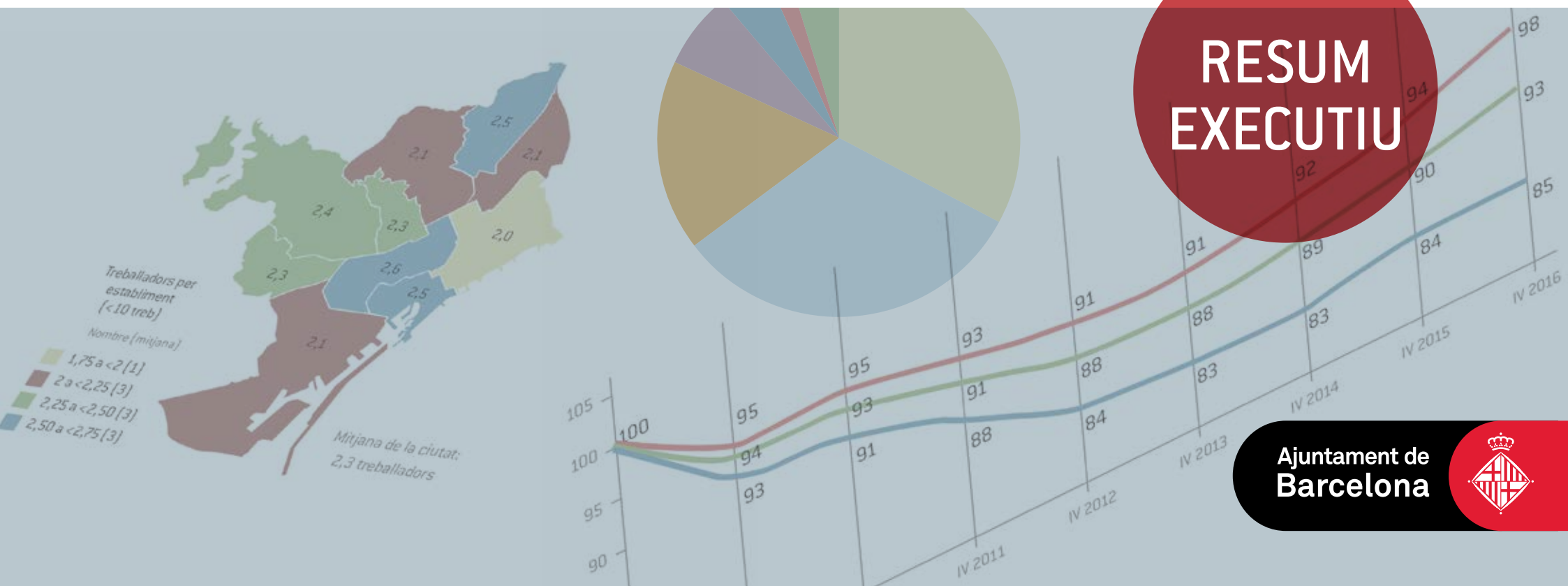


EL COMERÇ A BARCELONA 2016

RESUM EXECUTIU



Ajuntament de
Barcelona



Índex

Presentació.....3

1 → Dades del 2016

1.1. → El sector terciari a Barcelona.....	4
1.2. → Ocupació al comerç.....	5
1.3. → Facturació i PIB.....	7
1.4. → El sector de l'hoteleria.....	8
1.5. → El comerç electrònic.....	9
1.6. → Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus municipal 2016.....	12
1.7. → Enquesta sobre l'activitat del sector comercial a Barcelona.....	13
1.8. → Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració a Barcelona.....	15
1.9. → Enquesta sobre l'obertura en diumenge.....	17
1.10. → Enquesta d'opinió sobre els mercats municipals mitjançant l'Òmnibus municipal 2016 i l'Enquesta de serveis municipals.....	18
1.11. → L'activitat turística a la ciutat de Barcelona (Òmnibus municipal 2016).....	19
1.12. → Barcelona, ciutat de compres internacional.....	20
1.13. → Anàlisi de la restauració a Barcelona (Mercabarna).....	21
1.14. → Fires, mercats i mostres de comerç als carrers de Barcelona.....	24

2 → Tendències del sector del comerç

2.1. → Barcelona: tendències globals, impacte local.....	25
2.2. → Perfils de districtes.....	27

3 → Inventari de locals de Barcelona

3.1. → Resultats principals.....	28
3.2. → Conclusions i tendències.....	31

Presentació



Agustí Colom Cabau
Regidor de Comerç i Mercats

L'Informe del comerç 2016, elaborat per l'Ajuntament de Barcelona, mostra que, com en altres ocasions, el sector del comerç manté un paper clau en l'estructura econòmica de la ciutat, i es constitueix com un autèntic vertebrador de la vida quotidiana als barris.

Les principals dades d'activitat comercial revelen la importància d'aquest sector per a Barcelona, ja que representa un pes superior al 14% dels llocs de treball, permet enfortir el model de convivència i integració als barris i és un element de projecció internacional de la ciutat.

Les dades qualitatives indiquen també la satisfacció dels ciutadans i ciutadanes amb el comerç barceloní. L'àmplia i variada oferta comercial i l'atenció rebuda són aspectes molt ben valorats i posen de manifest que el model de comerç urbà de proximitat de Barcelona és un model d'èxit, que cal seguir preservant i fomentant.

Els mercats municipals de Barcelona, arrelats a la vida quotidiana de la ciutat, contribueixen a reforçar aquest paper dinamitzador de l'economia, amb la voluntat de ser un pol conjunta-

ment amb el comerç dels barris, alhora que desenvolupen una funció social com a eixos vertebradors del territori. En aquest sentit, destaca la decidida aposta municipal per la remodelació d'aquests espais, que els fa més competitius, amb noves infraestructures, logística i serveis.

L'informe també destaca el paper del comerç electrònic i els nous hàbits de consum associats a aquest canal, així com la importància de les compres que fan els i les visitants, amb un increment significatiu de la despesa realitzada respecte a l'any anterior.

Tenim el convenciment que, en la col·laboració conjunta amb el sector, trobarem les fórmules adequades per seguir avançant en la construcció d'un model comercial equilibrat.

Apostem per sumar esforços, donant suport a les entitats sectorials, professionals i territorials que agrupen el comerç de la ciutat i promocionant una competitivitat més gran amb la formació i els serveis que posem a disposició del món comercial. Només compartint objectius estratègics es poden afrontar els reptes que tenim davant.

1.1. El sector terciari a Barcelona

L'any 2016 el sector terciari va crear llocs de treball per quart any consecutiu, amb un total de 921.418 persones afiliades al sistema de la Seguretat Social a Barcelona a desembre del 2016, la qual cosa representa un augment del +3,6%. Aquest increment iguala el creixement del conjunt de l'economia de la ciutat (+3,6%).

El sector terciari en conjunt incrementa el seu pes dins l'estructura ocupacional de la ciutat fins a assolir el 89,7% dels llocs de treball de Barcelona, xifra que supera en 0,2 punts la de l'any anterior i consolida la tendència estructural de terciarització de l'economia de la ciutat que s'està experimentant des de fa dècades.

El comerç i les reparacions mantenen el seu paper clau en l'estructura econòmica de la ciutat i concentren més del 17% dels llocs de treball del sector terciari. Creix per tercer any consecutiu (+2,4%), la qual cosa representa un guany de 3.700 persones afiliades. Per branques, el comerç al detall experimenta l'evolució més dinàmica des del 2008 (amb un augment de l'afiliació del +3,6%), mentre que la branca majorista s'estabilitza (+0,3%).

Pel que fa a l'hostaleria, creix per sobre de la mitjana amb un +6,1%. En el període 2008-2016, el creixement acumulat és de +22,5%, període en el qual també tots els indicadors d'activitat turística han crescut de manera continuada, esdevenint —juntament amb la posició privilegiada de Barcelona en l'organització de congressos internacionals— un dels factors de fortalesa de l'economia i dinamitzadors vitals del mercat de treball de la ciutat.

Persones afiliades* al sistema de la Seguretat Social a Barcelona en el terciari 2016-2015

	2015	2016	Variació 16/15	
			Nombre	%
Total de serveis	889.527	921.418	31.891	3,59
Comerç i reparacions	154.332	158.032	3.700	2,40
Transports i emmagatzematge	45.102	45.147	45	0,10
Hostaleria	79.057	83.911	4.854	6,14
Informació i comunicacions	57.092	60.984	3.892	6,82
Activitats financeres i d'assegurances	37.482	35.530	-1.952	-5,21
Activitats immobiliàries	13.940	14.481	541	3,88
Serveis a les empreses	200.575	210.930	10.355	5,16
Administració pública	81.083	84.417	3.334	4,11
Educació	67.454	69.835	2.381	3,53
Activitats sanitàries i serveis socials	92.555	95.760	3.205	3,46
Activitats artístiques, recreatives	24.694	25.614	920	3,73
Altres serveis [1]	36.161	36.777	616	1,70

* Suma dels afiliats al Règim general i d'autònoms.

[1] Inclou personal domèstic i organismes extraterritorials.

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

Per el que fa a l'atur, el mes de juliol de 2017 els serveis acumulen 56.812 persones aturades a la ciutat —el 79,6% del total—.

En comparació amb el juliol del 2016, els serveis registren un descens interanual de més de 5.600 persones, la qual cosa significa la cinquantesena reducció interanual consecutiva de l'atur en aquest sector (-9,0%).

1.2. Ocupació en el comerç

El 2016 el comerç ocupa 149.468 persones a la ciutat de Barcelona, de les quals 95.811 treballen en el sector minorista (el 64,1% del total) i 53.657 (el 35,9%) en el majorista.

El 2016 l'ocupació al comerç barceloní registra un augment del 2,4%, lleugerament inferior a l'evolució en l'àmbit Metropolità (+2,8%) i Catalunya (+3,0%). Cal destacar que el comerç barceloní crea llocs de treball per tercer any consecutiu —després de perdre'n durant el període de crisi— i aconsegueix l'increment inter-annual més alt des del 2008, tot i que més suau que el del conjunt de l'economia de Barcelona (+3,4%).

D'aquesta manera, el pes del comerç en el conjunt dels llocs de treball de la ciutat al final del 2016 assoleix el 14,5% —distribuït entre un 9,3% del comerç minorista i un 5,2% del majorista—, fet que confirma la importància cabdal que manté aquest sector madur en l'economia barcelonina. Cal destacar el fort increment de les persones assalariades en el comerç minorista (+4,7%), tant en relació amb el règim d'autònoms com en comparació amb el comerç majorista.

El comportament de l'ocupació en el comerç al detall reflecteix les oscil·lacions del consum intern. Així, després d'un fort ajust inicial fins al quart trimestre del 2009 i l'estabilització del 2010, torna a recular durant el trienni 2010-13 i es recupera a partir del 2014, impulsada per la millora de la demanda interna, fins a tancar el 2016 amb un nombre de llocs de treball molt semblant al que tenia el desembre del 2008 (amb una lleugera reducció del 2%).

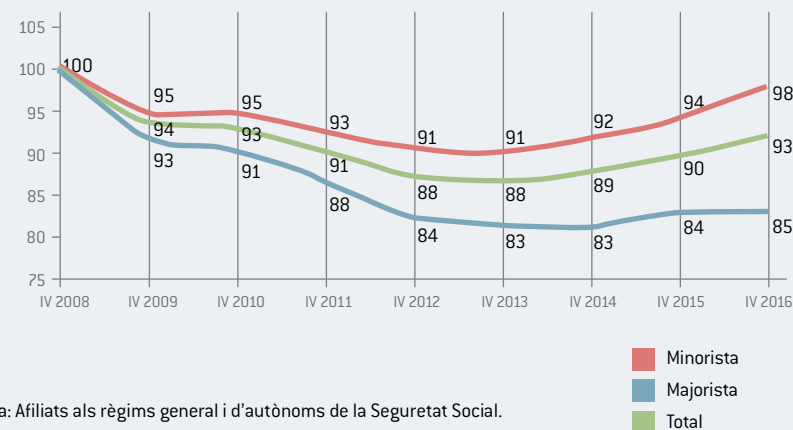
En canvi, la reducció de persones assalariades en el comerç majorista ha estat un procés més gradual i sostingut, que ha comportat una caiguda acumulada del 15,4% entre desembre del 2008 i del 2016.

