

02.



# Datos relevantes y evolución del ejercicio

---

Los mercados de Barcelona dan servicio a una población de 1.664.182 habitantes. La red de mercados está formada por 43 mercados municipales (39 alimentarios y 4 no alimentarios), distribuidos en 40 equipamientos que acogen 2.104 establecimientos.

Durante el año 2020, pese al contexto de crisis sanitaria, los mercados han mantenido el servicio a pleno rendimiento. En los meses de confinamiento domiciliario, el 85% de los establecimientos alimentarios han permanecido abiertos para abastecer a una media de 38.000 personas diarias.



# Establecimientos, titulares y superficie comercial

En los últimos años, estos tres parámetros han registrado una evolución que refleja un proceso de concentración comercial, lo cual ha permitido a los establecimientos disponer de más superficie y ofrecer a los clientes otros servicios complementarios, de modo que ha mejorado la oferta y, con ella, el grado de satisfacción de los usuarios.

Por otro lado, en orden a potenciar la colaboración público-privada, muchos mercados municipales han consolidado una alianza estratégica con autoservicios, con el objetivo de convertirse en unos espacios donde también puedan adquirirse productos de higiene y limpieza, productos alimentarios envasados y cotidianos no alimentarios (CNA), y así poder realizar una compra única.

La evolución de los mercados de Barcelona en la última década se ha caracterizado, pues, por el aumento de la superficie comercial de los establecimientos y la oferta de nuevos servicios a los clientes, lo cual demuestra claramente

que los mercados son organismos vivos, que se van remodelando constantemente para poder satisfacer las nuevas necesidades de la sociedad.

Algunos mercados de la ciudad, como los de La Boqueria, Sants, Sarrià, Sant Andreu, El Clot, El Poblenou, La Llibertat y L'Abaceria, prestan servicio a los ciudadanos desde hace más de cien años.

A lo largo de esta larga historia, se han replanteado su rol ciudadano en varias ocasiones, lo cual ha impulsado las sucesivas remodelaciones de sus instalaciones. Este talante de renovación constante es una característica de los mercados municipales de Barcelona, junto con su capilaridad: están distribuidos por todo el término municipal de forma armónica, de modo que no hay ningún barrio sin su mercado de referencia, donde actúa como el alma y el motor del comercio de proximidad, al tiempo que promueve la sostenibilidad y la integración social.

