

ÍNDEX

1. L'ELABORACIÓ DE L'ESTUDI ECONÒMIC I COMERCIAL

- 1.1. Introducció
- 1.2. Finalitat i Objectius
 - 1.2.1 Calendari

2. EL BARRI DEL RAVAL (Pàg. de 5 a 12)

- 2.1. Situació Geogràfica
- 2.2. Dades Poblacionals
- 2.3. Una mica d'història
- 2.4. Un barri d'arribada

3. L'OFERTA COMERCIAL (Pàg. de 13 a 253)

- 3.1. Introducció
 - 3.1.1 Objectius
- 3.2. Metodologia
- 3.3. Dades Generals
 - 3.3.1 Dades de l'Ajuntament
 - 3.3.1.1 Dades Generals
 - 3.3.1.2 Dades per sectors
 - 3.3.1.3 Conclusions
 - 3.3.2 Dades extreptes del Treball de Camp
 - 3.3.2.1 Estat dels locals
 - 3.3.2.2 Tipologia de locals en actiu
- 3.4. El Comerç Minorista
 - 3.4.1 Comparativa del Comerç Minorista
 - 3.4.2 Dades del Comerç Minorista a l'any 2006-2007
 - 3.4.2.1 Característiques dels Establiments Comercials
 - Any d'Obertura
 - Retolació
 - Idioma de Retolació
 - Accessibilitat
 - Formes de Pagament ofertes pels comerços
 - Nivell d'utilització de Pagament amb Targeta
 - Obertura de Dissabtes a la tarda
 - 3.4.2.2 Característiques dels Propietaris
 - Origen
 - Edat
 - 3.4.2.3 Característiques dels Clients
 - Idioma utilitzat pel Client
- 3.5. Els Serveis
 - 3.5.1 Comparativa dels Serveis
 - 3.5.2 Dades dels Serveis a l'any 2006-07
 - 3.5.2.1 Característiques dels Serveis
 - Any d'Obertura
 - Retolació
 - Idioma de Retolació

- Accessibilitat
 - Formes de Pagament ofertes pels comerços
 - Nivell d'utilització de Pagament amb Targeta
 - Obertura de Dissabtes a la tarda
- 3.5.2.2 Característiques dels Propietaris
- Origen
 - Edat
- 3.5.2.3 Característiques dels Clients
- Idioma utilitzat pel Client
- 3.6. El Comerç Majorista
- 3.6.1. Dades del Comerç Majorista a l'any 2006-07
- 3.6.1.1. Característiques del comerç
- Any d'Obertura
 - Retolació
 - Idioma de Retolació
 - Accessibilitat
- 3.6.1.2. Característiques dels propietaris
- Origen
 - Edat
- 3.7. El Comerç Combinat
- 3.7.1. Dades comercials a l'any 2006-07
- 3.7.1.1. Característiques del Comerç Combinat
- Any d'Obertura
 - Retolació
 - Idioma de Retolació
 - Accessibilitat
 - Formes de Pagament ofertes pels comerços
 - Nivell d'utilització de Pagament amb Targeta
 - Obertura de Dissabtes a la tarda
- 3.7.1.2. Característiques dels propietaris
- Origen
 - Edat
- 3.8. Conclusions Generals
- 3.9. Anàlisi dels eixos comercials del Raval:
- 3.9.1. El Raval Nord
- 3.9.1.1. C. Tallers
 - 3.9.1.2. C. Joaquim Costa
 - 3.9.1.3. C. Riera Alta
 - 3.9.1.4. C. Ferlandina
 - 3.9.1.5. C. Elisabets i Bonsuccés
 - 3.9.1.6. C. Carme
 - 3.9.1.7. C. Riera Baixa
- 3.9.2. El Raval Sud
- 3.9.2.1. C. Hospital
 - 3.9.2.2. C. St. Pau
 - 3.9.2.3. C. Unió i Marquès de Barberà



- 3.9.2.4. C. Nou de la Rambla
- 3.9.2.5. La Rambla del Raval
- 3.9.2.6. El C. Carretes, el C. Riereta, el C. Sant Pacià i el C. Reina Amàlia

4. EL COMPTATGE (Pàg. de 254 A 260)

- 4.1. Introducció
 - 4.1.1 Objectius
- 4.2. Metodologia
- 4.3. Dades Generals
 - 4.3.1 Gent que visita el Raval
 - 4.3.2 Gent per punts d'entrada diürns
- 4.4. Comparació amb altres eixos comercials
- 4.5. Conclusions

5. LA DEMANDA (Pàg. de 261 A 323)

- 5.1 Introducció
 - 5.1.1 Objectius
- 5.2 Metodologia
- 5.3 Dades de la Demanda
 - 5.3.1 Dades Generals
 - 5.3.2 Dades Extreteres del Treball de Camp
 - 5.3.2.1 Dades Generals del Raval
 - Sexe
 - Edat
 - País o Zona d'Origen
 - Nivell d'Estudis
 - Activitat de l'Entrevistat
 - Lloc de Residència
 - Motiu per trobar-se al Raval
 - Mitjà o Mitjans de Transport
 - Coneixement i Valoració del Raval
 - Estat de la Demanda
 - Perfil dels Demandants del Raval
 - Elements de Valoració de l'Oferta
 - Demanda al Mercat de Sant Antoni
 - Demanda de L'Oci Nocturn del Raval
 - 5.3.2.2 Dades per zones i subzones del Raval
 - Sexe
 - Edat
 - País o Zona d'Origen
 - Nivell d'Estudis
 - Activitat de l'Entrevistat
 - Lloc de Residència
 - Motiu per trobar-se al Raval
 - Mitjans de Transport
 - Coneixement i valoració del Raval
 - Estat de la demanda
- 5.4 Conclusions

**6. ASSOCIACIONISME (Pàg. de 324 a 327)**

- 6.1 Introducció
- 6.2 Eix Comercial del Raval
- 6.3 Situació actual

7. L'URBANISME (Pàg. de 328 a 343)

- 7.1 Introducció
- 7.2 Contextualització urbanística
- 7.3 Descripció Actual
 - 7.3.1 Vies i elements d'accés
 - 7.3.2 Situació de l'habitatge
 - 7.3.3 Altres elements de millora del paisatge urbà

8. CONCLUSIONS (Pàg. de 344 a 345)**9. INICIATIVES PROPOSADES (Pàg. de 346 a 349)**

- 9.1. En relació als comerciants
- 9.2. En relació a l'oferta
- 9.3. En relació a la demanda
- 9.4. En relació a les Assoc. de comerciants
- 9.5. En relació a l'urbanisme
- 9.6. En relació a la millora de la convivència

10. EQUIP D'INVESTIGACIÓ I AGRAÏMENTS (Pàg. de 350 a 351)

- 10.1. Equip d'Investigació
- 10.2. Agraïments

BIBLIOGRAFIA I DOCUMENTACIÓ (Pàg. 352)**ANNEXOS (Pàg. de 353 a 360)**

- ❖ Fitxa d'Enquesta als Comerciants i d'Observació Directa
- ❖ Fitxa de Comptatge per punt de mostreig
- ❖ Fitxa d'Enquesta realitzada als visitants del barri
- ❖ Programa per l'assessorament, formació i inclusió en el teixit associatiu dels comerciants immigrants 2006-2007-2008

PRESENTACIÓ DE TOT RAVAL

La Fundació Tot Raval és una plataforma de 54 associacions, institucions, persones i empreses vinculades al Raval que es crea el 2002 amb un objectiu comú: la millora i promoció de la qualitat de vida del Raval. Es desenvolupa un treball comunitari, partint d'una visió integral del barri, que incideix en els àmbits social, cultural i econòmic i comercial.

La Fundació dinamitza diferents espais de treball i participació (Patronat, Comissions, Grups de treball per projectes, Jornades, etc.) per tal d'analitzar conjuntament la realitat del barri i poder oferir solucions de forma consensuada i conjunta, compartint i optimitzant els recursos existents. El treball en xarxa i la generació de sinèrgies entre les entitats repercuteix positivament cap a la població usuària i la població en general.

Es realitzen o impulsen projectes referents a la convivència i la cohesió social, el treball en xarxa, la participació ciutadana, l'educació, l'ocupació, el foment de l'associacionisme comercial, la dinamització econòmica i la cultura, entre d'altres, per tal de contribuir a fer un barri inclusiu, dinàmic, divers i compromès.

Es pot parlar que la Fundació Tot Raval és un model únic pel que fa a la transversalitat de la seva actuació, la quantitat i heterogeneïtat dels seus membres, i els espais de participació que ofereix.

Les línies de treball i els projectes de Tot Raval s'elaboren des de **tres comissions (social, cultural i econòmica i comercial)**, formades pels membres del Patronat vinculats a cadascun dels àmbits. Des de les comissions es tracen les línies estratègiques de cada àmbit, s'elaboren les propostes d'activitats, i se'n fa un seguiment. També s'estableixen **Grups de Treball per projectes** concrets, en què s'hi afegeixen diverses entitats i institucions del barri que, sense ser membres de la Fundació, tenen interès en vincular-se en temàtica o projecte concrets .

Així, des de les diferents àrees de treball se segueix un mateix procés: el **coneixement de la realitat** d'un àmbit en concret (normalment a través d'un estudi rigorós o d'unes jornades participatives d'anàlisi i reflexió); la **generació de propostes d'actuació** (formulades a través de les comissions i grups de treball), sempre tenint en compte l'objectiu de fer xarxa i d'implicar-hi els diferents actors del territori; i la **realització de projectes conjunts** (amb la implicació de diverses entitats i institucions) que donin resposta a les mancances detectades.

Segons el Pla de treball definit pels membres de Tot Raval, les línies principals de la Fundació són:

- El coneixement i anàlisi del territori
- El treball en xarxa
- La comunicació
- La generació d'idees i projectes comunitaris



Les entitats membres de la Fundació són:

A. Acció Social Montalegre, A. d'Amics, Veïns i Comerciants de la Rambla, A. Casal dels Infants del Raval, A. de Comerciants del Mercat de la Boqueria, A. Consell Islàmic Cultural de Catalunya, A. Cultural, Educativa i Social de Dones Pakistaneses – ACESOP, A. de Dones per a la Inserció Laboral – SURT, A. Educativa Integral del Raval Estel d'Assís, A. per a Joves TEB, A. de Mestres Rosa Sensat, A. per a la Promoció i Inserció Professional – APIP, A. Ravalnet – Xarxa Ciutadana del Raval, A. Sociocultural Ibn Batuta – ASCIB, A. de Treballadors Pakistanesos, Bagués Masriera S.A. (Joieria Bagués), Biblioteca de Catalunya, Càritas Diocesana de Barcelona, Centre de Cultura Contemporània de Barcelona – CCCB, Col·legi de Notaris de Catalunya, Escola Massana, Federació d'Associacions de Comerç i Entitats del Raval "Eix Comercial del Raval", Foment de les Arts i del Disseny – FAD, Foment de Ciutat Vella S.A., Fundació Centre Obert Joan Salvador Gavina, Fundació CIDOB – Centre d'Investigació de Relacions Internacionals i Desenvolupament, Fundació Escó, Fundació Gran Teatre del Liceu, Fundació Maria Aurèlia Capmany, Fundació Raval Solidari, Fundació Romea per a les Arts Escèniques, Fundació Taller de Músics, Germanes Oblates – El Lloc de la Dona, Impulsem SCCL, Institut d'Estudis Catalans, L'Escola de Músics i de Juan Pedro Carrero, La Paloma, Museu d'Art Contemporani de Barcelona – MACBA, Museu Marítim de Barcelona, Penya Blaugrana Sant Pau-Raval, Regesa, Unió General de Treballadors – UGT, Unió Sindical Obrera de Catalunya – USOC, Universitat de Barcelona, Xamfrà – Centre de Música i Escena, Sr. Emili Alvarez Costa, Sr. Jaume Badia i Pujol, Sra. Rosa Cullerell Muniesa, Sra. Macarena G. de Vega, Sra. Rosa Gil Garcia, Sr. Francesc X. Mallafre (Edicions 62), Sra. Paz Molinas Sans, Sr. Enric Pantaleoni Andreu, Sra. Nuria Paricio Paricio i Sr. Emili Sarrion i Avinen.

1. Elaboració de l'Estudi Econòmic i Comercial

1.1 Introducció

Les societats, al llarg de la història, han anat evolucionant, creixent i avançant gràcies a tota una sèrie de canvis. Canvis constants, a tots els nivells (poblacional, cultural, econòmic, tecnològic, etc.) que s'han produït a les nostres ciutats, als nostres barris,... i que, per tant, es troben estretament vinculats a les persones que hi viuen.

El Raval es caracteritza per ser un barri amb transformacions constants, degut a la seva situació geogràfica (al centre de Barcelona) i a la seva història (vinculada al creixement industrial i als processos migratoris).

El comerç, a part d'ésser un dels motors econòmics més importants del Raval, esdevé un dels agents claus pel que fa les relacions entre els ciutadans. Així doncs, aquest estudi surt de la necessitat de conèixer aquests canvis i com s'interpreten des de la vessant econòmica i comercial.

L'Estudi Econòmic i Comercial del Raval esdevé una eina molt pràctica i indispensable per conèixer quines són les característiques del comerç i per tant poder realitzar una dinamització elaborada i conseqüent que potenciï un barri històric, únic i viu.

S'ha de remarcar la importància d'aquest projecte, no només perquè com a estudi d'una realitat sobre el territori és pioner, sinó perquè a més a més aporta dades detallades per a treballar, el present i el futur del comerç al Raval.

S'ha elaborat dues bases de dades en les què es recull tota la informació que s'ha recopilat en el treball de camp pel que fa l'oferta i la demanda. Aquestes constitueixen, no només una font de referència amb força informació sobre els comerços i serveis i el volum de gent que entra al barri, sinó també un punt de partida per estudis que es puguin plantejar en el futur sobre l'evolució de les característiques dels diversos àmbits analitzats.

1.2 Finalitat i Objectius

L'**Objectiu principal** d'aquest estudi consisteix en realitzar un anàlisi exhaustiu de tots els components que intervenen en l'activitat comercial del Raval.

Abans de començar a estudiar per separat cadascun dels components del comerç, es fa una contextualització del barri, per a conèixer la seva evolució i mostrar algunes de les dades més rellevants de l'actualitat.

Els objectius concrets són els següents:

1. Analitzar quina és la situació actual i les particularitats de l'Oferta Comercial (tant a nivell general com específic).
2. Saber quin és l'estat dels establiments i serveis (la seva distribució, quantitat i característiques principals,...).
3. Estudiar i veure quines són les característiques de la Demanda.



4. Conèixer quin es el perfil del demandant (qui compra i/o utilitzar els serveis i comerços).
5. Observar quanta gent entra al barri (a través de la tècnica del Comptatge), quines són les zones més freqüentades i comparar-ho altres eixos comercials.
6. Analitzar l'evolució i l'estat actual de l'Urbanisme.
7. Conèixer la situació de l'Associacionisme Comercial al barri.

La **Finalitat** és incidir en la millora de les polítiques comercials.

Per tant, l'estructura de l'estudi és la següent.

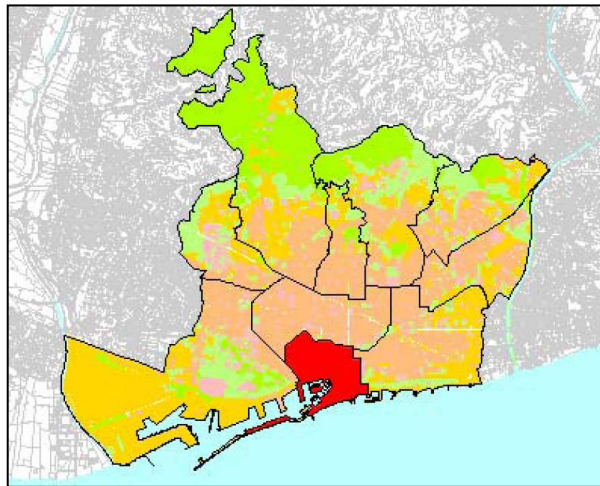
ESTRUCTURA DE L'ESTUDI ECONÒMIC I COMERCIAL

- 1- Introducció**
- 2- Contextualització: El Barri del Raval**
- 3- Anàlisi de l'Oferta Comercial del Raval**
- 4- Anàlisi de la Demanda Comercial del Raval**
- 5- Comptatge**
- 6- Anàlisi de l'Urbanisme**
- 7- Anàlisi de l'Associacionisme**
- 8- Conclusions Finals**
- 9- Iniciatives Proposades**

2. El Barri del Raval

2.1 Situació geogràfica

El **barri del Raval** està situat al sud de la ciutat de Barcelona, franquejat per la Rambla, el carrer Pelai, la Plaça Universitat, la Ronda Sant Antoni, la Ronda Sant Pau, el Paral·lel i el passeig Josep Carner.



El Raval, conjuntament amb la Barceloneta, el Parc (Sant Pere, Santa Caterina i la Ribera) i el Gòtic formen el districte de Ciutat Vella¹.



¹ Divisió territorial que data de l'any 1984.

2.2 Dades Poblacionals

Al Raval hi ha un total de 46.595 persones censades.

	Barcelona	Ciutat Vella	Raval
Superfície en Km2	101	4,5	1,1
Densitat població (hab./Km2).	15.873	25.119	42.787
Habitants	1.603.178	113.034	46.595

Font: Elaboració Pròpia a partir de dades de:
 Instituto Nacional de Estadística. INE (2006), Anuari Estadístic de la Ciutat de Barcelona 2006 i Padró Municipal d'Habitants a 30/06/2007

DENSITAT

El barri és, a dia d'avui, el més dens de Barcelona, amb 42.787 habitants per km². Ciutat Vella és el tercer districte més dens del municipi, amb 25.119 habitants per km², després de l'Eixample i Gràcia. I Barcelona, d'altra banda, és la segona ciutat d'Europa més densa, amb prop de 16.000 habitants per km², que només és superada per París, amb més de 20.000 habitants per km².

DISTRIBUCIÓ PER SEXES

El 54,9% dels habitants són homes, mentre que el 45,1% són dones.

	Total	%
Homes	25.581	54,9
Dones	21.014	45,1
Total	46.595	100

Font: Instituto Nacional de Estadística. INE (2006) i Padró Municipal d'Habitants a 30/06/2007

DISTRIBUCIÓ PER EDATS

Per grups d'edat, s'observa que la majoria de la població té una edat compresa entre els 25 i els 64 anys. És interessant però veure com els menors de 25 anys representen un 20,7% de la població, una xifra força significativa.

	Total	%
0 - 14	4.846	10,4
15 - 24	4.799	10,3
25 - 64	29.774	63,9
65 i més	7.176	15,4
Total	46.595	100

Font: Instituto Nacional de Estadística. INE (2006) i Padró Municipal d'Habitants a 30/06/2007

DISTRIBUCIÓ PER ORIGEN

Ciutat Vella concentra el 15% dels Estrangers de Barcelona. Tot i ser una xifra força elevada, s'ha de destacar que aquesta ha anat disminuint aquests últims anys (al 2001 representava el 21%).

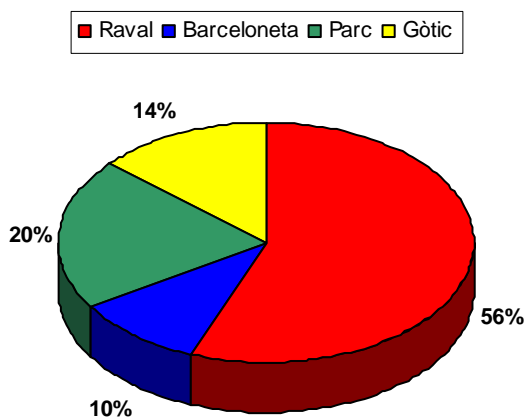
Durant el segle XX els fluxos de Població al Raval van ser molt variables. A finals dels setanta sobretot, la majoria de corrents procedien de comarques catalanes i de la resta de l'Estat espanyol. A partir dels noranta, la població immigrant va procedir de zones com el Magreb, l'Amèrica del Sud i l'Àsia. L'any 2000 es van assolir els valors més alts d'arribada de població al Raval. A partir d'aquí però, s'observa una lleugera disminució d'aquesta fins a l'actualitat.

	2006	2007	Creixement 07 -06
Estrangers al Raval	23.085	21.499	-1.586
% sobre Població Estrangera de Barcelona	8,9	8,5	-0,37
% sobre Població del Raval	47,2	45,7	-1,49

Font: Informe la Població estrangera a Barcelona 2007. Departament Estadística. Ajuntament de Barcelona i Padró Municipal d'Habitants a 30/06/2007

Aquest últim any s'ha produït un descens del 2,2% de població estrangera al Raval. Així, l'any 2007 el 45% del total de persones que l'habiten, són d'origen estranger.

% Població Estrangera Ciutat Vella 2007



En relació a Ciutat Vella: El Raval concentra el 56% dels Immigrants del Districte. El Segon lloc l'ocupa el Parc, en tercera posició trobem el Gòtic i per últim tenim la Barceloneta.

S'ha de concretar però, que el total de persones que viuen al barri (independentment del seu origen) representen prop del 40% dels habitants de Ciutat Vella.

Font: Informe la Població estrangera a Barcelona 2007. Departament Estadística. Ajuntament de Barcelona

En relació a les diferents procedències, al barri hi conviuen un gran número de nacionalitats:

Els pakistanesos amb 4.465 persones és la principal comunitat estrangera, seguits dels filipins (3.350 persones) i els marroquins (1.788 persones).

Destaca també l'elevada presència de persones procedents del sud est asiàtic: 1.352 de Bangladesh i 761 de l'Índia.

	Raval	% respecte a Població estrangera del Raval
Pakistan	4.465	21
Filipines	3.350	16
Marroc	1.788	8
Bangladesh	1.352	6
Equador	1.120	5
Itàlia	941	4
Bolívia	813	4
Índia	761	4
França	608	3
República Dominicana	516	2
Resta de Nacionalitats	5.785	27
Total	21.499	100

Font: Padró Municipal d'Habitants a 30/06 2007. Departament Estadística. Ajuntament de Barcelona

Com es pot observar, la població que s'ha instal·lat al barri té una cultura diferent a l'occidental amb unes necessitats i uns hàbits que difereixen (en algunes ocasions) de les que té la població autòctona. Tanmateix, el caràcter emprenedor dels tres



primers grups esmentats (pakistanesos, filipins i marroquins) és una característica principal d'aquests nouvinguts. Per tot això, i tal i com s'apunta més endavant, s'ha produït l'obertura de comerços regentats i adreçats per a una població d'origen immigrant.

És a dir, tenint en compte el nombre de persones d'origen estranger que viuen i treballen al Raval, es considera imprescindible l'atenció de les necessitats pròpies a la seva cultura, tot i que (tal i com s'analitza més endavant) l'escassa innovació i l'elevada concentració de comerços estandarditzats i amb poc atractiu per a les persones autòctones, han fet que al Raval existeixin àrees diferenciades comercialment.

La influència externa però, no només afecta als comerciants d'origen estranger sinó que també als autòctons. Així doncs, paradoxalment i tot i la rumorologia general, la imatge dels seus comerços també varia molt segons l'àrea comercial en la que es trobin.

2.3 Una mica d'història

L'extensió coneguda avui dia com "el Raval" va ser fins al segle XIV un terreny de camps i hortes que produïen aliments per Barcelona. Al 1359 es van començar a construir, al llarg del Regnat de Pere III el Cerimoniós, les muralles que configuren territorialment el Raval. Les drassanes queden fora, donat que tenien les seves pròpies defenses. El perímetre emmurallat era de 6.240 metres amb una extensió de 218 hectàrees, de les quals dues cinquenes parts corresponen al Raval. Les tres portes de sortida eren: Tallers (per on entraven els pagesos), Portal de Sant Antoni (l'accés més important) i la Porta de Santa Madrona (al costat de les Drassanes).

En aquells moments ja hi havia l'església de Sant Pau del Camp, amb un petit nucli d'habitants al seu voltant, i l'hospital de leprosos, que incloïa l'església de Sant Llàtzer, que mantenia en quarantena els visitants de la ciutat. Al 1348 havia arribat al port de Barcelona la pesta negra i un seguit d'epidèmies que van provocar la mortaldat d'un gran nombre dels seus habitants. El Raval es converteix en una "terra de convents" acollidora de la població més pobra i desemparada. Les tensions socials afloraran per arreu: al camp amb la revolta dels pagesos de remença contra els senyors feudals i, en l'interior de la ciutat es succeiran els enfrontaments entre famílies riques que monopolitzaven el govern de la ciutat (agrupats als voltants del "partit" de la Biga) amb la resta de sectors de la ciutat, artesans, mercaders,... (també amb la seva organització: la Busca).

A començaments del segle XVIII, es construïren les primeres indústries, comportant un inici d'urbanització de baixa qualitat destinada a la població obrera que arribava procedent del camp català. La implantació d'indústries arribà al seu moment màxim en el primer quart del segle XIX. Aproximadament, segons els censos, eren 74 els fabricants tèxtils del Raval l'any 1829, amb 6.992 telers entre filats, teixits i pintats. En aquells temps, és de destacar com a industrial de gran renom Erasme de Gònima o Erasme Janer, que aixecà la seva fàbrica al carrer Riera Alta, on hi fou fins als anys 30. Va voler aixecar una colònia obrera entre aquest carrer i el del Carme (on ell tenia el seu palau). La seva fàbrica era la més gran de l'època (amb més de 1000 obrers) i va rebre la visita, l'any 1802, del rei Carles IV.

A l'any 1860, essent les muralles ja enderrocades, hi havia 242 fabricants al Raval. Aquesta dada només es pot comparar amb els 232 fabricants de Sant Pere, ja que a la resta de la ciutat només hi havia 74 fàbriques. Entre les fàbriques del Raval n'hi ha una que ha passat a la història, situada a la part alta del carrer Tallers, pel seu nom: la fàbrica dels Bonaplata. Era una de les més grans (donant ocupació a 600-700 obrers) i va ser la primera moguda per vapor.

La industrialització definitiva del barri, suposà que a mitjans del s. XIX fos el més dens d'Europa, amb una estructura de carrers estrets i malgirbats.

La desamortització de Mendizábal, l'any 1837, va significar la pèrdua per part de l'església de gran part del seu patrimoni, que va passar a mans de l'estat i posteriorment de la burgesia, que en comprà una part considerable.

D'altra banda, el Raval també es caracteritza pel seu ampli moviment del teixit social, sent la seu, ja en el s. XIX, del naixement de sindicats i societats corals, fins avui en dia, on existeixen nombroses entitats del tercer sector, associacions culturals i moviments socials.

A finals del s. XIX el Raval presenta símptomes de crisi. Un degoteig de fàbriques van abandonant progressivament el barri. El Raval es va anar convertint cada vegada més en un barri de vivendes per a les classes amb menys poder adquisitiu, entre les quals els immigrants (vinguts sobretot en els anys de les exposicions universals de 1888 i 1929) n'eren una part destacada. Tothom estava d'acord en que el Raval necessitava reformes, però aquest hauria d'esperar molt de temps. No serà fins



l'any 1930 que el Raval no tindrà el seu estudi i pla de millora, el realitzat pel **GATCPAC** (Grup d'Arquitectes Tècnics Catalans Per l'Arquitectura Contemporània).

A començaments del segle XX, el Raval continuava tenint una composició social principalment obrera i va ser el centre dels primers moviments obrers. Així mateix, degut a la seva proximitat amb el port, es va caracteritzar per tenir una gran concentració de bars i sales d'espectacles a la zona sud, la qual va ser batejada com a barri xino.

En temps de la República el GATCPAC va realitzar un impressionant estudi sobre les mancances del barri, en les què va proposar el Pla Macià de reforma. Aquest pla volia donar solucions racionalistes a l'altíssima concentració existent en el barri amb la creació de noves vivendes, espais lliures per a serveis i construcció d'edificis complementaris com escoles, llars d'infants o biblioteques.

La Guerra Civil va impedir de dur a terme el pla del GATCPAC, alhora que va canviar profundament la fisonomia del barri. Moltes cases patiran les conseqüències dels bombardejos.

Durant el Franquisme, les deficiències existents encara s'agreujarien més. El descuit de l'administració va potenciar la degradació del barri. Les onades d'immigrants feren que proliferessin les pensions i els rellogats.

Arribada la democràcia, la situació del barri requeria millores urgents per fer front a l'excessiva densitat de població, la inseguretats a les indústries dels baixos d'habitatges, el complex urbanisme, la manca d'espais públics, els habitatges en males condicions, l'analfabetisme, l'absentisme escolar, la prostitució i les situacions de pobresa extrema. En aquesta època va irrompre amb força l'aparició de la droga al barri fet que va incrementar les situacions de risc i marginació. Tot això va comportar que la població amb més possibilitats emigrés cap a altres indrets, amb el conseqüent major empobriment.

L'administració, per tal de millorar aquesta situació, planteja doncs diferents instruments de planificació urbanística com el **PERI** (Pla Especial de Millora Interior)², que ajuda, entre d'altres coses, a millorar l'espai públic i la vivenda i a crear nous equipaments per les persones. Així doncs, s'han anat produint inversions importants, intervencions importants com l'Illa Robadors, la tresoreria de la Seguretat Social i el Conservatori del Liceu, que van incidir de forma molt clara en la configuració del teixit comercial i cultural del Raval Nord.

A partir del **Projecte del Liceu al Seminari**, tots els edificis històrics (Casa de la Caritat, Casa de la Misericòrdia, Casa dels Infants Orfes) esdevindran centres culturals de ciutat, CCCB, MACBA, CERC, UB, CIDOB, etc. facilitant l'entrada de nous visitants a aquest nou espai i per tant permeabilitzant el barri.

Això ha suposat un canvi en la tipologia del comerç del Raval Nord, que ha passat d'un comerç de barri a un comerç modern, galeries d'art, botigues de nous dissenyadors, restaurants i locals d'oci, entre d'altres.

En canvi, al Raval Sud (a partir del carrer Hospital cap el mar) els elements d'atracció són perimetrals, i per tant no és necessari entrar al barri per gaudir d'aquests.

Tal i com s'ha referit, un aspecte essencial per entendre la dinàmica del Raval al llarg de la història, són els moviments poblacionals. Tot seguit doncs, s'analitza l'evolució de la seva població i dels diferents moviments migratoris.

² A l'apartat d'Urbanisme expliquem en que consisteix.

2.4 Un barri d'arribada

Un dels factors determinants en el desenvolupament comercial de la zona és el caràcter canviant de la realitat social i cultural que té el barri.

El Raval ha estat un dels barris "d'arribada" per excel·lència de la ciutat de Barcelona.

Ja des de la industrialització i gràcies al que va significar, instal·lació d'indústries i de cases- fàbrica, es va produir l'arribada de un elevat nombre de població al Raval que provenia de àrees de la mateixa ciutat o de les rodalies.

L'enderroc de la muralla de la ciutat a partir del 1853 i la posterior reurbanització de la nova extensió del municipi, junt amb l'arribada de la màquina de vapor van propiciar dos tipus de moviments migratoris:

1. Un d'interior: les classes més benestants van abandonar l'antiga Ciutat de Barcelona (Districte de Ciutat Vella) per a anar a viure a l'Eixample.
2. I un d'atracció: l'arribada de nova població en un principi provenint de Catalunya i posteriorment, de tot l'Estat Espanyol.

Els moments més destacables d'aquest procés "d'arribada" van ser l'exposició de 1888, l'etapa de la Guerra de 1914 al 1918, la preparació de l'exposició del 1929 i el desenvolupament econòmic potenciat a l'època del franquisme³.

A continuació es presenta un quadre que mostra l'evolució poblacional dels anys 70 fins a l'actualitat:

Evolució de les xifres de població del barri, el districte i la ciutat, 1888-2007

Any	Núm. Habitants Raval	Núm. Habitants Ciutat Vella	Núm. habitants Barcelona	% Hab del Raval en Ciutat Vella	% Hab del Raval en Barcelona
1.888	77.327	-	-	-	-
1.900	86.439	199.762	537.354	43,27%	16,09%
1.910	83.501	191.623	587.411	43,58%	14,22%
1.920	95.462	216.115	710.335	44,17%	13,44%
1.930	102.093	231.561	1.005.565	44,09%	10,15%
1.950	107.473	240.429	1.280.179	44,70%	8,40%
1.960	105.122	236.798	1.557.863	44,39%	6,75%
1.970	73.176	173.638	1.745.142	42,14%	4,19%
1.981	(1980) 48.725	118.409	1.752.627	41,15%	2,78%
1.986	42.009	101.264	1.701.812	41,48%	2,47%
1.991	37.109	90.612	1.643.542	40,95%	2,26%
1.996	34.871	83.829	1.508.805	41,60%	2,31%
2.001	37.498	88.793	1.505.325	42,23%	2,49%
2.005	46.322	111.290	1.593.075	41,62%	2,90%
2.006	47.064	113.154	1.605.602	41,59%	2,93%
2.007	45.999	111.518	1.595.110	41,24%	2,88%

Font: Elaboració pròpia a partir de Tatjer, Garcia i Vilanova (1988) i www.bcn.es.

³ Ciutat Vella, El centre històric reviscolat. Model Barcelona Quaderns de Gestió, Martí Abella, 2004



Com ja s'ha esmentat a l'apartat anterior, a partir de la Democràcia (finals anys 70) es produeix una emigració massiva de la gent que vivia al barri. De fet, el número d'habitants disminueix en més de 25.000 persones. Com s'observa el Districte de Ciutat Vella en el seu conjunt també pateix un efecte similar, donat que el número total de persones que marxen d'ell és molt considerable.

Com a conseqüència d'aquest fenomen migratori **431 comerços del Raval van tancar les seves portes** en 7 anys (1981-1988)⁴.

L'arribada de la tercera onada migratòria al Raval, per tant, va suposar una revitalització tant del teixit comercial com social. **Els nouvinguts han estat el motor del comerç de proximitat** per diverses raons, per la manca de relleu generacional i pel fort caràcter emprenedor i empresarial dels nouvinguts.

La tendència poblacional d'aquests últims 5 anys ha estat creixent gràcies als moviments migratoris actuals. De l'any 2006 al 2007 però, destaca el descens de la població censada, tot i que el Raval continua mantenint una concentració de població (densitat) molt elevada.

Com es pot observar, el temps que ha transcorregut en passar d'un moviment migratori a un altre ha estat significativament curt i ha propiciat la concentració de persones en situació de precarietat dins del barri.

Dins de tot espai d'acollida de persones migrades (estats, ciutats...) adquireix una gran importància l'endogàmia cultural, és a dir, la implantació en un territori d'un primer grup de persones del mateix origen i/o de la mateixa branca familiar, com a element principal d'atracció per a la futura ubicació de les persones d'origen estranger que més tard arriben.

Cal destacar que la rapidesa amb la que s'han efectuat totes aquestes transformacions poblacionals del Raval és un factor determinant en l'evolució i en la situació actual del comerç, de l'associacionisme en general i de la vida social, cultural i econòmica del barri.

Tanmateix, es consideren les conclusions d'aquest estudi com les bases d'un possible pla d'intervenció global, que té en compte la influència de tots els àmbits en la realitat econòmica del barri. Per tant, algunes de les iniciatives esmentades en el darrer apartat d'aquest estudi contemplen, en molts dels casos, intervencions de relació i de convivència amb la població en general.

⁴ Estudi encarregat per Promoció de Ciutat Vella i realitzat per EARHA al juny del 1988

3. L'Oferta Comercial

3. 1. Introducció

La finalitat d'aquest apartat és conèixer detalladament quina és l'evolució i l'estat actual de l'Oferta Comercial del barri. En primer lloc, es fa un anàlisi comparatiu entre les dades generals d'Estudis Econòmics anteriors i les dades del 2006/07¹. Finalment, s'aprofundeix en el coneixement exhaustiu de cadascun dels eixos comercials del Raval i de les característiques dels seus comerços i serveis.

3.1.1. Objectius

Així, el objectius relacionats amb aquest camp d'anàlisi són:

1. Conèixer la localització i la situació dels locals dels principals eixos comercials del barri: quins estan en actiu, tancats, en traspàs, són magatzems o locals en rehabilitació. Tanmateix, volem saber quina és la seva distribució al Raval per àrees, Raval Nord i Raval Sud.
2. Analitzar l'oferta comercial del barri i la seva composició.
3. Estudiar i analitzar les característiques principals del comerç i dels serveis (any d'obertura, retolació, idioma de la retolació, accessibilitat, formes de pagament, si obre els dissabtes per la tarda,...).
4. Estudiar i analitzar les característiques dels propietaris dels locals en actiu (zona o país d'origen i edat).
5. Estudiar i analitzar quin és el llenguatge més utilitzat pels clients.
6. Relacionar totes aquestes característiques amb la tipologia de comerç, de sector i de zona del Raval (Nord o Sud).
7. Descriure l'evolució i la dinàmica de l'oferta comercial del barri, per zones i per carrers.

¹ Estudis elaborats per l'Ajuntament de Barcelona (Direcció de Serveis de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona) i propis.

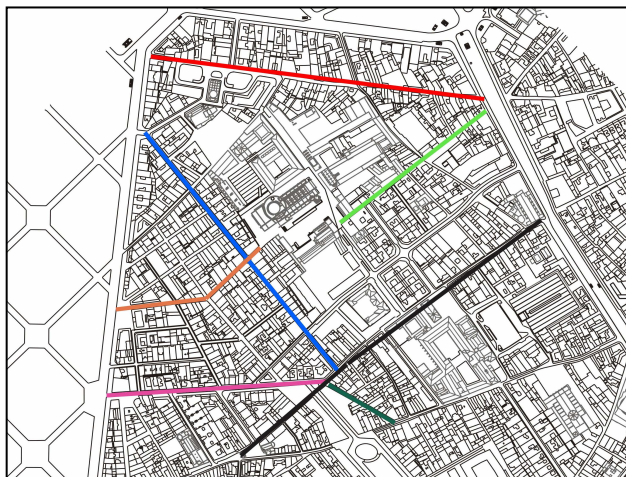
3. 2. Metodologia

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

- 1) **Recerca i anàlisi de Fonts Secundaries.** Per tal de realitzar una contextualització territorial i sectorial adequada, s'han recollit les dades existents i relatives al comerç dins del Districte de Ciutat Vella, del barri, de les seves àrees comercials i dels seus carrers. En aquest punt la documentació consultada ha sigut la dels estudis elaborats per l'Ajuntament de Barcelona (Direcció de Serveis de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona) i propis.
- 2) **Tècnica de l'Observació Directa i de l'Enquesta.** Per tal d'obtenir dades actuals i específiques del barri - tot tenint en compte la multitud de factors que incideixen en l'oferta comercial- s'ha seleccionat una mostra representativa de la mateixa a l'hora de realitzar l'observació i les enquestes. Aquesta mostra divideix el Raval en la part Nord i la part Sud i està formada pels comerços i els serveis dels principals eixos comercials del barri.

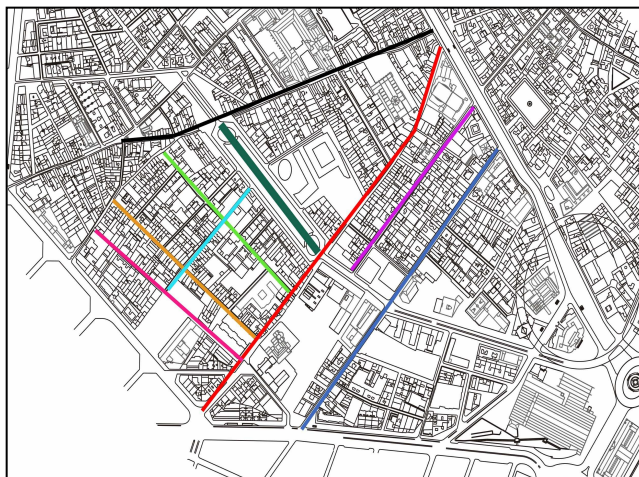
Així doncs, s'ha treballat en els següents carrers:

A la part Nord



- 1- **C. Tallers**
- 2- **C. Joaquim Costa**
- 3- **C. Riera Alta**
- 4- **C. Ferlandina**
- 5- **C. Elisabets**
- 6- **C. Carme**
- 7- **C. Riera Baixa**

I a la part Sud



- 1- **C. Hospital**
- 2- **C. Sant Pau**
- 3- **C. Unió i Marqués de Barberà**
- 4- **C. Nou de la Rambla**
- 5- **Rambla del Raval**
- 6- **C. Riereta**
- 7- **C. Carretes**
- 8- **C. Sant Pacià**
- 9- **C. Reina Amàlia**



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

Univers: La totalitat de locals que siguin servei o comerç dels principals eixos (carrers) senyalats al territori de referència.

Qüestionari¹: El qüestionari té una part d'observació directa (9 preguntes) i una altra que consisteix en preguntar el propietari (8 preguntes). La majoria de preguntes personals són obertes. La durada mitjana per entrevista ha estat de 10 minuts (incloent la observació).

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

El camp de les variables:

V1 → TIPUS DE COMERÇ: Minorista (1), Majorista (2), Serveis (3), Combinat (4). Dintre de Combinat hi ha, + majorista (4.1) i + al detall (4.2).

V2 → SECTORS DEL COMERÇ MINORISTA: Classificació.

- 1.- **Alimentació** (Fruïtes i verdures, Carn, Peix, Begudes, Tabac i Altres, Supermercat, Forn de pa,...).
- 2.- **Tèxtil, calçat i pell** (Roba, Sabateria, Marroquineria, etc..).
- 3.- **Parament de la Llar** (Mobles i articles de Fusta, Aparells domèstics, Ferreteria, Equipament llar,...).
- 4.- **Oficina, Mecànica de Precisió** (mobles i màquines d'oficina, òptiques,...).
- 5.- **Llibres i Diaris.**
- 6.- **Productes químics i farmacèutics** (Drogueria i Perfumeria, Farmàcies, Combustibles i Carburants,...).
- 7.- **Material de Transport** (Vehicles, Accessoris per a vehicles,...).
- 8.- **Comerç Mixt** (Cafeteria + Llibreria,...).
- 9.- **Altres** (Basars, Juguines, Laminadures, Esports, Armes, Floristeries, Joieria, Rellotgeria, Hipermercats, Segells,...).

V3 → SECTORS DE SERVEIS: Classificació.

- 1.- **Restaurants, Bars i Hotels.**
- 2.- **Reparacions** (Electrodomèstics, Automòbils,...).
- 3.- **Transports i Comunicacions** (Transports, Locutoris, Enviament de diners, Agències de Viatges,...).
- 4.- **Finances i Assegurances** (Bancs i Caixes d'Estalvi, Assegurances,...).
- 5.- **Manteniment, Neteja i Protecció** (Bugaderia).
- 6.- **Ensenyament** (Escoles, instituts, escoles de música, escoles d'idiomes,...).
- 7.- **Sanitat i Assistència** (Serveis Personals, Tresoreria General de la Seg. Social,...).
- 8.- **Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses** (Assessories, Immobiliàries,...).
- 9.- **Altres Serveis Culturals i Personals** (Cultura i Lleure, Perruqueries i salons de bellesa, Tatoos, Fotografia,...).

V4 → ESTAT DEL LOCAL: En actiu (1), Tancat (2), En traspàs (3), Magatzem (4), En Rehabilitació (5).

V5 → TE RÈTOL: Si (1), No (2).

V5.1 → IDIOMA DEL RÈTOL: Castellà (1), Català (2), Àrab (3), Urdu(4), Català + 1 (5), Castellà + 1 (6), Català + Castellà (7), Altres (8). Anglès (9). Dintre d'Altres hi ha Nom Propi (8.1) i Marca (8.2).

V6 → ACCESSIBILITAT (ACC.: Accessibilitat al establiment o espai públic i entrada al mateix des de la vorera):

"ACCESIBLE" (1).

No hi ha escales o només un esglaó amb altura inferior a 12 cms.
Portes amb una amplada superior a 70 cms.

"ACCESIBLE AMB DIFICULTAT" (2).

Màxim d'un peldany entre 12 i 20 cm.
Portes amb una amplada mínima de 65 cms.

"INACCESIBLE" (3).

Més d'un esglaó de 20 cm.
Portes amb una amplada inferior a 65 cms.

V7 → TARGETA DE CRÈDIT: Es pot pagar amb targeta de crèdit (1), No es pot pagar amb targeta de crèdit (2).

V7.1 → % DE GENT QUE PAGA AMB TARGETA DE CREDIT: %.

V8 → OBERTURA ELS DISSABTES A LA TARDA: Si (1), No (2).

V9 → PER QUI ESTÀ REGENTAT EL NEGOCI: Autòcton (1), Immigrant No Comunitari (2), Immigrant Comunitari (3).

V9.1 → PAIS D'ORIGEN EN CAS DE QUE SIGUI IMMIGRANT:
Resposta Oberta.

V10 → EDAT DE L'EMPRESARI: Jove (1) → entre 16 i 35 anys, Mitjana d'Edat (2) → entre 36 i 50 anys, Edat Avançada (3) → més de 50 anys.

V11 → EN QUINS IDIOMES ES DIRIGEIX LA CLIENTELA AL COMERCIANT:
(Multiresposta) Castellà (1), Català (2), Anglès (3), Francès (4), Àrab (5), Urdu (6), Xinès (7), Altres (8).

V11.1 → Especificació d'altres: Resposta oberta.

V12 → CARRER: Nom del carrer on està situat l'establiment.

V13 → ZONA ON ESTÀ SITUAT L'ESTABILMENT: Zona Nord (1), Zona Sud (2).

V14 → ANY D'OBERTURA DEL NEGOCI: Resposta oberta.

L'Observació realitzada en cadascuna de les zones i dels carrers esmentats, s'ha efectuat de forma continuada al llarg del 2006-2007. La finalitat de la utilització d'aquesta tècnica ha sigut la recollida de dades, no únicament quantitatives, sinó que també qualitatives. El grau de coneixement que s'obté a peu de territori, ha sigut un dels elements a tenir en compte en l'elaboració de les conclusions i iniciatives generals i específiques que s'ha desenvolupat en aquest estudi.

Pel que fa al treball de camp i a la realització de les enquestes, s'ha d'explicar que s'ha visitat cadascun dels establiments i serveis dels carrers acabats de referir. La finalitat era observar les característiques externes del local i fer una sèrie de preguntes sobre el comerç, el seu propietari i els clients².

² A l'annex Núm. 1 i 2, pàg. 352-355 " Fitxa tècnica de l'observació i Model d'Enquesta realitzada als comerciants".



Les visites efectuades han transcorregut amb normalitat i un 90% dels comerciants no ha posat cap pega a l'hora de respondre les preguntes. Tot i així, ens han existit petites dificultats: la necessitat de preguntar en anglès per la manca de coneixement del castellà o el català per part d'alguns comerciants, la necessitat de retornar a alguns dels comerços (donat que el principal responsable no hi era i els treballadors es negaven a contestar), la desconfiança d'alguns empresaris sobre la utilització de les dades i el cansament per part dels enquestats de respondre preguntes d'aquest tipus.

3. 3 Dades Generals

Seguidament, i a través de l'estudi de les dades de l'Ajuntament de Barcelona, es farà una contextualització de les activitats econòmiques existents tant al Districte de Ciutat Vella com al Barri del Raval³. Aquesta aproximació, servirà per conèixer la situació de les activitats econòmiques de Ciutat Vella i del Raval i, per tant, per confirmar l'evolució del seu comerç i dels seus serveis.

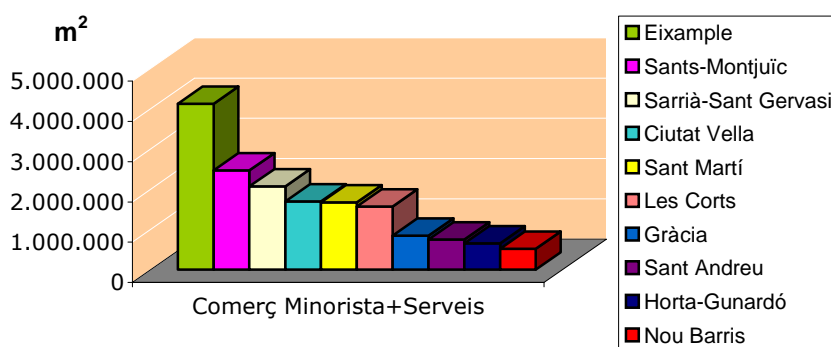
Després d'aquesta primera aproximació, s'adjuntaren les dades estretes del Treball de Camp realitzat durant l'any 2006-2007 i referides a les activitats econòmiques establertes als carrers assenyalats en l'apartat metodològic⁴. Així, s'analitzarà minuciosament l'estat i les característiques de l'Oferta Comercial del Raval.

3.3.1. Dades de l'Ajuntament

Tenint en compte que el Districte de Ciutat Vella és el quart Districte de la Ciutat de Barcelona amb més oferta comercial (comerç minorista+serveis):

DISTRICTE	Comerç minorista+serveis
Eixample	4.112.253
Sants-Montjuïc	2.458.625
Sarrià-Sant Gervasi	2.060.530
Ciutat Vella	1.692.226
Sant Martí	1.665.323
Les Corts	1.563.908
Gràcia	839.492
Sant Andreu	745.718
Horta-Guinardó	650.744
Nou Barris	512.090
Total	16.300.909

m2 d'Oferta Comercial als Districtes de Barcelona



La significació de l'Oferta Comercial del Raval dins del Districte i la seva evolució és la que a continuació es detalla.

³ Dades estretes per l'Ajuntament de Barcelona, Direcció General de Comerç i Consum, a través dels expedients de llicències.

⁴ Veure pàg 14, Carrers objecte de l'Anàlisi de l'Oferta



3.3.1.1. Dades Generals⁵

Les dades que exposen la tendència a curt termini de l'Oferta Comercial existent al Districte i al barri indiquen que tant Ciutat Vella com el Raval han patit un augment de les seves activitats econòmiques de gairebé un punt percentual.

	ANY 2001	ANY 2002	ANY 2003	ANY 2005
Ciutat Vella	9.360	9.199	9.377	9.440
Raval	3.327	3.306	3.303	3.349
Percentatge Raval/ Districte	35'19%	36'05%	34'55%	35,47%

	ANY 2000-2005
INCREMENT DISTRICTE	0'85%
INCREMENT RAVAL	0'9%

Llegenda
Valor Positiu
Valor Negatiu

3.3.1.2. Dades per sectors

Les dades referents als dos sectors principals que configuren l'Oferta Comercial són:

Pel que fa al Comerç Minorista,

	ANY 2000	ANY 2001	ANY 2002	ANY 2003	ANY 2005
Ciutat Vella	4.102	4.240	4.137	4.078	3.948
Raval	1.458	1.525	1.481	1.472	1.417
% Raval/ Districte	35'54%	35'96%	35'79%	36'09%	35,89%

	ANY 2000-2005
INCREMENT DISTRICTE	3'75%
INCREMENT RAVAL	2,81%

Llegenda
Valor Positiu
Valor Negatiu

S'observa que la tendència és a la baixa tant al Districte com al barri (any 2000-2005). Tanmateix, el Raval amb 1.417 establiments comercials i el Gòtic (amb 1.335), són els barris de Ciutat Vella que concentren un major nombre de locals destinats a la venda al detall.

Es corrobora per tant, l'etapa de recessió en la que es troba Ciutat Vella: ha disminuït el sector en 154 activitats. Al Raval el descens és de 41 establiments i el pes del sector del comerç respecte al del Districte es manté entre el 35 i el 36%.

⁵ Dades que contempnen al Sector del Comerç Minorista i el dels Serveis.



En referència al sector dels Serveis,

	ANY 2001	ANY 2002	ANY 2003	ANY 2005
Ciutat Vella	5.120	5.062	5.299	5.492
Raval	1.802	1.825	1.831	1.932
% Raval/ Districte	35'19%	36'05%	34'55%	35,17%

	ANY 2000-2005
INCREMENT DISTRICTE	7,26%
INCREMENT RAVAL	7,21%

Llegenda
Valor Positiu
Valor Negatiu

La tendència del Districte i del Raval (entre l'any 2001 i el 2005) és a l'alça: s'ha produït un augment similar de serveis a Ciutat Vella i al barri. El Raval té una concentració de serveis que representa el 35,17% del total al Districte.

Fent un anàlisi de les dades per sectors i branques es reflecteix la distribució de l'Oferta Comercial i el seu desenvolupament:

		Ciutat Vella					Raval				
		ANY 2000	ANY 2001	ANY 2002	ANY 2003	ANY 2005	ANY 2000	ANY 2001	ANY 2002	ANY 2003	ANY 2005
Establiments Comercials	Alimentació	1.350	1.385	1.385	1.364	1.280	649	672	657	654	627
	Tèxtil, Calçat i Pell	792	821	821	833	858	190	202	202	200	207
	Parament Llar	539	555	555	537	545	188	196	181	174	172
	Oficina/Mecànica de Precisió	139	140	140	139	128	55	60	58	60	52
	Llibres/Diaris	233	229	229	223	207	78	74	76	78	67
	Productes Químics/Farmacèutics	238	238	238	229	217	77	78	78	75	74
	Material Transport	34	35	35	31	40	7	8	6	5	7
	Altres	777	734	734	722	673	214	235	223	226	211
	Total Comerç Minorista	4.102	4.137	4.137	4.078	3.948	1.458	1.525	1.481	1.472	1.417
Serveis ⁶	Restaurants, Bars i Hotels		1.859	1.759	1.925	1.939		633	648	642	640
	Reparacions		122	114	109	98		53	49	46	43
	Transports i Comunicacions		608	601	577	531		243	244	230	222
	Finances i Assegurances		201	202	191	189		54	56	59	61
	Manteniment, neteja i protecció		28	34	33	33		11	15	15	19
	Ensenyament		258	270	266	299		83	83	81	106
	Sanitat i Assistència		107	112	115	123		35	35	38	43
	Altres Serveis Culturals i Personals		902	910	923	947		342	350	358	378
	Activitats immobiliàries i Serveis a empreses		1.035	1.060	1.160	1.333		348	345	362	420
	Total Serveis		5.020	5.062	5.299	5.492		1.802	1.825	1.831	1.932
TOTAL		9.260	9.199	9.377	9.440		3.327	3.306	3.662	3.349	

⁶ Dades de l'any 2000 no disponibles.

Dins dels Establiments Comercials⁷:

- Hi ha un comportament similar i una relació directa entre les davallades sofertes pel Districte i pel Raval en aquest sector, a excepció del Parament de la Llar. És a dir, s'observa un descens significatiu en les següents branques.
 1. Alimentació, 70 activitats menys al Districte i 22 al barri.
 2. Oficina i Mecànica de Precisió, 11 i 3.
 3. Llibres i Diaris, 26 i 11.
 4. Productes Químics i Farmacèutics, 21 i 3.
 5. Altres, 104 i 3.
- Tot i la davallada que pateix la branca de l'Alimentació, el Raval aglutina el 49% de l'Oferta Comercial al Districte de Ciutat Vella.
- En la resta de subsectors (a excepció del de Material de Transport), el barri significa entre un 31% i un 34% del total de l'activitat.

Dins dels Serveis⁸:

- El comportament també és similar a les branques que tendeixen a l'alça amb una excepció, les Finances i Assegurances disminueixen en el còmput absolut del Districte (12 locals menys) però augmenten en el relatiu referit al Raval (7 noves llicències).
 1. Els Restaurants, Bars i Hotels incrementen en 80 llicències al Districte i al Raval en 7.
 2. El Manteniment, la Neteja i la Protecció augmenten 5 i 8.
 3. L'Ensenyament, 41 i 23.
 4. Sanitat i Assistència, 16 i 8.
 5. Altres Serveis Personals i Culturals, 35 i 36.
 6. Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses, 298 i 72.
- El Raval aglutina al 33% del total de locals de la branca dels Restaurants, dels Bars i dels Hotels de Ciutat Vella.
- En el subsector de les Finances i les Assegurances i en el d'Altres Serveis Personals i Culturals, representa un 32% i un 31% respectivament.
- En la resta, fluctua entre un 35% i un 43% de representativitat, destacant l'augment de les Activitats Immobiliàries i els Serveis a les Empreses.

⁷ Comparativa Districte de Ciutat Vella i Raval anys 2000-2005.

⁸ Comparativa Districte de Ciutat Vella i Raval anys 2001-2005.

3.3.1.3. Conclusions

De l'estudi de les dades exposades i d'altres d'analitzades en els documents referits, destaquen diverses conclusions.

Generals:

- El Districte de Ciutat Vella té una àmplia Oferta Comercial i un pes específic elevat dins de Barcelona, suposa un 10,38% del total de la ciutat.
- El Raval és el barri de Ciutat Vella que concentra un major nombre d'establiments comercials (1.417) i de serveis (1.932).
- Junt amb el Gòtic, representen més del 60% de l'Oferta Comercial del Districte.

Per sectors:

a) ESTABLIMENTS COMERCIALS.

La tendència en aquest sector, tot i que hi ha una davallada, sembla que sigui d'equilibri i que respongui a una sobresaturació del mercat.

Pel que fa al nombre d'activitats comercials en l'Alimentació, i tenint en compte el descens produït en ambdós territoris, volem destacar que el Raval és el barri de Ciutat Vella amb més concentració d'establiments que pertanyen a aquesta branca. És a dir, el comerç de l'Alimentació del barri pot estar absorbent clientela de les zones més properes i/o pot trobar-se en un moment de saturació del mercat.

b) SERVEIS

La tendència general d'aquest sector entre l'any 2001 i el 2005, al contrari que als establiments comercials, és a l'alça.

El Gòtic aglutina a un major nombre de Restaurants, Bars i Hotels, (37 més) i d'Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses (11 més) que el Raval.

En la resta de subsectors, el Raval mostra majors concentracions que el Gòtic.

El sector dels serveis no mostra un comportament de saturació, donat que manté una tendència al creixement moderat.

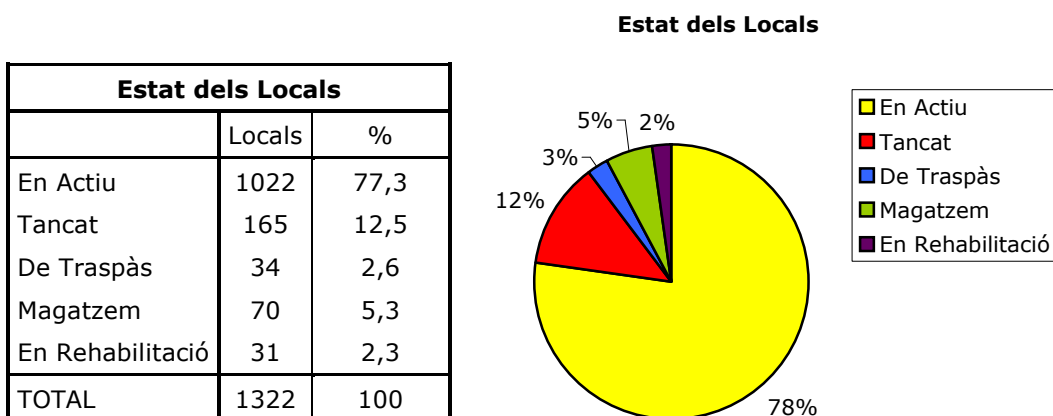


3.3.2. Dades extretes del Treball de Camp

Tot seguit, s'exposen i analitzen les dades generals que es refereixen a l'estat de l'Oferta Comercial dels principals eixos comercials del Raval en l'any 2006-2007: estat dels locals i tipologies comercials existents al barri.

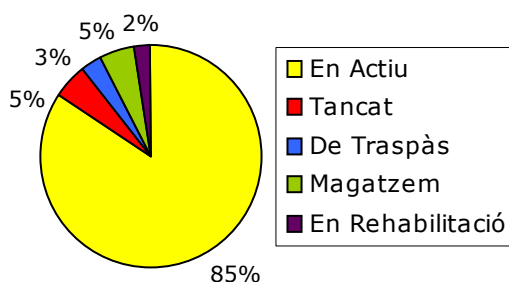
3.3.2.1. Estat dels Locals

En primer lloc, es recull l'estat dels locals del Raval: en actiu, tancats, en traspàs, són magatzems o en rehabilitació. De les dades obtingudes es pot extreure la conclusió que el barri del Raval consta d'una elevada activitat econòmica i comercial. Un 80% dels locals es troben en actiu o en rehabilitació. D'altra banda, el nombre de locals sense activitat (tancats, de traspàs i magatzems) representa gairebé el 20%.

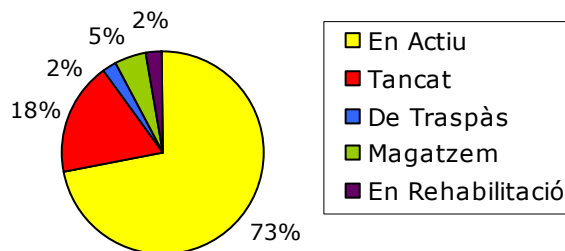


Per tal de fer una primera aproximació en profunditat, s'ha volgut saber quin és l'estat dels locals en cadascuna de les zones del barri: El Raval Nord i el Raval Sud. Aquí es pot observar que la part Sud del Raval és la que agrupa la majoria dels locals (747 enfront 575). Si s'estudia cada zona per separat, s'observa que a la zona Sud els locals tancats o magatzems són superiors tant en números absoluts (174 enfront 61), com en relatius (el 23% dels locals de la zona Sud són magatzems o estan tancats per contra del 10% de la zona Nord).

Estat dels Locals Raval Nord



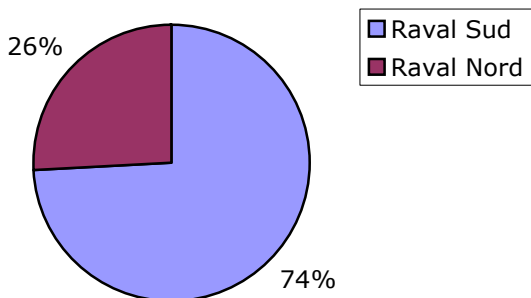
Estat dels Locals Raval Sud



Estat dels Locals per zones				
	Nord	%	Sud	%
En Actiu	484	84,2	538	72,0
Tancat	31	5,4	134	17,9
De Traspàs	17	3,0	17	2,3
Magatzem	30	5,2	40	5,4
En Rehabilitació	13	2,3	18	2,4
TOTAL	575	100	747	100

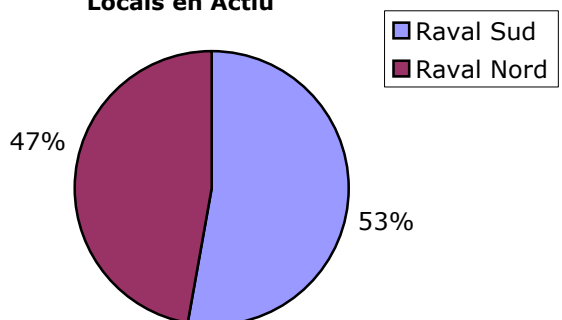


Locals Tancats o Magatzems



Una clara majoria dels locals tancats o magatzems del barri del Raval (el 74%) es situen a la zona Sud.

Locals en Actiu



Per altra banda, els locals en actiu en números absoluts també son superiors (un 53%) a la part Sud del barri. En números relatius però, tenen més pes a la zona Nord (un 85% estan actius a la part Nord davant d'un 73% a la part Sud).

Específicament, els carrers analitzats amb menys activitat són:

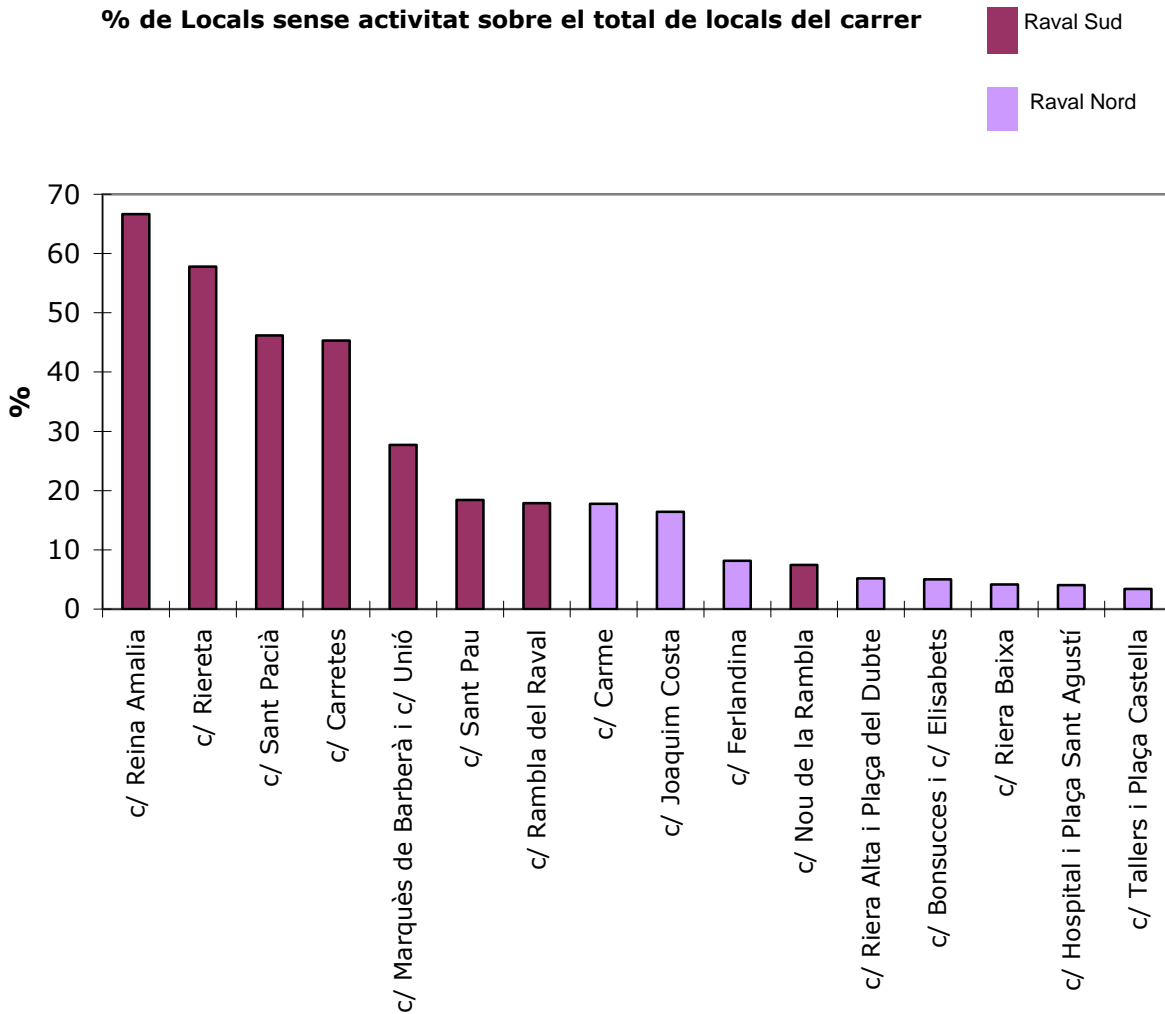
Carrers amb locals Tancats o Magatzems	
Carrer	Total
Carretes	34
Sant Pau	28
Reina Amàlia	26
Riereta	26
Carme	24
Marquès de Barberà i Unió	23
Joaquim Costa	22
Sant Pacià	12
Rambla del Raval	10
Nou de la Rambla	9
Hospital i Plaça Sant Agustí	6
Ferlandina	4
Tallers i Plaça Castella	4
Bonsuccès i Elisabets	3
Riera Alta i Plaça del Dubte	3
Riera Baixa	1
TOTAL	235

% de locals Tancats o Magatzems sobre el Total de locals del Carrer	
Carrer	%
Reina Amàlia	67
Riereta	58
Sant Pacià	46
Carretes	45
Marquès de Barberà i Unió	28
Sant Pau	18
Rambla del Raval	18
Carme	18
Joaquim Costa	16
Ferlandina	8
Nou de la Rambla	7
Riera Alta i Plaça del Dubte	5
Bonsuccès i Elisabets	5
Riera Baixa	4
Hospital i Plaça Sant Agustí	4
Tallers i Plaça Castella	3

La primera taula recull quins són els carrers del Raval que tenen més locals tancats o magatzems en números absoluts, mentre que la segona ens mostra quins carrers tenen més locals tancats respecte al total dels locals del mateix carrer.



La distribució d'aquests carrers, mostra el percentatge de locals que no desenvolupen activitat comercial per zones:



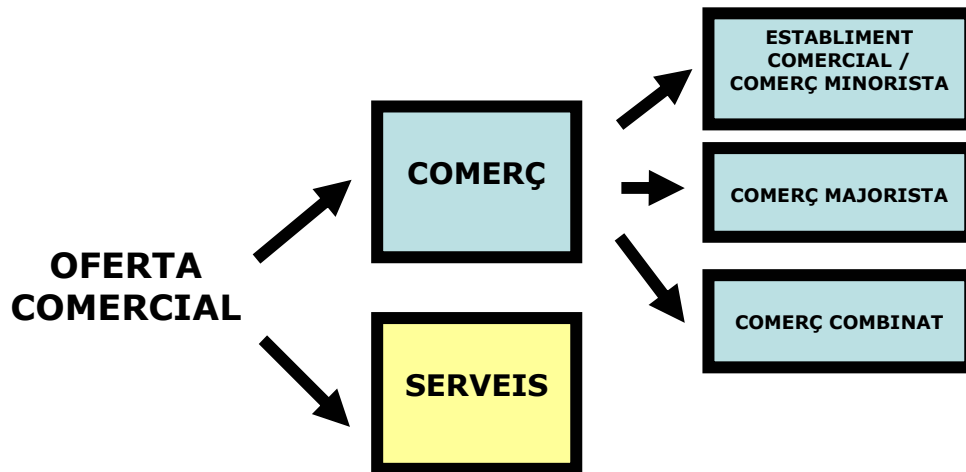
Aquí, torna a destacar la zona Sud del barri, per agrupar un major nombre de carrers que tenen una menor activitat econòmica. Més concretament, ha de fer reflexionar la manca d'activitat de carrers com Reina Amàlia, Riereta, Sant Pacià o Carretes.

3.3.2.2. Tipologies dels Locals en Actiu

Abans de passar a l'anàlisi en profunditat de l'Oferta Comercial, es detalla la classificació de la mateixa en la realització d'aquest estudi.

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

L'Oferta Comercial engloba principalment dues categories: el Comerç i els Serveis.



Dintre del **Comerç** hi ha tres tipologies:

1. *L'Establiment Comercial o Comerç Minorista*⁹: S'entén per comerç minorista, aquella activitat desenvolupada amb ànim de lucre, que consisteix en oferir la venda de qualsevol classe d'article als destinataris pertinents, utilitzant o no un establiment.
2. *El Comerç Majorista*: S'entén per comerç majorista, aquella activitat desenvolupada amb ànim de lucre, que a diferència del comerç minorista, consisteix en oferir la venda de qualsevol classe d'article a l'engròs.
3. *El Comerç Combinat*: Fa referència a tots aquells comerços que combinen la venda a l'engròs amb la venda al detall. Es classifiquen segons l'origen del pes específic de la recaptació:
 - a. Més beneficis a través de la venda al major.
 - b. Més beneficis a través de la venda al detall.
4. Considerem els *Serveis*, per un altra banda, com el resultat de portar a terme una activitat entre proveïdor i client, que generalment és intangible.

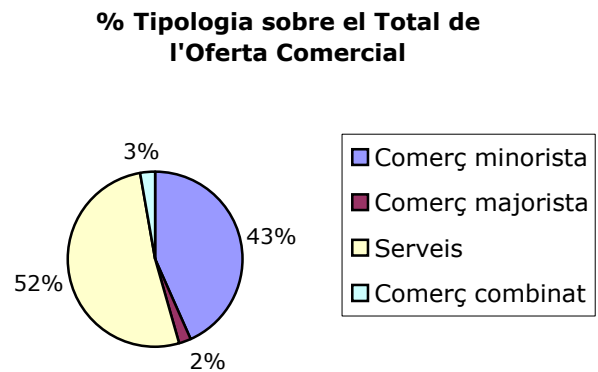
Tant el Comerç com el dels Serveis es classifiquen internament per branques, que més endavant s'analitzen.

⁹ Font: "Ley Ordenación Comercio Minorista 7/1996".



Pel que fa a l'Oferta dels principals eixos comercials del Raval:

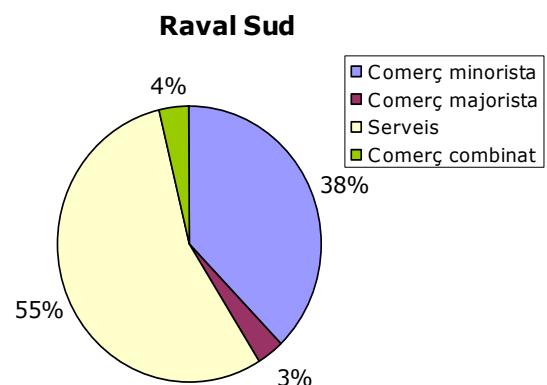
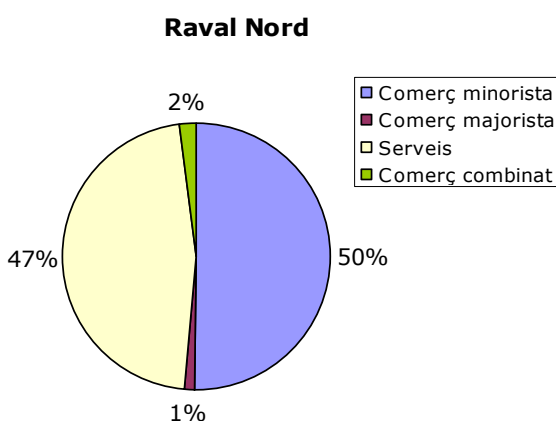
Tipologies al Raval		
	Totals	%
Comerç minorista	446	43,6
Comerç majorista	23	2,3
Serveis	524	51,3
Comerç combinat	29	2,8
TOTAL	1022	100



Els serveis tenen més pes en l'activitat econòmica del barri (el 51% dels locals). Molt a prop, hi ha el comerç minorista (amb el 43% d'establiments). Completen l'Oferta Comercial el comerç majorista i el combinat amb el 2,3% i el 2,8% respectivament.

A l'anàlisi per zones s'observa:

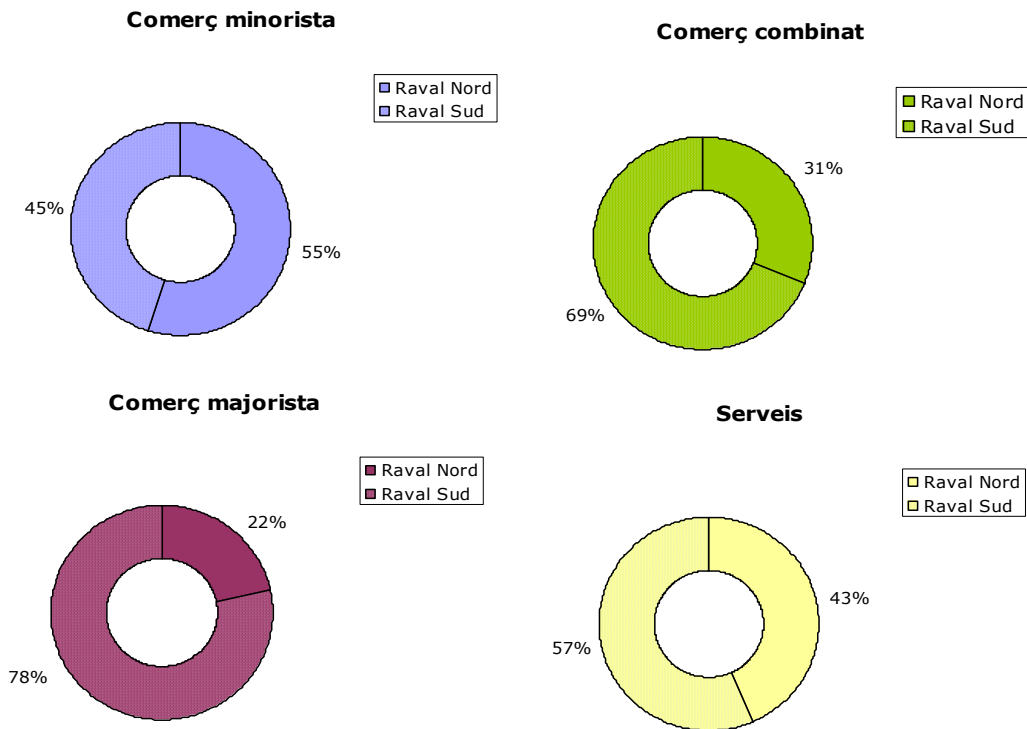
Tipologies al Raval				
	Raval Nord		Raval Sud	
	Totals	%	Totals	%
Comerç minorista	244	50,4	203	37,9
Comerç majorista	5	1,0	18	3,4
Serveis	226	46,7	297	55,5
Comerç combinat	9	1,9	20	3,7
TOTAL	484	100	538	100



Al Raval Nord hi ha més presència del sector del comerç minorista (50%), mentre que al Raval Sud són més representatius els serveis (55%). La presència de comerç majorista i combinat es lleugerament superior a la part Sud del barri (un 7% davant un 3%).



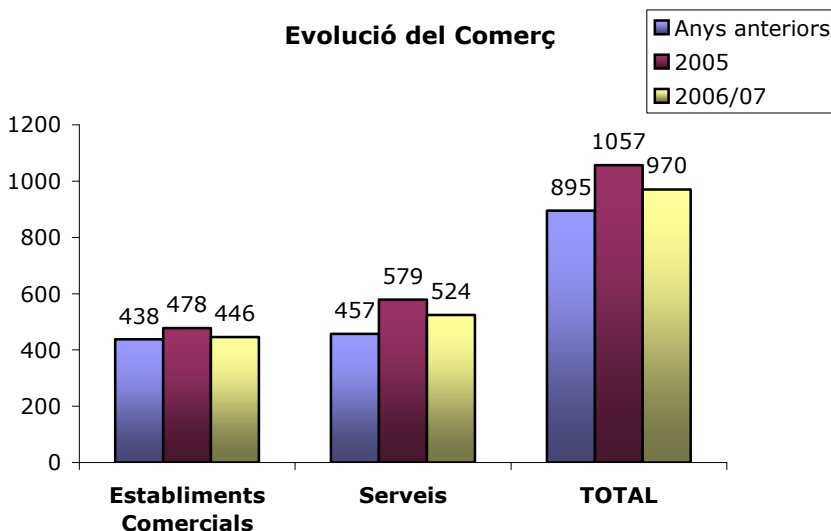
A continuació, s'avalua la distribució nominal pel barri de cadascuna de les tipologies:



Del total d'establiments que formen part del comerç minorista, la part Nord del barri aglutina a un major nombre i, per tant, mostra un percentatge significativament superior (10 punts percentuals) que el Sud. En canvi, la resta de tipologies (serveis, majoristes i comerç combinat), tenen una presència més significativa a la part Sud del Raval.

Analitzant els principals sectors que configuren l'Oferta Comercial dels eixos comercials del barri, s'observa l'evolució:

Comerç Minorista + Serveis				
Tipologia	Anys anteriors	2005	2006/2007	05-06/07
Establiments Comercials	438	478	446	-32
Serveis	457	579	524	-55
TOTAL	895	1057	970	-87



Tot i que en la comparativa 2005-2006, es produeix una davallada tant en el comerç minorista com en els serveis, en la comparativa realitzada amb els anys anteriors, es dona un augment del nombre de locals en actiu (8 establiments comercials i 67 serveis més).

3. 4. El Comerç Minorista

En aquest apartat s'observa l'evolució del comerç minorista del Raval en els darrers anys fins el 2006-2007. Tanmateix, s'amplia el coneixement de l'estat actual dels locals visitats, dels seus propietaris i de la seva clientela particular. Per tant, s'estudia exhaustivament el comerç als eixos del Raval a l'any 2006-2007.

Tal i com s'ha esmentat en el punt anterior, el comerç minorista està format per tot un conjunt de branques. Aquestes es resumeixen en el següent quadre:

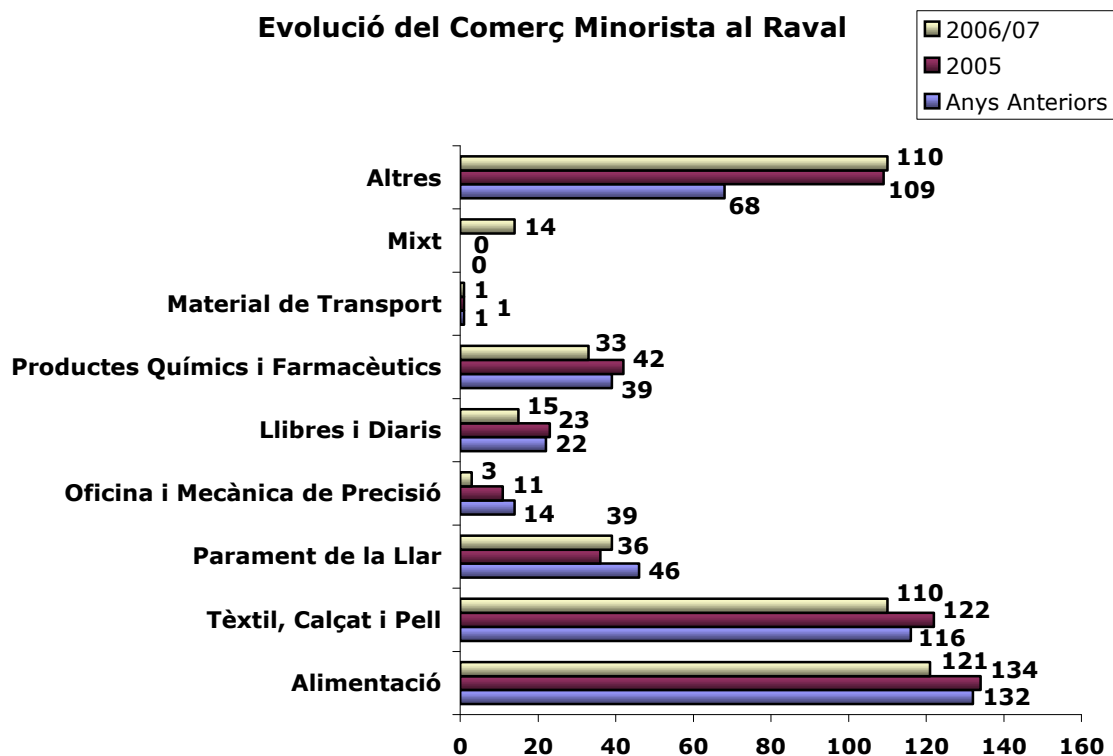
<p>a) Alimentació</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fruites i Verdures. • Carn i Porc Ous i Aus. • Peix i Marisc. • Begudes. • Tabac i Altres. • Autoservei / Superservei / Supermercat. • Pa i Pastisseria. <p>b) Tèxtil, calçat i pell</p> <ul style="list-style-type: none"> • Productes tèxtils. • Vestir. • Merceria. • Calçat i Pell. <p>c) Parament de la Llar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mobles i Articles de Fusta. • Aparells Domèstics. • Parament Ferreteria. • Material Equipaments Llar. <p>d) Oficina i Mecànica de Precisió</p> <p>e) Llibres, diaris i Revistes</p>	<p>f) Productes Químics i Farmacèutics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Drogueria i Perfumeria. • Farmàcies. • Combustibles i Carburants. • Herbolaris. <p>g) Material de transport</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vehicles. • Accessoris Per a Vehicles. <p>h) Comerç Mixt, combina la venda al detall amb l'oferiment d'un servei.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Exemple: forn de pa + cafeteria <p>i) Altres</p> <ul style="list-style-type: none"> • Joguines, Esports i Armes. • Floristeries. • Joieria- Rellotgeria. • Grans Magatzems i Hipermercat. • Segells- Monedes i Antiguitats. • Maquinària. • Altres.
---	--

3.4.1 Comparativa del Comerç Minorista

L'evolució del comerç minorista del Raval a través de l'anàlisi dels principals eixos comercials del barri¹⁰ en els darrers anys és:

RAVAL EN GENERAL				
Sectors del Comerç	Anys Anteriors ¹¹	2005	2006/2007	05-06/07
Alimentació	132	134	121	-13
Tèxtil, Calçat i Pell	116	122	110	-12
Parament de la Llar	46	36	39	+3
Oficina i Mecànica de Precisió	14	11	3	-8
Llibres i Diaris	22	23	15	-8
Productes Químics i Farmacèutics	39	42	33	-9
Material de Transport	1	1	1	0
Mixt ¹²	0	0	14	+14
Altres	68	109	110	+1
TOTAL	438	478	446	-32

Evolució del Comerç Minorista al Raval



¹⁰ Veure pàg. 14, eixos comercials analitzats.

¹¹ Dades dels Anys anteriors fan referència a: les del Raval Nord a l'any 2004 i les del Raval Sud són la majoria del 2004 a excepció de les extrems a 5 dels carrers analitzats que pertanyen al 2001. Dades estretes dels estudis anteriors (2004 i 2005) de la Fundació Tot Raval

¹² Nova categoria comercial introduïda en l'Estudi Econòmic 2006-07.

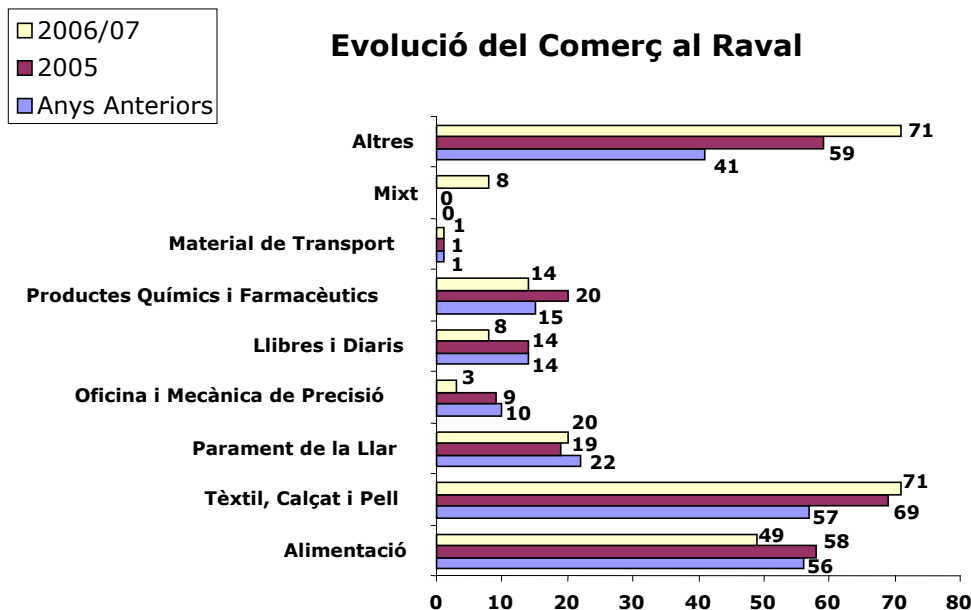


Anàlisi de les Dades Generals

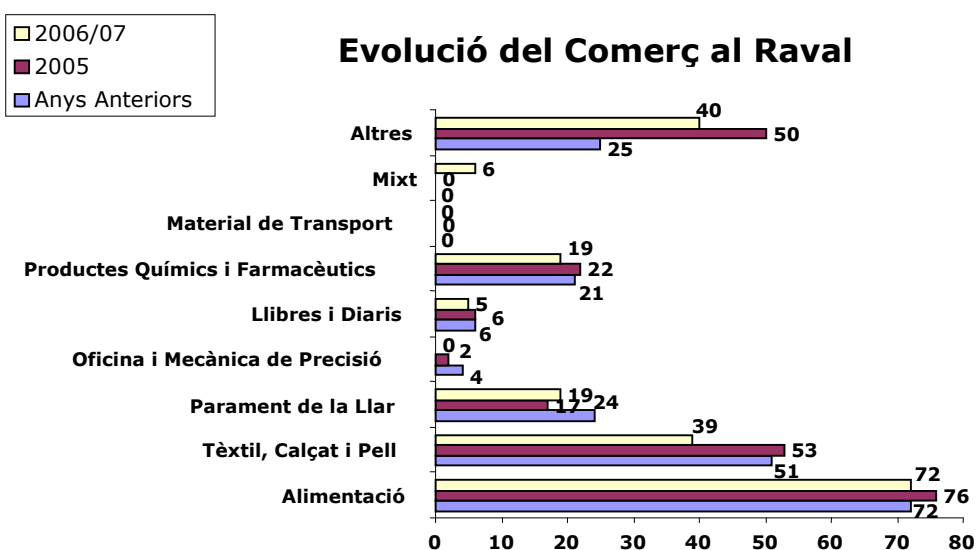
Després d'un increment força elevat l'any 2005 a cadascuna de les branques (exceptuant l'Oficina i Mecànica de Precisió i el Parament de la Llar), l'any 2006-2007 s'ha produït una reducció d'establiments força significativa.

Les davallades més destacables en les diferents branques que formen part del Comerç Minorista s'han donat en l'Alimentació i el Tèxtil, Calçat i Pell. Els petits increments han estat en el Parament de la Llar i Altres.

L'evolució per zones és:



Al Raval Nord s'han produït tendències a l'alça a les branques d'Altres i Tèxtil Calçat i Pell. Els descensos en l'oferta s'han donat en l'Alimentació, en l'Oficina, Mecànica i Precisió i en els Llibres i Diaris.



Al Sud no hi ha hagut cap augment en l'oferta comercial: l'Alimentació s'ha mantingut en l'etapa 2004-2007 i han disminuït considerablement les branques destinades al Tèxtil, Calçat i Pell i Altres.

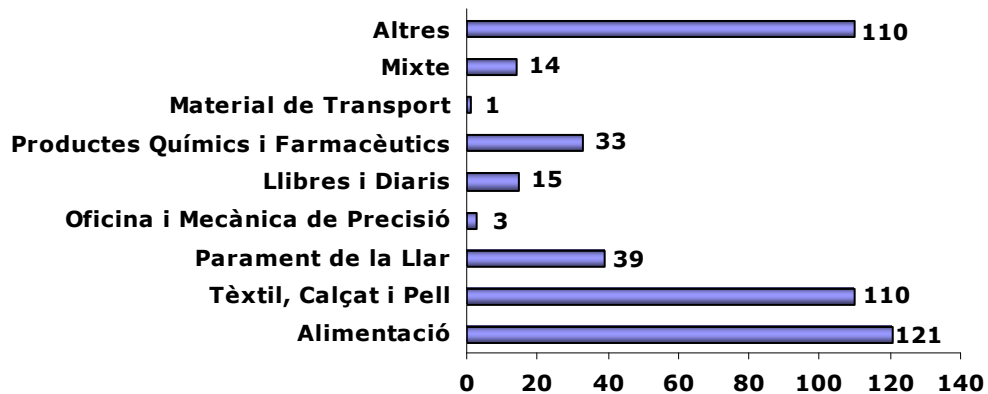


3.4.2 Dades del Comerç Minorista a l'any 2006-2007

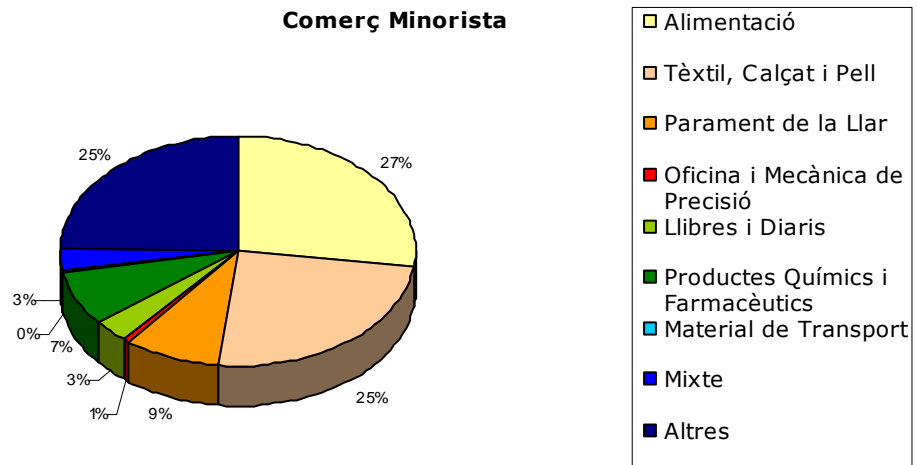
A continuació, s'exposen les dades extretes de l'anàlisi dels comerços dels principals eixos del Raval en general i per zones:

Comerç Minorista al Raval		
Sectors del Comerç	Total	%
Alimentació	121	27,2
Tèxtil, Calçat i Pell	110	24,7
Parament de la Llar	39	8,8
Oficina i Mecànica de Precisió	3	0,7
Llibres i Diaris	15	3,4
Productes Químics i Farmacèutics	33	7,4
Material de Transport	1	0,2
Mixt	14	3,1
Altres	110	24,5
TOTAL	446	100

Comerç Minorista al Raval

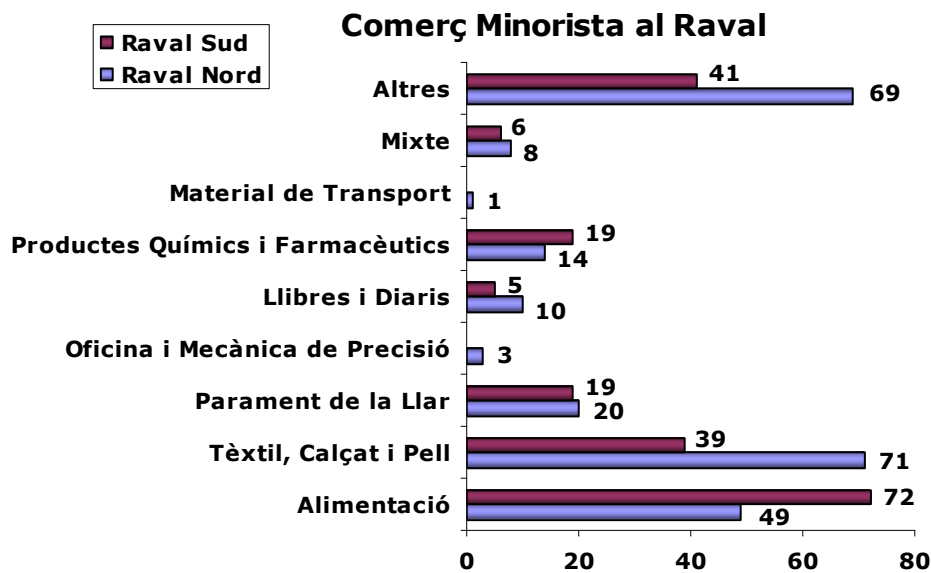


Comerç Minorista



PER ZONES

Comerç Minorista per Zones						
Sectors del Comerç	Raval Nord	%	Raval Sud	%	Total	%
Alimentació	49	40,5	72	59,5	121	27,2
Tèxtil, Calçat i Pell	71	64,5	39	35,5	110	24,7
Parament de la Llar	20	51,3	19	48,7	39	8,8
Oficina i Mecànica de Precisió	3	100,0	0	0,0	3	0,7
Llibres i Diaris	10	66,7	5	33,3	15	3,4
Productes Químics i Farmacèutics	14	42,4	19	57,6	33	7,4
Material de Transport	1	100,0	0	0,0	1	0,2
Mixt	8	57,1	6	42,9	14	3,1
Altres	69	62,7	41	37,3	110	24,7
TOTAL	245	55,1	201	45,2	446	100



Pel que fa al sector d'Altres, es desglossa en les següents activitats:

Altres	Total	%
Música/Instruments/Discos	27	24,8
Basar	22	20,2
Regals	15	13,8
Joieria/Bijuteria/Rellotgeria	13	11,9
Mòbils	11	9,2
Animals	6	5,5
Articles exòtics	2	1,8
Eròtiques	2	1,8
Ganiveteria	2	1,8
Loteria	2	1,8
Cànnabis	1	0,9
Esoterisme	1	0,9
Floristeria	1	0,9
Joguines	1	0,9
Òptica	1	0,9
Perruques	1	0,9
Pesca	1	0,9
Pintura i Art	1	0,9
TOTAL	110	100,0



Anàlisi de les Dades Generals

De les dades extretes a partir del treball de camp, destaca l'elevada presència de 3 sectors: l'Alimentació (27'2%); el Tèxtil, Calçat i Pell (24'7%) i Altres (24'5%). El pes que tenen aquests, varia en funció de la zona del Raval. En la zona Nord es concentren les branques Tèxtil, Calçat i Pell i d'Altres. En la zona Sud, s'observa una "especialització" en l'Alimentació. En la resta de branques no trobem diferències significatives.

Donada la importància que té la branca d'Altres, i tenint en compte que mostra un alt percentatge de representativitat, s'ha considerat important detallar la composició d'aquest sector¹³ que té un 67% de presència: Música/Instruments/Discos, Basar, Regals, Joieria/Bijuteria/Rellotgeria i Mòbils.

Es passa ara a descriure les principals característiques del comerç minorista. Per a fer aquesta tasca, s'han agrupat els diversos indicadors en tres grans blocs: les característiques del comerç, les dels propietaris i les dels clients.

¹³ Veure pàgina anterior , Composició d'Altres.

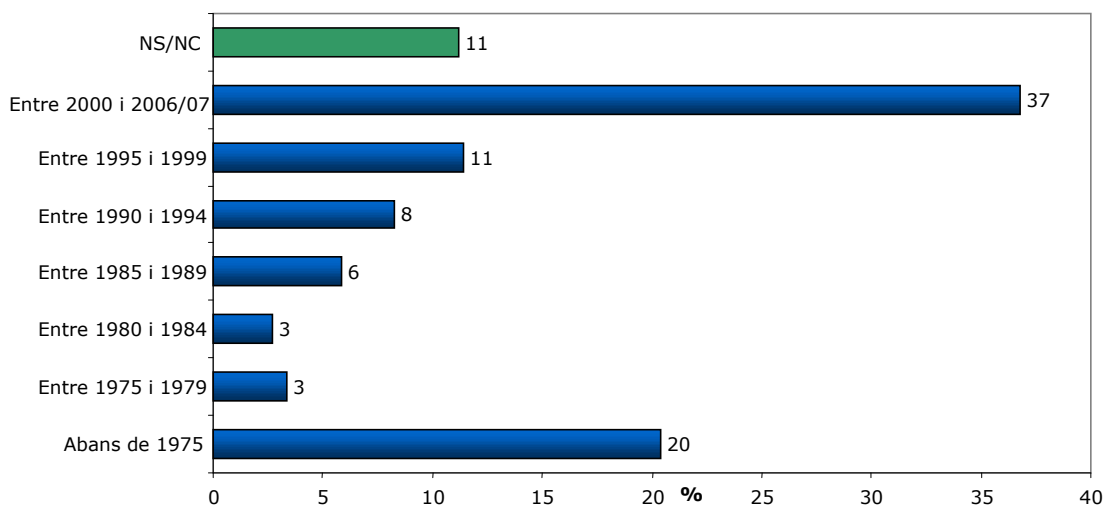
3.4.2.1 Característiques dels Establiments Comercials

En aquest apartat s'han analitzat els següents aspectes: l'Any d'Obertura segons el propietari actual, la identificació d'existència de retolació i l'idioma utilitzat en aquesta, l'accessibilitat dels locals, l'oferta comercial que es pot trobar els dissabtes a la tarda i les facilitats de pagament dels comerços del Raval.

a) Any d'Obertura

ANY OBERTURA	TOTAL	%
Abans de 1975	91	20
Entre 1975 i 1979	15	3
Entre 1980 i 1984	12	3
Entre 1985 i 1989	26	6
Entre 1990 i 1994	37	8
Entre 1995 i 1999	51	11
Entre 2000 i 2007	164	37
NS/NC	50	11
TOTAL	446	100

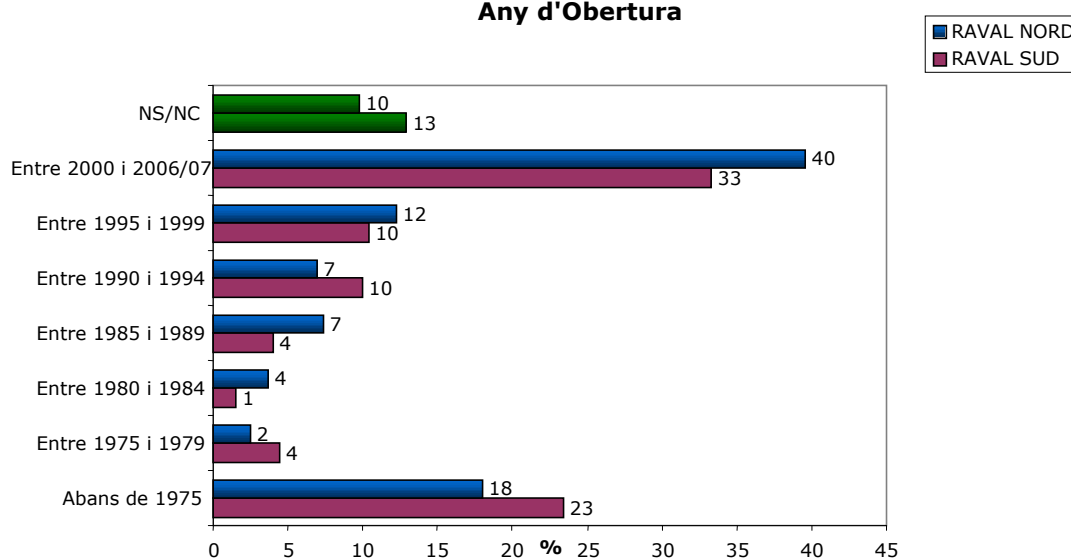
Any d'Obertura



Si s'observa l'any d'obertura dels establiments comercials del barri del Raval, es constata que del total de comerços del principals eixos comercials (446) gairebé la meitat (215) s'han obert o traspassat en els darrers 11 anys. D'altra banda, hi ha un percentatge important (20%) de comerços amb una antiguitat de més de 30 anys (91 establiments).

PER ZONES

ANY OBERTURA	RAVAL NORD	% RAVALL NORD	RAVAL SUD	% RAVALL SUD
Abans de 1975	44	18	47	23
Entre 1975 i 1979	6	2	9	4
Entre 1980 i 1984	9	4	3	1
Entre 1985 i 1989	18	7	8	4
Entre 1990 i 1994	17	7	20	10
Entre 1995 i 1999	30	12	21	10
Entre 2000 i 2007	97	40	67	33
NS/NC	24	10	26	13
TOTAL	245	100	201	100

Any d'Obertura

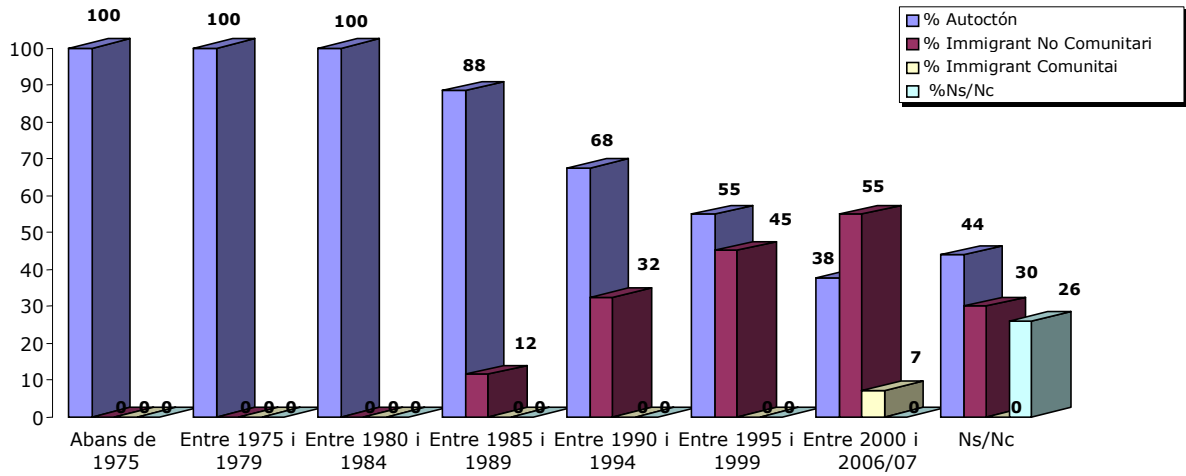
El percentatge d'establiments oberts entre el 2000 i el 2007 és més alt al Raval Nord en números absoluts i relatius. Pel que fa al nombre d'establiments amb més antiguitat, cal destacar la paritat entre ambdues zones: 44 al Nord i 47 al Sud.

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

ANY OBERTURA	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	Ns/Nc	TOTAL
Abans de 1975	91	0	0	0	91
Entre 1975 i 1979	15	0	0	0	15
Entre 1980 i 1984	12	0	0	0	12
Entre 1985 i 1989	23	3	0	0	26
Entre 1990 i 1994	25	12	0	0	37
Entre 1995 i 1999	28	23	0	0	51
Entre 2000 i 2007	62	90	12	0	164
Ns/Nc	22	15	0	13	50
TOTAL	278	143	12	13	446



% de Comerços Oberts



Les dades indiquen que l'origen dels comerciants dels establiments que s'han obert en els últims 11 anys és:

Autòctons	Immigrants No Comunitaris	Immigrants Comunitaris
46,5%	50%	3,5%

Tal i com es pot observar, hi ha un equilibri entre els comerciants Autòctons i Immigrants No Comunitaris en les dinàmiques emprenedores al barri.



b) Retolació

	RAVAL		
	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	406	40	446
%	91	9	100

La gran majoria dels comerços (91%) tenen algun tipus de rètol.

