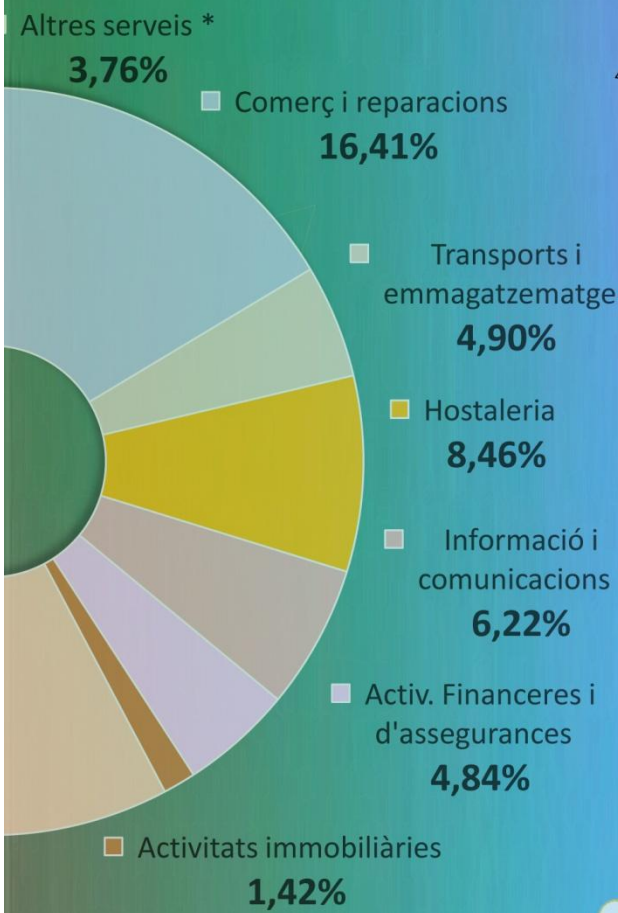
Per altra banda, l'informe constata que el comerç de proximitat destaca per la seva atenció personalitzada, i més de la meitat dels barcelonins i barcelonines considera que les botigues de barri o especialitzades són l'establiment on millor els atenen. El document també posa en valor l'aspecte innovador i dinàmic del comerç de la ciutat, que ofereix un ampli ventall de serveis a la ciutadania, afegint el valor de qualitat i una funció important de relació entre comerciant i consumidor.

Com a govern de la ciutat, tenim l'obligació d'impulsar aquest model de comerç integrador, que enforteix la convivència a l'espai públic, i que fa de la nostra ciutat un lloc viu, amable i confortable pels veïns i veïnes. Volem que aquesta sigui una realitat a tots els barris de la ciutat, i per això destinarem recursos als territoris més malmesos per la crisi i amb pitjor salut comercial, i desenvoluparem polítiques que equilibrin territorialment el comerç de Barcelona.

A més de la descentralització de la política comercial, volem consolidar un comerç sostenible que posi l'èmfasi en l'accessibilitat, la millora energètica i la gestió dels residus, així com la reducció de la contaminació. Som conscients de la importància de dotar el comerç d'eines i recursos que li permetin estar a l'alçada de les noves exigències socials, ambientals i tecnològiques del segle XXI.

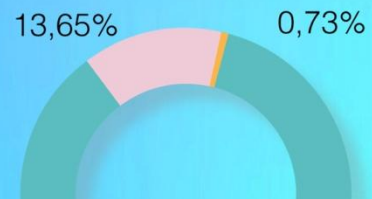
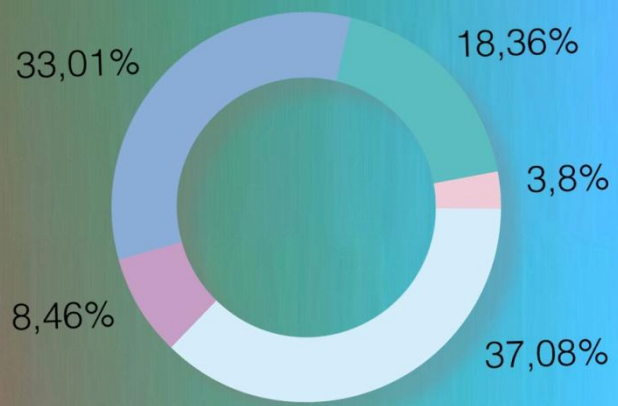
Ens enorgulleix que Barcelona gaudeixi d'una bona imatge internacional, també com a ciutat de compres, però no volem ser una ciutat aparador. Sense deixar mai de buscar l'encaix entre les diferents realitats que conformen el comerç de la nostra ciutat, defensem un model socioeconòmic equilibrat, diversificat i plural, que porti el progrés a cadascun dels barris.

Per dur a terme totes aquestes actuacions, apostem per sumar esforços amb el conjunt de la ciutadania, el teixit comercial de la ciutat, les institucions i organitzacions vinculades a aquest sector. Com a servidors públics tenim l'obligació de posar-nos a la seva disposició i escoltar la seva veu per tal de donar resposta a les seves necessitats i problemes. Hem d'aprofitar la intel·ligència col·lectiva per impulsar un comerç al servei d'un model de ciutat més amable, justa i democràtica, que busca el benefici econòmic, però també el social.



Síntesi

2014



SÍNTESI

DADES ECONÒMIQUES

- El comerç ocupa 143.012 persones a la ciutat de Barcelona, de les quals 90.316 treballen al sector minorista (el 63,2% del total) i 52.696 (el 36,8%), al majorista.

AFILIATS A LA SEGURETAT SOCIAL EN EL COMERÇ A BARCELONA / 4T TRIMESTRE 2014

	Règim general		Autònoms		Total		Pes del sector
	Afiliats	Variació 14/13 (%)	Afiliats	Variació 14/13 (%)	Afiliats	Variació 14/13 (%)	
Comerç minorista	73.034	1,93	17.282	0,8	90.316	1,72	9,41%
Comerç majorista	43.996	-0,31	8.700	0,9	52.696	-0,12	5,49%
Total comerç	117.030	1,07	25.982	0,8	143.012	1,03	14,91%
Total Barcelona	844.725	2,28	114.668	3,3	959.393	2,40	100,00%

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

- El pes del comerç en el conjunt dels llocs de treball de la ciutat al final del 2014 assoleix un 14,9% - que es distribueix entre un 9,4% del comerç minorista i un 5,5% del majorista-, el que mostra la importància cabdal d'aquest sector madur en l'economia barcelonina.

- La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha incrementat en un +0,7% l'any 2014 i ha assolit un volum de negoci de 33.209 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals experimenta un augment del +0,4% respecte a l'any anterior i capgira la tendència descendent que havia mostrat els anys anteriors.

FACTURACIÓ DEL COMERÇ 2014

MILIONS D'EUROS

	Barcelona	Catalunya
C. Minorista	11.605.193	37.606.619
C. Majorista	21.604.252	76.369.631
Total comerç	33.209.445	113.976.249

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

- L'any 2014, l'economia catalana experimenta una evolució positiva de l'activitat¹ els quatre trimestres i tanca l'exercici amb un creixement interanual del producte interior brut de l'1,5% que suposa el millor resultat des del 2007, si bé encara no s'han superat els nivells de 2009.
- Barcelona compta a finals de l'any 2014 amb 16.159 centres de cotització al comerç, dels quals 10.825 (el 67%) pertanyen al comerç minorista i 5.334 (el 33,0 %), al majorista.

¹ En termes intertrimestrals.

³ En termes intertrimestrals

- El nombre de centres de cotització al comerç de Barcelona creix respecte a l'any anterior (+0,9%) per primera vegada des de l'any 2008 -inici de la sèrie per sectors econòmics-, tot i que ha registrat una evolució menys favorable que el conjunt de l'economia de la ciutat (+1,8%). Per branques, els centres del comerç al detall experimenten un augment (+1,4%) i els de comerç a l'engròs s'estabilitzen (-0,1%).
- L'hoteleria a Barcelona té 74.581 afiliats a la Seguretat Social, dels quals 63.861 són assalariats i 10.720 autònoms (el 85,6% i el 14,4% del total, respectivament). El sector concentra el 7,8% del total de l'afiliació al règim general i d'autònoms de la Seguretat Social a la ciutat.

AFILIATS A LA SEGURETAT SOCIAL EN L'HOSTALERIA A BARCELONA / 4T TRIMESTRE 2014

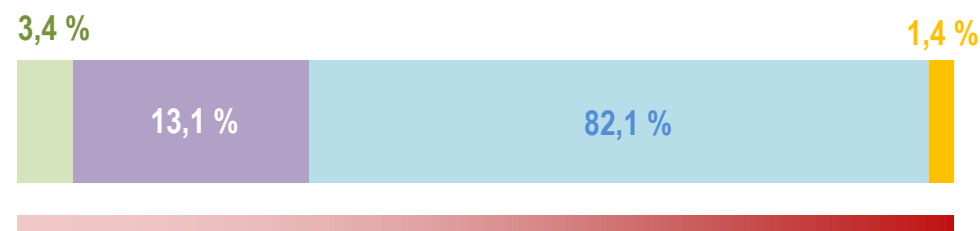
	Règim general	Variació (%) 2014/2013	Autònoms	Variació (%) 2014/2013	Total	Variació (%) 2014/2013	Pes del sector (%) 2014
Hostaleria	63.861	3,80%	10.720	2,10%	74.581	3,60%	7,80%
Pes s/Total Hostaleria	85,6		14,4				

Font: Estimació elaborada pel Departament d'Estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

OPINIÓ

- **L'oferta comercial (7,8), els horaris comercials (7,7) i l'atenció rebuda (7,2)** són termòmetres que indiquen la satisfacció del ciutadà envers el comerç barceloní i l'evolució marca una tendència estable i molt favorable.

VALORACIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL



Nota mitjana
7,8

- El 51,9% de barcelonins considera que les botigues de barri o especialitzades són l'establiment on més bé els atenen, per davant dels mercats municipals (21,1%), dels supermercats (13,4%), dels centres comercials (3,5%) i dels grans magatzems (2,7%).
- El 71% dels barcelonins afirma que compra en alguna **zona comercial** de la ciutat, per un 26% que diu que no hi va mai.
- La concentració de diverses ofertes comercials és l'aspecte més valorat de les zones comercials (42,5%), seguit de la proximitat (21,1%), així com l'espai (10,5%) i el tipus de botigues (6,8%).
- El 54,8% dels barcelonins ha comprat alguna vegada per **internet**, percentatge que ha anat a l'alça des de l'inici de la sèrie, amb lleus retrocessos, però amb un creixement constant.
- **Comerç innovador i dinàmic:** el **37,7%** d'aquests establiments va obrir -entre el 2010 i el 2014. La mitjana d'**antiguitat** dels establiments és de **14 anys**; els darrers anys aquesta mitjana s'ha rebaixat. Els més recents són d'alimentació (14 anys), decoració-llar, equipament personal (14 anys) i oci i cultura (15 anys).
- El **34,5%** dels comerços està associat. Les associacions són gremials o de comerciants, i també són entitats del mateix carrer, centre o eix comercial. Les parades d'alimentació dels mercats són les que presenten un índex d'associacionisme més elevat (64,7%) i, per districtes, Gràcia (40,2%) és el més destacat.

- Més de la meitat dels comerços **no està d'acord a obrir el diumenge** (en total un 52,6%) en contraposició al 24,4% que ho veu bé i el 14,1% que es mostra indiferent.
- Els responsables entrevistats manifesten espontàniament que allò que més **pot afavorir la bona marxa del seu negoci** en el futur són les millores de les condicions econòmiques generals (13,8%) i del poder adquisitiu (20,8%). Així com un millor tractament fiscal (6,1%), la millora del barri (5,9%), la bona atenció al client (5,8%) i la regulació de les noves obertures (5,2%).

PROMOCIÓ

- El programa “El comerç i escoles” té com a objectiu d’afavorir el coneixement de l’entorn cultural, social i històric mitjançant el comerç del barri i de la ciutat, i alhora educar per a un consum crític i responsable, durant el curs 2014-2015 s’assoleixen xifres històriques, 72 escoles inscrites i més de 7000 alumnes participants.
- El Pla de protecció i suport dels **establiments emblemàtics**, presentat el mes de febrer del 2014 per l'Ajuntament de Barcelona té per objectiu reconèixer la importància d'aquestes botigues singulars i col·laborar en la seva preservació i promoció.

- L'any 2014 va preveure la concessió de **subvencions** a aquelles entitats que duïen a terme activitats relacionades amb el món del comerç a la ciutat de Barcelona. La quantitat destinada és d'1.200.000 euros.
- **Quan al suport** a les associacions de comerciants afectades per zones amb obres de llarga durada i amb la col·laboració dels districtes per valorar la situació del comerç a la zona, el cost de les accions promocionals ha estat de 300.000 euros.
- **Presència digital del comerç al servei del ciutadà**, canal de comunicació, d'interlocució i d'atenció al comerciant. Entre les eines utilitzades, el web aconsegueix ser més accessible per a les persones amb discapacitat, compatible amb diferents dispositius, més atractiu quant al disseny i amb nous apartats. Les xarxes socials també hi són presents, YouTube, Flickr i Twitter.

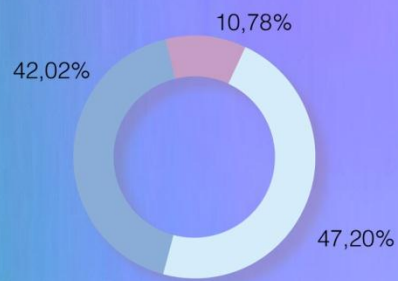
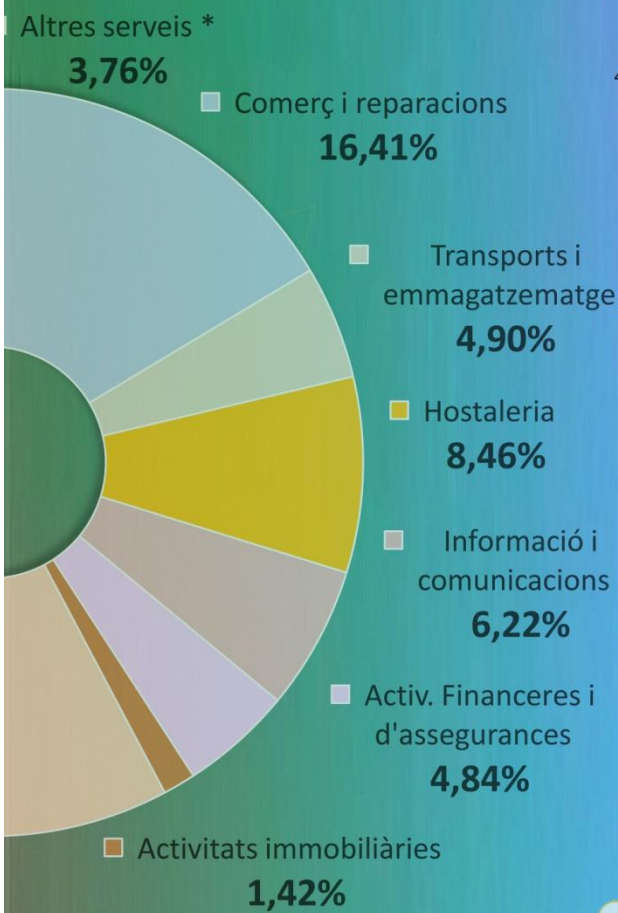
MERCATS MUNICIPALS

- Durant l'any 2014 s'ha pogut materialitzar una part important dels projectes del **Pla d'actuació municipal (PAM) 2012-2015**, que suposa una aposta municipal per continuar amb l'important impuls dels mercats que s'ha estat fent els darrers anys.
- S'han reformat **24 mercats** i 4 més estan en procés de remodelació, un 70% del total de la xarxa de la ciutat.

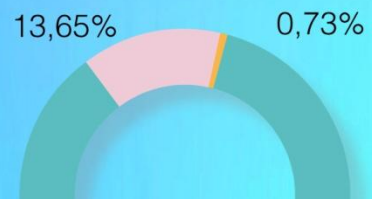
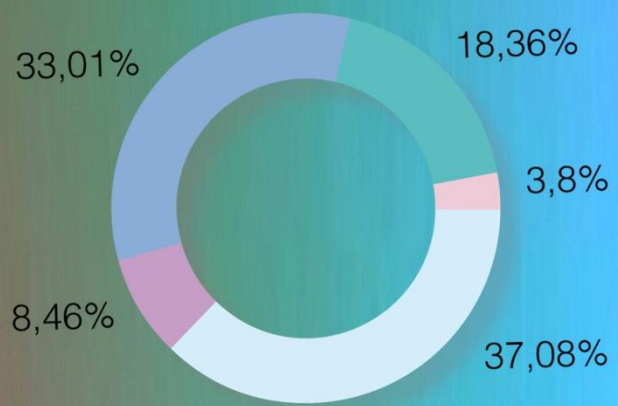
- **Campanya de bosses reutilitzables.** Pel que fa a la responsabilitat mediambiental, l'any 2014 es va acordar dur a terme una nova campanya de bosses reutilitzables als mercats municipals, en favor de la sostenibilitat.

CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

- La participació de Barcelona en el total de la despesa feta per part dels turistes i visitants estrangers ha arribat a una mitjana del 27,35%, de manera que s'ha incrementant-se un 22,3% respecte a l'any anterior.



El sector terciari 2014



EL SECTOR TERCIARI

L'any 2014 el sector terciari de Barcelona crea llocs de treball per segon any consecutiu i accelera el seu augment respecte al 2013, després de la destrucció neta d'ocupació que havia experimentat entre els anys 2008 i 2012². Efectivament, el nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social als serveis se situa en 754.503 persones el desembre del 2014, el que suposa un augment de prop de 20.000 ocupats (+2,7%) respecte al mateix mes del 2013. Es tracta d'un resultat força favorable, que supera l'augment del 2013 (+0,7%) i contrasta amb el descens d'assalariats a la construcció (-0,9%) i a la indústria (-1,3%) -de 192 i 899 afiliats, respectivament-, fet que explica que l'afiliació al sector terciari creixi per sobre de la del conjunt de l'economia de la ciutat (+2,3%).

L'anàlisi de l'ocupació assalariada als serveis el 2014 permet constatar que la major part de branques econòmiques terciàries mostren evolucions positives i hi destaca de manera ostensible el creixement de dos dígit de la informació i les comunicacions (+10,2%), gràcies al fort dinamisme del sector tecnològic a la ciutat. A continuació, se situen les branques de les activitats immobiliàries (+5,3%), dels serveis a les empreses (+4,8%), de l'hostaleria (+3,8%), de les activitats sanitàries i serveis socials (3,5%), de l'educació (+2,9%) i dels altres serveis (+2,1%), mentre que el comerç i reparacions, les activitats artístiques i recreatives i l'Administració pública creixen prop de l'1% interanual. En canvi, perden assalariats les activitats financeres i d'assegurances (-4,6%) i, de manera moderada, els transports i l'emmagatzematge (-0,6%).

[1] Amb l'única excepció de l'any 2010

AFILIATS AL RÈGIM GENERAL DE LA SEGURETAT SOCIAL A BARCELONA EN EL TERCIARI 2014-2013

	2013	2014	Variació 14/13	
			Nombre	%
TOTAL SERVEIS	734.539	754.503	19.964	2,7
Comerç i reparacions	122.515	123.800	1.285	1,0
Transports i emmagatzematge	37.167	36.953	-214	-0,6
Hostaleria	61.494	63.861	2.367	3,8
Informació i comunicacions	42.578	46.940	4.362	10,2
Activitats financeres i d'assegurances	38.261	36.487	-1.774	-4,6
Activitats immobiliàries	10.150	10.691	541	5,3
Serveis a les empreses	157.673	165.235	7.562	4,8
Administració pública	76.573	77.077	504	0,7
Educació	59.979	61.731	1.752	2,9
Activitats sanitàries i serveis socials	81.487	84.311	2.824	3,5
Activitats artístiques, recreatives	18.864	19.039	175	0,9
Altres serveis *	27.798	28.378	580	2,1

* Inclou personal domèstic i organismes extraterritorials.

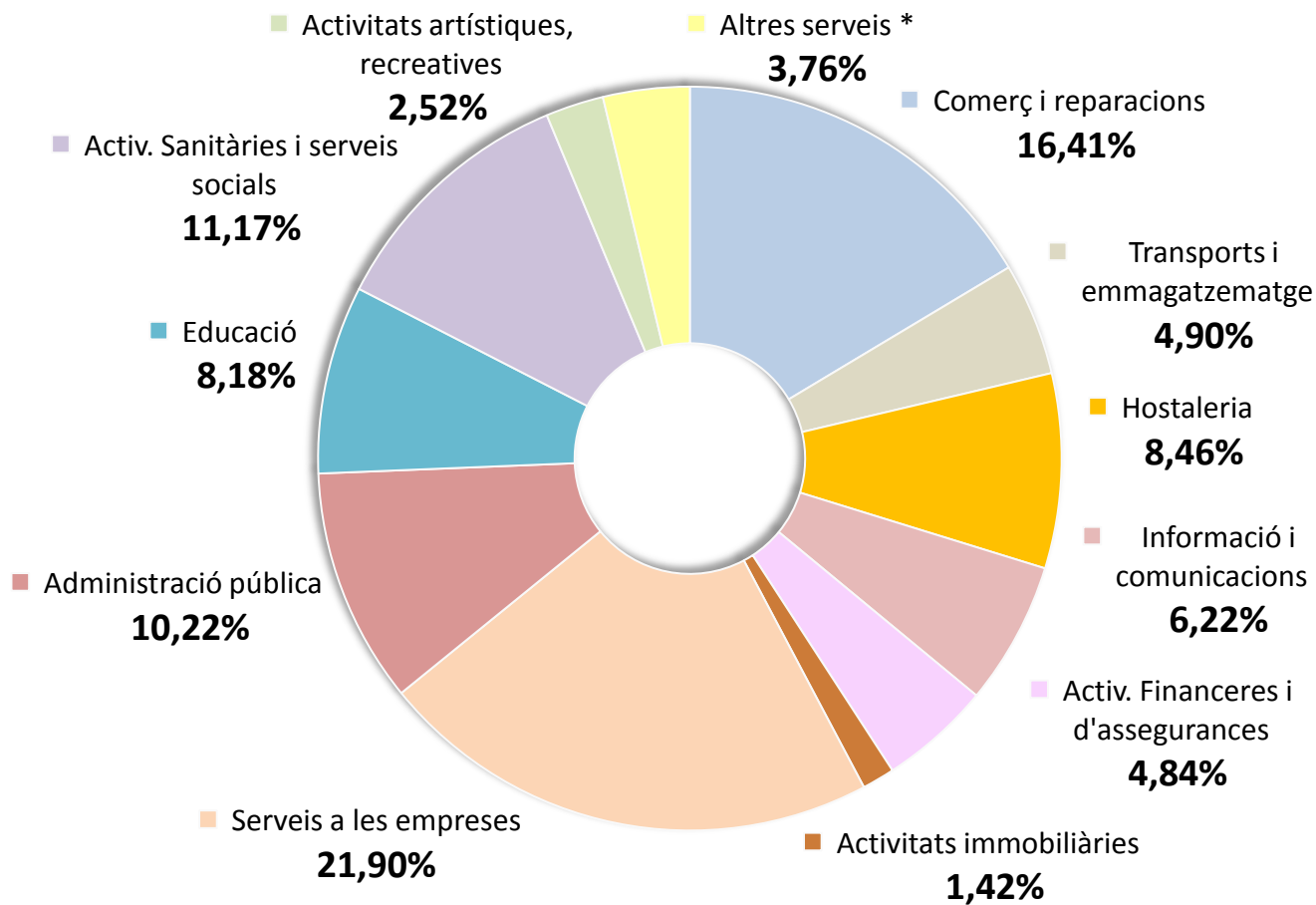
Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

Pel que fa al sector del comerç i les reparacions, el 2014 guanya 1.285 assalariats (+1%), i capgira la tendència de caiguda de l'ocupació que havia mostrat des del 2008. Per branques, el comerç al detall augmenta l'afiliació un +1,9%, mentre que l'engròs s'estabilitza (-0,3%) i ambdós milloren el seu comportament respecte al 2013. Si bé el comerç i les reparacions mostren una dinàmica ocupacional més suau que la del conjunt del terciari, el sector manté un paper clau en l'estructura econòmica de la ciutat i concentra més del 16% dels assalariats dels serveis a Barcelona.

L'hostaleria segueix entre els sectors amb més augments sectorials de l'ocupació a Barcelona (+3,8%) i presenta la millor evolució d'aquest indicador durant la crisi, amb un creixement dels assalariats del +12,2% en el període 2008-2014. L'evolució dels indicadors d'activitat turística durant el 2014 ha estat de signe positiu per cinquè any consecutiu –amb nous màxims històrics de visitants i pernoctacions en hotels-. A més, la privilegiada posició de Barcelona en l'àmbit de l'organització de congressos internacionals propicia que l'hostaleria i el turisme en general segueixin sent factors de fortlesa de l'economia i importants dinamitzadors del mercat de treball de la ciutat.

A finals del 2014, el sector terciari incrementa el seu pes dins de l'estructura ocupacional de la ciutat fins a assolir el 89,3% dels assalariats de Barcelona, xifra que supera en 0,4 punts la de l'any anterior. El contrast entre la creació neta de llocs de treball als serveis i les pèrdues d'ocupació de la indústria i la construcció accentua la tendència estructural a la terciarització que l'economia barcelonina experimenta des de fa dècades.

AFILIATS DELS SERVEIS PER SECTORS (%) 2014



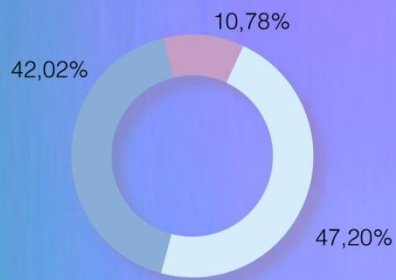
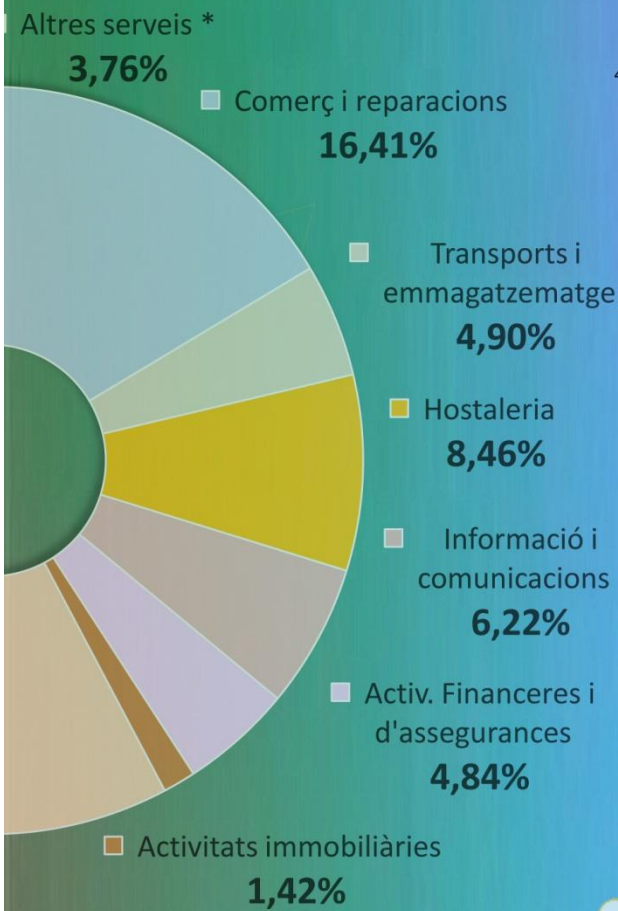
Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

Els serveis a les empreses i el comerç i les reparacions són les branques dels serveis amb més llocs de treball a Barcelona, i assoleixen conjuntament 289.035 afiliats que representen el 38,3% dels assalariats del terciari. D'altra banda, l'Administració pública, juntament amb l'educació i les activitats sanitàries i serveis socials, situen els serveis col·lectius en el 29,6% de l'ocupació terciària de la ciutat. També cal remarcar el pes de l'hostaleria -que concentra el 8,5% dels assalariats als serveis de Barcelona- i de les activitats d'informació i comunicacions (6,2%), mentre que la resta de branques no superen el 5% del total.

PARTICIPACIÓ DE CADA SECTOR (en %)

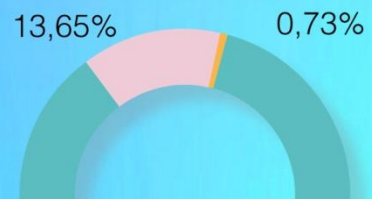
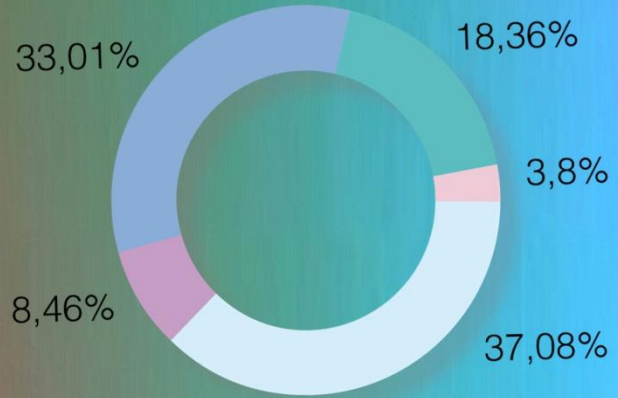
	2013	2014	Variació 2014 / 2013
TOTAL SERVEIS	100	100	0
Comerç i reparacions	16,68	16,41	-0,27
Transports i emmagatzematge	5,06	4,90	-0,16
Hostaleria	8,37	8,46	0,09
Informació i comunicacions	5,80	6,22	0,42
Activitats financeres i d'assegurances	5,21	4,84	-0,37
Activitats immobiliàries	1,38	1,42	0,04
Serveis a les empreses	21,47	21,90	0,43
Administració pública	10,42	10,22	-0,21
Educació	8,17	8,18	0,02
Activitats sanitàries i serveis socials	11,09	11,17	0,08
Activitats artístiques, recreatives	2,57	2,52	-0,04
Altres serveis	3,78	3,76	-0,02

Quant a la variació interanual, destaquen els increments de pes relatiu dels serveis a les empreses i de la informació i les comunicacions (+0,4 punts en ambdós casos) i la reducció del de les activitats financeres i d'assegurances (-0,4 punts), mentre que la resta de branques - amb variacions positives o negatives inferiors a 3 dècimes- mantenen força estable la seva participació dins del sector terciari de la ciutat.



El Comerç

2014



1. OCUPACIÓ AL COMERÇ 2014

El 2014 el comerç ocupa 143.012 persones a la ciutat de Barcelona, de les quals 90.316 treballen al sector minorista (el 63,2% del total) i 52.696 (el 36,8%), al majorista.

L'afiliació al comerç l'any 2014 capgira la tendència dels últims cinc anys i el sector crea llocs de treball (+1,0%) per primera vegada des de 2008 –quan comença la sèrie històrica disponible per sectors econòmics- si bé amb menys intensitat que al conjunt de l'economia de Barcelona (+2,4%). Tot i així, el pes del comerç en el conjunt dels llocs de treball de la ciutat al final del 2014 assoleix un 14,9% -que es distribueix entre un 9,4% del comerç minorista i un 5,5% del majorista-, fet que mostra la importància cabdal d'aquest sector madur en l'economia barcelonina.

AFILIATS A LA SEGURETAT SOCIAL EN EL COMERÇ A BARCELONA / 4T TRIMESTRE 2014

	Règim general	Variació 14/13 (%)	Autònoms	Variació 14/13 (%)	Total	Variació 14/13 (%)	Pes del sector (%)
Comerç minorista	73.034	1,93	17.282	0,8	90.316	1,72	9,41%
Comerç majorista	43.996	-0,31	8.700	0,9	52.696	-0,12	5,49%
Total comerç	117.030	1,07	25.982	0,8	143.012	1,03	14,91%
Total Barcelona	844.725	2,28	114.668	3,3	959.393	2,40	100,00%

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

El nombre total d'afiliats del comerç al règim general de la Seguretat Social se situa al final del 2014 en 117.030 persones, fet que suposa un augment de llocs de treball de l'+1,1% respecte a l'any anterior. El comerç minorista registra 73.034 assalariats (un 62,4% del sector) després d'experimentar el primer increment anual de contractants (+1,9%) des del 2008 i, d'altra banda, el comerç a l'engròs s'estabilitza i tanca l'any amb 43.996 ocupats per compte d'altri (-0,3%).

Pel que fa als autònoms, el comerç minorista concentra dues terceres parts dels adscrits al sector (17.282) i experimenta un augment interanual de l'afiliació del +0,8% -similar al de l'any anterior-. D'altra banda, el nombre d'autònoms majoristes augmenta un +0,9% i l'augment global de treballadors per compte propi del comerç (+0,8%) és inferior al que experimenta el conjunt de l'economia barcelonina (+3,3%), si bé el pes relatiu del sector segueix proper a la quarta part (22,7%) del total d'autònoms de la ciutat.

Així doncs, el 2014 presenta un balanç positiu des del punt de vista de l'ocupació al comerç de Barcelona, del qual destaca el fet que a la branca minorista creix tant l'afiliació al règim general com la d'autònoms, mentre que al comerç a l'engròs s'estabilitza el nombre d'assalariats i augmenta el de treballadors per compte propi, tot i que ambdues branques mostren una dinàmica més suau que la que presenta el conjunt de sectors de la ciutat.

Les dades disponibles més recents -corresponents al primer trimestre del 2015- confirmen la recuperació amb el creixement del nombre d'afiliats al conjunt del comerç (+1,2%), amb resultats positius tant pel comerç al detall com a la branca majorista (+1,6 i +0,5%, respectivament).

TREBALLADORS AFILIATS A LA SEGURETAT SOCIAL AL COMERÇ DE BARCELONA (CCAE-2009) / 1R TRIMESTRE 2015

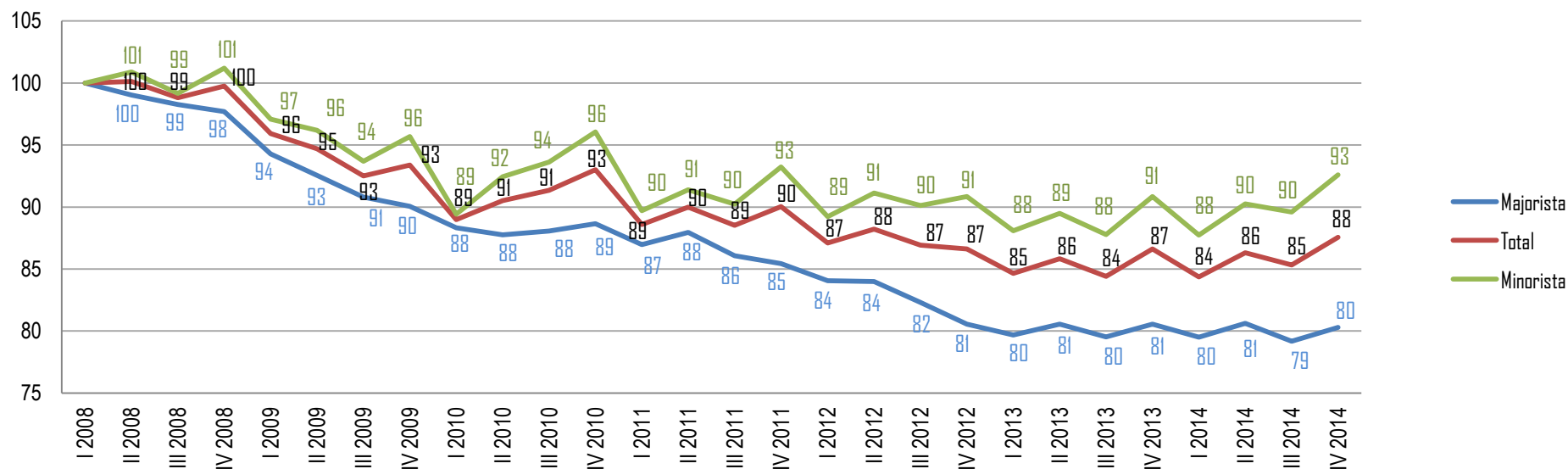
	Règim general 2015	Variació (%) 2015/2014	Autònoms 2015	Variació (%) 2015/2014	Total 2015	Variació (%) 2015/2014	Pes sector(%) 2015
Engròs	43.733	0,38	8.719	0,95	52.452	0,47	5,42
Detall	70.446	1,82	17.116	0,61	87.562	1,58	9,04
Total comerç (sense repar.)	114.179	1,26	25.835	0,72	140.014	1,16	14,46

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

Per règims, creixen tant els assalariats (+1,3%) com els autònoms (+0,7%), mentre que per branques el detall registra una millor evolució interanual dels treballadors per compte d'altri i l'engròs mostra un resultat lleugerament més favorable pel que fa als autònoms. Aquests resultats positius són, però, inferiors al creixement d'assalariats i autònoms del conjunt l'economia de Barcelona que se situa en un 2,9%.