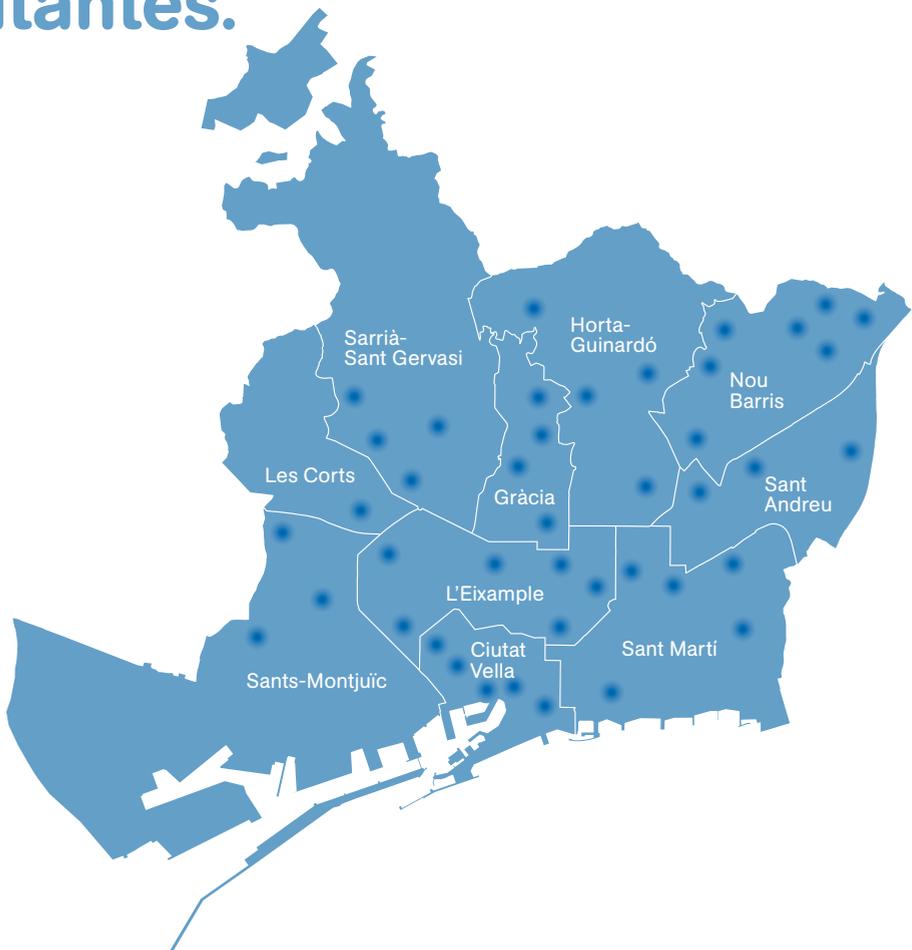
## Número de establecimientos

| Año  | Alimentario | No alimentario | Total |
|------|-------------|----------------|-------|
| 2015 | 1.731       | 776            | 2.507 |
| 2016 | 1.667       | 775            | 2.442 |
| 2017 | 1.557       | 755            | 2.312 |
| 2018 | 1.472       | 719            | 2.191 |
| 2019 | 1.430       | 713            | 2.143 |
| 2020 | 1.410       | 694            | 2.104 |

En 2020, los mercados de Barcelona acogen 2.104 establecimientos, 1.410 de ellos en mercados de alimentación, mientras que los 694 restantes son establecimientos no alimentarios. Los distritos con más establecimientos alimentarios son Ciutat Vella, donde destaca

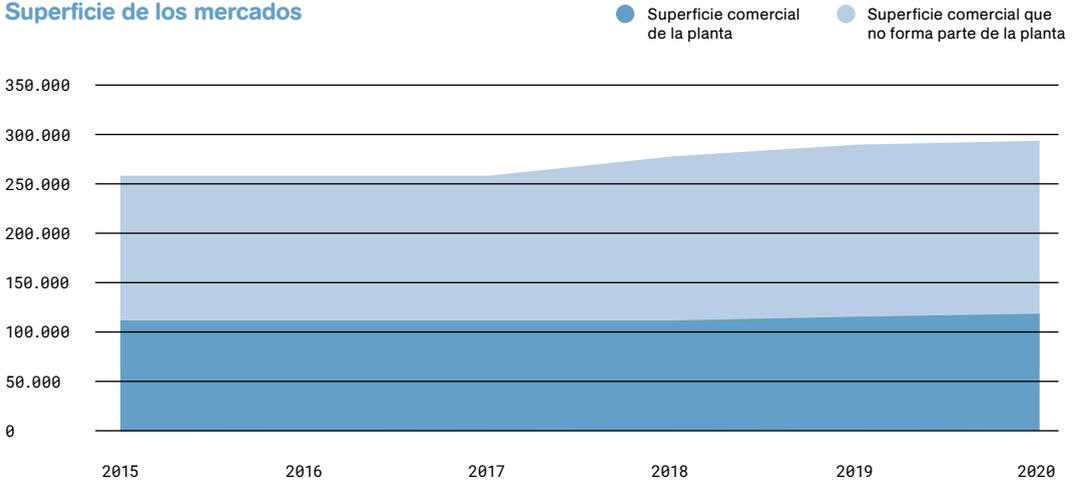
especialmente el mercado de La Boqueria; L'Eixample, con los mercados de Sant Antoni, El Ninot y La Concepció como más importantes, y Nou Barris, que con siete mercados es el distrito que cuenta con más establecimientos alimentarios.

**La red de mercados municipales se extiende por todo el territorio de la ciudad de Barcelona, con un total de 43 mercados, que cubren una población de 1.664.182 habitantes.**