PER ZONES

	RAVAL NORD		
	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	226	19	245
%	92	8	100

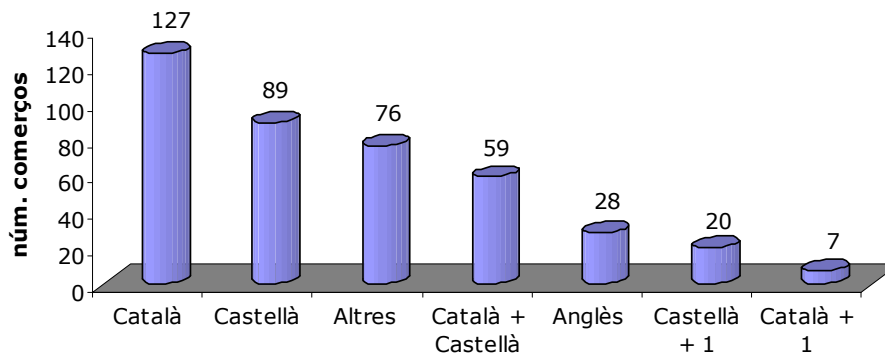
	RAVAL SUD		
	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	180	21	201
%	90	10	100

S'observa que, tant al Nord com al Sud, existeix majoritàriament senyalització i/o identificació dels establiments comercials.

c) Idioma de Retolació

Idioma Retolació	Català	Castellà	Altres	Català + Castellà	Anglès	Castellà + 1	Català + 1	TOTAL
Alimentació	35	18	20	15	4	14	5	111
Tèxtil, Calçat i Pell	18	17	32	7	14	2	0	90
Parament de la Llar	9	11	2	15	0	0	0	37
Oficina i Mecànica de Precisió	1	1	0	1	0	0	0	3
Llibres i Diaris	6	4	4	0	0	0	0	14
Productes Químics i Farmacèutics	17	6	0	8	0	1	0	32
Material de Transport	0	1	0	0	0	0	0	1
Mixt	7	3	1	2	0	0	0	13
Altres¹⁴	34	28	17	11	10	3	2	105
TOTAL	127	89	76	59	28	20	7	406
%	31	22	19	15	7	5	2	100

Idioma Retolació



Tot i l'elevat nombre de retolacions, un número elevat dels establiments comercials no estan retolats en català (56,72%):

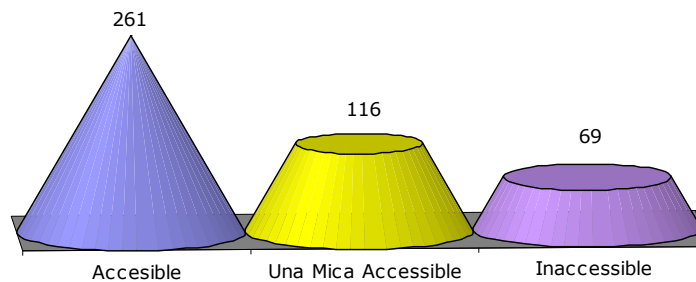
Total comerços	Total comerços amb rètol en català	Total comerços amb rètol no català o sense rètol
446	193	253

Dels segments Català+1 idioma i Castellà+1 idioma, s'ha detectat que els idiomes més utilitzats són: l'Urdu i l'Àrab.

¹⁴ Respecte al segment Altres, dels 76 comerços 43 estan retolats amb Marca, 31 amb Noms Propis, 1 està en rus i 1 en xinès.

d) Accessibilitat¹⁵

ACCESSIBILITAT				
	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	TOTAL
RAVAL	261	116	69	446
%	59	26	15	100

Accessibilitat

Més de la meitat dels locals tenen condicions òptimes d'accessibilitat (59%), tot i les característiques urbanístiques del barri (amplada dels carrers, voreres...). Un 26% presenten certa dificultat d'accessibilitat i només un 15% són inaccessibles. Del total de locals:

% ACCESSIBILITAT PER ZONES				
	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	TOTAL
RAVAL NORD	47	63	71	55
RAVAL SUD	53	37	29	45
TOTAL	100	100	100	100

El major percentatge de comerços amb facilitats d'accés es troba al Raval Sud. Tenint en compte que el 71% dels locals inaccessibles i el 63% dels classificats com a "mica accessible" són del Raval Nord, en un anàlisi més en profunditat i per zones es veu que:

RAVAL NORD				
	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	TOTAL
ACCESSIBILITAT	123	73	49	245
%	50	30	20	100

RAVAL SUD				
	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	TOTAL
ACCESSIBILITAT	138	43	20	201
%	69	21	10	100

¹⁵ Els criteris d'accessibilitat s'han establert des de la vorera del carrer als comerços

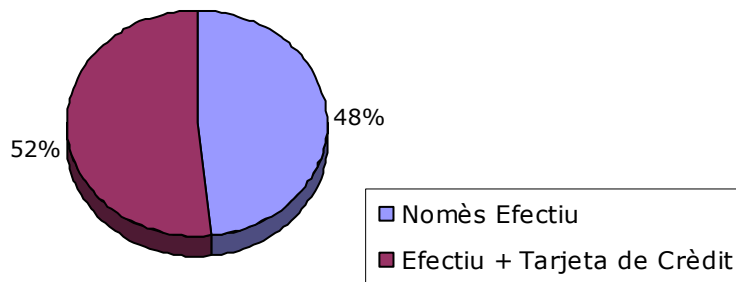


Del total de comerços instal·lats al Raval Nord, hi ha un 50% de locals amb condicions òptimes d'accessibilitat i un 50% presenten alguna carència en els elements d'accés. Per altra banda, es corrobora que els comerços ubicats al Raval Sud tenen unes millors condicions d'accés, no únicament en xifres absolutes, sinó que també en els totals per zona: un 69% dels establiments gaudeixen de bona accessibilitat i només el 31 % consta d'alguna dificultat d'accés.

e) Formes de Pagament ofertes pels comerços

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	215	231	446
%	48	52	100

Mitjans de pagament que ofereixen els establiments del Raval



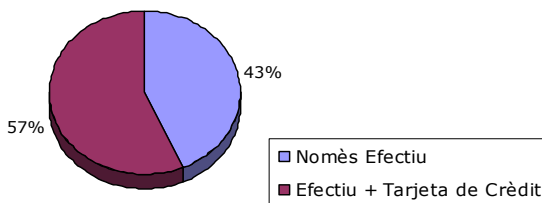
Hi ha un percentatge molt alt de comerços minoristes que no accepten la targeta de crèdit (48%).

PER ZONES

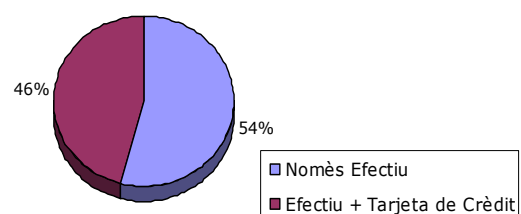
RAVAL NORD			
	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	106	139	245
%	43	57	100

RAVAL SUD			
	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	109	92	201
%	54	46	100

Mitjans de pagament que ofereixen els establiments del Raval Nord



Mitjans de pagament que ofereixen els establiments del Raval Sud

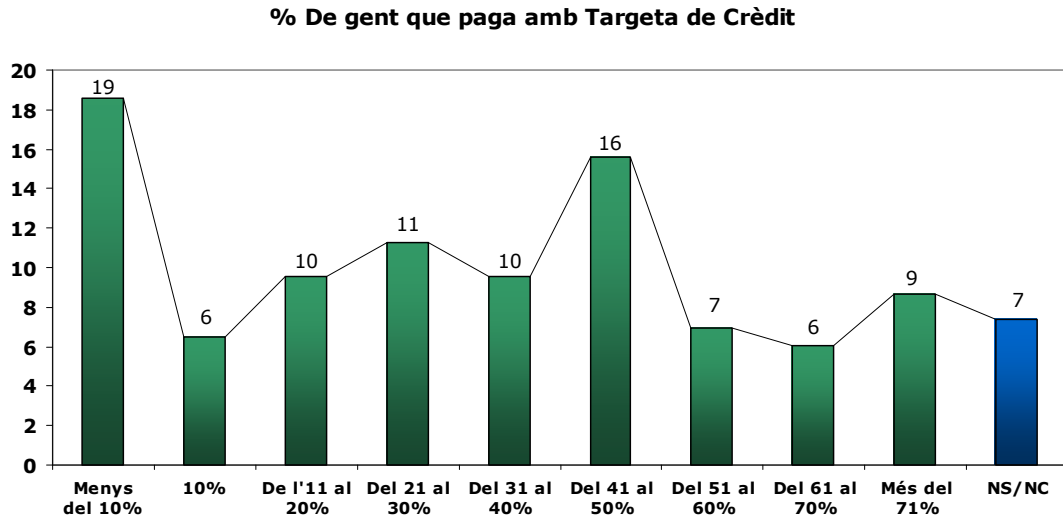


La facilitat de pagament amb targeta, és més elevada al Raval Nord que al Raval Sud.



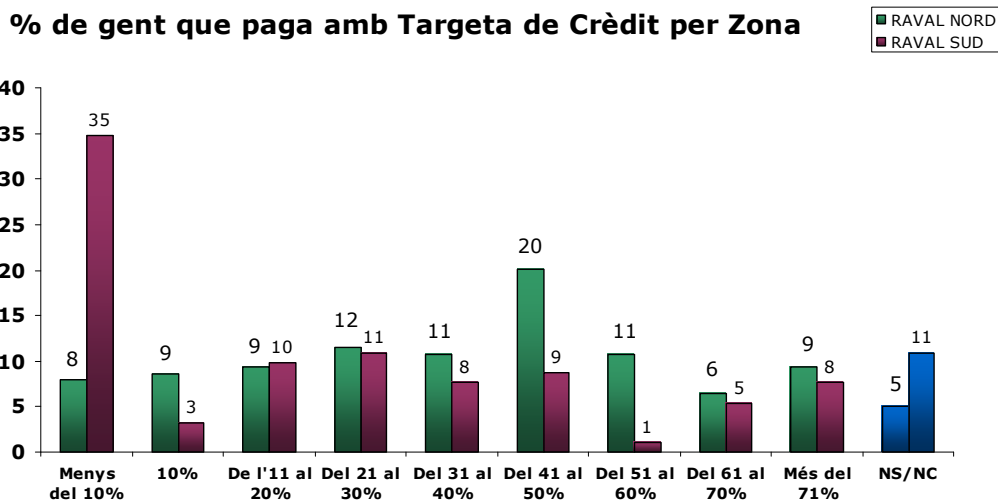
f) Nivell d'utilització del Pagament amb Targeta de Crèdit

De la clientela que utilitza el servei de pagament amb targeta de crèdit, s'observa que:



El percentatge d'utilització no és molt elevat, la mitjana es situa entre el 30 i el 40%.

PER ZONES

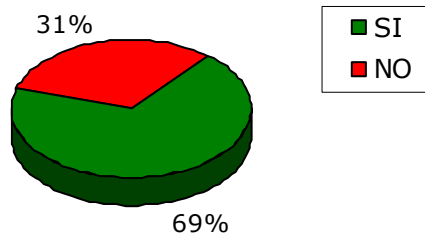


La mitjana d'utilització del servei de pagament amb targeta de crèdit és més elevada al Raval Nord, que es situa al voltant del 31%, mentre que al Raval Sud està a l'11%.

g) Obertura dissabtes tarda

	RAVAL		
	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	306	140	446
%	69	31	100

OBERTURA DISSABTES TARDA

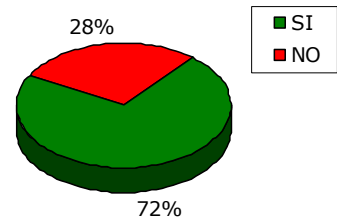


Gairebé el 70% dels establiments comercials obren els dissabtes a la tarda.

PER ZONES

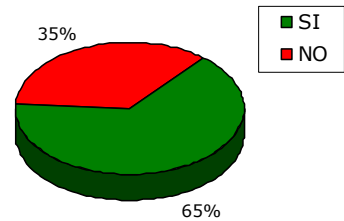
	RAVAL NORD		
	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	176	69	245
%	72	28	100

**OBERTURA DISSABTES
RAVAL NORD**



	RAVAL SUD		
	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	130	71	201
%	65	35	100

**OBERTURA DISSABTES
RAVAL SUD**



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

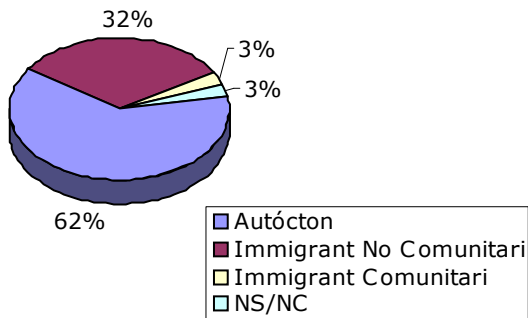
3.4.2.2 Característiques dels Propietaris

a) Origen

PER SECTORS DEL COMERÇ

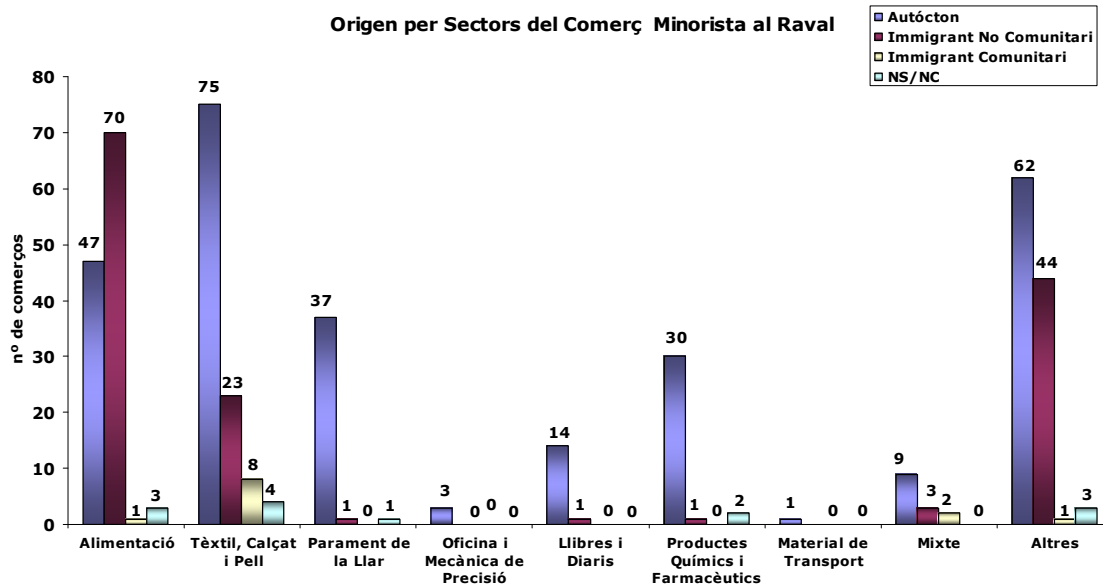
Sectors del Comerç	Origen del Empresari				Total
	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	
Alimentació	47	70	1	3	121
Tèxtil, Calçat i Pell	75	23	8	4	110
Parament de la Llar	37	1	0	1	39
Oficina i Mecànica de Precisió	3	0	0	0	3
Llibres i Diaris	14	1	0	0	15
Productes Químics i Farmacèutics	30	1	0	2	33
Material de Transport	1	0	0	0	1
Mixt	9	3	2	0	14
Altres	62	44	1	3	110
TOTAL	278	143	12	13	446
	62%	32%	3%	3%	100%

% Origen dels empresaris de Comerç Minorista al Raval



Del total dels comerços visitats, un 62% són d'empresaris d'origen Autòcton i un 35% d'origen Immigrant.

Els comerciants d'origen estranger destaquen per la seva presència en tres branques principalment: l'Alimentació (57'4%), Altres (38'7%) i Tèxtil, Calçat i Pell (27'3%)¹⁶.



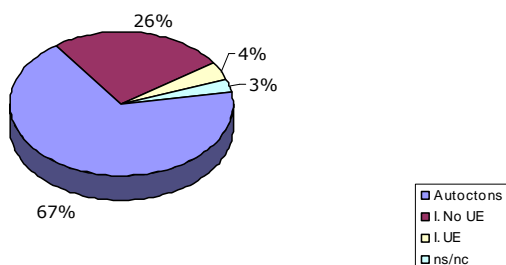
PER ZONES

Sectors del Comerç	Origen del Empresari								Total
	Raval Nord				Raval Sud				
	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	
Alimentació	23	25	0	1	24	45	1	2	121
Tèxtil, Calçat i Pell	48	14	7	2	27	9	1	2	110
Parament de la Llar	18	1	0	1	19	0	0	0	39
Oficina i Mecànica de Precisió	3	0	0	0	0	0	0	0	3
Libres i Diaris	9	1	0	0	5	0	0	0	15
Productes Químics i	12	1	0	1	18	0	0	1	33
Material de Transport	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Mixte	6	1	1	0	3	2	1	0	14
Altres	46	20	1	2	16	24	0	1	110
TOTAL	166	63	9	7	112	80	3	6	446

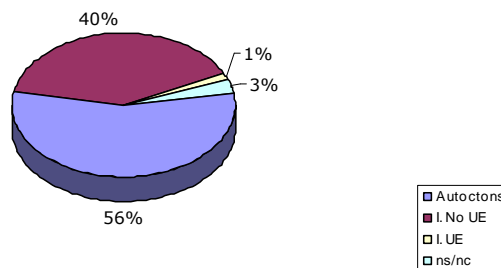
RAVAL NORD				
	Autòctons	I. No UE	I. UE	NS/NC
Origen	166	63	9	7
%	67	26	4	3

RAVAL SUD				
	Autòctons	I. No UE	I. UE	NS/NC
Origen	112	80	3	6
%	56	40	1	3

Origen de l'empresari. Raval Nord



Origen de l'empresari. Raval Sud



A la part Sud del Raval hi ha més concentració de comerciants d'origen estranger, concretament 11 punts percentuals més que al Nord.

La composició dels 12 comerços de persones d'origen Immigrant Comunitari per origen i sector és:

França → 5 (tèxtil), 1 (mixt)
 GB → 1 (tèxtil)
 Dinamarca → 1 (tèxtil)
 D'origen compartit¹⁷ → 1 (mixt), 1 (tèxtil)
 Ns/Nc --> 1 (altres), 1 (alimentació)
TOTAL → 12

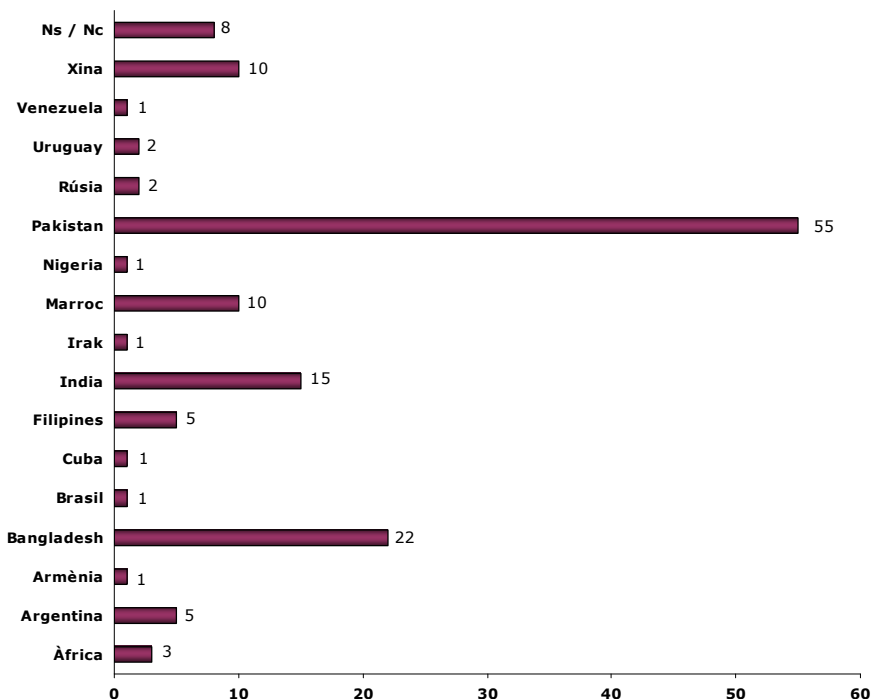
Els Immigrants No Comunitaris es distribueixen de la següent manera:

¹⁷ Origen Compartit: Autòcton + Brasil + Itàlia; Itàlia + Argentina.

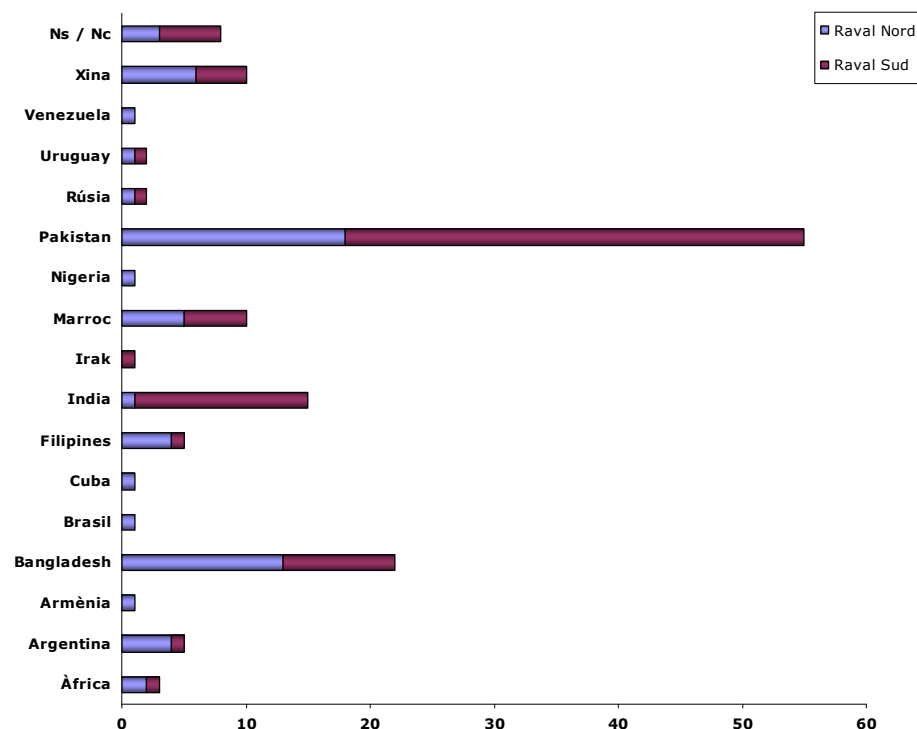
IMMIGRANTS NO COMUNITARIS PER PAISOS D'ORIGEN I ZONES

PER PAÏSOS D'IMMIGRANTS NO COMUNITARIS																	
MINORISTES	Àfrica	Argentina	Armènia	Bangladesh	Brasil	Cuba	Filipines	Índia	Iraq	Marroc	Nigèria	Pakistan	Rússia	Uruguai	Veneçuela	Xina	NS / NC
Raval Nord	2	4	1	13	1	1	4	1	0	5	1	18	1	1	1	6	3
Raval Sud	1	1	0	9	0	0	1	14	1	5	0	37	1	1	0	4	5
TOTAL	3	5	1	22	1	1	5	15	1	10	1	55	2	2	1	10	8

Països d'origen dels Comerciants Immigrants No Comunitaris del Raval



Països d'origen dels Comerciants Immigrants No Comunitaris per Zones



Tal i com es pot observar a les gràfiques i a les taules adjuntes, la comunitat amb més presència al barri del Raval és la del Pakistan, seguida de la del Bangladesh i la de la Índia. Per zones, destaquen els comerciants d'origen asiàtic al Raval Sud.

b) Edat

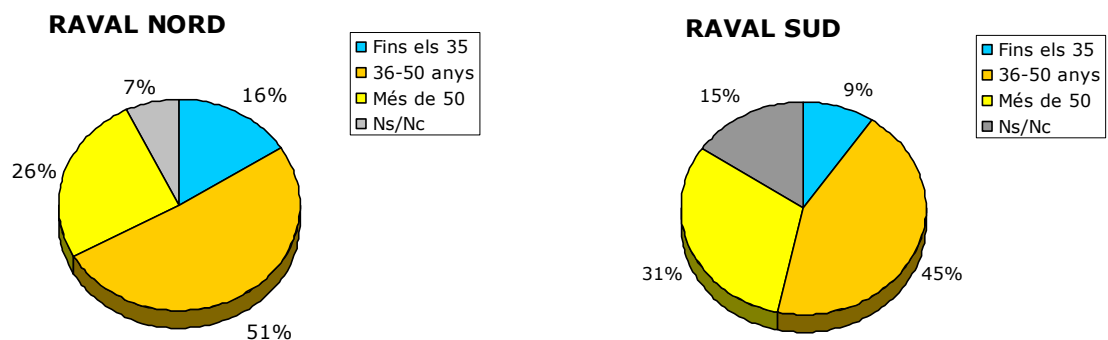
	EDAT DELS EMPRESARIS				TOTAL
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Ns/Nc	
RAVAL	58	213	126	49	446
%	13	48	28	11	100

Als eixos analitzats hi ha una major presència de comerciants amb una edat compresa entre els 36 i els 50 anys. El percentatge d'empresaris de perfil jove (fins a 35 anys) és només del 13%.

PER ZONES

	RAVAL NORD				TOTAL
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Ns/Nc	
EDAT	39	125	63	18	245
%	16	51	26	31	124

	RAVAL SUD				TOTAL
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Ns/Nc	
EDAT	19	88	63	31	201
%	9	44	31	31	116



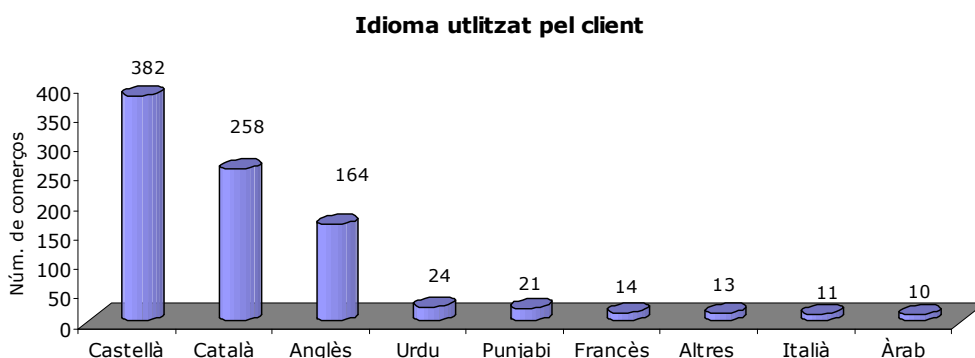
Es pot observar que, tot i que no hi ha massa diferència, destaca una lleugera variació en l'edat dels propietaris del Raval Nord: en general són més joves.



3.4.2.3 Característiques dels Clients

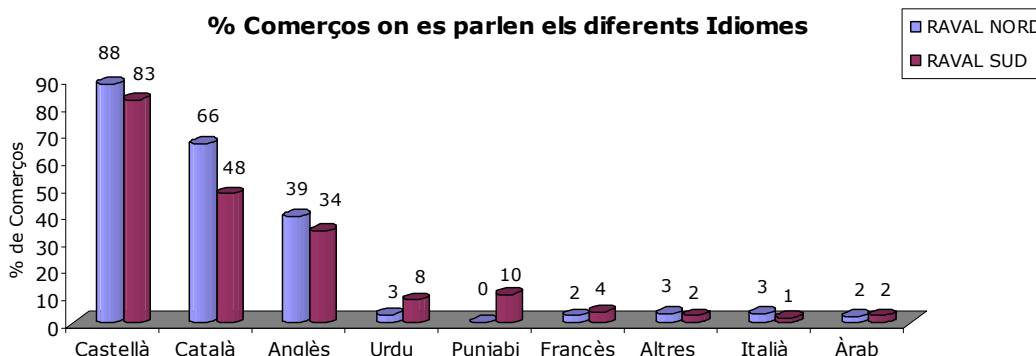
a) Idioma utilitzat pel client

IDIOMA UTILITZAT PEL CLIENT AL DIRIGIR-SE AL COMERCIANT	Núm. Comerços	% Comerços
Castellà	382	85,7
Català	258	57,8
Anglès	164	36,8
Altres	44	9,9
Urdu	24	5,4
Punjabi	21	4,7
Francès	14	3,1
Altres ¹⁸	12	2,7
Italià	11	2,5
Àrab	10	2,2



El Castellà és l'idioma més parlat pels clients a l'hora de dirigir-se als comerciants, seguit del Català. Destaca el nombre de comerços on la gent parla en Anglès (164 establiments). Més distanciat trobem els idiomes oficials del Pakistan i del Bangladesh (l'Urdu i el Punjabi), i per últim trobem el Francès, l'Italià i l'Àrab. La resta són encara més minoritaris i es troben a la categoria d'Altres.

PER ZONES



El Castellà es parla pràcticament per igual al Nord i al Sud. Per una altra banda, el 66% dels establiments situats al Nord assenyalen tenir clients que es dirigeixen en Català. Al Sud però, les persones que parlen en Català són el 48% i augmenta la utilització d'altres idiomes com el Punjabi i l'Urdu.

¹⁸ 6 Bengalí, 2 Indi, 1 Alemany, 1 Rus, 1 Tagalo i 1 Xinès.

3.5. Els Serveis

Al igual que a l'anàlisi realitzat amb el comerç minorista, s'estudia l'evolució dels serveis al llarg dels darrers anys i s'analitza la seva situació actual. També es detallen les característiques principals d'aquest sector en els següents àmbits: els locals, els propietaris i els clients.

El conjunt de branques que forma part del sector dels Serveis és:

a) Restaurants/ Bars i Hotels

- Restaurants.
- Bars i Cafeteries.
- Hotels, Pensions i Residències.
- Fondes.

b) Reparacions

- Electrodomèstics.
- Automòbils.
- Ferreteries.
- Altres.

c) Transports i Comunicació

- Transports.
- Agències de Viatges.
- Explotació Aparcaments.
- Activitats Auxiliars Transport.
- Altres.

d) Finances i Assegurances

- Bancs i Caixes d'Estalvi.
- Assegurances.
- Altres.

e) Manteniment, Neteja i Protecció

f) Ensenyament

g) Sanitat i Assistència

h) Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses

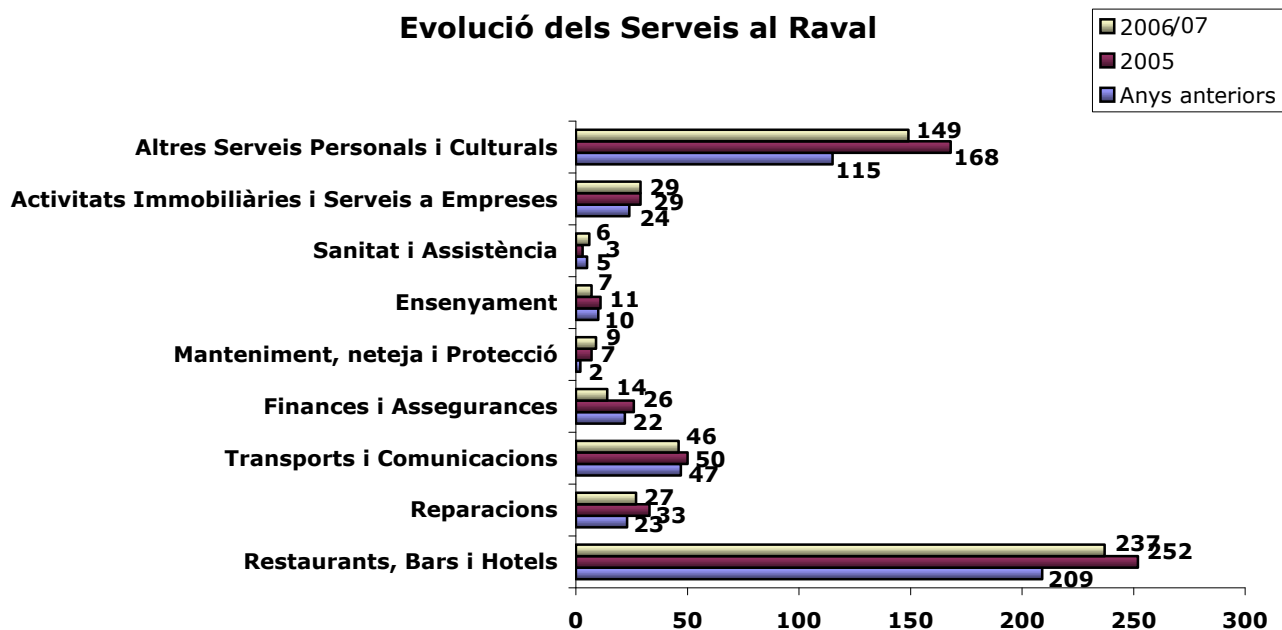
i) Altres Serveis Personals i Culturals

- Cultura i Lleure.
- Perruqueries i Salons de Bellesa.
- S. Fotografia i Fotocopia.
- Associacions.
- Altres.

3.5.1 Comparativa dels Serveis

RAVAL EN GENERAL				
Sectors dels Serveis	Anys anteriors ¹⁹	2005	2006/2007	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	209	252	237	-15
Reparacions	23	33	27	-6
Transports i Comunicacions	47	50	46	-4
Finances i Assegurances	22	26	14	-12
Manteniment, Neteja i Protecció	2	7	9	2
Ensenyament	10	11	7	-4
Sanitat i Assistència	5	3	6	3
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	24	29	29	0
Altres Serveis Personals i Culturals	115	168	149	-19
TOTAL	457	579	524	-55

Evolució dels Serveis al Raval



Anàlisi de les Dades Generals

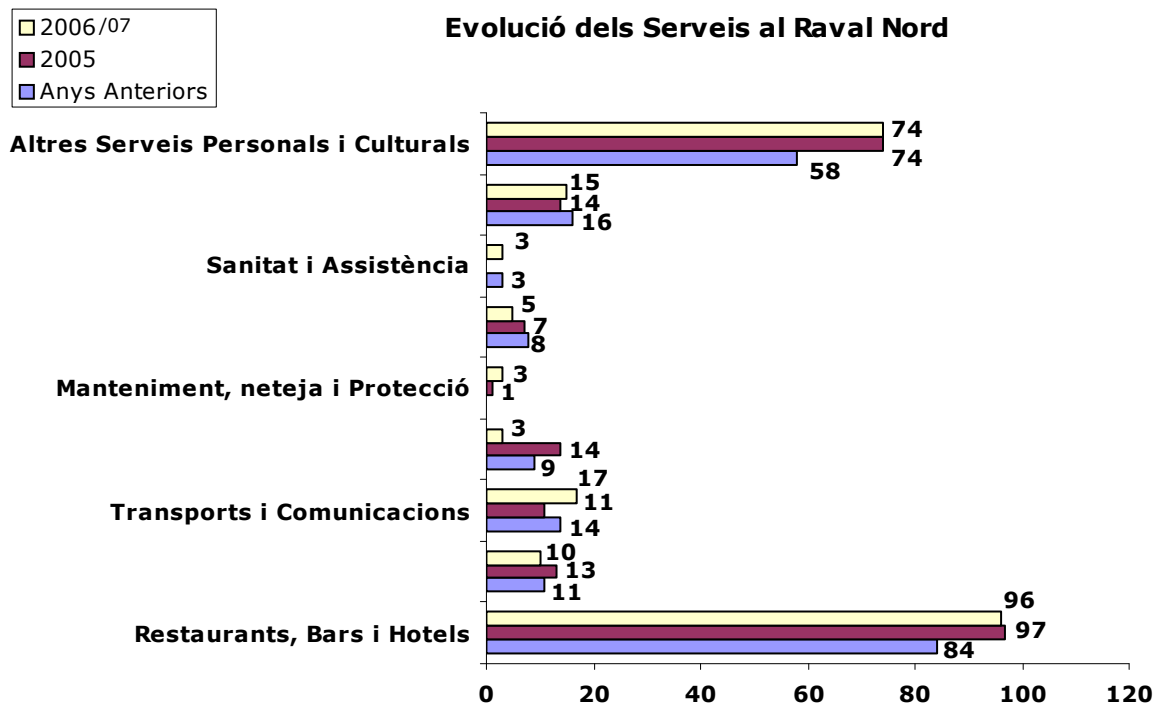
Tot i que en la comparativa 2005-2007 s'aprecia un descens en el sector dels serveis, en la realitzada amb anys anteriors es distingeixen diferents evolucions segons les branques.

Així, es dona un creixement moderat en els subsectors dels Restaurants, Bars i Hotels, de les Reparacions, del Manteniment, Neteja i Protecció, de la Sanitat i Assistència, de les Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses i d'Altres Serveis Personals i Culturals.

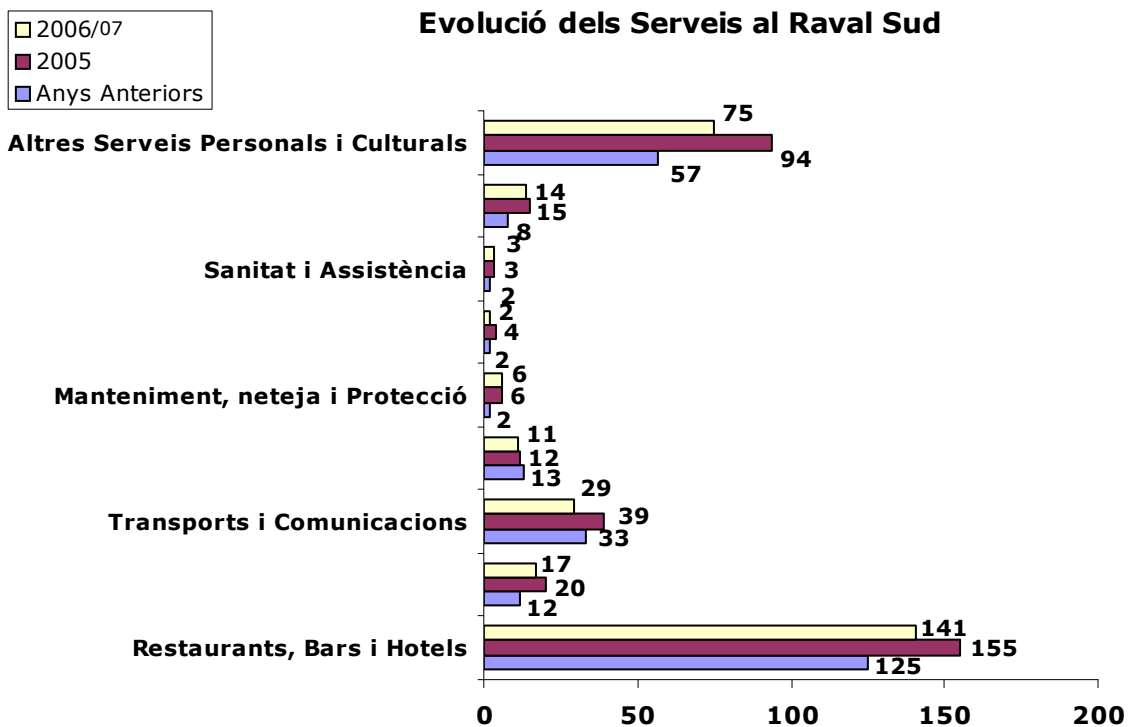
¹⁹ Dades dels Anys anteriors fan referència a: les del Raval Nord a l'any 2004 i les del Raval Sud són la majoria del 2004 a excepció de les extrems a 5 dels carrers analitzats que pertanyen al 2001. Dades estretes dels estudis anteriors (2004 i 2005) de la Fundació Tot Raval



La davallada més significativa es produeix en les Finances i les Assegurances i una de més anecdòtica en els Transport i Comunicacions.
L'evolució per zones és:



Al Raval Nord s'han produït tendències a l'alça a partir del 2004 en la branca d'Altres Serveis Personals i Culturals, la de Restaurants, Bars i Hotels i la de Transports i Comunicació. Els descensos en l'oferta s'han donat sobretot en Finances i Assegurances.



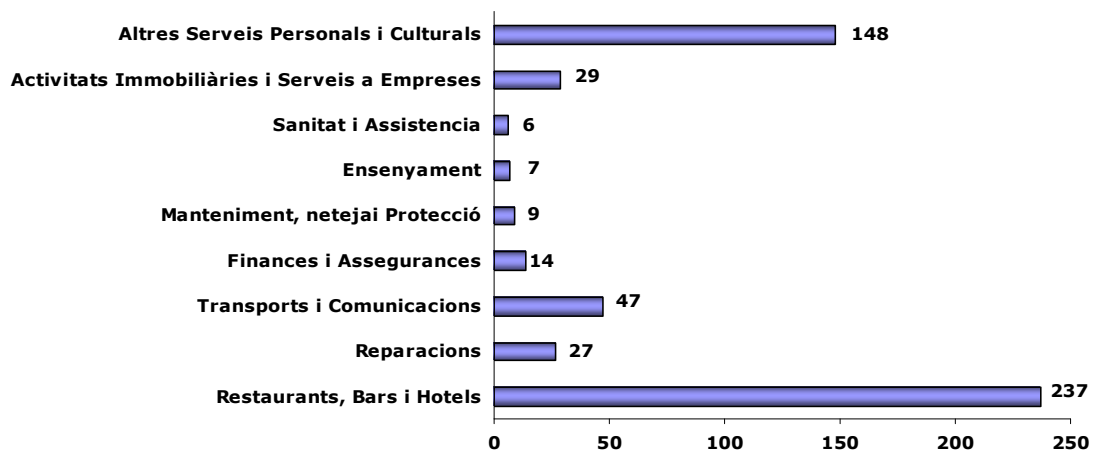
Al Sud hi ha més serveis respecte anys anteriors, en algunes branques com els Restaurants, Bars i Hotels i Altres Serveis Personals i Culturals. Ara bé, respecte l'any 2005 han disminuït totes les branques del sector Serveis.

3.5.2 Dades dels Serveis a l'any 2006-2007

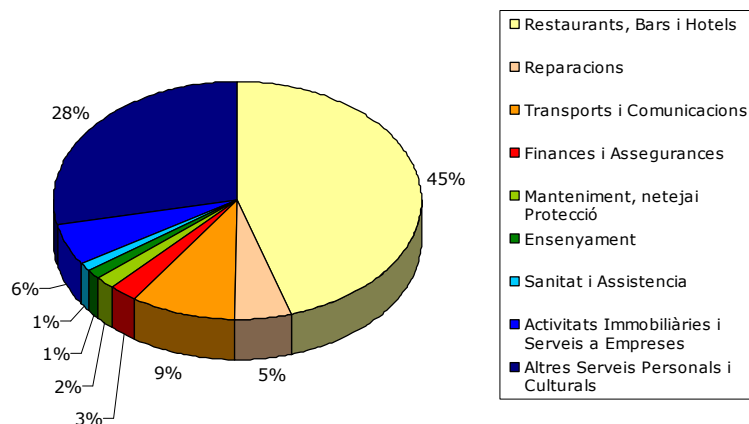
Tot seguit, s'adjunten les dades generals referides al sector dels Serveis:

Serveis		
Sectors dels Serveis	Total	%
Restaurants, Bars i Hotels	237	53,3
Reparacions	27	6,1
Transports i Comunicacions	47	10,6
Finances i Assegurances	14	3,1
Manteniment, Neteja i Protecció	9	2,0
Ensenyament	7	1,6
Sanitat i Assistència	6	1,3
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	29	6,5
Altres Serveis Personals i Culturals	148	33,3
TOTAL	524	100

Serveis al Raval



Serveis



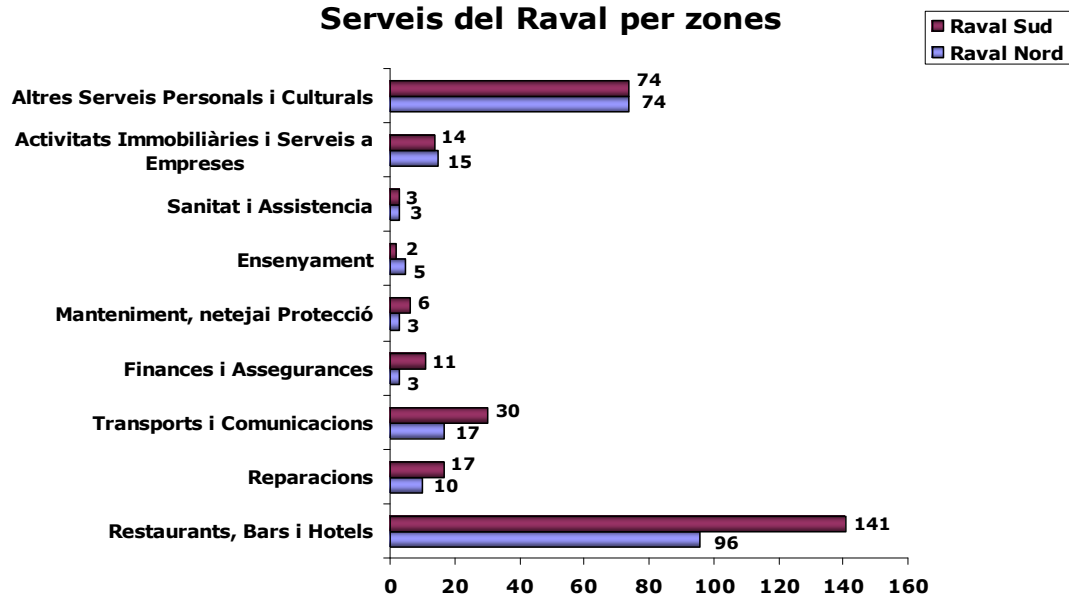
Del sector d'Altres Serveis Personals i Culturals destaquen:

Altres Serveis Culturals i Personals	Total	%
Associacions	32	21,6
Perruqueria / Estètica	32	21,6
Galeries d'Art, Arquitectes	15	10,1
Serveis prestats per l'administració	13	8,8
Religió	10	6,8
Espectacles / Teatre	6	4,1
Tatoos	6	4,1
Assessories / Gestories	4	2,7
Fotografia	4	2,7
Agències de Viatges	3	2,0
Biblioteques	3	2,0
Escoles de Música	3	2,0
Ofertes de Visita Cultural	3	2,0
Videoclub	3	2,0
Copisteria / Impremta	2	1,4
Saló Recreatiu	2	1,4
Sindicat	2	1,4
Ioga / Tècniques de Relaxació	2	1,4
Serveis prestats a Animals	1	0,7
Altres	1	0,7
Gravador	1	0,7
TOTAL	148	100,0

PER ZONES

Serveis del Raval per Zones						
Sectors dels Serveis	Raval Nord	%	Raval Sud	%	Total	%
Restaurants, Bars i Hotels	96	40,5	141	59,5	237	53,3
Reparacions	10	37,0	17	63,0	27	6,1
Transports i Comunicacions	17	36,2	30	63,8	47	10,6
Finances i Assegurances	3	21,4	11	78,6	14	3,1
Manteniment, Neteja i Protecció	3	33,3	6	66,7	9	2,0
Ensenyament	5	71,4	2	28,6	7	1,6
Sanitat i Assistència	3	50,0	3	50,0	6	1,3
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	15	51,7	14	48,3	29	6,5
Altres Serveis Personals i Culturals	74	50,0	74	50,0	148	33,3
TOTAL	226	43,1	298	56,9	524	100

Serveis del Raval per zones





Anàlisi de les Dades Generals

Del total de serveis analitzats, en destaquen dues branques principalment, la de Restaurants-Bars-Hotels i la d'Altres Serveis Personals i Culturals.

En la comparació entre ambdues zones, Raval Nord i Raval Sud, s'observa un equilibri en la distribució dels diversos sectors a excepció de: Restaurants-Bars-Hotels, Finances-Assegurances i Transports i Comunicació, que són més nombrosos a la part Sud.

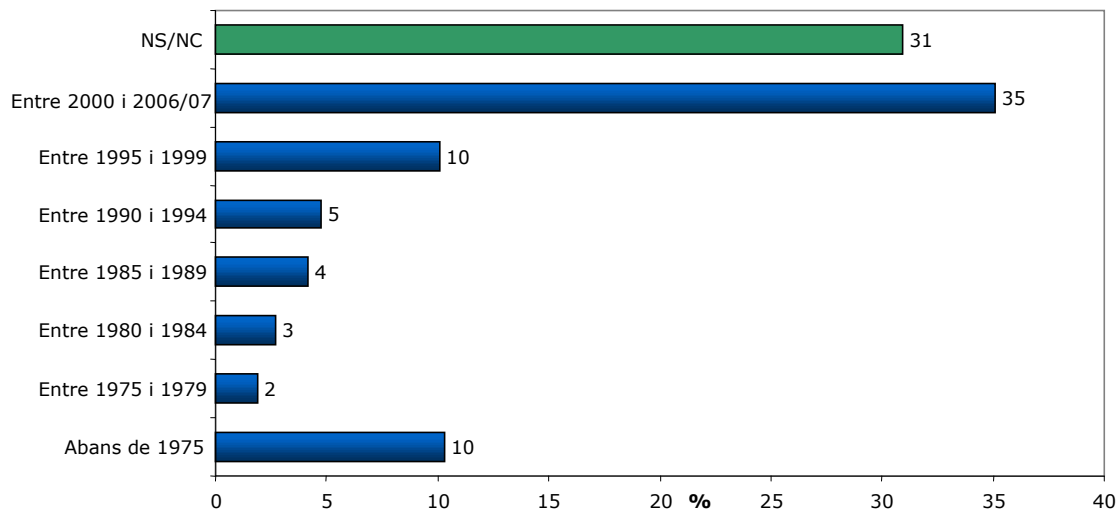
Al igual que en l'anàlisi del Comerç Minorista, es passa a conèixer les característiques dels locals, dels empresaris i dels clients.

3.5.2.1 Característiques dels Serveis

a) Any d'Obertura

ANY OBERTURA	TOTAL	%
Abans de 1975	54	10
Entre 1975 i 1979	10	2
Entre 1980 i 1984	14	3
Entre 1985 i 1989	22	4
Entre 1990 i 1994	25	5
Entre 1995 i 1999	53	10
Entre 2000 i 2007	184	35
NS/NC	162	31
TOTAL	524	100

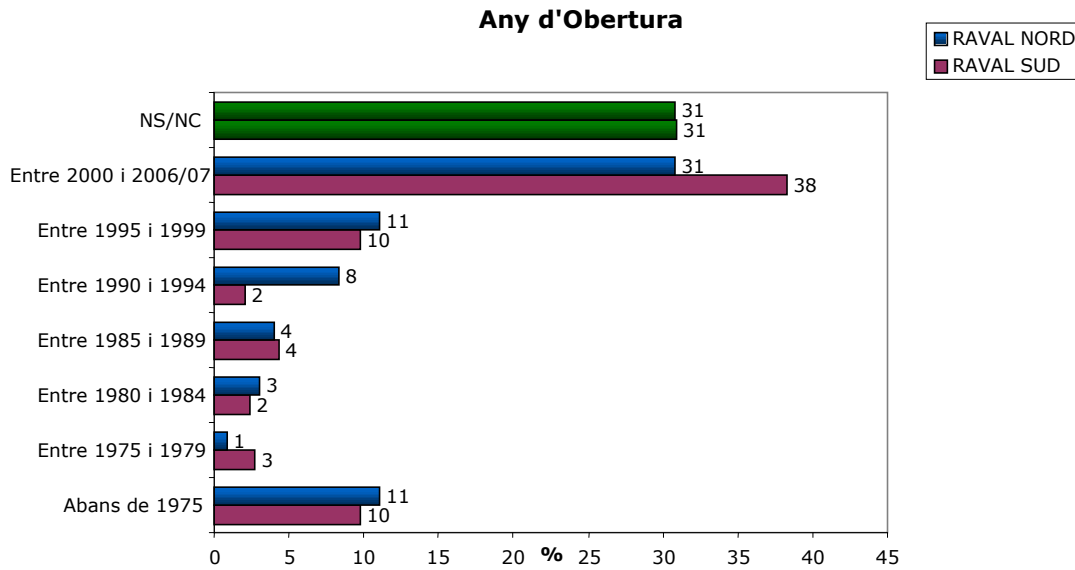
Any d'Obertura



Els serveis es caracteritzen per haver-se obert o traspassat en els darrers 11 anys. L'elevat percentatge en l'apartat NS/NC fa referència als locals destinats a Serveis Públics, als de la Societat Civil (Associacions) i a Espectacles (Teatres).

Per àrees:

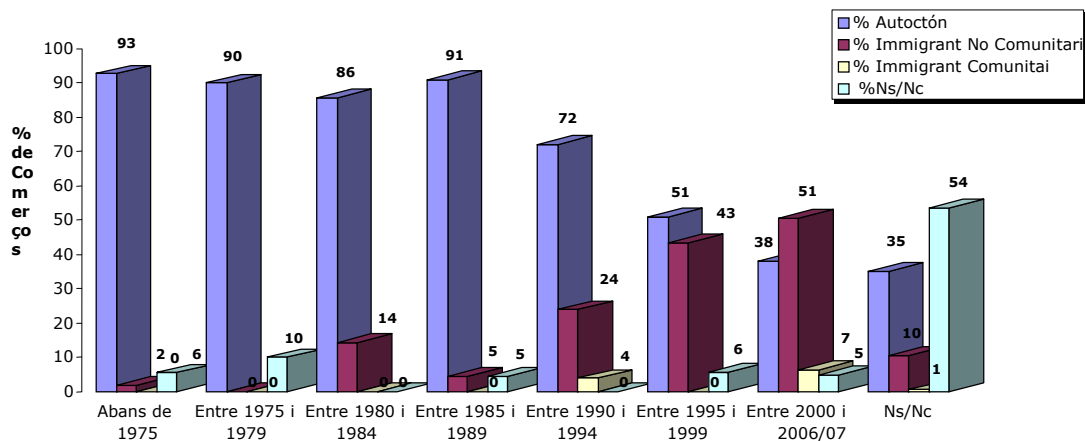
ANY OBERTURA	RAVAL NORD	% RAVALL NORD	RAVAL SUD	% RAVALL SUD
Abans de 1975	25	11	29	10
Entre 1975 i 1979	2	1	8	3
Entre 1980 i 1984	7	3	7	2
Entre 1985 i 1989	9	4	13	4
Entre 1990 i 1994	19	8	6	2
Entre 1995 i 1999	24	11	29	10
Entre 2000 i 2007	70	31	114	38
NS/NC	70	31	92	31
TOTAL	226	100	298	100



Hi ha una evolució similar a les dues zones del Raval pel que fa a l'obertura o traspàs dels serveis.

Per tal de conèixer quins són els nous empresaris del barri s'han extrapolat les dades extretes sobre l'antiguitat dels serveis i l'origen dels seus propietaris:

ANY OBERTURA	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	Ns/Nc	TOTAL
Abans de 1975	50	1	0	3	54
Entre 1975 i 1979	9	0	0	1	10
Entre 1980 i 1984	12	2	0	0	14
Entre 1985 i 1989	20	1	0	1	22
Entre 1990 i 1994	18	6	1	0	25
Entre 1995 i 1999	27	23	0	3	53
Entre 2000 i 2007	70	93	12	9	184
Ns/Nc	57	17	1	87	162
TOTAL	263	143	14	104	524





Els percentatges que fan referència a l'origen dels empresaris que han obert en els últims 11 anys són:

Autòctons	Immigrants No Comunitaris	Immigrants Comunitaris	Ns / Nc
44,5	46,9	3,3	5,3

Al igual que en el comerç minorista, hi ha un equilibri entre els comerciants Autòctons i Immigrants No Comunitaris en les dinàmiques emprenedores al barri.

b) Retolació

	RAVAL		
	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	478	46	524
%	91	9	100

La gran majoria dels locals (91%) tenen algun tipus de rètol i no s'observa cap diferència entre el Nord i el Sud:

	RAVAL NORD		
	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	203	23	226
%	90	10	100

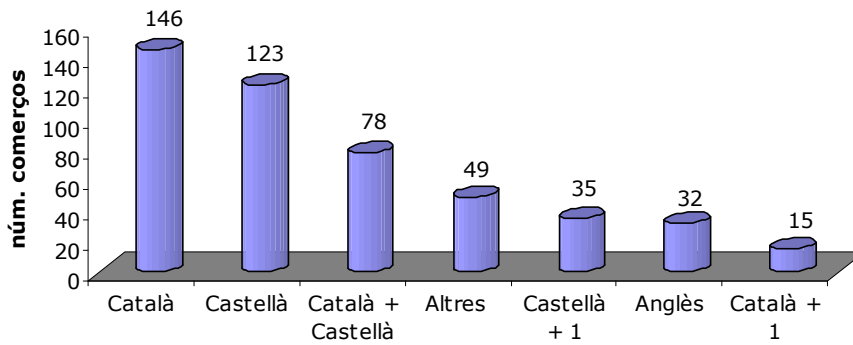
	RAVAL SUD		
	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	275	23	298
%	92	8	100

c) Idioma de Retolació

Idioma Retolació	Català	Castellà	Català + Castellà	Altres	Castellà + 1	Anglès	Català + 1	TOTAL
Restaurants, Bars i Hotels	51	69	54	14	18	12	6	224
Reparacions	9	9	3	1	1	0	0	23
Transports i Comunicacions	1	14	2	5	9	11	2	44
Finances i Assegurances	0	0	0	14	0	0	0	14
Manteniment, Neteja i Protecció	1	1	2	1	1	1	1	8
Ensenyament	5	0	0	0	0	0	0	5
Sanitat i Assistència	5	0	0	0	1	0	0	6
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	9	8	7	3	0	0	0	27
Altres Serveis Personals i Culturals²⁰	65	22	10	11	5	8	6	127
TOTAL	146	123	78	49	35	32	15	478
%	31	26	16	10	7	7	3	100

²⁰ Respecte al segment d'Altres Serveis Personals i Culturals, dels 127 serveis 24 són Marca i 25 Nom Propi.

Idioma Retolació



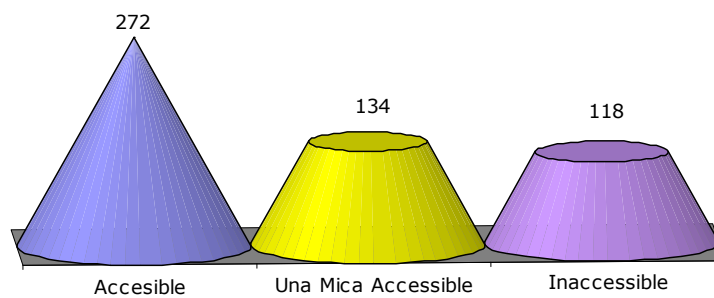
Un 54,38% dels serveis analitzats, no tenen retolació en Català:

Total serveis	Total serveis amb rètol en català	Total serveis amb rètol no català o sense rètol
524	239	285

d) Accessibilitat²¹

ACCESSIBILITAT				
	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	TOTAL
RAVAL	272	134	118	524
%	52	26	23	100

Accessibilitat



Només el 52% presenten unes condicions òptimes d'accessibilitat. El percentatge de serveis que no ofereixen facilitats d'accés és elevat i es situa en el 48%.

²¹ Els criteris d'accessibilitat s'han establert des de la vorera del carrer als comerços

La distribució segons el nivell d'accessibilitat és:

% ACCESSIBILITAT PER ZONES				
	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	TOTAL
RAVAL NORD	29	56	61	43
RAVAL SUD	71	44	39	57
TOTAL	100	100	100	100

Tal i com s'observa a les taules, les condicions d'accessibilitat són clarament favorables en la part Sud del barri, donat que un 71% del total de locals accessibles es troba en aquesta zona. Destaca la part Nord perquè és a on es troben la majoria dels locals inaccessibles, concretament un 61%.

Les condicions d'accés per àrees, segons el nombre de locals i la seva significació dins de cada zona concreta del barri, són:

RAVAL NORD				
	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	TOTAL
ACCESSIBILITAT	79	75	72	226
%	35	33	32	100

RAVAL SUD				
	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	TOTAL
ACCESSIBILITAT	193	59	46	298
%	65	20	15	100

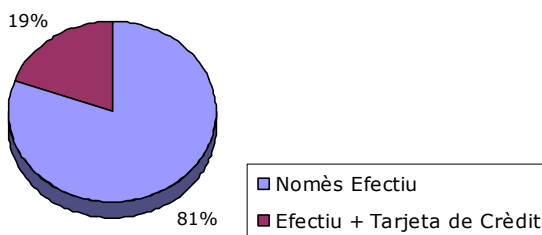
Al Raval Nord hi ha una paritat entre les tres categories d'accés. En canvi, en el Sud existeix un major nombre de serveis accessibles molt per sobre de la resta: Mica Accessible i Inaccessible (engloben un 35%).



e) Formes de Pagament ofertes pels serveis

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	422	102	524
%	81	19	100

Mitjans de pagament que ofereixen els serveis del Raval



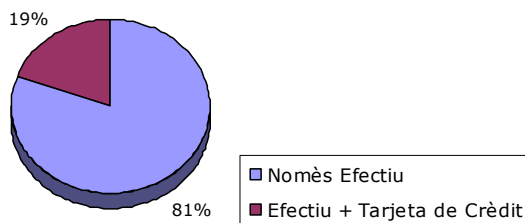
A l'hora d'analitzar aquesta categoria, s'ha de tenir en compte que dins dels serveis hi ha subcategories (com entitats i serveis oferts per les Administracions...) en les que no és possible qualsevol el pagament amb targeta de crèdit. La principal conclusió és que la majoria de serveis (81%) no ofereixen la possibilitat de pagament amb targeta.

PER ZONES

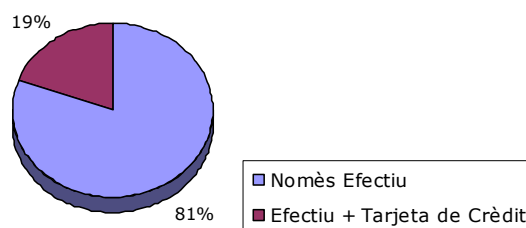
RAVAL NORD			
	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	182	44	226
%	81	19	100

RAVAL SUD			
	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	240	58	298
%	81	19	100

Mitjans de pagament que ofereixen els serveis del Raval Nord



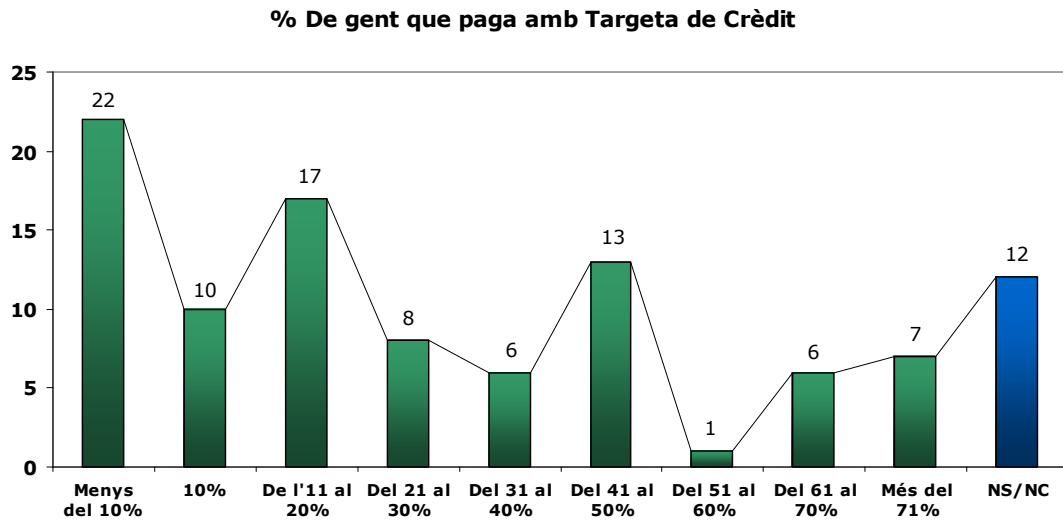
Mitjans de pagament que ofereixen els serveis del Raval Sud



L'escàs percentatge de serveis que ofereixen aquesta facilitat de pagament és equivalent a ambdues zones.

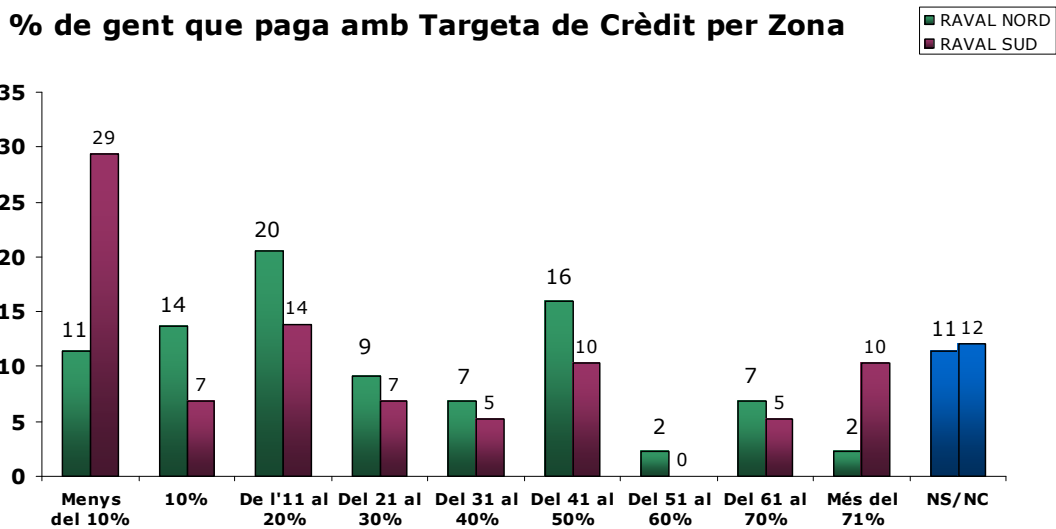


f) Nivell d'utilització del Pagament amb Targeta de Crèdit



La mitjana d'utilització del pagament amb targeta de crèdit, es situa entre el 20 i el 30%.

PER ZONES



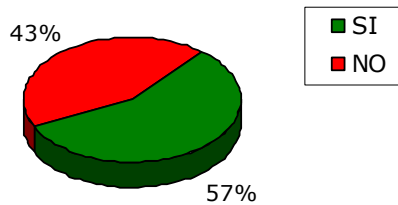
Ambdues àrees del barri, tenen una mitjana de pagament molt similar, situada entre el 21% i el 30% al Raval Nord i prop del 20% al Raval Sud.



g) Obertura dissabtes tarda

	RAVAL		
	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	297	227	524
%	57	43	100

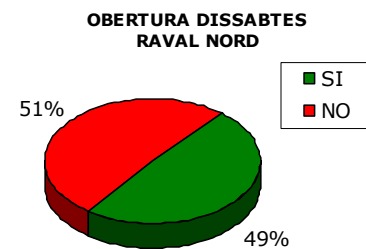
OBERTURA DISSABTES TARDA



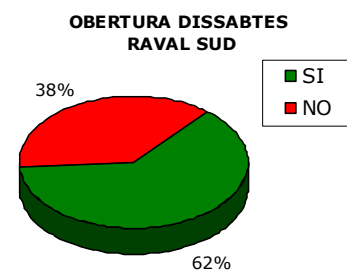
Una mica més de la meitat dels serveis analitzats (57%) obren els dissabtes a la tarda.

PER ZONES

	RAVAL NORD		
	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	111	115	226
%	49	51	100



	RAVAL SUD		
	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	186	112	298
%	62	38	100



Destaca el major percentatge de locals que si que obren els dissabtes a la tarda en la part Sud del barri.



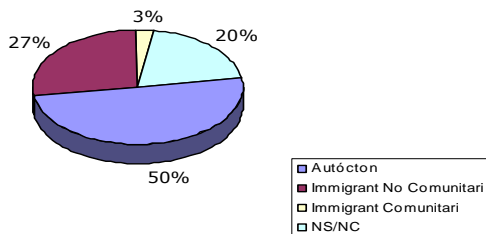
3.5.2.2 Característiques dels Propietaris

a) Origen

PER SECTORS DELS SERVEIS

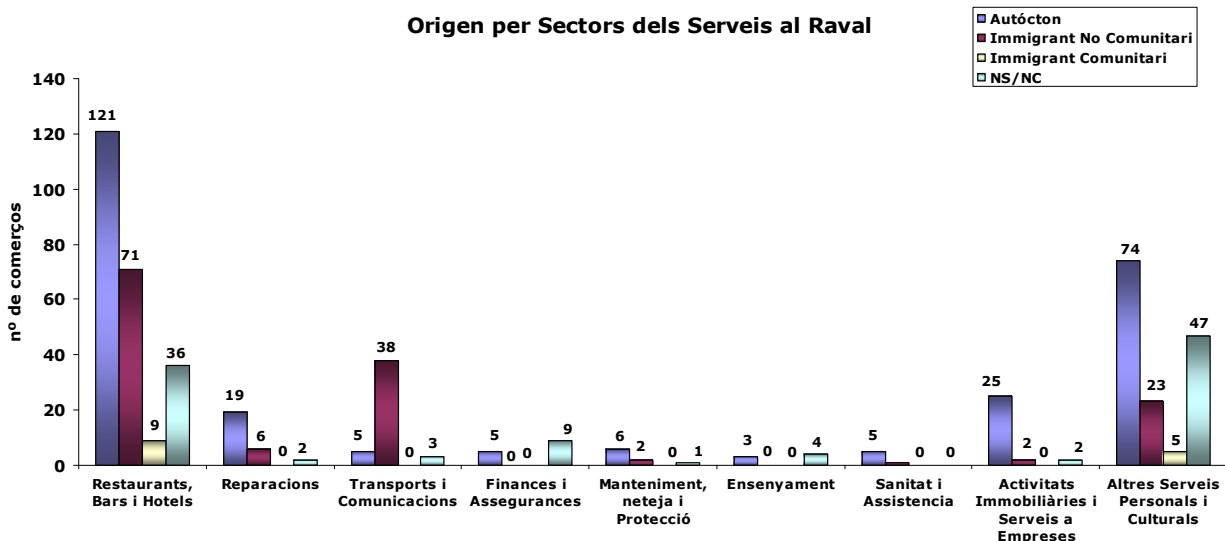
Sectors del Serveis	Origen del Empresari				Total
	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	
Restaurants, Bars i Hotels	121	71	9	36	237
Reparacions	19	6	0	2	27
Transports i Comunicacions	5	38	0	3	46
Finances i Assegurances	5	0	0	9	14
Manteniment, Neteja i Protecció	6	2	0	1	9
Ensenyament	3	0	0	4	7
Sanitat i Assistència	5	1	0	0	6
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	25	2	0	2	29
Altres Serveis Personals i Culturals	74	23	5	47	149
TOTAL	263	143	14	104	524
%	50,2	27,3	2,7	19,8	100

% Origen dels empresaris de Serveis al Raval



Els empresaris Autòctons aglutinen la meitat dels serveis i tenen més presència a totes les branques d'aquest sector a excepció de la dels Transports i Comunicació. Després es situen els d'origen Estranger (No Comunitaris) amb una presència destacable als següents sectors: Restaurants, Bars i Hotels, Transports i Comunicacions i Altres Serveis Personals i Culturals.

Origen per Sectors dels Serveis al Raval





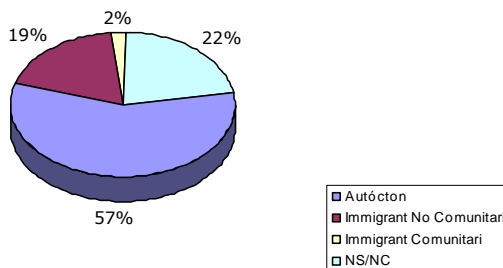
PER ZONES

Sectors dels Serveis	Origen del Empresari								Total
	Raval Nord				Raval Sud				
	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	
Restaurants, Bars i Hotels	54	25	2	15	67	46	7	21	237
Reparacions	8	2	0	0	11	4	0	2	27
Transports i Comunicacions	4	11	0	2	1	27	0	1	46
Finances i Assegurances	2	0	0	1	3	0	0	8	14
Manteniment, netejai Protecció	2	0	0	1	4	2	0	0	9
Ensenyament	2	0	0	3	1	0	0	1	7
Sanitat i Assistència	3	0	0	0	2	1	0	0	6
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	14	1	0	0	11	1	0	2	29
Altres Serveis Personals i Culturals	41	3	3	27	33	20	2	20	149
TOTAL	130	42	5	49	133	101	9	55	524

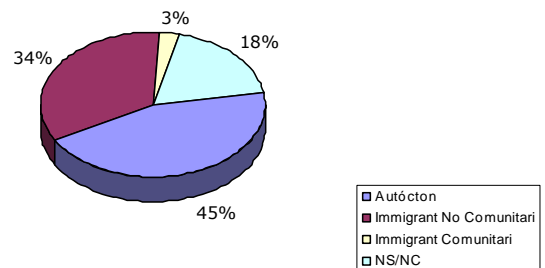
RAVAL NORD				
	Autòctons	I. No UE	I. UE	NS/NC
Origen	130	42	5	49
%	57	19	2	22

RAVAL SUD				
	Autòctons	I. No UE	I. UE	NS/NC
Origen	133	101	9	55
%	45	34	3	18

Origen de l'empresari. Raval Nord



Origen de l'empresari. Raval Sud



Al Nord hi ha menys presència d'empresaris Immigrants No Comunitaris que al Sud, concretament 15 punts percentuals.

La composició, per origen i sector, dels 14 serveis que tenen com a propietaris a persones d'origen Immigrant Comunitari és:

- França → 2 (Rte. Bar, Hotel), 1 (Altres Serveis Personals i Culturals)
- GB → 1 (Rte. Bar, Hotel)
- Dinamarca → 1 (Rte. Bar, Hotel)
- Holanda → 1 (Altres Serveis Personals i Culturals)
- Irlanda → 1 (Rte. Bar, Hotel)
- Itàlia → 1 (Altres Serveis Personals i Culturals)
- Ns/Nc → 2 (1, Rte, Bar, Hotel + 1 Altres Serveis Personals i Culturals)
- TOTAL → 14**

La distribució dels Immigrants No Comunitaris és:

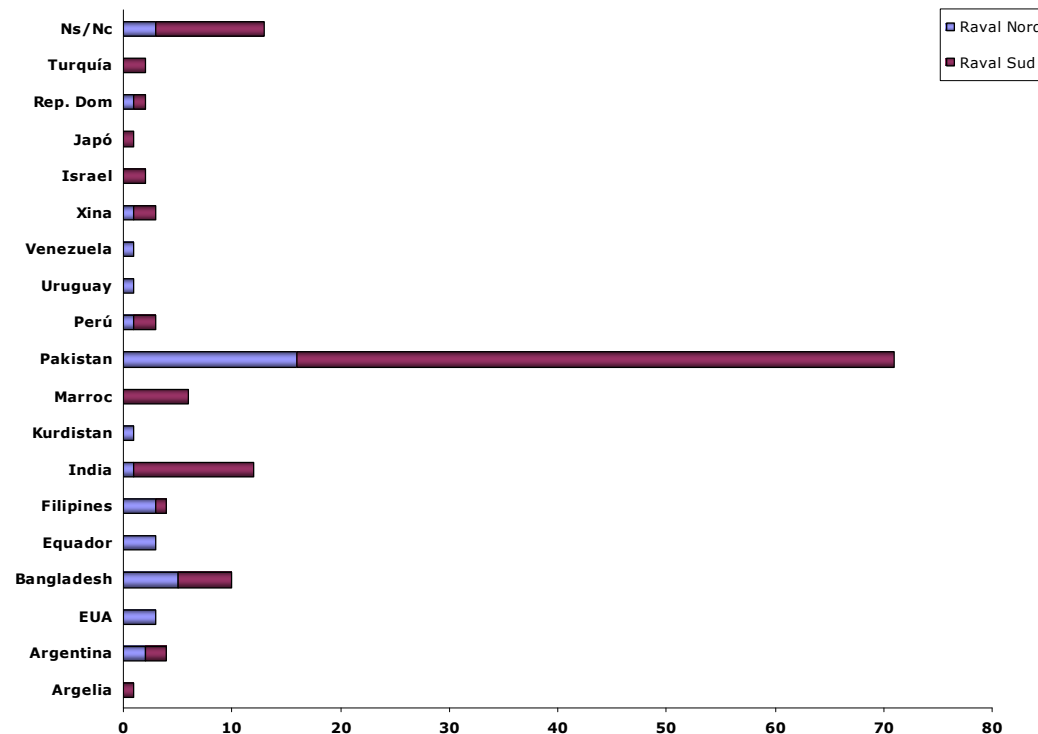
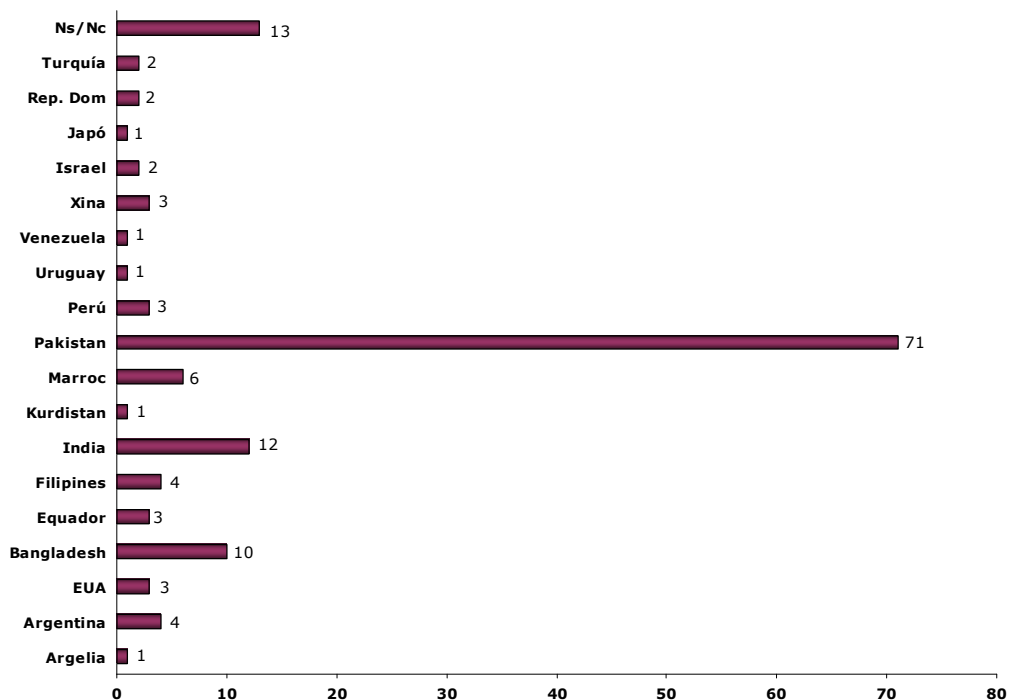


IMMIGRANTS NO COMUNITARIS PER PAISOS D'ORIGEN I ZONES

PER PAÏSOS D'IMMIGRANTS NO COMUNITARIS																			
SERVEIS	Argelia	Argentina	EUA	Bangladesh	Equador	Filipines	Índia	Kurdistan	Marroc	Pakistan	Perú	Uruguai	Veneçuela	Xina	Israel	Japó	Rep. Dom	Turquía	Ns/Nc
Raval Nord	0	2	3	5	3	3	1	1	0	16	1	1	1	1	0	0	1	0	3
Raval Sud	1	2	0	5	0	1	11	0	6	55	2	0	0	2	2	1	1	2	10
TOTAL	1	4	3	10	3	4	12	1	6	71	3	1	1	3	2	1	2	2	13

Països d'origen dels empresaris dels Serveis Immigrants No Comunitaris del Raval

Països d'origen dels empresaris dels Serveis Immigrants No Comunitaris per Zones



La comunitat amb més presència al barri del Raval és la del Pakistan, seguida de la de la Índia i la del Bangladesh. Els empresaris d'origen asiàtic es concentren majoritàriament al Raval Sud, tot i que el nombre d'empresaris provinents del Bangladesh és el mateix a ambdues zones. Al Nord destaquen les següents comunitats: Filipines, Equador i EUA.

b) Edat

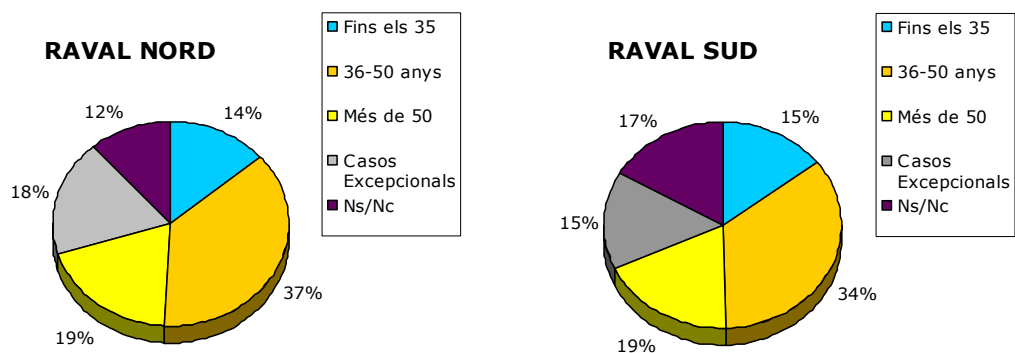
EDAT DELS EMPRESARIS						
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals ²²	Ns/Nc	TOTAL
RAVAL	75	187	100	86	76	524
%	14	36	19	16	15	100

Als principals eixos comercials, gran part dels serveis depenen de persones amb edats compreses entre els 36 i els 50 anys. Destaca també l'elevat nombre de persones amb més de 50 anys.

PER ZONES

RAVAL NORD						
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	Ns/Nc	TOTAL
EDAT	31	84	44	41	26	226
%	14	37	19	18	12	100

RAVAL SUD						
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	Ns/Nc	TOTAL
EDAT	44	103	56	45	50	298
%	15	35	19	15	17	100



Pel que fa a l'edat dels propietaris, no s'observen grans diferències entre ambdues zones.

²² Casos excepcionals: Serveis dependents de l'Administració Pública, de la Societat Civil i Espectacles.

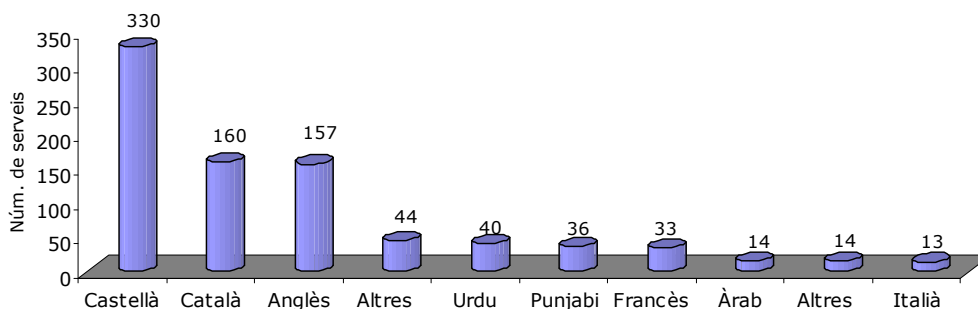


3.5.2.3 Característiques dels Clients

a) Idioma utilitzat pel client

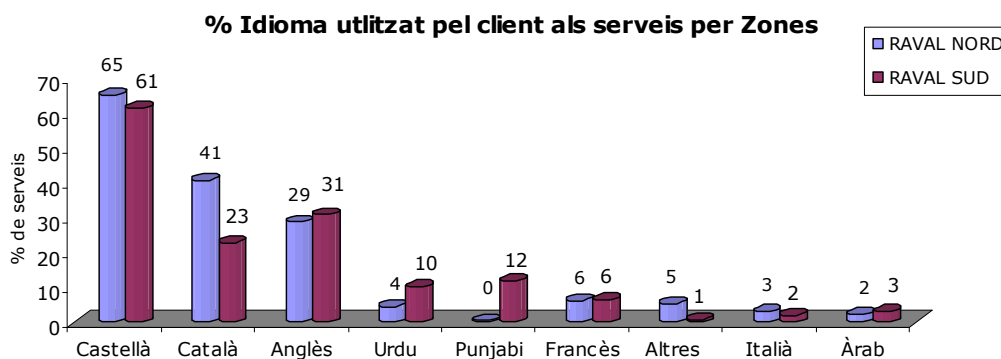
IDIOMA UTILITZAT PEL CLIENT AL DIRIGIR-SE AL COMERCIANT	Núm. Comerços	% Comerços
Castellà	330	63,0
Català	160	30,5
Anglès	157	30,0
Altres	44	8,4
Urdu	40	7,6
Punjabi	36	6,9
Francès	33	6,3
Àrab	14	2,7
Altres ²³	13	2,5
Italià	13	2,5

Idioma utilitzat pel client



L'idioma predominant és el Castellà. El Català i l'Anglès, amb nivells d'ús semblants, són els següents més parlats, seguits de les llengües provinents del sud-oest asiàtic.

PER ZONES



Tant al Nord com al Sud es fa un ús similar del Castellà. El segon idioma més utilitzat per zones però és diferent: el Català a la part Nord i l'Anglès a la Sud. Els idiomes de persones provinents del PaKistan i del Bangladesh són més parlats al Raval Sud.

²³ 4 Filipí, 4 Xinès, 1 Bengalí, 1 Alemany, 1 Indi, 1 Tagalo i 1 Rus.

3.6. El Comerç Majorista

En aquest apartat s'observarà l'evolució del comerç majorista al llarg d'aquests últims 2 anys i s'analitzarà la seva situació actual, així com les seves característiques principals.

La classificació d'aquesta tipologia comercial és:

- a) Alimentació**
- b) Tèxtil, calçat i pell**
- c) Fusta, Suro, Papers i Arts Gràfiques**
- d) Productes Químics i Farmacèutics**
- e) Material de Construcció**
- f) Minerals i Metalls**
- g) Maquinària**
- h) Electrodomèstics i Electrònica**
- i) Material de Transport**
- j) Juguines i Esports**
- k) Altres**

Tal i com s'ha esmentat a l'inici de l'anàlisi de l'Oferta, per la realització d'aquest estudi hem introduït la categoria de comerç combinat, que inclou algunes activitats econòmiques abans classificades com a majoristes. Per tant, passem a oferir les dades referents a l'any 2006/07 sense fer un anàlisi comparatiu amb altres.

3.6.1 Dades del Comerç Majorista a l'any 2006-2007

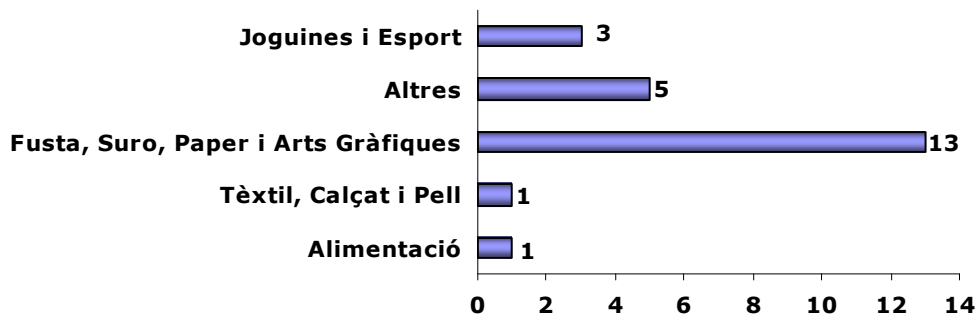
El Comerç Majorista és part del teixit comercial del barri del Raval i representa exactament el 2,3% de l'Oferta dels principals eixos comercials, éssent 23 locals els classificats dins d'aquest sector.

A continuació, exposem les dades extretes de l'anàlisi general i per zones:

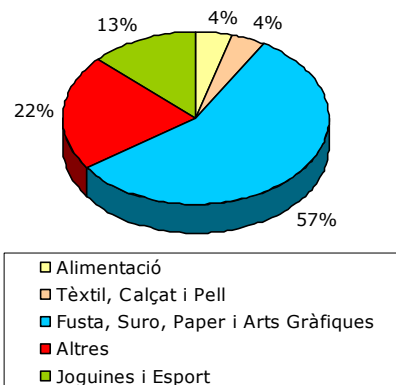
GENERAL

Comerç Majorista al Raval	Total	%
Alimentació	1	0,2
Tèxtil, Calçat i Pell	1	0,2
Fusta, Suro, Paper i Arts Gràfiques	13	2,9
Altres ²⁴	5	1,1
Joguines i Esport	3	0,7
TOTAL	23	100

Comerç Majorista al Raval



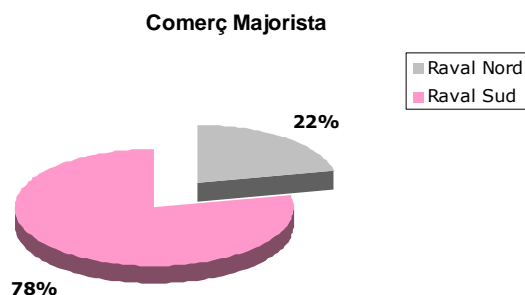
Comerç Majorista al Raval



²⁴ La branca d'Altres està formada per 1 Joieria, 1 Rellotgeria, 1 Productora i 1 de Regals.

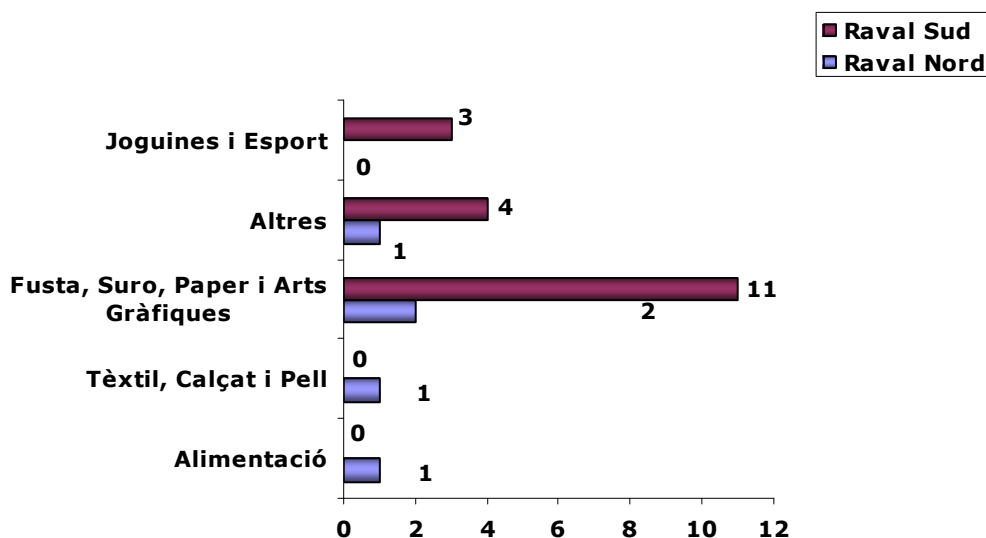
PER ZONES

Comerç Majorista	Total	%
Raval Nord	5	21,7
Raval Sud	18	78,3
TOTAL	23	100



Comerç Majorista per Zones						
Sectors del Comerç i de Serveis Majoristes	Raval Nord	%	Raval Sud	%	Total	%
Alimentació	1	100,0	0	0,0	1	0,2
Tèxtil, Calçat i Pell	1	100,0	0	0,0	1	0,2
Fusta, Suro, Paper i Arts Gràfiques	2	15,4	11	84,6	13	2,9
Altres	1	20,0	4	80,0	5	1,1
Joguines i Esport	0	0,0	3	100,0	3	0,7
TOTAL	5	21,7	18	78,3	23	100

Comerç Majorista al Raval per zones



Anàlisi de les Dades Generals

Del comerç majorista del barri, destaca la predominança del sector de la Fusta, el Suro, el Paper i les Arts Gràfiques.

La major part de les activitats que formen part d'aquesta tipologia comercial, s'ubiquen a la part Sud del Raval.

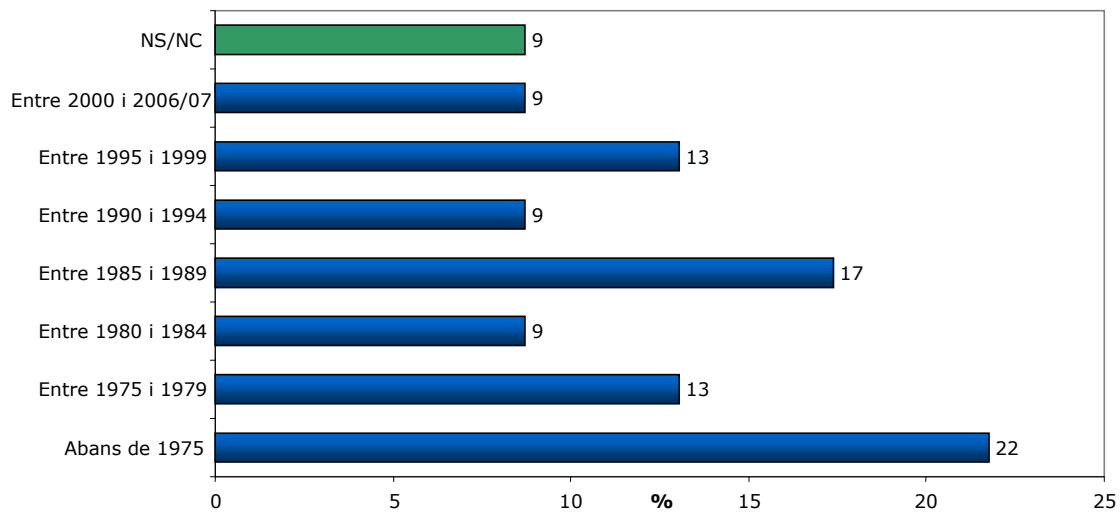
Seguidament, s'estudiaran les característiques concretes dels comerços i dels empresaris:

3.6.1.1. Característiques del Comerç

a) Any d'Obertura

ANY OBERTURA	TOTAL	%
Abans de 1975	5	22
Entre 1975 i 1979	3	13
Entre 1980 i 1984	2	9
Entre 1985 i 1989	4	17
Entre 1990 i 1994	2	9
Entre 1995 i 1999	3	13
Entre 2000 i 2007	2	9
NS/NC	2	9
TOTAL	23	100

Any d'Obertura

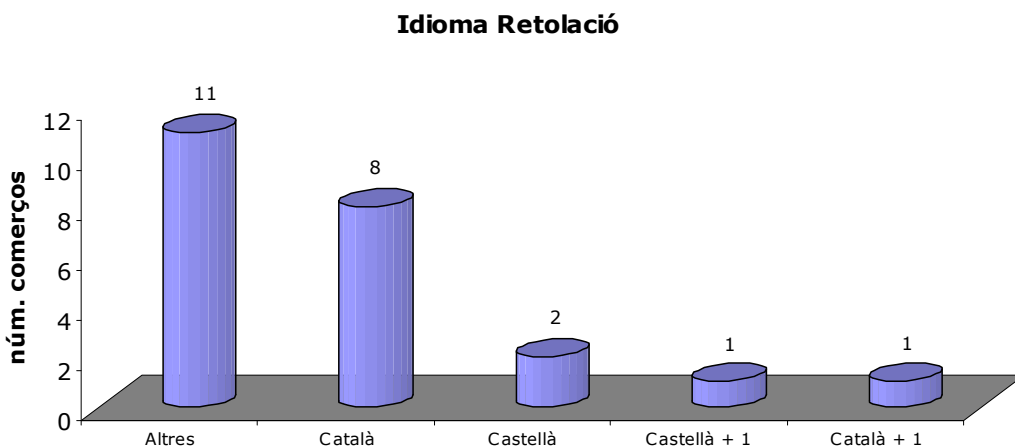


El 22% dels comerços majoristes s'han obert o traspassat entre el 1995 i el 2007. El mateix percentatge el trobem en els que així ho van fer abans del 1975. L'obertura de comerços per tant, és bastant constant, en cadascun dels quinquennis s'han obert o traspassat entre 2 i 4 comerços.

b) Retolació

	RAVAL		
	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	23	0	23
%	100	0	100

El 100% dels establiments de venda al major tenen rètol.

c) Idioma de Retolació

En aquesta tipologia comercial, les retolacions de Noms Propis i Marques són majoritàries, juntament amb les fetes en Català.

d) Accessibilitat²⁵

	ACCESSIBILITAT			
	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	TOTAL
RAVAL	11	7	5	23
%	48	30	22	100

Gairebé el 50% dels locals tenen condicions òptimes d'accessibilitat. Tanmateix, i tenint en compte l'elevada representativitat, destaca el 52% d'establiments que presenten alguna o més dificultats d'accés.

²⁵ Els criteris d'accessibilitat s'han establert des de la vorera del carrer als comerços

3.6.1.2. Característiques del Propietari

a) Origen

El 100% dels empresaris són Autòctons.

b) Edat

EDAT DELS EMPRESARIS					
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
RAVAL	1	13	5	3	22
%	5	59	23	14	100

La gran majoria dels propietaris tenen entre 36 i 50 anys. Només un empresari majorista te menys de 35 anys.



3.7. El Comerç Combinat

Aquest tipus de Comerç, com abans ja s'ha explicat²⁶, està format per tots aquells comerços i serveis que tenen un doble àmbit d'actuació: majoristes i minoristes.

En funció de la importància de la distribució de les vendes (al major o al detall), es subdivideix en:

- Combinat Majorista
- Combinat Minorista

Tenint en compte que s'ha introduït per primera vegada en aquest Estudi la categoria de Comerç Combinat (la seva descripció i classificació), no es pot realitzar una anàlisi comparativa. Per tant, s'estudien les dades extretes l'any 2006/07.

²⁶ Veure pàg. 14, Classificació de les Activitats Econòmiques i Comercials.



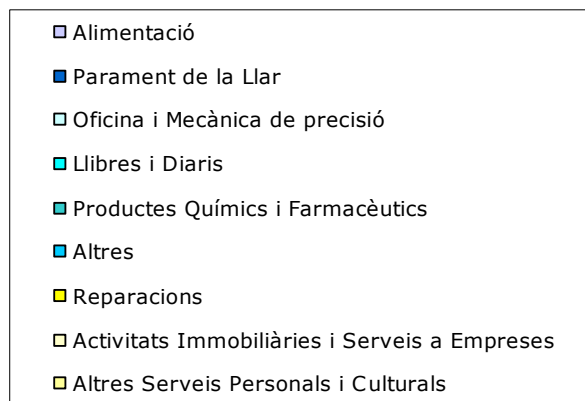
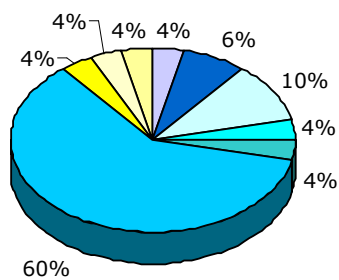
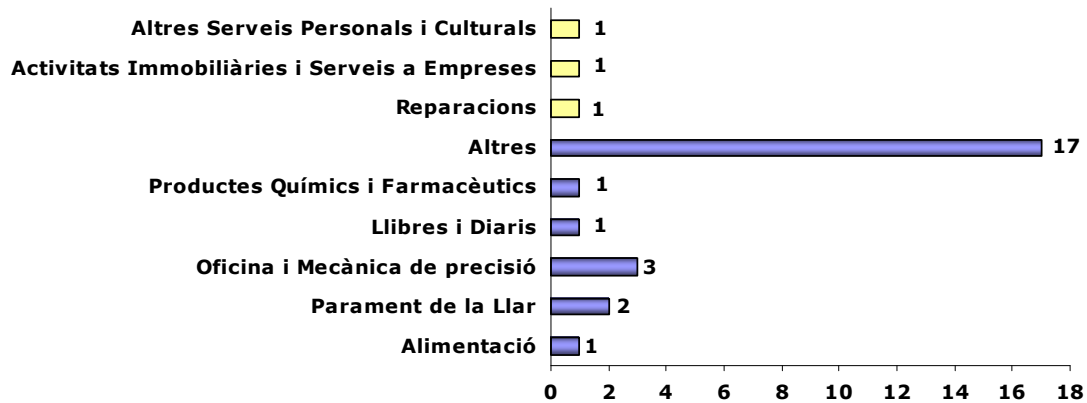
3.7.1. Dades Comercials de l'any 2006-2007

El Comerç Combinat representa el 2,7% del teixit comercial del barri del Raval, essent 28 locals els que es dediquen aquest sector.

A continuació, s'exposen les dades extretes de l'anàlisi general i per zones:

GENERAL

Sectors del Comerç i de Serveis Combinats	Total	%
Alimentació	1	3,6
Parament de la Llar	2	7,1
Oficina i Mecànica de precisió	3	10,7
Llibres i Diaris	1	3,6
Productes Químics i Farmacèutics	1	3,6
Altres	17	60,7
Reparacions	1	3,6
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	1	3,6
Altres Serveis Personals i Culturals	1	3,6
TOTAL	28	100

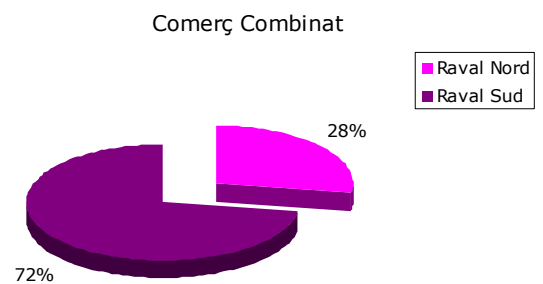


El segment d'Altres és predominant i està format per:

Altres	Total	%
Joieria / Bijuteria	6	35,3
Discos	1	5,9
Rellotges	1	5,9
Paraigües	1	5,9
Articles de Regals	6	35,3
Música (discos)	1	5,9
Globus Terraquis	1	5,9
TOTAL	17	100,0

PER ZONES

Comerç Combinat	Total	%
Raval Nord	8	28,6
Raval Sud	20	71,4
TOTAL	28	100

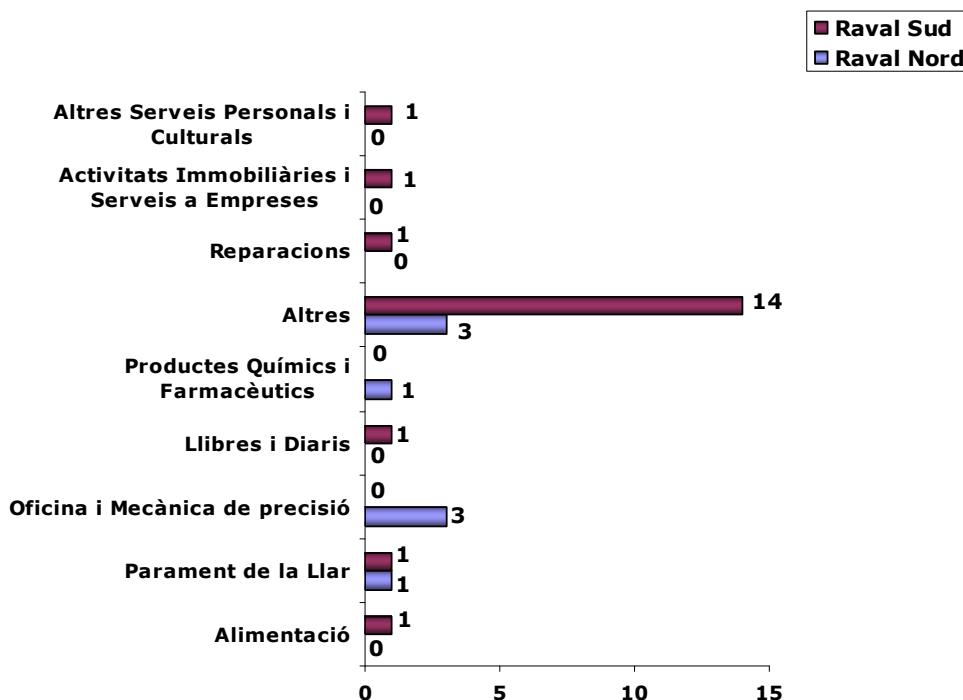


Comerç Combinat per Zones						
Sectors del Comerç i de Serveis Combinats	Raval Nord	%	Raval Sud	%	Total	%
Alimentació	0	0,0	1	100,0	1	0,2
Parament de la Llar	1	50,0	1	50,0	2	0,4
Oficina i Mecànica de precisió	3	100,0	0	0,0	3	0,7
Llibres i Diaris	0	0,0	1	100,0	1	0,2
Productes Químics i Farmacèutics	1	100,0	0	0,0	1	0,2
Altres	3	17,6	14	82,4	17	3,8
Reparacions	0	0,0	1	100,0	1	0,2
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	0	0,0	1	100,0	1	0,2
Altres Serveis Personals i Culturals	0	0,0	1	100,0	1	0,2
TOTAL	8	28,6	20	71,4	28	100

Tal i com es pot observar, al Raval Sud és a on s'agrupen més del 70% de les activitats d'aquest sector. Al Nord, hi ha un total de 8 establiments i les subcategories a les que pertanyen són: Altres, Oficina i Mecànica de Precisió i Productes Químics i Farmacèutics.



Comerç Combinat al Raval per zones

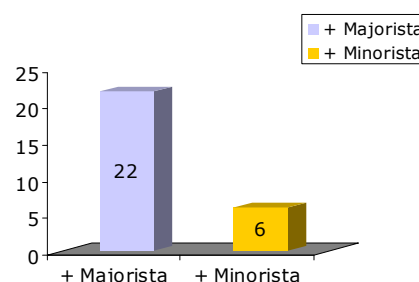


Agrupant el Comerç Combinat segons el pes de la venda (al major o al detall) de cadascuna de les activitats que en formen part s'observa que:

SUBCATEGORIES DEL COMERÇ COMBINAT

Comerç Combinat	Total	%
+ Majorista	22	78,6
+ Minorista	6	21,4
TOTAL	28	100

Comerç Combinat



Anàlisi de les Dades Generals

Destaca la predominança de la branca d'Altres, sobretot els subsectors relacionats amb els Articles de Regals, la Joieria o la Música (venda de discos).