L'anàlisi del període 2008-14 permet detectar diferents pautes de resposta a la crisi quant a l'evolució dels assalariats per part d'aquestes dues branques. El comportament del comerç al detall reflecteix les oscil·lacions del consum intern, i després d'un fort ajust de cinc trimestres (IV trimestre de 2008- I trimestre de 2010) i de la recuperació significativa de la resta del 2010, el bienni 2011-13 torna a recular i el 2014 es recupera, coincidint amb la millora de la demanda interna, fins tancar el període amb una pèrdua del 7,4% dels ocupats que tenia el març del 2008.

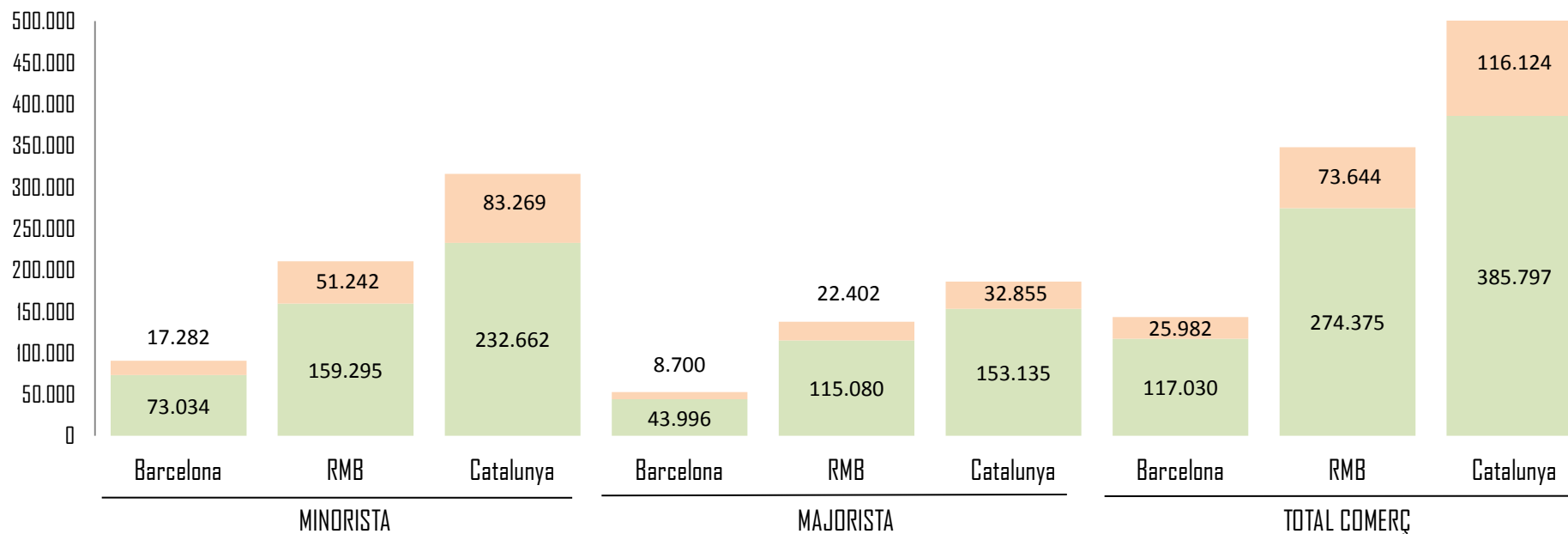
ASSALARIATS AL COMERÇ DE BARCELONA (índex 1r trimestre 2008 = 100)



Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

En canvi, la reducció dels assalariats del comerç majorista ha estat un procés més gradual i sostingut, que ha comportat una caiguda acumulada del 19,7% entre el març del 2008 i el desembre del 2014. Amb tot, cal remarcar que el 2014 ha suposat una certa estabilització en relació amb la tendència de fons descendent constatada els exercicis precedents, i caldrà estar atents a l'evolució del 2015 per confirmar si es produeix una inflexió en l'ocupació d'aquesta branca comercial.

AFILIATS DEL COMERÇ A LA SEGURETAT SOCIAL 4T TRIMESTRE 2014



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

L'evolució global de l'ocupació del comerç a Barcelona (+1%) ha estat menys favorable que a la RMB i a Catalunya, on l'augment d'aquest indicador ha estat del +2,2%. A totes dues branques, l'afiliació al règim general evoluciona més favorablement en aquests àmbits territorials (amb creixements de prop del 2,5%); en canvi a Barcelona no i passa el mateix també amb el nombre d'autònoms de la branca

majorista, mentre que la minorista ofereix resultats molt similars als tres àmbits territorials comparats. Dins de la tònica dominant de creació de llocs de treball al comerç i les seves branques als tres àmbits territorials, l'única nota discordant és l'estancament de l'ocupació majorista a Barcelona

En definitiva, la creació d'ocupació al comerç durant el 2014 i la millora de resultats del primer trimestre del 2015 confirmen l'evolució positiva del comerç de Barcelona, tot i que el comportament del sector és menys favorable que el de l'afiliació al conjunt de l'economia de la ciutat i, a causa de l'impacte acumulat dels anys de crisi, la xifra d'assalariats del sector del març del 2015 és sensiblement inferior a la del primer trimestre del 2008. Durant el 2014 la branca minorista obté millors resultats que la majorista, i a totes dues l'evolució de la ciutat és menys favorable que la de la RMB i a Catalunya. Amb tot, el sector segueix mantenint a Barcelona un pes de gairebé el 15% dels llocs de treball, més elevat que la mitjana europea i inferior als percentatges de Catalunya i Espanya, a causa de la diversificació més gran de l'activitat terciària a la ciutat.

PES DE LA POBLACIÓ OCUPADA EN EL COMERÇ* 2014 (%)

Unió Europea-28	Espanya	Catalunya	Barcelona
14,05%	17,88%	18,15%	14,70%

Anàlisi per branques

En el comerç a l'engròs a Barcelona, la branca d'articles d'ús domèstic representa gairebé un terç (32%) del total d'afiliats, seguida de les de productes alimentaris i intermediaris del comerç, amb el 16,1 i el 15,8% , respectivament, del total de l'afiliació majorista al règim general de la Seguretat Social.

Les branques que mostren més concentració d'afiliats a Barcelona són la d'equips TIC (en què la ciutat suposa el 51,7% dels assalariats de la RMB i el 45,2% dels de Catalunya), la d'articles d'ús domèstic (en què aquests percentatges assoleixen el 45,4% i el 39,3%, respectivament) i d'intermediaris del comerç (amb un pes de Barcelona sobre la RMB i Catalunya del 43,9% i el 32,2%, respectivament).

El 2014 les branques del comerç a l'engròs d'equips TIC, productes alimentaris i begudes, intermediaris del comerç i articles d'ús domèstic augmenten o estableixen el nombre d'afiliats respecte a l'any anterior a Barcelona, la RMB i Catalunya. Les reduccions a la ciutat es concentren a les d'altra maquinària, equips i subministraments, matèries primeres agràries, comerç no especialitzat i altre comerç especialitzat (amb variacions interanuals del -14,1, -7,8, -2,6 i -0,9%, respectivament). Les principals branques del comerç al detall en nombre d'assalariats a Barcelona són la d'establiments especialitzats, la d'establiments no especialitzats i la de productes alimentaris, begudes i tabac -que representen un 32,5, 32,0 i 17,6% del total, respectivament-. Pel que fa a la seva distribució territorial, destaca la concentració a Barcelona dels assalariats d'establiments especialitzats (que representen el 47,3% dels de la RMB i el 32% dels de Catalunya) i no especialitzats (46,4 i 31,3%, respectivament).

El 2014 la major part de les branques del comerç al detall de Barcelona creen llocs de treball: destaquen les branques d'altres establiments fora de parades i mercats, les parades de venda i mercats ambulants, els productes alimentaris, begudes i tabac, articles d'ús domèstic, articles culturals i recreatius i altres articles en establiments especialitzats (que mostren augments del +14,9, +11,4 i +3,3, +2,9, +2,6 i +2,1%, respectivament). S'estanca l'ocupació en establiments no especialitzats i perd afiliació la venda minorista d'equips TIC (-6,5%).

NOMBRE D'AFILIATS AL RÈGIM GENERAL DE LA SEGURETAT SOCIAL PER BRANQUES D'ACTIVITAT AL COMERÇ A L'ENGRÒS I AL DETALL 2014

	% s/sector	Variació 14/13 (%)	% s/sector	Variació 14/13 (%)	% s/sector	Variació 14/13 (%)
	Barcelona		RMB		Catalunya	
Comerç a l'engròs						
Intermediaris comerç	8,67	0,4	6,83	5,71	6,54	6,22
De matèries primeres agràries	0,9	-9,2	1,3	-2,29	2,05	1,62
De productes alimentaris, begudes i tabac	17,82	1,5	16,08	1,62	22,1	1,25
D'articles d'ús domèstic	34,95	-0,4	29,26	3,12	24,96	2,88
D'equips TIC	7,38	19,2	5,37	8,06	4,54	9,29
D'altra maquinària, equips i subministrament	6,15	-15,5	13,19	0,18	11,78	0,83
Altra especialitzat	12,59	-0,7	16,22	2,62	17,73	1,82
No especialitzat	11,54	-3	11,76	0,7	10,29	1,26
COMERÇ A L'ENGRÒS:	100	-0,3	100	2,46	100	2,37
Comerç al detall						
En establiments no especialitzats	35,75	-0,2	34,28	1,1	34,16	1,8
De productes alimentaris, begudes i tabac	16,12	4,3	16,79	3,55	17,45	3,17
De combustibles	1,85	0,7	1,88	-1,61	2,51	-2,44
D'equips TIC	1,86	-8	2,22	-4,79	2,37	-3,1
D'articles d'ús domèstic	6,51	2,8	8,92	4,62	8,88	3,76
D'articles culturals i recreatius	4,54	3,6	5,22	3,03	4,82	2,77
D'altres articles en establiments especialitzats	31,67	3	28,85	3,15	27,93	2,95
En parades de venda i mercats ambulants	0,5	24,4	0,67	35,5	0,76	28,06
Altres en establiments fora de parades i mercats	1,2	11,2	1,18	13,57	1,12	11,6
COMERÇ AL DETALL:	100	1,9	100	2,62	100	2,6
TOTAL COMERÇ	100	1,1	100	2,55	100	2,51

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

2. FACTURACIÓ I PIB

Després de sortir de la recessió l'any anterior, l'economia catalana experimenta una evolució positiva de l'activitat³ els quatre trimestres del 2014 i tanca l'exercici amb un creixement interanual del producte interior brut de l'1,5% que suposa el millor resultat des del 2007⁴. L'evolució de l'activitat el 2014 mostra una clara tendència a la millora, ja que el PIB passa d'un augment interanual del +1,1% el primer trimestre a un creixement de l'+1,9% el quart, i s'emmarca en un context també caracteritzat per l'inici de la recuperació als àmbits espanyol i europeu.

L'evolució global de l'economia catalana el 2014 ha tingut com a motors principals la demanda interna i l'exportació de béns i serveis. La demanda interna presenta una aportació positiva a l'evolució del PIB català (+2,6%) per primera vegada des del 2007, gràcies al bon comportament tant del consum públic i privat com de la formació bruta de capital. Efectivament, l'augment de l'ocupació –amb el seu impacte beneficiós sobre les rendes familiars–, la moderació de la inflació i la millora de la confiança dels consumidors han animat el consum de les llars (+2,5%), mentre que el consum públic es recupera lleugerament (+1,2%) després de tres anys de caigudes associades al procés d'ajust fiscal i pressupostari. Així, l'índex de vendes del comerç al detall a Catalunya tanca el 2014 amb la primera variació interanual positiva en quatre anys (+2,5%), un resultat que supera el del conjunt d'Espanya (+0,9%).

³ En termes intertrimestrals

⁴ Durant tots els anys intermedis l'evolució del PIB ha estat negativa, llevat de la lleu recuperació del 2010

D'altra banda, segons l'Enquesta de clima empresarial, la marxa dels negocis al comerç registra una millora notable durant l'any i assoleix un saldo lleugerament positiu el quart trimestre del 2014 -el millor resultat des de l'any 2009-, mentre que l'ocupació també tanca l'any en positiu i els preus de venda desacceleren la seva caiguda. Així mateix, la inversió evoluciona favorablement el 2014, ja que obté un saldo moderadament positiu i deixa enrere el saldos negatius registrats des del 2009 i, per tant, mostra un canvi de tendència. D'altra banda, un indicador de consum rellevant com és la matriculació de vehicles –molt lligat a les expectatives de les famílies- creix amb força (+14,7%) respecte al 2013 i reflecteix la confiança del consumidor en la recuperació.

La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona s'ha incrementat en un +0,7% l'any 2014 i ha assolit un volum de negoci de 33.209 milions d'euros. Si es corregeix l'efecte de la variació de preus, la facturació del comerç en termes reals experimenta un augment del +0,4% respecte a l'any anterior i capgira la tendència descendent que havia mostrat els anys anteriors.

FACTURACIÓ DEL COMERÇ 2014 (MILIONS D'EUROS)

	Barcelona	Catalunya
C. Minorista	11.605.193	37.606.619
C. Majorista	21.604.252	76.369.631
Total comerç	33.209.445	113.976.249

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

El comerç al detall assoleix el 2014 un volum de negoci de 11.605 milions d'euros a Barcelona, que suposa un increment del +2,1% en termes nominals i de l'1,8% en termes reals. La recuperació de la demanda interna motivada pel creixement de l'ocupació i les rendes familiars, la baixa inflació i la millora de la confiança del consumidors, juntament amb la demanda addicional generada pel turisme - que el 2014 assoleix a la ciutat nous màxims històrics de pernoctacions i visitants- han propiciat aquest canvi de tendència positiu, que significa el primer increment nominal en quatre anys.

FACTURACIÓ DEL COMERÇ A BARCELONA 2014 (MILIONS D'EUROS)

	Facturació 2014 (milers d'euros)	Var. 2014/2013 (en %)
C. Minorista	11.605.193	2,1%
C. Majorista	21.604.252	0,0%
Total comerç	33.209.445	0,7%

Font: Estimació elaborada pel Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades de l'INE, Idescat i INSS

La facturació del comerç a l'engròs a Barcelona se situa en 21.604 milions d'euros l'any 2014 i es manté estable respecte a l'any anterior, de manera que, un cop descomptada la variació de preus experimenta una variació interanual de -0,3%. Continua, per tant –amb menor intensitat- el procés gradual de canvi estructural i optimització de costos que des de fa uns anys duu aquesta branca a localitzar una part creixent de la seva activitat fora de la ciutat.

Les dades disponibles sobre el primer semestre del 2015 confirmen l'evolució positiva de l'índex del comerç minorista, que creix un +3,2% a Catalunya en termes interanuals i augmenta de manera més moderada (+2,1%) a Espanya.

Cal remarcar que el comerç és un dels sectors que més riquesa generen a Barcelona. Efectivament, l'activitat comercial va aportar l'11,7% del PIB de la ciutat l'any 2012⁵, un pes rellevant que ha mostrat una notable estabilitat al llarg de la darrera dècada. Val a dir que l'any 2014 el PIB dels serveis ha registrat un augment significatiu a Catalunya (+1,8%), un comportament favorable al qual ha contribuït l'àrea de Barcelona gràcies al paper determinant que té el sector terciari dins de l'estructura productiva.

⁴ UPF-Ajuntament de Barcelona. (2015) Estimació del PIB de Barcelona (2008-2012) i desagregació sectorial

3. CENTRES DE COTITZACIÓ DEL COMERÇ 2014

En aquest capítol s'estudia el nombre i l'evolució dels centres de cotització de la Seguretat Social inscrits a les branques de comerç a l'engròs i intermediaris i comerç al detall⁶ de la ciutat de Barcelona. No s'hi inclouen els dedicats a la venda, al manteniment i a la reparació de vehicles de motor, com tampoc els de la restauració.

L'anàlisi dels centres de cotització proporciona una bona aproximació a la dinàmica empresarial del sector del comerç, tot i que es tracta d'un indicador més adequat en l'àmbit provincial que no municipal, ja que aquests centres agrupen treballadors que pertanyen a una mateixa empresa i desenvolupen l'activitat a una mateixa província -sense especificar si s'ubiquen en diferents poblacions-. Cal tenir en compte, per tant, que el nombre de centres de cotització és una aproximació al nombre d'empreses, i que, en el cas de Barcelona, pel seu paper de capital, l'efecte de seu social provoca probablement una certa sobrevaloració d'aquest indicador⁷. D'altra banda, es complementa aquesta anàlisi amb la del nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social, sense considerar el règim especial d'autònoms ja que les dades de centres de cotització només es refereixen a empreses que ocupen treballadors per compte de tercers.

Barcelona disposa a finals de l'any 2014 de 16.159 centres de cotització al comerç, dels quals 10.825 (el 67%) pertanyen al comerç minorista i 5.334 (el 33,0%), al majorista.

⁶ Els codis 46 i 47, respectivament, de la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques CCAE-2009

⁷ Les dades dels centres de cotització tampoc no es poden comparar amb les de l'Impost d'Activitats Econòmiques ja que es tracta de dues fonts clarament diferenciades: mentre que els primers constitueixen un indicador de nombre d'empreses amb assalariats, les llicències de l'IAE s'havien utilitzat en anàlisis anteriors per donar una aproximació als locals empresarials en actiu a la ciutat. Aquest tribut ha perdut des de la seva reforma l'any 2002 bona part de l'efecte censal que tenia anteriorment.

CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL AL COMERÇ DE BARCELONA 2014

	2013	2014	Variació (%) 2014-2013	Pes s/sector 2014 (%)
Comerç a l'engròs	5.338	5.334	-0,1	33,0%
Comerç al detall	10.675	10.825	1,4	67,0%
Total comerç	16.013	16.159	0,9	100,0%

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

El 2014 el nombre de centres de cotització al comerç de Barcelona creix respecte a l'any anterior (+0,9%) per primera vegada des de l'any 2008 -inici de la sèrie per sectors econòmics-, tot i que registra una evolució menys favorable que el conjunt de l'economia de la ciutat (+1,8%). Per branques, els centres del comerç al detall experimenten un augment (+1,4%) i els de comerç a l'engròs s'estabilitzen (-0,1%).

En acabar l'any 2014, el sector del comerç constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització i en representa prop de la quarta part (el 22,6%) del total. Les branques que el segueixen en el rànquing són els serveis a les empreses (18,1%) i l'hostaleria (10,5%).

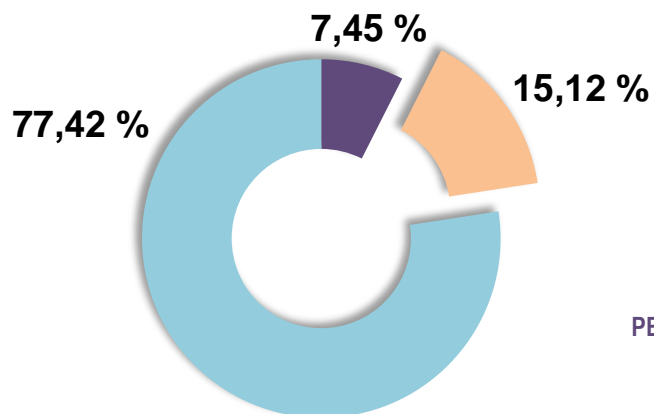
Les darreres dades disponibles –referents al primer trimestre de 2015– són també favorables ja que els 16.023 centres de cotització del comerç a Barcelona suposen un augment respecte al mateix període del 2014 (+1,1%), tot i que és menys intens que el del conjunt de l'economia de la ciutat (+2,2%). Dos terços (10.685) dels centres de cotització del comerç a la ciutat pertanyen al comerç minorista i un terç (5.338), al majorista, després que la branca de comerç al detall creixi més intensament que la del comerç a l'engròs (amb variacions interanuals de l'+1,3 i el 0,8%, respectivament).

VARIACIÓ INTERANUAL (I TRIM 2015 / I TRIM 2014)

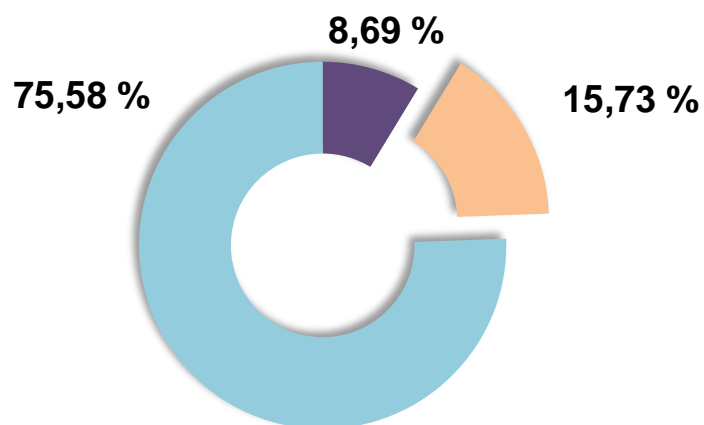
	I Trim 2015	I Trim 2014	Variació en nombre	Variació en (%)	Pes s/BCN (%)	Pes s/total comerç 2014 (%)
Comerç a l'engròs	5.338	5.297	41	0,8	7,4	33,3
Comerç al detall	10.685	10.544	141	1,3	14,9	66,7
Total Comerç	16.023	15.841	182	1,1	22,3	100
Total sectors Barcelona	71.951	70.372	1.579	2,2	100	-

El quart trimestre del 2014 el pes del comerç dins del conjunt dels centres de cotització de Barcelona (22,6%) és lleugerament inferior al de la RMB (24,4%) i al de Catalunya (23,7%). El pes relatiu del comerç a l'engròs se situa prop del 8% a Catalunya i a Barcelona i és més elevat (+8,7%) a la RMB, mentre que el del detall oscil·la entre el 15,1% de la capital catalana i el 15,9% del Principat.

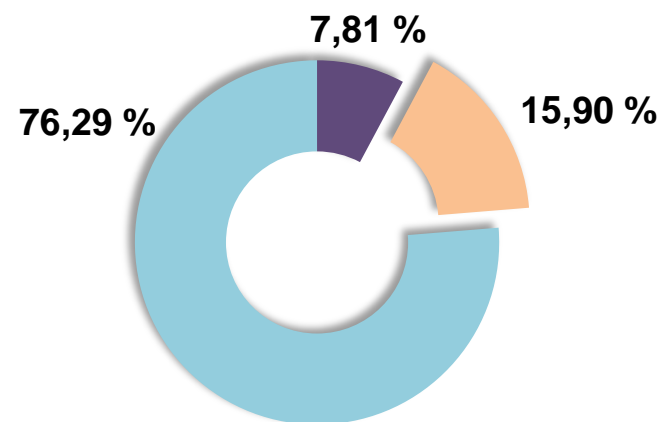
PES DEL COMERÇ A L'ECONOMIA DE LA CIUTAT SEGONS CENTRES DE COTITZACIÓ (%S/TOTAL) IV TRIM. 2014



PES DEL COMERÇ SEGONS CENTRES DE COTITZACIÓ (%) RMB 2014



PES DEL COMERÇ SEGONS CENTRES DE COTITZACIÓ (%) CATALUNA 2014



■ Engròs
■ Detall
■ Resta sectors

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Cal esmentar que per nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social, el comerç és la segona activitat de la ciutat amb un 13,9% del total, després del conjunt heterogeni d'activitats que representen els serveis a les empreses. Tot i tractar-se d'un pes inferior al dels centres de cotització, certament aquestes dades posen de manifest la importància cabdal del sector per a l'economia de Barcelona i especialment la del comerç minorista, que per si sol representa més del 15,1% dels centres de cotització i el 8,6% dels assalariats de la ciutat.

Així doncs, en un context de recuperació de la demanda interna, el 2014 el pes del comerç en l'economia barcelonina es manté força estable respecte al 2013 tant pel que fa als centres de cotització com als assalariats (amb lleus decrements de dues i una dècima, respectivament).

PES DEL COMERÇ SOBRE EL CONJUNT DE L'ECONOMIA DE BARCELONA 2013-2014

	2013	2014
Centres de cotització		
Comerç a l'engròs	7,6%	7,5%
Comerç al detall	15,2%	15,1%
Total comerç	22,8%	22,6%
Afiliats règim general Seguretat Social		
Comerç a l'engròs	5,3%	5,2%
Comerç al detall	8,7%	8,6%
Total comerç	14,0%	13,9%

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Anàlisi per branques

L'any 2014, prop d'una tercera part dels 5.334 centres de cotització del comerç a l'engròs a Barcelona (el 29,4%) distribueix articles d'ús domèstic, mentre que les branques d'intermediaris, productes alimentaris, altre comerç especialitzat i comerç no especialitzat assoleixen pesos relatius d'entre l'11 i el 17% del total.

Barcelona absorbeix el 52,1% dels centres de cotització d'intermediaris de la RMB i el 39,2% dels de Catalunya. Les branques del comerç a l'engròs d'equips TIC i d'articles d'ús domèstic (on Barcelona representa per si sola prop del 45% del total de la RMB i el 38,4 i 35,6%, respectivament, del total català) també mostren una forta concentració a la ciutat.

L'any 2014 les branques majoristes d'intermediaris del comerç, matèries primeres agràries i productes alimentaris, begudes i tabac guanyen centres de cotització a Barcelona, la RMB i Catalunya, amb creixements a la ciutat del +5,3, +3,2 i +2,9%, respectivament. El comerç d'articles d'ús domèstic, equips TIC i altra maquinària es redueix a Barcelona, però es guanya teixit empresarial a la RMB i Catalunya, mentre que les branques d'altre comerç especialitzat i comerç no especialitzat experimenten una reducció als tres àmbits territorials, més intensa en el cas de la ciutat.

Pel que fa a les branques del comerç al detall, a Barcelona destaca el pes relatiu dels establiments especialitzats -que representen el 34,1% dels centres de cotització-, seguits dels que venen productes alimentaris, begudes i tabac (28,0%) i els d'establiments no especialitzats (17,7%).

Les branques més concentrades en termes relatius a la ciutat són la d'establiments especialitzats –en què Barcelona té amb el 48,9% dels centres de la RMB i el 29,9% dels de Catalunya-, els articles culturals (47,8 i 28,5%, respectivament) i els establiments no especialitzats (46,0 i 29,6%).

En l'evolució de les principals branques minoristes el 2014 destaca l'augment del teixit empresarial de les parades de venda i mercats ambulants (+32,4%) i el d'equips TIC (+4,3%), mentre que la resta de branques principals creixen entre el +0,8 i el +2% excepte la d'articles d'ús domèstic, que s'estabilitza (-0,3%).

CENTRES DE COTITZACIÓ DE LA SEGURETAT SOCIAL PER BRANQUES DE COMERÇ, 2014

	% s/sector	Var. 2014-2013(%)	% s/sector	Var. 2014-2013(%)	% s/sector	Var. 2014-2013(%)
	Barcelona		RMB		Catalunya	
Comerç a l'engròs						
Intermediaris comerç	16,8	5,3	12,9	8,2	12,03	8,2
Comerç engròs matèries primeres agràries	1,2	3,2	2,0	1,5	3,28	4,4
Comerç engròs productes alimentaris, begudes i tabac	15,1	2,9	13,9	3,2	18,21	2,9
Comerç engròs d'articles d'ús domèstic	29,4	-0,6	26,2	2,7	23,21	2,7
Comerç engròs d'equips TIC	4,5	-2,8	3,9	1,2	3,32	1,3
Comerç engròs d'altra maquinària, equips i submin	8,6	-0,9	11,7	0,6	10,81	1,2
Altres comerç engròs especialitzat	12,3	-3,7	17,3	-0,6	18,62	-0,5
Comerç engròs no especialitzat	11,9	-4,2	12,0	-0,8	10,51	-0,3
Total comerç a l'engròs	100	-0,1	100	2,1	100	2,3
Comerç al detall						
Comerç al detall en establiments no especialitzats	17,7	1,1	17,3	0,7	16,8	0,3
Comerç al detall de productes Alimentaris, begudes i tabac	28,0	1,7	29,6	1,2	28,3	1,3
Comerç al detall de combustibles	0,5	1,8	1,0	3,1	1,52	3,2
Comerç al detall d'equips TIC	2,7	4,3	2,7	1,9	2,76	2,8
Comerç al detall d'articles d'ús domèstic	10,5	-0,3	11,0	-0,6	11,32	-1,1
Comerç al detall d'articles culturals i recreatius	4,4	0,9	4,1	1,2	4,28	1
Comerç al detall d'altres articles en establiments Especialitzats	34,1	0,8	31,4	0,0	31,99	-0,2
Comerç al detall en parades de venda i mercats ambulants	1,4	32,5	2,0	23,2	2,15	16,1
Altres comerç al detall en establiments fora de parades i mercats	0,8	-1,1	1,0	17,7	0,88	15,4
Total comerç al detall	100	1,4	100	1,1	100	0,8

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Dimensió empresarial del sector comercial

L'any 2014 la dimensió empresarial mitjana del comerç a Barcelona s'estabilitza després de tres anys de descens. El conjunt de sectors mostra una dimensió mitjana de 7,2 treballadors, i la tònica general d'estabilitat es posa de manifest tant al comerç al detall (6,7) com a l'engròs (8,2).

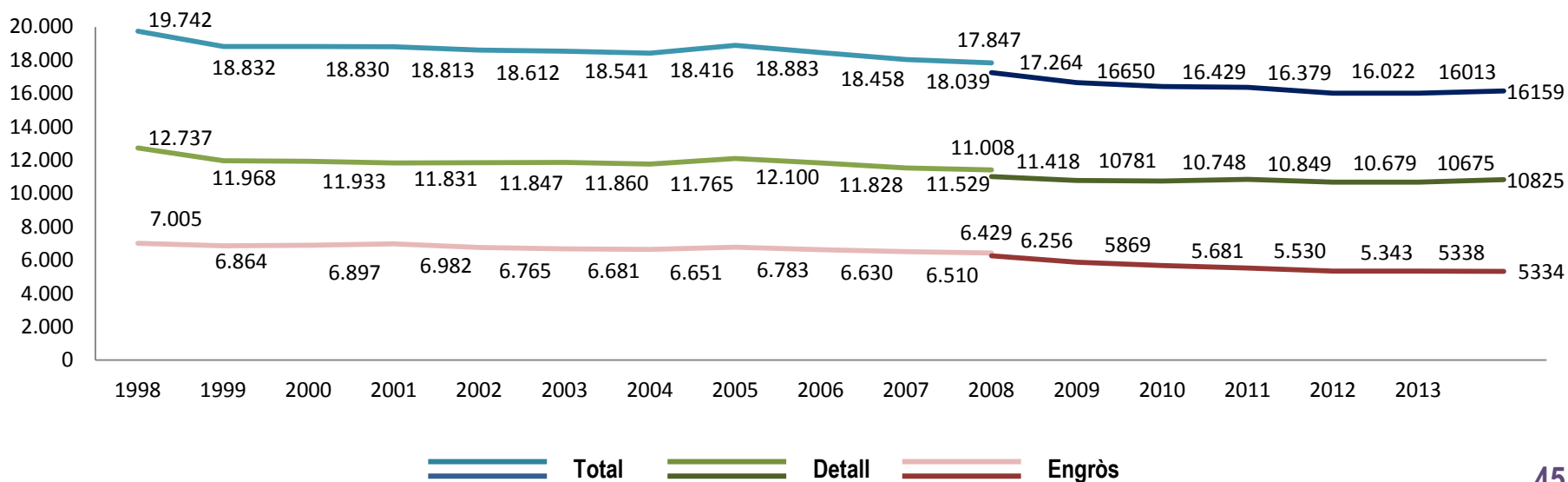
NOMBRE MITJÀ D'AFILIATS PER CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEURETAT SOCIAL AL COMERÇ DE BARCELONA

	2010	2011	2012	2013	2014
Comerç a l'engròs	8,55	8,46	8,35	8,27	8,25
Comerç al detall	7,05	6,78	6,77	6,71	6,75
Total comerç	7,57	7,35	7,30	7,23	7,24

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

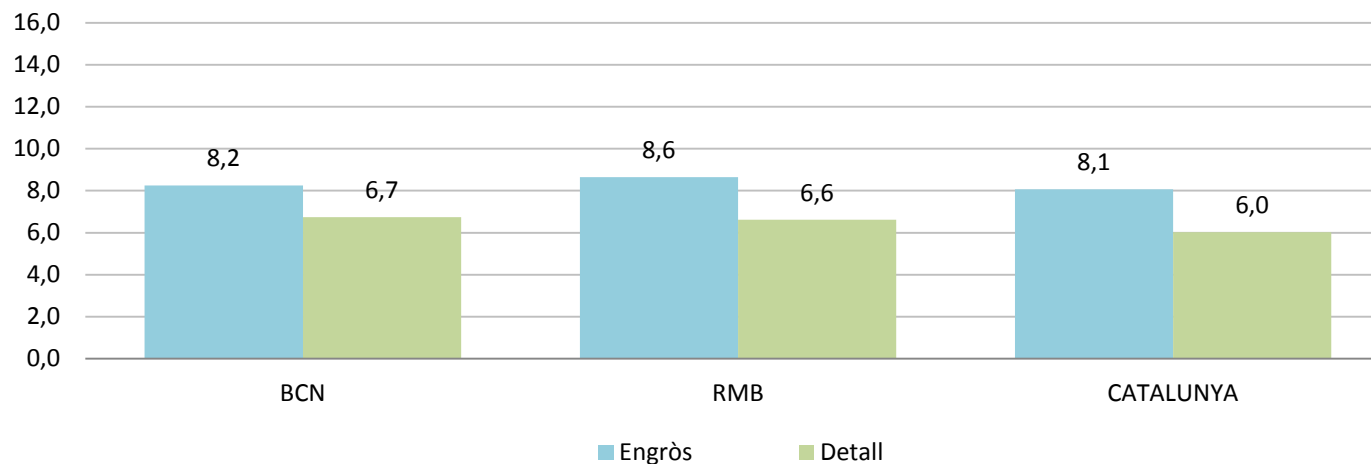
El 2014 capgira la tendència predominantment descendent de l'evolució dels centres de cotització del comerç a Barcelona des del 1998 - deguda al procés de racionalització i redimensionament empresarial i de formats comercials -. Efectivament, el nombre de centres de cotització creix amb la recuperació econòmica (+0,9%) i l'evolució positiva del comerç al detall (+1,4%), mentre que el comerç a l'engròs s'estabilitza (-0,1%) al llarg d'aquest darrer any. Entre el 2008 i el 2014 la reducció acumulada dels centres de cotització ha estat força més intensa al comerç a l'engròs - que perd un 14,7% dels centres de cotització - mentre que la branca minorista mostra una notable resistència i experimenta una pèrdua de teixit empresarial clarament inferior (-1,7%).

CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL AL COMERÇ DE BARCELONA 1998-2014



La dimensió empresarial del comerç al detall és més elevada a Barcelona que a la RMB i a Catalunya (amb valors de 6,7, 6,6 i 6, respectivament), mentre que en el cas del comerç a l'engròs la dimensió empresarial mitjana a la ciutat (8,2) és inferior a la de la RMB (8,6), si bé supera la del Principat (8,1).

ASSALARIATS PER CENTRE DE COTITZACIÓ DEL COMERÇ 2014



Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

4. EL SECTOR DE L'HOSTALERIA

El sector econòmic de l'hostaleria comprèn dos subsectors d'activitat: els serveis d'allotjament (hotels, altres allotjaments i càmpings), i els serveis de restauració (restaurants, bars i serveis d'àpats).⁸

Afiliació a la Seguretat Social en l'hostaleria

L'any 2014 l'hostaleria a Barcelona té 74.581 afiliats a la Seguretat Social, dels quals 63.861 són assalariats i 10.720 autònoms (el 85,6% i el 14,4% del total, respectivament). El sector concentra el 7,8% del total de l'afiliació al règim general i d'autònoms de la Seguretat Social a la ciutat.

AFILIATS A LA SEGURETAT SOCIAL A L'HOSTALERIA A BARCELONA / 4T TRIMESTRE 2014

	Règim general	Variació (%) 2014/2013	Autònoms	Variació (%) 2014/2013	Total	Variació (%) 2014/2013	Pes del sector (%) 2014
Hostaleria	63.861	3,8%	10.720	2,1%	74.581	3,6%	7,8%
Pes s/total Hostaleria	85,6		14,4				

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

⁸ Aquestes activitats corresponen als epígrafs 551, 552, 553, 559, 561, 562 i 563 de la CCAE-2009.

L'hostaleria ha experimentat un creixement del 3,6% en el nombre de llocs treball entre els quarts trimestres del 2013 i del 2014 i mostra una evolució més favorable que la de l'ocupació al conjunt de l'economia de la ciutat (+2,4%), de manera que és el sector on més ha crescut l'ocupació de la ciutat des de l'inici de la crisi. L'augment de l'afiliació a l'hostaleria el darrer any es produeix tant entre els assalariats com entre els autònoms (+3,8 i +2,1%, respectivament), però mentre que en el cas dels assalariats l'increment de l'hostaleria és superior al que experimenta el conjunt de l'economia de la ciutat (+2,3%), en el dels autònoms el sector queda per sota de l'augment global de l'indicador a Barcelona (+3,3%).

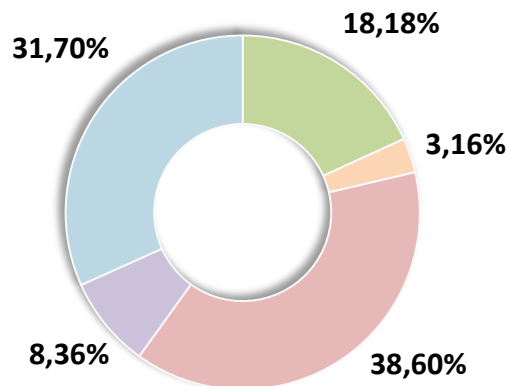
AFILIATS A LA SEGURETAT SOCIAL A L'HOSTALERIA A BARCELONA / 4T TRIMESTRE 2014

	Règim General	Variació (%) IVT 2014/ IVT 2013	Autònoms	Variació (%) IVT 2014/ IVT 2013	Total	Variació (%) IVT 2014/ IVT 2013	Pes del sector s/total (%)
Serveis d'allotjament	15.377	2,9%	539	9,8%	15.916	3,1%	1,7%
Serveis de menjar i begudes	48.484	4,2%	10.181	1,7%	58.665	3,7%	6,1%
Total	63.861	3,8%	10.720	2,1%	74.581	3,6%	7,8%
Pes s/total Hostaleria	85,6%		14,4%				

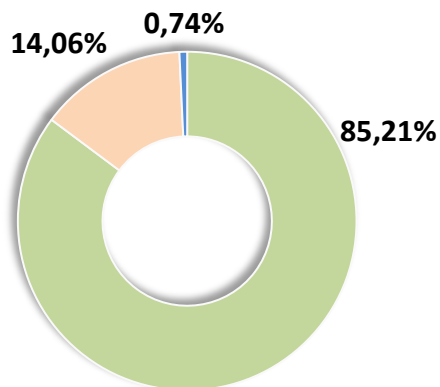
Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Per subsectors, al règim general i d'autònoms de la Seguretat Social es compten 58.665 treballadors de la restauració (el 78,7% dels de l'hostaleria), dels quals gairebé la meitat (el 49,1%) treballa en restaurants. D'altra banda, els serveis d'allotjament absorbeixen 15.916 treballadors (el 21,3% del sector), on destaquen els hotels com a branca majoritària (85,2% del subsector). La restauració i l'allotjament representen el 6,1% i l'1,7%, respectivament, del total d'afiliats al sistema de la Seguretat Social de la ciutat, de manera que les dues branques de l'hostaleria apleguen juntes el 7,8% dels llocs de treball de Barcelona. L'any 2014 totes dues guanyen ocupació assalariada i per compte propi, es destaca l'augment dels assalariats a la branca de serveis de menjar i begudes (4,2%) i l'increment del nombre d'autònoms als serveis d'allotjament (9,8%).

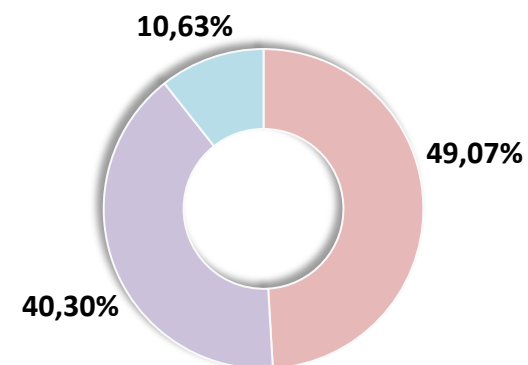
Afiliats a l'hostaleria per branques d'activitat 2014 (% s/total)



Afiliats al subsector de serveis d'allotjament 2014 (% s/total)



Afiliats a les branques del subsector de serveis de menjar i begudes 2014 (% s/total)



- Hotels
- Altres allotjaments
- Restaurants
- Serveis d'àpats
- Bars
- Campings

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Les dades disponibles més recents —corresponents al segon trimestre del 2015— indiquen que l'afiliació en l'hostaleria intensifica la tendència ascendent dels anys anteriors (amb un increment interanual del 4,7%) i mostra, novament, un millor comportament que el del conjunt de la ciutat (on l'augment és del +3,5%). Per branques, l'augment dels afiliats en els serveis d'allotjament i de menjar i begudes (+4,5 i +4,8%, respectivament) és molt similar. El sector dels serveis d'allotjament experimenta un augment més adequat entre els autònoms (+5,6%) que no entre els assalariats (+4,4%) mentre que als serveis de menjar i begudes creixen més els treballadors per compte d'altri (+5,7%) que els de compte propi (+0,5%). Així mateix, ambdós subsectors mostren una evolució més favorable dels treballadors per compte d'altri que el conjunt de l'economia, i només els autònoms dels serveis de menjar i begudes augmenten menys que els del conjunt de la ciutat, de manera que se segueix posant de manifest la bona marxa de l'hostaleria a la Ciutat Comtal.

TREBALLADORS AFILIATS A LA SEGURETAT SOCIAL A L'HOSTALERIA DE BARCELONA. VARIACIÓ INTERANUAL (II TRIM 2015 / II TRIM 2014)

	Règim general			Autònoms			Total		
	II trim 2015	Variació Interanual (%)	Pes s/BCN (%)	II trim 2015	Variació Interanual (%)	Pes s/BCN (%)	II trim 2015	Variació Interanual (%)	Pes s/BCN (%)
Serveis d'allotjament	17.260	4,44	2,00	550	5,57	0,47	17,81	4,48	1,82
Serveis de menjar i begudes	51.171	5,66	5,92	10.217	0,53	8,80	61,388	4,77	6,26
Total hostaleria	68.431	5,35	7,92	10.767	0,78	9,28	79,198	4,70	8,08
Total sectors Barcelona	864.245	3,54	100	116.074	2,81	100	980,319	3,45	-

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

La distribució territorial mostra que, el 2014, aproximadament 6 de cada 10 dels 107.716 afiliats al règim general del sector de l'hostaleria de la RMB i 4 de cada 10 dels 161.053 de Catalunya s'ubiquen a la ciutat central (el 59,3% i 39,7% respectivament)⁹. Els serveis d'allotjament mostren una concentració més elevada a Barcelona que els de la restauració pel fet que la seva activitat depèn més directament dels visitants -tant per motius de negocis com vacacionals-, i destaca en especial el fet que més de tres quartes parts dels llocs de treball d'allotjament de la RMB (78,6%) i prop de la meitat dels de Catalunya (48,9%) es localitzen a Barcelona.

AFILIATS AL RÈGIM GENERAL DE LA SEGURETAT SOCIAL EN L'HOSTALERIA PER ÀMBITS TERRITORIALS 4T TRIMESTRES 2014

	Barcelona	RMB	Catalunya	Pes BCN/RMB (%)	Pes BCN/Catalunya (%)
Serveis d'allotjament	15.377	19.575	31.441	78,6	48,9
Serveis de menjar i begudes	48.484	88.141	129.612	55,0	37,4
Total	63.861	107.716	161.053	59,3	39,7

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

⁸ Cal tenir en compte que a les ciutats que exerceixen la funció de capitalitat –com Barcelona- l'efecte seu social sol traduir-se en una certa sobrevaloració de l'estadística d'afiliació i centres de cotització de la Seguretat Social en relació amb els municipis del seu entorn.

Quant a l'evolució interanual, l'augment de l'afiliació al règim general de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria ha estat més pronunciat a la RMB i a Catalunya (+6,6 i +6,3%, respectivament) que no a Barcelona (+3,8%). Dins d'aquest context de creació de llocs de treball als tres àmbits territorials, la ciutat mostra una evolució menys favorable tant en la branca de serveis d'allotjament (amb un increment del +2,9%, per un +4,2 i +3,6% a la RMB i a Catalunya, respectivament) com a la de serveis de menjar i begudes, en la qual el creixement interanual dels assalariats als àmbits metropolità i català se situa al voltant del +7%.

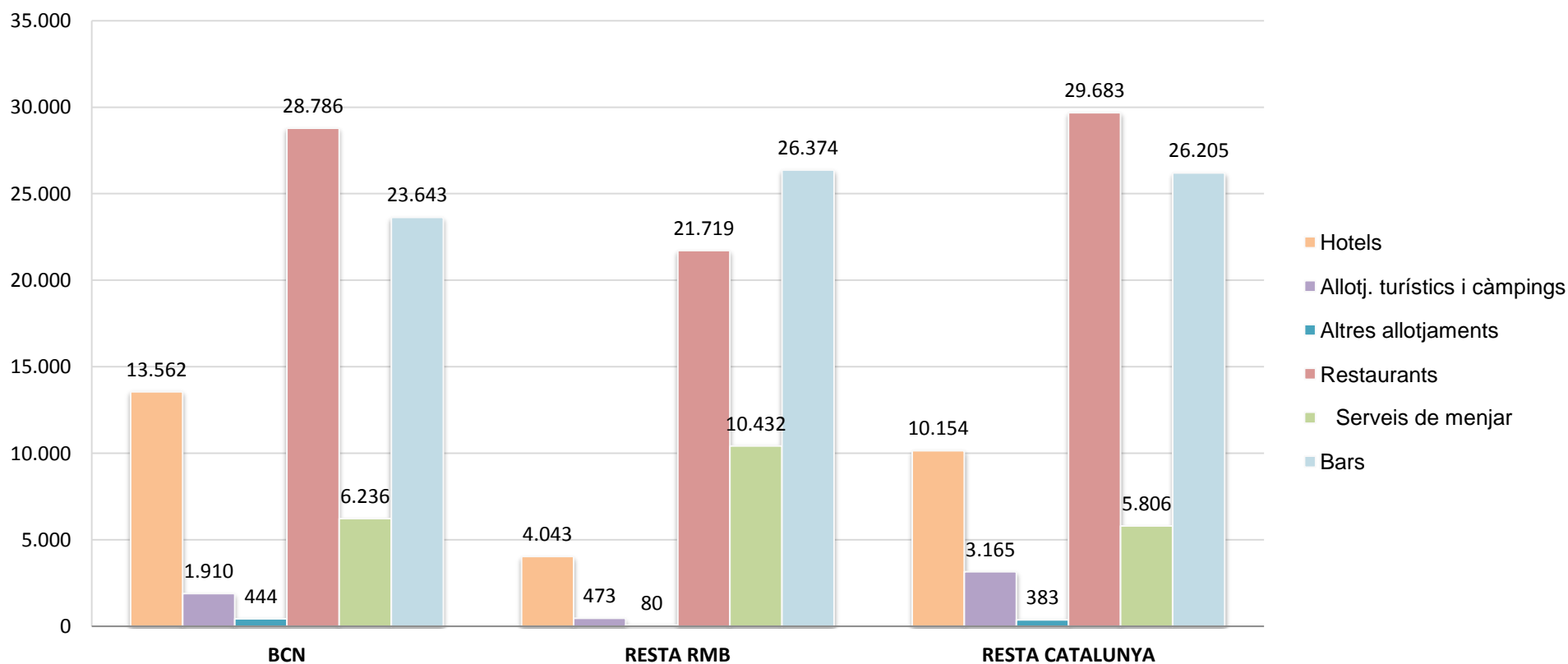
AFILIATS AL RÈGIM GENERAL DE LA SEGURETAT SOCIAL EN L'HOSTALERIA PER ÀMBITS TERRITORIALS / 4T TRIMESTRE 2014

VARIACIÓ INTERANUAL 2013-2014 (%)

	Barcelona	RMB	Catalunya
Serveis d'allotjament	2,9%	4,2%	3,6%
Serveis de menjar i begudes	4,2%	7,1%	7,0%
Total	3,8%	6,6%	6,3%

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

AFILIATS AL RÈGIM GENERAL I D'AUTÒNOMS DE LA SEGURETAT SOCIAL EN L'HOSTALERIA / 4T TRIMESTRE 2014



Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Centres de cotització

Barcelona disposa l'any 2014 de 7.510 centres de cotització de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria¹⁰. El pes d'aquesta activitat en relació amb el conjunt de centres de cotització de la ciutat és del 10,5% i la situa com el tercer sector en aquest indicador, només per darrere del comerç i les reparacions i dels serveis a les empreses (amb pesos relatius del 23,9 i el 18,1%, respectivament).

CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL EN L'HOSTALERIA A BARCELONA / 4T TRIMESTRE 2014

			Variació 2014/2013	
	IV TRIM.2013	IV TRIM.2014	En nombre	En %
Hostaleria	7.209	7.510	301	4,18

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

¹⁰ El nombre de centres de cotització són una aproximació raonable però no exactament equivalent al nombre d'empreses, tal com s'explica al capítol sobre centres de cotització del comerç d'aquest informe

La ciutat disposa de 6.631 centres registrats com a serveis de restauració i 879 com a serveis d'allotjament, xifra que representa el 9,3% i l'1,2% del total de Barcelona, respectivament. Així doncs, els serveis de restauració són predominants i representen el 88,3% del teixit empresarial de l'hostaleria, essent els més nombrosos dels quals són els bars i restaurants -que representen el 45,3 i el 39% de tot el sector, respectivament-. D'altra banda, es constata que el pes percentual dels bars dins d'aquest conjunt és molt superior en termes de centres de cotització que d'ocupació, a causa de la seva reduïda dimensió empresarial.

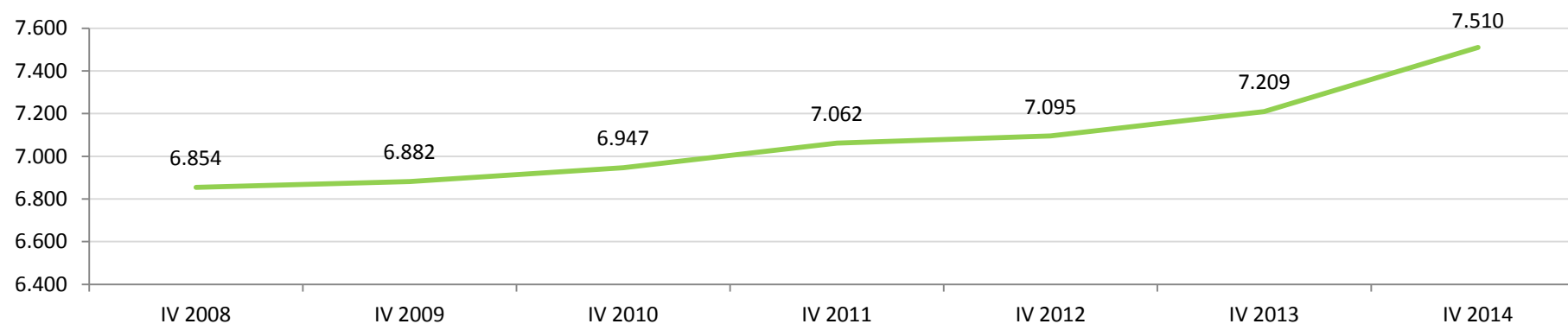
CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL EN L'HOSTALERIA A BARCELONA 4T TRIMESTRE 2014

	2013	2014	Variació 2013-2014	Pes sobre sector hoteleria	Pes/s.total ciutat (%)
Serveis d'allotjament	782	879	12,40	11,70%	1,23%
Serveis de menjar i begudes	6.427	6.631	3,17	88,30%	9,26%
Total	7.209	7.510	4,18	100,00%	10,49%

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Pel que fa a la dinàmica de creació d'empreses, l'any 2014 es compten 301 centres de cotització més que el 2014 a l'hoteleria de Barcelona, fet que suposa un increment del 4,2% i un comportament més positiu que el del conjunt de l'economia de la ciutat, on aquest indicador creix un +1,8%. Com els anys anteriors, l'evolució més favorable del teixit empresarial correspon als serveis d'allotjament, que experimenten un augment interanual (+12,4%) que gairebé quadruplica el de la restauració (+3,2%).

EVOLUCIÓ DELS CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL EN L'HOSTALERIA A BARCELONA



Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

El sector de l'hoteleria mostra una tendència ascendent al llarg del període 2008-2014 que es tradueix en un increment acumulat de 656 centres de cotització i un 9,6% en termes relatius; així doncs, és l'activitat amb més dinamisme durant la crisi gràcies al comportament de la demanda turística, que es recupera abans i evoluciona molt més favorablement que el consum intern.

CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL EN L'HOTALERIA PER ÀMBITS TERRITORIALS / 4T TRIMESTRE 2014

	Barcelona	RMB	Catalunya	Pes BCN/RMB (%)	Pes BCN/Catalunya (%)
Serveis d'allotjament	879	1.234	2.730	71.2	32.2
Serveis de menjar i begudes	6.631	14.111	24.071	47.0	27.5
Total	7.510	15.345	26.801	48.9	28.0

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Per àmbits territorials, Barcelona concentra el 48,9% dels 15.345 centres de cotització de l'hoteleria de la RMB i el 28% dels 26.801 establerts a Catalunya. En els serveis d'allotjament, més de 7 de cada 10 centres de cotització de la RMB es localitzen a la ciutat (el 71,2%), fet que evidencia la forta polaritat turística i de negocis de Barcelona. En relació amb Catalunya, aquest fet no és tan pronunciat.

Això és perquè l'atracció d'altres marques turístiques importants provoca que el pes relatiu de la ciutat en serveis d'allotjament es redueixi a poc menys d'una tercera part del total (32,2%). La restauració de la ciutat representa el 47,0% dels centres de cotització d'aquesta branca en l'àmbit de la RMB, mentre que en relació amb Catalunya assoleix el 27,5%.

A les dues branques de l'hoteleria, la concentració a Barcelona és més accentuada en termes de llocs de treball que de centres de cotització, dada que posa de manifest que la ciutat tendeix a disposar de més unitats empresarials de dimensions mitjanes.

CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL EN L'HOSTALERIA PER ÀMBITS TERRITORIALS / 4T TRIMESTRE 2014

VARIACIÓ INTERANUAL 2013-2014 (%)

	Barcelona	RMB	Catalunya
Serveis d'allotjament	12,4%	10,3%	5,5%
Serveis de menjar i begudes	3,2%	3,7%	3,6%
Total	4,2%	4,2%	3,8%

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Pel que fa a la dinàmica, l'evolució del nombre de centres de cotització de l'hostaleria entre el quart trimestre del 2013 i el del 2014 ha estat positiva als tres territoris analitzats. Els indicadors de Barcelona i de la RMB creixen al mateix ritme (+4,2% en ambdós casos), mentre que a Catalunya l'increment interanual és lleugerament més moderat (3,8%). Per subsectors, a la restauració el nombre de centres de cotització creix prop del 3,5% als tres àmbits territorials i, als serveis

d'allotjament experimenta augments encara més rellevants, entre els quals destaquen els de Barcelona (+12,4%) i la RMB (+10,3%) en relació amb el de Catalunya (+5,5%).

CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL EN L'HOSTALERIA / 4T TRIMESTRE 2014



Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Les darreres dades disponibles —corresponents al segon trimestre del 2015— mostren que l'hostaleria continua augmentant el seu teixit empresarial, que creix un 5% respecte al segon trimestre del 2014 i assoleix un dels millors comportaments sectorials de la ciutat. Aquesta evolució és més positiva que la del conjunt de l'economia de Barcelona (+2,6%), causa sobretot del notable increment dels centres de cotització en els serveis d'allotjament (+6,5%). Tot i així, els serveis de menjar i begudes concentren la major part de les empreses del sector, amb un 88,1% dels centres de cotització.

CENTRES DE COTITZACIÓ A LA SEGURETAT SOCIAL A L'HOSTALERIA DE BARCELONA

VARIACIÓ INTERANUAL (II TRIMESTRE 2015 / II TRIMESTRE 2014)

	II Trim 2015	Variació en nombre	Variació en %	Pes s/ BCN (%)	Pes s/total hostaleria (%)
Serveis d'allotjament	929	57	6,54	1,28	11,91
Serveis de menjar i begudes	6.873	317	4,84	9,45	88,09
Total hostaleria	7.802	374	5,04	10,73	100
Total sectors Barcelona	72.722	1.819	2,57	100	-

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

5. VALORACIÓ QUALITATIVA DEL COMERÇ

5.1. ENQUESTA D'OPINIÓ SOBRE EL COMERÇ MITJANÇANT L'ÒMNIBUS MUNICIPAL 2014

L'Òmnibus Municipal de Comerç ens facilita informació sobre l'opinió de la ciutadania respecte al comerç de la ciutat i els seus hàbits de compra.

L'any 2014 s'han dut a terme 1.000 entrevistes a cadascuna de les quatre fases (març, juny, setembre i desembre) entre la població de Barcelona més gran de 16 anys, a llars amb telèfon.

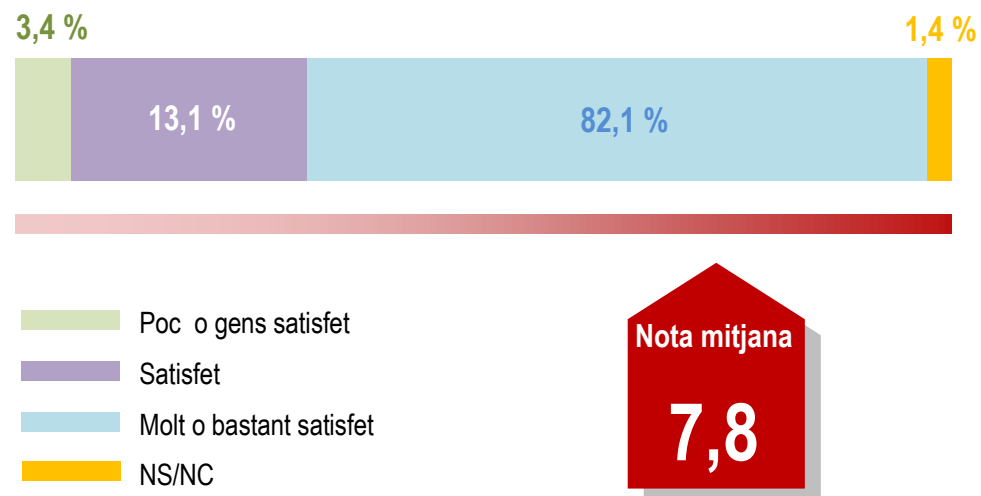
El 48,8% dels barcelonins afirma que acostuma a fer sempre les compres de casa seva i només el 9,9% dels entrevistats no compra mai o gairebé mai. Especialment les dones i les persones de més edat són les que fan més les compres de la seva llar.

Valoració sobre el comerç

Els barcelonins que van a comprar amb alguna freqüència valoren notablement l'oferta comercial, els horaris comercials i l'atenció personal per part dels comerciants.

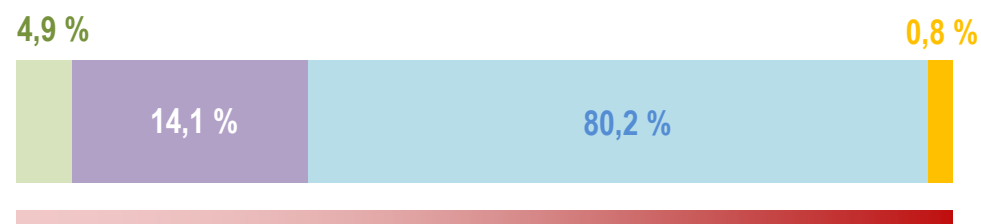
Concretament, els entrevistats valoren l'oferta comercial de Barcelona amb una nota mitjana de 7,8 en una escala de l'1 al 10. Aquesta nota s'ha mantingut força estable al llarg dels darrers anys.

Valoració de l'oferta comercial



Pel que fa al grau de satisfacció amb els horaris comercials, els compradors els valoren amb una nota mitjana de 7,7.

Valoració dels horaris

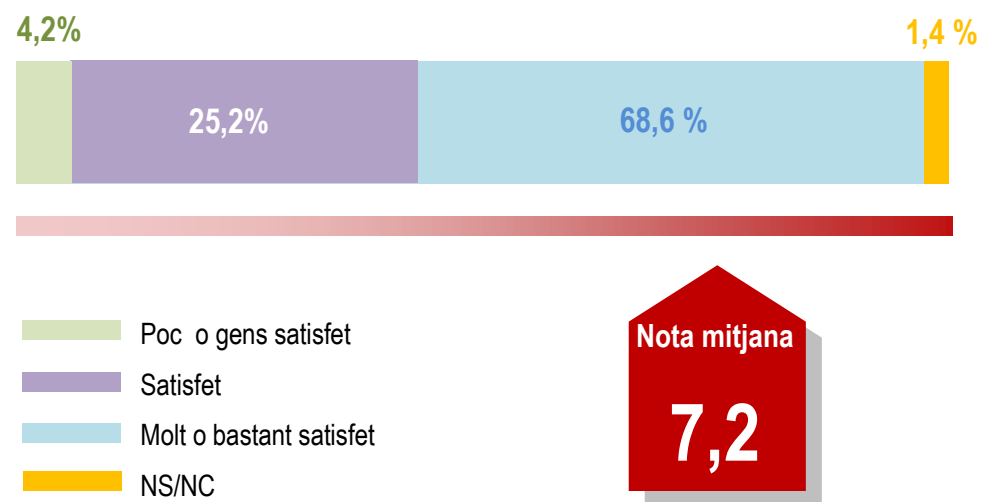


- Poc o gens satisfet
- Satisfet
- Molt o bastant satisfet
- NS/NC

Nota mitjana
7,7

I respecte a l'atenció personal per part dels comerciants, es valora amb un 7,2 de mitjana sobre 10.

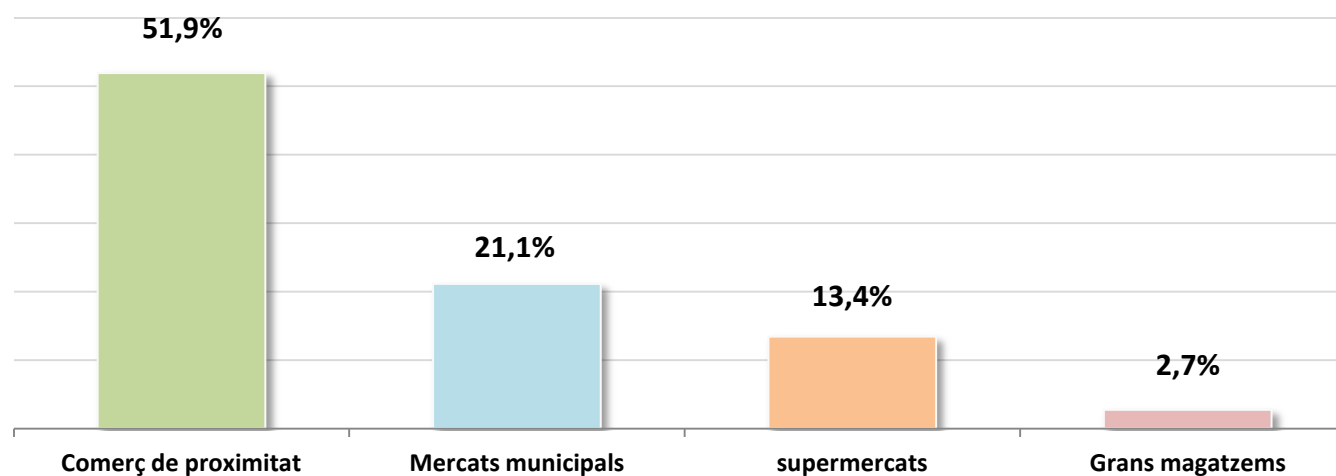
Valoració de l'atenció del personal



L'atenció segons el tipus de comerç

El comerç de proximitat destaca per la seva atenció personalitzada: el 51,9% de barcelonins considera que les botigues de barri o especialitzades són l'establiment on millor els atenen, per davant dels mercats municipals (21,1%), els supermercats (13,4%), els centres comercials (3,5%) i els grans magatzems (2,7%).

ON REBEN UNA MILLOR ATENCIÓ

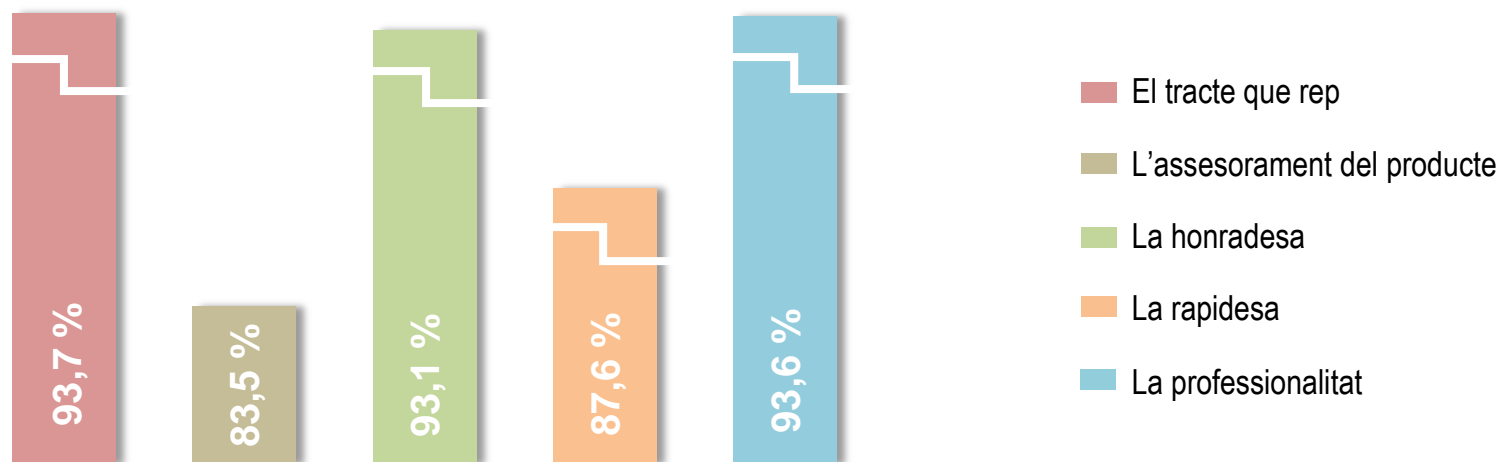


Grau d'importància de diferents aspectes comercials

A la qüestió del grau d'importància que donen a una sèrie d'aspectes relacionats amb l'atenció comercial, els aspectes més valorats pels consumidors són:

El 93,7% valora com a molt o bastant important el tracte rebut de la persona que atén en un comerç. També valoren molt positivament la professionalitat (93,6%) i l'honradesa (93,1%).

ASPECTES DE VALORACIÓ DELS COMERÇOS



Hàbits de compra segons tipologia de productes

Alimentació / altres productes d'ús quotidià

El **supermercat** és l'establiment preferit per comprar l'alimentació (no fresca) (63%) i altres productes d'ús quotidià (76,0%), tendència que en els darrers dos anys es frena lleument. Respecte a l'alimentació fresca, els mercats municipals es consoliden com a establiment de referència en aquest tipus de producte (44%).

Roba i calçat

Les **botigues de barri o especialitzades** continuen sent les preferides pels barcelonins per anar a comprar la roba i el calçat (49,2%), amb una tendència a estabilitzar-se els darrers dos anys; a continuació, hi ha el centre comercial (35,8%) o uns grans magatzems (9,9%).

La tendència de compra de roba i calçat és que es redueixi tant pels que compren al barri com els que ho fan als centres comercials, tot i que la compra al barri consolida el seu públic.

Parament de la llar

Per a la compra de productes de parament de la llar, es manté la tendència creixent: la majoria dels barcelonins sol anar a **botigues de barri o especialitzades** (48,0%), seguit de centres comercials (23,1%) i grans magatzems (15,5%).

Productes d'oci i cultura

Finalment, pel que fa a la compra de productes d'oci i cultura, la meitat dels barcelonins compren un 55,2% a les botigues de barri o especialitzades, per davant dels centres comercials (25,3%), els grans magatzems (7,4%) o internet (3,1%).

