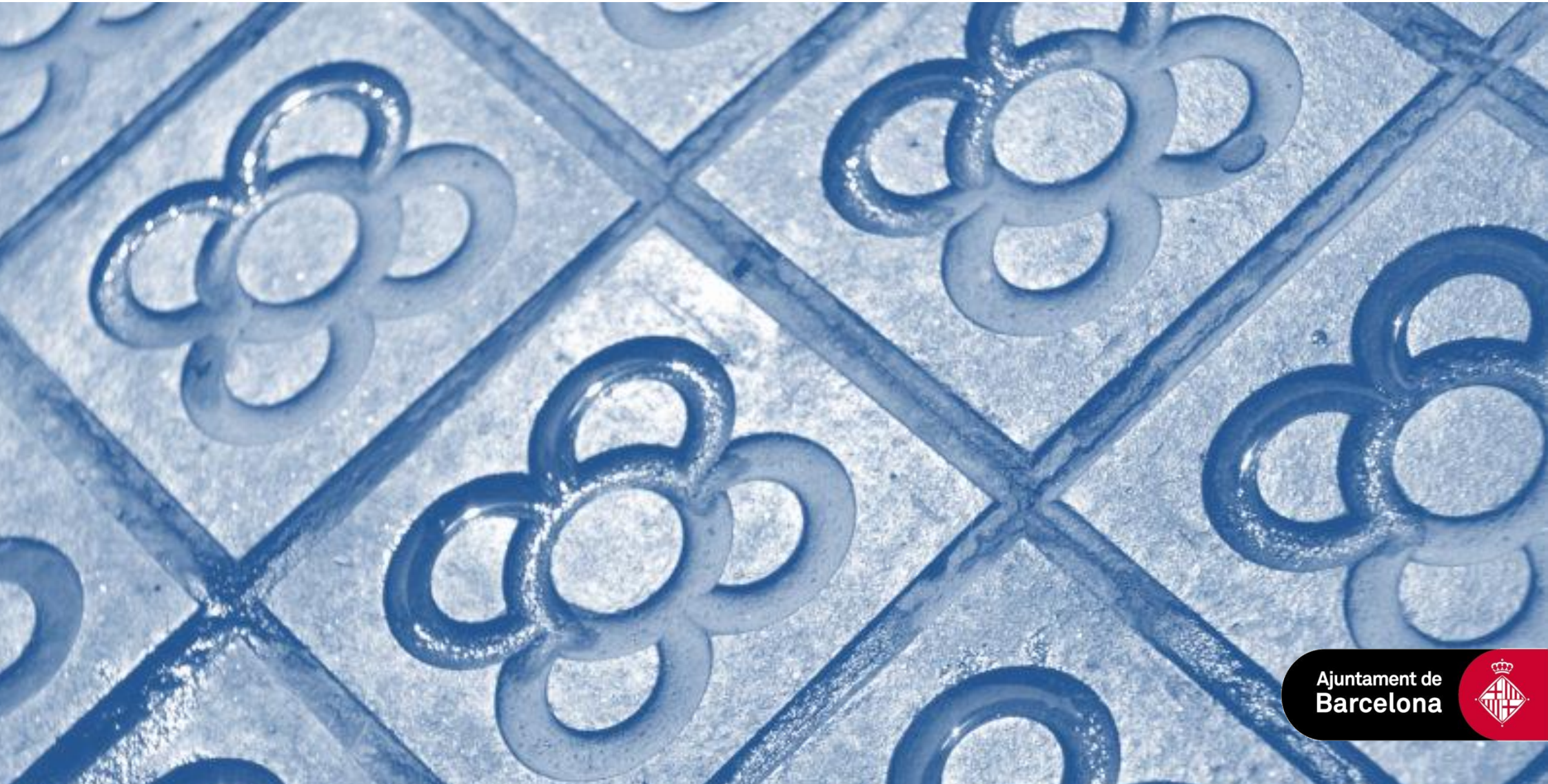


El Comerç a Barcelona - 2015



Índex

Presentació	6
Síntesi	7
Una ullada al comerç de la ciutat de Barcelona	8
El comerç, en camí de la recuperació	8
Un comerç tradicional amb capacitats per resoldre els seus reptes	9
Comerciants preocupats pel present però esperançats en el futur	10
La ciutadania aposta pel comerç tradicional	11
L'Ajuntament de Barcelona, un actor clau en el comerç de la ciutat	12
La defensa del model comercial de proximitat	12
Els mercats municipals	13
Promoció i ajudes al comerç	14
Barcelona ciutat de compres internacionals	15
L'Hostaleria a la ciutat de Barcelona	16
Comerç i hostaleria, dos sectors complementaris	16
Característiques dels bars i restaurants	16
Expectatives del futur	17
El comerç a Barcelona	18
1. Sector terciari	19
2. Ocupació	22
2.1. Anàlisi per branques	28
3. Facturació i PIB	32
4. Centres de cotització del comerç	35
4.1. Anàlisi per branques	39
4.2. Dimensió empresarial del sector comercial	43
5. Enquesta de clima empresarial de l'AMB	46

6. El sector de l'hostaleria	48
6.1 Afiliació a la seguretat social en l'hostaleria	48
6.2 Centres de cotització	53
7. El comerç electrònic	57
7.1 Comerç electrònic de les empreses a Espanya	62
7.2 Comerç electrònic de les empreses a Catalunya	65
7.3 Comerç electrònic a les llars a Catalunya	70
7.4 Comerç electrònic a les llars de Barcelona	75
8. Anàlisi del sector comercial	78
8.1 Òmnibus Municipal de Comerç	78
8.1.1 Valoració sobre el comerç	79
8.1.2 L'atenció segons el tipus de comerç	80
8.1.3 Grau d'importància de diferents aspectes comercials	81
8.1.4 Hàbits de compra segons tipologia de productes	82
8.1.5 Zones comercials	84
8.2 Enquesta sobre l'activitat del sector comercial a Barcelona	85
8.2.1 Les característiques	85
8.2.2 L'associacionisme	87
8.2.3 El local comercial	88
8.2.4 Els serveis	90
8.2.5 Els horaris i les vendes	92
8.2.6 El personal	94
8.2.7 La conjuntura del sector comercial	98
8.3 Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració	102
8.3.1 Les característiques dels establiments	102
8.3.2 Associacionisme	103
8.3.3 El local	103
8.3.4 Activitat i horaris	104
8.3.5 Els serveis	104
8.3.6 El personal	107
8.3.7 La conjuntura	108
8.4 Enquestes sobre l'obertura de diumenges a l'estiu en zona turística	112
8.4.1 Verificació de l'obertura en diumenges autoritzats	112

8.4.2 Enquesta a vianants	114
8.4.3 Apartat específic a l'Enquesta Òmnibus Municipal	120
8.5 Altres estudis – Indicadors de Comerç de Barcelona (ICOB)	123
Compradors	123
Estat de la competència i dels proveïdors	125
Evolució del negoci	127
Promoció del comerç	130
Altres indicadors del comerç	135
9. Projectes	136
9.1. Premi Comerç de Barcelona, 18a edició	136
9.2. El comerç i les escoles	147
9.3 Projectes gestionats per Barcelona Activa	152
9.3.1. Programa Comerç a la xarxa	153
9.3.2. Programa Obert al Futur	154
9.3.3. Programa Barcelona Open Challenge	155
10. Promoció als mitjans/xarxes	157
10.1. Campanya de Nadal	157
10.1.1. Concurs d'enllumenat (Encén el Nadal – concurs d'idees)	159
10.2. Web, Xarxes socials	160
10.3. Protecció als establiments emblemàtics	163
11. Suport econòmic	165
11.1 Subvencions de proximitat i promoció econòmica	165
11.2 Campanya en zones afectades per obres de llarga durada	167
12. Mercats Municipals	168
12.1 Visió general	168
12.2 Remodelació dels mercats municipals	170
12.3 Millores de les estructures físiques dels mercats	172
12.4 Actuacions exteriors	177
12.5 Projectes internacionals	179
12.6 Ordenació comercial	182
12.7 Aspectes comercials i de gestió	183
12.8 Activitats	184

12.9 Campanya Mercats Verds	191
12.10 Comunicació	193
12.10.1 Comunicació offline	193
12.10.2 Comunicació digital online	194
12.10.3 Filmacions i fotografies als mercats	195
12.11 Indicadors del nivell d'activitat	196
13. Barcelona, ciutat de compres internacional	197
13.1. Servei de devolució d'IVA	198
13.2. Barcelona Shopping Line i Barcelona Shopping City	200

**Montserrat Ballarín España**

Regidora de Comerç i Mercats
Ajuntament de Barcelona

En el següent document us presentem les principals dades del comerç durant l'any 2015. Aquest informe revela que, després d'anys difícils, el comerç comença a experimentar signes de recuperació. És una dada esperançadora que també reflecteix la progressiva transformació del sector.

Al 2015, el comerç registra un creixement de l'ocupació del 2% i de la facturació del 1,9%. Dades especialment importants perquè 146.000 treballadors i treballadores i 34.250 milions d'euros de facturació representen aproximadament el 15% de l'ocupació i del PIB de la ciutat de Barcelona.

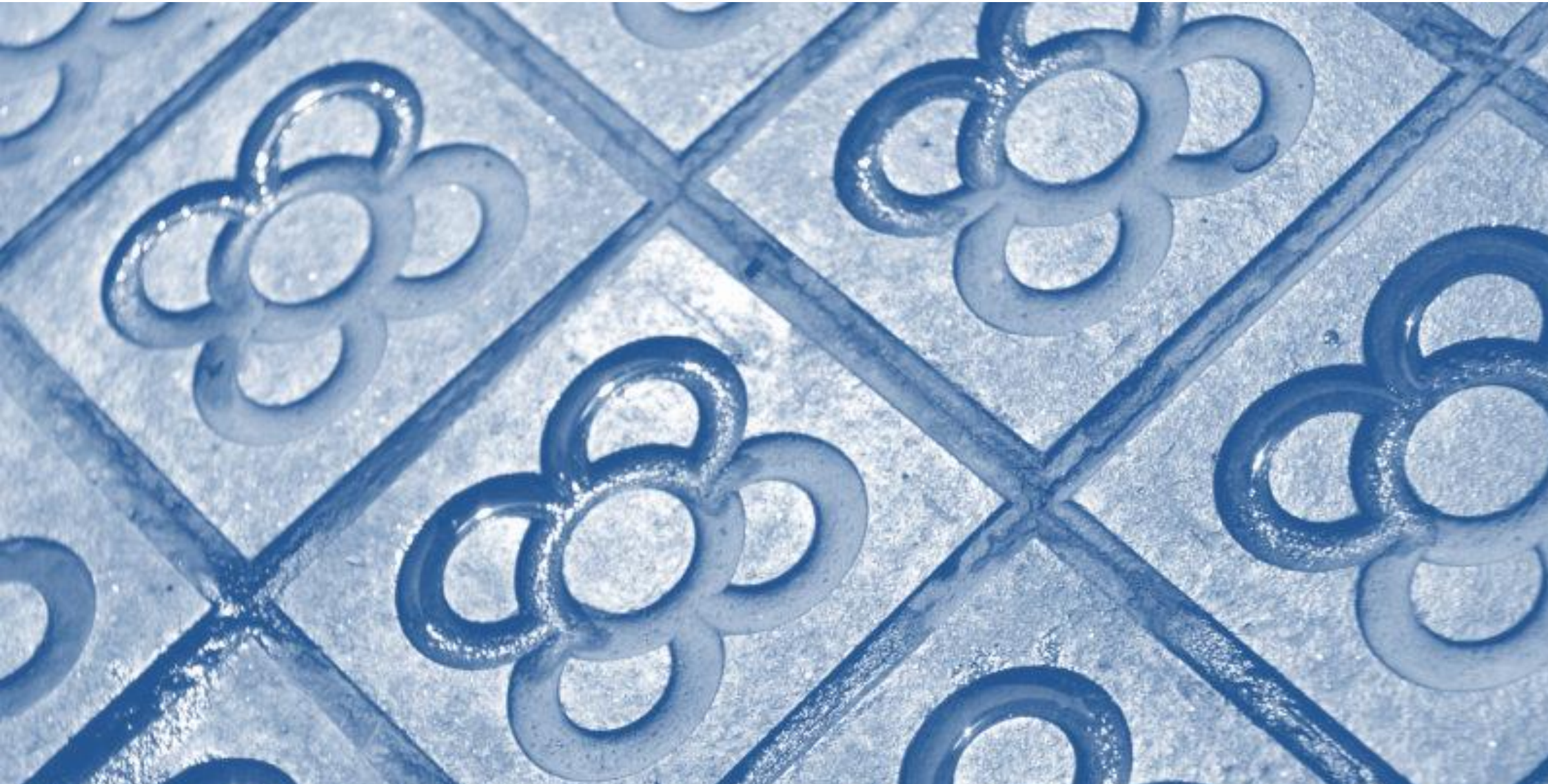
A part de les dades econòmiques, aquest informe revela els diferents canvis que està vivint el sector per adaptar-se als nous temps. Augmenta la proporció de societats civils particulars, fet que denota l'activitat emprenedora que viu el sector. El teixit comercial es renova amb professionals i establiments més joves, oberts a la tecnologia i al món digital, amb personal preparat i qualificat i amb uns horaris més adaptats a les necessitats dels consumidors.

Els comerciants es mostren esperançats pel futur, i la majoria creu que el volum del seu negoci serà el mateix o millorarà en els propers dos anys. D'altra banda, els barcelonins i les barcelonines puntuen amb un notable el comerç de proximitat i els mercats municipals, entre d'altres raons perquè ofereixen la millor atenció.

És evident que el context actual -els efectes de la crisi econòmica, el canvi d'hàbits de consum, la manca de relleu generacional, la competència de les grans superfícies, les cadenes d'àmbit internacional, les franquícies i les plataformes virtuals, etc.- planteja molts reptes al comerç. No obstant això, aquest informe constata la capacitat del mateix per reinventar-se, innovar, adaptar-se i atendre les necessitats d'un públic fidel, que valora i reconeix la seva tasca social i econòmica.

Des de la Regidoria celebrem aquests resultats i reiterem el nostre compromís amb el comerç de proximitat. Les línies estratègiques del nostre pla de treball vertebraran, pels propers anys, projectes i accions que impulsen la competitivitat i la innovació del model comercial de Barcelona. És una aposta per mantenir i promocionar aquesta activitat econòmica que, més enllà dels seus objectius econòmics i de creació d'ocupació, trama, humanitza i cohesiona la ciutat i afavoreix la creació de vincles que milloren la convivència.

Síntesi



Una ullada al comerç de la ciutat de Barcelona

Ocupació: +2,0%

Facturació: +1,9%

Valoració per la
ciutadania: +3,8%

El comerç, en camí de la recuperació

Al 2015 el comerç a la ciutat de Barcelona mostra uns clars indicis de recuperació amb un creixement de l'ocupació del 2% i de la facturació de l'1,9%, que són especialment importants atès que amb 146.000 treballadors i uns 34.250 milions d'euros de facturació, representen el 15% de l'ocupació i del PIB de la ciutat de Barcelona.

Malgrat aquestes xifres positives, aquests creixements estan per sota dels que ha tingut l'economia de la ciutat i de Catalunya al 2015 i, en termes absoluts, estan per sota dels nivells anteriors a l'inici de la crisi, al 2008..

Un comerç tradicional amb capacitats per resoldre els seus reptes

És un comerç en permanent contacte amb els barcelonins, on la majoria dels establiments (60%) mantenen la relació client-comprador com a sistema de venda (venda assistida), i on també una gran majoria (71%) dels establiments pertanyen a societats civils particulars. Aquesta darrera dada també ens dóna idea de la importància dels emprenedors en el comerç de la ciutat.

Els establiments són relativament joves (13,6 anys) amb locals accessibles, la gran majoria directament des del carrer. Estan oberts sis dies la setmana i tenen una sala de venda d'uns 74 m² de mitjana. El local és habitualment de lloguer, pel que és paga un import mitjà de 1.143€ al mes.

Aquestes dades expliquen part de les fortalezes del comerç de Barcelona:

- Renovat, amb comerços cada vegada més joves.
- Emprenedor, on augmenta la proporció de societats civils particulars.
- Equipat tecnològicament i incorporat al món digital, amb més comerços amb pàgina web i més venda online.
- Disponible, amb horaris més adients pels barcelonins.
- Amb personal més preparat, amb nivells d'estudis més alts.

Unes fortalezes que poden ajudar a aprofitar les oportunitats de millora del comerç:

- Aprofitar les sinergies i la capacitat d'acció comuna del comerç, per tal de revertir la creixent disminució de l'associacionisme.
- L'augment de la venda en autoservei exigeix una millor posada en escena de la botiga i més preparació dels venedors, per tal de millorar l'experiència de compra.
- Augmentar els serveis de proximitat, especialment en sectors vulnerables com el de la gent gran i evitar l'actual disminució dels comerços que accepten comandes per telèfon o que fan lliuraments a domicilis.
- Millorar la formació dels empleats, dels quals només una tercera part ha rebut formació en els darrers dos anys.

Comerciants preocupats pel present però esperançats en el futur

Al 2015 augmenta del 46% al 49% el percentatge de comerciants que no estan satisfets amb la marxa del seu negoci. Però al mateix temps, i per segon any consecutiu, són més els comerciants que estan molt o bastant satisfets (30%), que els que consideren que el seu negoci marxa de manera “normal” (20%).

Podem dir que els comerciants es veuen impotents davant l'entorn, atès que pràcticament tots consideren que els factors que influeixen negativament en el seu comerç són d'un tipus que està fora del seu control (recessió econòmica; pèrdua de poder adquisitiu).

Aquesta situació s'uneix amb una certa manca d'apoderament, evidenciada pel fet que la majoria dels comerciants consideren que la futura bona marxa del negoci depèn de factors externs a ells (millora del poder adquisitiu, millora de l'economia, millores en els barris). Són pocs els comerciants que creuen que els factors que els poden ajudar són a les seves mans (publicitat; bona atenció al client; professionalitat; modificar preus; renovar botigues).

Però al mateix temps, es mostren esperançats en el futur proper. Així, la majoria creu que el volum del negoci serà el mateix o millorarà en els propers 2 anys, i que mantindran o augmentaran el nombre d'empleats. Tanmateix, més d'una quarta part diu que farà canvis en el seu establiment durant el 2016.

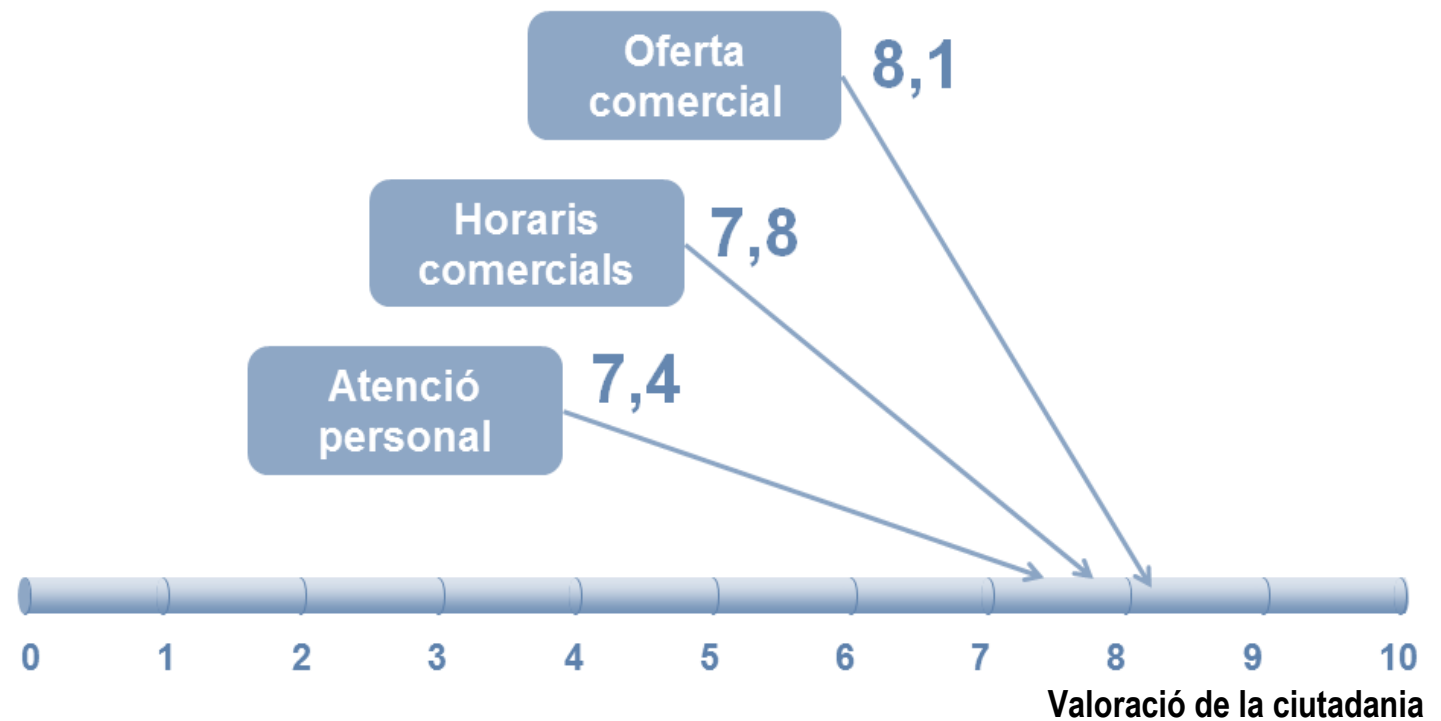
Hi ha més senyals d'optimisme en el futur, com l'augment del nombre de comerciants que creuen que està augmentant l'afluència de compradors i que aquests tenen una actitud més animada pel que fa a les compres.

La ciutadania aposta pel comerç tradicional

Els barcelonins puntuen amb un “notable” el comerç de la ciutat de Barcelona, on tant l’oferta comercial (8,1 de puntuació), com els horaris (7,8) i l’atenció personal (7,1) milloren respecte al 2014.

Els ciutadans volen un comerç honrat, professional i on rebin un bon tracte. En aquest sentit consideren que la millor atenció la reben del comerç de proximitat i dels mercats municipals.

És a dir, els barcelonins busquen comerços i venedors en qui confiar, i associen aquests atributs al comerç tradicional.



L'Ajuntament de Barcelona, un actor clau en el comerç de la ciutat

La defensa del model comercial de proximitat

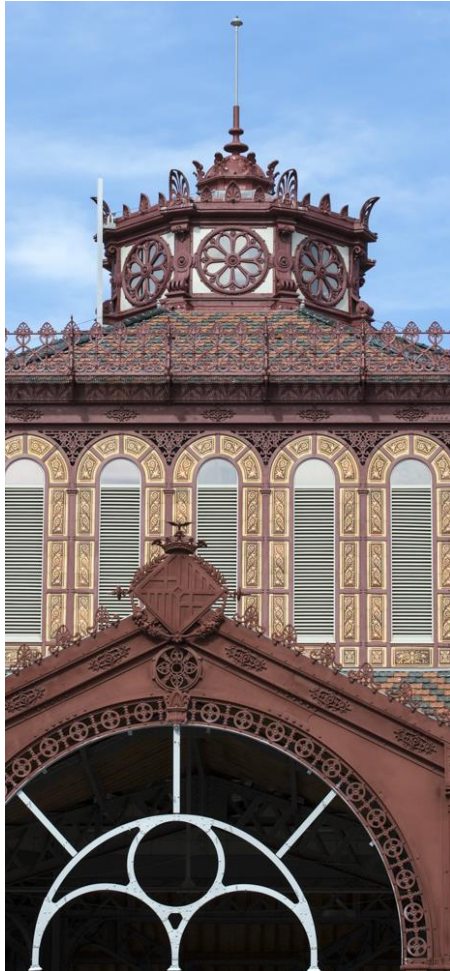
L'Ajuntament de Barcelona defensa un model de comerç que, més enllà del seus objectius econòmics, sigui també una eina de cohesió social que humanitzi la ciutat, afavoreixi la creació de vincles de convivència i cobreixi les necessitats dels seus ciutadans.

Així, al 2015, milers de nens i joves han participat en les activitats del projecte "El comerç i les escoles" on han après la importància del consum responsable, han conegut la varietat i les característiques del comerç local i han pogut conèixer de manera directa, en gairebé 300 visites guiades, el funcionament dels comerços dels seus barris.

Per altra banda, el Premi Comerç de Barcelona ha arribat a la seva 18a edició, reconeixent a comerços, entitats i persones que han destacat no tant sols en les seves iniciatives empresarials, sinó també en la integració del comerç dins de la societat de Barcelona d'una manera inclusiva i sostenible.

Un altre grup d'iniciatives s'ha orientat a la defensa i la promoció dels establiments comercials emblemàtics, reconeixent la seva aportació a la història i a la pròpia identitat de la ciutat de Barcelona.

Els mercats municipals



Amb més de 65 milions de visitants durant l'any 2015, i disposant del 5% de les botigues de la ciutat, els mercats municipals són un element bàsic per oferir als ciutadans un comerç de proximitat de qualitat i amb els millors serveis.

L'antiguitat dels mercats de Barcelona fa que estiguin totalment arrelats a la cultura i a la memòria col·lectiva de la ciutat. Per això totes les accions de millora, modernització i adaptació a les noves necessitats dels ciutadans, s'estan fent des de l'Ajuntament amb la cura adequada per protegir aquest patrimoni dels barcelonins. En aquest sentit, al 2015 s'ha inaugurat la remodelació del Mercat del Ninot, han continuat els treballs al Mercat de Sant Antoni, s'han realitzat remodelacions parcials al Mercat de la Boqueria i al del Guinardó i s'han fet millores menors a tots els mercats.

El paper dels mercats municipals com eixos aglutinadors de la vida comercial i social de la ciutat, s'ha reforçat amb nombroses iniciatives tan diferents com la participació a les festes tradicionals dels barris o la col·laboració amb accions solidàries com el Gran Recapte d'Aliments. Sense oblidar els gairebé 4.300 alumnes de 79 escoles que van participar en el programa educatiu "Mengem sa, mengem de mercat".

Al 2015 es van realitzar nombroses activitats per promoure el comerç dels Mercats Municipals, com la "Fira Mercat de Mercats" que va tenir una assistència d'unes 265.000 persones, més de 180 activitats de promoció comercial, o el lliurament dels premis "Mercats de Barcelona".

La sostenibilitat en els mercats municipals s'ha reforçat amb la campanya "Mercats Verds", que al 2015 va realitzar una prova pilot al Mercat de la Llibertat per promoure l'oferta de productes ecològics i de proximitat. Amb una altra acció d'aquesta campanya, els mercats municipals van avançar-se a la legislació catalana, tot introduint el cobrament obligatori de les bosses de plàstic, al temps que es van repartir 300.000 bosses reutilitzables.

Totes aquestes accions han tingut una resposta positiva dels ciutadans, de manera que els que consideren que en els mercats municipals és on millor els atenen han passat del 21,1% en el 2014 al 28,7% al 2015, i el 83% dels que compren en els mercats municipals estan bastant o molt satisfets d'ells.

Promoció i ajudes al comerç

Al 2015, l'Ajuntament de Barcelona va destinar 850.000 euros a subvencions als comerciants per ajudar al guarniment amb l'enllumenat de Nadal de gairebé 100 kilòmetres de carrers. Tanmateix, i de manera excepcional, es va fer càrrec de la il·luminació de diversos carrers d'especial rellevància.

També va subvencionar amb 1.200.000 euros a entitats que varen dur a terme activitats relacionades amb el món del comerç de la ciutat. Uns altres 250.000 euros van servir per donar suport a les zones comercials afectades per obres de llarga durada.

Per altra banda, Turisme de Barcelona va posar en marxa una campanya per promoure la ciutat com una destinació internacional de compres de Nadal, i també va incloure la promoció del comerç local dins la campanya global de comunicació "Hola Nadal".

Uns 1.500 comerços s'han beneficiat del programa "Comerç a la xarxa", que gratuïtament ajuda als comerciants a donar-se visibilitat a Internet. Paral·lelament, a través de Barcelona Activa, s'ha ofert formació gratuïta als comerciants mitjançant el seu programa "Obert al futur".

Barcelona ciutat de compres internacionals

Barcelona és el lloc preferit de compra pels turistes extracomunitaris, com ho demostra el fet que el comerç de la província de Barcelona absorbeix el 47% de les seves compres a Espanya. I cal destacar que el comerç és el primer sector pel que fa a la despesa internacional, per davant del transport, l'allotjament i la restauració.

Per tal d'afavorir aquest avantatge competitiu, l'Ajuntament de Barcelona ha realitzat accions per promoure el turisme de compres a tota la ciutat, amb el programa "Barcelona Shopping City". A més, ha reforçat l'atractiu comercial de les zones turístiques de la ciutat amb un programa específic, el "Barcelona Shopping Line". També s'han realitzat campanyes específiques per la campanya de Nadal sota el nom de "Barcelona Christmas Shopping".

Per setè any consecutiu, Turisme de Barcelona ofereix el servei de devolució de l'IVA als turistes extracomunitaris. Al 2015 es van retornar 2,8 milions d'euros, corresponents a un volum de compres d'uns 21 milions d'euros.

Aquest servei ofereix una valuosa informació sobre les compres dels turistes extracomunitaris. En particular, al 2015, el país amb major volum de compres va ser Xina, que va rellevar en aquesta posició a Rússia. Cal destacar el valor mitjà de la compra individual, que per als turistes de països com Xina o Estats Units sobrepassa els 600€.

L'Hostaleria a la ciutat de Barcelona

Comerç i hostaleria, dos sectors complementaris

El sector de l'hostaleria a la ciutat de Barcelona, amb els seus 79.000 treballadors manté una relació de complementarietat amb el sector del comerç, de tal manera que difícilment pot existir un d'ells sense l'altre.

Malgrat aquesta relació, l'hostaleria va evolucionar al 2015 més bé que el comerç, amb un creixement d'un 6% en el nombre d'empleats (un 4,4% en els serveis d'allotjament i un 6'4% en els de menjar i begudes). De fet, aquest sector és, juntament amb el de les Tecnologies d'Informació i Comunicació, el que ha mostrat un major dinamisme durant la crisi gràcies al comportament de la demanda turística.

Característiques dels bars i restaurants

Dins del sector de l'hostaleria, els serveis d'allotjament donen feina a unes 16.600 persones, mentre que el de menjar i begudes en dóna a unes 62.400. La majoria d'aquestes (82%) en bars o bars-restaurants.

El 67% dels establiments són bars, un 27% són restaurants-bars i un 6% són restaurants.

L'establiment mitjà té una antiguitat d'uns 10 anys (la meitat ha obert entre el 2010 i el 2015), pertany a una societat civil particular, està ubicat en un local de lloguer i disposa d'una sala d'uns 59 m². La majoria (52%) obren tots els dies de la setmana, amb un total d'unes 85 hores setmanals d'obertura, i té una mitjana de 2,8 treballadors (sense tenir en compte els establiments de més de 10 treballadors).

Cal destacar el poc interès en l'associacionisme, atès que només un 18% dels establiments estan associats. És significatiu que dels que afirmen estar associats, 1 de cada 5 creu que les associacions no li ofereixen cap servei.



El treballadors són majoritàriament homes (60%), amb estudis obligatoris o secundaris (55,8%). El 12,5% té estudis professionals i el 10,2% universitaris. Els restaurants són els que disposen de treballadors amb més nivell de formació.

Un 34% dels propietaris i un 41% del personal és de nacionalitat estrangera. El grup més nombrós és el de nacionalitat xinesa, que inclou al 13,8% del personal i al 19,6% dels propietaris.

Expectatives del futur

La meitat dels responsables dels establiments es mostren insatisfets amb la marxa del negoci, una xifra molt inferior al 70% que ho deia a l'any 2013. De totes maneres, al 2015, la nota de satisfacció és de 2,7 (sobre 5), que puja al 3,3 en els restaurants.

Malgrat tot, el 69% dels enquestats són optimistes i confien en la millora o com a mínim en l'estabilitat del negoci en el futur proper. De tal manera que el 80% creu que mantindrà la plantilla de personal i un 9,4% que l'augmentarà. Entre els factors que creuen que els afectaran positivament, està l'evolució del turisme i el factor climàtic.

El comerç a Barcelona



1. Sector terciari

L'any 2015 el terciari de Barcelona crea llocs de treball per tercer any consecutiu i accelera el seu augment vers l'any 2014. El nombre d'afiliats al Règim General i d'autònoms de la Seguretat Social als serveis augmenta prop dels 34.500 ocupats (+4%) vers el mateix mes de 2014. És un resultat clarament favorable, que supera l'augment del 2014 (+2,4%), del conjunt de l'economia de la ciutat pel 2015 (+3,4%) i contrasta amb la disminució del llocs de treball a la indústria (-1,7%).

Al 2015, gran part de les branques econòmiques terciàries mostren evolucions positives i hi destaca de forma sostenible la d'informació i comunicacions (+10,1%). Li segueixen les activitats immobiliàries (+6,4%) i l'hostaleria (+6,0%). En termes absoluts, la branca de serveis a les empreses ha augmentat els seus llocs de treball en 10.152, seguida d'informació i comunicacions (5.257) i hostaleria (4.476). Només les activitats financeres i d'assegurances perden ocupació (-2,8%, -1.080 llocs de treball).

Pel que fa al sector del comerç i reparacions, representa el 17% dels afiliats del terciari a Barcelona, i al 2015 guanya 3.130 afiliats (+2,1%), i crea llocs de treball per segon any consecutiu. Per branques, el comerç al detall augmenta un +2,4%, i l'engròs un +1,5%, augments superiors als obtinguts al 2014. Malgrat això, aquesta evolució és inferior a la de la resta del terciari.

L'hostaleria segueix entre els sectors amb majors augments sectorials de l'ocupació a Barcelona (+6%) i -junt amb les TIC- presenta la millor evolució d'aquest indicador durant la crisi, amb un creixement dels afiliats del +17,9% en el període 2008-2015. L'evolució dels indicadors d'activitat turística durant el 2015 ha estat de signe positiu per sisè any consecutiu –amb nous màxims històrics de visitants i pernòctes en hotels-.

Destaca la importància de les branques de serveis bàsics a les persones (Administració pública, Educació i Activitats sanitàries i serveis socials), que sumen 241.092 llocs de treball (el 27,1% del total del terciari), amb un augment conjunt de 9.421 llocs de treball que equival a un 4,1%.

L'ocupació al sector terciari creix més que el conjunt de l'economia de Barcelona

El nombre de treballadors al comerç creix en el 2015, però en menor percentatge que la resta del terciari

Afiliats* al sistema de la seguretat social a Barcelona en el sector terciari. 2015

	Variació 15/14		
	2015	Nombre	%
Comerç i reparacions	154.332	3.130	2,07
Transports i emmagatzematge	45.102	706	1,59
Hostaleria	79.057	4.476	6,00
Informació i comunicacions	57.092	5.257	10,14
Activitats financeres i d'assegurances	37.482	-1.080	-2,80
Activitats immobiliàries	13.940	840	6,41
Serveis a les empreses	200.575	10.152	5,33
Administració pública	81.083	3.982	5,16
Educació	67.454	2.478	3,81
Activitats sanitàries i serveis socials	92.555	2.961	3,30
Activitats artístiques, recreatives	24.694	1.243	5,30
Altres serveis (1)	36.161	338	0,94
Total serveis	889.527	34.483	4,03

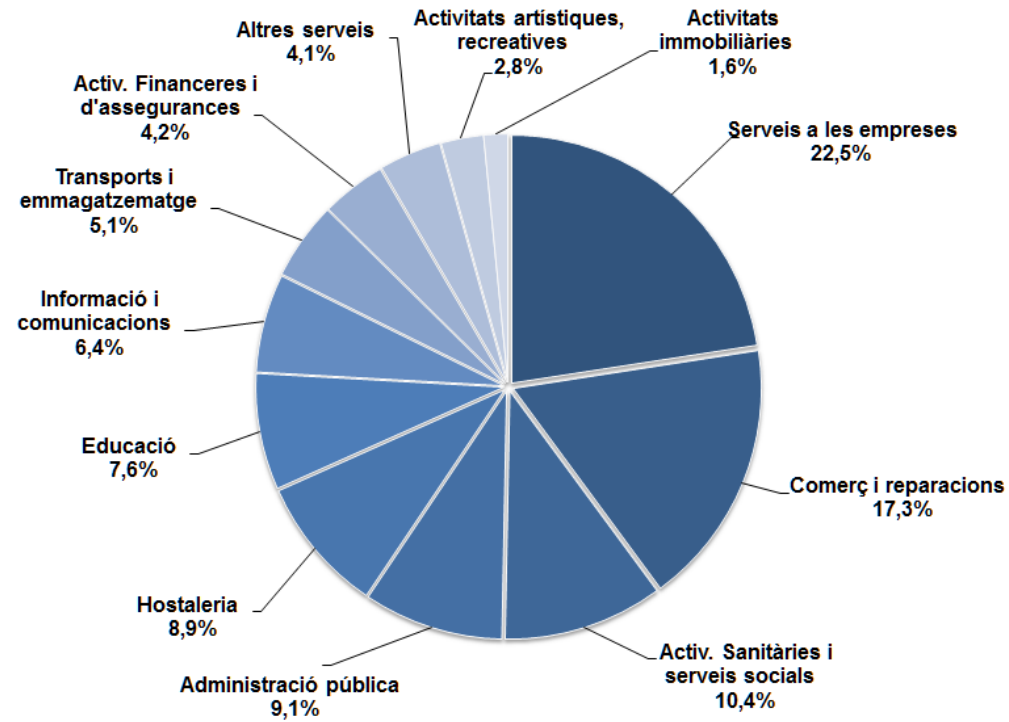
* Suma dels afiliats al règim general i d'autònoms

(1) inclou personal domèstic i organismes extraterritorials

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

Al finalitzar el 2015, el sector terciari incrementa lleugerament el seu pes dins l'estructura ocupacional de la ciutat fins assolir el 89,5% dels afiliats de Barcelona, xifra que supera en 0,4 punts la de l'any anterior. El major dinamisme en la creació neta de llocs de treball als serveis vers la construcció i la pèrdua d'ocupació de la indústria accentuen la tendència estructural a la terciarització, que l'economia barcelonina està experimentant des de fa dècades.

Afiliats totals al terciari de Barcelona per branques 2015 (%)



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

2. Ocupació

Al 2015, el comerç ocupa 145.931 persones a la ciutat de Barcelona, de les que 92.461 treballen al sector minorista (el 63,4% del total) i 53.470 (el 36,6%) al majorista. El sector acull el 14,7% dels llocs de treball de la ciutat a finals del 2015 (9,3% en comerç minorista i 5,4% en majorista).

El comerç torna, per segon any consecutiu, a crear llocs de treball, amb un augment de l'ocupació del 2%, que és superior al del 2014 (1%) encara que inferior al del conjunt de l'economia de Barcelona (3,5%).

		2014			2015			Variació 2015/2014		
		Afiliats Règim general	Autònoms	Total	Afiliats Règim general	Autònoms	Total	Afiliats Règim general	Autònoms	Total
Comerç minorista	Barcelona	73.034	17.282	90.316	75.271	17.190	92.461	3,1%	-0,5%	2,4%
	Regió Metro.	159.295	51.242	210.537	164.894	50.913	215.807	3,5%	-0,6%	2,5%
	Catalunya	232.662	83.269	315.931	241.292	82.449	323.741	3,7%	-1,0%	2,5%
Comerç majorista	Barcelona	43.996	8.700	52.696	44.668	8.802	53.470	1,5%	1,2%	1,5%
	Regió Metro.	115.080	22.402	137.482	117.367	22.793	140.160	2,0%	1,7%	1,9%
	Catalunya	153.135	32.855	185.990	156.982	33.241	190.223	2,5%	1,2%	2,3%
Total comerç	Barcelona	117.030	25.982	143.012	119.939	25.992	145.931	2,5%	0,0%	2,0%
	Regió Metro.	274.375	73.644	348.019	282.261	73.706	355.967	2,9%	0,1%	2,3%
	Catalunya	385.797	116.124	501.921	398.274	115.690	513.964	3,2%	-0,4%	2,4%

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

Augmenta el nombre de treballadors assalariats al comerç (més empleats per empresa) i s'estanca el d'autònoms (menys emprenedors)

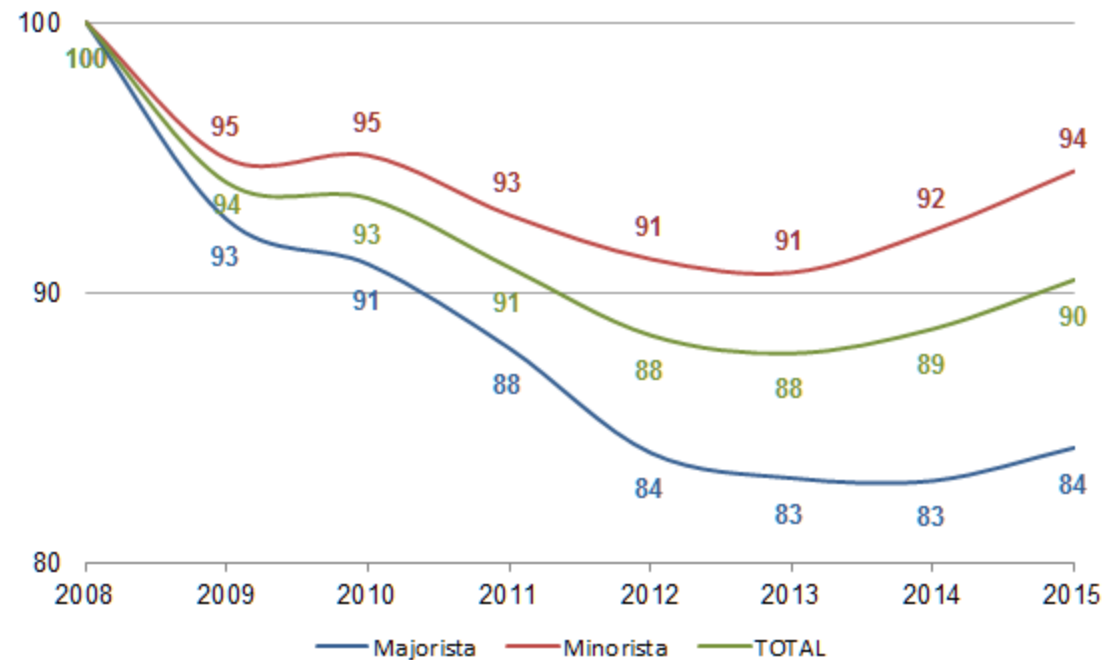
Destaca l'estancament del nombre de treballadors autònoms (25.992 treballadors, amb 0% de creixement), mentre que els afiliats al Règim General de la Seguretat Social augmenten un 2,5% (amb 119.939).

Els treballadors per compte d'altri (assalariats) a finals del 2015 són 119.939, un 2,5% més que l'any anterior. D'ells, 75.271 (el 62,8%) treballen en el comerç minorista i han augmentat en un 3,1% vers l'any 2014, assolint l'increment anual més elevat des de l'inici de la crisi a l'any 2008. El nombre d'assalariats en el comerç a l'engròs assoleix un augment més moderat (+1,5%) i tanca l'any amb 44.668 treballadors.