## 02. Datos relevantes y evolución del ejercicio

### Superficie de los mercados

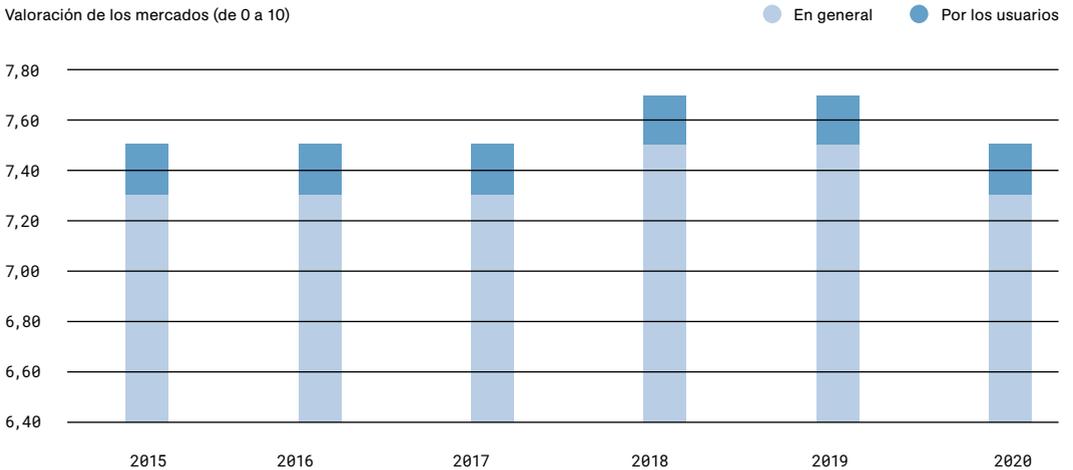


Desde 2015, la superficie comercial de la planta ha pasado de 115.340 m<sup>2</sup> a 124.737 m<sup>2</sup>.

### Valoración de los mercados y factores de satisfacción

Los mercados están muy valorados por la ciudadanía. Concretamente, el número de ciudadanos que han valorado bien la gestión municipal de los mercados con un 10 se ha duplicado, al pasar del 4,6% en 2015 al 8,4% en 2020. Además, el 44,2% consideran que los mercados han mejorado en el último año. Este dato es muy positivo, comparado con la valoración de otros servicios municipales por la ciudadanía durante el mismo período, hecho que se explica por el papel de servicio esencial que han desempeñado los mercados.

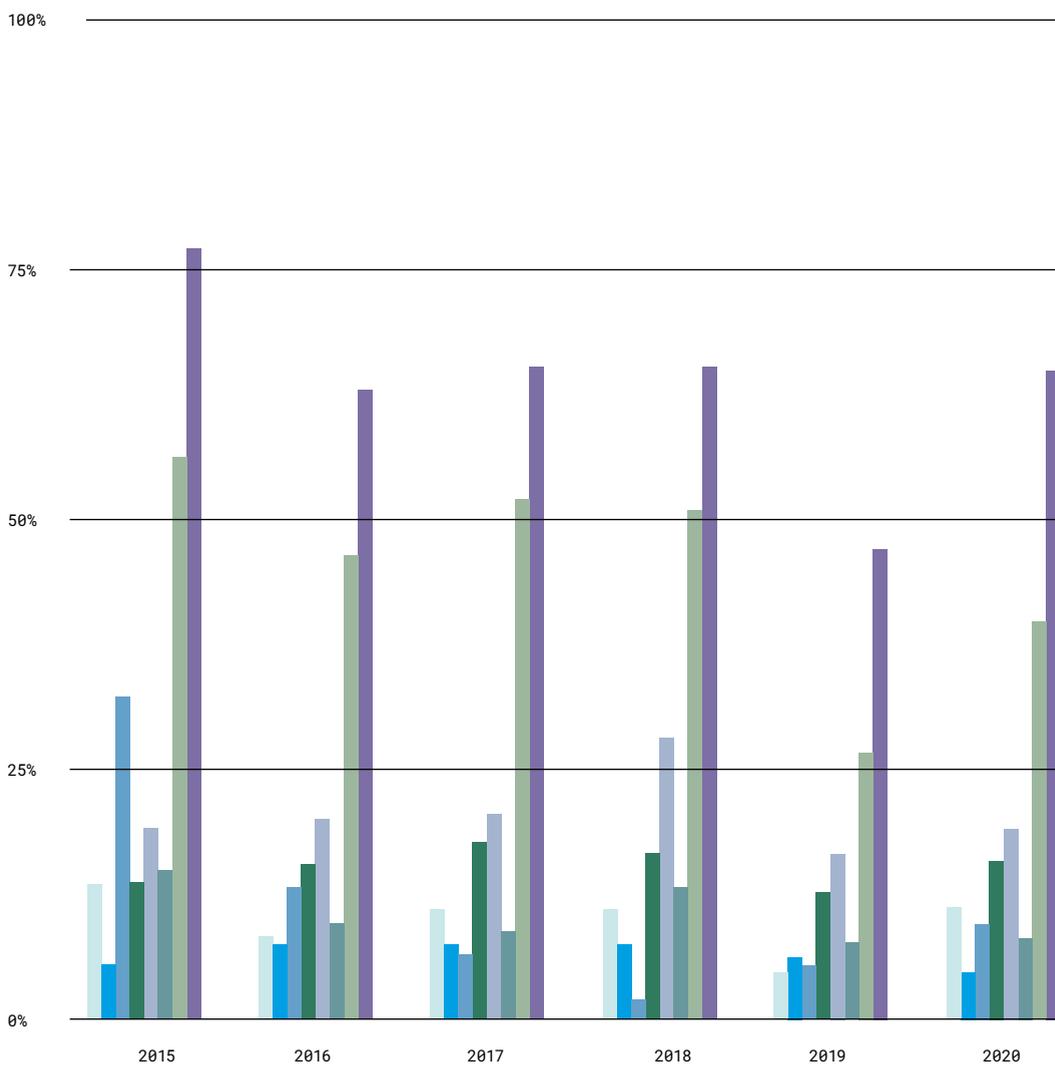
Valoración de los mercados (de 0 a 10)