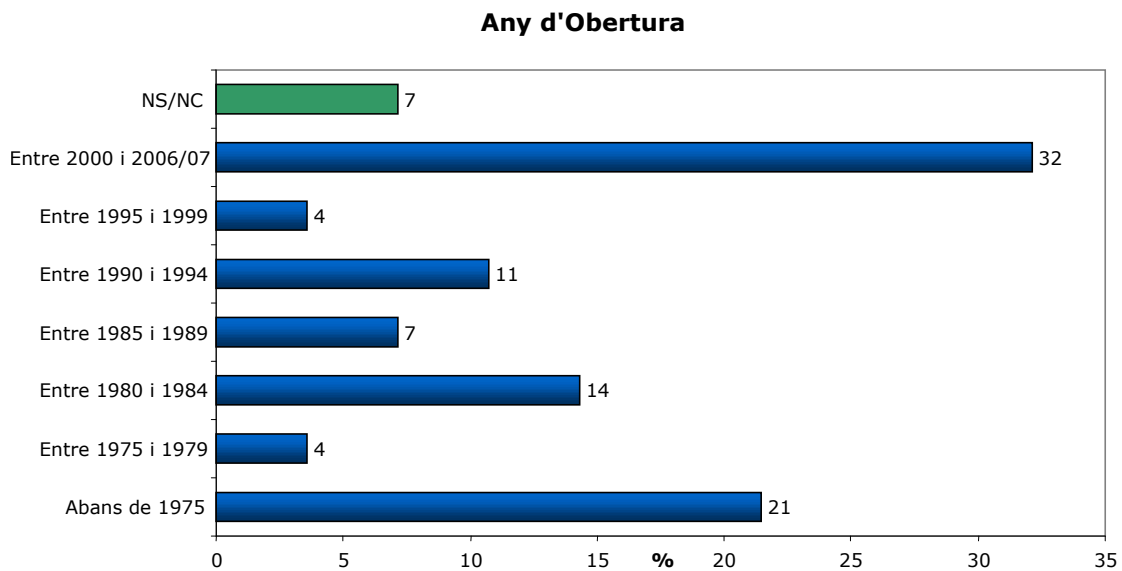
El Comerç Combinat es distribueix a totes les zones del Raval, tot i que es concentra majoritàriament a la part Sud del mateix. Únicament el subsegment de l'Oficina i la Mecànica de Precisió consta de més presència al Nord.

Encara que es realitzen vendes al detall i a l'engròs, gairebé un 79% de les activitats es centren i reben més beneficis de la venda al major. Tot seguit, s'analitzen les característiques concretes dels locals i els seus propietaris.

3.7.1.1. Característiques del Comerç Combinat

a) Any d'Obertura

ANY OBERTURA	TOTAL	%
Abans de 1975	6	21
Entre 1975 i 1979	1	4
Entre 1980 i 1984	4	14
Entre 1985 i 1989	2	7
Entre 1990 i 1994	3	11
Entre 1995 i 1999	1	4
Entre 2000 i 2007	9	32
NS/NC	2	7
TOTAL	28	100



El 32% dels comerços combinats s'ha obert o traspassat en els darrers 6 anys.

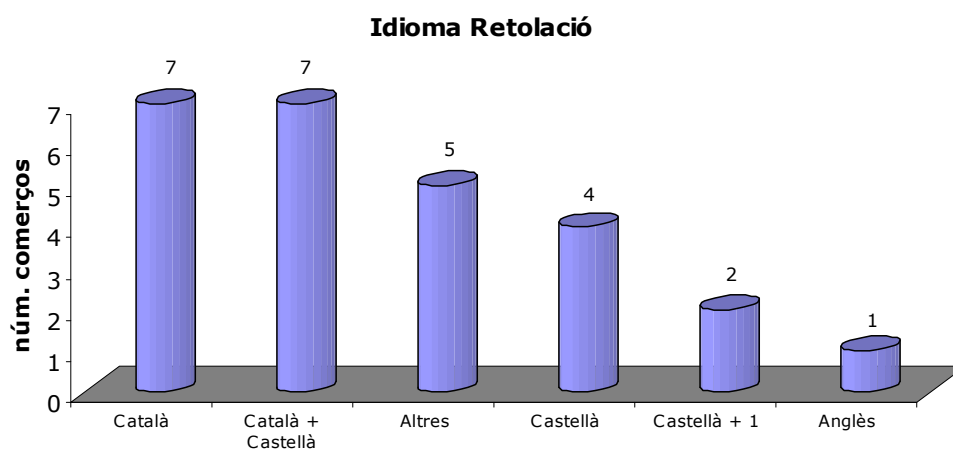
b) Retolació

	RAVAL		
	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	26	2	28
%	93	7	100

Exceptuant 2 comerços, la resta de locals (93%) tenen retolació.

c) Idioma de Retolació

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	7	27
Castellà	4	15
Altres ²⁷	5	19
Català + Castellà	7	27
Anglès	1	4
Castellà + 1	2	8
TOTAL	26	100



El Català (amb presència com a mínim al 54% de les retolacions) i el Castellà (amb un 50%) són els idiomes principals de les retolacions d'aquest sector.

²⁷ Altres: 3 Marca, 2 Nom Propi.

d) Accessibilitat²⁸

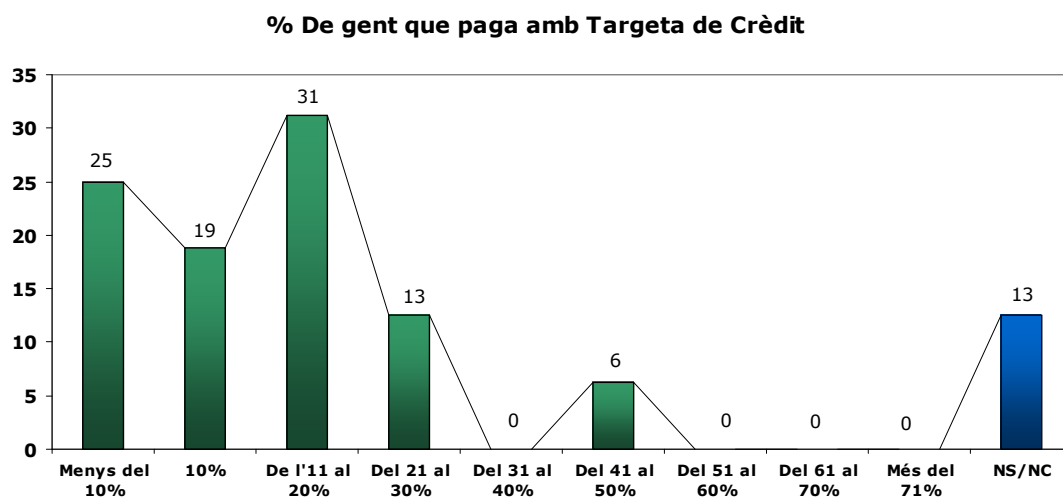
ACCESSIBILITAT				
	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	TOTAL
RAVAL	18	4	4	26
%	69	15	15	100

El 30% dels establiments presenten alguna dificultat d'accés, tot i que, únicament 4 locals són del tot inaccessibles.

e) Facilitats de Pagament

RAVAL			
	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	11	17	28
%	39	61	100

El 61% dels negocis ofereixen facilitats de pagament.

f) Nivell d'utilització del Pagament amb Targeta de Crèdit

Entre l'11 i el 20% del total de la clientela habitual paga amb targeta de crèdit.

²⁸ Els criteris d'accessibilitat s'han establert des de la vorera del carrer als comerços

3.7.1.2 Característiques del Propietari

a) Origen

ORIGEN				
	Autòcton	Immigrant No Comunitari ²⁹	Immigrant Comunitari	TOTAL
RAVAL	21	7	0	28
%	75	25	0	100

El 75% dels empresaris són Autòctons.

b) Edat

EDAT DELS EMPRESARIS				
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	TOTAL
RAVAL	4	11	13	28
%	14	39	46	100

Hi ha cert equilibri entre els empresaris amb edats compreses entre 36 i 50 anys (39%) i amb més de 50 anys (46%).

²⁹ Països Origen Immigrant No Comuniatri: Índia (2), Xina (4) i Israel (1).

3.8. Conclusions Generals

El Raval és un barri amb una elevada activitat econòmica i comercial, no només representa un 35,47% del total de l'Oferta Comercial que engloba el Districte de Ciutat Vella, sinó que també un 80% dels seus locals estan en actiu.

Els sectors principals que formen l'Oferta del Raval són els serveis i el comerç minorista. El comerç combinat i el majorista no arriben al 6%. És a dir, existeix un bon mixt comercial.

El Raval Nord es caracteritza per tenir més activitat comercial percentualment parlant, tot i que és a la part Sud (a pesar de tenir més locals tancats) a on s'aglutina a un major nombre d'establiments i a on existeix una major mixió econòmica i comercial.

En l'anàlisi per sectors observem que:

- El **comerç minorista** pateix la mateixa evolució que es dona a la ciutat de Barcelona (a la baixa), significa el 35,89% del Districte, encara que presenta una tendència a llarg termini d'estabilitat i concentra més activitats a la part Nord del barri.

Les branques que més disminueixen dins d'aquest sector són l'Alimentació (sobretot al Nord) i el Tèxtil (al Sud). Les que contempnen un creixement moderat són les del Parament de la Llar (a tot el barri en general) i el Tèxtil (al Nord).

La branca de l'Alimentació consta de més pes a la part Sud i la del Tèxtil, per tant, a la Nord.

Es podria parlar doncs, de la diferenciació comercial entre ambdues zones del barri: al Nord hi ha una tendència cap a l'especialització en el mercat de la moda, la música i els gustos alternatius i al Sud existeix un cert perill de saturació del mercat en la branca de l'Alimentació. Aquesta darrera afirmació però, és només una hipòtesi a llarg termini, perquè si s'entenen aquestes dues zones -Nord i Sud- com un únic barri -Raval- es pot observar com aquestes es complementen perfectament i es retroalimenten econòmicament parlant: el comerç de proximitat és nodreix de la nova clientela i el turisme atret per l'oferta cultural i lúdica del barri i de la ciutat i el comerç més cosmopolita ressorgeix gràcies a l'atractivitat social i comercial del Raval (barri pluriètnic amb un grau elevat d'exotisme).

Els establiments comercials es caracteritzen per ser de nova obertura (a partir de 1995) o per ser tradicionals (d'abans de 1975).

Tot i que el caràcter emprenedor és més elevat en les persones d'origen estranger (han obert més comerços en els darrers anys), els comerciants autòctons són majoritaris amb un 62% de representativitat.

Només un 10% dels negocis no tenen rètol, i l'idioma més utilitzat per a retolar és el Català, seguit del Castellà.

Els locals tenen bones condicions d'accés, sobretot al Raval Sud.

Les facilitats de pagament amb targeta de crèdit ofertes pels responsables del comerç minorista són escasses tot i que són més bones al Nord del barri.

Els comerciants del Raval es caracteritzen per ser d'edat mitjana, encara que són més joves a la part Nord. Tot i així, destaca l'elevat nombre de comerciants amb edat avançada (més de cinquanta anys) a tot el barri. Aquest factor és, de fet, un reflexe de la piràmide poblacional existent a la nostra societat.

Per últim, destacar que els idiomes més utilitzats per la clientela són el Castellà, el Català i l'Anglès.



- En referència al sector dels **serveis**, comentar que (tot i que s'ha produït un augment significatiu en els darrers anys, reproduint l'evolució que s'observa a la ciutat), la seva tendència també és a l'estabilitat. S'ha de tenir en compte que a l'any 2005 es va aprovar un nou Pla d'Usos del Districte de Ciutat Vella, que és molt restrictiu pel que fa a l'obertura de noves activitats de pública concurrència.

Els serveis signifiquen el 35,17% del Districte i es concentren més a la part Sud del Raval.

Els subsectors més representatius són el dels Restaurants, Bars i Hotels (més al Sud) i el d'Altres Serveis Personals i Culturals (al barri en general).

Es tracta de negocis que s'han obert o traspasat en els darrers 11 anys i, de forma diferent al que succeeix al comerç minorista, s'observa un comportament emprenedor similar entre els comerciants Autòctons i els d'origen Estranger.

Un 90% dels locals estan retolats principalment en Català i en Castellà. Només un 50% dels serveis contempnen unes bones condicions d'accés i estan ubicats sobretot al Raval Sud.

Les facilitats de pagament amb targeta són molt baixes en aquest sector (menys a la part Sud), i un 57% dels negocis obren els dissabtes a la tarda (també es concentren més a la zona del mar).

Els empresaris tenen entre 36 i 50 anys i el 50,2% són autòctons (es concentren més a la part Nord) i el 30% d'origen estranger (hi ha un major nombre al Sud).

Els idiomes més utilitzats per la clientela són el Castellà, el Català i l'Anglès³⁰.

- El **comerç majorista** significa el 29,24% del Districte i el 2,3% del barri, tot i que es concentra majoritàriament a la part Sud.
En aquest sector existeix un mix en quant a nous establiments i antics, encara que tots estan retolats principalment amb Noms propis i Marques. El 50% d'aquest locals són accessibles.
Els empresaris són Autòctons en la seva totalitat i d'edat compresa entre els 36 i els 50 anys.
- El **comerç combinat** significa el 2,7% de l'Oferta del barri, la branca que concentra més establiments és la d'Altres i està formada per les botigues de Regals, les Joieries i la Música. Es concentra més a la part Sud del Raval i té un marge més alt a través de la venda al major, raó per la qual hi ha més pes del comerç majorista en aquest sector. Es caracteritza per ser o tradicional o de nova obertura, per tenir una bona accessibilitat, per estar retolat adequadament i per oferir facilitats de pagament amb targeta. El 75% dels seus empresaris són Autòctons i, o superen la cinquantena, o tenen entre 36 i 50 anys.

Per tant, parlariem d'una Oferta Comercial variada, a on el perfil de l'empresariat seria de persones Autòctones³¹ i de mitjana edat³². És a dir, s'exclouria un possible perill de guetització a no ser que s'acceleri moltíssim el nivell de vendes o de traspasos dels negocis dels empresaris autòctons.

L'Oferta Comercial del Raval està formada principalment pel sector dels serveis (que es configura com el motor de la vida econòmica i comercial), complementat amb un comerç alternatiu poc consolidat i amb un comerç de proximitat arrelat.

Per acabar, adjuntem una Taula Resum de les principals característiques de l'Oferta Comercial del Raval:

³⁰ A la part Sud augmenta molt la seva utilització.

³¹ La distribució de l'empresariat per país d'origen és la següent: el 56% Autòctons, el 32% d'origen Immigrant i el 12 se situen a la categoria de Ns/Nc.

³² Els menors de 35 anys representen el 14% dels empresaris i els majors de 50 el 24%. D'altra banda, un 9% dels comerços i serveis són entitats o serveis públics que s'han classificat com a "Casos Excepcionals". Hi ha un 12% de Ns/Nc.



OFERTA COMERCIAL DEL RAVAL				
	Raval Nord	Raval Sud	Raval en General	
Comerç Minorista	% Representativitat al Districte		35,89%	
	% Representativitat dins del barri	50,40%	37,90%	43,60%
	Tendència	Equilibri	Equilibri	Equilibri
	Branques a l'alça	Tèxtil, Calçat i Pell/ Altres i Mixt		Parament de la Llar, Mixt i Altres
	Branques a la baixa	Alimentació, Oficina i Mecànica i Llibres i Diaris	Tèxtil, Calçat i Pell i Altres	Alimentació, Tèxtil, Calçat i Pell
	Any d'obertura	52% en els darrers 11 anys	43% en els darrers 11 anys	48,20% en els darrers 11 anys
	Retolacions	92% Sí	90% Sí	91% Sí
	Idiomes retolacions			Català i Castellà
	Accessibilitat	47% Condicions òptimes	53% Condicions òptimes	59% Condicions òptimes
	Facilitats de pagament	57% Sí	47% Sí	52% Sí
	Nivell pagament tarjeta	Al voltant del 31%	Al voltant de l'11%	Entre el 30% i el 40%
	Obertura dissabtes tarda	72% Sí	65% Sí	69% Sí
Origen	67% Autòctons i 30% Estrangers	56% Autòctons i 41% Estrangers	62% Autòctons i 34% Estrangers	
Edat	51% entre 36 i 50 anys	44% entre 36 i 50 anys	48% entre 36 i 50 anys	
Idioma clientela	Castellà, Català i Anglès	Castellà, Català i Anglès	Castellà, Català i Anglès	
Serveis	% Representativitat al Districte		35,17%	
	% Representativitat dins del barri	43,10%	53,90%	51,30%
	Tendència	Equilibri	Equilibri	Equilibri
	Branques a l'alça			Rest. i Hotels, Reparacions, Manteniment, Sanitat, Ac. Immob. i Altres
	Branques a la baixa			Finances i Assegurances i Transports i Comunicacions
	Any d'obertura	42% en els darrers 11 anys	48% en els darrers 11 anys	45% en els darrers 11 anys
	Retolacions	90% Sí	92% Sí	91% Sí
	Idiomes retolacions			Català i Castellà
	Accessibilitat	29% Condicions òptimes	71% Condicions òptimes	52% Condicions òptimes
	Facilitats de pagament	19% Sí	19% Sí	19% Sí
	Nivell pagament tarjeta	Entre el 21% i el 30%	Al voltant del 20%	Entre l'11% i el 20%
	Obertura dissabtes tarda	49% Sí	62% Sí	57% Sí
Origen	57% Autòctons i 21% Estrangers	45% Autòctons i 37% Estrangers	50,2% Autòctons i 30% Estrangers	
Edat	35% entre 36 i 50 anys	37% entre 36 i 50 anys	36% entre 36 i 50 anys	
Idioma clientela	Castellà, Català i Anglès	Castellà, Anglès i Català	Castellà, Català i Anglès	
Comerç Majorista	% Representativitat al Districte		2,30%	
	% Representativitat dins del barri	21,70%	78,30%	2,30%
	Tendència	Equilibri	Equilibri	Equilibri
	Branques a l'alça		Fusta, Suro, Paper i Arts Gràfiques i Altres	Fusta, Suro, Paper i Arts Gràfiques
	Branques a la baixa		Joguines i Esports i Alimentació	
	Any d'obertura			35% fins el 1975
	Retolacions	100% Sí	100% Sí	100% Sí
	Idiomes retolacions			Noms Propis i Marques i Català
	Accessibilitat			48% Condicions òptimes
	Origen	100% Autòctons	100% Autòctons	100% Autòctons
Edat			59% entre 36 i 50 anys	
Comerç Combinat	% Representativitat dins del barri		2,70%	
	Any d'obertura		25% fins el 1975 i 32% en els darrers 11 anys	
	Retolacions		93% Sí	
	Idiomes retolacions		Català i Català+Castellà	
	Accessibilitat		69% Condicions òptimes	
	Facilitats de pagament		61% Sí	
	Nivell pagament tarjeta		Entre l'11% i el 20%	
Origen		75% Autòctons i 25% Estrangers		
Edat		46% més de 50 anys		

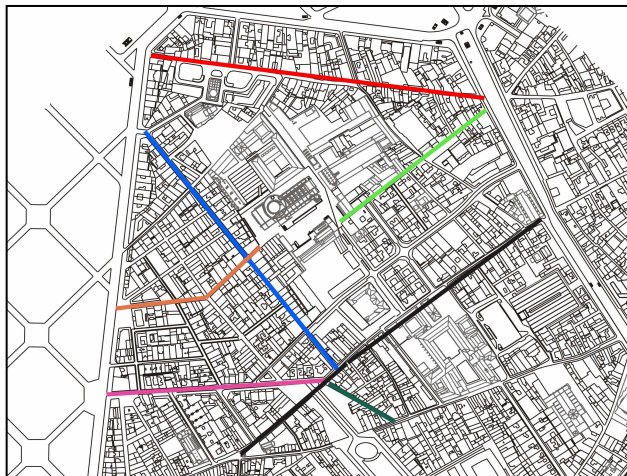
3.9 Anàlisi dels Eixos Comercials

A continuació, s'exposen i analitzen les dades específiques dels principals eixos comercials, per tal de realitzar un estudi minuciós de cadascun dels carrers i, per tant, de les àrees comercials del Raval.

D'aquesta manera, es pot conèixer acuradament la realitat econòmica i comercial de cadascun d'ells, observar la influència de la ubicació geogràfica dins de la seva Oferta Comercial i les característiques concretes dels seus establiments, propietaris i clientela.

3.9.1 El Raval Nord

Tal i com s'esmenta en l'apartat metodològic d'aquest estudi, els carrers que han format part del camp d'anàlisi en aquesta àrea són:



- 1- **C. Tallers**
- 2- **C. Joaquim Costa**
- 3- **C. Riera Alta**
- 4- **C. Ferlandina**
- 5- **C. Elisabets**
- 6- **C. Carme**
- 7- **C. Riera Baixa**

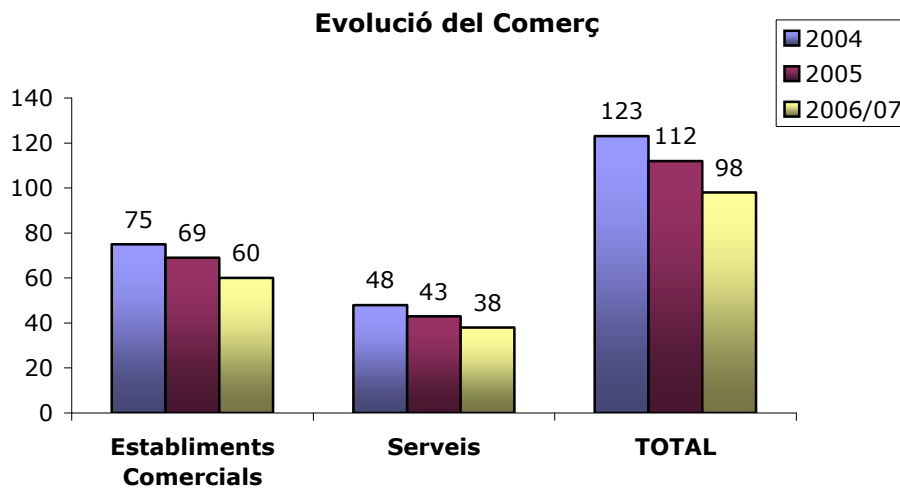
A continuació s'ofereixen les dades generals, les específiques i les característiques del comerç minorista i dels serveis de cadascun d'ells que han estat recollides en el Treball de Camp.

3.9.1.1 El C. Tallers

a) Dades Generals

TALLERS				
Tipologia	2004	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	75	69	60	-9
Serveis	48	43	38	-5
TOTAL	123	112	98	-14

Hi ha 4 locals tancats o magatzems, el 3% del total de locals.

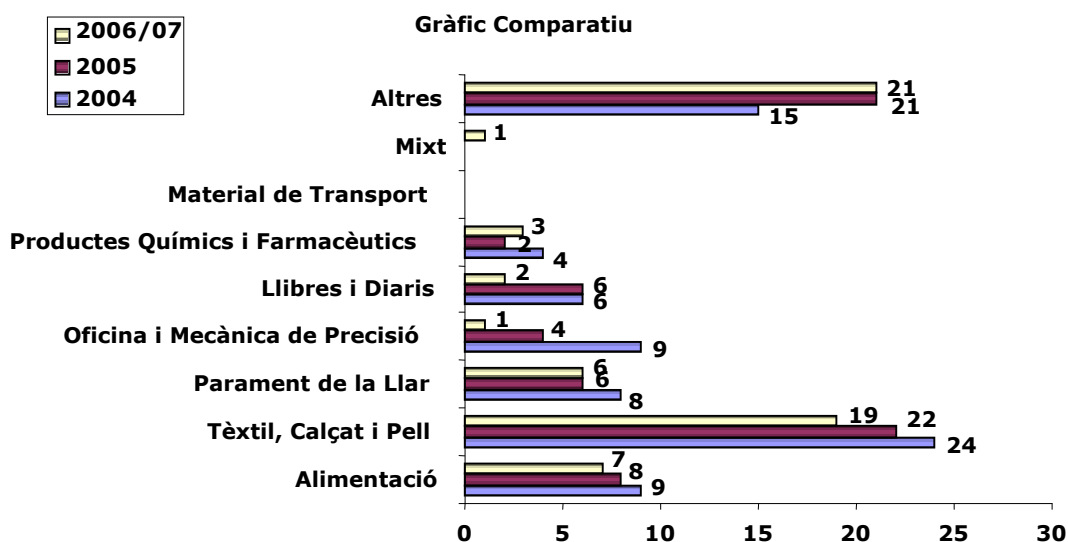


Observacions

Des de l'any 2005 el C. Tallers experimenta un descens paulatí, tant en el sector dels establiments comercials amb 13 punts percentuals (9 establiments) com en el dels serveis amb 12,5 punts percentuals (5 locals).

b) Establiments Comercials

TALLERS				
Sectors del Comerç	2004	2005	2006/07	05-06/7
Alimentació	9	8	7	-1
Tèxtil, Calçat i Pell	24	22	19	-3
Parament de la Llar	8	6	6	0
Oficina i Mecànica de Precisió	9	4	1	-3
Llibres i Diaris	6	6	2	-4
Productes Químics i Farmacèutics	4	2	3	+1
Material de Transport	0	0	0	0
Mixt ¹	0	0	1	+1
Altres	15	21	21	0
TOTAL	75	69	60	-9,0



Observacions

L'activitat comercial al C. Tallers és elevada, tot i que s'ha donat una tendència a la baixa en els darrers anys. Aquest descens es deu al tancament de les botigues destinades a la venda de Llibres i Diaris i a les d'Oficina i Mecànica de Precisió. Encara que s'observa una petita davallada en el sector del Tèxtil, destaca que, en el transcurs de l'elaboració d'aquest estudi, s'ha produït l'obertura de locals (que es trobaven en traspàs en el moment de la realització del treball de camp) dirigits a aquest sector, concretament de dos nous establiments.

Aquí, es remarca l'elevada oferta de botigues relacionades amb el món musical i de Tèxtil, Calçat i Pell d'una tendència alternativa, que fan pensar en una especialització comercial d'aquest carrer en un públic juvenil i/o d'actualitat.

¹ Els comerç mixt existent és una cafeteria amb forn de pa.

c) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	57	3	60
%	95	5	100

El 95% dels establiments comercials consten d'una retolació distintiva.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	26	46
Castellà	6	10,5
Català + Castellà	4	7
Anglès	10	17,5
Altres (Marca)	11	19
TOTAL	57	100

Dels establiments amb retolació, una gran majoria estan en Català (un 53%), seguits dels que especifiquen una Marca concreta. Els rètols en Castellà o Anglès tenen el mateix grau de presència (17,5%).

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	31	17	11	1	60
%	52	28	18	2	100

Una bona part dels comerços (el 52%) estan òptimament adequats per a persones amb algun tipus de disminució física, tot i que existeix un elevat percentatge dels mateixos que no ho estan (46%).

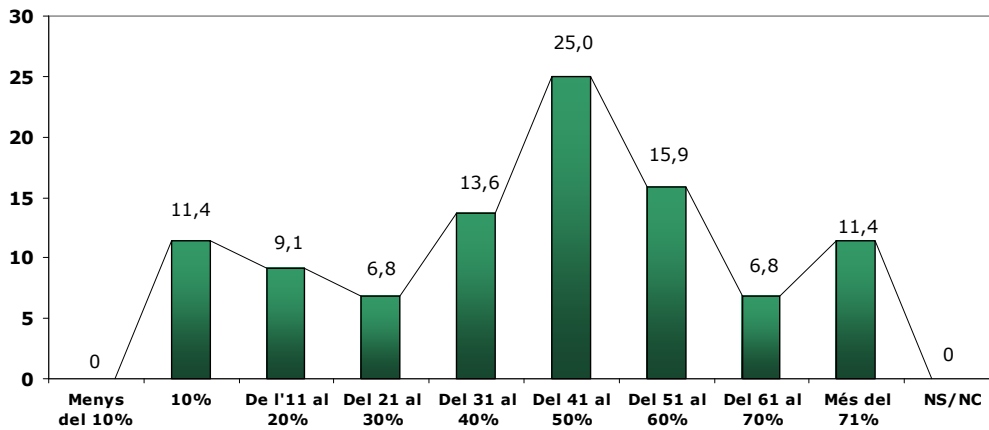
	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	16	44	60
%	27	73	100

Un elevat percentatge d'establiments (73%), ofereix la possibilitat al client de pagar les seves compres mitjançant targeta de crèdit.

Segons els comerciants, el percentatge de clients que utilitzen aquest servei suposa:



% De gent que paga amb Targeta de Crèdit

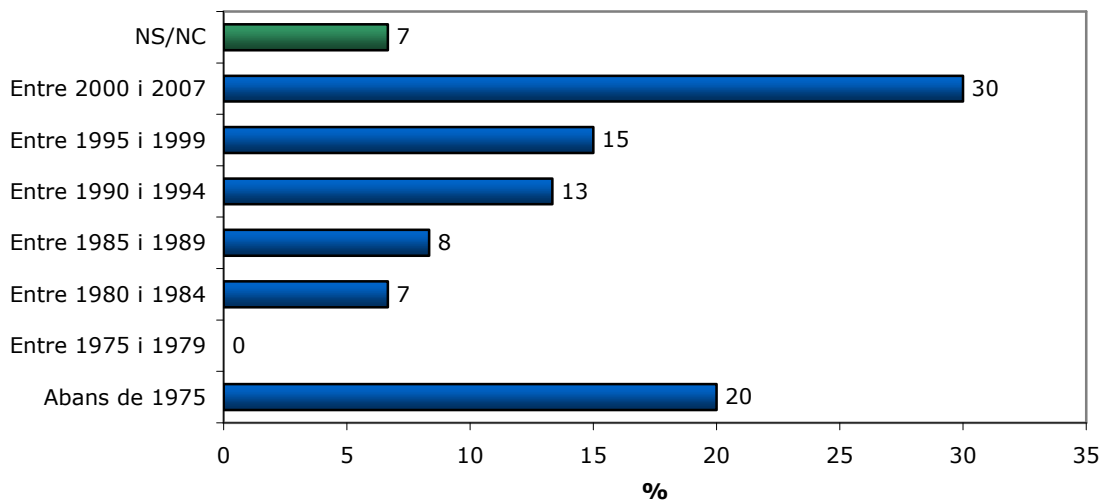


Una mitjana d'ús situada entre el 41 i el 50% del total dels cobraments.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	47	13	60
%	78	22	100

La majoria (78%) obre els dissabtes a la tarda.

Any d'Obertura



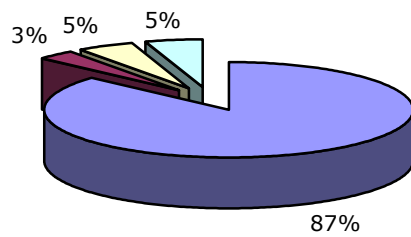
Gairebé la meitat dels empresaris dels comerços del carrer (48%) va iniciar el negoci abans de 1995. A partir d'aquest moment, es va experimentar un creixement significatiu del comerç minorista: entre el 2000 i el 2005 es van instal·lar 16 nous establiments comercials (que suposen un 25% del total de locals en funcionament).



DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	52	2	3	3	60

Origen de l'empresari

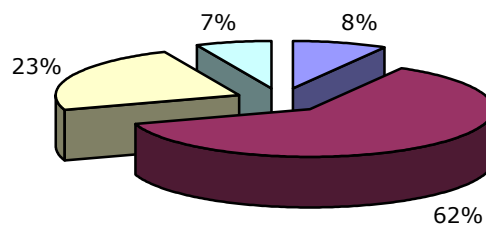


La majoria de comerciants són Autòctons (87%) i, únicament 5 empresaris, són d'origen Estranger (8%)².



	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	5	37	14	4	60

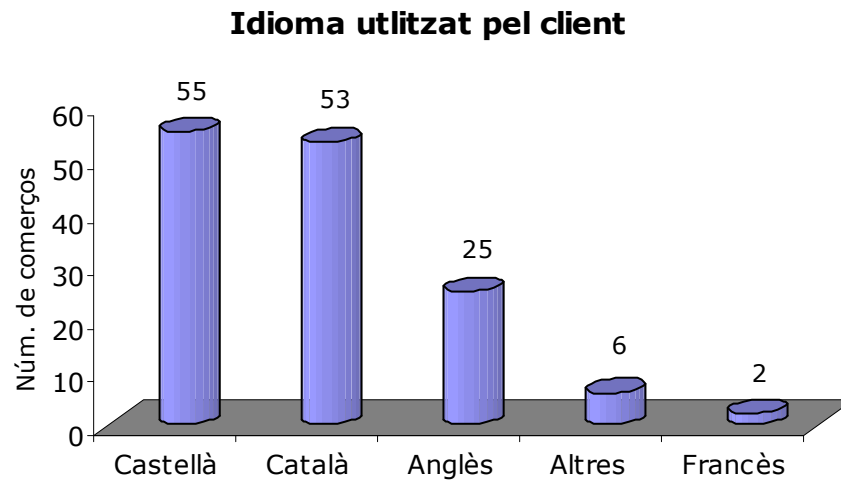
Edat de l'empresari



Es tracta d'un comerç de mitjana edat i amb possibilitats de continuïtat. Un 23% de l'empresariat però, supera la cinquantena.



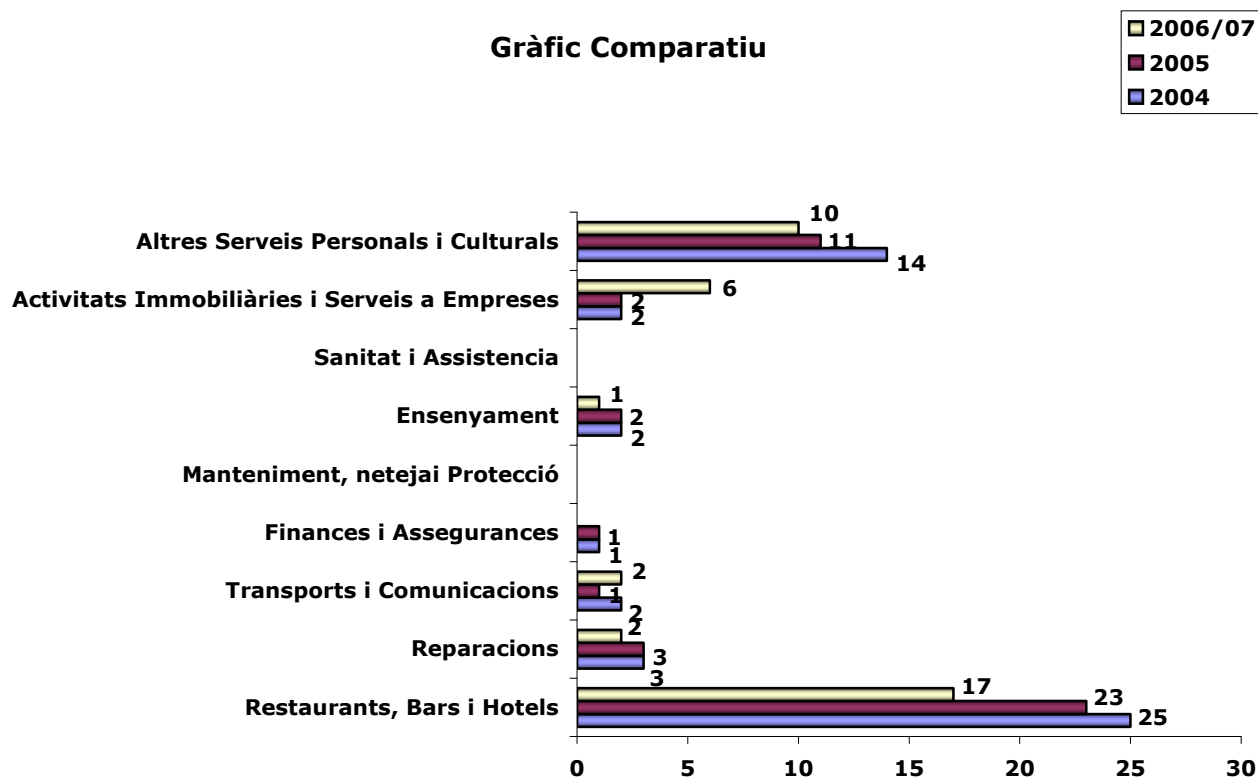
² 2 de França, 1 d'Armènia, 1 de Filipines i 1 d'Anglaterra.

DEL CLIENT

A la majoria d'establiments els clients es dirigeixen en alguna de les dues llengües oficials. Destaca la utilització elevada de l'Anglès a 25 locals, motiu que fa pensar en l'elevat turisme que visita aquest carrer. Dins de l'apartat Altres, els idiomes utilitzats són l'Italià (en 5 establiments) i el Tagalo (en 1 d'ells).

d) Serveis

TALLERS				
Sectors dels Serveis	2004	2005	2006/07	05-06/7
Restaurants, Bars i Hotels	25	23	17	-6,0
Reparacions	3	3	2	-1,0
Transports i Comunicacions	2	1	2	1,0
Finances i Assegurances	1	1	0	-1,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	0	0	0,0
Ensenyament	2	2	1	-1,0
Sanitat i Assistència	0	0	0	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	2	2	6	+4,0
Altres Serveis Personals i Culturals	14	11	10	-1,0
TOTAL	49	43	38	-5

Gràfic Comparatiu**Observacions**

Pel que fa al sector dels serveis, el C. Tallers ha experimentat en els darrers tres anys una disminució significativa d'activitats, exactament de 5 locals. Aquesta, s'ha donat principalment en el subsector dels Bars, Restaurants i Hotels i en el d'Altres Serveis Personals i Culturals. L'única branca que ha experimentat un augment és la de les Activitats Immobiliàries i els Serveis a les Empreses.

e) Característiques dels Serveis

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	35	3	38
%	92	8	100

El 92% dels locals tenen retolació.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Castellà	17	49
Català	8	23
Català + Castellà	4	11
Anglès	4	11
Castellà + 1	1	3
Altres (Nom Propi)	1	3
TOTAL	35	100

La major part dels rètols identificatius estan com a mínim en Castellà (63%). La presència de la llengua Catalana es troba en un 34% dels rètols i la de l'Anglesa en un 11%.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	10	14	14	0	38
%	26	37	37	0	100

Hi ha un nombre elevat de locals que no ofereixen una bona accessibilitat, concretament un 74%.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	30	8	38
%	79	21	100

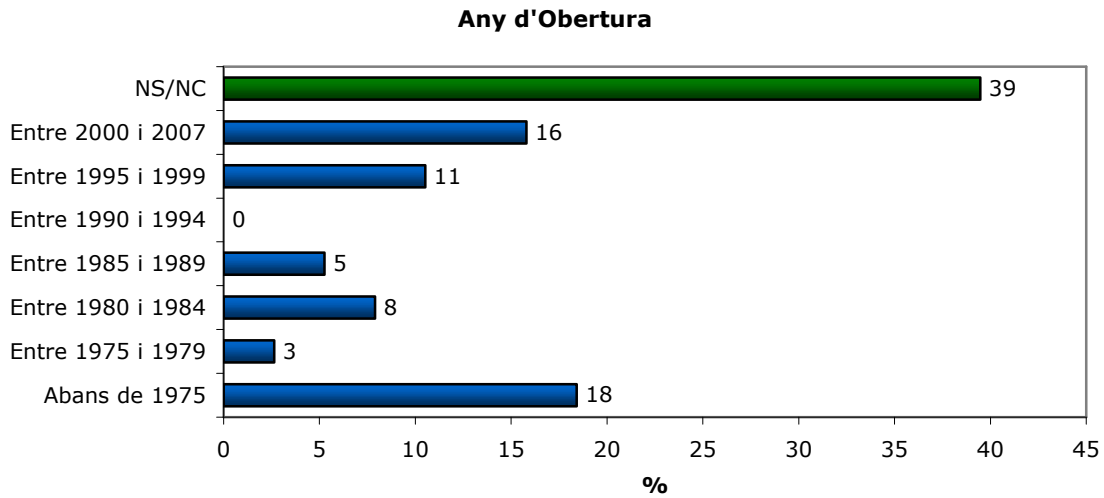
Només 8 serveis ubicats en aquest carrer ofereixen la possibilitat d'abonar les despeses mitjançant targeta electrònica.

En aquests 8 serveis, el percentatge de clients que utilitzen la targeta de crèdit es molt variable: a 6 locals es situa entre el 10 i el 40%, mentre que pels altres 2 serveis restants, suposa entre un 50 i un 70%.



	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	17	21	38
%	45	55	100

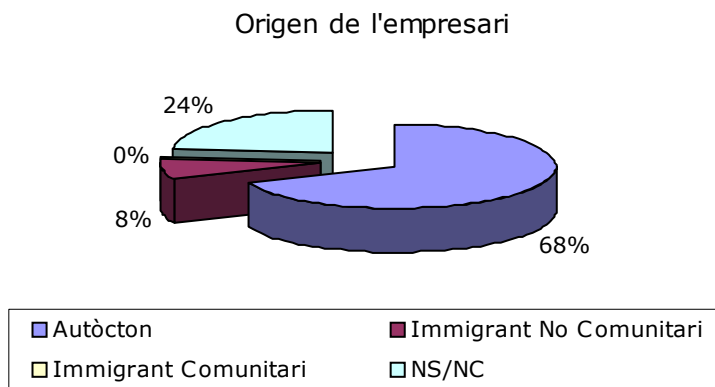
El 45% dels locals obren els dissabtes a la tarda.



Una mica més d'un quarta part dels serveis del C. Tallers (27%) s'han obert o traspassat en els darrers onze anys. Hi ha un percentatge significatiu (18) de locals oberts abans de 1975. El percentatge elevat de NS/NC es deu al gran nombre d'entitats, organismes i institucions situades al carrer, de les quals no hem obtingut aquesta dada.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	26	3	0	9	38



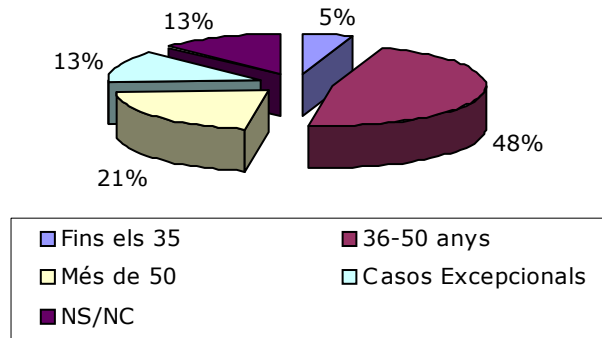
La majoria d'empresaris d'aquest carrer són Autòctons: representen el 68% del total.



	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	2	18	8	5	5	38

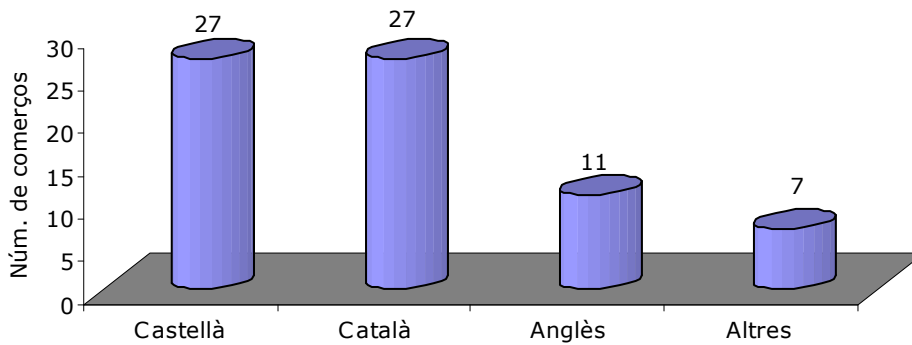
Edat de l'empresari

Hi ha una major nombre de propietaris que es troben en una edat compresa entre els 35 i els 50 anys. Destaca l'escàs nombre d'empresaris amb menys de 35 anys.



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



La clientela que freqüenta aquest carrer, parla indistintament en Català com en Castellà. El tercer idioma més parlat és l'Anglès i molt per sota tenim Altres llengües³.

³ Altres llengües: 1 alemany, 1 italià, 1 rus, 1 francès, 1urdu, 1 xinès i 1 àrab.



f) Conclusions del C. Tallers

Aquest carrer consta d'una elevada Oferta Comercial, encara que es troba en un moment de recessió. Tot i així, la hipòtesi d'evolució de les seves activitats econòmiques és positiva si es tenen en compte els següents aspectes:

- La ubicació geogràfica del carrer i el seu ús per part de la població en general: es tracta d'un eix peatonal -amb trams de prioritat invertida- que uneix la Rambla de Barcelona amb la Plaça Universitat.
- Consta d'un bon mix comercial⁴, predominant el comerç minorista (60 establiments) sobre els serveis (38 locals).
- La tradició, tendència clara i consolidació d'aquest mixt en l'especialització en el públic alternatiu i/o juvenil: hi ha una predominança d'establiments del tèxtil i de discos i de serveis bastant modernitzats.
- Les bones característiques dels comerços i serveis que el componen, oferint facilitats d'accés, de pagament i una imatge externa adequada.
- L'elevat nombre d'obertures i traspassos en els darrers anys en ambdós sectors per part de l'empresariat autòcton d'edat mitjana. Aquests factors ens porten a suposar que s'està donant una renovació generacional en la seva Oferta Comercial.

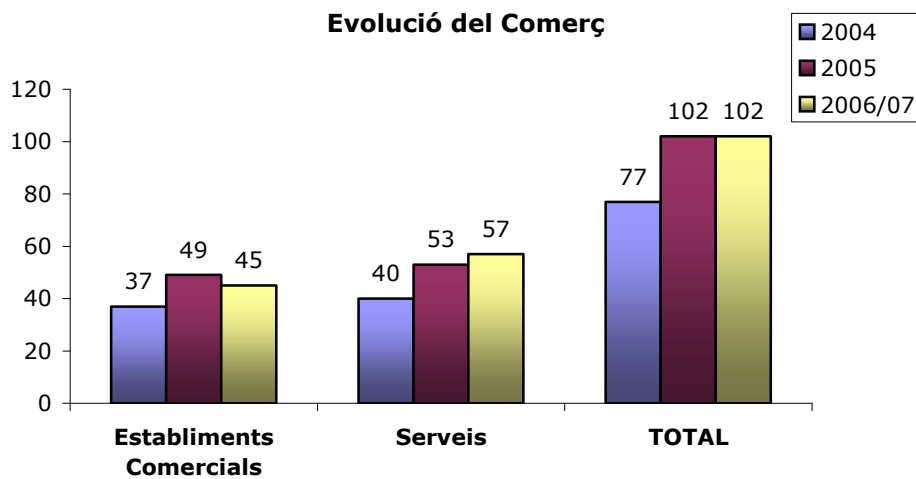
⁴ Hi ha 3 comerços combinats i 1 de majorista.

3.9.1.2 El C.Joaquim Costa

Dades Generals

JOAQUIM COSTA				
Tipologia	2004	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	37	49	45	-4
Serveis	40	53	57	+4
TOTAL	86	102	102	0

Hi ha 22 locals tancats o magatzems, el 16% del total de locals.

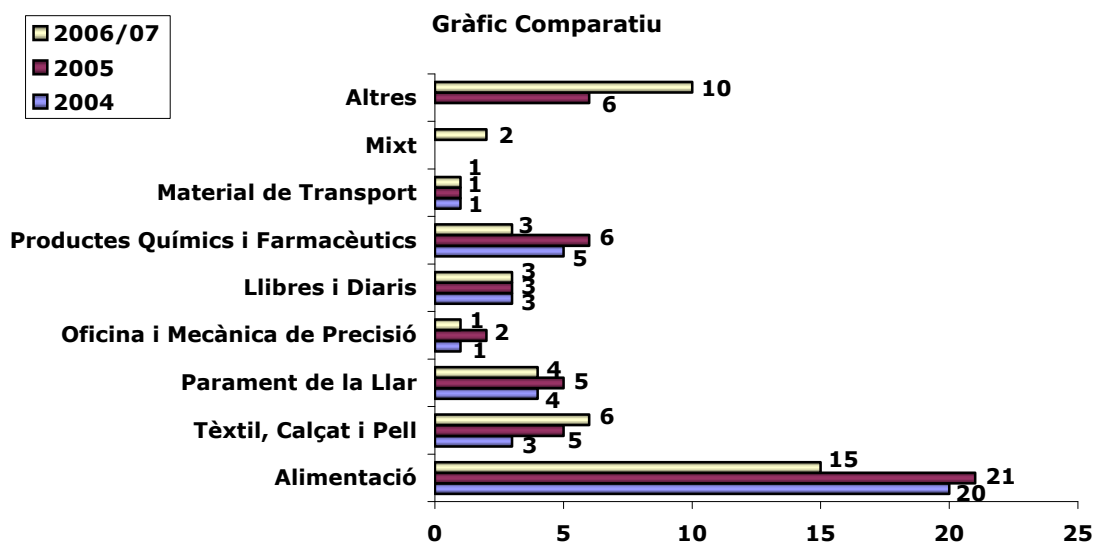


Observacions

En la comparativa realitzada entre el 2005-2006/07 sobre l'evolució de l'activitat comercial del C. Joaquim Costa, s'observa un descens de 8 punts percentuals (4 establiments) al comerç minorista i un augment de 7 punts percentuals als serveis (4 locals).

a) Establiments Comercials

JOAQUIM COSTA				
Sectors del Comerç	2004	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	20	21	15	-6,0
Tèxtil, Calçat i Pell	3	5	6	+1,0
Parament de la Llar	4	5	4	-1,0
Oficina i Mecànica de Precisió	1	2	1	-1,0
Llibres i Diaris	3	3	3	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	5	6	3	-3,0
Material de Transport	1	1	1	0,0
Mixt ⁵	0	0	2	+2,0
Altres	0	6	10	+4,0
TOTAL	37	49	45	-4



Observacions

L'activitat comercial al C. Joaquim Costa va experimentar un creixement considerat durant el 2005, tot i que en el 2006/07 ha mostrat una petita reducció. Tot i així, la presència de comerç és elevada. Destaquen les botigues d'Alimentació i, mostrant una tendència a l'alça, la subcategoria d'Altres (formada per botigues de mòbils, complements, basars i animals). Les branques que més han disminuït han sigut: l'Alimentació (-6) i els Productes Químics i Farmacèutics (-3).

⁵ Els 2 comerços mixts existents combinen la cafeteria amb forn de pa o amb la llibreria.

b) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	40	5	45
%	89	11	100

El 89% dels establiments comercials ubicats en aquest carrer tenen una retolació distintiva.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Castellà	17	43
Català + Castellà	10	25
Català	8	20
Castellà + 1	3	8
Anglès	1	3
Altres (Marca + Nom Propi)	1	3
TOTAL	40	100

Dels establiments amb retolació, una gran majoria estan com a mínim en Castellà (un 76%), seguits dels que utilitzen el Català (un 45%).

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	17	16	12	0	45
%	38	36	27	0	100

Només el 38% dels locals tenen una facilitat d'accés òptima, els establiments comercials d'aquest carrer no consten d'una bona accessibilitat per l'usuari.

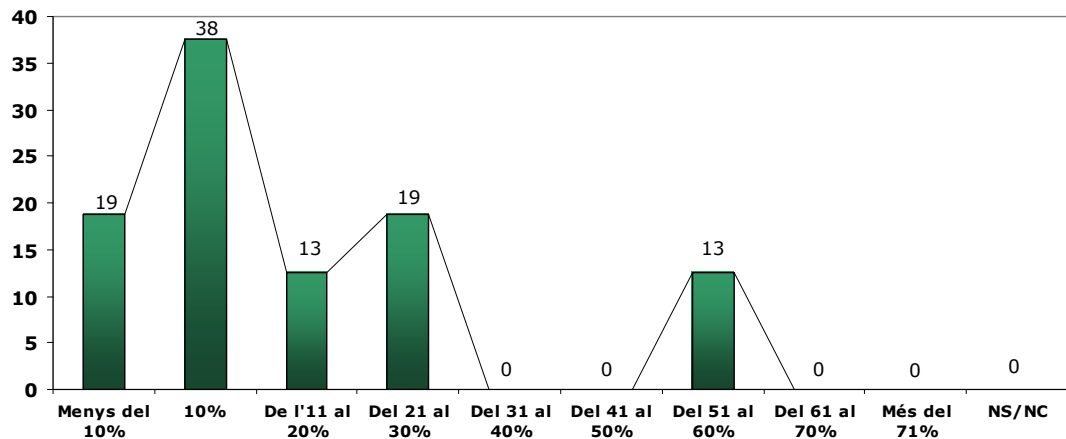
	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	29	16	45
%	64	36	100

Destaca el baix percentatge dels comerços (36%) que ofereix la possibilitat al client de pagar les seves compres mitjançant targeta de crèdit.

Segons els comerciants, el percentatge de clients que utilitzen aquest servei suposa:

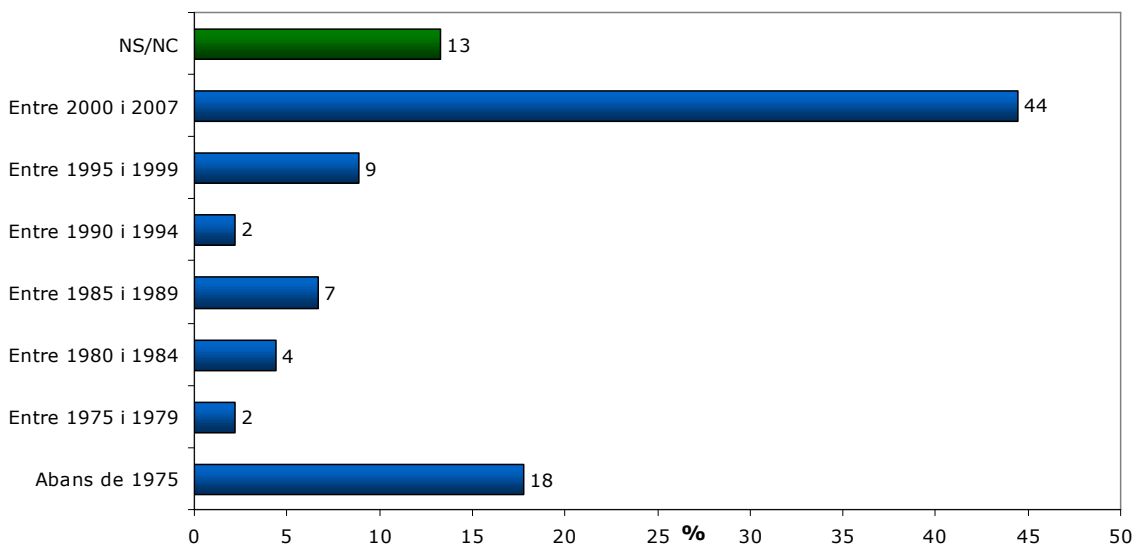


% De gent que paga amb Targeta de Crèdit



Una mitjana del 10% del total de cobraments. El pagament amb targeta no és gaire habitual en la clientela que compra als comerços d'aquest carrer. Encara que al gràfic adjuntat s'observi un elevat percentatge en la franja del 51 al 60%, destaca la seva escassa representativitat: un total de dos comerços.

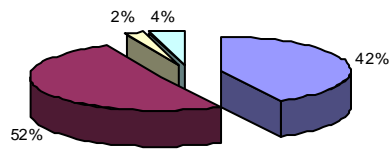
Any d'Obertura



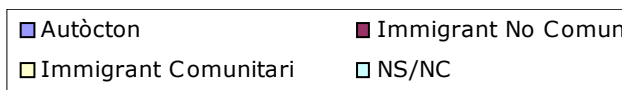


	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	19	23	1	2	45

Origen de l'empresari



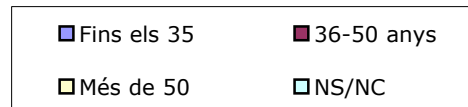
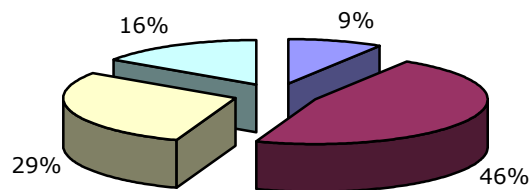
Destaca la presència de comerciants d'origen Estranger (54%)⁶ una mica superior als comerciants Autòctons (42%).



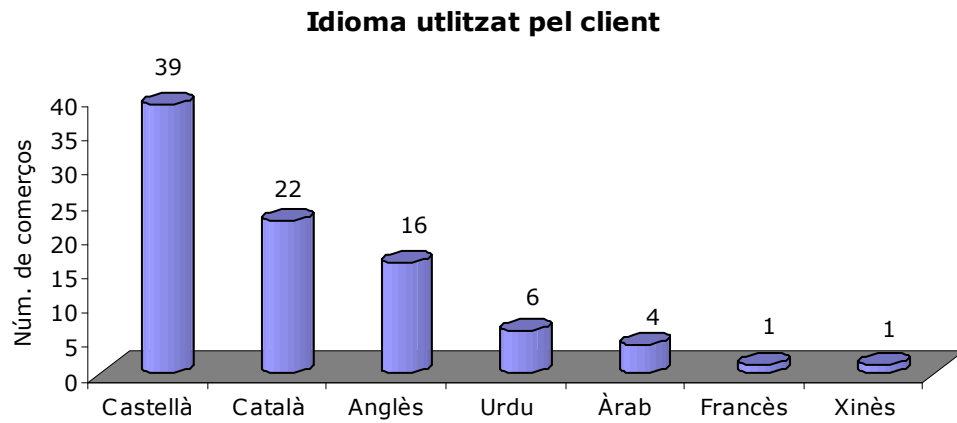
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	4	21	13	7	45

Edat de l'empresari

L'empresariat és jove i de mitjana edat: 55% del total dels comerciants.



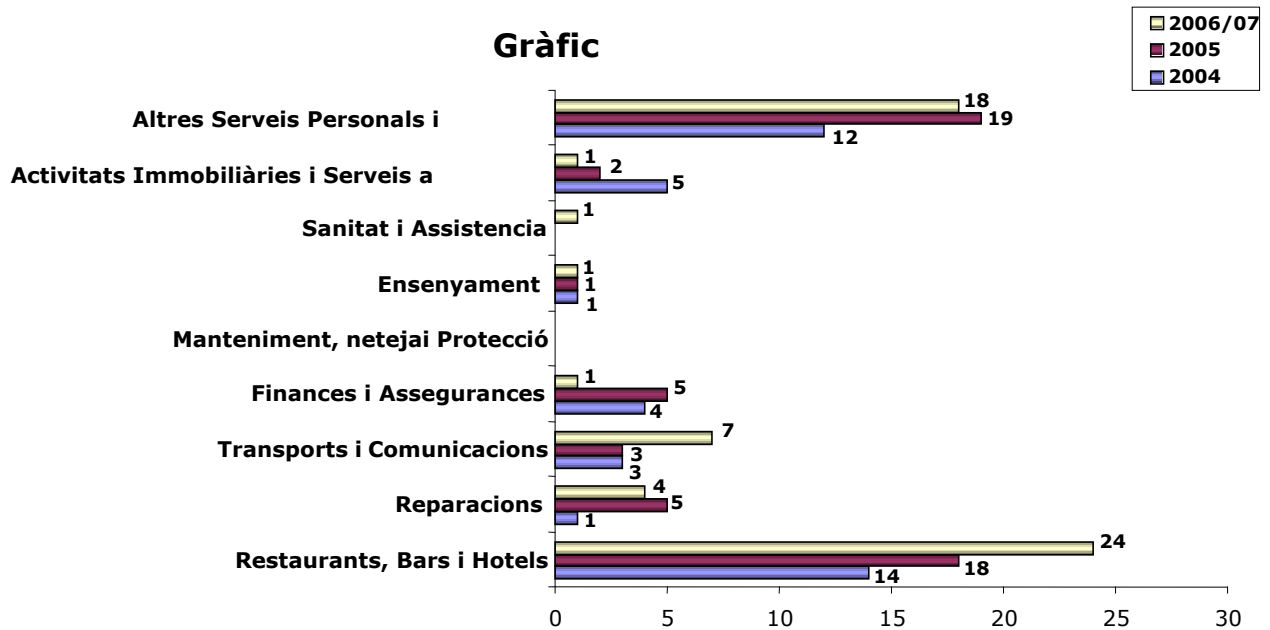
⁶ 9 del Pakistan, 4 del Bangladesh, 3 del Marroc, 1 de Brasil, 1 de Rússia, 1 de Xina, 1 de Uruguai, 1 de França i 1 de Filipines.

DEL CLIENT

La llengua més utilitzada per la clientela d'aquest carrer és el Castellà: gairebé dobla la utilització del Català. En tercer lloc, continua tenint predominància l'Anglès. Tanmateix, destaca l'aparició de dues llengües foranies en l'ús de la clientela: l'Urdu i l'Àrab.

d) Els Serveis

JOAQUIM COSTA				
Sectors dels Serveis	2004	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	14	18	24	+6,0
Reparacions	1	5	4	-1,0
Transports i Comunicacions	3	3	7	+4,0
Finances i Assegurances	4	5	1	-4,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	0	0	0,0
Ensenyament	1	1	1	0,0
Sanitat i Assistència	0	0	1	+1,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	5	2	1	-1,0
Altres Serveis Personals i Culturals	12	19	18	-1,0
TOTAL	40	53	57	+4



Observacions

Tot i que es dona un decreixement principalment en el sector de les Finances i Assegurances, el sector dels serveis en aquest carrer ha experimentat un increment, sobretot degut a l'augment de les branques de la Restauració i l'Hosteleria i dels Transports i les Comunicacions.

e) Característiques dels Serveis

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	47	10	57
%	82	18	100

El 82% dels serveis ubicats en aquest carrer consten d'una retolació distintiva.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Castellà	17	36
Català + Castellà	10	25
Altres ⁷	9	23
Català	7	18
Castellà + 1	3	8
Anglès	1	3
TOTAL	47	100

La gran majoria de locals estan retolats en Castellà, concretament un 69%. El Català està present al 43% de la retolacions.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	21	21	15	0	57
%	37	37	26	0	100

Tot i que es mostra un equilibri entre els locals totalment accessibles i els que mostren petites dificultats d'accés, cal destacar el nombre de serveis que no són gens accessibles (15).

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	48	9	57
%	84	16	100

Un elevat percentatge (84%) no ofereix la possibilitat al client de pagar mitjançant targeta de crèdit.

⁷ Els classificats com Altres són 6 Noms Propis i 3 Marques.

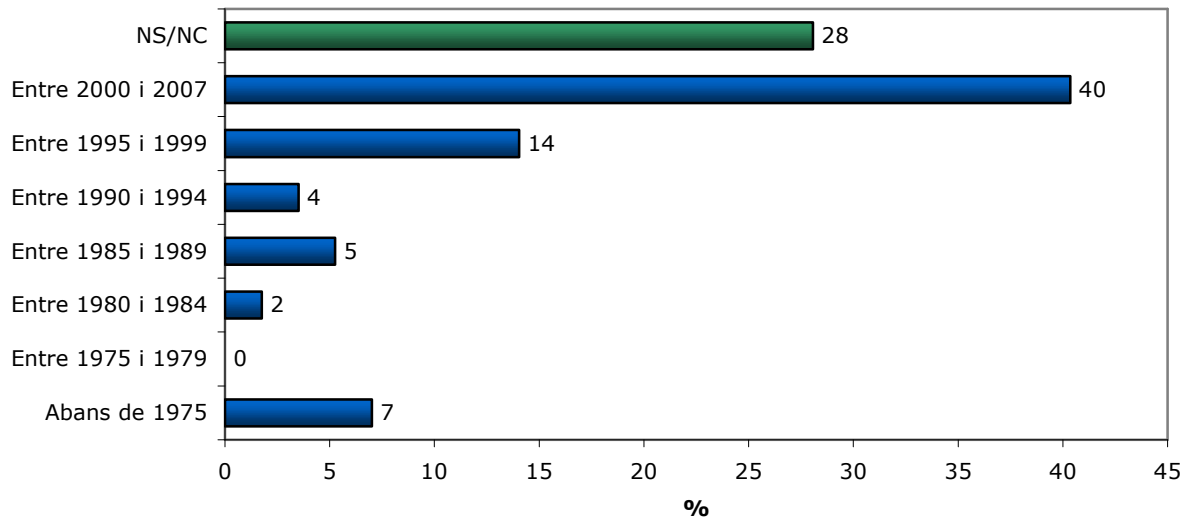


Segons els empresaris dels diferents serveis, el grau d'utilització d'aquest mitjà de pagament es situa entre l'11 i el 20% del total.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	32	25	57
%	56	44	100

El 56% dels locals obren els dissabtes a la tarda.

Any d'Obertura

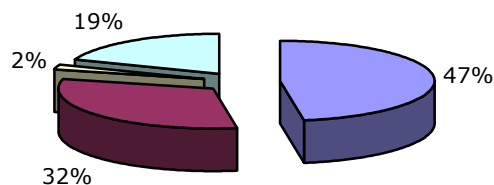


Més de la meitat del serveis del carrer (54%) s'han obert o traspassat entre el 1995 i el 2007.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	27	18	1	11	57

Origen de l'empresari



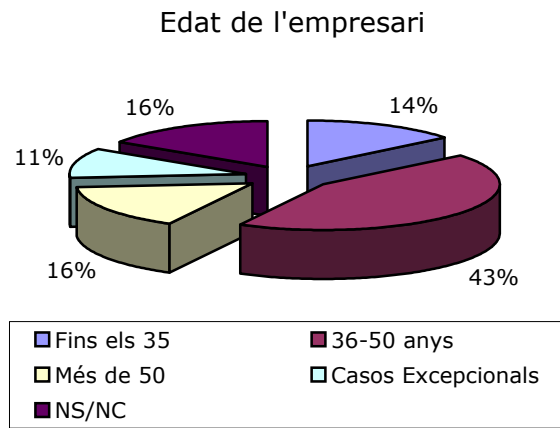
Un 47 % són Autòctons i un 34% d'origen Immigrant.

■ Autòcton	■ Immigrant No Comunitari
■ Immigrant Comunitari	■ NS/NC



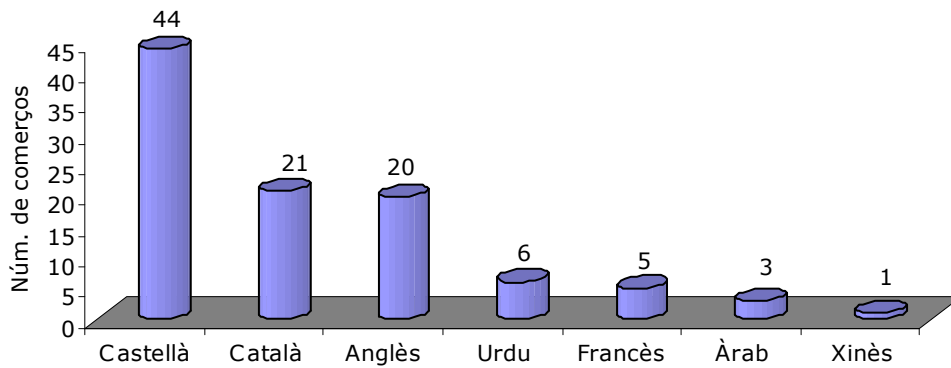
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	8	25	9	6	9	57

Es tracta d'un sector relativament jove: un 57% no supera la cinquantena.



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



A la majoria d'establiments, els clients es dirigeixen en alguna de les dues llengües oficials del país. Destaca la utilització elevada de l'Anglès (a 20 locals).

f) Conclusions del C. Joaquim Costa

Tenint en compte els següents aspectes:

- L'elevada activitat comercial que concentra el C. Joaquim Costa (102 locals en actiu) amb la predominància del sector dels serveis⁸.
- El descens en les botigues d'Alimentació (branca principal) i l'increment d'Altres en el comerç minorista.
- L'augment de Bars, Restaurants i Hotels i dels Transports i les Comunicacions en els serveis en els darrers 2 anys.
- Les característiques dels locals són bones pel que fa als horaris però no tant en relació a les facilitats d'accés i de pagament.
- L'existència de prostitució a la part Nord del carrer.

Es conclou que:

- El C. Joaquim Costa no es només un dels eixos d'entrada al barri sinó que es configura com un dels principals motors econòmics de la zona ponent del mateix.
- La proximitat a la Zona Macba, incideix en la seva activitat econòmica.
- Tanmateix, constitueix una barrera urbanística subdividint el Raval Nord en dos espais comercials: Zona Ponent i Zona Macba, derivant en una frontera interna.
- Hi ha un grau elevat d'incidència entre l'urbanisme del carrer (és estret i té unes voreres de 0'5m) i les escasses facilitats d'accés dels negocis.
- S'ha produït una autoregulació del mercat: amb la reconversió d'establiments d'Alimentació en Altres, Transports i Comunicacions i Bars, Restaurants i Hotels.
- Tant el comerç minorista i els serveis són de proximitat, amb excepcions (botigues especialitzades, youth hostel, bars i llibreries...) que reflexen la proximitat de la Zona Macba o la tradició comercial del carrer.

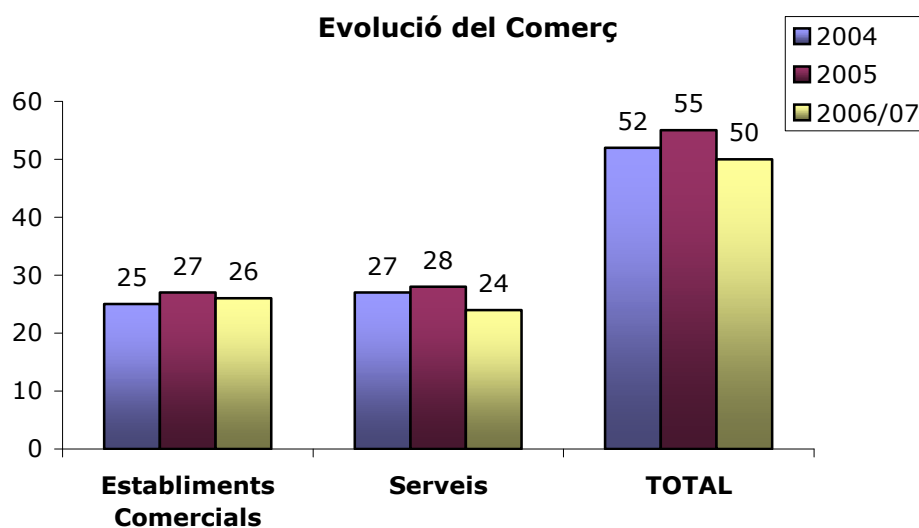
⁸ Hi ha un comerç combinat.

3.9.1.3 El C.Riera Alta

a) Dades Generals

RIERA ALTA				
Tipologia	2004	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	25	27	26	-1
Serveis	27	28	24	-4
TOTAL	52	55	50	-5

Hi ha 3 locals tancats o magatzems, el 5% del total de locals.

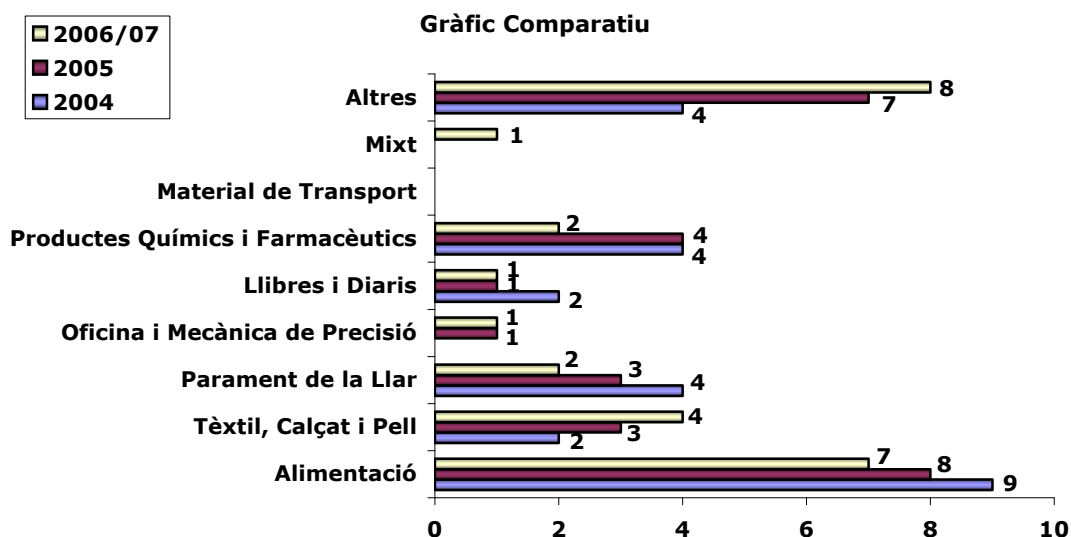


Observacions

El C. Riera Alta manté una petita tendència a la baixa i mostra una davallada més significativa al sector dels serveis de 14,2 punts percentuals (4 locals) que al del comerç minorista amb 3,7 punts percentuals (1 establiment).

b) Establiments Comercials

RIERA ALTA				
Sectors del Comerç	2004	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	9	8	7	-1,0
Tèxtil, Calçat i Pell	2	3	4	+1,0
Parament de la Llar	4	3	2	-1,0
Oficina i Mecànica de Precisió	0	1	1	0,0
Llibres i Diaris	2	1	1	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	4	4	2	-2,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	1	+1,0
Altres	4	7	8	+1,0
TOTAL	25	27	26	-1



Observacions

La tendència comercial en aquest carrer és d'estabilitat. S'observa un creixement molt moderat al llarg dels tres anys en els següents sectors: Tèxtil, Calçat i Pell i Altres. El descens d'un establiment comercial en la branca de l'Alimentació es produït per la incorporació d'enguany de la categoria del comerç mixt, així el forn de pa, cafeteria que es classificava dins de la branca de l'Alimentació, ha passat a comptabilitzar-se en el comerç mixt.

Els subsectors dels Productes Químics i Farmacèutics i del Parament de la Llar també mostren un petit descens.

b) Característiques

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	26	0	26
%	100	0	100

Les característiques de retolació són òptimes: el 100% dels comerços consten de senyalització.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	9	35
Castellà	9	35
Castellà + 1	2	8
Català + Castellà	1	4
Català + 1	1	4
Altres ⁹	4	15
TOTAL	26	100

Les retolacions són majoritàriament en Català o Castellà (un 85% contempla alguna d'aquestes llengües).

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	12	10	4	0	26
%	46	38	15	0	100

Els percentatges de locals amb característiques d'accessibilitat i d'inaccessibilitat són similars: un 46% són accessibles i un 54% són poc o gens accessibles.

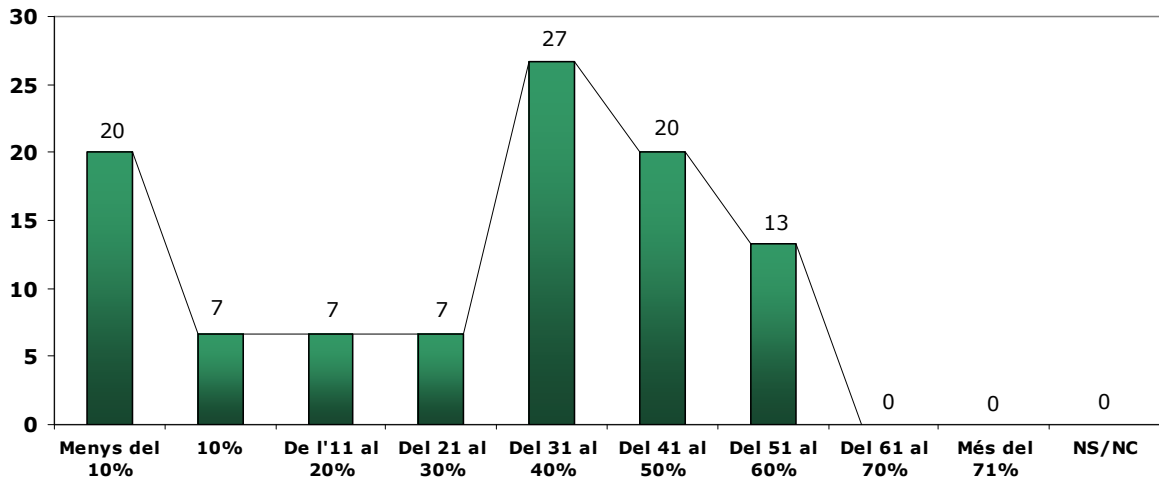
	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	11	15	26
%	42	58	100

També existeix un equilibri entre els comerços que ofereixen el servei de pagament amb targeta de crèdit (42%) i els que no (58%).

⁹ Altres: format per Noms Propis (3 rètols) i Marques (1 rètol).



% De gent que paga amb Targeta de Crèdit

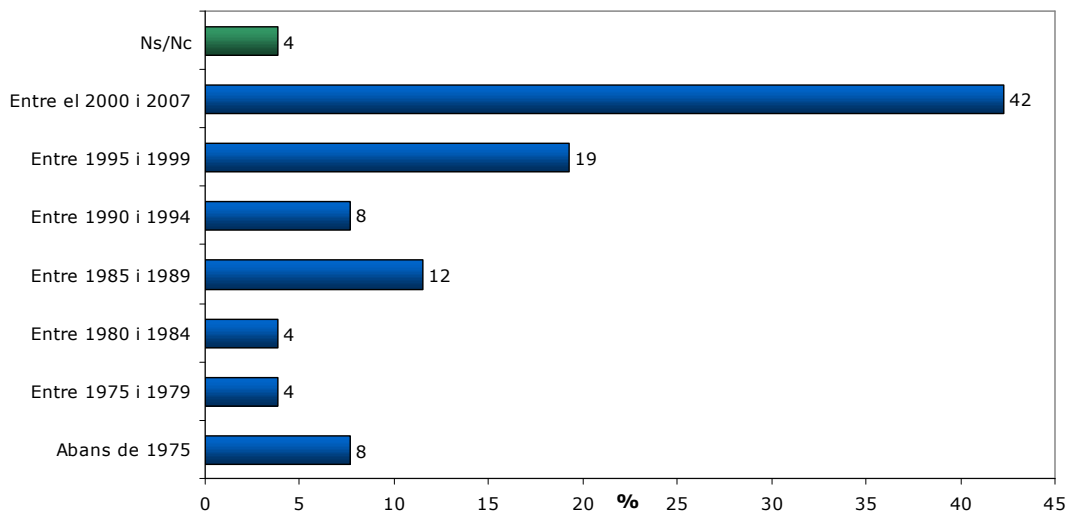


El percentatge d'utilització d'aquest servei es situa entre el 31% i el 40%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	10	16	26
%	38	62	100

La majoria dels comerços (62%) no obren els dissabtes a la tarda.

Any d'Obertura

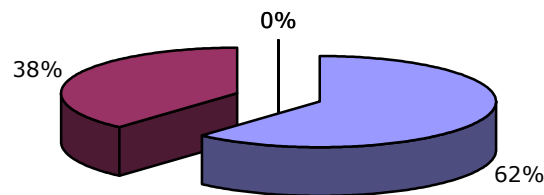


El 42% dels establiments comercials (11 en total) s'han obert entre el 2000 i el 2007, seguint la tendència ascendent que va començar al període 1995-1999 (amb un 19%). Per tant, es tracta d'un carrer amb comerç de nova implantació.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari ¹⁰	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	16	10	0	0	26

Origen de l'empresari



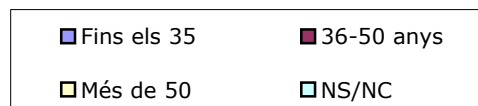
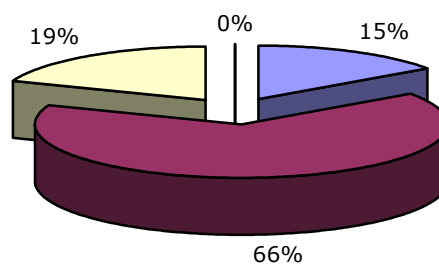
Hi ha una majoria d'empresariat d'origen Autòcton (62).



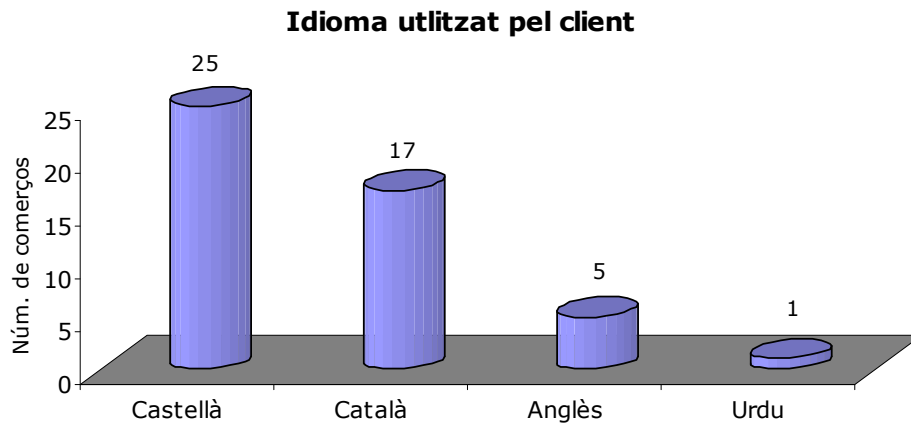
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	4	17	5	0	26

Edat de l'empresari

Un 81% dels comerciants tenen menys de 50 anys. La majoria d'ells estan en la franja d'edat compresa entre els 36 i els 50.



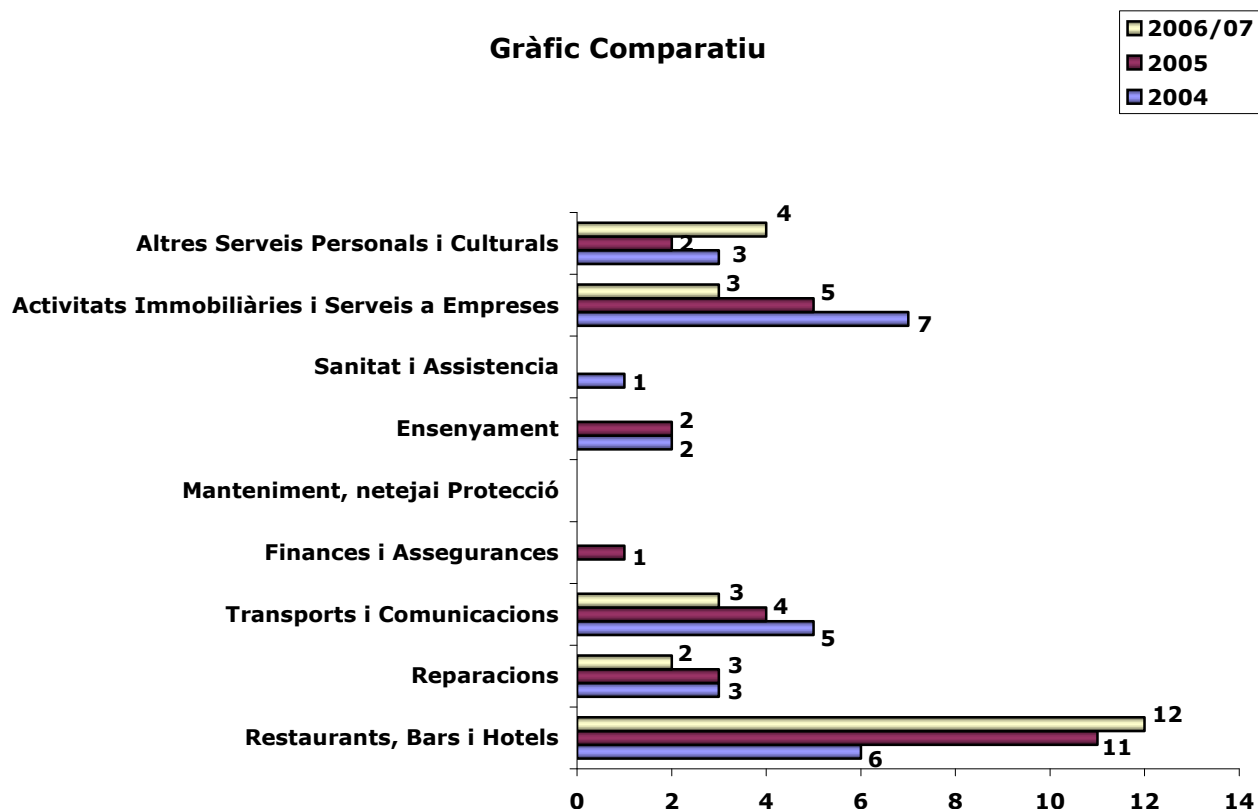
¹⁰ 4 del Pakistan, 3 del Bangladesh i 3 de la Xina.

DEL CLIENT

Les llengües majoritàries són el Castellà i el Català: el primer, és utilitzat en gairebé la totalitat dels establiments comercials del C. Riera Alta, mentre que el segon supera el 60%.

d) Serveis

RIERA ALTA				
Sectors dels Serveis	2004	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	6	11	12	+1,0
Reparacions	3	3	2	-1,0
Transports i Comunicacions	5	4	3	-1,0
Finances i Assegurances	0	1	0	-1,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	0	0	0,0
Ensenyament	2	2	0	-2,0
Sanitat i Assistència	1	0	0	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	7	5	3	-2,0
Altres Serveis Personals i Culturals	3	2	4	+2,0
TOTAL	27	28	24	-4

Gràfic Comparatiu**Observacions**

El C. Riera Alta mostra una petita disminució en el sector dels serveis. Aclarir però, que les dades referents al subsector de l'Ensenyament i al d'Altres Serveis Culturals i Personals són enganyoses. En realitat cap d'ambdues branques ha experimentat modificacions entre l'any 2005 i el 2007, únicament s'han reclassificat els serveis que estaven dins d'Ensenyament en la subcategoria d'Altres.

Les branques que pateixen petites disminucions són: Reparacions, Transports i Comunicacions i Finances i Assegurances.

e) Característiques dels Serveis

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	22	2	24
%	92	8	100

El 92% dels locals tenen retolació.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Castellà	9	41
Català	4	18
Català + Castellà	3	14
Altres	3	14
Castellà + 1	2	9
Anglès	1	5
TOTAL	22	100

Més de la meitat dels rètols estan com a mínim en Castellà (64%). La llengua Catalana està present gairebé a la resta de retolacions (32%).

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	9	6	9	0	24
%	38	25	38	0	100

Tanmateix, s'observa un alt percentatge de locals que no ofereixen una bona accessibilitat, concretament un 64%.

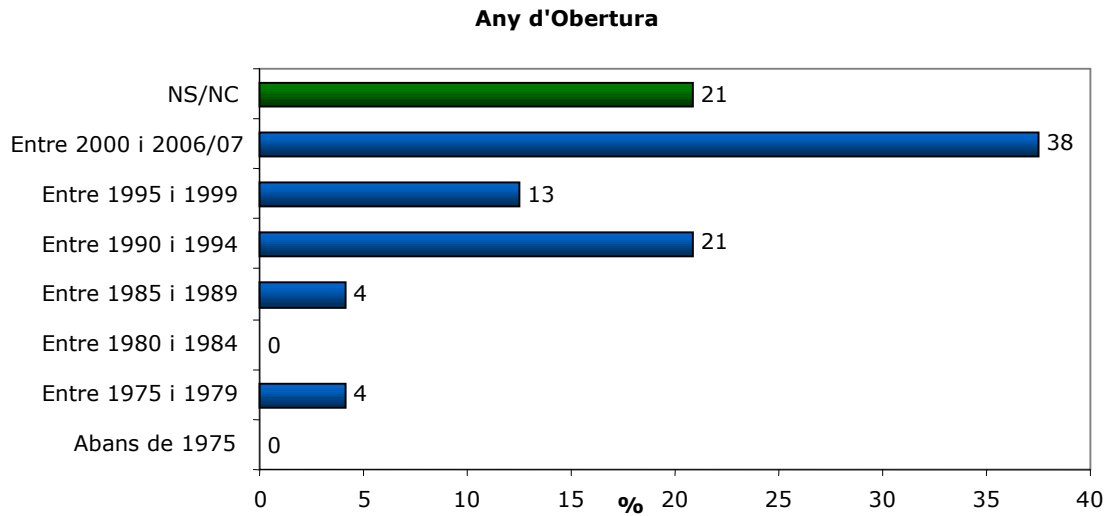
	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	23	1	24
%	96	4	100

Només 1 local, del total de serveis ubicats en aquest carrer, ofereix la possibilitat d'abonar les despeses mitjançant targeta electrònica. Cal destacar, que la mitjana d'utilització d'aquesta tipologia de pagament (en el servei esmentat) es situa entre el 41 i el 50%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	18	6	24
%	75	25	100



Un 75% dels locals obren els dissabtes a la tarda.

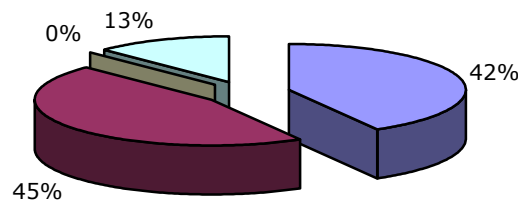


La meitat dels serveis d'aquest carrer (51%), s'han obert o traspassat en els darrers 11 anys.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	10	11	0	3	24

Origen de l'empresari



Hi ha un equilibri entre els diversos orígens: Autòctons i Immigrants No Comunitaris.

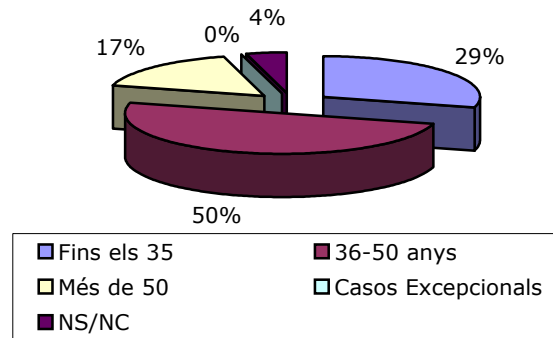
■ Autòcton	■ Immigrant No Comunitari
■ Immigrant Comunitari	■ NS/NC



	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	7	12	4	0	1	57

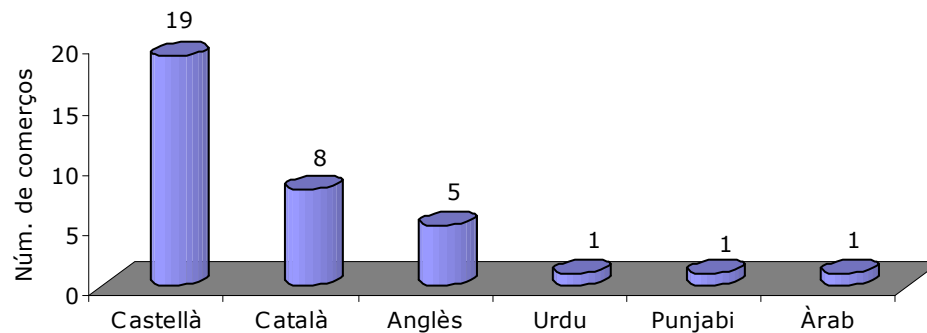
Edat de l'empresari

Hi ha una majoria de persones que tenen una edat compresa entre els 36 i els 50 anys. Destaca l'escàs nombre d'empresaris menors de 35 anys.



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



La clientela habitual d'aquest carrer, es sol dirigir als propietaris i/o dependents en les llengües oficials (27 comerços), tot i que la utilització del Castellà dobla a la del Català.



f) Conclusions del C. Riera Alta

Tot i la seva proximitat a l'àrea comercial de la Ronda Sant Antoni i a l'especialització de la seva oferta (concentració de comerços de la mateixa tipologia en una zona determinada), el C. Riera Alta no ha evolucionat comercial i econòmicament en aquest sentit. És a dir, no s'han obert activitats econòmiques dirigides als productes informàtics, sinó d'altres, que combinen l'essència social i actual del barri (pluriètnicitat) amb la modernitat. Consta d'una mixtió comercial molt bona (26 establiments i 24 serveis¹¹) i les seves característiques concretes són:

- Cal tenir present que el carrer Riera Alta és una porta d'entrada al barri del Raval.
- Cal destacar l'existència de comerços/serveis de proximitat combinats amb els especialitzats, sobretot en els subsectors de l'Alimentació (patisserie, botigues de queviures, fruiteries), Altres (botigues d'animals, basars i sex-shop), Tèxtil (bosses) i Bars i Restaurants (restaurants de cuina cubana, shawarmes, bars tradicionals i d'ambient).
- L'Oferta Comercial mostra una situació d'estabilitat i d'unes bones característiques d'adequació i accessibilitat. Les facilitats de pagament però, són escasses. Per tant, predomina el comerç de proximitat sobre la resta.
- L'empresariat és majoritàriament d'edat mitjana, un 60% s'ha instal·lat en els darrers 10 anys i gairebé el 50% dels comerciants són immigrants.

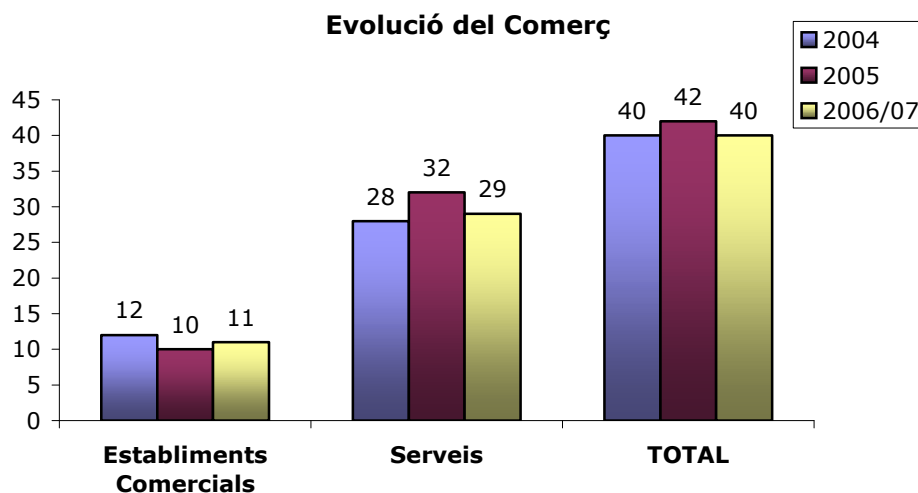
¹¹ 3 comerços combinats i 2 majoristes.

3.9.1.4. El Carrer Ferlandina

a) Dades Generals

FERLANDINA				
Tipologia	2004	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	12	10	11	-1
Serveis	28	32	29	-3
TOTAL	53	59	55	-4

Hi ha 4 locals tancats o magatzems, el 8% del total de locals.

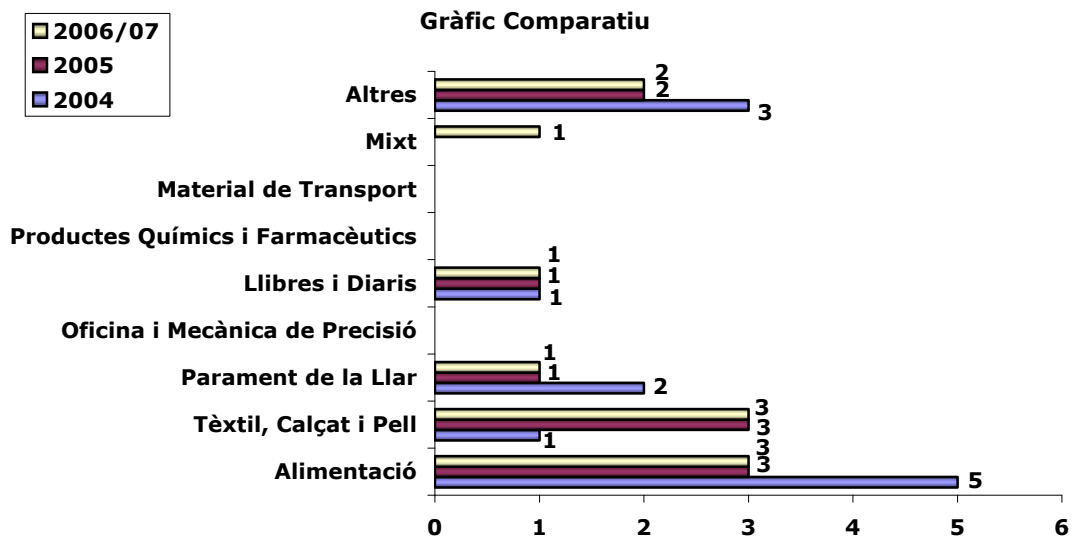


Observacions

El C. Ferlandina experimenta una tendència a l'equilibri (entre els anys 2004-2007). Cal destacar però, que efectuant un anàlisi comparatiu del darrer any (2005-2007), s'observa una lleugera davallada en el sector dels serveis i una gran estabilitat pel que fa al comerç minorista.

b) Establiments Comercials

FERLANDINA				
Sectors del Comerç	2004	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	5	3	3	0,0
Tèxtil, Calçat i Pell	1	3	3	0,0
Parament de la Llar	2	1	1	0,0
Oficina i Mecànica de Precisió	0	0	0	0,0
Llibres i Diaris	1	1	1	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	0	0	0	0,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	1	+1,0
Altres	3	2	2	0,0
TOTAL	12	10	11	+1



Observacions

Aquest carrer es caracteritza per una escassa tradició comercial i, com es veurà més endavant, consta d'una elevada presència de serveis de caire artístic. La tendència del comerç però, és invariable: de l'any 2004 al 2007 únicament hi ha hagut una variació d'un establiment al subsector de Mixt.

c) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	8	3	11
%	73	27	100

El 73% dels establiments estan retolats i únicament tres no ho estan.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	2	25
Castellà + 1	2	25
Altres ¹²	2	25
Castellà	1	13
Anglès	1	13
TOTAL	8	100

Els idiomes emprats en els rètols són el Castellà i el Català.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	2	5	4	0	11
%	18,2	45,5	36,4	0	100

Els locals del carrer Ferlandina destinats al comerç tenen un grau baix d'accessibilitat, donat que un 82% entren dintre de la categoria de poc o gens accessibles.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	7	4	11
%	64	36	100

En la majoria dels comerços (64%) no es pot pagar amb targeta de crèdit. Ara bé, als 4 locals on es pot utilitzar, la mitjana de pagament és del 30%.

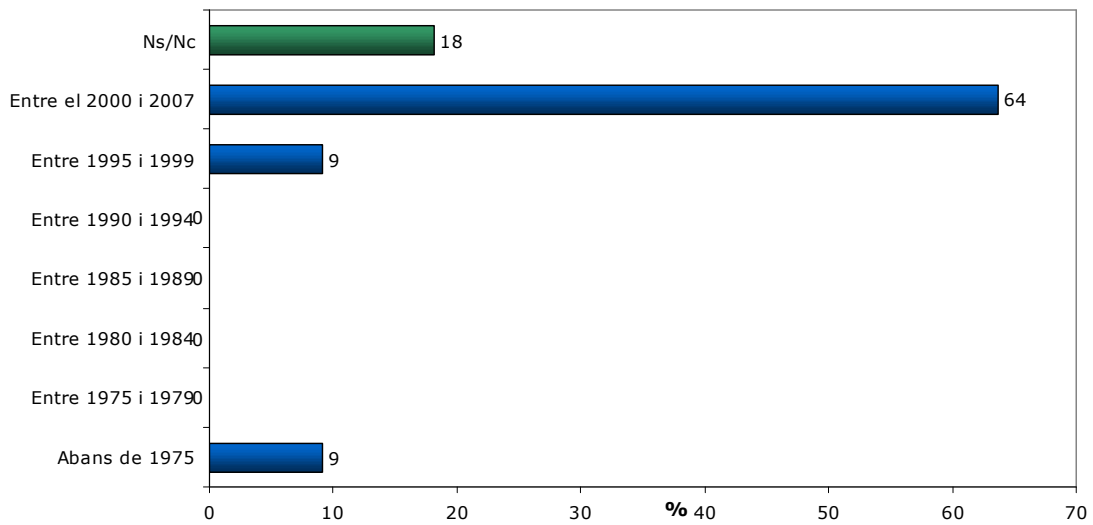
	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	7	4	11
%	64	36	100

¹² Altres: format per 1 Nom Propi i 1 Marca.



La majoria (64%) obren els dissabtes a la tarda.

Any d'Obertura

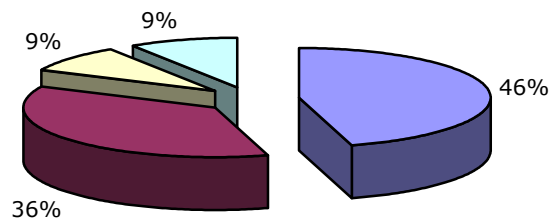


El 64% dels locals amb activitat comercial (7 locals sobre 11) porten menys de 6 anys oberts. Als darrers 11 anys, s'han obert o traspassat el 73% dels negocis.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	5	4	1	1	11

Origen de l'empresari



Hi ha un equilibri entre els comerciants d'origen Autòcton (46%) i Estranger (un 36% són no Comunitaris i un 9% són Comunitaris)¹³.

■ Autòcton	■ Immigrant No Comunitari
■ Immigrant Comunitari	■ NS/NC

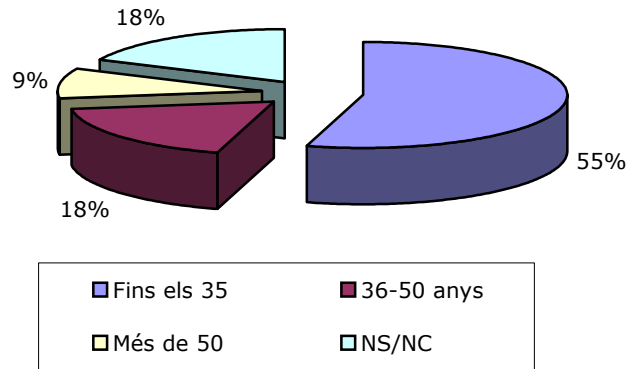
¹³ Immigrants Comunitaris: 1 de Dinamarca. Immigrants No Comunitaris: 3 del Pakistan i 1 d'Argentina.



	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	6	2	1	2	11

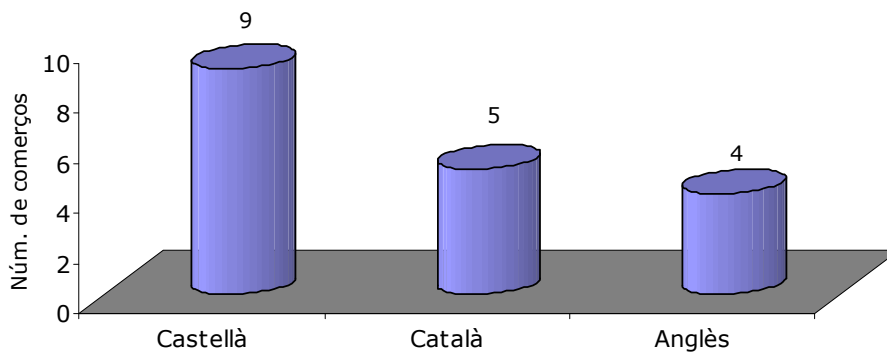
Edat de l'empresari

Aquí ens trobem amb comerciants joves: un 55% és menor de 35 anys i només un empresari és major de 50 anys.



DEL CLIENT

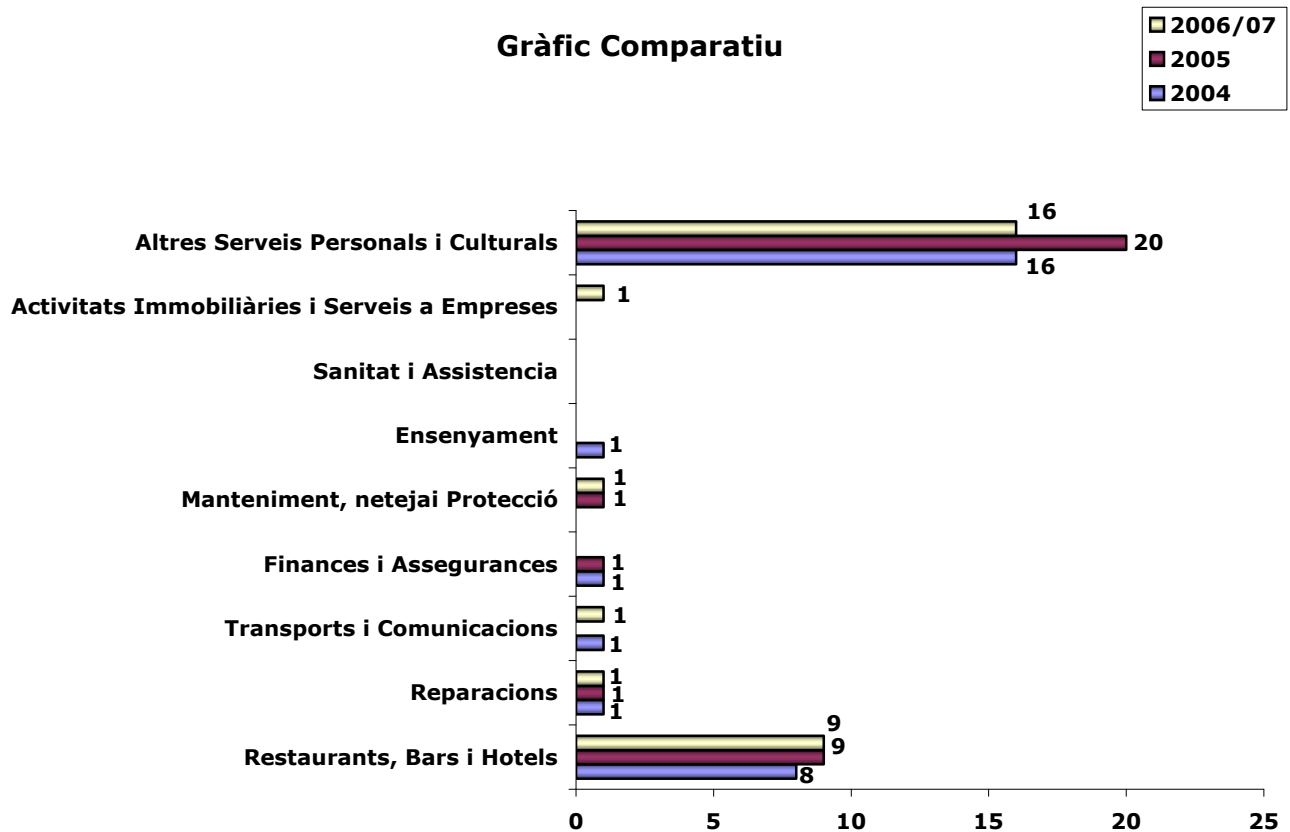
Idioma utilitzat pel client



El Castellà i el Català tornen a ser les llengües majoritàries utilitzades per la clientela habitual, sense oblidar l'Anglès que continua tenint la seva quota d'usuaris a 4 establiments.

d) Serveis

FERLANDINA				
Sectors dels Serveis	2004	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	8	9	9	0,0
Reparacions	1	1	1	0,0
Transports i Comunicacions	1	0	1	+1,0
Finances i Assegurances	1	1	0	-1,0
Manteniment, neteja i Protecció	0	1	1	0,0
Ensenyament	1	0	0	0,0
Sanitat i Assistència	0	0	0	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	0	0	1	+1,0
Altres Serveis Personals i Culturals	16	20	16	-4,0
TOTAL	28	32	29	-3

Gràfic Comparatiu**Observacions**

No s'han produït davallades ni augments significatius en aquest carrer dins del sector dels serveis. Únicament, referir el descens de 4 activitats a la branca d'Altres Serveis Personals i Culturals. Tot i aquest factor, la tendència és d'equilibri, tenint en compte l'evolució 2004-2007.

e) Característiques dels Serveis

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	23	6	29
%	79	21	100

El 79% dels locals tenen retolació.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	8	33
Altres	7	29
Castellà	3	13
Català + Castellà	3	13
Castellà + 1	2	8
Anglès	1	4
TOTAL	24	100

La llengua predominant en les retolacions és el Català, que està present en un 46% del total. El Castellà ho està en un 34% i els Nom Propis (6 rètols) i les Marques (1 rètol) representen el 29%.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	5	14	10	0	29
%	17	48	34	0	100

Únicament un total de 5 locals són accessibles.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	25	4	29
%	86	14	100

Un elevat percentatge (86%) no ofereix la possibilitat al client de pagar mitjançant targeta de crèdit.