Afiliació a la Seguretat Social en el comerç a Barcelona / 4t trimestre del 2016

	Règim general		Autònoms		Total		
	Afiliats	Variació 15/14 [%]	Afiliats	Variació 15/14 [%]	Afiliats	Variació 15/14 [%]	Pes del sector [%]
Comerç minorista	78.805	4,7	17.006	-1,1	95.811	3,6	9,3%
Comerç majorista	44.838	0,4	8.819	0,2	53.657	0,3	5,2%
Total del comerç	123.643	3,1	25.825	-0,6	149.468	2,4	14,5%
Total de Barcelona	908.135	3,6	119.217	1,9	1.027.352	3,4	100,0%

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

Ocupació al comerç de Barcelona (Índex 4t trimestre 2008 = 100)



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

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

Pel que fa als centres de cotització, Barcelona disposa, al final de l'any 2016, de 16.367 centres de cotització al comerç, dels quals 11.028 (el 67,4%) pertanyen al comerç minorista i 5.339 (el 32,6%) al majorista.

El nombre de centres de cotització al comerç de Barcelona creix moderadament per tercer any consecutiu (+0,7%), amb una evolució interanual menys dinàmica que la que experimenta el teixit empresarial al conjunt de la ciutat (+2,4%). Per branques, els centres del comerç al detall experimenten un augment (+1,0%) mentre que els de comerç a l'engròs s'estabilitzen (0,1%) i segueixen la pauta observada l'any anterior.

En acabar l'any 2016, 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 21,9%) del total. Les branques que el segueixen en el rànquing són els serveis a les empreses (18,5%) i l'hostaleria (10,7%).

El pes del comerç dins el conjunt dels centres de cotització de Barcelona és del 21,9%, i es manté força estable respecte al 2015. Per branques, el comerç a l'engròs representa el 7,2%, i el comerç al detall, el 14,8%.

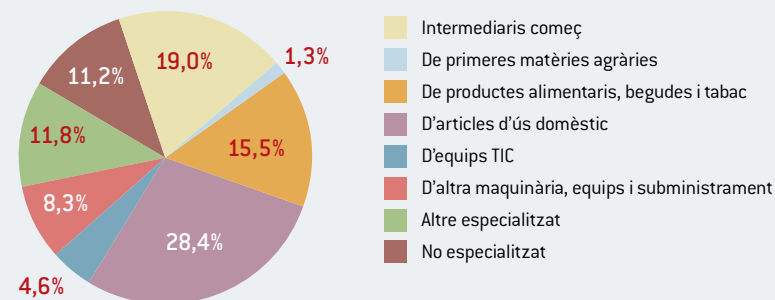
Pel que fa al comerç a l'engròs destaquen la distribució d'articles d'ús domèstic (amb un pes relatiu 28,4%), seguit de les branques d'intermediaris i productes alimentaris, que arriben al 19% i al 15,5% del total, respectivament.

Al seu torn, en el comerç al detall a Barcelona destaca el pes relatiu dels establiments d'altres articles en establiments especialitzats —que representen el 33,6% dels centres de cotització—, seguits dels que venen productes alimentaris, begudes i tabac (28,1%), i els establiments no especialitzats (16,9%).

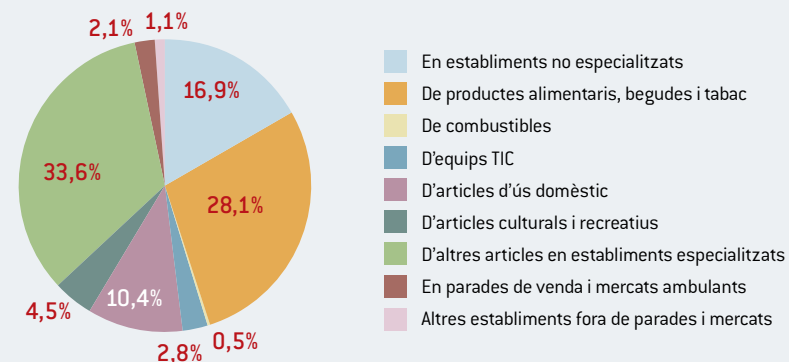
Centres de cotització a la Seguretat Social en el comerç de Barcelona 2016

	IV trimestre 2015	IV trimestre 2016	Variació en nombre	Variació en %	Pes s/Barcelona [%] 2016	Pes s/total comerç 2016 [%]
Engròs	5.334	5.339	5	0,1%	7,2%	32,6%
Detall	10.922	11.028	106	1,0%	14,8%	67,4%
Total del comerç	16.256	16.367	111	0,7%	21,9%	100,0%
Total dels sectors a Barcelona	72.846	74.627	1.781	2,4%	100,0%	

Empreses * del comerç a l'engròs de Barcelona per branques 2016 (% s/total)



Empreses * del comerç al detall de Barcelona per branques 2016 (% s/total)



* Centres de cotització a la Seguretat Social.

Font: Elaboració del Departament d'Estudis de la Gerència de Política Econòmica i Desenvolupament Local de l'Ajuntament de Barcelona segons dades del Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona

1.3. Facturació i PIB

L'economia catalana confirma la seva recuperació al llarg del 2016 i encadena tretze trimestres consecutius de variació interanual positiva del producte interior brut en tancar l'any, en què la demanda interna i l'exportació de béns i serveis n'han estat els motors principals.

Amb un PIB de 223.629 milions d'euros, el creixement real de l'economia de Catalunya al 2016 ha estat del +3,5%, el millor resultat —juntament amb el del 2015— de la darrera dècada, i s'emmarca en un context caracteritzat també per l'evolució positiva de l'activitat en els àmbits espanyol (+3,2%) i de la Unió Europea (+1,9%).

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 +3,4% en el conjunt de l'any, amb una certa desacceleració al llarg de l'exercici.

La facturació del comerç a la ciutat de Barcelona assoleix un volum de negoci estimat de 34.792,3 milions d'euros l'any 2016, després d'experimentar un increment del +1,5%, que representa la segona millor evolució dels darrers anys.

El comerç és un dels sectors que més riquesa genera a Barcelona. Efectivament, l'activitat aporta el 13,6% del producte interior brut de la ciutat l'any 2016, un pes que continua sent fonamental malgrat l'impacte dels anys de crisi. Així mateix, el PIB dels serveis ha registrat un augment significatiu a Barcelona (+3,6%), un comportament favorable al qual ha contribuït el conjunt d'activitats format pel comerç, el transport, l'hostaleria i la informació i les comunicacions amb una evolució interanual molt dinàmica (+4,4%).

Facturació del comerç a Barcelona 2016

	Facturació del 2016 (milers d'euros)	Var. 2016/2015 (en %)
Comerç minorista	12.698.307	3,3%
Comerç majorista	22.093.945	0,5%
Total del comerç	34.792.252	1,5%

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

El comerç al detall arriba el 2016 a un volum de negoci de 12.698,3 milions d'euros a Barcelona, xifra que representa un increment interanual del +3,3%. La recuperació de la demanda interna motivada pel creixement de l'ocupació i les rendes familiars, el creixement del consum de les llars (+2,7%), la baixa inflació i la millora de la confiança dels consumidors, juntament amb la demanda addicional generada pel turisme —que el 2016 registra a la ciutat nous màxims històrics de visitants i pernoctacions en hotels— han propiciat aquesta evolució positiva i que significa el comportament més dinàmic des del 2007.

La facturació del comerç a l'engròs a Barcelona se situa en 22.093,9 milions d'euros l'any 2016 i augmenta un +0,5% respecte a l'any anterior. Així doncs, el comerç majorista manté resultats a la ciutat, tot i que des de fa uns anys està en marxa un procés gradual de canvi estructural i d'optimització de costos que està portant aquesta branca a localitzar una part creixent de la seva activitat a l'entorn metropolità.

1.4. El sector de l'hoteleria

L'any 2016 l'hoteleria a Barcelona té 83.911 persones afiliades a la Seguretat Social, de les quals 73.152 són assalariades i 10.759 autònomes (el 87,2% i el 12,8% del total sectorial, respectivament). És significatiu el creixement de les persones assalariades (+7,0%), que quasi duplica l'increment d'aquest col·lectiu a la ciutat (+3,6%).

Per branques d'activitat, l'afiliació en els serveis d'allotjament creix en un +9,0%, amb 18.116 afiliats totals, i en serveis de menjar i begudes, un +5,4%, amb 65.795 afiliats totals, dels quals més de la meitat (52,1%) treballen en restaurants.

La restauració i l'allotjament representen el 6,4% i l'1,8%, respectivament, del total de llocs de treball de la ciutat, de manera que les dues branques de l'hoteleria apleguen juntes el 8,2% de les persones que treballen a Barcelona.

En el 2016, més de la meitat dels 153.882 llocs de treball de l'hoteleria de l'àmbit metropolità de Barcelona i d'un terç dels 236.810 de Catalunya es concentren a la ciutat. El creixement a Barcelona (+6,1%) ha estat lleugerament superior a l'àmbit metropolità i a Catalunya (+5,7 i +5,6%, respectivament).

Barcelona disposa l'any 2016 de 7.974 centres de cotització de la Seguretat Social del sector de l'hoteleria (6.985 com a serveis de restauració i 989 com a serveis d'allotjament). El pes d'aquesta activitat en relació amb el conjunt de centres de cotització de la ciutat és del 10,7% i la situa com el tercer sector en aquest indicador, només per darrere del comerç i les reparacions i els serveis a les empreses (amb pesos relatius del 23,2 i el 18,5%, respectivament).

En el període 2015-2016 s'han creat 153 centres de cotització (un +2,0%). Així, el sector de l'hoteleria mostra una tendència ascendent al llarg del període 2008-2016, que es tradueix en un increment acumulat de 1.120 centres de cotització i un 16,3% en termes relatius.

El salari mitjà de l'hoteleria a Barcelona és de 14.944 € any el 2015 (poc més de la meitat del de la ciutat (28.861 € any), fet que el situa com el sector amb menys nivell salarial i el tercer amb més pèrdua de poder adquisitiu des del 2010 (-10,3%). Per contra, és el sector amb menys bretxa salarial de gènere.

Afiliats a la Seguretat Social en la hosteleria a Barcelona / 4t trimestre 2016

	2015	2016	Variació [%] 2016/2015	Pes sobre sector hoteleria	Pes/ s total ciutat 2016
Serveis d'allotjament	16.618	18.116	9,0%	21,6%	1,8%
Serveis de menjar i begudes	62.439	65.795	5,4%	78,4%	6,4%
Total	79.057	83.911	6,1%	100,0%	8,2%

Centres de cotització de la Seguretat Social en l'hoteleria a Barcelona / 4t trimestre 2016

	IV 2015	IV 2016	Variació 2016/2015	
			En nombre	En %
Hosteleria	7.821	7.974	153	2,0%

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

Salari mitjà a Barcelona 2015 (€/any)

	Hosteleria	Mitjana de sectors a Barcelona
Homes	15.360	32.615
Dones	14.349	25.191
Total	14.944	28.861

Font: Gabinet Tècnic de Programació, "Evolució de la capacitat adquisitiva dels treballadors 2010-2015", Ajuntament de Barcelona.

1.5. El comerç electrònic

El comerç electrònic continua la seva ràpida expansió a escala mundial, amb una facturació global de 25 bilions d'euros que —segons dades presentades per la UNCTAD (Nacions Unides) a l'“E-Commerce Week 2017: Towards Inclusive E-Commerce”— significa un increment del 38% els darrers tres anys. Projeccions recents de l'evolució d'aquest canal comercial indiquen que la facturació seguirà augmentant amb força en els propers anys, tot i que moderarà el ritme de creixement.

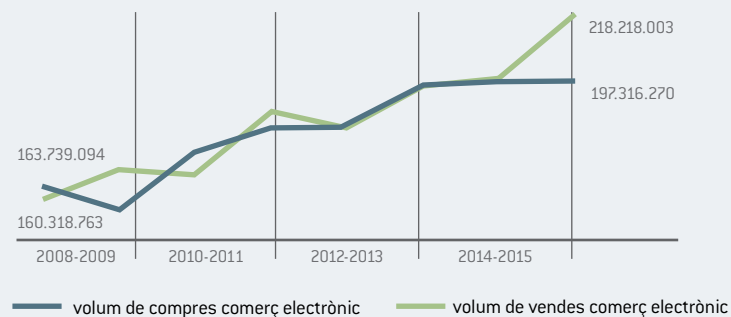
Quant a Espanya, segons Eurostat, l'any 2016 el percentatge d'empreses que compren en línia (32%) queda deu punts per sota de la mitjana de la Unió Europea i el de les que venen per aquest canal (21%), un punt per sobre. En tots dos casos, l'ús del canal creix respecte a l'any anterior, amb increments interanuals de 6 i 3 punts, respectivament, per a les compres i les vendes.