Els treballadors per compte propi (autònoms) a finals del 2015 són 25.992, una quantitat pràcticament igual a la del 2014 (25.982). D'ells, 17.190 (el 66%) treballen en el comerç minorista que experimenta una lleugera disminució de l'afiliació (-0,5%); Per contra, el nombre de treballadors autònoms al comerç majorista (8.802) augmenta un +1,2%. En conjunt, el nombre d'autònoms del comerç assoleix una evolució menys favorable que el conjunt de tots els treballadors autònoms a Barcelona (+2%), tot i representar un 22% del total d'autònoms.

L'anàlisi del període 2008-15 permet detectar diferents ritmes de resposta a la crisi quant a l'evolució dels afiliats per part d'aquestes dues branques.

Ocupació al comerç de Barcelona (Índex 4t trimestre 2018 = 100)



El comerç de Barcelona encara no ha assolit el nombre de treballadors que tenia abans de la crisi

Nota: Afiliats als règims general i d'autònoms de la Seguretat Social.

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

El comportament del comerç al detall reflecteix les oscil·lacions del consum intern, i després d'un fort ajust inicial fins el quart trimestre de 2009 i l'estabilització del 2010, torna a recular durant el trienni 2010-13 i es recupera a partir de 2014 impulsat per la millora de la demanda interna, fins tancar el període amb una pèrdua de només el 5,5% dels ocupats amb què comptava al desembre de 2008, abans de la crisi.

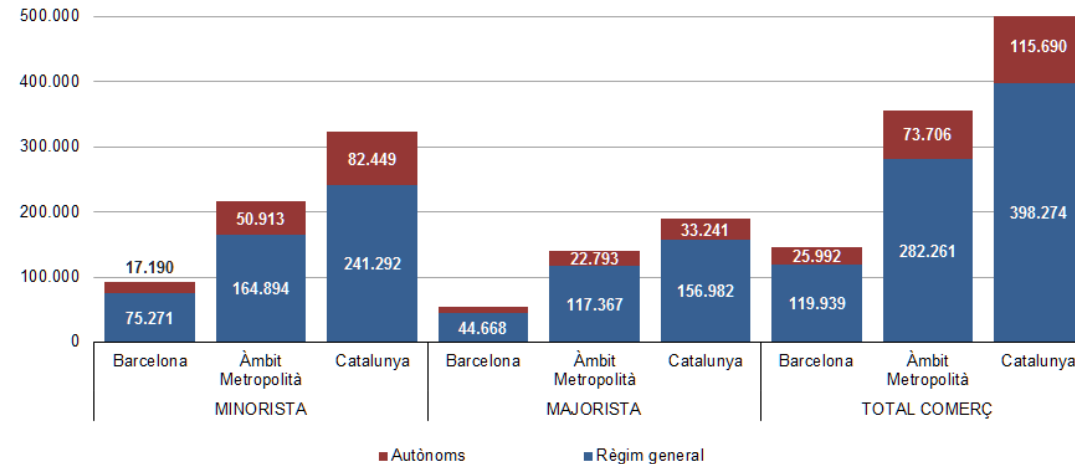
En canvi, la reducció dels assalariats del comerç majorista ha estat un procés més gradual i sostingut, que ha comportat una caiguda acumulada del 15,7% entre desembre de 2008 i de 2015. Amb tot, cal remarcar que el creixement d'aquest indicador, al 2015 ha suposat una inflexió positiva i caldrà estar atents a l'evolució del 2016 per confirmar si es consolida.

En la comparació amb els territoris de referència, destaca el fet que a l'any 2015 l'evolució global de l'ocupació del comerç ha estat positiva, tant a la ciutat de Barcelona (+2%) com a l'àmbit metropolità (+2,3%) i al conjunt de Catalunya (+2,4%).

Pel que fa al nombre de treballadors assalariats, en el comerç, l'augment a la ciutat de Barcelona (+2,5%) és més petit que el de l'àmbit metropolità (+2,9%) i que el del total de Catalunya (+3,2%). Aquest creixement inferior a la ciutat de Barcelona es reproduïx tant pel que fa als assalariats del comerç minorista, com del comerç majorista.

Quant a la variació del nombre de treballadors autònoms, cal destacar el comportament d'aquest indicador a la ciutat de Barcelona i a l'àmbit metropolità, on la disminució dels autònoms minoristes, es compensa per l'increment dels autònoms majoristes. Per contra, al total de Catalunya, l'increment del nombre d'autònoms majoristes (+1,2%) no compensa la reducció del nombre d'autònoms minoristes (-1,0%), de tal manera que, en conjunt, a Catalunya el nombre d'autònoms del comerç disminueix en un -0,4%.

Afiliats del comerç a la Seguretat Social, per àmbits territorials
(4t trimestre 2015)



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

En resum, la creació d'ocupació durant el 2015 confirma 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- l'ocupació comercial de desembre de 2015 se situa gairebé un 10% per sota de les xifres de 2008 (amb una pèrdua neta de més de 15.000 llocs de treball). La branca minorista obté millors resultats que la majorista, mentre que -en aquesta darrera- l'evolució de la ciutat és lleugerament més favorable que la de l'Àmbit Metropolità i la de Catalunya.

El sector d'activitat del **comerç i reparacions** segueix mantenint a Barcelona un pes superior al 15% dels llocs de treball, més elevat que la mitjana europea però inferior als percentatges de Catalunya i Espanya, a causa de la major diversificació de l'activitat terciària a la ciutat.

Pes de la població ocupada en el comerç* 2015 (%)

Unió Europea - 28	Espanya	Catalunya	Barcelona
14,10%	19,40%	19.11%	15,54%

*Grup comerç i reparacions

Quart trimestre de 2015 excepte Unió Europea-28 quart trimestre 2014.

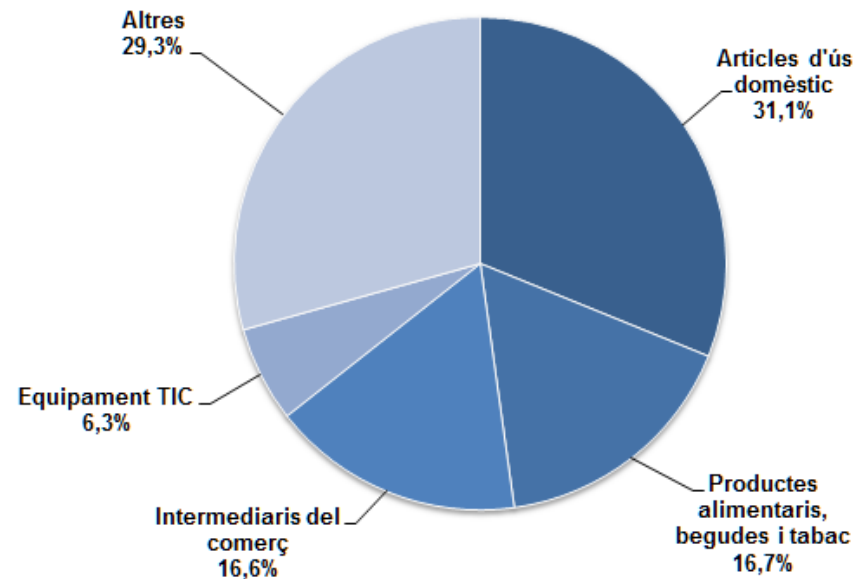
Font: Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona, INNS i Eurostat.

**1 de cada 7
treballadors de la ciutat
de Barcelona, està en
el sector del comerç**

2.1. Anàlisi per branques

En el comerç a l'engròs, la branca d'articles d'ús domèstic representa prop d'un terç (31,1%) de l'ocupació total del comerç a l'engròs a Barcelona, seguida de les de productes alimentaris i d'intermediaris del comerç, amb el 16,7% i el 16,6%, respectivament.

Ocupació* al comerç a l'engròs de Barcelona per branques 2015 (% s/total)



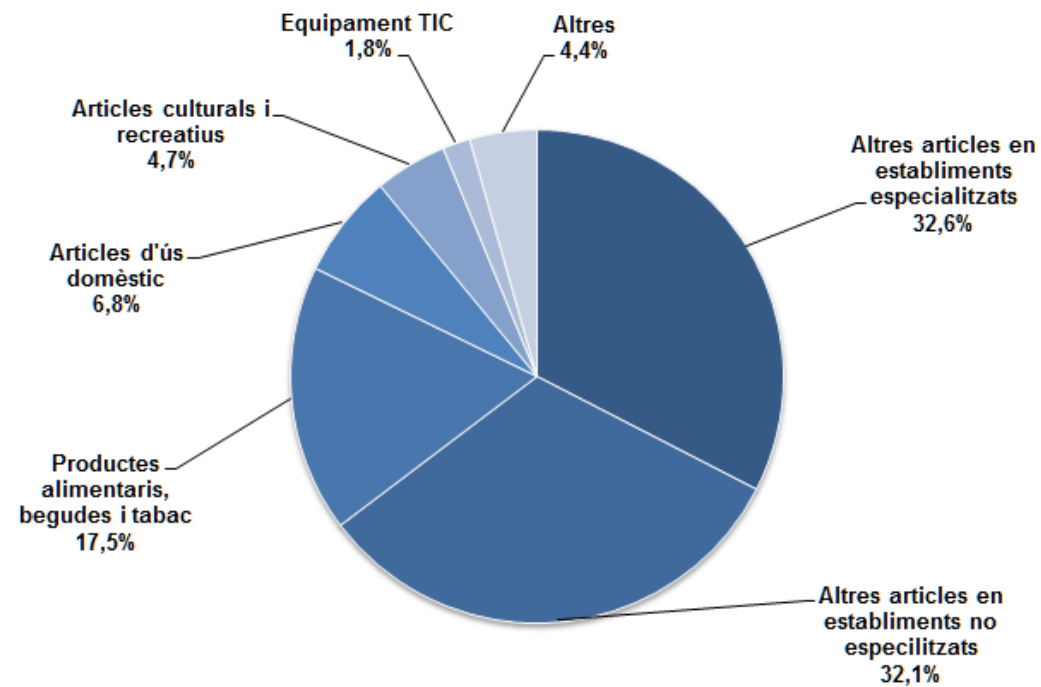
*Afiliats als règims general i d'autònoms de la Seguretat Social.

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

Les branques majoristes amb major concentració de l'ocupació a Barcelona són les d'equipament TIC (en què la ciutat suposa el 56,2% dels afiliats del àmbit metropolità i el 48,1% dels de Catalunya), articles d'ús domèstic (amb el 44,3% i el 38,1%, respectivament) i intermediaris del comerç (amb el 44,9% i 33,1%, respectivament).

En el comerç al detall les principals branques són la d'altres articles en establiments especialitzats, la d'establiments no especialitzats i la de productes alimentaris, begudes i tabac (que representen un 32,6%, 32,1% i 17,5% del total, respectivament).

Ocupació* al comerç al detall de Barcelona per branques 2015 (% s/total)



*Afiliats als règims general i d'autònoms de la Seguretat Social.

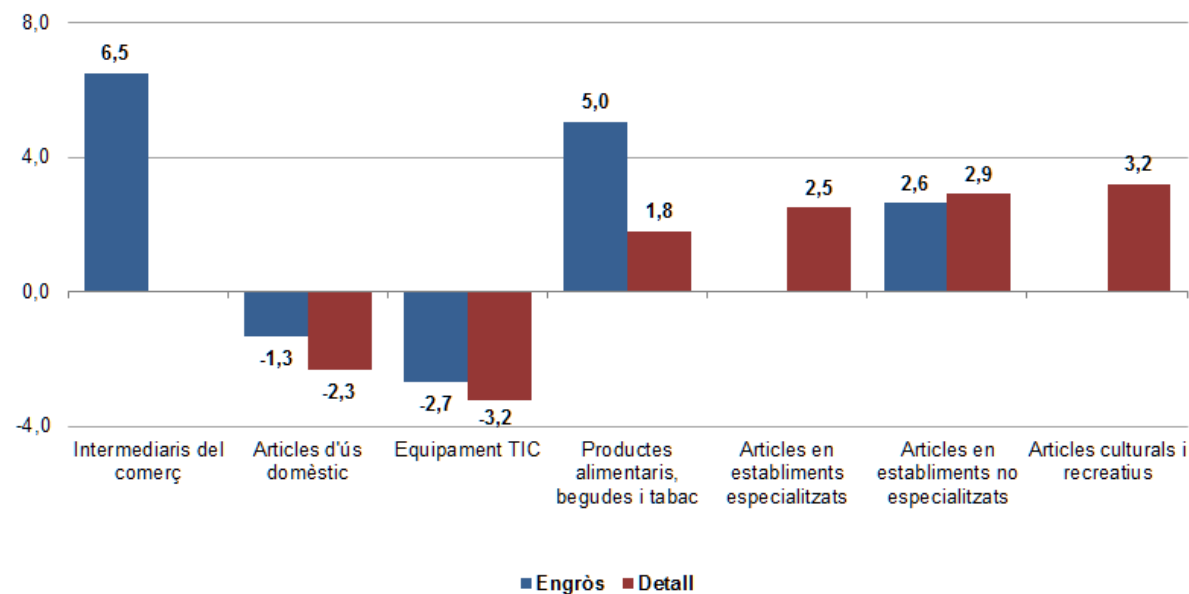
Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona amb dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

Pel que fa a la seva distribució territorial, destaca la concentració a Barcelona dels llocs de treball d'establiments especialitzats (que representen el 47,5% dels de l'Àmbit Metropolità i el 32,7% dels de Catalunya) i dels no especialitzats (46,3% i 30,8%, respectivament).

Al 2015, la major part de les branques del comerç al detall de Barcelona creen llocs de treball, i entre les més rellevants destaca l'evolució de les d'articles culturals i recreatius (+3,2%), establiments no especialitzats (+2,9%), altres articles en establiments especialitzats (+2,5%) i productes alimentaris i begudes (+1,8%). En canvi, perden afiliats la del comerç al detall d'equipament TIC (-3,2%) i la d'articles d'ús domèstic (-2,3%).

Variació anual del nombre d'afiliats al comerç de Barcelona per branques

4t trimestre 2015/14 (en %)



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

Pel que fa al comerç a l'engròs, hi ha augments significatius de l'ocupació vers l'any anterior a les branques d'intermediaris del comerç (+6,5%) i de productes alimentaris i begudes (+5%), mentre que la del comerç no especialitzat creix més moderadament (+2,6%). Per contra, decreix l'ocupació a les branques d'equipament TIC (-2,7%) i d'articles d'ús domèstic (-1,3%).

3. Facturació i PIB

L'economia catalana confirma la seva recuperació al llarg del 2015 i –després d'experimentar una evolució positiva de l'activitat¹ els quatre trimestres de l'any- tanca l'exercici amb un creixement interanual del Producte Interior Brut del +3,4% que suposa el millor resultat en 9 anys. L'evolució econòmica del Principat durant el 2015 mostra una clara tendència a la millora, ja que el PIB passa d'un augment interanual del +2,8% el primer trimestre a un creixement del +3,9% el quart, i s'emmarca en un context també caracteritzat pel bon comportament de l'activitat als àmbits espanyol i europeu. L'economia de Barcelona participa d'aquest procés de recuperació de l'activitat econòmica i del mercat de treball, i el PIB de la ciutat experimenta un creixement real del +3,2% en el conjunt de l'any.

L'evolució global de l'economia catalana al 2015 ha tingut com a motors principals la demanda interna i l'exportació de béns i serveis. La demanda interna presenta la millor variació interanual (+4%) des del 2007 gràcies al bon comportament tant del consum públic i privat com -especialment- de la formació bruta de capital. Efectivament, l'augment de l'ocupació -amb el seu impacte beneficiós sobre les rendes familiars-, juntament amb la moderació de la inflació i la millora de la confiança dels consumidors han accelerat el creixement del consum de les llars (+3,6%), mentre que el consum públic es recupera amb claredat (+3,3%) després de les caigudes associades al procés d'ajust fiscal i pressupostari del període 2010-2013 i l'estabilització de 2014. D'altra banda, l'índex de vendes del comerç al detall a Catalunya tanca el 2015 amb la segona variació interanual positiva consecutiva (+3,2%), un resultat que supera el del conjunt d'Espanya (+2,7%).

Segons l'Enquesta de Clima Empresarial de l'Àrea Metropolitana, la marxa dels negocis al comerç registra una millora notable durant el 2015. A més, registra un saldo positiu, per primera vegada des de l'inici de la sèrie (al 2009), després de mantenir una trajectòria creixent al llarg de l'any. Mentre que l'ocupació i –en particular- la inversió, també augmenten i els preus de venda desacceleren la seva caiguda. 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 (+14,1%) vers l'any 2014, i reflecteix la confiança del consumidor en la recuperació.

¹ En termes intertrimestrals.

La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona assoleix un volum de negoci de 34.247,6 milions d'euros a l'any 2015, després d'experimentar un increment –tant en termes nominals com reals²- del +1,9% que suposa la millor evolució dels darrers anys.

Facturació del comerç l'any 2015 (milions d'euros)

	Facturació a Barcelona	Variació 2015 / 2014	Facturació a Catalunya	Pes del comerç de Barcelona
Comerç minorista	11.591	2,6%	36.876	31,4%
Comerç majorista	22.626	1,5%	80.521	28,1%
Total comerç	34.248	1,9%	117.396	29,2%

Font: Estimació elaborada pe Departament d'Estudis de la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona, a partir de dades de l'INE, Idescat i INSS

El comerç de Barcelona genera una tercera part de la facturació total del comerç de Catalunya

El comerç al detall assoleix l'any 2015 un volum de negoci de 11.591 milions d'euros a Barcelona, cosa que suposa un increment interanual del +2,6%. 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 dels consumidors, juntament amb la demanda addicional generada pel turisme (que al 2015 assoleix a la ciutat nous màxims històrics de visitants i pernòctes en hotels) han propiciat aquesta evolució positiva, que suposa el segon increment nominal en cinc anys.

La facturació del comerç a l'engròs a Barcelona se situa en 22.656 milions d'euros l'any 2015 i augmenta un +1,5% (en termes nominals i reals) vers l'any anterior. Així doncs, el comerç majorista millora resultats a la ciutat, tot i que des de fa uns anys està en marxa un procés gradual de canvi estructural i optimització de costos que està portant aquesta branca a localitzar una part creixent de la seva activitat a l'entorn metropolità.

² La inflació mitjana anual de 2015 a la província de Barcelona va ser del 0%.

Les dades disponibles sobre el primer semestre de 2016 confirmen l'evolució positiva de l'índex del comerç minorista, que creix un +2,6% a Catalunya en termes interanuals i augmenta de forma lleugerament superior (+3,2%) a Espanya.

Cal remarcar que el comerç és un dels sectors que més riquesa genera a Barcelona. Efectivament, l'activitat aporta el 14,6% del Producte Interior Brut de la ciutat l'any 2015, un pes que segueix sent molt rellevant malgrat l'impacte de la crisi. Així mateix, el PIB dels serveis ha registrat un augment significatiu a Barcelona (+3,5%), un comportament favorable al que ha contribuït el conjunt d'activitats format pel Comerç, el Transport i l'Hostaleria amb una evolució interanual molt dinàmica (+4,5%).

4. Centres de cotització del comerç

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 comerç al detall³ de la ciutat de Barcelona. No s'hi inclouen els dedicats a la venda, manteniment i reparació de vehicles de motor, com tampoc els de la restauració.

Un centre de cotització agrupa als treballadors per compte de tercers d'una mateixa empresa que desenvolupen la seva activitat a la mateixa província, encara que estiguin assignats a diferents centres de treball en una o varies poblacions. Exemples:

- Una empresa que tingui 20 centres de treball en una o diferents ciutats de la província de Barcelona, i una altra que tingui només 1 centre de treball, tenen cadascuna un únic centre de cotització a la província de Barcelona.
- Un empresa que tingui 1 centre de treball a Martorell i 7 centres més a la ciutat de Barcelona, però hagi domiciliat el centre de cotització a Martorell, no apareixerà a les estadístiques de centres de cotització de la ciutat de Barcelona (malgrat tenir-n'hi 7 centres de treball).

Donades aquestes característiques, l'anàlisi dels centres de cotització proporciona una bona aproximació a la dinàmica empresarial del sector comerç, tot i que es tracta d'un indicador més adequat a nivell provincial que municipal. 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- el seu efecte social provoca probablement una certa sobrevaloració d'aquest indicador⁴. D'altra banda, es complementa aquest anàlisi amb la del nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social, atès que les empreses que només ocupen treballadors autònoms no tenen centres de cotització.

³ Els codis 46 i 47, respectivament, de la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques CCAE-2009.

⁴ Les dades dels centres de cotització tampoc no es poden comparar amb les de l'Impost d'Activitats Econòmiques ja que es tracta de dues fonts clarament diferenciades: mentre que els primers constitueixen un indicador de nombre d'empreses amb assalariats, les llicències de l'IAE s'havien utilitzat en anàlisis anteriors per donar una aproximació als locals empresarials en actiu a la ciutat. Aquest tribut ha perdut des de la seva reforma l'any 2002, bona part de l'efecte censal que tenia anteriorment.

Barcelona compta a finals de l'any 2015 amb 16.256 centres de cotització al comerç, dels quals 10.922 (el 67,2%) pertanyen al comerç minorista i 5.334 (el 32,8%) al majorista.

Centres de cotització a la Seguretat Social al comerç de Barcelona. 2015

	4t trimestre 2015	Variació en nombre	Variació en %	Pes sobre el total de centres de Barcelona
Comerç minorista	10.922	97	0,9	15,0%
Comerç majorista	5.334	0	0,0	7,3%
Total comerç	16.256	97	0,6	22,3%
Total centres cotització a Barcelona	72.846	1.273	1.8	100%

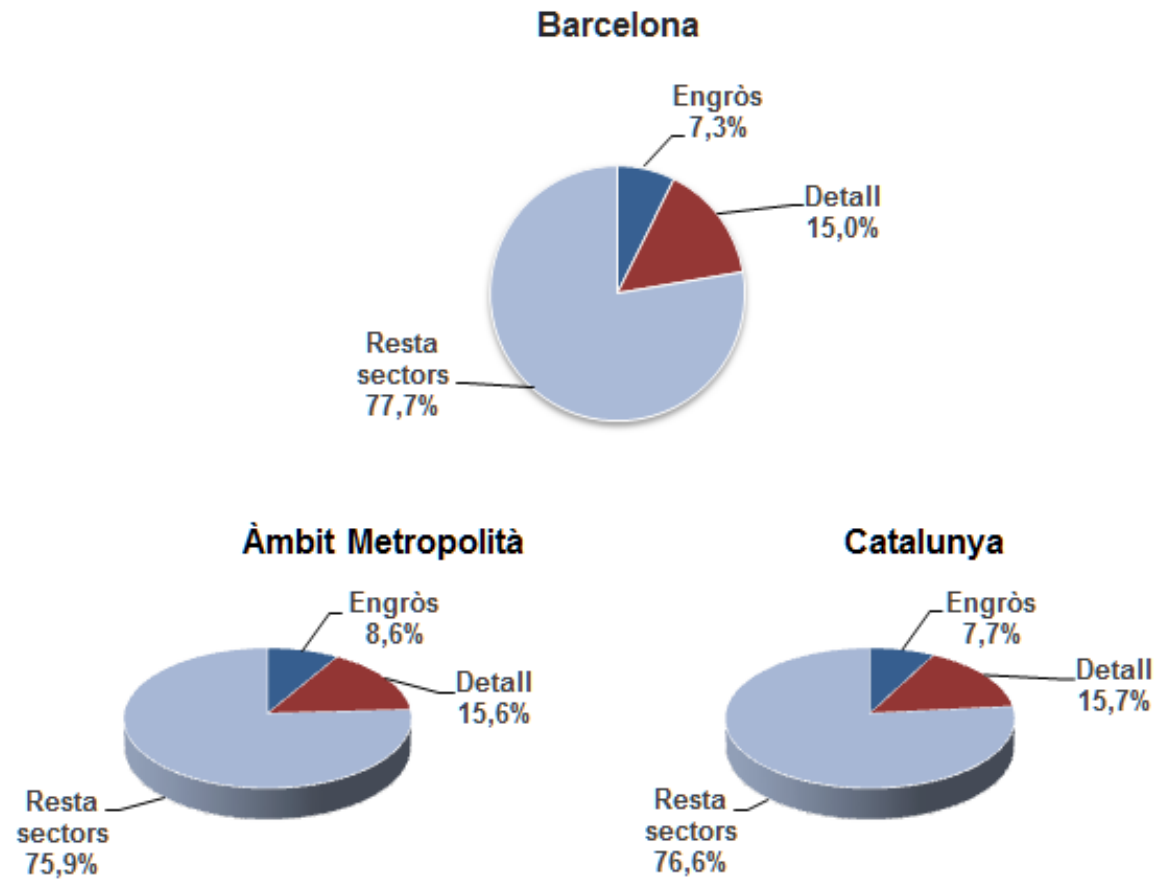
Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

El nombre de centres de cotització al comerç de Barcelona creix moderadament per segon any consecutiu (+0,6%), amb una evolució interanual menys dinàmica que la que experimenta el teixit empresarial al conjunt de la ciutat (+1,8%). Per branques, els centres del comerç al detall experimenten un augment (+0,9%) mentre que els de comerç a l'engròs s'estabilitzen (0%), seguint la pauta ja observada l'any anterior.

Al finalitzar l'any 2015, el sector comerç constitueix la primera activitat econòmica de la ciutat quant a nombre de centres de cotització i representa prop de la quarta part (el 22,3%) del total. Les branques que el segueixen en el rànquing són els serveis a les empreses (18,2%) i l'hostaleria (10,7%).

El pes del comerç vers el total dels centres de cotització de Barcelona (22,3%) és lleugerament inferior al que té dins l'Àmbit Metropolità (24,2%) i al que hi ha a Catalunya (23,4%). El pes relatiu del comerç a l'engròs se situa al voltant del 7,5% a Catalunya i Barcelona i és més elevat (8,6%) a l'Àmbit Metropolità, mentre que el del detall oscil·la entre el 15% a Barcelona i el 15,7% a Catalunya.

Pes del comerç segons centres de cotització
(% s/total) 4t trimestre 2015



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

Pel nombre d'afiliats al règim general de la Seguretat Social (treballadors assalariats), el comerç és la segona activitat de la ciutat amb un 13,7% del total, després de la dels serveis a les empreses.

Pes del comerç sobre el conjunt de l'economia de Barcelona 2014-2015

	2014	2015
Centres de cotització		
Comerç a l'engròs	7,5%	7,3%
Comerç al detall	15,1%	15,0%
Total Comerç	22,6%	22,3%

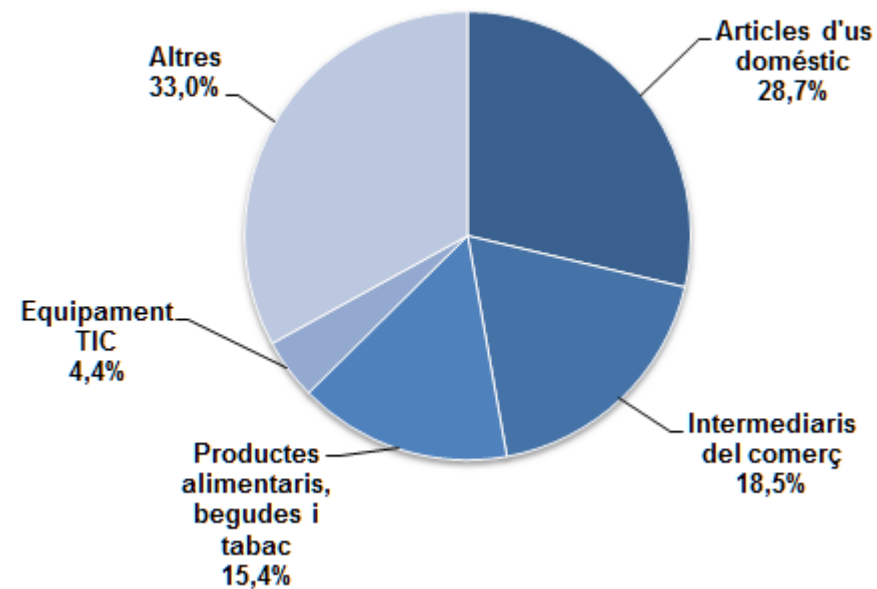
Afiliats al règim general de la Seguretat Social		
Comerç a l'engròs	5,2%	5,1%
Comerç al detall	8,6%	8,6%
Total Comerç	13,9%	13,7%

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

4.1. Anàlisi per branques

Pel que fa al comerç a l'engròs, destaca el pes relatiu de la branca d'articles d'ús domèstic -que representa el 28,7% dels centres de cotització- seguida de la d'intermediaris (18,5%) i la de productes alimentaris (15,4%).

Empreses* del comerç a l'engròs de Barcelona per branques 2015 (% s/total)



* Centres de cotització a la Seguretat Social

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

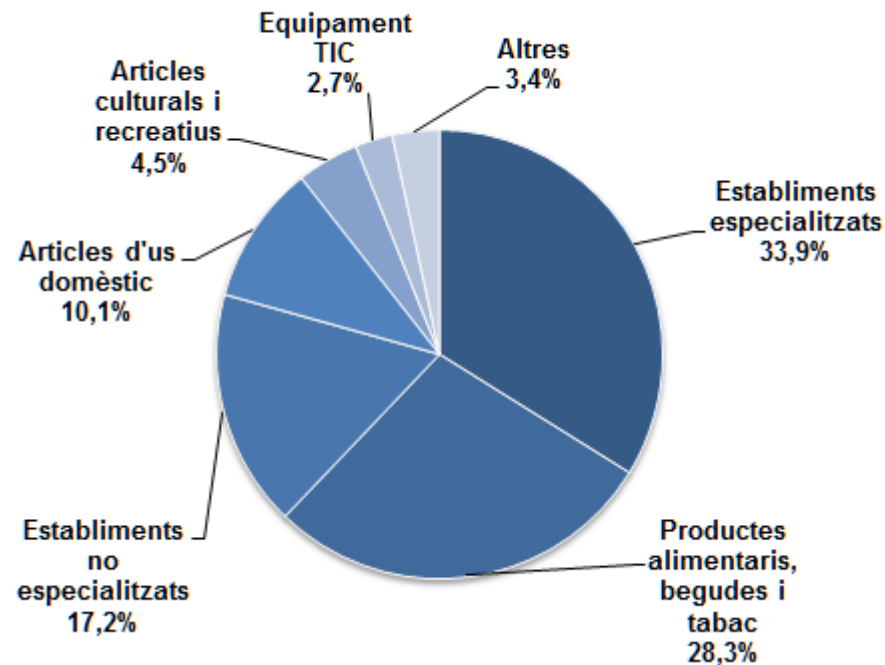
La ciutat absorbeix el 52,5% dels centres de cotització d'intermediaris de l'Àmbit Metropolità i el 39,8% dels de Catalunya. Altres dues branques del comerç a l'engròs també mostren una forta concentració a la ciutat:

- El comerç d'equipament TIC, on la ciutat de Barcelona acumula el 45,4% dels centres de cotització de l'Àmbit Metropolità i el 37% dels de tota Catalunya.
- El comerç d'articles d'ús domèstic, que representa el 44,4% dels centres de cotització de l'Àmbit Metropolità i el 35% dels de tota Catalunya.

Quant a la dinàmica de les empreses del comerç a l'engròs, al 2015 destaquen l'increment interanual de les d'intermediaris del comerç (+10%) i el moderat creixement de les de productes alimentaris (+1,6%), mentre que altres branques majoristes rellevants de la ciutat experimenten una pèrdua de teixit empresarial.

Pel que fa al comerç al detall, a Barcelona destaca el pes relatiu dels establiments especialitzats -que representen el 33,9% dels centres de cotització-, seguits dels que venen productes alimentaris, begudes i tabac (28,3%) i els establiments no especialitzats (17,2%).

Empreses* del comerç al detall de Barcelona per branques 2015 (% s/total)



* Centres de cotització a la Seguretat Social

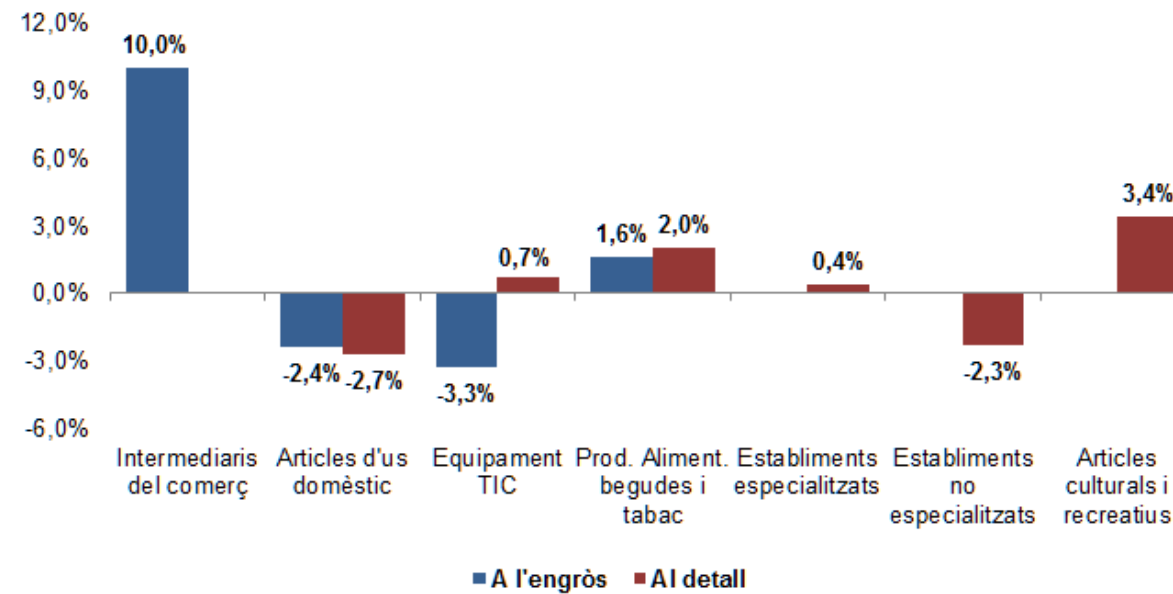
Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades de l'Observatori d'Empresa i Ocupació de la Generalitat de Catalunya.

Les branques del comerç minorista amb major concentració a la ciutat són les d'establiments especialitzats (on Barcelona compta amb el 48,6% dels centres detallistes de l'Àmbit metropolità i el

30% de Catalunya), articles culturals (48,3% i 29,1%, respectivament), equipament TIC (45,5% i 27,4%) i establiments no especialitzats (45,2% i 29,2%, respectivament).

En relació a l'any anterior, al 2015 hi destaca l'augment del nombre d'empreses que venen al detall articles culturals i recreatius (+3,4%) i productes alimentaris (+2%), mentre que les d'equipament TIC i els establiments especialitzats augmenten moderadament (+0,7% i +0,4%, respectivament) i perden teixit empresarial les branques d'article d'ús domèstic (-2,7%) i establiments no especialitzats (-2,3%).

Variació interanual del nombre de centres de cotització a l'engròs i al detall – Barcelona 2015



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

4.2. Dimensió empresarial del sector comercial

L'any 2015 augmenta el nombre mitjà de treballadors per centre de cotització al comerç de la ciutat de Barcelona, canviant la tendència decreixent de la dècada precedent.

El conjunt del sector assoleix una dimensió mitjana de 7,4 treballadors (+0,2 punts percentuals més que el 2014), després que la del comerç al detall (6,9) i la de l'engròs (8,4) augmentin cadascuna en +0,1 punts vers l'any anterior.

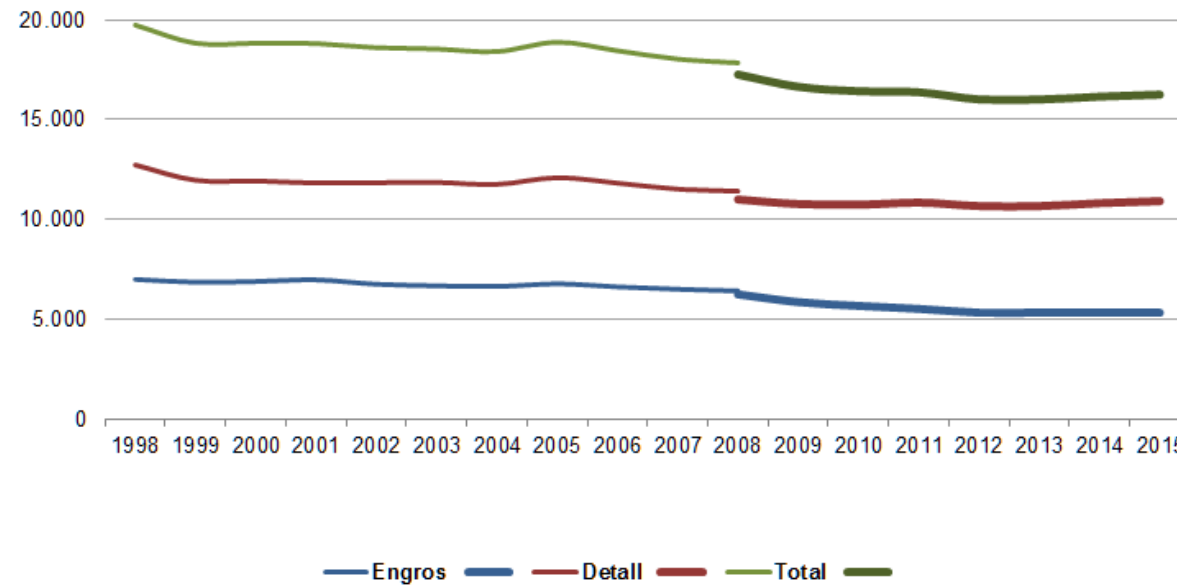
Nombre mitjà d'afiliats per centre de cotització a la seguretat social al comerç de Barcelona

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Comerç minorista	7,0	6,8	6,8	6,7	6,7	6,9
Comerç majorista	8,6	8,5	8,4	8,3	8,2	8,4
Total comerç	7,6	7,3	7,3	7,2	7,2	7,4

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

La tendència predominantment descendent de l'evolució dels centres de cotització del comerç a Barcelona des de 1998 – a causa del procés de racionalització, redimensionament empresarial i de formats comercials- ha donat pas a un creixement moderat amb la recuperació econòmica del període 2014-2015. El fet que l'increment dels llocs de treball del sector comercial hagi estat encara més favorable ha permès que en aquest bienni augmenti també la dimensió empresarial del sector.

Centres de cotització a la seguretat social al comerç a Barcelona 1998 - 2015



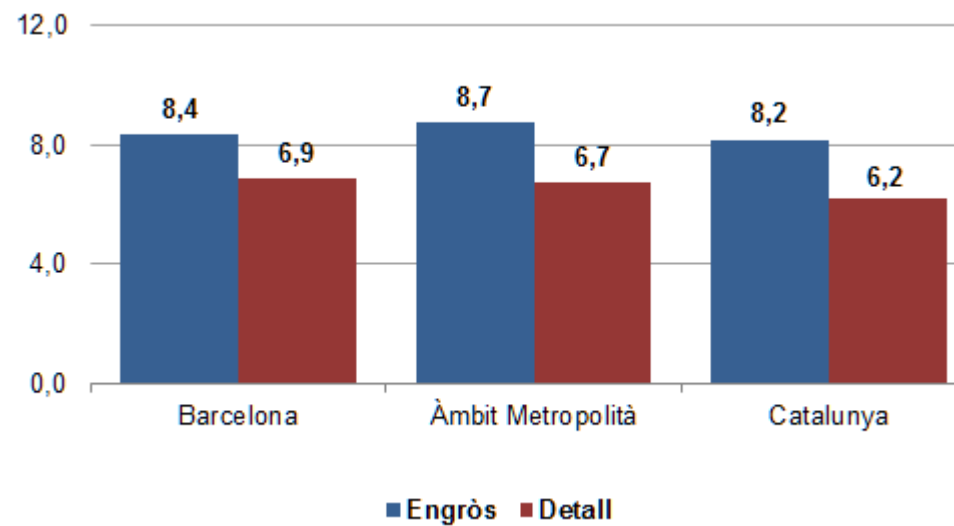
* A partir del 2008 s'utilitza la nova classificació de sectors CCAE-2009

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

Entre 2008 i 2015, coincidint amb la crisi econòmica, la reducció acumulada dels centres de cotització ha estat força intensa al comerç a l'engròs -que en perd un 14,7%-, mentre que la branca minorista mostra una notable resistència i tanca el 2015 amb un teixit empresarial de magnitud molt similar (-0,8%) a la prèvia a la crisi, set anys enrere.

El nombre d'assalariats per centre de cotització del comerç al detall, és més elevat a Barcelona que a Catalunya i a l'Àmbit Metropolità (amb valors de 6,9, 6,2 i 6,7, respectivament). Pel que fa al comerç a l'engròs, el valor d'aquest indicador a Barcelona (8,4) és inferior al de l'Àmbit Metropolità (8,7), si bé supera el de Catalunya (8,2).

Assalariats per centre de cotització al comerç – 2015



5. Enquesta de clima empresarial de l'AMB

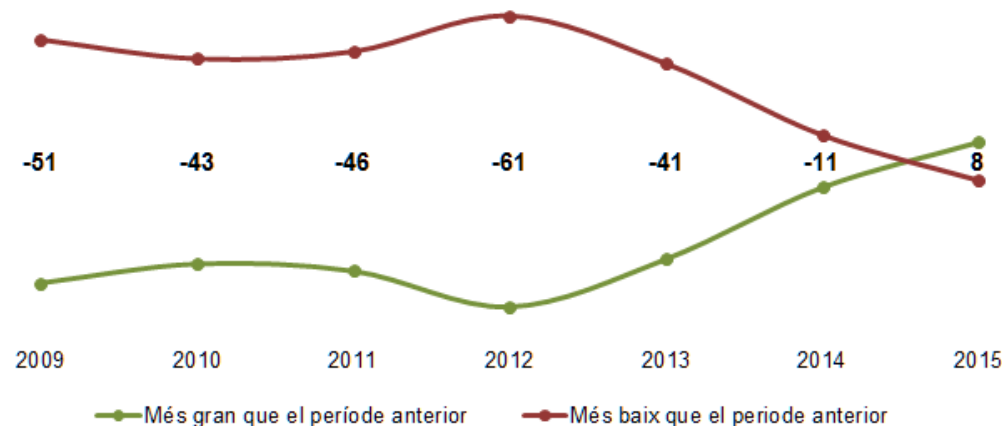
Les dades de l'Enquesta de Clima Empresarial de l'Àrea Metropolitana de Barcelona, s'obtenen a partir de les obtingudes a l'Enquesta de Clima Empresarial realitzada a empreses de Catalunya per l'Idescat i la Cambra de Comerç de Barcelona. Un conveni de col·laboració entre l'Ajuntament de Barcelona i ambdues entitats ha permès ampliar l'enquesta de tal manera que sigui representativa per l'Àrea Metropolitana.

Per primer cop des de l'inici de la crisi són més els comerciants minoristes de l'Àrea Metropolitana de Barcelona que diuen que aquest any ha estat millor que el passat. En particular, el nombre dels que creuen que el negoci ha estat més gran que l'any passat és 8 punts superior als que creuen que ha anat pitjor.