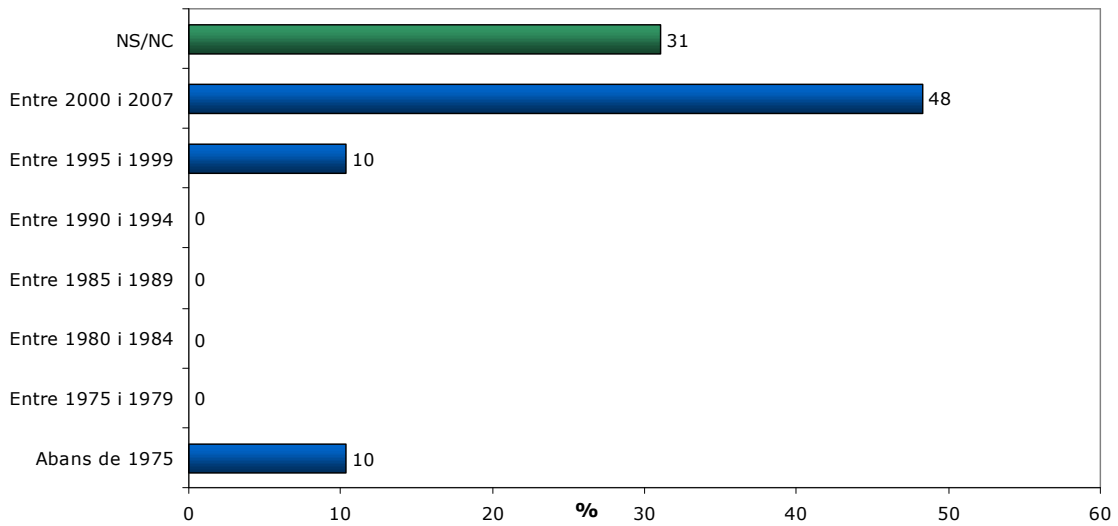
Segons els empresaris, el percentatge de clients que utilitzen aquest servei es situa al voltant del 35%.



	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	7	22	29
%	24	76	100

La majoria dels serveis d'aquest carrer (76%) no obren els dissabtes a la tarda.

Any d'Obertura

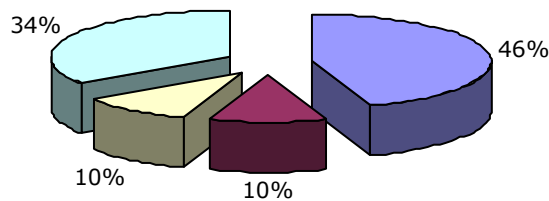


Gairebé el 50 % s'han obert o traspasat a partir del 2000.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	13	3	3	10	29

Origen de l'empresari



Un 46% són Autòctons i un 20% d'origen Immigrant.

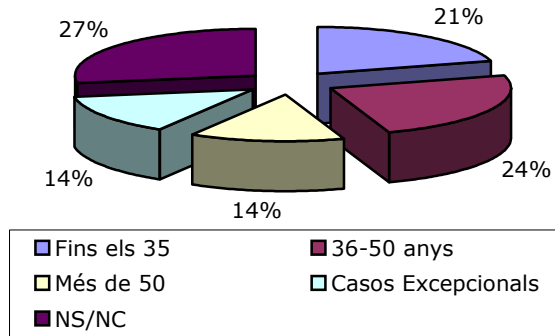




	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	6	7	4	4	8	29

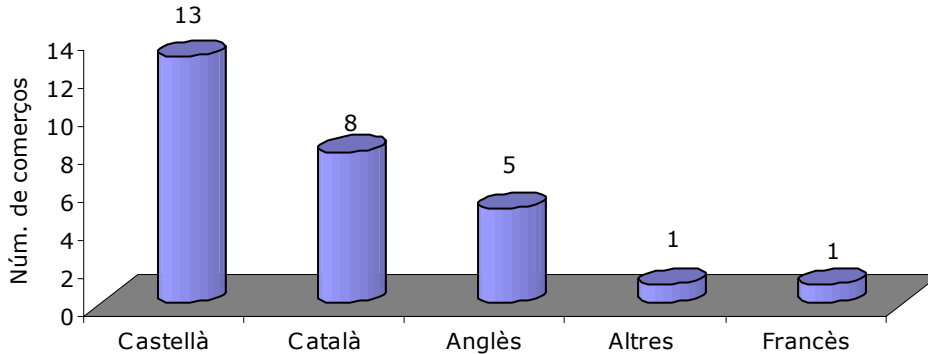
Edat de l'empresari

Es tracta d'un sector relativament jove: un 42% no supera la cinquantena.



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



A la majoria d'establiments, els clients es dirigeixen amb alguna de les dues llengües oficials del país, predominant l'ús del Castellà.

f) Conclusions C. Ferlandina

Tenint en compte que:

- Es tracta d'un carrer peatonal que uneix la Ronda amb la Zona Macba.
- El C. Joaquim Costa és perpendicular.
- Els serveis són més del doble (29 locals) que els establiments comercials (11).
- Hi ha una concentració elevada de bars i restaurants a l'àrea compresa entre la Plaça dels Àngels i les proximitats del C. Joaquim Costa.
- S'ha observat la proliferació de despatxos d'arquitectes i artistes a tota l'Àrea Ponent, de la Ronda fins al C. Joaquim Costa.
- L'Oferta Comercial no presenta unes bones condicions d'accés ni facilitats de pagament.
- L'empresariat és jove, majoritàriament Autòcton i de nova instal·lació (més del 50% ha arribat entre el 2000 i el 2007).

Es conclou que:

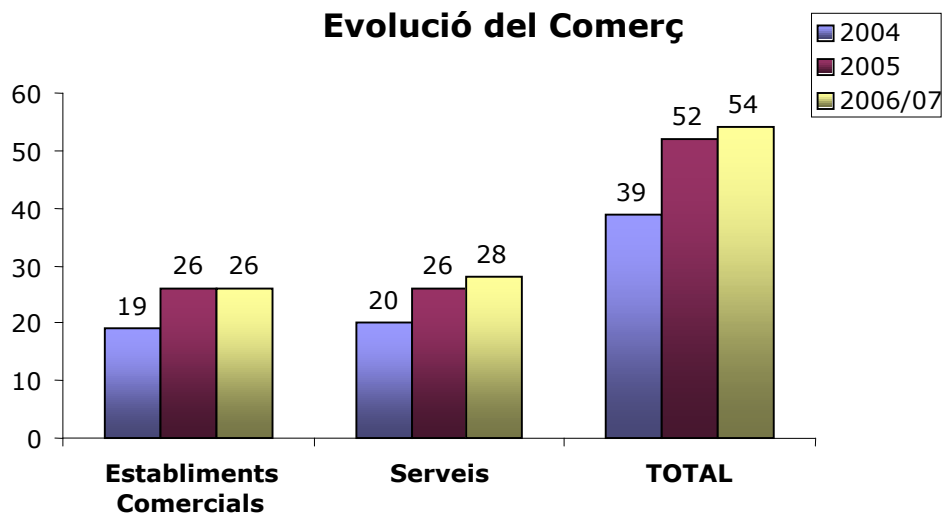
- El C. Ferlandina s'està consolidant com un eix d'entrada peatonal de la Ronda a la Rambla.
- La influència dels centres culturals instal·lats ("Zona Macba") al llarg de tot el carrer i sobre la tipologia dels establiments i serveis instal·lats és directa.
- La tipologia de comerç (de proximitat) i serveis (despatxos i galeries) està directament relacionada amb les escasses facilitats de pagament amb targeta i d'accessibilitat (molts dels serveis no estan dirigits al públic en general).
- Entre la Plaça del Àngels i el C. Joaquim Costa la tipologia de comerç que s'ha implantat va en dues direccions: botigues de disseny (tèxtil) i restauració. Per tant, podríem distingir dues subàrees comercials en aquest carrer: una de més alternativa (Plaça del Àngels-C. Joaquim Costa) i una altre formada per comerç de proximitat i serveis no dirigits a l'exterior (C. Joaquim Costa- Ronda).

3.9.1.5 El C. Elisabets i el C. Bonsuccès

a) Dades Generals

ELISABETS I BONSUCCÈS				
Tipologia	2004	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	19	26	26	0
Serveis	20	26	28	+2
TOTAL	39	52	54	+2

Hi ha 3 locals tancats o magatzems, el 5% del total de locals.

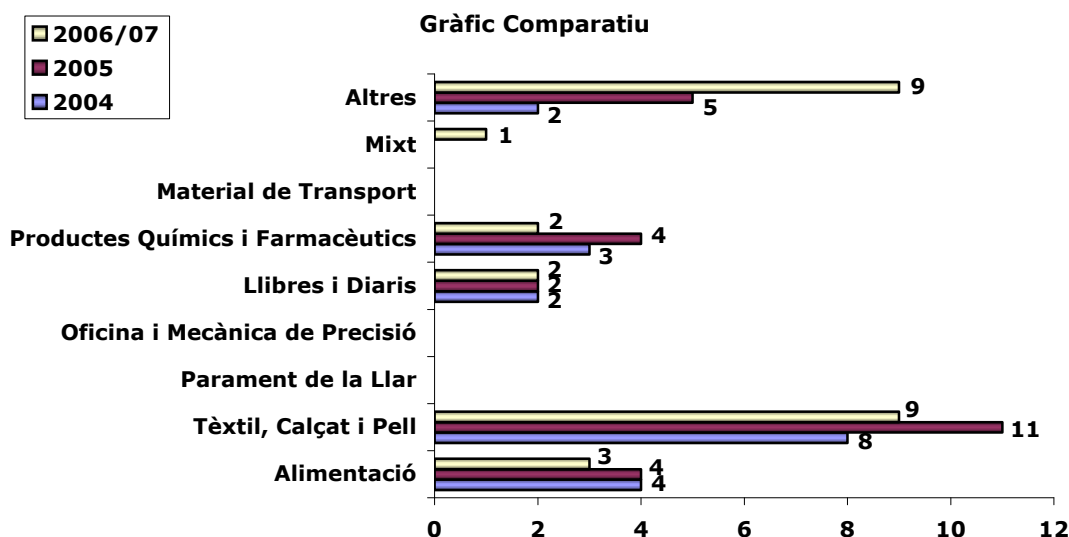


Observacions

Aquests carrers mostren una evolució a l'increment moderat en els darrers tres anys: el comerç minorista experimenta un creixement del 36,84% i els serveis un del 40%.

b) Establiments Comercials

ELISABETS I BONSUCCÈS				
Sectors del Comerç	2004	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	4	4	3	-1,0
Tèxtil, Calçat i Pell	8	11	9	-2,0
Parament de la Llar	0	0	0	0,0
Oficina i Mecànica de Precisió	0	0	0	0,0
Llibres i Diaris	2	2	2	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	3	4	2	-2,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	1	+1,0
Altres	2	5	9	+4,0
TOTAL	19	26	26	0

**Observacions**

L'estabilitat comercial és l'element característic d'aquest carrer, que ha sofert una lleugera variació en algun dels seus sectors: les davallades en el Tèxtil, Calçat i Pell, el Productes Químics i Farmacèutics i l'Alimentació s'han suplert amb l'augment d'activitat en la branca Altres: 2 botigues de discos, 2 d'instruments musicals, 2 de regals, 1 basar, 1 botiga de complementos i 1 de venda de loteria.

d) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	22	4	26
%	85	15	100

La majoria dels comerços tenen rètol: un 85%.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Altres	9	41
Català	8	36
Català + Castellà	3	14
Castellà	1	5
Anglès	1	5
TOTAL	22	100

Destaca l'elevada retolació de Noms Propis (6 locals) i Marques (3 locals) i de la que està, com a mínim, en Català (un total d'11 establiments).

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	14	4	8	0	26
%	53,8	15,4	30,8	0	100

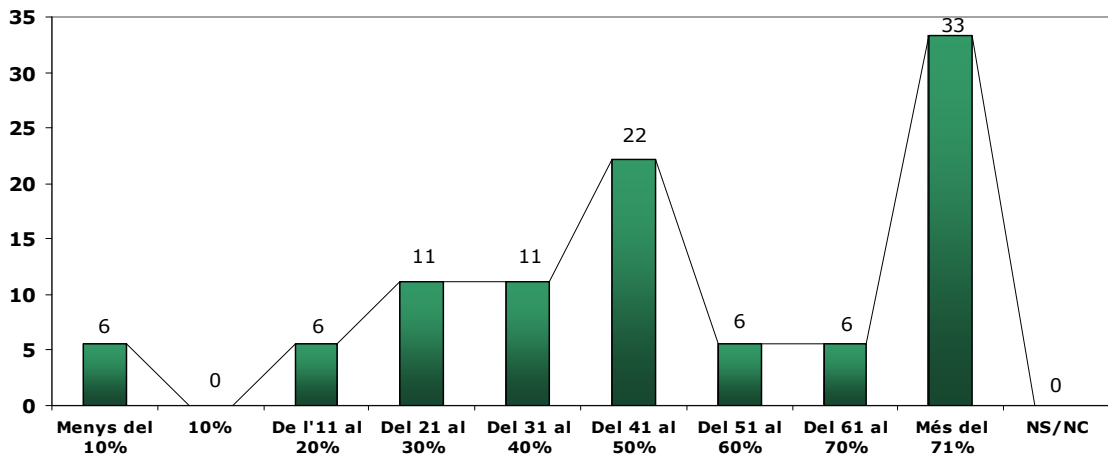
Més de la meitat dels comerços estan adaptats i consten de un grau elevat d'accessibilitat. Els locals classificats com inaccessibles són 8.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	7	19	26
%	27	73	100

El 73% dels establiments del carrer, ofereix la possibilitat de fer el pagament amb targeta de crèdit.



% De gent que paga amb Targeta de Crèdit

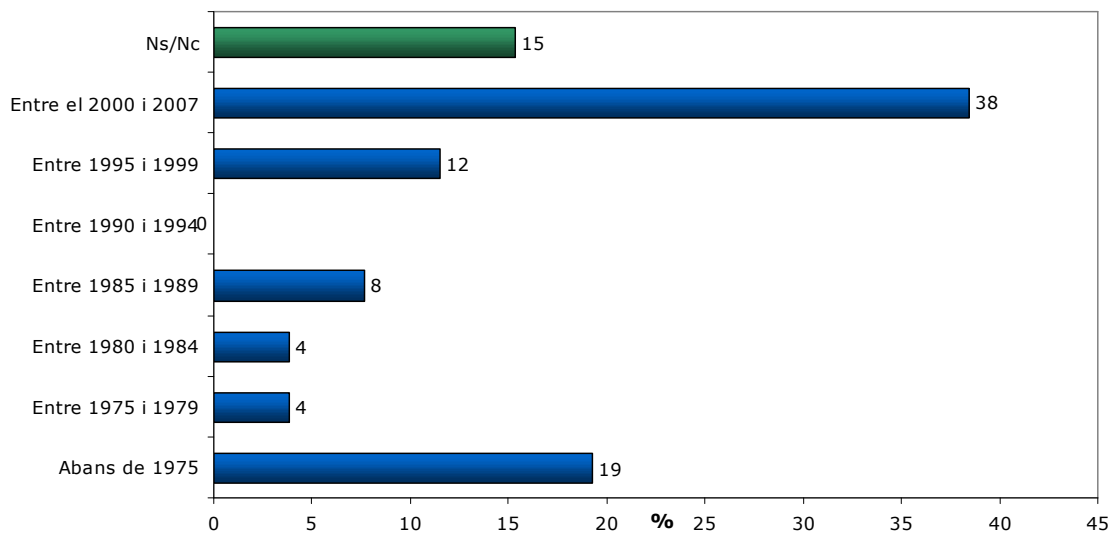


La mitjana de pagament amb targeta de crèdit es situa al voltant del 50%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	21	5	26
%	81	19	100

La major part (81%) obren els dissabtes a la tarda.

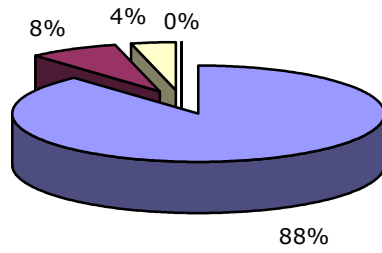
Any d'Obertura



	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	23	2	1	0	26



Origen de l'empresari

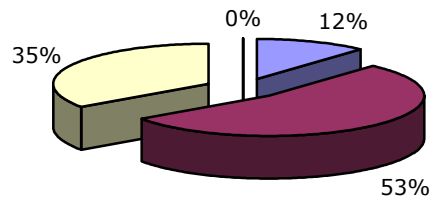


S'observa una predominància de comerç Autòcton (88%), molt per sobre del d'origen Estranger (12%)¹⁴.



	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	3	14	9	0	26

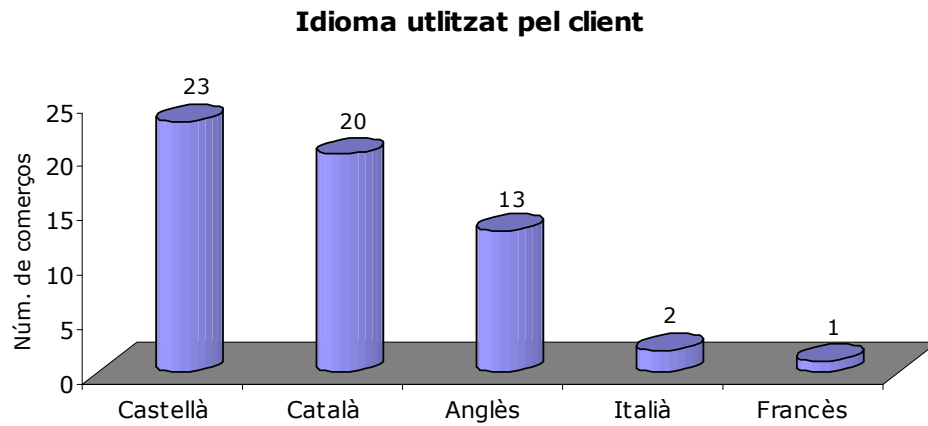
Edat de l'empresari



Hi ha una predominància significativa dels comerciants d'edat mitjana (53%).



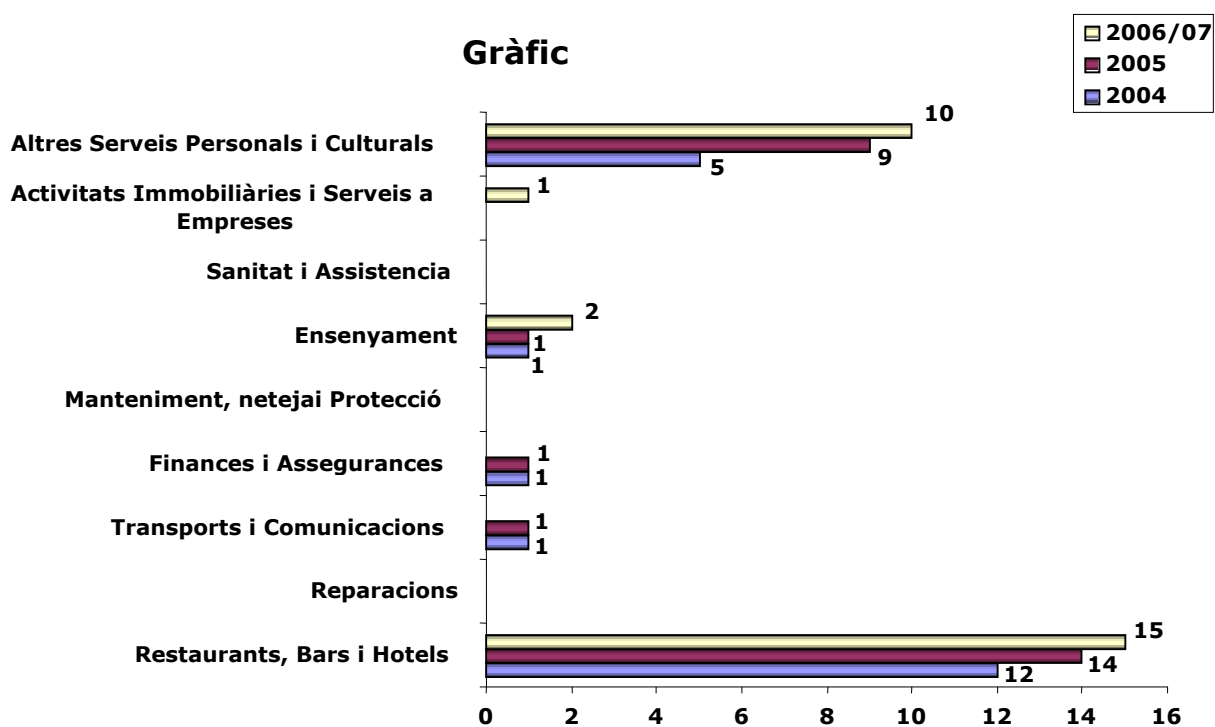
¹⁴ Immigrants Comunitaris: 1 de França. Immigrants No Comunitaris: 1 de Bangladesh i 1 d'Argentina.

DEL CLIENT

Destaca l'elevat ús de l'Anglès (a 13 establiments). Tot i així, el Castellà i el Català són de nou, les llengües prioritàries utilitzades per la clientela habitual.

e) Serveis

ELISABETS i BONSUCCÈS				
Sectors dels Serveis	2004	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	12	14	15	+1,0
Reparacions	0	0	0	0,0
Transports i Comunicacions	1	1	0	-1,0
Finances i Assegurances	1	1	0	-1,0
Manteniment, neteja i Protecció	0	0	0	0,0
Ensenyament	1	1	2	+1,0
Sanitat i Assistència	0	0	0	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	0	0	1	+1,0
Altres Serveis Personals i Culturals	5	9	10	+1,0
TOTAL	20	26	28	+2

Gràfic**Observacions**

Hi ha un increment molt moderat en aquest sector, derivat de l'augment del nombre d'activitats en les següents branques: Restaurants, Bars i Hotels, Ensenyament i Altres Serveis Personals i Culturals. Els subsectors de Finances i Assegurances i Transports i Comunicacions disminueixen una activitat respectivament.

f) Característiques dels Serveis

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	27	1	28
%	96	4	100

El 96% dels locals tenen rètol.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	20	74
Català + Castellà	3	11
Castellà	3	11
Anglès	1	4
TOTAL	27	100

La major part dels rètols identificatius estan en Català. La presència d'aquesta llengua és d'un 85% i la de la Castellana d'un 22%.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	14	6	8	0	28
%	50	21	29	0	100

El 50% dels locals tenen condicions òptimes d'accessibilitat.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	20	8	28
%	71	29	100

Només 8 ofereixen la possibilitat d'abonar les despeses mitjançant targeta electrònica.

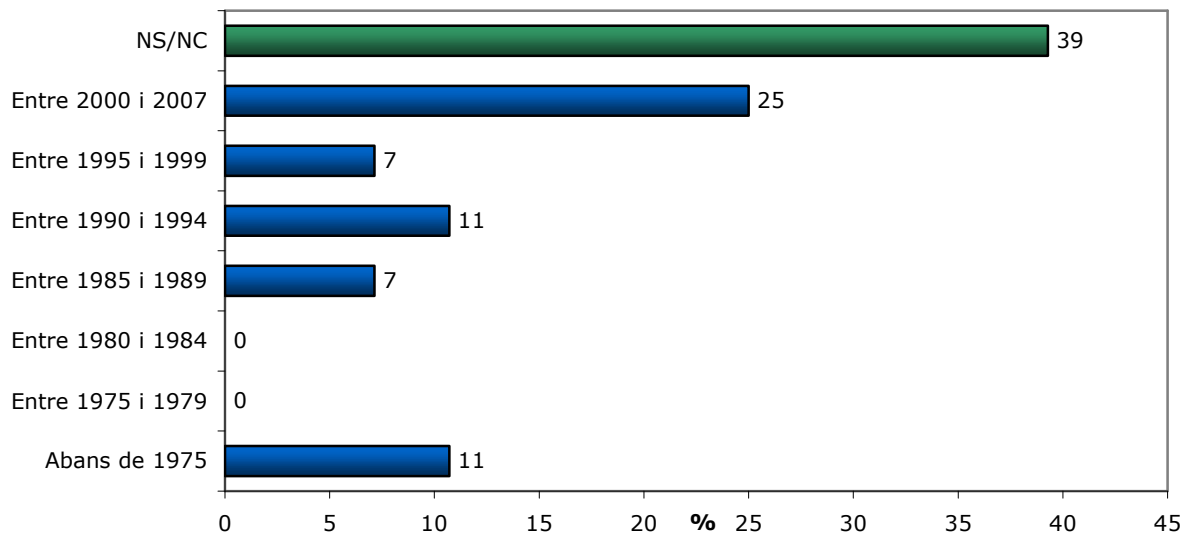
Segons els empresaris, el percentatge de clients que utilitzen aquest servei és aproximadament del 35%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	14	14	28
%	50	50	100

El 50% dels serveis obren els dissabtes a la tarda.



Any d'Obertura

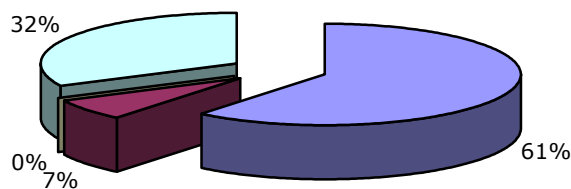


Tenint en compte l'elevat percentatge de NS/NC (39%), destaca un 32 % dels serveis s'ha obert o traspassat en els darrers onze anys.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	17	2	0	9	28

Origen de l'empresari



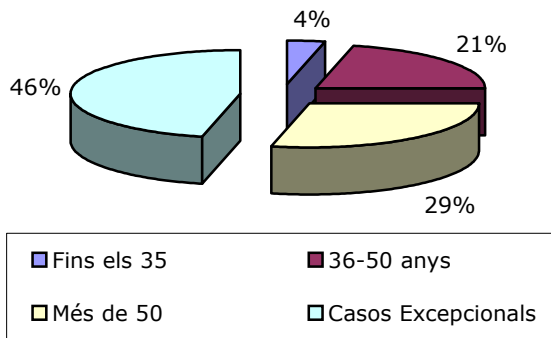
La major part dels empresaris dels serveis d'aquest carrer són Autòctons (61%).





	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	1	6	8	13	0	28

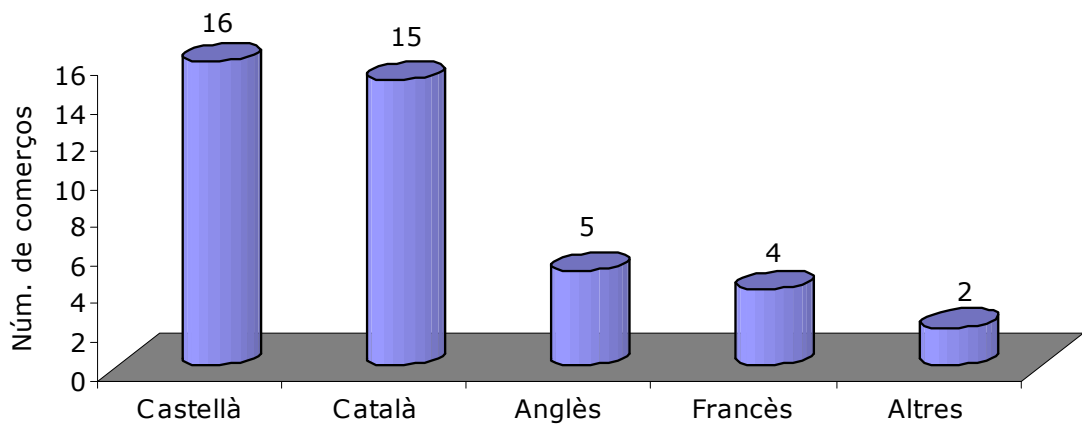
Edat de l'empresari



Destaca l'escassa presència de persones amb més de 35 anys. Hi ha més empresaris que superen la cinquantena.

DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



La clientela habitual parla indistintament en Català com en Castellà. El tercer i quart idiomes més parlats són l'Anglès i el Francès.

f) Conclusions C. Bonsuccès i C. Elisabets

Les característiques més destacables d'aquests carrers són:

- La seva proximitat a la Rambla, el seu caràcter peatonal, que s'hi trobi la seu de l'Ajuntament del Districte i que s'hagi constituït com una entrada natural del turisme cap a la zona Macba.
- Consta d'una mixtió comercial bona¹⁵: 26 establiments i 28 serveis.
- Tanmateix, les característiques del comerç i dels serveis són bones.
- No hi ha comerç de proximitat, sinó que predomina la branca del Tèxtil, el Calçat i la Pell especialitzant-se en el comerç de disseny i alternatiu.
- El sector del serveis està format bàsicament per bars, restaurants i hotels.
- En ambdós sectors de l'Oferta, perviuen locals tradicionals (com una drogueria, una herboristeria i un bar).
- L'empresariat es caracteritza per ser d'edat mitjana-alta i autòcton.

Així, podem concloure que:

- Hi ha una elevada influència de la situació geogràfica del carrer (al costat de la Rambla), de les seves característiques urbanístiques (és de prioritat invertida) i de la Zona Macba (elements d'atracció culturals) en les activitats econòmiques i comercials que estan implantades en aquests carrers.
- El C. Elisabets i el C. Bonsuccès, són els motors econòmics dels petits carrers adjacents propers a La Rambla com: C. Notariat, C. Doctor Dou, C. Sitges, C. Pintor Fortuny...
- S'observa una petita influència comercial del C. Tallers, donat que hi han dues botigues relacionades amb el món musical.
- L'Oferta Comercial està orientada a un públic amb poder adquisitiu mig-alt.

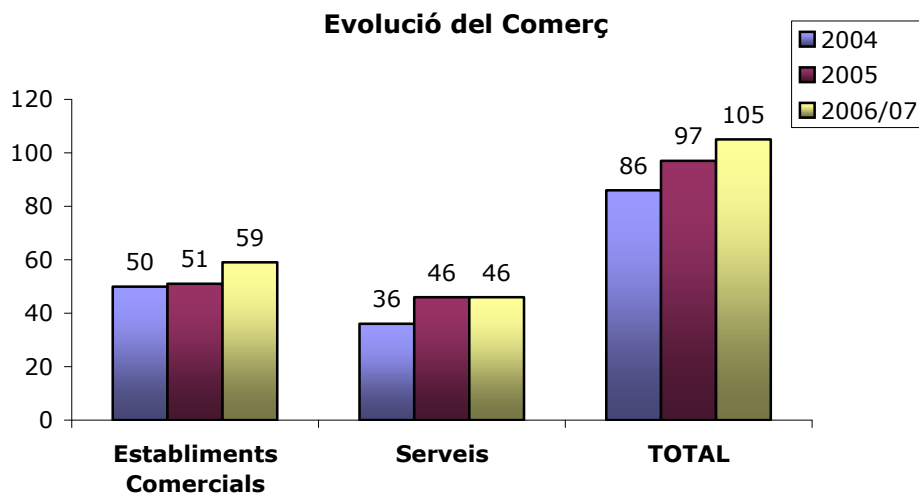
¹⁵ 1 comerç majorista i 1 de combinat.

3.9.1.6 El C.Carme

a) Dades Generals

CARME				
Tipologia	2004	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	50	51	59	+8
Serveis	36	46	46	0
TOTAL	86	97	105	+8

Hi ha 24 locals tancats o magatzems, el 18% del total de locals.

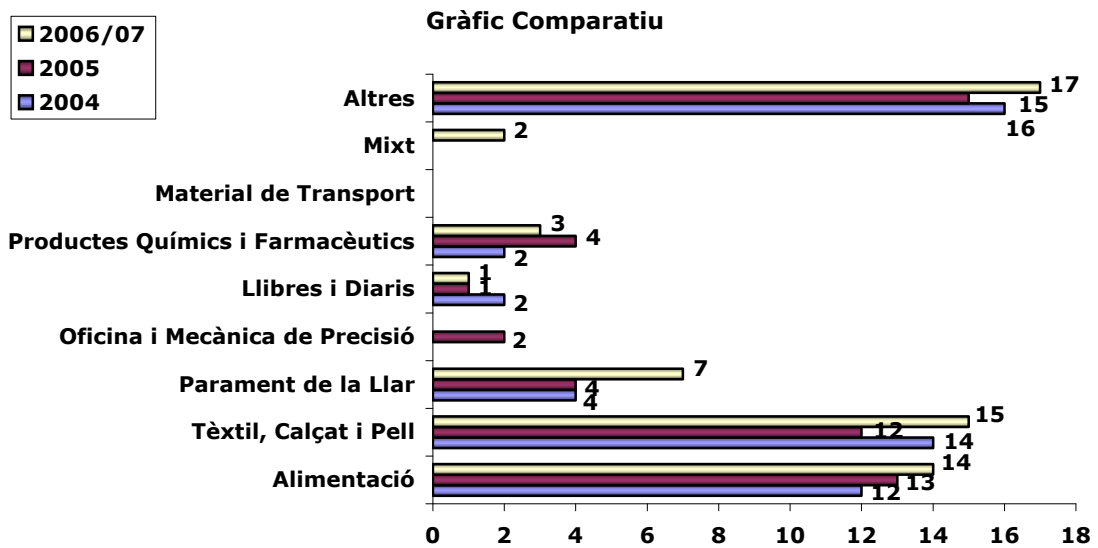


Observacions

Mostra una tendència a l'alça, degut al creixement significatiu en els darrers tres anys del comerç minorista de 18 punts percentuals (8 establiments) i un manteniment del sector dels serveis.

b) Establiments Comercials

CARME				
Sectors del Comerç	2004	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	12	13	14	+1,0
Tèxtil, Calçat i Pell	14	12	15	+3,0
Parament de la Llar	4	4	7	+3,0
Oficina i Mecànica de Precisió	0	2	0	-2,0
Llibres i Diaris	2	1	1	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	2	4	3	-1,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt ¹⁶	0	0	2	+2,0
Altres	16	15	17	+2,0
TOTAL	50	51	59	+8



Observacions

Aquest carrer presenta un creixement de l'activitat comercial que ve donat per l'augment moderat dels següents sectors: Tèxtil, Calçat i Pell, Parament de la Llar, Altres, Mixt i Alimentació. Dins de la branca d'Altres ens trobem amb: 5 locals dedicats a la venda de regals i articles varis (basars), 3 als objectes relacionats amb el món de la música, 3 joieries, 2 ganiveteries, 1 botiga de mòbils, 1 condoneria, 1 de venda de loteria i 1 de cànnabis.

¹⁶ Els 2 comerços mixts són un cafè-forn i un bar-llibreria.

c) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	56	3	59
%	95	5	100

Gairebé la totalitat dels establiments tenen rètol, concretament un 95%.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	19	34
Castellà	14	25
Altres	13	23
Català + Castellà	6	11
Català + 1	2	4
Anglès	2	4
TOTAL	56	100

Hi ha un 49% dels rètols que, com a mínim, estan en Català. La resta, o estan retolats només en Castellà (25%) o són de Marca (9 locals) o Nom Propi (4 locals).

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	37	13	9	0	59
%	62,7	22,0	15,3	0	100

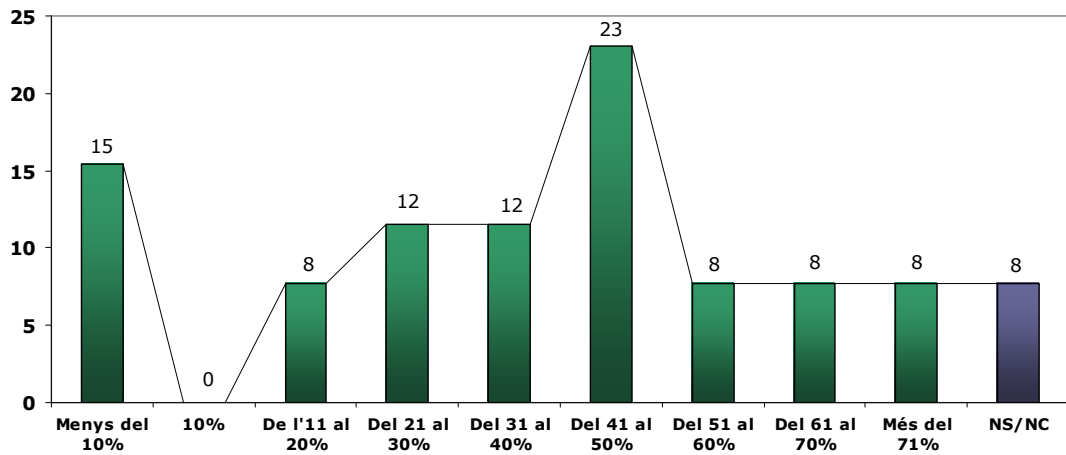
Aquest carrer presenta un bon estat d'accessibilitat, donat que un 62,7% dels establiments garanteix la facilitat d'entrada.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	33	26	59
%	56	44	100

La majoria de comerços només accepten diners en metàl·lic (un 56% del total) en front el 44% dels que si ofereixen la targeta de crèdit com a mitjà de pagament.



% De gent que paga amb Targeta de Crèdit

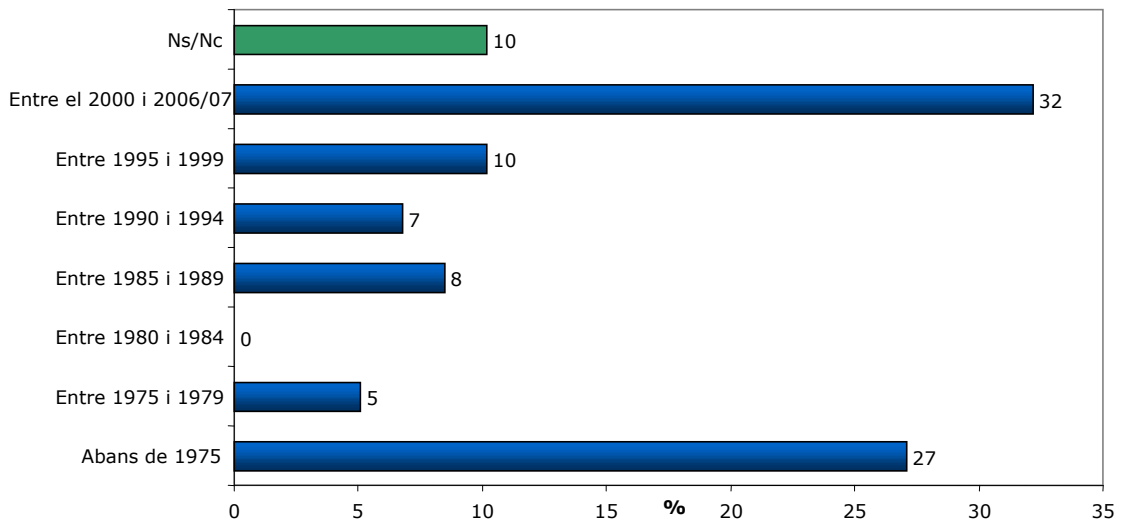


La mitjana de clients que utilitzen aquest sistema de pagament es situa entre el 41 i el 50%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	40	19	59
%	68	32	100

Més de la meitat (68%) obren dissabte a la tarda, en front del 32% que no ho fa.

Any d'Obertura



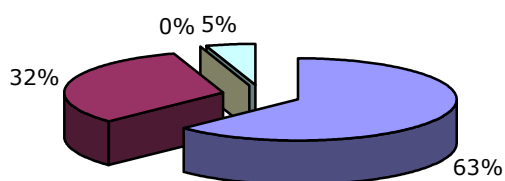


Al igual que el C. Elisabets i Bonsuccès, el C. Carme consta de percentatges elevats en quant a comerços amb una antiguitat considerable (27%) com de nova instal·lació (32%).

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	37	19	0	3	59

Origen de l'empresari

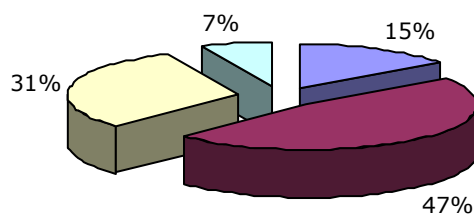


Hi ha una forta presència d'empresaris Autòctons (63%), que situa en un segon pla als d'origen Immigrant (32%)¹⁷

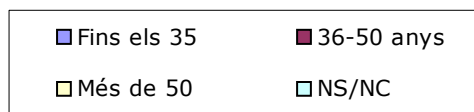


	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	9	28	18	4	59

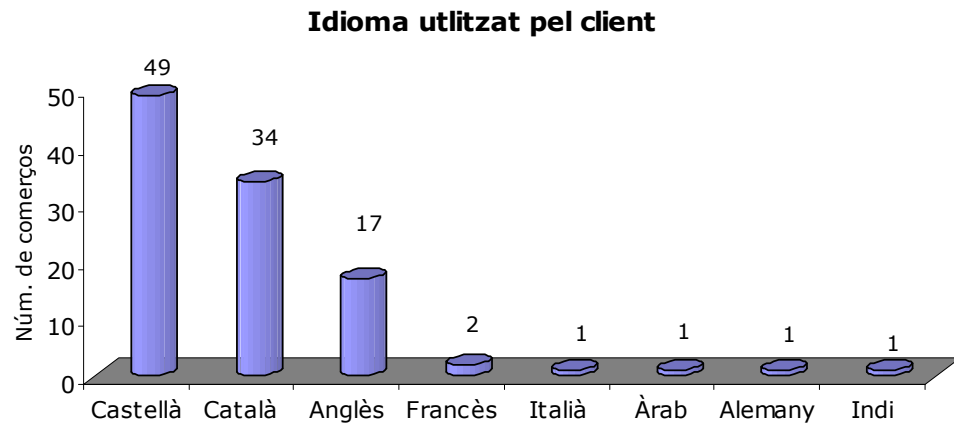
Edat de l'empresari



Un 31% dels empresaris supera la cinquantena, encara que hi ha un major nombre dels que tenen edat mitjana (47%). Els comerciants joves signifiquen un 15% respecte el total.



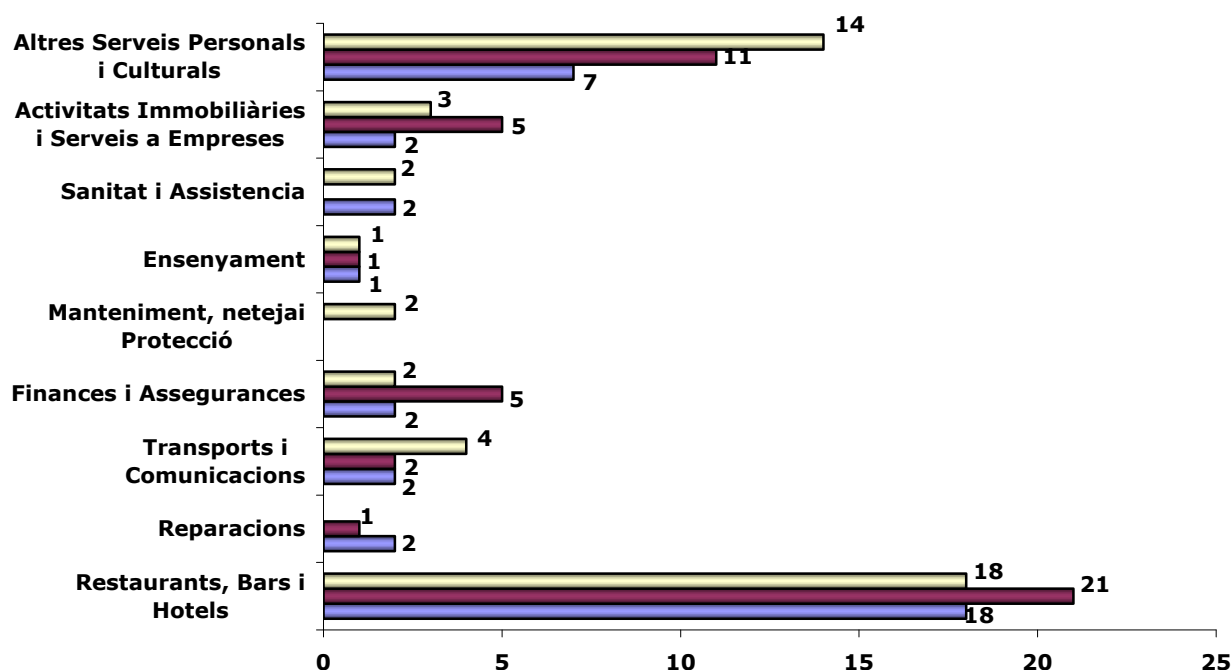
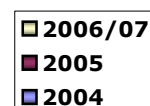
¹⁷ Immigrants No Comunitaris: 5 de Bangladesh, 2 de Filipines, 2 de Marroc, 2 de Pakistan, 2 d'Argentina, 2 de la Xina, 2 de Nigèria, 1 de la India i 1 de Venèçuela.

DEL CLIENT

Les llengües autòctones tornen a ser les més utilitzades. Tanmateix, l'Anglès manté el seu elevat us, situant-se com la tercera més parlada.

d) Serveis

CARME				
Sectors dels Serveis	2004	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	18	21	18	-3,0
Reparacions	2	1	0	-1,0
Transports i Comunicacions	2	2	4	+2,0
Finances i Assegurances	2	5	2	-3,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	0	2	+2,0
Ensenyament	1	1	1	0,0
Sanitat i Assistència	2	0	2	+2,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	2	5	3	-2,0
Altres Serveis Personals i Culturals	7	11	14	+3,0
TOTAL	36	46	46	0

Gràfic Comparatiu**Observacions**

Al C. Carme el sector dels Serveis mostra una tendència a l'equilibri amb el manteniment del nombre d'activitats en funcionament, produint-se increments a 4 branques (Transports i Comunicacions, Ensenyament, Neteja i Protecció, Sanitat i Assistència i Altres Serveis Personals i Culturals) i descensos a altres 4 (Restaurants, Bars i Hotels, Reparacions, Finances i Assegurances i Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses).

e) Característiques dels Serveis

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	45	1	46
%	98	2	100

Gairebé el 100% dels locals estan retolats.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	21	47
Castellà	8	18
Altres	7	16
Anglès	5	11
Català + Castellà	3	7
Castellà + 1	1	2
TOTAL	45	100

La major part dels rètols identificatius estan com a mínim en Català (54%). El Castellà és el segon idioma amb un 27% de presència i Altres (5 Noms Propis i 2 Marques) la tercera tipologia de retolació.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	19	12	15	0	46
%	41	26	33	0	100

El 59% dels locals no ofereixen condicions òptimes d'accessibilitat.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	35	11	46
%	76	24	100

El 76% dels serveis no accepten targeta de crèdit.

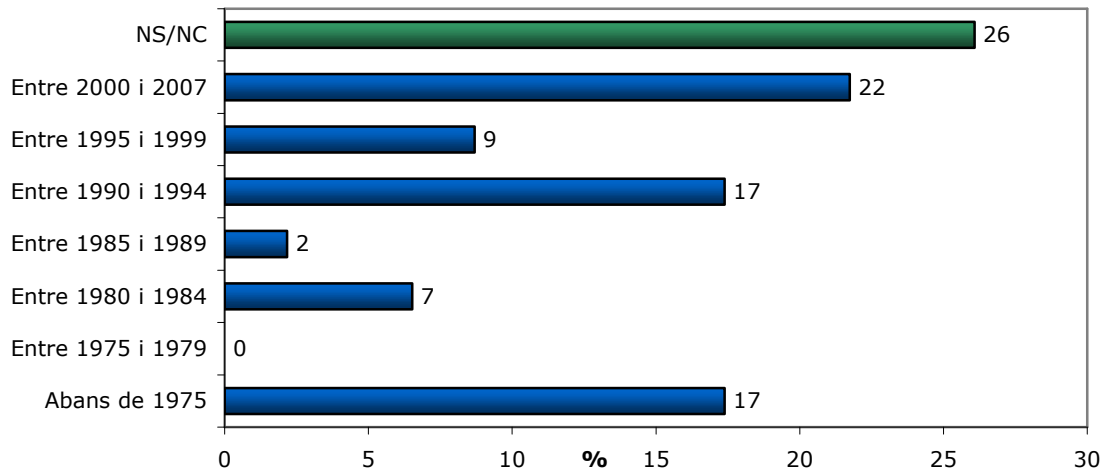
El grau d'utilització de la targeta de crèdit es situa sobre el 40%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	21	25	46
%	46	54	100

El 46% dels locals obren els dissabtes a la tarda.



Any d'Obertura

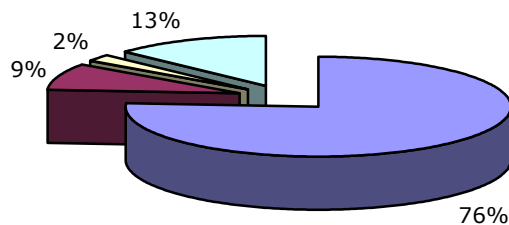


El 31% dels negocis s'ha obert o traspassat en els darrers 11 anys. Pel que fa al ritme d'obertura de serveis, s'observa una tendència a l'alça en l'etapa del 90 al 94 i en la 2000-2007.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	35	4	1	6	46

Origen de l'empresari



Els empresaris Autòctons representen el 76% del total.

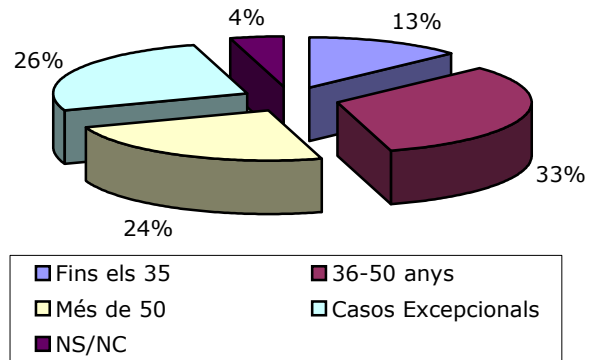




	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC
Edat de l'empresari	6	15	11	12	2

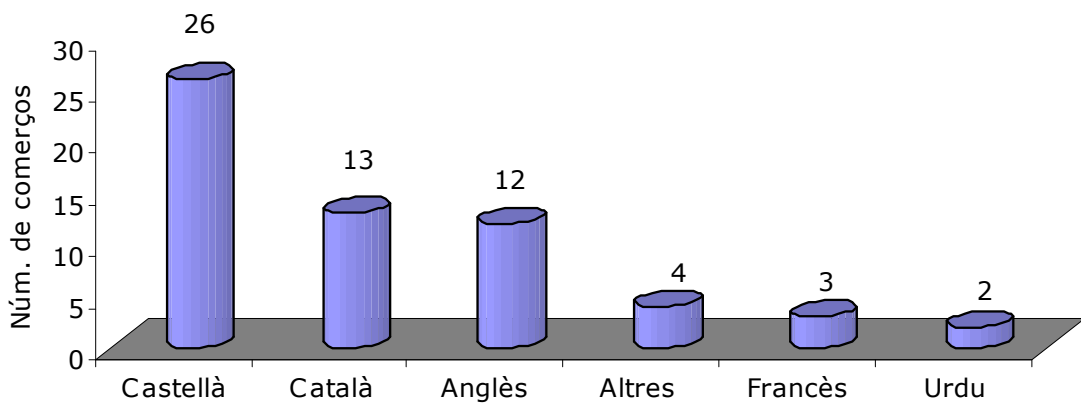
Edat de l'empresari

A excepció de la primera categoria (fins els 35 anys), hi ha un equilibri en els diferents grups d'edat, destacant lleugerament els que es troben compresos entre els 36 i els 50 anys.



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



L'idioma més utilitzat pels clients és el Castellà. Tanmateix, el Català i l'Anglès es fan servir assíduament i amb un nivell d'utilització semblant.

f) Conclusions C. Carme

Tenint en compte que al C. Carme hi ha:

- Una bona mixtió comercial¹⁸, amb una lleugera predominància del comerç minorista sobre els serveis.
- Bones condicions d'accés, sobretot al sector dels establiments comercials.
- Les facilitats de pagament són escasses en ambdós sectors.
- L'empresariat és majoritàriament autòcton i de mitjana edat.

Es conclou que:

- El C. del Carme consta d'un comerç més modernitzat i dirigit a un públic general en només una part del mateix: de La Rambla fins al C. Doctor Dou.
- A partir del C. Doctor Dou fins a la Plaça del Pedró, el comerç es podria classificar com de proximitat, tot i que s'ha observat la implantació d'activitats econòmiques més alternatives i/o especialitzades (decoració, roba).
- El recinte de l'Antic Hospital de la Santa Creu i Sant Pau exerceix una doble influència en aquest carrer: com a element d'atracció (estan ubicades Biblioteques, Acadèmies i Escoles) i com a barrera urbanística (provocant la divisió clara del C. Carme).

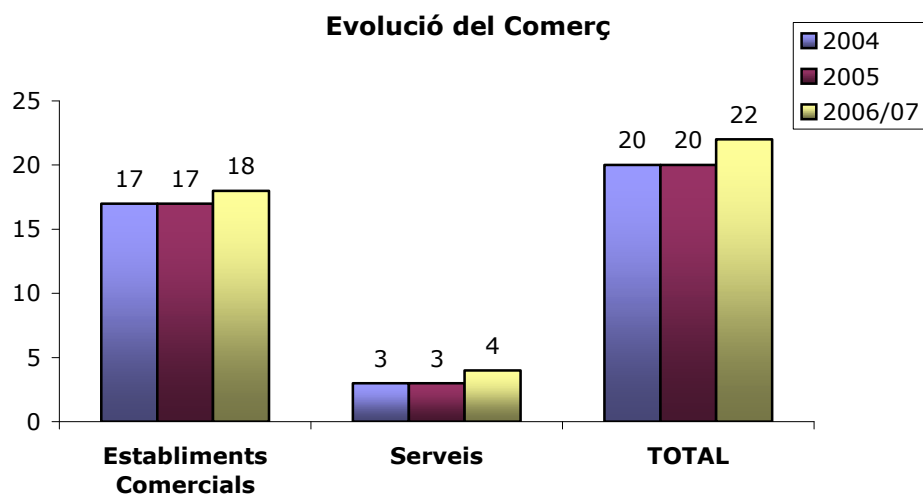
¹⁸ 1 comerç majorista i 1 de combinat.

3.9.1.7 El C.Riera Baixa

a) Dades Generals

RIERA BAIXA				
Tipologia	2004	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	17	17	18	+1
Serveis	3	3	4	+1
TOTAL	20	20	22	+2

1 local tancat o magatzem, 4,23% del total de locals.

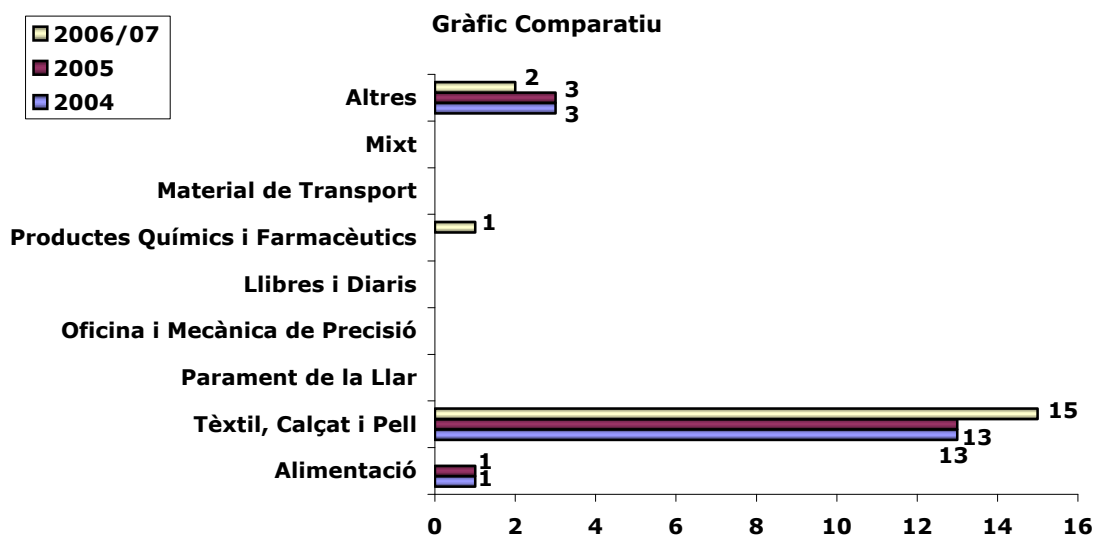


Observacions

Experimenta una situació d'equilibri amb un increment moderat en ambdós sectors.

a) Establiments Comercials

RIERA BAIXA				
Sectors del Comerç	2004	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	1	1	0	-1,0
Tèxtil, Calçat i Pell	13	13	15	+2,0
Parament de la Llar	0	0	0	0,0
Oficina i Mecànica de Precisió	0	0	0	0,0
Llibres i Diaris	0	0	0	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	0	0	1	+1,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	0	0,0
Altres	3	3	2	-1,0
TOTAL	17	17	18	+1



Observacions

S'observa una elevada activitat (donat que urbanísticament parlant el carrer és curt) i una alta especialització, sobretot en el sector del Tèxtil, Calçat i Pell. Aquesta especialització, fa que a la branca Altres hi hagi comerços dirigits a persones que compleixen el perfil de clientela de les botigues de roba alternativa (2 botigues de discos).

Comparativament parlant, les variacions que s'han produït en els darrers anys són mínimes i han anat dirigides a la reorientació dels comerços: per un costat ha augmentat el sector del Tèxtil i ha disminuït la branca Altres, i per l'altre, el comerç destinat a l'Alimentació s'ha convertit en un destinat a la venda de Productes Químics i Farmacèutics.

c) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	16	2	18
%	89	11	100

Un 89% dels locals tenen rètol.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Altres ¹⁹	5	31
Anglès	5	31
Català	2	13
Castellà	2	13
Català + Castellà	1	6
Castellà +1	1	6
TOTAL	16	100

Tenint en compte que el sector majoritari és la venda d'articles vinculats a la moda alternativa, destaca l'elevat percentatge de rètols que utilitzen un Nom Propi o estan en Anglès (62%). En tercer lloc destaquen les retolacions en Castellà (a 4 establiments), seguides de les fetes en Català (a 3).

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	7	10	1	0	18
%	38,9	55,6	5,6	0	100

Tot i que es tracta d'un carrer de prioritat invertida, l'accessibilitat del seu comerç és escassa, situant-se en un 61'1% els locals poc accessibles.

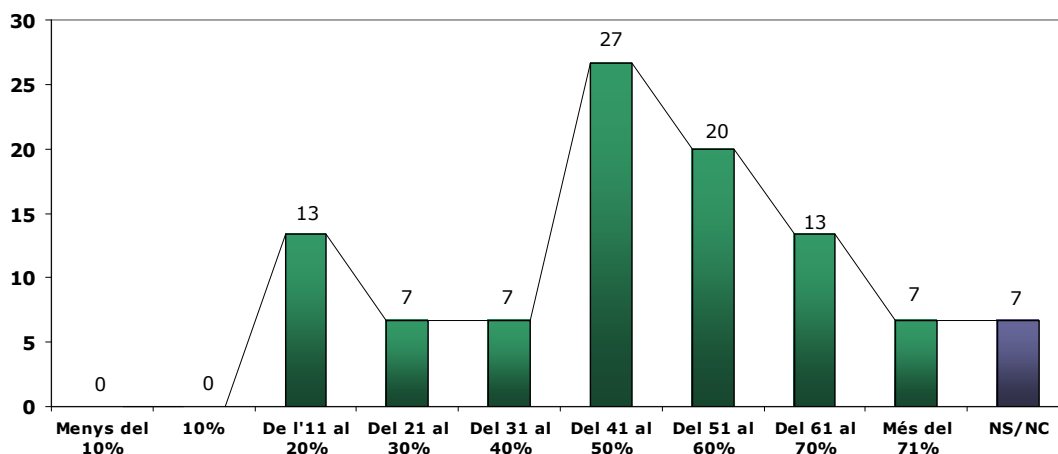
	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	3	15	18
%	17	83	100

El 83% ofereix la possibilitat de pagar amb targeta.

¹⁹ Altres: format per retolacions amb Noms Propis.



% De gent que paga amb Targeta de Crèdit

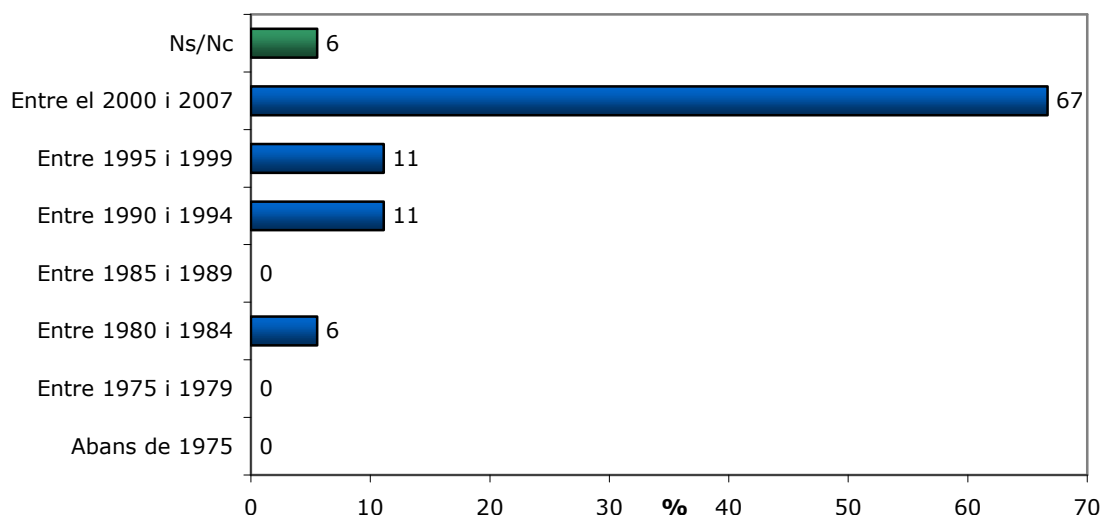


Dels usuaris que tenen aquesta possibilitat, una mitjana situada entre el 41 i del 50% en fan ús.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	17	1	18
%	94	6	100

Una altra vegada, tornem a comprovar com la tipologia comercial predominant (tèxtil) incideix en les característiques concretes del comerç: un 94% obre els dissabtes a la tarda.

Any d'Obertura



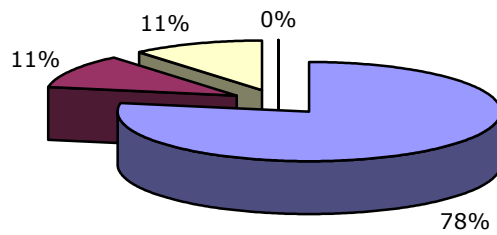
És fa palesa la joventut del comerç instal·lat al carrer, donat que un 78% s'ha obert entre el 1995 i el 2007.



DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	14	2	2	0	18

Origen de l'empresari



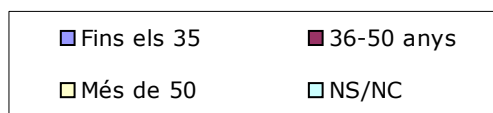
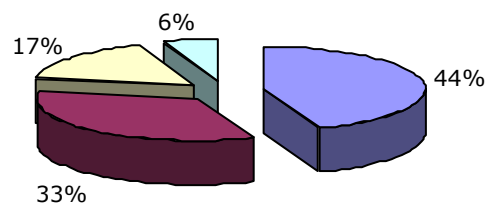
La majoria de comerciants són d'origen Autòcton (78%). S'observa un equilibri entre els empresaris Immigrants Comunitaris (11%) i No Comunitaris (11%)²⁰.



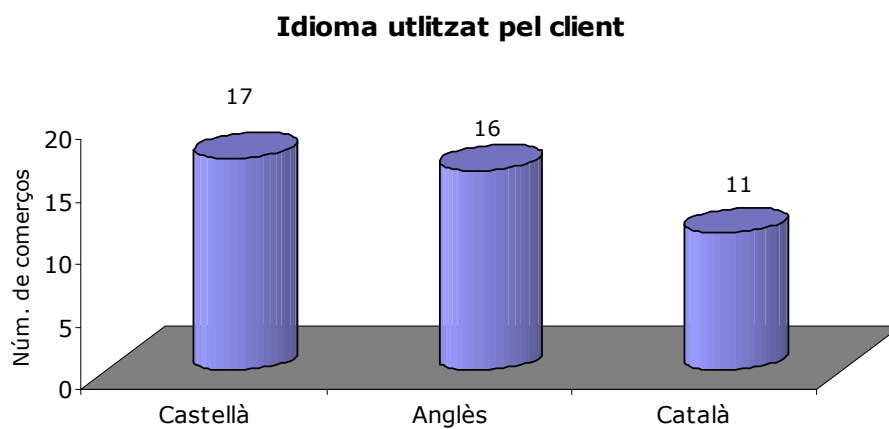
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	8	6	3	1	18

Edat de l'empresari

La majoria de l'empresariat és jove (44%) o de mitjana edat (33%). Només un 17% són persones d'edat avançada.



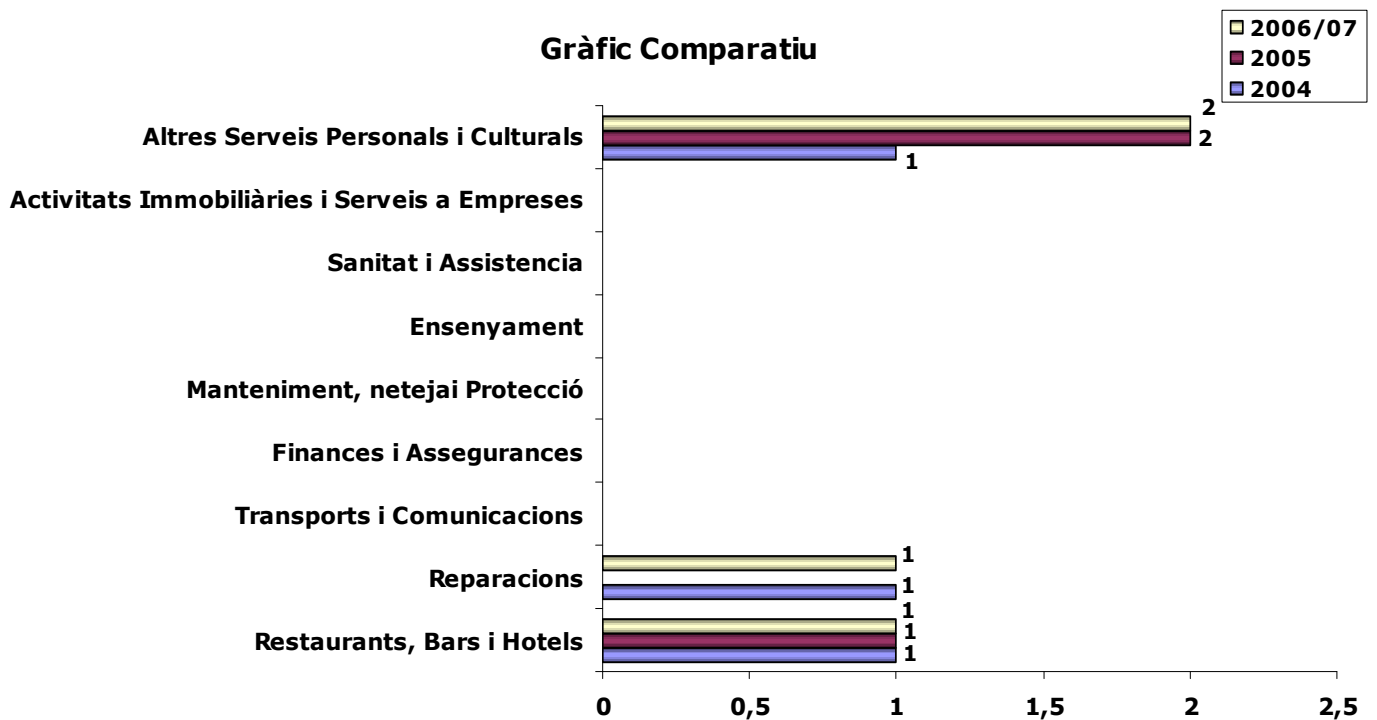
²⁰ Immigrants No Comunitaris: 1 de Nigèria, 1 de Cuba. Immigrants Comunitaris: 1 comerç amb dos associats (1 d'Itàlia + 1 d'Argentina) i 1 de França.

DEL CLIENT

El Castellà i l'Anglès són les llengües més parlades.

e) Serveis

RIERA BAIXA				
Sectors dels Serveis	2004	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	1	1	1	0,0
Reparacions	1	0	1	+1,0
Transports i Comunicacions	0	0	0	0,0
Finances i Assegurances	0	0	0	0,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	0	0	0,0
Ensenyament	0	0	0	0,0
Sanitat i Assistència	0	0	0	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	0	0	0	0,0
Altres Serveis Personals i Culturals	1	2	2	0,0
TOTAL	3	3	4	+1



IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Anglès	2	50
Castellà	1	25
Català + Castellà	1	25
TOTAL	4	100

La major part dels rètols identificatius estan en Anglès (50%), seguits dels que ho estan en Castellà i en Català.



	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	1	2	1	0	4
%	25	50	25	0	100

A excepció d'un dels serveis, la resta no són del tot accessibles.

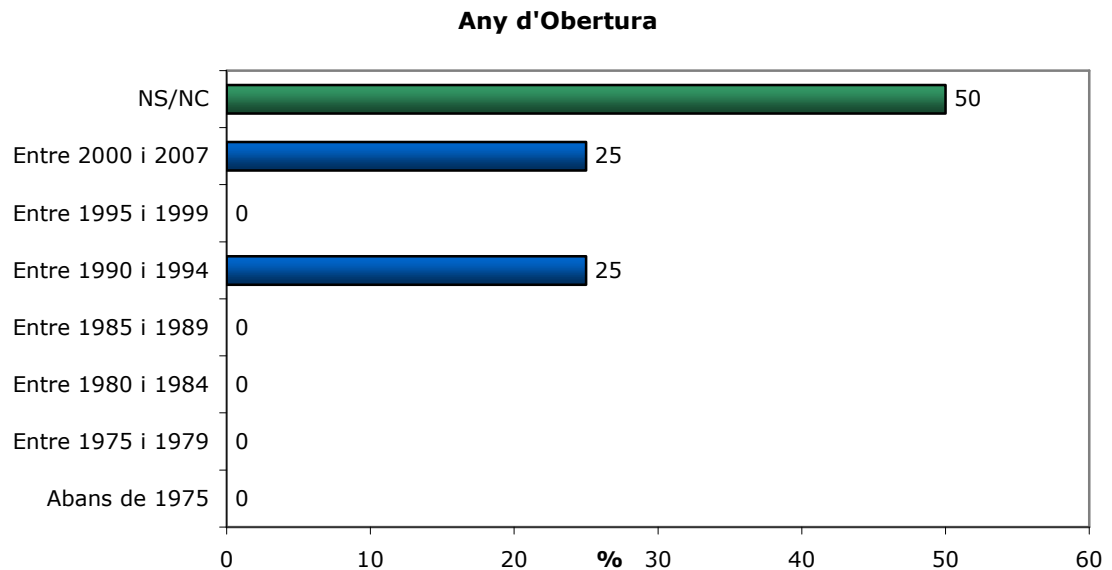
	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	1	3	4
%	25	75	100

El 75% ofereix la possibilitat de pagar amb targeta de crèdit.

La mitjana d'utilització d'aquesta forma de pagament és baixa, aproximadament del 10%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	2	2	4
%	50	50	100

El 50% dels serveis obren els dissabtes a la tarda.



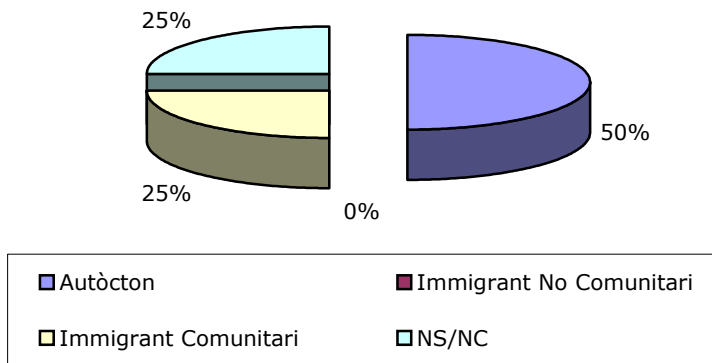
Entre els 4 serveis d'aquest carrer, hi ha 2 (una església i una activitat econòmica) dels que es desconeix l'any d'obertura. Els 2 locals restants, van obrir entre el 1990-1994 i el 2000-2007.



DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	2	0	1	1	4

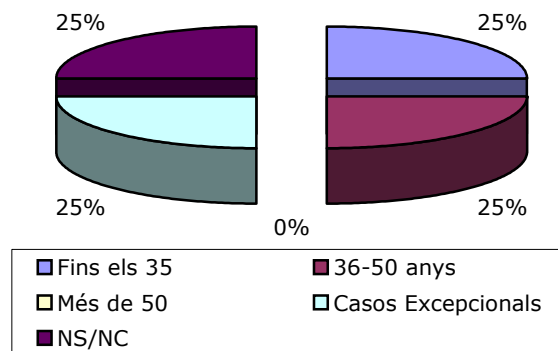
Origen de l'empresari

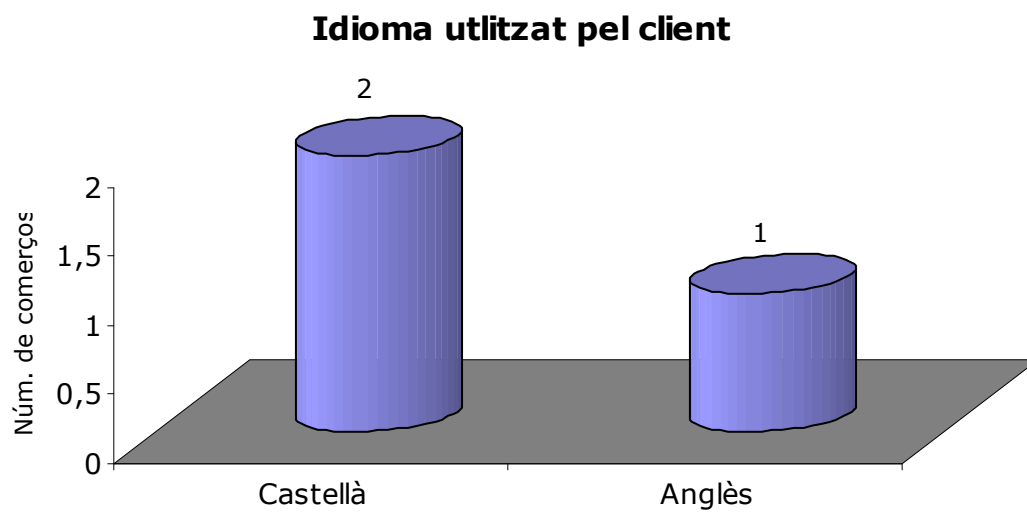


	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC
Edat de l'empresari	1	1	0	1	1

Edat de l'empresari

Existeix equilibri en els diferents grups d'edat presents al carrer. No hi ha cap empresari de més de 50 anys.



DEL CLIENT

El Castellà i l'Anglès són els idiomes predominants.

f) Conclusions C. Riera Baixa

Tenint en compte:

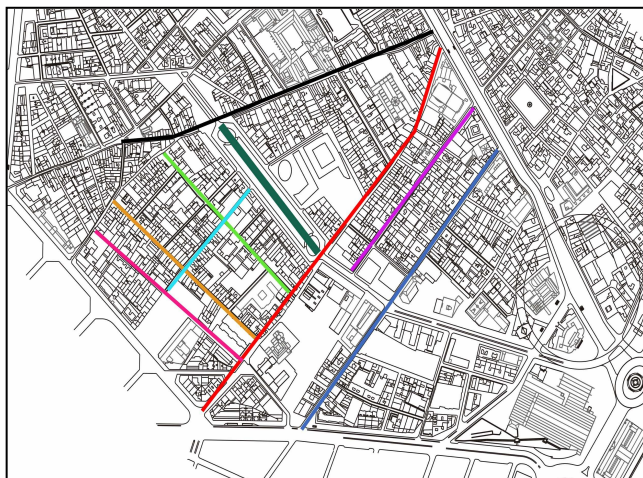
- Les característiques urbanístiques d'aquest carrer (no molt llarg, una mica ample i peatonal) i la seva ubicació geogràfica: tocant a la Rambla del Raval i fent de nexa d'unió entre el C. Carme i el C. Hospital, just a la frontera imaginària entre el Raval Nord i el Sud.
- El comerç minorista és predominant i està dirigit a un públic jove i alternatiu. Cal destacar, que el C. Riera Baixa ha tingut una concentració "tradicional" d'una tipologia d'establiments comercials especialitzats en la roba més alternativa: articles i roba de segona mà, moda dels anys 60 i 70, moda actual...
- Els serveis també estan dirigits per a un públic modern i són un bar-restaurant, una botiga de reparacions, una sala de tatuatges i una perruqueria.
- L'empresariat és majoritàriament autòcton. Les activitats regentades per persones d'origen estranger no Comunitari són establiments comercials dedicats als Productes Químics i Farmacèutics i una botiga de Tèxtil. Els estrangers Comunitaris regenten botigues de roba.
- Les facilitats de pagament són elevades.
- I les condicions d'accés, a pesar de tractar-se d'un carrer peatonal, no molt bones.

Es dedueix que el C. Riera Baixa és un petit eix comercial del barri que s'ha especialitzat en el públic més alternatiu i urbà. La seva Oferta aglutina un munt de propostes i estils diferents relacionats amb el món de la moda.



3.9.2 El Raval Sud

Els carrers analitzats han estat:



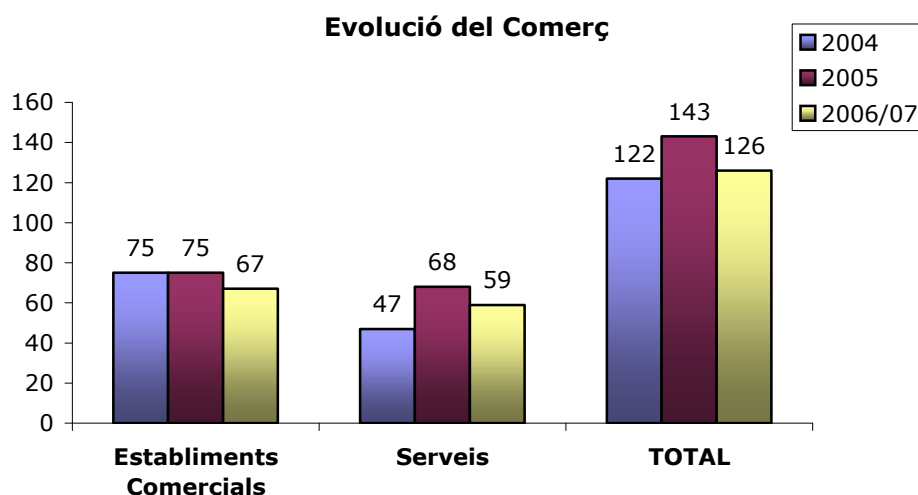
- 1- C. Hospital
- 2- C. Sant Pau
- 3- C. Unió i Marqués de Barberà
- 4- C. Nou de la Rambla
- 5- Rambla del Raval
- 6- C. Riereta
- 7- C. Carretes
- 8- C. Sant Pacià
- 9- C. Reina Amàlia

3.9.2.1 El C. Hospital

a) Dades generals

HOSPITAL				
Tipologia	2004	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	75	75	67	-8
Serveis	47	68	59	-9
TOTAL	122	143	126	-17

Hi ha 6 locals tancat o magatzems, el 4% del total de locals.

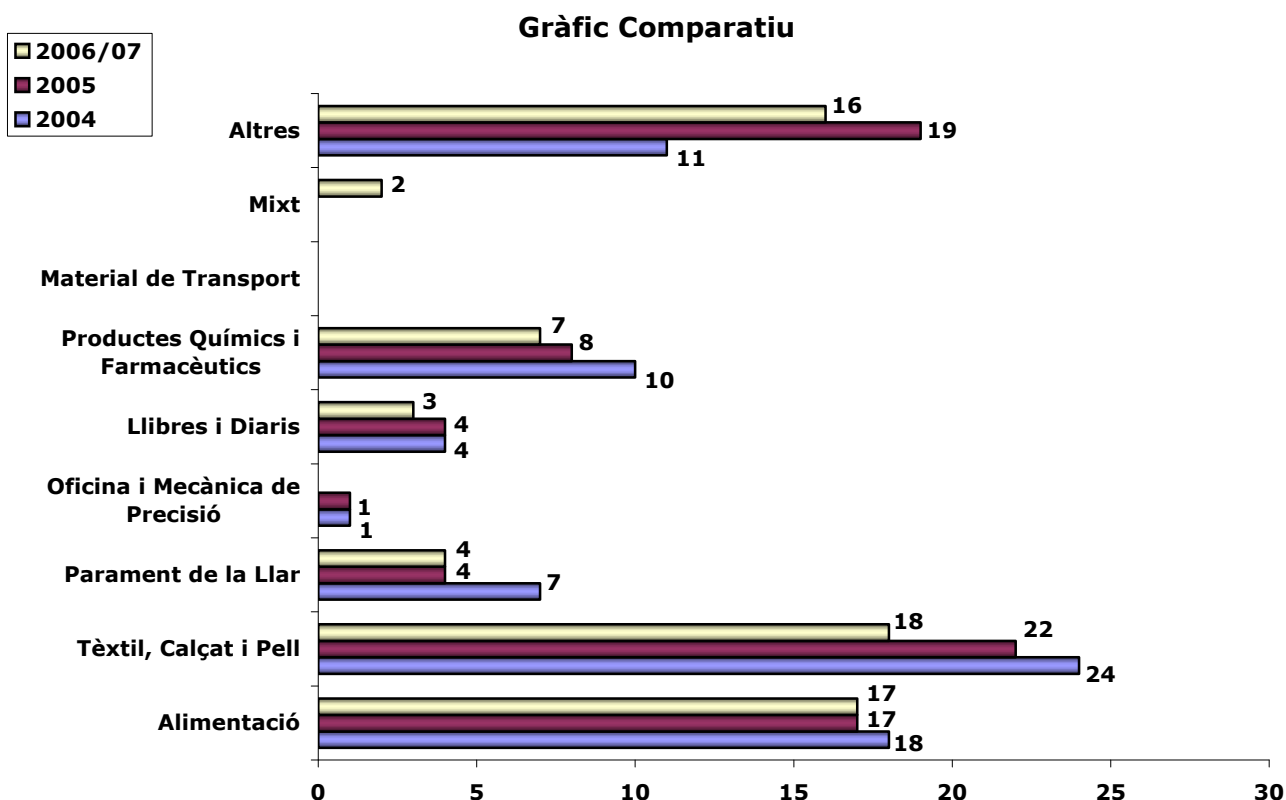


Observacions

Entre el 2004 i el 2006 s'ha produït una davallada en el comerç minorista de 10,6 punts percentuals (8 establiments) i un increment significatiu en els serveis de 25,5 punts percentuals (12 locals).

a) Establiments Comercials

HOSPITAL				
Sectors del Comerç	2004	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	18	17	17	0,0
Tèxtil, Calçat i Pell	24	22	18	-4,0
Parament de la Llar	7	4	4	0,0
Oficina i Mecànica de Precisió	1	1	0	-1,0
Llibres i Diaris	4	4	3	-1,0
Productes Químics i Farmacèutics	10	8	7	-1,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	2	2,0
Altres	11	19	16	-3,0
TOTAL	75	75	67	-8



Observacions

Aquest carrer consta d'una marcada activitat comercial. S'observa un descens del comerç sobretot en dues branques: el Tèxtil, el Calçat i la Pell (-4 establiments) i Altres (-3). La resta (sectors de l'Oficina, Mecànica i Precisió, els Llibres i Diaris i els Productes Químics i Farmacèutics) tenen una davallada moderada i suposen la pèrdua d'un establiment a cadascun d'ells. L'únic augment s'observa en el Comerç Mixt i aquest està format per un forn de pa amb servei de cafeteria i una botiga de venda de pastetes i te.

b) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	62	5	67
%	93	7	100

La major part dels comerços (93%) té retolació.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	20	32
Castellà	12	19
Català + Castellà	12	19
Altres	10	16
Castellà +1	4	6
Anglès	3	5
Català + 1	1	2
TOTAL	62	100

El Català està present en 33 retolacions i el Castellà en 28. En tercer lloc predominen els Noms Propis (8%) i les Marques (8%). L'Anglès aquí té una presència mínima.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	56	9	2	0	67
%	83,6	13,4	3,0	0	100

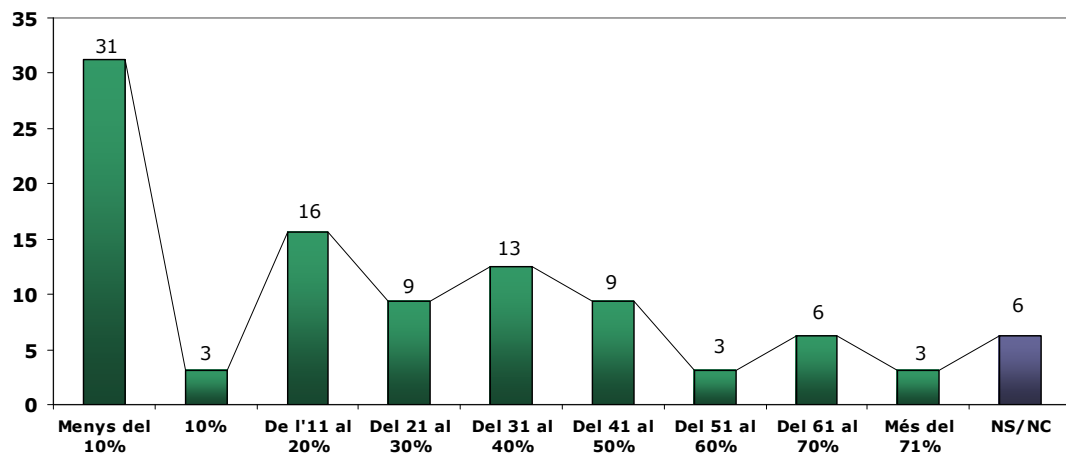
L'accessibilitat és molt elevada (83'6%), enfront del 3% dels que són del tot inaccessibles.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	35	32	67
%	52	48	100

Més de la meitat dels locals no accepten targeta de crèdit (52%).



% De gent que paga amb Targeta de Crèdit

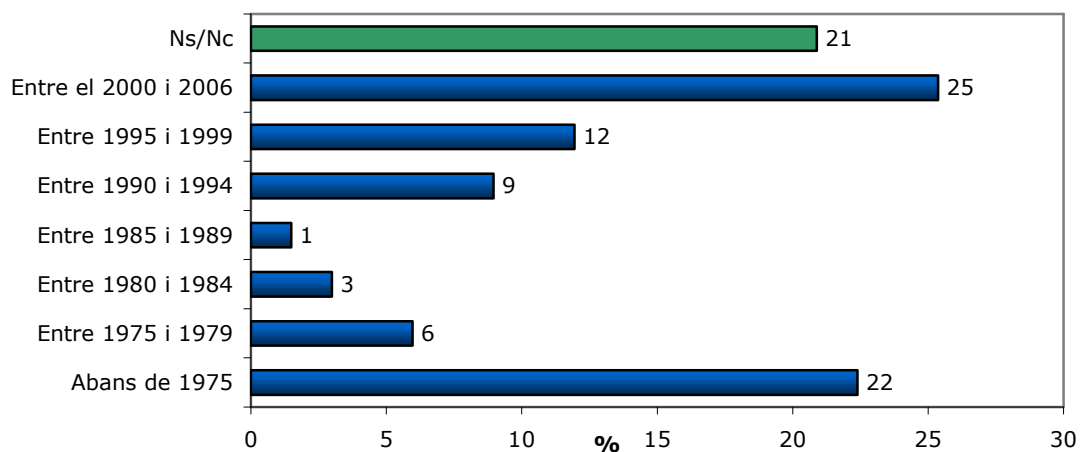


La mitjana dels clients que paguen amb targeta de crèdit (entre un 11 i un 20%) ens indica que fan poc ús d'aquest servei.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	29	38	67
%	43	57	100

El 57% no obre els dissabtes a la tarda.

Any d'Obertura



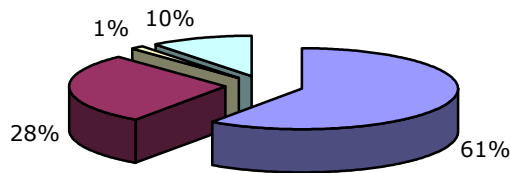
Hi ha molta representativitat de comerç obert abans del 1980 (28 %) i un creixement exponencial de la implantació d'establiments a partir de 1990.



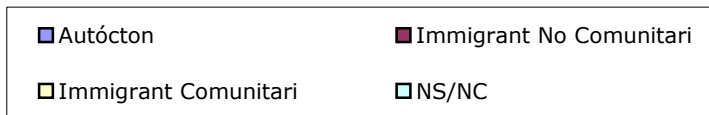
DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	40	19	1	7	67

Origen de l'empresari



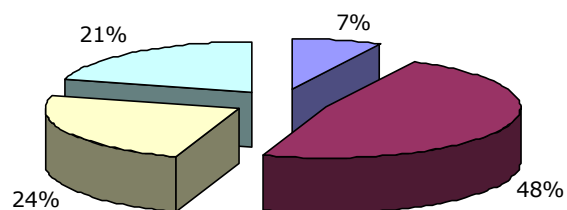
Els comerciants Autòctons són predominants en aquest carrer (61%). Els d'origen Estranger signifiquen el 29%¹.



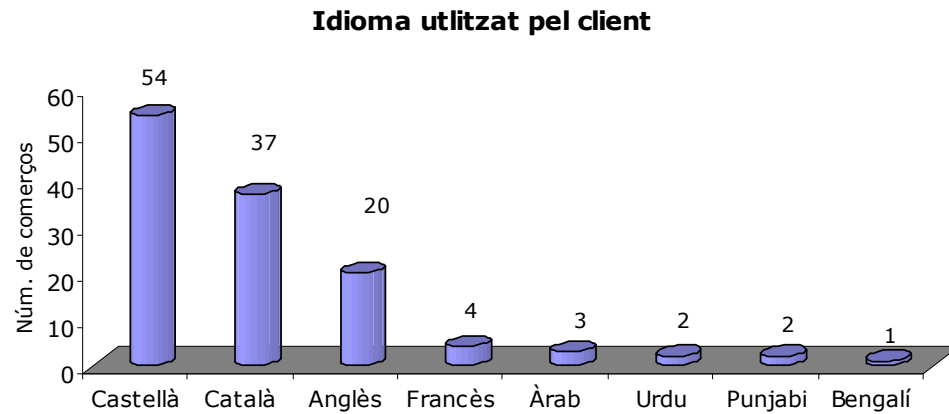
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	5	32	16	14	67

Edat de l'empresari

La majoria de l'empresariat és de mitjana edat (48%) o d'edat avançada (24%). Destaca la poca presència de propietaris joves (7%).



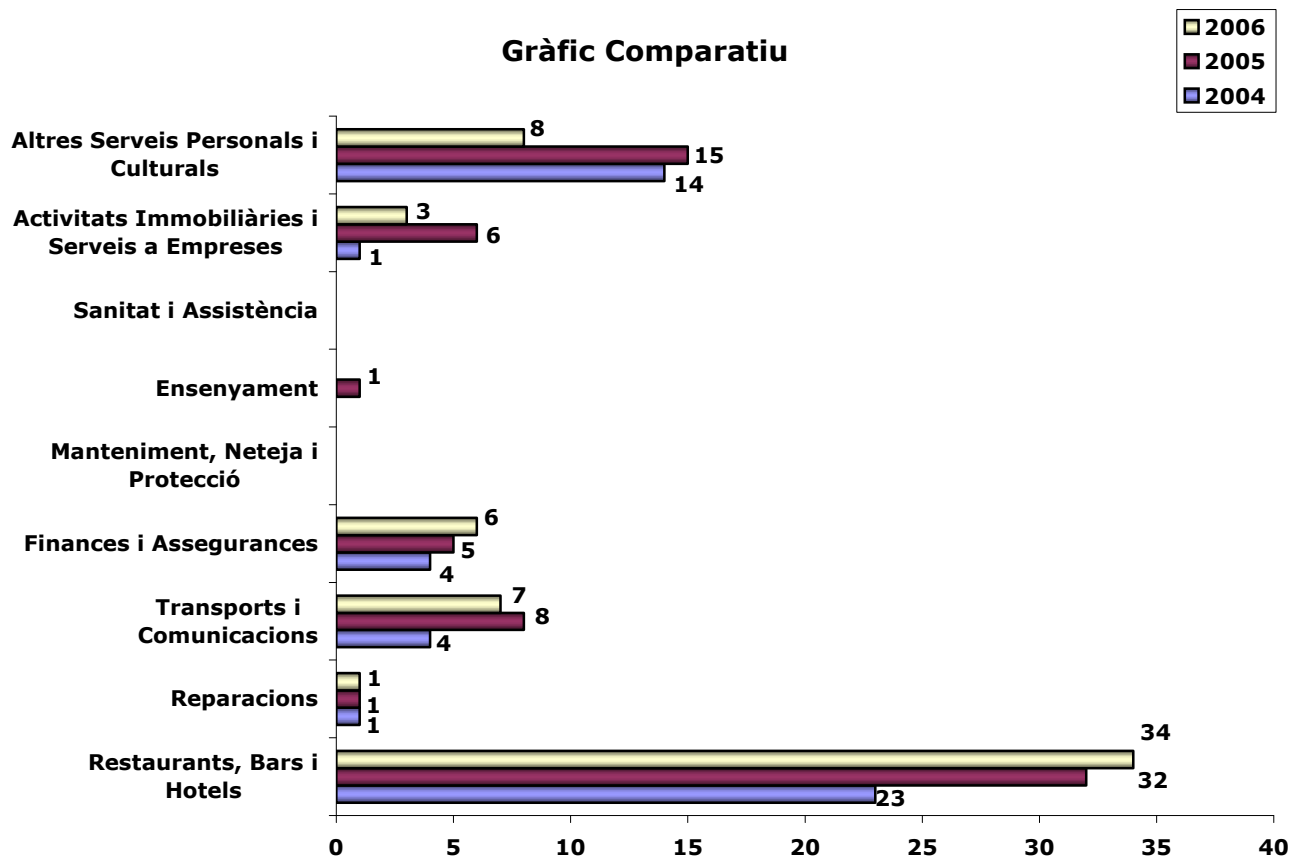
¹ Immigrants No Comunitaris: 7 de l'Índia, 6 de Pakistan, 2 del Marroc, 1 de l'Iraq, 1 d'Argentina i 1 d'Uruguai. Immigrants Comunitaris: 1 de França.

DEL CLIENT

El Castellà i el Català, seguits de l'Anglès, són els idiomes que més utilitzen els clients del C. Hospital. Destaca en quarta posició el Francès i en cinquena l'Àrab. Per últim, es pot observar també com apareix l'ús d'altres llengües minoritàries provinents de l'Àsia: l'Urdu, el Punjabi i el Bengalí.

d) Serveis

HOSPITAL				
Sectors dels Serveis	2004	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	23	32	34	2,0
Reparacions	1	1	1	0,0
Transports i Comunicacions	4	8	7	-1,0
Finances i Assegurances	4	5	6	1,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	0	0	0,0
Ensenyament	0	1	0	-1,0
Sanitat i Assistència	0	0	0	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	1	6	3	-3,0
Altres Serveis Personals i Culturals	14	15	8	-7,0
TOTAL	47	68	59	-9

Gràfic Comparatiu**Observacions**

Entre el 2004 i el 2006, els serveis d'aquest carrer han augmentat en les branques de: Bars, Restaurants i Hotels, Transports i Comunicacions i Finances i Assegurances. Els Altres Serveis Personals i Culturals i les Activitats Immobiliàries i els Serveis a les Empreses són els subsectors que disminueixen en número d'activitats.

e) Característiques dels Serveis

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	58	1	59
%	98	2	100

Gairebé el 100% dels serveis estan retolats.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	15	26
Castellà	12	21
Català + Castellà	11	19
Altres ²	6	10
Castellà +1	9	16
Anglès	2	3
Català + 1	3	5
TOTAL	58	100

La llengua Castellana i la Catalana són les més utilitzades en les retolacions dels locals del sector dels serveis d'aquest carrer, amb un 56% i un 50% de presència respectivament.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	41	6	12	0	59
%	69	10	20	0	100

Gairebé un 70% dels locals tenen unes condicions òptimes d'accessibilitat.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	45	14	59
%	76	24	100

Únicament el 24% dels serveis ofereixen facilitats de pagament.

D'aquest 24%, la mitjana d'utilització de la targeta de crèdit es situa entre el 12% i el 13%.

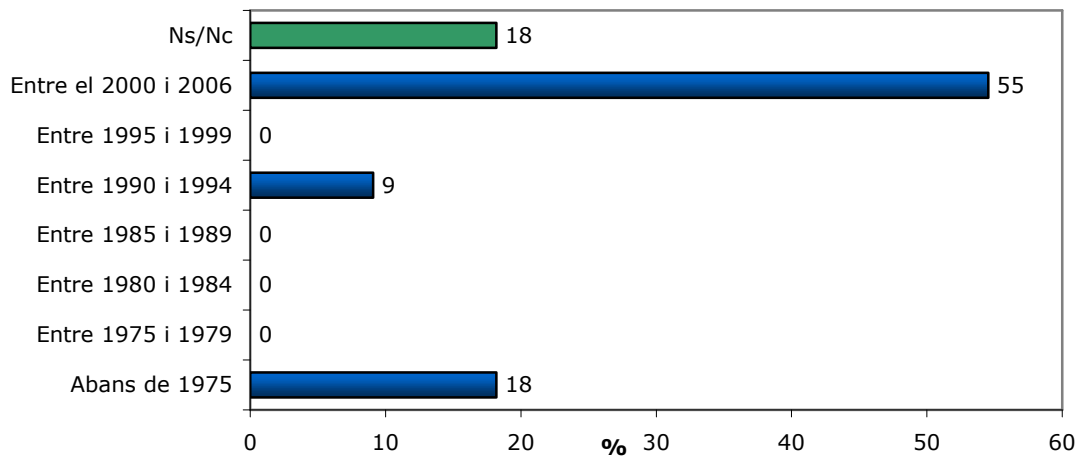
	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	30	29	59
%	51	49	100

Un 51% dels locals obren els dissabtes a la tarda.

² Altres: format per retolacions de Marques.



Any d'Obertura

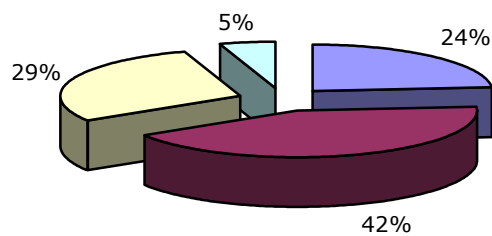


Els 55% dels serveis en actiu del C. Hospital s'han obert o traspasat en els darrers 6 anys.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	14	25	17	3	59

Origen de l'empresari



Els empresaris d'origen Estranger, són predominants dins d'aquest sector (71%).

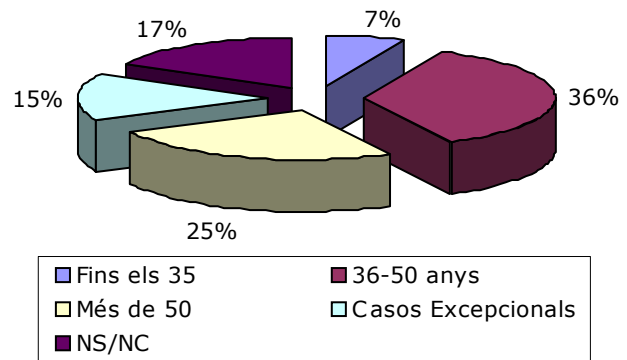




	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	4	21	15	9	10	59

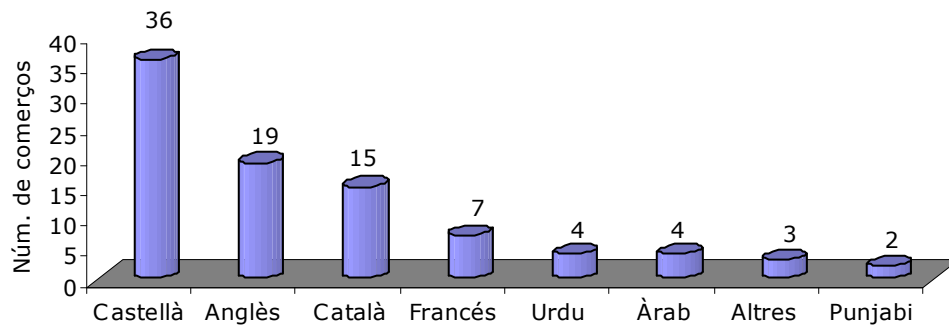
Edat de l'empresari

La majoria de l'empresariat és de mitjana edat (36%) o d'edat avançada (25%). Destaca la poca presència de propietaris joves (7%).



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



El Castellà, l'Anglès i el Català, són els idiomes que més s'utilitzen. Es tracta d'un dels carrers a on hi ha una major pluralitat idiomàtica.

f) Conclusions C. Hospital

Tenint en compte que:

- Tot i que l'evolució econòmica i comercial d'aquest carrer és a la baixa, destaca la bona mixió comercial que té³: 67 establiments comercials i 59 serveis.
- Tant el comerç com els serveis es caracteritzen per tenir unes bones condicions d'accés i per no oferir moltes facilitats de pagament.
- L'empresariat d'origen estranger és lleugerament majoritari, sobretot per la seva predominància en el sector dels serveis, tot i que en el comerç minorista del carrer, hi ha un major nombre de propietaris autòctons.
- Es tracta d'un comerç majoritàriament de proximitat.
- El 55% dels serveis s'han obert o traspassat en els darrers 6 anys.

Es dedueix que:

- Tractant-se del límit geogràfic entre el Raval Nord i el Sud, s'observa la influència comercial de: la zona Nord (establiment de botigues de moda actual o alternativa, tot i que en menor nombre) i la tradició comercial d'aquest Carrer (tractament de la pell). La resta del comerç és principalment minorista i de proximitat.
- Els bars, restaurants, hotels, escoles i institucions, estan dirigits a un públic generalista. La resta de serveis, cap a la població del barri i rodalies.

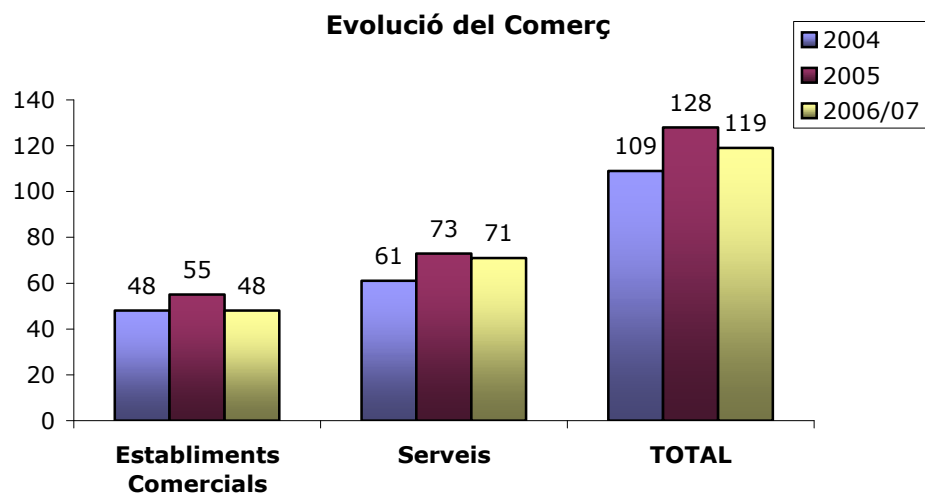
³ 6 comerços combinats i 1 de majorista.

3.9.2.2 El C. Sant Pau

a) Dades Generals

SANT PAU				
Tipologia	2004	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	48	55	48	-7
Serveis	61	73	71	-2
TOTAL	109	128	119	-9

Hi ha 28 locals tancats o magatzems, el 18% del total d'activitats.