En el període 2015-2016 gairebé la tercera part de les empreses espanyoles de deu o més assalariats (el 32,1%) han efectuat compres per comerç electrònic per un valor de 197.316,3 milions d'euros —el 20,3% del total de compres— la qual cosa representa un +0,1% respecte al 2015). Pel que fa a les vendes, un 20,1% d'empreses utilitzen el canal en línia, que a Espanya genera un volum de negoci de 218.218,0 milions d'euros, xifra que representa un 15,7% del total de vendes, i situa el creixement de les vendes en línia en el +10,1%.

Pel que fa a Catalunya, el 35,5% de les empreses amb deu o més persones assalariades de Catalunya han comprat per comerç electrònic en aquest període, dada superior en 4,7 punts a la de l'any anterior i també 3,4 punts més alta que la mitjana espanyola. En el cas de les vendes, el percentatge d'empreses és força inferior (23,8%), xifra que representa un augment de 3,5 punts respecte al 2014-2015 i se situa 3,7 punts per damunt del valor estatal. L'accés als canals en línia està relacionat amb la dimensió empresarial: l'ús del canal en línia per a les compres és del 19% en microempre-

ses, respecte al 35,5% en empreses de més de deu assalariats. En el cas de les vendes, el percentatge d'empreses que usen el canal en línia és del 4,8% i el 23,8%, respectivament.

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



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

Comerç electrònic a Catalunya. 2015-2016

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

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

% d'empreses amb deu 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 deu o més assalariats de Catalunya ha estat de 32.223,7 milions d'euros el 2015-16, xifra que equival al 15,1% de les compres totals i el 33,7% de les compres de les empreses que fan adquisicions per aquest canal.

Pel que fa a les vendes, la facturació supera la de les compres electròniques —tal com passa a Espanya— i arriba a 50.504,3 milions d'euros, que representen el 17,2% de les vendes totals i el 41,8% de les vendes de les empreses que venen pel canal electrònic.

Pel que fa al comerç electrònic a les llars de Catalunya, l'any 2016 el 49,2% de la població de 16 a 74 anys ha comprat per internet, la qual cosa representa un increment del 0,7% respecte a l'any anterior. Per edats, la població entre 25 i 44 anys representa prop de la meitat (el 48,7%) dels compradors.

Pel que fa als tipus de productes adquirits per internet, els allotjaments de vacances són els més sol·licitats, amb un 53,1% dels compradors i les compradores —un percentatge similar al de 2015—, seguits de les entrades a espectacles (51,5%) —que experimenten un creixement significatiu anual (9,1 punts)—, la roba i el material esportiu (41,8%) —que perd pes respecte a l'any anterior (-3,2 punts)— i els productes per a la llar (29,6%). Entre els productes amb menys demanda en línia destaquen els medicaments i les accions, les assegurances i altres serveis financers.

Productes o serveis adquirits per internet els darrers dotze mesos. Catalunya 2016

En percentatge sobre el total de compradors

Allotjament de vacances	53,1%
Entrades a espectacles	51,5%
Roba o material esportiu	41,8%
Productes per a la llar	29,6%
Llibres, revistes, etcètera	22,1%
Equipament electrònic	20,0%
Productes alimentaris	19,0%
Material informàtic	18,4%
Altres productes	17,3%
Pel·lícules, música	14,9%
Jocs d'ordinador i videoconsola	12,3%
Accions o valors, assegurances, etcètera	5,5%

En el cas de Barcelona, el 2016, el 60,3% dels ciutadans i les ciutadanes de Barcelona han adquirit productes per internet alguna vegada.

Per edats destaca que el 81,2% dels ciutadans d'entre 25 i 34 anys han utilitzat internet per comprar alguna vegada, en contrast amb l'ús d'aquest mitjà per només el 23,1% dels més grans de 65 anys.

Per districtes, els de nivell de renda més elevada —a excepció de les Corts— superen la mitjana de la ciutat en aquest indicador.

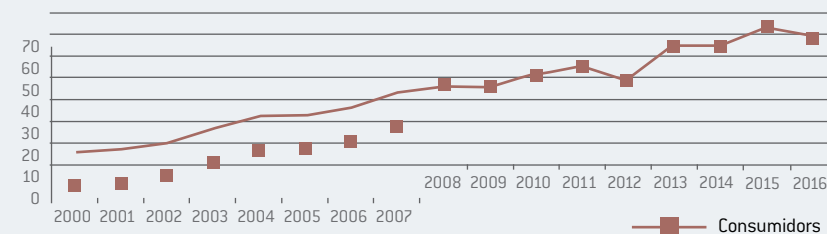
La freqüència i ús del canal en línia també augmenta. El 2016 l'ús del comerç electrònic s'ha tornat més habitual: així, el percentatge de persones que afirmen comprar per internet ocasionalment disminueix en 4,1 punts percentuals fins a situar-se en el 58,4%, alhora que augmenta en +0,6 punts la utilització del comerç electrònic amb freqüència mensual (18,5%) i en +2,8 punts l'ús setmanal (5,8%), que supera lleugerament el percentatge de persones que compren en línia cada dues setmanes (5,6%).

Per productes, els més demandats són els d'oci i cultura (59,9% dels compradors) —en particular els llibres i els viatges (amb un 20,4% i un 17,7%, respectivament)—, seguits de la roba i el calçat (26,6%) i la informàtica i la telefonia (26,1%). Respecte a l'any anterior, destaca en positiu l'augment de la compra d'entrades per a espectacles (+3,7 punts percentuals), mentre que perden pes la compra d'informàtica i telefonia (-6,1 punts), i de roba i calçat (-4,9 punts). Pel que fa a l'any 2005, destaca especialment el creixement en 19,2 punts que experimenta el percentatge d'usuaris que compren roba i calçat per via electrònica.

L'any 2016 la ciutat continua desenvolupant el clúster estratègic Barcelona Tech City amb l'objectiu de fer créixer un sector emergent i dinàmic que agrupa prop de tres-centes empreses que operen per internet i per mòbil amb activitat a la capital catalana, entre les quals hi ha eDreams, Privalia, Softonic, Let's Bonus, Inspirit, IT-net, Rakuten o Amazon. L'ecosistema digital és un sector emergent i estratègic per a la ciutat, amb una forta interrelació amb altres

sectors potents per al desenvolupament econòmic de Barcelona, com són la logística, el turisme, el comerç o la mobilitat.

Evolució de la compra per internet a Barcelona



Font: Enquesta Òmnibus municipal. Direcció de Comerç i Consum. Desembre 2016

Productes o serveis adquirits per internet a Barcelona. 2005-2016*

%	2005	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Var.05-16	2015/2016
Viatges	36,5	33,1	32,1	23,2	21,3	17,7	17,7	-18,8	0,0
Roba, calçat	7,4	23,5	22,4	28,7	30,6	31,5	26,6	19,2	-4,9
Informàtica i telefonia	23,0	16,9	20,1	31,8	24,7	32,2	26,1	3,1	-6,1
Llibres	13,5	14,9	12,9	15,1	14,0	21,8	20,4	6,9	-1,4
Entrades per a espectacles	9,6	13,4	15,9	9,6	9,9	8,8	12,5	2,9	3,7
Aliments	13,0	12,5	9,0	7,0	10,9	9,2	9,0	-4,0	-0,2
Altres productes quotidians	3,5	7,7	5,4	5,9	3,6	6,4	4,6	1,1	-1,8
Parament de la llar	3,5	7,5	5,4	9,4	11,2	11,0	11,6	8,1	0,6
Música	10,4	6,4	5,1	3,8	4,5	5,3	4,5	-5,9	-0,8
Altres de lleure	9,6	3,1	1,5	2,5	0,5	6,6	0,8	-8,8	-5,8
Altres	3,0	1,8	2,8	7,4	6,3	4,1	2,9	-0,1	-1,2

* Dades de desembre de cada any.

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

1.6. Enquesta d'opinió sobre el comerç mitjançant l'Òmnibus municipal 2016

Font: Òmnibus Municipal. Onades 2016

Els entrevistats valoren l'oferta comercial amb una nota mitjana de 8,0 en una escala de 0 a 10. Aquesta nota s'ha mantingut força estable al llarg dels darrers anys. En relació amb els horaris comercials, els compradors els valoren amb una nota mitjana de 7,7.

Valoració de l'oferta comercial	8,0
Valoració dels horaris comercials	7,7
Valoració de l'atenció del personal	7,4

Pel que fa a l'atenció personal dels comerciants, es valora amb un 7,4 de mitjana sobre 10. El comerç de proximitat destaca per l'atenció personalitzada: el 50,9% de barcelonins considera que les botigues de barri o especialitzades són l'establiment on millor els atenen, per davant dels mercats municipals (27,1%), els supermercats (11,8%), els centres comercials (4,2%), els grans magatzems (1,2%) i els hipermercats (0,7%).

El 94,9% considera molt o força important l'honradesa de la persona que atén en un comerç. També valoren molt positivament el tracte rebut (94,6%) i la professionalitat (93,5%).

Pel que fa als hàbits de compra, tal com es mostra a la taula adjunta, la compra quotidiana es fa fonamentalment al supermercat, al mercat municipal i a la botiga de barri especialitzada. El desplaçament és majoritàriament a peu (al voltant del 80%).

La compra no quotidiana (roba i calçat, parament de la llar, etcètera) es fa fonamentalment a la botiga de barri especialitzada, al centre comercial o als grans magatzems. En aquests casos, la compra a peu se situa per sota del 60%.

Pel que fa a les zones d'atracció comercial, el 70% dels barcelonins van a comprar-hi. Les zones on més ciutadans van a comprar són: el centre comercial La Maquinista (18,3%), per davant de Barnacentre (16,1%), de l'Illa Diagonal - El Corte Inglés (15,3%) i de Diagonal Mar (11,1%).

Pel que fa al tipus de producte que els barcelonins van a comprar a aquestes zones comercials, principalment és roba i calçat (77,4%), oci i cultura (19%), productes d'alimentació (16,3%) i articles de parament de la llar (11,3%).

Producte	Formats de compra principals	% compradors a peu
Alimentació	Supermercat: 60,3% Mercat municipal: 18,8% Botiga de barri: 14,1%	83,8%
Alimentació fresca	Mercat municipal: 37,5% Supermercat: 31,1% Botiga de barri: 25,7%	85,4%
Altres productes d'ús quotidià	Supermercat: 75,6% Botiga de barri: 12,9%	81,9%
Roba i calçat	Botiga de barri: 44,8% Centre comercial: 36,2% Grans magatzems: 10,3%	49,4%
Parament de la llar	Botiga de barri: 41,9% Centre comercial: 22,8% Grans magatzems: 19,3%	45,4%
Oci i cultura	Botiga de barri: 62,3% Centre comercial: 19,9% Grans magatzems: 5,6%	57,6%

1.7. Enquesta sobre l'activitat del sector comercial a Barcelona

Font: Enquesta d'activitat del sector comercial a Barcelona, 2016

Les característiques del negoci comercial es poden resumir en els punts següents:

- Entre el 2013 i el 2016, els comerços de Barcelona han rebaixat la seva antiguitat mitjana de 17 a 12 anys.
- El 64,1% dels establiments són societats civils particulars, el 28,5% societats limitades i el 4,1% societats anònimes.
- El 4,9% dels responsables dels comerços visitats manifesten que són franquícies, i el 6,5% que tenen central de compres.
- El 39,1% dels comerços de Barcelona està associat a alguna entitat (gremi, associació de comerciants, etcètera).
- El 61,4% dels comerços disposa d'un sistema de venda assistida, el 28,8% tenen servei de lliure servei assistit i el 19,9% tenen un sistema de lliure servei, i a les botigues d'alimentació (no mercats), aquest percentatge arriba al 23,8%.
- Pel que fa als serveis: cobrament amb targeta (90%), comandes per telèfon (55%) i servei a domicili (42,3%).
- En relació amb la digitalització, el 31,6% tenen lloc web propi, i d'aquests un 42,7% permeten la compra en línia]

Pel que fa a les característiques físiques, el retrat del local comercial mitjà a Barcelona és una botiga al carrer, d'uns 110,5 m² de superfície total (dels quals 69,5 m² corresponen a la sala de vendes), accessible amb un cert desnivell i en règim de lloguer per la qual es paga uns 1.417€ euros al mes.