Per primer cop, des de l'inici de la crisi, són més els comerciants que diuen que la marxa del negoci "ha estat més gran que el període anterior", que els que diuen "ha estat més baix"

Evolució de l'opinió sobre la marxa del negoci

Diferències, en punts, entre les respostes "més gran que el període anterior" i "més baix que el període anterior")



Aquestes dades s'acompanyen d'una visió optimista vers el proper any, de manera que els comerciants que creuen que el proper exercici serà millor que el darrer superen en 15 punts als que creuen que serà pitjor (al 2012 estaven 57 punts per sota).

Tanmateix, també per primer cop des de l'inici de la crisi, són més els comerços minoristes de l'Àrea Metropolitana de Barcelona que afirmen que tenen més treballadors que l'any passat, que els que diuen que en tenen menys (els superen en 7 punts). Igualment, són més els que creuen que el proper any hi tindran més treballadors (3 punts de diferència).

La majoria del comerç minorista (78%) considera que la debilitat de la demanda limita la bona marxa del negoci, juntament amb l'augment de la competència (60%) i les dificultats de finançament i tresoreria (28%) entre altres.

6. El sector de l'hostaleria

El sector econòmic de l'hostaleria comprèn dos subsectors d'activitat: els serveis d'allotjament (hotels, altres allotjaments i càmpings), i els serveis de restauració (restaurants, bars i càterings).⁵

6.1 Afiliació a la seguretat social en l'hostaleria

A l'any 2015, l'hostaleria a Barcelona compta amb 79.057 afiliats a la Seguretat Social, dels quals 68.352 són assalariats i 10.705 autònoms (el 86,5% i el 13,5% del total, respectivament). El sector concentra el 8% del total d'afiliats a la Seguretat Social a Barcelona.

Afiliats a la seguretat social en l'hostaleria a Barcelona (4t trimestre 2015)

	Règim general		Autònoms		Total	
	Afiliats	Variació 15/14 (%)	Afiliats	Variació 15/14 (%)	Afiliats	Variació 15/14 (%)
Hostaleria	68.352	7,0%	10.705	-0,1%	79.057	6,0%
Pes s/total de treballadors a l'hostaleria	86,5%		13,5%		100,0%	

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

L'hostaleria ha experimentat un creixement del 6% en el nombre de llocs treball entre el quart trimestre de 2014 i el de 2015, i mostra una evolució molt més favorable que la de l'ocupació al conjunt de l'economia de la ciutat (+3,5%), fet que la reafirma com el sector de la ciutat amb un comportament més dinàmic de l'ocupació des de l'inici de la crisi. L'augment de l'afiliació a l'hostaleria el darrer any es produeix entre els assalariats (+7%) i supera clarament a l'increment d'assalariats de la ciutat (+3,7%), mentre que els autònoms del sector s'estabilitzen (-0,1%), a diferència del que succeeix al conjunt de Barcelona (+2%).

⁵ Aquestes activitats corresponen als epígrafs 551, 552, 553, 559, 561, 562 i 563 de la CCAE-2009.

El percentatge de creixement del nombre de treballadors en el sector de l'hostaleria és superior al de la economia de Barcelona

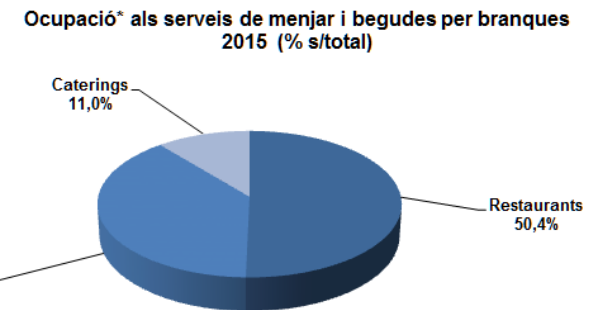
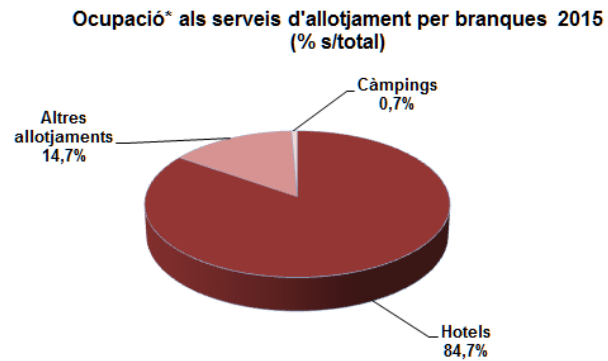
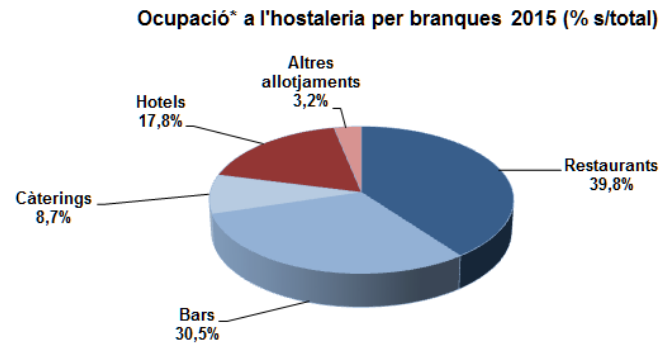
Afiliats a la seguretat social en l'hostaleria a Barcelona (4t trimestre 2015)

	Règim general		Autònoms		Total		Pes del sector
	Afiliats	Variació 15/14 (%)	Afiliats	Variació 15/14 (%)	Afiliats	Variació 15/14 (%)	
Serveis d'allotjament	16.058	4,4	560	3,9	16.618	4,4	1,7%
Serveis de menjar i begudes	52.294	7,9	10.145	-0,4	62.439	6,4	6,3%
Total hostaleria	68.352	7,0	10.705	-0,1	79.057	6,0	8,0%
Total Barcelona	876.369	3,8	116.998	2,0	993.367	3,5	100,0%

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

Per subsectors, al règim general i d'autònoms de la Seguretat Social es compten 62.439 treballadors de la restauració (el 79% dels de l'hostaleria), dels quals la meitat (el 50,4%) treballa en restaurants. D'altra banda, els serveis d'allotjament absorbeixen 16.618 treballadors (el 21% del sector), on destaquen els hotels com a branca majoritària (84,7% del subsector). La restauració i l'allotjament representen el 6,3% i l'1,7%, respectivament, del total de llocs de treball de la ciutat, de manera que les dues branques de l'hostaleria apleguen juntes el 8% dels treballadors de Barcelona. L'any 2015 totes dues guanyen ocupació assalariada, amb un intens augment als serveis de menjar i begudes (+7,9%) que gairebé duplica el dels serveis d'allotjament (+4,4%).

Ocupació* a l'hostaleria per branques 2015 (% sobre el total)



* Afiliats al Règim General i d'Autònoms de la Seguretat Social.

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

La distribució territorial mostra que, al 2015, més de la meitat dels 145.542 llocs de treball de l'hostaleria de l'Àmbit Metropolità de Barcelona i d'un terç dels 224.191 de Catalunya, s'ubiquen a la Ciutat Comtal (el 54,3% i el 35,3%, respectivament)⁶.

Els serveis d'allotjament mostren una major concentració a Barcelona que els de la restauració, pel fet que la seva activitat depèn més directament dels visitants (tant per motiu de negocis com per motiu vacacional). Destaca, en especial, que a Barcelona es localitzen més de tres quartes parts dels llocs de treball dels serveis d'allotjament de l'Àmbit Metropolità (78%) i prop de la meitat dels de Catalunya (el 47,1%).

Ocupació* a l'hostaleria per àmbits territorials

4t trimestre 2015

	Barcelona	Àmbit Metropolità de Barcelona	Catalunya	Pes Bcn/AMB (%)	Pes Bcn/Catalunya (%)
Serveis d'allotjament	16.618	21.315	35.319	78,0	47,1
Serveis de menjar i begudes	62.439	124.227	188.872	50,3	33,1
Total	79.057	145.542	224.191	54,3	35,3

* Afiliats al Règim General i d'Autònoms de la Seguretat Social.

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

⁶ Cal tenir en compte que a les ciutats que exerceixen la funció de capital –com Barcelona– el seu efecte 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.

Ocupació* a l'hostaleria per àmbits territorials
Variació interanual 2014 – 2015 (4t trimestre)

	Barcelona	Àmbit Metropolità de Barcelona	Catalunya
Serveis d'allotjament	4,4%	3,9%	3,3%
Serveis de menjar i begudes	6,4%	6,0%	5,7%
Total	6,0%	5,7%	5,3%

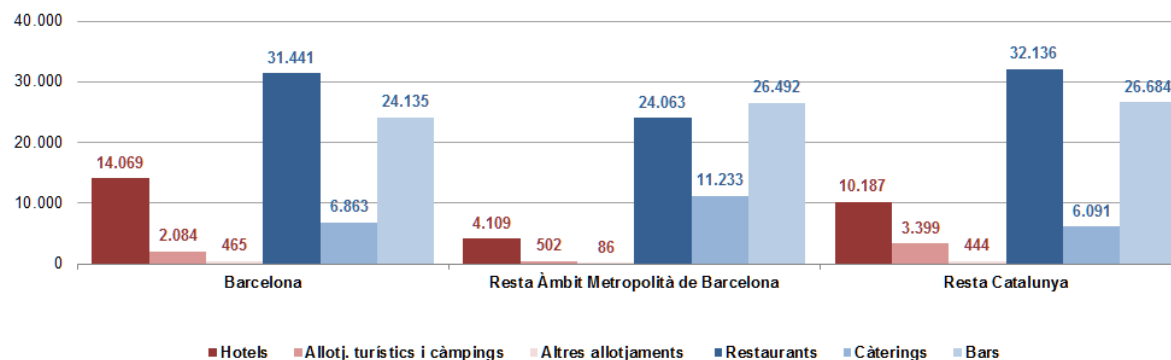
* Afiliats al Règim General i d'Autònoms de la Seguretat Social.

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

Quant a l'evolució interanual, l'augment de l'ocupació del sector de l'hostaleria ha estat significatiu tant a Barcelona (+6%) com a l'Àmbit Metropolità (+5,7%) i a Catalunya (+5,3%).

La ciutat mostra una evolució més favorable tant en la branca de serveis d'allotjament (que assoleix un augment interanual del +4,4% a Barcelona, un +3,9% a l'Àmbit Metropolità i un +3,3% a Catalunya) com en la branca de restauració (amb increments del +6,4%, +6% i +5,7%, respectivament).

Afiliats al règim general i d'autònoms de la seguretat social en l'hostaleria
4t trimestre 2015



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

6.2 Centres de cotització

Barcelona compta a l'any 2015 amb 7.821 centres de cotització de la Seguretat Social del sector de l'hostaleria⁷. El pes d'aquesta activitat en relació al conjunt de centres de cotització de la ciutat és del 10,7% i la situa com el tercer sector en aquest indicador, només per enrer del comerç i reparacions i els serveis a les empreses (amb pesos relatius del 23,6 i el 18,2%, respectivament).

La ciutat compta amb 6.878 centres de serveis de restauració i 943 de serveis d'allotjament (el 9,4% i l'1,3% del total, respectivament). Els serveis de restauració, que són els predominants, representen el 87,9% del teixit empresarial de l'hostaleria, essent els més nombrosos els bars i restaurants (amb el 49,0% i el 46,2% de tot el sector, respectivament). D'altra banda, el pes percentual dels bars és molt superior en termes de centres de cotització que d'ocupació, a causa de la seva reduïda dimensió empresarial.

Centres de cotització de la seguretat social en l'hostaleria a Barcelona 4t trimestre 2015

	2014	2015	Variació 2014-2015		Pes sobre sector hostaleria	Pes /s total ciutat (%)
Serveis d'allotjament	879	943	64	7,28 %	12,06%	1,29%
Serveis de menjar i begudes	6.631	6.878	247	3,72 %	87,94%	9,44%
Total	7.510	7.821	311	4,14 %	100,00%	10,74%

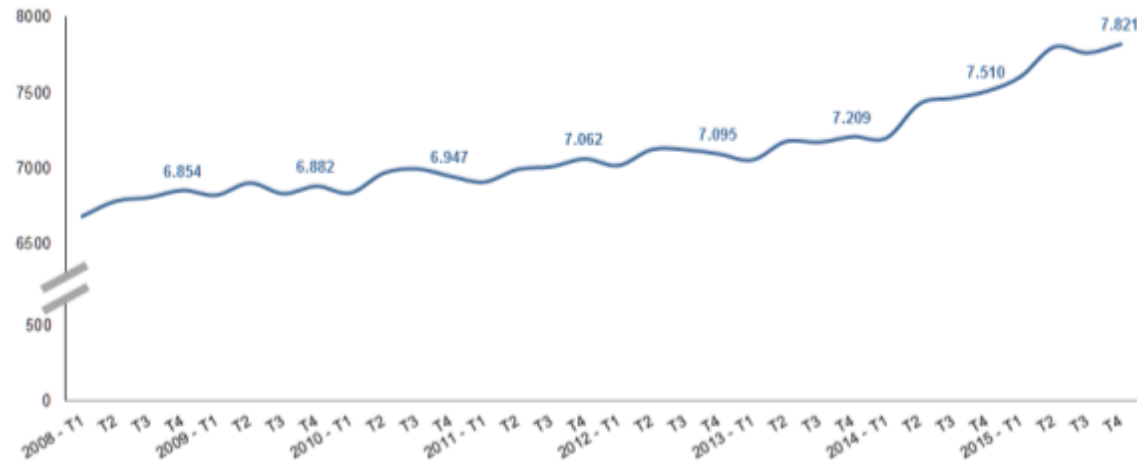
Font: Elaboració del Departament d'Estudis d'Ocupació, Empresa i Turisme de l'Ajuntament de Barcelona en base a dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona.

Pel que fa a la dinàmica de creació d'empreses, a l'any 2015 es compten 311 centres de cotització més que a l'any 2014 a l'hostaleria de Barcelona. És a dir, un increment del +4,1% i un comportament més positiu que el del conjunt de l'economia de la ciutat, on aquest indicador augmenta un +1,8%.

⁷ 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.

Com l'any anterior, l'evolució més favorable correspon als serveis d'allotjament, que experimenten un notable augment interanual (+ 7,3%) que gairebé duplica el de la restauració (+3,7%).

Evolució dels centres de cotització de la seguretat social en l'hostaleria a Barcelona



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

El sector de l'hostaleria és, juntament amb els de les TIC, el que ha estat més dinàmic durant la crisi

El sector de l'hostaleria mostra una tendència ascendent al llarg del període 2008-2015 amb un increment acumulat de 967 centres de cotització i d'un 14,1% en termes relatius, essent –junt amb les TIC– l'activitat amb major dinamisme durant la crisi gràcies al comportament de la demanda turística, que es recupera abans i evoluciona molt més favorablement que el consum intern.

Centres de cotització de la Seguretat Social en l'hostaleria per àmbits territorials 4t Trimestre 2015

	Barcelona	Àmbit Metropolità	Catalunya	Pes Bcn/RMB (%)	Pes Bcn/Catalunya (%)
Serveis d'allotjament	943	1.300	2.859	72,5	33,0
Serveis de menjar i begudes	6.878	14.549	24.760	47,3	27,8
Total	7.821	15.849	27.619	49,3	28,3

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

Per àmbits territorials, Barcelona concentra el 49,3% dels 15.849 centres de cotització de l'hostaleria de l'Àmbit Metropolità i el 28,3% dels 27.619 establerts a Catalunya. En els serveis d'allotjament, més de 7 de cada 10 empreses de l'Àmbit Metropolità es localitzen a la ciutat (el 72,5%), evidenciant la forta polaritat turística i de negocis de Barcelona. En relació a Catalunya, aquest fet no és tan pronunciat, ja que l'atracció d'altres marques turístiques importants provoca que el pes relatiu de la ciutat en serveis d'allotjament es redueixi a una tercera part del total (33%). La restauració de la ciutat representa el 47,3% dels centres de cotització d'aquesta branca a l'Àmbit Metropolità, mentre que en relació a Catalunya assoleix el 27,8%.

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

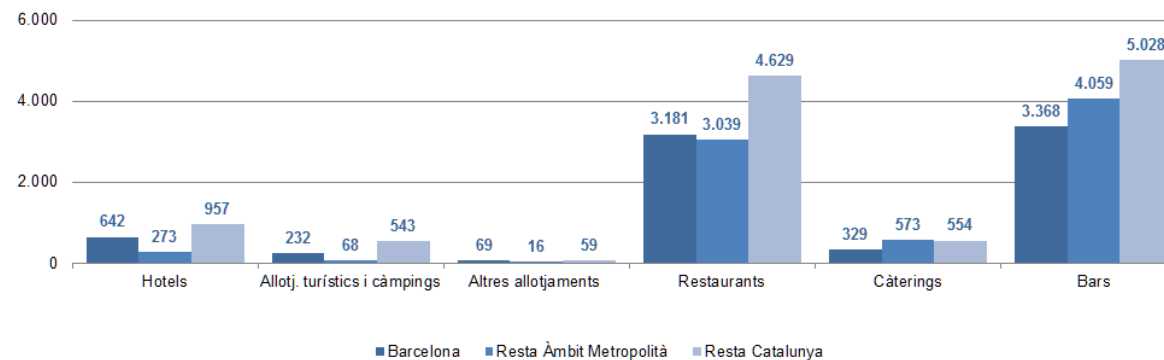
Centres de cotització de la Seguretat Social en l'hostaleria per àmbits territorials Variació interanual 2014-2015 (al 4t Trimestre)

	Barcelona	Àmbit Metropolità	Catalunya
Serveis d'allotjament	7,3%	5,3%	4,7%
Serveis de menjar i begudes	3,7%	3,1%	2,9%
Total	4,1%	3,3%	3,1%

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

En el transcurs del 2015, l'evolució del nombre de centres de cotització de l'hostaleria ha estat positiva als tres territoris analitzats, amb un increment interanual a Barcelona (+4,1%) superior als de l'Àmbit Metropolità i Catalunya (+3,3% i +3,1%, respectivament). Per subsectors, destaca el dinamisme dels serveis d'allotjament, que experimenten augments rellevants i un comportament especialment favorable a la ciutat de Barcelona (+7,3% interanual, per un +5,3% a l'Àmbit Metropolità i un +4,7% a Catalunya), mentre que l'evolució de la restauració –també positiva- es tradueix en augments més moderats als tres àmbits territorials.

Centres de cotització de la Seguretat Social en l'hostaleria 4t Trimestre 2015



7. El comerç electrònic

L'any 2015 continua l'expansió del comerç electrònic B2C⁸ a nivell mundial, amb una facturació global de més de 2 bilions d'euros que –segons el Global B2C E-Commerce Report 2016- suposa un increment de gairebé el 20% vers l'any anterior.

En termes de grans àrees geogràfiques, la regió Àsia-Pacífic es confirma com el mercat d'e-commerce més gran del món, amb un volum de negoci al canal B2C (Business-to-Consumer) que representa el 46,5% del total, seguida d'Amèrica del Nord i Europa amb el 28,3% i 22,2%, respectivament. Totes les grans àrees geogràfiques experimenten augments interanuals de dos dígits de la facturació, i destaquen especialment els forts creixements registrats a les zones d'Àsia–Pacífic i Amèrica Llatina (+28% en ambdós casos), mentre que els d'Europa i Nord Amèrica se situen pel voltant del 13%.

El mercat mundial per països està dominat pels Estats Units on, segons estadístiques del U.S. Census Bureau, el comerç electrònic minorista l'any 2015 va assolir els 341.700 milions de dòlars (més de 300.000 milions d'euros) amb un increment interanual del 14,6%, de manera que per sisè any consecutiu aquest país registra un augment de dos dígits. Pel que fa al comerç al detall en conjunt, el B2C va representar el 7,3% del valor de les vendes totals (+0,8 punts percentuals més que al 2014).

Pel que fa a l'ús del comerç electrònic a la Unió Europea, segons dades d'Eurostat, el percentatge d'empreses que compra per Internet (B2B⁹) va ser del 40% l'any 2015 —dos punts percentuals més que l'any anterior—. Quant a les vendes, la mitjana europea augmenta un punt percentual i se situa en el 19% d'empreses, mentre que el volum de facturació generat per aquest canal segueix creixent.

⁸ B2C: Business to Consumer: Vendes de les empreses directament al consumidor.

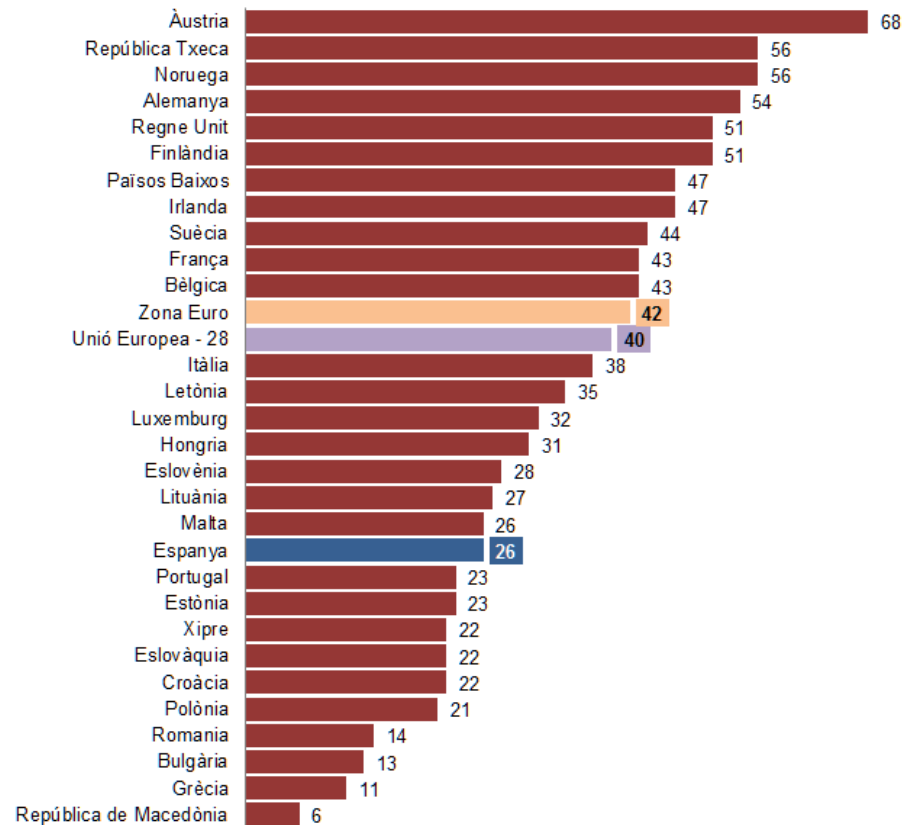
⁹ B2B: Business to Business: Vendes entre empreses.

En referència a les compres, els països del centre i nord d'Europa mostren percentatges d'ús de l'e-commerce clarament més elevats que la mitjana europea: Àustria (68%) se situa en primer lloc, i junt amb la República Txeca, Noruega, Alemanya, el Regne Unit i Finlàndia, conformen el grup de països on més de la meitat de les empreses compren per Internet. Pel que fa a l'evolució vers l'any 2014, destaquen els creixements de França (+18%), Noruega (+14%), Bèlgica (+11%) i Alemanya (+8%). En canvi, l'ús del canal online cau amb força a Luxemburg, Estònia i Països Baixos (-18%, -9% i -8%, respectivament), mentre que Grècia, Portugal, Espanya, Itàlia i Irlanda experimenten reduccions més suaus – d'entre l'1% i el 3%- d'aquest indicador.

Pel que fa a les vendes¹⁰, Irlanda encapçala la llista de països amb pràcticament una tercera part d'empreses que venen per Internet (32%), seguida de Noruega, Suècia, Dinamarca i Alemanya (entre el 29% i el 27%), i altres països centreeuropeus com Bèlgica, República Txeca i els Països Baixos. En comparació amb l'any 2014, destaquen els creixements de França (+6%), Irlanda i Portugal (+5% en ambdós casos), mentre que els principals descensos s'experimenten a Croàcia (-7%), Luxemburg, República Txeca, Macedònia i Grècia.

¹⁰ L'any passat Islàndia va encapçalar aquest indicador. No hi ha dada d'aquest país pel 2015.

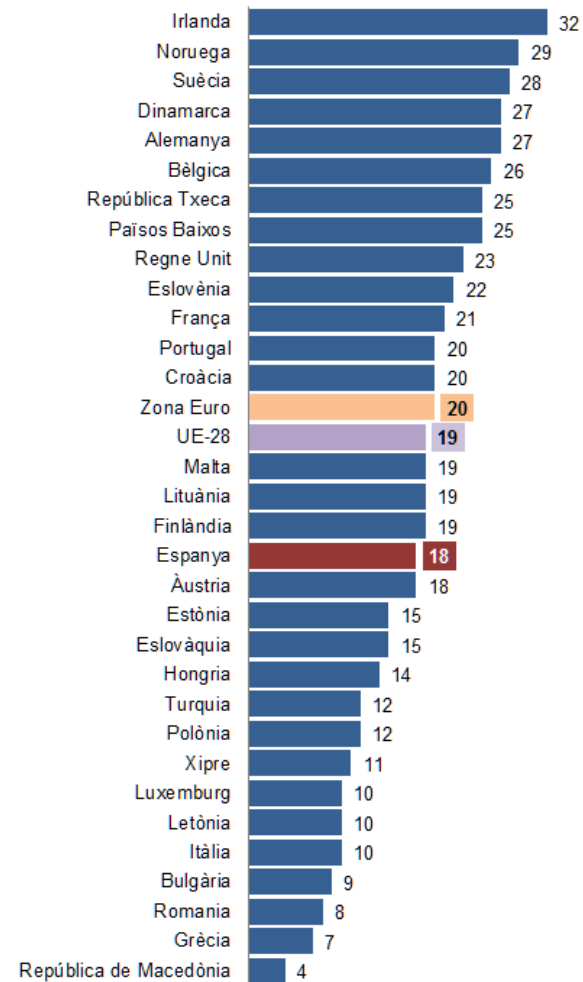
% d'empreses que compren per Internet i/o altres xarxes informàtiques, 2015



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 dades d'Eurostat.

% d'empreses que venen per Internet i/o altres xarxes informàtiques, 2015



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

Quant a Espanya, segons Eurostat, l'any 2015 tant el percentatge d'empreses que compren online (26%) com el de les que venen per aquest canal (18%) queda per sota de la mitjana de la Unió Europea. De tota manera, mentre que en el cas de les compres la diferència amb la UE és substancial (de 14 punts, i de 16 punts si ho comparem amb la zona euro), en el de les vendes el percentatge d'empreses espanyoles queda només 1 punt per sota de la mitjana de la UE i 2 punts per sota de la zona euro.

7.1 Comerç electrònic de les empreses a Espanya

Segons l'Enquesta d'ús de TIC i comerç electrònic a les empreses de l'Institut Nacional d'Estadística, en el període 2015-2016 prop de la tercera part de les empreses espanyoles de 10 o més assalariats (el 32,1%) han efectuat compres per comerç electrònic per un valor de 197.316 milions d'euros, la qual cosa representa un 20,3% de les compres totals i el 42,1% de les realitzades pel grup d'empreses que fan adquisicions per aquest canal.

Per grans sectors econòmics, els serveis assoleixen el major percentatge d'empreses que efectuen compres per Internet -el 35,6% del total, enfront al 27,5% de la indústria i el 24,5% de la construcció- i aporten més de la meitat del valor total de les compres per comerç electrònic (el 56,4%), mentre que la indústria representa el 43,2% i la construcció el 0,4% d'aquesta magnitud. El pes del comerç electrònic sobre el total de compres se situa pels voltants de la cinquena part, tant a la indústria com als serveis (22,2% i 20,2%, respectivament), mentre que a la construcció només en representa el 2,3%.

Les empreses del sector de la construcció, gairebé no compren electrònicament

El comerç electrònic a les empreses espanyoles*, 2015-2016

Compres per comerç electrònic

Sector econòmic	% empreses que compren per comerç electrònic	Volum de compres comerç electrònic (milions d'euros)	Pes del comerç electrònic s/total de compres	% compres de comerç electrònic. s/total de compres de les empreses que compren per comerç electrònic
Indústria	27,5	85.252	22,2	44,3
Construcció	24,5	837	2,3	6,8
Serveis	35,6	111.227	20,2	42,2
Total empreses	32,1	197.316	20,3	42,1

*Empreses de més de 10 treballadors

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

El comerç electrònic a les empreses espanyoles*, 2015-2016

Vendes per comerç electrònic

Sector econòmic	% empreses que venen per Comerç Electrònic	Volum de vendes comerç electrònic (milions d'euros)	Pes del comerç electrònic s/total de vendes	% vendes de comerç electrònic s/total de vendes de les empreses que venen per comerç electrònic
Indústria	19,2	109.622	20,6	46,8
Construcció	3,7	807.622	1,3	32,9
Serveis	23,9	107.789	13,5	29,3
Total empreses	20,1	218.218	15,7	36,1

*Empreses de més de 10 treballadors

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

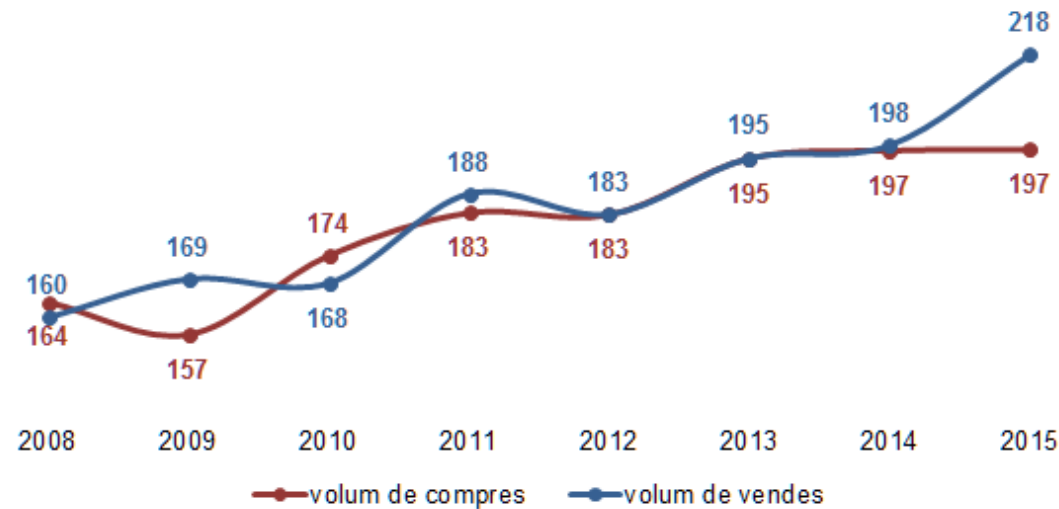
Pel que fa a les vendes, un 20,1% de les empreses espanyoles utilitzen el canal online, generant un volum de negoci de 218.218 milions d'euros, que equival al 36,1% de les seves vendes, i al 15,7% del total de les vendes de les empreses d'Espanya.

Malgrat que el nombre d'empreses que compren online és superior al de les que venen, el volum de vendes per internet supera al volum de compres, per cinquè any consecutiu.

Per sectors econòmics, són altre cop les empreses de serveis les que assoleixen un major percentatge d'ús d'aquest canal (23,9%), seguides de la indústria (19,2%) i la construcció (3,7%). En aquest cas, però, la indústria concentra la major part (el 50,2%) de la facturació total de vendes online, amb un volum lleugerament superior al del sector terciari (que n'absorbeix el 49,4%). Així mateix, el pes del comerç electrònic dins de les vendes del sector industrial (20,6%) és clarament superior al del conjunt del terciari (13,5%).

Pel que fa al període anterior, al 2015-2016 el volum de compres electròniques de les empreses s'estabilitza (+0,1%), mentre que el de vendes experimenta un creixement de dos dígits (+10,1%) per primera vegada des de 2011-2012. Malgrat l'evolució recent de les compres, en conjunt als darrers anys s'observa una clara tendència ascendent del comerç electrònic, que fa que les xifres de compres i vendes assolides al 2015 siguin un 21% i un 36% superiors (en termes nominals), respectivament, a les de l'any 2008.

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



7.2 Comerç electrònic de les empreses a Catalunya

D'acord amb l'enquesta d'ús de TIC i del comerç electrònic a les empreses 2015-2016 publicada per l'Idescat, el 35,5% de les empreses amb 10 o més assalariats de Catalunya han comprat per comerç electrònic en aquest període. Aquesta dada és superior en 4,7 punts al percentatge assolit el període anterior i també es 3,4 punts major que la de la mitjana espanyola.

Pel que fa a les vendes, el percentatge d'empreses catalanes amb 10 o més assalariats que utilitzen aquest canal per vendre, és el 23,8%, cosa que suposa un augment de 3,5 punts vers el període 2014-2015 i situa aquest indicador a 3,7 punts per sobre de la mitjana espanyola.

Comerç electrònic a Catalunya 2015 - 2016

	Microempreses	Empreses amb 10 o més assalariats
Compres a través de comerç electrònic (%)	19,0	35,5
Vendes a través de comerç electrònic (%)	4,8	23,8
Total empreses	405.969	21.828

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'Idescat.

Per sectors d'activitat econòmica destaquen, per les seves compres a través de comerç electrònic, el sector d'empreses de serveis amb un 38,6% d'empreses que compren per aquest canal (6 punts per sobre el darrer període), el de la indústria amb un 31,6% (retrocedeix lleugerament) i el de la construcció amb un 26,3% (3 punts per sobre el darrer període).

Pel que fa a les vendes electròniques, destaca el sector terciari, on el 28,4% de les empreses venen per aquest canal, seguit de la indústria amb un 20,8% i, molt allunyat, la construcció amb un 2,3%. En tots els sectors ha augmentat el percentatge d'empreses que venen electrònicament, destacant l'augment de 4,6 punts a la indústria.

Comerç electrònic a Catalunya per sector d'activitat de l'empresa. 2015-2016

% empreses amb 10 o més assalariats	Sector d'activitat		
	Indústria	Construcció	Serveis
Compres a través de comerç electrònic (%)	31,6	26,3	38,6
Vendes a través de comerç electrònic (%)	20,8	2,3	28,4

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'Idescat.

La facturació total de les compres per Internet de les empreses de 10 o més assalariats de Catalunya ha estat de 32.224 milions d'euros al 2015. Aquesta xifra equival al 15,1% de les compres totals de les empreses catalanes d'aquesta mida i al 33,7% de les compres de les empreses que fan adquisicions per aquest canal.

Compres a través de comerç electrònic de les empreses de 10 assalariats o més. Catalunya. 2014-2015

Segons el pes que representen les compres a través de comerç electrònic i sector d'activitat.

	Compres a través de comerç electrònic (milions d'euros)	Sobre les compres total del sector (%)	Sobre les compres d'empreses que han comprat a través de comerç electrònic (%)
Indústria	16.839	18,9	39,1
Construcció	198	3,2	13,3
Serveis	15.187	12,9	29,8
Total	32.224	15,1	33,7

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'Idescat.

Cal destacar la manca d'utilització del comerç electrònic per part del sector de la construcció, on les compres per aquest canal equivalen al 3,2% del total de compres del sector, i on les vendes només assolixen el 0,5%. A més, les empreses d'aquest sector que han utilitzat el comerç electrònic, tant per comprar com per vendre, ho han fet en un percentatge molt inferior al de la resta de l'economia.

Vendes a través de comerç electrònic de les empreses de 10 assalariats o més. Catalunya. 2014-2015

Segons el pes que representen les vendes a través de comerç electrònic i sector d'activitat.

	Vendes a través de comerç electrònic (milions d'euros)	Sobre les vendes totals del sector (%)	Sobre les vendes d'empreses que han venut a través de comerç electrònic (%)
Indústria	23.665	18,9	48,1
Construcció	48	0,5	20,5
Serveis	26.791	16,9	37,5
Total	50.504	17,2	41,8

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'Idescat.

Pel que fa a les vendes per comerç electrònic, el seu volum supera al de les compres electròniques (tal com succeeix a Espanya) i assolix 50.505 milions d'euros, que equivalen al 17,2% del total de vendes de les empreses catalanes de 10 o més assalariats, i al 41,8% de les vendes de les empreses que han venut per aquest canal.

Comerç electrònic a Catalunya per dimensió de l'empresa 2015-2016

	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
Compres a través de comerç electrònic (%)	19	33,0	47,5	44,5	36,5
Vendes a través de comerç electrònic (%)	4,8	21,3	33,4	46,9	23,8
Total empreses	405.969	17.936	3.307	586	21.829

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona a partir de dades de l'Idescat.

A Catalunya, mentre més gran es l'empresa, més utilitza el comerç electrònic

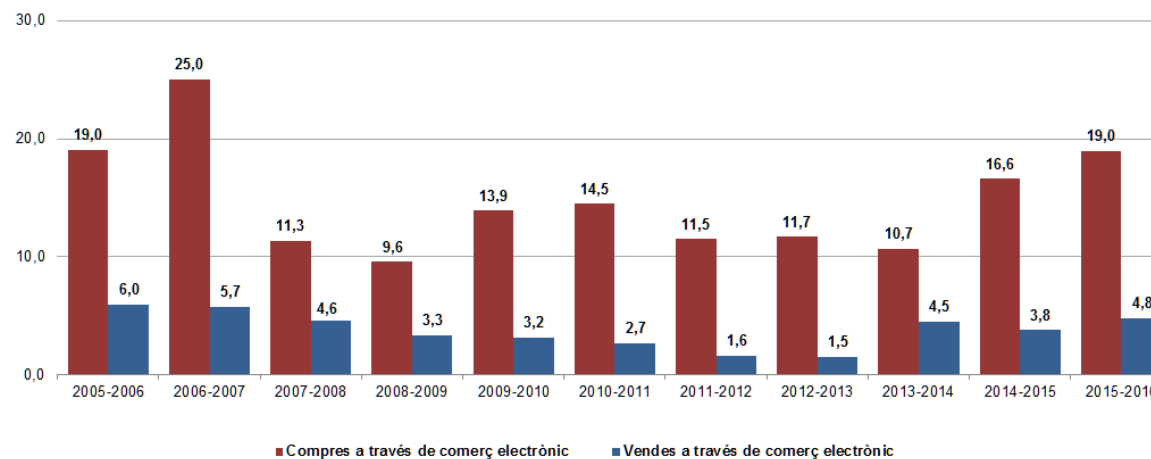
L'ús del comerç electrònic presenta una forta correlació positiva amb la grandària de l'empresa. Així, entre les empreses de més de 250 ocupats, el percentatge d'ús d'aquest canal per a comprar assoleix un remarcable 44,5%, dada que se situa per sobre de la mitjana de la Unió Europea i de la Zona Euro. El 47,5% de les empreses de 50 a 249 ocupats i el 33% de les de 10 a 49 ocupats fan també adquisicions per mitjans electrònics, mentre que entre les microempreses només un 19% realitza compres online. Les empreses de 50 a 249 ocupats són el segment amb millor evolució (+6,9 punts ver el període anterior).

Quant a les vendes a través de comerç electrònic, destaca també l'ús que en fan les empreses de més de 250 ocupats (46,9%), seguides de les d'entre 50 i 249 ocupats (33,4%) i de les empreses de 10 a 49 (21,3%).

Finalment, en l'evolució de l'ús del comerç electrònic per part de les empreses de menys de 10 treballadors, a Catalunya es constata que al 2015-2016, augmenta el percentatge de les que compren per aquest canal, consolidant el millor percentatge des del 2007. El percentatge d'empreses que venen per Internet també augmenta en comparació al període 2014-15.

Amb la crisi, les petites empreses catalanes van augmentar l'ús del comerç electrònic per comprar, però el van utilitzar menys per vendre

Empreses de menys de 10 treballadors a Catalunya que utilitzen el comerç electrònic (%) 2005-2016



Font: Idescat a partir de dades de l'INE.

7.3 Comerç electrònic a les llars a Catalunya

L'any 2015, 2.734.417 catalans (el 48,4% de la població de 16 a 74 anys) han comprat per Internet, amb un increment del 10,8% vers l'any anterior, segons l'Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) a les llars de Catalunya.

Els homes segueixen encapçalant les compres per Internet (52,2%). Per edats, la població entre 25 i 44 anys representa el 48,8% dels compradors. D'altra banda, els consumidors online són en gran majoria de nacionalitat espanyola (91,7%), i el percentatge d'estrangers usuaris (8,3%) experimenta un descens de -2,7 punts percentuals vers l'any anterior. Pel que fa al nivell d'educació, la població que realitza més compres per Internet (37,8% del total) és la que té estudis universitaris.

Dues tercers parts dels compradors (68,8%) són treballadors, dels quals un 85,2% ho són per compte d'altri i un 14,8% per compte propi. Entre els no ocupats, el nombre d'aturats (42,3%) supera el d'estudiants (29,2%) en la compra per Internet, contràriament al que va succeir l'any anterior.

Quant als tipus de productes adquirits per Internet, els viatges i allotjaments de vacances són els més sol·licitats amb un 53,2% dels compradors, seguits de la roba i el material esportiu (45%) (amb un increment interanual d'11 punts percentuals), les entrades a espectacles (42,4%) i els productes per a la llar (27,7%) (que guanya 6,4 punts percentuals. vers l'any 2014). Entre els productes amb menys demanda online destaquen les accions, assegurances i altres serveis financers.