QUADRE COMPARATIU ANY 2014

	On aneu a comprar ?	Com hi aneu ?	Com pagueu ?
Alimentació			
Al supermercat	63,4	A peu	84,9
Al mercat municipal	12,5	Transport privat	10,7
A la botiga del barri / especialitzada	17,3	Transport públic	2,2
A l'hipermercat	2,6	Altres	1,2
Al centre comercial	1,7		
A uns grans Magatzems	0,5		
Per internet	0,3		
A una cooperativa de consum	0,2		
			En efectiu
			Targeta
			59,2
			35,4
Alimentació fresca			
Al supermercat	44,4	A peu	87,9
Al mercat municipal	25,3	Transport privat	8,0
A la botiga del barri / especialitzada	27,1	Transport públic	2,5
A l'hipermercat	0,9	Altres	0,2
Al centre comercial	0,3		
Als grans Magatzems	0,4		
Per internet	0,2		
Cooperativa de consum	0,3		
Altres productes			
Al supermercat	75,8	A peu	83,7
A la botiga del barri / especialitzada	15,5	Transport privat	11,6
A l'hipermercat	3,4	Transport públic	2,3
Mercat municipal	1,5	Altres	1,3
Als grans magatzems	1,0		
Als centres comercials	1,4		
Per internet	0,2		
Cooperativa de consum	0,1		
			En efectiu
			Targeta
			54,9
			39

QUADRE COMPARATIU ANY 2014

	On aneu a comprar ?		Com aneu ?		Com pagueu ?
Roba i calçat					
	A la botiga del barri / especialitzada	49,2	A peu	50,9	En efectiu 34,7
	Als centres comercials	35,8	Transport públic	25,3	Targeta 60,7
	Als grans magatzems	9,9	Transport privat	20,0	
	Al mercat municipal	0,3	Altres	0,1	
	A l'hipermercat	0,9			
	Per internet	0,4			
	Altres	0,2			
Parament de la llar					
	A la botiga del barri / especialitzada	48,0	A peu	49,2	En efectiu 23,9
	Als centres comercials	23,1	Transport públic	24,3	Targeta 67,1
	Als grans magatzems	15,5	Transport privat	18,7	
	A l'hipermercat	2,0	Altres	0,3	
	Al supermercat	1,8			
	Al mercat municipal	0,1			
	Per internet	0,5			
	Altres	0,1			
Oci i cultura					
	A la botiga del barri / especialitzada	55,2	A peu	53,5	En efectiu 41
	Als centres comercials	25,3	Transport públic	21,1	Targeta 49,1
	Als grans magatzems	7,4	Transport privat	17,0	
	Per internet	3,1	Altres	0,1	
	Al supermercat	0,9			
	A l'hipermercat	0,6			
	El mercat municipal	0,1			
	Altres	0,3			

Zones comercials

El **71%** dels barcelonins afirma que compra en alguna zona comercial de la ciutat, per un 26% que diu que no hi va mai.

Respecte a les zones on més ciutadans van a comprar són: **Barnacentre** i El Corte Inglés de la plaça de Catalunya (20,3%), ubicat al centre històric de la ciutat, per davant de Diagonal-Illa-El Corte Inglés (18,1%), el centre comercial **La Maquinista** (16,8%) i el centre comercial Diagonal Mar (11,1%).

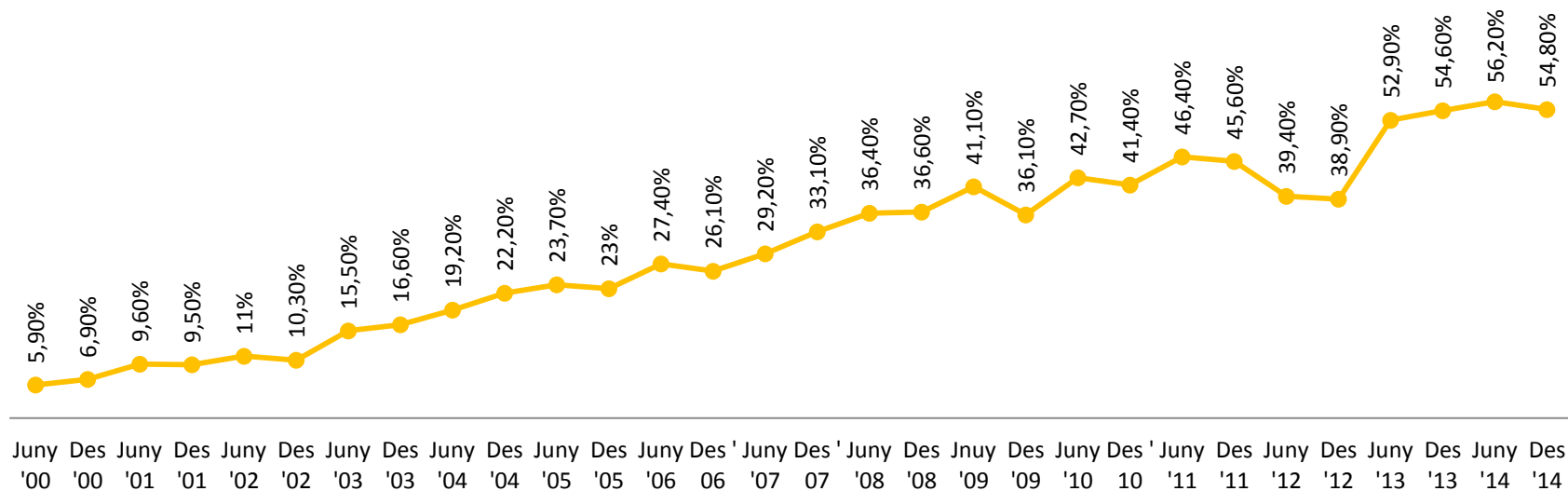
Pel que fa al tipus de producte que els barcelonins van a comprar a aquestes zones comercials, principalment és roba i calçat (76,3%), oci i cultura (21,8%), productes d'alimentació (18,6%) i articles de parament de la llar (14,1%).

La concentració de diverses ofertes comercials és l'aspecte més valorat de les zones comercials (42,5%), seguit de la proximitat (21,1%), així com l'espai (10,5%) i el tipus de botigues (6,8%).

Comerç electrònic

El **54,8%** dels barcelonins ha comprat alguna vegada per internet, percentatge que ha anat a l'alça des de l'inici de la sèrie, amb lleus retrocessos, però amb un creixement constant. L'edat és un factor que hi influeix: en concret, fins als 45 anys, la pràctica de comprar per internet s'estén entre el 75% i el 80%.

La gran majoria dels que han comprat alguna vegada per internet ho fan de manera ocasional (64,4%) i els productes que més s'hi compren per Internet són els relacionats amb l'oci (54%), amb productes i serveis d'informàtica (24,7%) i telefonia i roba i calçat (30%).



L'obertura dels comerços en diumenge

D'altra banda, l'obertura en diumenge genera divisió d'opinions: un 31,7% de la ciutadania està en contra que s'obrin els comerços els diumenges; el 37,1% s'hi mostra favorable i el 29,8% és neutral.

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

L'objectiu principal de l'enquesta de *l'activitat del sector comercial de la ciutat de Barcelona* és conèixer les característiques dels establiments comercials, l'opinió dels seus responsables sobre l'activitat comercial a la ciutat i les perspectives de futur.

L'informe actual es basa en les entrevistes fetes a responsables de 2.400 establiments comercials visitats entre el 8 de juliol i el 5 de novembre de 2014.

La mostra comprèn 2.400 establiments comercials, 497 dels quals són de titularitat no espanyola. El motiu pel qual s'ha procedit a fer dues submostres és copsar més específicament les característiques dels comerços de les dues titularitats, així com les opinions dels responsables corresponents.

Les característiques

Comerç innovador i dinàmic: el 37,7% d'aquests establiments van obrir entre el 2010 i el 2014. La mitjana d'antiguitat dels establiments és de 14 anys, tot i que els darrers anys s'ha rebaixat aquesta mitjana. Els més recents són d'alimentació (14 anys), decoració-llar, equipament personal (14 anys) i oci i cultura (15 anys).

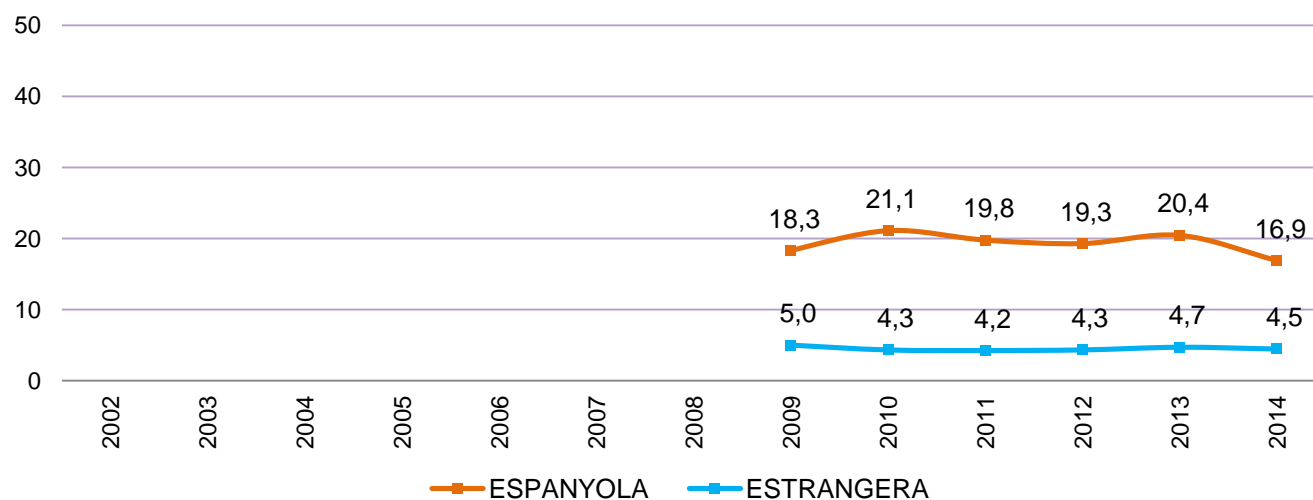


La mitjana d'antiguitat dels establiments de titularitat espanyola és de 17 anys i els de titularitat no espanyola, de 4 anys.

Dos terços dels establiments són **societats civils particulars**; el 23,4% societats limitades, i el 6,1% societats anònimes.

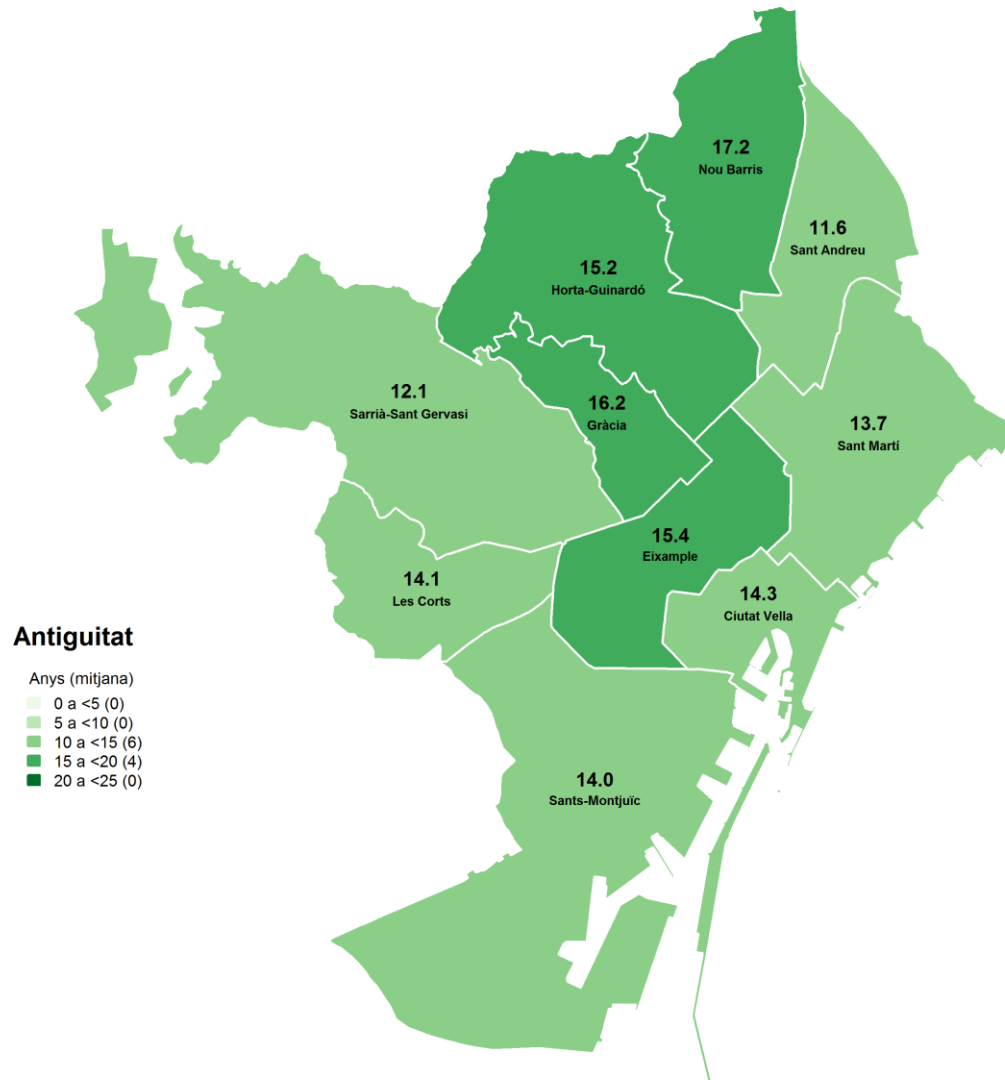
El **5,3%** dels establiments comercials són una **franquícia** i 6 de cada 10 són d'origen català (59,2%). I el **3,1%** dels negocis disposen d'alguna **central de compres**.

ANY D'OBERTURA DE L'ESTABLIMENT PER NACIONALITAT (MITJANA)



ANY D'OBERTURA DE L'ESTABLIMENT (MITJANA)

PER DISTRICTE



MITJANA DE CIUTAT: 14,5 ANYS

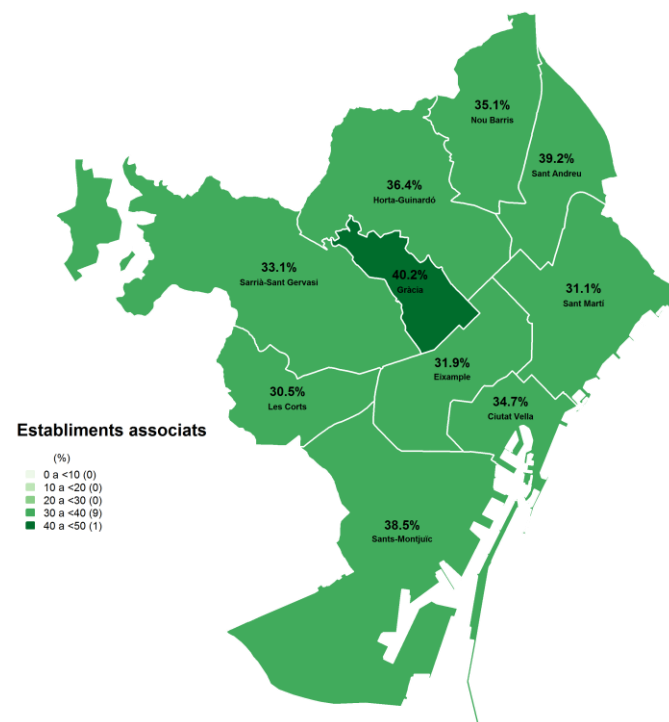
Antiguitat

- Anys (mitjana)
- 0 a <5 (0)
 - 5 a <10 (0)
 - 10 a <15 (6)
 - 15 a <20 (4)
 - 20 a <25 (0)

L'associacionisme

El **34,5%** dels comerços està associat. Les associacions són gremials o de comerciants, i també són entitats del mateix carrer, centre o eix comercial. Les parades d'*alimentació dels mercats* són les que presenten un índex d'associacionisme més elevat (64.7%) i, per districtes, Gràcia (40,2%) és el més destacat.

Respecte als comerços de titularitat no espanyola, l'índex és del **8,4%**.



MITJANA DE CIUTAT: 34,5 %

El local comercial

Locals comercials a peu de carrer. Quant a la **situació** dels establiments visitats, el 93,6% són botigues aïllades al carrer, el 5,1% parades de mercats municipals i l'1,3% botigues en centres o galeries comercials.

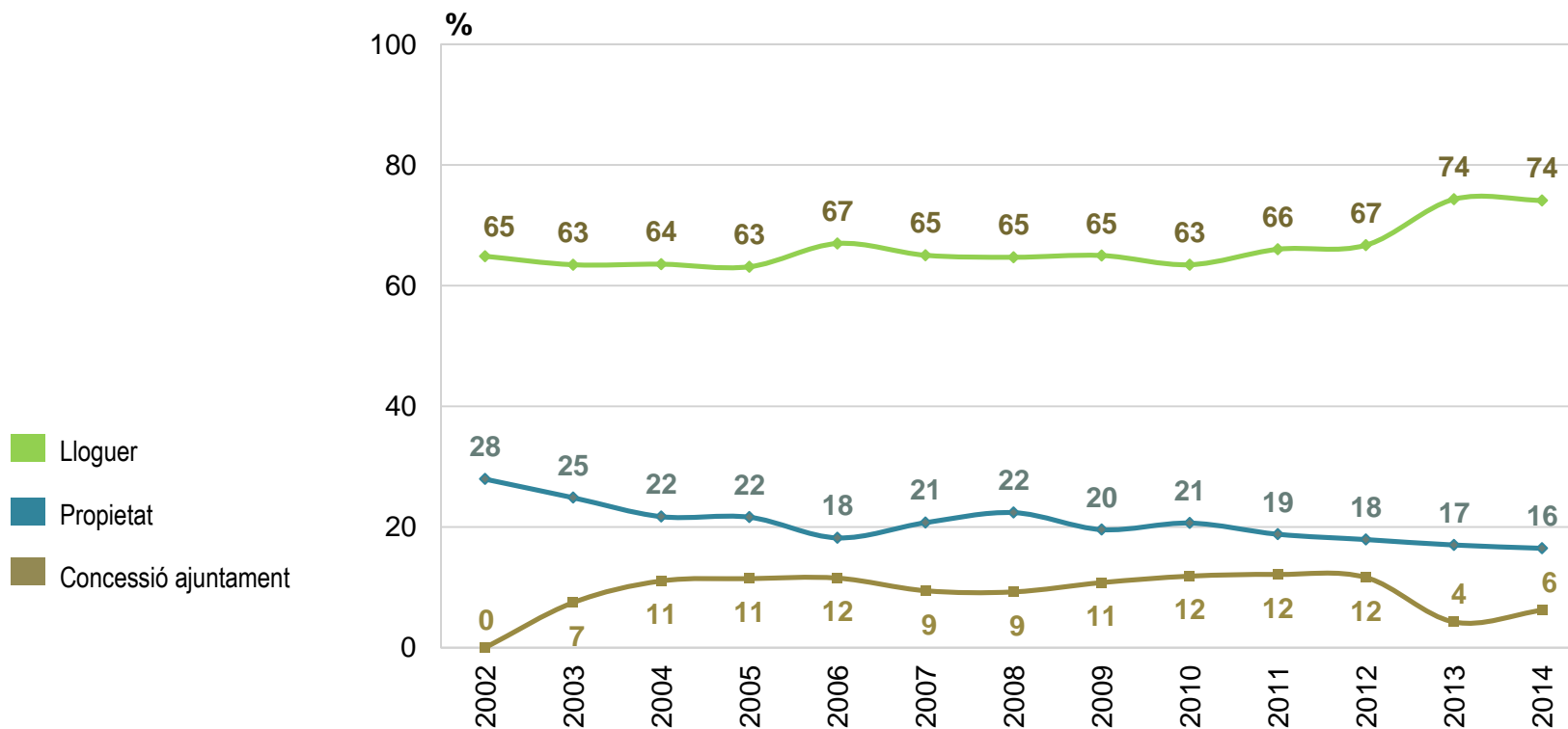
La **superfície** mitjana de la sala de vendes dels locals comercials (parades de mercat no incloses) és de 86 m². Les sales més grans es troben en els sectors de l'automoció (218 m²) i decoració-llar (105 m²). Les sales de venda de titularitat no espanyola sobrepassen la mitjana, 99 m². Les Corts és el districte amb botigues més grans (130 m²).

Comerç sense barreres. Respecte a l'**accessibilitat a la sala** de vendes, en el 34,8% dels casos l'entrada no té desnivell, en el 48,2% hi ha un graó baix (menys de 12 cm), en l'11,6% un graó mitjà (de 12 a 20 cm); en l'1,4% un graó de més alt de 20 cm; i en el 4,0% hi ha més d'un graó o bé una escala. El 83,3% té una **obertura a l'entrada** de la sala de vendes amb una amplada superior a 70 cm. El 16,8% la té igual o inferior a 70 cm.

Identificació del comerç. El 70,4% dels **rètols** dels establiments estan escrits en català (el 2009 sumaven el 63%); el 19,6% en castellà; el 9,5% en anglès, i el 5,0%, en altres llengües.

Règim de tinença de local. El 74,1% dels locals visitats són de lloguer; el 16,5%, de propietat, i el 6,2%, de són concessió municipal. Els sectors de *farmàcia*, *drogueria*, *perfumeria* i de *decoració i llar* són els que tenen més locals de propietat. Pràcticament tots els establiments de titularitat no espanyola són de lloguer (96,1%).

RÈGIM DE TINENÇA DE LOCAL



Els serveis

Els comerços de la ciutat ofereixen un ventall de serveis a la ciutadania, que afegeix el valor de qualitat i té una funció important de relació entre comerciant i consumidor. A continuació es destaquen els serveis oferts:

El **61,6%** dels comerços afirma que té un **sistema de venda assistida**. El **25,8%** disposa d'un **sistema de lliure servei assistit** i el **12,7%** té un **sistema de lliure servei**.

Els comerços que disposen de **cobrament amb targeta** sumen el **83,8%**, el darrer mes, el cobrament amb targeta va suposar de mitjana el 39,5% del total de la facturació.

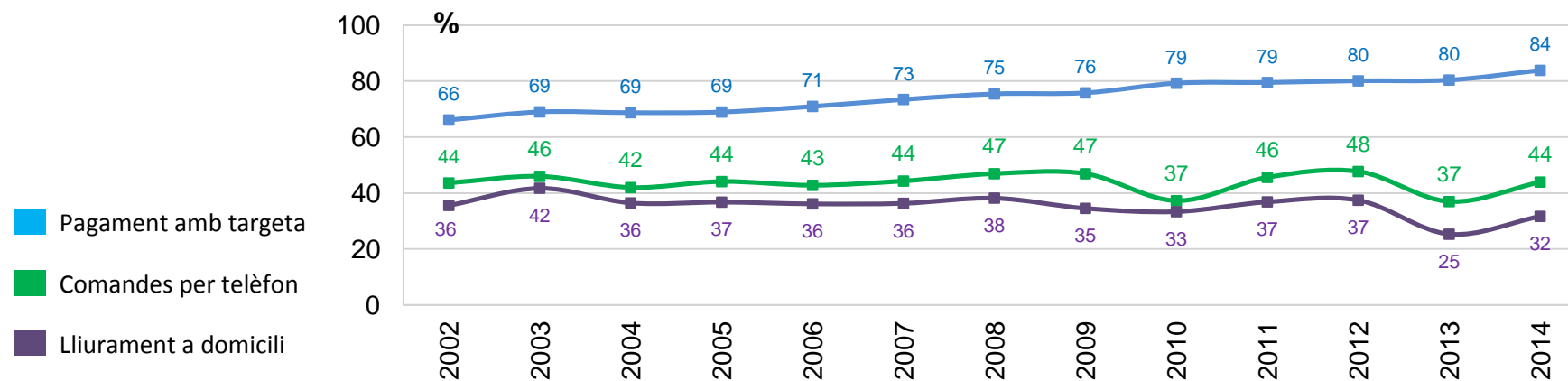
El **43,9%** dels establiments té **servei de comandes per telèfon**, sobretot, en el sector d'alimentació dels mercats amb un 79,3%.

El **31,7%** dels establiments visitats ofereix portar les **compres al domicili**. Aquest servei és més habitual als rams de decoració i llar (46,1%), i d'alimentació (40,1%) i menys comú en el cas de les botigues de titularitat no espanyola, amb un 15,0%.

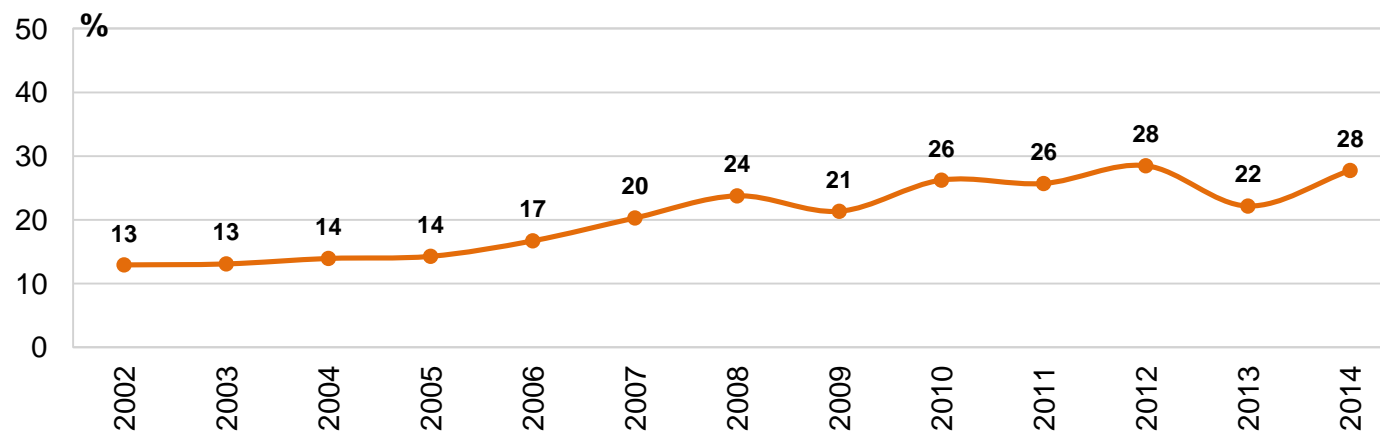
El **63,0%** dels comerços té la **gestió informatitzada**. Els sectors més informatitzats són vins i tabacs (88,6%), farmàcia, drogueria i perfumeria (87,6%), automoció (85,9%), i equipament personal (65,8%).

Els establiments que disposen de **web** sumen el **27,8%**.

EL SEU COMERÇ DISPOSA DELS SERVEIS SEGÜENTS?



DISPONIBILITAT DE PÀGINA WEB



Els horaris i les vendes

L'obertura habitual en el comerç barceloní és de dilluns a dissabte; en concret el **71,9%** dels establiments obre en aquest interval, i un **18,8%** ho fa cada dia de la setmana.

El **19,3%** dels comerços treballen els diumenges; en el cas dels comerços de titularitat no espanyola, és el **45,8%**.

La majoria d'establiments, un 61,4%, fa horari partit de matí i tarda, de dilluns a divendres i el 39% fa jornada continuada.

Es fan **més vendes** els mesos de desembre (43,9%), juliol (22,3%) i gener (14,8%), els dies divendres (37,4%) i dissabtes (36,4%). En general, dilluns, dimarts i dimecres són els **dies de la setmana de menys venda**.

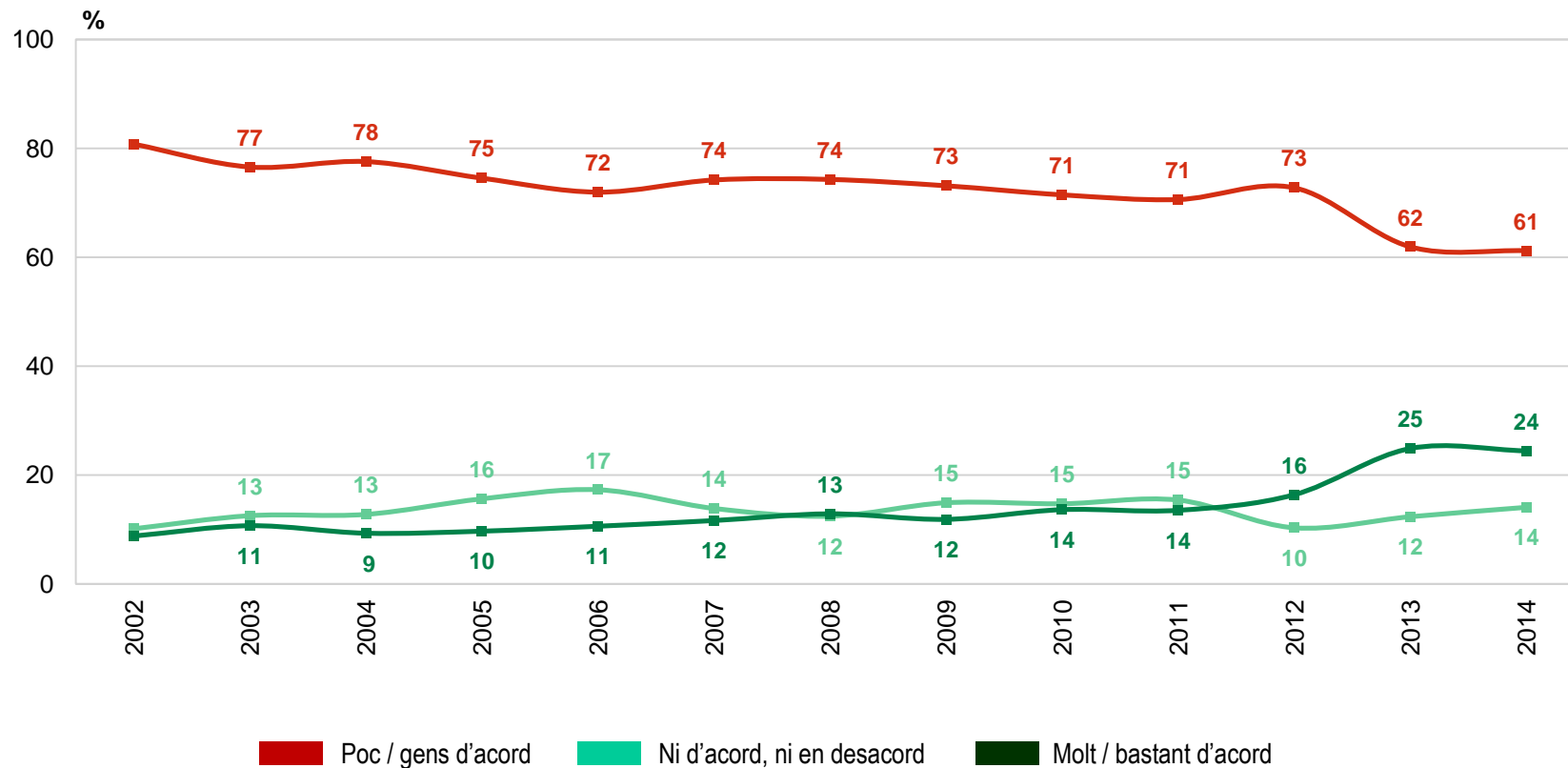
Sobre la intenció d'obrir diumenge

Més de la meitat dels comerços no està d'acord a obrir el diumenge, (en total un 52,6%), en contraposició al 24,4% que ho veu bé i el 14,1% que es mostra indiferent.

L'**opinió més estesa** és que cada comerç hauria de poder decidir (40%); d'altra banda un 30,3% és partidari que s'hauria de prohibir obrir el diumenge, el 12,4% creu que s'hauria de mantenir com actualment i el 12,5% afirma que s'hauria de restringir més. Els establiments de titularitat no espanyola són els més partidaris de la llibertat d'actuació (58,3%).

Des del 2009 hi ha una tendència a la reducció dels partidaris a prohibir l'obertura els festius, mentre que augmenta els que estan a favor de la lliure elecció.

GRAU D'ACORD I DESACORD AMB L'OBERTURA DELS ESTABLIMENTS ELS DIUMENGES



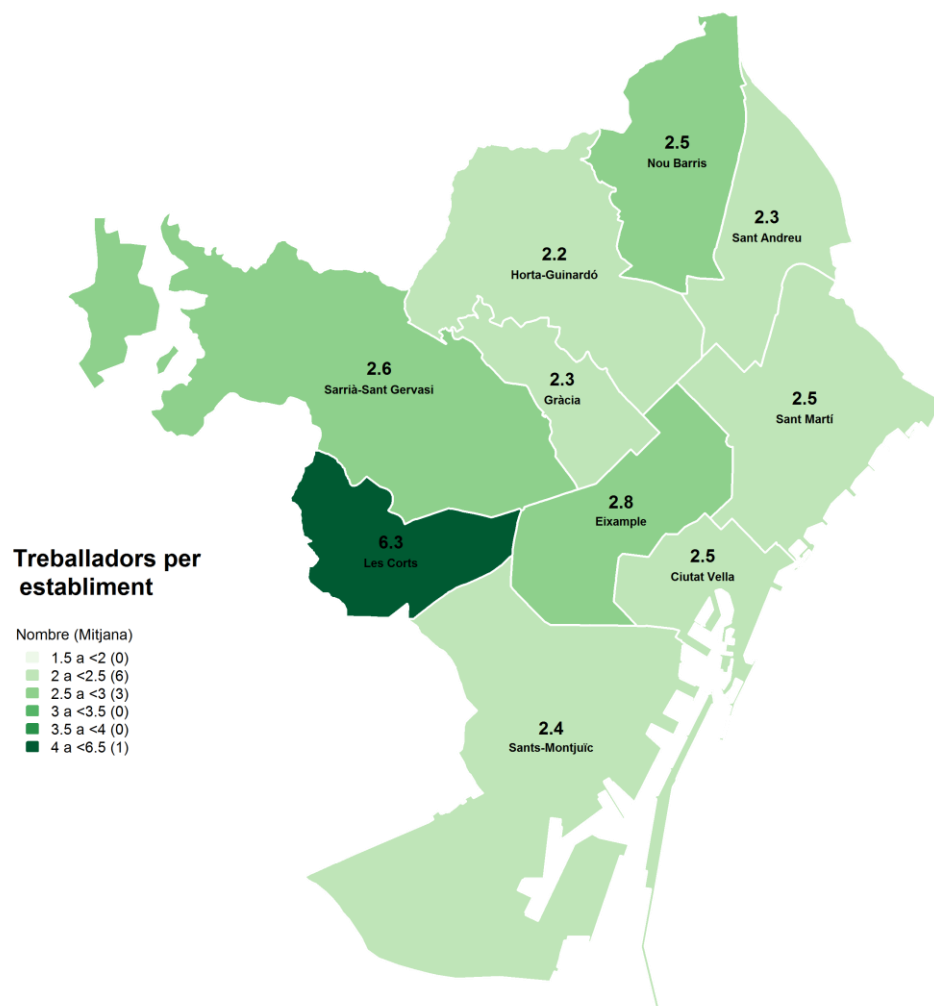
El personal

La mitjana de treballadors en un establiment comercial és de 2,3 persones; si l'establiment pertany a un eix comercial, la mitjana és de 2,4 persones. D'altra banda, el 81,9% de les persones treballen a jornada completa i durant el 2014 gairebé un 42,3% han fet algun curs formatiu.

Característiques del tipus de personal:

- ◆ El 46,2% dels treballadors són empleats, el 31,7% propietaris i el 21,9% encarregats.
- ◆ Hi treballen més dones (56,2%), que no pas homes (43,6%). En el cas de titularitat no espanyola el percentatge d'homes és més elevat, 61,2%.
- ◆ L'edat del personal és entre 25 i 54 anys.
- ◆ El nivell d'estudis és primordialment primaris i secundaris (70,9%).
- ◆ L'atenció al client és fa en castellà (98,9%), català (84,3%), anglès (28,8%) o altres llengües (14,9%).