Característiques principals del negoci	
Antiguitat	12 anys
Tipus societari	Societat civil particular: 64,1% Societat limitada: 28,5% Societat anònima: 4,1%
Franquícies	4,9%
Tenen central de compres	6,5%
Associacionisme	39,1%
Sistema de venda	Assistida: 61,4% Lliure servei: 28,8%
Cobrament amb targeta	90% d'establiments 45,1% de la facturació
Comandes per telèfon	55,0% d'establiments
Servei a domicili	42,3% d'establiments (75,7% en alimentació de mercats)
Gestió informatitzada	73,0% dels establiments
Web propi	31,6% dels establiments (d'aquests, 42,7% permeten compra en línia)

Característiques físiques principals de l'establiment	
Dimensió	110,5 m ² (69,5 m ² de sala de vendes)
Ubicació	Al carrer: 93,9% Parades de mercats municipals: 4,9% Centres o galeries comercials: 1,3%
Accessibilitat	Sense desnivell a l'entrada: 38,1% Amb un grau baix: 45,4% Amb un grau mitjà: 10,8% Amb un grau alt: 2,3% Amb escala: 3,5%
Identificació del rètol	Català: 73,9% Castellà: 15,4% Anglès: 11,8% Altres: 4,5%
Tinença del local	Lloguer: 71,8% Propietat: 17,4% Cessió municipal: 6,1%
Preus de lloguer mitjans	16,7 € / m ² / mes 1.417 € /mes

L'obertura habitual en el comerç barceloní és de dilluns a dissabte; en concret, el 72,9% dels establiments obre en aquest interval, i un 17,1% ho fa cada dia de la setmana.

El 18,4% dels comerços obren els diumenges, mentre que l'any 2012 era el 14,8%. La major part dels responsables de comerços es mostren disconformes a obrir els diumenges (70%), el 23,5% ho veu bé i al 5,9% li és indiferent. No obstant això, el 40,4% dels responsables pensen obrir el proper diumenge autoritzat.

Per al 51,6% dels enquestats, el mes amb millors vendes és desembre, seguit de juliol (28,4%) i juny (17,0%). En general, divendres i dissabte són els dies de més vendes, i dimarts, dimecres i dilluns, els de menys.

La mitjana de treballadors en un establiment comercial (amb un màxim de deu treballadors) és de 2,3 persones. Les característiques principals del personal són les següents:

- El 46,4% dels treballadors són empleats de base, el 31,9% propietaris del negoci i el 21,4% encarregats.
- El 50,8% dels treballadors són dones.
- La major part del personal és de nacionalitat espanyola (79,0%), té entre 25 i 54 anys (73,1%) i ha cursat estudis obligatoris o secundaris (67,4%).
- Pel que fa a les llengües en les quals poden atendre els clients, el 98,8% dels establiments poden atendre en castellà, el 91,0% en català, el 47,8% en anglès, el 17,5% en francès i el 7,6% en altres idiomes.
- El 76,4% de les persones treballen a temps complet.
- El 39,9% dels responsables entrevistats asseguren que el seu personal ha fet algun curs formatiu els dos darrers anys.

En relació amb els factors influents en la marxa del negoci, cal destacar els punts següents:

• Factors que poden afavorir la marxa del negoci

- Millora del poder adquisitiu (17,5%)
- Millores de les condicions econòmiques (11,9%)
- Regulació de noves obertures (7,8%)
- Millora del barri o la zona (6,9%)
- Tractament fiscal més favorable (6,1%)
- Publicitat (5,4%)

• Factors que poden ser perjudicials per a la marxa del negoci

- Augment de la competència (18,5%)
- Recessió econòmica (14,8%)
- Empitjorament del poder adquisitiu (11,6%)
- Augment de grans superfícies (9,4%)
- Tractament fiscal actual (8,4%).

En relació amb les expectatives per als propers 2 anys, el 39,4% dels responsables de comerços entrevistats creuen que el volum del negoci augmentarà en els propers dos anys, el 36,1% que es mantindrà igual i el 15,6% que disminuirà. L'11,7% dels responsables entrevistats pensen tancar el negoci en poc temps.

En relació amb el nombre d'empleats, la gran majoria assegura que el nombre es mantindrà en els propers dos anys (76,5%), el 12,6% en preveu un augment i el 5,9% que disminuirà.

Per últim, cal destacar que la modernització i les inversions en el comerç també són importants. Els darrers dos anys han dut a terme canvis el 62,3% dels comerços visitats. Els canvis més comuns són la modernització de les instal·lacions (38,8%), la decoració (38,6%), el canvi d'assortiment (28,9%), la pàgina web (18,9%) i la incorporació de noves activitats o productes (13,7%).

1.8. Enquesta sobre l'activitat del sector de la restauració a Barcelona

Font: Enquesta d'activitat del sector restauració a Barcelona, 2016

Les característiques del negoci de restauració es poden resumir en els punts següents:

- De mitjana, els establiments tenen 11 anys d'antiguitat.
- El 68,9% dels establiments són bars, el 24,3% són bars-restaurant i el 6,9%, només restaurants.
- El 71,3% dels negocis visitats són societats civils particulars; el 24,3% són societats limitades, més pròpies de restaurants, i el 2,4%, societats anònimes. El 2016 es detecta un 3,3% d'establiments franquiciats.
- El 29,9% dels establiments del sector de la restauració estan associats, i prop de la meitat pertanyen al Gremi de Restauració de Barcelona.
- El 72,5% dels establiments de restauració ofereixen la possibilitat de pagar amb targeta. En el cas dels restaurants, arriba al 95,7%. El 27,2% dels establiments disposa de xecs restaurant, sobretot els restaurants (60,9%).
- Estan oberts una mitjana de 6,4 dies a la setmana.

Pel que fa a les característiques físiques, el retrat del local mitjà a Barcelona és un local amb una superfície de 83,5 m² (52 m² de sala). El 57,9% dels establiments tenen terrassa, d'uns 8 m² aproximadament.

Per als establiments de restauració, els mesos de més feina són juny (18,6%), juliol (39,8%), agost (26,3%) i desembre (13,5%). Els de menys activitat són febrer (33,8%), gener (29,6%) i novembre (29,6%).

Característiques principals del negoci	
Antiguitat	11 anys
Tipus de local	Bar: 68,9% Bar-restaurant: 24,3% Restaurant: 6,9%
Tipus societari	Societat civil particular: 71,3% Societat limitada: 24,3% Societat anònima: 2,4%
Franquícies	3,3%
Associacionisme	29,9%
Cobrament amb targeta	72,5% d'establiments 95,7% en restaurants
Vals restaurant	27,2% d'establiments 60,9% en restaurants

Característiques físiques principals de l'establiment	
Dimensió	83,5 m ² (52 m ² de sala)
Disposen de terrassa	57,9% dels establiments
	8 m ² de superfície mitjana
Tinença del local	Lloguer: 83,5% Propietat: 13,8% Cessió municipal: 0,6%

Del total de persones que treballen al sector de la restauració, el 52,0% ho fa en bars, el 31,8% en bars-restaurant i el 16,1% en restaurants.

Les característiques principals del personal són les següents:

- Els establiments de restauració petits i mitjans tenen una mitjana de 2,9 treballadors. Els restaurants tenen una mitjana de 5,3 treballadors, els bars-restaurant tenen una mitjana de 3,6 treballadors i els bars, de 2,4 treballadors.

- El 55,1% són empleats de base, el 29,9% són propietaris de l'establiment i el 15,0%, encarregats.
- El 58,2% són homes, i el 40,0% són dones.
- El 40,4% del personal ha fet algun tipus de formació durant els dos darrers anys (el 62,5% en el cas dels restaurants).
- Nacionalitat del personal: el 53,0% del personal és de nacionalitat espanyola, el 5,3%, de nacionalitat europea i el 35,9%, d'altres nacionalitats.
- Nacionalitat dels propietaris: el 67,1% és de nacionalitat espanyola, seguida de la xinesa (13,5%) i la pakistanesa (4,8%).

En relació amb els factors influents en la marxa del negoci, cal destacar els punts següents:

• Factors que poden afavorir la marxa del negoci

- Millora de les condicions econòmiques, socials i polítiques (22,5%)
- Les ampliacions, els nous serveis o les reformes a l'establiment (17,7%)
- El servei, la bona atenció i la professionalitat (12,6%)
- Demanda d'intervencions a l'Ajuntament (12,3%).

• Factors que poden ser perjudicials per a la marxa del negoci

- Una mala conjuntura econòmica, política i social perjudica el sector (25,4%)
- Increment de la competència (13,5%)
- Els problemes propis (12,3%)
- La manca de clients (9,9%)
- Els problemes de la zona on està situat l'establiment (9,9%).

En relació amb les expectatives per als propers 2 anys: El 41,3% dels responsables d'establiments de restauració enquestats és optimista i pensa que el negoci millorarà en el futur, el 33,8% pensa que es mantindrà igual i el 13,8% que serà de signe negatiu. Per tipus d'establiment, els responsables de restaurants són els més positius (56,5% dels enquestats).

Quant a les previsions de la plantilla de personal, el 75,4% dels responsables creuen que es mantindrà, un 17,4% que augmentarà i un 3,3% que disminuirà.

El 53,9% dels responsables d'establiments de restauració diuen que han dut a terme algun canvi en els darrers dos anys, com modernitzar l'establiment, canviar-ne la decoració, augmentar o disminuir la plantilla de personal, incorporar noves activitats o serveis i informatitzar la gestió. De cara el proper any, el 37,1% dels negocis preveu canvis.

1.9. Enquesta sobre l'obertura en diumenge

Font: Enquesta sobre l'obertura de comerços en diumenges d'estiu

L'obertura mitjana ha estat del 17,6%, havent estat depurats els comerços del grup quotidià alimentari que ja podien obrir en diumenge.

Per tipus d'establiment, va obrir un 28,6% dels comerços quotidians alimentaris, seguits dels de roba i calçat, amb un 25,7%. La branca de comerços que ha obert menys ha estat la de vehicles [0,7%].

A l'hora d'establir comparacions cal tenir en compte el canvi del marc normatiu, on al 2014 i al 2015 es podia obrir de juliol a setembre, i al 2016, de maig a octubre.

Tenint en compte només els comerços que no estaven autoritzats prèviament a obrir en diumenge, els que més han aprofitat aquesta autorització han estat els del Gòtic (han obert el 49,6%), Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera (35,6%), la Barceloneta (31,8%), el Raval (28,6%) i la Salut (28,0%).

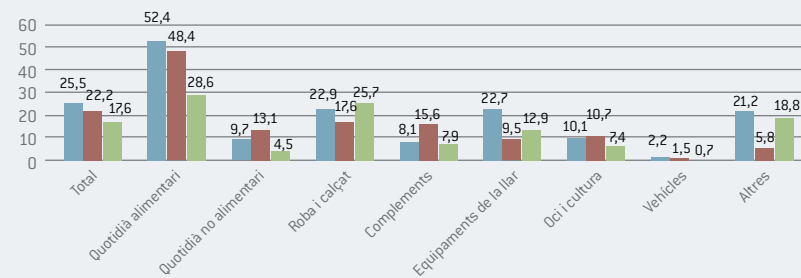
Pel que fa a l'opinió dels comerciants, el 2016 el 55,4% (el 2015 era un 46,0%) dels responsables de comerços es mostren molt disconformes a obrir els diumenge i el 14,6% no gaire d'acord; el 23,5% ho veu bé i el 5,9% es mostra indiferent.

Sobre la possibilitat d'obrir en diumenge, enguany hi ha dues opinions que prevalen. La primera és "s'hauria de prohibir obrir en diumenge" (34,8%) i la segona, gairebé igualant l'anterior, és "cada comerç hauria de poder decidir" (34,3%). El 40,4% dels responsables pensen obrir el proper diumenge autoritzat.