Perfil dels compradors per internet a Catalunya. 2015

	Persones que han comprat per Internet en els darrers 12 mesos	Pes s/total (en %)
Sexe		
Home	1.426.032	52,2
Dona	1.308.285	47,8
Edat		
De 16 a 24	409.422	15,0
De 25 a 44	1.333.149	48,8
De 45 a 64	901.172	33,0
De 65 a 74	90.574	3,3
Per nacionalitat		
Espanyola	2.507.757	91,7
Estrangera	226.560	8,3
Per nivell d'educació		
Educació primària	101.068	3,7
1a etapa d'educació secundària	409.031	15,0
2a etapa d'educació secundària	855.537	31,3
Formació professional superior	333.460	12,2
Diplomatura universitària i equivalents	348.286	12,7
Llicenciatura universitària, màsters i equivalents	681.168	24,9
Doctorat universitari	5.767	0,2
Per situació laboral		
Ocupat		
Treballador per compte aliè	1.602.465	85,2
Treballador per compte propi	277.737	14,8
No treballador		
Aturat	361.147	42,3
Estudiant	249.543	29,2
Jubilat o prejubilat	164.416	19,2
Feines de la llar	46.816	5,5
Altra situació laboral	32.193	3,8
Catalunya	2.734.317	100,0

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

Productes o serveis adquirits per internet, a els darrers 12 mesos. Catalunya 2015

En percentatge sobre el total de compradors – Taula 1 de 2

	Productes per a la llar	Pel·lícules música	Llibres, revistes, etc.	Roba o material esportiu	Jocs d'ordinador i videoconsola	Equipament informàtic
Sexe						
Home	31,1	16,8	16,1	41,3	20,2	21,7
Dona	23,6	12,5	20,5	49,1	9,1	11,0
Edat						
De 16 a 24	12,4	16,0	5,7	55,2	20,0	14,0
De 25 a 34	26,8	20,7	19,9	55,5	14,2	20,4
De 35 a 44	30,6	12,8	18,2	48,3	14,9	19,5
De 45 a 54	35,1	11,6	19,6	41,8	12,5	12,7
De 55 a 64	25,6	13,9	29,0	19,6	15,4	14,7
De 65 a 74	31,9	6,6	18,7	4,0	11,5	11,5
Per nivell d'educació						
Educació primària	40,8	3,6	0,0	23,4	7,5	0,0
1a etapa d'educació secundària	30,7	9,2	13,0	47,9	15,5	9,9
2a etapa d'educació secundària	19,6	11,0	16,9	39,2	17,5	19,9
Formació professional superior	24,6	12,5	8,9	56,1	11,2	8,9
Diplomatura universitària i equivalents	31,5	19,9	22,6	43,6	12,5	26,8
Llicenciatura universitària, màsters i equivalents	32,9	22,7	27,8	49,6	15,5	17,3
Doctorat universitari	37,4	37,4	37,4	0,0	0,0	37,4
Per situació laboral						
Treballador per compte aliè	30,4	16,7	19,6	49,0	15,3	17,8
Treballador per compte propi	24,9	9,4	19,4	44,3	12,4	14,5
Aturat	20,2	7,7	14,5	31,7	14,9	15,0
Estudiant	13,5	17,0	6,6	53,3	17,9	11,4
Jubilat o pre-jubilat	34,0	11,5	21,3	21,9	16,1	13,8
Feines de la llar	49,1	21,2	37,6	43,2	9,9	29,6
Altra situació laboral	32,0	32,0	25,2	58,8	0,0	32,0
Catalunya	27,5	14,7	18,2	45,0	14,9	16,6

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

Productes o serveis adquirits per internet, a els darrers 12 mesos. Catalunya 2015

En percentatge sobre el total de compradors – Taula 2 de 2

	Equipament electrònic	Accions, assegurances, etc.	Allotjament de vacances	Productes alimentaris	Entrades a espectacles	Altres productes
Sexe						
Home	27,9	7,2	51,0	13,6	37,0	17,3
Dona	16,2	3,8	55,6	16,7	48,3	16,8
Edat						
De 16 a 24	22,8	0,0	39,8	10,3	45,5	15,1
De 25 a 34	22,5	5,9	56,7	19,2	42,7	18,2
De 35 a 44	24,4	5,2	58,9	14,3	46,2	15,2
De 45 a 54	22,3	9,6	50,4	14,6	42,8	18,5
De 55 a 64	17,7	6,8	60,0	15,8	32,6	19,9
De 65 a 74	16,8	0,0	43,0	15,5	25,7	14,6
Per nivell d'educació						
Educació primària	7,7	10,4	19,5	6,7	7,7	17,1
1a etapa d'educació secundària	19,5	6,9	32,7	14,6	23,6	12,4
2a etapa d'educació secundària	25,9	3,0	46,2	12,9	31,9	19,3
Formació professional superior	17,1	5,6	52,6	12,0	48,2	11,4
Diplomatura universitària i equivalents	28,3	7,3	60,6	18,7	55,9	13,8
Llicenciatura universitària, màsters i equivalents	21,0	6,2	75,5	19,2	61,8	21,7
Doctorat universitari	37,4	37,4	100	0,0	100	0,0
Per situació laboral						
Treballador per compte aliè	25,5	7,6	60,6	16,4	46,7	15,1
Treballador per compte propi	27,6	3,7	54,4	15,8	37,1	21,8
Aturat	10,7	1,7	33,6	15,1	23,1	18,0
Estudiant	13,3	0,0	39,5	8,8	53,0	19,9
Jubilat o pre-jubilat	26,0	6,8	44,0	9,9	34,2	19,9
Feines de la llar	18,1	8,1	61,4	26,3	55,9	19,5
Altra situació laboral	0,0	0,0	37,3	0,0	30,6	25,2
Catalunya	22,3	5,6	53,2	15,1	42,4	17,1

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

El percentatge d'adquirents masculí supera clarament el femení en material informàtic, equipament electrònic, jocs d'ordinador i videoconsoles, pel·lícules i música, parament de la llar i en 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, entrades per espectacles, llibres i productes alimentaris.

Per situació laboral, tant entre els ocupats com entre els aturats, predominen les compres de viatges i allotjaments, roba i material esportiu i entrades a espectacles. En el cas dels estudiants que compren per Internet, la roba i material esportiu i les entrades per a espectacles són els més demandats, seguits dels viatges i serveis d'allotjament. Les persones que es dediquen a les feines de la llar concentren les seves compres electròniques en la roba, l'allotjament de vacances, les entrades per espectacles i productes per a la llar, mentre que entre els pensionistes predominen els viatges i allotjaments i les entrades per a espectacles.

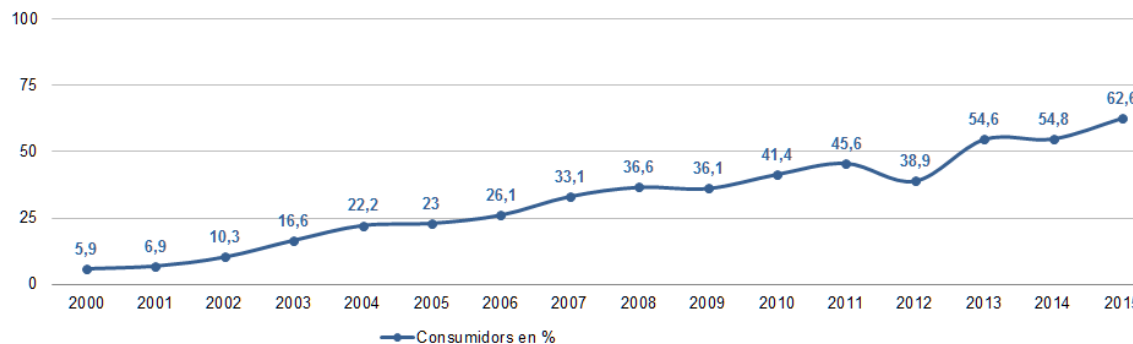
7.4 Comerç electrònic a les llars de Barcelona

Segons dades de l'Òmnibus Municipal de desembre de 2015, el 62,6% dels barcelonins ha adquirit productes per Internet en alguna ocasió. Per tant, es produeix un augment considerable de l'ús d'aquest canal vers l'any anterior (+7,8 punts percentuals) fins assolir el valor més elevat dels darrers quinze anys.

El percentatge de barcelonins que fan ús del comerç electrònic és superior a la mitjana catalana

Per gènere, l'any 2015, la proporció d'homes que fan servir aquest canal per a la compra (68%) supera amb escreix al de dones (58%). Pel que fa a l'edat, destaca que el 87% dels ciutadans d'entre 25 i 34 anys ha utilitzat Internet per comprar algun producte, en contrast amb l'ús mitjà d'aquest per només el 25,1% dels majors de 65 anys.

Evolució del percentatge de barcelonins que han comprat per internet



Font. Enquesta Òmnibus Municipal. Direcció de Comerç i Consum. Desembre 2015.

A més, de la tendència creixent de la participació en el comerç electrònic l'any 2015, 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 punts percentuals fins a situar-se en el 62,5%, alhora que augmenta en +0,5 punts la utilització del comerç electrònic amb freqüència mensual (17,9%) i en +2,2 punts cada dues setmanes (6,4%).

Evolució de la freqüència de compra per internet a Barcelona (2005-2015) en %

	2005	2011	2012	2013	2014	2015	Variació	
							2005-15	2014/2015
Setmanalment	3,0	3,1	2,8	3,4	4,0	3,1	0,1	-0,9
Cada dues setmanes	1,7	3,3	2,6	5,6	4,2	6,4	4,7	2,2
Mensualment	13,5	14,5	12,3	15,1	17,4	17,9	4,4	0,5
Cada dos mesos	7,4	9,6	7,7	8,3	10,1	10,0	2,6	-0,1
Ocasionalment	73,9	69,3	74,0	67,4	64,5	62,5	-11,4	-2,0

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

Els productes més comprats mitjançant internet són els d'informàtica i telefonia, ja que el 32,2% dels barcelonins que han comprat per internet han adquirit aquest tipus de producte. Els segueix la roba i el calçat, que han estat comprats pel 31,5% dels compradors per internet, els llibres (21,8%) i els viatges (17,7%).

Comparant amb l'any anterior, destaca l'augment dels compradors per internet de llibres (+7,8 punts percentuals) i de productes informàtics i de telefonia (+7,5 punts percentuals).

Percentatge de compradors per internet a Barcelona, per tipus de producte o servei adquirit (2005-2015*)

	2005	2011	2012	2013	2014	2015	Variació	
							2005-15	2014/2015
Viatges	36,5	33,1	32,1	23,2	21,3	17,7	-18,8	-3,6
Roba, calçat	7,4	23,5	22,4	28,7	30,6	31,5	24,1	0,9
Informàtica i telefonia	23,0	16,9	20,1	31,8	24,7	32,2	9,2	7,5
Llibres	13,5	14,9	12,9	15,1	14,0	21,8	8,3	7,8
Entrades espectacles	9,6	13,4	15,9	9,6	9,9	8,8	-0,8	-1,1
Aliments	13,0	12,5	9,0	7,0	10,9	9,2	-3,8	-1,7
Altres productes quotidians	3,5	7,7	5,4	5,9	3,6	6,4	2,9	2,8
Parament de la llar	3,5	7,5	5,4	9,4	11,2	11,0	7,5	-0,2
Música	10,4	6,4	5,1	3,8	4,5	5,3	-5,1	0,8
Altres lleure	9,6	3,1	1,5	2,5	0,5	6,6	-3,0	6,1
Altres	3,0	1,8	2,8	7,4	6,3	4,1	1,1	-2,2

* Dades de desembre de cada any. – La suma de percentatges d'un mateix any pot ser superior al 100% debut a que un mateix comprador pot adquirir productes de diferents tipus.

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

L'any 2015, la ciutat consolida el clúster estratègic Barcelona Tech City (anteriorment Ecommerce & Tech Barcelona), amb l'objectiu de fer créixer 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 s'hi troben eDreams, Privalia, Softonic, Let's Bonus, Inspirit, ITnet, Rakuten o "la Caixa". Es tracta, doncs, d'un sector estratègic per a la ciutat, amb una forta interrelació amb altres sectors potents pel desenvolupament econòmic de Barcelona, com són la logística, el turisme, el comerç o la mobilitat.

8. Anàlisi del sector comercial

8.1 Òmnibus Municipal de Comerç

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

L'estudi s'ha realitzat en quatre onades corresponents a abril, juny, setembre i desembre. En cada una d'elles s'han efectuat 1000 entrevistes entre la població de Barcelona més gran de 16 anys, a llars amb telèfon.

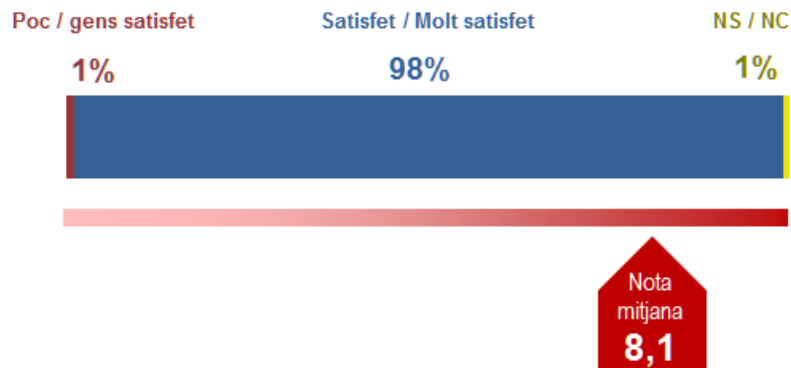
El 57,5% dels barcelonins afirma que acostuma a fer sempre les compres de casa seva i només el 5,9% dels entrevistats no compra mai o gairebé mai, mentre que a l'any 2014, constituïen un 9,9% els que feien aquesta afirmació. Les dones i les persones de més edat són les que fan més les compres per la seva llar.

8.1.1 Valoració sobre el comerç

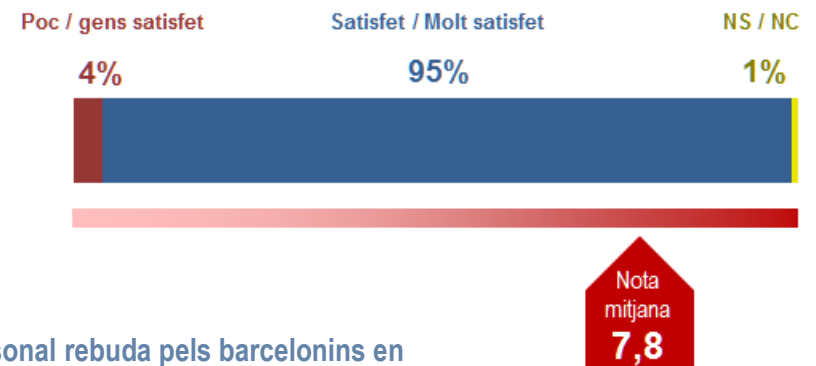
Els barcelonins que van a comprar amb alguna freqüència, valoren notablement l'oferta comercial, els horaris comercials i l'atenció personal per part dels comerciants. Totes aquestes opinions han millorat vers l'any 2014.

Concretament, els entrevistats valoren l'oferta comercial de Barcelona amb una nota mitjana de 8,1 en una escala de 0 a 10, mentre que a l'any 2014 la valoració va ser de 7,8. Pel que fa als horaris comercials, els compradors els valoren amb una nota mitjana de 7,8, una nota lleugerament superior al 7,7 de l'any 2014. I referent a l'atenció personal que reben en els comerços, els enquestats la valoren amb un 7,4 que també es superior al 7,2 de l'any 2014

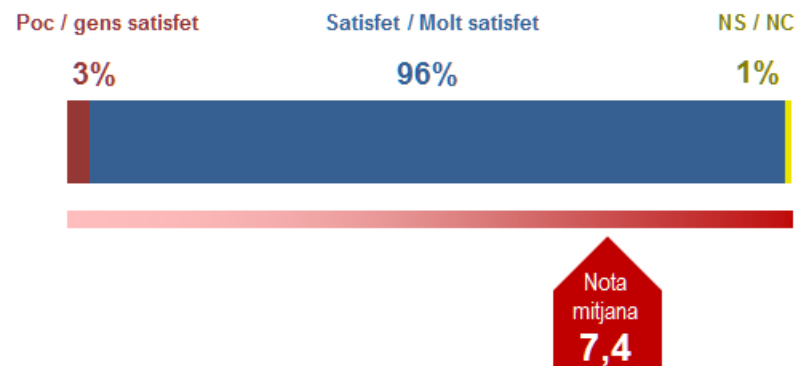
Valoració de l'oferta comercial pels barcelonins



Valoració dels horaris comercials pels barcelonins



Valoració de l'atenció personal rebuda pels barcelonins en els comerços

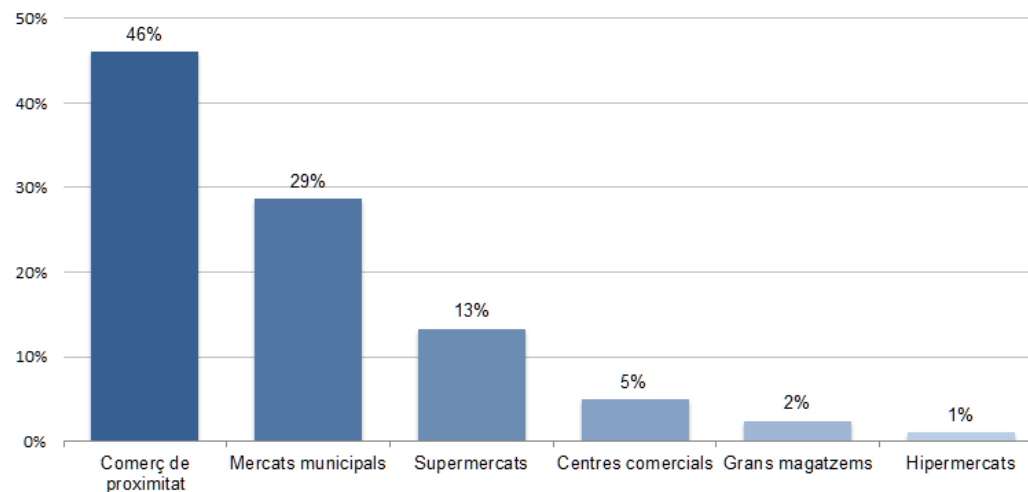


8.1.2 L'atenció segons el tipus de comerç

El comerç de proximitat destaca per la seva atenció personalitzada: el 46,1% de barcelonins considera que les botigues de barri o especialitzades són l'establiment on millor els atenen, per davant dels mercats municipals (28,7%), els supermercats (13,3%), els centres comercials (4,9%) i els grans magatzems (2,4%).

La gran majoria dels barcelonins consideren que el comerç de proximitat i els mercats municipals, és on millor els atenen

Valoració de l'atenció segons el tipus de comerç
(Percentatge d'entrevistats que han afirmat que és on millor els atenen)

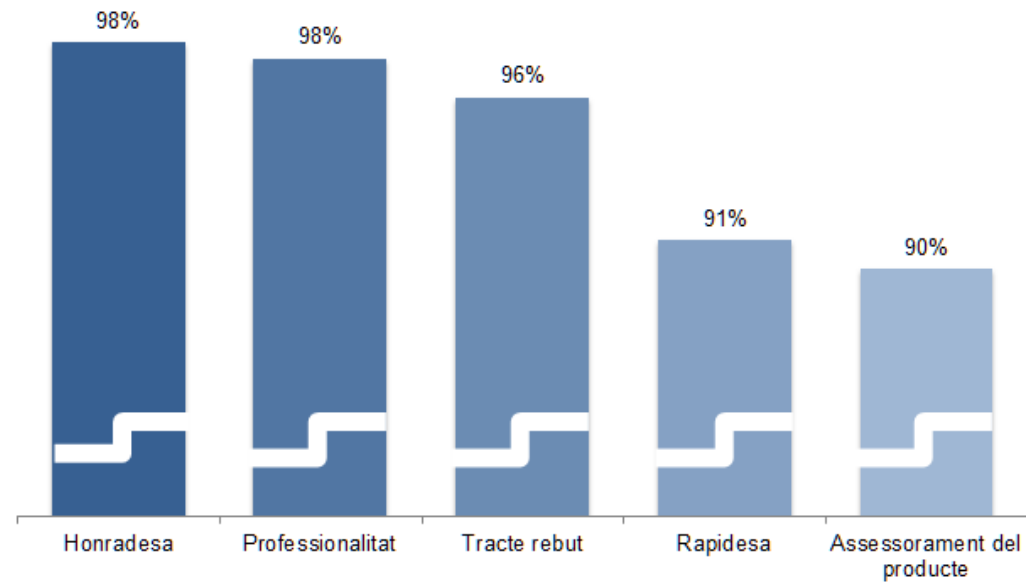


8.1.3 Grau d'importància de diferents aspectes comercials

Els entrevistats destaquen l'honradesa y la professionalitat de les persones que atenen als clients, com els aspectes més importants de l'atenció comercial.

Valoració d'aspectes en l'acte de compra

(Classificació d'aspectes segons el percentatge d'entrevistats que han indicat que són els més importants a l'atenció comercial)



8.1.4 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 (62,9%) i altres productes d'ús quotidià (74,5%). Pel que fa a l'alimentació fresca, els mercats municipals són l'opció preferida (40,4%). No obstant això, aquest percentatge ha disminuït en comparació al de l'any 2014 (44,4%).

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%) per davant dels centres comercials (34,2%). La relació entre ambdós canals de compra s'ha estabilitzat en els darrers tres anys, després de la forta davallada soferta per les botigues de barri des de l'any 2001, quan un 75% dels entrevistats les escollien per comprar la roba i el calçat, i només un 10% escollia els centres comercials.

Parament de la llar

Per a la compra de productes de parament de la llar, es manté la tendència dels darrers anys: les botigues de proximitat són les preferides (51,5%) per davant dels grans magatzems (20,7%) i el centres comercials (19,6%).

Productes d'oci i cultura

Finalment, pel que fa a la compra de productes d'oci i cultura, la majoria dels barcelonins compren a les botigues de barri o especialitzades (67%) per davant dels centres comercials (16,9%) i dels grans magatzems (7,9%).

Hàbits de compra per tipologia de productes, en %

		Alimentació	Alimentació fresca	Altres productes d'ús quotidià	Roba i calçat	Parament de la llar	Oci i cultura
Lloc de compra	Supermercat	62,9	26,9	74,5			
	Mercat municipal	16,5	40,4		0,7		
	Botiga de barri / especialitzada	11,8	28,4	14,4	50,2	51,5	67,0
	Hipermercat	3,8	1,4	4,1		1,9	
	Centre comercial				34,2	19,6	16,9
	Gran Magatzem				11,1	20,7	7,9
	Internet						2,9
Tipus de transport utilitzat	A peu	84,3	88	82,7	42,3	38,6	57,9
	Transport privat	11,3	8,1	12,4	20	35,6	13,5
	Transport públic	3,7	3,3	3,1	36,4	21,8	23,4
Sistema de pagament	En efectiu	55,8		53,4	27,7	19,1	41,8
	Targeta	43		45	71,1	75,0	54,7
	No compra					4,9	3,0

8.1.5 Zones comercials

Tres de cada quatre barcelonins compra a alguna zona comercial de la ciutat (73,3%), per un 24,2% que diu que no hi va mai.

Les zones on més ciutadans van a comprar són: Barnacentre i El Corte Inglés de la plaça de Catalunya (26,9%), per davant del centre comercial La Maquinista (20,2%), de L'Illa Diagonal - El Corte Inglés (17,9%) i de Diagonal Mar (12%).

Pel que fa al tipus de producte que els barcelonins van a comprar a aquestes zones comercials, principalment és roba i calçat (75,6%), oci i cultura (30%), productes d'alimentació (23,1%) i articles de parament de la llar (15,8%).

La concentració de diverses ofertes comercials és l'aspecte més valorat de les zones comercials (45,2%), seguit de la proximitat (33,3%), així com l'espai (7,5%) i l'estar ben comunicats (5,4%).

8.2 Enquesta sobre l'activitat del sector comercial a Barcelona

L'objectiu principal de l'Enquesta de l'Activitat del Sector Comercial de Barcelona és conèixer les característiques dels establiments comercials, l'opinió del seus responsables sobre l'activitat comercial a la ciutat i les seves perspectives de futur. Així, l'any 2015, s'han entrevistat als responsables de 2.400 establiments comercials, en visites entre el 24 d'abril i el 25 de novembre.

L'any 2015 s'han analitzat alguns temes (local, serveis, horaris, intenció d'obrir el diumenge, personal...) del subconjunt de comerços entrevistats amb propietaris de nacionalitats asiàtiques, concretament de Bangla Desh, Índia, Pakistan, Xina i Nepal, i que representen l'11,7% de la mostra. A efectes del present informe, totes les referències a comerços de "titularitat asiàtica" fan referència només a als comerços que són propietat de ciutadans dels països indicats.

8.2.1 Les característiques

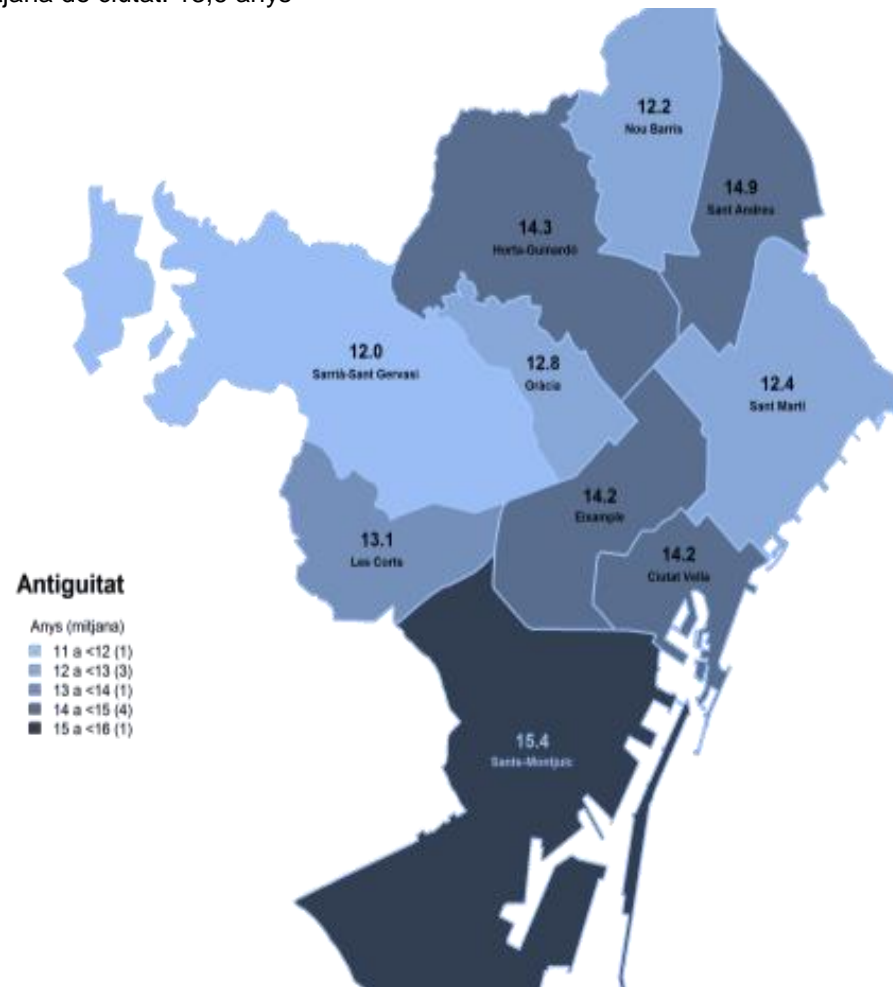
Entre el 2013 i el 2015, els comerços de Barcelona han rebaixat la seva antiguitat mitjana de 17 a 13,6 anys. Els establiments més recents són els de decoració-llar (11,9 anys), i alimentació fora de mercats (12,2 anys), i els més antics són els d'alimentació dins dels mercats (25 anys) i farmàcia-drogueria-perfumeria (19 anys). Quant als comerços de titularitat asiàtica, la seva antiguitat mitjana és de 4,4 anys.

El 70,5% dels establiments són societats civils particulars, el 21% societats limitades i el 4,2% societats anònimes. Per altra banda, el 4,6% dels establiments visitats són una franquícia, la meitat d'elles d'origen català, el 8,3% compten amb alguna central de compres i el 29,3% està associat.

Per districtes, els comerços de Sants-Montjuïc són els que tenen l'antiguitat mitjana més alta (15,4 anys), mentre que els de Sarrià-Sant Gervasi tenen l'antiguitat més baixa (12 anys).

Antiguitat mitjana dels establiments, per districte

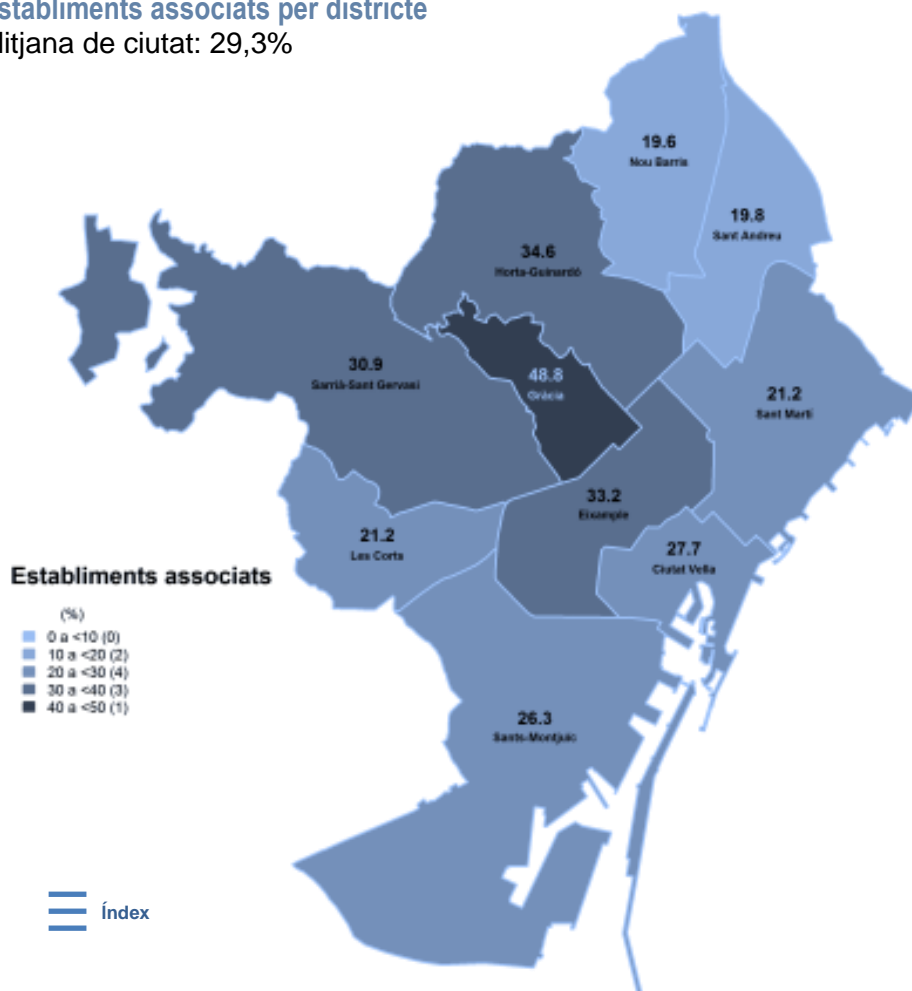
Mitjana de ciutat: 13,6 anys



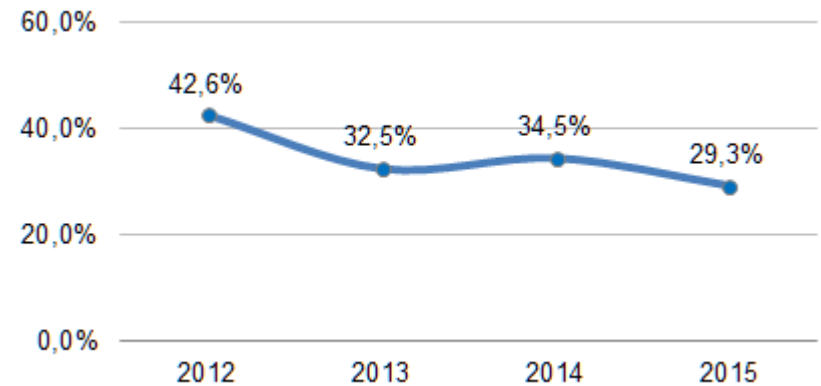
8.2.2 L'associacionisme

El 29,3% dels comerços de Barcelona està associat (l'1% en els de titularitat asiàtica), encara que amb tendència a disminuir. Les associacions són gremials o de comerciants, i també entitats de carrer, veïnatge, centre i eix comercial. Les parades d'alimentació dels mercats són les que presenten un índex d'associacionisme més alt (60,8%). Per districtes, Gràcia és el que té un major nivell d'associacionisme (48,8% dels establiments), mentre que Nou Barris té el més petit (19,6%).

Establiments associats per districte
Mitjana de ciutat: 29,3%



Evolució de l'índex d'associacionisme



8.2.3 El local comercial

El retrat del local comercial mitjà a Barcelona és una botiga aïllada al carrer, d'uns 118 m² de superfície total, (dels quals 73,7 m² corresponen a la sala de vendes), accessible amb un cert desnivell i en règim de lloguer, pel qual paga uns 1.143 euros al mes.

Ubicació: el 93,4% són botigues aïllades al carrer, el 4,9% són parades de mercats municipals i l'1,8% són botigues en centres o galeries comercials.

La superfície: La superfície mitjana dels comerços (sense incloure les parades de mercats municipals) és de 118 m² dels quals 73,7 m² corresponen a la sala de vendes. Per sectors, el d'automoció té les sales de venda amb major superfície mitjana (206 m²), seguit del sector d'oci i cultura (101 m²), mentre que el de vins i tabacs té la sala de vendes amb la superfície mitjana més petita (37,2 m²). Per districtes, Sarria-Sant Gervasi té les sales de venda més grans (98 m² de mitjana) seguit de L'Eixample (96 m²), mentre que Horta-Guinardó té les sales de venda més petites (46,9 m²).

Accessibilitat a la sala de vendes: El 38,4% dels establiments no tenen cap desnivell a l'entrada, en el 42,9% hi ha un graó baix (menys de 12 cm), en el 13,2% un graó mitjà (de 12 a 20cm), en el 2,1% un graó més alt i en el 3,4% una escala o varis graons. El 77,2% té una obertura a l'entrada d'una amplada superior als 70 cm.

Identificació del comerç: El 66,1% dels rètols estan escrits en català, el 21,5% en castellà, el 6,3% en anglès i el 4,5% en altres llengües. Pel que fa als establiments de titularitat asiàtica, el 58,7% té els rètols en català, el 24,5% en castellà, el 12,2% en anglès i el 7,7% en altres llengües.

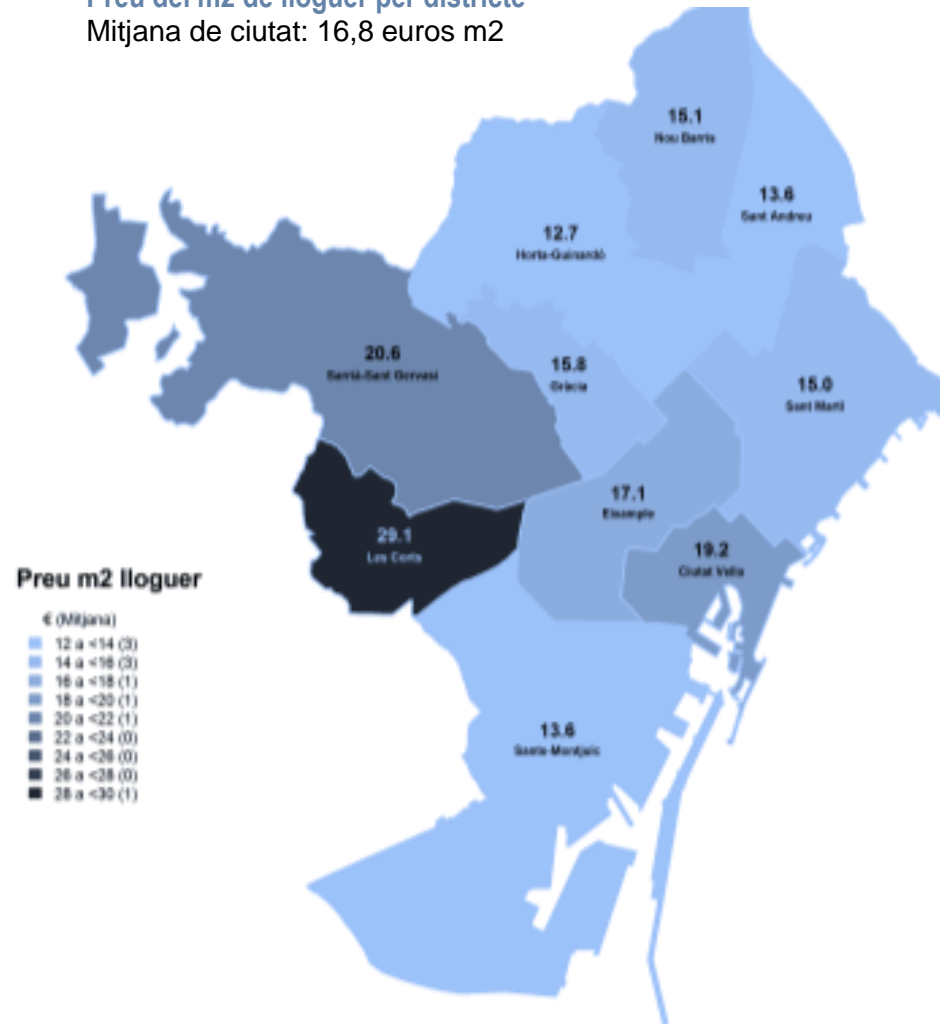
Règim de tinença del local: El 73,3% dels locals comercials són de lloguer, el 18,4% de propietat (sobretot els de farmàcia-drogueria-perfumeria i els d'automoció) i el 5,5% de concessió municipal (i un 2,8% NS/NC). Pràcticament tots els establiments de titularitat asiàtica són de lloguer.

Preus del lloguer: La mitjana del preu de lloguer per metre quadrat dels comerços és de 16,8€ al mes, i el lloguer mitjà se situa a 1.143€. Les botigues que més paguen pel lloguer són les farmàcia-

drogueria-perfumeria (1.431€) i les d'automoció (1.738€). Per districtes, hi ha una gran diferència entre els 12,7 € per m2 d'Horta-Guinardó i els 29,1€ de Les Corts.

Preu del m2 de lloguer per districte

Mitjana de ciutat: 16,8 euros m2



8.2.4 Els serveis

Els comerços de la ciutat ofereixen un ventall de serveis a la ciutadania, que afegeixen qualitat i valor a la seva relació:

Sistema de venda: El 59,6% dels comerços tenen un sistema de venda assistida, el 27,4% el tenen de lliure servei assistit i el 13% tenen un sistema de lliure servei. Els comerços de titularitat asiàtica inverteixen en aquests valors, de manera que un 45,4% té un sistema de lliure servei, un 31,1% de lliure servei assistit i un 23,5% de venda assistida.

Cobrament amb targeta: L'ofereixen el 83,7% dels establiments, i en el darrer mes a l'enquesta, el cobrament amb targeta va suposar el 41,1% del total de facturació. Pel que fa als comerços de titularitat asiàtica, l'ofereixen el 68,9%.

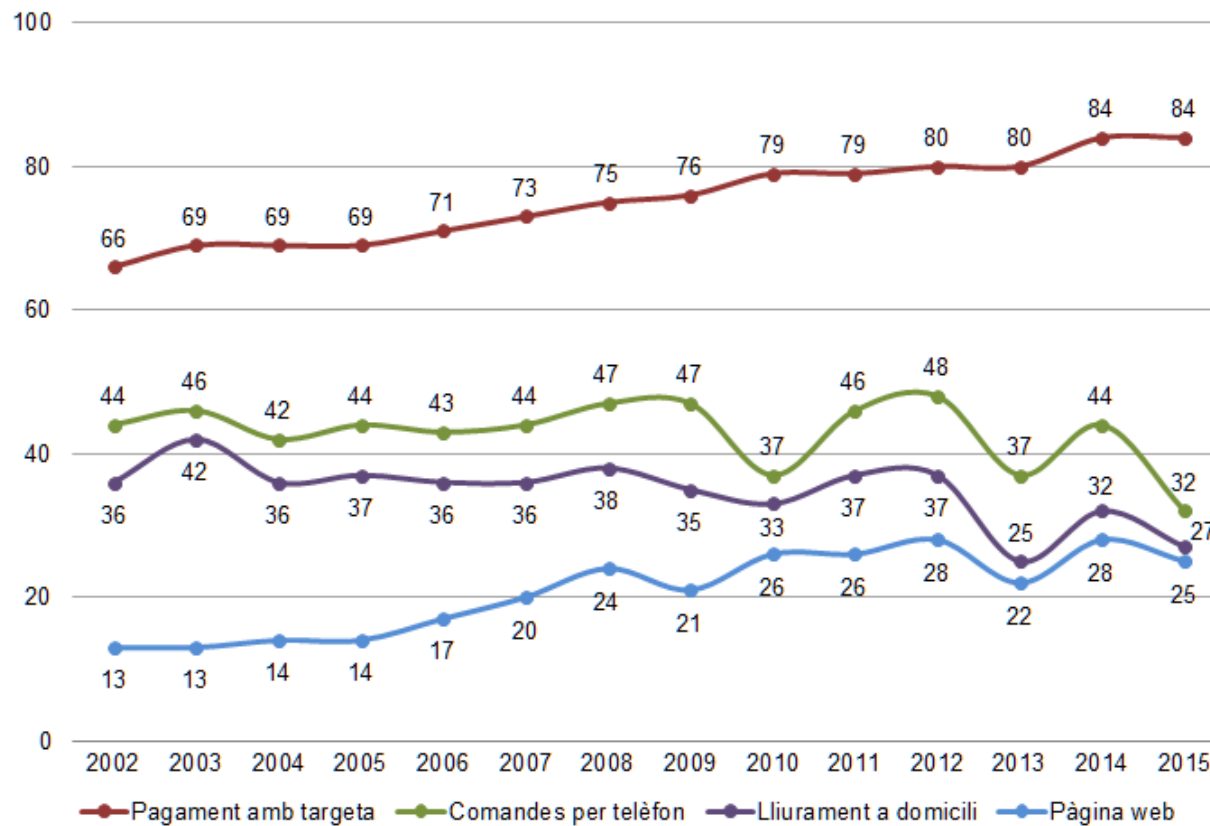
Comandes per telèfon: El 32% de les botigues visitades disposa d'aquest servei (el 9,2% pel que fa a les de titularitat asiàtica), sobretot el sector d'alimentació situat a dins de mercats (59,2%).

Lliurament de les compres al domicili: L'ofereixen el 27,4% del comerços (el 12,2% dels de titularitat asiàtica) i és més habitual als rams d'alimentació de mercats (50,8%), decoració-llar (38,3%) i alimentació no mercats (30,1%).

Gestió informatitzada: La tenen el 70% dels comerços (54,6% dels de titularitat asiàtica). Els sectors més informatitzats són els de vins-tabacs (90,7%), automoció (89,1%) i farmàcia-drogueria-perfumeria (88,5%).

Pàgina web pròpia: El 25,1% dels comerços disposen de web (1% els de titularitat asiàtica) i d'aquests, el 42,9% permeten la compra online.

Evolució de la implantació de serveis en el comerç, en % d'establiments que els ofereixen



La tendència a minvar dels establiments que accepten comandes per telèfon, o que fan lliurament a domicili, podria afectar a col·lectius, com el de la gent gran

8.2.5 Els horaris i les vendes

El comerç de Barcelona està modificant la seva disponibilitat horària. Per una banda, tendeix a obrir més dies a la setmana, especialment en diumenge (en les situacions previstes per la legislació), al temps que retarda el moment d'obertura dels establiments cap les 10h i tendeix a no tancar al migdia.

El 71,2% dels comerços obren sis dies a la setmana i el 19% tots els dies (l'any 2012 obrien tots els dies el 14,2% dels establiments).

El 20,2% dels comerços obren el diumenge (el 50% pel que fa als de titularitat asiàtica), quan l'any 2012 era el 14,8%. Per sectors, obren el diumenge el 55,7% dels comerços d'alimentació que no estan ubicats als mercats, i el 30,1% dels comerços del sector d'oci-cultura.

De dilluns a divendres, la majoria dels comerços fan jornada completa (93,7%). El més habitual és fer horari partit (en el 58,5% dels establiments, mentre que en el 2014 era el 61,4%). Se sol obrir abans de les 10h (en el 58,7% dels establiments, mentre que en el 2014 era el 63,4%) i tancar després de les 20 h (64,9%).

Dels comerços que obren dissabte, el 41,4% treballa només al matí i el 58,5% matí i tarda (a l'any 2012 era el 51,3%). Dels comerços que obren diumenge, el 37% ho fa només al matí i el 62,2% tot el dia (a l'any 2012 era el 49,7%). Els de titularitat asiàtica solen fer horari continuat el diumenge (86,5%).

Pel 48% dels enquestats, el mes amb majors vendes és desembre, seguit de juliol (22,4%) i gener (16%). En general, divendres i dissabte són els dies de més vendes. i dimarts i dilluns els de menys.