Las personas usuarias de los mercados valoran especialmente la variedad y la calidad del producto (más del 69%), una apreciación positiva que se ha incrementado con respecto al año anterior. En segundo lugar, el aspecto más valorado es la atención y el trato próximo y personalizado, que es destacado por el 42,6 %.

### Valoración de los mercados

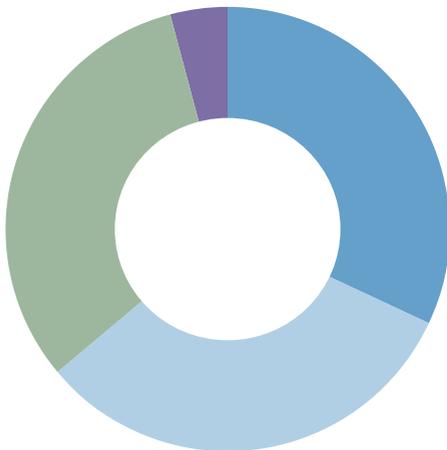


Estas cifras se entienden mejor si se confrontan con los datos sobre los hábitos de compra de los usuarios, que indican claramente que optan preferentemente por los mercados a la hora de comprar alimentos frescos, frente a otros productos de alimentación, según datos de comercio del Ómnibus municipal del año 2020.

En este sentido, cabe señalar que los mercados mantienen una cuota de mercado del 32 % en alimentación fresca. Estos datos confirman la tendencia de un ligero repunte al alza registrado en los dos últimos años en los hábitos de compra a los mercados municipales, como se observa en la tabla siguiente:

### Hábito de compra de producto fresco

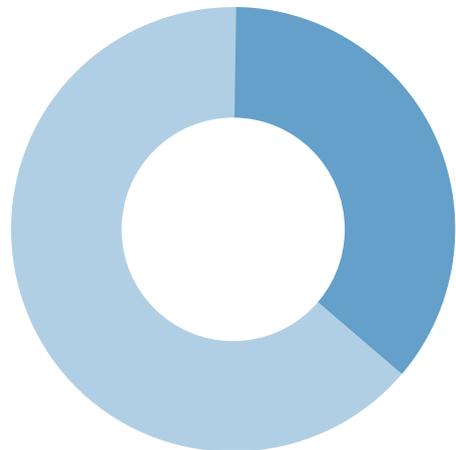
- 32% en el supermercado
- 32% en el mercado municipal
- 32% en la tienda de barrio/especializada
- 4% en otros establecimientos



La cuota de mercado del producto fresco ha aumentado considerablemente (igual que el comercio de barrio), en detrimento de los supermercados, lo cual demuestra que los mercados siguen siendo una buena opción, ante la política de frescos que han impulsado las grandes superficies y otros operadores especializados.