NOMBRE DE PERSONES QUE TREBALLEN A COMERÇOS

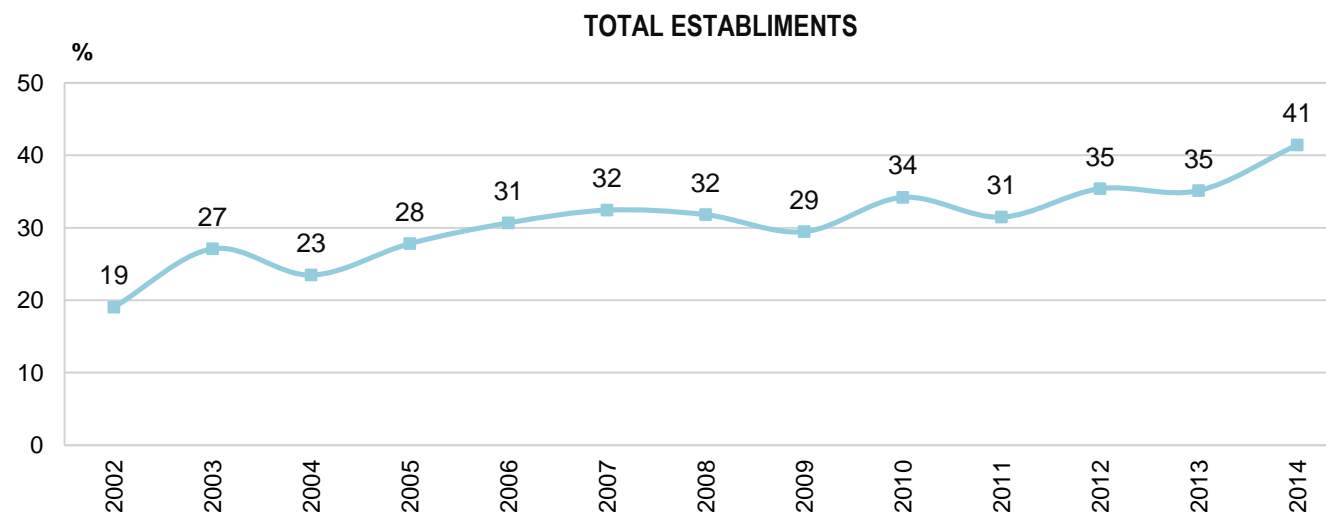


MITJANA DE CIUTAT: 2,7

Treballadors per establiment

- Nombre (Mitjana)
- 1,5 a <2 (0)
 - 2 a <2.5 (6)
 - 2.5 a <3 (3)
 - 3 a <3.5 (0)
 - 3.5 a <4 (0)
 - 4 a <6.5 (1)

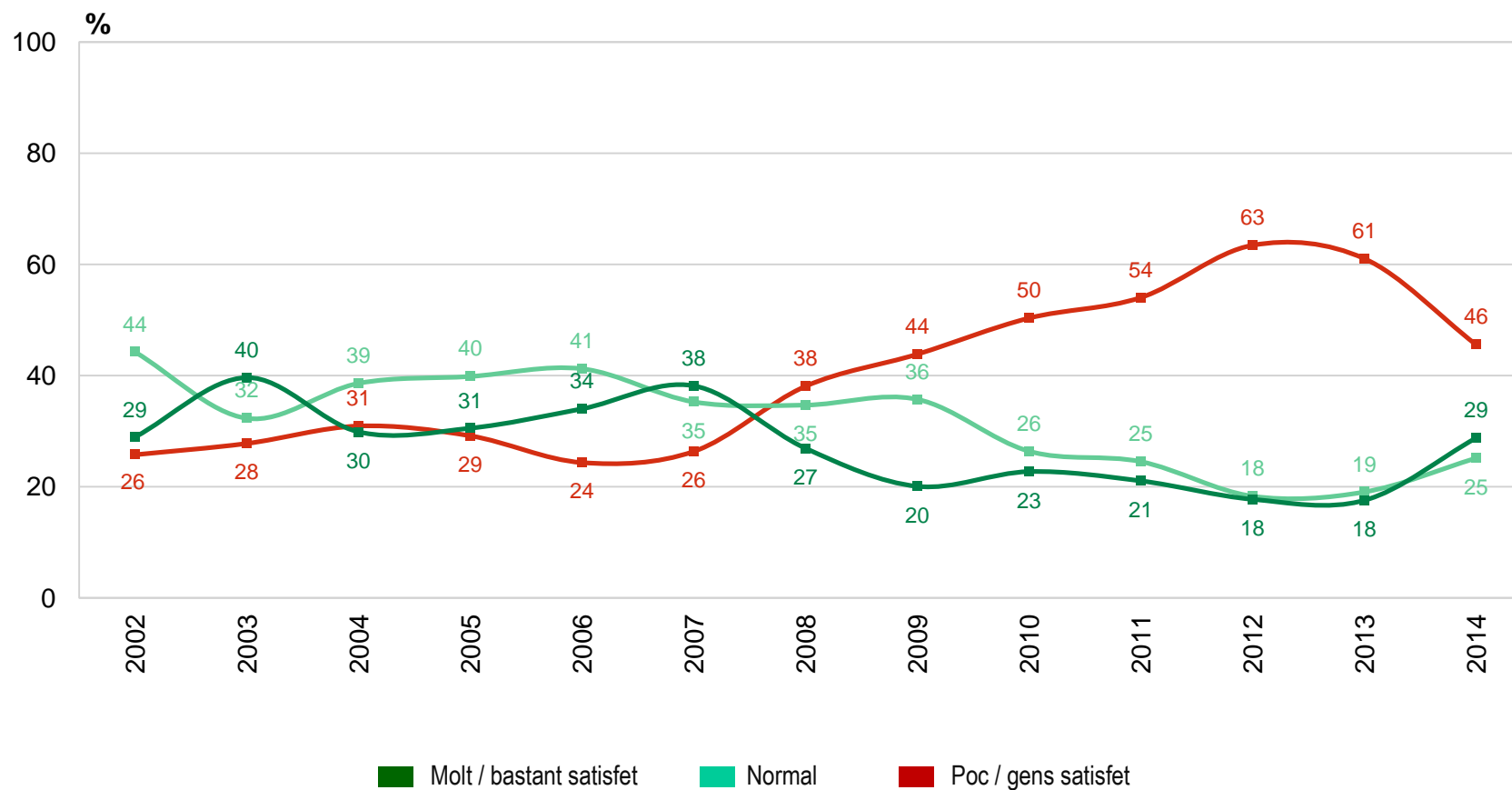
HAN FET FORMACIÓ ELS DARRERS DOS ANYS



La conjuntura del sector comercial

El 2014 la situació econòmica, política i social del país continua essent la màxima preocupació dels responsables dels comerços visitats. El **45,6%** dels responsables dels comerços es mostra poc o gens **satisfet de la marxa del seu negoci**, tot i que la tendència és estable respecte a l'any anterior.

SATISFACCIÓ SOBRE LA MARXA DEL NEGOCI



Factors influents en la marxa del negoci

Els responsables entrevistats manifesten espontàniament que allò que més **pot afavorir la bona marxa del seu negoci** en el futur són les millores de les condicions econòmiques generals (13,8%) i del poder adquisitiu (20,8%). Així com un millor tractament fiscal (6,1%), la millora del barri (5,9%), la bona atenció al client (5,8%) i la regulació de les noves obertures (5,2%).

Tot i que la situació econòmica general és el factor decisiu que impedeix la bona marxa del negoci (92,5%).

Perspectives dels propers dos anys

El 37,2% opina que el volum del negoci augmentarà en els propers dos anys, el 33,0% creu que es mantindrà igual i el 18,6%, que disminuirà.

Els més optimistes confien en una millora econòmica i política (54,0%) i els més pessimistes es basen en la desconfiança d'aquesta situació econòmica i política

Canvis fets i canvis programats

Un 45,5% dels establiments comercials han dut a terme canvis els dos darrers anys, els més comuns són:

- ◆ Decoració (45,4%)
- ◆ Modernització de les instal·lacions (42,7%)
- ◆ Canvi d'assortiment (27,9%)
- ◆ Incorporació de noves activitats (10,2%)
- ◆ Reducció del nombre d'empleats (19,6%)

Respecte als canvis pel proper any, un 31,7% dels establiments s'han plantejat algun tipus de reforma tal com s'ha indicat anteriorment.

5.3. ENQUESTA SOBRE L'ACTIVITAT DEL SECTOR DE LA RESTAURACIÓ 2014

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

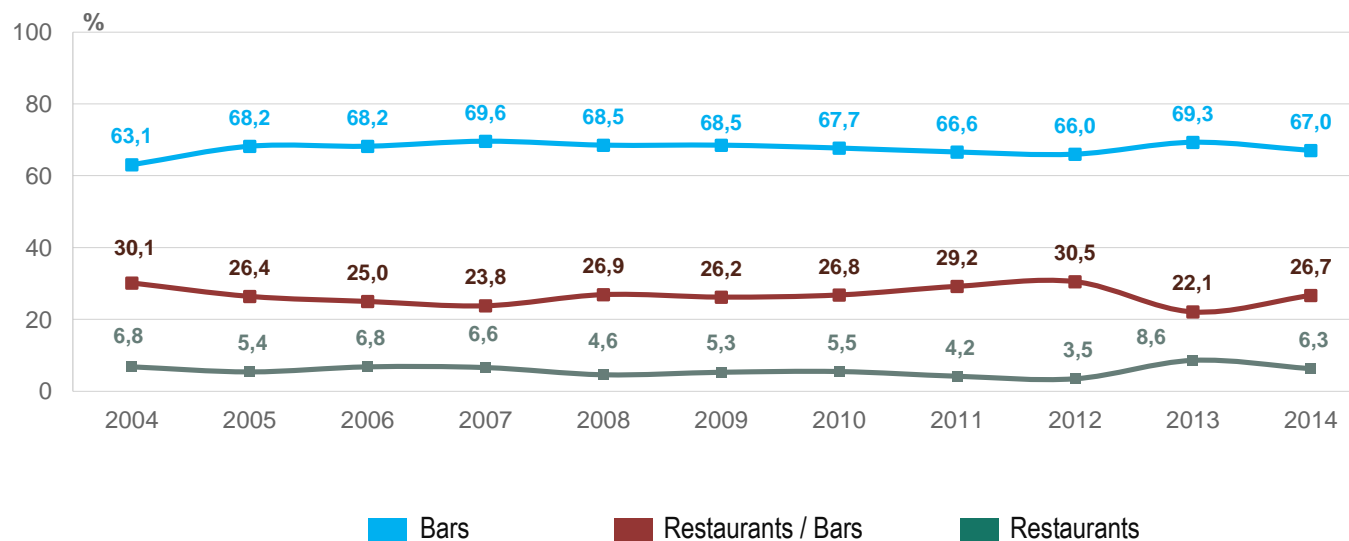
Les característiques dels establiments

L'antiguitat mitjana dels establiments és de **10 o 11 anys**; cal anotar que el 43,7% dels establiments són dels últims tres anys.

El 81,3% dels negocis són societats civils particulars; el 14,8%, societats limitades, i l'1,3%, societats anònimes.

La representació de **franquícies** continua sent baixa, només un **2,1%**; es tracta sobretot de cafeteries de procedència catalana.

TIPUS D'ESTABLIMENT

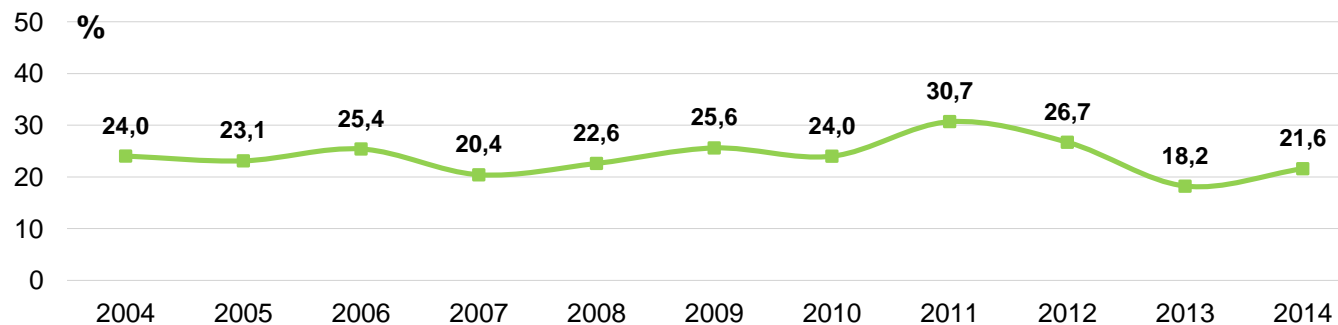


L'associacionisme

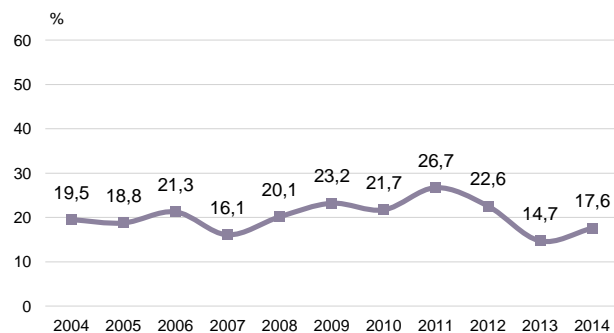
Un **21,6%** dels establiments estan associats (el 2012 era un 26,7%) i una mica més de la meitat pertany al **Gremi de Restauració de Barcelona** i a entitats de comerciants del seu carrer o barri.

Els serveis que acostumen a oferir les associacions sectorials són assessorament, actes socials, informació, promocions i publicitat, formació i decoració de Nadal.

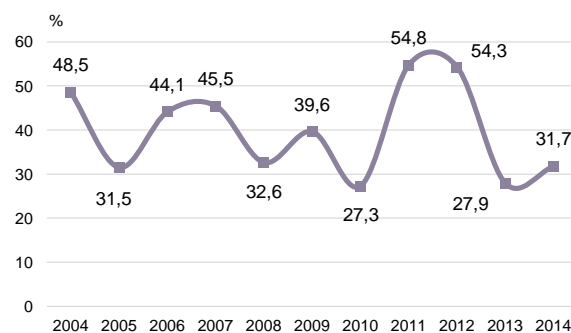
PERTINENÇA A ASSOCIACIONS O ENTITATS



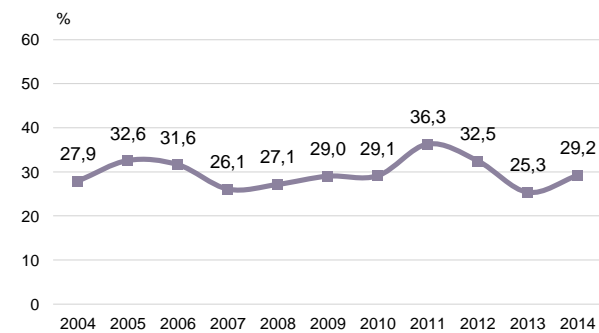
BARS ASSOCIATS



RESTAURANTS ASSOCIATS



RESTAURANTS- BARS ASSOCIATS



El local

La superfície mitjana de la sala dels establiments de restauració és de 60,1 m². En el cas dels restaurants, la mitjana és de 91 m², els restaurants. Per als bars restaurant és de 70,4 m² i en el cas dels bars, de 53 m².

El 58,2% dels establiments té terrassa amb una superfície mitjana de 8,9 m².

El lloguer és el règim de tinença de local predominant (86,0%). I els locals de propietat són l'11,6%.

Canvis fets i canvis programats

Els mesos de juny (14,6%), juliol (30,0%), agost (20,9%) i desembre (14,6%) són els de més feina al sector de la restauració. I els mesos de febrer (31,4%) i gener (26,7%) els de menys activitat.

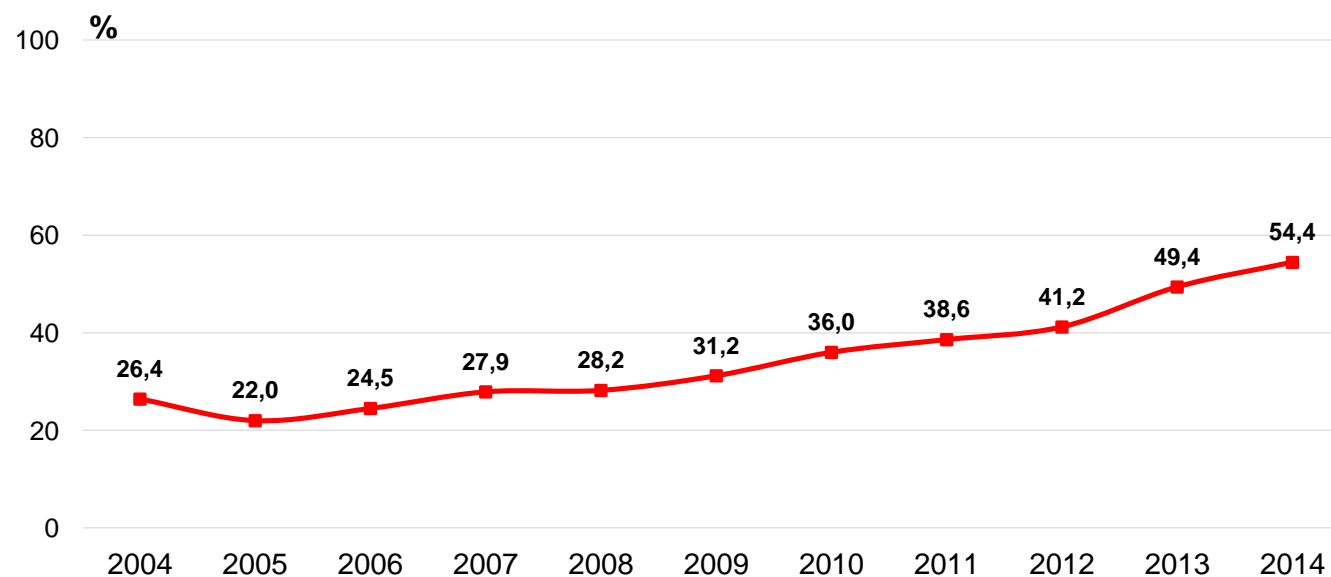
La mitjana d'obertura és de 6,4 dies a la setmana, gairebé tots els establiments treballen de dimarts a divendres.

Darrerament la meitat dels establiments obren els set dies a la setmana (el 2012 eren el 46,0%, en el 2011, el 40,7%, i en el 2007 al voltant del 30%).

Els serveis

El 54,4% dels establiments de restauració ofereixen la possibilitat de pagar amb targeta. En el cas dels restaurants arriba a un 93,7% i en el cas dels bars a un 40,8%.

EL SEU ESTABLIMENT DISPOSA DE PAGAMENT AMB TARGETES?



Evolució dels preus

Respecte a l'evolució dels preus de diferents productes hi ha un encariment evolutiu. El preu d'un cafè o d'altres begudes, com la cervesa i els refrescos s'incrementa any rere any, de manera gradual en el període 2004-2014.

TAULA D'EVOLUCIÓ DE PREUS (MITJANA)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Un cafè (n=982)	0,84 €	0,88 €	0,94 €	0,99 €	1,00 €	1,05 €	1,07 €	1,08 €	1,09 €	1,10 €	1,10 €
Una cervesa (n=972)	1,27 €	1,28 €	1,38 €	1,44 €	1,50 €	1,58 €	1,62 €	1,63 €	1,63 €	1,55 €	1,65 €
Un refresc (n=993)	1,26 €	1,29 €	1,36 €	1,44 €	1,50 €	1,55 €	1,59 €	1,62 €	1,63 €	1,61 €	1,66 €
Un menú en cas que en tinguin (n=308)	8,34 €	8,06 €	8,95 €	8,86 €	9,50 €	9,44 €	9,45 €	9,37 €	9,65 €	9,68 €	9,81 €

Vals restaurant

El 23,2% dels establiments disposa de xecs restaurant, sobretot els bars restaurant (45,7%). Els més comuns són Ticket-Restaurant (91,4%), Cheque-Gourmet (67,2%) i Sodexho (51,3%).

AGEDI, SGAE

El 29,6% dels establiments paguen una comissió en concepte de drets d'autor; l'any 2013 era del 24,9% i el 2012 era del 28,8%.

El personal

Entre l'any 2013 i 2014 la mitjana general del nombre de persones que treballen al sector de la restauració guanya tres dècimes i es trenca la tendència a la baixa que va tenir lloc entre el 2008 i el 2013 (en total -7 dècimes).

Perfil dels treballadors del sector: el 51,3% són treballadors; el 35,3% propietaris de l'establiment, i el 13,2% encarregats.

Hi treballen més homes (58,3%) que no pas dones (41,3%), entre 25 i 44 anys (60,6%). Respecte al nivell d'estudis, un 29,3% té formació primària; el 31,7% secundària, el 12,3% secundària professional i el 10,1% són universitaris.

Respecte a la formació, el 38,0% ha fet algun curs de formació els últims dos anys.

El 61,8% del personal és de nacionalitat espanyola, el 5,2% europea i el 31,8% d'altres nacionalitats.

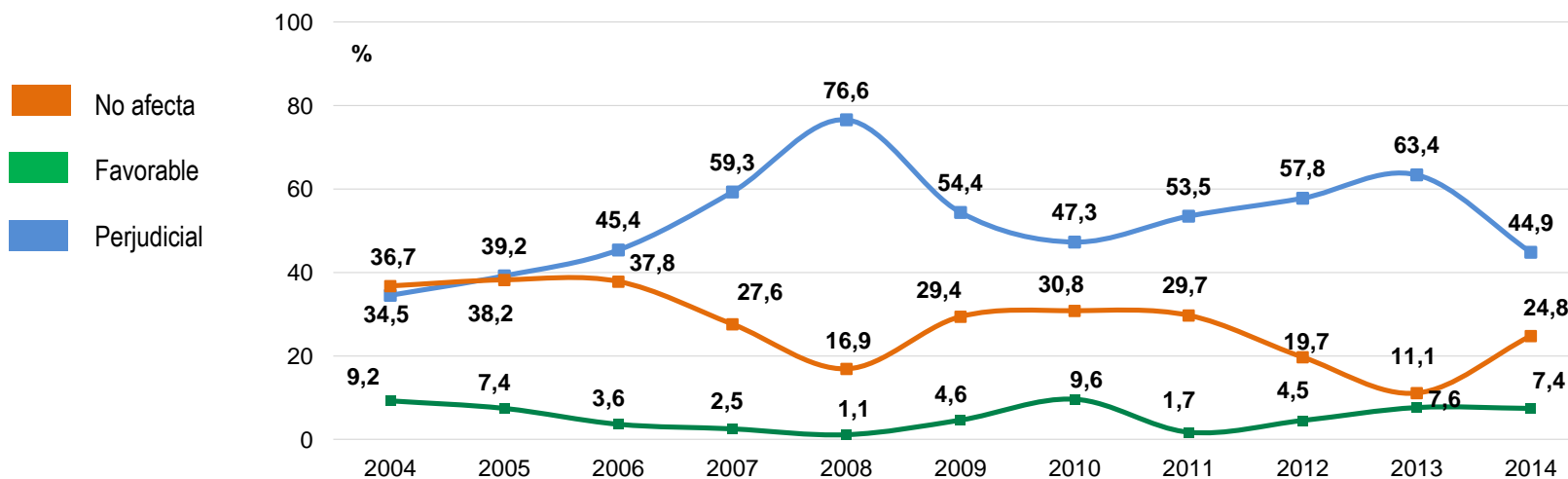
La conjuntura

El 2014, el 23,3% dels responsables dels establiments de restauració es mostren satisfets sobre la marxa del seu negoci, la nota de satisfacció obtinguda seria de 2,5.

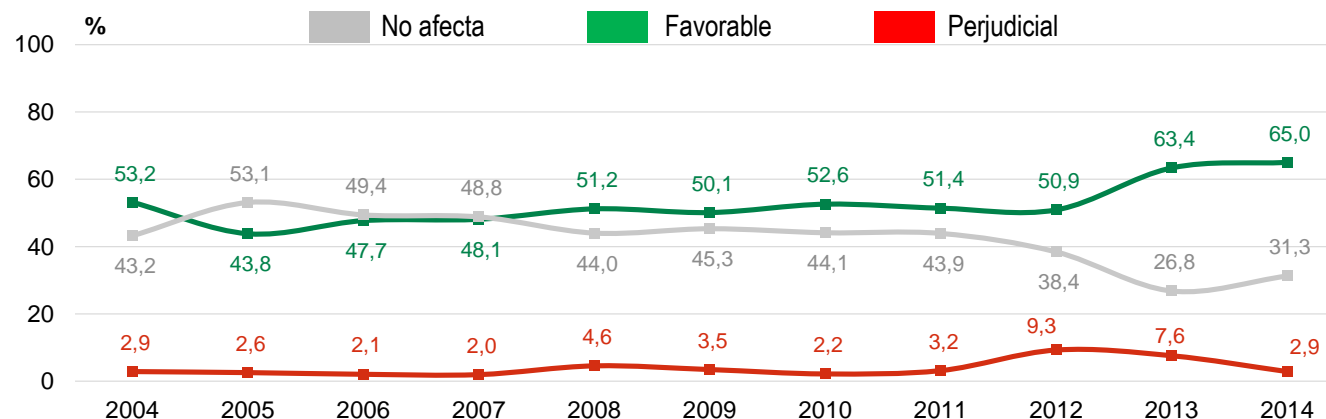
Factors influents en el negoci

Gairebé tots els responsables opinen que la **situació econòmica general perjudica a tot el sector (91,3%)** i que el tipus d'interès es converteix en una altra dificultat afegida (44,9%). D'altra banda, altres **factors afectarien de manera favorable al sector, com el turisme segons un 65%** i la creació de noves àrees d'oci, segons un 50,6%.

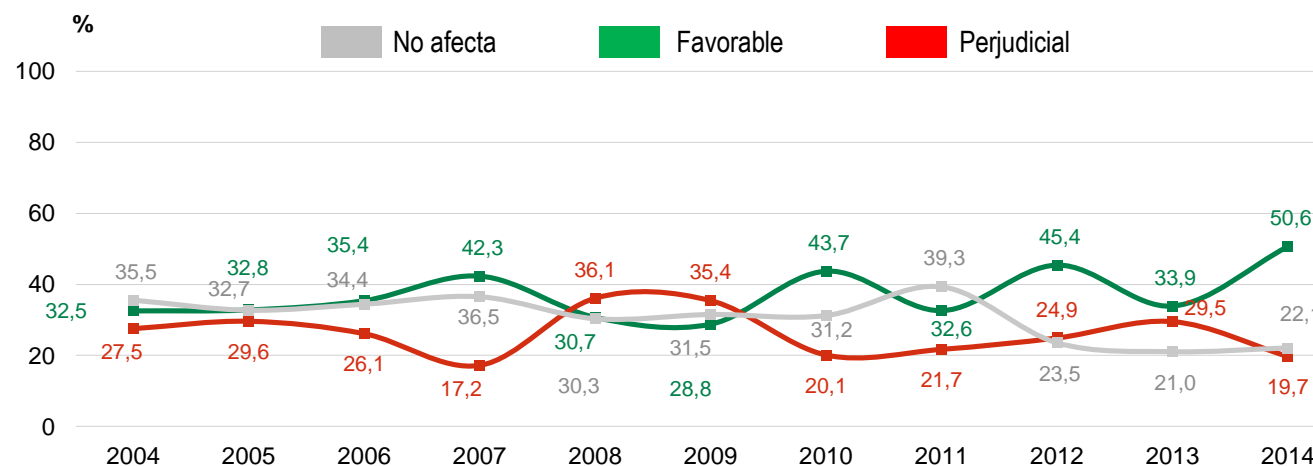
TIPUS D'INTERÉS



TURISME



CREACIÓ DE NOVES ÀREES D'OCI



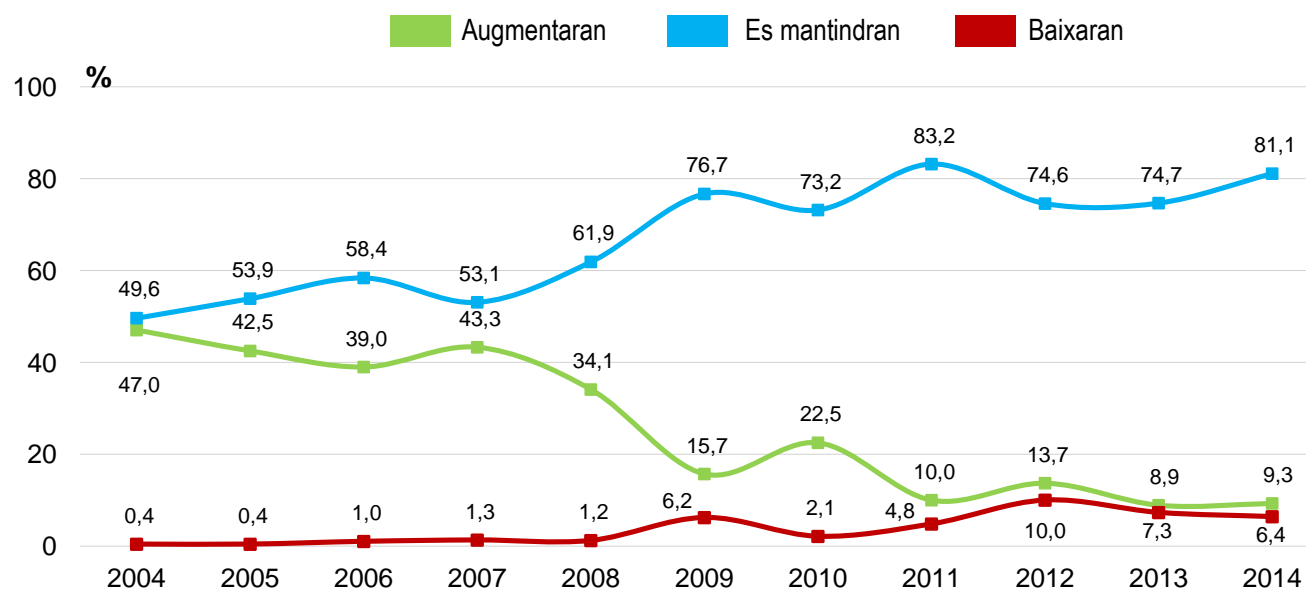
Evolució del negoci en el futur

El 28,3% opina que es mantindrà igual, el 21,0% que serà de signe negatiu i el 35,6% de signe positiu.

Respecte a les previsions del personal, un 82,3% té la intenció de mantenir-lo; un 4,0%, de reduir-lo i un 9,4% d'augmentar-lo.

Continua l'opinió d'un manteniment dels preus (81,1%), tot i que el 9,3% apunta cap a un augment i un 6,4% cap a una reducció.

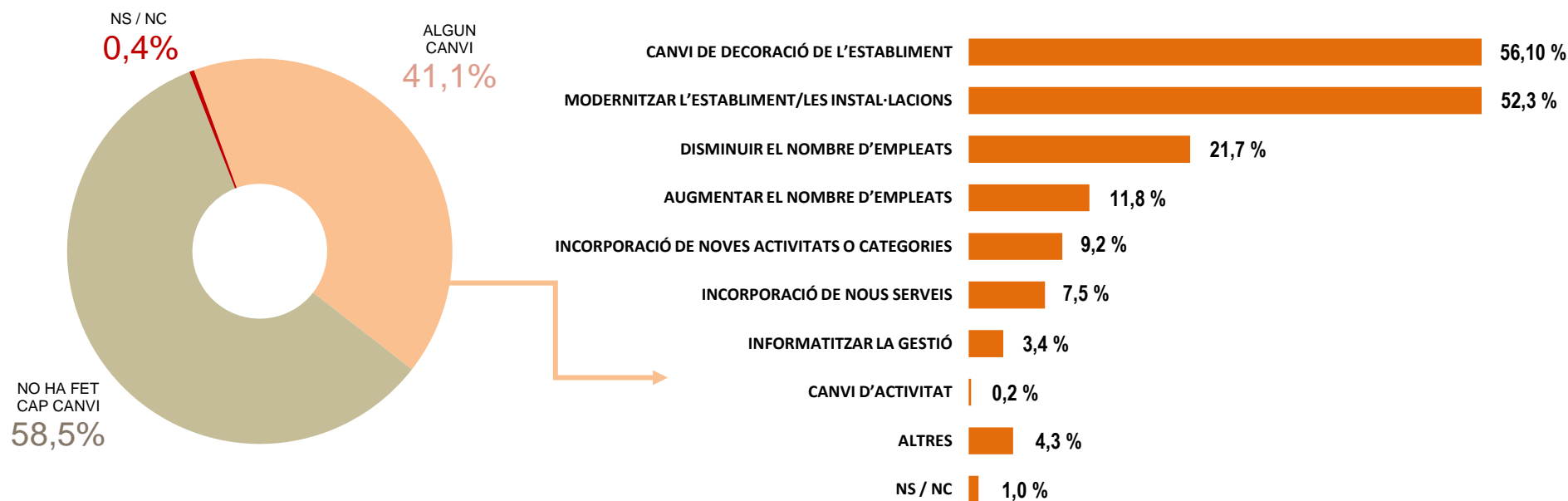
EVOLUCIÓ DELS PREUS DE VENDA AL PÚBLIC EN FUTUR IMMEDIAT



Canvis en el negoci

El 41,4% dels responsables han dut a terme algun canvi els darrers dos anys, com ara modernitzar o decorar de nou el local.

CANVIS FETS ELS DARRERS DOS ANYS



6. PROMOCIÓ DEL COMERÇ

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

L'Ajuntament de Barcelona organitza anualment el premi “Barcelona, la millor botiga del món”, amb l'objectiu de contribuir a la dinamització i a la promoció de l'activitat empresarial comercial, així com a un millor coneixement del món del comerç de la nostra ciutat.

Aquesta celebració, creada l'any 1997, ha estat des dels seus inicis, un autèntic punt de trobada dels protagonistes del sector i constitueix un important aparador i vehicle de projecció del sector comercial cap a la societat barcelonina.

Enguany ha estat la 17a edició del premi, amb la incorporació de dues noves categories en l'àmbit del comerç sostenible i el comerç cultural de proximitat i el premi a l'accessibilitat en el comerç.

Amb aquestes iniciatives es vol reconèixer l'esforç del sector per innovar i readaptar-se a les necessitats actuals, de manera que així s'aconsegueixi que Barcelona disposi d'un comerç més competitiu, modern i atractiu per als ciutadans i per al sector turístic i empresarial internacional.

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

El jurat ha atorgat el premi a **Menja Futur**.

Es tracta d'un projecte comercial i social per obrir botigues de menjar preparat per a tots els públics, de qualitat i preus competitius. Els menús socials, dirigits a persones sense recursos, permeten un menjar digne, que en el primer any de funcionament ha distribuït 6.000 menús.

Aquesta iniciativa aporta ajuda social, sense paternalisme, ja que integra persones amb risc d'exclusió social al mercat laboral i alhora cobreix les necessitats bàsiques sense la imatge de la caritat, i de les cues i la marginació que implicaven.

En definitiva, són botigues de veritat, no tan sols una bona idea, sinó segurament la millor manera de mantenir l'arrelament, ja que fan que estiguin comprant conjuntament tot tipus de persones, les que ho necessiten i les que ho escullen.

2. Premi a la millor iniciativa agrupada de dinamització comercial

El jurat creu que enguany han de ser mereixedores d'aquest premi dues iniciatives:

l'Associació de Llibreters Independents de la Vila de Gràcia i l'Associació de Venedors del Mercat dels Encants de Sant Antoni.

Associació de Llibreters Independents de la Vila de Gràcia

Els llibreters de Gràcia s'han unit en associació per fomentar i difondre el llibre, la lectura i les activitats culturals vinculades, tot promovent el comerç de proximitat, creant circuits amb un plànol editat per ells i celebrant la 1a Fira del Llibre al Carrer.

Destaca la seva vocació de plataforma de cooperació de les llibreries, concebudes com a centres culturals de proximitat, que contribueixen decisivament al desenvolupament cultural de Gràcia i de la ciutat de Barcelona.