Pel que fa referència a la ciutadania, un 46,7% dels veïns de Barcelona està en contra de l'obertura dels comerços en diumenge, mentre que un 40% hi està a favor. Cal destacar diferències entre barris (Sarrià - Sant Gervasi, l'Eixample i les Corts, majoritàriament a favor, i Horta-Guinardó, Sants-Montjuïc i Nou Barris, majoritàriament en contra).

Per trams d'edat, també destaquen els joves de la ciutat d'entre 16 i 24 anys, que majoritàriament hi estan a favor (67,6%), mentre que a partir dels 35 anys hi estan majoritàriament en contra.

Figura 14. Comerços oberts, en comparativa interanual (2014-2016)



1.10. Enquesta d'opinió sobre els mercats municipals mitjançant l'Òmnibus municipal 2016 i l'Enquesta de serveis municipals

Font: Enquesta Òmnibus municipal. Institut Municipal de Mercats i Enquesta de serveis municipals 2016

Barcelona té 39 mercats municipals, distribuïts entre els deu districtes de la ciutat.

Entre tots agrupen 2.507 establiments, dels quals 1.731 (69%) són de productes alimentaris i 776 (31%) de productes no alimentaris. Tot plegat representa una superfície comercial en parades de 60.901 m²; una superfície comercial de planta de 115.340 m², i una superfície total construïda de 260.941 m².

Pel que fa al nombre de visitants, en el total dels mercats municipals se situa en 66.815.394 visites, xifra que consolida la tendència a l'alça iniciada l'any 2014. Per mercats, el de Santa Caterina encapçala la llista dels més visitats, seguit del del Ninot i el de Sants. A la cua se situen el Mercat de Provençals, el de la Guineueta i el de les Corts.

En termes de compradors, el 64,8% de la ciutadania afirma que sol anar a comprar al mercat, contra un 35,2% que diu que no.

Pel que fa a la valoració dels mercats, cal destacar el següent:

- Una valoració mitjana en 7,3 punts sobre 10 (la més alta que ha rebut el servei de mercats municipals des del 2007).
- El 85,4% dels usuaris es declaren "molt o bastant satisfets".
- Els motius principals de satisfacció són els següents:
 - La varietat i la qualitat del producte (60,9%)
 - L'atenció i el tracte rebut (45,1%)
 - El fet que estiguin remodelats i nets (14,5%)

En canvi, entre els ciutadans que afirmen que no compren als mercats municipals, la majoria assenyalava la distància respecte a casa seva com a principal motiu de no compra, (28,4%), seguida de la preferència per altres establiments (13,8%) i el fet de no ser la persona que s'encarrega de comprar a casa (11,7%).

Figura 15. Vostè sol anar a comprar al mercat

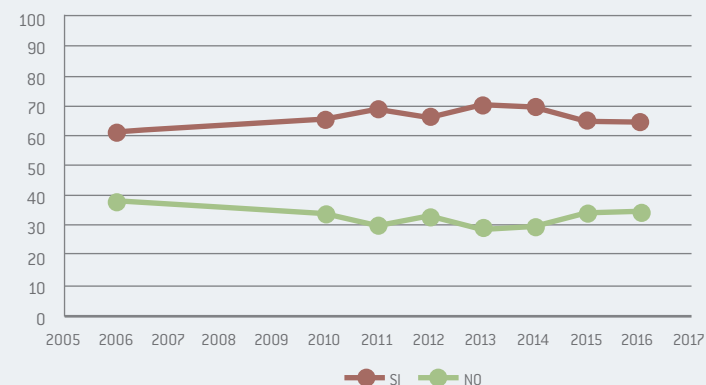
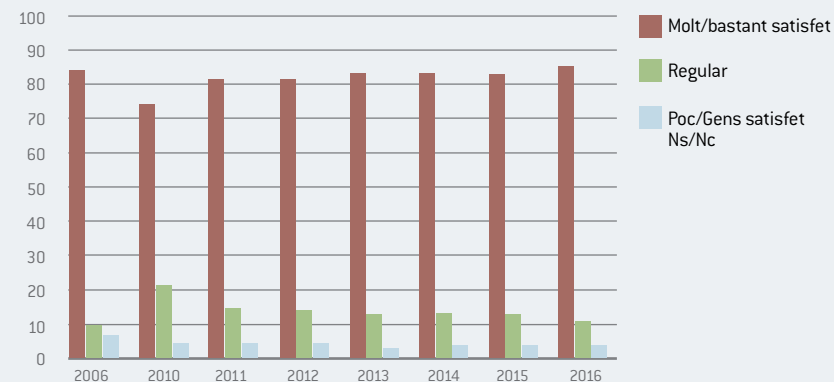


Figura 16. Grau de satisfacció dels usuaris dels mercats municipals (2010-2016)



1.11. L'activitat turística a la ciutat de Barcelona (Òmnibus municipal 2016)

Font: L'activitat turística a la ciutat de Barcelona 2016

El perfil sociodemogràfic dels turistes que visiten Barcelona se situa en una edat mitjana de 36,1 anys.

El 85,9% dels turistes entrevistats resideixen fora d'Espanya (principalment provenen de la resta de la UE), un 13,2% són de la resta d'Espanya i menys d'un 1% viuen a Catalunya. Les nacionalitats estrangeres més freqüents són la britànica, francesa, alemanya, italiana i nord-americana.

L'any 2016, el 50,6% dels turistes es van allotjar en un hotel, el 19,5% en un apartament turístic o HUT, el 14,9% a casa de familiars o amics (dada que sembla que presenta una tendència a la baixa), l'11,6% en un alberg juvenil o hostel i el 3,4% en altres tipus d'allotjament.

La Rambla (67,3%), la plaça de Catalunya (50,3%), la Sagrada Família (49,6%), el Gòtic (43,6%), la catedral (39,9%) i el passeig de Gràcia (39,4%) són els indrets més visitats pels turistes de Barcelona.

Sembla que es confirma una tendència a l'alça en la despesa que es fa per visitar Barcelona amb les dades que es disposa del 2015 i el 2016.

El preu del viatge se situa en 338,8 euros; l'allotjament per persona i dia, en 60,7 euros, i el paquet turístic (entre els que han planificat totalment amb agència de viatges majorista) en 1.129,0 euros.

La despesa total per persona a la ciutat durant l'estada és de 354,3 euros, la qual cosa representa una despesa de 76,6 euros per persona i dia:

- 159,7 euros en menjar i beguda
- 85,4 euros en compres
- 53,7 euros en entreteniment, oci i cultura
- 39,5 euros en transport intern
- 16,0 euros en altres conceptes.

Tots els valors de despesa han pujat menys en el cas de l'entreteniment.

1.12. Barcelona, ciutat de compres internacional

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.

En despesa extracomunitària i segons l'informe que va publicar Ernst & Young el juny de l'any 2015, si es considera 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%. Segons aquest mateix informe, "Barcelona és la sisena ciutat del món amb més despesa turística internacional".

Per vuitè any consecutiu, Turisme de Barcelona ofereix el servei de devolució de l'IVA, que l'any 2016 ha retornat 3,7 milions d'euros, que els turistes poden tornar a gastar a Barcelona.

La despesa mitjana per xec el 2016 és de 440,46 euros.

Els mesos de més venda associada al tax free són juliol, agost, setembre i octubre.

La nord-americana és la nacionalitat que més gasta per compra [667,13 euros de valor mitjà per compra] per sobre de turistes de la Xina, Hong Kong i Turquia. Rússia torna a créixer amb un 6,3%.

L'Argentina, Turquia, Israel i el Brasil són els països que més creixen en tax free a la ciutat.

Taula 3. Xifres d'IVA retornat

	2013	2014	2015	2016
Despesa	20.466.058,00	21.423.489,00	21.072.365,00	28.927.423,00
Reemborsament en efectiu	2.691.085,00	2.798.694,00	2.758.907,00	3.754.522,00

Taula 5. Països de procedència dels turistes als quals se'ls retorna l'IVA, ordenats per volum mitjà de compra (despesa/nombre de xecs)

	Valor mitjà del xec 2015	Valor mitjà del xec 2016	% Var. 15/16
Estats Units	632,74	667,13	5,44%
Xina	618,72	627,57	1,43%
Hong Kong	517,61	619,36	19,66%
Turquia	540,41	605,02	11,96%
UAE	544,04	521,02	-4,23%
Taiwan	470,16	496,87	5,68%
Federació Russa	456,41	487,79	6,88%
Singapur	485,06	479,98	-1,05%
Canadà	490,87	453,96	-7,52%
Austràlia	408,65	450,98	10,36%
Total	430,52	422,78	-1,80%

Font: Global Blue Tax Free, oficines de turisme de Barcelona.

1.13. Anàlisi de la restauració a Barcelona (Mercabarna)

Font: Anàlisi del sector de la restauració.

Barcelona té 9.359 establiments de restauració. D'aquests, el 54,9% (5.140) són bars; el 13,05% (1.222) són cafeteries; 7,8% (730) són establiments de menjar ràpid, i el 24,2% (2.267) són restaurants.

L'Eixample, amb 2.437 establiments; Ciutat Vella, amb 1.392, i Sant Martí, amb 1.168, representen el 49,97% del total d'establiments.

El perfil de l'establiment de restauració mitjà disposa d'una superfície de 106 m², 5,9 treballadors a temps complet, un aforament màxim interior de 55,8 persones i 16,4 taules interiors. A més, el 56,3% dels establiments té terrassa, que de mitjana té un aforament de disset persones. El 90,3% dels restaurants són independents, mentre que la resta (9,7%) pertanyen a alguna cadena organitzada. Finalment, el 75,3% ofereixen tant dinar com sopar, contra el 24% que ofereix només dinar i el 0,7% que tan sols ofereix sopar.

El tiquet mitjà dels establiments de restauració barcelonins se situa en 16,8 euros per persona.

Pel que fa a l'ambient amb el qual més establiments s'identifiquen, predomina el familiar (57%), el de negocis (17,7%) i el turístic (9,5%).

Per tipus de cuina, el 36,2% té un posicionament en cuina mediterrània; el 31,8%, en cuina tradicional; el 29,3%, en cuina temàtica (on destaquen la italiana, la xinesa, japonesa, etcètera), i un 2,7%, en cuina moderna.

Per tipus de servei, el 51,3% ofereix principalment carta; el 43,2%, menú; el 4,5%, tapes; el 0,8%, bufet lliure, i un 0,2%, altres.

Els establiments amb un posicionament de carta tenen una oferta de servei més completa (el 62,2% ofereixen dinar i sopar), mentre que el 78,5% dels establiments que ofereixen menú només obren per dinar.

Una comanda de carta normal presenta les característiques següents: els entrants es comparteixen en la majoria dels casos (71,4%); els primers plats es demanen majoritàriament per a consum individual (68,5%) o per compartir (22,1%); els segons plats es demanen per a consum individual (87,3%) i les postres es demanen majoritàriament per a consum individual (66,9%) o per compartir (29,5%).

Els elements de diferenciació principals són la carta de vins i caves (37,7%) i l'oferta de postres (30,8%), seguits de l'oferta de pans (10,8%), la carta de còctels (8,8%) i la varietat d'oferta d'olis (5,3%).

En general, els establiments que busquen la diferenciació en vins, postres, còctels o olis tenen un tiquet mitjà per persona més elevat, un nombre més gran de treballadors i una afluència de turistes més pronunciada.

Figura 20. Ambient principal de l'establiment, auto atribuït pels responsables de l'establiment

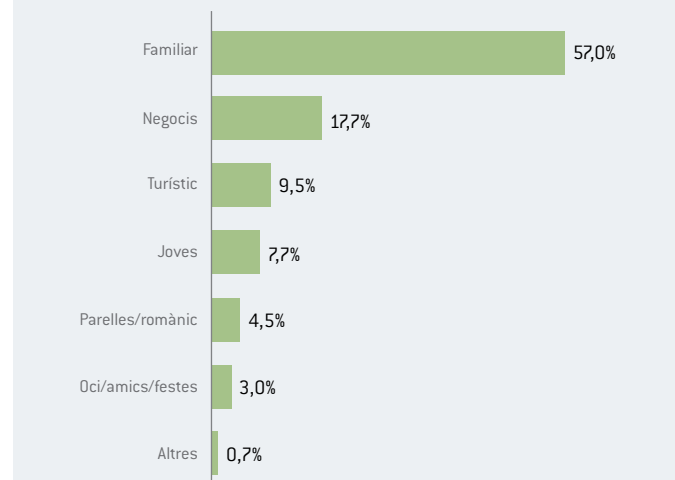
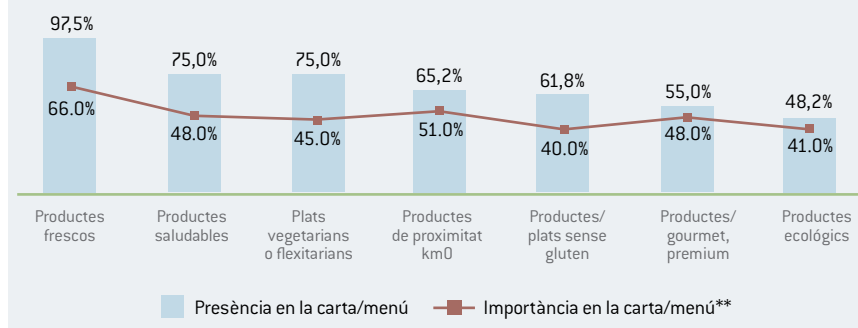


Figura 21. Tendències en la composició de la carta o el menú



Les tres tendències més rellevants en relació amb la composició de la carta o el menú estan relacionades directament o indirectament amb el producte fresc i amb la salut.