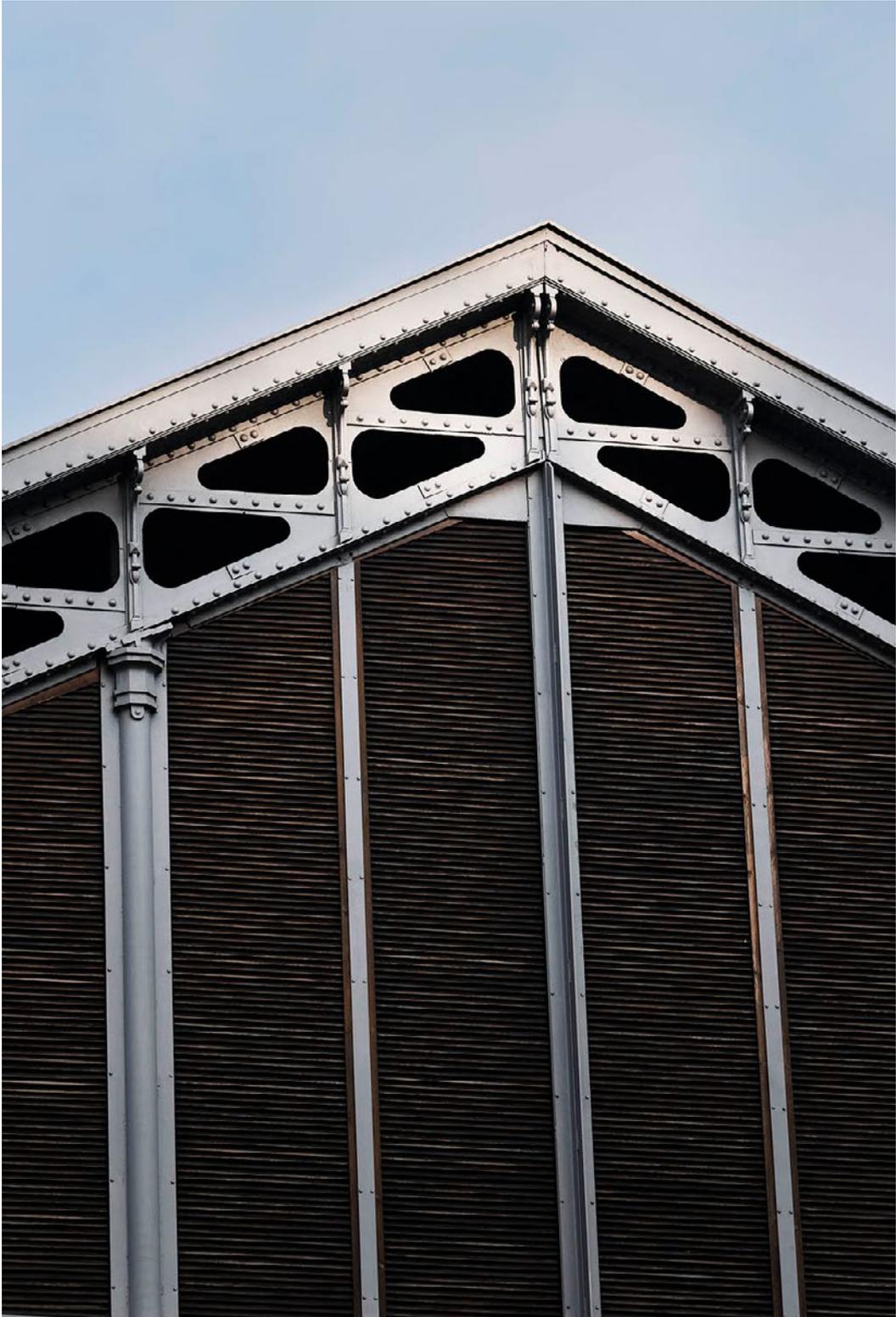
### ¿Compra en el mercado municipal?

- Sí
- NO



|      | SÍ    | NO    |
|------|-------|-------|
| 2018 | 62,3% | 37,7% |
| 2019 | 62,7% | 36,3% |
| 2020 | 60,9% | 39,1% |

**Los valores principales de los mercados son la variedad de la oferta, especialmente de productos frescos, la atención personal, la especialización y la calidad.**



## 02. Datos relevantes y evolución del ejercicio

### Número de visitas (año)

|                    | 2015       | 2016       | 2017       | 2018       | 2019       | 2020       |
|--------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| <b>Total anual</b> | 65.348.666 | 66.815.394 | 66.818.993 | 68.075.001 | 67.495.218 | 47.720.968 |
| <b>Variación</b>   | 3,9%       | 2,2%       | 0,01%      | 1,85%      | -0,9%      | -31,0%     |