Associació de Venedors Mercat dels Encants de Sant Antoni

Aquesta iniciativa agrupada integrada (tant per als encantistes de dins del recinte com molt especialment per als que estan situats a les voreres dels carrers de Manso i de Tamarit), representa l'esforç continuat de 140 negocis, que cada dia ofereixen un producte que el client identifica dins d'aquest espai singular, molt integrat la barri. Cal destacar no sols la seva contribució i suport a la dinamització comercial des dels seus inicis, sinó també el fet de continuar apostant el 2013 per la dinamització i la promoció comercial, tot i l'entorn provisional pels efectes de les obres de remodelació del mercat.

3.Premi Albert González a la tasca de contribució del comerç de la ciutat

Carme Izquierdo i Ruiz, presidenta durant vint anys de l'Eix Comercial Cor Eixample fins al passat mes de juny. Sempre present a la Fundació Barcelona Comerç i una de les pioneres en l'associacionisme comercial, ha defensat el comerç tradicional de Barcelona.

Ha impulsat campanyes comercials amb molt èxit com la Fira Modernista i l'Street Market i sota el seu mandat l'entitat ha rebut diversos premis institucionals.

Amb la seva implicació, esforç i compromís amb el sector ha aconseguit donar prestigi a una marca comercial, Cor Eixample, tasca que l'ha feta mereixedora de la Medalla d'Honor de la Ciutat de Barcelona.

4.Premi al model comercial sostenible

El jurat ha decidit atorgar el **premi a dues** candidatures pel seu model comercial sostenible en dos àmbits diferents; l’ambiental i el social.

René + Que Electrodomèstics

Pel seu compromís ambiental que es fa palès en el treball d’informació i la sensibilització ambiental als clients, en particular en relació amb l’estalvi i l’eficiència energètics i pels criteris ambientals introduïts en la renovació de l’establiment i les bones pràctiques en la gestió de la botiga.

CoopMercat Porta a Porta

Pel seu compromís social tant en la inserció laboral de les persones amb discapacitat com en el servei i l’assistència que des de les seves botigues s’ofereix a la gent gran i per l’esforç a promoure el comerç de productes de proximitat i amb valor afegit ambiental i social.

5. Premi al comerç cultural de proximitat

Menció especial

El jurat vol fer un reconeixement a la trajectòria d'un establiment que des del 1933 ha estat una icona de la cultura musical a Barcelona, oferint al client tot un món d'estils, en qualsevol format, i amb una dedicació professional exquisida. Es tracta de l'històric Discos Castelló.

Ara fa cinc anys van decidir apostar per un nou model de botiga, “**el setanta-nou**” al mateix carrer Tallers, al centre de la cultura musical de la ciutat, i han aconseguit amb molta constància i estima per la seva feina consolidar-se en la venda especialitzada de cinema amb uns preus molt competitius i una amplíssima selecció de productes.

El jurat ha atorgat el **premi a El Cau d'en Paff**

Per la seva original fórmula a l'hora d'incorporar la trama urbana i el barri de Sant Andreu a l'interior d'una botiga, donant continuïtat a l'espai públic, i optant per la dimensió lúdica de la cultura. El Cau d'en Paff parteix de la joguina i del llibre com a instruments d'iniciació cultural, per a les famílies i la petita infància, fent una aposta clara per objectes fabricats a Catalunya i construint una alternativa al model de consum massiu i despersonalitzat.

6. Premi a l'accessibilitat en el comerç

En aquesta edició les bases dels premis “Barcelona la millor botiga del món” han establert una nova modalitat, l'accessibilitat en el comerç, per fer valer aquell establiment comercial que amb la seva iniciativa contribueix a millorar l'atenció i la satisfacció del client amb discapacitat.

Òptica Segarra representa un exemple d'adaptació als canvis, superació i modernització empresarial que es transforma en una oportunitat d'ampliació de la botiga no només a en l'àmbit professional i espacial, sinó també com un pas endavant per donar resposta a les persones usuàries de cadira de rodes. Però, a la vegada, la transformació no perd l'arrel del barri i el Mercat de Sant Antoni, com a referent històric i cultural.

7. Premi al millor establiment comercial

Menció especial: **Drogueria Rovira**

El jurat ha volgut fer una menció especial a la Drogueria Rovira. botiga centenària, inaugurada l'any 1910 al barri de Galvany a Sant Gervasi, que després de quatre generacions continua sent un referent per l'especialització en els productes que ofereix, l'assessorament personalitzat i de qualitat i el bon tracte al client.

Gràcies a l'esforç i a la feina ben feta, la botiga presenta actualment més de 30.000 referències que omplen parets de dalt a baix, estants i calaixos, incloent-hi el sostre, d'on pengen multitud d'utensilis per a la llar i el regne domèstic en general. Aquesta màgica ordenació invita a una visita obligada a la botiga qual de ben segur ningú no marxarà decebut.

I finalment, el jurat ha acordat per unanimitat atorgar el **premi** al millor establiment comercial a la **Casa Piera Belles Arts** .

La Casa Piera és una bona mostra de l'evolució d'un establiment comercial que ha entès la necessitat d'adaptar-se als nous temps. La singularitat d'aquesta botiga present a Barcelona des de l'any 1941 ha obert un nou capítol en la seva història l'any 2013 amb l'obertura de la botiga del carrer del Pintor Fortuny; una excel·lent mostra del que no té que perdre mai un establiment comercial, l'ADN i l'essència del seu negoci d'una banda, i l'aposta per la renovació constant i les noves tendències de l'altra.

Això és que podem trobar en aquest espai, producte, servei i una excel·lent experiència de compra, amb el valor afegit que aporta l'Espai d'Art i la presència a les xarxes socials.



6.2. PROGRAMA “EL COMERÇ I LES ESCOLES”

El programa es va iniciar el curs 2006-07 amb l'objectiu d'afavorir el coneixement de l'entorn cultural, social i històric mitjançant el comerç de barri i de la ciutat, i alhora educar per a un consum crític i responsable.

La proposta s'adreça als centres educatius d'infantil, primària i secundària, de Barcelona que volen aprofitar les oportunitats pedagògiques que ofereix el fet de repensar el comerç i el consum a la nostra ciutat.

El programa els ofereix l'oportunitat de:

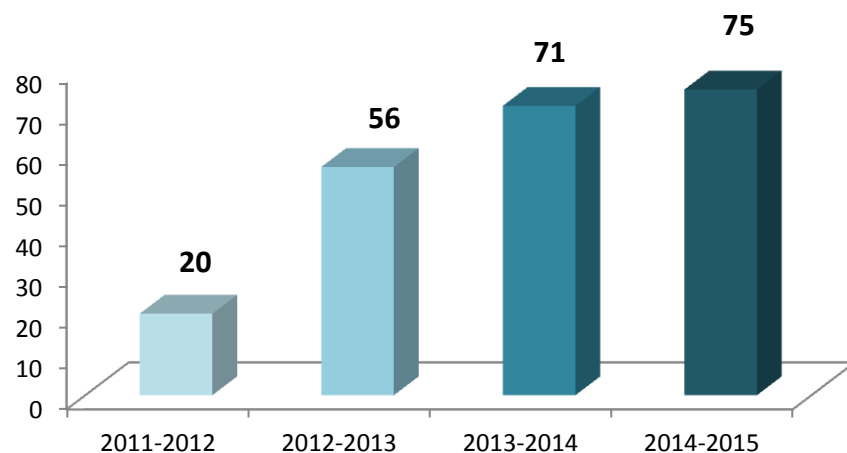
- Redescobrir la ciutat i conèixer les característiques més significatives del comerç de Barcelona.
- Valorar la diversitat dels comerços del seu entorn i els productes i serveis que s'hi ofereixen.
- Elaborar criteris per consumir de manera activa, crítica i responsable.

Per al curs 2014-2015, el programa ofereix:

- Visites guiades
- Premi de punts de llibre
- Tallers sobre consum i publicitat
- 7a mostra “El Comerç i les Escoles” al Disseny Hub Barcelona

La participació en el programa i la seva evolució dels últims tres cursos reflecteix la bona acceptació entre els centres educatius.

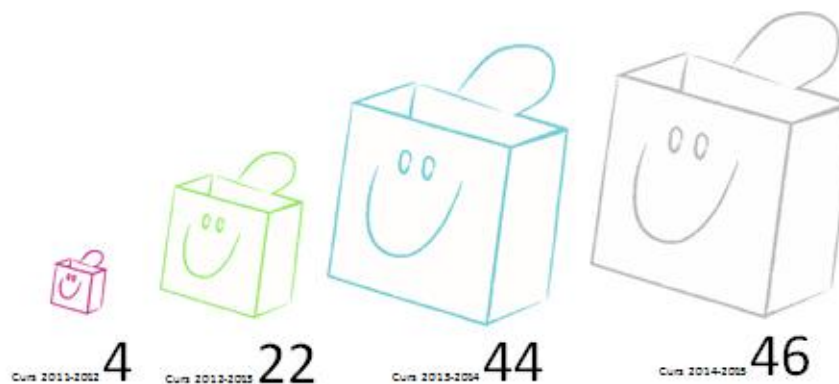
CENTRES EDUCATIUS



Visites guiades a botigues de barri.

L'objectiu de les visites és apropar l'alumnat al comerç de barri i als diferents oficis, tot fent tallers pràctics oferts pels mateixos botiguers. En aquesta edició ha crescut el nombre de comerços que hi participen.

EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ DE COMERÇOS





Premi de punts de llibre

El premi de punts de llibre consisteix en l'elaboració per part de l'alumnat de punts de llibre amb el tema central "Comerç de proximitat". En aquest curs se seleccionaran 12 punts de llibre entre tots els participants i s'editaran 500.000 punts de llibre per distribuir entre tots els comerços de la ciutat. L'acte de lliurament d'aquests premis es va celebrar a l'auditori del Museu Disseny Hub Barcelona.



Tallers sobre consum i publicitat.

Els tallers de consum i publicitat impartits durant el mes de novembre han estat una activitat amb molt èxit. L'objectiu de l'activitat és informar els estudiants per tal que puguin trobar respostes a preguntes d'interès general que els seran útils a l'hora de convertir-se en consumidors responsables, actius i crítics en el futur. Els tallers que s'han ofert són: "Necessito el que compro?" i "la Publicitat dins la xarxa". En total han estat 43 els tallers impartits als centres educatius.



7a mostra "El Comerç i les Escoles"

Finalment, el 14 d'abril de 2015, al DHUB es va inaugurar la 7a mostra "El comerç i les escoles", exposició on es mostra el comerç de proximitat en la seva vessant d'endinsar-se a les escoles i donar prestigi a l'ofici del comerciant. Aquesta exposició té caràcter itinerant per apropar-se als diferents barris i districtes de la ciutat.

6.3. PLA DE PROTECCIÓ I SUPORT DELS ESTABLIMENTS EMBLEMÀTICS

El Pla de protecció i suport dels establiments emblemàtics, presentat el mes de febrer de del 2014 per l'Ajuntament de Barcelona té per objectiu reconèixer la importància d'aquestes singulars botigues i col·laborar en la seva preservació i promoció.

En una primera fase, i com a mesura d'urgència, es duran a terme tres accions: Es crearà una relació única d'establiments emblemàtics, se suspendran les llicències d'obres i activitats en aquests establiments per evitar canvis o modificacions que els desmantellin o desvirtuïn; al mateix temps, es posarà en marxa un servei d'atenció integral a l'establiment emblemàtic per atendre cada cas de manera personalitzada, així com les dificultats de la viabilitat del negoci.

La mesura vol evitar la desaparició d'aquests locals històrics de la ciutat, ja sigui per motius privats, per la manca de successió o per la inviabilitat del negoci; pel final de la Llei d'arrendament urbà (LAU), que elimina les rendes antigues; o per la pressió immobiliària.

Una comissió tècnica és l'encarregada de desenvolupar aquest pla, que inclou incentius per a la conservació i manteniment dels establiments emblemàtics a través

de l'Institut del Paisatge Urbà i també accions de promoció per donar a conèixer, tant l'arquitectura com l'activitat especialitzada d'aquests establiments, entre els ciutadans i turistes de la ciutat.

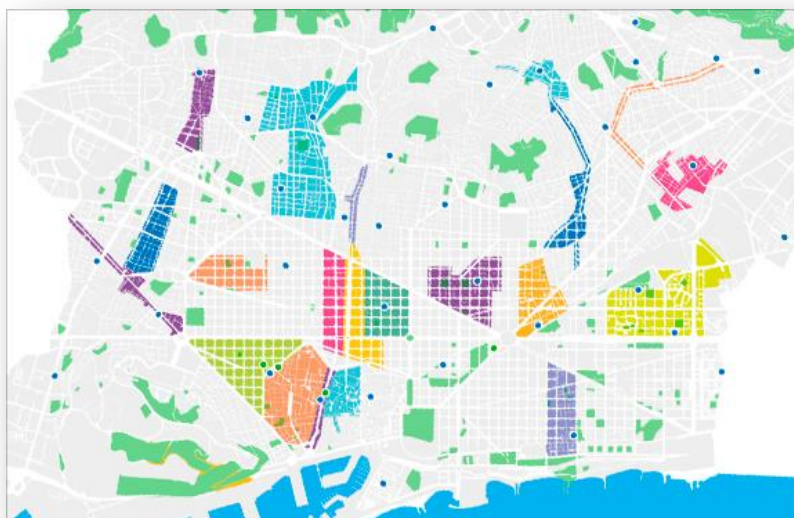
Actualment s'ha configurat un catàleg de protecció patrimonial dels establiments emblemàtics, que inclou 228 establiments i en descarta 161, sobre els quals s'aixeca la suspensió de llicències.

Per a més informació:

Pla Especial Urbanístic de protecció i potenciació de la qualitat urbana (emblemàtics).



6.4. LA XARXA COMERCIAL DE LA CIUTAT DE BARCELONA



Els eixos comercials estan formats per associacions de comerços situats ja sigui al voltant d'un carrer comercial o bé d'un centre de polaritat que actua com a focus d'atracció (com podria ser el cas d'un mercat o d'un gran centre). Aquests espais urbans perfectament delimitats actuen com a centres comercials a cel obert. A través de plans de dinamització conjunta coordinen les seves activitats els establiments que en formen part i, per tant, s'ofereix al ciutadà una oferta comercial continuada, plural i competitiva situada al seu mateix barri.

Actualment hi ha **21 eixos comercials** a Barcelona on trobem més de 10.000 comerços urbans, els quals representen gairebé la tercera part dels que hi ha a la ciutat i als quals s'han d'afegir més de 12.000 establiments del sector dels serveis.

Els eixos es troben repartits per tot el territori de la ciutat i estan presents a tots els districtes i en una gran quantitat de barri.

Enllaç amb www.bcn.cat/comerc

Alhora una de les prioritats dels districtes municipals és impulsar i donar suport al comerç de proximitat. La seva idea és generar llocs de treball, afavorir la cohesió social i donar vitalitat als carrers. Aquest repte es materialitza de manera personalitzada segons el tarannà de cada territori.

6.5. SUBVENCIONS COMERÇ

6.5.1. SUBVENCIONS DE PROXIMITAT I PROMOCIÓ ECONÒMICA

L'any 2014 va preveure la concessió de subvencions a aquelles entitats que duien a terme activitats relacionades amb el món del comerç a la ciutat de Barcelona. El procediment per a la concessió de subvencions es tramita en règim de concurrència competitiva, mitjançant la convocatòria de concurs públic.

Aquests ajuts econòmics són per fomentar activitats d'interès públic o social que dinamitzin el comerç urbà de proximitat i a través de la promoció de l'associacionisme comercial, ja sigui territorial o sectorial.

Les dades evolutives per al període 2013-2014 són les següents:

	2013	2014
Entitats sol·licitants	91	104
Projectes presentats	175	197
Projectes exclosos	23	
Àmbits temàtics		
a) Accions de dinamització, comunicació i promoció comercial d'àmbit intern i extern	85	91
b) Reforç estructures administratives	48	55
c) Estudis d'afluència de visitants i hàbits de compra	5	5
d) Accions formatives	20	18
Import total destinat	1.200.000.-	1.200.000.-

Campanya promocional de dinamització en zones afectades per obres de llarga durada:

Per tal de donar suport a les associacions de comerciants afectades per zones amb obres de llarga durada i amb la col·laboració dels districtes per valorar la situació del comerç a la zona, les associacions afectades han aportat les seves propostes i finalment el cost de les accions promocionals ha estat d'uns 300.000 € aproximadament, desglossats de la manera següent:

Entitat	Obra
Eix del Raval	Plaça i pàrquing a la plaça Gardunya
AC Barceloneta	Remodelació dels carrers de la Maquinista i d'Andrea Dòria
AC Sant Pere Més Baix	Reforma al carrer Sant Pere Més Baix (plataforma única)
Barnaport	Obres de pavimentació i reordenació del paisatge urbà
AC i Empresaris Gran Eixample	Nou Mercat del Ninot
Sant Antoni Centre Comercial	Nou Mercat de Sant Antoni
AC Diagonal Centre	Remodelació de l'avinguda Diagonal
Eix Comercial Nou Eixample	Rampa d'accés al pou d'extracció túnel
AC Poble sec i Paral·lel	Nou col·lector a l'avinguda Paral·lel
AC La Marina zona franca	Estació de metro del passeig de la Zona Franca (L9)
Barnavasi	Remodelació de la ronda del General Mitre
AC Portal de la Llibertat de Gràcia	Obres dels FCG a la plaça la Plàcidia
AC Pl. Lesseps	Estació de metro Lesseps (L9)
AC Entorn Mercat Guinardó	ACEM UA3 Mercat del Guinardó
AC Trinitat Nova	Reurbanització del barri la Trinitat Nova
AC Onze de Setembre	Sant Andreu- Sagrera AVE
AC Trinitat Vella	Reurbanització de la carretera de Ribes i d'altres
Sagrera Activa Associació de Comerciants	Estació LAV i parc ferroviari
Eix Maragall	Reurbanització de la plaça Mainada
AC Bon Pastor	Reurbanització del nucli antic del Bon Pastor

Aquest ajut pretén col·laborar amb les associacions de comerciants per tal de minimitzar els efectes de les obres a les zones comercials del seu entorn i contribuir a la dinamització comercial d'aquestes zones afectades.

6.6. COMUNICACIÓ : WEB I XARXES SOCIALS

Els objectius de la comunicació en l'àmbit del comerç és difondre al màxim nombre de comerciants les accions municipals relacionades amb aquest sector perquè en tinguin coneixement i s'hi puguin implicar. Entre les eines utilitzades cal destacar la **presència digital del comerç** al servei de la ciutat. Aquesta presència aconseguirà una atenció cap al comerciant, establir una interlocució i una col·laboració amb aquest sector, així com disposar d'un aparador on mostrar el model comercial barceloní i la seva importància en el teixit econòmic de la ciutat.

Des de l'any 2003 el web del comerç està present en el món digital i l'any 2014 s'adapta i es renova a les noves necessitats, de manera que s'aconsegueix un lloc web més **accessible** per a les persones amb discapacitat, **compatible** amb diferents dispositius, **més atractiu** quant al disseny i amb algunes noves incorporacions:

www.bcn.cat/comerc

@BCN_Comerc

A l'apartat dels **destacats** es mostren els projectes o actes més immediats. I les últimes notícies, a l'actualitat, on es difon tot allò relacionat amb el món del comerç a Barcelona. Les propostes lúdiques i de lleure que organitza el teixit comercial de la ciutat es podran consultar a l'**agenda**.

Ahora s'incorporen dos nous apartats: **Tens un comerç?** i **Vols obrir un negoci?** on es troben els tràmits a que cal seguir i els suggeriments d'unes bones pràctiques.

Un altre apartat de **xifres** del comerç, on hi ha les dades actualitzades segons els resultats de les últimes enquestes. Finalment, es destaca l'associacionisme comercial i el teixit comercial de què disposa la ciutat amb els 21 **eixos comercials**. Respecte a les xarxes socials, s'aposta per tres eines YouTube, Flickr i Twitter, nous canals de comunicació que aproximen la informació més actual al comerciant i faciliten la interlocució amb el sector.

7. INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS DE BARCELONA (IMMB) 2014

Barcelona i els mercats

L'any 2014 ha estat rellevant pel que fa al compliment dels projectes del Pla d'actuació municipal (PAM) 2012-2015, que suposa una aposta municipal per continuar amb l'important impuls dels mercats que s'ha estat fent les darreres dècades.

Durant el 2014 s'ha donat continuïtat a diversos projectes de remodelació en marxa: inauguració dels mercats de Sants i Guinardó; finalització de les millores d'accessibilitat del mercat de Sant Martí; nous magatzems i trasllats de parades del mercat de la Boqueria, havent-hi entrat en funcionament l'aparcament i la zona logística aquest any (aquesta actuació de Boqueria ha estat executada per BSM / BIMSA); segona fase del mercat de Sant Antoni, i la darrera del de Ninot. Els mercats de Vall d'Hebrón i Bon pastor, després de les actuacions provisionals, han vist com es redactaven els seus projectes executius per ser desenvolupats properament.

En acabar el 2014, s'han reformat 24 mercats i 4 més estan en procés de remodelació, un 70% del total de la xarxa de la ciutat.

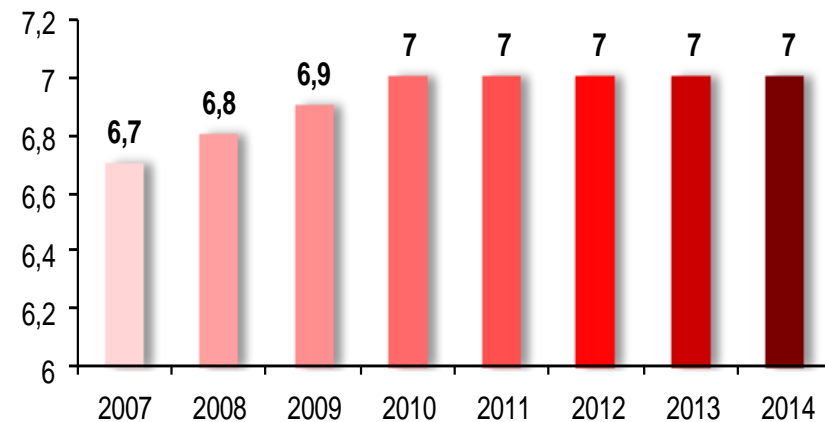
Les reformes finalitzades han servit per crear una nova barreja comercial i dotar els mercats de noves infraestructures, millor logística i nous serveis, com ara el servei a domicili, les noves tecnologies o el pagament amb targeta de client, i l'ampliació horària, entre altres.

Finalment, cal destacar el Pla de millores dels mercats, que ha permès dur a terme 67 actuacions a 30 mercats fora dels processos de remodelació que han ajudat a millorar-ne l'activitat diària.

La percepció ciutadana, reflectida anualment en l'Enquesta de serveis municipals, mostra l'evolució positiva que fan els barcelonins dels mercats, que han passat d'una puntuació de 6,3 l'any 2006 a una puntuació mantinguda els darrers anys de 7.

VALORACIÓ DELS MERCATS MUNICIPALS

Un any més els barcelonins avaluen amb una puntuació de 7 els mercats municipals, només per darrera de serveis com el Metro i les Biblioteques.



Projectes destacats

MERCAT DE SANTS

Després d'haver estat de manera provisional a la rambla de Badal des de l'any 2009, finalment el 14 de maig passat va obrir el nou mercat remodelat de Sants, amb el seu entorn de carrers també renovat amb prioritat per a vianants.

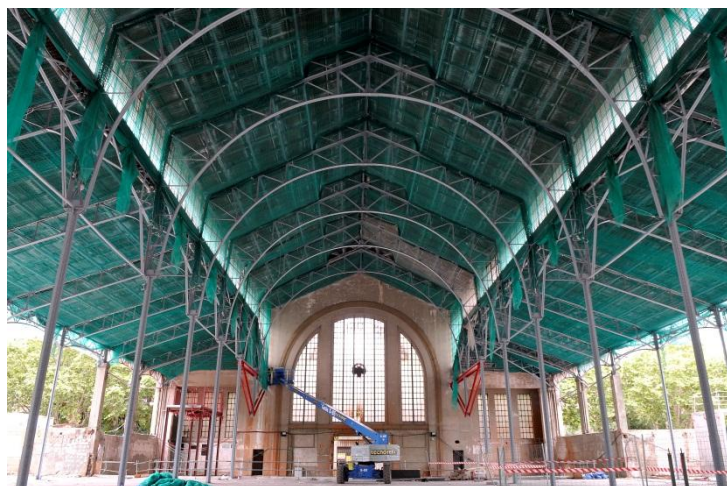


Entre les millores que s'han fet al mercat, cal destacar la rehabilitació integral de la coberta i dels desguassos pluvials, la restauració dels elements ornamentals modernistes de les façanes, la reordenació de la sala de vendes, la incorporació d'un sistema de climatització interior que inclou tant calefacció com refrigeració, i la millora dels accessos a peu pla des del carrer. En el subsòl, ara hi ha tres plantes subterrànies que inclouen els espais de càrrega i descarrega i el tractament de la brossa a més de l'aparcament per a clients.

Ara disposa de 3.000 metres quadrats d'oferta comercial, la meitat dels quals es destina a les noves parades de venda (36 són per a la venda de productes alimentaris i 14 no alimentaris com (roba i complements o parament de la llar, per exemple), i l'altra meitat, a l'àrea d'autoservei.

El mercat disposarà d'un sistema de climatització, gràcies a l'ús de l'aigua freàtica, per al confort tèrmic tant a l'hivern com a l'estiu. És la mesura més destacada per assolir l'eficiència energètica i suposa un estalvi energètic de prop d'una sisena part respecte als sistemes habituals. Els criteris de màxima eficiència energètica s'estenen a altres instal·lacions com ara l'enllumenat interior; l'abastament d'aigua, l'aïllament tèrmic a les façanes i cobertes i el vidre aïllant a les obertures.

MERCAT DEL NINOT



El Mercat del Ninot ha portat una dinàmica de consolidació de l'obra de remodelació integral, que va ser enllestida al final de l'any per tal d'assolir l'objectiu de condicionament interior i construcció dels establiments per obrir el nou mercat el maig del 2015.

La reforma d'aquest mercat comporta una novetat que afavoreix l'emmagatzemament i el transport dels productes per als comerciants: cada parada del mercat incorpora les càmeres frigorífiques, l'obrador o el magatzem, de manera que no caldrà accedir tan sovint als magatzems subterranis.

Pel que fa a les mesures d'eficiència energètica cal subratllar la incorporació de plaques fotovoltaïques per a l'escalfament de l'aigua, millores en els sistemes de regulació i control dels aparells de climatització, l'enllumenat amb bombetes de baix consum, la utilització de LED, i la renovació de finestrals i finestres per altres elements de millor comportament tèrmic. El projecte de reforma de l'edifici i principalment de les façanes ja ha previst que l'interior del mercat guanyi en il·luminació natural gràcies als materials i al disseny de les noves façanes.

MERCAT DE SANT ANTONI

L'actuació de remodelació del Mercat de Sant Antoni, per dimensió i complexitat, ha requerit al llarg dels darrers anys, des de l'any 2008, aprofundir en tots els aspectes tècnics per tal d'enllestir el projecte.

Aquest 2014 s'ha adjudicat una nova fase d'obres que es faran al mateix temps que les que tenen lloc sota rasant per construir les dues plantes subterrànies. Les obres ara adjudicades consisteixen en:

- La construcció d'una nova coberta de teula ceràmica vidriada i policroma i el desmuntatge de l'actual, que és de fibrociment.
- La reconstrucció de la xarxa de recollida i evacuació d'aigües pluvials (canals de la coberta, baixants verticals i recollida horitzontal).
- Sanejament i consolidació de l'estructura metàl·lica afectada pels treballs anteriors.
- Inici dels treballs de rehabilitació de les façanes.

D'altra banda les troballes arqueològiques trobades al subsòl es conservaran, i la futura visita de les restes significa un projecte museogràfic que anirà a càrrec del Museu d'Història de Barcelona; la convivència entre les restes del passat i el mercat del futur ha provocat l'adaptació del projecte de remodelació de Sant Antoni.

MERCAT DEL BON PASTOR

El mercat provisional va ser ubicat al carrer de Sant Adrià, cantonada amb el carrer de Llinars del Vallès, en la proximitat de l'antic edifici del mercat (100 metres), que ha estat enderrocat durant el 2010. El solar alliberat s'ha urbanitzat, i ha resultat en un espai públic per al gaudi del veïnat. El 2014 s'ha adjudicat el concurs per elaborar el projecte del nou mercat, i un cop enllestit es concursaran les obres durant l'any 2015.

MERCAT DE LA VALL D'HEBRON

El Mercat de la Vall d'Hebron està en fase de remodelació. Com a pas previ a aquest procés, es van dur a terme una sèrie d'actuacions de concentració d'establiments a la zona davant del mercat, actualment en actiu. Durant l'any 2014 s'ha redactat el projecte per tal d'iniciar les obres durant el 2015.



MERCAT DEL GUINARDÓ

El 13 de desembre passat va tenir lloc la inauguració del nou mercat, en què s'ha conservat una part de l'emblemàtica torre del vell edifici. Forma part de l'illa d'equipaments que s'ha construït a la zona, la qual inclou un centre d'assistència primària, un casal de joves, una residència per a gent gran, una escola bressol, un aparcament de 150 places i nous espais públics que, en conjunt, tenen com a objectiu prestar un millor servei al barri del Guinardó.

S'ha fet una adequació de l'oferta comercial, de manera que l'espai de venda el comparteixen una quinzena de parades que ocupen una superfície d'uns 2.000 metres quadrats, i una àrea d'autoservei que gestiona Carrefour (que va guanyar el concurs públic i que té unes dimensions globals d'uns 1.800 metres quadrats).

MERCAT DE SANT MARTÍ

Aquest any s'han acabat els treballs de reforma de façanes amb una pell de xapa perforada que dona més reclam i vistositat al mercat. Complementàriament, s'han millorat sensiblement els accessos per a persones amb la mobilitat reduïda.

Quant a les infraestructures pròpies del funcionament del mercat, s'ha fet una millora en el moll de càrrega i descàrrega s'hi ha integrat la recollida de brossa. Aquesta actuació ha coincidit amb la l'obertura d'un petit autoservei per millorar l'oferta comercial del mercat.

MILLORA DE LES ESTRUCTURES FÍSQUES

S'han dut a terme actuacions de manteniment i de millora. Concretament, el 2014 s'han concretat fins a 67 actuacions singulars, sovint en instal·lacions internes o logístiques, imprescindibles per donar un bon servei, com cambres frigorífiques, muntacàrregues, etcètera, però també millora del confort de la ciutadania, amb l'aire condicionat o els accessos.

També cal destacar les gestions i les modificacions de les escomeses i l'optimització de les potències contractades amb la companyia d'electricitat, que representa un estalvi anual superior als 200.000 euros. Associat a aquest estalvi, s'han fet actuacions de motorització de comptadors, d'instal·lacions d'analitzadors energètics i mòdems de telemesura. Aquestes instal·lacions ens permeten conèixer el bon funcionament i la gestió dels consums dels mercats en tot moment.

Dins de les actuacions de millora de les cambres frigorífiques, aquest any s'ha completat la primera fase del Mercat del Besòs y les cambres del Mercat de l'Estrella. Com a actuació singular d'eliminació de parades cal destacar l'enderroc i les reposicions urbanístiques de l'última parada del Mercat del Llibre Vell del carrer de la Diputació.

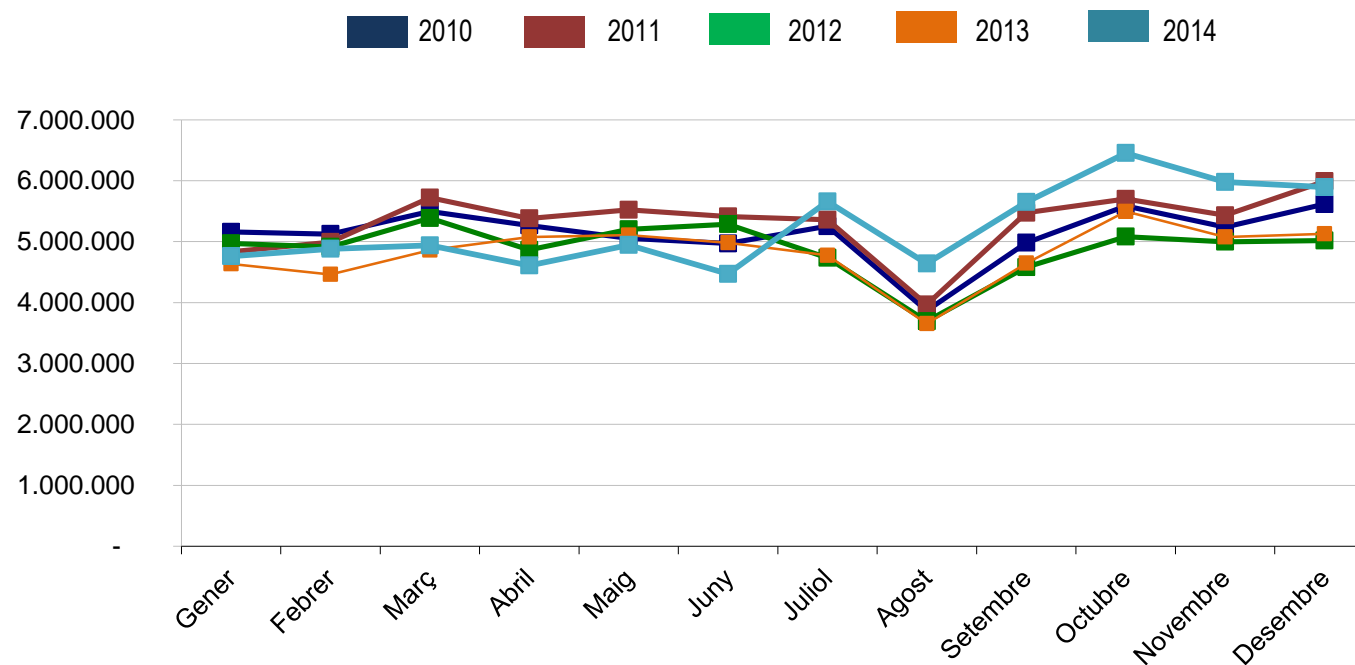
Afluència de públic als mercats

Amb l'objectiu de fer un seguiment del nombre de visitants dels nostres mercats i la seva estacionalitat, l'IMMB duu a terme un seguiment mensual a partir d'aquells mercats remodelats on s'han instal·lat sistemes automàtics de comptatge de persones. Els resultats del 2013 han estat els que es recullen en als quadres següents.

VISITANTS ALS MERCATS MUNICIPALS DE BARCELONA

	2010	2011	2012	2013	2014
Gener	5.158.784	4.835.121	4.972.194	4.635.581	4.761.319
Febrer	5.125.273	4.993.582	4.914.034	4.462.367	4.882.483
Març	5.494.161	5.721.707	5.386.086	4.860.439	4.937.311
Abril	5.267.198	5.381.896	4.862.867	5.075.502	4.608.574
Maig	5.052.283	5.521.977	5.201.769	5.105.826	4.945.323
Juny	4.968.812	5.412.944	5.287.323	4.982.115	4.469.058
Juliol	5.252.289	5.359.604	4.733.972	4.774.186	5.658.490
Agost	3.864.572	3.966.907	3.692.669	3.653.698	4.640.265
Setembre	4.982.534	5.472.683	4.579.737	4.646.755	5.650.528
Octubre	5.584.426	5.700.132	5.082.542	5.494.460	6.455.117
Novembre	5.239.658	5.430.936	4.998.738	5.076.594	5.978.658
Desembre	5.614.713	5.992.455	5.017.195	5.128.411	5.893.960
Totals	61.604.702	63.789.944	58.729.126	57.895.934	62.881.085
Variació en %		3,50%	-7,90%	-1,40%	8,60%

EVOLUCIÓ VISITANTS MERCATS 2010-2014



Cal destacar l'evident estacionalitat en el nombre de visitants en funció dels mesos de l'any. En un context de crisi econòmica, podem constatar que després d'una davallada accentuada el 2012, el 2013 s'ha iniciat una recuperació que ens situa en xifres de l'any 2011. Aquest fet és indicador d'una alta fidelització dels consumidors, i que la pèrdua de facturació soferta els darrers anys no implica correlativament una pèrdua de quota de mercat.