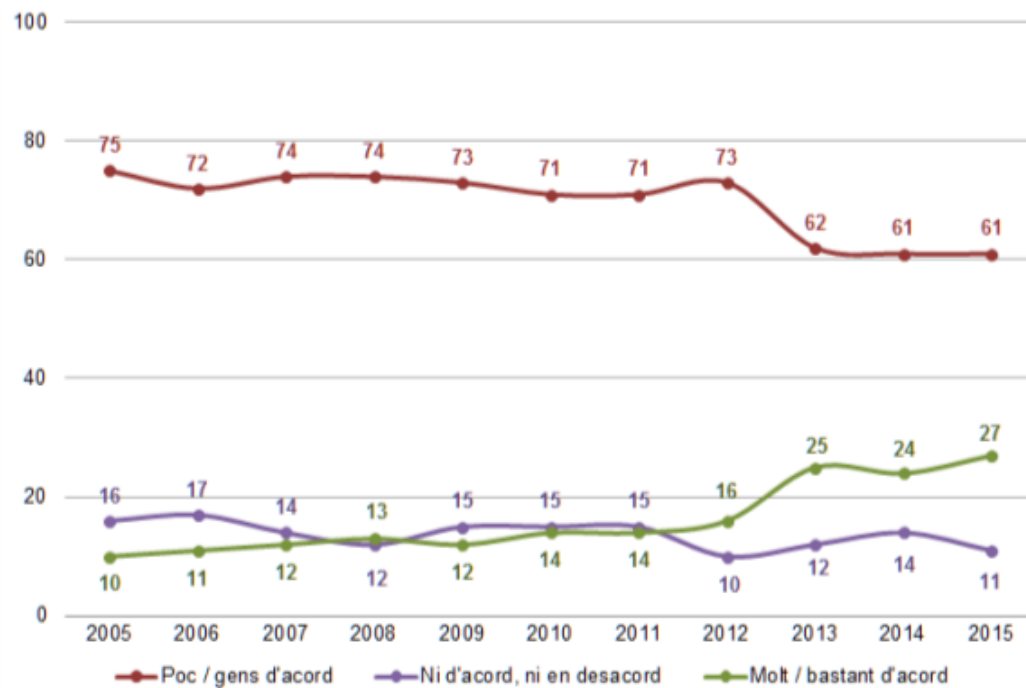
La intenció d'obrir en diumenge

La major part dels responsables de comerços no està d'acord a obrir els diumenges (el 60,5% dels responsables, mentre que a l'any 2014 era el 61,2%), el 27,3% ho veu bé (a l'any 2014 era el 24,4%) i a l'11,4% li és indiferent.

L'opinió més estesa és "que s'hauria de poder decidir" (el 44,7% dels responsables, quan a l'any 2014 era el 40%) mentre que el 28% ho prohibiria (30,3% a l'any 2014) el 13,2% ho restringiria més i el 9,9% ho mantindria com ara.

El 36% dels responsables pensen obrir el proper diumenge autoritzat, xifra que augmenta al 80,1% en els comerços de titularitat asiàtica.

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



8.2.6 El personal

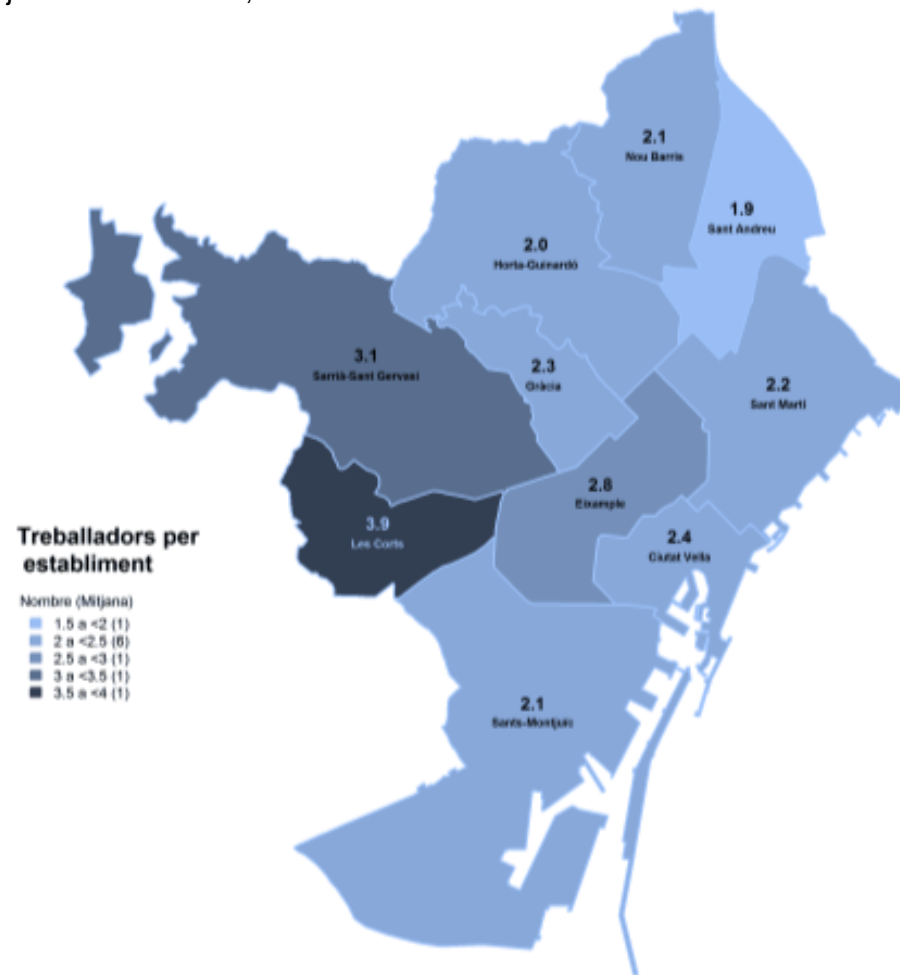
Aquest apartat analitza les botigues petites i mitjanes, on treballen entre 1 i 10 persones.

En els establiments comercials hi treballen, de mitjana, 2,2 persones (1,8 en els comerços de titularitat asiàtica). Per rams, el de farmàcia-drogueria-perfumeria i el d'automoció ocupen 2,8 persones, i el d'oci i cultura, 1,9. La pertinença a un eix comercial no afecta gaire a l'ocupació (2,3 persones als que hi pertanyen, i 2,1 als que no).

Característiques del personal:

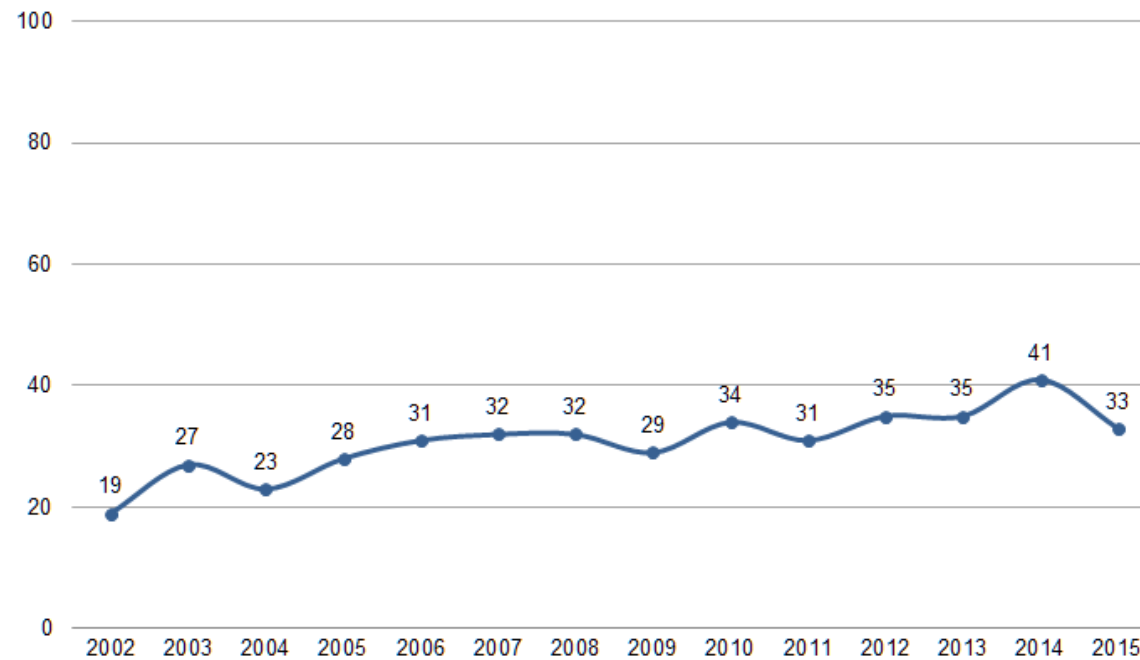
- El 41% dels treballadors són empleats de base, el 22,9% encarregats i el 36,1% propietaris.
- El 53% dels treballadors són dones (21'8% als establiments de titularitat asiàtica).
- El 56,2% dels propietaris són homes. Fins l'any 2012 hi havia el mateix nombre de propietàries que de propietaris. A partir del 2013, coincidint amb l'increment del nombre d'establiments de titularitat asiàtica, ha augmentat el nombre d'homes propietaris fins arribar al valor actual.
- La major part del personal és de nacionalitat espanyola (77,7%), té entre 25 i 54 anys (75,9%), i ha cursat estudis obligatoris o secundaris (69,2%). Gairebé un de cada quatre treballadors (21,%) té estudis universitaris.
- El 91% del personal entén el català i el 80,1%, el parla. En el cas dels comerços de titularitat asiàtica, el 47,9% del personal entén el català i el 16,2%, el parla.
- Pel que fa a les llengües en les que poden atendre els clients, el 98,5% dels establiments poden atendre en castellà, el 80,9% en català, el 40,7% en anglès i el 14% en altres idiomes. Cal destacar l'increment dels establiments que poden atendre en anglès, que han passat del 28,8% l'any 2014 al 40,7% l'any 2015.
- El 82,5% de les persones treballen a temps complet, sobretot els propietaris/es (91,2%) i els encarregats (89,4%).
- El 33% dels responsables entrevistats asseguren que el seu personal ha fet algun curs formatiu els dos darrers anys (a l'any 2014 era el 41,4%).

Nombre de persones que treballen a comerços per districte, en comerços petits-mitjans
 (Establiments amb un màxim de 10 treballadors)
 Mitjana de la ciutat: 2,2

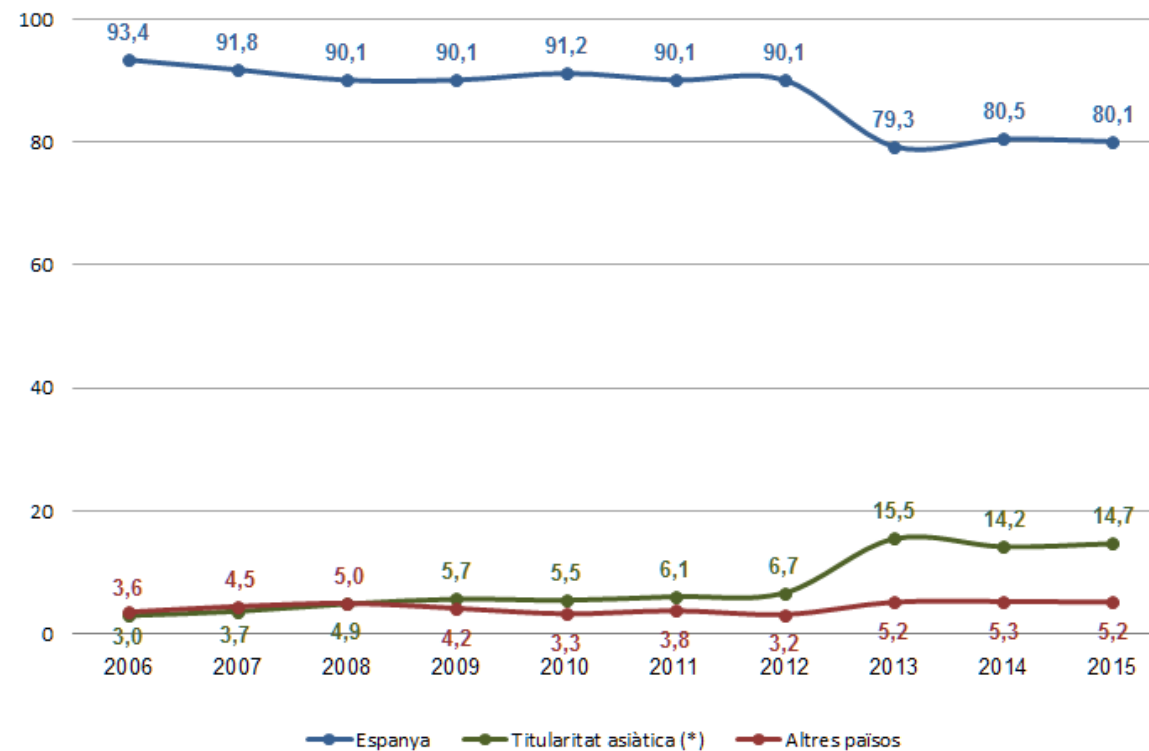


Percentatge d'establiments on el personal ha fet algun curs formatiu en els darrers 2 anys
(Establiments amb un màxim de 10 treballadors)

A la majoria dels establiments, el personal no ha fet cap curs formatiu en els darrers 2 anys.



Nacionalitat dels propietaris dels establiments, en %
(Establiments amb un màxim de 10 treballadors)

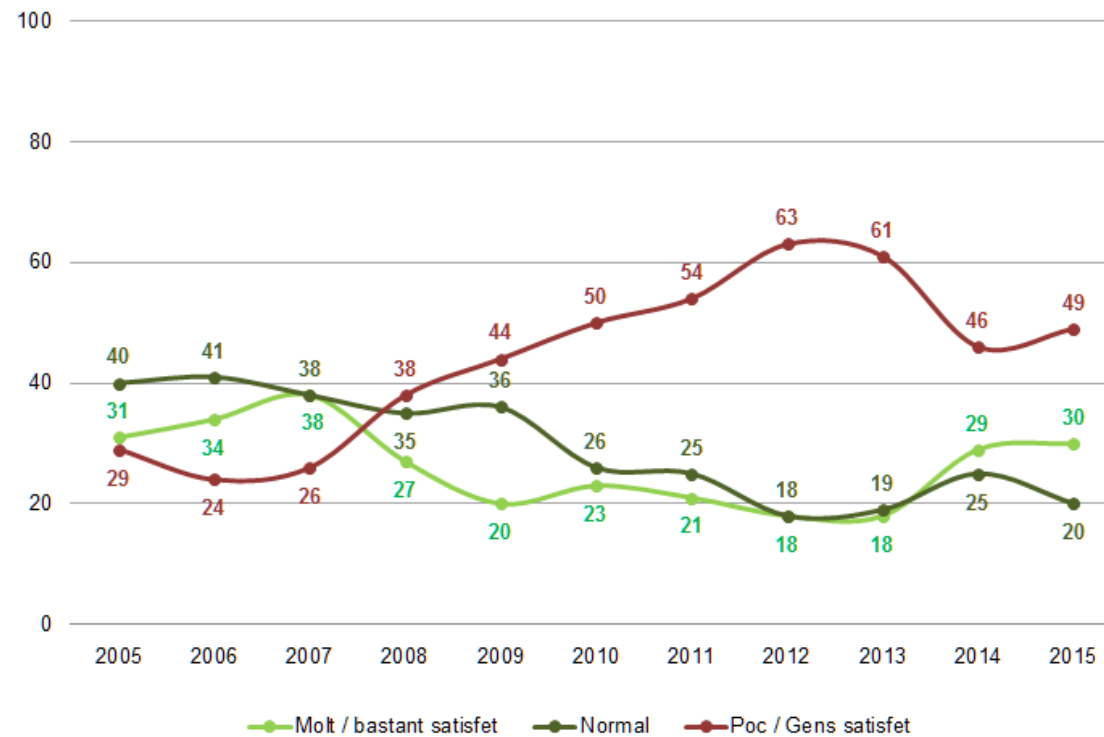


(*) Titularitat asiàtica: Bangla Desh – Índia – Pakistan – Xina – Nepal

8.2.7 La conjuntura del sector comercial

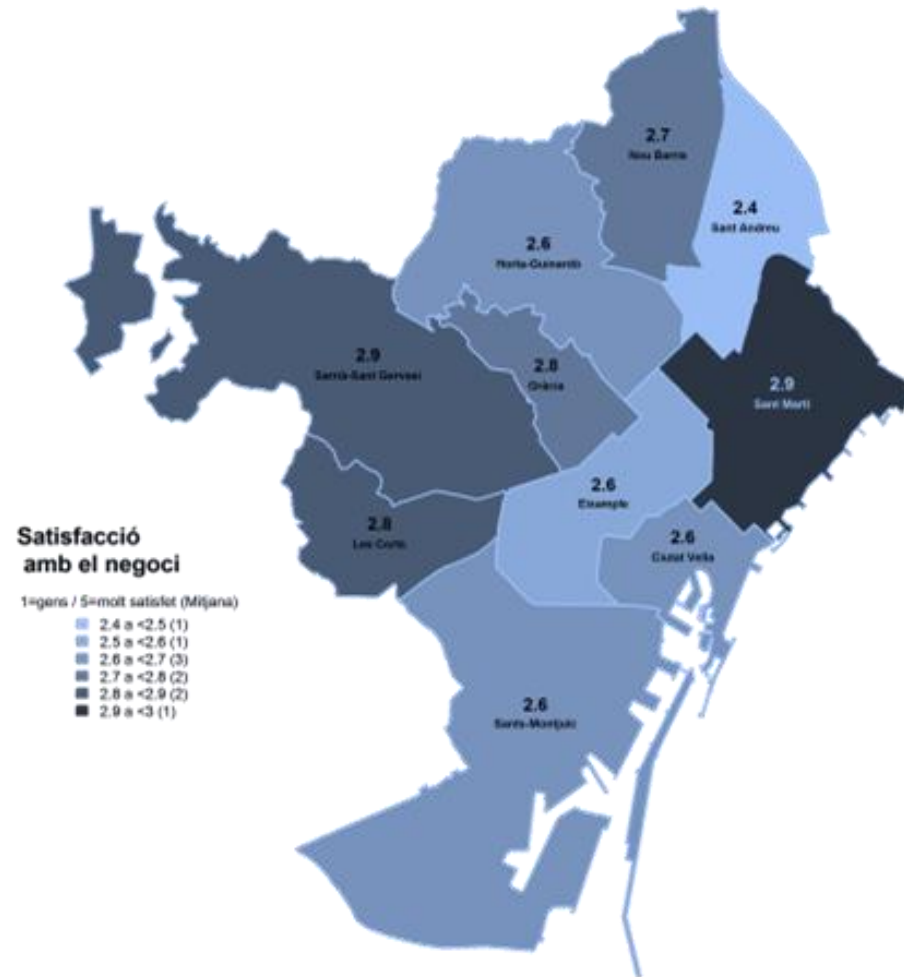
L'any 2015, la recessió econòmica i l'empitjorament del poder adquisitiu són, segons els comerciants, els factors que més els afecten negativament. Gairebé la meitat dels entrevistats (49,1%) es mostra molt poc o gens satisfets de la marxa del negoci.

Satisfacció sobre la marxa del negoci, en %



Satisfacció sobre la marxa del negoci, per districtes

Mitjana de la ciutat: 2,7 d'una escala de 1(Gens satisfet) a 5 (Molt satisfet)



Entre els factors que poden ajudar a la bona marxa del negoci, la majoria dels enquestats no en cita cap que depengui d'ells mateixos.

Factors influents en la marxa del negoci

Els responsables de comerços entrevistats **manifesten espontàniament** que allò que més pot afavorir la bona marxa del seu negoci en el futur és la millora del poder adquisitiu (18,7% dels entrevistats) i les millores de les condicions econòmiques generals (16,5%). També creuen que ajudarien la millora del barri o la zona (9,3% dels entrevistats), un tractament fiscal més favorable (8,5%) o la publicitat (6,3%), entre d'altres.

Per altra banda, la majoria considera perjudicials la recessió econòmica (22,6% dels entrevistats), l'empitjorament del poder adquisitiu (13,8%), l'augment de la competència (13,3%), l'augment del nombre de grans superfícies (9%), o el tractament fiscal (7,8%), entre d'altres.

I de forma suggerida (els enquestats han d'avaluar uns factors concrets), els responsables veuen la situació econòmica general com el factor decisiu que impedeix la bona marxa del negoci (89,4% dels entrevistats). Tampoc ho faciliten les noves grans superfícies comercials (72,1%), les comissions bancàries (63,5%) o la liberalització dels horaris comercials (48,2%).

Ara bé, consideren que els pot afavorir: el turisme (61,1% dels entrevistats), les accions de l'Ajuntament en matèria de promoció econòmica (33,2%) i la creació d'àrees de nova centralitat als barris (31,9%).

Pel que fa només a les botigues de roba i calçat, el 54,4% dels enquestats creu que el factor climàtic és positiu pel seu negoci, mentre que l'any 2014 ho creien el 28,8% dels enquestats.

Perspectives dels propers dos anys

El 38% dels responsables de comerços entrevistats creu que el **volum del negoci** augmentarà en els propers dos anys, el 36% que es mantindrà igual, i el 12,1% que disminuirà.

Els que pensen que el volum del negoci augmentarà, confien en una millora econòmica i política (50,9% dels responsables optimistes, mentre que a l'any 2014 era el 54%).

Els que pensen que el volum de negoci disminuirà es basen en la desconfiança envers la situació econòmica política (27,5% dels responsables pessimistes, mentre que a l'any 2014 era el 39,2%) i en la tendència negativa de les vendes (22,7%, mentre que a l'any 2014 era el 34,1%).

Referent al **nombre d'empleats**, la majoria assegura que es mantindrà (84,1% dels entrevistats), el 7,8% que augmentarà i el 3,8% que disminuirà.

Pel que fa als **preus de venda al públic**, el 76,5% dels entrevistats creuen que es mantindran en els propers dos anys, el 9% pensa que augmentaran i el 8,8% que baixaran.

Canvis fets i canvis programats

Els darrers dos anys han realitzat canvis en el 47,4% dels comerços visitats. Els que menys s'han renovat són els establiments d'alimentació (40,1%).

Els canvis més comuns són la decoració (43,2% dels establiments), la modernització de les instal·lacions (39%), el canvi d'assortiment (24,7%), la incorporació de noves activitats o productes (14,2%) i la reducció del nombre d'empleats (11%).

El 27,4% dels establiments s'han plantejat canvis pel proper any i el 15% dels responsables entrevistats pensen tancar el negoci properament.

8.3 Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració

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

8.3.1 Les característiques dels establiments

La mitjana d'antiguitat dels establiments de restauració és d'uns 10 anys, i la meitat dels establiments ha obert entre el 2010 i el 2015.

El 77,7% dels negocis visitats són societats civils particulars, el 17,6% societats limitades (més pròpies de restaurants) i l'1,4% societats anònimes. La presència de franquícies continua sent baixa: només un 1,4%.

El 67% dels establiments són bars, el 26,7% són restaurants / bars i el 6,3% només restaurants.

El 21,3% dels bars són de titularitat asiàtica, com també el 20,1% dels restaurants-bar i el 9% dels restaurants.

Les associacions necessiten reforçar el seu paper davant dels associats, i del sector en general.

8.3.2 Associacionisme

El 18,4% dels establiments del sector de restauració estan associats, dels quals més de la meitat pertany al Gremi de Restauració de Barcelona (l'any 2013 eren dos terços).

Segons els enquestats associats, els serveis que acostumen a oferir les associacions són actes socials (31%), assessorament i consultoria (18,5%), promocions i publicitat (8,7%), informació (8,7%) i formació (6,5%), entre altres. Cal destacar que el 21,2% dels enquestats associats afirmen que les associacions no ofereixen cap servei.

8.3.3 El local

La mitjana de la superfície total dels establiments de restauració és de 85 m², i la de la superfície de la sala és de 59 m² (a l'any 2013 era de 71,2 m²). Per tipus d'establiments, els restaurants tenen de mitjana una sala de 96 m², els bars-restaurants de 67 m², i els bars de 52 m².

El 44,1% dels establiments de restauració té terrassa (l'any 2014 era el 58,2%). La seva superfície mitjana és de 7,9 m².

La majoria dels locals són de lloguer (87%), mentre que els locals de propietat suposen el 10,9% i els de concessió de l'Ajuntament el 0,4% (i un 1,7% ns/nc).

8.3.4 Activitat i horaris

Volum d'activitat

Els mesos de més feina són juny (pel 18% dels entrevistats), juliol (32,9%), agost (20,4%, sobretot a Ciutat Vella i Gràcia) i desembre (18,6%). Els de menys activitat són febrer (31,9% dels entrevistats), gener (26%) i agost (23,6%, sobretot a Les Corts i Sarrià-Sant Gervasi).

Els dies més concorreguts segueixen essent divendres (pel 42,2% dels entrevistats) i dissabtes (37,1%). Els dies de menys activitat són dilluns i dimarts. En general, durant el dia, l'estona de més feina és el matí fins les 16:00h (en el 56,5% dels establiments) i el vespre a partir de les 19:01 hores (27,1%).

Obertura dels establiments

Els establiments de restauració estan oberts una mitjana de 6,4 dies a la setmana. El 61,7% dels establiments està obert el diumenge i el 52,4% obren els set dies de la setmana. La mitjana d'hores d'obertura a la setmana és de 85 hores i 15 minuts.

8.3.5 Els serveis

Pagament amb targeta

El 57% dels establiments de restauració ofereixen la possibilitat de pagar amb targeta (a l'any 2013 era el 49,4%). En el cas dels restaurants arriba al 94,9%, mentre que en el cas dels bars baixa fins el 46,2%.

El pagament amb targeta suposa el 30,4% del total de cobraments del darrer mes (a l'any 2014 era el 24,5%) i aquesta proporció arriba al 50,9% en els restaurants.

Vals restaurants

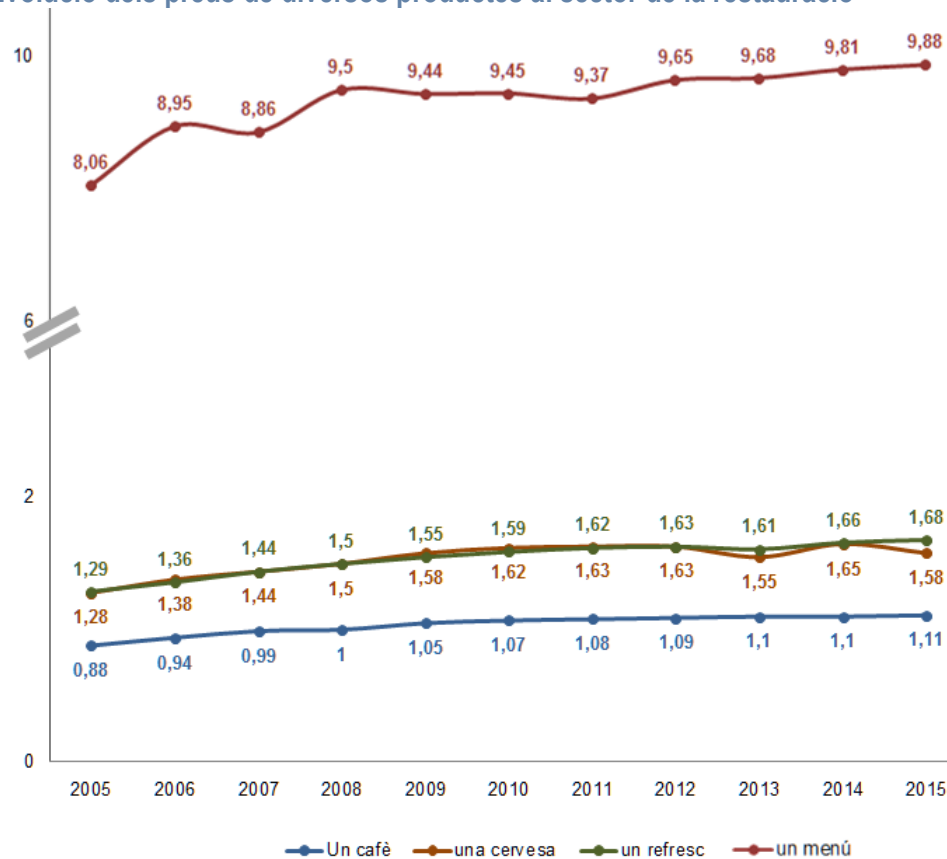
El 19,7% dels establiments visitats disposa de xecs-restaurant, sobretot els bars-restaurants (41,5%) i els restaurants (48,7%); mentre que només el 9% dels bars en tenen. El 40,1% d'establiments diuen que abonen de mitjana el 4% de comissió per aquest concepte.

Evolució dels preus

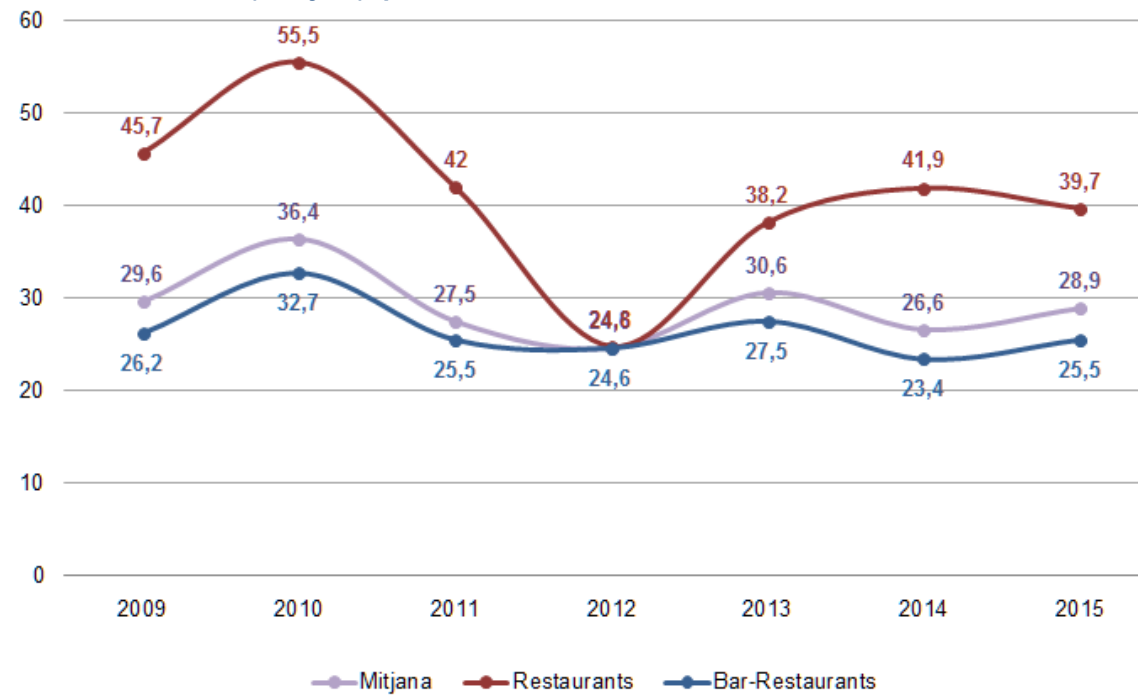
Es manté la tendència en un lleuger augment sostingut dels preus.

Pel que fa als preus dels menús, (9,88 euros de mitjana), acostumen a ser més cars als restaurants (12,6 euros) que als bar-restaurants (9,4 euros).

Evolució dels preus de diversos productes al sector de la restauració



Nombre de coberts (menjars) que es serveixen un dia laborable

**AGEDI, SGAE**

El 39,4% dels establiments visitats diuen pagar una comissió per drets d'autor (a l'any 2013 era el 24,9% i a l'any 2012 era el 28,8%).

8.3.6 El personal

Del total de persones que treballen al sector de la restauració, el 55,2% ho fa en bars, el 26,7% en bars-restaurant i el 18,1% en restaurants.

A continuació, s'analitzen les característiques del personal en els establiments de restauració, petits i mitjans, on treballen entre 1 i 10 persones.

- Els establiments de restauració petits i mitjans tenen una mitjana de 2,8 treballadors. Per tipus d'establiment, els restaurants tenen una mitjana de 5,3 treballadors (són els que tenen més personal i els que més l'han augmentat), el bars-restaurants tenen una mitjana de 3,2 treballadors i els bars, 2,4 treballadors.
- El 50,4% de les persones que treballen en el sector de la restauració són empleats de base, el 14,5% són encarregats d'establiment, i el 35% són propietaris.
- Hi treballen més homes (59,9%) que dones (39,7%), sobretot en els restaurants on el 65,4% són homes.
- Pel que fa al nivell d'estudis, el 27,1% dels treballadors té estudis obligatoris, el 28,7% estudis secundaris generals, el 12,5% estudis secundaris professionals i el 10,2% formació universitària. El 37,7% del personal ha fet algun tipus de formació durant els dos darrers anys (el 54% en els restaurants).
- El 59,5% del personal és de nacionalitat espanyola (l'any 2014 era el 66,2%), el 5,3% és de nacionalitat europea i el 34,6% d'altres nacionalitats. Del personal estranger, la nacionalitat més nombrosa és la xinesa (13,8% dels treballadors), seguida a distància de la pakistanesa (3,9%) i la italiana (3%).

Pel que fa a la nacionalitat dels propietaris, el 66,2% és de nacionalitat espanyola, seguits dels de nacionalitat xinesa (19,6%) i italiana (3,2%).

8.3.7 La conjuntura

Pel que fa a la satisfacció general de la marxa del negoci, la majoria dels responsables (50,2%) es mostren insatisfets, per un 29,2% que estan satisfets. Malgrat això, l'evolució és positiva, atès que l'any 2013 els insatisfets eren el 69,6% per un 12,6% de satisfets.

En general, a l'any 2015 la nota de satisfacció és de 2,7 (sobre 5). Els més satisfets són els restaurants amb una nota de 3,3.

Factors influents en el negoci

Els responsables entrevistats **manifesten espontàniament** que la mala conjuntura econòmica, política i social perjudica el sector (29,9% dels entrevistats), així com l'increment de la competència (13,4% dels entrevistats), els problemes propis (11,6%) els problemes de la zona on està situat l'establiment (11,1%, més especialment a Ciutat Vella i Sants-Montjuïc) o els impostos (9,5%), entre altres.

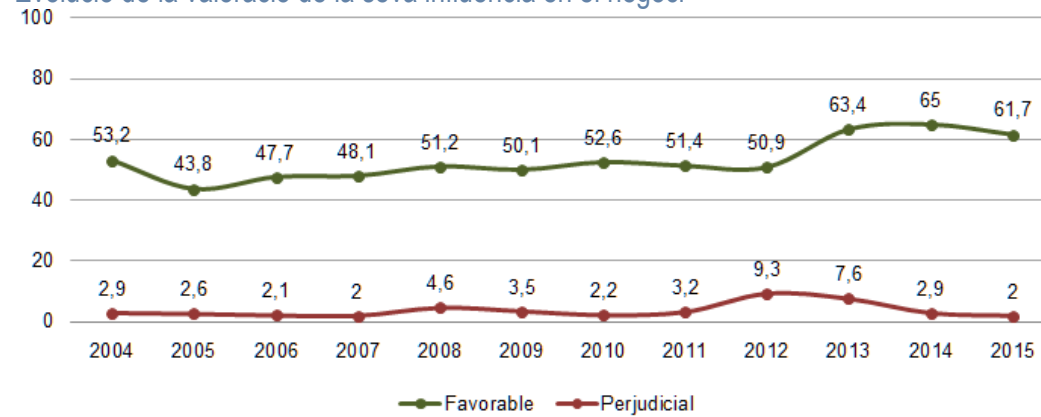
D'altra banda, consideren que els factors que poden influir positivament són la millora de les condicions econòmiques, socials i polítiques (24,2% dels entrevistats), les ampliacions, nous serveis o reformes a l'establiment (18,3%), les millores en el tractament fiscal (9,3%) o les millores en el barri (8,2%).

De forma suggerida (els enquestats han d'avaluar uns factors concrets), la majoria dels responsables afirmen que la situació econòmica general perjudica al comerç (89,6% dels entrevistats), juntament amb l'evolució dels tipus d'interès (46,9%), o la creació de noves àrees d'oci (26,6%), entre altres. Ara bé, el 61,7% dels enquestats creu que el turisme pot ajudar a remuntar el negoci, així com el factor climàtic (56,6%) o la creació de noves àrees d'oci (36,4%), entre altres.

Evolució del percentatge d'opinions favorables i desfavorables de diversos factors

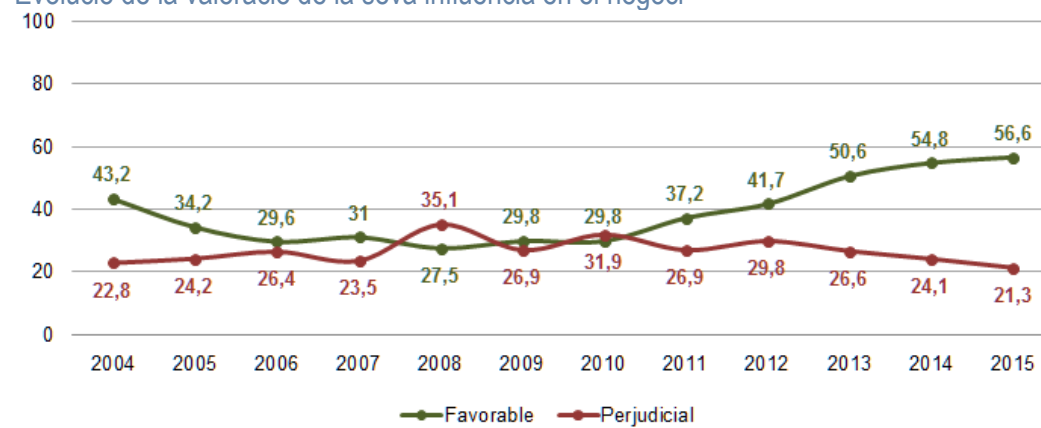
El turisme

Evolució de la valoració de la seva influència en el negoci



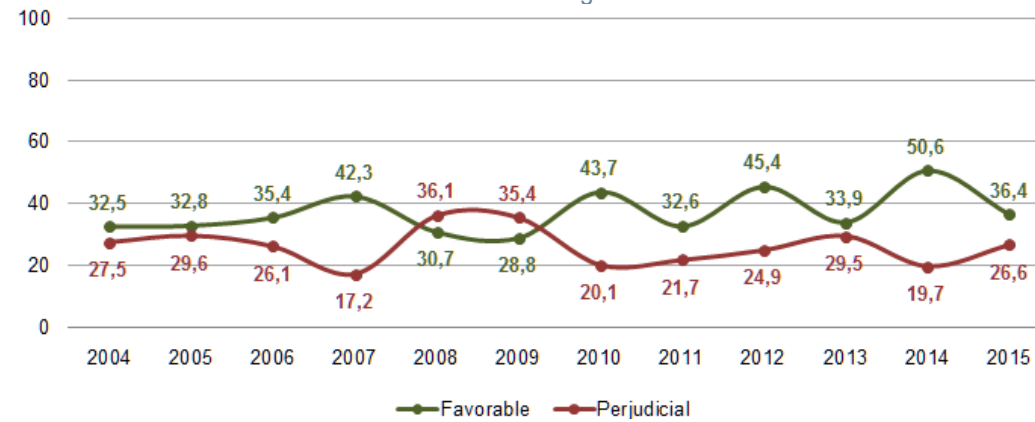
El factor climàtic

Evolució de la valoració de la seva influència en el negoci



Creació de noves àrees d'oci

Evolució de la valoració de la seva influència en el negoci



Evolució del negoci en el futur

El 36,5% dels responsables d'establiments de restauració enquestats és optimista i pensa que el negoci millorarà en el futur, el 33% pensa que es mantindrà igual i el 12,1% que serà de signe negatiu. Per tipus d'establiment, els responsables de restaurants són els més positius (53,8% dels enquestats).

Quant a les previsions de la plantilla de personal, el 80% dels responsables creuen que es mantindrà, un 9,4% que augmentarà i un 4,5% que disminuirà.

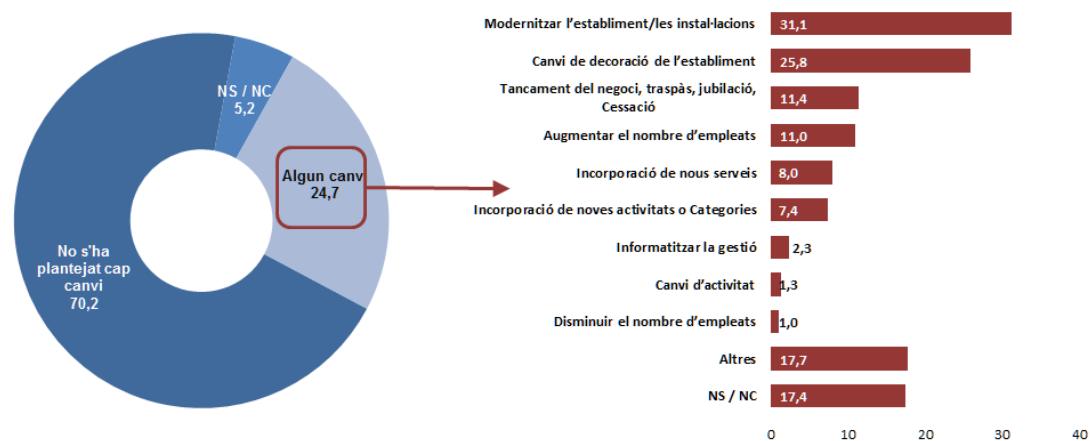
Pel que fa a l'evolució esperada dels preus, l'opinió majoritària és la de l'estabilitat (81,1% dels enquestats), però un 10,8% apunta cap a un augment.

Canvis en el negoci

El 38,2% dels responsables d'establiments de restauració diuen que han realitzat algun canvi en els darrers dos anys, com decorar de nou o modernitzar el local, disminuir o augmentar la plantilla de personal, incorporar noves activitats o serveis i informatitzar la gestió.

En el futur, el 24,7% dels responsables preveu canvis i, concretament, el 3,4% pensa en el tancament de l'establiment.

Canvis previstos en el negoci



8.4 Enquestes sobre l'obertura de diumenges a l'estiu en zona turística

En el període comprès entre l'1 de juliol i el 15 de setembre, els establiments comercials ubicats en determinats barris qualificats com a zona turística, podien romandre oberts els diumenges, entre les 10h i les 18h.

Els següents apartats mostren el seguiment de l'obertura de comerços, l'opinió dels vianants que eren a les zones comercials els diumenges d'obertura de comerços i, per últim, l'opinió dels barcelonins en general

8.4.1 Verificació de l'obertura en diumenges autoritzats

Per verificar l'obertura de comerços es va realitzar un treball de camp per constatar quins comerços minoristes obrien en diumenge en els barris qualificats com a zona turística. Aquest treball es va realitzar durant tres d'aquests diumenges (2 i 23 d'agost i 6 de setembre), amb una mostra de 1.759 comerços d'un univers d'11.045.

Malgrat que es va constatar una obertura mitjana del 22,2%, part d'aquests comerços ja estaven autoritzats a obrir en diumenge. Si no tenim en compte aquests comerços, van ser un 15,9% els comerços que van aprofitar l'aprovació de l'obertura a zones turístiques.