El número de visitas a los mercados se ha mantenido, con leves aumentos en los últimos años, lo cual demuestra una alta fidelidad y una buena valoración de los ciudadanos, especialmente en cuanto a la renovación y a la modernización de los mercados. El descenso registrado en 2020 se explica por la situación excepcional de pandemia que provocó el confinamiento de la población y la reducción del número de salidas de los usuarios para ir a comprar, así como por el cierre o la restricción del aforo de los tres mercados no alimentarios (Els Encants – Fira de Bellcaire, Els Encants de Sant Antoni y el Dominical de Sant Antoni). Cabe mencionar especialmente la situación de La Boqueria, que en los meses más duros de pandemia tuvo cerrados hasta el 50% de sus establecimientos.

### Número de visitas (mes)

|                   | 2015      | 2016      | 2017      | 2018      | 2019      | 2020      |
|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Enero</b>      | 5.008.556 | 5.200.131 | 5.512.262 | 5.363.831 | 6.115.209 | 6.002.858 |
| <b>Febrero</b>    | 4.990.930 | 5.453.476 | 5.513.499 | 5.223.877 | 5.550.466 | 5.796.135 |
| <b>Marzo</b>      | 5.386.483 | 5.663.137 | 5.962.531 | 5.562.963 | 6.021.078 | 3.834.921 |
| <b>Abril</b>      | 5.360.834 | 5.986.838 | 5.425.017 | 5.045.202 | 5.467.546 | 2.286.741 |
| <b>Mayo</b>       | 5.588.720 | 6.000.028 | 5.823.869 | 5.234.470 | 5.895.267 | 3.131.211 |
| <b>Junio</b>      | 5.569.882 | 5.512.628 | 5.423.255 | 6.917.219 | 5.226.988 | 3.604.046 |
| <b>Julio</b>      | 5.559.148 | 5.141.663 | 5.287.435 | 5.761.168 | 4.422.131 | 3.727.009 |
| <b>Agosto</b>     | 3.865.702 | 4.293.516 | 4.410.575 | 5.082.887 | 4.564.446 | 2.818.332 |
| <b>Septiembre</b> | 5.516.539 | 5.450.026 | 5.710.410 | 5.681.328 | 5.330.466 | 3.796.881 |
| <b>Octubre</b>    | 6.380.366 | 6.046.217 | 5.626.398 | 5.947.397 | 5.933.863 | 4.226.691 |
| <b>Noviembre</b>  | 5.802.451 | 5.857.602 | 5.952.981 | 5.851.855 | 5.920.384 | 4.217.090 |
| <b>Diciembre</b>  | 6.319.055 | 6.130.132 | 6.170.761 | 6.402.804 | 6.007.375 | 4.279.053 |

Como consecuencia de la pandemia, en 2020 se ha registrado un descenso importante del número de usuarios, como refleja el hecho de que en enero y febrero se registraran las cifras más altas de usuarios, mientras que en marzo, uno de los meses en que históricamente se han producido más visitas a los mercados, la afectación de la crisis sanitaria fue especialmente importante, pues se inició el estado de alarma.

Por otro lado, el grado de incidencia de la pandemia se ha notado más en los mercados de los barrios turísticos, como los de La Boqueria, La Barceloneta y Santa Caterina.

# Mercados abiertos

## Establecimientos alimentarios

A partir de la semana del 16 de marzo, tras el repunte de ventas registrado durante la semana anterior a raíz del anuncio del confinamiento, se mantienen en servicio, con más de 3.500 trabajadores, el 85% de los establecimientos alimentarios (el 93%, si no se tiene en cuenta el gran impacto en el La Boqueria), que abastecen alimentos a unas 38.000 personas diarias.

## Establecimientos no alimentarios

En cumplimiento de las restricciones a la actividad durante el período de confinamiento, 713 negocios no pueden desarrollar su actividad: Els Encants – Fira de Belcaire, Els Encants de Sant Antoni, El Dominical de Sant Antoni y Les Flors de la Rambla, así como las demás concesiones no alimentarias, bares y restaurantes de la red de mercados.