Afluència de públic als mercats

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

CANVIS D'OPERADORS

Any 2014	Traspassos intervius	Cessions de pares a fills	Cessions entre cònjuges	Traspassos per causa de mort
Nombre d'expedients	287	54	16	28
Mitjana d'edat del cedent	58,19	71,69	57,38	70,54
Mitjana d'edat del cessionari	47,48	43,19	51,38	49,36
Diferencial	-10,7	-28,5	-6,0	-21,2

Projectes internacionals

Marakanda.

Donant continuïtat al 2013 i amb la projecció internacional del model Barcelona de mercats, l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona ha mantingut la seva participació el 2014, juntament amb deu ciutats més del nord i del sud de la Mediterrània, del projecte Marakanda (ENPI).

Liderat per la ciutat de Florència els anys 2012-2014, Marakanda pretén crear un clúster amb l'objectiu de millorar la gestió dels mercats i l'intercanvi de bones pràctiques...

L'any 2014 ha suposat la finalització del Pla d'acció local d'aquest projecte, en el qual l'IMMB ha posat el Mercat dels Encants de Barcelona com a protagonista per la seva posada en marxa i la singularitat de la seva oferta i el seu impuls. Així mateix es tancarà definitivament el projecte durant el 2015.

URBACT Markets

L'objectiu del projecte és estudiar i potenciar els mercats locals com a motors de desenvolupament urbà i regeneració econòmica local i sostenible, a partir del model de Barcelona, que actua com a líder

en un context en el qual UE està programant les noves perspectives de finançament fins al 2020. Permetrà establir una estratègia conjunta amb moltes ciutats europees per situar els mercats en l'agenda prioritària d'Europa en dos àmbits: situar-los en l'agenda política tant regional com de la UE, i obtenir finançament comunitari per adequar-los als reptes del consum i de la ciutat del segle XXI.

L'any 2014 l'IMMB ha desenvolupat el seu pla d'acció, portant a terme la definició d'un pla estratègic 2015-2025 dels mercats municipals de la ciutat, que s'ha desenvolupat amb la participació de tots els agents implicats. L'objectiu que persegueix és renovar, modernitzar i adaptar els mercats davant les demandes dels ciutadans i dels canvis socials. El pla s'ha concretat en 12 objectius, 39 mesures i 153 accions que s'aplicaran els propers deu anys

Assessoraments i actes

El model barceloní atreu la mirada de ciutats d'arreu del món. Al llarg de l'any 2014, Mercats de Barcelona ha rebut la visita de delegacions de diferents ciutats, entre les quals les d'Hèlsinki, Nova York, Torí Càller, Melbourne o Tunja, interessades en el model de gestió i de promoció dels mercats barcelonins. També, l'Institut Municipal de Mercats va atendre els representants de l'associació anglesa d'adroguers (ACS en anglès), una delegació de 20 representants de l'Associació de Comerciants dels Mercats de Corea, i una delegació de la ciutat mexicana de Puebla que va arribar a Barcelona per conèixer el model de mercats i va proposar crear una aliança de col·laboració professional entre tècnics de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona i Mercados Mexicanos.

D'altra banda, l'Institut de Mercats es convocat a congressos, seminaris i cursos en els que transmet la seva experiència en la utilització dels mercats com a eina de desenvolupament social, creació d'ocupació, motor econòmic i foment de la sostenibilitat, la salut i un estil de vida amb benestar. Durant 2014, Raimond Blasi, president de l'Institut de Mercats, i altres membres de l'IMMB han participat activament en nombrosos congressos:

CITIES - Cities for Tomorrow: Investing in Europe. Taula rodona “The New Urban Development Network”, febrer del 2014, Brussel·les.

Escola d'estiu de l'Institut Europeu d'Administració Pública (EIPA) “Lideratge i governança en una Europa multinivell: potenciant l'àmbit local”, juny del 2014, Barcelona

Association of European Schools of Planning (AESOP) 2014 Taula rodona on “Marketplaces as Urban Development Strategies”, juliol del 2014, Utrecht.

Aquesta projecció internacional ha facilitat la signatura d'un conveni amb l'organització Project for Public Spaces per a l'organització del 9th International Public Markets Conference que tindrà lloc a Barcelona el març del 2015, i situarà la ciutat com a la capital mundial dels mercats gràcies a la participació de més de 300 líders mundials del disseny de les ciutats i la gestió dels mercats.

Accions de promoció i responsabilitat social

Hem celebrat amb els ciutadans la inauguració de tres nous mercats remodelats, Sants, Sant Martí i Guinardó i quatre aniversaris: els centenaris dels mercats de Sants i de Sant Andreu, el 40è del Mercat de Provençals i el 10è del Mercat de Fort Pienc. El mes de juny també vam celebrar el primer aniversari del nou Mercat dels Encants de Barcelona, amb un munt d'activitats organitzades pels comerciants

La Fira Mercat de Mercats va celebrar la 5a edició entre el 17 i el 19 d'octubre a l'avinguda de la Catedral. Més de 265.000 persones hi van assistir enguany, al que ja s'ha convertit en l'acte gastronòmic i de promoció del producte fresc i de proximitat més important de la ciutat.

L'increment de les activitats celebrades als mercats ha continuat aquest any. El nou Mercat dels Encants de Barcelona s'ha convertit en una icona de Barcelona i, per tant, en un espai atractiu per a la realització de noves activitats d'àmbit de ciutat, entre les quals destaquem la Fira Vintage i l'exposició "Star Wars". El nou Espai Cuina'm del Mercat de la Vall d'Hebron i la nova cuina del Mercat de la Guineueta, s'han convertit en uns dels principals dinamitzadors del barri, amb l'organització de diferents tallers gastronòmics. També cal esmentar els nous tallers i les activitats infantils als mercats de la Llibertat, i de la Concepció.

D'altra banda, es mantenen activitats iniciades l'any anterior com la segona edició del festival Festiu als mercats de Gràcia; la Ruta Gastronòmica del Bacallà que engloba restaurants i bacallaners de mercats i els tallers Enjoy Wine, al Mercat de Santa Caterina, de promoció de vins i caves amb denominació d'origen.

Els Tasts de Nit es consoliden com a una de les accions més innovadores s'entenen a més mercats que s'han afegit a aquesta activitat, molt ben acollida per a la ciutadania. Enguany s'han celebrat 31 Tasts de Nits a més de 20 mercats municipals, una festa gastronòmica que pretén donar a conèixer els mercats a la ciutadania tot oferint-los una nova experiència, en què els clients poden viure un mercat diferent, nocturn i lúdic, i els venedors mostrar una altra cara de la seva professió amb propostes gastronòmiques creatives i originals.

Pel que fa a les accions de cohesió social i amb el territori, destaquen les activitats de participació en les festes tradicionals i dels barris: Nadal, Sant Jordi, Sant Joan i Tots Sants, festes majors,... Cal destacar la participació dels mercats en la celebració del Carnaval i, especialment, en l'acte de presentació del Carnaval de Barcelona que des de fa tres anys se celebra en un mercat municipal acompanyat del tradicional Concurs de Truites. El Mercat de la Concepció va ser la seu la presentació del Carnaval 2014.

Les accions solidàries s'han multiplicat a tots el mercats que col·laboren amb entitats del barri i que tenen el seu punt màxim amb el Gran Recapte d'Aliments. Cal destacar també la implicació que tradicionalment tenen els mercats en accions com La Marató de TV3, l'Oncolliga, "Posa't la Gorra", la Bossa Solidària o el Llibre Solidari.

Activitats que se celebren anualment com el festivals Tradicionàrius de Gràcia, la Fira del Comerç al Carrer d'Horta, la FirAntoni, la Mostra de Mercats de Nou Barris, el Mercat Modernista de la Concepció o la Desfilada del Ninot, es consoliden repetint l'èxit d'anteriors edicions. Durant el 2014, als mercats municipals també s'han dut a terme més de 180 activitats de promoció comercial.

Per cinquè any consecutiu, l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona atorga els premis "Barcelona, els Millors Mercats del Món", que reconeixen les iniciatives comercials que durant el 2013 han permès la millora d'aquests equipaments. Enguany han estat guardonats Menuts Rosa, com a premi a la millor iniciativa individual i, en menció especial, l' Associació de Venedors del Mercat de Sarrià.

El 26 de maig passat es va celebrar el 6è Congrés de Mercats Municipals de la província de Barcelona i 10a Jornada de Mercats de Barcelona organitzada per l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona i la Diputació de Barcelona en què, sota el títol "El compromís dels mercats pel futur", més de 250 professionals dels mercats de Catalunya van debatre sobre els reptes del seu futur i com afrontar-los.

Mercats cardioprotégits. El passat mes de desembre L'Institut Municipal de Mercats de Barcelona i l'Associació Barcelona Salut, van signar un conveni per cardioprotégir els mercats municipals de la ciutat mitjançant la instal·lació d'aparells desfibril·ladors, a disposició de qualsevol ciutadà davant d'una necessitat terapèutica.

La primera fase d'aquest programa de salut pública es posarà en marxa en 8 dels 43 mercats (39 alimentaris i 4 no alimentaris) distribuïts per diferents districtes de la ciutat. Els mercats on s'iniciarà la implantació són: Mercat de Santa Caterina, Mercat de Sants, Mercat de la Concepció, Mercat de la Guineueta, Mercat del Guinardó, Mercat de Provençals, Mercat de la Llibertat, Mercat dels Encants de Barcelona. L'objectiu és completar en una segona fase durant el 2015 a la resta d'establiments.

Comunicació

Campanyes

Celebració de la Setmana Internacional dels Mercats, una nova campanya de caire internacional que, sota el lema “Estima el teu mercat”, pretén destacar el paper dels mercats a les ciutats i pobles d’arreu. En aquest marc, entre el 15 de maig i el 7 de juny, els mercats municipals van organitzar una seixantena d’activitats gastronòmiques, lúdiques, infantils, musicals, etcètera. Aquesta iniciativa neix fruit de la signatura a Londres d’un acord internacional impulsat per organitzacions i gestors dels mercats com a representants de la Unió Mundial de Mercats Majoristes (WUWM en anglès), Mercasa, la ciutat de Venècia, el grup empresarial Geraud, representants dels mercats holandesos, francesos i les 25 ciutats que participen en els projectes de la Unió Europea per a la promoció dels mercats: Central Markets Project, Marakanda Project i URBACT Markets.

Campanya de bosses reutilitzables. Pel que fa a la responsabilitat mediambiental, l’any 2014 es va acordar dur a terme una nova campanya de bosses reutilitzables als mercats municipals, en favor de la sostenibilitat. Aconseguir que els mercats siguin un referent en sostenibilitat és un dels reptes de Mercats de Barcelona i un dels objectius marcats al Pla estratègic de mercats de Barcelona 2015-2025, on en què la sostenibilitat social, cultural i mediambiental, es presenta com una de les línies estratègiques de treball.

En aquest sentit, l'IMMB promou accions per disminuir l'impacte que generen les bosses de plàstic. Per això, en consens amb els comerciants del mercat, s'ha arribat a l'acord de tornar a activar la campanya d'ús de bosses reutilitzables, com la que va celebrar amb èxit els anys 2010 i 2011.

Aquesta campanya es desenvoluparà durant el primer trimestre del 2015 i es distribuiran 200.000 bosses, fetes amb material reciclable, a tots els mercats municipals.

Comunicació digital

En el Marc de la Setmana Internacional de Mercats, hem creat un nou espai web (www.estimaelteumercat.cat) amb la intenció de comunicar com són i què fan els nostres mercats, més enllà de les nostres fronteres. Treballar per donar una dimensió internacional als mercats municipals, és una constant que cada cop adquireix més força gràcies a la promoció feta per Mercats de Barcelona i a la seva implicació en projectes internacionals.

Els nous canals oberts durant el 2013, com el blog (bcn.cat/somdemercat) o l'aplicació mòbil de Mercats, es consoliden com a noves eines de promoció dels mercats de Barcelona. Un augment d'usuaris d'un 6% d'entrades al blog, i 5.212 de descàrregues acumulades de l'aplicació, (un 94% més que l'any 2013) indiquen la bona acceptació que aquesta aplicació ha tingut entre la ciutadania.

Com a conseqüència de les novetats introduïdes en la comunicació digital durant l'any 2013, la interrelació amb les xarxes socials de Facebook, Twitter i Instagram i la posada en marxa d'un pla d'acció per al seu manteniment i millora de la comunicació, cal destacar un increment d'usuaris:

- A Facebook, s'ha passat de tenir 4.675 seguidors a tenir-ne 7.523 (un increment de 2.848, més d'un 60%).
- A Twitter, l'increment ha estat de 7.574 seguidors el gener del 2014 a 10.338 (increment de 2.764, més d'un 36%).
- A Instagram, l'increment ha estat de 2.903 el gener del 2014 a 6.834 el gener del 2015 (increment de 3.931, més d'un 35%).

Pel que fa a la producció audiovisual, enguany s'han realitzat un total de 69 vídeos (xifra que suposa un augment d'un 77% respecte a l'any 2013) sobre diferents campanyes i activitats organitzades als mercats de la ciutat, 20 dels quals es van publicar en el canal de YouTube i 49, a Vimeo.

Per tal de fomentar el coneixement dels canals de comunicació digital i les xarxes socials, al llarg de l'any 2014 hem fet cursos de formació adreçats als comerciants.

Amb la intenció de promocionar l'ús de les xarxes socials de mercats entre els ciutadans, continuem organitzant diversos concursos, com el concurs de truites virtuals a través de Facebook, o la #HappyTapa a Twitter i el #fandemercatsbcn a Instagram en el marc de Mercat de Mercats.

La bona salut de la qual gaudeixen els nostres canals, també queda reflectida en el web municipal de Mercats que ha augmentat la mitjana de visites en un 55% respecte a l'any 2013, i on hem publicat 182 notícies aquest any.

L'Infomercats i butlletins

Mercats de Barcelona ha editat i distribuït quatre números de la revista Infomercats dirigida a tots els comerciants dels mercats barcelonins, amb una tirada d'entre 7.000 i 9.500 exemplars. Es pot trobar també en versió digital al web infomercats.somdemercat.cat, gestionat per l'IMMB.

Mensualment, Mercats de Barcelona elabora una butlletí amb les informacions més destacades d'aquest període de temps i adreçat a totes les persones subscrites a la publicació i d'altres considerades d'interès per l'IMMB dins de l'Ajuntament de Barcelona i els seus organismes.



Programes educatius

Presentació dels nous programes educatius. Enguany, l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona i La Fundació del FC Barcelona han presentat conjuntament un nou programa educatiu relacionat amb el foment dels hàbits saludables. Aquest nou programa suposa la renovació dels continguts que, des del 2006, ja disposava Mercats de Barcelona. Més de 4.000 alumnes visiten anualment els mercats mitjançant els programes educatius.

Mitjans de comunicació

El número total d'impactes generats per l'IMMB als diferents mitjans ha estat de 214, 145 dels quals els va recollir la premsa escrita; 35, la televisió; 2, les emissores de ràdio i 32 més per mitjans a la xarxa Internet.

Especial menció requereix la celebració de la fira Mercat de Mercats, durant la qual es van generar 141 impactes: 32 articles de premsa escrita, 10 programes de ràdio, 7 notícies de televisió i 92 notícies a espais webs i comentaris a blogs

L'IMMB ha mantingut la publicació de reportatges promocionals als diaris impresos, a més d'articles a quatre edicions de la revista Catalunya Fruïters. S'han fet 38 reportatges i s'han cedit imatges a productores de televisió i a Cuatro TV.

8. EL COMERÇ ELECTRÒNIC

L'any 2014 continua l'expansió del comerç electrònic B2C mundial amb una facturació global d'1.462.000 milions d'euros segons Ecommerce Europe¹¹, fet que suposa un increment del 24% respecte a l'any anterior i mostra el seu gran potencial com a dinamitzador de l'activitat econòmica.

En termes de grans àrees geogràfiques, la regió Àsia-Pacífic es confirma com el mercat *de comerç electrònic* més gran del món, amb un volum de negoci al canal B2C (*business-to-consumer*) de 580.000 milions d'euros el 2014, que supera els 424.000 milions d'euros d'Europa –en segona posició– i els 394.000 milions d'euros d'Amèrica del Nord. Totes les grans àrees geogràfiques experimenten augments interanuals de dos dígits de la facturació, i en destaquen els creixements espectaculars d'aquest indicador a les zones d'Àsia–Pacífic (+44%) i Orient Mitjà i Àfrica del Nord (+22%).

Per països, el mercat mundial està dominat pels Estats Units on, segons estadístiques de l'U.S. Census Bureau, el comerç electrònic minorista l'any 2014 va assolir els 297.322 milions de dòlars amb un increment interanual del 14,4%, de manera que per cinquè any consecutiu es va registrar un augment de dos dígits. Respecte al comerç al detall en conjunt, el B2C va representar el 6,4% del valor total de les vendes totals (+0,6 punts percentuals més que el 2013).

¹¹ Organització d'empreses i associacions professionals del sector. Veure ECOMMERCE EUROPE, *European B2C E-commerce Report 2015*.

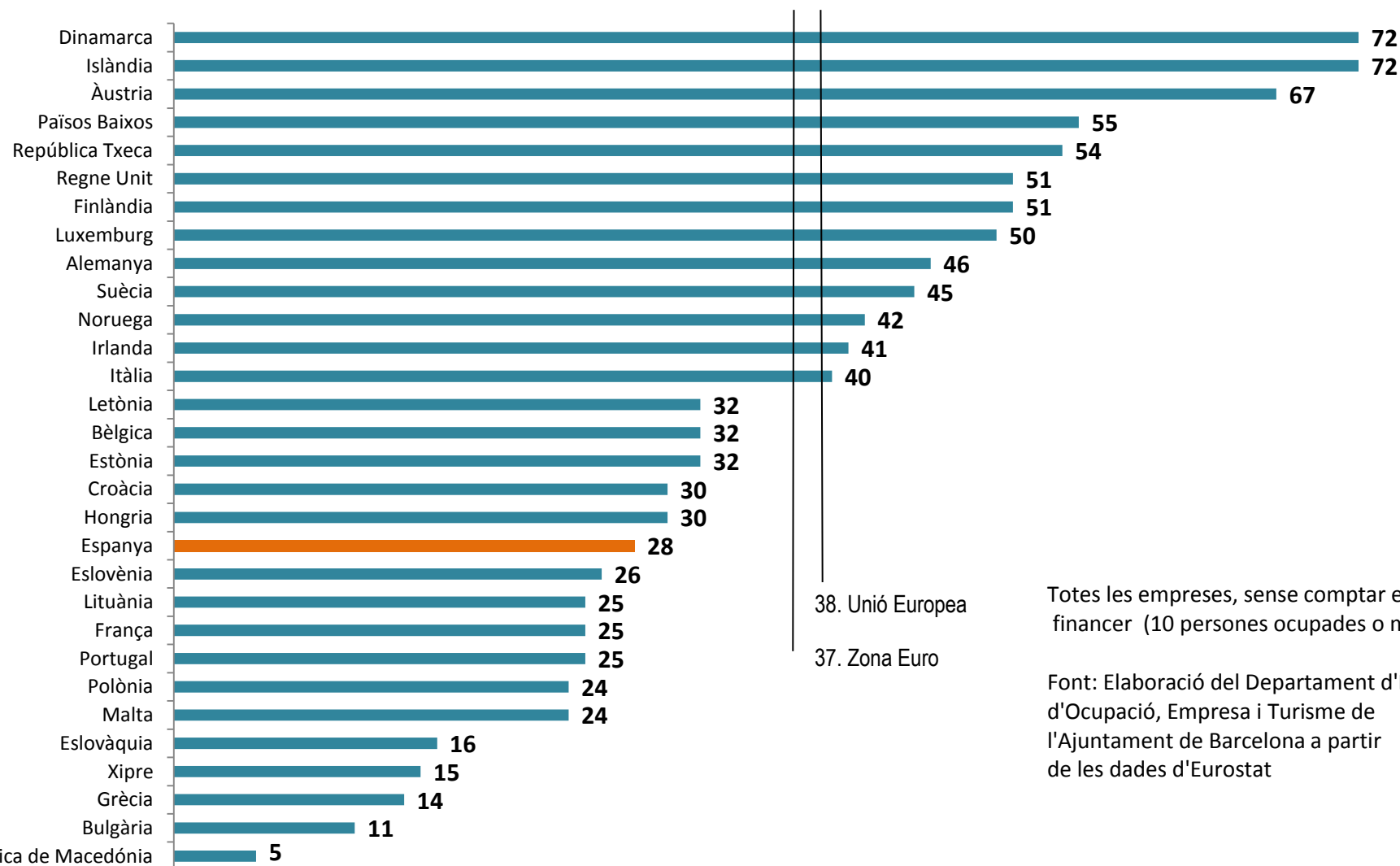


Pel que fa a l'ús del comerç electrònic a Europa, segons dades d'Eurostat, a la Unió Europea el percentatge d'empreses que compra per Internet ha estat del 38% l'any 2014 —un punt més que l'any anterior—. De la mateixa manera, pel que fa a les vendes, la mitjana europea augmenta un punt percentual i se situa en el 18% d'empreses que venen per internet, mentre que el volum de facturació generat per aquest canal segueix creixent.

Respecte a les compres, com és habitual, els països del nord i del centre d'Europa mostren percentatges d'ús del comerç electrònic clarament més elevats que la mitjana europea: Dinamarca i Islàndia són els líders, amb un 72% d'empreses que utilitzen aquest canal, seguides d'Àustria (67%), i juntament amb els Països Baixos, la República Txeca, el Regne Unit i Finlàndia componen el grup de països on més de la meitat de les empreses compren per internet. Pel que fa a l'evolució respecte al 2013, entre els deu països capdavanters destaquen els creixements d'Àustria (+7%), la República Txeca, Luxemburg, Suècia i Finlàndia (+4 pp en tots els casos) i els Països Baixos (+3 pp), mentre que Dinamarca, el Regne Unit i Alemanya experimenten reduccions interanuals d'aquest indicador.

Quant a Espanya, segons Eurostat, l'any 2014 el percentatge d'empreses que compren *en linea* (28%) queda per sota de la mitjana de la Unió Europea i de la zona euro (en 10 i 9 punts, respectivament), mentre que el percentatge de les que venen per aquest canal (18%) és idèntic a ambdues mitjanes europees fet que succeeix per primera vegada, ja que anteriorment sempre havia quedat per sota.

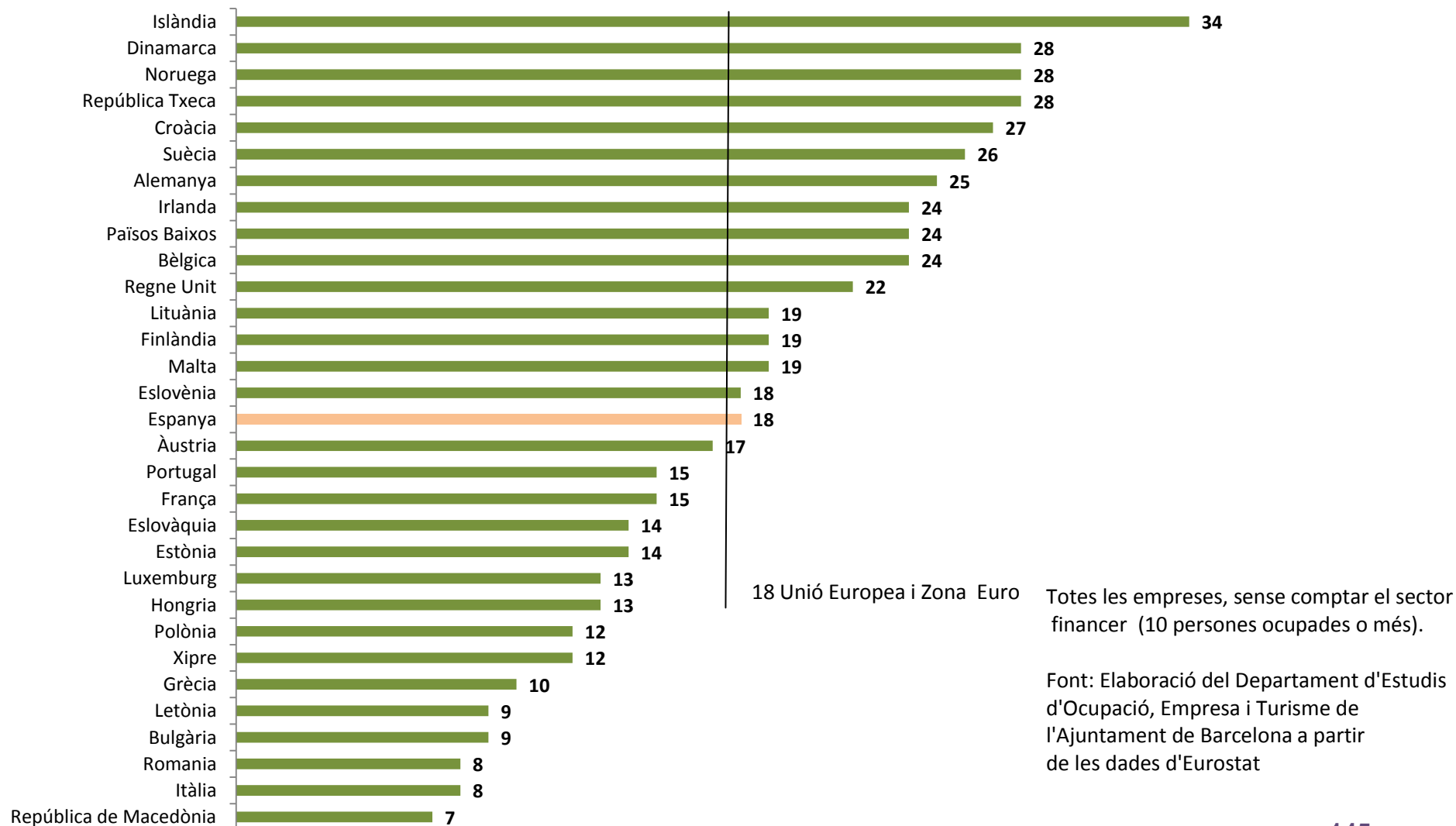
% D'EMPRESSES EUROPEES QUE HAN COMPRAT PER INTERNET I/O ALTRES XARXES DIFERENTS D'INTERNET, EL 2014



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

Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona a partir de les dades d'Eurostat

% D'EMPRESSES QUE VENEN PER INTERNET I/O XARXES DIFERENTS D'INTERNET, AL 2014



Comerç electrònic de les empreses a Espanya

Segons l'Enquesta d'ús de les TIC i del comerç electrònic a les empreses de l'Institut Nacional d'Estadística¹², en el període 2014-2015 més de la quarta part de les empreses espanyoles de 10 o més assalariats (el 27,6%) han dut a terme compres per comerç electrònic per un valor de 197.102,5 milions d'euros, fet que representa un 20,3% de les compres totals i dues cinques parts (el 43,6%) de les fetes pel grup d'empreses que fan adquisicions per correu electrònic.

Per grans sectors econòmics, els serveis assoleixen el percentatge més elevat d'empreses que fan compres per internet -el 30,1% del total, davant del 24,1% de la indústria i el 21,9% de la construcció- i aporten més de la meitat del volum total de compres del comerç electrònic (el 50,9%), mentre que la indústria representa el 48,5% i la construcció el 0,5% d'aquesta magnitud. El pes del comerç electrònic sobre el total de compres se situa al voltant de la cinquena part tant a la indústria (22%) com als serveis (20%), mentre que a la construcció només en representa el 3%.

¹² Darrera dada oficial disponible

EL COMERÇ ELECTRÒNIC A LES EMPRESES * ESPANYOLES, 2014-2015

Compres per comerç electrònic

	% empreses que compren per comerç electrònic	Volum de compres del comerç electrònic (milers d'euros)	Pes del comerç electrònic s/total de compres	% compres de comerç elect. s/total de compres empreses que compren per comerç electrònic
Sector econòmic				
Indústria	24,1	95.666.210	22,2	46,1
Construcció	21,9	1.070.568	3	9,5
Serveis	30,1	100.365.763	20	43
Total empreses	27,6	197.102.541	20,3	43,6

Vendes per comerç electrònic

	% empreses que venen per Comerç electrònic	Volum de vendes del comerç electrònic (milers d'euros)	Pes del comerç electrònic s/total de vendes	% vendes de comerç elect. s/total de vendes empreses que venen per comerç electrònic
Sector econòmic				
Indústria	15,7	115.023.340	19,7	41,4
Construcció	1,5	228.385	0,4	19,7
Serveis	21,4	93.009.319	11,3	25,7
Total empreses	17,8	198.261.044	14,4	32,9

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

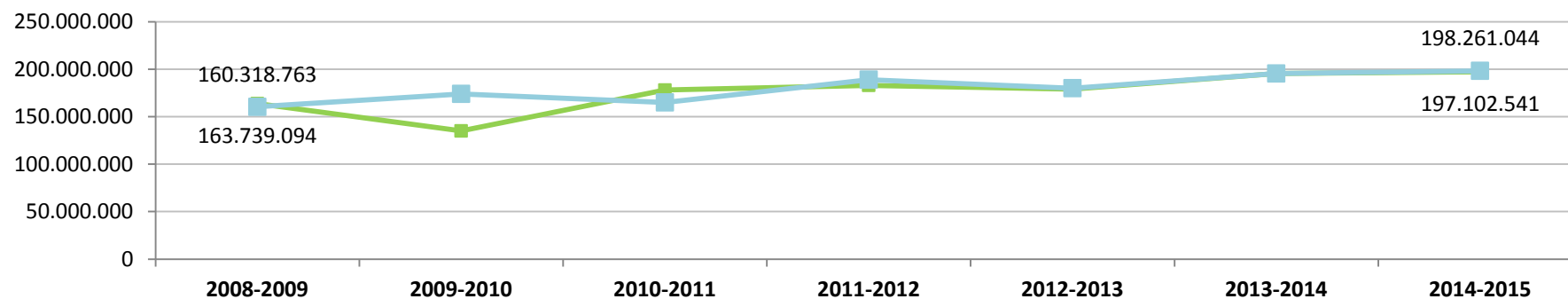
*Empreses de més de 10 treballadors

Pel que fa a les vendes, un 17,6% d'empreses utilitzen el canal *en línia*, que a Espanya genera un volum de negoci de 198.261,0 milions d'euros i representa el 14,4% del total de les vendes i la tercera part de les de les empreses que utilitzen el canal electrònic (32,9%), un pes inferior al que té sobre les compres (43,6%). Així doncs, tot i que el nombre d'empreses que venen per comerç electrònic és inferior al de les que compren, el valor econòmic d'aquestes vendes supera lleugerament el de les compres per quart any consecutiu.

Per sectors econòmics, són de nou les empreses de serveis les que assoleixen un percentatge més elevat d'ús d'aquest canal (21,4%), seguides de la indústria (15,7%) i la construcció (1,5%); però, en contrast amb el que succeeix en l'àmbit de les compres, la indústria concentra la major part (el 58%) de la facturació total de les vendes *en línia* i registra un volum superior al del sector terciari —que n'absorbeix el 41,9%—. Així mateix, el pes del comerç electrònic dins de les vendes del sector industrial (19,7%) és clarament superior al del conjunt del terciari (11,3%).

Respecte al període anterior, el 2014-2015 tant el volum de compres electròniques com el de vendes creixen a l'Estat espanyol (amb variacions interanuals del +0,9 i +1,4%, respectivament), però de manera més moderada que l'any anterior, mentre que el percentatge d'empreses que compren per internet disminueix lleugerament (en -0,9 pp) i el de les que venen per internet s'estabilitza, (-0,2 pp). Malgrat aquest menor ritme de creixement, en conjunt els darrers anys s'observa una clara tendència ascendent del comerç electrònic que fa que les xifres de compres i vendes assolides el 2014 siguin un 20 i un 24% —en termes nominals— superiors, respectivament, a les de l'any 2008.

VOLUM DE COMPRES I VENDES DE COMERÇ ELECTRÒNIC A ESPANYA (MILERS D'EUROS)



Font: Institut d'Estadística. Enquesta sobre l'ús de les TIC i del comerç electrònic a les empreses.

*Empreses de més de deu treballadors

Comerç electrònic de les empreses a Catalunya

D'acord amb l'Enquesta d'ús de les TIC i del comerç electrònic a les empreses 2013-2014 de l'Institut d'Estadística de Catalunya, el 34,2% de les empreses amb deu assalariats o més de Catalunya han comprat per comerç electrònic en aquest període, dada que supera en 5 pp el percentatge assolit el període anterior i 6,6 punts la mitjana espanyola. En el cas de les vendes el percentatge d'empreses és força inferior (21,9%), det que suposa un augment de 6,5 punts respecte al període 2012-2013 i se situa 4,3 pp per sobre del percentatge estatal.

COMERÇ ELECTRÒNIC A CATALUNYA 2013-2014

	Microempreses	Empreses amb deu o més assalariats
Total empreses	411.803	23.247
Compres a través de comerç electrònic (%)	10,7	34,2
Vendes a través de comerç electrònic (%)	4,5	21,9

Font: Departament d'estudis de l'Àrea d'Economia, Empresa i Ocupació a partir de dades de l'Idescat.

Per sectors d'activitat econòmica, més de la tercera part de les empreses de serveis (35,7%), el 31,8% de les de la indústria, i el 31,7% de les de la construcció – un 15,7 pp més que l'any anterior— fan compres a través de comerç electrònic. També en les vendes electròniques el sector terciari representa un percentatge d'empreses usuàries superior (un 26,5% del total, després d'haver augmentat 7,6 pp), seguit de la indústria (17,3%, amb un increment de 2,7 pp) i —amb un registre molt més baix— la construcció (6,7%), que creix 6,1 punts percentuals respecte al període anterior.

COMERÇ ELECTRÒNIC A CATALUNYA 2013-2014 PER SECTOR D'ACTIVITAT DE L'EMPRESA

% empreses amb deu assalariats o més	Sector d'activitat		
	Indústria	Construcció	Serveis
Compres a través de comerç electrònic (%)	31,8	31,7	35,7
Vendes a través de comerç electrònic (%)	17,3	6,7	26,5

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

La facturació total de les compres per internet de les empreses de deu assalariats o més de Catalunya ha estat de 24.185,6 milions d'euros el 2013, xifra que equival al 14,2% de les compres totals i al 30,2% de les compres de les empreses que fan adquisicions per aquest canal. Les empreses industrials concentren més de la meitat de les compres electròniques amb 13.706,8 milions d'euros, que representen un 14,5% de les compres totals del sector i prop d'una tercera part (30,2%) de les compres de les empreses que fan compres *en línia*, mentre que entre les empreses dels serveis —amb 10.334,5 milions de compra per internet— el valor d'aquests indicadors se situa en el 14,7 i el 30,8%, respectivament.