Comerços oberts per barri

Tenint en compte només els comerços que no estaven prèviament autoritzats a obrir en diumenge, els que més han aprofitat aquesta autorització han estat els de La Barceloneta (han obert el 41,3%), el Barri Gòtic (40,1%), el Poble Sec (23,7%), La Salut (18,9%) i La Dreta de l'Eixample (18,5%).

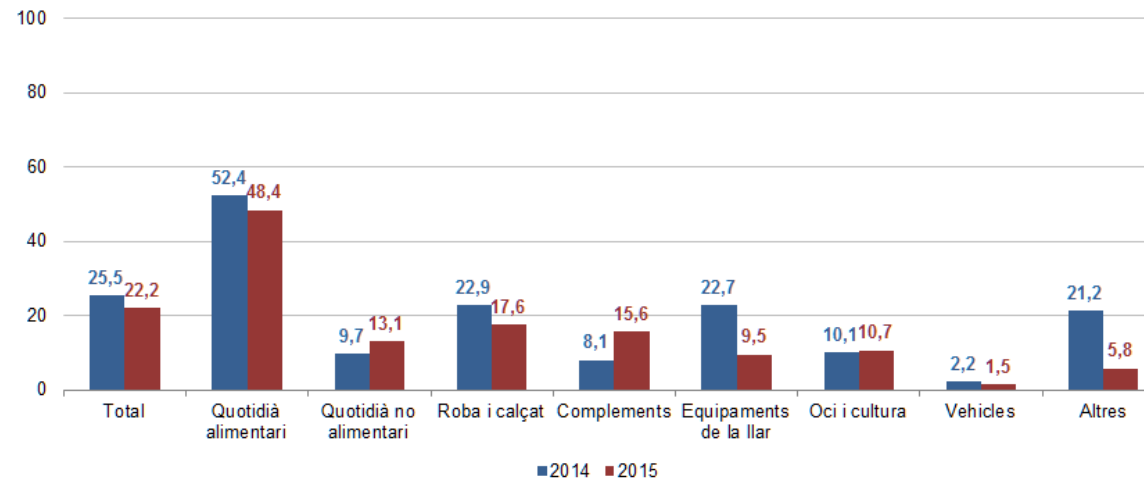
Els barris amb menor nivell d'obertura han estat el de l'Antiga Esquerra de l'Eixample (4,5%), seguit de Sants (7,8%) i La Vila de Gràcia i Sant Antoni (ambdós amb un 9,1%).

Comerços oberts per tipus d'establiment

Van obrir un 28% dels comerços quotidians alimentaris, seguits dels de roba i calçat amb un 17,6%. La branca de comerços que menys ha obert ha estat la dels vehicles (1,5%).

Comerços oberts, en comparativa interanual

(Inclous comerços que ja podien obrir abans de l'aprovació de la normativa)



8.4.2 Enquesta a vianants

L'opinió dels vianants de la zona turística es va estudiar mitjançant 1.746 enquestes al carrer durant part dels diumenges d'obertura autoritzada. La mostra inclou respostes de barcelonins (43,9%), residents a la resta de Catalunya (18,9%), a la resta de l'Estat (5,5%) i a l'estranger (31,7%).

Activitat realitzada pels enquestats

La major part dels enquestats estava passejant (66,4%), xifra que s'eleva al 72,5% en el cas dels estrangers. El 24,2% estava comprant (34,7% dels estrangers) i el 22,2% estava fent una visita cultural o turística (3,8% dels barcelonins, i 56% del estrangers).

Coneixença de l'obertura dels comerços en diumenge

El 41% dels enquestats sabia que els comerços d'alguns barris podien obrir el diumenge, una xifra inferior a la de l'any 2014 (51,8%). Tanmateix, va disminuir el nombre de barcelonins que sabien que l'Ajuntament havia aprovat una normativa que permetia als comerços d'alguns barris obrir els diumenges d'estiu (55,4% l'any 2015 vers el 60% l'any 2014).

Hi havia un desconeixement d'aquesta normativa per damunt de la mitjana (44,5%) en els residents de Ciutat Vella (54,8%) i Sant Gervasi (52%). També en els enquestats del tram d'edat de 25 a 34 anys (54,1%) i en el de 15 a 24 anys (52,9%). Per gènere, els homes van ser els que més ho desconeixien (44,9%).

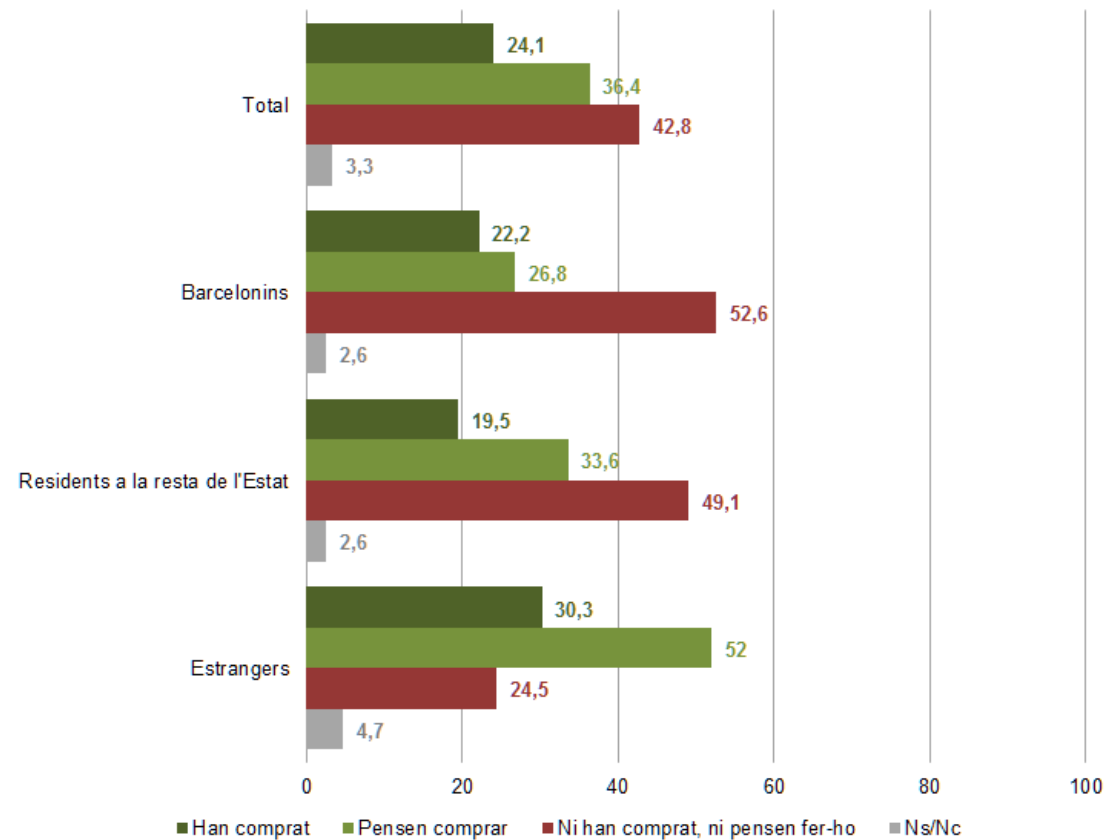
Ha comprat o comprarà

Havien comprat o pensaven comprar en el mateix dia el 60,5% dels enquestats (47,5% a l'any 2014).

Hi ha una clara diferenciació en funció del lloc de residència. Així, havien comprat o anaven a comprar un 49% dels barcelonins, un 53,1% dels residents a la resta de l'Estat, i el 80,3% dels estrangers. Aquestes diferències disminueixen pel que fa als enquestats que afirmaven que ja havien comprat al llarg del dia (24,1% dels enquestats). Així, havien comprat un 22,2% dels barcelonins, un 19,5% dels residents a la resta de l'Estat un 30,3% dels estrangers.

El 48,3% dels enquestats residents a Barcelona no havien comprat ni pensaven fer-ho. Dins d'aquest grup (residents a Barcelona), destaquen en la voluntat de no comprar les persones situades en el tram d'edat de 35 a 44 anys (54% no havien comprat ni pensaven fer-ho) i en el de 25 a 34 anys (54,8%). Per districte, els residents a Ciutat Vella són els que menys pensaven en fer compra (54,8%). Per gènere, van ser els homes els que menys volien aprofitar la disponibilitat dels comerços en diumenge (53,5%).

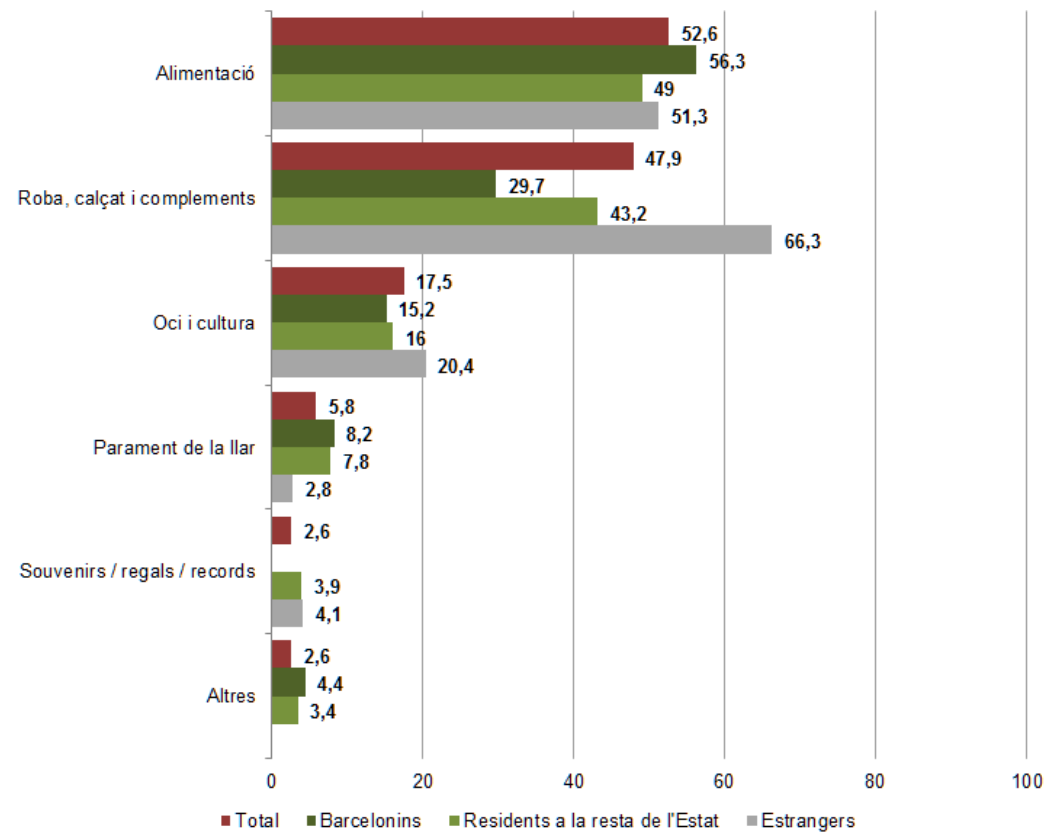
Voluntat de fer compres en els diumenges d'obertura autoritzats, segons l'origen geogràfic dels entrevistats (%)



Productes comprats

Dels entrevistats que havien comprat o pensaven fer-ho, un 52,6% es referia a productes alimentaris i el 47,9% a roba i calçat.

Els productes d'alimentació són comprats en un percentatge més alt pels residents a Barcelona ciutat (56,3%), mentre que la roba, calçat i complements són majoritàriament comprats per estrangers (66,3%) i menys pels barcelonins (29,7%).

Tipus de productes comprats en diumenges d'obertura autoritzats, segons l'origen geogràfic dels entrevistats (%)

Compres en comerços oberts habitualment en diumenge

Hi ha un tipus determinat de comerços que ja podien obrir habitualment els diumenges de l'any, per tant, no estarien afectats per l'habilitació per obrir en els barris qualificats com a zona turística en els mesos d'estiu.

Del conjunt de barcelonins enquestats que manifestaven que havien fet o farien compres, el 46,6% havia comprat o pensava fer-ho en un establiment que ja obria tots els diumenges de l'any. Un 36,4% dels enquestats havia comprat o pensava comprar en un establiment que havia obert en diumenge aprofitant l'autorització especial d'obertura.

Comprar un altre dia

De tots els enquestats que havien comprat o pensaven fer-ho durant el diumenge, un 64,4% va afirmar que aquelles compres les podria haver fet un altre dia de la setmana amb gens o poca dificultat. L'any 2014 van fer aquesta afirmació un 53% dels enquestats.

Pel que fa als barcelonins enquestats que havien comprat o pensaven fer-ho, un 78,4% va afirmar que si no hagués pogut fer la compra el diumenge de l'enquesta, la faria un altre dia de la setmana (a l'any 2014, ho afirmava el 81,3%). Entre els que feien aquesta afirmació, un 47% va dir que faria la compra en el mateix establiment on pensava fer-la el diumenge de l'enquesta. I un 35,6% van dir que ho farien en un altre establiment. Entre els que haurien fet la compra en un altre establiment, un 66% pensava fer-la en un comerç del mateix barri.

Importància de l'obertura en diumenges

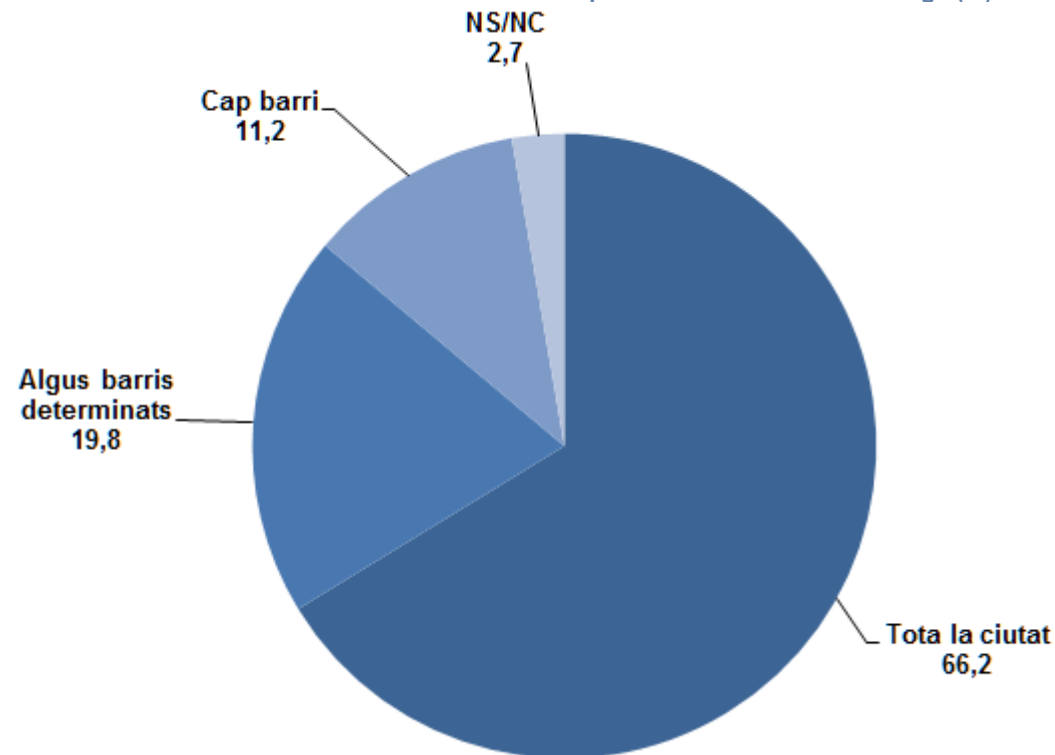
El 43,7% dels barcelonins enquestats creu que és molt o bastant important permetre aquesta obertura comercial els diumenges d'estiu. Un 42,3% creu que és poc o gens important.

La resposta "molt o bastant important" destaca per sobre de la mitjana en el tram d'edat de 35 a 44 anys (55,6%) i en els homes (49,2%). Per altra banda, la resposta "poc / gens important" destaca entre el tram d'edat de 55 a 64 anys (50,6%) i les dones (49,1%).

Extensió territorial del permís d'obertura

Dels enquestats residents a Barcelona, un 66,2% creuen que el permís per obrir els diumenges l'ha de tenir tota la ciutat (52,4% a l'any 2014), un 19,8% alguns barris determinats (29,1% a l'any 2014) i cap barri, l'11,2% (15,3% a l'any 2014).

A la resposta d'autoritzar l'obertura a "tota la ciutat", destaquen per sobre de la mitjana (66,2%) els residents a Ciutat Vella (75,8%) i Horta Guinardó (68%). Per trams d'edat, destaquen per sobre de la mitjana el grup de 55 a 64 anys i el de 25 a 34 anys (68,9%). Per sexe, els homes (69,2%).

Opinió dels entrevistats referent a l'extensió territorial del permís d'obertura en diumenge (%)

Davant d'altres possibles períodes d'obertura comercial en diumenges, un 48,4% dels barcelonins creuen que s'ha d'ampliar el període d'obertura comercial en diumenge a tot l'any, un 20,2%, que s'ha de mantenir només a l'estiu i un 7,6% que ha d'ampliar-se a la Setmana Santa. Per altra banda, un 19,2% creu que s'ha d'eliminar.

A la resposta "s'ha d'ampliar a tot l'any", hi destaquen per sobre de la mitjana (48,4%) els residents a Ciutat Vella (54,8%), els del tram d'edat de 35 a 44 anys (54,9%), els de 25 a 34 anys (54,8%) i els homes (53,5%).

De les respostes de "s'ha d'eliminar" (19,3% de mitjana) estan per sobre d'aquesta, els residents al barri de Nou Barris (30,8%) i Sant Martí (26,3%), els barcelonins d'edat entre 55 i 64 anys (14,8%) i les dones (22,6%).

Importància de l'obertura dels comerços en la ciutat que es visita

En relació a la importància de tenir els comerços oberts a la ciutat que es visita, un 60,2% de tots els enquestats creu que és molt/ bastant important.

El 71,8% dels estrangers enquestats creuen que és molt o bastant important. En canvi, en el cas dels barcelonins, el percentatge és del 53,2%.

8.4.3 Apartat específic a l'Enquesta Òmnibus Municipal

L'opinió de la ciutadania es va estudiar mitjançant l'enquesta Òmnibus Municipal de setembre de 2015, que va incloure un bloc de preguntes sobre l'obertura de comerços en festius. En total, es van realitzar 1.002 entrevistes.

Opinió dels ciutadants

Hi ha una lleugera majoria que s'oposa a l'obertura dels comerços en diumenge (39,3%) per davant dels que hi estan a favor (34,9%). Un de cada quatre entrevistats (24,6%) no s'acaba de posicionar i diu no estar-hi ni a favor ni en contra.

La divisió d'opinions es manté quan es planteja l'opció d'ampliar, limitar o eliminar el permís als comerços per obrir en diumenge, encara que, en aquesta ocasió, s'imposa la d'ampliar a tot l'any (34,6%). En contraposició, la preferència per eliminar del tot l'obertura de comerços en diumenge, és defensada pel 27,7% de les persones entrevistades.

En posicions menys antagonistes, el 18,4% limitaria la iniciativa als mesos d'estiu i el 9% l'ampliaria pràcticament mig any, des de Setmana Santa fins a l'octubre.

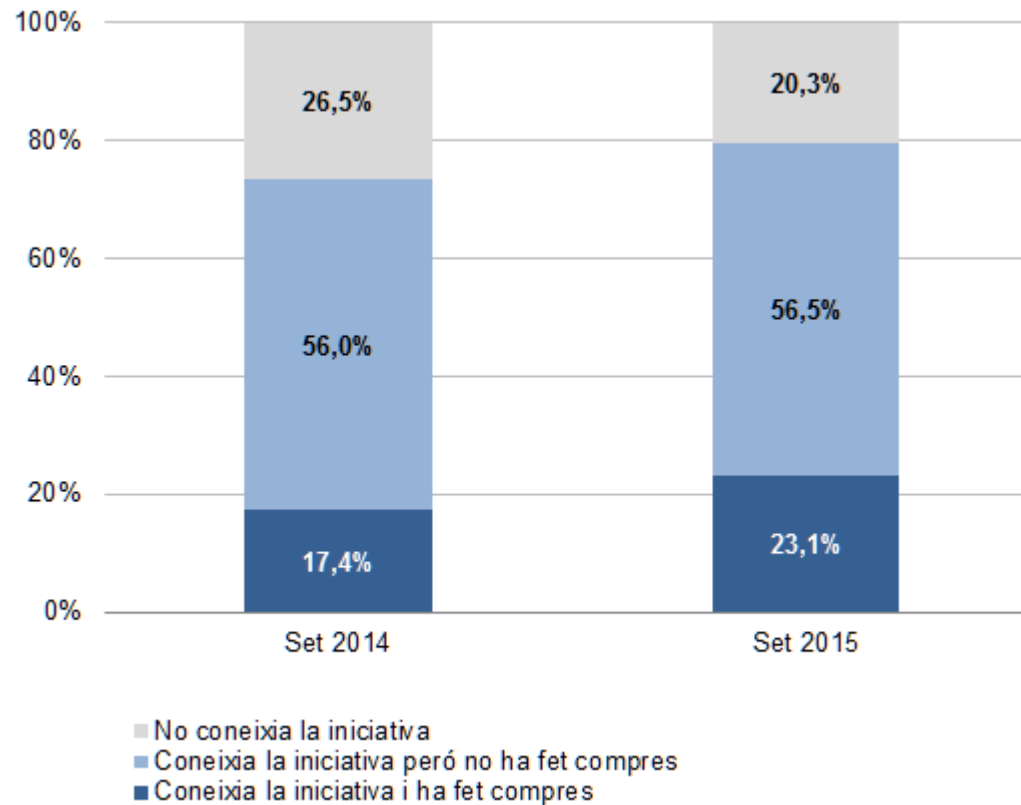
Coneixement i participació

Un 79,7% dels barcelonins sabia que, aquest estiu, els comerços d'alguns barris podien obrir en diumenge i un 23,1% hi va a comprar, cosa que representa gairebé una tercera part (29%) dels que tenien coneixença de l'obertura. Els que més van aprofitar l'ocasió per comprar van ser les persones de 25 a 34 anys (32,8%), els veïns de Ciutat Vella (30,5%) i d'Horta - Guinardó (26,4%) i els homes (26,7%).

Per edat, els barcelonins que no coneixien aquesta iniciativa van ser els més joves, de 16 a 24 anys (45,6%) i els de 25 a 34 anys (26,8%). Per barris, els que menys ho coneixien varen ser els veïns de Nou Barris (27,7%) i els d'Horta-Guinardó (26,2%).

En comparació amb l'any 2014, hi ha més gent que coneix la iniciativa d'obertura de comerços en diumenge en zona turística (79,7% vs 73,4%), però sobretot hi ha més gent que l'ha aprofitat (23,1% vs. 17,4%).

Grau de coneixement i participació a la iniciativa d'obertura de comerços en diumenge



La compra de diumenge

Els entrevistats que coneixien la iniciativa d'obertura d'establiments els diumenges i que van aprofitar-la per realitzar alguna compra, acostumen a fer el mateix tipus de compra a:

- El mateix comerç on va anar a comprar en diumenge (36,4%).
- En un comerç diferent, però a la mateixa zona o barri de Barcelona (28,9%).
- En una altra zona o barri de la ciutat (32,5%).
- Ns/nc (2,1%).

Per contra, l'any 2014, van ser molts més els que van aprofitar per anar a una altra zona (42%) i molts menys els que van canviar de comerç sense canviar de zona (14,6%).

8.5 Altres estudis – Indicadors de Comerç de Barcelona (ICOB)

Els estudis ICOB els elabora ESADE amb les dades obtingudes d'enquestar trimestralment a una mostra dels comerços associats als setze eixos comercials de Barcelona, integrats a la Fundació Barcelona Comerç.

A efectes d'aquest resum, les dades fan referència a les entrevistes realitzades al final de l'any (enquestes del quart trimestre). S'indica expressament quan les dades corresponen a altres períodes.

Compradors

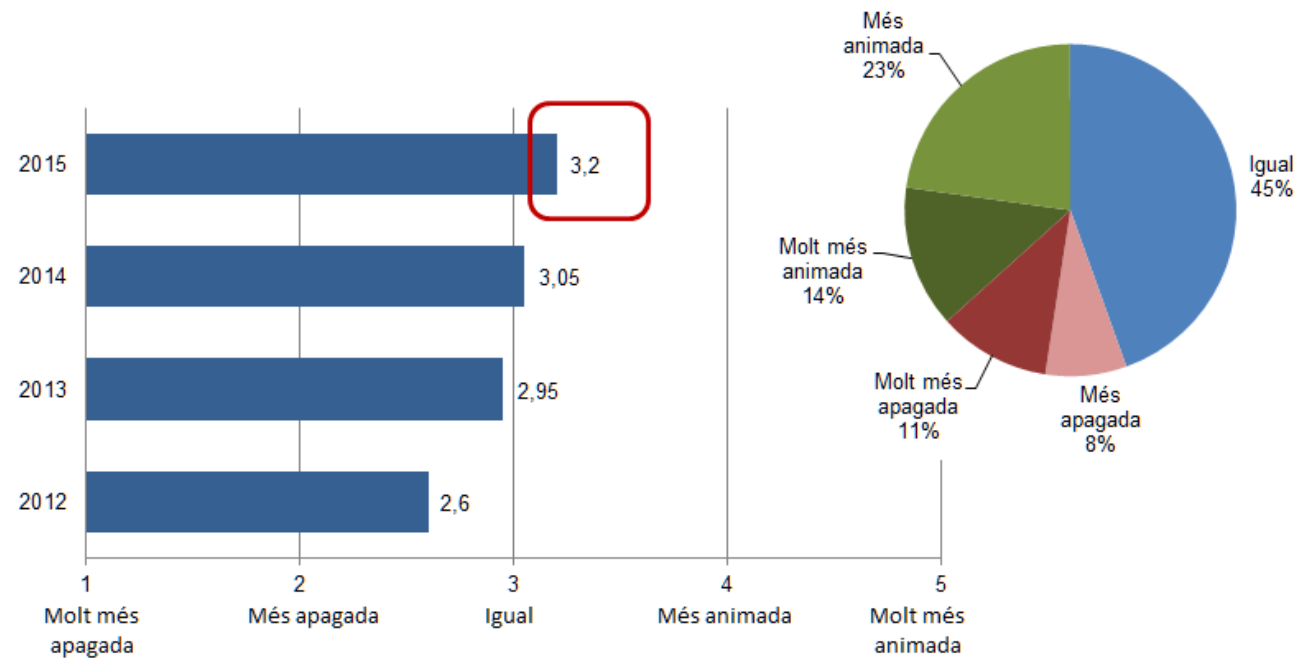
(Valoració per part del comerciant de l'actitud, els hàbits i el comportament dels compradors).

Pels comerciants enquestats, la tendència sostinguda en els darrers quatre anys és la de que està augmentant l'afluència de compradors i que aquests cada vegada tenen una actitud més animada.

Percepció de l'actitud del comprador

Malgrat el sentiment majoritari (45%) que l'actitud dels compradors és igual que en el passat, s'obre pas una valoració més optimista. Així, el 37% consideren que és més o molt més animada, per un 19% que pensa que està més o molt més apagada.

Percepció dels comerciants sobre l'actitud del compradors



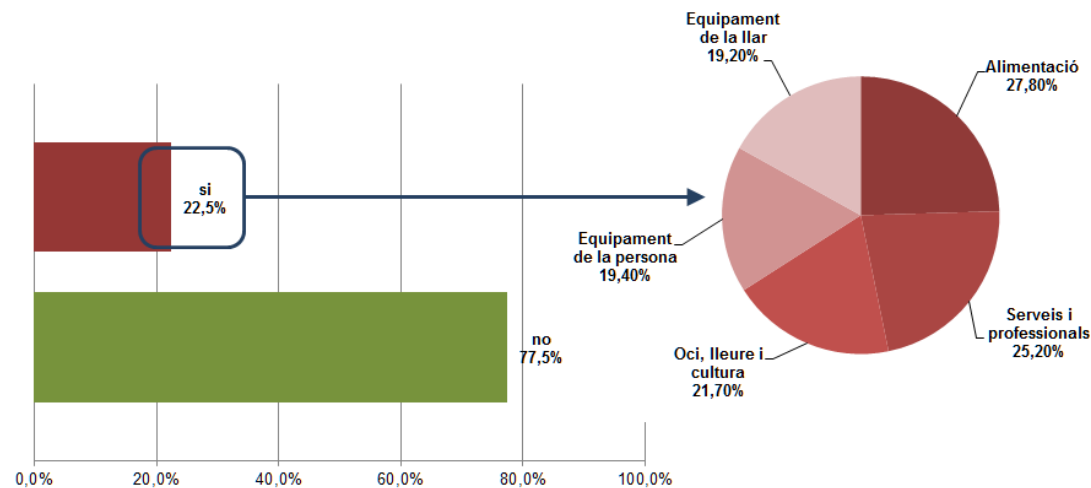
Estat de la competència i dels proveïdors

(Anàlisi de la pressió exercida pels competidors i pels proveïdors).

L'opinió dels comerciants és que no augmenta el nombre de competidors però que, els que hi ha, estan augmentant la pressió tant en preus com en ofertes, descomptes i varietat de productes. Per altra banda, els proveïdors també tendeixen a endurir les seves condicions de venda.

Augment de la competència

La gran majoria dels comerciants (77'5%) creu que la competència no ha augmentat. Entre els que sí que ho creuen (22,5%), hi ha diferències segons el seu sector. Així, són els comerços d'alimentació els que més pensen que ha augmentat la competència (27,8%), i els que menys, els d'equipament de la llar (19,2%).

Percepció dels comerciants sobre l'augment de la competència

Pressió de la competència

Els comerciants creuen que la pressió en els preus ha augmentat lleugerament. Aquesta opinió varia molt poc en els darrers 3 anys. Pel que fa a l'ús de les ofertes i descomptes per part dels competidors, el 65,5% creu que la pressió està "augmentant" o "augmentant molt". Només un 2,1% creu que ha disminuït. Tanmateix, per la majoria dels entrevistats, la competència està augmentant lleugerament la quantitat d'oferta de productes.

Proveïdors

Tant les exigències de mínims de compra per part dels proveïdors, com els seus preus i terminis de pagament, tenen una lleugera tendència a augmentar (enquesta del primer trimestre de l'any 2015).

El 40,5% dels comerços enquestats paga al comptat als proveïdors, el 36,3% en un termini pactat, el 20,7% per terminis i el 2,5% paga d'altres maneres (enquesta del segon trimestre de l'any 2015).

Evolució del negoci
(Evolució de les vendes i dels costos).

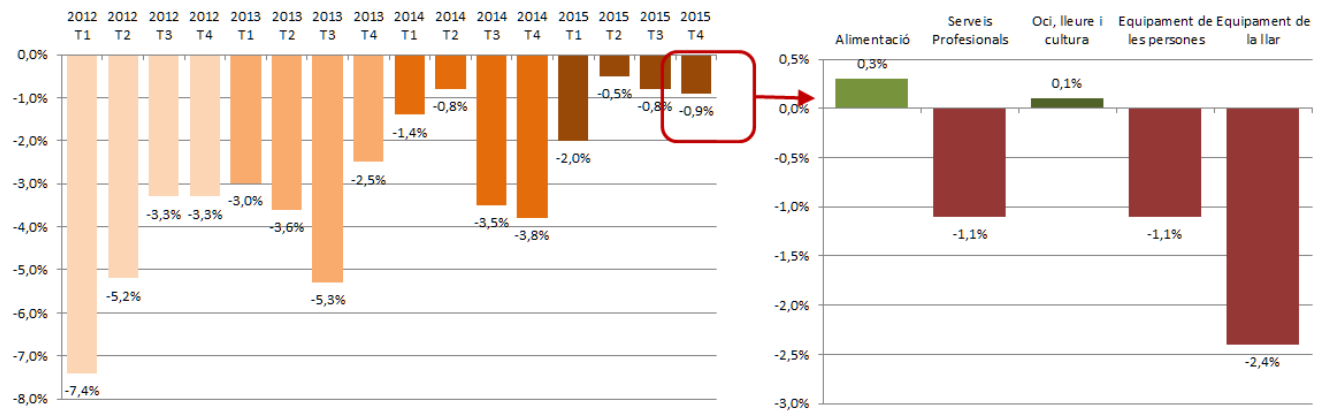
Tiquets de caixa

En els darrers quatre anys a cada enquesta trimestral, els enquestats afirmen que han disminuït el nombre de tiquets de caixa. Malgrat això, els descensos a l'any 2015 són de l'ordre del -1%, mentre que a l'any 2014 eren al voltant del -2,4%.

Facturació

Al darrer trimestre de l'any 2015, els comerciants afirmaven que la seva facturació havia disminuït un -0,9%, una xifra molt inferior a les del mateix trimestre dels darrers tres anys. Aquesta disminució és més important al sector d'equipament de la llar (-2,4%).

Opinió dels comerciants sobre l'evolució del seu negoci



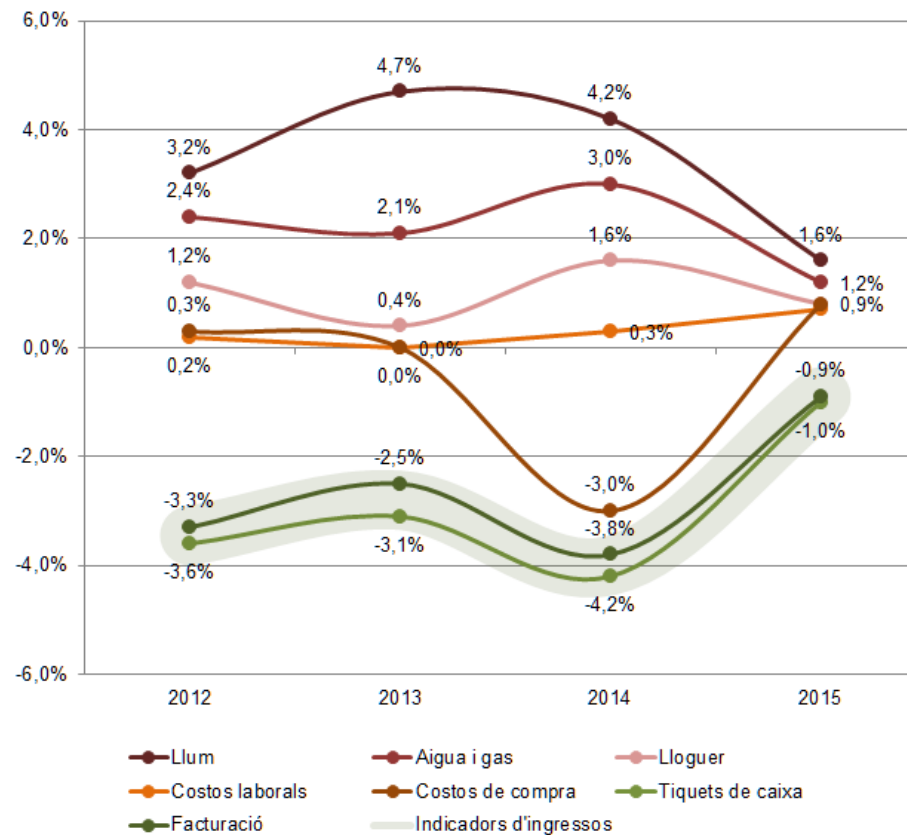
Costos principals

- **Lloguer:** Continua la seva tendència a augmentar, assolint un augment del +0,8% a l'any 2015. Malgrat això, aquest augment és inferior al de l'any 2014 (+1,6%).
- **Llum:** Malgrat continuar augmentant a l'any 2015, ho ha fet amb valors inferiors als d'altres anys (+1,6% a l'any 2015, +3,5% a l'any 2014 i +4,7% a l'any 2013).
- **Aigua i gas:** L'augment de l'any 2015 també és inferior al d'altres anys (+1,2% a l'any 2015, +3,0% a l'any 2014 i +2,1% a l'any 2013).
- **Costos laborals:** Han augmentat més a l'any 2015 (+0,7%) que a l'any 2014 (+0,3%) i a l'any 2013 (0%).
- **Costos de compra:** Han augmentat a l'any 2015 un +0,8% després d'un any com 2014, on van baixar un -3%, i d'un any on van romandre estancats (l'any 2013 amb un 0% de creixement).

Comparació entre els indicadors de costos i els d'ingressos

Entre el 2012 i el 2015, els indicadors d'ingressos (tiquets de caixa i facturació) han estat disminuint cada any, mentre que els dels costos han estat augmentant tots els anys. Malgrat això, a l'any 2015, la tendència ha estat la següent: l'estancament dels costos i la recuperació dels ingressos.

Variacions anuals dels costos i dels ingressos, segons la percepció dels comerciants



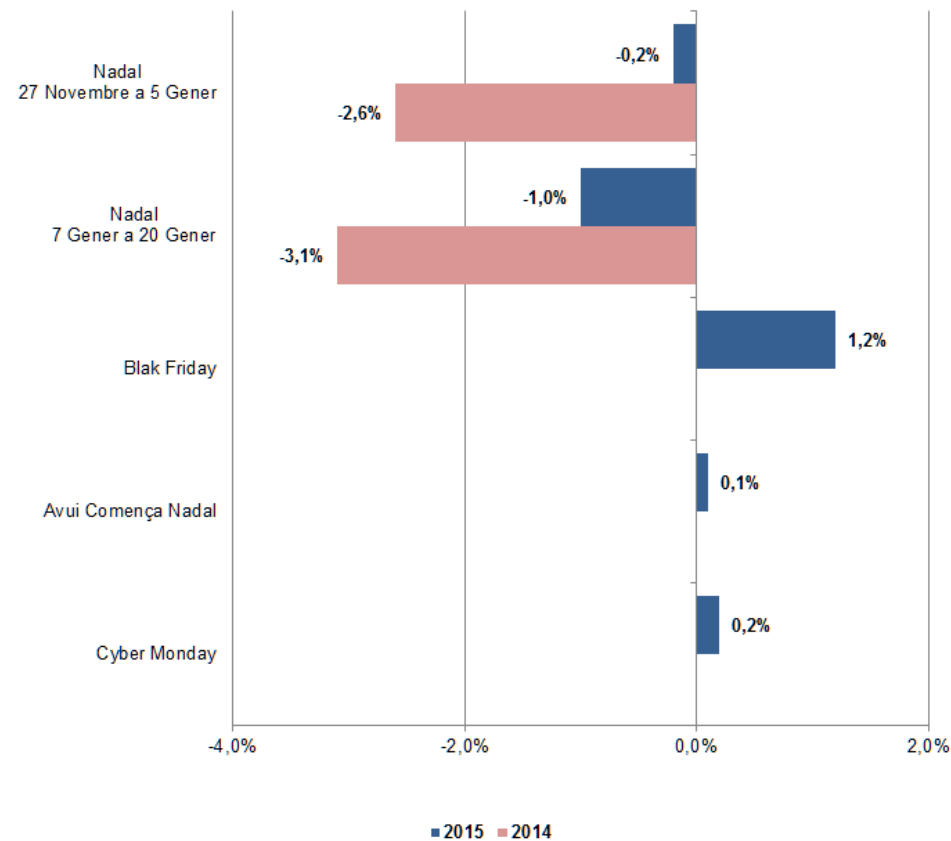
Promoció del comerç

(Anàlisi de diferents accions per promoure el comerç).

A l'any 2015, les noves campanyes comercials han tingut un efecte superior al de les tradicionals (Nadal). Així, el "Black Friday" ha suposat un increment del 1,2% del volum de les vendes, mentre que les campanyes de Nadal han continuat perdent vendes vers l'any anterior, encara que menys que a l'any 2014.

Percepció dels comerciants sobre l'impacte sobre les vendes de les accions comercials a l'any 2015

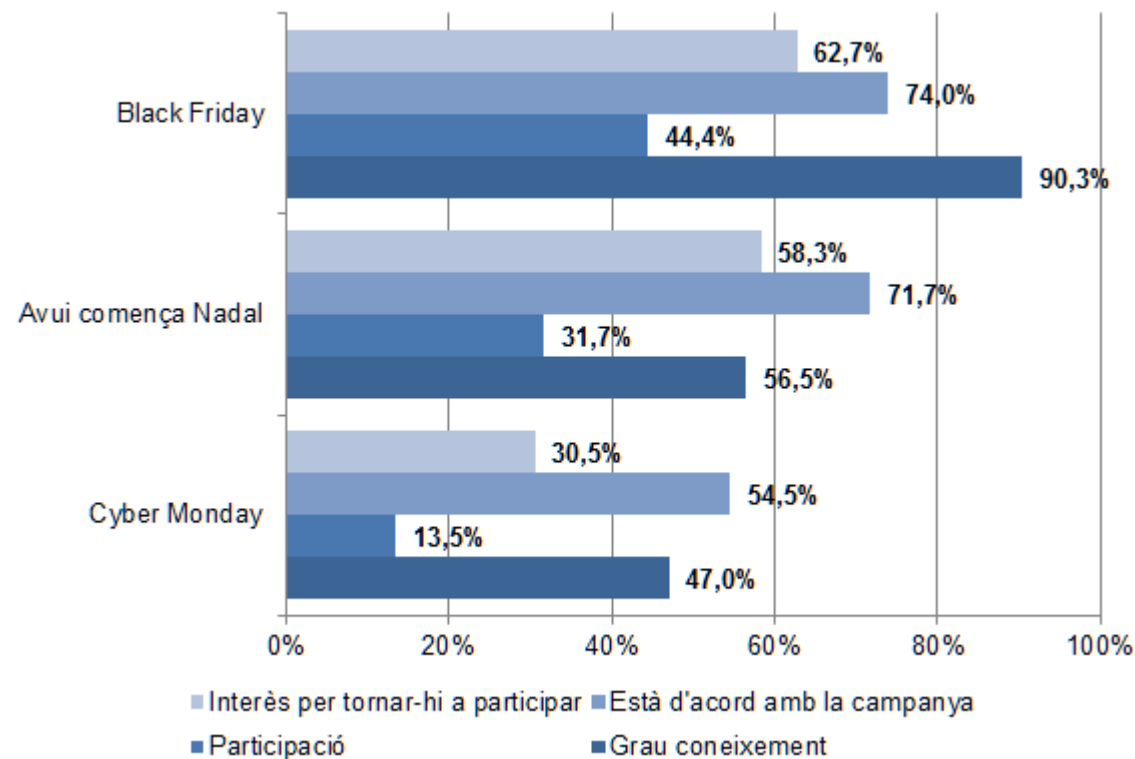
% de variació interanual



De les tres campanyes comercials del 2015 (Cyber Monday, Avui comença Nadal, Black Friday) la més exitosa ha estat el Black Friday: ha estat la més coneguda pels comerciants (90,3%), amb el major grau d'acceptació de la campanya (74%) i de participació (44,4%). També és la campanya per la que els comerciants tenen major interès en tornar-hi a participar (62,7%).