# Venta *online*/servicios a domicilio

**La venta no presencial y las entregas a domicilio han sido servicios especialmente relevantes durante los meses de confinamiento. Se han promovido nuevos sistemas de contacto y distribución en algunos de los mercados que no disponían de ellos.**

## Venta *online*

Los pedidos se multiplican por diez en las primeras semanas del estado de alarma. La falta de tiempo, la facilidad y la comodidad de la compra *online* han modificado el comportamiento de compra del consumidor en los últimos años. La realidad del *e-commerce* ha llegado a la alimentación y también a los mercados donde, aunque todavía no tiene una penetración tan grande como en otros sectores, es una nueva tendencia que se está abriendo paso.

En 2019, 13 mercados ya ofrecían sus productos mediante las plataformas Manzaning, Ulabox y propias. En 2020, los pedidos se multiplican por diez en las primeras semanas del estado de alarma. Desde el IMMB, se realiza un seguimiento de la operativa y la problemática de desbordamiento de las plataformas de venta:

- Redefinición de la plataforma y de la logística de Ulabox y ampliación de 2 a 3 mercados.
- Ampliación del servicio de Manzaning de 11 a 30 mercados y de 150 a 290 establecimientos.

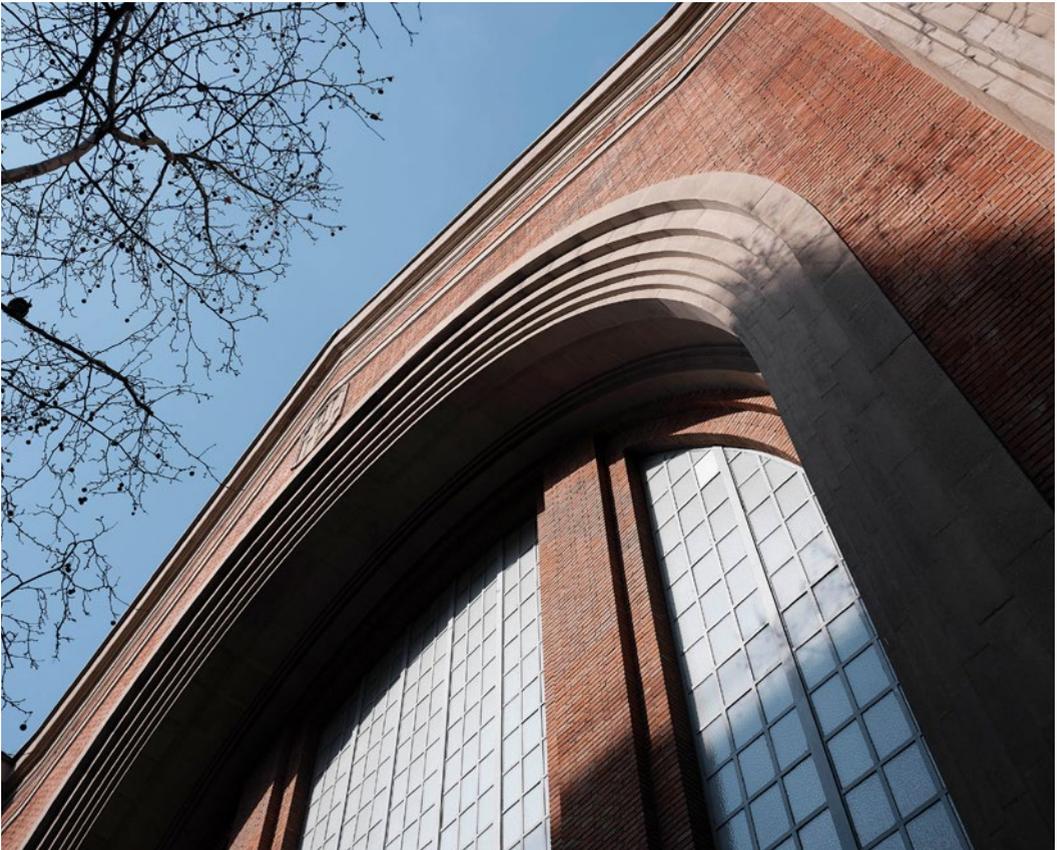
## Datos del servicio a domicilio

En cuanto al servicio de entrega de los pedidos a domicilio de forma centralizada, las asociaciones de comerciantes contratan el servicio de reparto a entidades dedicadas a la integración y promoción personal de personas con necesidades especiales o en riesgo de exclusión social, de modo que el desarrollo de este servicio tiene un claro interés social. En concreto, colaboran en este servicio el grupo cooperativo Taller Escola Barcelona (TEB), la Associació Les Corts per a la Inserció Laboral (ALCIL) del Grupo CHM y la Fundació Pare Manel.