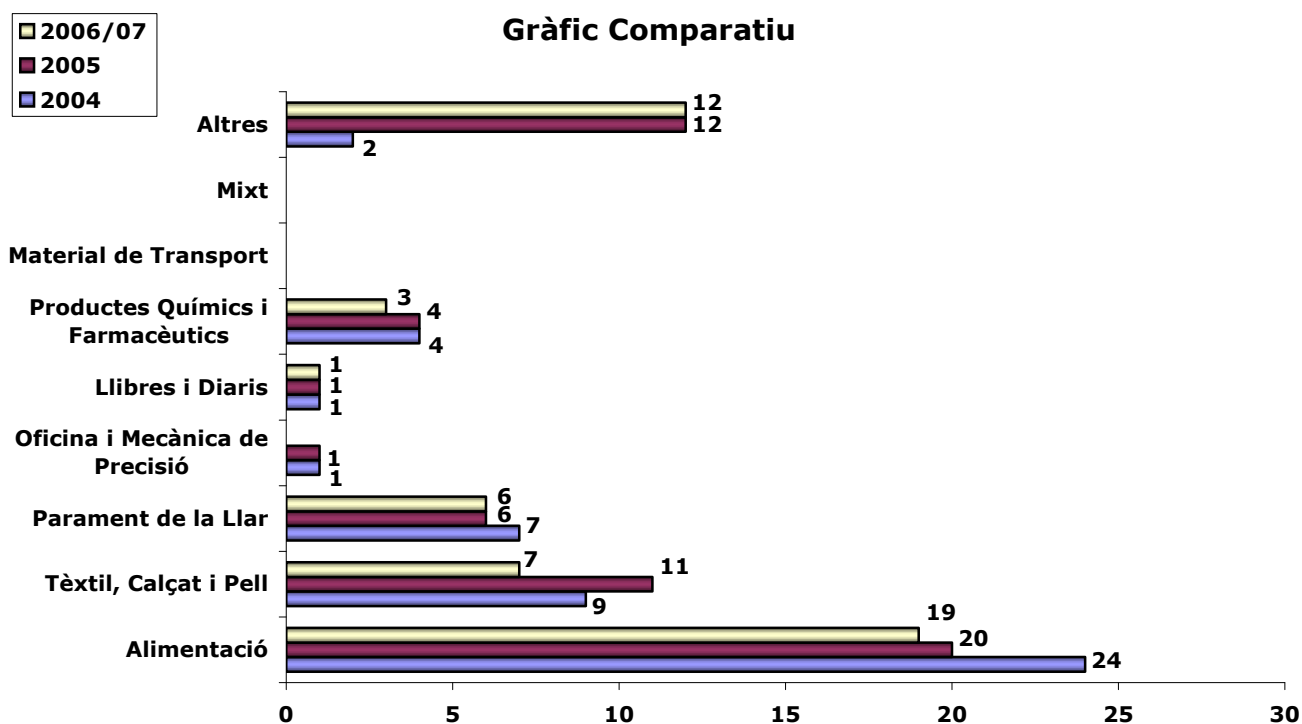


Observacions

Al C. Sant Pau, es produeix una situació d'equilibri amb una petita tendència a l'alça, degut a l'augment en 16 punts percentuals de l'àmbit dels serveis entre el 2004 i el 2006.

b) Establiments Comercials

SANT PAU				
Sectors del Comerç	2004	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	24	20	19	-1,0
Tèxtil, Calçat i Pell	9	11	7	-4,0
Parament de la Llar	7	6	6	0,0
Oficina i Mecànica de Precisió	1	1	0	-1,0
Llibres i Diaris	1	1	1	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	4	4	3	-1,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	0	0,0
Altres	2	12	12	0,0
TOTAL	48	55	48	-7



Observacions

Aquest carrer presenta una certa tendència a l'estabilitat comercial, tot i que en el darrer any s'han tancat un total de 7 establiments, la major part d'ells del sector Tèxtil, Calçat i Pell. Pel que fa a la disminució de locals destinats a l'Alimentació i tenint en compte la concentració que existia dels mateixos, es pot deduir que s'ha produït un procés d'autoregulació del mercat.

c) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	45	3	48
%	94	6	100

Un elevat percentatge (94%) tenen rètol.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català + Castellà	12	27
Català	11	24
Castellà	10	22
Castellà +1	6	13
Altres	5	11
Català + 1	1	2
TOTAL	45	100

L'idioma majoritari és el Castellà, que està present en un total de 28 rètols (62%), seguit del Català a 23 rètols (53%). Els idiomes que els acompanyen a 7 dels locals són l'Urdu, l'Anglès i l'Àrab.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	30	11	7	0	48
%	62,5	22,9	14,6	0	100

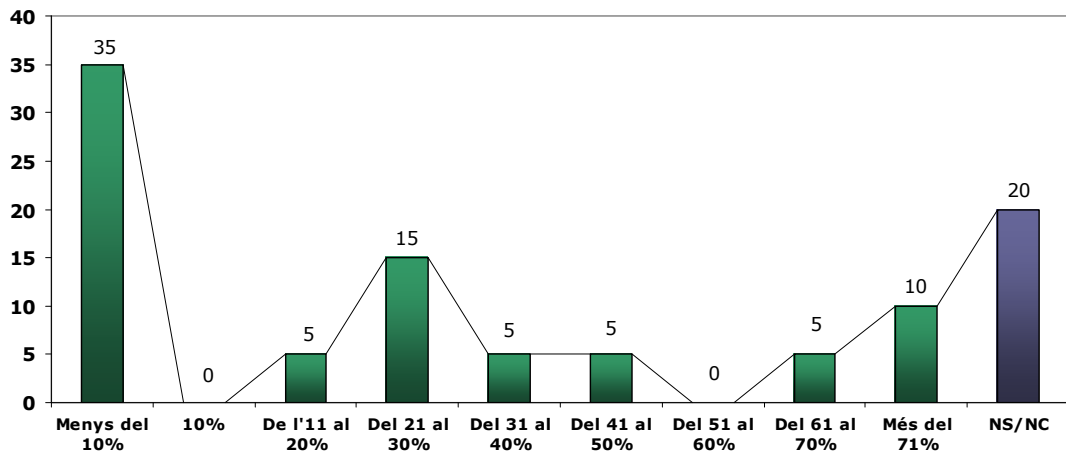
L'accessibilitat del comerç és bona. Únicament un total de 7 locals són inaccessibles.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	28	20	48
%	58	42	100

Les facilitats de pagament amb targeta es troben només al 42% dels establiments, essent majoritaris els comerços a on tan sols es pot pagar en metàl·lic.



% De gent que paga amb Targeta de Crèdit

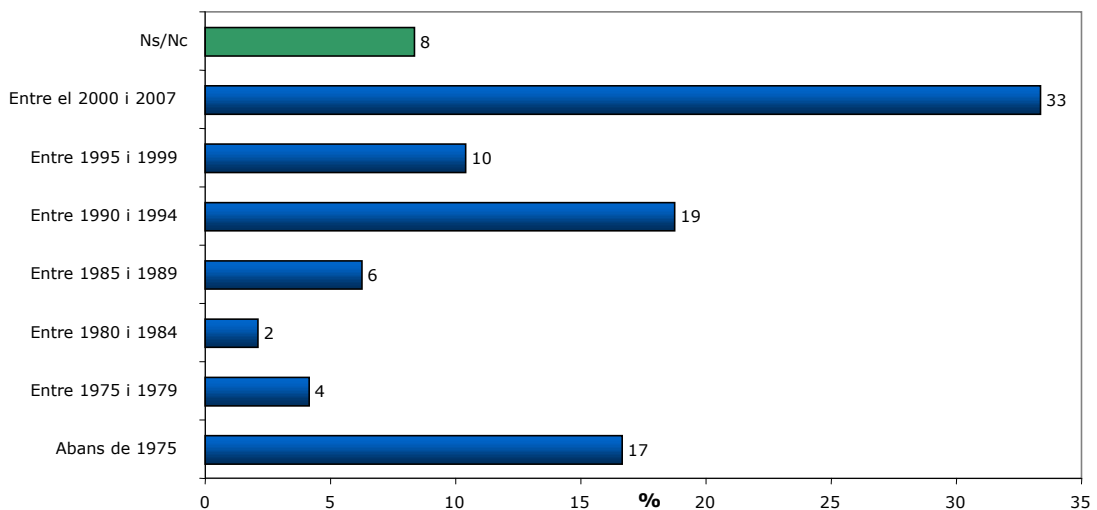


Tanmateix, resalta l'escassa utilització d'aquest servei per part de la clientela, donat que la mitjana es situa en torn a l'11 i el 20%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	37	11	48
%	77	23	100

Gran part dels establiments obre els dissabtes a la tarda, concretament un 77% del total.

Any d'Obertura

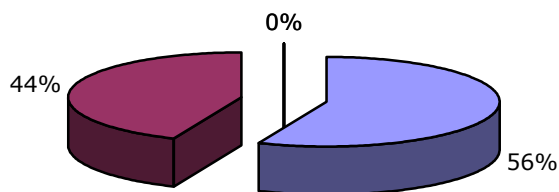


La naturalesa del comerç minorista del C. Sant Pau és una combinació en la que destaquen tres períodes principals d'obertures: el primer és el que comprèn als locals més antics (d'abans de 1975) que agrupa el 17% de l'activitat, el segon es situa entre 1990 i el 1994 (amb un 19%). La darrera fase i la més significativa, es dona entre l'any 2000 i el 2006 i engloba el 33% del total.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	27	21	0	0	48

Origen de l'empresari



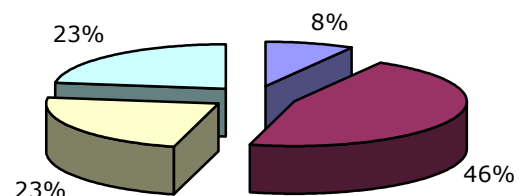
Existeix un equilibri entre els orígens dels comerciants del carrer: essent un 56% els Autòctons i un 44% els d'origen Estranger No Comunitari⁴.



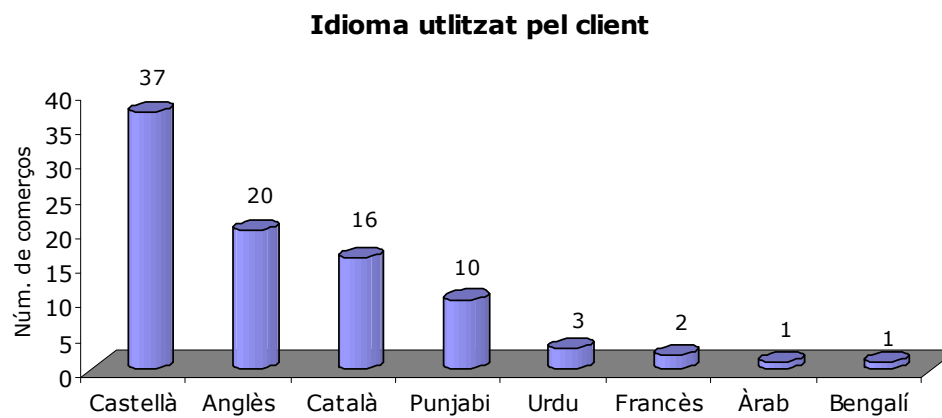
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	4	22	11	11	48

Edat de l'empresari

La majoria de l'empresariat és de mitjana edat (46%) o edat avançada (23%) . Només un 8% són joves.



⁴ Immigrants No Comunitaris: 10 del Pakistan, 4 de la Índia, 3 de Bangladesh i 1 del Marroc.

DEL CLIENT

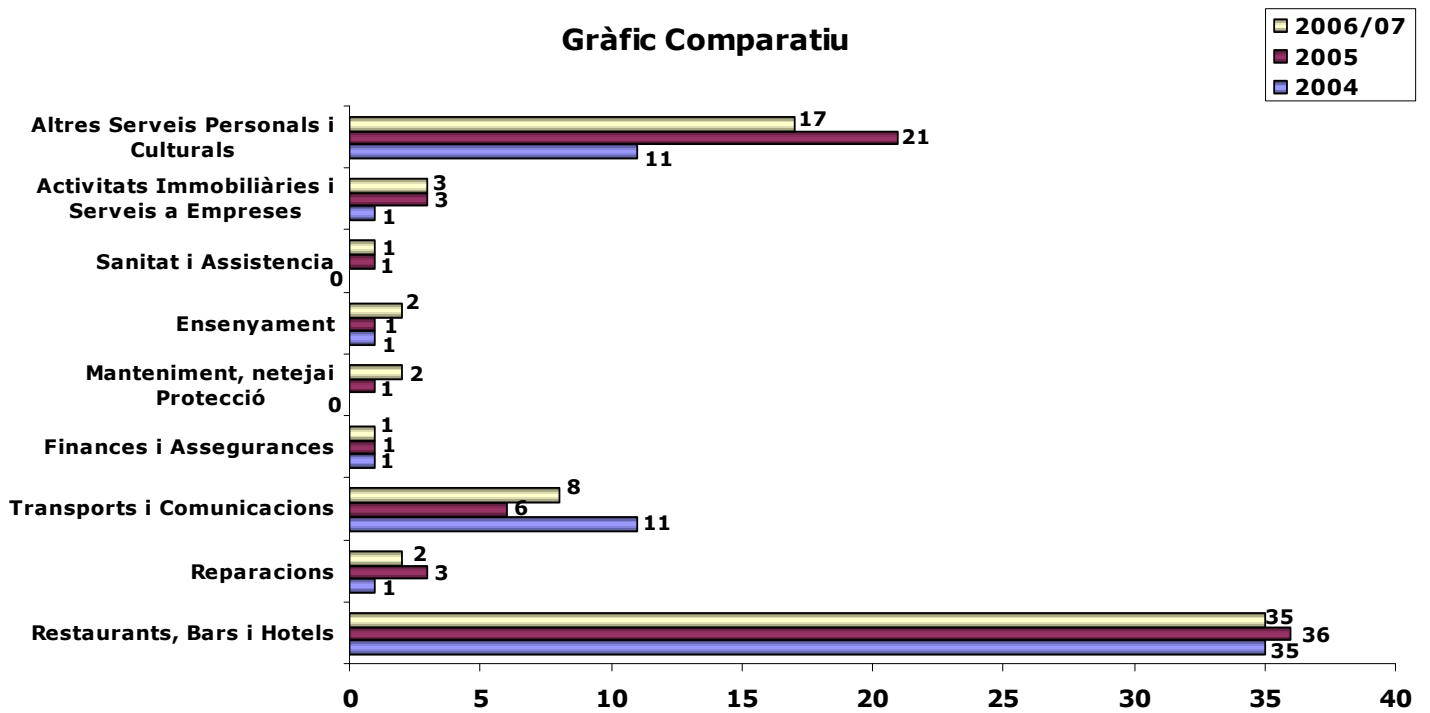
El Castellà, l'Anglès i el Català són els idiomes més utilitzats pels usuaris. Destaquen en quart i cinquè lloc, el Punjabi i l'Urdu (a 13 locals).



d) Serveis

SANT PAU				
Sectors dels Serveis	2004	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	35	36	35	-1,0
Reparacions	1	3	2	-1,0
Transports i Comunicacions	11	6	8	2,0
Finances i Assegurances	1	1	1	0,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	1	2	1,0
Ensenyament	1	1	2	1,0
Sanitat i Assistència	0	1	1	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	1	3	3	0,0
Altres Serveis Personals i Culturals	11	21	17	-4,0
TOTAL	61	73	71	-2

Gràfic Comparatiu



DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	65	6	71
%	92	8	100

El 92% dels serveis tenen rètol.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	19	29
Català + Castellà	16	25
Castellà	9	14
Castellà +1	6	9
Anglès	6	9
Català + 1	5	8
Altres ⁵	4	6
TOTAL	65	100

El Català és la llengua majoritària en les retolacions del C. Sant Pau (com a mínim apareix en un 62%). El Castellà és la segona llengua més utilitzada (en un 48%).

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	47	11	13	0	71
%	66	15	18	0	100

El 66% dels locals estan adequats per a facilitar totalment l'accés a l'interior.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	53	18	71
%	75	25	100

Tan sols una quarta part ofereix la possibilitat d'efectuar el pagament amb targeta de crèdit.

L'ús aproximat d'aquesta modalitat de pagament es situa entre l'11% i el 20%.

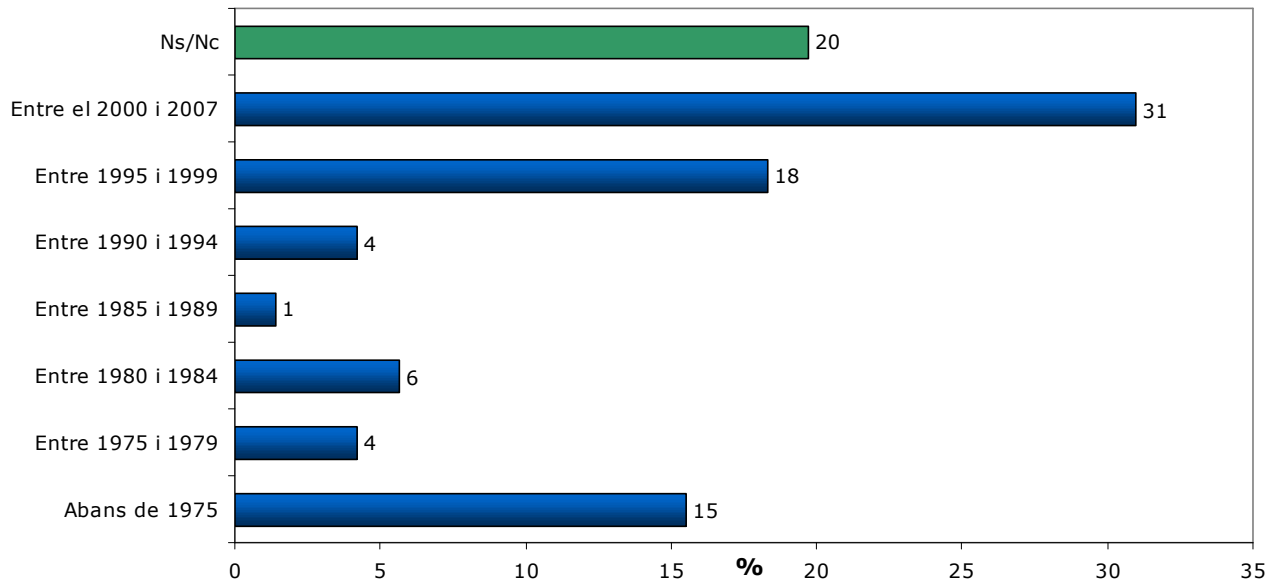
	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	51	20	71
%	72	28	100

El 72% obre els dissabtes a la tarda.

⁵ Altres: format per 3 Marques i 1 Nom Propi.



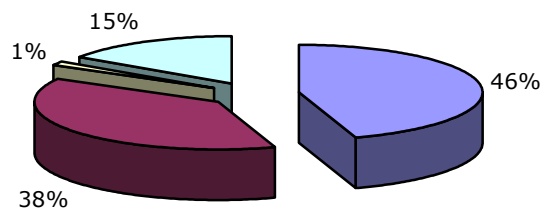
Any d'Obertura



DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	32	27	1	11	71

Origen de l'empresari



El 46% dels empresaris són Autòctons i el 39% d'origen Estranger.

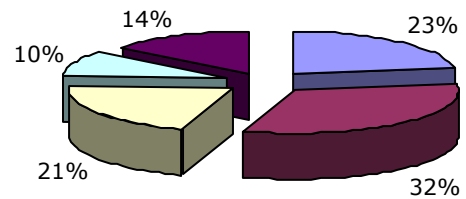




	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	16	23	15	7	10	71

La majoria de l'empresariat és de mitjana edat (32%), tot i que els propietaris més joves (23%) i els d'edat avançada (21%) també consten de presència significativa i similar.

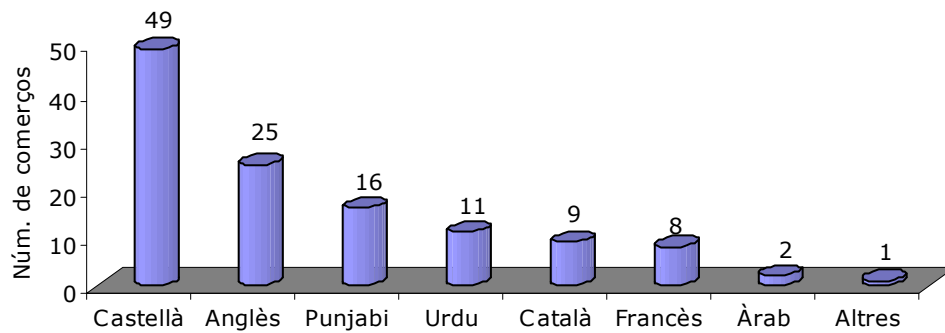
Edat de l'empresari



DEL CLIENT



Idioma utl



El Castellà és l'idioma més utilitzat pels clients habituals dels serveis d'aquest carrer (es parla a 49 locals). Per sota del Castellà, trobem l'ús dels idiomes de persones provinents del Pakistan (a 26) i l'Anglès (a 25).

f) Conclusions C. Sant Pau

Tenint en compte que:

- Urbanísticament parlant es tracta d'un carrer llarg, estret i de prioritat invertida.
- Existeix prostitució a dos carrers perpendiculars a ell: el C. Sant Ramon i el C. Robadors.
- Hi ha una certa concentració de persones drogodependents a un parell de punts del carrer, degut a la proximitat de diversos centres d'atenció a aquesta tipologia de persones.
- L'àrea del C. Sant Pau més degradada (Plaça Salvador Seguí) està en un procés de renovació urbanística que contempla: la instal·lació d'elements d'atracció generalistes (Filmoteca de Catalunya), la rehabilitació de l'habitatge i la dignificació de l'espai.
- La tendència de la seva oferta comercial és a lleugerament a l'alça, els serveis són majoritaris en aquest carrer (destaca la branca de Restaurants, Bars i Hotels), tot i que consta d'un bon nombre de comerços minoristes (major nombre d'Alimentació).
- Destaca l'àmplia oferta d'oci nocturn i la seva consolidació, existeix un circuit d'aquesta tipologia de serveis en el carrer, molt reconeguda tant localment com turísticament.
- Tant els comerços com els serveis estan correctament senyalitzats i mostren molt bones condicions d'accés.
- Aproximadament un 50% de l'empresariat és Autòcton i d'edat mitjana.

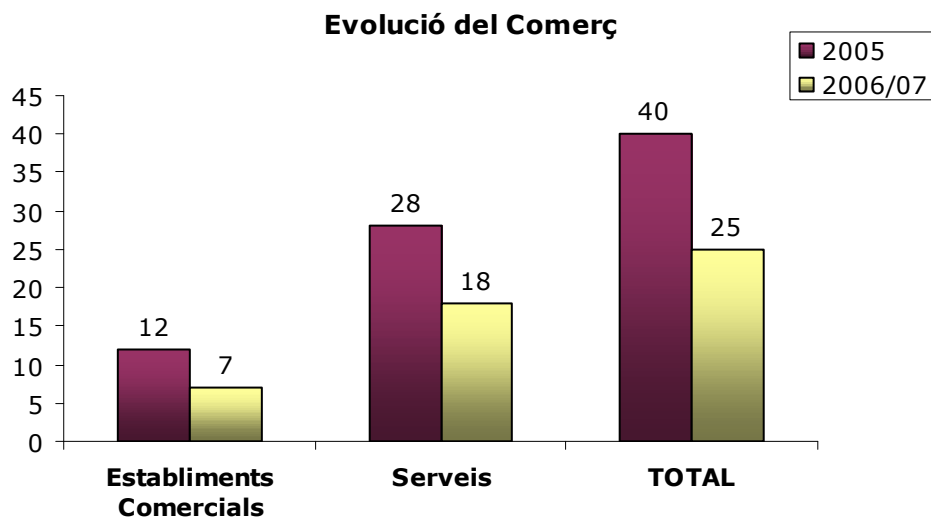
Es conclou que:

- El procés de renovació urbanística i l'atractivitat del seu oci nocturn, han derivat en l'estabilitat de l'oferta comercial d'aquest carrer.
- Degut a aquesta estabilitat, no s'ha produït un augment d'empresariat Estranger i es manté el seu percentatge de representativitat des del 2005.
- El comerç majoritari és de proximitat.

3.9.2.3 El C.Unió i el C. Marquès de Barberà

a) Dades Generals⁶

UNIÓ I MARQUES DE BARBERÀ			
Tipologia	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	12	7	-5
Serveis	28	18	-10
TOTAL	40	25	-15



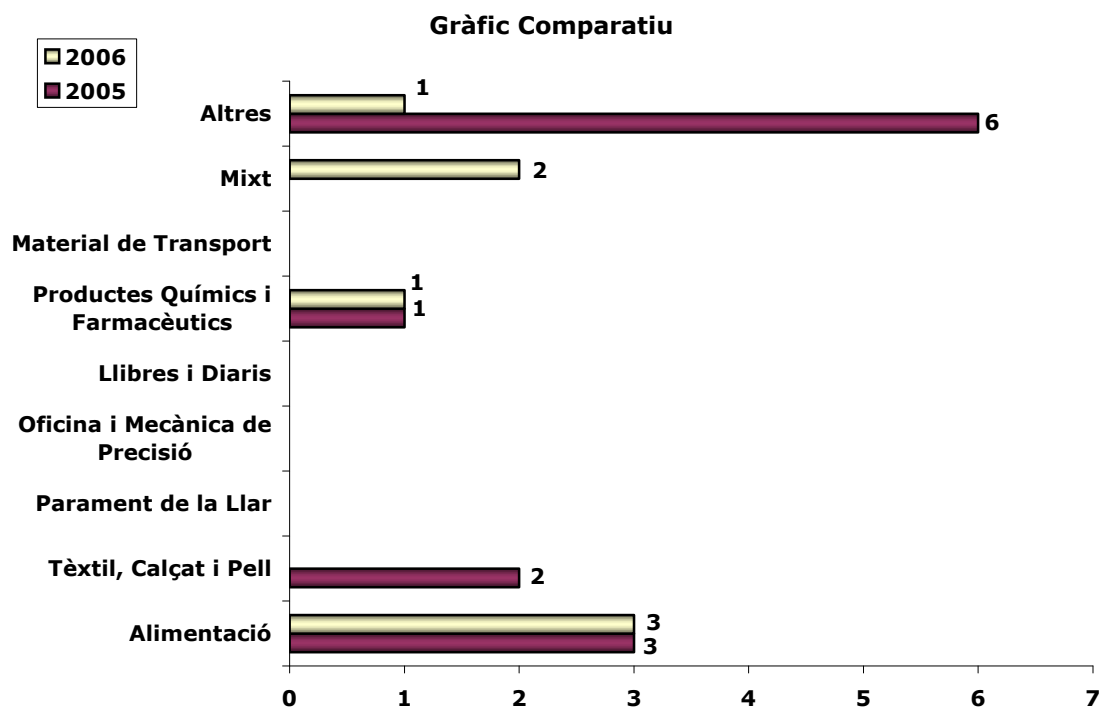
Observacions

Aquests carrers mostren una tendència clara a la baixa, degut a la disminució del nombre d'activitats tant en el comerç minorista com en els serveis.

⁶ No es recullen les dades relatives al comerç majorista i combinat, que són els sectors majoritari en aquests carrers.

b) Establiments Comercials

UNIÓ i MARQUÈS DE BARBERÀ			
Sectors del Comerç	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	3	3	0,0
Tèxtil, Calçat i Pell	2	0	-2,0
Parament de la Llar	0	0	0,0
Oficina i Mecànica de Precisió	0	0	0,0
Llibres i Diaris	0	0	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	1	1	0,0
Material de Transport	0	0	0,0
Mixt	0	2	2,0
Altres	6	1	-5,0
TOTAL	12	7	-5



Observacions

El descens que s'observa en el comerç minorista es deu en gran part a la incorporació d'una nova categoria en la realització de l'estudi (Comerç Combinat =majorista + minorista). Les branques amb certa presència són la d'Alimentació (3 locals) i la dels Productes Químics i Farmacèutics (1). El comerç mixt està format per: una xarcuteria-cafeteria i una botiga de venda d'articles flamencs-classes de dansa.

c) Característiques dels Establiments

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	6	1	7
%	86	14	100

Tots el locals, excepte un, tenen un rètol identificatiu.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	1	17
Castellà	1	17
Català + Castellà	2	33
Altres ⁷	1	17
Castellà +1	1	17
TOTAL	6	100

Tots els rètols estan en Català o Castellà a excepció d'un d'ells, que és una Marca.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	3	2	2	0	7
%	42,9	28,6	28,6	0	100

Els comerços amb problemes d'accessibilitat són més majoritaris (57,2%).

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	3	4	7
%	43	57	100

El nombre de comerços que ofereixen o no facilitats de pagament amb targeta és similar: a 4 locals es pot pagar amb targeta o en metàl·lic i a 3 únicament en efectiu.

El percentatge de clients que fan ús de la targeta és molt reduït, ja que apenes supera l'11%.

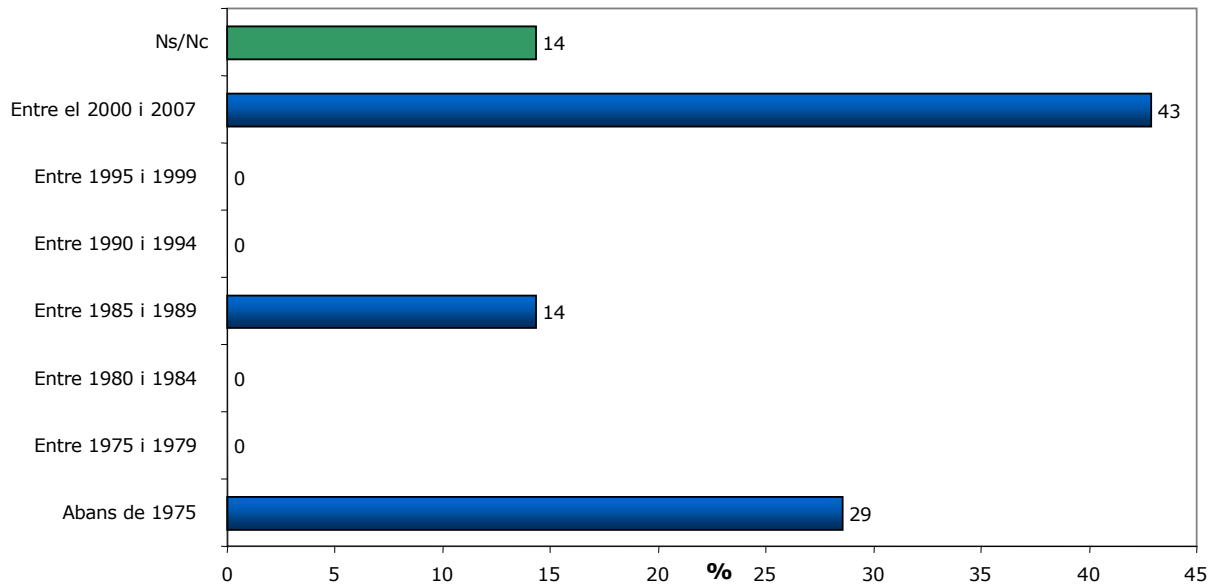
	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	6	1	7
%	86	14	100

Únicament un comerç no obre els dissabtes a la tarda.

⁷ Altres: format per retolació de Marca.



Any d'Obertura

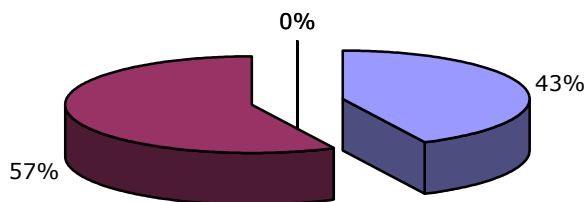


El 43% dels establiments són de nova creació (durant els darrers 6 anys), tot i que perviuen empreses creades abans del 1975.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	3	4	0	0	7

Origen de l'empresari



Hi ha un comerciant més d'origen Immigrant No Comunitari (57%) que d'origen Autòcton (43%).⁸

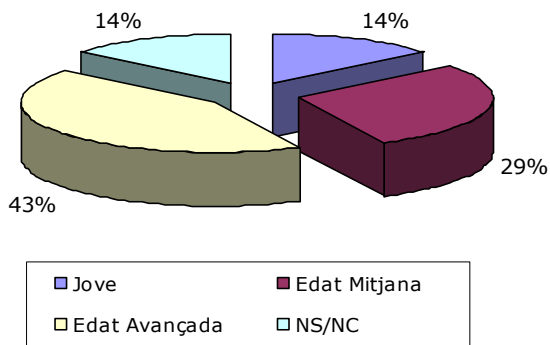
■ Autòcton	■ Immigrant No Comunitari
■ Immigrant Comunitari	■ NS/NC

⁸ Immigrants No Comunitaris: 2 de Filipines, 1 de Pakistan i 1 de Rússia.



	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	1	2	3	1	7

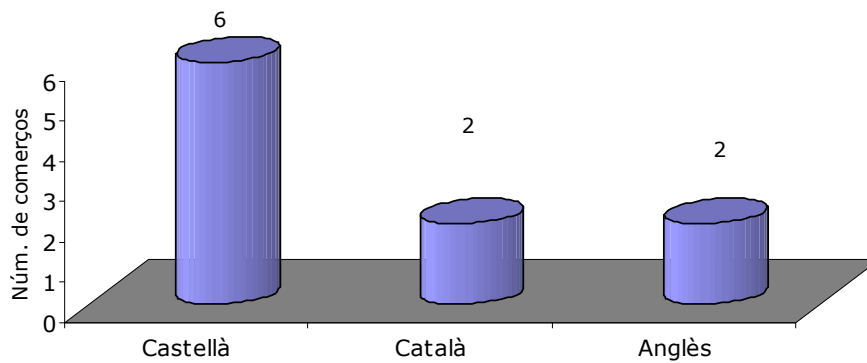
Edat de l'empresari



La majoria de l'empresariat és d'edat avançada (43%) o de mitjana edat (29%).

DEL CLIENT

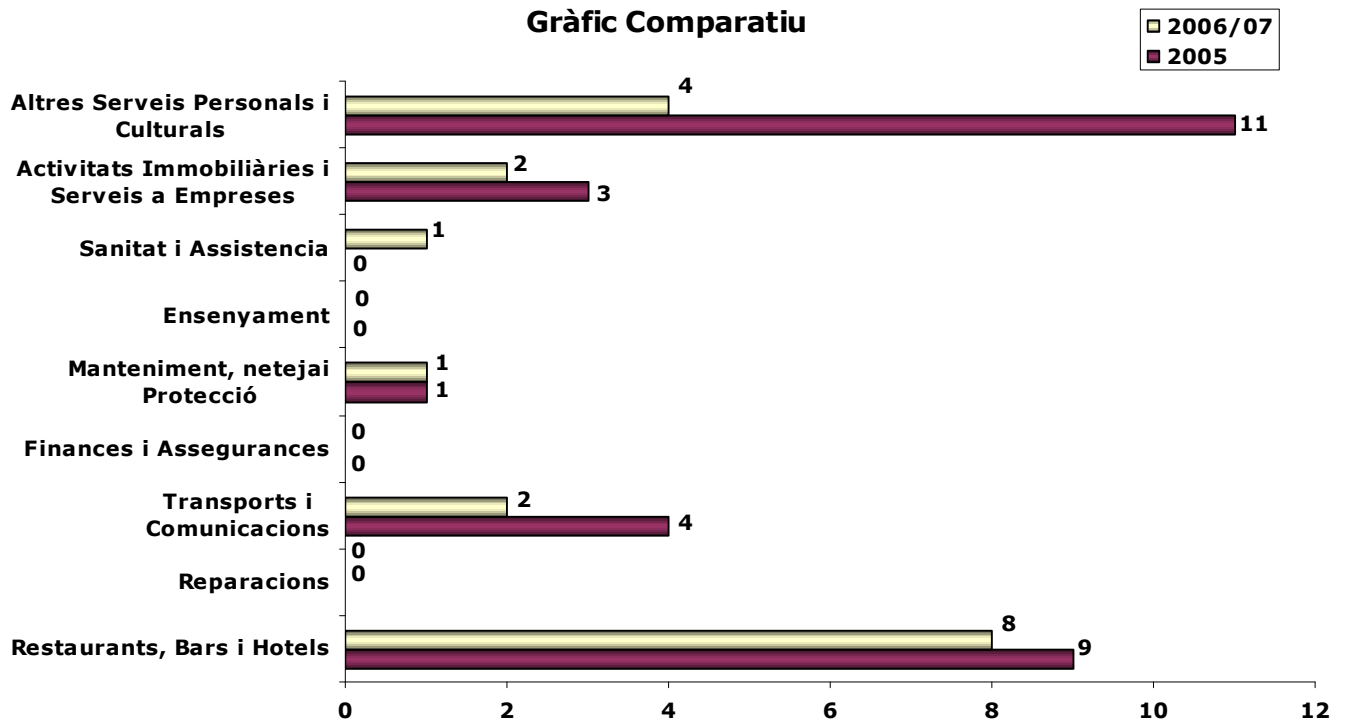
Idioma utilitzat pel client



Destaca la utilització del Castellà a gairebé la totalitat dels comerços. En canvi, la llengua Catalana i l'Anglesa es parlen a només 2 establiments del carrer.

d) Serveis

UNIÓ I MARQUÈS DE BARBERÀ			
Sectors dels Serveis	2005	2006	06-05
Restaurants, Bars i Hotels	9	8	-1,0
Reparacions	0	0	0,0
Transports i Comunicacions	4	1	-3,0
Finances i Assegurances	0	0	0,0
Manteniment, Neteja i Protecció	1	1	0,0
Ensenyament	0	0	0,0
Sanitat i Assistència	0	1	1,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	3	2	-1,0
Altres Serveis Personals i Culturals	11	5	-6,0
TOTAL	28	18	-10

Gràfic Comparatiu**DEL LOCAL**

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	17	1	18
%	94	6	100

Gairebé el 100% dels serveis estan retolats.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català + Castellà	6	38
Català +1	3	19
Castellà + 1	2	13
Altres	2	13
Anglès	2	13
Castellà	1	6
TOTAL	16	100

La llengua Castellana i la Catalana són les més utilitzades en les retolacions dels locals del sector dels serveis, amb un 56% i un 50% de presència respectivament.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	11	4	3	0	18
%	61	22	17	0	100

Un 61% dels locals tenen unes condicions òptimes d'accessibilitat.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	13	5	18
%	72	28	100

Únicament el 28% ofereix facilitats de pagament amb targeta.

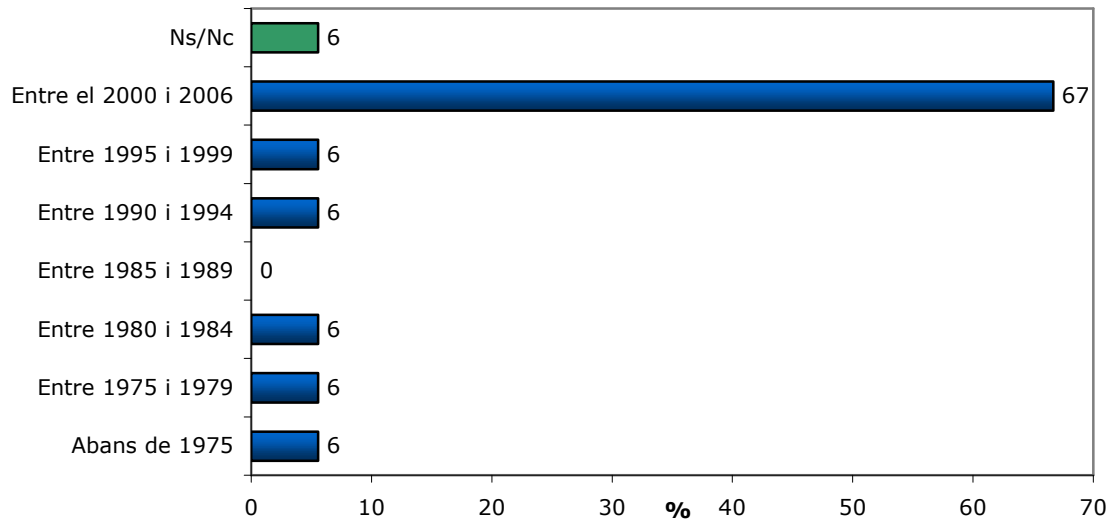
D'aquest 28%, la mitjana d'utilització es situa entre el 12% i el 13%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	14	4	18
%	78	22	100

La majoria (78%) obren dissabtes a la tarda.



Any d'Obertura

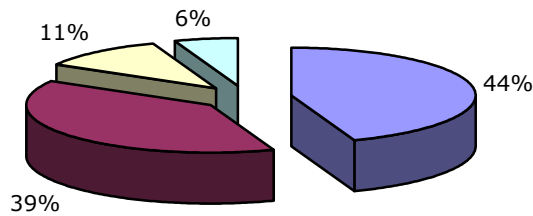


Els 67% dels serveis en actiu s'han obert o traspasat en els darrers 6 anys.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	8	7	2	1	18

Origen de l'empresari



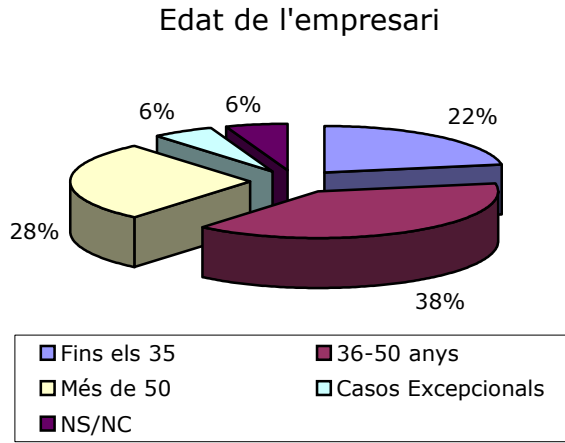
Els empresaris d'origen Estranger, són predominants dins d'aquest sector (51%).





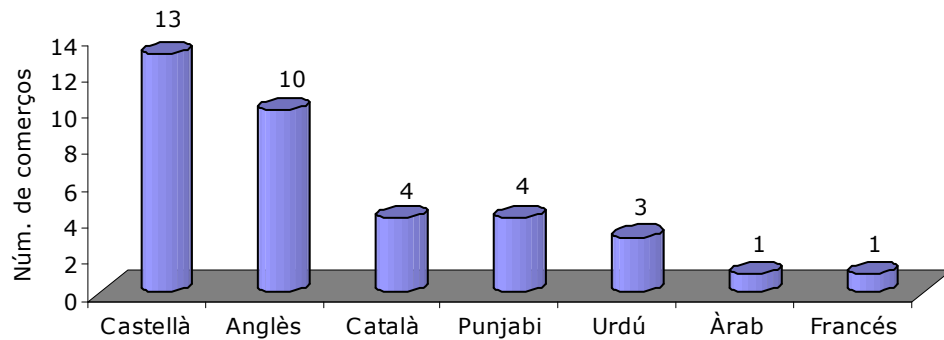
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	4	7	5	1	1	18

La majoria dels propietaris són de mitjana edat (38%) o d'edat avançada (28%). Destaca la poca presència de joves (6%).



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



El Castellà i l'Anglès són els idiomes més parlats. Les llengües provinents del sud-oest asiàtic són les que ocupen una tercera posició (es parlen a un total de 7 locals), seguides del Català (a 4).

f) Conclusions C. Unió i Marques de Barberà

S'ha de tenir en compte que es tracta de carrers amb una presència majoritària de comerç majorista⁹ (un total de 12) i combinat (15 locals).

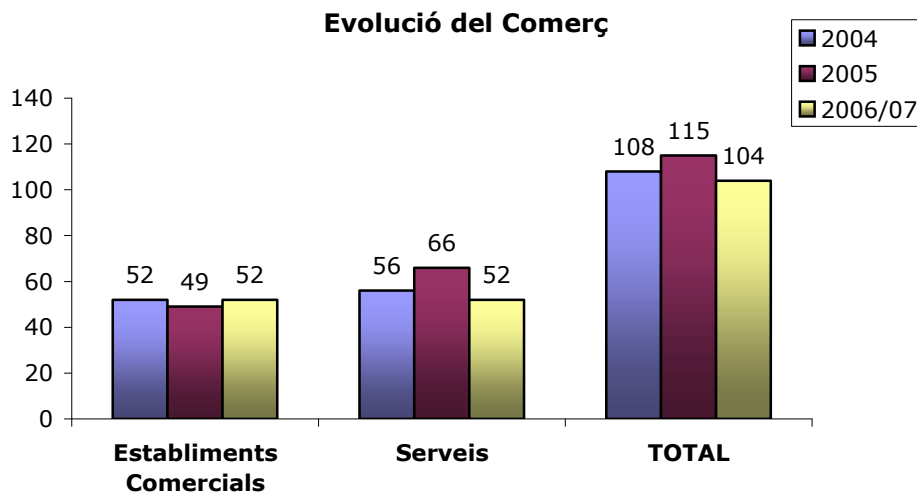
Les característiques més destacables dels establiments comercials i els serveis són:

- La presència, lleugerament superior, de l'empresariat d'origen Estranger.
- L'elevat percentatge de locals que s'han obert o traspassat, tant en el sector del comerç com en el dels serveis, en els darrers 6 anys.

3.9.2.4 El C. Nou de la Rambla

a) Dades Generals

NOU DE LA RAMBLA				
Tipologia	2004	2005	2006	06-05
Establiments Comercials	52	49	52	+3
Serveis	56	66	52	-14
TOTAL	108	115	104	-11

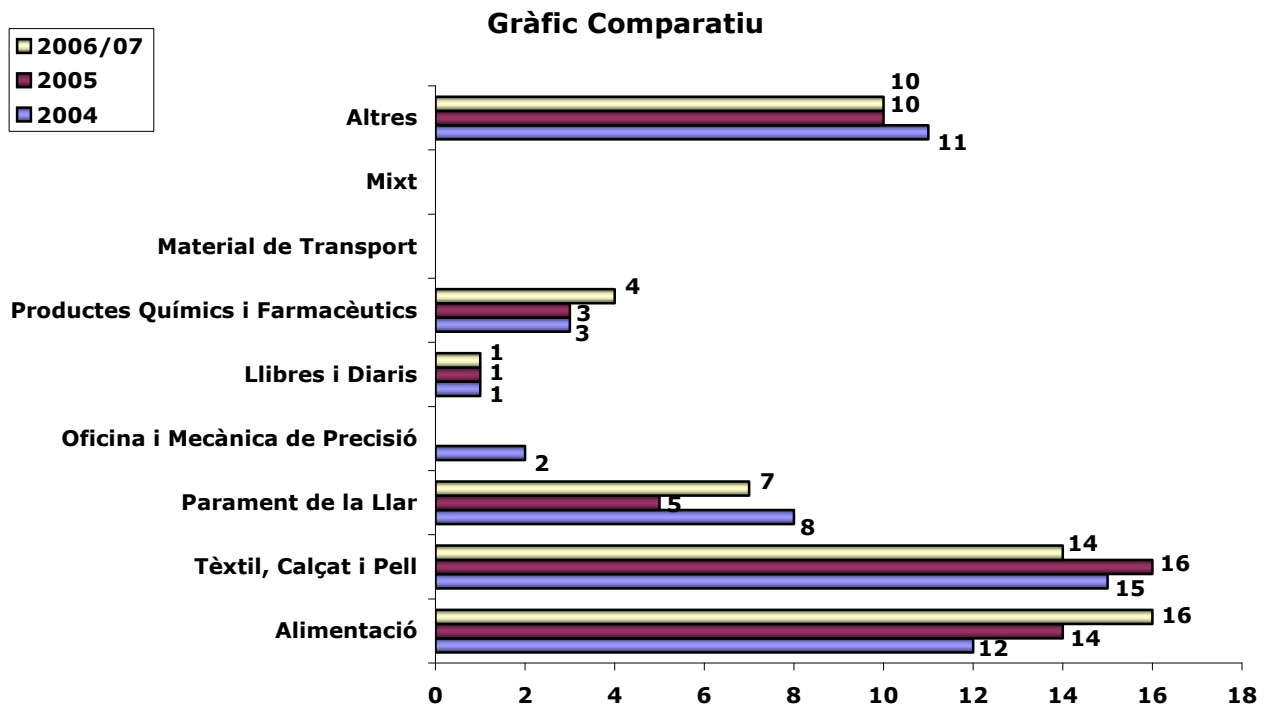


Observacions

Aquest carrer mostra una situació d'equilibri amb certa tendència a la baixa en el sector serveis, produïda per la disminució en 7 punts percentuals del sector dels serveis (14 locals) en la temporada 2004-2006.

b) Establiments Comercials

NOU DE LA RAMBLA				
Sectors del Comerç	2004	2005	2006	06-05
Alimentació	12	14	16	2,0
Tèxtil, Calçat i Pell	15	16	14	-2,0
Parament de la Llar	8	5	7	2,0
Oficina i Mecànica de Precisió	2	0	0	0,0
Llibres i Diaris	1	1	1	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	3	3	4	1,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	0	0,0
Altres	11	10	10	0,0
TOTAL	52	49	52	+3



Observacions

Durant l'any 2006, el C. Nou de la Rambla ha experimentat una fase de recuperació de l'activitat comercial. Tot i que la situació del comerç minorista és d'estabilitat, es pot observar - al igual que al C. Sant Pau- una petita variació negativa en el sector del Tèxtil, Calçat i Pell. En canvi, en branques com l'Alimentació i el Parament de la Llar, es produeix un increment lleuger respecte l'any anterior.

c) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	46	6	52
%	88	12	100

Un 88% dels locals tenen rètol.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Castellà	17	37
Català	13	28
Català + Castellà	8	17
Altres (Nom Propi + Marca)	4	9
Anglès	3	7
Xinès	1	2
TOTAL	46	100

El Castellà està present en el 54% dels rètols, seguit del Català que ho està en el 45%. Destaquen 4 retolacions íntegres en altres idiomes: 3 en Anglès i 1 en Xinès.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	25	18	9	0	52
%	48,1	34,6	17,3	0	100

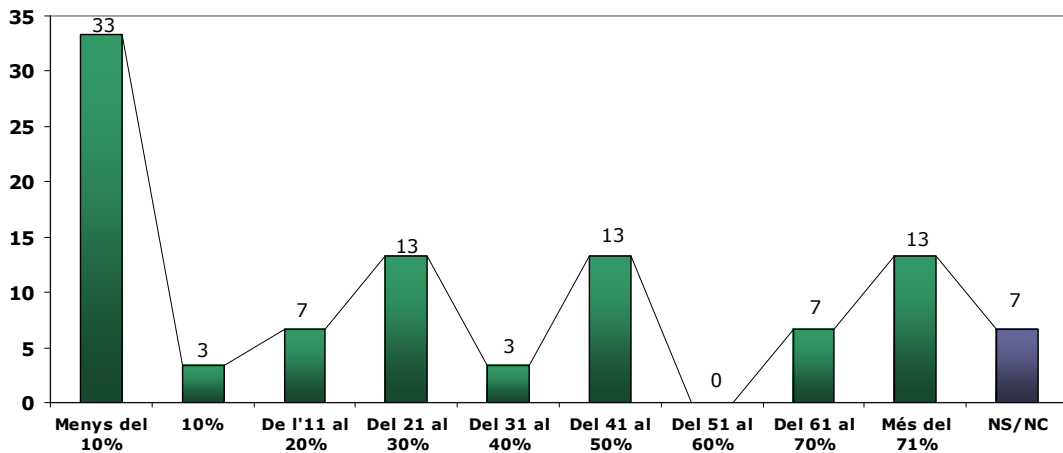
Les condicions d'accessibilitat no són gaire òptimes, donat que tan sols el 48'1% garanteix un bon accés, un 34,6% tenen algunes dificultats i el 17,3% són difícilment accessibles.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	22	30	52
%	42	58	100

Gairebé el 60% dels establiments accepten el pagament amb targeta.



% De gent que paga amb Targeta de Crèdit

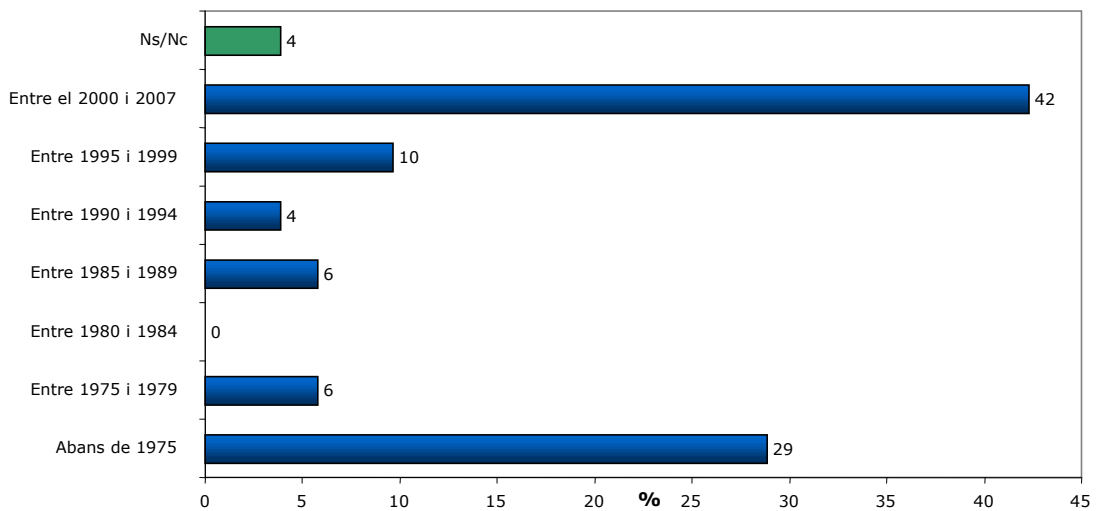


La utilització d'aquest servei no és molt elevada, la mitjana es situa entre el 20% i el 30%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	39	13	52
%	75	25	100

El 75% dels comerços obre els dissabtes a la tarda.

Any d'Obertura



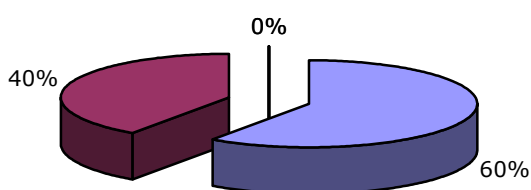
Pel que fa a l'any d'obertura dels locals, existeixen dues polaritats: per una banda el comerç de nova generació que significa un 42% del total, i per l'altra, el comerç més arrelat (amb més de 30 anys d'antiguitat) que representa un 29%.



DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	31	21	0	0	52

Origen de l'empresari



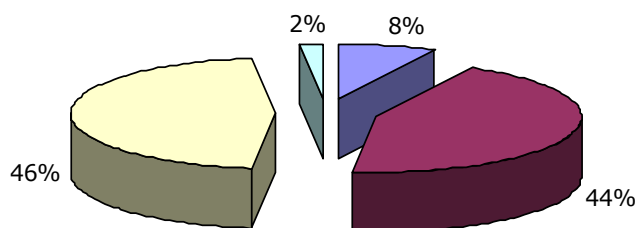
Un 60% dels comerciants són Autòctons i un 40% d'origen Immigrant No Comunitari¹⁰.

■ Autòcton	■ Immigrant No Comunitari
■ Immigrant Comunitari	■ NS/NC

	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	4	23	24	1	52

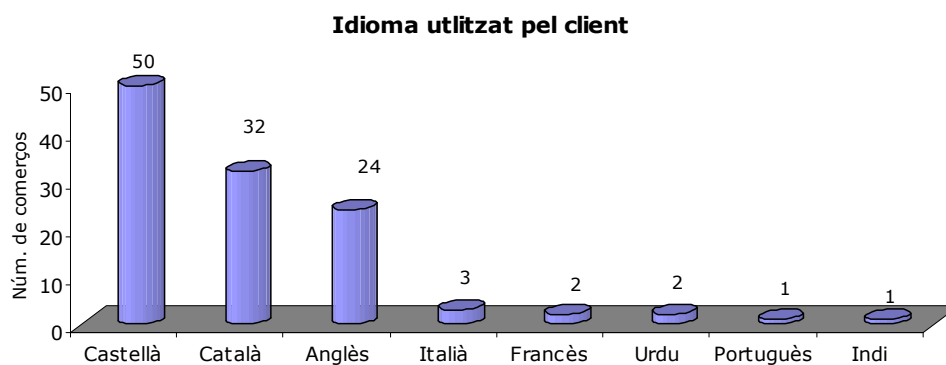
Edat de l'empresari

El 46 % tenen una edat avançada, el 44% són de mitjana edat i únicament un 8% són joves.



■ Jove	■ Edat Mitjana
■ Edat Avançada	■ NS/NC

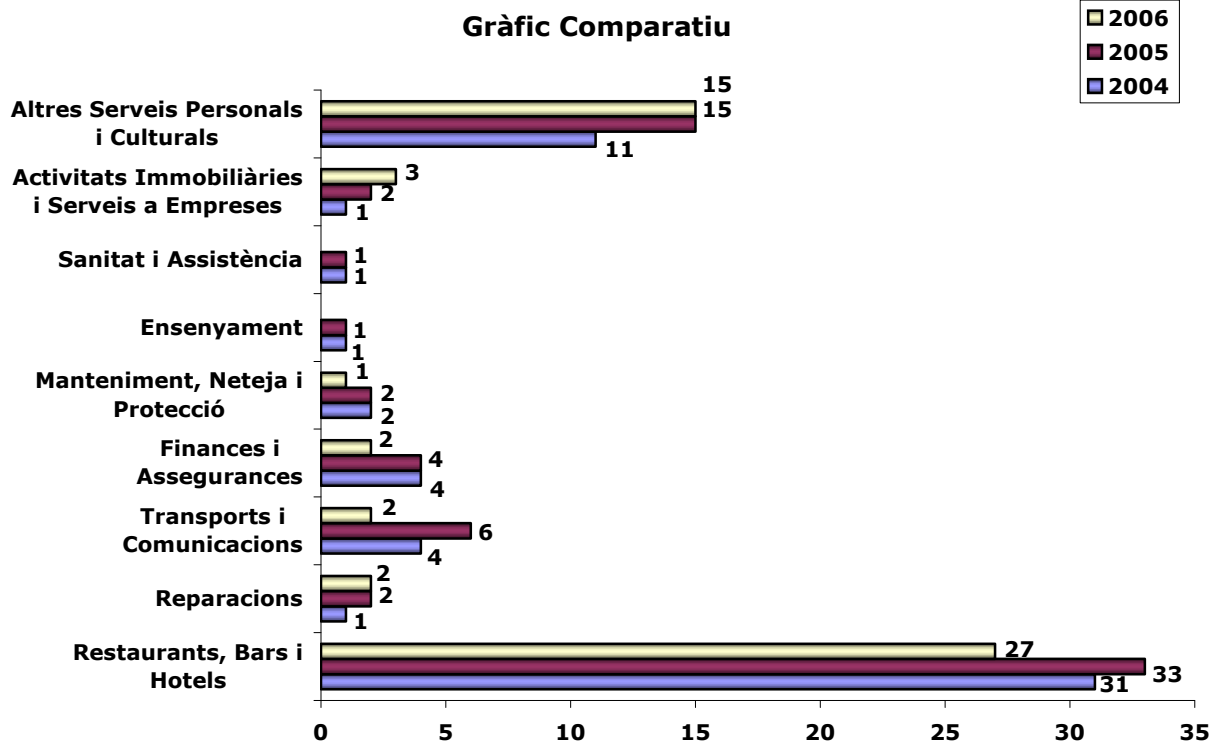
¹⁰ Immigrants No Comunitaris: 7 del Pakistan, 4 de Bangladesh, 4 de la Xina, 3 de la Índia i 2 del Marroc. Hi ha un establiment en el que són 3 socis: 1 d'Espanya + 1 de Colòmbia + 1 d'Argentina.

DEL CLIENT

Els idiomes majoritaris són el Castellà, el Català i l'Anglès. Molt per sota, trobem la utilització de la resta de llengües.

d) Serveis

NOU DE LA RAMBLA				
Sectors dels Serveis	2004	2005	2006	06-05
Restaurants, Bars i Hotels	31	33	27	-6,0
Reparacions	1	2	2	0,0
Transports i Comunicacions	4	6	2	-4,0
Finances i Assegurances	4	4	2	-2,0
Manteniment, Neteja i Protecció	2	2	1	-1,0
Ensenyament	1	1	0	-1,0
Sanitat i Assistència	1	1	0	-1,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	1	2	3	1,0
Altres Serveis Personals i Culturals	11	15	15	0,0
TOTAL	56	66	52	-14

**Observacions**

Entre el 2004 i el 2006 s'ha produït un descens en aquest sector principalment a tres branques: la Restauració i Hoteleria, els Transports i les Comunicacions i les Finances i Assegurances.

e) Característiques dels Serveis**DEL LOCAL**

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	48	4	52
%	92	8	100

Únicament un 8% no estan retolats.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	12	25
Català + Castellà	12	25
Castellà	11	23
Altres (Nom Propi + Marca)	5	10
Català + 1	4	8
Castellà + 1	2	4
Anglès	2	4
TOTAL	48	100

El Català (present com a mínim a un 58%) i el Castellà (a un 52%) són les llengües predominants.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	23	22	7	0	52
%	44	42	13	0	100

Hi ha un major nombre de locals (29 en total) que no tenen les condicions mínimes d'accessibilitat.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	41	11	52
%	79	21	100

Únicament el 21% dels serveis ofereixen facilitats de pagament.

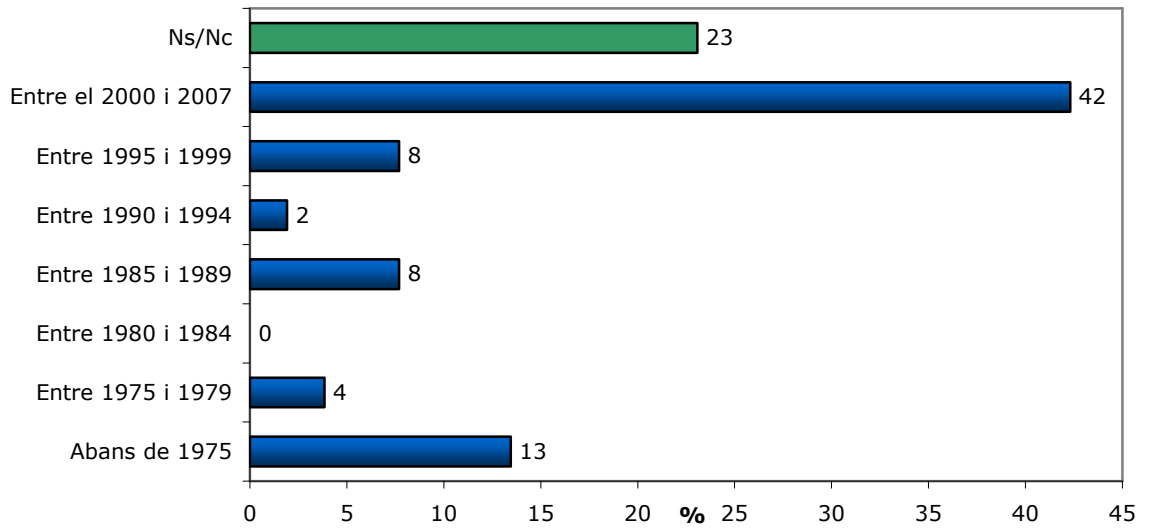
La mitjana d'utilització de la targeta de crèdit es situa entre l'11% i el 20%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	28	24	52
%	54	46	100

El 54% dels serveis obren a la tarda.



Any d'Obertura

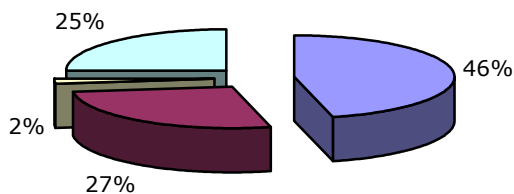


Els 50% de les activitats econòmiques que formen part d'aquest sector s'han obert o traspassat en els darrers 11 anys. Entre el 2000 i el 2006 però, hi ha el major percentatge d'obertures o traspassos (un 42%).

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	24	14	1	13	52

Origen de l'empresari



Els empresaris Autòctons són un 46% i els Estrangers un 29%.

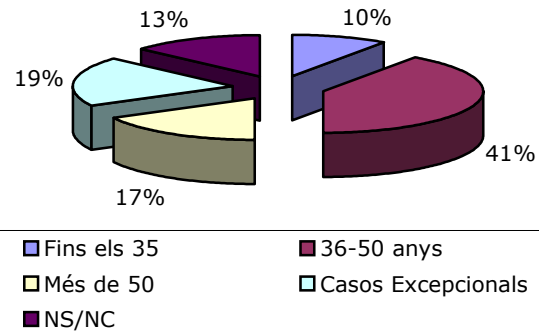
■ Autòcton	■ Immigrant No Comunitari
■ Immigrant Comunitari	■ NS/NC



	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	5	21	9	10	7	52

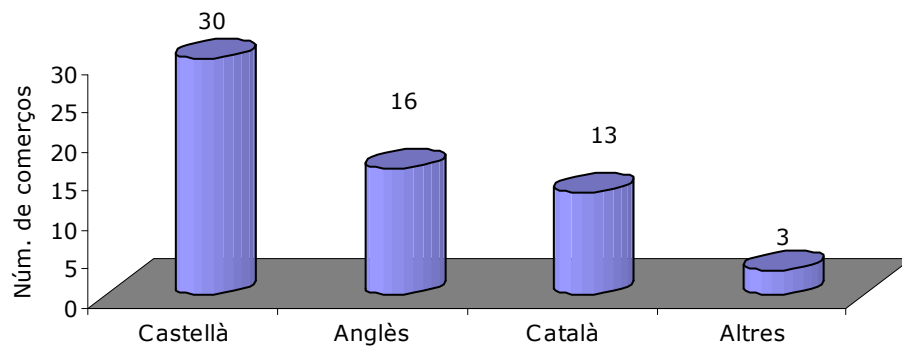
Edat de l'empresari

La majoria de l'empresariat és de mitjana edat (47%).



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



El Castellà, és l'idioma més utilitzat per la clientela, seguit de l'Anglès i el Català.

f) Conclusions C. Nou de la Rambla

Tenint en compte que:

- Està prevista la peatonalització del carrer (prioritat invertida) i la instal·lació del conservatori del Liceu.
- S'estan executant projectes urbanístics en les seves zones més properes que han incorporat nous elements d'atracció (Tresoreria de la Seguretat Social) i la renovació d'espais (adequació del C. Teatre).
- Hi ha un bon mix en la seva oferta comercial¹¹: 50% de comerç i 50% de serveis.
- Les branques majoritàries al comerç i als serveis, són l'Alimentació i els Bars, Restaurants i Hotels respectivament.
- L'oci nocturn de la zona i del carrer, ha influenciat en la tipologia de serveis que s'han instal·lat en els darrers anys i que estan dirigits a un públic més generalista.
- Les condicions d'accés dels locals, tot i les bones característiques urbanístiques del carrer, no són molt bones.
- El comerç ofereix més facilitats de pagament que els serveis.
- L'empresariat majoritari és Autòcton i d'edat mitjana-alta.

Es conclou que:

- Els projectes urbanístics esmentats significaran una injecció en la vida econòmica i social d'aquest carrer.
- El comerç és clarament de proximitat.

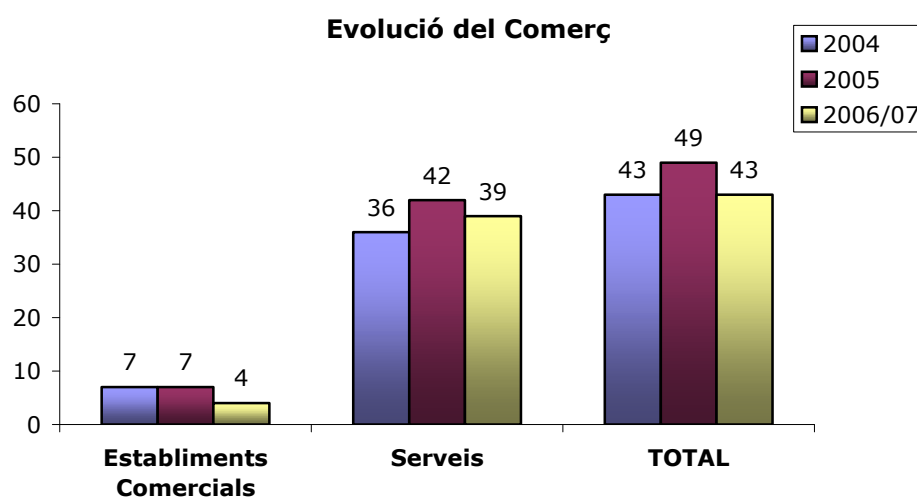
¹¹ 1 comerç combinat.

3.9.2.5 La Rambla del Raval

a) Dades Generals

RAMBLA DEL RAVAL				
Tipologia	2004	2005	2006	05 - 06/07
Establiments Comercials	7	7	4	-3
Serveis	36	42	39	-3
TOTAL	43	49	43	-6

Hi ha 10 locals tancats o magatzems, el 18% del total dels locals.

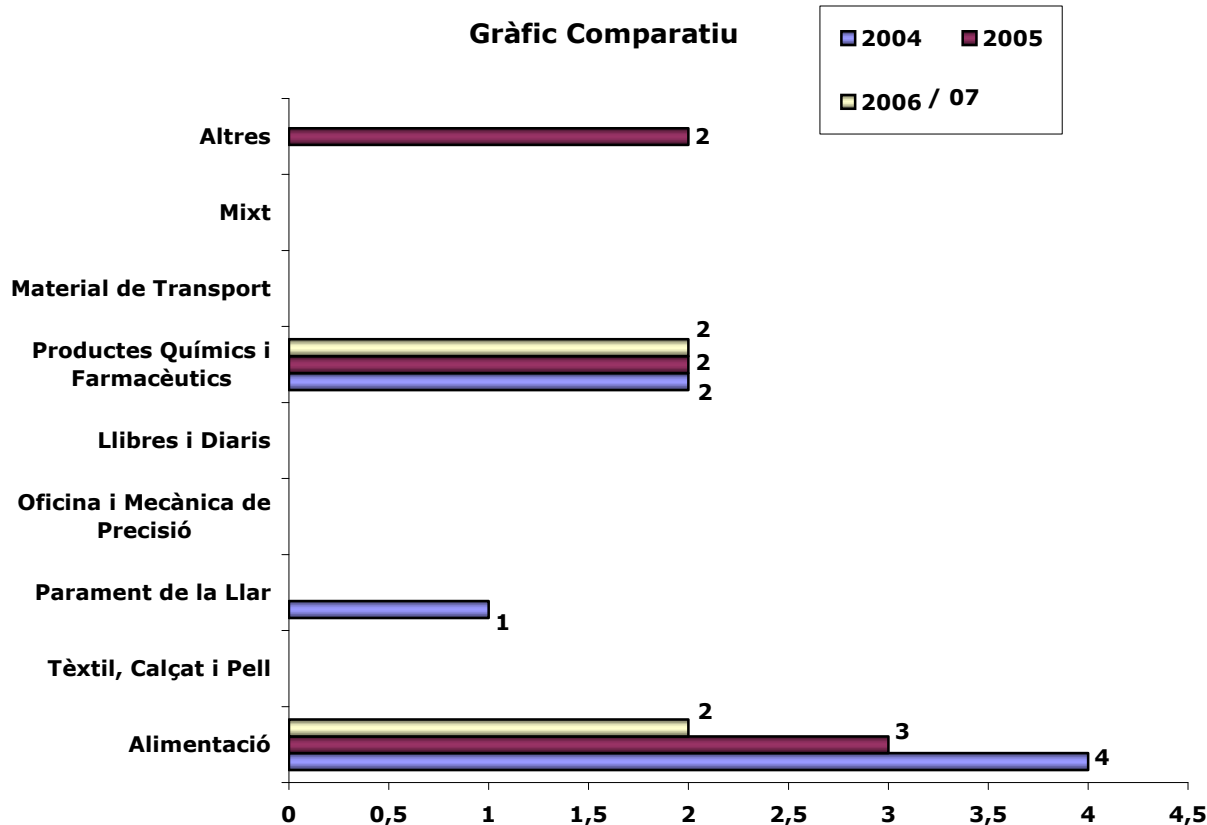


Observacions

La Rambla del Raval presenta una tendència a la baixa principalment per l'evolució del comerç minorista (- 3 establiments entre el 2004 i el 2006). Els serveis però, mostren una evolució cap a l'estabilitat, amb un increment moderat de 8 punts percentuals (3 locals) en tres anys.

b) Establiments Comercials

RAMBLA DEL RAVAL				
Sectors del Comerç	2004	2005	2006/07	05 - 06/07
Alimentació	4	3	2	-1,0
Tèxtil, Calçat i Pell	0	0	0	0,0
Parament de la Llar	1	0	0	0,0
Oficina i Mecànica de Precisió	0	0	0	0,0
Llibres i Diaris	0	0	0	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	2	2	2	0,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	0	0,0
Altres	0	2	0	-2,0
TOTAL	7	7	4	-3



Observacions

Aquesta carrer consta d'un número reduït d'establiments comercials, que ha disminuït encara més en el període 2005-2006. La branca que manté certa estabilitat és la de Productes Químics i Farmacèutics (2 farmàcies). En canvi, s'ha produït una davallada en els sectors de l'Alimentació i d'Altres.

b) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	4	0	4
%	100	0	100

El 100% dels establiments consten de retolació.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	2	50
Castellà	1	25
Castellà +1	1	25
TOTAL	4	100

La totalitat dels rètols estan en Català o en Castellà.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	3	1	0	0	4
%	75	25	0	0	100

Només un comerç presenta alguna dificultat en termes d'accessibilitat.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	1	3	4
%	25	75	100

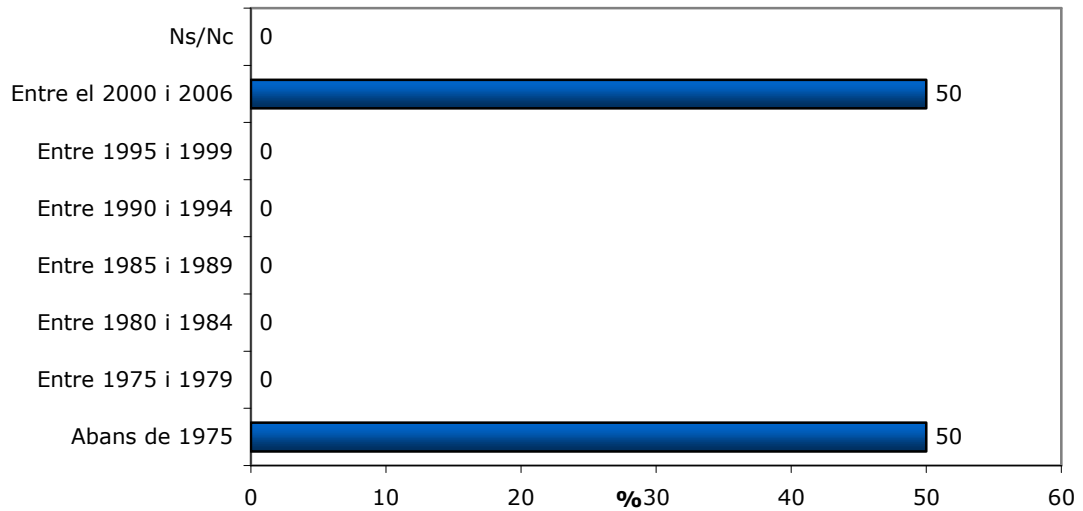
Únicament un establiment no disposa del servei de pagament amb targeta de crèdit. De la resta de locals que ho permeten, destaca l'escassa utilització d'aquesta facilitat de pagament, amb una mitjana que es situa en el 10%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	2	2	4
%	50	50	100

El 50% dels comerços obre els dissabtes a la tarda.



Any d'Obertura

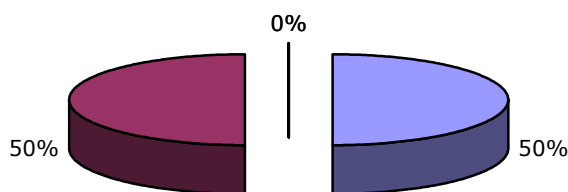


Dels quatre establiments situats a la Rambla, 2 són de nova adquisició i els altres dos d'abans de 1975 (abans de la construcció de la Rambla del Raval).

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	2	2	0	0	4

Origen de l'empresari



El 50% dels comerciants són d'origen Autòcton (2 farmàcies) i l'altre 50% (2 locals d'Alimentació), d'origen Estranger No Comunitari.¹²

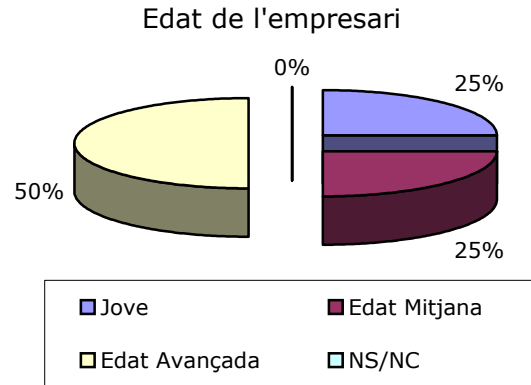
■ Autòcton	■ Immigrant No Comunitari
■ Immigrant Comunitari	■ NS/NC

¹² Immigrants No Comunitaris: 2 Pakistan.

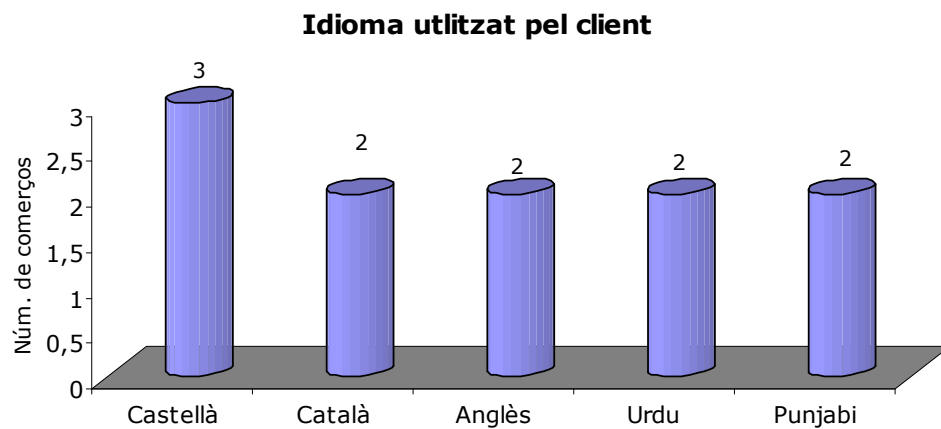


	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	1	1	2	0	4

Hi ha 2 comerciants d'edat avançada, 1 d'edat mitjana i 1 menor de 35 anys.



DEL CLIENT

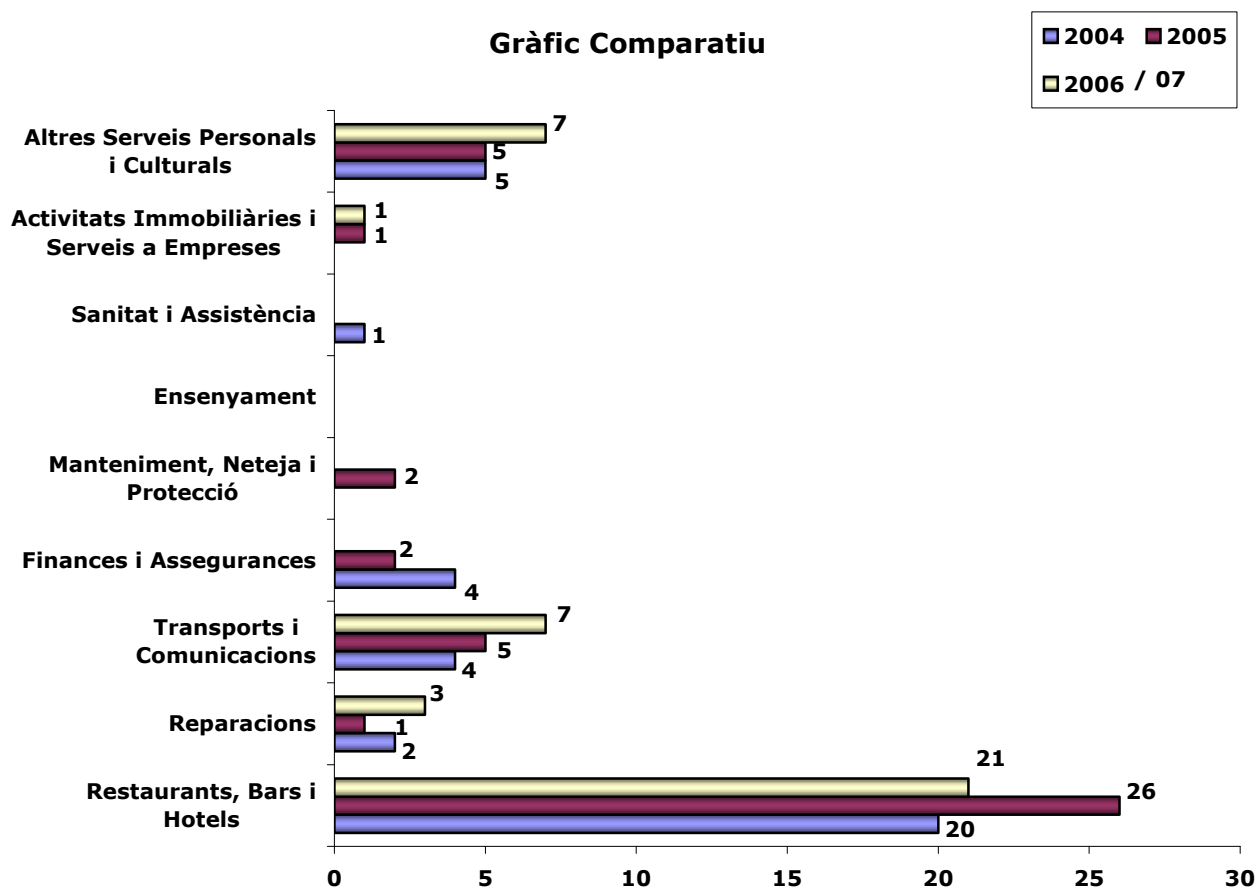


A tres dels locals, la clientela utilitza el Castellà, mentre que la resta de llengües (Català, Anglès, Urdu i Punjabi) es parlen en 2 locals cadascuna d'elles.

d) Serveis

RAMBLA DEL RAVAL				
Sectors dels Serveis	2004	2005	2006/07	05 - 06/07
Restaurants, Bars i Hotels	20	26	21	-5,0
Reparacions	2	1	3	2,0
Transports i Comunicacions	4	5	7	2,0
Finances i Assegurances	4	2	0	-2,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	2	0	-2,0
Ensenyament	0	0	0	0,0
Sanitat i Assistència	1	0	0	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	0	1	1	0,0
Altres Serveis Personals i Culturals	5	5	7	2,0
TOTAL	36	42	39	-3

Gràfic Comparatiu



Observacions

Entre el 2004 i el 2006, s'ha produït un augment moderat del nombre de serveis en aquesta Rambla. Tot i així, cal destacar el descens significatiu que s'ha donat en el sector durant la temporada 2005-2006, concretament en la branca de la Restauració i l'Hoteleria, en les Finances i les Assegurances i en el Manteniment, la Neteja i la Protecció.

e) Característiques dels Serveis**DEL LOCAL**

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	38	1	39
%	97	3	100

Gairebé el 100% dels serveis estan retolats.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Castellà	16	42
Català	12	32
Anglès	5	13
Català + Castellà	3	8
Castellà +1	2	5
TOTAL	38	100

La llengua Castellana i la Catalana són les més utilitzades en les retolacions dels locals, amb un 56% i un 50% de presència respectivament.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	24	11	4	0	39
%	62	28	10	0	100

Un 62% dels locals tenen condicions òptimes d'accessibilitat.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	32	7	39
%	82	18	100

Només el 18% dels serveis ofereixen facilitats de pagament.

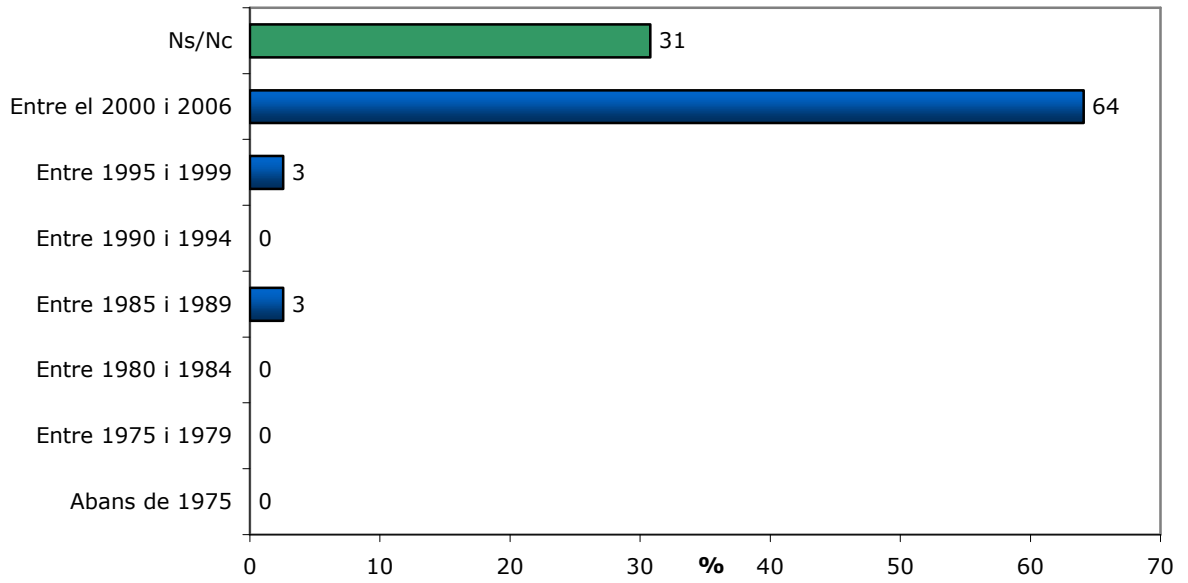
La mitjana d'utilització de la targeta de crèdit es situa entre l'11% i el 20%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	30	9	39
%	77	23	100

El 77% dels locals obren els dissabtes a la tarda.



Any d'Obertura

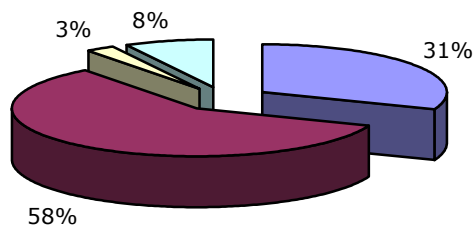


El 64% dels negocis s'han obert o traspassat en els darrers 6 anys.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	12	23	1	3	39

Origen de l'empresari



Els empresaris d'origen Estranger són predominants dins d'aquest sector (71%).

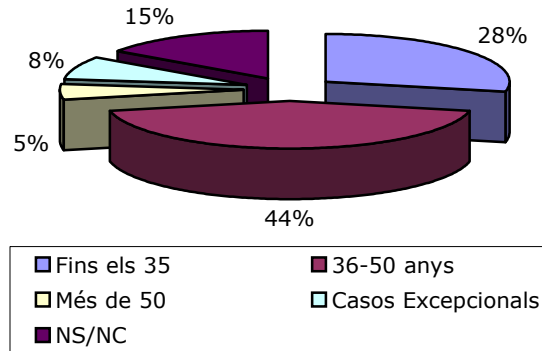




	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	11	17	2	3	6	39

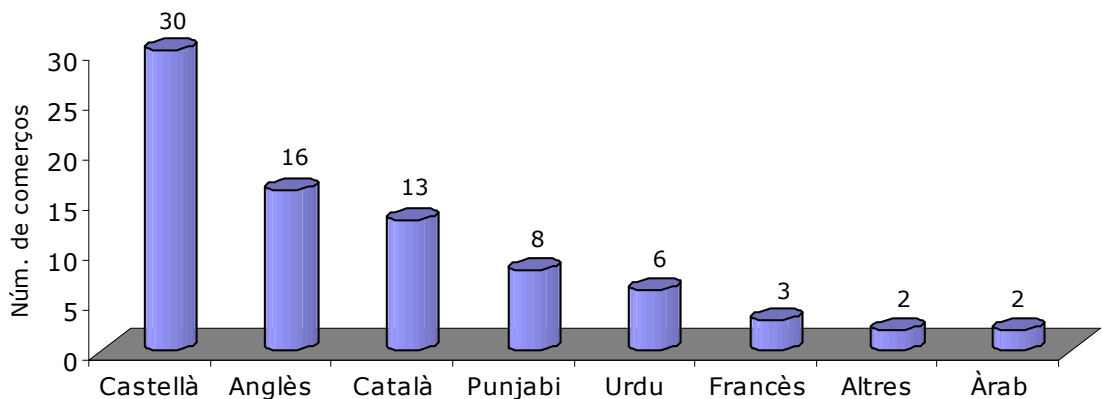
Edat de l'empresari

La majoria de l'empresariat és de mitjana edat (44%) o jove (8%). Destaca l'escassa presència de propietaris de més de 50 anys (5%).



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



El Castellà, l'Anglès i el Català, son els idiomes que més utilitzen els clients. Destaquen però els idiomes del Pakistan (Punjabi i Urdu).

f) Conclusions Rambla del Raval

Tenint en compte que:

- Aquest espai consta d'un excel·lent urbanisme comercial.
- L'Illa Robadors està patint una transformació urbanística que fa pensar en la millora de la zona i que inclourà la implantació d'elements d'atracció com la Filmoteca de Catalunya.
- El nombre de serveis és elevat (sobretot Restaurants) i el comerç minorista és escàs.
- Existeixen bones facilitats d'accés dels locals.
- L'empresariat Estranger és lleugerament majoritari, degut a la seva elevada presència en el sector dels serveis¹³.

Es conclou que:

- La proximitat a eixos comercials del barri amb una àmplia oferta (C. Hospital i C. Sant Pau), ha fet que aquest espai s'especialitzi en l'àmbit de la restauració principalment.
- Els projectes i la transformació urbanística de la Rambla, incidiran en la tipologia de l'empresariat nou que s'instal·li i en l'adequació dels locals.

¹³ A l'any 2004, aquest empresariat significava el 54'84%, actualment significa el 61%.

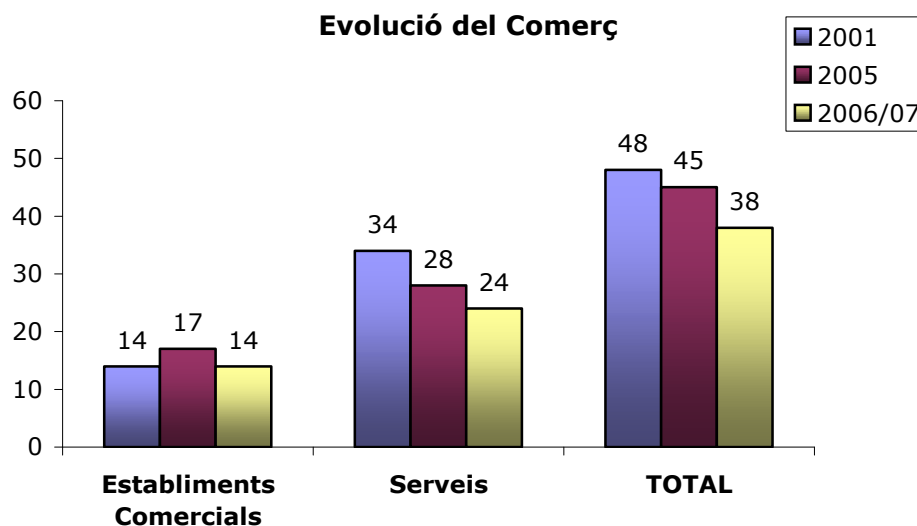
3.9.2.6 El C. Carretes, el C. Riereta, el C. Sant Pacià i el C. Reina Amàlia

CARRER CARRETES

a) Dades Generals

CARRETES				
Tipologia	2001 ¹⁴	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	14	17	14	-3
Serveis	34	28	24	-4
TOTAL	48	45	38	-7

Hi ha 34 locals tancats o magatzems, el 67% del total de locals.



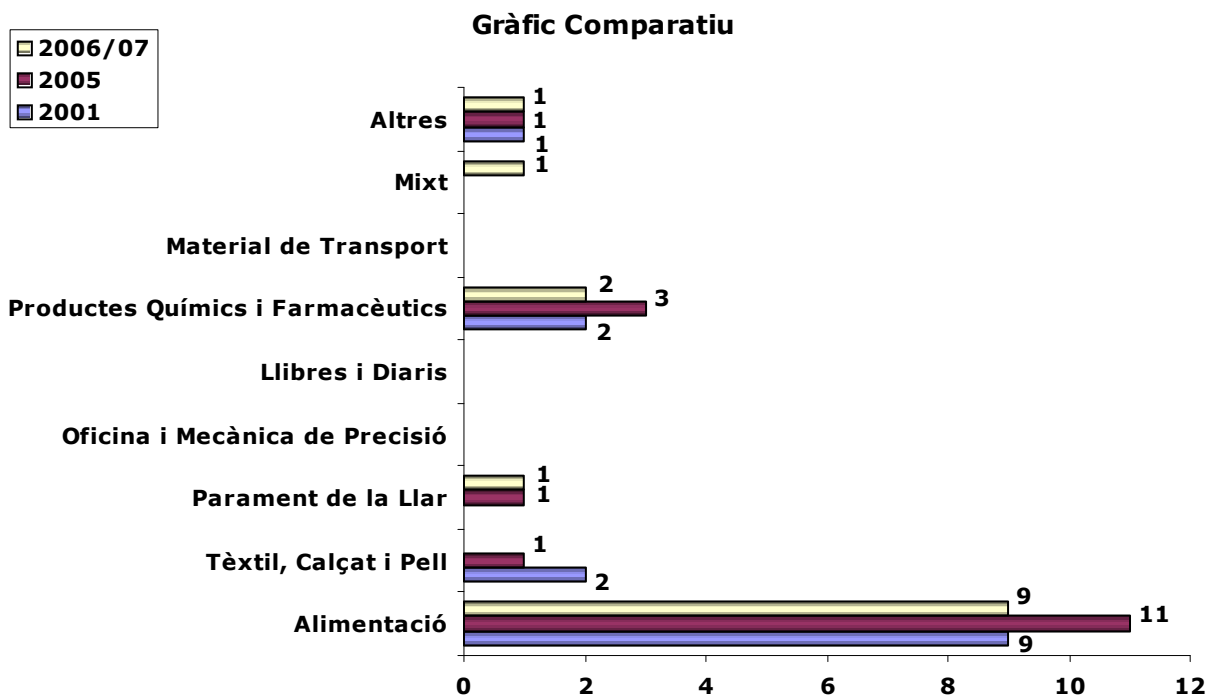
Observacions

En l'etapa compresa entre el 2001 i el 2006, mostra una clara tendència a la baixa degut a la disminució d'activitats (10 locals) en el sector dels serveis. El comerç minorista es manté estable.

¹⁴ Font: Ajuntament de Barcelona, Districte de Ciutat Vella, Any 2001.

b) Establiments Comercials

CARRETES				
Sectors del Comerç	2001	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	9	11	9	-2,0
Tèxtil, Calçat i Pell	2	1	0	-1,0
Parament de la Llar	0	1	1	0,0
Oficina i Mecànica de Precisió	0	0	0	0,0
Llibres i Diaris	0	0	0	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	2	3	2	-1,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	1	1,0
Altres	1	1	1	0,0
TOTAL	14	17	14	-3



Observacions

Donada la situació territorial i poc estratègica d'aquest carrer al barri del Raval, es pot afirmar que manté una certa estabilitat en la seva activitat comercial. Tot i així, hi ha un petit descens del comerç en els sectors d'Alimentació, Tèxtil, Calçat i Pell i Productes Químics i Farmacèutics entre el 2005 i el 2006.

c) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	11	3	14
%	79	21	100

3 dels establiments no tenen rètol i 11 si.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	4	36
Castellà	3	27
Català + Castellà	2	18
Altres (Nom Propi + Marca)	2	18
TOTAL	11	100

El Català està present en el 54% dels rètols i el Castellà en el 45%.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	11	3	0	0	14
%	78,6	21,4	0,0	0	100

La major part dels comerços (78,6%) són accessibles.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	12	2	14
%	86	14	100

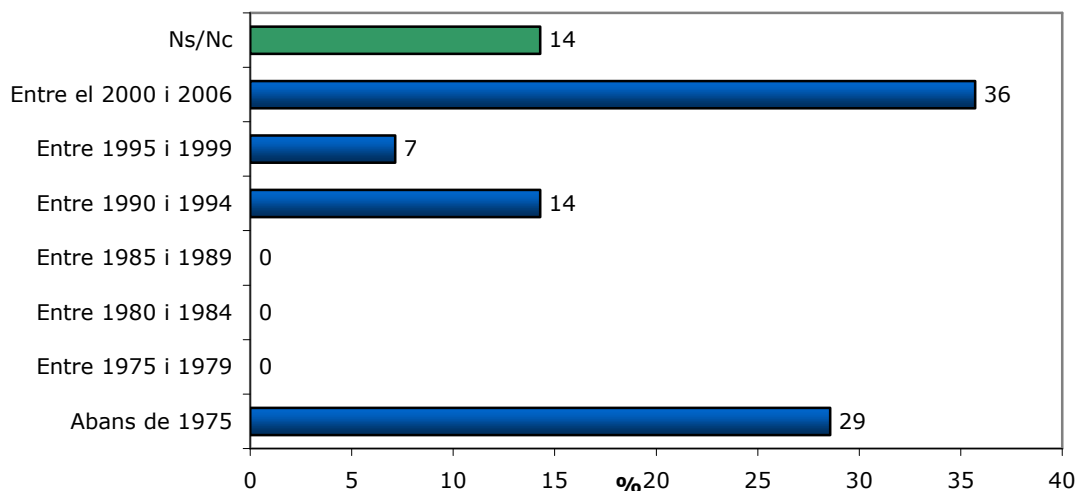
Únicament 2 establiments accepten targeta de crèdit i la seva mitjana d'utilització és molt baixa ja que, aquesta tipologia de pagament, la fan servir menys del 10% dels clients.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	11	3	14
%	79	21	100

El 79% dels establiments obre els dissabtes a la tarda i únicament 3 locals no ho fan.



Any d'Obertura

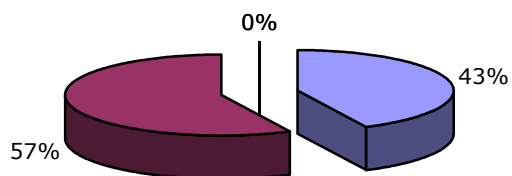


Un total de 4 comerços s'han obert abans de 1975 (29%) i 5 entre el 2000 i el 2006 (36%).

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	6	8	0	0	14

Origen de l'empresari



Hi ha més presència de comerciants Immigrants No Comunitaris¹⁵ (57%) que d'Autòctons (43%).



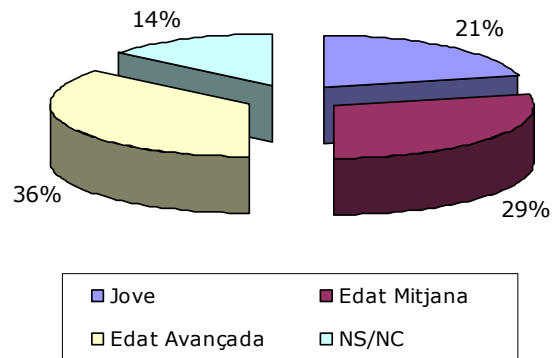
¹⁵ Immigrants No Comunitaris: 6 de Pakistan i 1 del Bangladesh.



	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	3	4	5	2	14

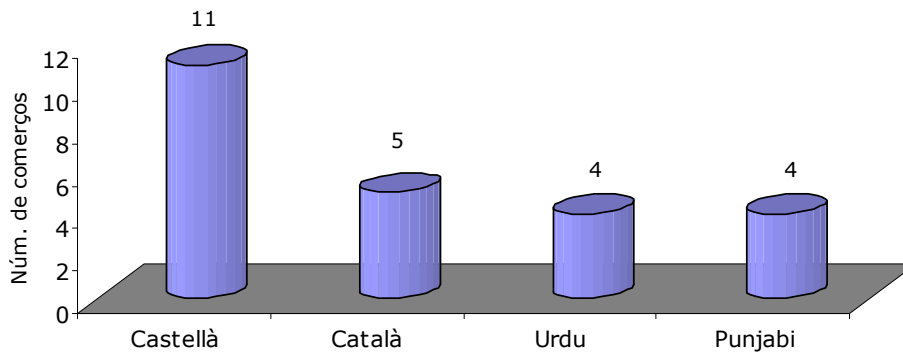
Edat de l'empresari

Hi ha 5 comerciants d'edat avançada, 4 d'edat mitjana i 3 de menys de 35 anys.



DEL CLIENT

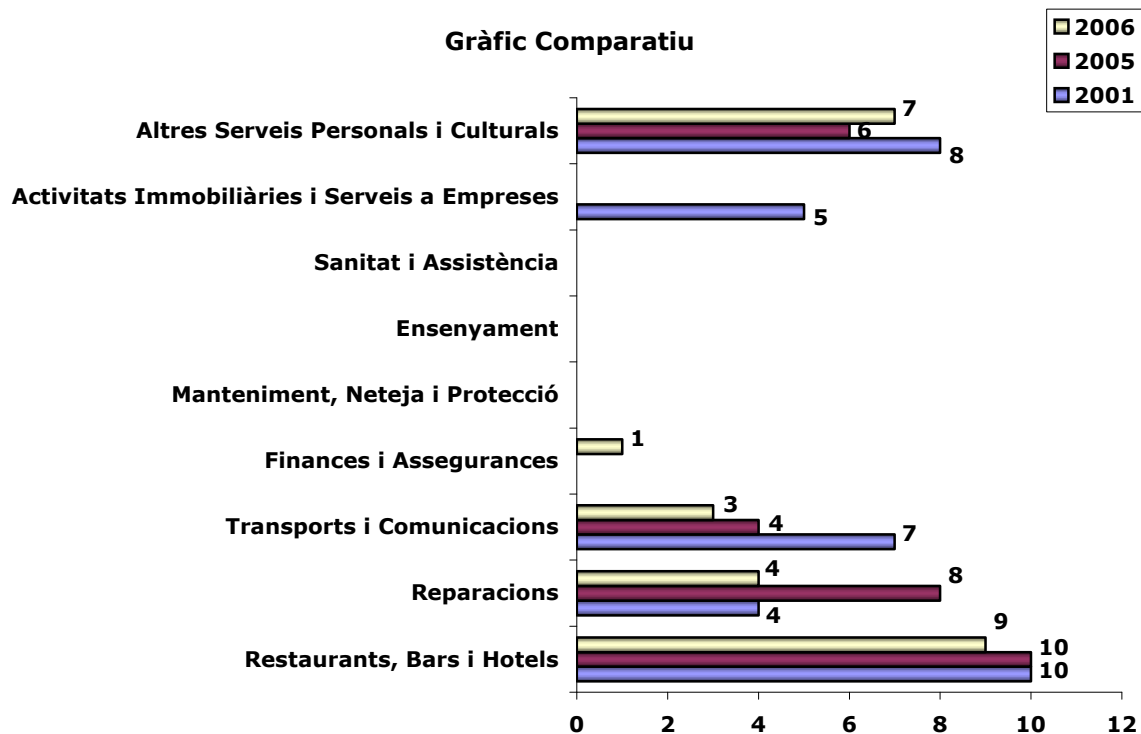
Idioma utilitzat pel client



Els idiomes que es parlen més són el Castellà seguit del Català (a 5 locals), l'Urdu i el Punjabi (a 4 comerços respectivament).

d) Serveis

CARRETES				
Sectors dels Serveis	2001	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	10	10	9	-1,0
Reparacions	4	8	4	-4,0
Transports i Comunicacions	7	4	3	-1,0
Finances i Assegurances	0	0	1	1,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	0	0	0,0
Ensenyament	0	0	0	0,0
Sanitat i Assistència	0	0	0	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	5	0	0	0,0
Altres Serveis Personals i Culturals	8	6	7	1,0
TOTAL	34	28	24	-4

**Observacions**

S'observa un descens significatiu en aquest sector entre el 2001 i el 2006, concretament s'han tancat 10 locals. Les branques que han disminuït més són la de Transports i Comunicacions (- 4 negocis) i les Activitats Immobiliàries i els Serveis a les Empreses (ja no hi ha cap).

e) Característiques dels Serveis

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	19	5	24
%	79	21	100

Gairebé el 80% dels serveis estan retolats.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Castellà	7	37
Català	4	21
Castellà + 1	3	16
Altres ¹⁶	3	16
Català + Castellà	2	11
TOTAL	19	100

El Castellà és l'idioma més utilitzat i està present al 64% de les retolacions. El Català però, és el segon més emprat amb un 32% de representativitat.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	17	3	4	0	24
%	71	13	17	0	100

El 71% dels locals tenen condicions òptimes d'accessibilitat.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	22	2	24
%	92	8	100

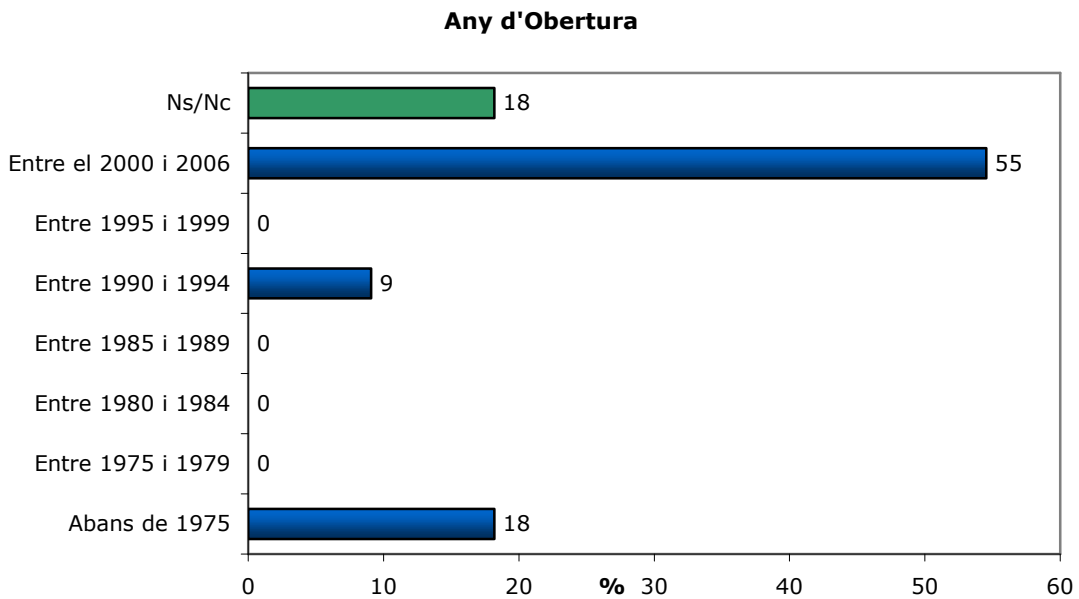
Únicament el 8% ofereixen la possibilitat de pagament amb targeta i la seva utilització per part de la clientela es situa al voltant del 10%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	14	10	24
%	58	42	100

¹⁶ Altres: format per 2 retolacions de Noms Propis i 1 Marca.