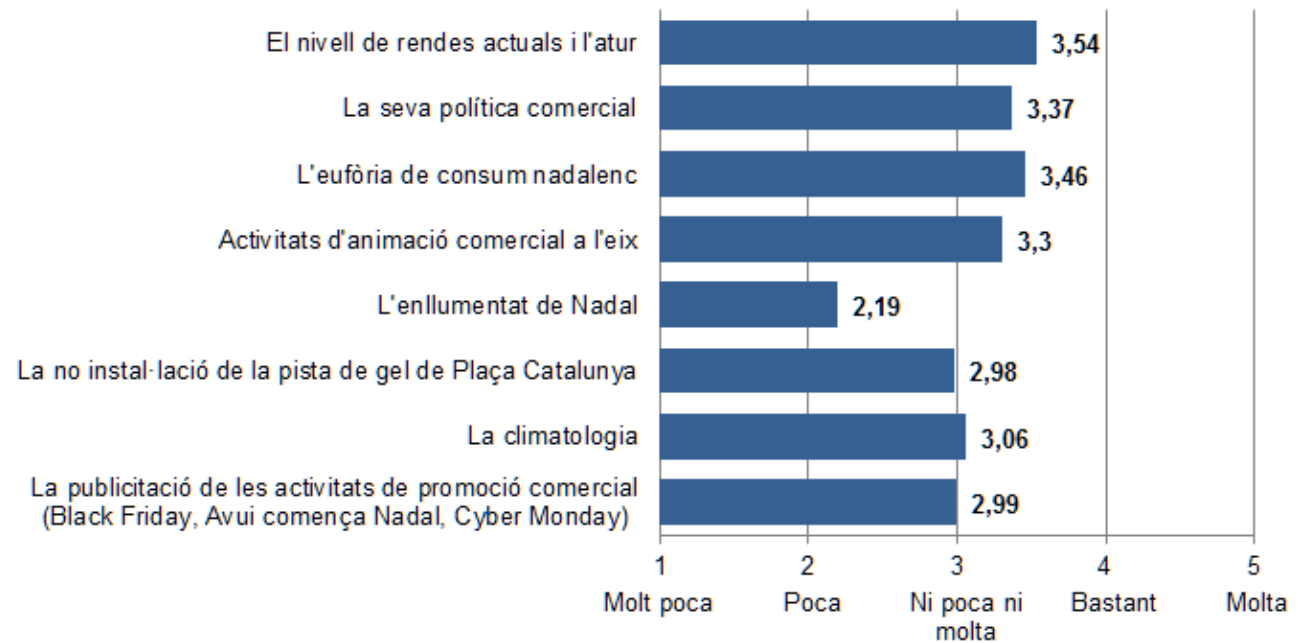
Indicadors de la satisfacció dels comerciants amb les campanyes comercials

% de comerciants per indicador i campanya



Campanya de Nadal

Entre els diferents factors que han afectat a l'evolució de la campanya de Nadal, els comerciants indiquen la importància de factors aliens a la seva capacitat d'acció, com són el nivell de rendes actual, l'atur i l'eufòria de consum nadalenc. Amb una importància semblant, esmenten un factor que depèn només d'ells: la seva política comercial. I consideren que no és gaire important l'efecte de mesures tradicionals de promoció, com les activitats d'animació comercial a l'eix, o l'enllumenat de Nadal.

Opinió dels comerciants sobre els factors que han afectat la campanya de Nadal

Pels comerciants, el preu és el factor decisiu, tant pel que fa a la seva possibilitat de vendre, com a l'actitud del client

Les promocions a la campanya de Nadal tendeixen a endarrerir-se. Mentre que a l'any 2013 un 60,3% dels comerciants les començaven abans o durant la setmana del pont de la Constitució, a l'any 2015 ho fan el 37,7%.

Per altra banda, les rebaixes tendeixen a avançar-se. A l'any 2013, el 71,8% dels comerços iniciaven les rebaixes després de cap d'any. A l'any 2015, ho fan el 54,8%.

A les promocions, el 83,3% dels comerciants fan descomptes. Una tercera part dels que fan descompte (el 32,8%) apliquen una reducció de menys del 10%,. El 35,5% dels que fan descompte, el fan d'entre el 10% i el 19%. Pel que fa al 31,7% restant de comerciants, aplica un descompte superior al 20%.

El nombre de comerciants que fan rebaixes és inferior al de comerciants que fan promocions. El 78,5% fa rebaixes, i dels que en fan, el 20,8% aplica un descompte inferior al 10%, un 21,4% dels comerciants fa uns descomptes d'entre el 10% i el 19%, i el 57,8% dels comerciants aplica uns descomptes superiors al 20%.

Un 64% dels comerciants que apliquen descomptes assumeixen la totalitat dels costos corresponents (64,4% en el cas de les promocions i 63,9% en les rebaixes), i la resta comparteix amb els proveïdors el cost del descompte. Prop del 20% dels comerços assumeixen més de la meitat dels costos (16,7% dels comerços en el cas de les promocions i un 18,5% en les rebaixes). Un altre 15% assumeix la meitat o menys dels costos (15,4% i 15,2% a les promocions i rebaixes, respectivament) i només en un 3,6% dels comerços són els proveïdors qui assumeixen tots els costos (a les rebaixes són el 2,4%).

Pels comerciants, els clients nadalencs tenen diverses característiques comunes: Estan orientats als preus, arriben a les botigues sabent el que volen, no fan compra impulsiva i paguen amb targeta.

Opinió dels comerciants sobre les característiques dels clients nadalencs

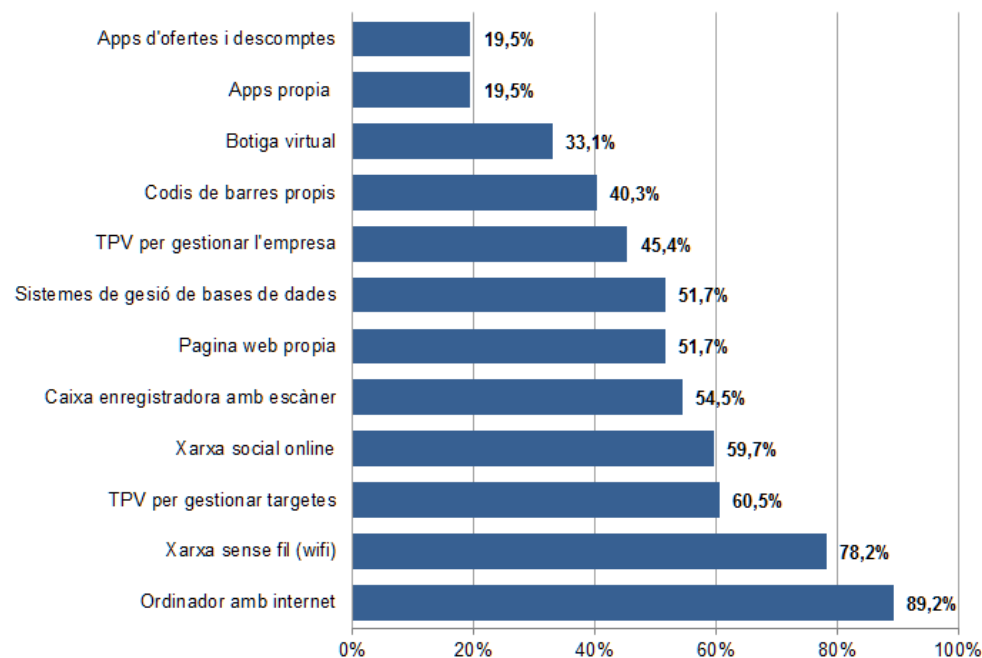


Altres indicadors del comerç

Implementació de tecnologies

La majoria dels comerços estan informatitzats i disposen d'ordinador connectat a internet (89,2%). Destaca l'equipament per la gestió comercial (terminals TPV, codis de barres propis, caixes enregistradores amb escàner) i la importància de la presència virtual dels comerços. Així, el 51,7% té pàgina web pròpia i el 38,06% disposa de botiga virtual.

Tecnologies implantades en els comerços



9. Projectes

9.1. Premi Comerç de Barcelona, 18a edició

L'Ajuntament de Barcelona organitza anualment el premi «[Comerç de Barcelona](#)», amb l'objectiu de valorar l'esforç del sector comercial, la seva contribució a la continuïtat del model comercial de proximitat i a la promoció econòmica de la ciutat de Barcelona.

A la 18a edició, el premi ha estrenat una nova denominació, per reflectir una imatge de la ciutat més complexa, plural i diversa. D'aquesta manera, l'Ajuntament de Barcelona ha premiat a 9 establiments arrelats a la ciutat, que treballen per la proximitat, són respectuosos amb la diversitat i aporten un valor afegit en el camp ambiental i social.



El lliurament d'aquest premi, creat l'any 1997, s'ha consolidat com una celebració de referència a Barcelona i un autèntic punt de trobada anual dels representants de les entitats que formen part del comerç barceloní.



Acte de lliurament del premi Comerç de Barcelona

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

Coshop

És una iniciativa que té per objectiu promocionar el talent de joves dissenyadors de Barcelona, mitjançant botigues que exposen i venen els seus productes, que són de producció local i sostenible.

Malgrat certes limitacions expressives en el marxandatge visual, l'autenticitat del projecte fa que el Jurat el consideri un model d'economia col·laborativa digna de premi.



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

[Ruta de tapes a Nou Barris 2014 "Pinxo Panxo"](#)

És una iniciativa sorgida de l'interès dels comerciants de Nou Barris per tal de posicionar-se en el territori i poder fer una projecció del districte a la ciutat. El projecte inclou cinc rutes de tapes, en les quals els participants havien de reunir unes característiques determinades: originalitat de la tapa, bona presentació i qualitat, i estar associats a algun eix o associació de comerç del districte.

L'organització ha estat a càrrec de l'Eix Nou Barris Centre Comerç, que aglutina les associacions de comerciants de Via Júlia, Verdum, Dr. Pi i Molist i Pg. Fabra i Puig Centre. Però amb la participació també de la Federació de Comerç i Serveis de Nou Barris, l'associació Entorn Virrei-Borbó, Eix Maragall i l'Associació del Comerç i les Empreses de Trinitat Nova, amb un total de 33 restauradors.

Aquesta iniciativa, posada en marxa per segon any consecutiu, va ser seguida per 40 establiments de Nou Barris. Tots els dijous de l'any 2015, de les 19h a les 22h, van oferir una tapa més beguda per 1,95€. Cal remarcar que l'oferta no va tenir cap esponsorització, anant tot a càrrec dels comerciants.



3. Premi Albert Gonzalez a la tasca de contribució, a la promoció i al coneixement del comerç de la ciutat

Sr. Lluís Llanas i Rigol

President des de fa més de 13 anys de l'Eix Comercial de Creu Coberta, a on ha teixit una àmplia junta des d'on s'han impulsat moltíssimes accions per dinamitzar el comerç del seu Eix i ha posat aquestes accions a disposició d'altres Eixos de la ciutat.

Infatigable lluitador per enfortir el comerç de proximitat tant de Sants com de tota Barcelona, és Patró fundador de la Fundació Barcelona Comerç.



4. Premi a l'establiment comercial:

[El Rei de la Màgia](#)

El Jurat va decidir per unanimitat atorgar el premi al millor establiment comercial a la botiga de Barcelona més antiga a l'hora de reunir en un sol local l'encís, l'encant i la il·lusió. Es tracta de la centenària "El Rey de la Màgia", del carrer Princesa.

Fundada pel màgic Partagàs a l'any 1881, la botiga ha tingut diversos propietaris, sempre vinculats al món de l'espectacle. A finals dels anys 80 va estar a punt de desaparèixer, però el suport, entre d'altres, de Joan Brossa i Antoni Tàpies, varen revifar l'esperit d'enginy i sorpresa que s'amaga entre els seus trucs, tradicionals i recents, que posa a la venda.

Té visitants de tot el món. Els actuals propietaris, la Rosa Maria i el Josep, actors, varen posar en marxa l'any 2011 una iniciativa que consolida i completa la seva oferta: el Teatre-Museu El Rei de la Màgia, on s'hi fan actuacions i tasques de formació i difusió pedagògica.

"Que segueixi l'espectacle", va ser l'acord del Jurat.



5. Premi al model comercial sostenible

[Vom Fass Barcelona](#)

Premi al model comercial sostenible per la prevenció de residus mitjançant la reutilització d'envasos, la selecció de productes obtinguts amb pràctiques respectuoses amb el medi, la incentivació d'una mobilitat sostenible i l'atenció donada a les persones amb necessitats especials, ja sigui des de la perspectiva dels clients, com de la inserció de treballadors a l'empresa.



6. Premi “Comerç cultural de proximitat”

Llibreria Santos Ochoa

El més difícil en el món de la cultura és crear un mitjà, un pont, un camí entre els creadors i la societat. La llibreria Santos Ochoa és un d'aquests ponts que faciliten als veïns, en aquest cas de Nou Barris, tota aquesta sèrie d'activitats, llibres i productes, amb una gran profunditat d'assortiment i una gran vocació de servei.

No fa tants anys era impossible trobar un comerç d'aquestes característiques fora de les zones més centrals de la ciutat. En aquest sentit, la Llibreria Santos Ochoa és un exemple de com el comerç millora la qualitat de vida dels barris de Barcelona i, alhora, els cohesionava.

És per això, i per l'esforç dels últims anys en arrelar aquesta iniciativa d'èxit, que el Jurat va decidir lliurar-li aquest premi.



7. Premi a l'accessibilitat en el comerç

El **premi d'accessibilitat** en el comerç es declara desert, ja que a criteri del Jurat, cap de les candidatures presentades en aquesta modalitat reuneix els requisits suficients per ser guardonada.

S'acorda atorgar una **menció especial en matèria d'accessibilitat** al [Taller de Tapas](#):

Més enllà d'eliminar les barreres arquitectòniques, El Taller de Tapas, ha fet un pas més, posant atenció en la diversitat dels seus clients. Destaca la naturalitat amb la qual l'equip de cambrers, no només serveixen, sinó que també ajuden a fer possible que prendre unes tapes, sigui també una oportunitat d'integració de totes les persones.



8. Premi Mercats de Barcelona

Millor iniciativa col·lectiva a l'Associació de venedors del Mercat de la Vall d'Hebron

La creació i gestió d'una aula de cuina integrada al mercat, "[Espai Cuina'm](#)", s'ha convertit –en només dos anys- en un punt de trobada del barri que ha millorat la visibilitat del mercat, dins i fora del seu districte, aportant un valor afegit [al mercat de la Vall d'Hebron](#) com a equipament on es pot aprendre i compartir, a més de fomentar sempre una vida saludable i equilibrada.



Menció especial a favor de la iniciativa individual presentada per “[David Carnissers](#)” del mercat de Santa Caterina. En aquest cas, es vol reconèixer, no només una trajectòria de 25 anys d'experiència, sinó el fet que aquest establiment s'ha convertit en una referència en l'especialització dels productes càrnics dins del món dels mercats, amb una significativa ampliació de gamma de productes i amb una molt especial varietat d'hamburgueses elaborades artesanalment. Tots aquests fets l'han convertit en un pol d'atracció de públic al mercat de Santa Caterina.



9.2. El comerç i les escoles

El projecte "[El comerç i les escoles](#)" té com a objectiu afavorir, entre l'alumnat, el coneixement de l'entorn cultural, social i històric de Barcelona mitjançant el comerç de barri i al mateix temps, educar per a un consum crític i responsable. El projecte pretén, des de la participació ciutadana, recuperar vincles de convivència i restablir aquelles xarxes socials que humanitzen la ciutat de Barcelona.



A qui s'adreça

Als centres d'educació infantil, primària i secundària.

Poden participar-hi centres públics, concertats i privats, de la ciutat de Barcelona.

Objectius de la proposta didàctica

Es pretén que l'alumnat:

- Conegui les característiques més significatives del comerç de Barcelona.
- Valori la diversitat de comerços del seu entorn i productes i serveis que ofereixen.
- Sigui capaç d'elaborar criteris per a consumir de forma activa, crítica i responsable.

Què ofereix el programa

Premi punt de llibre. A través de la plàstica, els alumnes donen la seva visió del comerç de la ciutat.

Al curs 2015-2016, varen participar 5.462 alumnes, pertanyents a 49 centres, que van presentar al concurs els seus dibuixos. L'Ajuntament de Barcelona va fer una edició de 500.000 punts de llibre, amb els dibuixos premiats, que es van distribuir als comerços de la ciutat durant la diada de Sant Jordi.

Tallers de consum responsable. Es realitzen tallers als centres educatius per fomentar un consum responsable i crític. Al 2015-2016 s'han impartit:

- Viatgem amb el codi de barres: S'expliquen els conceptes dels codis de barres i dels codis QR.
- Necessito el que compro?: El consum responsable a través del joc.

Al curs 2015-2016 s'han realitzat 28 tallers, on han participat 1.319 alumnes de 58 centres.

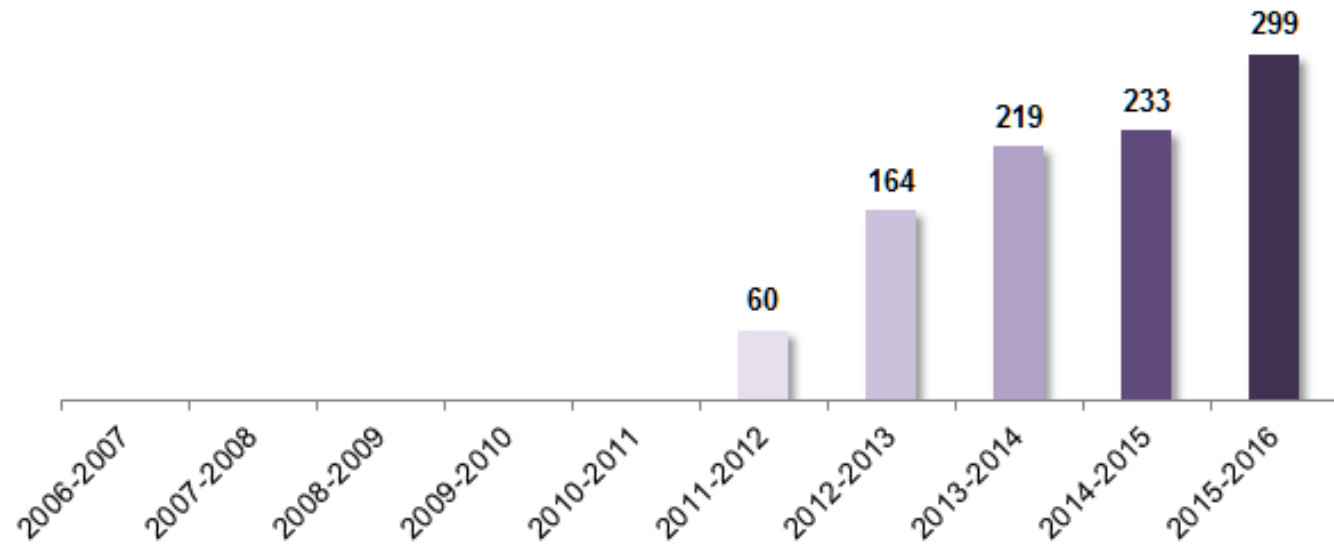
Comerç emblemàtic. Geocatxing: l'alumnat i el centre educatiu creen una ruta de comerços emblemàtics. Disseny de l'activitat durant el curs 2015-2016 amb inici durant el curs 2016-2017.

Visites guiades a botigues de barri. L'alumnat s'apropa al comerç de la ciutat, experimentant de prop la quotidianitat dels comerciants i coneixent els establiments on exerceixen els seus oficis.

Durant les visites, els comerciants expliquen en què consisteix el seu treball i els alumnes tenen l'oportunitat de realitzar tallers pràctics i experimentar les activitats que es desenvolupen en els magatzems i obradors.

D'aquesta manera, a més de complementar o ampliar els coneixements apresos a l'aula, els alumnes poden obtenir una visió integrada del món, alhora que coneixen possibles sortides laborals.

Evolució del nombre de visites guiades





Visita guiada al Taller de Pizza



Visita guiada a Casa Piera



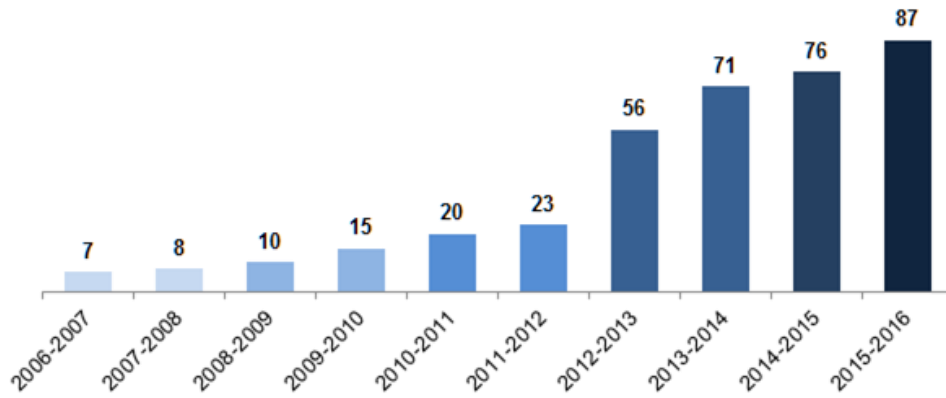
Visita guiada a Menja Futur



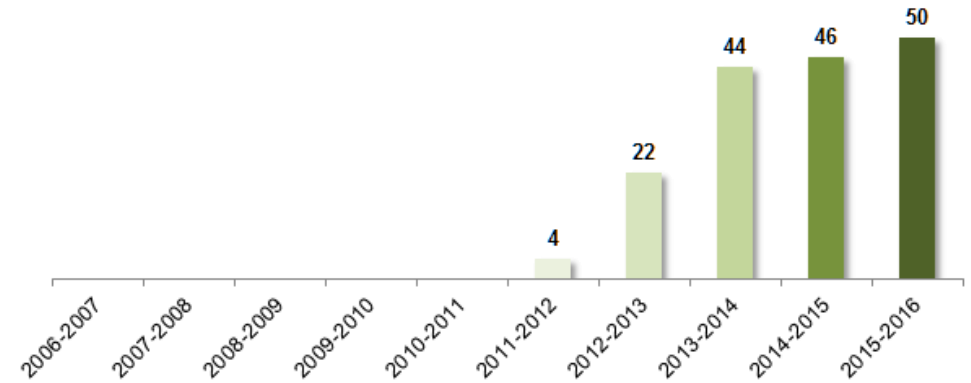
Visita guiada a la merceria Fent Punt

Evolució del programa “El Comerç a les Escoles”

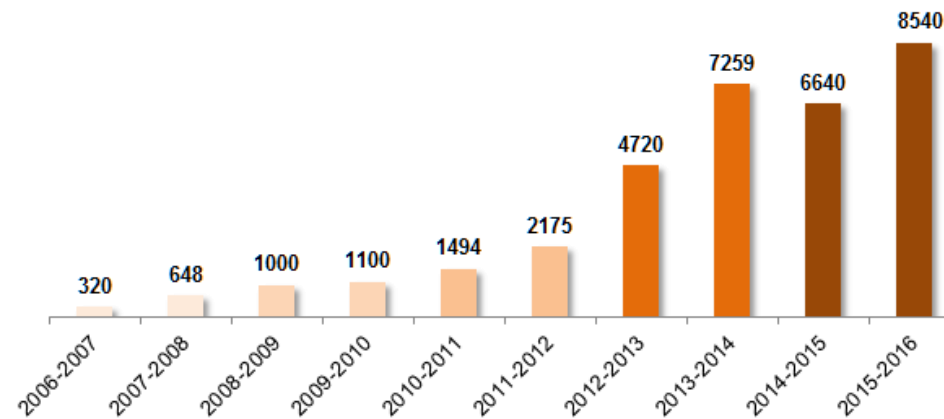
Centres educatius participants en el programa.



Comerços participants en el programa.



Nombre d'alumnes participants en el programa



9.3 Projectes gestionats per Barcelona Activa

“Barcelona Activa”, integrada en la gerència d’Ocupació, Empresa i Turisme, és l’organització responsable d’impulsar el desenvolupament econòmic de la ciutat, dissenyant i executant polítiques d’ocupació per a tota la ciutadania, i afavorint el desenvolupament d’una economia diversificada i de proximitat.

Barcelona Activa fomenta el comerç de proximitat, com a agent econòmic i element clau de la sostenibilitat, mitjançant el reforç del vincle dels ciutadans i ciutadanes amb el comerç del seu entorn i garantint l’equilibri d’usos.

9.3.1. Programa Comerç a la xarxa

Té per objectiu assegurar la presència dels comerços i serveis de proximitat a Internet, i així fer molt més fàcil als clients trobar els comerços i, per tant, incrementar les oportunitats de venda.

El servei “[Comerç a la xarxa](#)” facilita de manera gratuïta, al comerç que ho desitgi, tenir fitxa pròpia a [Google My Business](#) fent que sigui fàcilment localitzable des de tot tipus de dispositius. La fitxa inclou les dades de contacte, una breu descripció en català, castellà i anglès, i fotografies de l'establiment.

Si l'establiment ja disposa de la fitxa de Google My Business, el servei la pot actualitzar i millorar de forma gratuïta.

A més, per conèixer millor les prestacions que ofereix aquesta eina, L'Ajuntament de Barcelona, a través de Barcelona Activa, ofereix formació gratuïta mitjançant el seu programa [Obert al Futur](#).

1.500 comerços ja s'han beneficiat d'aquesta iniciativa el 30 de juny de 2016.



COMERÇ A LA XARXA
OBRE LA PORTA A NOUS CLIENTS

9.3.2. Programa Obert al Futur

El programa Obert al Futur ofereix càpsules formatives als comerciants, amb els següents objectius:

- Impulsar sectors econòmics consolidats, establint Barcelona com a referent de qualitat.
- Impulsar la millora professional i l'ús de les TIC en el comerç.
- Fomentar la innovació i l'adaptació a les TIC.
- Impulsar la formació i la qualitat.

L'any 2015, ha suposat ja la 3a edició del programa i s'han realitzat:

- 38 càpsules que recullen demandes del sector (19 noves).
- 6 Itineraris formatius per millorar els resultats del comerç de barri:
 - Ha arribat el moment de fer canvis!
 - Millorar l'experiència de compra del client.
 - El teu negoci és una empresa. Gestiona-la.
 - Màrqueting digital.
 - Utilitza les eines del màrqueting digital per al teu comerç.
 - Eines de gestió empresarial.



9.3.3. Programa Barcelona Open Challenge

El programa BCN Open Challenge de l'Ajuntament de Barcelona està adreçat a empreses i companyies emprenedores, tant locals com internacionals, que presentin solucions innovadores a sis reptes relacionats amb àmbits que tenen impacte en la ciutadania. Un d'aquests àmbits és el del comerç.

L'objectiu d'aquest programa és transformar i millorar els serveis públics i, per tant, augmentar la qualitat de vida de la ciutadania. També vol fomentar l'emprenedoria, el creixement i la innovació empresarial, especialment per a les Pimes que tinguin interès en operar i créixer a Barcelona. BCN Open Challenge impulsa també el posicionament de la capital catalana en el mapa global de la innovació, obrint la porta a la transformació de la ciutat de la mà d'empreses i emprenedors de tot el món.

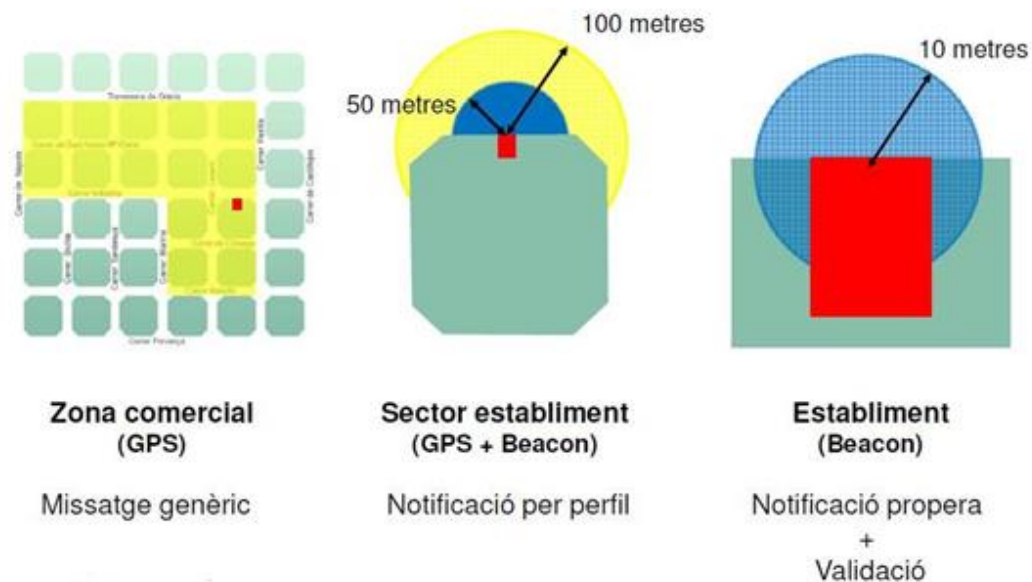
L'Ajuntament de Barcelona, en la seva aposta pel creixement empresarial, es compromet a implementar les solucions guanyadores a Barcelona, mitjançant una compra real de la solució proposada, amb un fons d'arrencada d'1 milió d'euros. També s'ofereixen altres incentius a les empreses guanyadores per tal d'afavorir la seva implantació i creixement a la ciutat.

Pel que fa al comerç, aquest programa es materialitza en la voluntat d'oferir una eina de Geomarketing i auto-promoció que permeti als comerços incentivar les seves vendes a partir de l'anàlisi de perfils i pautes de conducta dels clients potencials. Tot això, d'una manera senzilla i autònoma.

Això implica la utilització de tres tecnologies innovadores:

1. Algoritmes d'intel·ligència artificial per segmentar la informació en funció de les preferències, hàbits, gustos i comportament dels clients, facilitant la creació de perfils d'usuari.
2. Tecnologia "Beacon" i "GeoFence" per a connectar el comerç amb el client potencial per proximitat.
3. Tecnologia APP i web-responsive combinada amb contingut multimèdia per fer més atractiva la consulta d'informació per part del client.

Diferents àmbits que ens permeten interactuar de manera diferenciada:



10. Promoció als mitjans/xarxes

10.1. Campanya de Nadal



L'any 2015, l'Ajuntament de Barcelona va apostar per un model de promoció de Nadal on es combinaven els elements d'enllumenat amb activitats de dinamització al carrer per promoure la vinculació amb el comerç i altres entitats de barri, i generar un vincle entre ciutadania i comerç que s'estengui més enllà del període nadalenc.

Subvencions d'enllumenat nadalenc

L'any 2015, prop d'un centenar de km de carrers van gaudir d'enllumenat nadalenc.

Per donar suport a aquesta iniciativa del comerç de Barcelona, l'Ajuntament va facilitar una línia de subvencions, per un total de 850.000 euros. Es va donar resposta a totes les demandes rebudes, less Corts Catalanes i Aragó, es van il·luminar per segon any consecutiu a càrrec de l'Ajuntament de Barcelona.

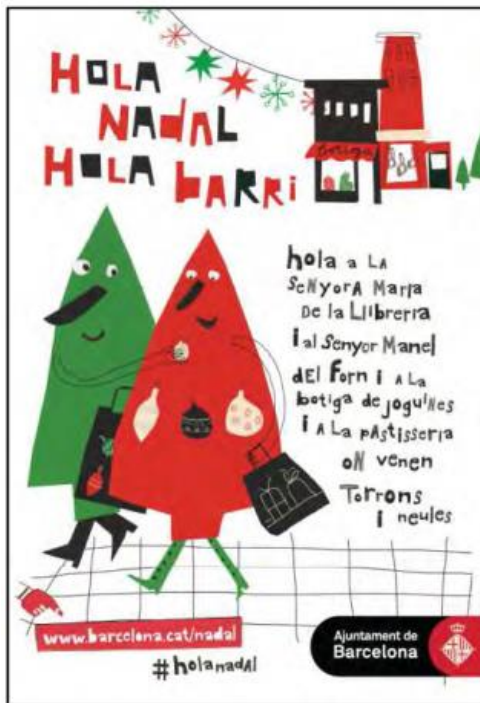
L'enllumenat va funcionar des del 27 de novembre de 2015, fins al 6 de gener de 2016, durant un total de 260 hores, amb un estalvi de consum energètic del 13% vers l'any 2014. Els horaris d'encesa van ser, de diumenge a dijous de 18h a 24 h, divendres i dissabte de 18h a 1h, i dies extraordinaris com el 24, 25, 31 de desembre, i 5 de gener, de 18h a 2h.

A més, la Fundació Barcelona Comerç va tornar a cedir els 26 galets de Nadal que es van distribuir pels eixos comercials com a element simbòlic de la celebració nadalenca. També es van tornar a distribuir pels diferents punts d'atracció comercial 15 avets de Nadal, incloent-hi tres noves ubicacions a Horta, les Corts i Sant Martí, i el tradicional avet gegant a Portal de l'Àngel.

Acte d'encesa dels llums de Nadal

El 27 de novembre es va realitzar l'acte d'encesa dels llums de Nadal, a l'Eix Maragall. Amb aquest emplaçament es va reconèixer un cop més la tasca del comerç de barri i de proximitat que en aquesta ocasió encarna l'Eix Maragall, una entitat que aplega el comerços del passeig Maragall i l'entorn al llarg dels tres districtes del seu recorregut: Horta-Guinardó, Nou Barris i Sant Andreu





Campanya per atreure les visites turístiques

Sota el lema “*This Christmas Barcelona is the Gift*”, Turisme de Barcelona va posar en marxa una campanya per promocionar Barcelona com una destinació de compres de Nadal a l'àmbit internacional. El concepte creatiu va ser que “La felicitat està en viatjar”, versus “Comprar béns materials” i en què “Regalar ens agrada més que rebre regals”.

Campanya de comunicació “Hola Nadal”

Un dels objectius de la campanya de comunicació de Nadal a l'any 2015, que tenia per lema “Hola Nadal”, va ser el de dinamitzar el comerç de proximitat. Aquest objectiu es va materialitzar en accions als barris i en un dels cartells de la campanya.

10.1.1. Concurs d'enllumenat (Encén el Nadal – concurs d'idees)

Per segon any consecutiu, l'Ajuntament de Barcelona va convocar un concurs d'idees per aconseguir un enllumenat nadalenc únic, associat als atributs de Barcelona com a ciutat innovadora, creativa i vinculada al disseny.

Al concurs “[Encén el Nadal 2015](#)”, impulsat per Barcelona Activa, es van poder presentar professionals, novells i experimentats del camp del disseny i de les indústries creatives, per a fer arribar les seves propostes d'enllumenat nadalenc per a dos carrers de la ciutat: Muntaner i Via Laietana.

El 16 de novembre, el Jurat, integrat per representants de l'Ajuntament i del món professional, va lliurar els següents premis, dotats cadascun amb 10.000 euros:

Categoria Novell

Ignasi Casas Claramunt, Anna Burgaya Verdager, Martí Obiols Galí, Roger Maranges Bayó i Sandra Prat Romero. Autors, tots ells, del projecte “1907 Grup”.

Categoria Professional

Bruno Peral Bey, autor del projecte “Bar.Cel.Ona”.

10.2. Web, Xarxes socials

La web del comerç de la ciutat de Barcelona

Des de l'any 2003 està operativa la web del comerç de l'Ajuntament de Barcelona.

www.barcelona.cat/comerc

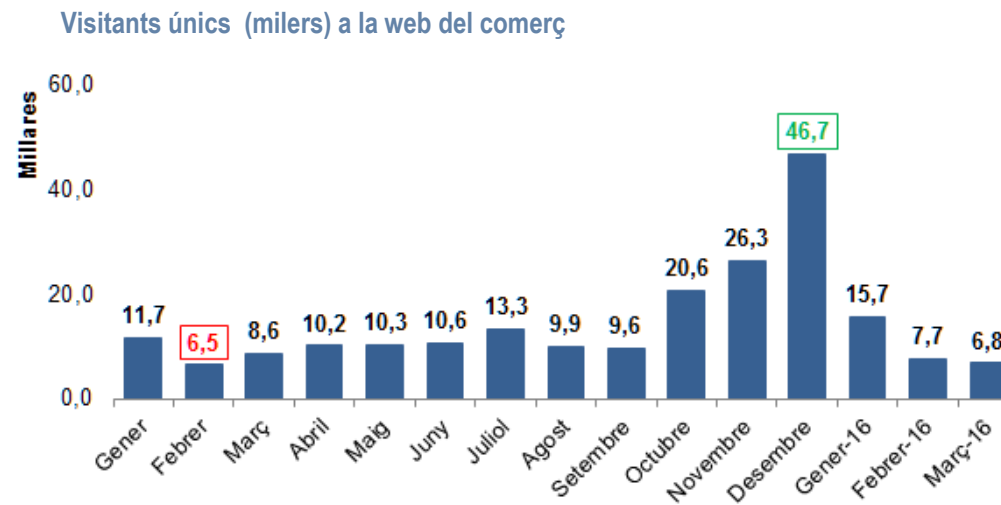
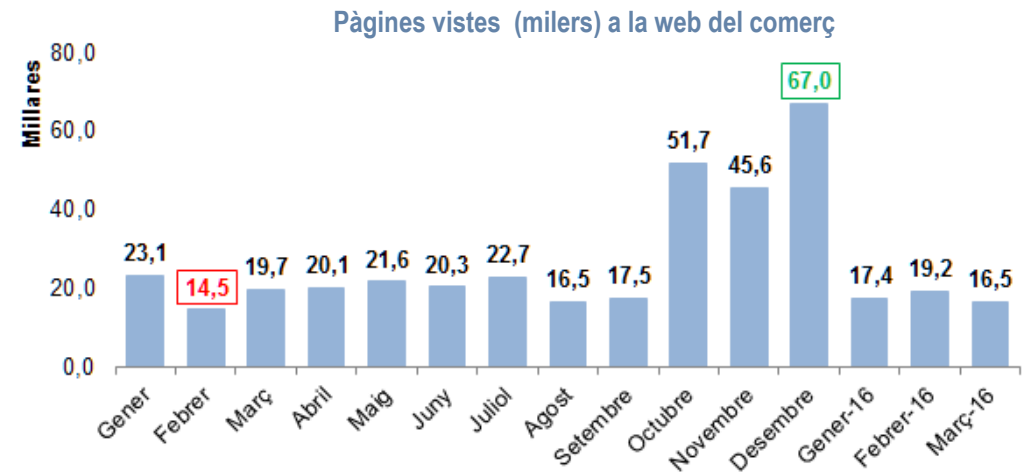
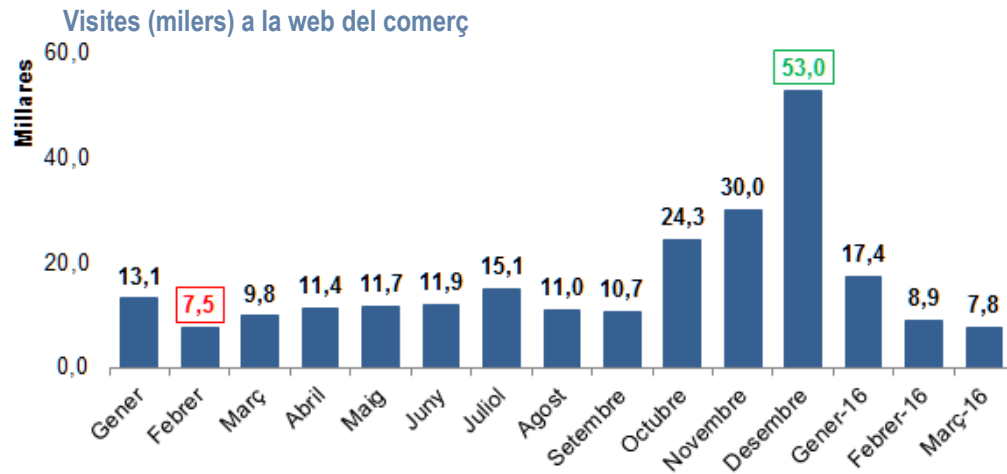
Aquesta web té diversos objectius:

- Difondre les accions municipals relacionades amb el comerç. Tant pels comerciants, com pels seus clients en general.
- Fer accessible la documentació actualitzada per tothom interessat en el comerç de la ciutat.
- Facilitar recursos i eines pel creixement i desenvolupament del comerç de la ciutat.
- Afavorir l'emprenedoria comercial, oferint recursos i facilitant informació legal, econòmica i estadística.
- Ser un canal de comunicació i col·laboració entre l'Ajuntament, les entitats, el comerç i els barcelonins.

Dels apartats de la web cal senyalar els següents:

- “Destacats”, on es mostren les iniciatives més eminentes, de curta o llarga durada, com és el programa Comerç i Escoles, La Ruta dels Emblemàtics o la difusió del Premi Comerç de Barcelona.
- “Actualitat”, amb les notícies del dia relacionades amb el món del comerç.
- “L'Agenda”, que mostra les propostes lúdiques i de lleure que organitza el teixit comercial de la ciutat.
- Per la seva part, les seccions de “Tens un Comerç?” i “Vols obrir un negoci?” s'han assentat en la web, sent el punt de referència a l'hora d'informar-se sobre tràmits, o d'obtenir consells tant per l'obertura de nous establiments com per la millor gestió dels ja existents.

A l'any 2015, la web del comerç va rebre 184.145 visitants únics, que van accedir un total de 209.495 vegades, consultant 340.183 pàgines. Com indica el següent gràfic, els visitants directes han anat augmentant al llarg de tot l'any, especialment al quart trimestre. La difusió de certes campanyes fomenta aquest increment per buscar informació de qualitat.



Xarxes socials

L'Ajuntament de Barcelona està utilitzant les xarxes socials per fer ressò de les notícies relacionades amb el comerç de la ciutat.

[Twitter](#) és l'eina més emprada per arribar a la web, sobretot en mesos específics de l'any. Al llarg del 2015-2016, els seguidors han arribat a 2.598.

[Youtube](#). Aquesta plataforma de vídeo recull els reportatges audiovisuals apareguts a la secció "[Darrere el taulell](#)".

[Flickr](#), on es publiquen les fotografies de diversos actes relacionats amb el comerç.

10.3. Protecció als establiments emblemàtics

El Pla Especial Urbanístic de Protecció i Potenciació de la Qualitat Urbana, iniciat a l'any 2014, té per objectiu la protecció arquitectònica, històrica i paisatgística dels establiments emblemàtics de la ciutat. D'aquesta manera, dóna valor a unes botigues que són part essencial de la història de Barcelona i de la seva identitat com a ciutat.

En el primer projecte presentat dos anys enrere, es van definir diferents línies de treball, per recolzar als que aleshores eren 228 comerços existents, mitjançant la suspensió de llicències d'obres i activitats que poguessin canviar o modificar l'estructura original del local, així com un servei d'atenció personal i de recolzament per evitar la seva desaparició.

Actualment, s'han catalogat 211 establiments, agrupant-los en tres nivells de protecció específics: de gran interès i declarats com a bé cultural local (E1), d'interès (E2) i d'interès paisatgístic (E3). També s'han introduït diferents mesures de promoció i ajudes a fi de preservar el patrimoni en les millors condicions.

Així mateix, es va arribar a un acord de col·laboració amb el [Fons d'imatges del Comerç de Catalunya \(FICC\)](#), per contribuir a la difusió dels comerços emblemàtics de la ciutat a nivell local, nacional i internacional, i formar part de la ruta turística i cultural de la ciutat.

Per a més informació:

www.barcelona.cat/comerc

www.rutadelsemblematics.cat



11. Suport econòmic

Més Informació a <http://ajuntament.barcelona.cat/comerc/ca/tens-un-comerc/ajuts-i-subvencions>

11.1 Subvencions de proximitat i promoció econòmica

L'any 2015 es va preveure la concessió de subvencions a aquelles entitats que duguessin 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.