En primer lloc actualment, ordenats en funció de la seva presència en la carta, trobem els productes frescos (són presents en el 97,5% dels menús o cartes dels establiments enquestats), els productes saludables (75%), els vegetarians i flexitaris (75%) i els productes frescos de proximitat (65,2%).

La tendència en els darrers tres anys ha estat incorporar els productes o els plats sense gluten (38,2%), els plats vegetarians o flexitaris (34%), els productes saludables (baixos en greixos, calories, sucres, etcètera) (31,5%), i els productes frescos (29%). Pel que fa a les expectatives futures, un 62% considera que la demanda de productes frescos i saludables creixerà de manera significativa, un 51,3% creu que ho farà la demanda de productes i plats sense gluten, i un 43,8%, la dels productes vegetarians i flexitaris.

Pel que fa a les innovacions tecnològiques i en servei, destaquen aquelles orientades a l'accessibilitat i l'omnicanalitat de l'establiment: menjar per emportar-se (56% dels establiments disposen del servei), reserves en línia (42,2%) i entrega a domicili (19,7%).

Figura 23. Innovacions tecnològiques i en servei

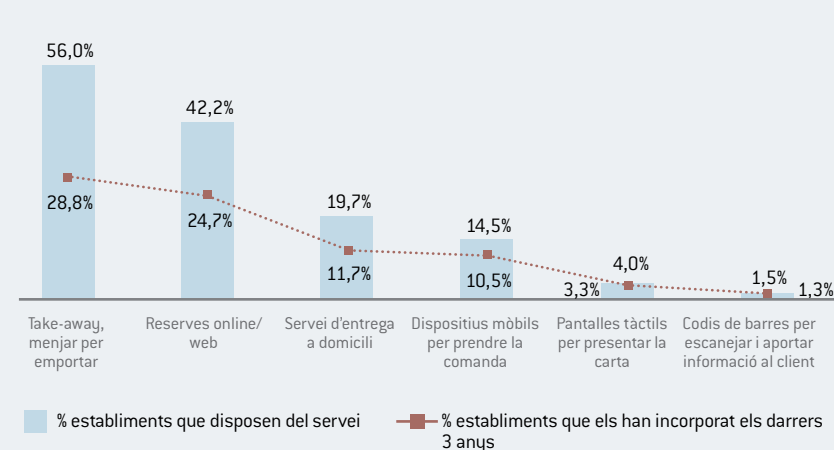
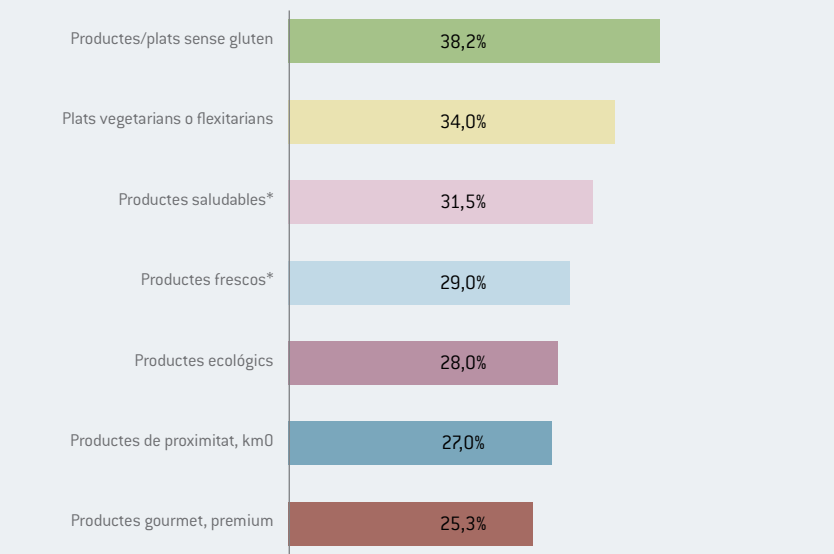


Figura 22. Tipus de productes incorporats recentment a la carta o el menú, segons el percentatge d'establiments que els han incorporat en els darrers tres anys



L'evolució de la facturació en els darrers tres anys ha estat positiva en termes generals. El 26,7% dels establiments manifesten que la facturació ha augmentat (un 15,3% de mitjana), mentre que el 18,7% dels establiments afirmen que la facturació ha disminuït (un 22,2% menys facturat de mitjana). Així, el saldo net mostra un creixement del 8% en el nombre d'establiments que han augmentat la facturació en el darrer trienni.

L'augment de la facturació s'ha produït sobretot per un augment de l'afluència de clients, més que no pas per un augment de la despesa d'aquests mateixos clients.

Pel que fa a la demanda de restauració per part dels consumidors, segons les dades de l'enquesta es pot dimensionar el mercat potencial en les xifres de despesa potencial següents:

- Demanda potencial de residents de Barcelona: 2.457 M , amb una despesa anual estimada en 1.536/persona.
- Demanda potencial de la població dels municipis pròxims de l'àrea metropolitana de Barcelona: 4.300 M€
- Despesa potencial en restauració dels turistes: 2.400 M , entre els 33 milions aproximats de turistes que cada any visiten la ciutat.

Altres xifres destacables són les 6,8 visites que de mitjana fa el resident de Barcelona als restaurants de la ciutat. D'aquestes, els negocis en són la principal motivació (3 visites mensuals), seguit dels amics (1,4 visites), la parella (1,3) i la família (1,1).

Finalment, la valoració de l'oferta de restauració per part dels residents barcelonins és molt positiva. Els aspectes més valorats de l'oferta són, en primer lloc, aquells més associats a l'experiència: qualitat (amb una valoració de 7,6 sobre 10), satisfacció de necessitats (7,5), i decoració i ambient (7,2). A aquest paràmetres els segueixen diversos aspectes més associats al servei: professionalitat (7,2) i relació qualitat-preu (6,8).

1.14. Fires, mercats i mostres de comerç als carrers de Barcelona

El 2016 a Barcelona s'han desenvolupat 302 activitats de comerç a l'espai públic, de les quals 31 van ser mercats tradicionals, 88 mercats periòdics i 183 activitats comercials puntuals.

Per tipus de producte, destaquen les activitats de producte nou (106 activitats que representen el 36,3%), seguides de les de producte artesà (78, 26,7%) i de producte alimentari (44, 15,1%).

Pel que fa al nombre de paradistes, es pot observar que gairebé el 75% es distribueixen entre les activitats comercials a l'espai públic dels districtes de Ciutat Vella, Sants-Montjuïc, Gràcia i Sant Andreu.

Quant a dies, s'observa que Ciutat Vella representa el 52,5% de la durada total de les activitats estudiades a la ciutat de Barcelona amb activitats que representen 2.563 dies durant el 2016.

En relació amb les activitats exemptes de taxes, cal observar que representen el 53,6% del total. Aquest fet s'explica perquè moltes de les activitats comercials puntuals a l'espai públic estan promogudes pels establiments comercials de la zona (associacions comercials) i, en aquests casos, es considera que l'exempció de taxes és un aspecte que ajuda en uns moments en què la crisi està afectant tan agressivament el comerç de proximitat.

Si s'analitza l'import de taxes abonades durant el 2016, es pot veure com el districte de Ciutat Vella, amb 539.598 euros recaptats, representa el 34,65%, seguit del districte de les Corts amb 262.044 euros (16,83%) i Sants-Montjuïc i l'Eixample amb 244.322 euros i 232.102 euros, respectivament. Aquests quatre districtes representen més del 80% de la recaptació per taxes d'activitats comercials a l'espai públic de la ciutat de Barcelona.

A més de l'activitat comercial sedentària consolidada, cada cop més apareixen noves ofertes de mostres sectorials o temàtiques i esdeveniments festius, que incorporen iniciatives de comerç no sedentàries com una oportunitat d'emprenedoria o la demanda del mateix comerç del barri de sortir al carrer per incrementar-ne la visibilitat i les vendes.

Les dades mostren una tendència creixent de sol·licituds d'ocupació a la via pública a tots els districtes per fer-hi activitats comercials. Algunes d'aquestes iniciatives ja són tradicionals o periòdiques, però la gran majoria són activitats comercials puntuals.

- 271 activitats de comerç al 2013, amb una recaptació en concepte de taxes de 603.787 €.
- 318 activitats de comerç al 2014, amb una recaptació en concepte de taxes de 1.249.716 €.
- 309 activitats de comerç al 2015, amb una recaptació en concepte de taxes de 1.441.545 €.
- 302 activitats de comerç al 2016, amb una recaptació en concepte de taxes de 1.557.117 €.

Durant els anys 2013-2016, els tipus d'activitats de comerç a l'espai públic més nombroses han estat les puntuals, seguides dels mercats periòdics i, finalment, els mercats tradicionals. Els districtes amb més activitat de comerç a l'espai públic durant aquests anys han estat Ciutat Vella, l'Eixample, Sant Martí i Sants-Montjuïc.

2.1. Barcelona, tendències globals, impacte local

Tendències en el turisme i l'hoteleria

El turisme s'ha consolidat com a factor de fortalesa de l'economia i com a dinamitzador vital del mercat laboral de la ciutat. Al 2016 es van assolir nous màxims històrics de visitants i pernoctacions en hotels, i es consolida la tendència a l'alça de la despesa que fan els turistes que visiten Barcelona: un total de 354,3 euros de mitjana durant l'estada.

El turisme és, en conseqüència un dels factors que la majoria d'empresaris creuen que pot afavorir els seus negocis.

En termes comparatius, aquest creixement del turisme de Barcelona es fa en un marc de creixement interanual entre el 4% i el 5% del turisme internacional durant el període 2010-2015, i en un marc de recuperació de les economies europees durant 2015 i 2016 que afavoreix el turisme interregional.

Tanmateix, l'evidència d'un impacte positiu del turisme contrasta amb l'opinió tant d'altres turistes com de la ciutadania de Barcelona: malgrat que la xifra millora respecte al 2015, un 40,3% dels visitants afirmen que a Barcelona hi ha massa gent per fer visites turístiques.

En el cas del sector de l'hoteleria, es reproduïxen dinàmiques globals: els turistes ja no volen només un bon servei, sinó una experiència única. A més, amb l'auge de les xarxes socials i les plataformes en què es poden comentar els allotjaments i pujar-hi fotografies fetes pels clients, aquests passen a ser, a més d'usuaris, creadors de producte.

Finalment, val a dir que la introducció de plataformes com Airbnb o Homeaway han canviat el mercat hotelier. A Barcelona, la tendència gentrificadora i d'augment de preus del mercat immobiliari es reproduïx igual que en altres ciutats europees (per exemple Amsterdam). No obstant això, a Barcelona el sector hotelier encara està clarament dominat pels hotels: la meitat dels turistes s'hi van allotjar, enfront del 20% que ho va fer en pisos d'ús turístic. La suspensió de llicències d'allotjaments turístics i la regulació de l'Ajuntament de Barcelona en aquest sector pot ser motiu perquè aquesta diferència no disminueixi de manera pronunciada en els propers anys, com ja ha passat en altres ciutats.

Tendències en la restauració

El sector de la restauració mostra una tendència ascendent, amb un creixement del 16,3% entre el 2008 i el 2016, especialment pel motor i l'impuls derivat de la demanda turística.