Existeix un nombre similar de serveis que obren a la tarda (14) i els que no ho fan (10).

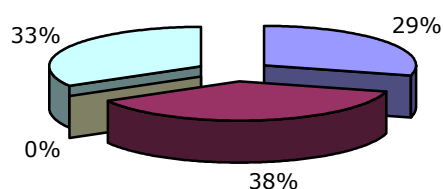


Els 55% dels locals en actiu s'han obert o traspassat en els darrers 6 anys.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	7	9	0	8	24

Origen de l'empresari



Els empresaris d'origen Estranger (representen un 38%) són lleugerament superiors als Autòctons (31%).

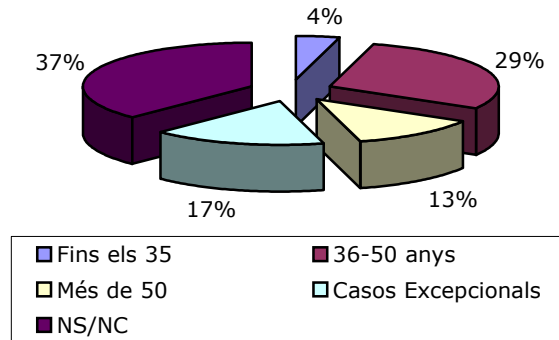




	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	1	7	3	4	9	24

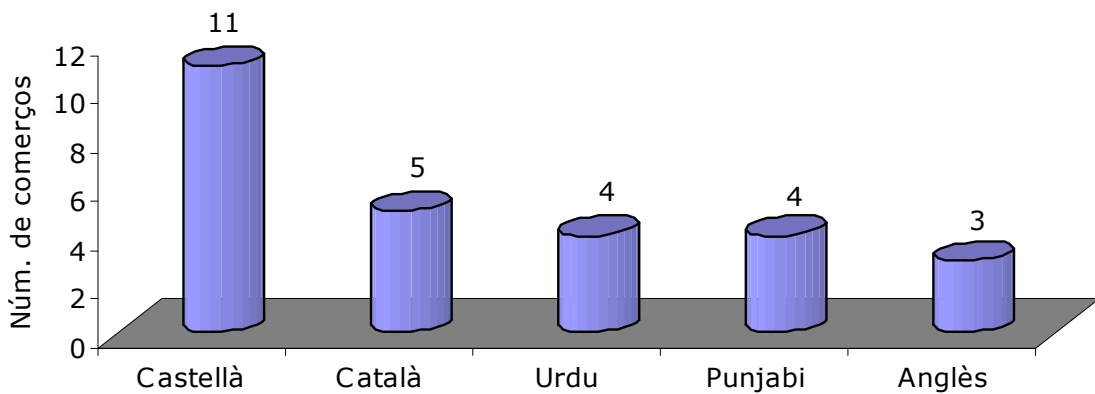
Edat de l'empresari

La majoria de l'empresariat és de mitjana edat (29%).



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



El Castellà, els idiomes provinents de l'oest asiàtic i el Català són els més parlats.



f) Conclusions C. Carretes

Tenint en compte que:

- Es tracta d'un carrer amb voreres estretes ubicat a una de les zones amb un urbanisme menys accessible i atractiu.
- El C. Carretes¹⁷ presenta una tendència a la baixa entre el 2001 i el 2006, tant en el sector del comerç com en el dels serveis.
- Tot i les característiques urbanístiques del carrer, l'accessibilitat dels seus comerços i serveis és bona.
- Hi ha un lleuger percentatge superior d'empresaris d'origen Estranger.

Es dedueix que:

- La Rambla del Raval i la Ronda Sant Antoni són dues barreres urbanístiques i a la vegada dos motors de dinamització d'aquest carrer i les rodalies.

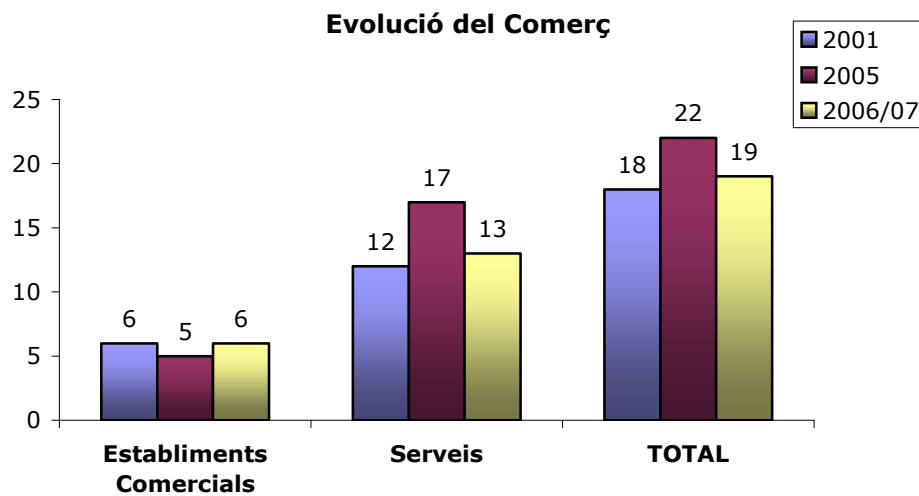
¹⁷ 1 comerç majorista.

CARRER RIERETA

a) Dades Generals

RIERETA				
Tipologia	2001 ¹⁸	2005	2006	06-05
Establiments Comercials	6	5	6	1
Serveis	12	17	13	-4
TOTAL	18	22	19	-3

Hi ha 26 locals tancats, el 58% del total de locals.



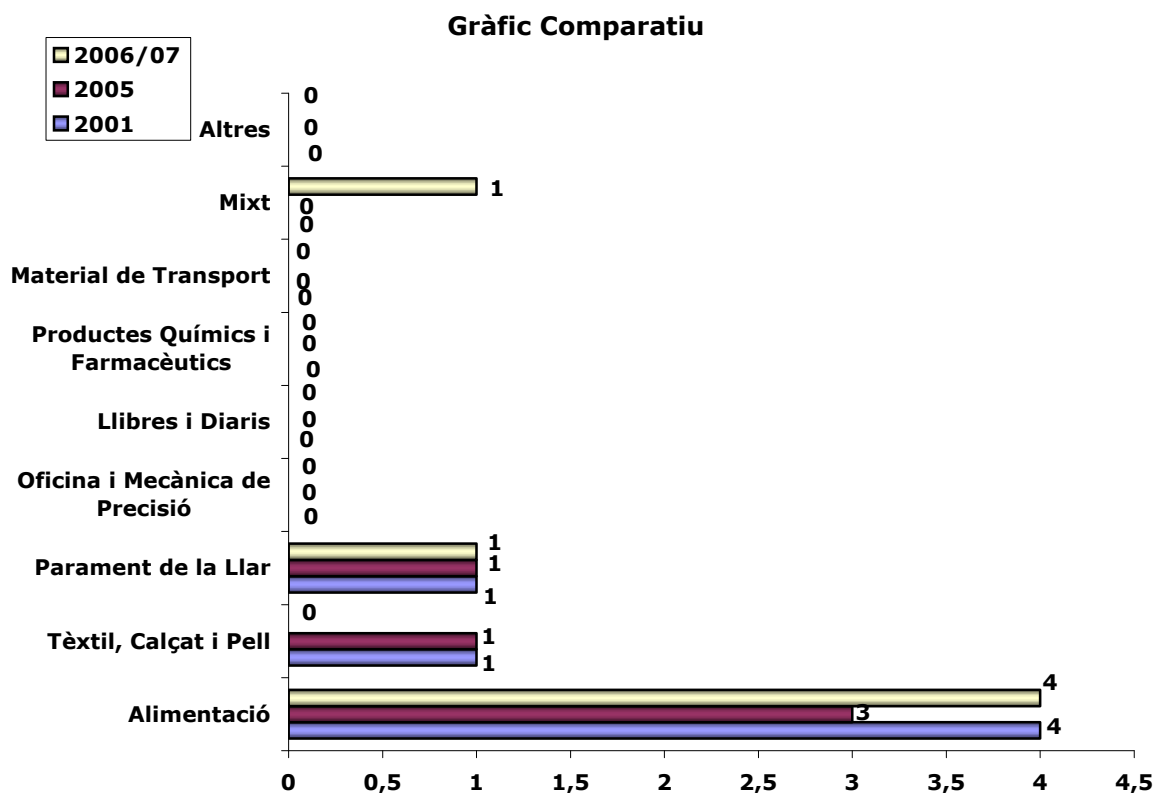
Observacions

Aquest carrer mostra una tendència a l'estancament degut a que , en els darrers 5 anys, només s'ha obert i mantingut una activitat econòmica que forma part del sector dels serveis.

¹⁸ Font: Ajuntament de Barcelona, Districte de Ciutat Vella, Any 2001.

b) Establiments Comercials

RIERETA				
Sectors del Comerç	2001	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	4	3	4	1,0
Tèxtil, Calçat i Pell	1	1	0	-1,0
Parament de la Llar	1	1	1	0,0
Oficina i Mecànica de Precisió	0	0	0	0,0
Llibres i Diaris	0	0	0	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	0	0	0	0,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	1	1,0
Altres	0	0	0	0,0
TOTAL	6	5	6	1



Observacions

Destaca la poca presència de comerç, tot i així, entre el 2005 i el 2006 ha disminuït un establiment en el sector del Tèxtil, Calçat i Pell, s'ha produït un petit augment en la branca d'Alimentació i s'ha comptabilitzat un establiment en la categoria de Mixt. Amb els increments esmentats, s'ha igualat el nombre de comerços minoristes registrats a l'any 2001.

c) Característiques dels Establiments Comercials

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	4	2	6
%	67	33	100

Dels 6 establiments comercials, 4 estan retolats i 2 no.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	2	50
Castellà	1	25
Castellà +1	1	25
TOTAL	4	100

El Català i el Castellà estan igualment presents.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	6	0	0	0	6
%	100,0	0,0	0,0	0	100

La totalitat dels locals són accessibles.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	5	1	6
%	83	17	100

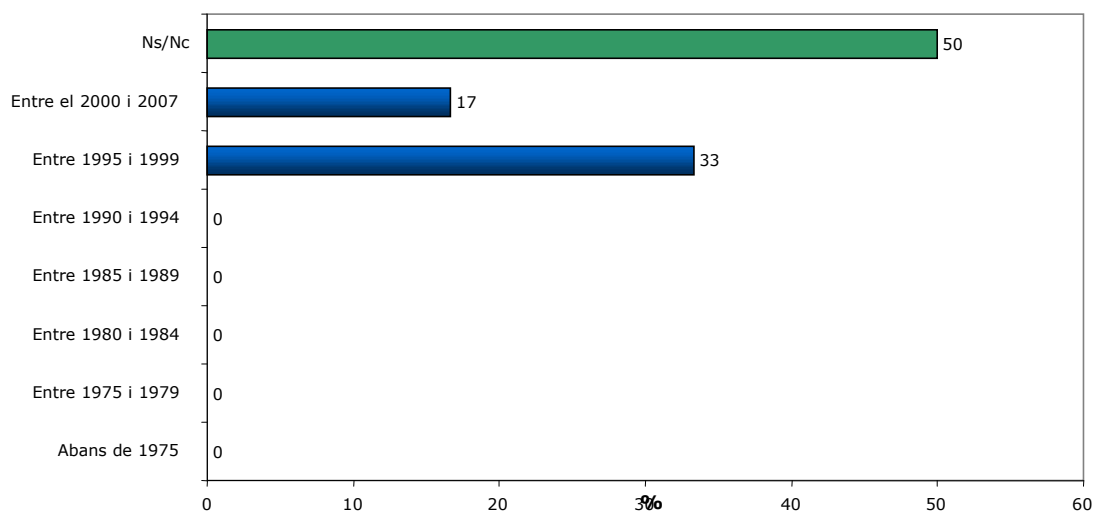
Només un comerç consta del servei de pagament amb targeta de crèdit, la mitjana d'utilització del mateix és de menys del 10%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	4	2	6
%	67	33	100

El 67% dels establiments obren als dissabtes a la tarda.



Any d'Obertura

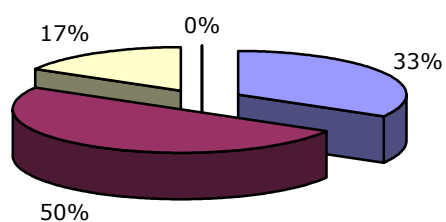


Tenint en compte que han contestat a aquesta pregunta únicament el 50% dels establiments, destaquem l'obertura de gairebé la totalitat dels comerços en els darrers 11 anys.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	2	3	1	0	6

Origen de l'empresari



Hi ha més presència de comerciants Immigrants¹⁹ (67%) que d'Autòctons (33%).

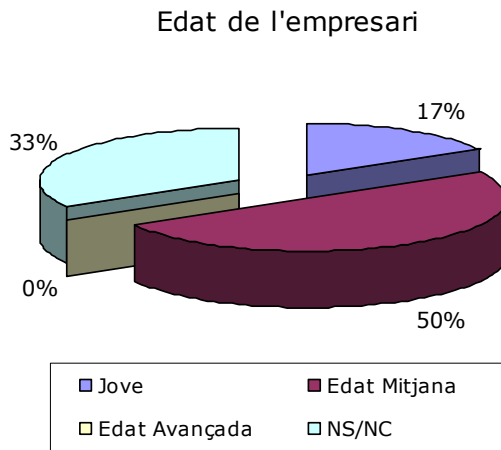
■ Autòcton	■ Immigrant No Comunitari
■ Immigrant Comunitari	■ NS/NC

¹⁹ Immigrants Comunitaris: socis d'un local que són 1 Autòcton + 1 del Brasil + 1 d'Itàlia. Immigrants No Comunitaris: 2 del Pakistan i 1 del Bangladesh.

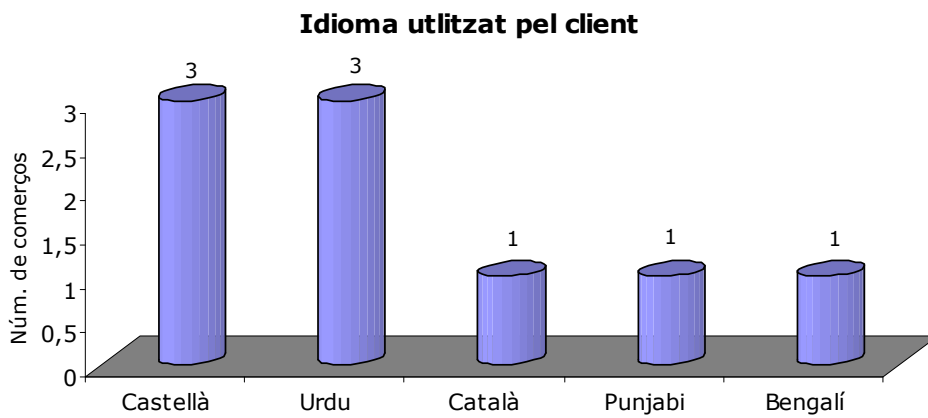


	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	1	3	0	2	6

L'empresariat d'aquest carrer és majoritàriament d'edat mitjana (50%) i jove (17%).



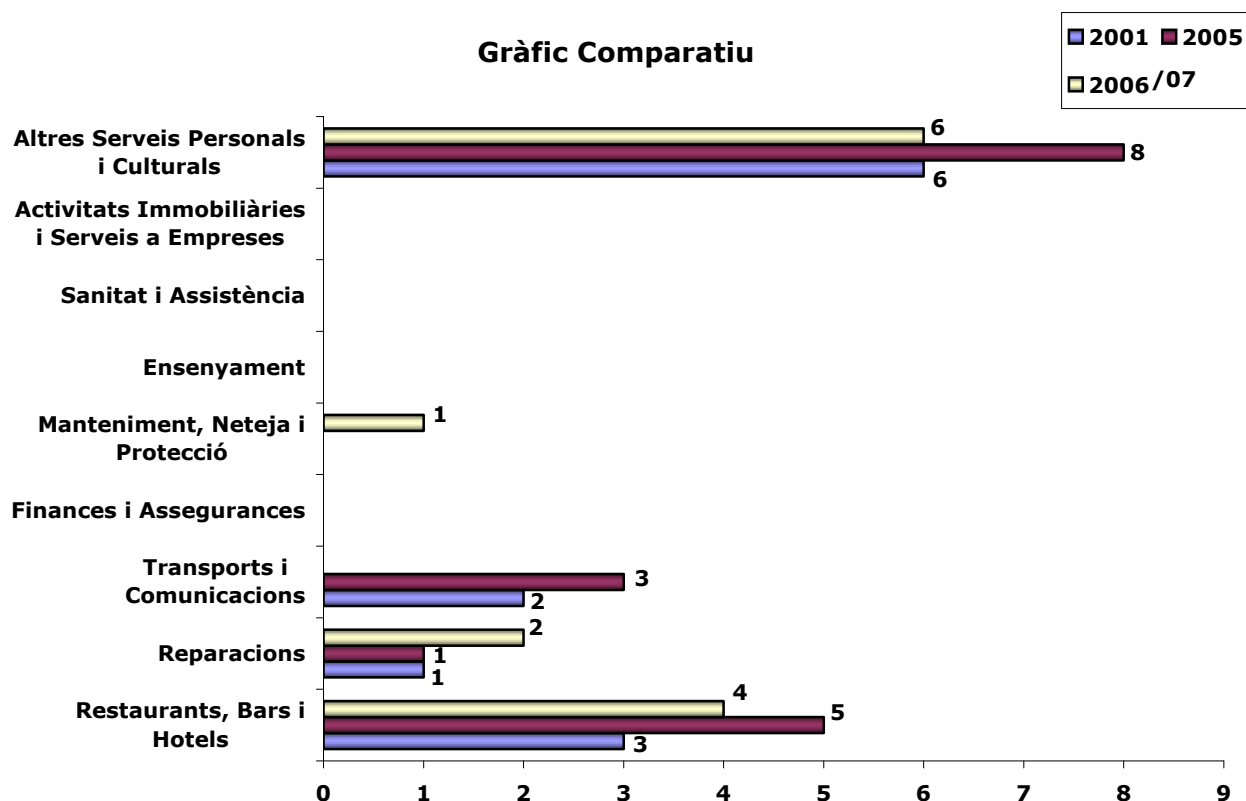
DEL CLIENT



Destaca la predominança del Castellà i dels idiomes parlats al Pakistan (Urdu i Punjabi) en un total de 4 establiments. El Català i el Bengali tenen una presència anecdòtica.

d) Serveis

RIERETA				
Sectors dels Serveis	2001	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	3	5	4	-1,0
Reparacions	1	1	2	1,0
Transports i Comunicacions	2	3	0	-3,0
Finances i Assegurances	0	0	0	0,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	0	1	1,0
Ensenyament	0	0	0	0,0
Sanitat i Assistència	0	0	0	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	0	0	0	0,0
Altres Serveis Personals i Culturals	6	8	6	-2,0
TOTAL	12	17	13	-4

**Observacions**

Hi ha una tendència a l'estabilitat en els serveis dins d'aquest carrer: ha augmentat una activitat tant la branca de l'Hoteleria i la Restauració com la de Manteniment, Neteja i Protecció i la de Reparacions. Els Transports i les Comunicacions han disminuït fins a desaparèixer i Altres Serveis Personals i Culturals s'han mantingut.

e) Característiques dels Serveis

DEL LOCAL

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	13	0	13
%	100	0	100

El 100% dels serveis estan retolats.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	9	69
Castellà	4	31
TOTAL	13	100

El Català i el Castellà són les llengües utilitzades en les retolacions dels serveis d'aquest carrer: el primer està present a un 69% dels rètols, i el segon al 31% restant.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	12	1	0	0	13
%	92	8	0	0	100

A excepció d'1 local, la resta tenen condicions òptimes d'accessibilitat.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	12	1	13
%	92	8	100

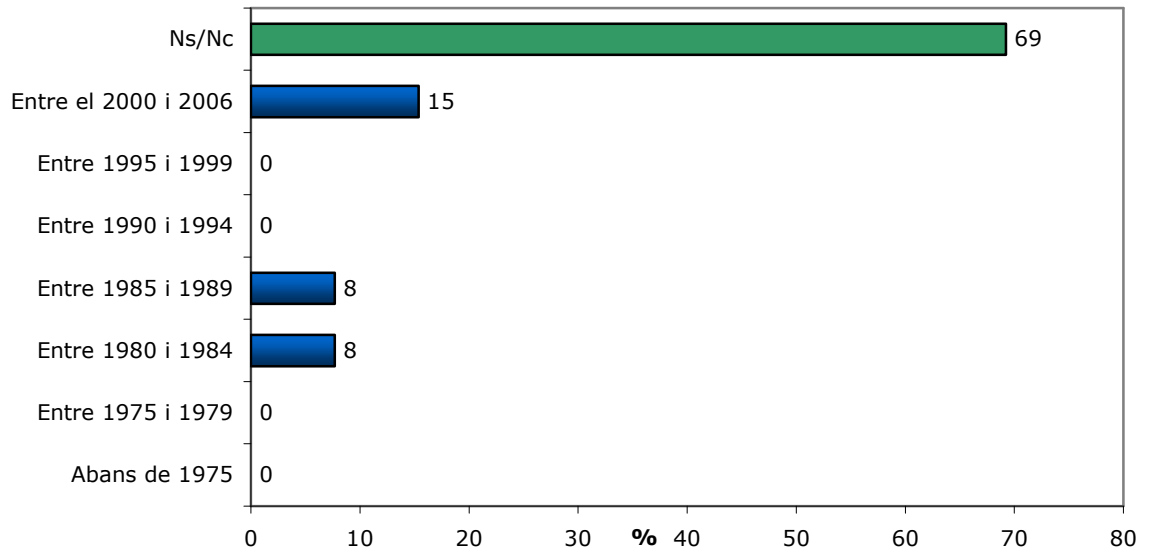
Només en 1 dels serveis ofereix la possibilitat de pagar amb targeta de crèdit i la seva utilització, per part de la clientela habitual, és de menys del 10%.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	7	6	13
%	54	46	100

El 54% dels serveis obre els dissabtes a la tarda.



Any d'Obertura

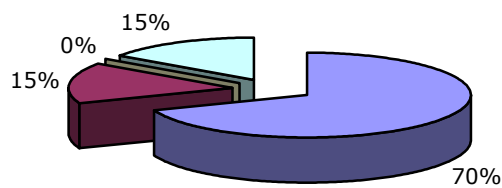


El 16% s'han obert o traspassat entre 1980 i 1989 i el 15% en els darrers 6 anys. Cal destacar, l'elevat percentatge de NS/NC (69%)²⁰.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	9	2	0	2	13

Origen de l'empresari



Els empresaris d'origen Autòcton són predominants dins d'aquest sector (69,2%).



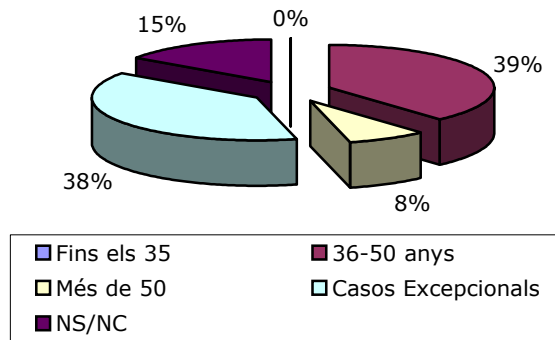
²⁰ NS/NC: relacionat amb l'elevat nombre d'Altres Serveis Personals i Culturals.



	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	0	5	1	5	2	13

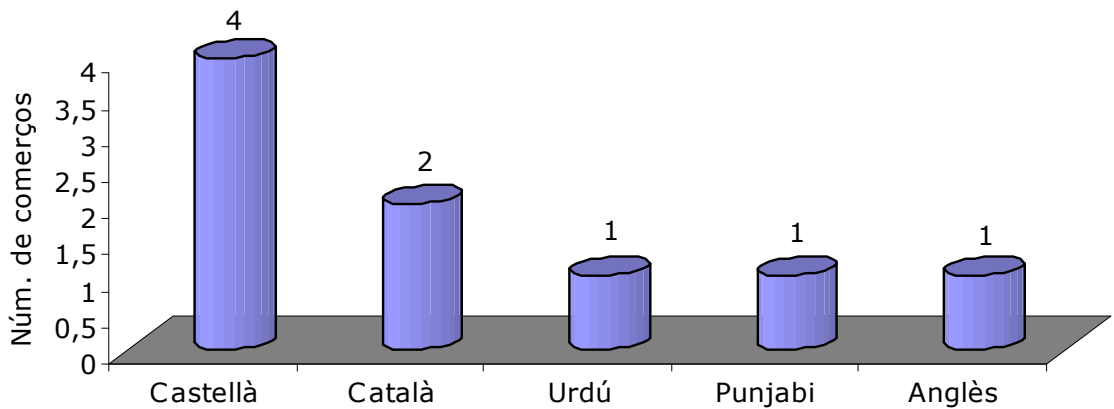
Edat de l'empresari

La majoria de l'empresariat és de mitjana edat (39%) o d'edat avançada (8%).



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



El Castellà és l'idioma més utilitzat, seguit del Català i els idiomes propis de l'oest asiàtic.

f) Conclusions C. Riereta

Tenint en compte que:

- El C. Riereta és un carrer estret i es troba a una de les zones més degradades del barri.
- Hi ha una oferta comercial en la que predomina el sector dels serveis.
- Hi ha un nombre elevat de locals tancats o magatzems (26).
- L'empresariat és majoritàriament Autòcton i d'edat mitjana, encara que al comerç predominen els Estrangers.
- Els locals tenen bones condicions d'accés.
- Les llengües més parlades per la clientela són el Castellà, el Català i els idiomes del sud-oest asiàtic.

Es conclou que:

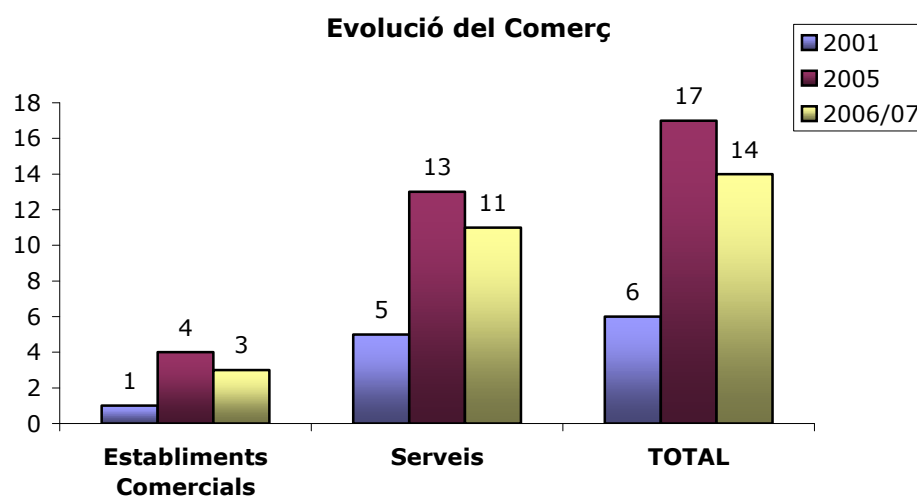
- Existeix una relació clara entre l'oferta existent i les característiques geogràfiques i urbanístiques del carrer.
- El comerç del carrer és de proximitat.

CARRER SANT PACIÀ

a) Dades Generals

ST PACIÀ				
Tipologia	2001 ²¹	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	1	4	3	-1
Serveis	5	13	11	-2
TOTAL	6	17	14	-3

Hi ha 12 locals tancats o magatzems, el 46% del total de locals.



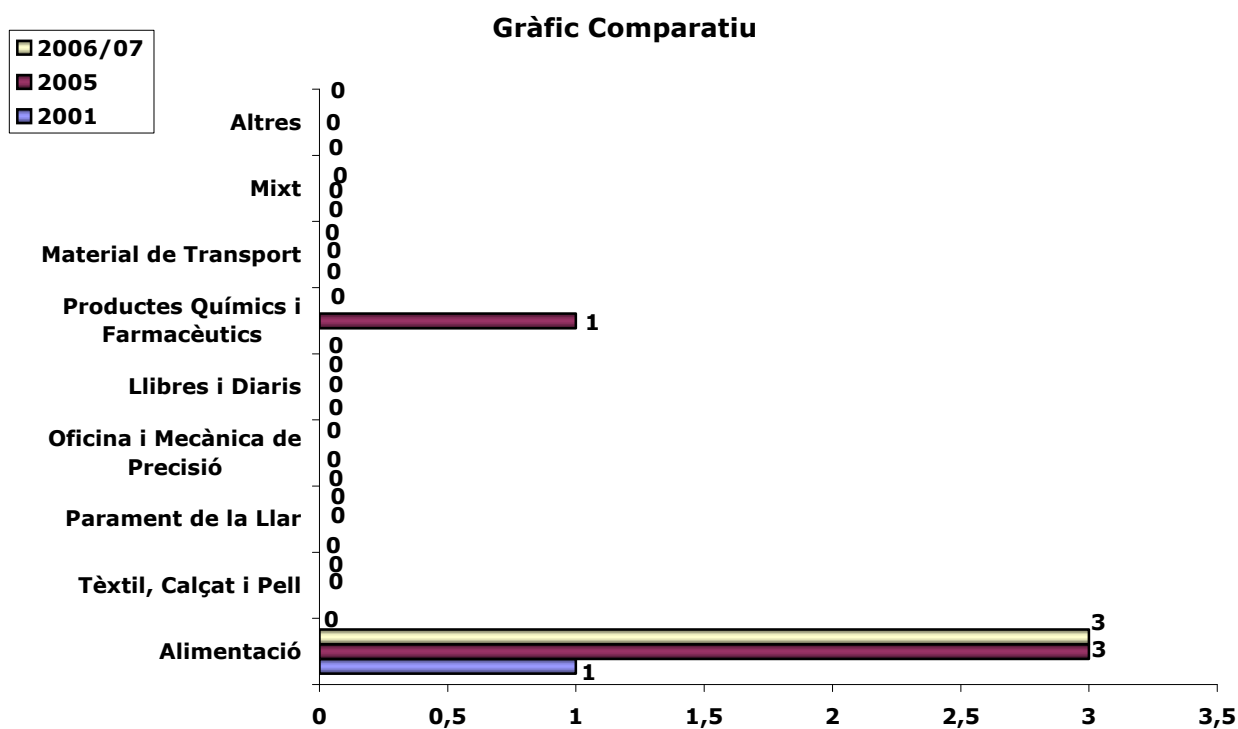
Observacions

Entre el 2001 i el 2006 el carrer Sant Pacià ha augmentat la seva activitat comercial tant en el sector del comerç minorista (2 establiments) com en el dels serveis (6 locals).

²¹ Ídem nota núm. 13.

b) Establiments Comercials

SANT PACIÀ				
Sectors del Comerç	2001	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	1	3	3	0,0
Tèxtil, Calçat i Pell	0	0	0	0,0
Parament de la Llar	0	0	0	0,0
Oficina i Mecànica de Precisió	0	0	0	0,0
Llibres i Diaris	0	0	0	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	0	1	0	-1,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	0	0,0
Altres	0	0	0	0,0
TOTAL	1	4	3	-1



Observacions

Destaca l'escassa activitat del C. Sant Pacià, tot i que des de l'any 2001 s'observa un petit augment en la branca de l'Alimentació. En l'anàlisi comparativa amb l'any 2005, s'observa que el sector dels Productes Químics i Farmacèutics ha quedat buit.

b) Característiques dels Establiments Comercials**DEL LOCAL**

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	1	2	3
%	33	67	100

Dels 3 establiments únicament 1 està retolat en Català + Castellà.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	2	1	0	0	3
%	66,7	33,3	0	0	100

Tan sols un establiment mostra alguna deficiència en les seves condicions d'accessibilitat.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	3	0	3
%	100	0	100

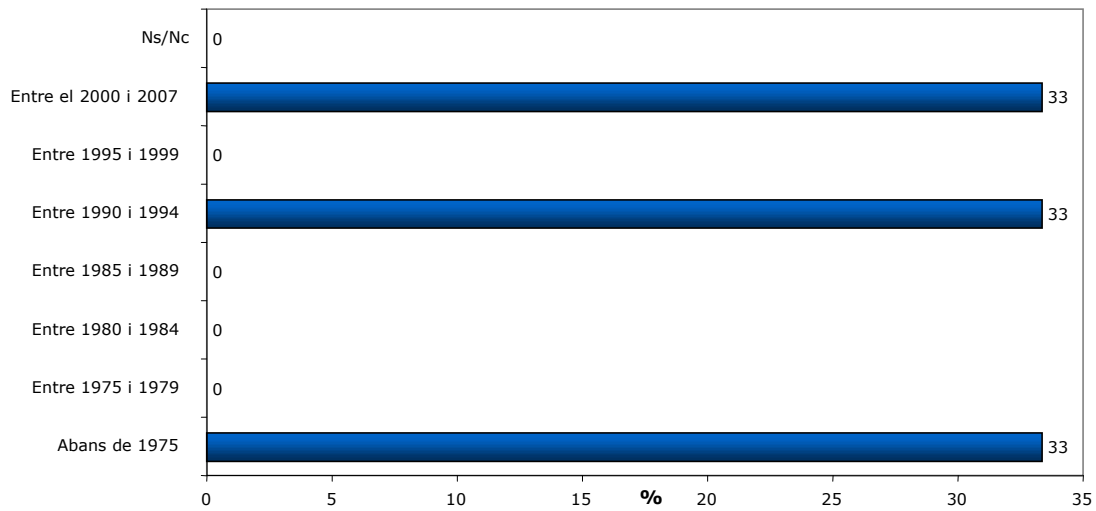
Cap dels comerços accepta el pagament amb targeta de crèdit.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	2	1	3
%	67	33	100

El 67% dels locals obren els dissabtes a la tarda.



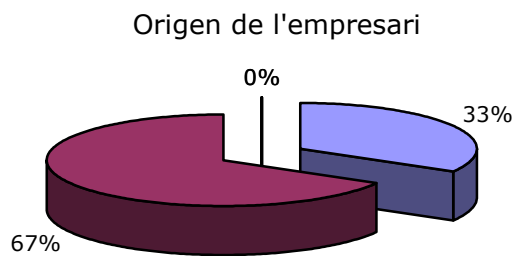
Any d'Obertura



1 dels comerços es va obrir abans de 1975, 1 altre entre el 1990 i el 1994 i el darrer ho va fer a partir de l'any 2000.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	1	2	0	0	3



Hi ha més presència de comerciants Immigrants No Comunitaris²² (57%) que d'Autòctons (43%).

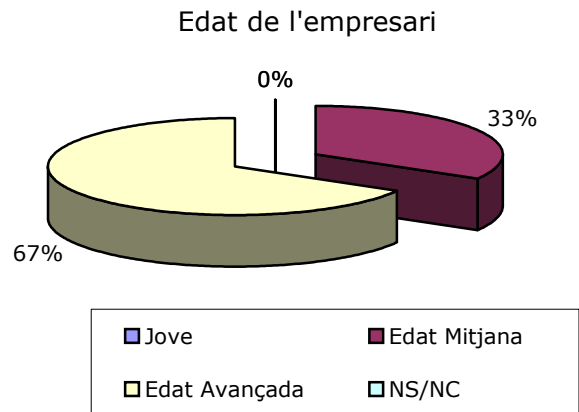


²² Immigrants No Comunitaris: 6 de Pakistan i 1 del Bangladesh.

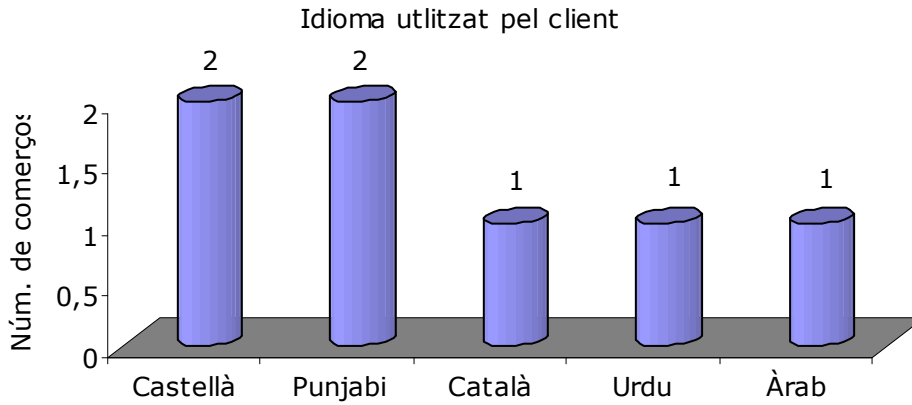


	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	0	1	2	0	3

Hi ha més presència de comerciants que superen la cinquantena (67%). Destaca que cap dels comerços té al capdavant a empresaris menors de 35 anys.



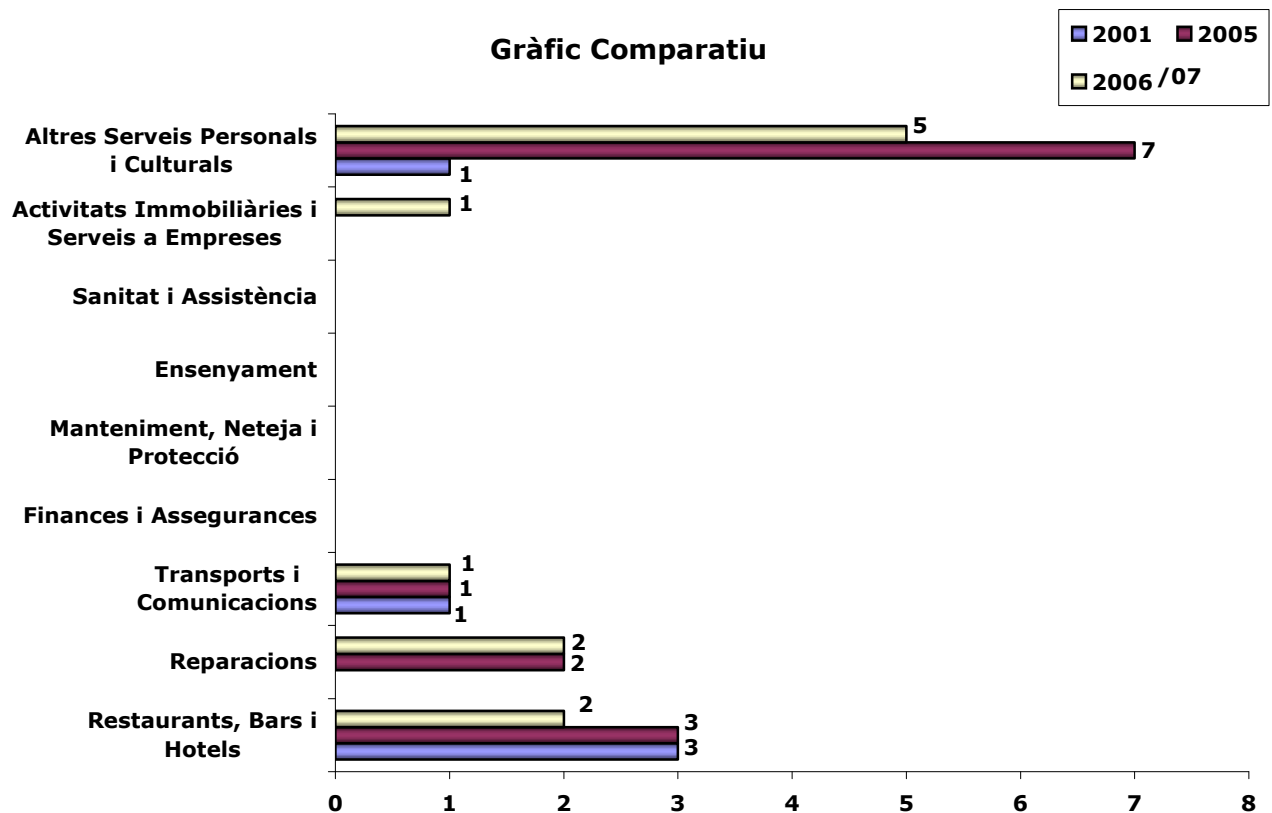
DEL CLIENT



Tant les llengües autòctones (Castellà-Català) com les provinents del Pakistan (Urdu-Punjabi) són les més parlades per la clientela d'aquests comerços.

d) Serveis

SANT PACIÀ				
Sectors dels Serveis	2001	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	3	3	2	-1,0
Reparacions	0	2	2	0,0
Transports i Comunicacions	1	1	1	0,0
Finances i Assegurances	0	0	0	0,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	0	0	0,0
Ensenyament	0	0	0	0,0
Sanitat i Assistència	0	0	0	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	0	0	1	1,0
Altres Serveis Personals i Culturals	1	7	5	-2,0
TOTAL	5	13	11	-2

**Observacions**

Hi ha hagut un augment significatiu en l'activitat que engloba el sector dels serveis al carrer Sant Pacià entre el 2001 i el 2006: la branca que més ha crescut ha sigut la d'Altres Serveis Personals i Culturals i han aparegut negocis destinats a les Reparacions i a les Activitats Immobiliàries i els Serveis a les Empreses.

e) Característiques dels Serveis**DEL LOCAL**

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	10	1	11
%	91	9	100

Gairebé el 100% estan retolats.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	5	50
Castellà	2	20
Català + Castellà	1	10
Castellà + 1	1	10
Anglès	1	10
TOTAL	10	100

El Català és l'idioma més utilitzat en les retolacions amb un 70% de representativitat, seguit del Castellà amb un 40%.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	9	1	1	0	11
%	82	9	9	0	100

Únicament 2 locals presenten dificultats d'accés.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	11	0	11
%	100	0	100

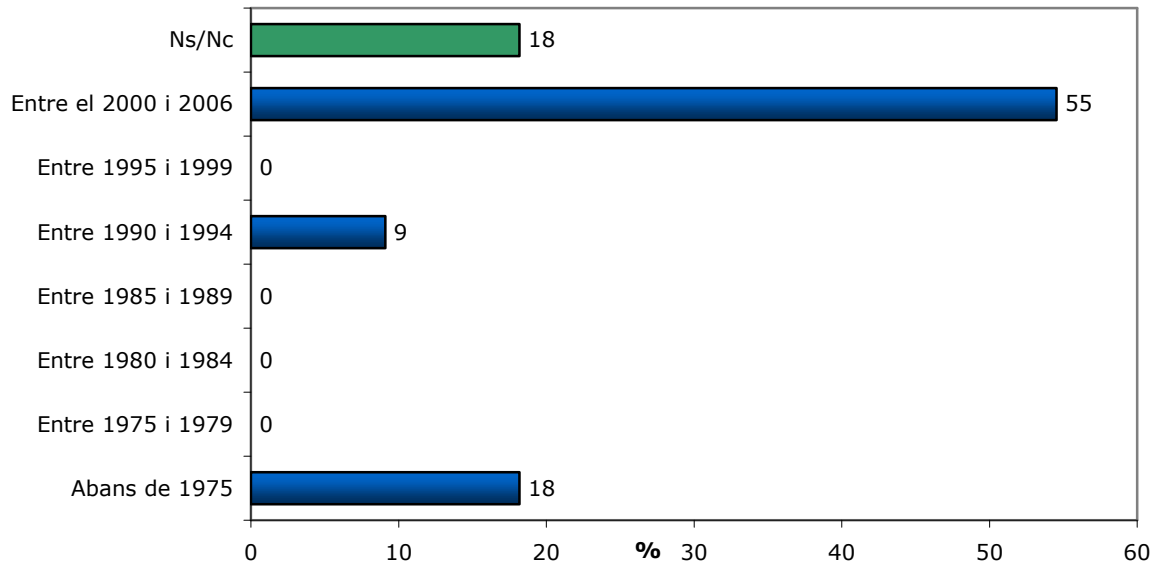
Cap d'ells ofereix facilitats de pagament.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	7	4	11
%	64	36	100

El 64% obre els dissabtes a la tarda.



Any d'Obertura

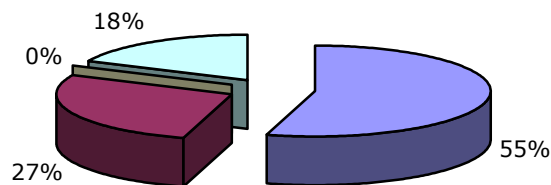


Els 55% s'han obert o traspasat en els darrers 6 anys.

DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	6	3	0	2	11

Origen de l'empresari



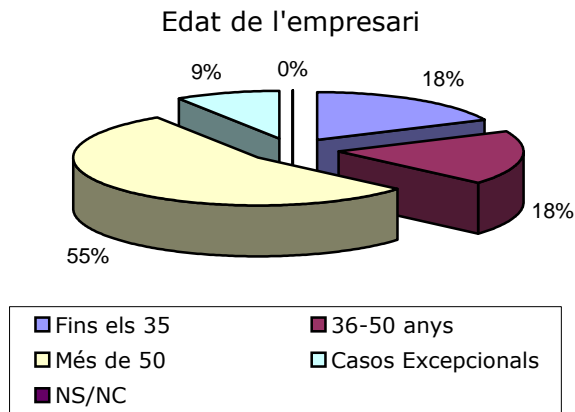
Els empresaris Autòctons són predominants dins d'aquest sector (54,5%).





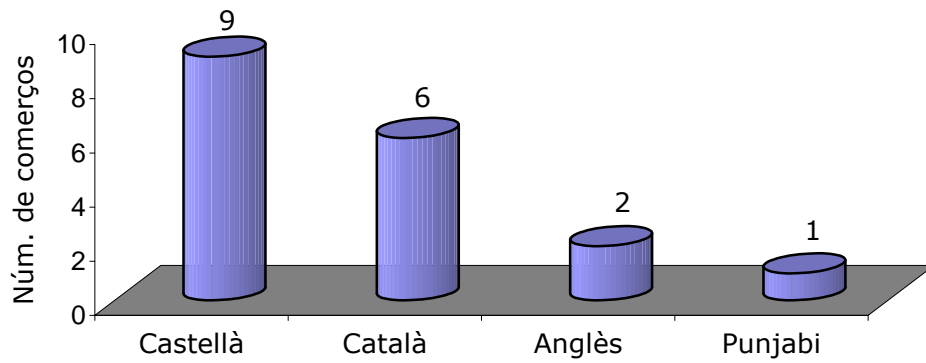
	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	2	2	6	1	0	11

La majoria de l'empresariat té més de 50 anys.



DEL CLIENT

Idioma utilitzat pel client



El Castellà i el Català, son els idiomes que més utilitzen els clients del C. Sant Pacià.

**f) Conclusions C. Sant Pacià**

Tenint en compte que:

- És un carrer que es troba en la zona menys atractiva del barri urbanísticament parlant.
- Hi ha una escassa activitat comercial a on predominen els serveis.
- S'ha produït un augment de l'oferta des de l'any 2000.
- Els locals tenen bones condicions d'accés, però no ofereixen facilitats de pagament.
- L'empresariat és majoritàriament Autòcton, degut a la seva presència en els serveis (en els establiments comercials el percentatge de comerciants Immigrants és lleugerament superior).

Es conclou que:

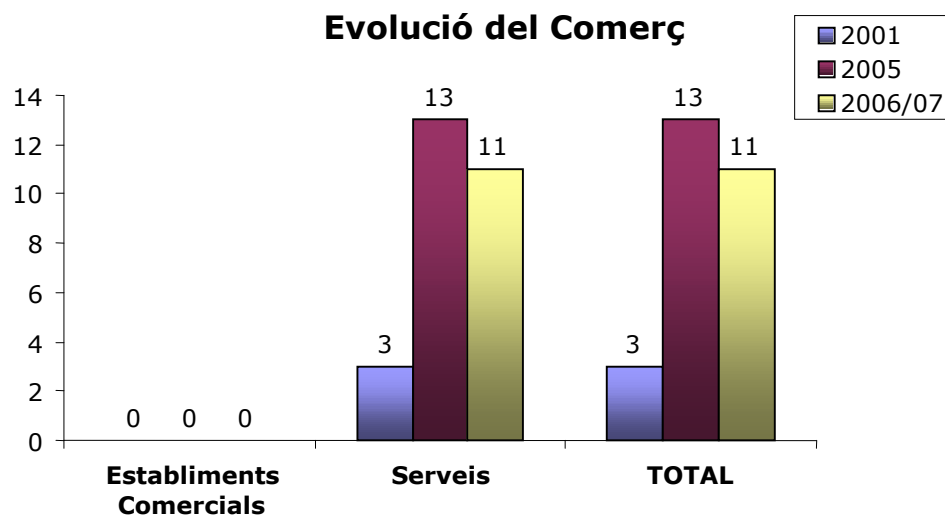
- L'escàs comerç existent és de proximitat.

CARRER REINA AMÀLIA

a) Dades Generals

REINA AMÀLIA				
Tipologia	2001 ²³	2005	2006/07	05-06/07
Establiments Comercials	0	0	0	0
Serveis	3	13	11	-2
TOTAL	3	13	11	-2

Hi ha 26 locals tancats o magatzems, el 67% del total de locals.



Observacions

El C. Reina Amàlia destaca per una escassa activitat econòmica i comercial. Entre el 2001 i el 2005 mostra un augment significatiu en el sector dels serveis, tot i que en la temporada 2006, ja s'observa una disminució en aquesta tipologia comercial. Encara que es tracta d'una conclusió a molt curt termini, es podria afirmar que, a partir del 2005, s'inicia una etapa de davallada.

²³ Ídem nota al peu núm. 13.

b) Establiments Comercials

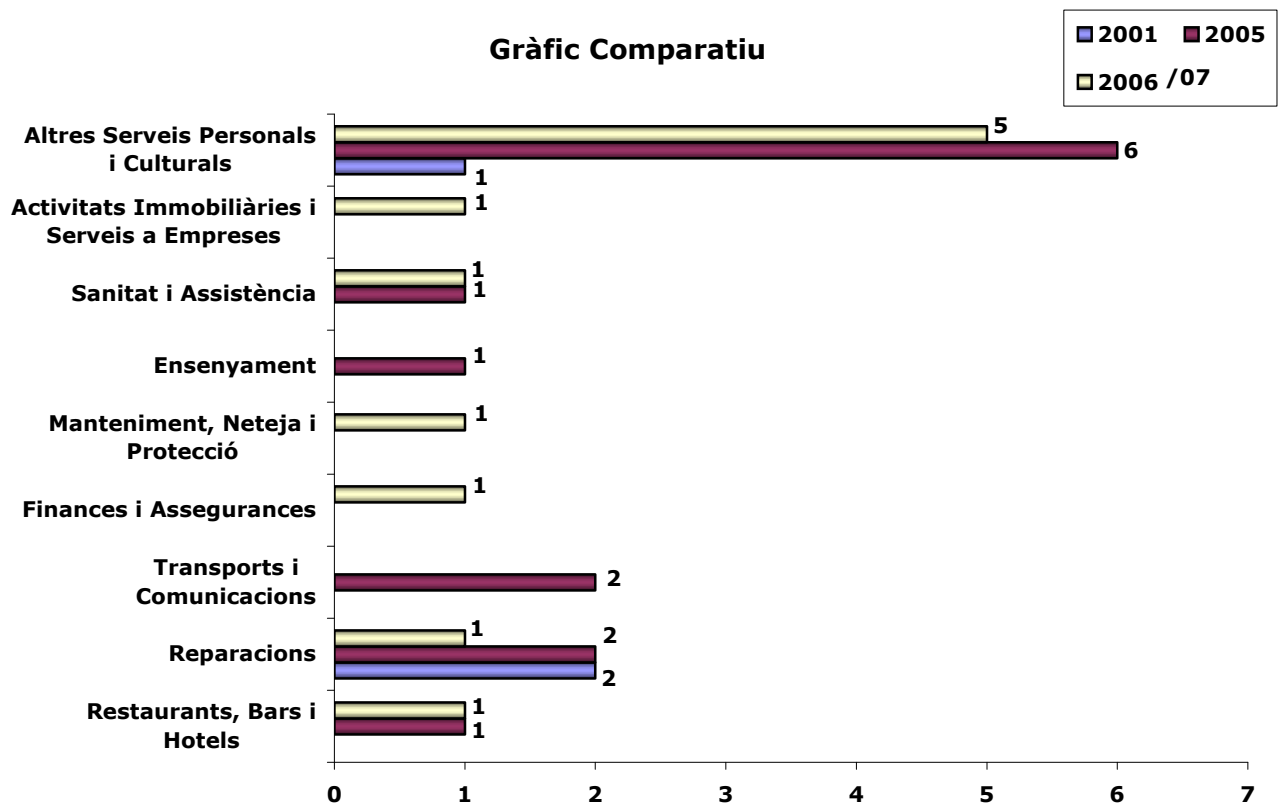
REINA AMALIA				
Sectors del Comerç	2001	2005	2006/07	05-06/07
Alimentació	0	2	0	-2,0
Tèxtil, Calçat i Pell	0	0	0	0,0
Parament de la Llar	0	0	0	0,0
Oficina i Mecànica de Precisió	0	0	0	0,0
Llibres i Diaris	0	0	0	0,0
Productes Químics i Farmacèutics	0	0	0	0,0
Material de Transport	0	0	0	0,0
Mixt	0	0	0	0,0
Altres	0	0	0	0,0
TOTAL	0	2	0	-2

Observacions Generals

No hi ha cap tipus d'activitat comercial.

c) Serveis

REINA AMALIA				
Sectors dels Serveis	2001	2005	2006/07	05-06/07
Restaurants, Bars i Hotels	0	1	1	0,0
Reparacions	2	2	1	-1,0
Transports i Comunicacions	0	2	0	-2,0
Finances i Assegurances	0	0	1	1,0
Manteniment, Neteja i Protecció	0	0	1	1,0
Ensenyament	0	1	0	-1,0
Sanitat i Assistència	0	1	1	0,0
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	0	0	1	1,0
Altres Serveis Personals i Culturals	1	6	5	-1,0
TOTAL	3	13	11	-2

**Observacions**

La branca que més ha augmentat entre el 2001 i el 2006 és la d'Altres Serveis Personals i Culturals.

d) Característiques dels Serveis**DEL LOCAL**

	SI	NO	TOTAL
RETOLACIÓ	7	4	11
%	64	36	100

El 64% estan retolats.

IDIOMA RETOLACIÓ	TOTAL	%
Català	5	71
Altres (Nom Propi + Marca)	2	29
TOTAL	7	100

El Català és l'idioma majoritari i està present al 71% de les retolacions.

	Accessible	Una Mica Accessible	Inaccessible	NS/NC	TOTAL
Accessibilitat	9	1	1	0	11
%	82	9	9	0	100

A excepció de 2 locals, la resta presenten condicions òptimes d'accessibilitat.

	Només Efectiu	Efectiu + Targeta de Crèdit	TOTAL
PAGAMENTS	11	0	11
%	100	0	100

Cap dels serveis del carrer ofereix la possibilitat de pagar amb targeta de crèdit.

	SI	NO	TOTAL
OBERTURA DISSABTES TARDA	7	4	11
%	64	36	100

Hi ha un major nombre de locals que obren els dissabtes a la tarda i representen el 64% del total.

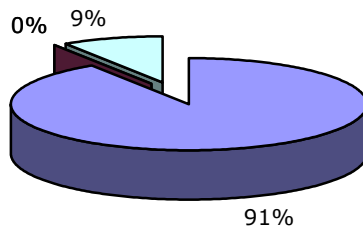
Cap dels responsables dels serveis d'aquest carrer, ens han pogut respondre a la pregunta que fa referència a l'any d'obertura del negoci.



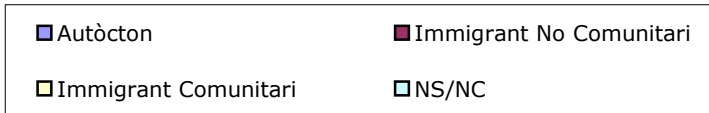
DEL PROPIETARI

	Autòcton	Immigrant No Comunitari	Immigrant Comunitari	NS/NC	TOTAL
Origen de l'empresari	10	0	0	1	11

Origen de l'empresari

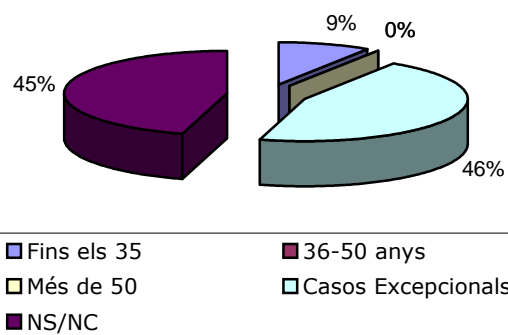


La majoria dels empresaris són Autòctons (91%).

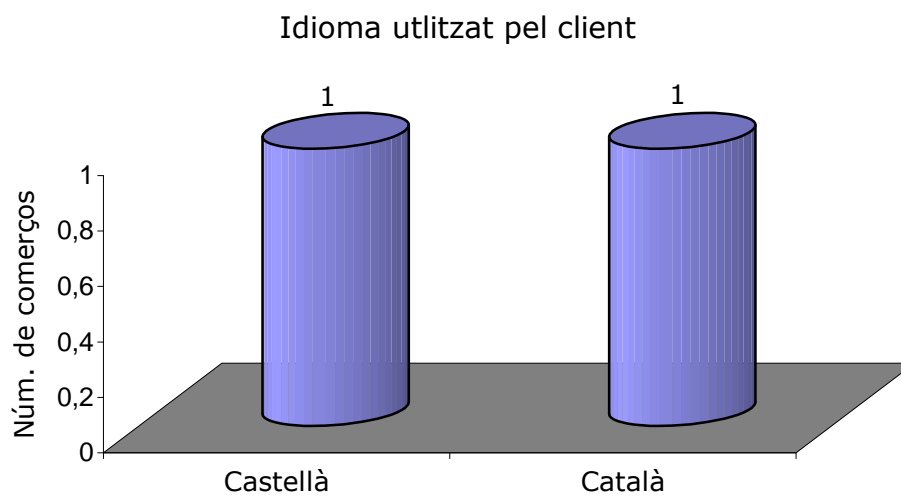


	Fins els 35	36-50 anys	Més de 50	Casos Excepcionals	NS/NC	TOTAL
Edat de l'empresari	1	0	0	5	5	11

Edat de l'empresari



Hi ha un nombre elevat d'entitats en aquest carrer que formen part de la categoria de Casos Excepcionals i un percentatge elevat d'empresaris que no han volgut contestar aquesta qüestió.

DEL CLIENT

El Castellà i el Català són els idiomes més parlats per la clientela d'aquest carrer.



f) Conclusions C. Reina Amàlia

Tenint en compte que:

- El C. Reina Amàlia es troba en una de les zones més degradades (urbanísticament parlant) del barri.
- Té una escassa activitat econòmica²⁴, no hi ha cap establiment comercial.
- S'ha donat un augment lleuger de serveis, concretament a la branca d'Altres Serveis Personals i Culturals.
- L'empresariat és bàsicament Autòcton.

Es conclou que:

- Existeix una relació directa entre la localització geogràfica d'aquest carrer i la seva oferta comercial.
- Hi ha una concentració elevada d'entitats socials.

²⁴ Hi ha 1 comerç majorista.

4. El Comptatge

4.1. Introducció

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

4.1.1. Objectius

Els objectius són:

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

4.2. Metodologia

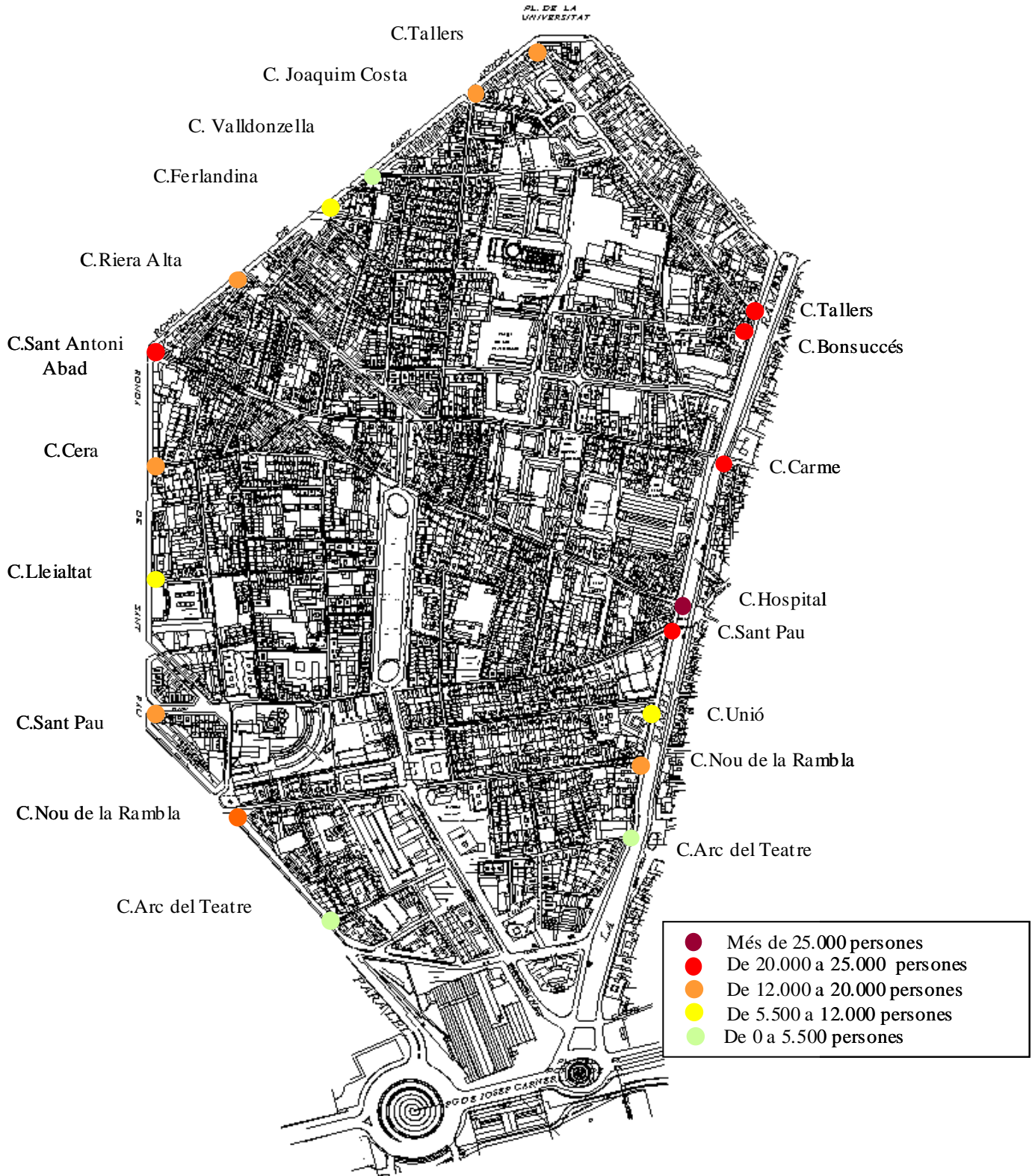
La tècnica utilitzada ha estat la Observació Directa o Observació Visual, concretament el Comptatge (pròpiament dit) de la gent que entra al barri.

Àmbit Territorial: El Raval

Àmbits Concrets d'Anàlisi: 15 carrers i 19 entrades del barri.

CARRERS I ENTRADES DEL BARRI	LLETRA
1. C. Tallers (des de la Rambla)	A
2. C. Tallers (des de Ronda Sant Antoni)	B
3. C. Ferlandina (des de Ronda Sant Antoni)	C
4. C. Riera Alta (des de Ronda Sant Antoni)	D
5. C. Bonsuccès (des de la Rambla)	E
6. C. Carme (des de la Rambla)	F
7. C. Valldonzella (des de Ronda Sant Antoni)	G
8. C. Hospital (des de la Rambla)	H
9. C. Sant Antoni Abat (des de Rondes)	I
10. C. de la Cera (des de Ronda Sant Pau)	J
11. C. de la Lleialtat (des de Ronda Sant Pau)	K
12. C. Sant Pau (des de la Rambla)	L
13. C. Sant Pau (des de Ronda Sant Pau)	M
14. C. Unió (des de la Rambla)	N
15. C. Nou de la Rambla (des de la Rambla)	O
16. C. Nou de la Rambla (des de l'Av. Del Paral·lel)	P
17. C. de l'Arc del Teatre (des de la Rambla)	Q
18. C. de l'Arc del Teatre (des de l'Av. Del Paral·lel)	R
19. C. Joaquim Costa (des de Ronda Sant Antoni)	S

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



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

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

Disseny de la Mostra: Aplicació de la tècnica de mostreig d'entrades. Per tal d'agafar una mostra representativa a cadascun dels punts d'entrada, s'ha fet l'observació visual durant 6 dies (de dilluns a dissabte). Cada dia s'ha comptat a cadascuna de les zones una hora del matí i una hora de la tarda. Per tal de ponderar després, aquestes hores han variat al llarg de la setmana.

Per poder tenir una idea aproximada de la gent que entra al llarg de tot l'any, s'ha realitzat una ponderació per mesos utilitzant com a variable de filtre els ingressos mensuals de tota una sèrie de comerços i serveis englobats en els següents sectors: Tèxtil i Calçat, Alimentació i Hosteleria. Els comerços escollits estan a diferents zones del barri per tal d'assegurar la seva representativitat.

Efectiu de la mostra i error Mostral: El nombre d'hores que s'ha realitzat l'observació ha estat: 228 (114 de matí i 114 de tarda).

Fitxa¹: La Fitxa d'Observació consta de la variable sexe, per tal de diferenciar les dones i els homes que visiten el barri.

Calendari: El Treball de Camp es va realitzar del 13 al 18 de novembre de 2006. El lliurament de les dades del treball de camp va ser el 4 de desembre. La gravació i depuració de la base de dades data del 22 al 24 de desembre i l'anàlisi de resultats s'ha portat a terme durant el mesos de març - abril 2007.

Entitat / empresa executora: El disseny de la fitxes i de la Mostra l'ha portat a terme la *Fundació Tot Raval*.

El Treball de Camp l'empresa *Clau Consultors*.

¹ Vegeu Annex nº 2, pàg. 353



4.3. Dades Generals

Resultats finals de l'Observació Visual:

4.3.1. Gent que visita el Raval²

Mitjana del N° de persones que entren al dia al Raval		
Homes	Dones	Total
33085	23005	56089

Al dia

Com es pot observar, al barri del Raval entren cada dia una mitjana de **56.089 persones**, 33.085 homes i 23.005 dones.

Per dies concrets destaquen les següents dades (Homes, Dones i Total):

TOTAL																	
Dilluns			Dimarts			Dimecres			Dijous			Divendres			Dissabte		
H	D	Total	H	D	Total	H	D	Total	H	D	Total	H	D	Total	H	D	Total
36244	25296	61540	32728	22204	54932	32532	22448	54980	31052	21944	52996	29024	19864	48888	36928	26272	63200

El dia que més gent visita el barri és el dissabte, seguit del dilluns. Per altra banda, destaca que sigui precisament el divendres el dia que s'ha comptabilitzat l'entrada de menys persones en horari diürn.

Per trams horaris, tots els dies de la setmana, entra més gent a la tarda que durant el matí. A la Franja horària del **Matí** (de 10 a 14h) la mitjana de gent que entra al dia és de **23.952**. A la Franja horària de la **Tarda** (de 16 a 20h) aquesta xifra arriba a **32.137** persones.

Mitjana del N° de persones que visiten el Raval en un Any		
Homes	Dones	Total
12.438.180	8.648.605	21.086.785

A l'Any³

Un total de **21.086.785 persones** accedeixen al barri del Raval a l'Any, 12.438.180 homes i 8.648.605 dones.

² Les dades s'han extret fent la mitjana de la recollida d'informació entre el dilluns i el dissabte, de manera que no s'ha tingut en compte diumenge.

³ Dades Extretes a partir del comptatge ponderat en mesos, segons els nivells de venda dels comerços i serveis analitzats.



4.3.2. Gent per Punts d'Entrada Diürns

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

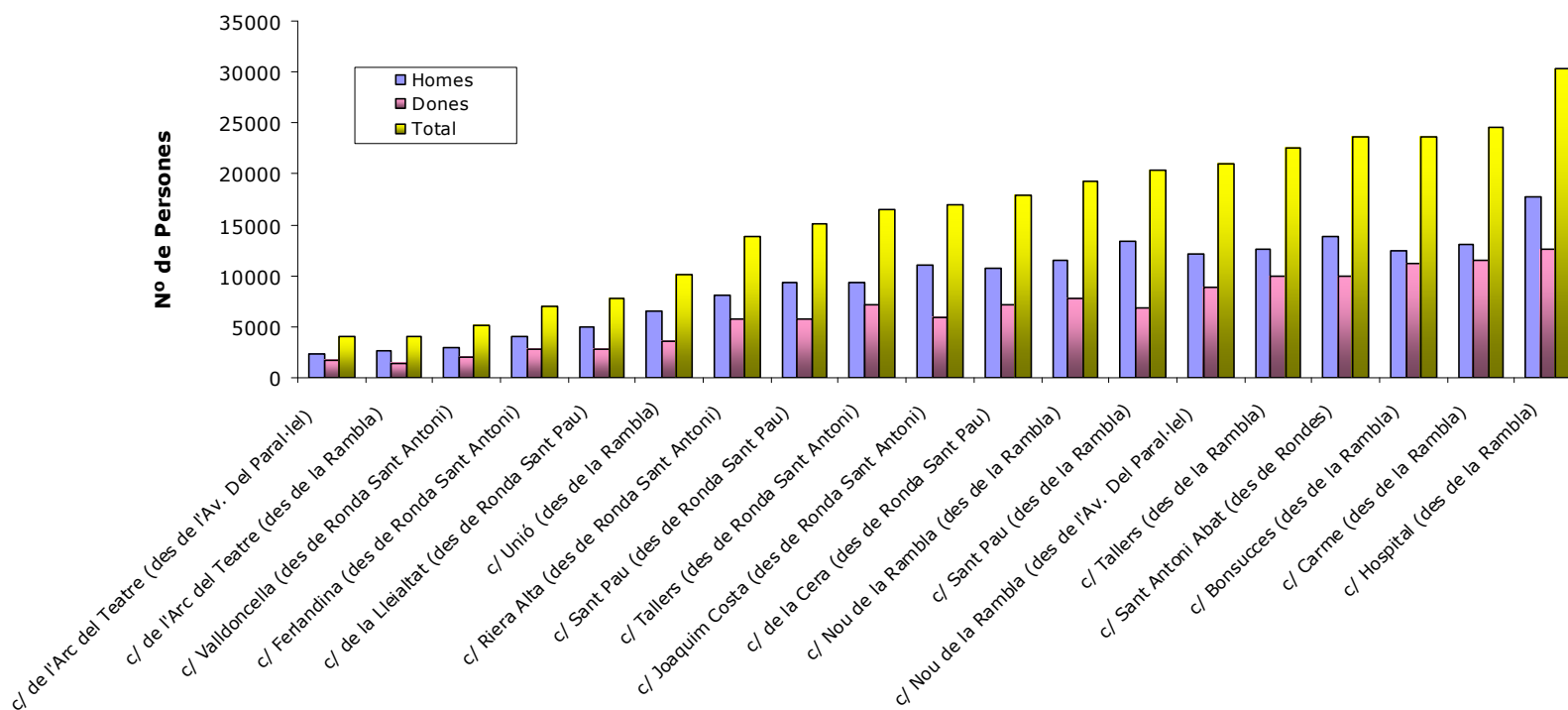
Així, al quadre i al gràfic següents es presenta el nombre de persones que han entrat al barri a cadascun dels punts, per jornades del dia (matí i tarda) i per gènere.

Nombre de persones a cadascun dels punts d'entrada del Raval en relació amb el tram horari i el sexe a la setmana

Zona	Lletra	Punt d'Entrada	MATÍ			TARDA			TOTAL		
			Homes	Dones	Total	Homes	Dones	Total	Homes	Dones	Total
Raval Nord	A	C. Tallers (des de la Rambla)	4712	3468	8180	7896	6412	14308	12608	9880	22488
	B	C. Tallers (des de Ronda Sant Antoni)	3712	2796	6508	5640	4334	9974	9352	7130	16482
	C	C. Ferlandina (des de Ronda Sant Antoni)	2100	1504	3604	1986	1362	3348	4086	2866	6952
	D	C. Riera Alta (des de Ronda Sant Antoni)	3424	2580	6004	4722	3164	7886	8146	5744	13890
	E	C. Bonsuccès (des de la Rambla)	5860	5096	10956	6658	6096	12754	12518	11192	23710
	F	C. Carme (des de la Rambla)	6808	6156	12964	6222	5404	11626	13030	11560	24590
	G	C. Valldonzella (des de Ronda Sant Antoni)	1228	908	2136	1770	1158	2928	2998	2066	5064
	S	C. Joaquim Costa (des de Ronda Sant Antoni)	3992	2292	6284	7106	3624	10730	11098	5916	17014
Raval Sud	H	C. Hospital (des de la Rambla)	9064	6384	15448	8704	6232	14936	17768	12616	30384
	I	C. Sant Antoni Abat (des de Rondes)	5948	4764	10712	7828	5142	12970	13776	9906	23682
	J	C. de la Cera (des de Ronda Sant Pau)	5592	3948	9540	5116	3214	8330	10708	7162	17870
	K	C. de la Lleialtat (des de Ronda Sant Pau)	2476	1400	3876	2482	1414	3896	4958	2814	7772
	L	C. Sant Pau (des de la Rambla)	6800	3684	10484	6652	3218	9870	13452	6902	20354
	M	C. Sant Pau (des de Ronda Sant Pau)	4772	3320	8092	4522	2492	7014	9294	5812	15106
	N	C. Unió (des de la Rambla)	3144	1696	4840	3378	1896	5274	6522	3592	10114
	O	C. Nou de la Rambla (des de la Rambla)	5764	3956	9720	5726	3840	9566	11490	7796	19286
	P	C. Nou de la Rambla (des de l'Av. Del Paral·lel)	5720	4440	10160	6394	4444	10838	12114	8884	20998
	Q	C. de l'Arc del Teatre (des de la Rambla)	1168	692	1860	1456	704	2160	2624	1396	4020
	R	C. de l'Arc del Teatre (des de l'Av. Del Paral·lel)	1320	1024	2344	1028	610	1638	2348	1634	3982



Gent a cadascun dels punts d'entrada del Raval en relació amb el tram horari i el sexe



Com es pot observar, la ubicació geogràfica d'un carrer (a la part Nord o Sud) no és un element que garanteixi l'entrada de gent. Les entrades més visitades són les del carrer Hospital, carrer Carme i Bonsucess des de la Rambla de les Flors, Sant Antoni Abat des de les Rondes, etc. Destaquen com a "punts negres" d'accessibilitat al barri, el carrer Arc del Teatre (tant des de l'Av. Paral·lel com des de la Rambla), Valldonzella i Ferlandina (des de la Ronda Sant Antoni), el carrer Lleialtat (des de la Ronda Sant Pau), el carrer Unió (des de la Rambla) i Riera Alta (des de la Ronda Sant Antoni).

4.4. Comparació amb altres Eixos Comercials

Eixos Comercials	Persones diàries	Visitants a l'any
La Rambla	213.973	78.100.165
Barna Centre	161.570	54.283,500
Cor d'Eixample	72.970	27.056.000
Sant Antoni Comerç	72.390	26.83.000
L'Eix Comercial del Raval	56.089	21.086.785
L'Eix Comercial de Sant Andreu	30.000	15.296.000
Cor d'Horta	28.000	9.680.800

Si es compara amb la resta d'eixos Comercials de Barcelona, l'Eix Comercial del Raval se situa en la cinquena posició pel que fa el nombre de visites anuals, essent més de 21 milions les persones que el visiten al llarg de l'any.

4.5. Conclusions

Recordant que en l'estudi d'aquest 2006 s'ha fet un anàlisi de les entrades diürnes, és a dir, no s'han comptabilitzat aquelles persones que venen al barri per la nit.

S'han de tenir em compte altres elements d'atracció que té el barri com l'Oci Nocturn o el clúster cultural⁴ existent i que, per tant, la gent que entra en el tram horari esmentat i que gaudeix dels Centres Culturals⁵ no ha estat comptabilitzada. És per aquestes raons, que s'ha de remarcar que la xifra total de persones que entren al Raval és en realitat més elevada. Realitzant una aproximació es valora que, com a mínim, s'incrementaria la xifra de persones anuals que hi entren al barri en 4 milions⁶. Així, es podria afirmar que el còmput total superaria els **25 milions de persones/any**.

Així, es pot concloure que el Raval rep un volum considerable de persones tenint en compte el seu abast territorial (1,09 km²).

⁴ Clúster Cultural: ubicat principalment a la part Nord del barri i format pel CCCB, MACBA, FAD, CERC, CIDOB.

⁵ Sense anar més lluny, el CCCB rep cada any més de 300.000 visites relacionades amb els seus cursos, exposicions i activitats. Entre aquests últims, trobem el Festival del Sonar amb més de 35.000 visites l'any 2006.

⁶ Al no tenir proves estadístiques però, aquesta és una suposició extreta de l'anàlisi posterior de la Demanda en que s'observa una afluència considerable de gent que visita el barri per la nit.

5. La Demanda

5. 1. Introducció

S'entén per demanda, al conjunt de persones que estan disposades a consumir bens o serveis a un preu i lloc concret, per tal de satisfer (parcial o totalment) les seves necessitats¹.

El consumidor és, per tant, l'eix principal al voltant del qual giren les activitats econòmiques i comercials que s'implanten en un territori. És per aquest motiu que, en aquest apartat, s'efectua un anàlisi en profunditat de la demanda al Raval. Per tal de contextualitzar les dades, es realitza una primera aproximació als hàbits de consum i les característiques de la demanda de Barcelona, a través de diverses fonts secundàries (estudis elaborats per l'Ajuntament de Barcelona, etc.).

Seguidament, i per tal de conèixer el perfil del públic potencial del Raval, es descriu i s'estudia l'estat de la demanda del barri i les característiques de la gent que el visita i hi compra (per quin motiu entra, quins són els tipus d'establiments més freqüentats, quines són les zones preferides, com percep l'oferta comercial, quina és la seva disposició i com influeix la percepció del barri en les seves decisions).

5.1.1. Objectius

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

Els **Objectius concrets** són els següents:

1. Observar i definir la tipologia de públic que freqüenta el Raval (en general i per zones) i quantificar els consumidors del comerç del barri i/o usuaris de serveis.
2. Conèixer el comportament i el perfil del consumidor del barri del Raval de manera general i per àrees.
3. Estudiar com es distribueix la demanda del barri entre els principals sectors de l'Oferta Comercial: el comerç minorista i els serveis.
4. Analitzar quina és la imatge percebuda del barri (en relació a la neteja, la seguretat, l'accessibilitat i la diversitat cultural) i de la seva estructura comercial.
5. Saber quin és el mitjà de transport més utilitzat per arribar al Raval.
6. Conèixer els "punts forts" del comerç del barri des del punt de vista dels consumidors.
7. Detectar la demanda , de la gent que es troba al barri, del Mercat de Sant Antoni i del Mercat de la Boqueria .
8. Observar quina és la demanda de l'Oci Nocturn del Raval.

¹ Font: **Diccionari d'Economia**, Tercera Edició, de Andrade Simón, Editorial Andrade, Pàg. 215.

5. 2. Metodologia

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

Àmbit Territorial: El Raval

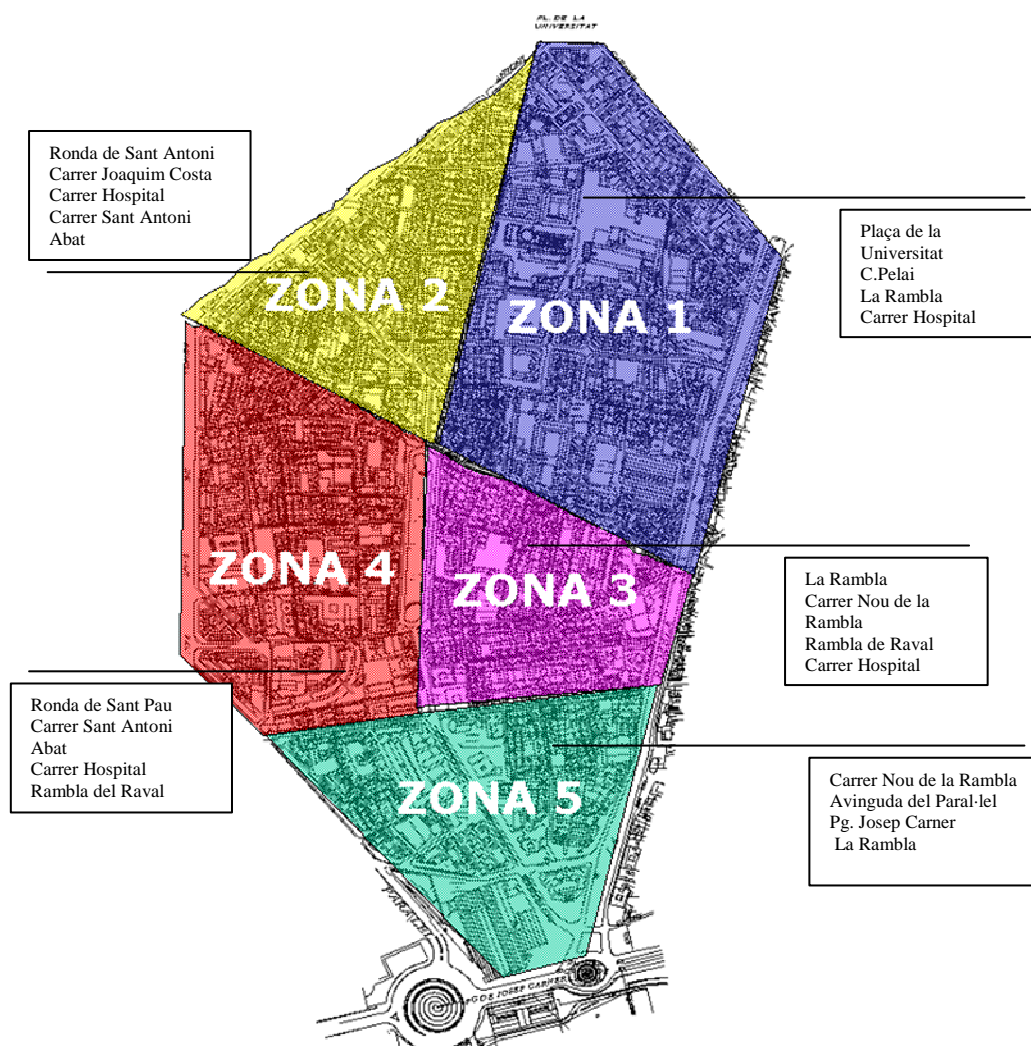
Tal i com es refereix a la introducció d'aquest estudi, les influències externes (proximitat a la Rambla ,al Paral·lel i Rondes) i internes (equipaments culturals, serveis socials...) incideixen enormement en la vida del barri tot i que el grau d'incidència varia segons la zona en la que es trobin.

Dins del Raval es distingeixen dues àrees, la Nord i la Sud, donat que existeixen diferències en les característiques comercials i urbanístiques, degut a l'impacte sobre el territori de la instal·lació de Centre Culturals importants.

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

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

Els límits de les àrees comercials esmentades són:



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

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

Disseny de la Mostra: Aplicació de la tècnica de mostreig aleatori estratificat prenent les 5 zones esmentades del barri del Raval. A més a més, s'han realitzat en 3 trams horaris diferents (matí, tarda, nit).

Efectiu de la mostra i error Mostral: El nombre de persones entrevistades ha estat de 754, seleccionades aleatòriament dins de cada una de les seccions (zones). El Marge d'error per al conjunt de la mostra és de $\pm 3,8\%$, per a un nivell de confiança del 95,5% (2 sigmes) i sota el supòsit de màxima indeterminació. A la taula adjunta es presenta la distribució de la mostra per zones i trams horaris.

Distribució de la mostra per zones i trams horaris

		Matí	Tarda	Nit	TOTAL
Raval Nord	zona 1	67	61	31	159
	zona 2	57	59	30	146
	TOTAL	124	120	61	305
Raval Sud	zona 3	62	58	27	147
	zona 4	60	62	30	152
	zona 5	60	60	30	150
	TOTAL	182	180	87	449
TOTAL		306	300	148	754

Qüestionari²: El qüestionari és personal i inclou 17 preguntes. Totes les preguntes (exceptuant l'edat) són tancades o semi-tancades (algunes amb possibilitat de resposta múltiple). La durada mitjana per entrevista ha estat de 12 minuts aproximadament.

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

Camp de les variables: De dues tipologies,

- a. **Variables Territorials.** Són les **Zones del Raval**, és a dir, les 5 àrees específiques a on es troba la gent en el moment de ser enquestada, *zona 1, zona 2, zona 3, zona 4 i zona 5.*
- b. **Variables Temporals.**
 - **Dia de la Setmana.** Variable que agrupa els diferents dies de la setmana (en que es van realitzar el treball de camp) en dues categories; *de dilluns a dimecres i de dijous a dissabte.*
 - **Franja Horària.** Variable que descriu en tres grups el moment de realització de l'enquesta: *Matí, Tarda i Nit.*

² Vegeu Annex Núm. 3, pàg. 354-356

c. Variables Individuals.

- **Edat.** Variable generada a partir de l'edat que tenen en el moment de l'enquesta. S'han classificat en tres grups; *Menors de 35 anys, entre 35 i 50 anys i majors de 50.*
- **País d'Origen.** Variable que fa referència al lloc de naixement de l'entrevistat i que s'agrupa en sis categories; *Autòcton, UE³, Europeus no comunitaris, Àfrica, Amèrica i Àsia o altres.*
- **Nivell d'Estudis.** Variable agrupada a partir del nivell d'estudis finalitzats. Hi ha 8 categories; *Sense estudis, Primaris Incomplet, Primari Complet (EGB o Batxiller Elemental), Estudis Professionals (FP, Mòduls,...), ESO, BUP/Batxiller Superior/FP2 o COU, Diplomats/Enginyers Tècnics i Llicenciats/Enginyers Superiors/Màster/Doctorat.*
- **Situació Laboral / Activitat de l'entrevistat.** Variable agrupada a partir de la categoria declarada. Té també 8 categories; *Treballa, Estudia, Estudia i Treballa, Mestressa de casa, Jubilat/Pensionista, A l'atur amb prestació, a l'atur sense prestació i Altres.*
- **Lloc de Residència.** Variable que fa referència al lloc on resideixen. S'han classificat en sis categories genèriques, algunes de les quals consten de subcategories; *Barri del Raval* (amb les subcategories: zona 1, zona 2, zona 3, zona 4 i zona 5, que corresponen a les mateixes categories de la variable "Zones del Raval"), *Barcelona Ciutat* (especificada pels 10 districtes que té la ciutat), *la Resta de la Província de Barcelona* (amb especificació de municipis), *La Resta de Catalunya* (per províncies), *la Resta d'Espanya* (per Comunitats Autònomes) i *els Estrangers* (per països).

d. Variables Generals.

- **Motiu pel qual es troba al Raval.** Variable agrupada a partir de la categoria declarada. Consta de 7 categories; *Estic de pas en direcció a casa, Estic de pas en direcció a la feina, Passeig/Lleure/Turisme, Compres quotidianes/habituals, Compres especials/puntuals, Oci Nocturn i Altres.*
- **Mitjà o Mitjans de transport amb que ha vingut al barri.** Variable que s'agrupa en; *A peu, Bus Urbà, Bus del Barri, Metro, Tren/RENFE, Ferrocarril de la Generalitat, Taxi, Cotxe particular, Moto, Bicicleta i altres.*

e. Variables de Coneixement i Valoració del Raval.

- **Grau de Coneixement del Barri del Raval.** Variable que defineix el nivell de coneixement del barri a partir de les respostes dels individus en les diferents categories; *El conec Molt, El conec Bastant, El conec Una Mica, No el conec Res.*
- **El conjunt de les 4 variables Valoratives (Valoració de la Neteja, Valoració de la Seguretat, Valoració de l'Accessibilitat i Valoració de la Diversitat Cultural).** Aquestes quatre variables s'utilitzen, per a avaluar els diferents aspectes, mitjançant els següents posicionaments; *Bé, Regular o Malament.*

³ Abans de l'ampliació de la UE (desembre 2006).

f. Variables relacionades amb la Demanda.

- **Compra i/o utilitza serveis al barri.** Variable que agrupa i desmarca la gent que compra i/o utilitza serveis al barri del Raval de la resta. Les categories utilitzades són *Si i No*.
 - **Assiduitat en la Compra i/o utilitza serveis al barri.** Variable que agrupa les possibles opcions de freqüència en que la gent diu que acostuma a comprar i/o utilitzar serveis al Raval. Aquestes categories són *Diàriament, 2 o 3 vegades a la setmana, una vegada a la setmana, Cada 15 dies, Mensualment, Cada 2-3 Mesos, Ocasionalment i És el primer Cop que vinc*.
 - **Zones de Compra i/o Utilització de Serveis.** Variable que fa referència a la zona o les zones en que compra i/o utilitza serveis del barri. Per aquesta variable s'utilitzen 7 categories. Per un costat tenim les 5 zones en que s'ha fraccionat la mostra (*zona 1, zona 2, zona 3, zona 4 i zona 5*) i després trobem la opció del *Mercat de la Boqueria* a part. Hi ha una última opció, en cas de que una persona respongués que compra i/o utilitza serveis a cadascuna de les 5 zones amb la categoria *Per tot el Barri* (en aquest cas no es marca cap de les altres 5 zones a part).
 - **Establiments Comercials.** Variable amb més d'una resposta possible, que pren com a categories els vuit sectors del Comerç Minorista; *Alimentació, Tèxtil/Calçat i Pell, Parament de la Llar, Oficina i Mecànica de Precisió, Llibres i Diaris, Productes Químics i Farmacèutics, Material de Transport i Altres Establiments Comercials*. El fet de marcar una categoria significa que acostuma a comprar a establiments d'aquest tipus al barri.
 - **Serveis.** Variable amb més d'una resposta possible, que pren com a categories els 8 sectors dels Serveis *Restaurants/Bars i Hotels, Reparacions, Transports i Comunicacions, Finances i Assegurances, Manteniment/Neteja i Protecció, Ensenyament i Sanitat i Assistència*. Al igual que amb l'anterior variable, si es marca l'opció vol dir que acostuma a utilitzar aquest/s servei/s al barri.
 - **Compra al Mercat de Sant Antoni.** Variable que agrupa aquelles persones que compren al Mercat de Sant Antoni i els que no per separat. Les categories són *Si i No*.
 - **Oci Nocturn al barri del Raval.** Aquesta variable agrupa a les persones, depenent de si gaudeixen de l'Oci del barri i de la freqüència amb que ho fan; *Si (amb freqüència, de tant en tant i molt esporàdicament) i No, Mai*.
- g. Variables relacionades amb l'Oferta.** Aquí es passa a efectuar una **valoració dels diferents aspectes del comerç del barri**. Hi ha per tant, un conjunt de variables que són números del 0 al 10 per jutjar i valorar diversos aspectes de l'Oferta comercial. Aquestes variables són la Qualitat dels productes, el Tracte Personal, el Preu dels Productes, l' Ambient i la decoració de les botigues, la Garantia dels productes, la Facilitat de pagament, la Imatge Exterior, Els productes es poden veure i tocar, la Informació visible del preu, l'Amplitud d'horaris, el Servei a Domicili, Hi ha Oferta Especialitzada, Hi ha Oferta de marques conegudes i la Diversitat de l'Oferta.

Calendari: El Treball de Camp es va realitzar del 20 al 25 de novembre de 2006. El lliurament de les dades del treball de camp va ser el 4 de desembre. La gravació i depuració de la base de dades data del 5 al 22 de desembre i l'anàlisi de resultats s'ha portat a terme durant el mesos de febrer-març 2007.

Entitat / empresa executora: El disseny de l'enquesta, la gravació i depuració de la base de dades i l'anàlisi de resultats l'ha portat a terme la *Fundació Tot Raval*. El Treball de Camp l'empresa *Clau Consultors*.

5. 3. Dades de la Demanda

Hi ha dos factors principals que incideixen en la Demanda de productes i serveis comercials que fan els consumidors⁴:

- a) Els Hàbits de Consum, que determinen el volum i el tipus de productes consumits.
- b) El Comportament o Actitud davant l'acte de compra, que fa referència a la necessitat d'oferir serveis comercials associats a l'acte de la compra (mitjà de pagament, tracte personal,...).

Dintre de la dinàmica de la demanda i a partir d'aquests elements, es configuren dues tendències de consum clarament diferenciades que deriven en importants conseqüències sobre la planificació de l'Oferta.

Per un costat, existeix un **Consumidor Modern** prototípic. Que acostuma a ser una persona de renda mitjana, mitjana-alta que concep les compres com una activitat integrada al seu temps d'oci. Aquest consumidor, valora molt l'agilitat i rapidesa en les compres, acostumant a ésser exigent amb el que consumeix. És el cas, per exemple, de les parelles joves en les que treballen tots dos membres. Aquests consumidors són clients potencials dels grans centres comercials i grans superfícies, així com mercats municipals o botigues especialitzades caracteritzades per una major qualitat.

Per altre banda, existeix el denominat **Consumidor Tradicional**. Persones de mitjana i avançada edat, amb un nivell de renda mitjà-baix o baix, poc exigents –en general- respecte al que consumeixen i, en el cas de la gent gran, amb mobilitat reduïda. En aquest cas, el determinant del consum acostuma a ser el preu, de manera que també poden ser atrets per les grans superfícies. No obstant, per les compres a diari acudeixen als comerços tradicionals més propers.

Cada cop més, es distingeix una tipus de consumidor que segueix la primera tendència. Tot i així, a àrees molt determinades (com són nuclis rurals, poblacions petites o bé centres de ciutat), on es va produint un envelliment de la població, es manté la segona tendència.

Tanmateix, existeixen diferents Actituds de Compra:

1. "Anar a Comprar", és a dir, desplaçar-se a comerços o zones comercials, per realitzar les compres de primera necessitat. El factor fonamental que determina aquest acte de compra és la proximitat/accessibilitat del comerç i el factor temps, de manera que es valora la no existència de interferències en la compra. Els comerços de proximitat i les grans superfícies comercials responen a aquest model.
2. "Anar de Compres", concepte molt més relacionat amb l'aspecte lúdic de l'acte de compra. El factor determinant en aquest cas incideix en la concentració comercial i la possibilitat de disposar d'activitats d'oci i complementàries (restauració, espectacles, etc.). En aquest cas, les zones de centralitat comercial (centres històrics "renovats", com és el cas del RAVAL, i centres comercials) adquireixen tot el protagonisme.
3. "Compra d'Impuls". Fa referència a l'acte de compra no planificat, que sorgeix per l'atracció que en un determinat moment pot exercir un comerç i la seva oferta sobre el consumidor, essent la imatge i la qualitat

4 Font: Curs de suport al Comerç Local. *Associació Catalana de Municipis*, 1998 D'Aleph.

els factors clau en aquesta oportunitat. Pot correspondre amb qualsevol de les tipologies comercials anteriors, tot i que també sol ser més freqüent en situacions de centralitat comercial. De manera que el Raval té tots els números per ser una zona de referència respecte aquest tipus de compra.

A continuació, es mostren les dades generals relatives a l'estat de la demanda a l'Estat Espanyol, Catalunya, Barcelona i el Districte de Ciutat Vella, per tal de conèixer aquestes característiques i poder realitzar un anàlisi comparatiu amb les dades específiques del Raval.

5.3.1. Dades Generals

A l'Estat Espanyol, la despesa total de consum de les llars va créixer un 6,4% interanual en el quart trimestre de 2005. Tant a Catalunya com a la resta de l'Estat, gairebé el 19% de la despesa s'ha destinat a la compra d'aliments, begudes i tabac. El total de la despesa mitjana per persona ha estat de 2.275 € a Catalunya i de 2.164 € a l'Estat espanyol⁵.

Durant l'any 2002 la despesa per habitant a Barcelona es situa en els 3.700 € anuals i es distribueix equitativament entre els béns d'alimentació i la resta de productes⁶

L'evolució de la despesa a tota la ciutat entre l'any 1996 i el 2002 es situa a l'alça amb un creixement interanual del 3'8%.

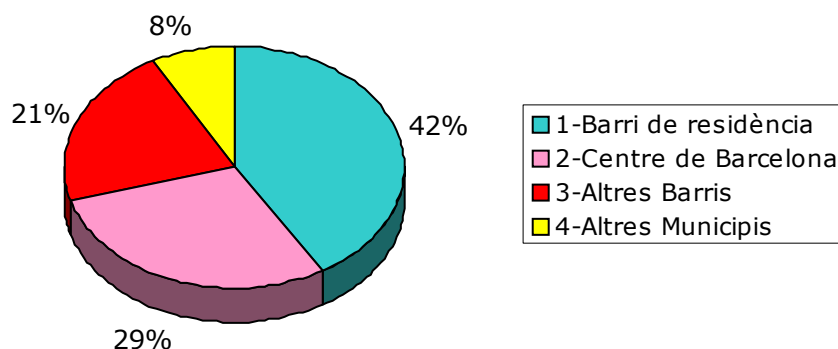
En quant al **lloc de compra**:

	1-Barri de residència	2-Centre de Barcelona	3-Altres Barris	4-Altres Municipis
Alimentació fresca	95	7	15	4,5
Alimentació envasada	91,15	5,2	11,2	3,9
Pa- Pastisseria	97,1	2,6	4,5	1,6
Drogueria - Perfumeria Farmàcia - Herbolari	94,5	6,1	10,6	2,7
Equipament Personal	63	57,3	25,8	4,6
Equipament de la Llar	60,3	28,2	22,4	9,4
Cultura - Oci	60,3	34,3	13,8	2,5
Altres Articles de compra personal	28,5	22,6	11,8	2,1
<i>Total Béns Diaris</i>	<i>99,5</i>	<i>14</i>	<i>23,6</i>	<i>7,7</i>
<i>Total Béns Ocasional</i>	<i>88,2</i>	<i>68,7</i>	<i>43,2</i>	<i>14,3</i>
Total Béns	99,7	70,2	51,6	19,3

5 FONT: INE 2005.

6 Estudi d'hàbits de compra, fluxos d'entrada i atractivitat comercial de la ciutat de Barcelona, Ajuntament de Barcelona, Comerç i Consum, Any 2003.

Lloc de Compra



La majoria de les compres, sobre tot les dels bens diaris, es realitzen al barri de residència. Tanmateix, s'ha observat una importància considerable del centre de Barcelona com a espai per a realitzar les compres en general.

En quant als grups d'edat que destaquen en les compres dins del barri de residència - referides a l'equipament personal i de la llar- les persones de més de 55 anys i les de classe baixa-mitjana/baixa són en les que més s'observa aquest comportament.

La tipologia d'establiment que resulta més visitat és la botiga especialitzada de carrer, amb més de 10 visites al mes, seguides del supermercat, el mercat, el descompte i l'autoservei⁷.

En el moment d'efectuar les nostres compres no realitzem cap altra activitat lúdica, tot i que tenim en compte les activitats d'oci i les passejades. En aquest punt doncs, cal tornar a destacar la importància de l'urbanisme existent, tenint en compte que determina la primera imatge que rep i assimila el consumidor. Una imatge que es troba estretament lligada al concepte de seguretat i al de comoditat.

Tal i com s'ha comentat a l'inici d'aquest Estudi, el caràcter històric del Raval i les connotacions negatives que l'envolten, influeixen no només en la percepció que tenen els compradors potencials vers el barri sense haver-lo visitat, sinó que també en la creació de prejudicis i estereotips de caràcter general que s'estenen ràpidament i resulten nefastos pel Raval, els seus habitants i el seu comerç.

Per una altra banda, i en referència als habitants del barri, l'estudi dels hàbits de compra elaborat per l'Ajuntament de Barcelona -Comerç i Consum- revela que l'evolució de l'oferta comercial (tant pels béns diaris com pels ocasionals) durant els darrers 3-5 anys és de millora lleugera⁸.

Per tal de corroborar tots aquestes observacions s'exposen a continuació el resultat d'una sèrie d'enquestes realitzades l'any 2000 per l'Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona:

⁷ Idem nota 37.

⁸ Idem nota 37.

CONSUM FAMILIAR		
Hàbits de compra dels membres de la llar. 2000		
	BARCELONA	Ciutat Vella
Persones entrevistades	2.032	104
Aliments envasats		
Mateix barri	89,9	89,4
Centre del municipi	0,7	2,9
Altres barris del municipi	4,1	4,8
Altres municipis	2,1	0,0
Indistintament	2,8	1,0
NS/NC	0,4	1,9
Vestit i calçat		
Mateix barri	50,9	70,2
Centre del municipi	21,6	18,3
Altres barris del municipi	7,6	4,8
Altres municipis	1,1	0,0
Indistintament	18,1	4,8
NS/NC	0,6	1,9
Periodicitat en la compra principal d'aliments de la llar		
Cada dia	12,9	20,2
Cada dos o tres dies	32,3	42,3
Una vegada a la setmana	45,4	29,8
Una o dues vegades al mes	3,8	1,0
Sense periodicitat fixa	1,9	2,9
NS/NC	3,7	3,8
Tipus d'establiments on es fa la compra habitual d'aliments frescos		
Mercat municipal	56,9	81,9
Botiga tradicional	15,6	7,6
Supermercat	20,8	7,6
Hipermercat	2,1	1,0
Mercat ambulant	1,1	0,0
Indistintament	3,3	1,0
NS/NC	0,2	1,0
Tipus d'establiments on es fa la compra habitual d'aliments envasats		
Supermercat	80,9	67,6
Hipermercat	8,4	5,7
Botiga tradicional	3,4	8,6
Mercat municipal	3,8	12,4
Mercat ambulant	0,0	0,0
Indistintament	2,7	1,0
NS/NC	0,6	4,8
Procediments de pagament utilitzats (1)		
Pagament a terminis	12,9	12,5
Targeta de crèdit o de pagament	53,4	66,7
Targeta cooperativa	2,4	1,0
Modalitats de compra (1)		
Servei a domicili	18,7	15,4
Compra per catàleg o correu	7,3	5,8
Compra directa a pagesos	8,0	10,5
Consum de productes no comprats	6,9	5,7

Nota: Enquesta realitzada a una mostra representativa de la població major de 18 anys.

(1) Percentatges referits al total de la població de cada àmbit territorial.

Font: Enquesta de la Regió de Barcelona, 2000. Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.



Com es pot observar, els hàbits de compra no han variat substancialment i es troben estretament lligats a l'Oferta Comercial ubicada al Districte. Així doncs, l'existència de Mercats Municipals a l'abast dels seus habitants i la proximitat al centre comercial de Barcelona fa pensar en els resultats obtinguts dins del Vestit i el Calçat: un 70'2% dels enquestats fan les seves compres dins de Ciutat Vella.

Tenint en compte que la majoria d'establiments dedicats al calçat i al vestir del barri del Raval es troben situats a la seva perifèria, es dedueix que les dades que s'ofereixen poden fer arribar al lector a conclusions errònies.

La multitud d'ofertes amb caràcter de proximitat i de costos baixos (Barnacentre i les grans empreses dedicades al món de la moda) han provocat dos tipus de situacions:

- El desenvolupament escàs d'aquesta tipologia d'establiments (vestit i calçat) dins del barri.
- L'aparició de botigues que presenten un producte més elaborat i amb un cost que no es troba a l'abast de la majoria d'habitants del barri (Parlem de les botigues situades sobre tot a la part nord del Raval a la "Zona Macba").

Els establiments alimentaris i els serveis destinats a les persones d'origen Estranger (restaurants, bars, perruqueries i locutors principalment) es caracteritzen per la seva concentració a determinats espais del barri.

Aquest tipus de comerç no es constitueix com a element d'atracció per als consumidors en general i pot ser (si no es controla seva ubicació) un element negatiu en la construcció del barri. Es pot derivar en la creació d'un gueto dins del mateix barri (Raval Sud) a on la salut comercial en general és bona en determinades zones.

Aquest mateix factor cal destacar-ho en referència a tots aquells establiments i serveis que exclueixen, per l'elevat cost del seu producte i/o servei, a la majoria de persones (residents o no) amb una capacitat econòmica mitja-baixa.