Dades evolutives 2014-2015 de les subvencions de proximitat i promoció econòmica

	2014	2015
Entitats sol·licitants	104	100
Projectes presentats	197	196
Projectes exclosos		11
Àmbits temàtics		
Accions de dinamització	91	93
Reforç estructures administratives	55	64
Accions formatives	18	28
Import total destinat	1.200.000 €	1.200.000 €

Distribució de les subvencions, per àmbits temàtics i tipus de destinataris. 2015

Àmbits temàtics	Import atorgat €	Gremis i altres €		% Import atorgat	Associacions. Comerciants. Districtes €		% Import atorgat
			Projectes			Projectes	
Dinamització	676.400	112.950	23	9,43	563.450	70	47,04
Reforç	429.800	144.400	27	12,06	285.400	37	23,84
Formació	91.385	80.450	22	6,72	10.935	6	0,91
Totals	1.197.585	337.800	72	28,21	859.785	113	71,79

11.2 Campanya en zones afectades per obres de llarga durada

A l'any 2015, l'Ajuntament va realitzar unes accions per reduir els efectes de les obres de llarga durada sobre les zones comercials i per contribuir a la seva dinamització comercial.

Aquestes accions, que es desglossen a la taula adjunta, van ser proposades per les associacions de comerciants afectades, i el seu cost total va ser d'uns 250.000 euros.

Accions de la campanya en zones afectades per obres de llarga durada

Entitat	Obra
AC Sant Pere més Baix	Reforma C/ Sant Pere més Baix (plataforma única)
AC i Empresaris Gran Eixample	Parc de Neteja (Joan Miró)
Sant Antoni Centre comercial	Nou mercat de Sant Antoni
AC Diagonal Centre	Inauguració Av Diagonal
Eix comercial Nou Eixample	Rampa d'accés al pou d'extracció túnel
AC La Marina zona franca	Estació de metro Pg.de la zona Franca (L9)
AC Pl. Lesseps	Estació de Metro Lesseps (L9)
AC Entorn Mercat Guinardó	ACEM UA3 Mercat del Guinardó
AC Trinitat Nova	Reurbanització barri la trinitat Nova
AC Onze de Setembre	Sant Andreu- Sagrera AVE
AC Trinitat Vella	Reurbanització Ctra. De Ribes i d'altres
Sagrera Activa Associació de Comerciants	Estació LAV i parc ferroviari
AC Eix Fort Pienc	Zona pl. Glòries (túnel-carrers Castillejos, Ribes i GV Corts Catalanes)
AC Creu Coberta i Eix Sants-Les Corts	Obres Jardins Can Mantega
Eix Sants-Les Corts	Remodelació plaça del Centre
AC Virrei Borbó	Complex cotxeres Borbó i Nou Barris
Sanllehy Comerç	Plaça Sanllehy
Eix Comercial Poble Nou	Metro L4 – carrer Bilbao i Pujades

12. Mercats Municipals

12.1 Visió general

Durant l'any 2015, l'Institut Municipal de Mercats ha continuat les diverses accions que va concretar en el Programa d'actuació municipal 2012-2015 a fi de millorar, potenciar i modernitzar els mercats municipals per tal de convertir-los en uns equipaments comercials competitius del segle XXI.

Aquestes accions s'han centrat en diversos àmbits, entre els quals cal destacar les remodelacions de mercats, la potenciació de la seva comunicació i promoció comercial, l'inici de la implantació del Pla Estratègic de Mercats 2015-2025, l'aportació d'elements teòrics per a la millora comercial amb una especial atenció del dia a dia dels mercats, a la implantació de la nova Ordenança municipal de mercats i al Pla de millores.

En el terreny de les inversions, cal destacar que durant l'any 2015 s'ha continuat amb el Pla de remodelacions de mercats, dins el qual cal destacar la posada en funcionament del mercat remodelat del Ninot, nous magatzems i trasllats de parades del mercat de la Boqueria.

Com actuacions en curs cal destacar els treballs de remodelació dels mercats de Sant Antoni (fresc, roba i dominical).

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

Totes aquestes actuacions tenen l'objectiu de dotar els barris de mercats que siguin veritables eixos aglutinadors de la vida comercial i social de la ciutat.



Reunió de treball per la redacció del Pla Estratègic de Mercats 2015-2025

12.2 Remodelació dels mercats municipals

En aquest apartat s'inclouen les accions integrals en l'estructura dels mercats.

Mercat de Sant Antoni

Durant l'any 2015, ha continuat la construcció de les estructures sota rasant, i l'actuació d'estintolament del camí roma i de la resta de la contraescarpa. També s'han continuat els treballs de restauració de l'edifici propi del mercat, s'ha fet la nova coberta de ceràmica vidriada i la consolidació de l'estructura amb pilars, elements singulars de fossa i d'acer laminat amb unions roblonades.

A finals d'any, s'ha iniciat la última fase dels treballs d'arquitectura: de les façanes, dels tancaments, paviments i llosa, espais logístics dels soterranis, i, també, la fase d'execució de les instal·lacions de l'edifici.



*Mercat de Sant Antoni
Abril 2015*

Mercat de La Boqueria

Durant l'any 2015 han finalitzat les obres relatives al projecte executiu de remodelació del mercat banda est, plaça de la Gardunya. Així mateix, s'han construït noves parades en aquesta nova zona del mercat.

També s'han remodelat els lavabos públics del mercat, ubicats en la planta soterrani de l'edifici d'oficines.

Mercat del Ninot

El mercat del Ninot es va inaugurar el 19 de maig de l'any 2015. S'han alliberat espais a l'interior, concentrant els nuclis de comunicació vertical i aprofitant el subsòl per a crear un aparcament de vehicles i de descàrrega de mercaderies. S'ha reorganitzat l'accés pel carrer Mallorca, facilitant l'accessibilitat i creant una entrada a mig nivell, fet que afavoreix la visió interior de la planta mercat i la planta autoservei que està a la cota inferior. S'han alliberat les voreres dels carrers a les cantonades, gràcies a la intervenció a les parades exteriors i a l'obra d'urbanització realitzada.

La planta mercat, destinada a zona comercial, té una superfície de 4026 m². Les plantes inferiors, que s'han creat per autoservei, disposen de 2.881 m². La planta destinada a aparcament, és de 2.816 m² i la superfície de càrrega i descàrrega, és de 1.150 m².

Mercat del Guinardó

Durant l'any 2015, han finalitzat els treballs de la Torre. La planta baixa de la Torre s'ha mantingut com a porxo general d'accés al mercat i a la mateixa Torre. El porxo s'ha deixat com a espai diàfan amb acabats molt semblants als originals de l'edifici. Des del porxo, s'han mantingut els accessos i serveis previstos.

Les plantes tenen usos per a les dependències municipals de la direcció del mercat i l'Àrea zonal, així com per a l'Associació de Venedors i sales de reunions polivalents, distribuïdes en les tres primeres plantes. L'actuació ha tingut com a condicionant el manteniment dels tancaments exteriors de l'edifici de la torre de l'antic mercat.

12.3 Milliores de les estructures físiques dels mercats

Aquest apartat fa referència a les actuacions de manteniment dels edificis i de millora de la seva funcionalitat.

Pla de millores - Milliores previstes pressupostàriament des d'inici

Mercat	Concepte
Barceloneta	Millora dels aïllaments de l'espai del restaurant per anular filtracions, condensacions i pèrdues energètiques. Actuacions a vidres i coberta.
	Cubeta desgel
	Substituir persiana de rampa soterrani
	Substitució d'un ventilador del clima
Besòs	Nou quadre elèctric (inspecció TÜV)
	Adequació parada 34-35-36
	Enderroc de parades del peix
Boqueria	Enderroc punt d'informació Turisme - Rambla
	Instal·lar lluminàries de leds en la zona parades del costat de la Rambles
	Enderroc 4 parades provisionals
	Conducte d'extracció de fums de la zona de la Gardunya
Clot	Adequació i millora de la de juntes
	Nou enllumenat, pintura i parquet
	Pintat de zona logística i columnes de l'aparcament
Provençals	Adequació d'espai per exposicions murals
	Insonorització d'equips de clima
Sant Martí	Substitució porta accés a lavabos i instal·lació de porta tallafocs
	Extracció aire soterrani
Santa Caterina	Boques reg parades especials
	Aïllament tèrmic de canonades d'aigua
	Nou bescanviador i regulació del sistema d'aprofitament d'aigua del nivell freàtic.
Sants	Instal·lació 6 preses corrent portes entrada
Hostafrancs	Millora dels desguassos de coberta
	Millora de la centralització de comptadors

Mercat	Concepte
Concepció	Recalç estructural de la façana a la zona de les rampes de l'aparcament Substitució portes muntacàrregues
Fira Bellcaire	Sistema de càmeres vigilància alta resolució Milliores enllumenat Tractament i protecció paviment
Ninot	Instal·lació sistema sobrepressió escales Ampliació sistema vigilància Màquina netejadora
Sagrada Família	Enderroc parada i adequació de l'espai alliberat en P1 Canvi fluorescents de planta magatzems i moll
Carmel	Adequació cabina i portes muntacàrregues
Estrella	Posar porta tallafocs a cambra de la brossa Reparar paviment zona magatzems
Felip II	Nous lavabos a planta mercat Reparació paviment per sorolls Instal·lar lluminàries leds Reforma cambra frigorífiques de verdures i panelat avantcambra
Galvany	Construcció cambra per flors Nova xarxa d'aigua sanitària Obres de millora i condicionament parcial de la xarxa de BT
Horta	Millora del funcionament del muntacàrregues
Montserrat	Milliores de la instal·lació elèctrica
Trinitat	Màquina netejadora Renovar instal·lació enllumenat de rètols
Llibertat	Noves portes de muntacàrregues i panells
Mercè	Reparació paviment i parets avantcambra de cambres frigorífiques
Sarrià	Instal·lar lluminàries leds Millora del control de l'aparcament
Tres Torres	Nou quadre elèctric de BT
Generals	Inspeccions TÜV BT Hostafrancs, Montserrat, Provençals, Clot, St. Antoni (Roba) Verificació i seguiment funcionament bateries condensadores (7 mercats) Monitorització de comptadors de 3 mercats Canvi potència de diversos mercats Subministrament papereres per diversos mercats

Milliores extres

Són les milliores realitzades com inversió extraordinària per l'assignació econòmica extraordinària al tercer trimestre

Mercat	Concepte
Barceloneta	Substitució de làmpades per Leds
Marina	Noves tanques d'accés a aparcament
Clot	Enderroc de parades exteriors del costat mar i adequació del nou espai exterior
	Nova bomba del pou d'aigües residuals
Hostafrancs	Enderroc de parades per a la construcció nova direcció
	Obres milliores cambra bacallà
Provençals	Cortina d'aire de porta d'accés
	Incorporació d'aigua calenta als banys
Santa Caterina	Folrar graons escales d'accés al soterrani
Sants	Substitució porta cambra peix
Concepció	Obres consolidació fonaments de façana a la zona de les rampes de l'aparcament
	Milliores cabina ascensors
	Pintat de sòcols de blocs de formigó de planta soterrani
Fort Pienc	Millora enllumenat sala de vendes amb leds
	Pintat sala de vendes
	Polit terratzo sala de vendes
	Canvi reixes retorn del clima i de difusió de cortines d'aire
Fira Bellcaire	Cloració d'aigües freàtiques
	Filtratge d'aigües freàtiques
	Canvien l'accés de Fecsa a la centralització 1
	Nous eixugamans d'aire d'alta velocitat

Mercat	Concepte
Ninot	Implementació programari de central d'incendis
	Sistema variadors freqüència escales i rampa mecàniques
Sagrada Família	Subministrament 6ut. portes de 2 muntacàrregues
Canyelles	Milliores enllumenat amb leds
C. Meridiana	Pintat façana M. Ciutat Meridiana
Felip II	Construcció de lavabos en planta mercat
Horta	Noves gàbies a la cambra de bacallà
Mercè	Milliores instal·lacions de les cambres frigorífiques
	Divisòria gàbies cambra carn
Montserrat	Renovar instal·lació elèctrica de magatzems
Llibertat	Sòcol de xapa d'alumini en vestíbuls dels muntacàrregues
	Pintat de vestíbuls, parets entrades del mercat i escales
	Reparació porta entrada moll i aparcament i canvi de motors
Guinardó	Pavimentat cambra peix

Altres millores

L'any 2015, s'ha continuat amb les optimitzacions de potències i tarifes contractades amb la companyia d'electricitat, cosa que genera un estalvi econòmic, i amb el seguiment del consum d'electricitat dels mercats a través del monitoratge que permet conèixer el bon funcionament i gestió dels consums dels mercats en tot moment.

Dins de les actuacions de millora de les cambres frigorífiques, aquest any s'ha realitzat la segona fase del mercat del Besòs, en la que s'ha inclòs la integració dins del mercat de la recollida de brossa.



Obres a la coberta del Mercat de Tres Torres



Primera pedra Mercat Bon Pastor

12.4 Actuacions exteriors

Municipi d'Argentona

Lliurament d'un estudi i l'anàlisi de la viabilitat d'implantar un Mercat a la població, a l'espai de l'antiga fàbrica Velcro, i el seu encaix en l'actuació urbanística prevista. Aquest estudi correspon a un conveni de col·laboració amb l'Ajuntament d'Argentona signat a l'any 2014.

Mercat La Muntanyeta de Sant Boi de Llobregat

Execució del projecte de remodelació del Mercat, amb tancament inclòs del mateix durant l'estiu de 2015. Finalització prevista de les obres: març 2016. Amb totes les parades obertes a l'estiu de 2016.

Mercat Municipal de Pallejà

Inauguració del supermercat.

Mercat Municipal de Sant Feliu de Llobregat

Acompanyament a l'Àrea Metropolitana de Barcelona en l'execució de la remodelació del Mercat que ha suposat el tancament del mateix durant quatre mesos (23 de juny a 5 de novembre de 2015). Mercat inaugurat i en plenitud de funcionament.

Maputo (Moçambic)

En el marc de l'Acord de cooperació i amistat entre l'Ajuntament de Barcelona i la ciutat de Maputo, durant l'any 2015 ha continuat el procés endegat l'any 2013 d'assessorar-los en matèria de mercats municipals. Maputo compta amb una xarxa de 68 mercats distribuïts per tota la ciutat, que sobretot proveeixen d'alimentació a una bona part de la població.

S'ha treballat de manera molt intensa en tres àmbits d'actuació:

- Desenvolupament d'un nou aplicatiu informàtic com a eina de gestió i control de l'activitat en els mercats de Maputo, inspirat en el que actualment fa servir Barcelona. En aquest sentit, i en una experiència pionera, s'ha virtualitzat l'actual sistema informàtic de l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona, de tal manera que els tècnics moçambicans poden utilitzar-lo de manera remota.
- S'han dut terme unes jornades de formació adreçades als Directors i responsables dels Mercats de Maputo, així com a inspectors del Centre d'Higiene Ambiental, que depèn del Ministeri de Salut, i a tècnics de l'Ajuntament amb competències en àmbits de salut i higiene dels aliments. Barcelona ha traslladat l'experiència del treball que es realitza conjuntament entre el seu Institut Municipal de Mercats i l'Agència de Salut Pública, i que té com a objectiu garantir el compliment de les normatives bàsiques de salubritat dels aliments en tota la cadena de distribució. En aquest marc de col·laboració, l'Ajuntament de Barcelona està finançant algunes accions de millora de salut, mitjançant projectes desenvolupats en el territori per la Creu Roja i Médicos Mundi.
- Abans de finals d'any, està prevista la posada en funcionament del nou "Mercado do Peixe" de Maputo, que acollirà l'activitat de venda de peix i oferta de restauració, substituint l'actual emplaçament. Des de Barcelona, s'ha vingut acompanyant a la ciutat de Maputo des dels inicis del projecte, i en l'actual fase es treballa en la redacció d'un reglament propi de funcionament, reproduint el model que ja ha utilitzat Mercats de Barcelona en la posada en funcionament del nou mercat dels Encants-Fira Bellcaire, incorporant nous elements de gestió.

12.5 Projectes internacionals

Barcelona es va convertir en la Capital Mundial dels Mercats durant els dies 25 al 28 de març.

Urbact Markets

El 25 de març Barcelona va acollir la conferència final del projecte europeu [URBACT Markets](#), com a colofó d'un projecte, liderat per Mercats de Barcelona, que es va desenvolupar durant més de 2 anys, i que va permetre l'elaboració del Pla Estratègic Mercats de Barcelona 2015-2025 i la publicació "[Urban markets: heart, soul and motor of cities](#)".



Intervenció a Urbact Markets

9a Conferència Mundial de Mercats Públics

Els dies 26, 27 i 28 de març, Barcelona va ser l'escenari de la 9a Conferència Mundial de Mercats Públics, un esdeveniment que fins ara s'havia celebrat només als Estats Units i del qual Barcelona va ser la seu, per primer cop, fora d'aquest país.

La conferència va ser organitzada per Project for Public Spaces (PPS) amb el suport de l'Institut de Mercats de Barcelona i amb la col·laboració de l'agència de Nacions Unides per als assentaments urbans UN-Habitat, Ciutats i Governos Locals Units (UCLG) i Health Bridge. Hi van participar 120 ciutats de més de 40 països. Barcelona fou guardonada amb el 1er Premi CIUTAT MERCAT



Marakanda

El projecte europeu Marakanda, centrat en el desenvolupament dels mercats històrics de la mediterrània i liderat per Florència, ha quasi arribat a la seva fi. Marakanda ha permès desenvolupar accions de promoció dels nous Encants –Lost & Found, turisme,...- i l'edició de "Historical City Markets: Guidelines as a practical Tool".

Pacte de les Ciutats per a l'Alimentació

L'Institut de Mercats ha participat activament en la definició del Pacte de les Ciutats per a l'Alimentació, desenvolupat en el marc de l'EXPO de Milà i signat per l'Alcaldeessa Ada Colau i per 117 ciutats d'arreu. Així mateix, els Mercats foren el centre de l'exposició feta a Milà per explicar el patrimoni alimentari català.

Visites de delegacions internacionals

Les visites de delegacions de diferents ciutats per conèixer el nostre model de mercats han continuat amb representants de Toulouse, Bratislava, San Salvador, diversos grups de Korea, arquitectes alemanys, responsables de centres d'alimentació noruecs i periodistes com els del Financial Times.

Participació en congressos

- WUWM Successful Market Collaboration – Budapest. Taula rodona "Promotional Campaigns and Marketing".
- International Leadership Conference – Barcelona. "Leading the Transformation of the City Through Markets"



Signatura del Pacte de Polítiques Alimentàries, a Milà

12.6 Ordenació comercial

Traspassos i cessions 2015

	Traspassos inter vius	Cessions entre pares i fills	Cessions entre cònjuges	Traspassos mortis-causa
Nombre d'expedients	231	63	29	28
Edat mitjana del cedent	52,6	71,2	54,7	67,2
Edat mitjana del cessionari	39,9	43,1	49,1	37,0
Diferencial	-12,7	-28,1	-5,6	-30,3

Nombre d'expedients 2015

	Nombre d'expedients
Reducció de llicències d'operadors excedentaris	
Amortitzacions de parades	101
Renúncies voluntàries de parades	122
Ampliació d'establiments	
Fusions de parades veïnes	11
Ocupacions temporals d'espais comuns de parades	227
Millora del circuit comercial	
Traslats d'establiments a altres vacants del mateix mercat	8
Incorporació nous operadors	
Adjudicació d'establiments mitjançant el procediment negociat	20
Adjudicació d'establiments mitjançant subhasta	38

12.7 Aspectes comercials i de gestió

Durant l'any 2015 s'han dut a terme les següents actuacions:

Actuacions comercials

- Entrada en funcionament d'un dels restaurants del mercat de la Barceloneta, tancat des de feia més d'un any.
- Un cop finalitzades les obres de remodelació, la posada en funcionament del nou mercat del Ninot, el 19 de maig, amb nova oferta de degustació incorporada a alguns establiments, un autoservei de la cadena Mercadona, i un restaurant del Grup Tragaluz.
- Activació, via subhasta, de parades tancades, adjudicació i posada en funcionament de noves activitats comercials en diversos mercats.
- Activació comercial de la nova façana del mercat de la Boqueria de la plaça de la Gardunya.

Actuacions de gestió

- Posada en funcionament de la nova zona logística del mercat de la Boqueria.
- Redacció i desenvolupament de les accions identificades en el Pla d'Actuació Específic del mercat de la Boqueria 2015, mitjançant el qual es pretén reposicionar aquest emblemàtic Mercat.
- Segona edició de formació "Oberts al Futur", adreçada a comerciants de mercats, a realitzar conjuntament amb el suport de Barcelona Activa.
- Segona convocatòria de la línia de subvencions per a les activitats de dinamització que han dut a terme conjuntament eixos comercials i mercats.

12.8 Activitats

Inauguracions i aniversaris

S'ha celebrat amb els ciutadans la Inauguració del nou mercat del Ninot remodelat (el 6 de juny de l'any 2015) i 4 aniversaris:

- El primer aniversari de la remodelació del mercat de Sants.
- El 10è aniversari de la remodelació del mercat de Santa Caterina.
- El 20è aniversari de la remodelació del mercat del Clot.
- El 50è aniversari del mercat de la Guineueta.

Mercat de Mercats

La Fira Mercat de Mercats va celebrar la seva 6a edició entre el 23 i el 25 d'octubre a l'Avinguda de la Catedral. Més de 265.000 persones van assistir enguany, a una fira que va comptar amb la presència de Perú com a país convidat i amb una nova secció "Artistes de Mercat", que es va inaugurar amb èxit. Un any més, la Fira ha estat l'esdeveniment gastronòmic i de promoció del producte fresc i de proximitat més important de la ciutat.



Activitats als mercats municipals

L'increment de les activitats realitzades als mercats ha continuat durant l'any 2015.

Al nou mercat Encants Barcelona, destaca la Fira Vintage i l'exposició Star Wars, que ja es van realitzar l'any anterior, i la Fira Lost&Found.



Exposició Star Wars al mercat dels Encants

L'Espai "Cuina'm" del Mercat de la Vall d'Hebron, (que enguany ha estat guardonat amb el Premi Mercats de Barcelona), i la cuina del Mercat de la Guineueta, amb un programa d'activitats i tallers per a tot l'any, s'han consolidat com a un dels principals espais dinamitzadors del barri.



3r Aniversari de l'Espai Cuina'm

També cal mencionar els nous tallers i activitats infantils al Mercat de la Llibertat i al Mercat de la Concepció.

D'altra banda, es mantenen activitats iniciades l'any anterior, 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 D.O.

Enguany, s'han celebrat 12 activitats de Tast de Nit, una festa gastronòmica on els clients poden viure un mercat diferent, nocturn i lúdic. En aquesta línia d'activitats, cal mencionar com a novetat els nous Vermuts dels mercats que han organitzat amb èxit els comerciants dels mercats de la Meridiana, Concepció i Sant Andreu.



Tast de nit – Mercat del Clot

Accions de cohesió social i de territori

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, l'acte de presentació del Carnaval de Barcelona que des de fa quatre anys se celebra en un mercat municipal acompanyat del tradicional Concurs de Truites. El Mercat de Sants va acollir la presentació del Carnaval 2015.



Carnaval al mercat d'Hostafrancs



Carnaval al mercat de Santa Caterina

Les accions solidàries s'han multiplicat a tots els 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, Oncolliga, Posa't la Gorra, la Bossa Solidària o El Llibre Solidari, Acció Contra la Fam, etc.



*Setmana de prevenció contra el càncer –
Tret de sortida*



Activitats que se celebren anualment com els Festivals Tradicionaris de Gràcia, 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

Es continuen realitzant activitats de relació i cohesió amb les entitats i eixos comercials dels barris, com són: La Fira del Comerç al Carrer d'Horta, les mostres del Comerç al carrer de Guinardó, Sarrià i Sant Gervasi, Clot i FirAntoni, entre d'altres.



Mostra de Mercats a Nou Barris

Durant l'any 2015, als mercats municipals també s'han realitzat més de 180 activitats de promoció comercial. Cal destacar la campanya de comunicació realitzada per a la promoció i dinamització comercial del Mercat de la Trinitat i el seu entorn.

l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona ha atorgat els premis Mercats de Barcelona, que reconeixen les iniciatives comercials que durant l'any anterior han permès la millora d'aquests equipaments. L'any 2015 han estat guardonats l'Associació de Comerciants del Mercat de la Vall d'Hebron per l'Espai "Cuina'm" i, en menció especial, Carnisseria David, del mercat de Santa Caterina.

Educació als mercats

- A l'any 2015, l'Institut Municipal de Mercats de Barcelona i La Fundació del FC Barcelona han realitzat conjuntament una campanya de comunicació per tal de presentar la nova imatge dels programes educatius, mantenint el missatge del foment dels hàbits saludables entre els més joves.
- El programa educatiu "Mengem sa, mengem de mercat", ha comptat aquest curs escolar 2014-2015 amb la participació de 79 escoles i 4.260 alumnes.

Setmana Internacional dels Mercats

L'any 2015 es va celebrar la segona edició de la Setmana Internacional dels Mercats, una 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.

Entre el 15 i el 31 de maig, els mercats municipals van organitzar una seixantena d'activitats gastronòmiques, lúdiques, infantils i musicals. Des de l'IMMB es van impulsar diferents activitats per dinamitzar els mercats com: Els Contacontes "Anem a Plaça!", "Música i aperitiu als Mercats" per part d'Enjoy Wine, o els maridatges artístics-gastronòmics de "La Parada".

12.9 Campanya Mercats Verds

La campanya “Mercats Verds” és una iniciativa orientada a impulsar les bones pràctiques per a la sostenibilitat als mercats municipals de la ciutat de Barcelona.



Mercats Verds – Producte de proximitat

Mercat Verd de la Llibertat

Una de les vies d'aquest projecte se centra en l'augment de l'oferta de producte de proximitat i en la presència de producte ecològic a les parades dels mercats.

El primer pas en aquest projecte es durà a terme en una prova pilot al Mercat de la Llibertat, si bé l'objectiu marcat per a aquest mandat és convertir 25 mercats municipals en Mercats Verds.

Mercats Verds Lliures de Bosses

Al juny de l'any 2015 es va iniciar la campanya "Mercats Verds, lliures de bosses de plàstic" per contribuir a la reducció de l'ús de bosses mitjançant diverses accions:

- Cobrament de les bosses de plàstic:
14 mercats barcelonins van adoptar a l'any 2015 el cobrament de les bosses de plàstic, tot avançant-se al que estableix la directiva de la Unió Europea i la seva aplicació per part de la Generalitat de Catalunya a l'1 de gener de 2016.
- Bosses reutilitzables
A principis de l'any 2015, l'IMMB i els mercats van distribuir 200.000 bosses reutilitzables a les que es van afegir altres 100.000 pel Nadal.

12.10 Comunicació

12.10.1 Comunicació offline

L'Infomercats

Mercats de Barcelona a l'any 2015 ha editat i distribuït 3 números de la revista [Infomercats](#), dirigida a tots els comerciants dels mercats barcelonins, amb una tirada d'entre 7.000 i 9.500 exemplars.

Newsletters

Mensualment, Mercats de Barcelona elabora una newsletter amb les informacions més destacades d'aquest període de temps i dirigida a totes les persones subscrites a la publicació i d'altres considerades d'interès per l'IMMB dins l'Ajuntament de Barcelona i els seus organismes. S'han tramès 12 newsletters durant l'any 2015.

Premsa i mitjans

A l'any 2015 s'han registrat 250 impactes a premsa i mitjans:

44 impactes a premsa escrita,

33 a televisió,

3 a ràdio, i

7 a agències de premsa, a part dels 114 impactes generats als mitjans per la Fira Mercat de Mercats.

S'han publicat un total de 51 publireportatges: 4 a la revista Catalunya Fruïters i 47 reportatges a revistes i diaris, tan analògics com digitals, o entrevistes a la ràdio (6).

Cal destacar, també, les connexions en directe que s'han realitzat setmanalment per l'informatiu del matí de BTV.

12.10.2 Comunicació digital online

El web www.bcn.cat/mercats ha rebut 150.106 visites durant l'any 2015. S'hi han publicat 49 notícies.

Pel que fa a la producció Audiovisual, enguany s'han realitzat un total de 19 vídeos sobre diferents campanyes i activitats organitzades als mercats de la ciutat, dels quals 10 es van publicar en el canal de Youtube i 9 a Vimeo.

Cal destacar un increment important d'usuaris a les xarxes socials de l'IMMB, aconseguits amb una gestió regular, col·laborativa, amb converses i continguts actius al llarg de tot l'any.

Evolució dels indicadors de l'ús dels mitjans de comunicació online -2014 / 2015

	Nombre	Indicador	Variació vers 2014
Facebook	10.267	m'agrada	+ 36%
Twitter	12.289	seguidors	+ 24%
Instagram	15.805	seguidors	+ 131%
Blog	3.500	Visites de mitjana	+ 118%
App	6.896	descàrregues	+ 32%

Amb la intenció de promocionar l'ús de les xarxes socials de Mercats entre els ciutadans, s'han organitzat diversos concursos com: el concurs de truites virtuals a través de Facebook, o la #HappyTapa a Twitter en el marc de Mercat de Mercats.

Per tal de fomentar el coneixement dels canals de comunicació digital i les xarxes socials, al llarg de l'any 2015 l'IMMB ha fet seguiment i assessorament directe de la comunicació digital de les associacions de comerciants i dels propis comerciants.

12.10.3 Filmacions i fotografies als mercats

Durant l'any 2015 s'han tramitat un total de 485 permisos de filmació i fotografia als mercats, principalment a Boqueria, Santa Caterina, Ninot i Encants.

Origen geogràfic de la producció de filmacions i fotografies als mercats- 2015

Catalunya	305	6,8
Espanya	76	8,4
Resta del món*	104	7,3

*Alemanya, Anglaterra, Brasil, Canadà, Corea del Sud, EEUU, Filipines, França, Irlanda, Itàlia, Japó, Luxemburg, Malàisia, Mèxic, Nova Zelanda, Països Baixos, Rússia, Eslovàquia, Sud Àfrica, Suècia, Ucraïna, Xina

12.11 Indicadors del nivell d'activitat

Indicadors propis del nivell d'activitat

	2011	2012	2013	2014	2015
Visitants als mercats municipals (nombre)	63.789.944	58.729.126	57.895.934	62.881.085	65.348.666
Grau de satisfacció					
Molt / bastant satisfet	81,20%	81,20%	82,2%	83%	82,9%
Regular	14,60%	14,20%	12,9%	13,2%	12,5%
Poc / gens satisfet	4,20%	4,60%	2,8%	3,8%	3,5%
Valoració del servei	7	7	7	7	-

Indicadors generals del nivell d'activitat

	2011	2012	2013	2014	2015
Plantilla en mitjana	71	70	68	68	67
Inversió (en milers d'euros)					
Pròpia	38	46	48	75	
Per compte de l'Ajuntament	16.706	17.874	23.803	32.528	
Total	16.744	17.920	23.851	32.603	20.853
Resultat comptable (en milers d'euros)	386	324	695	271	569
Cash-flow (en milers d'euros)	503	639	822	319	887

13. Barcelona, ciutat de compres internacional

El prestigi de Barcelona com a destinació global augmenta l'interès dels consumidors estrangers per descobrir les botigues més singulars i autèntiques, i per tant revalorava el comerç de la ciutat.

Barcelona és una ciutat comercial que combina els grans eixos comercials amb el comerç de proximitat. Aquest és un dels atractius de la ciutat per als visitants.

El turisme, no només aporta clients per a les diferents tipologies de comerços, sinó que també actua com a caixa de ressonància i font de publicitat boca-orella a tot el món, especialment per la informació que comparteixen els visitants a les xarxes socials.

Cal destacar que el comerç és el primer sector pel que fa a despesa internacional per davant del transport, l'allotjament i la restauració (2014).

En despesa extracomunitària i segons l'informe que va publicar Ernest & Young al juny de l'any 2015¹¹, si mirem la distribució de les compres extracomunitàries a l'Estat Espanyol per província, Barcelona representa el 46,7% per sobre de Madrid amb un 36,9%.

¹¹ Font: Informe EY [La nueva era del Travel Retail](#): impactos y retos del turismo de compras. Calidad, sostenibilidad y empleo. [Global Blue (juny 2014-juny 2015)].

13.1. Servei de devolució d'IVA

Per setè any consecutiu, Turisme de Barcelona ofereix el servei de devolució de l'IVA, que a l'any 2015 ha retornat 2,8 milions d'euros, que els turistes poden tornar a gastar a Barcelona.

Comparant amb l'any anterior, la despesa a l'any 2015 presenta una lleugera baixada del -1,64%, que pot estar motivada, entre altres, per la caiguda del turisme rus i l'aplicació d'una comissió en el servei de devolució en efectiu.

Devolució de l'IVA

	2013	2014	2015
Despesa	20.466.058 €	21.423.489 €	21.072.365 €
Reemborsament en efectiu	2.691.085 €	2.798.694 €	2.758.907 €

Els mesos de més venda associada al tax free són març, juliol, agost i novembre. Mentre que els de major creixement vers el mateix període de 2014 van ser març pel Mobile World Congress (54%), abril per Setmana Santa (29%), i els mesos de novembre (11%) i desembre (25%).

El valor mitjà per xec l'any 2015 és de 448€, que suposa un increment del +9,1% sobre la mitjana de l'any 2014, que va ser de 411€. Això vol dir que la despesa per compra ha estat més elevada.

Països de procedència, ordenats pel volum de despesa

	Despesa 2015*	% Var 14-15
1 Xina	2.387.007 €	42,0%
2 Rússia	2.078.489 €	-58,8%
3 Corea	1.400.437 €	52,8%
4 Argentina	1.325.803 €	133,3%
5 Estats Units	997.828 €	72,3%
6 Israel	756.920 €	27,3%
7 Brasil	577.425 €	-34,5%
8 Singapur	433.157 €	-5,5%
9 Ucraïna	384.951 €	-21,2%
10 Taiwan	373.305 €	58,7%

(*) Només transaccions de Global Blue a les oficines de Turisme de Barcelona
Font: Turisme de Barcelona- Global Blue

Països de procedència, ordenats pel valor mitjà del xec

	Valor mitjà del xec*	% Var 14-15
1 Macau	657 €	36,3%
2 Estats Units	633 €	13,6%
3 Xina	619 €	20,8%
4 Indonèsia	609 €	3,2%
5 Tailàndia	606 €	10,4%
6 Malàisia	551 €	6,7%
7 Emirats Àrabs Units	544 €	45,5%
8 Sèrbia	542 €	8,5%
9 Turquia	540 €	20,7%
10 Japó	531 €	21,8%

(*) Només transaccions de Global Blue a les oficines de Turisme de Barcelona
Font: Turisme de Barcelona- Global Blue

Tant el volum de despesa per nacionalitat com el valor mitjà del xec, són uns clars indicadors de la procedència dels compradors extracomunitaris, de la seva importància en el comerç de la ciutat i de quin és el volum individual de les compres que fan a Barcelona.

13.2. Barcelona Shopping Line i Barcelona Shopping City

El programa **Barcelona Shopping Line** de Turisme de Barcelona, comprèn les botigues, eixos i centres comercials ubicats a la zona comercial turística per excel·lència de la ciutat. 5 quilòmetres de continu comercial que comença al Port de Barcelona i va fins a la part alta de la Diagonal. És el producte «estrella» del **Barcelona Shopping City**. Aquest, comprèn els eixos i centres comercials ubicats fora del “Barcelona Shopping Line”.

Barcelona Shopping City

A l'any 2015 s'ha continuat el programa “Shopping City” que es va iniciar l'any 2014, amb l'objectiu de donar a conèixer internacionalment el comerç de tota la ciutat de Barcelona. D'aquesta manera, es vol consolidar Barcelona com a un destí del turisme de compres, integrant el comerç de totes les zones de la ciutat i augmentat la despesa mitjana del turista a la ciutat.

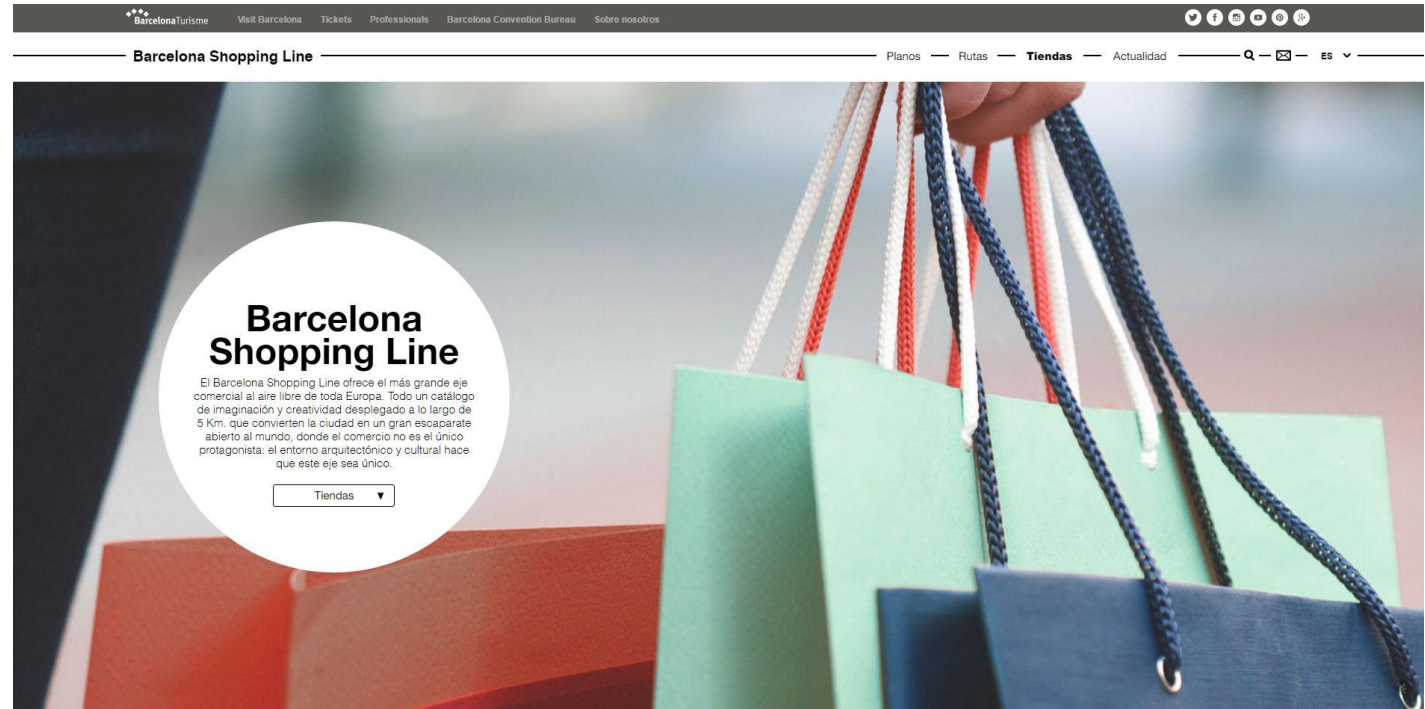
Materials de promoció i difusió

L'any 2015, s'ha reeditat el plànol del “Barcelona Shopping City”, on apareixen els principals eixos i associacions comercials de la ciutat, els centres comercials membres i els mercats no alimentaris. També s'hi destaquen les principals icones de la ciutat distribuïdes pels diferents barris.

Per altra banda, el “Barcelona Shopping Line” es va promocionar mitjançant una nova guia de butxaca on apareixen tots els establiments i centres comercials associats.

D'ambdós materials s'han publicat dues edicions, cadascuna en quatre idiomes (una en català, castellà, anglès i francès, i l'altra en alemany, rus, xinès i japonès), amb un total de 200.000 exemplars del plànol i 30.000 de la guia de butxaca.

Al setembre de l'any 2015 es va publicar la web www.barcelonashoppingline.com, en 7 idiomes, amb cercador de botigues, geolocalització i un apartat d'actualitat.



Pel que fa a les accions promocionals pròpies, s'han realitzat més de 8 accions, destacant per primera vegada la presència dins de Fitur Shopping i dins d'un workshop d'agents del mercat asiàtic. També s'han realitzat altres actes amb periodistes, professionals del sector, incloent 10 "shopping tours" i presència promocional a més de 45 accions de Turisme de Barcelona i de la ciutat.



Barcelona Christmas Shopping

Com cada any, el programa “Barcelona Shopping Line” ha realitzat una campanya de promoció internacional durant el període nadalenc, anomenada “**Barcelona Christmas Shopping**”, dirigida als mercats consolidats que per volum i maduresa generen un alt nombre d'impactes i un retorn interessant com el Regne Unit, França (especialment el Sud de França), Itàlia, Alemanya, Rússia i el mercat nacional, no menys important, a través de Ciutats Ave.

A la campanya s'ha utilitzat l'eslògan “This Christmas, Barcelona is the gift” (Aquest Nadal, Barcelona és el regal), per consolidar la idea que el viatge a Barcelona és en sí el millor regal de Nadal, on a més de gaudir del “shopping” també descobriran tota la tradició, cultura i bon clima que la ciutat pot oferir en aquestes dates.

Aquesta campanya ha comptat amb una aportació extraordinària per part del departament de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona.

Accions online

La campanya online ha estat un èxit amb la creació d'un espai propi dins del web barcelonashoppingline.com, que va incloure un formulari registre per recollir les dades de les persones interessades, contingut relacionat amb les tradicions nadalenques, agenda d'activitats i descomptes de les botigues participants.

Tanmateix, la campanya es va estendre als principals mitjans online dels països seleccionats, es va trametre una newsletter a la base de dades de Turisme de Barcelona, i es van realitzar accions a les principals xarxes socials. Per altra banda, també es van realitzar promocions creuades amb partners (companyies aèries, de ferrocarrils i hoteleres).

Els resultats han estat molt positius:

68.000.000	Impressions (impactes)
78.000	Reproduccions del vídeo
279.825	Sessions (Visites)
356.718	Pàgines vistes
31.536	Registres (Leads per la base de dades)
6.139	Descàrregues de descomptes
13.429	Nous fans al Facebook de Visit BCN
6.000	Nous seguidors Instagram (Visit BCN)

Comparativa campanya 2014-2015 (Conceptes)

	2014	2015	Increment
Sessions	92.148	279.825	204%
Usuaris únics	66.014	231.718	251%
Pàgines Vistes	128.665	356.718	177%
Registres	10.552	31.536	199%
Descarrega de Cupons	2.961	6.139	107%

Accions offline

S'ha creat un fulletó amb agenda de la ciutat al Nadal i d'un display contenidor. També s'han fet adhesius promocionals de la campanya per a les botigues i una campanya de distribució a més de 200 punts dispensadors d'informació d'hotels i llocs d'interès de la ciutat. Tanmateix, aquests materials han estat distribuïts als hotels de Barcelona, als establiments membres del Barcelona Shopping Line i a les oficines d'atenció al turista de Turisme de Barcelona.



Edita:

Ajuntament de Barcelona
Àrea d' Empresa, Cultura i Innovació
Direcció de Comerç

Col·laboració:

Institut Municipal de Mercats
Turisme de Barcelona

Producció, disseny i maquetació:

Escodi