Aquesta tendència s'inscriu en un context global de creixement de l'oferta vinculada al turisme: a Nova York, un altre exemple de ciutat global, l'hoteleria i la restauració són dos dels sectors que més han crescut.

En relació amb les previsions de cara al futur, s'han identificat diverses tendències socials i de consum a Europa occidental que tenen impacte en el sector de la restauració a Barcelona:

- Creixement de la conveniència: això ha implicat darrerament una tendència a millorar l'accessibilitat a la multicanalitat dels serveis que ofereixen els establiments de restauració, i a fer-ho

amb propostes que aporten valor afegit —menjar per emportar-se, reserves en línia, entrega a domicili—. Aquesta és una tendència que es repeteix arreu del món. Als Països Baixos, per exemple, aquest tipus de servei va créixer un 6,5% del 2014 al 2015, i quasi un 9% en el canvi d'any anterior.

- **Augment del pes del factor salut:** més presència en els restaurants de Barcelona i més pes a la carta de productes de proximitat, ecològics i sostenibles, frescos i saludables, sense gluten o vegetarians.
- **Especialització i diferenciació:** un terç dels establiments de restauració de la ciutat ofereix una cuina especialitzada o temàtica. D'aquestes, lidera el rànquing, amb diferència, la cuina italiana, seguida de la xinesa, la japonesa, la cuina àrab i l'americana. La cuina italiana, de fet, és tendència rellevant al sector de la restauració del Regne Unit, als Estats Units i a Austràlia, com també ho és, en menor mesura, la xinesa.
- **El turisme com a palanca de creixement:** Els establiments en zones de més demanda turística presenten un tiquet mitjà més alt, una facturació més alta i un nombre més alt de treballadors. Al seu torn, les necessitats de formació són més elevades (atendre en anglès, millor servei, etcètera), fet que explica que el 40,4% del personal hagi rebut formació en els darrers anys.
- **Augment del comerç electrònic:** en el cas del sector de la restauració, es tradueix en l'especialització de la cuina, la multicanalitat (físic i en línia) de l'establiment i l'oferta d'experiències gastronòmiques més personalitzades o de més qualitat.

Tendències en mercats municipals

Les reformes i rehabilitacions dels mercats municipals dels darrers anys que han donat lloc, d'una banda, a l'augment de plantes soterrades per encabir-hi àrees de logística i serveis d'aparcament i, de l'altra, a una reducció del nombre d'establiments —malgrat que la mida dels que s'hi han mantingut ha crescut. Aquesta modernització dels mercats ha permès el següent:

- Diversificar l'oferta —que es concreta en l'aposta per productes saludables, ecològics i gourmet—.
- Incorporar serveis de restauració als establiments comercials, millorant l'experiència de compra del visitant.

A tot plegat s'hi afegeix una preocupació global per cadenes alimentàries sostenibles, producció ecològica i productes frescos, saludables i de proximitat, i que s'observa en altres grans ciutats. A Londres, per exemple, l'associació de mercats de granja —farmers' markets, la xarxa de mercats públics de la ciutat— s'ha adherit a un conjunt de criteris de producció de proximitat que compromet els establiments dels mercats a vendre aliments produïts a la regió alimentària del Gran Londres. També a Nova York s'han pres mesures per incrementar la sostenibilitat de la cadena alimentària implicant-hi els mercats, i a París els mercats públics s'utilitzen com a reclam turístic definint-los com a espais de compra de “productes biològics”—de fet, recentment s'han obert a la capital francesa mercats específicament bio. A Barcelona, l'aposta dels mercats municipals per productes ecològics, de proximitat i d'origen sostenible es concreta en la campanya “Mercats verds”, que té com a objectiu potenciar l'oferta de producte de proximitat, produït de manera respectuosa amb el medi ambient i que reforci l'oferta d'alimentació saludable i producte ecològic fresc als mercats municipals.

2.2. Perfils dels districtes

La realitat dels districtes de Barcelona pel que fa a l'oferta comercial presenta diferències notables. Factors com l'impacte del turisme, l'activitat econòmica o la personalitat comunitària dels districtes són elements clau en la configuració comercial de la ciutat.

Les tres àrees amb una concentració més elevada d'establiments de restauració són l'Eixample, que rep l'impacte del turisme i té una economia especialment dinàmica; Ciutat Vella, amb el turisme i la indústria que s'ha desenvolupat al voltant d'aquest fenomen, i Sant Martí, que inclou barris com la Vila Olímpica o el Poblenou i punts d'activitat econòmica com el 22@.

També és rellevant el fet que l'obertura de comerços en diumenge està molt relacionada amb els atractius turístics del barri en qüestió. Així, lidera la llista de zones amb més comerços obrint en diumenge el Gòtic, que conté el nucli antic, i en general tot Ciutat Vella; el barri de la Salut, on se situa el Park Güell; la Dreta de l'Eixample, amb el conjunt arquitectònic modernista (incloent-hi la Pedrera, per exemple), i el Poble-sec, adjacent a Montjuïc i el seu conjunt museístic.

L'Eixample i Ciutat Vella també són els districtes on els establiments comercials tenen més treballadors —ja que probablement disposin de més consumidors que la mitjana de la ciutat—, fonamentalment a causa de la població flotant que s'hi acumula durant el dia (Eixample) i l'afluència turística (Ciutat Vella).

D'altra banda, districtes amb una personalitat pròpia més marcada, com podrien ser Horta-Guinardó o Ciutat Vella, són al capdavant de les àrees amb un associacionisme comercial més intens i, sobretot, una antiguitat més gran dels comerços. Gràcia, un altre barri que segurament encaixaria en aquesta categoria, es pot haver vist afectat per processos de gentrificació que han dut a la renovació dels establiments.

També els districtes coneguts per tenir una activitat comunitària més intensa i una tradició de comerç de barri més arrelada encapçalen la llista de zones amb un nombre de paradistes a l'espai públic més elevat: Ciutat Vella, Gràcia i Sants-Montjuïc. A la recaptació de taxes derivada de la presència de fires i mercats a l'espai públic, però, s'hi sumen els districtes que inclouen els barris més rics de la ciutat: l'Eixample (la Dreta de l'Eixample) i les Corts (Pedralbes).

	Antiguitat mitjana dels establiments	Establiments associats per districte	Superfície mitjana de la sala de vendes (m ²)	Nombre de persones que treballen en comerços de districtes	Satisfacció amb la marxa del negoci (escala 1-5)
Ciutat Vella	14,4	46,8	77,3	2,5	3
L'Eixample	11,8	29,3	73,8	2,6	2,9
Sants-Montjuïc	11,2	43,7	74,9	2,1	2,9
Les Corts	10,4	42,5	96,2	2,3	3
Sarrià - Sant Gervasi	11,9	39,8	61,3	2,4	3,1
Gràcia	11,7	46,3	67,6	2,3	3,1
Horta-Guinardó	15,9	50	51,9	2,1	2,7
Nou Barris	10,6	42,6	91,9	2,5	3
Sant Andreu	12,2	42,1	58,3	2,1	3,3
Sant Martí	12,5	36	50	2	2,9
Mitjana de ciutat	12,3	39,1	69,5	2,3	3

Font: Enquesta d'activitat del sector comercial.

3.1. Resultats principals

Font: Inventari de locals de Barcelona, 2016

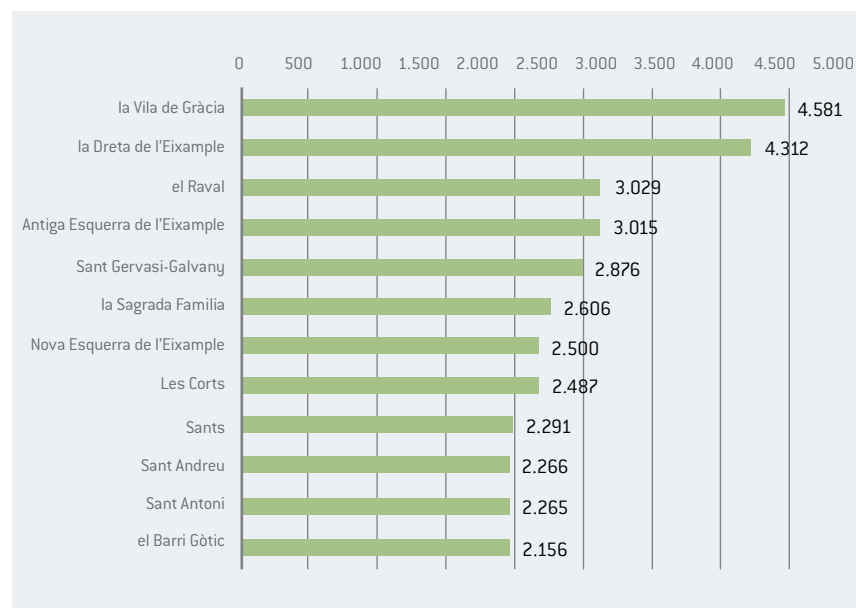
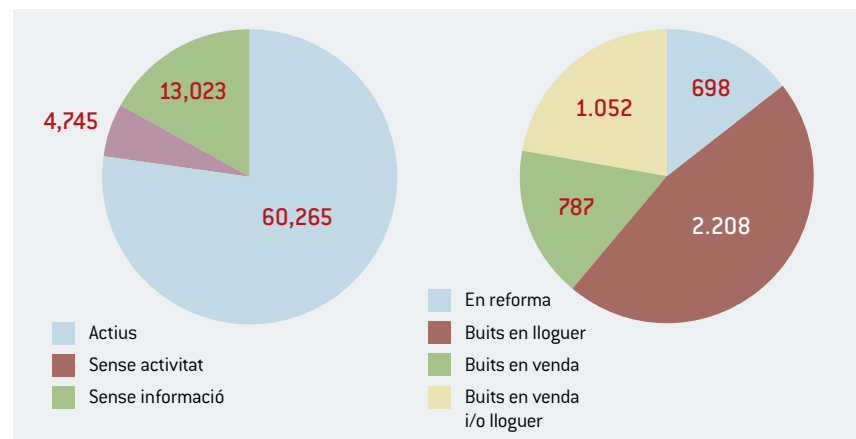
A la ciutat de Barcelona s'han identificat un total de 78.033 locals tant actius o amb informació al parc de locals de la ciutat. D'aquests, d'un total de 65.010 en tenim informació i els considerarem establiments i 13.023 són locals dels quals no disposem d'informació.

Dels 78.033 locals identificats al conjunt de la ciutat:

- 60.265 es troben actius i en funcionament (un 77,2%)
- 4.745 locals (un 6,1%) actualment no es troben en funcionament [en lloguer, venda, o traspàs].
- Hi ha 13.023 locals dels quals no s'ha pogut obtenir cap informació (16,7% del total). Aquests locals on no consta cap activitat podrien ser, entre altres, magatzems auxiliars de comerços o d'empreses, magatzems particulars, habitatges, garatges particulars sense senyalitzar, associacions, etcètera.

Els cinc districtes amb un nombre més alt de locals són l'Eixample, Sant Martí, Ciutat Vella, Sants-Montjuïc, i Gràcia, que concentren pràcticament dos terços dels locals (63%). En l'altre extrem, el districte de les Corts, amb 3.670 locals, és on es troba un volum més baix, ja que representa un 4,70% del total de la ciutat.

Per barris, les zones amb un volum més alt de locals són: la Vila de Gràcia (4.581), la Dreta de l'Eixample (4.312), el Raval (3.029) i l'Antiga Esquerra de l'Eixample (3.015). En aquests quatre barris es localitza prop d'una quarta part (23,9%) de tots els locals de la ciutat.



Inventari de locals de Barcelona

Aproximadament la meitat (53%) dels locals actius es dediquen a activitats de serveis, mentre que prop d'un terç (38%) són establiments de comerç al detall.

El comerç al detall es concentra principalment en cinc districtes: Ciutat Vella, l'Eixample, Sant Martí, Sarrià - Sant Gervasi, i Gràcia, que sumen el 67% dels establiments.

En el cas dels serveis, la concentració és molt més intensa a l'Eixample, amb 7.956 establiments de serveis (una quarta part del conjunt de la ciutat), amb focus importants d'activitat a Sant Martí, Sant-Montjuïc i Sarrià - Sant Gervasi. Aquests quatre districtes acaparen el 57% de les activitats de serveis.