Cal destacar però, que resulta de vital importància la permanència d'ambdues modalitats comercials per tal de no perdre la mixicitat i l'equilibri necessaris per al bon desenvolupament del Raval.

Tot i que les dades adjuntades i referents al consum familiar són de caràcter general, són indicatives de l'estat actual de la demanda al barri, tot tenint en compte que una de les principals característiques d'aquest Districte és la seva localització geogràfica (factor que incideix en els hàbits de compra de tots els habitants de Ciutat Vella en general).

Si més no, es tracta d'una primera aproximació servirà per a analitzar a continuació l'estat de la demanda al barri del Raval.

5.3.2. Dades extretes del Treball de Camp

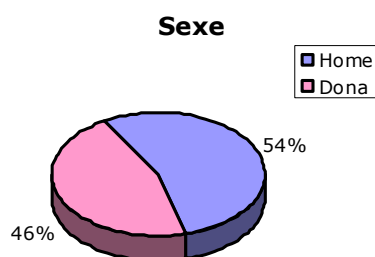
Abans de mostrar les dades i les conclusions específiques, per zones i subzones, s'ofereix una visió genèrica de les respostes obtingudes del total de persones enquestades segons els diferents indicadors⁹.

5.3.2.1. Dades Generals del Raval

Les variables analitzades han sigut el Sexe, l'Edat, el País o Zona d'origen, el Nivell d'Estudis, l'Activitat de l'Entrevistat, el Lloc de Residència, el Motiu de trobar-se al barri, el Mitjà de Transport utilitzat, el Grau de Coneixement i Valoració del Raval, l'Estat de la Demanda al barri, el Perfil dels demandants del Raval, la Valoració de l'Oferta Comercial, la Demanda del Mercat de Sant Antoni i la de l'Oci Nocturn.

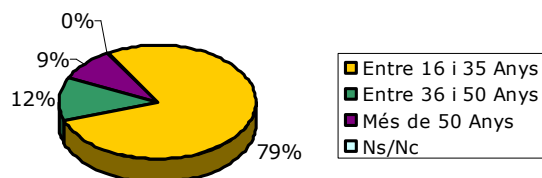
1. Sexe

El percentatge de dones que entra al Raval és lleugerament inferior al d'homes.



2. Edat

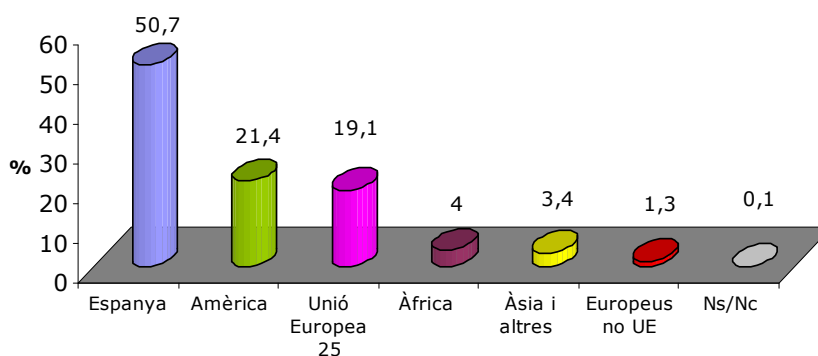
Per grups d'edat, destaca l'elevat percentatge de persones relativament joves, entre els 16 i els 35 anys.



3. País o Zona d'origen

Del total d'enquestats, gairebé un 51% són Autòctons. En canvi, els Immigrants Comunitaris i els Americans representen un 19 i un 21% respectivament. De la resta d'Immigrants No Comunitaris, destaquen els provinents de l'Àfrica i l'Àsia per sobre dels Europeus No Comunitaris.

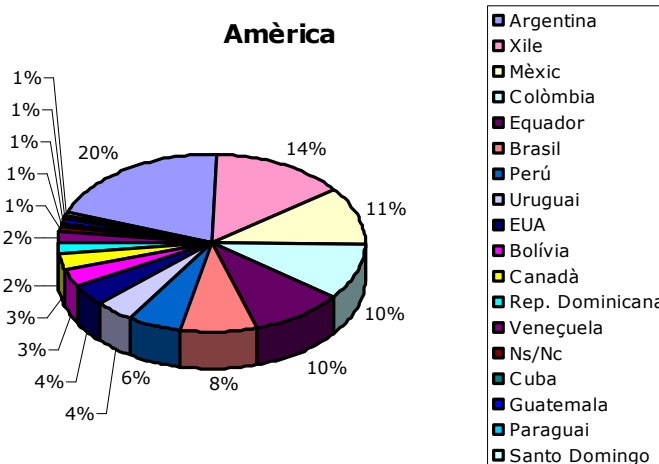
País / Zona d'Origen



⁹ Veure pàg. 263-265

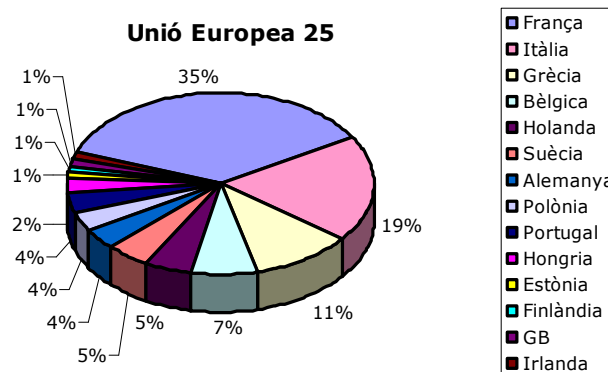
Per ordre de representativitat, les nacionalitats amb més presència del públic estranger són:

Amèrica	%
Argentina	19,9
Xile	14,3
Mèxic	10,6
Colòmbia	9,9
Equador	9,9
Brasil	8,1
Perú	5,6
Uruguai	4,3
EUA	3,7
Bolívia	3,1
Canadà	3,1
Rep. Dominicana	1,9
Veneçuela	1,9
Ns/Nc	1,2
Cuba	0,6
Guatemala	0,6
Paraguai	0,6
Santo Domingo	0,6
Total	100



Del continent americà, hi ha una majoria d'argentins, xilens i mexicans.

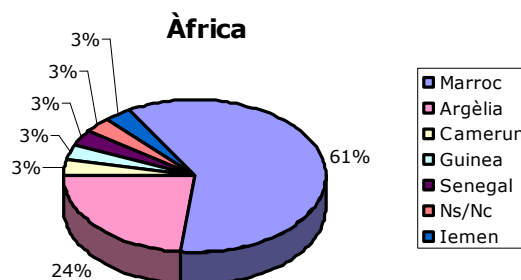
Unió Europea 25	%
Ns/Nc	41,7
França	20,8
Itàlia	11,1
Grècia	6,3
Bèlgica	4,2
Holanda	2,8
Suècia	2,8
Alemanya	2,1
Polònia	2,1
Portugal	2,1
Hongria	1,4
Estònia	0,7
Finlàndia	0,7
GB	0,7
Irlanda	0,7
Total	100



Dels visitants del Raval procedents de la UE, la gran majoria dels que contesten són de procedència Francesa o Italiana. Queden en un lloc més modest, tot i que per sobre dels altres països, els d'origen Grec o Belga



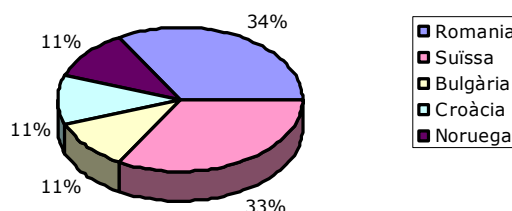
Àfrica	%
Marroc	60,0
Argèlia	23,3
Camerun	3,3
Guinea	3,3
Senegal	3,3
Ns/Nc	3,3
Iemen	3,3
Total	100



La majoria dels enquestats provinents de l'Àfrica són del Marroc, tot i que destaquen una mica per sobre de la resta de països els de procedència argelina.

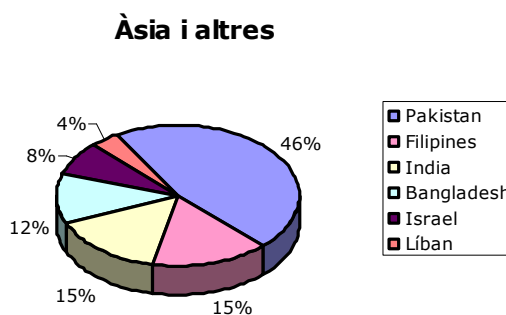
U. Europea (No Comunitària)	%
Romania	33,3
Suïssa	33,3
Bulgària	11,1
Croàcia	11,1
Noruega	11,1
Total	100

U. Europea (No Comunitària)



De les persones enquestades de països europeus no comunitaris, hi ha hagut un major nombre de respostes de les procedents de països de l'Europa de l'Est.

Àsia i altres	%
Pakistan	46,2
Filipines	15,4
Índia	15,4
Bangladesh	11,5
Israel	7,7
Líban	3,8
Total	100

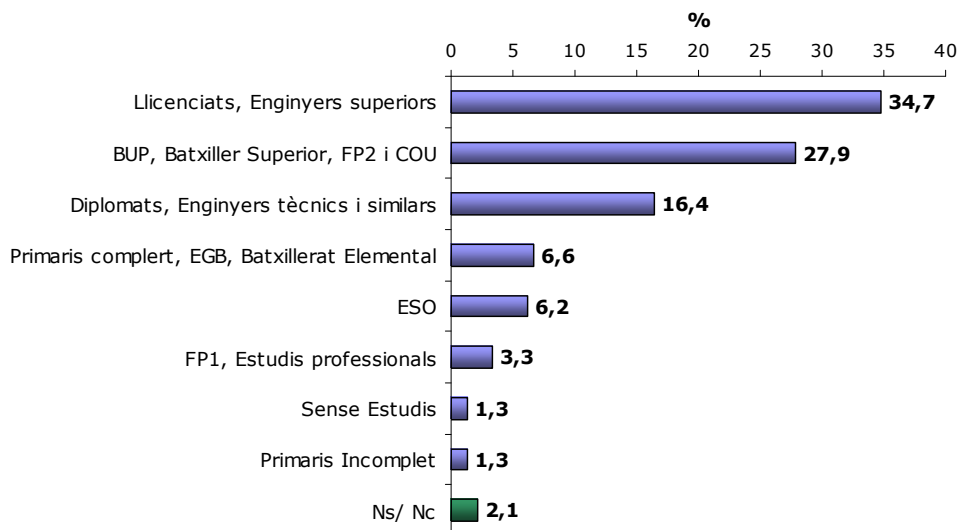


Dins de les persones d'origen asiàtic, hi ha un grau elevat de contestacions dels que són de l'oest asiàtic: Pakistan, Índia i Bangladesh.

4. Nivell d'estudis

Una gran part dels visitants del barri (79%) tenen estudis equivalents al Batxillerat o Superiors.

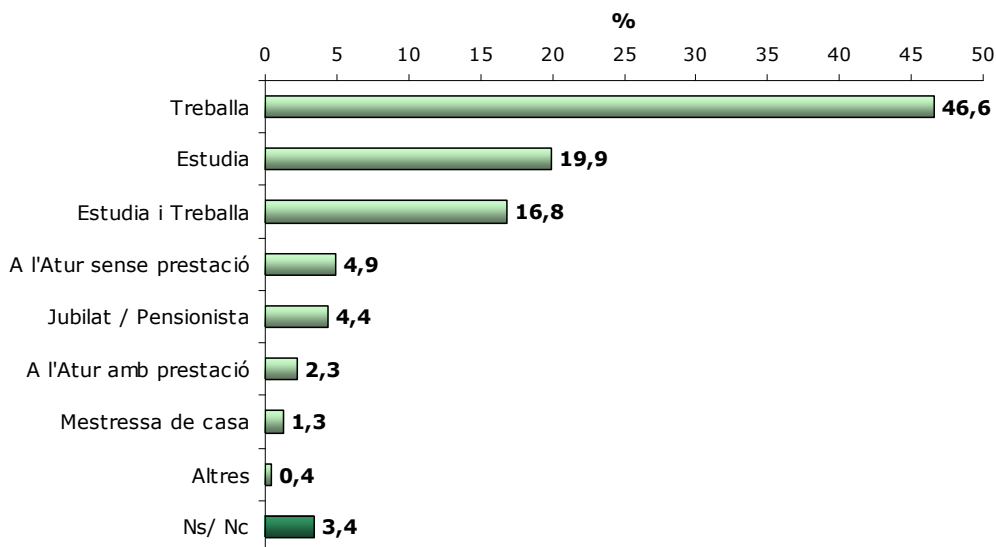
Nivell d'Estudis



5. Activitat de l'entrevistat

El 63'4% del total, com a mínim treballa. D'aquests, un 16'8% ho combinen amb l'estudi. El total de les persones que només estudien és del 19'9%.

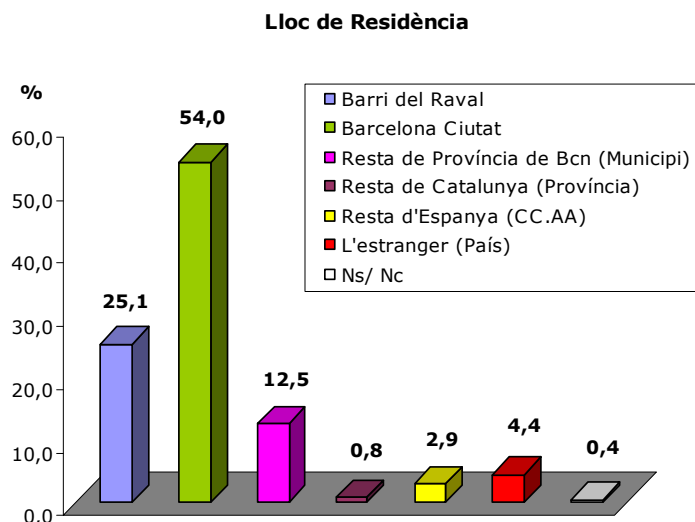
Activitat





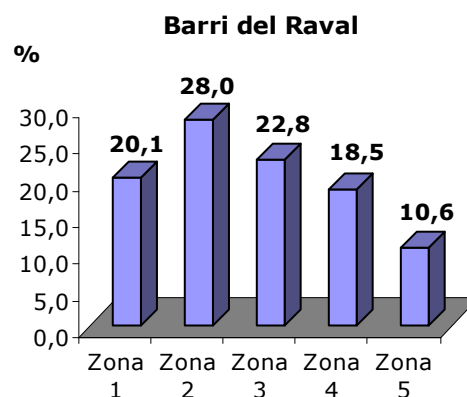
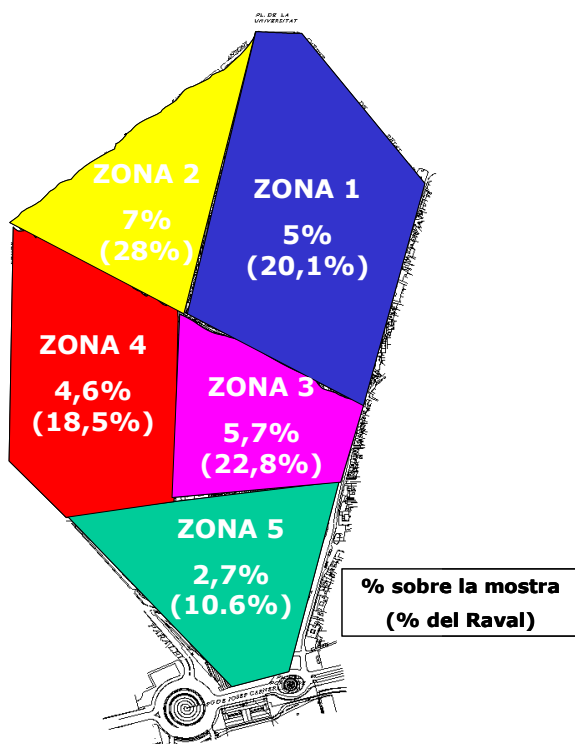
6. Lloc de Residència

En el moment de la realització de les enquestes, la majoria de persones que es trobaven al Raval són residents de Barcelona Ciutat (sense tenir en compte el barri). Els habitants del barri ocupen la segona posició seguits dels d'altres municipis de la província de Barcelona. Aquest tres grups són els més significatius.



A continuació s'explicita el pes específic tenen cadascuna de les residències dels entrevistats, respecte al total de la mostra. Tanmateix, s'estudia quina és la seva distribució interna (per zones del Raval, districtes de Barcelona, municipis de la resta de la província de Barcelona, províncies de Catalunya, comunitats autònomes d'Espanya i països de l'estranger).

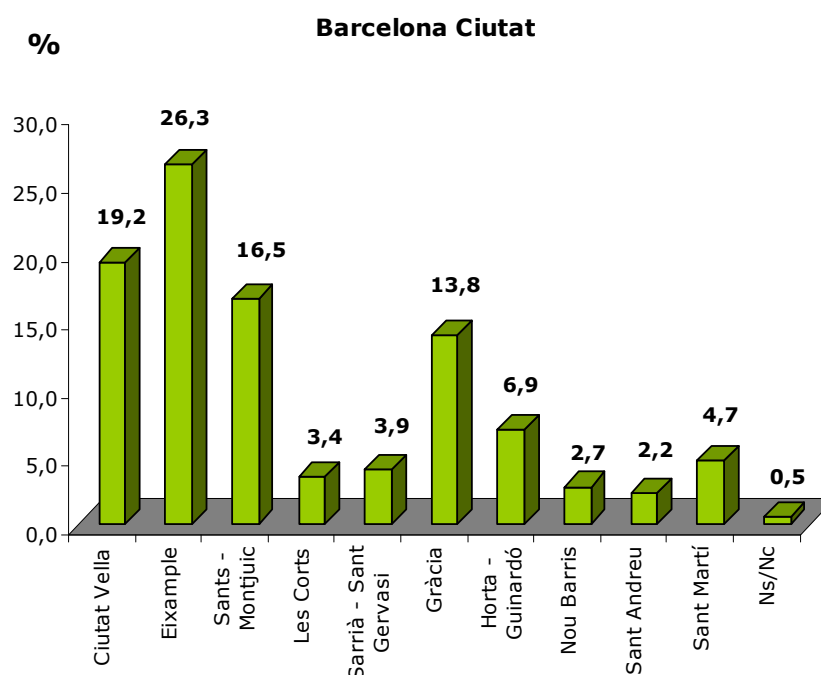
PES I DISTRIBUCIÓ DEL RAVAL (PER ZONES)



A excepció dels que viuen a la Zona 5, la resta de zones mostren cert equilibri, destacant els residents de la Zona 2.

PES I DISTRIBUCIÓ DE BARCELONA CIUTAT (PER DISTRICTES)

Barcelona Ciutat	% sobre mostra	% de Bcn ciutat
Ciutat Vella ¹⁰	10,3	19,2
Eixample	14,2	26,3
Sants - Montjuïc	8,9	16,5
Les Corts	1,9	3,4
Sarrià - Sant Gervasi	2,1	3,9
Gràcia	7,4	13,8
Horta - Guinardó	3,7	6,9
Nou Barris	1,5	2,7
Sant Andreu	1,2	2,2
Sant Martí	2,5	4,7
Ns/Nc	0,3	0,5
Total	54,0	100



Els residents del Districte de l'Eixample suposen un 14'2% de la mostra total i un 26,3% dels residents a Barcelona Ciutat. En una posició destacada, als Districtes de Ciutat Vella, Sants- Montjuïc i Gràcia, viuen la majoria dels enquestats procedents de la Barcelona.

¹⁰ Aquí no es comptabilitza la gent del Raval.

PES I DISTRIBUCIÓ DE LA RESTA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA (PER MUNICIPIES)

Resta de la Província de Barcelona	% sobre mostra	% sobre Resta de Província
Hospitalet	2,3	18,1
Sant Cugat	1,1	8,5
Badalona	0,7	5,3
Sant Adrià	0,5	4,3
Calella	0,4	3,2
Cornellà	0,4	3,2
Mataró	0,4	3,2
Mollet	0,4	3,2
Terrassa	0,4	3,2
Bigues i Riells	0,3	2,1
Masnou	0,3	2,1
Premià	0,3	2,1
Sant Just	0,3	2,1
Sta. Coloma de Gramenet	0,3	2,1
Vic	0,3	2,1
Vilanova i la Geltrú	0,3	2,1
Cardedeu	0,1	1,1
Castelldefels	0,1	1,1
Cerdanyola	0,1	1,1
Collsuspina	0,1	1,1
Cubelles	0,1	1,1
Esparreguera	0,1	1,1
Esplugues	0,1	1,1
Granollers	0,1	1,1
La Floresta	0,1	1,1
La Garriga	0,1	1,1
La Palma de Cervelló	0,1	1,1
Llobregat	0,1	1,1
Manresa	0,1	1,1
Martorell	0,1	1,1
Montcada i Reixac	0,1	1,1
Polinyà	0,1	1,1
Premià de Mar	0,1	1,1
Rubí	0,1	1,1
Sant Boi	0,1	1,1
Sant Celoni	0,1	1,1
Sant Feliu Llobregat	0,1	1,1
Sant Fost	0,1	1,1
Sant Ildefons	0,1	1,1
Sant Joan Despí	0,1	1,1
Santa Susanna	0,1	1,1
St. Joan Despí	0,1	1,1
Sta. Perpetua	0,1	1,1
Tarragona	0,1	1,1
Teia	0,1	1,1
Vallirana	0,1	1,1
Vilafranca	0,1	1,1
Total	12,5	100

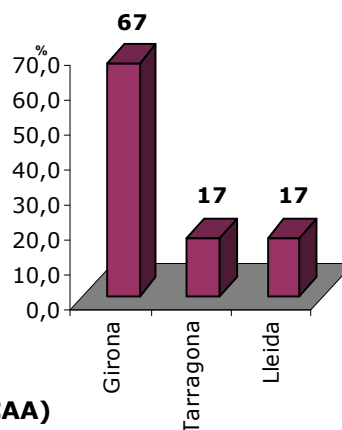
Els visitants del barri que són dels municipis de la província, majoritàriament venen de l'Hospitalet de Llobregat, Sant Cugat i el Barcelonès Nord.

PES I DISTRIBUCIÓ DE LA RESTA DE PROVÍNCIES DE CATALUNYA (PER PROVÍNCIA)

No hi ha gaires visitants procedents d'altres províncies de Catalunya, només el 0'5% de la mostra és de Girona.

Resta de Catalunya (Província)	% sobre mostra	% de Catalunya
Girona	0,5	66,7
Tarragona	0,1	16,7
Lleida	0,1	16,7
Total	0,8	100

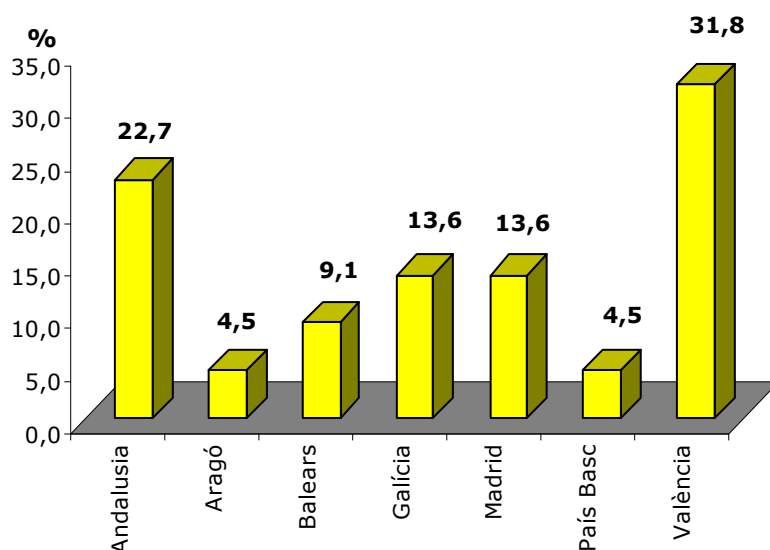
Resta de Catalunya (Província)



PES I DISTRIBUCIÓ DE LA RESTA D'ESPANYA (PER CCAA)

Resta de CCAA d'Espanya	% sobre mostra	% d'Espanya
Andalusia	0,7	22,7
Aragó	0,1	4,5
Balears	0,3	9,1
Galícia	0,4	13,6
Madrid	0,4	13,6
País Basc	0,1	4,5
València	0,9	31,8
Total	2,9	100

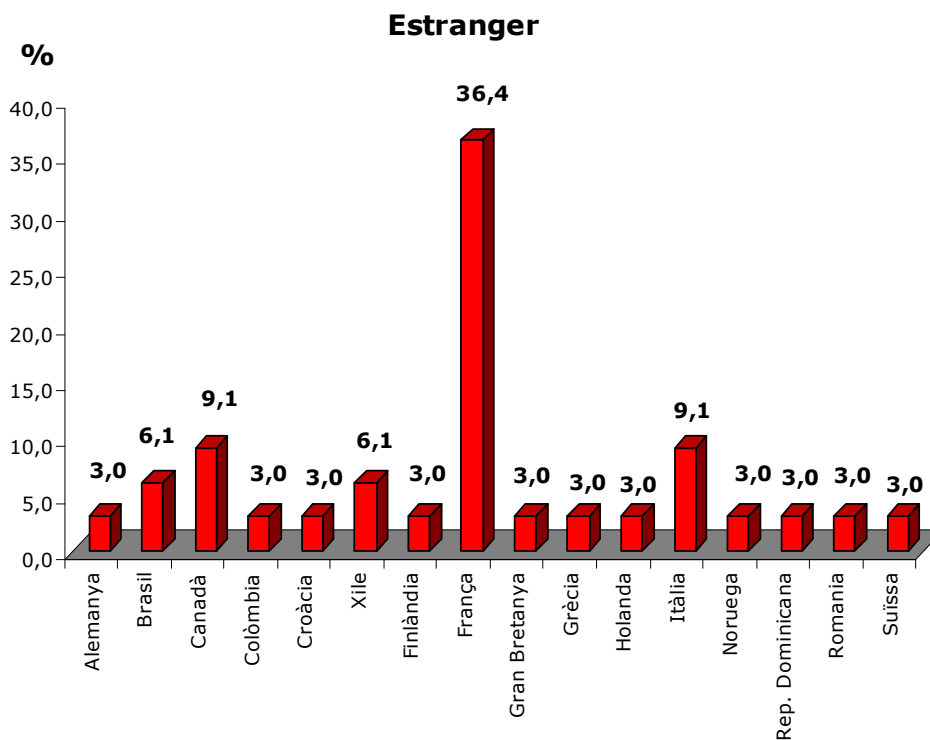
Resta de CCAA d'Espanya



Tot i ser només el 2,9% els entrevistats residents a la resta d'Espanya, destaca l'elevat nombre d'enquestats residents a València i a Andalusia.

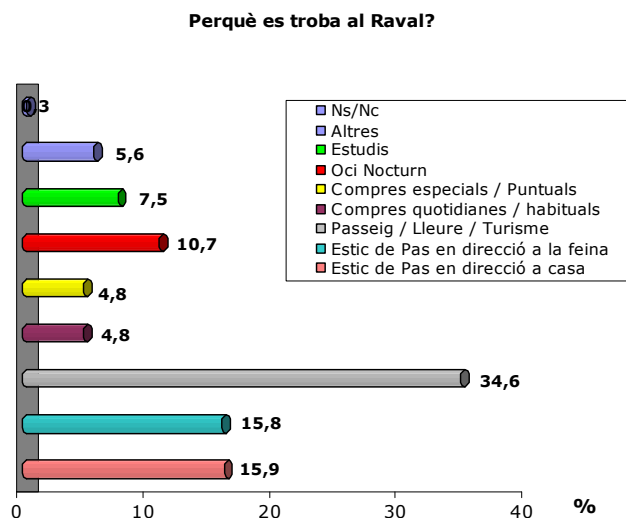
PES I DISTRIBUCIÓ DE L'ESTRANGER (PER PAÏSOS)

Estranger	% sobre mostra	% sobre l'Estranger
Alemanya	0,1	3,0
Brasil	0,3	6,1
Canadà	0,4	9,1
Colòmbia	0,1	3,0
Croàcia	0,1	3,0
Xile	0,3	6,1
Finlàndia	0,1	3,0
França	1,6	36,4
Gran Bretanya	0,1	3,0
Grècia	0,1	3,0
Holanda	0,1	3,0
Itàlia	0,4	9,1
Noruega	0,1	3,0
Rep. Dominicana	0,1	3,0
Romania	0,1	3,0
Suïssa	0,1	3,0
Total	4,4	100



Els provinents de França són majoria en els grups de persones que viuen en els països estrangers.

7. Motiu de trobar-se al Raval



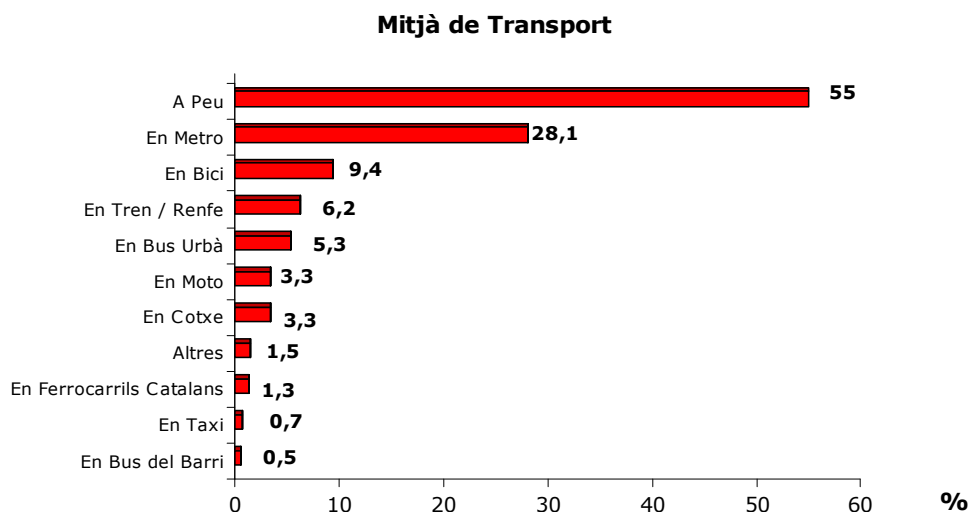
Els motius pels quals la gent visita el barri estan principalment relacionats amb el món de l'oci i el turisme. Les persones de pas, cap a la feina o cap el lloc de residència, agrupen també un percentatge significatiu (31,7%). Hi ha un baix percentatge de persones que han vingut a comprar al barri, habitual o excepcionalment (9,6%).

Es pot afirmar que la demanda de l'oci nocturn és elevada tenint en compte que el 51,4% del total dels entrevistats en horari nocturn venen al barri a gaudir de l'oci, significiant el 10,7% del total d'entrevistats.

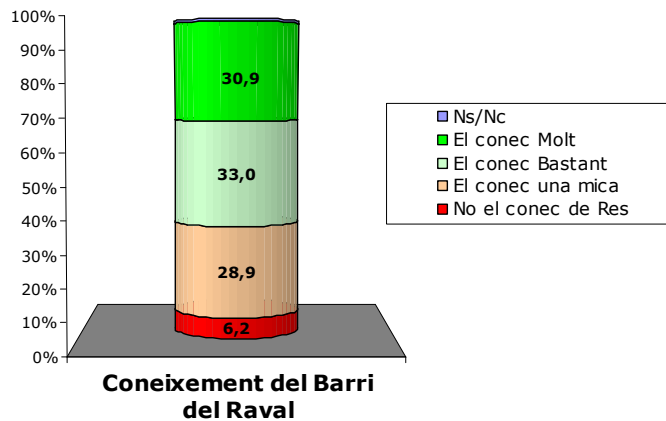
També cal destacar l'elevat nombre de persones que venen a estudiar, representant el 7,5%. Per últim, dins de la categoria d'altres s'inclou altres activitat com portar als infants a l'escola, anar a la feina, anar al metge o dinar.

8. Mitjà o Mitjans de Transport

Els visitants del Raval accedeixen al barri majoritàriament a peu. El metro és el principal transport públic utilitzat (28'1%), seguit del tren i el bus urbà. Pel que fa al transport privat, la bicicleta és el més emprat. Destaca la poca rellevància de transports privats com el cotxe o la moto.



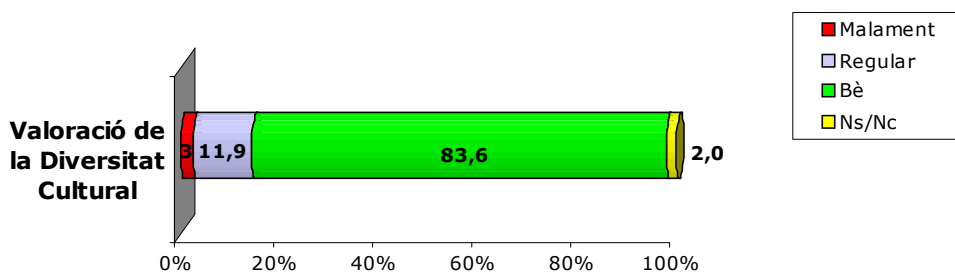
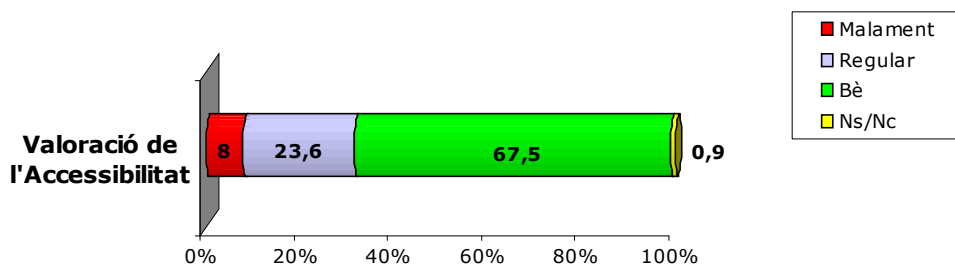
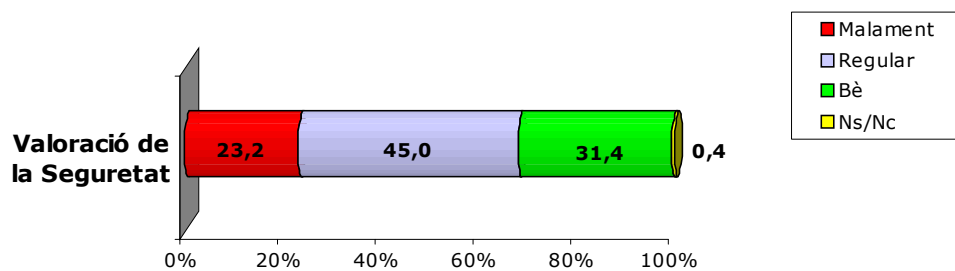
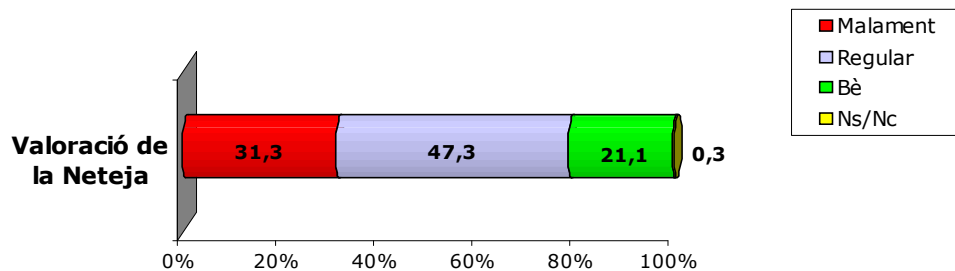
9. Coneixement i Valoració del Raval



Gairebé un 64% coneix molt o bastant el Raval enfront del 28'9% que el coneix una mica i el 6'2% que no el coneix de res.

La percepció dels visitants (coneguin el barri o no) respecte alguns àmbits com la neteja, la seguretat, l'accessibilitat i la diversitat cultural és:

Zona on viuen

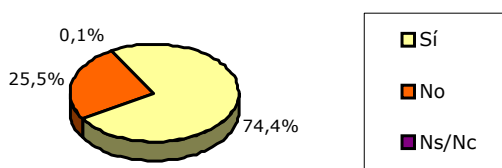


L'aspecte pitjor considerat és la neteja (amb un 31'3% de valoració negativa). La seguretat és el segon factor més perjudicat (un 23'2% considera que és pèssima). Els aspectes millor valorats són la diversitat cultural i l'accessibilitat, amb un 83'6% i un 67'5% respectivament de consideracions òptimes.

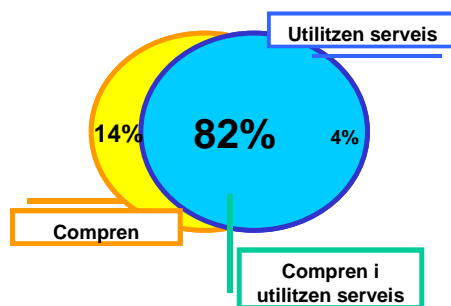
10. Estat de la demanda al Raval

A la pregunta "Compra o utilitza serveis al barri?", un 74,4% ha respost afirmativament:

Compra i/o Utilitza Serveis al barri?



Del total de gent que ha respost afirmativament aquesta pregunta, un 82% compra i utilitza serveis, un 14% només compra i un 4% només utilitza serveis.

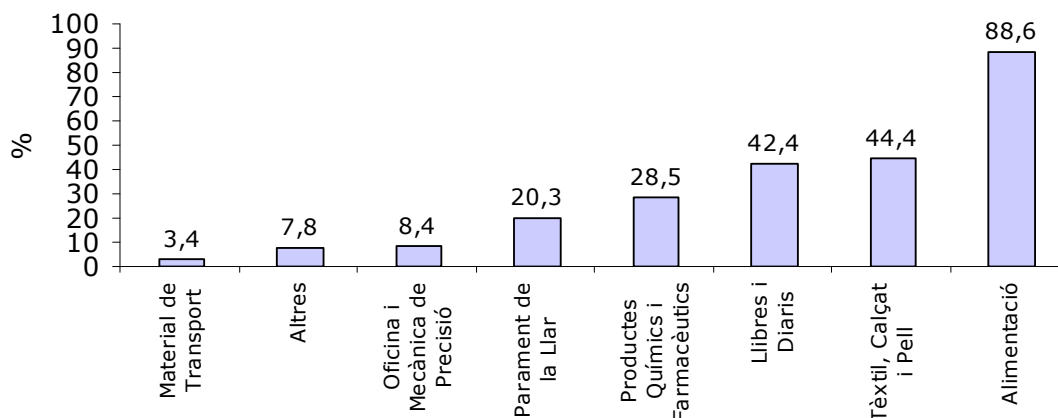


Comerç Minorista:

La Demanda del barri del Raval, pel que fa el comerç minorista, és superior en el sector de l'Alimentació: prop d'un 89% de la gent que compra ho fa en aquesta branca. Seguidament, cal destacar les branques del Tèxtil, Calçat i Pell, Llibres i Diaris i Productes Químics i Farmacèutics.

Analitzant cadascun d'ells independentment, destaquen els següents hàbits de compra:

% gent que compra als diferents sectors



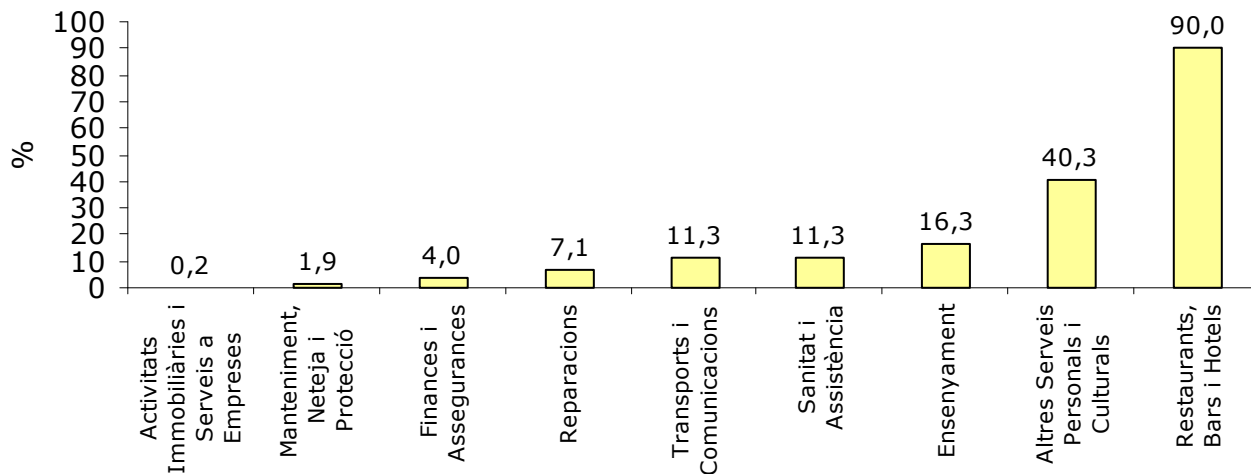


Serveis:

Els serveis més utilitzats són majoritàriament els Restaurants, Bars i Hotels amb gairebé un 90% .

En segon lloc, la branca d'Altres Serveis Personals i Culturals és la que més demanda té (41,4%).

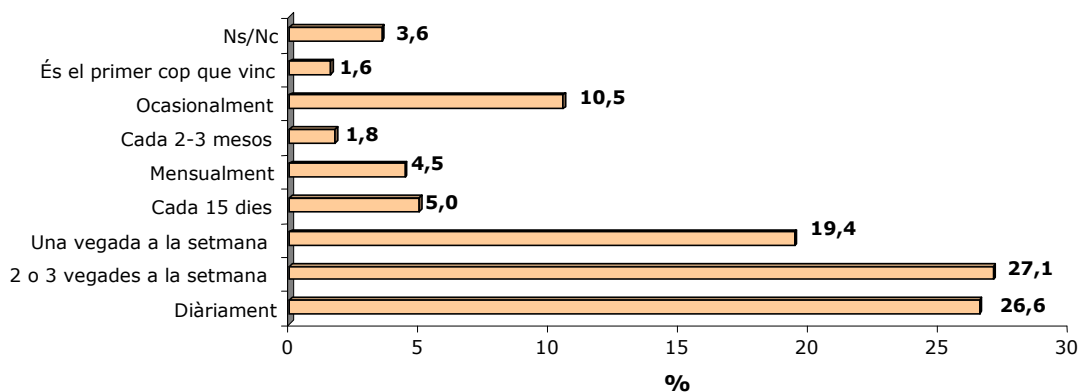
% gent que utilitza els diferents serveis



a) Assiduitat de compra i/o utilització de Serveis

Si s'analiza l'assiduitat en que els demandants de comerç i/o serveis del barri:

Amb quina assiduitat?

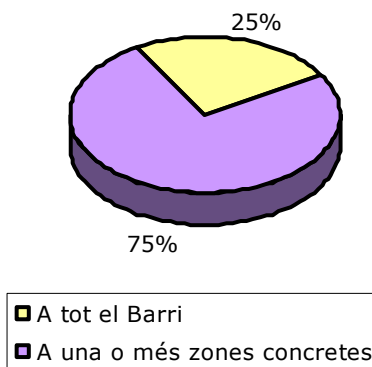


S'observa que és elevada, donat que un 73'1% de les mateixes es realitzen com a mínim setmanalment. El 10'5% són usuaris o compradors ocasionals i el 9'5% efectua les seves compres al menys una vegada al mes.

b) A on es compra i/o utilitzen Serveis

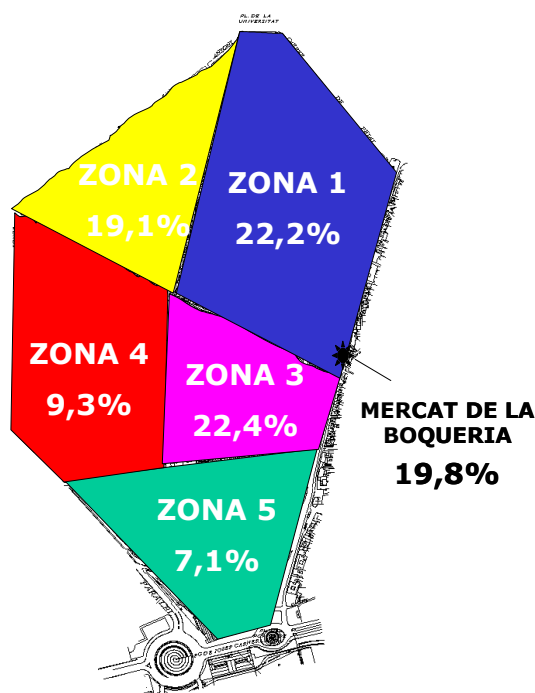
La distribució d'aquestes compres i/o utilització dels serveis destaca que:

On Compres i/o utilitzes serveis?



De les respostes obtingudes de les persones que compren al barri¹¹, és significatiu el 25% de les que compren indistintament al Raval sense tenir en compte una àrea comercial específica. La resta (el 75%) diferencia o escull comprar a una o més zones.

D'aquest grup de persones, que realitzen les seves compres i/o utilitzen serveis a una o més zones concretes, es detalla la seva distribució:



Les zones més freqüentades són la Zona 3 i la 1. El Mercat de la Boqueria consta d'un gran pes en les destinacions de compra amb un 19,8% (un 29,8% dels consumidors i/o usuaris del barri). Per últim, cal destacar com a zones poc receptores dels compradors o usuaris les 5 i 4.

A continuació, es presenta la distribució percentual per branques i per Zones del comerç minorista i dels serveis.

Per un costat s'analitza dins de cada branca quin és el pes específic de cada zona (taules 1 i 3), i per l'altre, s'observa dintre de cada zona concreta quin es el pes específic de cada branca (taules 2 i 4).

¹¹ Sense tenir en compte les respostes Ns/Nc d'aquesta pregunta (que representen un 5%).



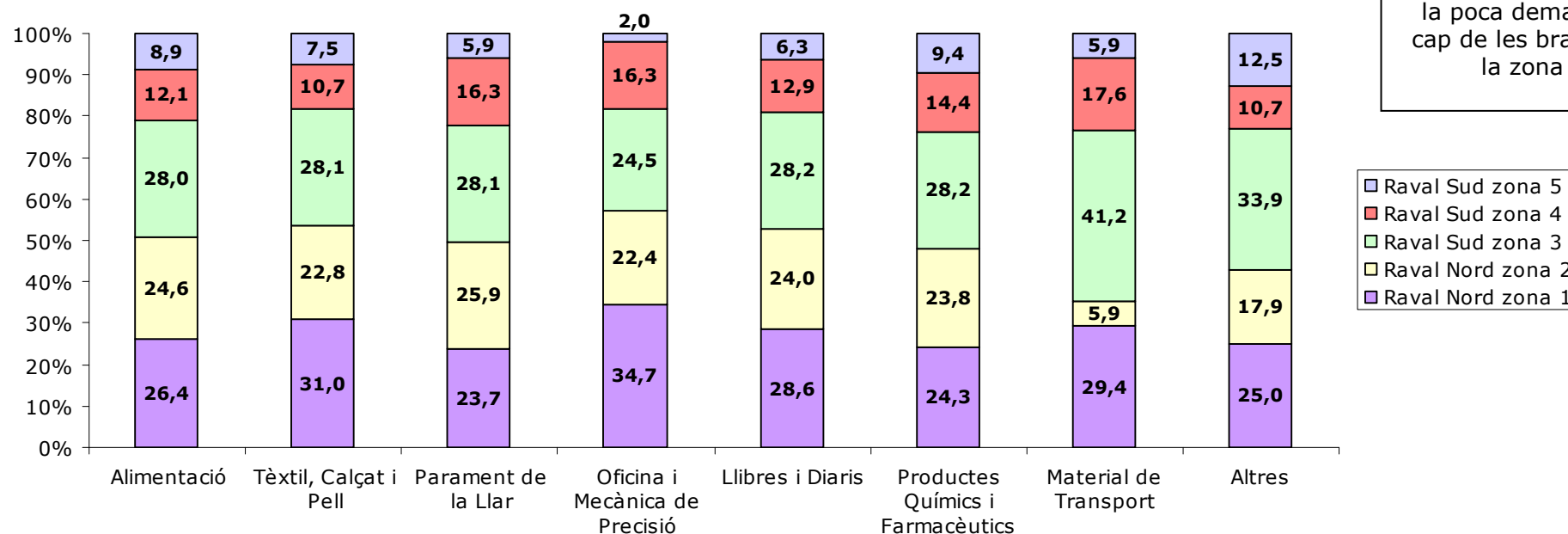
Passem a analitzar dins de cada branca del **Comerç** quin és el pes específic de cadascuna de les zones:

TAULA 1

Distribució Percentual de les Branques concretes del comerç Minorista en Zones

Zona on compren		Alimentació	Tèxtil, Calçat i Pell	Parament de la Llar	Oficina i Mecànica de Precisió	Llibres i Diaris	Productes Químics i Farmacèutics	Material de Transport	Altres
Raval Nord	zona 1	26,4	31,0	23,7	34,7	28,6	24,3	29,4	25,0
	zona 2	24,6	22,8	25,9	22,4	24,0	23,8	5,9	17,9
	Mitjana	25,5	26,9	24,8	28,6	26,3	24,0	17,6	21,4
Raval Sud	zona 3	28,0	28,1	28,1	24,5	28,2	28,2	41,2	33,9
	zona 4	12,1	10,7	16,3	16,3	12,9	14,4	17,6	10,7
	zona 5	8,9	7,5	5,9	2,0	6,3	9,4	5,9	12,5
	Mitjana	16,3	15,4	16,8	14,3	15,8	17,3	21,6	19,0
TOTAL		100	100	100	100	100	100	100	100

Les persones enquestades efectuen més compres a la part Nord del barri a excepció de la branca de Material de Transport. La branca de l'Alimentació té la seva demanda principal a les zones 3,1 i 2. De fet, a la resta de branques, les tres zones esmentades són les que encapçalen la demanda. Unicament el sector del Material de Transport torna a mostrar una diferenciació amb les zones 3, 1 i 4. Destaca la poca demanda de cap de les branques a la zona 5.



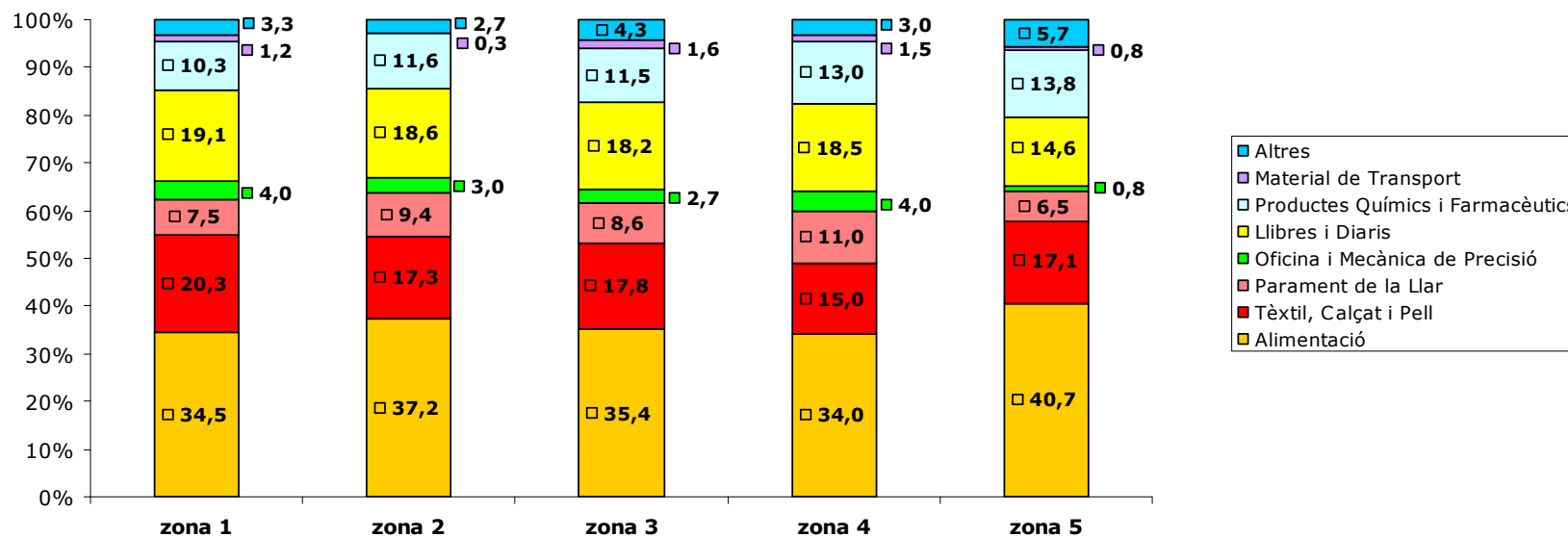


Segons les zones, el pes específic de cada branca és:

TAULA 2

		Distribució Percentual de les Zones on es compra per Branques del comerç Minorista								
	Zona on compren	Alimentació	Tèxtil, Calçat i Pell	Parament de la Llar	Oficina i Mecànica de Precisió	Llibres i Diaris	Productes Químics i Farmacèutics	Material de Transport	Altres	TOTAL
Raval Nord	zona 1	34,5	20,3	7,5	4,0	19,1	10,3	1,2	3,3	100
	zona 2	37,2	17,3	9,4	3,0	18,6	11,6	0,3	2,7	100
	Mitjana	35,8	18,8	8,4	3,5	18,9	10,9	0,7	3,0	100
Raval Sud	zona 3	35,4	17,8	8,6	2,7	18,2	11,5	1,6	4,3	100
	zona 4	34,0	15,0	11,0	4,0	18,5	13,0	1,5	3,0	100
	zona 5	40,7	17,1	6,5	0,8	14,6	13,8	0,8	5,7	100
	Mitjana	36,7	16,6	8,7	2,5	17,1	12,8	1,3	4,3	100

Tant a la part Nord com a la Sud, hi ha un comportament de compra molt semblant en els diferents sectors del comerç. A cadascuna de les zones l'Alimentació encapçala la demanda.

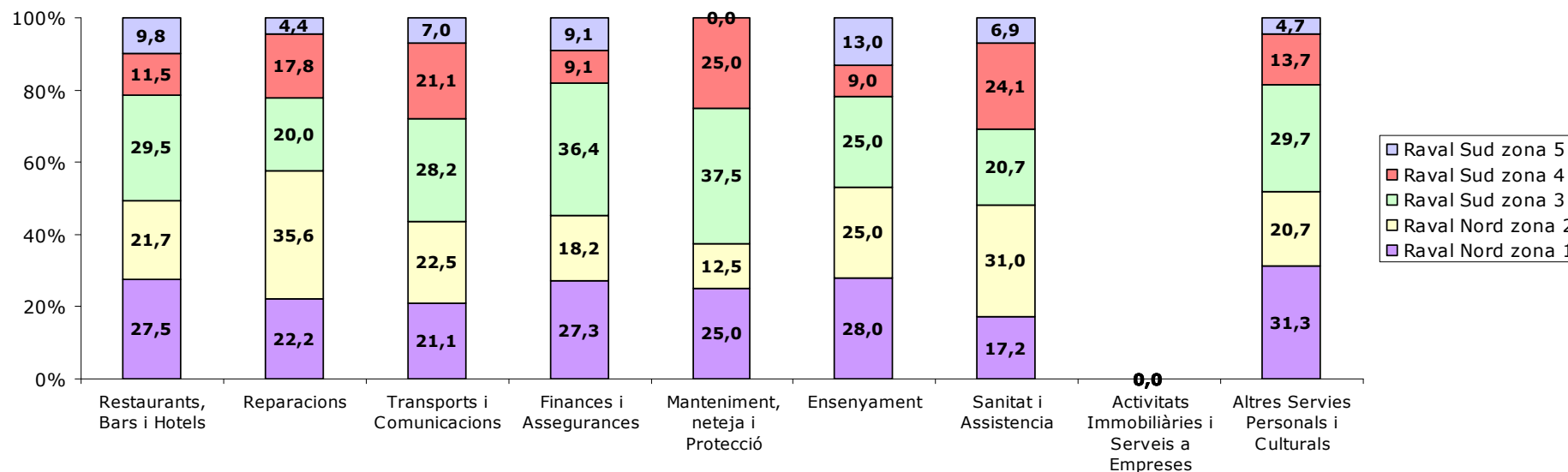




En el Sector dels **Serveis**, s'observa quin és el pes específic de les zones segons les branques que el configuren:

TALLA 3		Distribució Percentual de les Branques concretes del comerç Minorista en Zones								
	Zona on compren	Restaurants, Bars i Hotels	Reparacions	Transports i Comunicacions	Finances i Assegurances	Manteniment, neteja i Protecció	Ensenyament	Sanitat i Assistència	Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	Altres Servies Personals i Culturals
Raval Nord	zona 1	27,5	22,2	21,1	27,3	25,0	28,0	17,2	0,0	31,3
	zona 2	21,7	35,6	22,5	18,2	12,5	25,0	31,0	0,0	20,7
	Mitjana	24,6	28,9	21,8	22,7	18,8	26,5	24,1	0,0	26,0
Raval Sud	zona 3	29,5	20,0	28,2	36,4	37,5	25,0	20,7	0,0	29,7
	zona 4	11,5	17,8	21,1	9,1	25,0	9,0	24,1	0,0	13,7
	zona 5	9,8	4,4	7,0	9,1	0,0	13,0	6,9	0,0	4,7
	Mitjana	16,9	14,1	18,8	18,2	20,8	15,7	17,2	0,0	16,0
TOTAL		100	100	100	100	100	100	100	100	100

Exceptuant la branca del Manteniment, la Neteja i la Protecció, el Raval Nord és a on es concentra la demanda d'utilització dels Serveis. A l'igual que el Sector del Comerç, els Serveis contempen una major demanda a les zones 1, 2 i 3. Cap de les branques tenen una especial demanda a la zona 5. Per branques, la utilització dels Serveis relacionats amb les Reparacions es concentra a la zona 2, la de Manteniment i Neteja a la 3 i la de Sanitat i Assistència a les zones 2 i 4.



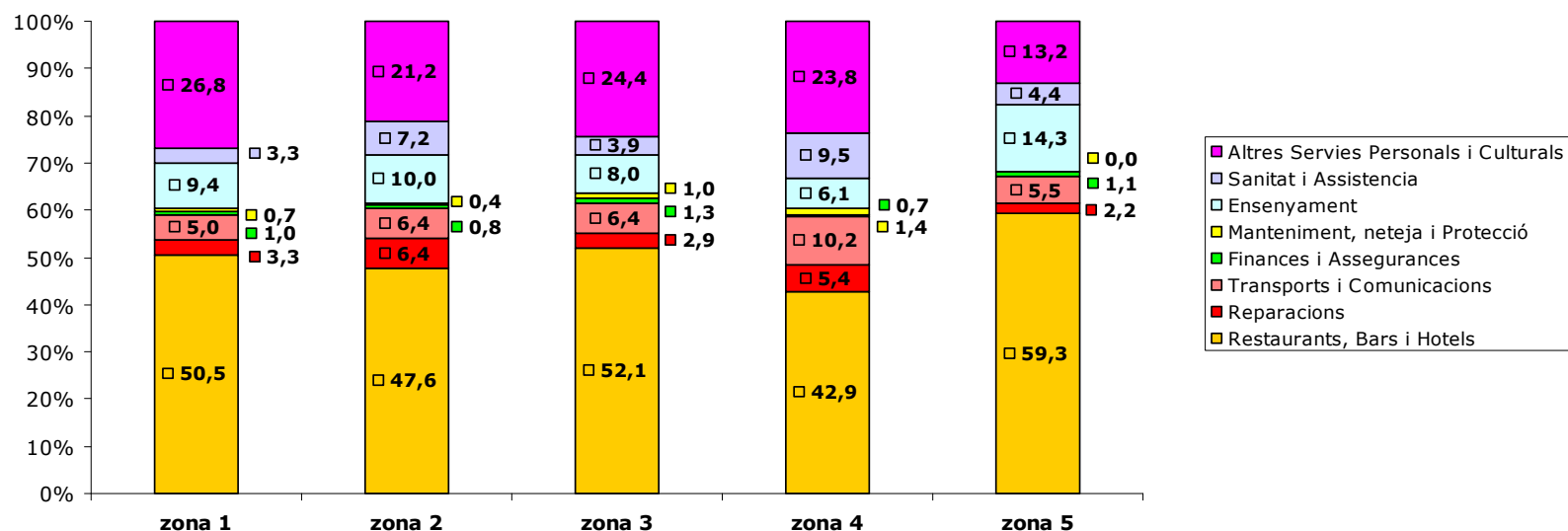


Segons les diferents zones del barri, la representativitat de l'ús dels diversos sectors dels serveis és:

TAULA 4

Distribució Percentual de les Zones on s'utilitzen serveis per Branques										TOTAL
Zona on compren	Restaurants, Bars i Hotels	Reparacions	Transports i Comunicacions	Finances i Assegurances	Manteniment, neteja i Protecció	Ensenyament	Sanitat i Assistència	Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses	Altres Serveis Personals i Culturals	
zona 1	50,5	3,3	5,0	1,0	0,7	9,4	3,3	0,0	26,8	100
zona 2	47,6	6,4	6,4	0,8	0,4	10,0	7,2	0,0	21,2	100
Mitjana	49,1	4,9	5,7	0,9	0,5	9,7	5,3	0,0	24,0	100
zona 3	52,1	2,9	6,4	1,3	1,0	8,0	3,9	0,0	24,4	100
zona 4	42,9	5,4	10,2	0,7	1,4	6,1	9,5	0,0	23,8	100
zona 5	59,3	2,2	5,5	1,1	0,0	14,3	4,4	0,0	13,2	100
Mitjana	51,4	3,5	7,4	1,0	0,8	9,5	5,9	0,0	20,5	100

A les dues grans parts del Raval (Nord i Sud) existeix una paritat pel que fa la utilització dels serveis. S'observa que a totes les àrees hi ha més presència de demanda relacionada amb el sector de la restauració i la Hoteleria, sobretot a la zona 5. Per zones, a la 1 hi destaca la gent que diu que utilitza altres serveis Personals i Culturals, a la 4 la demanda de Serveis Sanitaris o d'Assistència i també els de Transport i Comunicacions. Per últim, la 5 pren importància pel que fa l'Ensenyament.



11. Perfil dels Demandants del Raval

Per Sexe

Sexe	% Respecte la gent que compra i/o utilitza Serveis	% Respecte el Sexe de la mostra
Home	53,5	73,5
Dona	46,5	75,4
Total	100	100

Els homes que utilitzen serveis i/o realitzen compres al Raval (el 53,5%) són en números absoluts superiors a les dones (46,5%).

Ara bé, tenint en compte la distribució existent de la mostra (essent els homes proporcionalment superiors a les dones), cal remarcar que del total de dones enquestades n'hi ha més (un 75,4% enfront un 73,5% d'homes) que compren i/o utilitzen serveis.

Per grups d'Edat¹²

Grups d'Edat	% Respecte la gent que compra i/o utilitza Serveis	% Respecte l'Edat
Entre 16 i 35 Anys	78,0	74,0
Entre 36 i 50 Anys	12,9	77,4
Més de 50 Anys	9,1	73,9
Total	100	100

Al igual que passava amb la variable anterior, la distribució de dels enquestats que compren i/o utilitzen serveis és molt igual a la distribució de la mostra sencera d'enquestats: els més joves són els principals demandants.

Ara bé, tot i que hi ha una mostra total on predominen els joves, per grups d'edat és remarcable que els que s'engloben entre els 36 i els 50 anys mostren un comportament de compra lleugerament més actiu.

Per origen

País / Zona d'Origen	% Respecte la gent que compra i/o utilitza Serveis	% Respecte l'Origen del total de la mostra
Espanya	50,8	74,6
Unió Europea 25	20,0	77,8
Europeus no comunitari (especificat)	0,7	40,0
Amèrica	20,7	72,0
Àfrica	4,3	80,0
Àsia i altres	3,6	76,9
Total	100	74,4

¹² Aquí no s'ha tingut en compte el 0,3% dels que estan dintre la categoria Ns/Nc a Grups d'Edat.

Els Autòctons són els que més compren i/o utilitzen serveis respecte al total de la gent que ho fa, seguits dels provinents d'Amèrica i de la Unió Europea.

Per orígens, destaca l'elevat comportament de compra de les persones de l'Àfrica, la Unió Europea i l'Àsia. Remarquem en canvi, el poc hàbit de compra del Europeus No Comunitaris.

Per nivell d'estudis

Nivell d'Estudis	% Respecte la gent que compra i/o utilitza Serveis	% Respecte el Nivell d'Estudis
Sense Estudis	1,8	100,0
Primaris Incomplet	1,2	70,0
Primaris complert, EGB, Batxillerat Elemental	7,0	78,0
FP1, Estudis professionals	3,6	80,0
ESO	5,5	66,0
BUP, Batxiller Superior, FP2 i COU	26,2	70,0
Diplomats, Enginyers tècnics i similars	16,4	74,2
Llicenciats, Enginyers superiors	36,2	77,5
Ns/ Nc	2,1	75,0
Total	100	74

Del total de persones que compren s'observa un nivell d'estudis elevat.

Els que acostumen a comprar més són però, les persones sense Estudis, amb Estudis professionals i amb Primaris Complert.

Per Activitat

Activitat	% Respecte la gent que compra i/o utilitza Serveis	% Respecte l'Activitat del total de la mostra
Treballa	45,1	72,1
Estudia	20,0	74,7
Estudia i Treballa	17,5	77,2
Mestressa de casa	1,2	70,0
Jubilat / Pensionista	4,8	81,8
a l'Atur amb prestació	3,0	100,0
a l'Atur sense prestació	4,6	70,3
Altres	0,2	33,3
Ns/ Nc	3,6	76,9
Total	100	74,4

El major percentatge general de gent que compra i/o utilitza serveis està en les persones que com a mínim treballen.

El nivell de compres però és superior a les persones a l'Atur amb prestació i els Jubilats/Pensionistes.



Per lloc de Residència

Zona on viuen		% Respecte la gent que Compra i/o Utilitza Serveis al Raval	
Barri del Raval		31,6	100
Raval Nord	zona 1	6,2	19,5
	zona 2	9,4	29,9
	total	15,6	49,4
Raval Sud	zona 3	7,4	23,6
	zona 4	5,3	16,7
	zona 5	3,3	10,3
	total	16,0	50,6

Barcelona Ciutat	53,5	100
Ciutat Vella	11,3	21,2
Eixample	14,7	27,7
Sants - Montjuïc	7,8	14,7
Les Corts	1,5	2,7
Sarrià - Sant Gervasi	2,0	3,8
Gràcia	7,3	13,7
Horta - Guinardó	3,3	6,2
Nou Barris	1,8	3,4
Sant Andreu	0,9	1,7
Sant Martí	2,5	4,8

Resta de Província de Bcn	9,1
----------------------------------	------------

Resta de Catalunya	0,9
---------------------------	------------

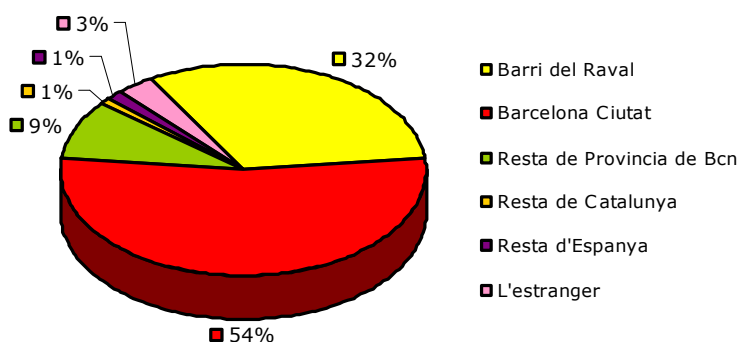
Resta d'Espanya	1,5
------------------------	------------

L'estranger	3,5
--------------------	------------

TOTAL	100
--------------	------------

En aquesta taula es pot observar com els principals compradors i/o usuaris dels comerços i serveis del barri del Raval resideixen a la Resta de Barcelona Ciutat. En segon lloc trobem els habitants del barri (amb el 31,6%) com a part important de la Demanda. La resta de compradors provenen de la Província de Barcelona majoritàriament.

Distribució de la Gent que Compra i/o Utilitza Serveis al Raval segons on resideix



GRAU DE FIDELITZACIÓ DEL TOTAL DE LA GENT QUE VIU A CADASCUNA DE LES ZONES

Zona on viuen		Compra i/o Utilitza Serveis al barri?		
		Si	No	Ns/Nc
Barri del Raval		92,1	7,9	0,0
Raval Nord	Zona 1	89,5	10,5	0,0
	Zona 2	98,1	1,9	0,0
	Mitjana	93,8	9,2	0,0
Raval Sud	Zona 3	95,3	4,7	0,0
	Zona 4	82,9	17,1	0,0
	Zona 5	90,0	10,0	0,0
	Mitjana	89,4	10,6	0,0
Barcelona Ciutat		72,2	27,8	0,0
Ciutat Vella		79,5	20,5	0,0
Eixample		75,7	24,3	0,0
Sants - Montjuïc		64,2	35,8	0,0
Les Corts		57,1	42,9	0,0
Sarrià - Sant Gervasi		68,8	31,3	0,0
Gràcia		71,4	28,6	0,0
Horta - Guinardó		64,3	35,7	0,0
Nou Barris		90,9	9,1	0,0
Sant Andreu		55,6	44,4	0,0
Sant Martí		73,7	26,3	0,0
Resta de Província de Bcn		72,1	27,9	0,0
Resta de Catalunya		83,3	16,7	0,0
Resta d'Espanya		36,4	59,1	4,5
L'estranger		57,6	42,4	0,0
TOTAL		73,1	26,8	0,1

Ara bé, analitzant la zona on resideixen també s'extreuen conclusions sobre els diferents comportaments. Es pot afirmar que gairebé tota la gent que viu al Raval compra i/o utilitza serveis al mateix. Per zones del barri, la que té el percentatge més baix de compradors i/o usuaris és la zona 4 (tot i que continua tenint un valor molt alt: 82,9%). De la gent enquestada resident a la resta de Barcelona Ciutat, també un percentatge considerable diu que compra i/o utilitza serveis al barri (el 72,2%). La gent del Districte més fidel és Nou Barris, seguit de Ciutat Vella, Eixample, Sant Martí i Gràcia -tots ells amb dades superiors al 70%-.

En les dues taules que es presenten a continuació s'explicarà per un costat quin és el perfil de residència de la gent que compra a cada una de les zones (taula 5) i per un altre on compra la gent de cada una de les zones (taula 6).



TAULA 5. PERFIL DELS DEMANDANTS DE CADA ZONA ON ES COMPRA I/O UTILITZEN SERVEIS

Zona on viuen		Zona on es compra i/o utilitzen serveis					
		zona 1	zona 2	zona 3	zona 4	zona 5	M.Boqueria
Barri del Raval		28,4	32,3	30,4	39,0	33,9	39,0
Raval Nord	zona 1	11,5	6,3	4,3	5,2	5,1	8,5
	zona 2	9,3	6,3	5,4	7,8	3,4	11,6
	Mitjana	10,4	19,3	4,3	5,2	5,1	8,5
Raval Sud	zona 3	4,9	3,2	12,0	5,2	5,1	12,2
	zona 4	2,7	4,4	5,4	19,5	6,8	2,4
	zona 5	0,0	0,0	3,3	1,3	13,6	4,3
	Mitjana	2,6	2,5	6,9	8,7	8,5	6,3

Barcelona Ciutat	56,8	53,2	56,5	49,4	54,2	48,2
Ciutat Vella	8,7	6,3	10,3	9,1	13,6	13,4
Eixample	18,0	20,3	16,3	11,7	10,2	13,4
Sants - Montjuïc	6,6	7,6	8,7	9,1	13,6	7,3
Les Corts	1,6	0,0	0,5	0,0	0,0	1,2
Sarrià - Sant Gervasi	2,2	1,3	2,7	1,3	3,4	1,2
Gràcia	8,7	8,9	8,7	9,1	5,1	4,9
Horta - Guinardó	5,5	5,1	3,8	5,2	1,7	2,6
Nou Barris	1,6	2,5	2,2	2,6	5,1	1,3
Sant Andreu	1,1	0,0	0,5	1,3	0,0	0,5
Sant Martí	2,7	1,3	2,7	0,0	1,7	3,8

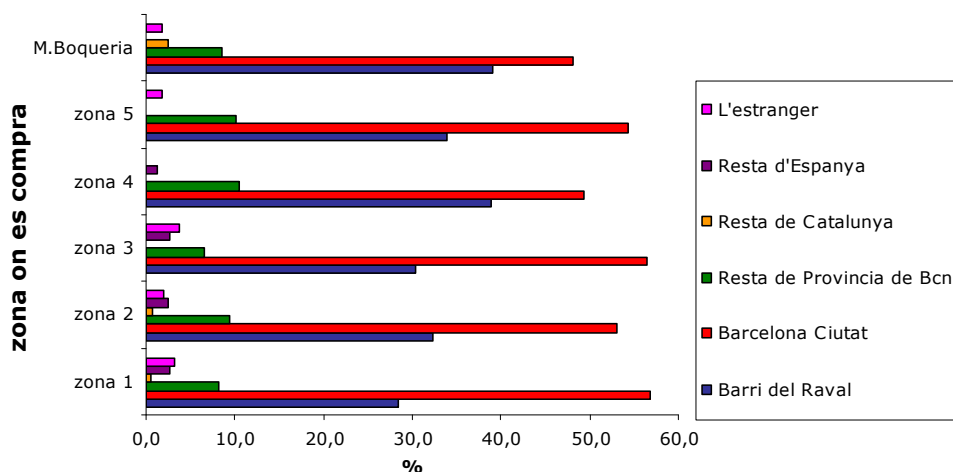
Resta de Província de Bcn	8,2	9,5	6,5	10,4	10,2	8,5
----------------------------------	-----	-----	-----	------	------	-----

Resta de Catalunya	0,5	0,6	0,0	0,0	0,0	2,4
---------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Resta d'Espanya	2,7	2,5	2,7	1,3	0,0	0,0
------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

L'estranger	3,3	1,9	3,8	0,0	1,7	1,8
--------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----

TOTAL	100	100	100	100	100	100
--------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----





Com es pot observar, totes les zones tenen perfils molt semblants pel que fa el lloc de residència dels principals compradors o usuaris. Destaca que la gent resident al Raval té més pes a la zona 4 i a la Boqueria. Aquestes dues zones són de fet les que hi denoten una lleugera diferència pel que fa les persones que resideixen a Barcelona Ciutat respecte la resta de zones. També s'ha de tenir en compte com la zona 4 no té compradors ni usuaris estrangers. La gent de la resta de províncies de Catalunya pren una mica de consideració al Mercat de la Boqueria, però a la resta de zones passa pràcticament inadvertida. Per últim es detecta la inexistència de gent que viu a la resta d'Espanya a la zona 5 i al Mercat de la Boqueria.

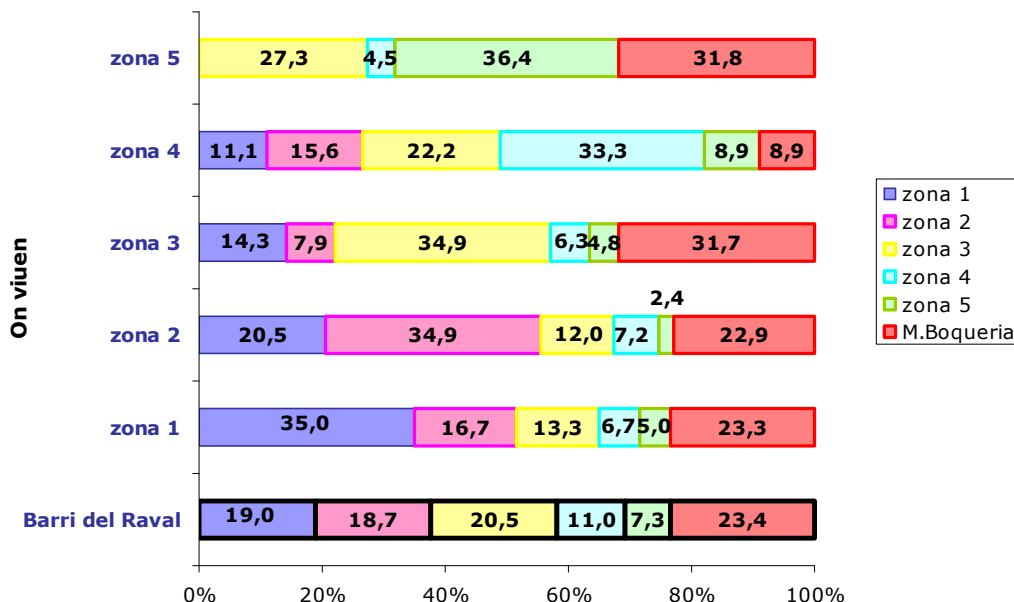
TAULA 6. ON COMPRA I/O UTILITZA SERVEIS LA GENT DEPENDENT DE LA ZONA ON VIUEN

Zona on viuen	Zona on es compra i/o utilitzen serveis						TOTAL
	zona 1	zona 2	zona 3	zona 4	zona 5	M. Boqueria	
Barri del Raval	19,0	18,7	20,5	11,0	7,3	23,4	100
zona 1	35,0	16,7	13,3	6,7	5,0	23,3	100
zona 2	20,5	34,9	12,0	7,2	2,4	22,9	100
Mitjana	27,7	25,8	12,7	6,9	3,7	23,1	100
zona 3	14,3	7,9	34,9	6,3	4,8	31,7	100
zona 4	11,1	15,6	22,2	33,3	8,9	8,9	100
zona 5	0,0	0,0	27,3	4,5	36,4	31,8	100
Mitjana	8,5	7,8	28,1	14,7	16,7	24,2	100
Barcelona Ciutat	23,6	19,0	23,6	8,6	7,3	17,9	100
Ciutat Vella	19,5	12,2	23,2	8,5	9,8	26,8	100
Eixample	25,0	24,2	22,7	6,8	4,5	16,7	100
Sants - Montjuïc	17,9	17,9	23,9	10,4	11,9	17,9	100
Les Corts	50,0	0,0	16,7	0,0	0,0	33,3	100
Sarrià - Sant Gervasi	25,0	12,5	31,3	6,3	12,5	12,5	100
Gràcia	25,0	21,9	25,0	10,9	4,7	12,5	100
Horta - Guinardó	31,3	25,0	21,9	12,5	3,1	6,3	100
Nou Barris	17,6	23,5	23,5	11,8	17,6	5,9	100
Sant Andreu	40,0	0,0	20,0	20,0	0,0	20,0	100
Sant Martí	25,0	10,0	25,0	0,0	5,0	35,0	100
Resta de Província de Bcn	21,4	21,4	17,1	11,4	8,6	20,0	100
Resta de Catalunya	16,7	16,7	0,0	0,0	0,0	66,7	100
Resta d'Espanya	33,3	26,7	33,3	6,7	0,0	0,0	100
L'estranger	30,0	15,0	35,0	0,0	5,0	15,0	100

Aquesta taula fa referència a les respostes obtingudes a partir del qüestionari de la gent que ha respost que compra i/o utilitza algun servei al Raval. Per tant no representen al nombre de persones físicament parlant, sinó a les respostes més contestades.

Per tal de poder analitzar més fàcilment les dades d'aquesta taula, tot seguit es presenten una sèrie de gràfics que mostren on posen més èmfasi els compradors i/o usuaris, depenent del seu lloc de residència.

Per Zones del Barri



La gent que viu al barri del Raval compra més o menys igual en les zones 1, 2 i 3. Destaca el 23,4%, del total de respostes (que representen el 33,9% dels habitants del barri), que afirmen comprar al Mercat de la Boqueria. Les zones 4 i 5 són les menys demandades pel resident del Raval.

Per àrea concreta de residència, destaca com les persones que viuen a la part Nord (zona 1 i 2) tenen un comportament molt similar, ambdues poblacions residents compren més a les seves zones (la 1 a la 1 i la 2 a la 2) i tenen percentatges molt semblants a la resta de zones.

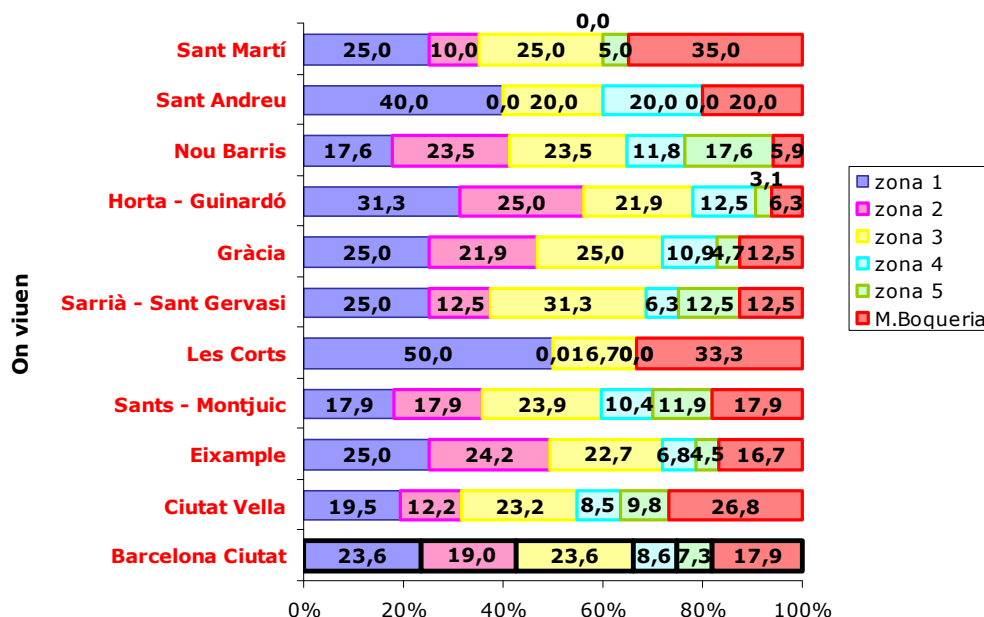
La gent que viu a la zona 3 també compra i/o utilitza més serveis a la mateixa zona 3 i al Mercat de la Boqueria. En tercer lloc apareix la zona 1 i la resta de zones queden en un segon pla.

Els residents de la zona 4 demanden més productes i serveis a la seva zona. Són els que menys compren al Mercat de la Boqueria però, pel que fa la resta de zones, tenen un comportament molt equilibrat.

Per últim, les persones que tenen el domicili a la zona 5 compren i/o utilitzen serveis bàsicament de les zones 5 i 3. Són els que més compren al Mercat de la Boqueria. És molt destacable que entre els enquestats cap persona resident a aquesta zona compra a les zones 1 o 2.



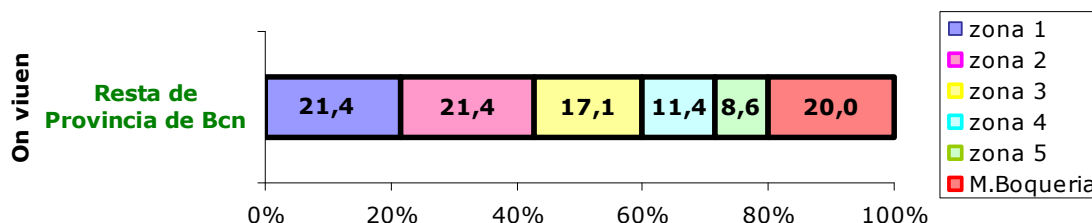
Per Districtes de Barcelona Ciutat



La gent que resideix a Barcelona Ciutat que realitza les seves compres i/o visita al Raval amb la intenció de gaudir dels seus serveis acostuma a freqüentar les zones 1,3 i 2 per aquest ordre. També destaquen els que compren al Mercat de la Boqueria. En un darrer terme és troben les zones 4 i 5.

Per Districtes, no es disposa de representativitat suficient de la mostra per a asseverar una conducta de compra. Ara bé, si que s’observa a la gràfica, una tendència clara de visita de persones de tots els Districtes, cap a les zones 1 i 3. Tanmateix, ressalta que els entrevistats residents a Horta-Guinardó i Nou Barris són els que menys van al Mercat de la Boqueria, els de Sant Andreu són els que més visiten la zona 4 i els de Nou Barris la 5.

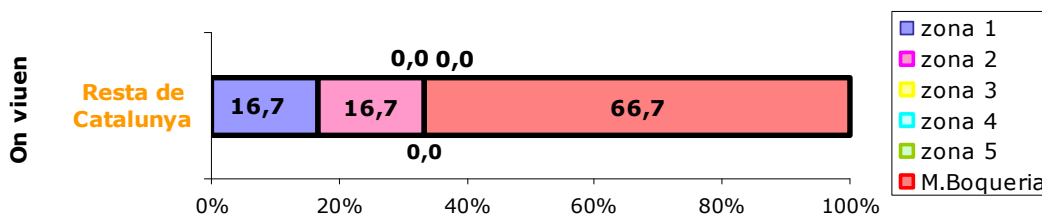
Resta de la Província de Barcelona



Els residents als Municipis de la resta de la Província de Barcelona tenen un comportament molt similar en general a la gent que viu a Barcelona Ciutat. A l’hora comprar i/o utilitzar serveis al Barri del Raval, acudeixen principalment a les zones 1 i 2 i al Mercat de la Boqueria. Queda en un tercer lloc destacable la zona 3 i més distanciades les zones 4 i 5.

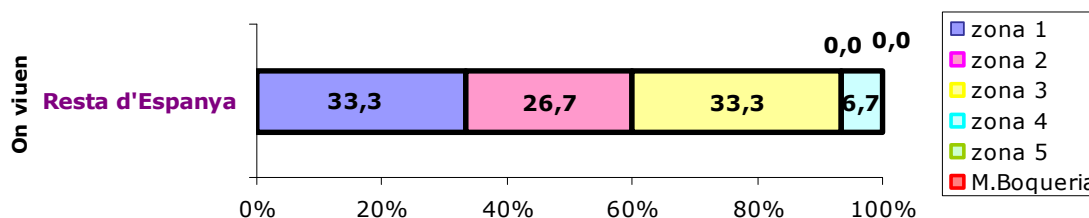


Resta de Catalunya



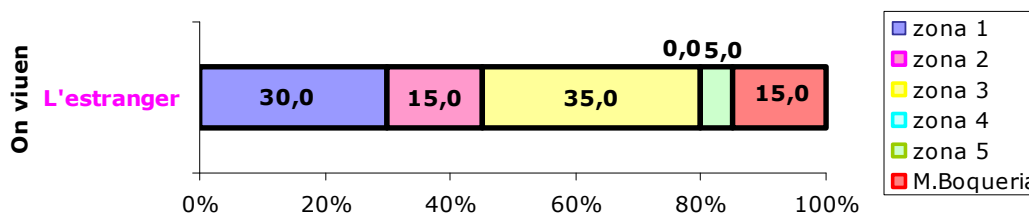
De nou, hi ha pocs entrevistats de la Resta de Catalunya per poder establir una conducta científica. Ara bé, es podria dir que de les persones que han contestat que viuen a la resta de Províncies de Catalunya no hi ha cap que compri i/o sigui usuària de cap servei de les zones 3, 4 i 5. Per altra banda, un percentatge molt gran si acostuma a comprar al Mercat de la Boqueria.

Resta d'Espanya



La gent que viu a la Resta d'Espanya i que compra i/o utilitza serveis al Raval, ho fan principalment a les zones 1, 2 i 3. Destaca el fet que entre els entrevistats no hi ha cap persona que visiti el Mercat de la Boqueria.

L'estranger



El comportament dels que viuen algun país del estranger pel que fa les zones que visiten a l'hora de comprar i/o utilitzar serveis del Raval torna a donar gairebé tot el pes a les zones 1 i 3. En segon estan la zona 2 i el Mercat de la Boqueria.

Segons el Mitjà de Transport que Utilitza

Mitjà de Transport	% Respecte la gent que compra i/o utilitza Serveis	% Respecte al Mitjà de Transport del total de la mostra
A Peu	51,6	80,0
En Bus Urbà	4,3	70,0
En Bus del Barri	0,2	25,0
En Metro	21,6	65,6
En Tren / RENFE	4,0	55,3
En Ferrocarrils Catalans	1,2	80,0
En Taxi	0,5	60,0
En Cotxe	2,2	56,0
En Moto	3,0	76,0
En Bici	10,1	91,5
Altres	1,4	81,8
Total	100	74,4

Les persones que compren, venen a peu i/o utilitzen com a mitjà de transport majoritàriament el metro i la bicicleta.

Assiduitat

Per tal d'acabar de complementar el perfil dels compradors i/o usuaris del Raval, cal fer referència a quina es l'assiduitat d'aquest hàbit.

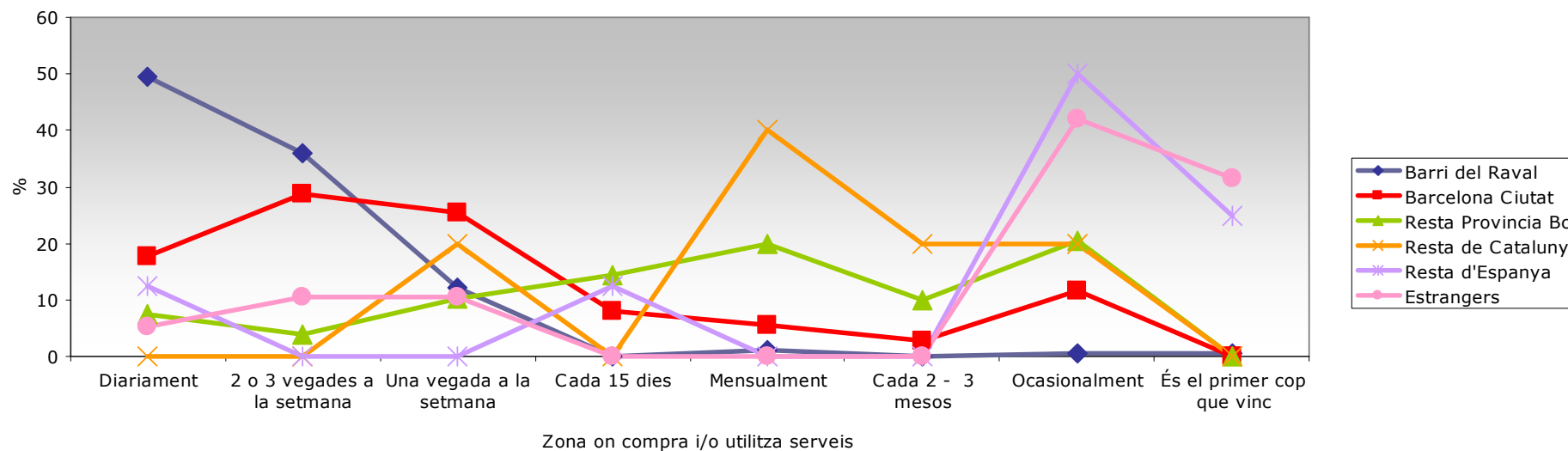
Pel que es reflexa a la pàgina següent (taula 7), les persones que compren més assíduament són les que viuen al Raval, seguides de les que viuen a Barcelona Ciutat. La gent que resideix a la Resta de la Província de Barcelona té un comportament molt dispers, tot i que realitza una mica més de compres de caràcter mensual i ocasional. La gent que viu a la Resta de Catalunya realitza la majoria de les seves compres cada mes o cada dos/tres mesos. Per últim, la gent de la resta d'Espanya o estrangera tenen comportaments molt similars, ja que gairebé tots visiten el barri o bé de manera ocasional o bé per primer cop.



TAULA 7: ASSIDUÏTAT DE COMPRA I/O UTILITZACIÓ DE SERVEIS

Zona on viuen	Amb quina assiduïtat compra i/o utilitza serveis del Raval								TOTAL
	Diàriament	2 o 3 vegades a la setmana	Una vegada a la setmana	Cada 15 dies	Mensualment	Cada 2 - 3 mesos	Ocasionalment	És el primer cop que vinc	
Barri del Raval	49	36	12	0	1	0	1	1	100
Barcelona Ciutat	18	29	26	8	6	3	12	0	100
Resta Província Bcn	7	4	10	14	20	10	20	0	100
Resta de Catalunya	0	0	20	0	40	20	20	0	100
Resta d'Espanya	13	0	0	13	0	0	50	25	100
Estrangers	5	11	11	0	0	0	42	32	100
total	28	28	20	5	5	2	11	2	100

% de gent que compra i/o utilitza serveis a cada zona segons on es troba en aquell moment



12. Elements Valorats en l'Oferta del Raval

A la taula següent es recullen les valoracions de les persones que compren i/o utilitzen serveis pel que fa a diferents aspectes de l'oferta comercial:

Valoracions dels compradors i/o usuaris de Serveis	Mitjana
Valoració de l'Amplitud dels horaris	7,8
Valoració de la Qualitat dels productes	7,1
Valoració de la diversitat de l'oferta	7,0
Valoració del Tracte Personal	7,0
Valoració de la Facilitat de Pagament	6,8
Valoració de si els productes es poden veure i tocar	6,8
Valoració de si hi ha una oferta especialitzada	6,7
Valoració de l'Ambient i decoració de les botigues	6,6
Valoració de l'oferta de marques conegudes	6,5
Valoració de la visibilitat dels preus	6,4
Valoració de la Imatge exterior	6,4
Valoració del Preu dels Productes	6,1
Valoració de la Garantia dels productes	6,0
Valoració del Servei a domicili	5,5
Valoració Genèrica	6,6

13. Demanda del Mercat de Sant Antoni

Compra al Mercat de Sant Antoni	% del Total de la Mostra
Si	30,6
No	67,9
Ns/Nc	1,5

Un 30'6% del total de la mostra (independentment de si efectua les seves compres al barri o no) compra en aquest Mercat, situat fora del barri però a prop del seu perímetre.

Compra al Mercat de Sant Antoni	% de la gent que compra al barri
Si	34,6
No	62,6
Ns/Nc	1,1

Ara bé, analitzant només els enquestats que si compren i/o utilitzen serveis al Raval, destaca que un 34,6% ho fa en el Mercat de Sant Antoni. Aquest percentatge és molt considerable tenint en compte el 19,8 d'utilització del Mercat de la Boqueria, situat físicament al barri.

Segons el Lloc de Residència

Sobre el total de la mostra, aquestes persones que compren al Mercat de Sant Antoni, tal i com s'observa al quadre que s'adjunta a continuació, resideixen majoritàriament a Barcelona ciutat (un 53,9%) i al Raval (un 32,25%). Dintre del Raval, la gent que viu a les zones de l'oest (zona 2 i 4) són els que més compren. Per Districtes de Barcelona, destaquen de nou l'Eixample i Sants-Montjuïc. Els clients de la resta de la província de Barcelona representen el 10% i les altres, tenen percentatges molt inferiors (els de la resta d'Espanya representen el 2,2 i els Estrangers l'1,7).

Zona on viuen		% Gent que Compra al Mercat de Sant Antoni	
Barri del Raval		32,2	100
Raval Nord	zona 1	5,2	16,2
	zona 2	11,7	36,5
	total	16,9	52,7
Raval Sud	zona 3	5,2	16,2
	zona 4	8,2	25,7
	zona 5	1,7	5,4
	total	15,2	47,3

Barcelona Ciutat	53,9	100
Ciutat Vella	6,9	12,9
Eixample	19,9	37,1
Sants - Montjuïc	13,9	25,8
Les Corts	1,3	2,4
Sarrià - Sant Gervasi	1,3	2,4
Gràcia	5,2	9,7
Horta - Guinardó	1,7	3,2
Nou Barris	1,7	3,2
Sant Andreu	0,4	0,8
Sant Martí	1,3	2,4

Resta de Província de Bcn	10,0
----------------------------------	-------------

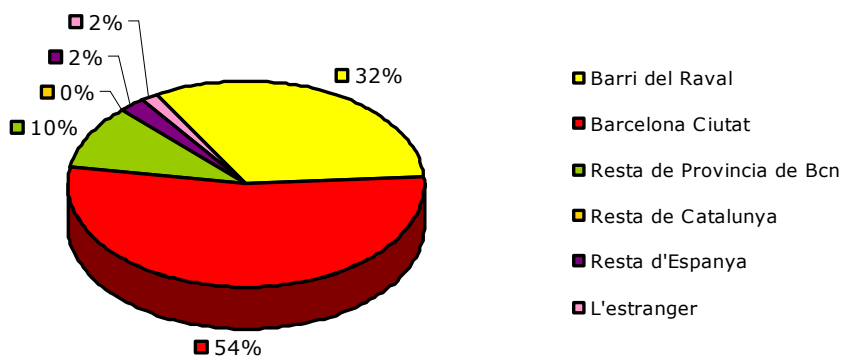
Resta de Catalunya	0,0
---------------------------	------------

Resta d'Espanya	2,2
------------------------	------------

L'estranger	1,7
--------------------	------------

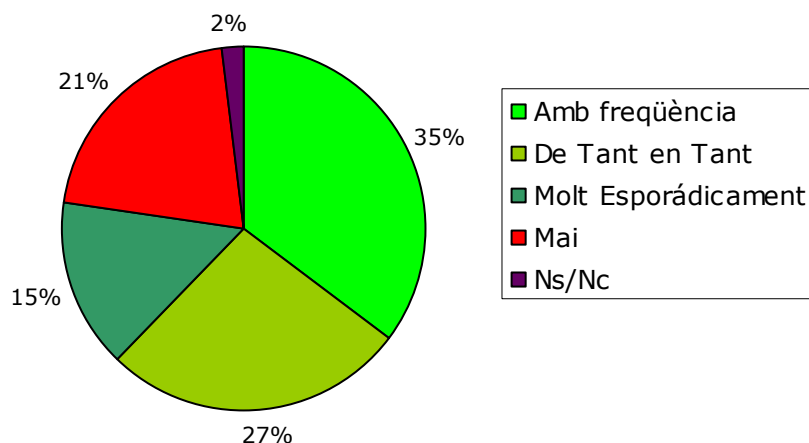
TOTAL	100
--------------	------------

Distribució de la Gent que Compra al Mercat de Sant Antoni segons el lloc de Residència



14. Demanda de l'Oci Nocturn

Amb quina freqüència acostuma a venir per l'Oci Nocturn al Raval



Més del 60% dels enquestats acostuma a gaudir de l'oci nocturn del barri com a mínim de tant en tant. Només un 20% no el freqüenta mai.

Segons el Lloc de Residència

En aquest apartat s'estudia on resideix la gent que diu que ve a gaudir de l'Oci al barri del Raval, de tant en tant o amb freqüència.

Com mostra la taula adjuntada a continuació, les persones que acostumen a venir al Raval per temes d'Oci provenen, la seva majoria, de Barcelona Ciutat (un 62%). Tot seguit estan els residents del Barri (un 22,4%) i els que viuen a la resta de la província de Barcelona (un 10,7%). Els estrangers representen un 3% i els de la resta d'Espanya l'1,3.

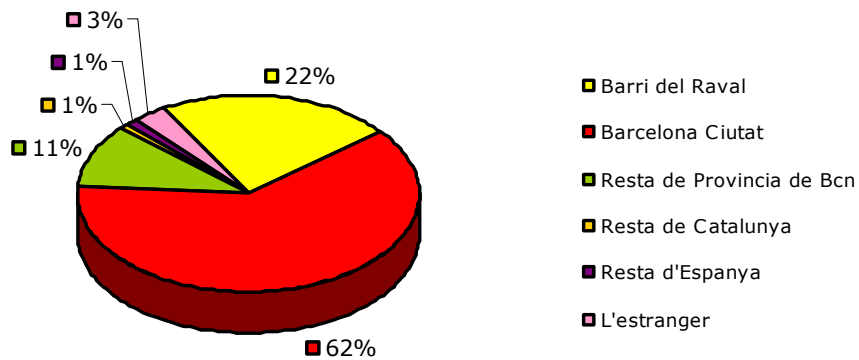
Per zones, s'observa com els residents del Raval que gaudeixen del seu Oci Nocturn mostren força similitud d'hàbits, tot i que destaca una mica per sobre els que viuen a la zona 2. A nivell de Districtes, tornen a aparèixer l'Eixample, Ciutat Vella i Sants - Montjuïc, tot i que en segon terme també ressalten els residents a Gràcia.

Zona on viuen		% Gent que freqüenta l'Oci del Raval de tant en tant o bastant	
Barri del Raval		22,4	100
Raval Nord	zona 1	3,2	14,3
	zona 2	6,2	27,6
	total	9,4	41,9
Raval Sud	zona 3	4,7	21,0
	zona 4	4,9	21,9
	zona 5	3,4	15,2
	total	13,0	58,1



Barcelona Ciutat	62,0	100
Ciutat Vella	12,4	20,0
Eixample	17,9	29,0
Sants - Montjuïc	10,7	17,2
Les Corts	1,3	2,1
Sarrià - Sant Gervasi	2,6	4,1
Gràcia	9,4	15,2
Horta - Guinardó	2,3	3,8
Nou Barris	1,7	2,8
Sant Andreu	1,1	1,7
Sant Martí	2,6	4,1
Resta de Província de Bcn	10,7	
Resta de Catalunya	0,6	
Resta d'Espanya	1,3	
L'estranger	3,0	
TOTAL	100	

Distribució de la Gent freqüenta L'oci al Raval segons el lloc de Residència



5.3.2.2. Dades per Zones i Subzones del Raval

Abans de mostrar les dades i les conclusions definitives, s'analitzen les característiques específiques de cadascuna de les variables, per zones i subzones ¹³.

1. Sexe

		Sexe	
		% Home	% Dona
Raval Nord	zona 1	55,3	44,7
	zona 2	53,4	46,6
	Mitjana	54,4	45,6
Raval Sud	zona 3	52,4	47,6
	zona 4	58,0	42,0
	zona 5	51,3	48,7
	Mitjana	53,9	46,1
Total Raval		54,1	45,9

La distribució per sexes de la gent que es troba al Raval és molt similar al Nord i al Sud. Únicament destaca un percentatge lleugerament superior d'homes a la zona 4 del Raval Sud.

2. Edat

		Grups d'Edat			
		Entre 16 i 35 Anys	Entre 36 i 50 Anys	Més de 50 Anys	Ns/Nc
Raval Nord	zona 1	79,9	11,9	7,5	0,6
	zona 2	80,1	11,6	8,2	0,0
	Mitjana	80,0	11,8	7,9	0,3
Raval Sud	zona 3	80,3	10,9	8,8	0,0
	zona 4	66,0	16,7	17,3	0,0
	zona 5	84,2	10,5	3,9	1,3
	Mitjana	76,8	12,7	10,0	0,4
Total Raval		78,1	12,3	9,2	0,4

Els grups d'edat majoritaris a ambdues àrees del barri són els que estan formats per persones amb edats compreses entre els 16 i els 35 anys. Únicament al Sud del barri, concretament a la zona 4, hi ha un menor percentatge en aquest grup d'edat, i un augment considerable en els enquestats que tenen més de 50 anys.

¹³ Veure pàg. 262

3. País o Zona d'origen

		País o Zona Origen						
		Espanya	UE 25	Europa no UE	Amèrica	Àfrica	Àsia i altres	Ns/Nc
Raval Nord	zona 1	50,9	17,0	2,5	22,0	6,3	1,3	0,0
	zona 2	60,3	12,3	1,4	19,2	3,4	2,7	0,7
	Mitjana	55,6	14,7	1,9	20,6	4,9	2,0	0,3
Raval Sud	zona 3	42,9	22,4	1,4	26,5	2,7	4,1	0,0
	zona 4	48,7	23,7	1,3	18,4	4,6	3,3	0,0
	zona 5	50,7	20,0	0,0	20,7	2,7	6,0	0,0
	Mitjana	47,4	22,0	0,9	21,9	3,3	4,5	0,0
Total Raval		50,7	19,1	1,3	21,4	4,0	3,4	0,1

Analitzant per zones les diverses procedències, es detecten diferents tendències. Al Raval Nord, hi ha més visitants de l'Estat Espanyol, superant el 50%. En canvi, les zones de la part Sud amb prou feines superen aquesta quantitat d'autòctons.

Pel que fa els visitants d'origen europeu, els comunitaris es concentren més a la zona Sud i els no comunitaris a la part Nord.

Per la seva banda, els procedents de l'Amèrica tenen una distribució més homogènia a totes les zones, exceptuant la zona 3 (del Raval Sud) que fa pujar la mitjana.

Pel que fa a les persones originàries de l'Àfrica, les zones 1, 2 i 4 són les mostren un percentatge més elevat. Per tant, el Raval Nord té una major representació de persones amb aquesta procedència.

Per últim, destaca la diferència de + 2'5 punts percentuals a la zona Sud del Raval en referència a les persones d'origen asiàtic. Per zones concretes, la 5 té un percentatge molt superior (6%) a la resta.

4. Nivell d'estudis

		Nivell d'Estudis								
		Sense estudis	Primaris Incomplet	Primaris compert, EGB, Batxillerat Elemental	FP1, Estudis professionals	ESO	BUP, Batxiller Superior, FP2 i COU	Diplomats, ingeniers tècnics i similars	Llicenciats, Ingeniers superiors	Ns/ Nc
Raval Nord	zona 1	1,9	1,3	6,9	3,8	7,5	30,2	20,1	25,8	2,5
	zona 2	0,0	2,1	8,2	8,9	9,6	20,5	16,4	32,9	1,4
	Mitjana	0,9	1,7	7,6	6,3	8,6	25,4	18,3	29,3	1,9
Raval Sud	zona 3	0,7	0,0	7,5	0,7	6,1	29,9	14,3	40,1	0,7
	zona 4	2,1	2,1	7,8	2,1	0,0	22,7	12,8	50,4	0,0
	zona 5	1,9	1,2	3,1	1,2	7,5	34,8	18,0	26,7	5,6
	Mitjana	1,6	1,1	6,1	1,4	4,5	29,1	15,0	39,1	2,1
Total Raval		1,3	1,3	6,6	3,3	6,2	27,9	16,4	34,7	2,1

De l'alt nivell d'estudis generalitzat, al Raval Sud és on es troben els percentatges més elevats (un 40% a la zona 3 i un 50% a la zona 4).