COMPRES A TRAVÉS DE COMERÇ ELECTRÒNIC DE LES EMPRESES DE DEU ASSALARIATS O MÉS. CATALUNYA. 2013-2014
SEGONS EL PES QUE REPRESENTEN LES COMPRES A TRAVÉS DE COMERÇ ELECTRÒNIC I SECTOR D'ACTIVITAT

	Compres a través de comerç electrònic (milers d'euros)	Sobre les compres totals (%)	Sobre les compres d'empreses que han comprat a través de comerç electrònic (%)
Indústria	13.705.778	14,5	30,2
Construcció	145.342	2,8	11,8
Serveis	10.334.491	14,7	30,8
Total	24.185.611	14,2	30,2

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

Per acabar, la construcció presenta dades molt més moderades amb només 145,3 milions d'euros d'adquisicions per internet, un 2,8% del total i un 11,8% entre les empreses que compren pel canal electrònic.

**VENDES A TRAVÉS DE COMERÇ ELECTRÒNIC DE LES EMPRESES DE DEU ASSALARIATS O MÉS. CATALUNYA 2013-2014
SEGONS EL PES QUE REPRESENTEN LES VENDES A TRAVÉS DE COMERÇ ELECTRÒNIC I SECTOR D'ACTIVITAT**

	Vendes a través de comerç electrònic (milers d'euros)	Sobre les vendes totals (%)	Sobre les vendes d'empreses que han venut a través de comerç electrònic (%)
Indústria	23.613.962	17,8	48,5
Construcció	181.606	2,1	32,2
Serveis	14.694.877	13,3	32,1
Total	38.490.445	15,3	40,5

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

Pel que fa a les vendes, la facturació supera la de les compres electròniques —tal com succeeix a Espanya— i assoleix els 38.490,4 milions d'euros. Per sectors, la indústria ocupa el primer lloc tant pel que fa al volum de vendes —amb 23.613,9 milions i un 61,4% del total facturat pels tres sectors— com pel percentatge de vendes que duen a terme per aquest canal (17,8%). El pes que representa aquest tipus de vendes entre les de les empreses que venen per comerç electrònic és del 48,5%. Les empreses de serveis facturen 14.694,9 milions d'euros, xifra que representa un 13,3% de les vendes totals del terciari i prop d'una tercera part (32,1%) de les de les empreses que utilitzen aquest canal de venda. La construcció presenta novament els indicadors més discrets tant pel que fa a l'import de les vendes (181,6 milions d'euros) com al percentatge que aquestes representen sobre el total facturat pel sector (un 2,1%), mentre que les vendes a través del comerç electrònic representen un pes sobre les vendes totals de les empreses que venen per internet similar al dels serveis (el 32,2%).

COMERÇ ELECTRÒNIC A CATALUNYA 2013-2014

PER DIMENSIÓ DE L'EMPRESA

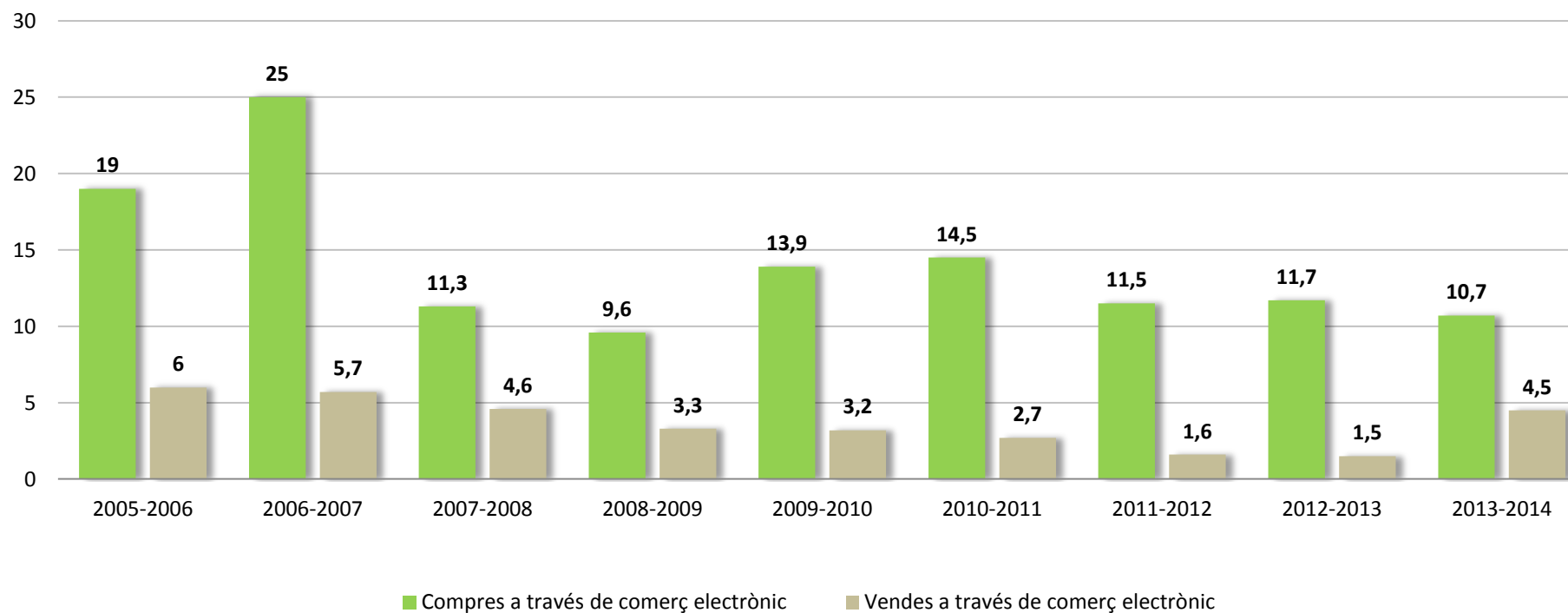
	Microempreses	de 10 a 49 ocupats	de 50 a 249 ocupats	de 250 ocupats o més	Empreses amb 10 o més assalariats
Total empreses	411.803	19.488	3.189	571	23.247
Compres a través de comerç electrònic (%)	10,7	32,7	40,8	48,3	34,2
Vendes a través de comerç electrònic (%)	4,5	19,5	33	40,6	21,9

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

L'ús del comerç electrònic presenta una forta correlació positiva amb la grandària de l'empresa: així, entre les empreses de més de 250 ocupats, el percentatge d'ús d'aquest canal per comprar assoleix un remarcable 48,3%, dada que se situa per sobre de la mitjana de la Unió Europea i de la zona euro. Més de dues cinquenes parts de les empreses de 50 a 249 ocupats (40,8%) i ja prop de la tercera part de les de 10 a 49 ocupats (32,7%) fan també adquisicions per mitjans electrònics, mentre que entre les microempreses només un 10,7% fa compres *en línia*. Quant a les vendes a través de comerç electrònic destaca també l'ús que en fan les empreses de més de 250 ocupats (40,6%), seguides de les d'entre 50 i 249 ocupats (33%), ara bé cal fer especial esment de l'augment de les vendes entre les empreses de 10 a 49 ocupats que passen del 13,3 al 19,5% en l'últim període de l'anàlisi.

Finalment, en l'evolució de l'ús del comerç electrònic per part de les empreses de menys de deu treballadors a Catalunya es constata que el 2013-2014 ha disminuït el percentatge de les que compren per aquest canal respecte a l'any anterior. En canvi, el percentatge d'empreses que venen per internet augmenta 3 pp respecte al 2013 i se situa més a prop dels valors anteriors a la crisi.

EMPRESSES DE MENYS DE DEU TREBALLADORS A CATALUNYA 2005-2014



Font: FOBSIC i descat a partir de dades de l'INE.

Comerç electrònic a les llars de Catalunya

L'any 2014, 2.468.532 catalans –el 44,4% de la població de 15 a 74 anys- han comprat per internet, la qual cosa suposa un increment del 21,5% respecte a l'any anterior, segons el que es desprèn de les dades que publica l'Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a les llars de Catalunya.

El col·lectiu masculí segueix encapçalant les compres per internet (52,1%), i augmenta la diferència amb el pes del femení (47,9%) que perd 1,7 pp respecte a l'any anterior. Per edats, la població entre 25 i 44 anys absorbeix el 52,2% de les compres. D'altra banda, els consumidors *en línia* són en gran majoria de nacionalitat espanyola (89%), si bé el percentatge d'estrangers usuaris (11%) experimenta un augment (+1,2 pp) respecte a l'any anterior.

Quant al nivell d'educació, la població amb estudis universitaris és la que fa més compres per internet (40,5% del total). Les dades mostren també que més de dues terceres parts dels compradors es troben en situació d'ocupats (69,4%), dels quals un 81,2% treballen per compte d'altri. Entre el col·lectiu que no treballa, el nombre d'estudiants(38,9%) supera el d'aturats (36,6%) en la compra per internet. Els pensionistes o les persones que es dediquen a les feines de la llar assoleixen percentatges netament inferiors al seu pes poblacional.

Quant als tipus de productes adquirits per internet, els viatges i allotjaments de vacances són els més sol·licitats amb un 52,5% dels compradors –un percentatge superior en 10,4 pp del 2013–, seguits de la roba i el material esportiu (34%) -amb un increment interanual d'1 pp-, les entrades a espectacles (33,3%) –que experimenten un augment del 9,1 pp– i els productes per a la llar (21,3%) –que perden 2,3 pp respecte al 2013-. Els productes amb menys demanda *en línia* són les accions, assegurances i altres serveis financers i la compra de pel·lícules i música.

PERFIL DELS COMPRADORS PER INTERNET A CATALUNYA 2014

		Persones que han comprat per internet en els darrers 12 mesos	Pes s/total (en %)
Sexe	Home	1.285.622	52,1
	Dona	1.182.910	47,9
Edat	De 16 a 24	357.768	14,5
	De 25 a 44	1.288.248	52,2
	De 45 a 64	748.230	30,3
	De 65 a 74	74.286	3,0
Per nacionalitat	Espanyola	2.198.138	89,0
	Estrangera	270.394	11,0
Per nivell d'educació	Educació primària	45.865	1,9
	1a etapa d'educació secundària	304.727	12,3
	2a etapa d'educació secundària	784.743	31,8
	Formació professional superior	312.823	12,7
	Diplomatura universitària i equivalents	341.759	13,8
	Llicenciatura universitària, màsters i equivalents	615.330	24,9
	Doctorat universitari	42.489	1,7
Per situació laboral	Ocupat	1.713.371	69,4
	Treballador per compte d'altri	1.391.438	81,2
	Treballador per compte propi	321.933	18,8
	No treballador	755.161	30,6
	Aturat/ ada	276.526	36,6
	Estudiant	293.388	38,9
	Jubilat o prejubilat	138.471	18,3
	Feines de la llar	34.618	4,6
	Altra situació laboral	12.158	1,6
CATALUNYA		2.468.532	100,0

PRODUCTES O SERVEIS ADQUIRITS PER INTERNET ELS DARRERS 12 MESOS. CATALUNYA 2014

EN PERCENTATGE SOBRE EL TOTAL DE COMPRADORS

	Productes per a la llar	Pel·lícules, música	Llibres, revistes, etcètera.	Roba o material esportiu	Jocs d'ordinador i videoconsola	Material informàtic
Sexe						
Home	21,3	14,0	16,9	27,8	23,7	26,3
Dona	21,4	9,4	20,4	40,7	17,8	8,7
Edat						
De 16 a 24	5,7	15,1	21,7	36,1	25,1	23,3
De 25 a 34	17,2	14,8	18,8	42,1	16,5	13,2
De 35 a 44	25,0	11,0	14,2	36,4	22,3	17,0
De 45 a 54	32,8	7,4	21,6	23,9	23,6	22,3
De 55 a 64	17,2	8,6	17,8	28,0	15,7	10,0
De 65 a 74	23,9	21,6	25,1	27,8	15,2	27,4
Per nivell d'educació						
Educació primària	28,4	14,5	14,5	25,8	14,5	8,7
1a etapa d'educació secundària	16,0	11,2	10,6	27,6	16,6	10,2
2a etapa d'educació secundària	23,2	13,5	14,8	36,2	22,8	22,1
Formació professional superior	23,2	17,5	17,1	34,6	24,5	20,2
Diplomatatura universitària i equivalents	17,4	5,1	24,6	37,0	13,0	10,2
Llicenciatura universitària, màsters i equivalents	25,8	11,7	24,1	31,0	23,2	20,1
Doctorat universitari	15,0	0,0	42,4	45,5	34,3	27,0
Per situació laboral						
Treballador per compte aliè	26,1	6,4	20,5	33,4	19,5	16,6
Treballador per compte propi	21,3	11,6	19,8	36,0	20,4	19,4
Aturat	12,4	10,0	13,1	33,9	29,4	16,6
Estudiant	4,9	20,9	16,9	36,9	21,4	24,3
Jubilat o prejubilat	24,0	11,6	14,6	30,8	10,3	17,9
Feines de la llar	37,8	11,2	11,2	26,5	54,8	17,1
Altra situació laboral	0,0	0,0	0,0	36,2	0,0	0,0
CATALUNYA	21,3	11,8	18,6	34,0	20,7	17,9

PRODUCTES O SERVEIS ADQUIRITS PER INTERNET ELS DARRERS 12 MESOS. CATALUNYA 2014

EN PERCENTATGE SOBRE EL TOTAL DE COMPRADORS

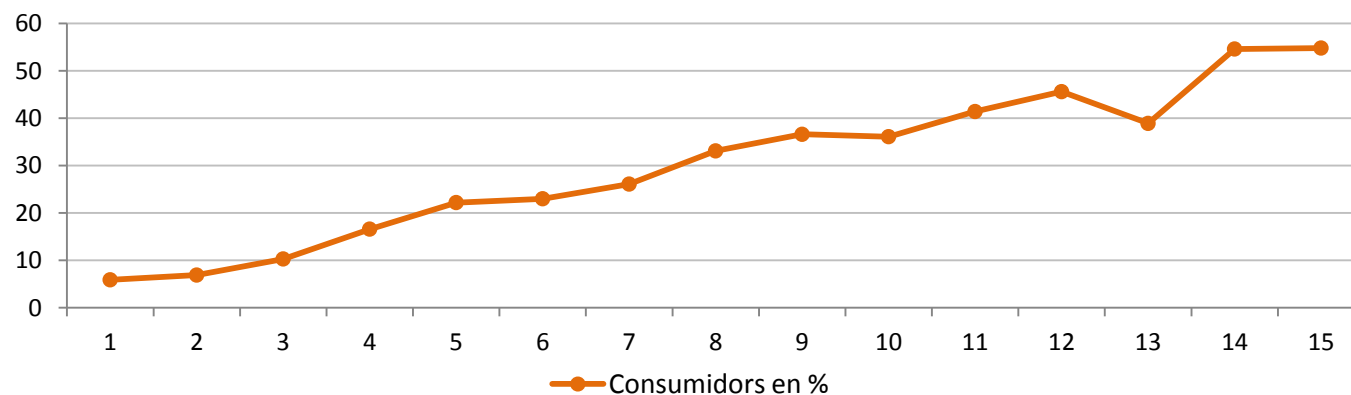
	Equipament electrònic	Accions o valors, assegurances, etc.	Allotjament de vacances	Productes alimentaris	Entrades a espectacles	Altres productes
Sexe						
Home	24,6	7,9	51,8	9,7	43,8	17,3
Dona	10,1	1,2	53,2	18,4	40,8	11,5
Edat						
De 16 a 24	24,2	1,5	33,7	4,2	30,0	12,3
De 25 a 34	9,5	2,3	54,0	16,0	37,8	12,8
De 35 a 44	23,0	7,7	61,1	14,6	47,0	19,3
De 45 a 54	15,5	4,9	49,4	16,0	49,4	13,6
De 55 a 64	13,0	6,4	59,4	19,8	40,3	4,1
De 65 a 74	26,0	2,2	49,0	5,4	47,7	29,6
Per nivell d'educació						
Educació primària	8,7	0,0	24,0	8,7	15,6	0,0
1a etapa d'educació secundària	12,1	1,7	30,2	8,7	20,6	19,1
2a etapa d'educació secundària	24,9	5,1	45,0	13,5	39,1	18,3
Formació professional superior	17,9	6,5	60,1	21,9	41,5	9,4
Diplomatura universitària i equivalents	11,5	5,4	57,4	14,7	46,2	10,1
Llicenciatura universitària, màsters i equivalents	14,9	4,8	68,8	13,6	59,0	14,2
Doctorat universitari	23,2	3,8	72,9	11,2	42,3	0,0
Per situació laboral						
Treballador per compte d'altri	18,1	6,9	59,6	17,1	45,5	14,4
Treballador per compte propi	11,7	4,5	49,0	11,8	55,9	13,1
Aturat	12,4	0,0	37,8	13,7	26,6	17,5
Estudiant	28,6	0,0	40,7	1,9	32,5	12,5
Jubilat o prejubilat	20,5	4,3	49,7	15,1	44,5	14,7
Feines de la llar	0,0	0,0	37,7	9,6	0,0	0,0
Altra situació laboral	0,0	0,0	21,1	0,0	21,1	78,9
CATALUNYA	17,7	4,7	52,5	13,9	42,4	14,5

El percentatge d'adquirents masculins supera clarament els femenins en material informàtic, equipament electrònic, altre programari informàtic, jocs d'ordinador i videoconsoles, pel·lícules i música, entrades a espectacles i accions i assegurances. En canvi, el col·lectiu femení supera el masculí en l'adquisició de viatges i allotjament de vacances, roba o material esportiu, productes per a la llar i productes alimentaris. Per situació laboral, entre els ocupats predominen les compres de viatges i allotjaments seguides de les entrades a espectacles, mentre que entre els aturats també se situa en primer lloc l'adquisició de viatges i allotjaments de vacances, però en segon lloc, la roba i el material esportiu. En el cas dels estudiants que compren per internet, els articles o serveis més demandats són els viatges, la roba i material esportiu i els serveis d'allotjament seguits de les entrades per a espectacles. Les persones que es dediquen a les feines de la llar concentren les seves compres electròniques en productes per a la llar i l'allotjament de vacances -el qual és també el producte més demandat pels pensionistes, juntament amb les entrades per a espectacles, la roba o material esportiu i els productes alimentaris.

Comerç electrònic a Barcelona

Segons dades de l'Òmnibus Municipal del desembre del 2014, el 54,8% dels barcelonins ha adquirit productes per internet en alguna ocasió, fet que suposa una certa estabilització respecte a l'any anterior (+0,2 pp) i el valor més elevat de la sèrie estadística. Així, es modera la tendència ascendent registrada des de l'inici de la sèrie d'aquest indicador l'any 2000, que només s'havia vist interrompuda el 2009 i –de manera més significativa– el 2012. El 2014 la proporció d'homes que usen aquest canal per a la compra (60%) supera amb escreix el de dones (50%) i, com ha passat al llarg dels anys, predominen els usuaris d'edat compresa entre 16 i els 44 anys i procedents dels districtes amb un nivell de renda més elevat, tot i que Horta Guinardó (61,3%) és el districte capdavanter en aquest indicador.

EVOLUCIÓ DE LA COMPRA PER INTERNET A BARCELONA, 2014



Font. Enquesta de l'Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum. Desembre 2014.

A més del registre positiu de participació en el comerç electrònic el 2014, l'enquesta revela que el seu ús s'ha tornat més habitual, ja que el percentatge de persones que afirmen comprar per Internet de forma ocasional disminueix en 2,9 punts percentuals fins a situar-se en el 64,5%, alhora que augmenta en 2,3 pp la utilització del comerç electrònic amb freqüència mensual (17,4%) i en +0,6 pp l'ús setmanal del mateix (4,0%).

EVOLUCIÓ DE LA FREQÜÈNCIA DE COMPRA PER INTERNET A BARCELONA (2005-2014)

%	2005	2011	2012	2013	2014	Var. 05-14	2013/2014
Setmanalment	3,0	3,1	2,8	3,4	4,0	1,0	0,6
Cada dues setmanes	1,7	3,3	2,6	5,6	4,2	2,5	-1,4
Mensualment	13,5	14,5	12,3	15,1	17,4	3,9	2,3
Cada dos mesos	7,4	9,6	7,7	8,3	10,1	2,7	1,8
Ocasionalment	73,9	69,3	74,0	67,4	64,5	-9,4	-2,9

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

Per productes, els més demandats són la roba i el calçat, la informàtica i la telefonia i els viatges (amb el 30,6%, el 24,7% i el 21,3% dels compradors). Quant a l'any anterior destaca en positiu l'augment de la compra de productes alimentaris -que creix en 3,9 punts percentuals-, així com l'augment de la roba i calçat (+1,9 pp) i el parament de la llar (+1,8 pp). En canvi, en l'últim any analitzat perden pes els productes informàtics i de telefonia (-7,1pp) i la compra de viatges (-1,9 pp). Respecte a l'any 2005, destaca especialment el creixement en 23,2 punts que experimenta el percentatge d'usuaris que compren roba i calçat per via electrònica.

PRODUCTES O SERVEIS ADQUIRITS PER INTERNET A BARCELONA. 2005-2014*

%	2005	2011	2012	2013	2014	Var. 05-14
Viatges	36,5	33,1	32,1	23,2	21,3	-15,2
Roba i calçat	7,4	23,5	22,4	28,7	30,6	23,2
Informàtica i telefonia	23,0	16,9	20,1	31,8	24,7	1,7
Llibres	13,5	14,9	12,9	15,1	14,0	0,5
Entrades a espectacles	9,6	13,4	15,9	9,6	9,9	0,3
Aliments	13,0	12,5	9,0	7,0	10,9	-2,1
Altres productes quotidians	3,5	7,7	5,4	5,9	3,6	0,1
Parament de la llar	3,5	7,5	5,4	9,4	11,2	7,7
Música	10,4	6,4	5,1	3,8	4,5	-5,9
Altres lleure	9,6	3,1	1,5	2,5	0,5	-9,1
Altres	3,0	1,8	2,8	7,4	6,3	3,3

* Dades de desembre de cada any.

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

L'any 2014 s'ha creat a la ciutat el clúster estratègic Barcelona Tech City -anteriorment *Ecommerce & Tech Barcelona*- amb el suport de Barcelona Activa i l'objectiu de consolidar un sector emergent i dinàmic que agrupa prop de 300 empreses que operen per internet i per mòbil amb activitat a la capital catalana —entre les quals es troben eDreams, Privalia, Softonic, Let's Bonus, Inspirit, ITnet, Rakuten o “la Caixa”-. La xifra d'ingressos del conjunt del clúster d'empreses és de 6.000M€ el 2014 i aplega 9.500 professionals i el 33% de les empreses han estat creades els dos últims anys.

Es tracta, doncs, d'un sector estratègic per a la ciutat, amb una forta interrelació amb altres sectors calu per al desenvolupament econòmic de Barcelona i la seva projecció internacional —com són la logística, el turisme, el comerç o la mobilitat—, i que aspiren a situar Barcelona com la capital emergent del comerç electrònic i d'altres empreses d'internet i del mòbil al sud d'Europa.

9. BARCELONA CIUTAT DE COMPRES INTERNACIONAL

L'any 2014, Barcelona es consolida novament com a ciutat de compres, ja que és la primera destinació d'Espanya pel que fa a la despesa internacional en targetes de crèdit.

Cal destacar que el comerç continua sent el primer sector pel que fa a despesa internacional per davant del transport, l'allotjament i la restauració. Durant el primer trimestre de l'any, el creixement del sector del comerç ha estat més destacat; després ha passat a ser més moderat, i ha tornat a augmentar en l'últim trimestre de l'any. El mes de més participació ha estat el mes de novembre, amb un 35,8%, coincidint amb l'inici de la campanya **Barcelona Christmas Shopping**.

La participació de Barcelona en el total de la despesa feta per part dels turistes i visitants estrangers ha arribat a una mitjana del 27,35%, de manera que s'ha incrementat un 22,3% respecte a l'any anterior. Barcelona aconsegueix, un cop més, duplicar l'import en despesa internacional respecte de la segona ciutat espanyola, que és Madrid. L'adaptació, en relació amb els preus de l'oferta i la demanda, així com l'entorn urbà, són components que sedueixen els turistes i els visitants estrangers a l'hora de fer compres a la ciutat i molt específicament al Barcelona Shopping Line, únic pel seu continu comercial i per la barreja de cultura, arquitectura, comerç, gastronomia i serveis.

ESPANYA- COMPRES PER PROVÍNCIA -2014

Província	Import. Ops.	% Total	% Incre
BARCELONA	3.754.760.525,37	27,35	22,3
MADRID	1.542.735.687,97	11,24	24,1
BALEARS	1.376.332.275,79	10,03	24,8
GIRONA	914.916.967,36	6,66	8,2
MÀLAGA	874.485.893,26	6,37	12,8
ALICANTE	873.645.479,27	6,36	20,7
GRAN CANARIA	630.879.776,43	4,6	26,5
TENERIFE	624.987.766,70	4,55	19,9
VALENCIA	324.581.115,91	2,36	44,8
TARRAGONA	270.194.237,58	1,97	9,5
GUIPÚSCOA	227.918.017,94	1,66	5,8
SEVILLA	174.494.523,19	1,27	43
CADIZ	168.802.942,26	1,23	30,5
MURCIA	128.623.588,79	0,94	21,2
LLEIDA	124.257.552,36	0,91	3,8
CASTELLON	116.129.795,94	0,85	53,5
GRANADA	93.549.748,89	0,68	17,4
VIZCAYA	83.211.322,97	0,61	22,7
NAVARRA	78.878.758,37	0,57	8,1
ALMERIA	55.316.783,72	0,4	17,6
TOTAL 20 PRIMERS	12.438.702.760,07	90,61	20,9
Total general	13.727.641.978,31	100	21,3

BARCELONA- COMPRES PER PAÏSOS -2014

País	Import. Ops.	% Total	% Increment
FRANÇA	671.962.085,79	17,9	22,7
ITÀLIA	425.936.641,54	11,34	25,63
REGNE UNIT	415.708.476,18	11,07	76,99
ESTATS UNITS	237.523.318,74	6,33	2,91
ALEMANYA	218.916.756,46	5,83	22,42
RÚSSIA	200.337.535,59	5,34	-5,76
SUÏSSA	131.966.022,37	3,51	21,76
PAÏSOS BAIXOS	108.478.122,35	2,89	0,11
BÈLGICA	91.907.660,38	2,45	26,23
XINA	79.066.821,27	2,11	49,07
NORUEGA	59.547.258,48	1,59	9,42
SUÈCIA	59.125.048,37	1,57	10,67
ÀUSTRIA	56.845.848,16	1,51	45
BRASIL	47.247.403,88	1,26	-3,79
PORTUGAL	43.456.906,52	1,16	26,51
CANADA	41.104.743,56	1,09	6,94
DINAMARCA	40.980.349,31	1,09	10,93
AUSTRÀLIA	40.229.253,82	1,07	16,8
JAPÓ	37.412.361,82	1	-1,71
ARGENTINA	37.015.577,88	0,99	-26,44
Total 20 primers	3.044.768.192,47	81,09	21,06
Total general	3.754.760.525,37	100	22,33

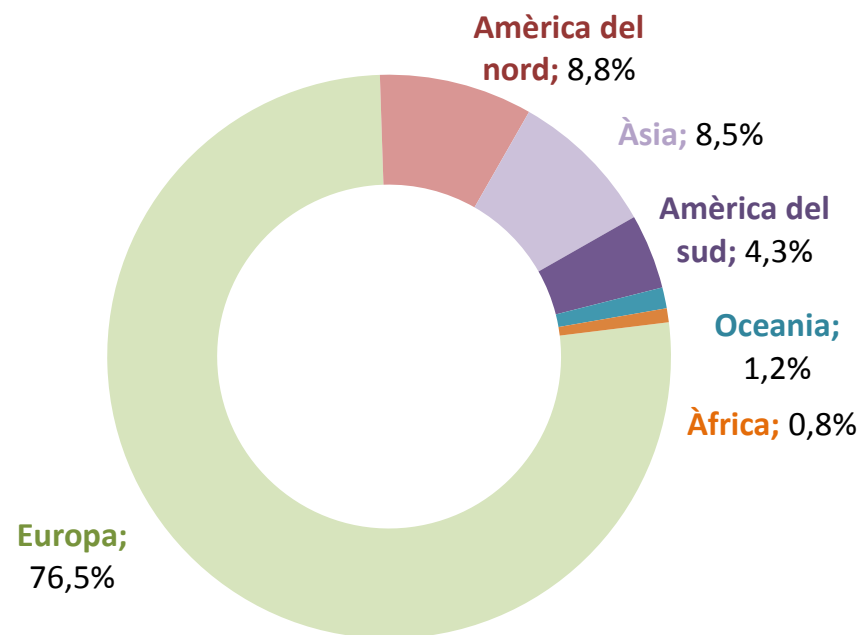
L'Europa comunitària continua sent la més important per a la destinació de Barcelona, però també cal reforçar, i aquest ha estat un dels objectius del 2014, que altres nacionalitats més llunyanes i emergents es desplacin i facin compres a la ciutat.

El 2014, amb la voluntat de donar a conèixer internacionalment el comerç de tota la ciutat, el Barcelona Shopping Line ha editat un nou plànol, el **Barcelona Shopping City**, on apareixen els principals eixos i associacions comercials de la ciutat incloent-hi el Barcelona Shopping Line. També hi apareixen els centres comercials membres i els mercats no alimentaris, i s'hi destaquen les principals icones de la ciutat distribuïdes pels diferents barris.

Aquest plànol s'ha publicat en dues edicions en quatre idiomes, (català, castellà, anglès i francès), i en alemany, rus, xinès i japonès, amb un total de 300.000 exemplars. La distribució d'aquest plànol s'ha fet als diferents punts d'interès turístic de la ciutat, com ara museus i centres d'oci, a tots els hotels de la ciutat, així com a les oficines d'atenció al turista de Turisme de Barcelona. També n'ha fet distribució a congressos i convencions que s'organitzen a la ciutat, així com a fires, tallers, i accions promocionals de Turisme de Barcelona a l'estranger, i a agents de viatges i periodistes que ens visiten.

DESPESA DE TURISME INTERNACIONAL- BARCELONA 2014

	IMPORT OP 2014
EUROPA	2.872.544.746
AMÈRICA NORD	329.264.925
ÀSIA	319.304.233
AMÈRICA SUD	160.093.704
OCEANIA	45.337.234
ÀFRICA	28.215.683
Total general	3.754.760.525



■ Europa ■ Amèrica del nord ■ Àsia ■ Amèrica del sud ■ Oceania ■ Àfrica

Cal destacar el fort augment que ha experimentat el Regne Unit , que ha doblat la despesa respecte a l'any anterior, amb un 76,99% d'increment. Quant als països extracomunitaris, la Xina experimenta una forta pujada entra a formar part, per primer cop, dels deu primers països de la taula amb un 49,07% d'increment. El fort augment de la Xina també es veu reflectit en les dades de devolució de l'IVA que es presenten a continuació, on se situa en segona posició per darrere de Rússia.

Per sisè any consecutiu Turisme de Barcelona ofereix el servei de devolució de l'IVA Tax Free en efectiu. Actualment en dos punts; a l'Oficina de Turisme de Barcelona de plaça de Catalunya, i a la seu central de Turisme de Barcelona al Passatge de la Concepció, tramitant xecs de Global Blue, Premier Tax Free i Travel Tax Free.

Els resultats han estat positius un any més, ja que ha augmentat en un 4,7% la despesa dels visitants extracomunitaris respecte de l'any anterior, s'ha arribat a reembossar en efectiu un total de 2.798.694,38 euros, diners que el turista pot tornar a gastar a l'instant a la mateixa ciutat. El 2014 destaquem el fort increment de Corea, que per primer cop apareix entre els deu primers països de la taula, en tercera posició.

DEVOLUCIÓ DE L'IVA A EXTRACOMUNITARIS.

OFICINES DE TURISME DE BARCELONA (PLAÇA DE CATALUNYA I PASSATGE DE LA CONCEPCIÓ*)

Devolució de l'IVA	2013	2014
Despesa	20.466.058,13 €	21.423.488,79 €
Reemborsament en efectiu	2.691.085,10 €	2.798.694,38 €
%	13,10%	13,10%

País de procedència	Despesa 2014	%
1. Rússia	5.040.178,34	31,82%
2. Xina	1.680.851,31	10,61%
3. Corea	916.715,14	5,79%
4. Brasil	881.262,22	5,56%
5. Israel	594.764,61	3,76%
6. Estats Units	579.232,96	3,66%
7. Argentina	568.175,99	3,59%
8. Ucraïna	488.692,98	3,09%
9. Singapur	458.502,96	2,89%
10. Veneçuela	256.201,01	1,62%
<i>Altres</i>	4.374.630,48	27,62%
Total	15.839.208,00	100,00%

L'objectiu el 2015 és augmentar la capacitat d'atracció de la demanda internacional i fer que les seves rendes es canalitzin cap a les botigues membres. Per això la informació i la promoció és imprescindible en un mercat tant competitiu com l'actual. Aquí és on Turisme de Barcelona i molt especialment el programa Barcelona Shopping Line hi juga un paper important. Per tal que els nostres visitants tinguin coneixement de la nostra oferta comercial, el **Barcelona Shopping Line** es promoció a través d'una nova guia de butxaca on apareixen tots els establiments, centres comercials i eixos membres, amb una fotografia, una petita descripció i també la situació al plànol de la ciutat.

S'ha publicat en dues edicions: en català, castellà, anglès i francès, d'una banda, i en alemany, rus, xinès i japonès, de l'altra, amb un total de 55.000 exemplars. Es distribueix en recepcions d'hotels de 4 i 5 estrelles, oficines d'atenció al turista de Turisme de Barcelona, i a congressos i convencions que s'organitzen a la ciutat. També fires, workshops, i accions promocionals de Turisme de Barcelona en l'àmbit internacional, així com a agents de viatges i periodistes que ens visiten.

Amb la mateixa voluntat de promoció internacional, l'any 2014 es va celebrar, per primer cop, el **Barcelona Shopping Festival**, acte organitzat per consolidar la ciutat com a destinació de compres internacional. Es va celebrar l'1 de juliol coincidint amb el començament de les rebaixes d'estiu, un dels mesos en què la ciutat rep més turistes i amb la intenció que esdevingui un acte amb cita anual.

En aquest cas, l'element vertebrador de la celebració va ser un Barcelona Bus Turístic personalitzat que va recórrer els principals punts de l'eix comercial transportant una comparsa d'actors, músics i animadors components de la rua que anunciava l'arribada de les rebaixes, així com el lliurament de fins a 2.000 euros en xecs per a compres al públic assistent.

El llançament de l'acte es va fer online i a les xarxes socials de Turisme de Barcelona (Visitbarcelona) a Facebook, Twitter i Instagram. Es va aconseguir un total de 4.602 visites i 3.546 visitants exclusius i una mitja de 328 visites diàries a la pàgina promocional. Tres dels premis es van lliurar als guanyadors online i la resta en directe als diferents escenaris de la rua.

Pel que fa a la campanya anual **Barcelona Christmas Shopping**, basada també a estimular el desplaçament a la nostra ciutat i augmentar la despesa en compres en el període pre-nadalenc, la promoció també s'ha fet online. Al microlloc web creat especialment per a l'acció, s'ha fet promoció amb el sorteig de quatre estades a Barcelona, descomptes dels establiments membres del programa, i informació genèrica de ciutat, així com de tota l'agenda de Nadal. També s'ha fet dinamització a les xarxes socials de Turisme de Barcelona (Visitbarcelona) amb destacats de les tradicions i els actes de l'agenda de Nadal de la ciutat. S'han aconseguit un total de 93.231 visites al microlloc web, 1.337 de registrats, i 2.961 descàrregues dels descomptes oferts pels establiments membres.

Edita:

Ajuntament de Barcelona
Àrea de Treball, Economia i Planificació estratègica
Direcció de Comerç i Consum

Col·laboració:

Departament d'Estudis. Gerència d'Ocupació, Empresa i Turisme

Dipòsit legal: B.29778-2015



**Ajuntament
de Barcelona**