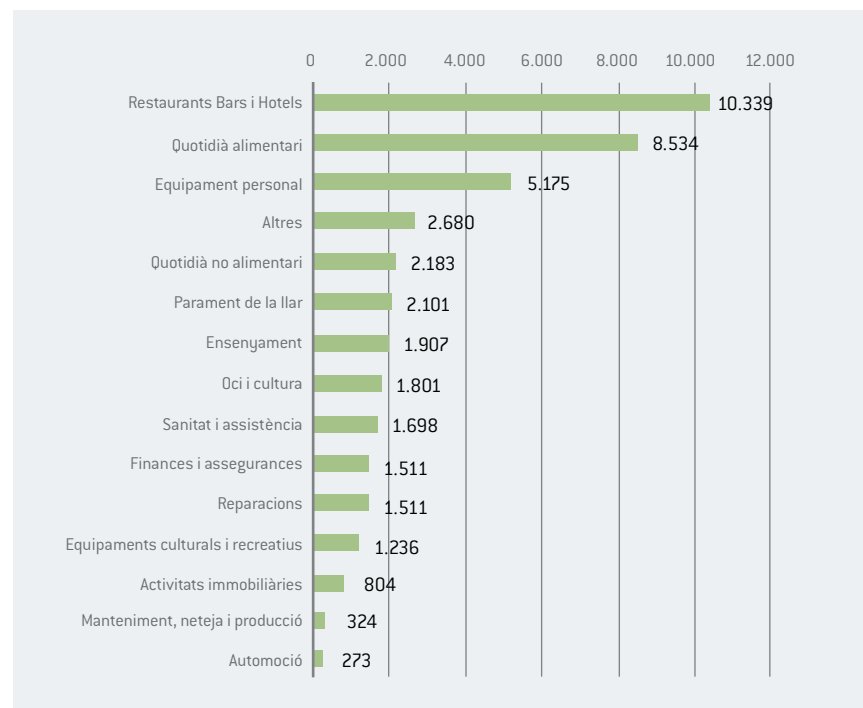
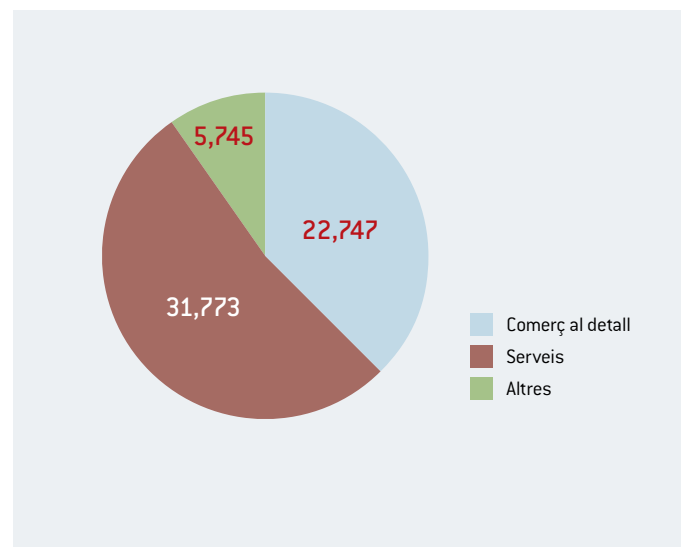
En relació amb les activitats específiques, hi ha tres categories que destaquen pel que fa al nombre d'establiments:

- els serveis de restauració (restaurants, bars i hotels), amb 10.339 establiments
- el comerç de productes quotidians alimentaris, amb 8.534 establiments
- l'equipament personal, amb 5.175 establiments

Aquestes tres categories concentren prop de la meitat de tots els establiments de comerç i serveis de la ciutat (44,1%).

Per últim, en relació amb els equipaments comercials, cal destacar el següent:

- un total de 903 establiments dins de centres comercials (Arenes, l'illa, Pedralbes Centre, Maremàgnum, Diagonal Mar, el Triangle, Heron City, Glòries, el Centre de la Vila i la Maquinista)
- 42 equipaments classificats com a mercats municipals que sumen 3.312 establiments. Aquesta oferta, per tant, significa un 5,4% del total d'establiments inventariats a la ciutat.



L'índex de dotació comercial (IDC) mesura el volum d'establiments de comerç i serveis per cada cent habitants. El conjunt de la ciutat té un valor de 3,74. Hi ha quatre districtes per sobre de la mitjana [Ciutat Vella, l'Eixample, Gràcia i Sarrià - Sant Gervasi], i Ciutat Vella dobla la dotació mitjana de la ciutat.

L'índex d'atractivitat comercial (IAC) posa en relació, en percentatge, les activitats de comerç al detall no quotidianes amb el total d'establiments actius. Novament, barris com el Gòtic (de manera molt destacada, per sobre del 45%), Sant Pere, la Dreta de l'Eixample o Sant Antoni mostren alts nivells d'atractivitat. En l'altre extrem, tot i que amb un volum important d'establiments, destaquen els baixos nivells d'atractivitat de barris com la Vila Olímpica, el Poble-sec, la Barceloneta o el Guinardó. Pel que fa a l'atractivitat dels serveis de restauració, torna a destacar l'atractivitat de Ciutat Vella, l'Eixample, Sant Martí i Sants-Montjuïc.

Es pot resumir de manera esquemàtica cada districte amb la frase de síntesi següent:

- 1. Ciutat Vella**, motor d'activitat molt orientat als visitants, però amb perfils ben diferents per barris. Predomina el comerç al detall. Influència de mercats (la Boqueria i Santa Caterina).
- 2. L'Eixample**, el cor del comerç i els serveis, amb una gran atractivitat i cinc mercats. El districte amb més establiments de tot Barcelona, amb una forta presència de serveis.
- 3. Sants-Montjuïc**, molta diversitat per barris i amb nivells d'activitat i atractivitat relativament baixos.
- 4. Les Corts**, amb el volum d'establiments més baix de la ciutat però amb una presència rellevant de centres comercials. Molt protagonisme del sector serveis, especialment la restauració.

5. Sarrià - Sant Gervasi, concentració d'activitat al Galvany i la Bonanova, on els serveis predominen sobre el comerç. Districte amb molta activitat i un gran nombre de comerços de tot tipus.

6. Gràcia, bona dotació comercial i de serveis amb un alt nivell de locals sense informació. Districte molt equilibrat en relació amb el comerç i els serveis, en el qual el barri de la Vila de Gràcia té un protagonisme destacat.

7. Horta-Guinardó, el districte amb més contrastos i grans desequilibris. Un districte gran, amb alguns barris amb poca població i pocs establiments (la Clota o la Font d'en Fargues), però té altres barris que destaquen pel sector serveis i de restauració, com el Carmel, Guinardó i Horta, exclusivament pel sector comerç. Hi conflueixen quatre mercats municipals.

8. Nou Barris, amb els nivells de dotació i atractivitat més baixos. Predomina el barri de la Prosperitat i el Turó de la Peira, la Guineueta, la Porta i Verdum.

9. Sant Andreu, comerç i serveis orientats a la proximitat. Els barris amb més establiments són el Bon Pastor, la Sagrera i Sant Andreu, amb un gran nombre d'establiments de comerç en comparació amb la resta.

10. Sant Martí, vertebrat pels mercats i els centres comercials (Diagonal Mar, Glòries i El Centre de la Vila).

3.2. Conclusions i tendències

1. Barcelona té una gran riquesa comercial que garanteix l'oferta necessària per a la ciutadania.

Amb més de 60.000 establiments d'activitat i més de quatre establiments per cada cent habitants, tant el conjunt de la ciutat com els districtes reflecteixen una oferta rica i diversa, amb més de 8.000 establiments de comerç quotidià alimentari, més de 5.000 per a l'equipament personal i més de 2.000 relacionats amb el parament de la llar, més de 10.000 dedicats a la restauració, prop de 2.000 comerços relacionats amb el lleure i la cultura, o més de 3.000 establiments de serveis relacionats amb l'educació i activitats recreatives.

2. A la vegada, Barcelona desenvolupa importants polaritats comercials per respondre a perfils de demanda molt diversos.

Tot i l'equilibri de l'activitat per districtes, diversos elements articulen una estructura marcada de polaritats comercials. Els deu centres comercials (Les Arenes, L'Illa, Pedralbes Centre, Maremàgnum, Diagonal Mar, El Triangle, Heron City, Glòries, El Centre de la Vila i La Maquinista) i els 42 equipaments classificats com a mercats municipals sumen més de 3.000 establiments. Els mercats contribueixen a la vitalitat dels barris i estableixen una interacció constant i fluida amb el comerç de proximitat.

3. L'activitat s'especialitza i es clusteritza. La ciutat presenta un nivell d'especialització territorial significatiu en el cas de diferents grups d'activitat. Per exemple, es pot esmentar la concentració dels serveis de salut i assistència al nord de l'Eixample i al sud de Gràcia i Sarrià - Sant Gervasi, la gran acumulació de serveis d'allotjament a Ciutat Vella i a l'Eixample, l'equipament per a la persona als eixos principals de Ciutat Vella i l'Eixample, les activitats de lleure al sud de Gràcia i a determinats barris de l'Eixample i Ciutat Vella, o la tecnologia al voltant de la ronda de Sant Antoni, a la frontera entre l'Eixample i Ciutat Vella.

4. La realitat als districtes i barris mostra una ciutat policèntrica en termes de comerç i serveis.

En paral·lel a la realitat d'especial-

ització apuntada, Barcelona continua mantenint una estructura marcadament policèntrica en relació amb les seves activitats de comerç i serveis.

5. Es mantenen i reforcen identitats comercials. Els diversos territoris mantenen i reforcen les seves identitats, i transformen la seva oferta per continuar responnent a les necessitats de la ciutadania i els visitants. Els eixos comercials de la ciutat són, en aquest sentit, un exemple clar: amb més de 20.000 establiments, un de cada tres establiments comercials de la ciutat pertany a un eix comercial.

6. Els centres comercials aglutinen certs tipus d'oferta, però també generen un volum elevat d'activitat complementària al seu voltant. Els centres comercials poden constituir un motor d'activitat que està funcionant a ple rendiment, amb nivells d'ocupació pràcticament del 100% en tots els casos, i aquesta oferta es complementa amb altres tipus de formats i establiments al llarg de tota la ciutat.

7. Les activitats amb qualitat i tradició surten reforçades de la crisi i augmenten el seu protagonisme en el teixit comercial. Molts comerços i serveis tradicionals conviuen a la majoria de districtes amb ofertes més recents o estandarditzades. Malgrat la competència, la ciutat manté milers d'activitats que s'han considerat greument afectades pels nous formats comercials: més de 5.000 comerços d'equipament personal, més de 2.000 de parament de la llar, o prop de 1.000 comerços relacionats amb els productes de lleure i cultura.

8. Les activitats de comerç reforcen i consoliden la seva posició amb una oferta d'experiències. Els darrers anys han anat creixent amb força els establiments que combinen diferents activitats per oferir a la demanda un producte i un servei més basats en l'experiència que en el procés de compra. La combinació de comerç i restauració (amb serveis de degustació en forns o botigues d'aliments), o la combinació de productes i serveis en espais temàtics

(teràpies naturals, espais de lleure, etcètera), són tendències que van guanyant protagonisme i que contribueixen a fer més complex i més ric el teixit econòmic i la capacitat de respondre a les necessitats.

9. Cal aprofundir en l'anàlisi i el coneixement de la realitat de locals sobre els quals no es disposa d'informació. Que a Barcelona hi hagi 13.000 locals sobre els quals no es té cap tipus d'informació és una qüestió que requerirà una anàlisi aprofundida per diagnosticar la situació de manera més precisa i aprofitar el potencial urbanístic, econòmic i ciutadà que poden representar aquests espais.

10. Aquest nou Inventari de locals 2016 significa un pas endavant en l'estratègia de desenvolupament d'un sistema d'informació integral sobre l'activitat de la ciutat. La complexitat més gran del teixit urbà i l'activitat econòmica requereixen, igualment, una aproximació des d'una perspectiva molt més integral, que tingui en compte tant l'encaix de tots aquests espais amb la resta de l'activitat econòmica de la ciutat, com la seva interacció i interdependència amb les noves tendències urbanes, socials i tecnològiques. En aquest sentit, l'Inventari de locals 2016 és una de les peces del nou sistema d'informació que està desenvolupant l'Ajuntament de Barcelona.