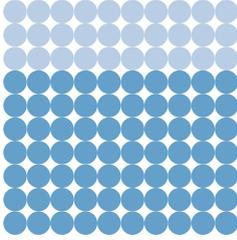
— Entre marzo y junio de 2020, se efectuaron 24.481 servicios de reparto.

En el marco del Plan de digitalización de los mercados, el IMMB está poniendo en marcha un *marketplace* común a toda la red de mercados municipales.

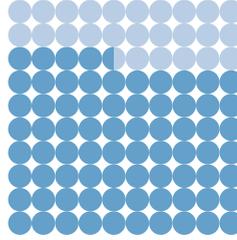
**A modo de conclusión,  
se reproducen a continuación  
algunos datos generales que  
resumen la valoración de la  
ciudadanía sobre el servicio  
que recibe en los 43 mercados  
municipales de Barcelona:**



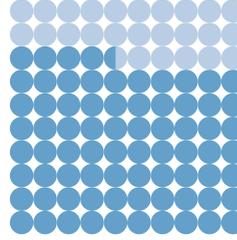
El 60,9% de la población compra en los mercados.



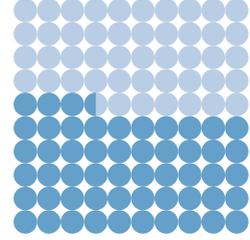
El 96,6% valora la calidad del producto como un criterio importante a la hora de realizar la compra.



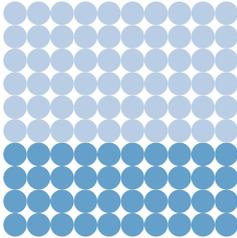
El 74,4% de la población valora la proximidad del producto.



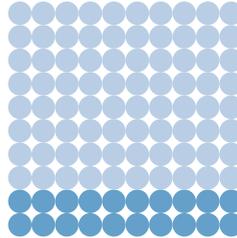
El 53,6% valora el producto ecológico.



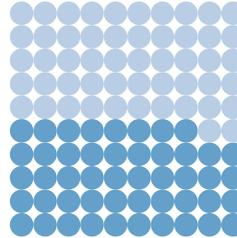
El 40,1% menciona la distancia como motivo para no ir a comprar a los mercados.



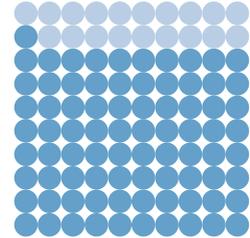
El 19,9% menciona el precio como motivo por no ir a comprar en los mercados.



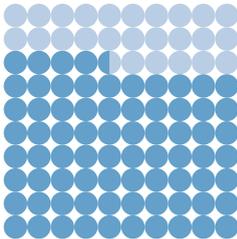
+48% de la clientela tiene entre 35 y 64 años de edad.



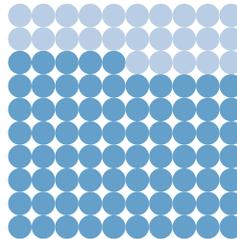
El 81,2% de la clientela está bastante o muy satisfecha con los mercados



El 32% de la cuota de mercado de producto fresco de la ciudad.



Un 7,5 es la nota media de los usuarios.



**Datos de población:**

— Instituto de Estadística de Cataluña  
<https://www.idescat.cat/emex/?id=080193>

**Datos de valoración y grado de satisfacción con el servicio de los mercados de**

**Barcelona (Departamento de Estudios de Opinión. Oficina Municipal de Datos):**

— Encuesta de servicios municipales 2020  
<https://dades.ajuntament.barcelona.cat/enquesta-serveis-municipals/>

**Datos sobre los hábitos de compra en general y de compra en los mercados municipales:**

— Encuesta Omnibus municipal. Junio de 2020 (1ª ola)  
— Encuesta Omnibus municipal. Octubre de 2020 (3ª ola)  
— Encuesta Omnibus municipal. Diciembre de 2020 (4ª ola)  
<https://bcnroc.ajuntament.barcelona.cat/jspui/handle/11703/99648>