5. Activitat de l'entrevistat

		Treballa	Estudia	Estudia i Treballa	Mestressa de casa	Jubilat / Pensionista	A l'Atur amb prestació	a l'Atur sense prestació	Altres	Ns/ Nc
Raval Nord	zona 1	50,3	16,4	17,0	1,9	2,5	1,9	3,8	0,6	5,7
	zona 2	42,5	21,2	17,8	2,1	4,1	1,4	7,5	0,0	3,4
	Mitjana	46,4	18,8	17,4	2,0	3,3	1,6	5,7	0,3	4,5
Raval Sud	zona 3	47,6	18,4	16,3	1,4	5,4	4,1	4,1	0,7	2,0
	zona 4	55,3	11,3	13,3	1,3	8,7	2,0	4,7	0,0	3,3
	zona 5	36,8	32,2	19,7	0,0	1,3	2,0	4,6	0,7	2,6
	Mitjana	46,6	20,6	16,5	0,9	5,1	2,7	4,5	0,4	2,7
Total Raval		46,6	19,9	16,8	1,3	4,4	2,3	4,9	0,4	3,4

Tant a la part Nord com a la Sud hi ha un elevat percentatge de persones que treballen. Al Nord és on trobem més mestresses de casa (zona 2) i més aturats sense prestació (també a la zona 2). A la part Sud, és a on hi ha uns percentatges destacats de jubilats (zona 4) i d'aturats amb prestació (zona 3). Tanmateix, la zona 5 torna a diferenciar-se de la resta en el percentatge de gent que estudia (un 32'2%).

6. Lloc de Residència

		Lloc de Residència						Ns/ Nc
Zona on es troba	Barri del Raval	Barcelona Ciutat	Resta de Província de Bcn (Municipi)	Resta de Catalunya (Província)	Resta d'Espanya (CCAA)	L'estranger (País)		
Raval Nord	zona 1	23,9	49,1	12,6	1,9	5,0	6,9	0,6
	zona 2	28,1	50,0	12,3	2,1	3,4	4,1	0,0
	Mitjana	26,0	49,5	12,5	2,0	4,2	5,5	0,3
Raval Sud	zona 3	29,9	52,4	12,9	0,0	1,4	2,7	0,7
	zona 4	24,7	60,7	10,7	0,0	2,7	1,3	0,0
	zona 5	19,1	57,9	13,8	0,0	2,0	6,6	0,7
	Mitjana	24,6	57,0	12,5	0,0	2,0	3,5	0,4
Total Raval		25,1	54,0	12,5	0,8	2,9	4,4	0,4

A la zona Nord del Raval és a on es concentren totes les persones provinents de la Resta de Catalunya i un major percentatge d'Estrangers.

7. Motiu de trobar-se al Raval

		Motiu de trobar-se al Raval							
		Estic de pas en direcció a casa	Estic de pas en direcció a la feina	Passeig / lleure / turisme	Compres quotidianes / habituals	Compres especials / puntuals	Oci nocturn	Altres	Ns/ Nc
Raval Nord	zona 1	22,0	13,8	31,4	3,1	4,4	12,6	12,6	0,0
	zona 2	15,1	19,2	36,3	3,4	6,8	9,6	9,6	0,0
	Mitjana	18,5	16,5	33,9	3,3	5,6	11,1	11,1	0,0
Raval Sud	zona 3	17,0	17,7	37,4	6,8	2,7	7,5	10,9	0,0
	zona 4	18,7	13,3	34,0	6,0	6,0	16,7	4,7	0,7
	zona 5	6,6	15,1	34,2	4,6	3,9	7,2	27,6	0,7
	Mitjana	14,1	15,4	35,2	5,8	4,2	10,5	14,4	0,4
Total Raval		15,9	15,8	34,6	4,8	4,8	10,7	15,6	0,3

Els motius pels quals la gent visita el barri varien poc en funció de la zona on es trobin. Tot i que hi ha certa paritat entre les dues grans àrees del Raval, s'observen diferències destacables a l'analitzar les dades per zones. Destaca la zona 5 en les raons relacionades amb les categories: Estic de pas a casa i Oci Nocturn (per ser bastant inferior a la resta) i Altres (per ser molt superior).

Pel que fa als hàbits de compra, es comprova que a la part Sud (especialment les zones 3 i 4) és a on les persones enquestades contesten més que van a fer compres quotidianes. En canvi, al Nord (sobretot a la zona 2) és a on es troben més persones que venen al barri a fer compres especials.

Recordar també, que anteriorment ja s'han analitzat¹⁴ quines són les zones a on es realitzen aquestes compres, ja que les dades que acabem d'adjuntar només fan referència a on estaven les persones en el moment de ser entrevistades.

		Estudiar	Restat d'Altres
Raval Nord	zona 1	55,0	45,0
	zona 2	28,6	71,4
	Mitjana	41,8	58,2
Raval Sud	zona 3	46,7	53,3
	zona 4	40,0	60,0
	zona 5	64,3	35,7
	Mitjana	50,3	49,7
Total Raval		53,1	46,9

S'observa un elevat percentatge de persones que venen a estudiar, donat que representen més del 50% dins de la categoria d'Altres (estudis generals, idiomes i música) i prop del 7% de la mostra total. La zona 5 és la que concentra gairebé un 53% de les persones que venen a estudiar¹⁵. La zona 1, es situa en segon lloc amb un 21'6%.

¹⁴ Veure pàg. 299-300



8. Mitjans de Transport

		Mitjans de Transport										
		A Peu	En Bus Urbà	En Bus del Barri	En Metro	En Tren / Renfe	En Ferrocarrils Catalans	En Taxi	En Cotxe	En Moto	En Bici	Altres
Raval Nord	zona 1	63,5	5,0	1,3	28,3	6,3	2,5	0,6	3,1	4,4	4,4	1,3
	zona 2	49,3	5,5	0,7	24,0	9,6	0,7	0,7	3,4	6,2	11,0	0,7
	Mitjana	56,4	5,3	1,0	26,1	7,9	1,6	0,7	3,3	5,3	7,7	1,0
Raval Sud	zona 3	47,6	4,1	0,7	32,7	6,1	0,7	1,4	2,7	1,4	16,3	2,7
	zona 4	58,7	6,0	0,0	28,0	2,7	0,7	0,7	4,0	1,3	7,3	0,7
	zona 5	55,3	5,9	0,0	27,6	6,6	2,0	0,0	3,3	3,3	8,6	2,0
	Mitjana	53,8	5,3	0,2	28,1	5,1	1,1	0,7	3,3	2,0	10,7	1,8
Total Raval		55,0	5,3	0,5	28,1	6,2	1,3	0,7	3,3	3,3	9,4	1,5

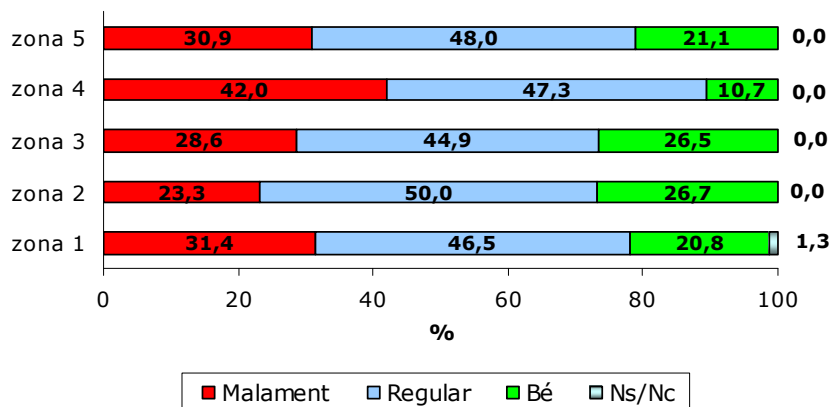
El Raval Nord es diferencia mínimament del Sud pel que fa al mitjà de transport seleccionat per les persones que hi transiten. A la part Nord s’observen prioritats de transport en les següents zones: la zona 1 en la utilització del Bus del Barri i la zona 2 pel que fa al transport públic (en tren) i al privat (en bicicleta i en motocicleta). Al Sud, la zona 3 aglutina el major percentatge d’usuaris de la bicicleta i les zones 4 i 5 el d’autobús urbà.

9. Coneixement i Valoració del Raval

		Coneixement del Raval per Zones				
		No el conec de res	El conec una mica	El conec Bastant	El conec Molt	Ns/Nc
Raval Nord	zona 1	7,5	31,4	30,2	29,6	1,3
	zona 2	7,5	28,8	34,9	25,3	3,4
	Mitjana	7,5	30,1	32,6	27,5	2,3
Raval Sud	zona 3	4,8	32,0	37,4	25,9	0,0
	zona 4	6,0	23,3	31,3	39,3	0,0
	zona 5	5,3	28,9	31,6	34,2	0,0
	Mitjana	5,3	28,1	33,4	33,1	0,0
Total Raval		6,2	28,9	33,0	30,9	0,9

Hi ha un petit grau de coneixement més elevat en les persones que estan situades a la part Sud.

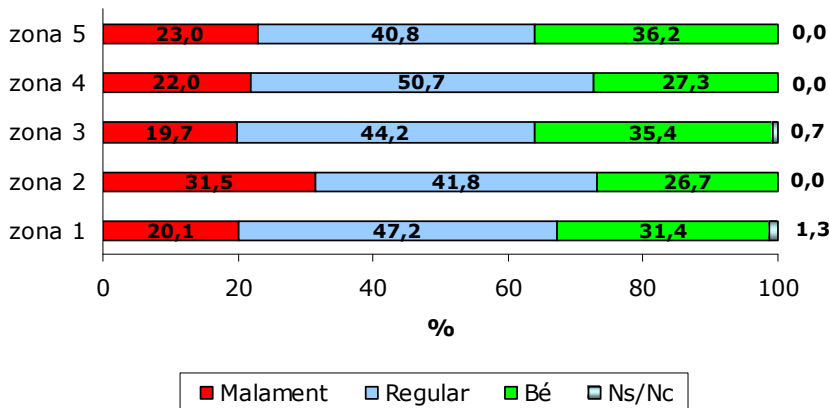
Valoració de la Neteja per Zones



La gent de la zona 4 té una valoració més negativa sobre la neteja, mentre que els que es situen a la zona 2 són els que ho valoren més positivament.

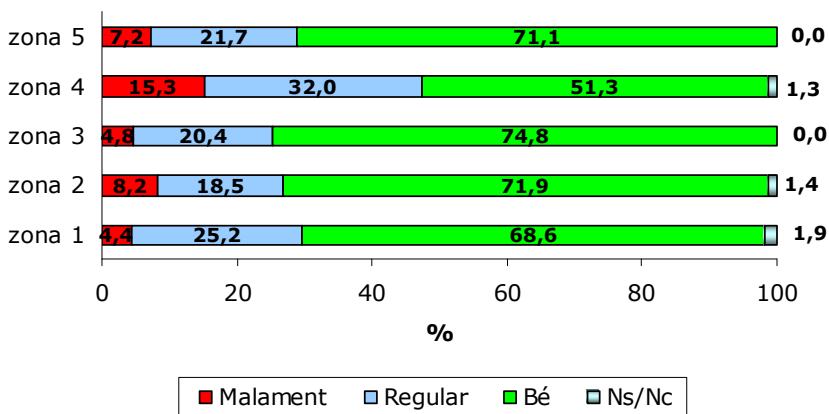


Valoració de la Seguretat per Zones



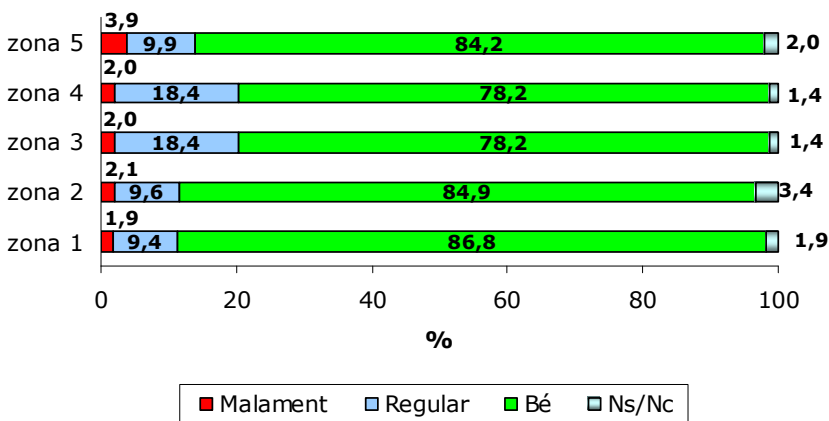
A les zones 5, 3 i 1 ens trobem amb percentatges més positius relacionats amb la seguretat al barri.

Valoració de l'accessibilitat per Zones



La gent que valora pitjor l'accessibilitat al Raval és la situada a la zona 4. La resta fan una valoració molt semblant i força bona.

Valoració de la Diversitat Cultural per Zones



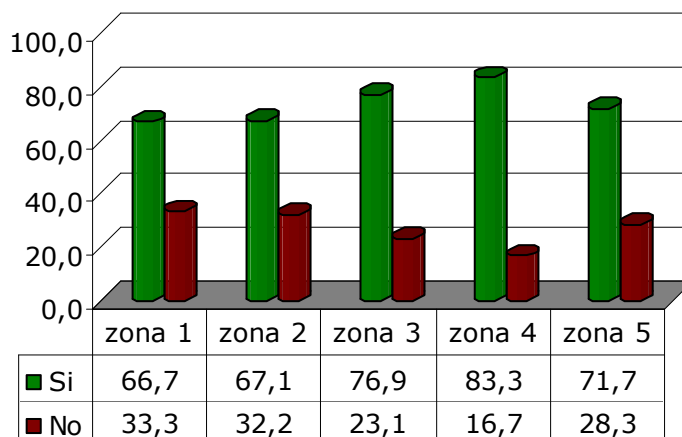
En general a totes les zones es valora molt positivament la diversitat cultural, tot i que a les zones 3 i 4 les valoracions són lleugerament inferiors.

10. Estat de la demanda al Raval

Tenint en compte que els enquestats estan distribuïts a 5 zones diferents, a continuació s'analitza la relació existent entre aquesta ubicació i el fet de comprar i/o utilitzar serveis:

		Compra o Utilitza Serveis al barri?		
		Si	No	Ns/Nc
Raval Nord	zona 1	66,7	33,3	0,0
	zona 2	67,1	32,2	0,7
	Mitjana	66,9	32,8	0,3
Raval Sud	zona 3	76,9	23,1	0,0
	zona 4	83,3	16,7	0,0
	zona 5	71,7	28,3	0,0
	Mitjana	77,3	22,7	0,0
Total Raval		74,4	25,5	0,1

Compra i/o utilitza Serveis al barri



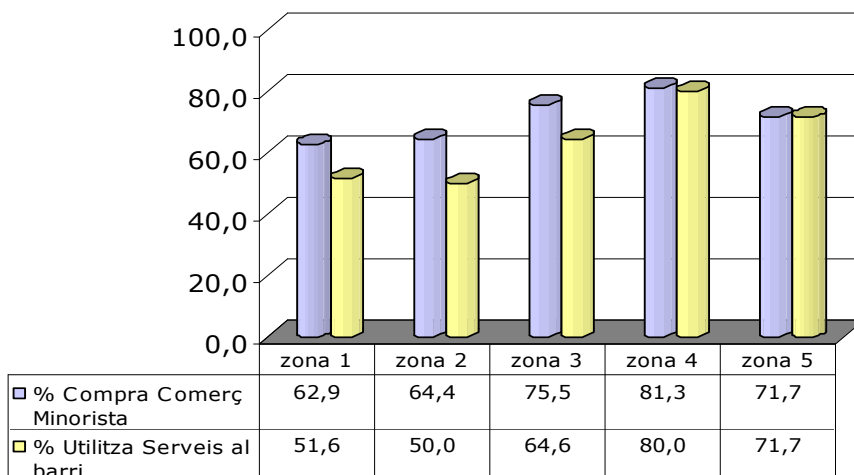
Aquí s'observa una petita diferència entre la part Nord i la Sud del Raval. La gent que està situada a la part Sud acostuma a comprar i/o utilitzar més els serveis, sobretot els que estan a la zona 4.

A partir d'aquest anàlisi, s'estudia aquesta relació per sectors (comerç minorista diferenciat dels serveis):

Zona on es troben		% Compra Comerç Minorista	% Utilitza Serveis al barri
Raval Nord	zona 1	62,9	51,6
	zona 2	64,4	50,0
	Total	63,6	50,8
Raval Sud	zona 3	75,5	64,6
	zona 4	81,3	80,0
	zona 5	71,7	71,7
	Total	75,5	71,7
Total Raval		71,1	63,5



Compra i/o utilitza Serveis al barri

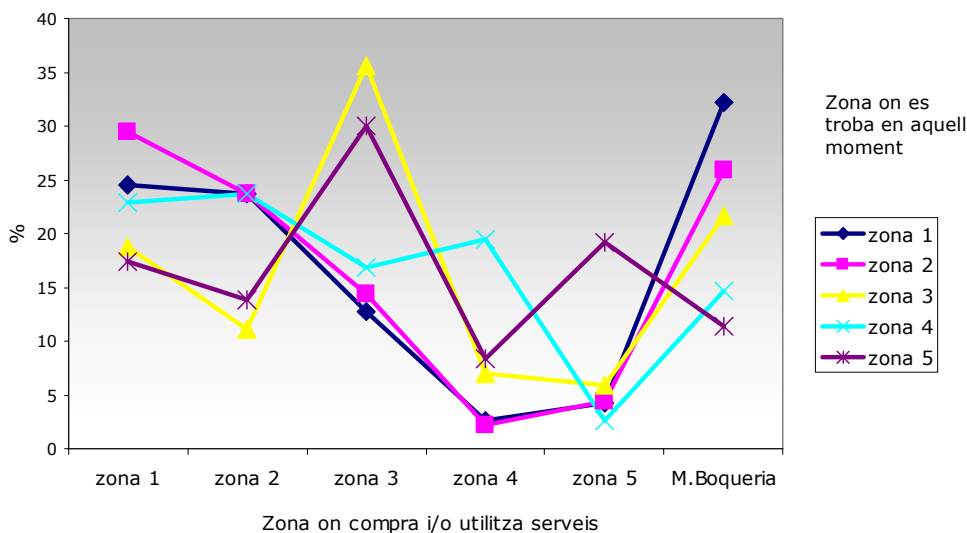


La gent situada a la part Sud del barri compra i utilitza més serveis que la que es troba al Nord. Aquesta diferència general és superior en el sector dels serveis. Per zones, destaquen novament els visitants de la 4 en els dos àmbits.

Per finalitzar, s'observa la relació entre la zona en la que es troba la gent i la zona a on compra:

		Zona on es compra i/o utilitzen serveis						TOTAL
Zona on es troben		zona 1	zona 2	zona 3	zona 4	zona 5	M. Boqueria	
Raval Nord	zona 1	25	24	13	3	4	32	100
	zona 2	29	24	14	2	4	26	100
	Total	27	24	14	2	4	29	100
Raval Sud	zona 3	19	11	36	7	6	22	100
	zona 4	23	24	17	19	3	15	100
	zona 5	17	14	30	8	19	11	100
	Total	19	14	30	8	6	15	100

% de gent que compra i/o utilitza serveis a cada zona segons on es troba en aquell moment





Les persones ubicades a les zones 1 i 2 (Raval Nord) tenen un comportament similar: efectuen la majoria de les seves compres en les mateixes zones a on estan situats i al Mercat de la Boqueria. Aquestes no compren ni utilitzen serveis (menys del 5%) a les zones 4 i 5.

La gent de la zona 3 realitza la majoria de les compres a la seva zona i al Mercat de la Boqueria principalment.

Els de la zona 4 prioritzen les zones 1 i 2 i no compren a la 5.

Finalment, la persones ubicades a la zona 5, realitzen les seves compres a la zona 3 i la 5. Són els que menys compren al Mercat de la Boqueria.

Del total de zones, les menys demandades són la 4 i la 5.

Assiduitat de compra i/o utilització de Serveis

Per últim, s'analitza si el fet de trobar-se en un lloc o un altre té alguna relació amb l'assiduitat de compra i/o utilització de serveis. Com es pot observar a la taula i la gràfica que es presenta a continuació (taula 8 i gràfica adjunta), independentment de la zona on es troben els compradors i/o usuaris de serveis del Raval tenen un comportament molt similar.

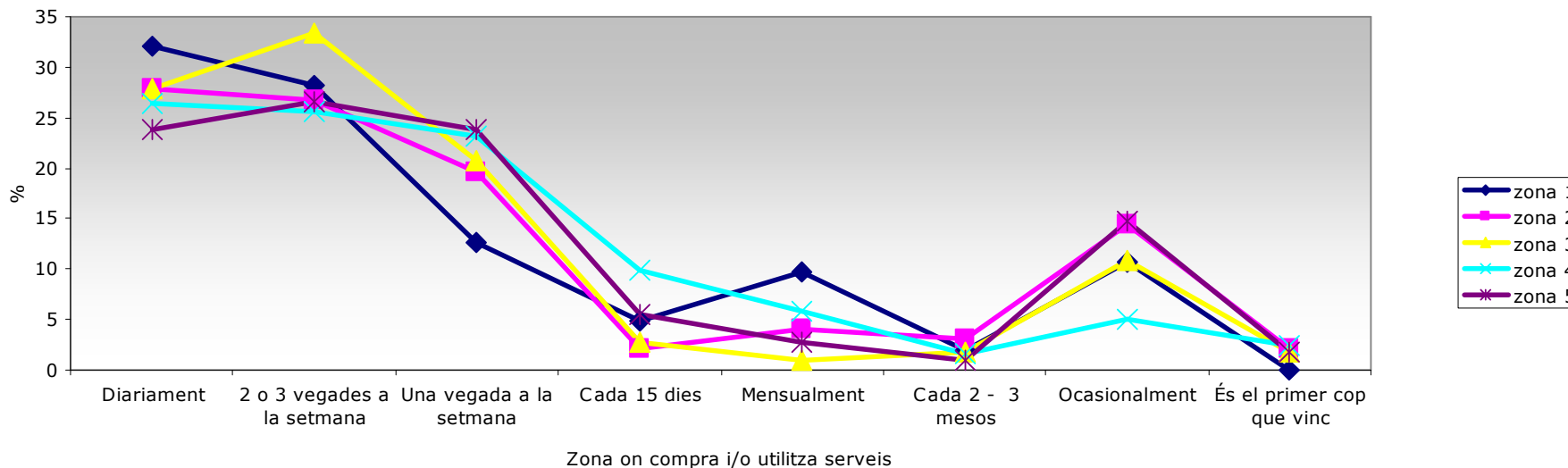
L'assiduitat de les compres és elevada, donat que un 54,5% de les mateixes es realitzen com a mínim setmanalment. El 7,8% són usuaris o compradors ocasionals i el 7% efectua les seves compres al menys una vegada al mes.



TAULA 8. ASSIDUÏTAT DE COMPRA I/O UTILITZACIÓ DE SERVEIS

		Amb quina assiduitat compra i/o utilitza serveis del Raval								TOTAL
Zona on es troben		Diàriament	2 o 3 vegades a la setmana	Una vegada a la setmana	Cada 15 dies	Mensualment	Cada 2 - 3 mesos	Ocasionalment	És el primer cop que vinc	
Raval Nord	zona 1	32	28	13	5	10	2	11	0	100
	zona 2	28	27	20	2	4	3	14	2	100
	total	30	27	16	3	7	3	13	1	100
Raval Sud	zona 3	28	33	21	3	1	2	11	2	100
	zona 4	26	26	23	10	6	2	5	2	100
	zona 5	24	27	24	6	3	1	15	2	100
	total	26	27	23	6	3	2	11	2	100

% de gent que compra i/o utilitza serveis a cada zona segons on es troba en aquell moment



5. 4. Conclusions

Tenint en compte que la majoria de les persones que es troben al barri compren i utilitzen serveis i que el 75% dels consumidors escullen una o més zones específiques de compra, les principals conclusions que s'extreuen sobre les Característiques de la Demanda del Raval són:

PER LLOC DE RESIDÈNCIA

1. Les persones residents al barri tenen un altíssim grau de fidelitat (92%).
2. Les persones que més assíduament compren i/o utilitzen serveis viuen al Raval o a Barcelona (sobretot a Ciutat Vella i l'Eixample).
3. De tota la gent que compra a les diferents zones, els que viuen a Barcelona (sense tenir en compte el barri) són les que més compren i/o utilitzen serveis.
4. Els Demandants de comerç i serveis del barri tenen un percentatge de compra lleugerament superior al Mercat de Sant Antoni (el 34,6%) que a la Boqueria (el 29,3%)¹⁶.
5. S'observen diferències específiques en la Demanda segons el lloc de residència dels enquestats:

DEMANDA DE LA GENT QUE VIU AL BARRI:

De manera general, els residents del Raval compren més a les subzones 3, 2 i 1 i al Mercat de la Boqueria.

Observem que els residents del Raval Nord si que mostren una relació directa entre el comportament de compra i el lloc de residència.

Els de la part Sud però, presenten diferències de comportament segons la subzona en la que viuen. Els de la 3 es desmarquen de la resta de subàrees del Sud, perquè els seus habitants mostren comportaments de compra similars als de la zona 1 i 2, i són els que més compren al Mercat de la Boqueria. S'hauria de fidelitzar al públic de la zona 3 cap a la 4 i cap a la 5, és a dir, fomentar la mobilitat de persones a l'interior del barri.

Els de la 4 també compren a la zona on viuen i a la 3, tot i que no ho fan a la Boqueria.

Els de la zona 5 no compren ni utilitzen serveis ubicats a les zones 1 o 2. Per tant, s'hauria de potenciar la mobilitat interna dels de la zona 5.

Es pot afirmar doncs, que a petites àrees comercials també existeix una elevada influència i grau de relació entre el lloc de residència i els comportaments de compra.

DEMANDA DE LA GENT QUE VIU A BARCELONA:

El comportament de compra està directament relacionat amb l'Oferta Comercial existent, és a dir, es compra i s'utilitzen serveis majoritàriament a les zones 1, 3 i 2 i al Mercat de la Boqueria

¹⁶ Aquí s'ha de tenir en compte que s'han utilitzat dues preguntes diferents per respondre aquests dos conceptes. Veure Metodologia de la Demanda (pàgina 262).



Per tant, destaquen els següents aspectes en la Demanda:

- La SITUACIÓ DE CENTRALITAT DINS DE LA CIUTAT, afavoreix l'entrada natural de vianants i fa que es rebi una influx directe de l'activitat econòmica i comercial que es desenvolupa en la zona centre de Barcelona.
 - L'ELEMENT D'ATRACCIÓ DEL CLÚSTER CULTURAL I D'ALTRES ELEMENTS DINAMITZADORS INTERNS, afavoreixen l'entrada de persones de la resta de la ciutat i potencien la creació de noves expectatives comercials fomentant la mixicitat comercial. Pot desembocar en una situació de gentrificació.
 - Les TRANSFORMACIONS URBANÍSTIQUES i la DIGNIFICACIÓ D'ESPAYS. S'observa com a les zones més degradades del barri hi ha una predominança de comerç minorista i Oci Nocturn. A les àrees més renovades urbanísticament parlant, hi ha predominança de la restauració i comerç alternatiu.
6. Es podria afirmar doncs, que l'elevada Oferta Comercial existent al Raval necessita nodrir-se dels clients de Barcelona, donat que el grau de fidelització dels residents del barri és òptim.
7. Destaca però, la necessitat d'atracció del públic resident a Barcelona de manera generalista, donat que els principals clients del barri provenen de Districtes propers.

PER SECTORS DE L'OFERTA

8. Es compra més que no pas s'utilitzen serveis, tot i que els percentatges són molt similars.
9. El sector més demandat és el comerç minorista, concretament la branca de l'Alimentació, que dobla en percentatge a la segona amb més pes: la del Tèxtil, el Calçat i la Pell.
10. El 90% dels demandants del sector serveis, afirma ser usuari de l'àmbit de la Restauració (igual a gairebé el percentatge de l'Alimentació al comerç minorista). La segona branca més demandada és la d'Altres Serveis Personals i Culturals. Destaca doncs, la importància del subsector dels Bars, Restaurants i Hotels com a motor de l'activitat comercial.
11. Tenint en compte el sector més demandat (Alimentació), es pot afirmar que el comerç del barri és bàsicament de proximitat i corrobora l'alt grau de fidelització de la població resident al Raval. Tanmateix, les actituds de compra dels veïns del barri són similars a les de la població de Barcelona, ja que els béns diaris s'acostumen a comprar al lloc de residència.
12. S'ha de potenciar la promoció d'altres sectors del comerç per tal de fidelitzar al públic generalista de Barcelona i fomentar la mixicitat comercial de la zona.
13. L'Oci Nocturn existent consta d'una gran demanda i es configura com un element no únicament de promoció i atracció de públic potencial (gent jove i/o alternativa) sinó que també de positivització de la imatge del barri.

PER BRANQUES DEL COMERÇ I DELS SERVEIS

14. Tots els subsectors del comerç tenen una major demanda a les zones 3, 1 i 2 (a excepció de la branca de material de Transport que és més demandada per la gent compra, per ordre, en les següents zones: 3, 1 i 4).
15. La zona on hi ha menys demanda de totes les branques del Comerç és la 5.
16. La majoria de gent que és usuària de serveis es concentra a les zones 1, 3 i 2 (a excepció de la branca de Manteniment, Neteja i Protecció que és més demandada a les següents zones: 3,4 i 1).
17. Novament, la zona que acumula menys demanda de totes les branques de Serveis és la zona 5.

PER ÀREES DEL BARRI

18. No s'observen grans diferències en les dues grans àrees del Raval (Nord i Sud) pel que fa als comportaments de compra, tot i que, si s'analitzen cadascuna de les subzones que les formen s'observa que:
 - a. Respecte al Comerç Minorista:
 - A totes les zones, el subsector més demandat és l'Alimentació.
 - Les branques menys demandades a cadascuna de les zones també coincideixen: Materials de Transport, Altres i Oficina i Mecànica de Precisió.
 - b. Respecte als Serveis:
 - Precisament a la zona 5, els consumidors són usuaris bàsicament de Bars, Restaurants i Ensenyament. A la resta de zones, la Restauració i Hoteleria també ocupa especial rellevança. Per tant, es corrobora l'existència d'un circuit de restauració i d'Oci Nocturn consolidat i que exerceix un paper dinamitzador rellevant.

PER ALTRES CARACTERÍSTIQUES DELS DEMANDANTS

19. Els mitjans de transport més utilitzats són per ordre: Anar a peu, en metro o en bus al Raval. Així, es corrobora la tipologia de públic del barri: els seus residents, els dels barris més propers i de la Ciutat. S'observa de nou, la relació existent entre el lloc de residència i el comportament de compra.
20. El moment més utilitzat per fer la compra és la tarda.
21. Tant els homes com les dones són els que efectuen les compres i són usuari/ies de serveis al Raval. Tot i així, s'ha de recordar que, segons els estudis de l'Ajuntament de Barcelona, les dones són les que habitualment fan les compres.
22. L'edat del públic potencial del barri es situa entre les 16 i els 35 anys, sense existir una diferència de gènere preferent.
23. La clientela del barri està formada per un 50% d'Autòctons i la resta d'Estrangers, destacant els provinents de la UE (25%) i els de l'Amèrica. Aquí es ratifica la importància de la centralitat geogràfica del barri, dels seus elements d'atracció i el nombre d'Hotels (32) i apartaments privats.
24. El nivell d'estudis del públic potencial és molt elevat i fa pensar en la relació directa amb la joventut dels demandants, què treballen i/o estudien.



25. Els aspectes més ben valorats de l'Oferta Comercial són:

- L'amplitud d'horaris.
- La qualitat dels productes.
- La diversitat de l'Oferta.
- El tracte personal.

Es valora doncs, la pluriètnicitat i la varietat de l'Oferta que està formada pel comerç de proximitat, el més alternatiu i una àmplia gamma de serveis.

26. La mobilitat interna dels compradors, de manera general, és bona.

27. La freqüència amb que visiten el Raval, està estretament relacionat amb la zona on resideixen, ja que les persones que compren més assíduament són les que viuen al Raval, seguides de les que viuen a Barcelona Ciutat.

Per tant, el **perfil del demandant** del Raval és:

Persones d'entre 16 i 35 anys, que viuen a Barcelona Ciutat, amb un nivell d'estudis elevat que valoren el caràcter diferencial i mix dels barris pluriètnics.

6. L'Associacionisme

6. 1. Introducció

L'associacionisme comercial és un element més d'anàlisi que ajuda a completar l'estudi sobre l'Oferta comercial d'una zona, donat que les entitats de comerciants han de constituir-se com a espais de treball conjunt per a la millora de la situació econòmica i comercial.

A barris com el Raval, que han patit transformacions socials i urbanístiques importants, el paper de la societat civil i el grau d'organització de la mateixa són factors determinants en la cohesió social del territori i en la dinamització del mateix.

S'ha de tenir en compte que, per la població en general i els comerciants autòctons, la instal·lació de persones immigrades en un territori és negatiu, donat que implica la desvalorització de la zona. Segons Mikel Aramburu (2002), *"es vincula al comerç immigrant amb dos conceptes perjudicials per a la imatge general i comercial d'una zona: el caràcter degradant (foment de la guetització o de contribució al malogament d'un barri que ja està envellit o és antic) i l'ètnic (atracció de persones d'origen estranger i marginalització de la zona)"*.

Així, i tal i com s'ha esmentat al llarg d'aquest estudi, els factors geogràfics, urbanístics, socials i culturals d'una àrea configuren la seva activitat econòmica i la seva vida comercial. El Raval és un territori on persisteixen situacions d'exclusió social, en el que hi ha hagut una arribada de persones novingudes, que provoquen una transformació social i visual gran, i que es configuren com a culpables de la crisi actual del comerç tradicional (Aramburu, 2002).

Tanmateix, per a poder dinamitzar un espai o territori, és necessària la implicació dels agents principals (els comerciants). Considerem que si els comerciants no adopten iniciatives participatives i representatives de la realitat existent, no poden realitzar cap acció de dinamització amb èxit. És aquí quan la deixadesa dels barris i dels seus comerços, la crispació social i el fantasma de la guetització es fan palesos.

Per tant, la intervenció en aquest àmbit respon a la necessitat de potenciar la participació (associacionisme) en el sector com a principal element de construcció de xarxes de relació. Mitjançant l'establiment d'aquestes xarxes i gràcies al treball conjunt, les associacions resultants són operatives, autònomes i amb una metodologia de treball que es basa en la implicació dels agents econòmics en el seu entorn. Les associacions de comerciants esdevenen doncs, estructures organitzades que treballen per a la millora del carrer i de l'àrea comercial en la que es troben ubicades. Potenciar les xarxes de relació entre els agents implicats mitjançant el coneixement mutu per a la recerca d'objectius comuns, és el fonament de la integració dels comerciants d'origen estranger. És a dir, les metodologies participatives, com a eines complementàries del treball professional en l'àmbit micro-local (carrers, barris i districtes) contribueixen a assolir l'objectiu de la integració comunitària i la cohesió social.

És necessària per tant, l'existència d'organització entre tots els comerciants (independentment del seu origen) per tal de desenvolupar accions dinamitzadores i ser capaços d'incidir en l'Oferta i la Demanda d'un territori, conservant els elements més característics del mateix i vetllant per la conservació d'un equilibri comercial i social.

Per tant, en aquest apartat es realitza una aproximació a la realitat associativa en aquest àmbit al barri del Raval.

6. 2. Eix Comercial del Raval

L'Eix Comercial del Raval va néixer a finals de l'any 2003 just quan feia un any que s'acabava d'iniciar un procés de dinamització de l'associacionisme comercial entre l'Administració Pública (Districte de Ciutat Vella) i la Iniciativa Privada (Fundació Tot Raval i comerciants del barri). Aquest procés incidia en la **revitalització de les associacions de comerciants del Raval a través del foment de la participació conjunta entre els comerciants autòctons i els nousvinguts** mitjançant accions de mediació i dinamització comunitària. L'èxit de les dues primeres intervencions va desencadenar l'ampliació dels carrers sobre els que s'havia de treballar.

Cal destacar però, que es tracta d'intervencions a llarg termini (que en alguns dels casos no s'han finalitzat) i que es troben constantment influenciades per elements externs (polítiques socials i d'immigració...) com interns (situació personal i professional dels comerciants, assoliment d'objectius...). Per tal d'obtenir una major claredat sobre la complexitat d'aquests processos, s'adjunta una taula esquemàtica que senyala la temporalitat òptima en el foment de l'associacionisme comercial:

Fase	Descripció	Funcions	Eina	Temporalitat
1a.	Coneixement del Territori i Establiment de Contactes	Elaboració del Pre-diagnòstic i creació d'un grup de treball	Mediació	Entre 6 i 12 mesos
2a: Dinamització Associacionisme	Creació/ Renovació	Foment d'una Junta i una Associació Intercultural	Dinamització comunitària	2 mesos
		Suport tècnic i administratiu, foment del treball conjunt	Dinamització comunitària	12 mesos
		1era Avaluació	Dinamització comunitària	
	Arrelament	Suport tècnic	Dinamització comunitària	12 mesos
2ona Avaluació		Dinamització comunitària		
3a: Dinamització Associacionisme	Consolidació	Dinamització de l'entitat i de l'àmbit econòmic i comercial	Dinamització comunitària	Màxim 4 anys

Tanmateix, destaca el treball constant que s'està desenvolupant en aquest sentit, i l'ampliació del nombre de processos endegats des d'aleshores. Així, l'estat actual de l'associacionisme comercial al Raval és:

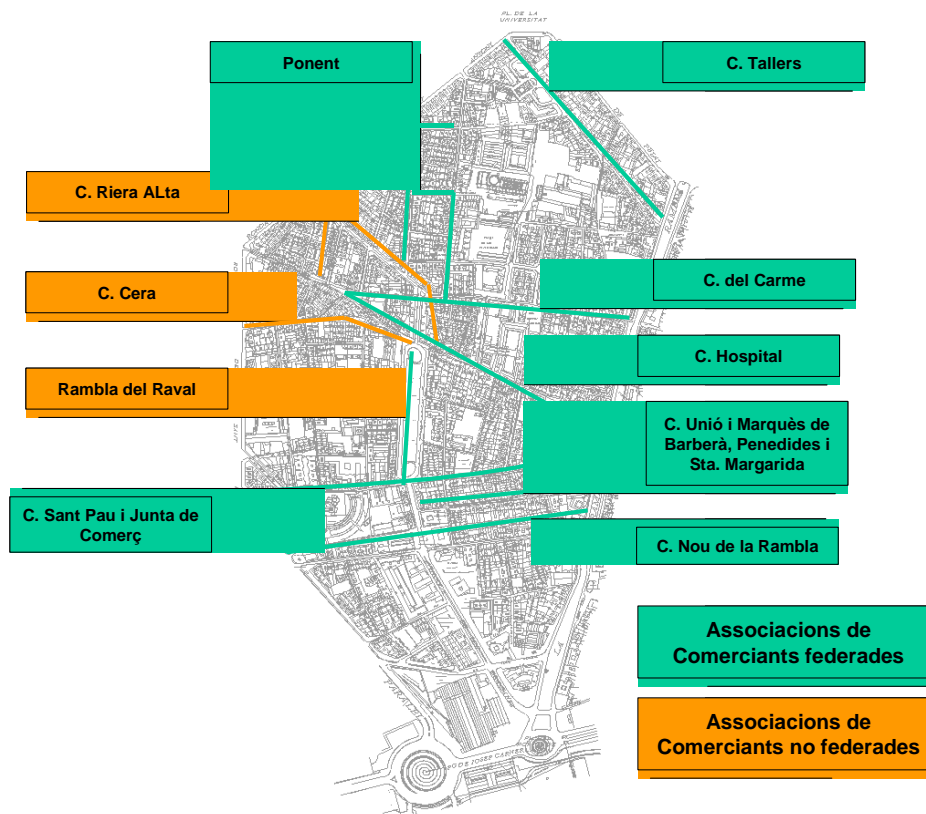


6. 3. Situació Actual

En l'actualitat hi ha set associacions de comerciants federades a l'Eix Comercial del Raval, de les quals només quatre – Assoc. Comerciants i Veïns/es del C. Tallers i Rodalies i les Assoc. de Comerciants del C. Carme, Hospital i adjacents, Sant Pau i Junta de Comerç- tenen establert el pagament d'una quota trimestral per part dels seus associats.

Adicionalment hi ha tres Associacions de Comerciants que no estan federades: les dels carrers Riera Alta, Cera i la Rambla del Raval.

Els carrers que actualment compten amb una Associació al Raval en aquest àmbit són:



ASSOCIACIONS FEDERADES A L'EIX COMERCIAL DEL RAVAL	ASSOCIACIONS	LOGO	Nº DE SOCIS	ESTAT
	Assoc. Comerciants i Veïns/es de C.Tallers i Rodalies		82	Es tracta d'una de les entitats més funcionals del barri. Actualment es troba en un procés de captació de noves col·laboracions entre els comerciants més joves i d'aproximació als nousvinguts.
	Assoc de Comerciants del C. Carme (Carme Comerç)		57	Associació que, tot i la seva joventut -constituïda al juliol del 2007-, és una de les més operatives i dinàmiques pel que fa a activitats i captació de socis
	Assoc de Comerciants del C. Hospital i Adjacents		91	Tot i l'elevat nombre de de socis, actualment es troba en un moment de transició.
	Assoc de Comerciants del C. Sant Pau i Junta de Comerç		90	Entitat que ha mantingut una forta presència al territori. Actualment es troba en procés de revitalització i de captació de col·laboradors
	Assoc. Comerciants i Veïns/es del C. Unió, C. Marqués de Barberà, C. Sta. Margarida i C. Penedides		15	Entitat de llarga trajectòria al barri amb una activitat reduïda però continuada. En l'actualitat es troba en un moment de renovació de la junta.
	Assoc. Comerciants i Veïns/es de Nou de la Rambla		90	Es tracta d'una entitat de llarg recorregut, més de 50 anys d'història, i amb un alt grau de consolidació pel que fa a la vinculació al barri.
	Assoc de Comerciants de Ponent ¹	-	-	Actualment es troba en un procés de definició i ara per ara no existeix cap associació normalitzada.

ASSOCIACIONS NO FEDERADES	ASSOCIACIONS	LOGO	Nº DE SOCIS	ESTAT
	Assoc de Comerciants del C.Riera Alta		10	Entitat amb un grau d'operativitat mig-baix i que es troba actualment en un procés de cohesió interna.
	Assoc de Comerciants i Veïns/es del C. Cera	—	—	Tot i que es va constituir com a Associació de Veïns, Veïnes i Comerciants, la seva pràctica comercial és pràcticament nula i la seva tasca està centrada en la convivència amb el veïnat.
	Assoc de Comerciants de la Rambla del Raval	—	—	Durant el 2007 es va crear un Grup de Treball de Comerciants amb l'objectiu de constituir-se com a Associació de Comerciants en el proper any 2008.

Tenint en compte que tan sols una de les set Associacions de Comerciants federades manté una relació estable amb l'Eix Comercial del Raval, podriem dir que la Federació de Comerciants del territori es troba en una situació de debilitat i de canvi. El futur de l'associacionisme dependrà de l'èxit o el fracàs dels processos engegats i planificats a un mig-llarg termini, una aposta per la millora de la metodologia de treball de les entitats a través de la participació, l'establiment de vies de comunicació i de traspàs d'informació entre els comerciants i la professionalització de les associacions de comerciants del barri i la seva Federació.

7. L'Urbanisme

7.1. Introducció

Tal i com s'ha explicat al llarg d'aquest estudi, l'urbanisme incideix directament en la configuració social d'un territori, en les característiques de l'Oferta que està implantada i en les Actituds de Compra dels consumidors.

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

En aquest epígraf es realitza una aproximació a l'impacte de les transformacions urbanístiques en l'Oferta i la Demanda del Raval, mitjançant l'anàlisi de l'evolució urbanística del barri i de les seves característiques actuals (vies i facilitats d'accés, habitatge i paisatge urbà).

7.2. Contextualització urbanística

Abans del 1800, el Raval es caracteritzava (urbanísticament parlant) per la seva trajectòria històrica a on la concentració de convents i esglésies i els camins que sorgien de l'antiga Barcino eren els principals legats.

El barri va rebre l'impacte definitiu de la industrialització entre 1770 i 1840. En aquests anys, van aparèixer gran quantitat de carrers nous amb fàbriques i habitatges pels treballadors i el Raval va arribar a ser el barri més dens d'Europa.

Al començament del segle XX la composició social era principalment obrera, i el barri es va constituir com el centre dels primers moviments obrers.

El Raval per tant, s'havia transformat en un conjunt urbà molt densificat i amb moltes deficiències internes de comunicació.

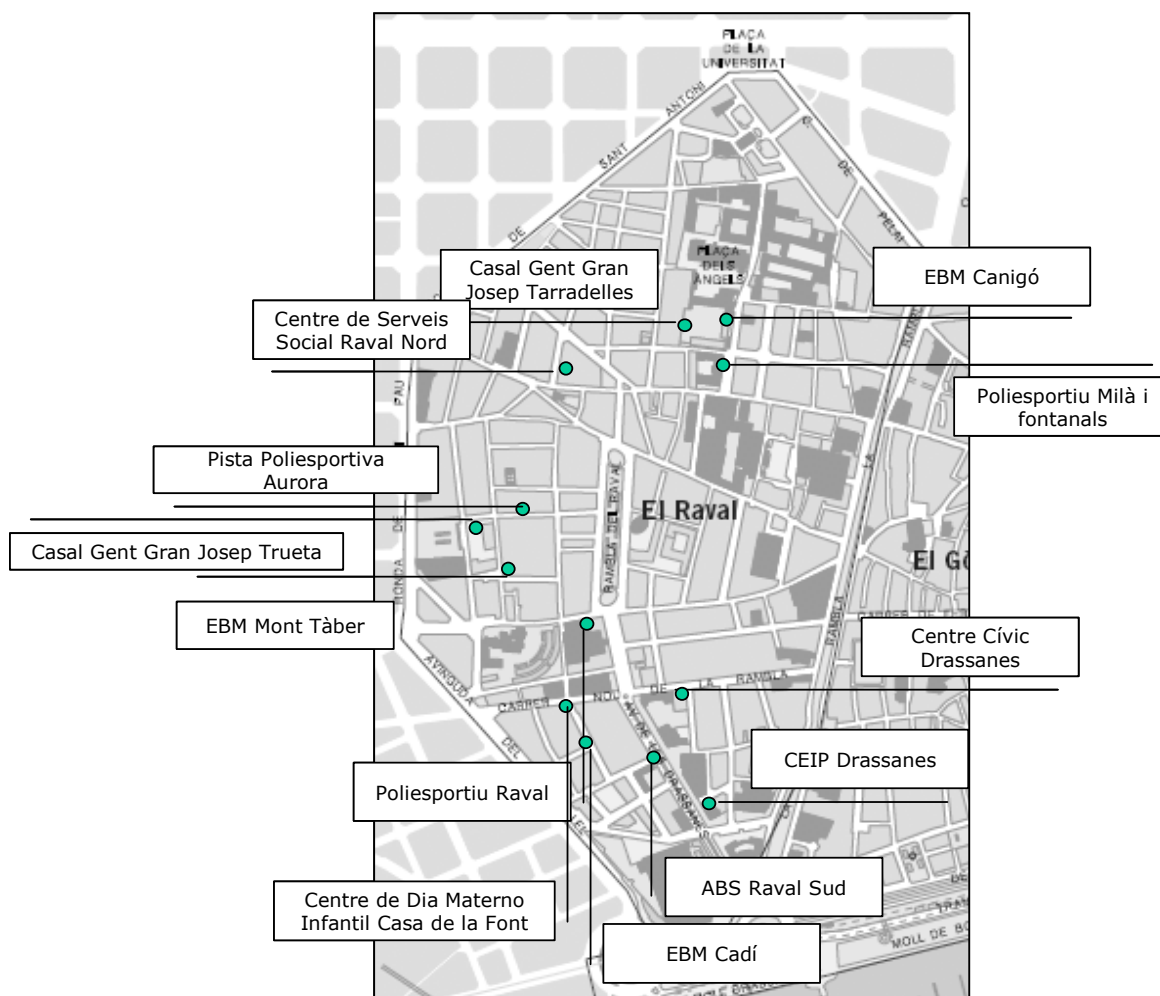
La crisi econòmica i social dels anys 70, provocà la disminució d'habitants, l'abandonament del patrimoni, desembocà en la degradació del comerç i en la demanda expressa dels habitants del barri de creació de nous equipaments: centres socials, educatius, culturals, esportius i sanitaris.

Des de l'Administració Pública, ja feia temps però que es treballava en un projecte urbanístic de grans dimensions (PERI, Pla Especial de Reforma Interior) que passava primer per una delimitació formal dels barris de Ciutat Vella. Aquesta definició es va efectuar al 1984 i al 1985 es va aprovar definitivament el PERI. Les seves finalitats eren afavorir l'esponjament i la mobilitat interna (obertura de nous espais públics) i millorar les condicions i qualitat de l'habitatge.

Aquest Pla incloïa 118 operacions de renovació, mitjançant l'expropiació, la reinstal·lació, l'enderroc, la millora o la creació d'equipaments i l'adequació de carrers/places ja existents. El total de sòl afectat era de 61.475 m².

Tanmateix, es va passar a la recerca de solucions imaginatives per a la creació d'equipaments socials, sanitaris i culturals. Es van reaprofitar els edificis històrics del Raval que, fins el moments estaven en desús: Casa de la Caritat, Convent dels Àngels, Convent de Santa Mònica, Convent de Sant Agustí. També es van portar a terme actuacions que combinaven la rehabilitació amb ampliacions de caire modern, com es va fer al Centre Cívic Drassanes.

Tanmateix, es van utilitzar algunes plantes baixes de les promocions d'habitatge públic per a instal·lar equipaments (Casal d'Avis Tarradelles). I també es van crear de nous, com el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA). Els centres construïts d'ençà són¹:



La instal·lació d'aquests equipaments, va suposar la dinamització cultural i econòmica de la zona i ha provocat (fins el moment i tenint en compte el perill de gentrificació) una millora qualitativa important.

7.3. Descripció Actual

Degut al seu llegat històric, el Raval es caracteritza de manera general per ser un barri antic i per estar format per un entramat de carrers petits i estrets (la mitjana aproximada és de 6/7 m d'amplada). Les transformacions que ha patit han incidit en aspectes concrets que, en la seva globalitat, han contribuït a la millora de la vida econòmica, comercial i social del barri.

Passem a detallar les característiques específiques que estan directament relacionades amb l'accessibilitat, la situació de l'habitatge i altres elements de millora del paisatge urbà.

¹ Dossier Illa i Rambla del Raval 1988 un projecte, 2001 una realitat. Foment de Ciutat Vella i Ajuntament de Districte

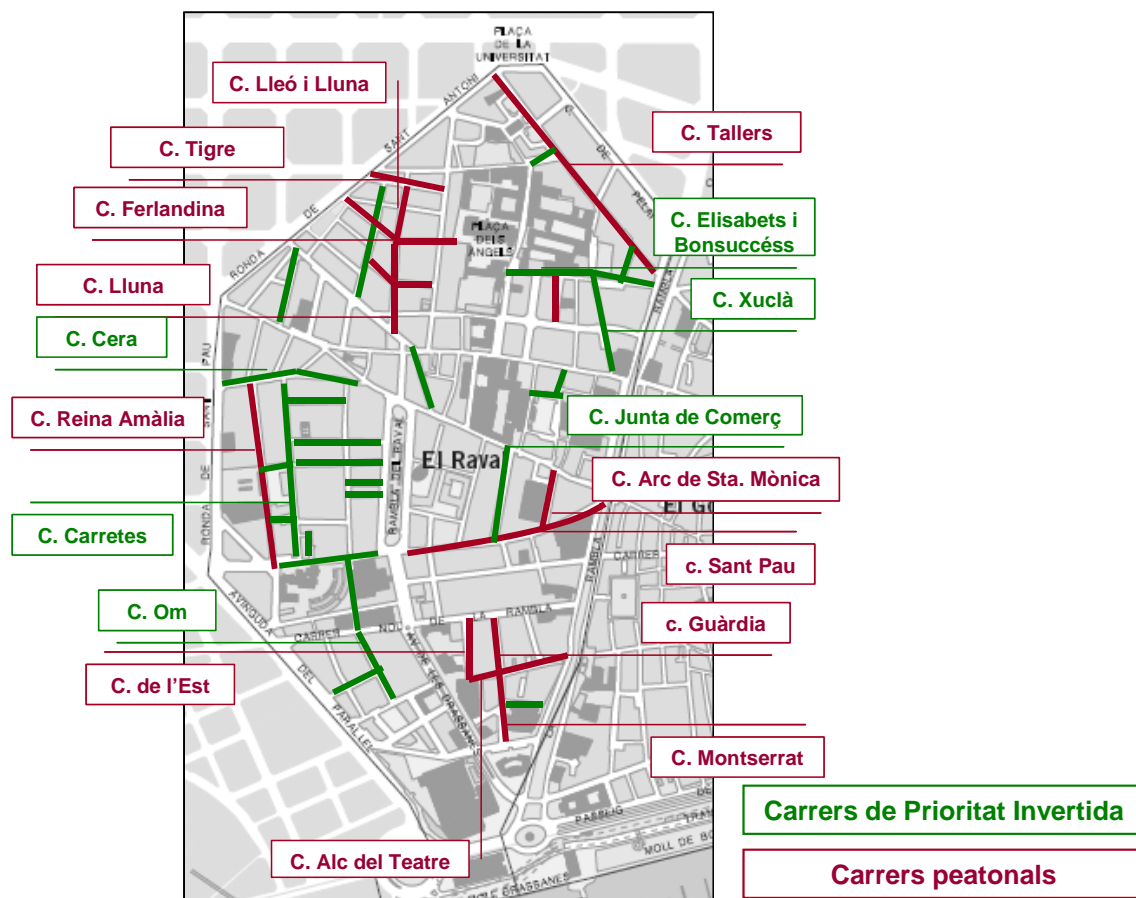


7.3.1 Vies i Elements d'Accés

Els elements d'accés externs i els que faciliten la mobilitat interna, és a dir, els carrers que conviden a entrar i a passejar pel barri - peatonals i de prioritat invertida (semi-peatonals)²- són:

Carrers peatonals:	Carrers de prioritat invertida:
- C.Tallers	- C.Valldonzella (1 tram)
- C.Reina Amàlia	- C.Sitges
- C.Sant Pau (1 tram)	- C.Riera Baixa
- C.Montserrat	- C.Sant Vicenç
- C.Santa Mònica	- C.Bonsuccès
- C.Arc del Teatre	- C.Elisabets
- C.Guàrdia	- C.Xuclà
- C.Est	- C. Arc de Sant Agustí
- C.Tigre	- C.Cera
- C.Lleó	- C.Sant Climent
- C.Lluna	- C.Cendra
- C.Ferlandina	- C.Cabres
- C. Guifré	- Passatge Virreina
- C. Cardona	- C.Om
	- C.Sant Bertran
	- C.Hort de la Bomba
	- C. Sant Pau (1 tram)
	- C.Arc de Sant Pau
	- C. Notariat
	- C. Junta de Comerç
	- C. Sant Pacià
	- C. Sant Bartolomeu
	- C. Lleialtat
	- C. St. Martí
	- C. St Rafael (1 tram)
	- C. Vistalegre
	- C. Aurora
	- C.Carretes
	- C. Sant Pacià
	- C. Sant Bartolomeu

Hi ha 14 carrers peatonals i 30 de prioritat invertida que estan ubicats de al següent manera:



² Dades any 2004. Font: Ajuntament del Districte de Ciutat Vella.

Recordant els punts d'entrada més utilitzats per accedir al barri³: C. Hospital (des de la Rambla), C. Carme (des de la Rambla), C. Bonsuccès (des de la Rambla), C. Sant Antoni Abat (des de la Ronda Sant Antoni) i C. Tallers (des de la Rambla). Observem els següents aspectes:

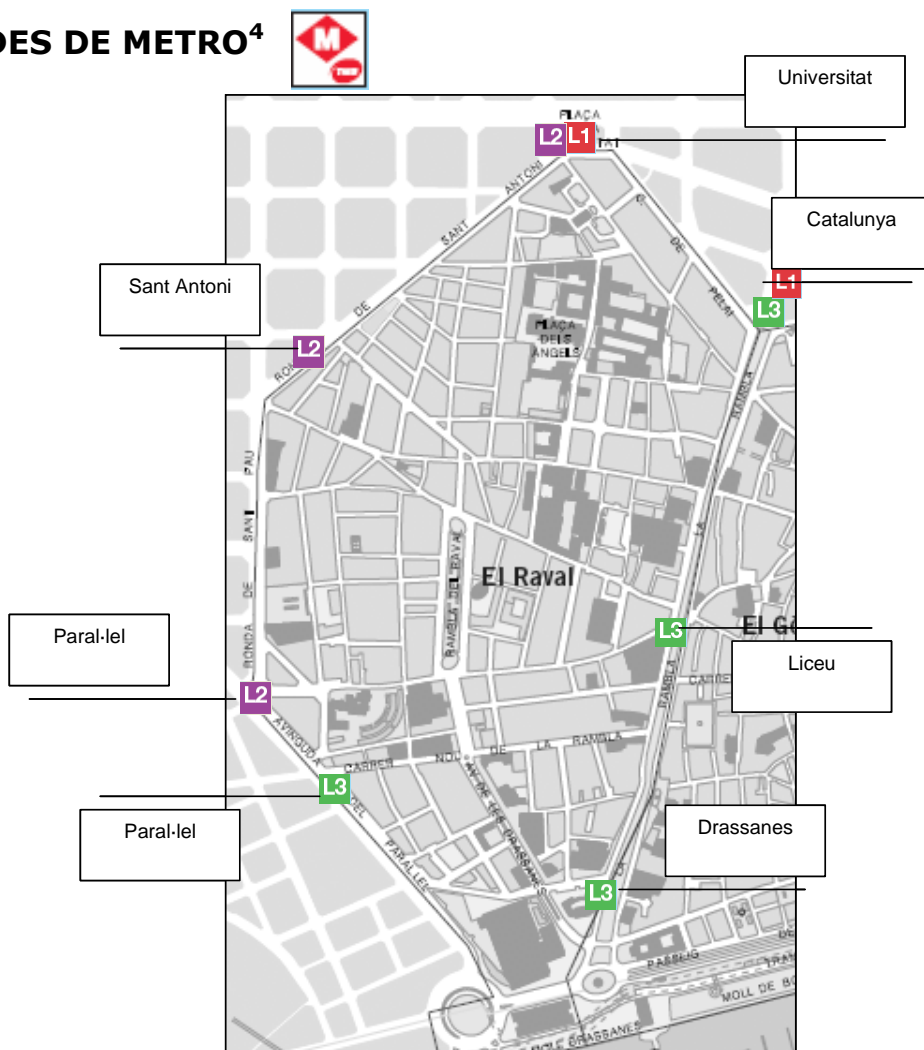
1. La importància de la ubicació geogràfica del barri dins de Barcelona: just al centre de la ciutat i al costat de d'un eix d'atracció turística (La Rambla) i un altre de comercial (Barnacentre).
2. La necessitat de reforçar d'altres elements urbanístics (il·luminació, elements d'atracció, conservació d'espais...) per a fomentar l'entrada a la zona per d'altres carrers. Tres dels cinc accessos del barri no són ni peatonals ni de prioritat invertida (C. Hospital, C. Carme i C. Sant Antoni Abat).

Per poder analitzar completament la utilització d'aquests punts d'accés però, també és necessari conèixer quins altres elements d'accés existeixen.

En relació als transports, destaca el paper importantíssim del transport públic a Barcelona. Aquest és un mecanisme de mobilitat que incideix en la distribució comercial de la ciutat.

Els principals elements d'accés al barri de caràcter públic són bàsicament perimetrals. A continuació s'assenyala la seva ubicació:

PARADES DE METRO⁴



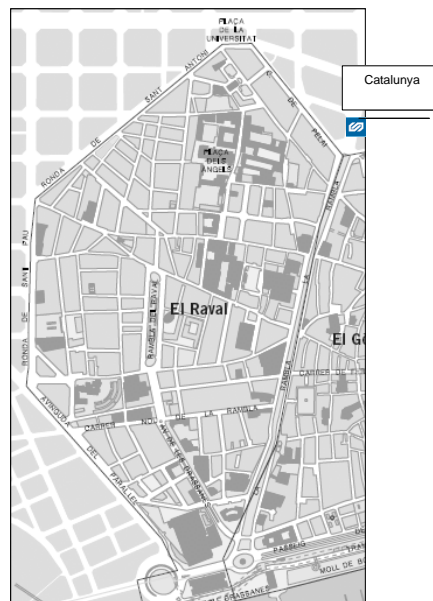
³ Compteig realitzat per la Fundació Tot Raval. Pàg. 254.

⁴ Web de l'ajuntament de Barcelona, www.bcn.es,

PARADES DE FERROCARRIL⁵



- 1) Reina Elisenda **L6**
- 2) Avinguda Tibidabo **L7**
- 3) Terrassa - Rambla **S1**
- 4) Sabadell - Rambla **S2**
- 5) Rubí **S5**
- 6) Universitat Autònoma **S55**



Tal i com es pot observar, es pot accedir fàcilment a qualsevol punt del barri mitjançant el metro. Les persones que utilitzen els ferrocarrils en canvi, tenen moltes probabilitats d'accedir-hi per la part Nord del mateix.

PARADES D'AUTOBUSOS⁶



Tal i com s'indica als següents mapes i relacions de parades existents, a excepció del bus del barri, tant els autobusos diürns com els nocturns també són externs.

MAPA DE LES PARADES DELS AUTOBUSOS D'IÜRNS



⁵ Web de l'ajuntament de Barcelona, www.bcn.es,

⁶ Web de l'ajuntament de Barcelona, www.bcn.es,

PARADES DELS AUTOBUSOS DIURNS

1. **La Rambla** (Pelai – Tallers) 14, 59 i 91
2. La Rambla (Portaferrissa-Canuda) 14 i 59
3. La Rambla (Ptge. Virreina-Ptge. Coloms) 14, 59 i 91
4. La Rambla (Cardenal Casañas-Portaferrissa) 14 i 59
5. La Rambla (Sant Pau-Unió) 14, 59 i 91
6. La Rambla (Josep Pijoan-Escudellers) 14 i 59
7. La Rambla (Sta. Mònica-Arc del Teatre) 91
8. La Rambla (l'Arc del Teatre-Sta. Mònica) 14 i 59
9. **Av. Drassanes** (Portal Sta. Madrona-Pl. Portal la Pau) 120
10. Av. Drassanes (Portal Sta. Madrona-Cervelló) 120
11. Av. Drassanes (Arc del Teatre-Nou de la Rambla) 120
12. Av. Drassanes (Nou de la Rambla-Arc del Teatre) 120
13. **Rambla del Raval** (Hospital-Aurora) 120
14. Rambla del Raval (St. Rafael-Hospital) 120
15. **Carne** (Egipcíaques-Ptge. Hospital) 120
16. **Àngels** (Pintor Fortuny-Elisabets) 120
17. **Montalegre** (Pl. Àngels-Valldonzella) 120
18. **Torres i Amat** (Pl. Castella-Joaquim Costa) 120
19. **Riera Alta** (Erasmus Janer-Carne) 120
20. Riera Alta (Pl. Dubte) 120
21. **Pg. Josep Carner** (Pl. Portal de la Pau-Av. Paral·lel) 36, 57 i 157
22. **Av. Paral·lel** (Puig i Xoriguer-Carrera) 20, 21, 36, 57, 64 i 157
23. Av. Paral·lel (Puig i Xoriguer-Carrera) 20, 21, 36, 57, 64, 91 i 157
24. Av. Paral·lel (St. Bertran-Nou de la Rambla) 20, 21, 36, 57, 64, 91 i 157
25. Av. Paral·lel (Nou de la Rambla-Cabanes) 20, 21, 36, 57, 64 i 157
26. **St. Pau** (Les Flors-Ronda Sant Pau) 21
27. **Rda. St. Pau** (St. Pau-Flors) 20, 24, 64 i 91
28. **Av. Paral·lel** (Fontrodona-Nou de la Rambla) 21
29. Av. Paral·lel (Fontrodona-Nou de la Rambla) 36
30. **Rda. St. Pau** (Cera-Rda. St. Antoni) 20, 24, 64 i 91
31. **Rda. St. Antoni** (Villarroel-Comte d'Urgell) 20, 37, 64 i 120
32. Rda. St. Antoni (Villarroel-Comte d'Urgell) 24, 64 i 120
33. Rda. St. Antoni (Muntaner-Casanova) 24, 41, 55, 64, 120 i 141
34. Rda. St. Antoni (Muntaner-Casanova) 24, 41, 55, 64, 91, i 141
35. **Pl. Universitat** (Rda. St. Antoni-Pelai) 24, 41, 55, 91 i 141

S'ha ressaltat els principals carrers de les parades (en negreta) i, tal i com es pot observar, la mobilitat interna en transport públic es potencia gràcies a la utilització del bus del barri i està influenciada clarament per les característiques urbanístiques del Raval: 1,08 km² de superfície (és una àrea petita) de carrers estrets i petits.

Tanmateix, destaca l'ampliació del recorregut del bus del barri durant el 2006. Aquest ha passat de ser un transport centrat en el barri a afavorir la mobilitat dins del Districte:

Transports Metropolitans de Barcelona (TMB) va prolongar el recorregut de la línia 120 (Ciutat Vella) de la seva xarxa de Bus del Barri, que fins ara només donava servei al barri del Raval, per arribar a més llocs de Ciutat Vella i millorar i fer més còmodes les comunicacions d'aquesta zona. Aquesta ampliació és la darrera mesura del Pla d'Actuació 2006 de TMB per fer més competitiva la xarxa de superfície, apropant-la a les noves necessitats de la ciutat i de la població.

La Línia 120, va ampliar el seu itinerari amb 20 noves parades i té un total de 37 parades, va d'un cantó a l'altre de Ciutat Vella, des de Sant Antoni fins a Rec Comtal, tocant amb Arc de Triomf, passant per la rambla del Raval, el passeig de Colom i la Via Laietana. La línia 120 pretén millorar la comunicació en transport públic d'aquesta part cèntrica de la ciutat, ja que al llarg del seu recorregut connecta amb diversos punts d'interès i serveis del barri i amb d'altres línies d'autobús, així com amb la xarxa de Metro, de FGC i de RENFE Rodalies.

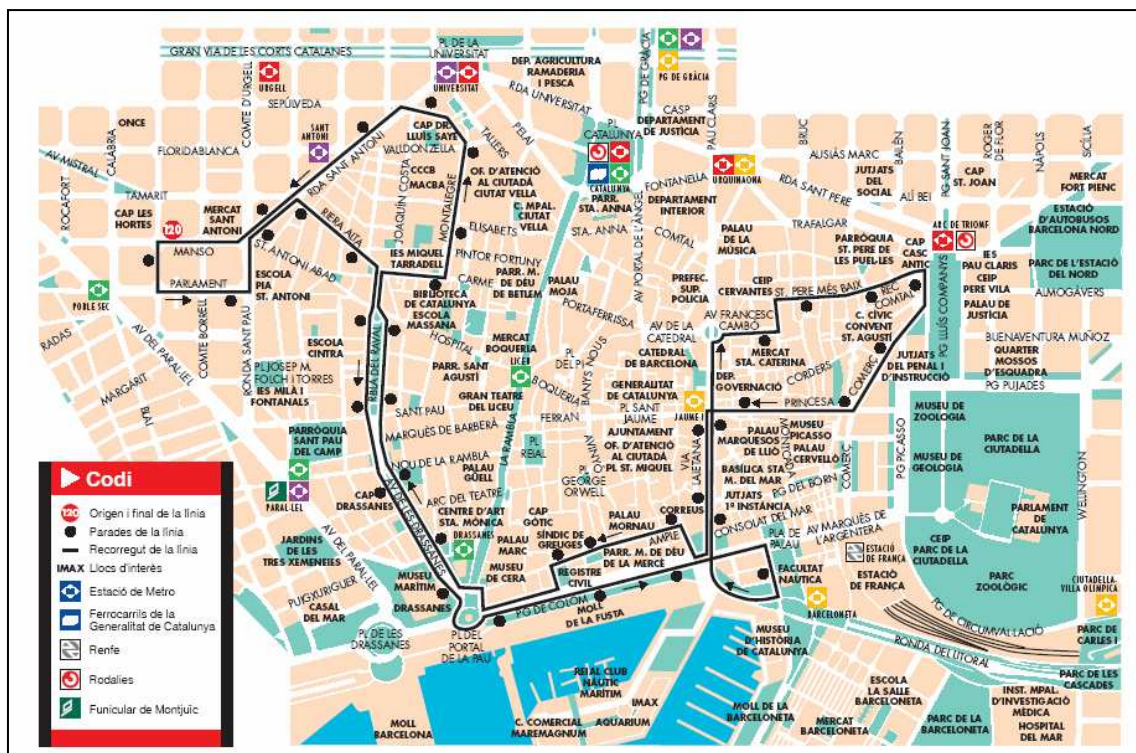
La línia 120 està totalment adaptada i circula tots els dies feiners de 7'00 a 21'50 hores, amb un interval de 25/30 minuts, i els dissabtes i festius de 9'00 a 21'50 hores, amb un interval de pas de 30 minuts⁷.

⁷ Nota informativa facilitada per TMB al mes de desembre de 2006.



Per a una major clarificació, s'adjunta el **recorregut de l'autobús del barri i el mapa del seu recorregut:**

Sentit anada →	← Sentit tornada
Manso-Comte Borrell	Pg Lluís Companys-Rec Comtal
Viladomat-Manso	Comerc-Pg Pujades
Parlament-Comte Borrell	Pl Pons Clerch
Mercat de Sant Antoni-Ronda de Sant Antoni	Princesa-Montcada
Riera Alta-Nou de Dulce	Via Laietana-Pl de l'Àngel
Riera Alta-Erasme de Janer	Via Laietana-Correus
Rambla del Raval-Aurora	Ample-Fusteria
Rambla del Raval-Sant Pau	Pl de la Mercè
Av Drassanes-Arc del Teatre	Pl Duc de Medinaceli
Av Drassanes-Pl Portal de la Pau	Metro Drassanes
Pg de Colom-Rambla de Mar	Av Drassanes-Nou de la Rambla
Pg de Colom-Moll de la Fusta	Rambla del Raval-Sant Josep Oriol
Pg de Colom-Moll d'Espanya	Rambla del Raval-Hospital
Pla del Palau-Pas de Sota Muralla	Pl Joan Amades
Via Laietana-Jutjats	Montalegre-Valldonzella
Via Laietana-Argenteria	Torres i Amat-Ptge St Bernat
Francesc Cambó-Gral Alvarez de Castro	Ronda Sant Antoni-Muntaner
St Pere Més baix-Jaume Giralt	Ronda Sant Antoni-Comte d'Urgell
Pl de St Pere	Manso-Comte Borrell
Pg Lluís Companys-Rec Comtal	



A continuació s'observa com la xarxa d'autobusos nocturns té pràcticament les mateixes característiques que la dels autobusos diürns:

- Molt bones facilitats d'accés perimetral (tant a la part Nord com a la Sud) determinades per les característiques urbanístiques del barri.

MAPA DE LES PARADES DELS AUTOBUSOS NOCTURNS


- 1) NITBUS **La Rambla** (Pelai-Tallers) N9, N12 i N15
- 2) NITBUS **La Rambla** (Pelai-Tallers) N9, N12 i N15
- 3) NITBUS **La Rambla** (Ptge. Virreina-Ptge. Coloms) N9, N12 i N15
- 4) NITBUS **La Rambla** (Cardenal Casañas-Portaferrissa) N9, N12 i N15
- 5) NITBUS **La Rambla** (Sant Pau-Unió) N9, N12 i N15
- 6) NITBUS **La Rambla** (Josep Pijoan-Escudellers) N9, N12 i N15
- 7) NITBUS **La Rambla** (l'Arc del Teatre-Sta. Mònica) N9, N12 i N15
- 8) NITBUS **Pl. Portal de la Pau** (Capitania General) N0, N9, N12 i N15
- 9) NITBUS **Pl. Portal de la Pau** (Capitania General) N6
- 10) NITBUS **Av. Paral·lel** (Puig i Xoriguer-Carrera) N6 i N0
- 11) NITBUS **Av. Paral·lel** (Pg. Josep Carner-Portal de Sta. Madrona) N6 i N0
- 12) NITBUS **Av. Paral·lel** (St. Bertran-Nou de la Rambla) N6 i N0
- 13) NITBUS **Av. Paral·lel** (Nou de la Rambla-Cabanes) N6 i N0
- 14) NITBUS **Rda. St. Pau** (St. Pau-Flors) N6
- 15) NITBUS **Rda. St. Pau** (St. Pau-Flors) N6
- 16) NITBUS **Rda. St. Antoni** (Villarroel-Comte d'Urgell) N6
- 17) NITBUS **Rda. St. Antoni** (St. Antoni Abat-Riera Alta) N6
- 18) NITBUS **Rda. St. Antoni** (Muntaner-Casanova) N6
- 19) NITBUS **Rda. St. Antoni** (Valldonzella-Joaquim Costa) N6
- 20) NITBUS **Pl. Universitat** (Rda. St. Antoni-Pelai) N6

Pel que fa als **elements de facilitació de l'accés** mitjançant el transport privat, destaca la influència de les polítiques de pacificació del trànsit, tant les més generals de Barcelona com les més específiques com a centre ciutat. Aquestes, han estat dirigides a potenciar l'ús del transport públic i la disminució de contaminació i atascos mitjançant:

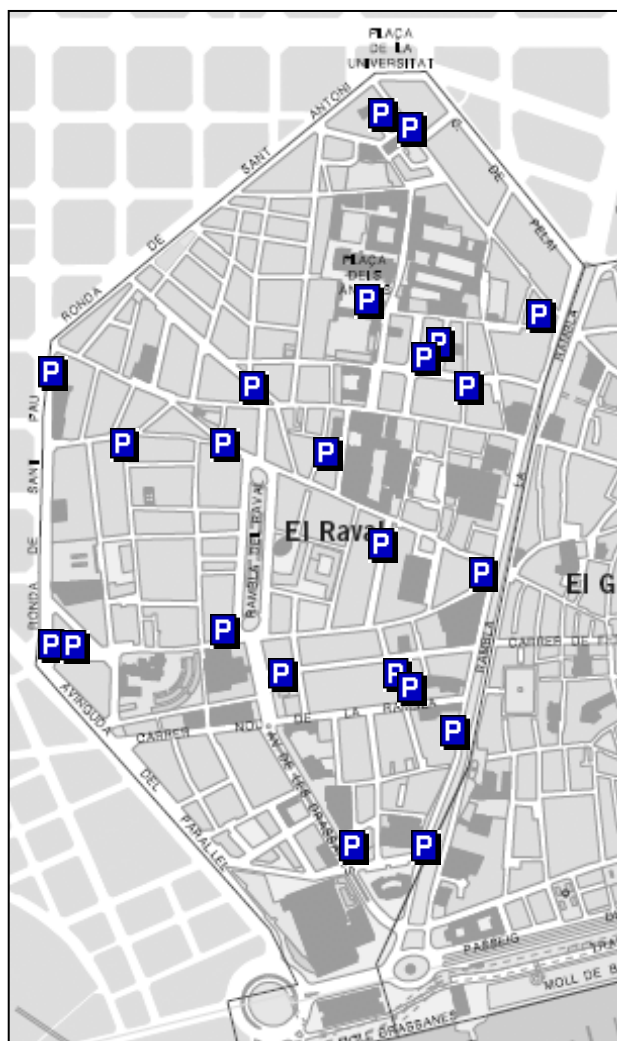
- La pacificació del trànsit de la Rambla, al 2006 s'estava estudiant la possibilitat de restringir l'accés dels vehicles privats a aquest passeig tant emblemàtic, per tal de millorar la mobilitat i fomentar el seu ús peatonal.

- L'establiment del Raval com a Zona 30: està prohibit circular a més de 30 km/h.
- La substitució de zones blaves i creació de zones verdes d'aparcament prioritzant als residents com a beneficiaris de l'ús de la via pública. Al Districte de Ciutat Vella les zones verdes consten d'unes característiques addicionals: únicament són per a residents durant tota la setmana (incloent diumenges i festius). Així, les zones verdes del barri són:
- L'elevat nombre d'aparcaments del barri.

Hi ha un total de **15 aparcaments** (públics) per als **vehicles de motor** al Raval i estan situats a:

1. C. Valldonzella.
2. C. Bonsuccès.
3. C. dels Àngels.
4. C. Carme.
5. Plaça de Gardunya.
6. C. Junta de Comerç.
7. C. Riereta amb Sta. Elena.
8. Avinguda Paral·lel amb C. Reina Amàlia.
9. C. Reina Amàlia amb Jardí Horts de Sant Pau.
10. C. Nou de la Rambla amb Plaça Pere Coromines.
11. C. Marqués de Barberà. C. Unió.
12. C. Arc del Teatre amb C. Guàrdia.
13. C. Montealegre amb Portal Santa Madrona.
14. C. Perecamps.

MAPA DELS APARCAMENTS









Un altre factor positiu és l'elevat nombre **d'aparcaments de bicicletes**, fet que propicia, no només la mobilitat interna, sinó que també l'arriba de persones d'altres barris, sobretot dels més propers (Gòtic, Eixample, Poble Sec...)⁸

Destaquem les **427 places d'aparcaments de bicicletes** distribuïdes en un total de 78 localitzacions:

Nº	Aparcaments de Bicicletes al Raval	Places	Nº	Aparcaments de Bicicletes al Raval	Places
1	Pintor Fortuny	3	44	Bisbe Laguarda, 2	5
2	Bonsuccés	8	45	Sant Oleguer, 10	5
3	Xuclà/Pintor Fortuny	6	46	Ronda de Sant Pau, (Escola PIA)	5
4	Peu de la Creu/Caramelles	5	47	Ronda de Sant Pau, (CEIP, Ruben Dario)	5
5	Àngels (Milà i Fontanals)	3	48	Jardins de Dolores Aleu	5
6	Jardins de l'Antic Hospital de la Santa Creu	15	49	Carrer de la Junta de Comerç, 16	6
7	Avinguda Drassanes (Escola d'Idiomes)	18	50	Passatge Sant Bernat	4
8	Rambla/Portal de Santa Madrona	5	51	Carrer de Valldonzella, 36	5
9	Josep Carner (Accés Museu Marítim)	5	52	Carrer de Valldonzella	5
10	Vicenç Martorell	6	53	Carrer de Montalegre	5
11	Plaça dels Àngels	10	54	Plaça Canonge Colom	5
12	Rambla/Hospital	3	55	Carrer de l'Arc de Sant Agustí	5
13	Doctor Dou/Pintor Fortuny	5	56	Avinguda del Paral·lel, 84	5
14	Riera Baixa 36	4	57	Carrer Nou de la Rambla (CC. Drassanes)	5
15	Plaça Pere Coromines	5	58	Avinguda del Paral·lel, 48	5
16	Plaça de Sant Agustí	4	59	Avinguda de les Drassanes	5
17	Riera Alta- Carme	5	60	Plaça Folch i Torres / Rda. Sant Pau	5
18	Hort de la Bomba	4	61	Carrer de Pelai / Rambles	5
19	De les Flors	5	62	Pl. Joan Amades / Agustí Duran i Sanpere	10
20	Reina Amàlia	4	63	Junta de Comerç, 16	6
21	Sant Pau	5	64	Carrer de Sant Pau, Rambla del Raval	5
22	Jardins de Sant Pau	5	65	Plaça del Dubte	3
23	Roig	5	66	Ronda de Sant Pau, 56	4
24	Rambla del Raval	3	67	Carrer de Santa Mònica (Mur C. Sta Mònica)	8
25	Rambla del Raval	3	68	Plaça de Bonsuccés, 3	4
26	Rambla del Raval	3	69	Ronda de Sant Pau, 96	7
27	Rambla del Raval	3	70	Carrer del Portal de Sta. Madrona, 2	8
28	Rambla del Raval	3	71	Carrer de Ferlandina, 38-40	8
29	Rambles/Carme	4	72	Sota Arcaes Mercat Boqueria, Pl. Sant Josep	8
30	Plaça de Castella	5	73	Plaça La Gardunya	4
31	Valldonzella	5	74	Plaça de la Virreina	4
32	Plaça del Pes de la Palla	4	75	Plaça Àngels	8
33	Plaça del Pedró	8	76	Ronda Sant Antoni, 68	4
34	Jardins del Doctor Fleming	5	77	Carrer de l'Hospital, 10	3
35	Plaça Salvador Seguí	5	78	Carrer dels Àngels	5
36	Plaça Folch i Torres	5			
37	Plaça de Raquel Meller	6			
38	Jardins de les Voltes d'en Cirés	5			
39	Drassanes-Cervelló	10			
40	Rambles-Nou de la Rambla	4			
41	Sant Oleguer- Nou de la Rambla	5			
42	Montalegre	10			
43	Ramalleres	4			

APARCAMENTS DE BICICLETES		Places
	Aparcaments col·locats l'any 2003 (43)	238
	Aparcaments col·locats l'any 2004 (6)	31
	Aparcaments col·locats l'any 2005 (14)	80
	Aparcaments col·locats l'any 2006 (13)	78
TOTAL		427

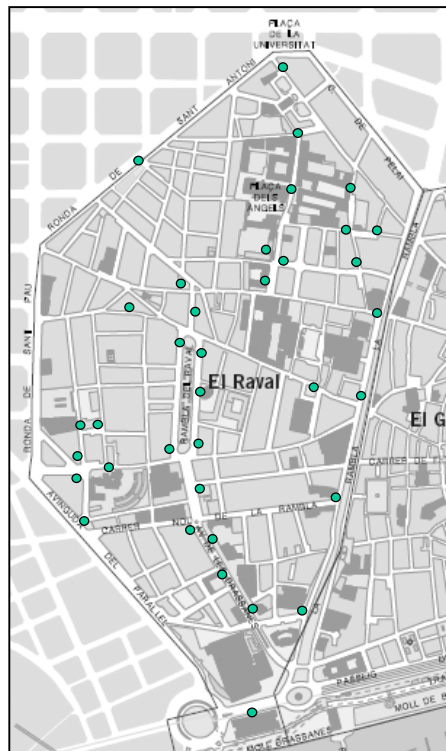
Aquí doncs, es desprèn la hipòtesi sobre la influència directa que exerceix la instal·lació d'aquests aparcaments de bicicletes amb el nombre significatiu de persones del mateix Districte o Districtes propers que venen a comprar al barri (Gòtic, Eixample, Poble Sec...)⁹.

Es pot concloure doncs, que les polítiques municipals van dirigides a fomentar un centre urbà peatonal amb una mobilitat interna el més òptima possible mitjançant l'ampliació del seu transport públic i la creació d'aparcaments de bicicleta.

⁸ Dades facilitades pel Districte de Ciutat Vella, Serveis Tècnics, Servei de Manteniment i Serveis, març 2007

⁹ Dades facilitades pel Districte de Ciutat Vella, Serveis Tècnics, Servei de Manteniment i Serveis, març 2007.

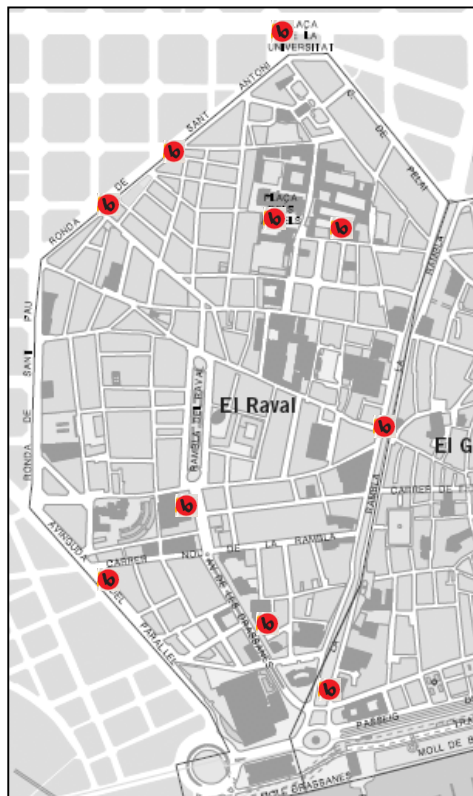
MAPA APARCAMENTS DE BICILETES



A aquestes places d'aparcament cal afegir les estacions del nou mitjà de transport públic, un complement al transport tradicional de la ciutat de Barcelona: El Bicing.

En l'actualitat hi ha un total d'10 localitzacions al barri del Raval o situades al seu perímetre¹⁰.

MAPA ESTACIONAMIENTOS BICING



¹⁰ www.bicing.com

7.3.2 Situació de l'habitatge

Tal i com s'ha referit en la Introducció d'aquest apartat, el PERI i la seva aplicació va significar una millora important en la qüestió de l'habitatge i la seva modernització (aigua corrent, instal·lació de gas, xarxes de llum...).

Més específicament, el període de renovació de la primera fase de l'aplicació del PERI (1988-2002) va suposar la renovació de multitud d'espais, places i carrers, entre els que destaca els nombrosos habitatges de reinstal·lació¹¹.

En el següent mapa s'indiquen les actuacions realitzades amb l'habitatge¹²:



¹¹ Ciutat Vella "El centre històric reviscolat", Model Barcelona, Quaderns de gestió, 2004, Martí Abella.

¹² Dossier Illa i Rambla del Raval 1988 un projecte, 2001 una realitat. Foment de Ciutat Vella i Ajuntament de Districte.



Concretament, l'Oficina de Rehabilitació de Ciutat Vella ha gestionat, en les dues fases d'aplicació del PERI, el número d'expedients que a continuació es detallen: en relació a demandes de subvenció d'obres de rehabilitació¹³:

TIPUS DE REHABILITACIONS	1994-2000	2001-2005	TOTAL
Parcials d'edificis	479	362	841
Mitjanes d'edificis	80	38	118
Integrals d'edificis	38	66	104
Interiors d'habitatges	229	142	368
TOTAL habitatges i Locals millorats	8.718	6.657	15.375

Cal destacar que, només en el període comprés entre 1994 i el 2005, s'han rehabilitat el 70% del total dels edificis d'habitatges i locals existents al Raval.

Pel que fa al nombre habitatges i edificis rehabilitats¹⁴, sabem que al 1970 hi havia 1.733 edificis, que s'han enderrocat un total de 229 i s'han construït 24. A l'any 2006 per tant, hi havia 1.504 edificis al barri.

7.3.3 Altres elements de millora del Paisatge Urbà

Entre totes les actuacions urbanístiques dirigides per Procivesa/ Foment de Ciutat Vella destaquen les realitzades en l'habitatge junt amb la reurbanització del Sector Drassanes, l'obertura de la Illa de la Rambla del Raval, l'enllaç de la Plaça de Folch i Torres amb la Rambla del Raval, la propera renovació de la Plaça de la Gardunya i els seus voltants i la realització d'actuacions de millora de la mobilitat al sector del C. Valdonzella i entorns.

En l'actualitat, s'espera que algunes d'aquestes es materialitzin.

Els projectes contemplats al PAD 2004-2007 relacionats amb la millora de l'espai urbà que s'han finalitzat són:

1. Creació de les Facultats de Filosofia, Geografia i Història de la Universitat de Barcelona¹⁵. Al seu pati central, es troben els jardins Victòria de los Àngeles.
2. Construcció del Complex Esportiu de Can Ricart al carrer Sant Oleguer i el Parc de Sant Pau.
3. Inauguració de la placeta d'Aureli Capmany.
4. L'enderrocament del Mercat del Carme per establir la TGSS (Tresoreria General de la Seguretat Social) que ja va entrar en servei.
5. La Remodelació dels porxos de la Boqueria.
6. L'alliberament de sòl per a la reforma urbana de l'entorn de Valdonzella.
7. L'enderrocament dels edificis núm. 8 i 10 del carrer Valdonzella, per crear la nova connexió viària entre els carrers Montalegre i Torres Amat.

¹³ Dossier Illa i Rambla del Raval 1988 un projecte, 2001 una realitat. Foment de Ciutat Vella i Ajuntament de Districte.

¹⁴ Dades estretes en relació a demandes de subvenció d'obres de rehabilitació, Foment de Ciutat Vella (2006).

¹⁵ Es va inaugurar el mes de setembre del 2006.

Al 2006 estaven en procés:




1. El Projecte de la Illa de la Rambla del Raval, que compren diferents accions:
 - a. La construcció de 111 habitatges corporatius (Actualment dues tercers part ja estan realitzades).
 - b. La creació de 250 places d'aparcament.
 - c. Un hotel de 240 habitacions aproximadament.
 - d. Un edifici d'oficines.
Una central de recollida pneumàtica.
2. Realitzar el projecte del Conservatori del Liceu que s'instal·larà a la cantonada del carrer Estel amb el carrer Nou de la Rambla.
3. L'enderrocament de la piscina Folch i Torres per crear un casal d'avis.

Per acabar amb les actuacions de millora urbanística, volem detallar l'extensió de la xarxa de recollida pneumàtica del barri durant el 2006. Així, es pretén millorar la **neteja** i l'eliminació d'elements urbanístics poc atractius:

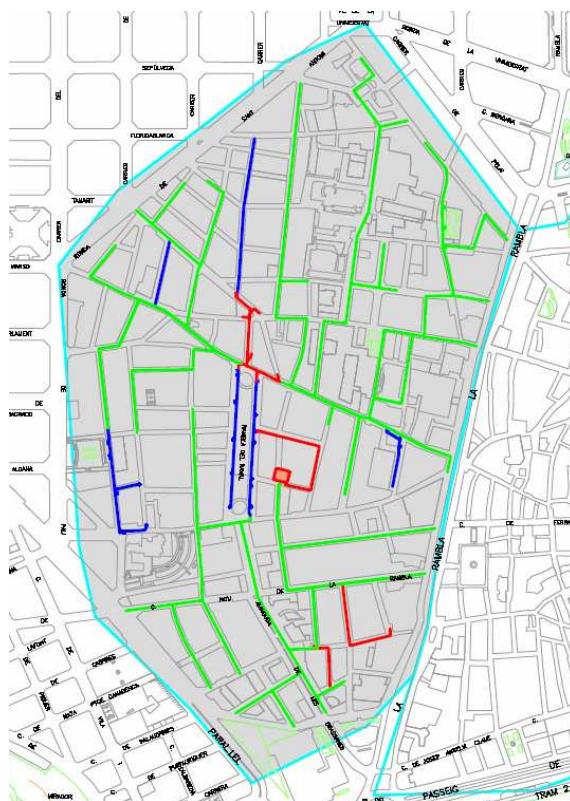
PUNTS DE RECOLLIDA PNEUMÀTICA¹⁶

La xarxa és present als següents carrers:

1. C. Lluna, Lleó, Tigre.
2. C. M^a Eulàlia Capmany.
3. Rambla del Raval.
4. C. Riereta.
5. Plaça Sant Agustí.

LLEGENDA	
	Xarxa / Central INSTAL·LADA
	Xarxa / Central EN CURS D'EXECUCIÓ
	Xarxa / Central PROJECTADA
	Xarxa / Central PLANIFICADA
	ÀREA D'INFLUÈNCIA

A continuació adjuntem un mapa amb la xarxa instal·lada i la projectada a curt i llarg termini:



¹⁶ Font: Pla Director de Recollida Pneumàtica de residus sòlids i urbans, Districte de Ciutat Vella.

Pel que es refereix a la **il·luminació** al barri, volem destacar el seu factor "psicològic" en la percepció de seguretat i atractivitat d'una zona. Tots els carrers del barri consten d'una xarxa d'enllumenat públic segons la normativa actual (comunitària, estatal¹⁷, autonòmica¹⁸ i municipal).

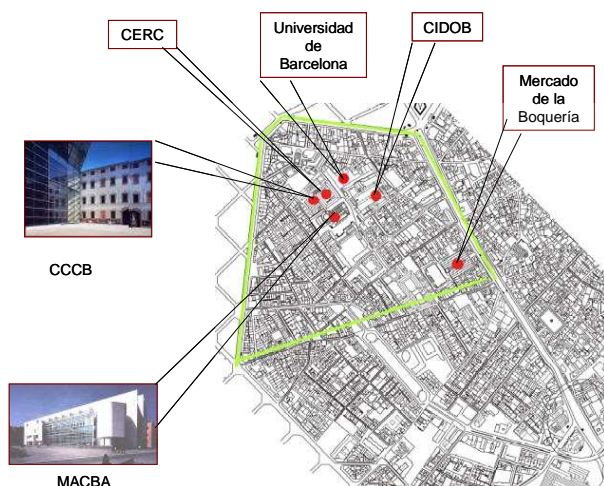
Aquestes normatives estableixen el barem d'enllumenat del trànsit rodat en 20-25 i el del trànsit peatonal prop del 15. Actualment s'utilitza el color blanc per il·luminar els espais públics, donat que és menys contaminant i augmenta l'impacte lumínic amb la mateixa potència.

Segons Foment de Ciutat Vella, al Raval això es compleix, inclòs hi ha petites àrees que superen lleugerament (entre el 20-30) el barematge. Tanmateix, i degut a les característiques del barri, la percepció d'inseguretat o d'escàs enllumenat en alguns dels seus carrers, influeixen negativament en la instal·lació de negocis i en l'entrada de gent. Aquest fet s'observa a carrers que ja estan correctament urbanitzats (com Lluna, Carretes, una part de Sant Pau, Guàrdia, Om...) tot i que no "conviden" ni a entrar al vianant ni a invertir a l'empresari.

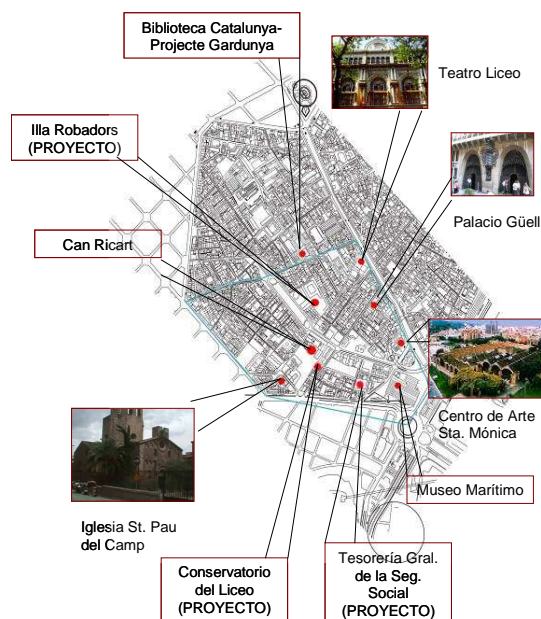
Per tal de finalitzar el nostre anàlisi urbanístic, passem a detallar els elements d'atracció i les febleses de l'espai públic del Raval:

ELEMENTS D'ATracció:

A la part Nord:



A la part Sud:



¹⁷ El Reglamento Electrónico de Baja Tensión (Decreto 2413/1993 del 20/7/1973).

¹⁸ La Llei 6/2001 de 31 de maig, "d'ordenació Ambiental de l'enllumenat per la Protecció del Medi Nocturn" i el Reglament que la desenvolupa, segons el Decreto 82/2005.

FEBLESES:

Les mancances observades són:

- a) Els espais verds (jardins i/o parterres en general).
- b) Els espais de jocs per a persones grans, adolescents i infants.

Els jocs infantils estan situats a :

- Plaça de les Caramelles
- Plaça Doctor Fleming
- Horts de Sant Pau
- Plaça Folch i Torres
- Voltes d'en Cirés
- Plaça Vicenç Martorell
- Al PAD es contempla un espai infantil a la Plaça Salvador Seguí.

Les pistes esportives (espais d'encontre per a joves) són un total de 14: 12 de tancades (necessari reserva i abonaments) i 2 d'obertes. Les pistes esportives obertes estan a:

- C. Valdonzella, es tracta d'un espai amb caràcter temporal
- Plaça Folch i Torres

Els jocs de petanca són 2 i es troben localitzats a la Plaça Caramelles i als Horts de Sant Pau.

Totes aquestes mancances ens corroboren el caràcter d'arribada que té el Raval i la necessitat de mantenir i aportar equipaments i elements de millora de l'espai públic, per tal de fomentar una estabilitat poblacional al barri, si es que es desitja que la població del barri no tingui un caràcter temporal i que la vida econòmica, social i cultural estigui més cohesionada.

8. Conclusions Finals

El Raval,

És un barri que té tots els factors necessaris, tant patrimonials com infraestructurals, per al desenvolupament econòmic i comercial del mateix:

- ✓ Que gaudeix d'una riquesa cultural molt superior a la d'altres barris de Barcelona gràcies a l'elevat nombre d'equipaments culturals i de festivals de ciutat que són, en el seu conjunt, un element d'atracció important: BAMB, SÒNAR, KOSMÓPOLIS, TALLERS OBERTS, MERCAFAD...
- ✓ Que ha sofert una transformació urbanística de millora de l'habitatge i de l'espai públic (PERI).
- ✓ Que acull a un nombre elevat de nouvinguts que es caracteritza pel seu marcat caràcter emprenedor.
- ✓ Que presenta una varietat en la seva Oferta Comercial (clar exponent de la història del barri i de la multiculturalitat existent): amb comerços de proximitat, locals i establiments tradicionals, ètnics i de disseny.
- ✓ Que aquesta Oferta es caracteritza per ser jove: tant per la mitjana d'anys d'instal·lació dels seus establiments i serveis com per l'origen dels nous empresaris.
- ✓ Que té fidelitzats als seus residents al comerç de proximitat.
- ✓ Que es caracteritza per ser un referent a la vida nocturna de la ciutat.
- ✓ Que té una mixicitat de la seva Oferta (comerç i serveis) amb un caràcter propi i diferenciat que s'ha de promocionar com a una potencialitat.
- ✓ Que atrau a un nombre elevat de visitants que són potencialment compradors.
- ✓ Que la valoració, per part d'aquests visitants (tant del Raval com de la seva Oferta), és molt positiva.
- ✓ Que està ben comunicat interna i externament, tant per l'accés amb transport públic com amb privat.
- ✓ I que s'està afavorint de les polítiques municipals de pacificació del trànsit o peatonalització existents, promotores dels Centres Comercials a Cel Obert.

En contrapartida però, ofereix una imatge externa negativa estretament lligada al seu urbanisme i als seus habitants que es resumiria en dos conceptes bàsics: es tracta d'un barri amb zones degradades (en quant a habitatge i manteniment d'infraestructures) i per tant, amb persones i/o grups de població en situació d'exclusió social (existència de prostitució, concentració de persones d'origen d'immigrant ... factors que fan augmentar la sensació d'inseguretat...).

En l'àmbit comercial també s'ha de tenir en compte que:

- ✓ L'adequació d'alguns punts de venda no és òptima.



- ✓ Hi ha mancances estructurals que influeixen directament en els serveis dirigits a la clientela: facilitats de pagament (amb targeta), servei a domicili·li...
- ✓ L'accessibilitat del 45% dels locals és deficient.
- ✓ Els veïns del barri estan fidelitzats sobretot en el comerç alimentari i no en d'altres branques o sectors.
- ✓ No s'ha acabat de fidelitzar al públic resident de la resta de Barcelona.
- ✓ L'urbanisme comercial és deficitari en algunes zones, sobretot al Sud.
- ✓ Hi ha una sensació generalitzada de manca d'il·luminació als seus carrers.
- ✓ La percepció de la neteja (estat dels carrers) és negativa.
- ✓ Les associacions de comerciants existents es caracteritzen per la seva debilitat.
- ✓ Hi ha un nombre elevat de tancaments de locals d'Oci Nocturn en els darrers anys. Aquest fet comporta un perill d'ocupació de l'espai públic per d'altres usuaris que no són els clients d'aquests serveis, és a dir, per grups de persones en situació d'exclusió social.
- ✓ Existeixen zones concretes en situació de degradació, amb presència de prostitució i de persones drogodependents.
- ✓ Hi ha una clara diferència (social, cultural, comercial i econòmica) entre el Raval Nord i el Raval Sud.
- ✓ El comerç de proximitat al Raval no té relleu generacional i, per tant, l'empresariat d'origen immigrant es consolida com a substitutiu del petit comerç autòcton.

Per tant, en funció de l'evolució de la situació social, cultural i comercial del barri, es corre el perill que el Raval sigui estigmatitzat com a gueto.

Així, la potenciació i la coordinació de tots els seus agents (comerciants, veïns, entitats culturals i socials i l'Administració Pública) significaria una empenta en el desenvolupament del Raval i podria contribuir al seu equilibri social i, per tant, econòmic.

En conclusió, s'han d'observar acuradament i acompanyar (en la seva evolució) totes les característiques esmentades (tant positives com negatives), per tal de possibilitar una evolució positiva del barri, vetllant i conservant l'equilibri entre la vida dels seus veïns/es, comerciants i empresaris.

A continuació, s'enumeren una sèrie d'iniciatives amb la finalitat de dinamitzar el comerç del barri i de contribuir a la construcció de l'equilibri esmentat.

9. Iniciatives Proposades

9.1 En relació als comerciants

9.1.1 Promocionar el comerç del Raval

1. Treballar per la millora de la imatge dels locals

A través de:

- La relació amb el Gabinet Tècnic de la Cambra de Comerç de Barcelona.
- Les subvencions de les diferents Administracions.
- Els microcrèdits que ofereixen diverses entitats.

2. Formar als comerciants

Perquè puguin desenvolupar i adaptar la seva capacitat empresarial: atenció al client, noves tecnologies...

3. Mantenir-los constantment informats

Els empresaris han de conèixer detalladament les normatives que els afecten, els serveis que disposen, els avantatges associatius... mitjançant un botlletí intern.

4. Oferir suport en el aspectes legals

Mitjançant la creació d'una Assessoria Gratuïta Peremanet.

5. Sensibilitzar-los cap a l'associacionsime comercial

A través d'accions de mediació i dinamització comercial.

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

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

9.2 En relació a l'Oferta

9.2.1 Promocionar i consolidar el circuit comercial diurn més especialitzat (el què està ubicat a la Zona Nord del Barri)

1. Editar material publicitari específic

Com díptics i mapes turístics.

2. Distribuir el material

A Oficines de Turisme i Hotels.

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

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

4. Crear una targeta de fidelització de la clientela

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

5. Promoció del comerç multiètnic i diferencial característic d'un barri com el Raval

9.2.2 Consolidar el comerç de proximitat alimentari pels habitatnts del barri i donar a conèixer altres branques de l'Oferta

Mitjançant:

1. Bustiades amb campanyes de fidelització específica

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

2. Campanyes de promoció i de descomptes de caire intern

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

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

A través de:

1. Campanyes de sensibilització (civisme) dirigides als usuaris

2. Control de l'acompliment dels horaris dels locals i els vetlladors

3. Programa de mediació entre els veïns i els propietaris dels locals

9.3 En relació a la Demanda

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

S'ha de tenir en compte el públic potencial del barri (persones d'entre 16 i 35 anys, que viuen a Barcelona Ciutat, amb un nivell d'estudis elevat) i la seva recerca de sensacions i ofertes diferenciades i no globalitzades dins dels serveis i del comerç.

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

2. Oferir continuïtat a campanyes existents com la de Ravalejar

Tot garantint una difusió més àmplia a través d'espots publicitaris, articles a premsa...

3. Crear una campanya de promoció dirigida als turistes

9.4 En relació a les Associacions de Comerciants

1. Garantir els processos de dinamització endegats

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

2. Establir Plans de Treball adequats a la realitat de cadascuna de les entitats

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

3. Desenvolupar Plans Estratègics de Dinamització

A través del treball conjunt que s'ha estat desenvolupant fins el moment entre l'Administració, l'Eix Comercial del Raval i la Fundació Tot Raval⁴⁹. Cal seguir treballant en la línia de foment d'un associacionisme funcional i representatiu de la realitat existent, mitjançant la realització d'accions de mediació i la participació activa dels agents implicats (els comerciants, independentment del seu origen).

4. Fer un Pla Estratègic per a la Reactivació de l'Eix Comercial del Raval

9.5 En relació a l'Urbanisme

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

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

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

2. Neteja

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

Aquí s'inclou al barri en general donat que, encara que hi existeixen àrees amb un marcat àmbit comercial, s'han detectat durant el treball de camp efectuat, nombrosos carrers propers amb insuficient higiene ni il·luminació.

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

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

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

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

5. Revisió dels accessos al Raval

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

⁴⁹ Veure pàg. 324

9.6 En relació a la millora de la convivència

1. Realització i/o suport d'accions de dinamització econòmica i comercial en general

Bàsic per a desenvolupar una tasca sensibilitzadora dirigida a la població en general i més concretament als comerciants, en la línia del Programa per l'Assessorament, Formació i Inclusió dels Comerciants Estrangers en el teixit associatiu⁵⁰.

2. Realització i/o suport d'Activitats Lúdiques al Carrer

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

3. Promoure la reflexió entre veïns i comerciants sobre la convivència al barri

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

4. Donar recolçament i promoure iniciatives socials, culturals i comercials

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

5. Pla Estratègic del Raval

Elaboració d'un pla que, partint de la reflexió de tots els agents de transformació social del barri, reculli totes aquelles actuacions a futur, en l'àmbit social, cultural i econòmic que permetin el desenvolupament del territori i de la seva ciutadania.

La **responsabilitat** de dur a terme aquestes accions **ha de ser compartida** per part de les **Associacions i Entitats del Raval i del sector** com de les **Administracions**, que han de relacionar-se, traspasar-se la informació i treballar conjuntament.

⁵⁰ Veure annex núm. 4 , pàg. 357

10 Equip d'Investigació i Agraïments

10.1 Equip d'Investigació

L'Estudi Econòmic i Comercial del barri del Raval 2006-2007 ha estat desenvolupat per l'equip de Tot Raval i la col·laboració externa de diverses institucions i persones.

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

L'equip que ha realitzat la investigació ha estat:

- Noelia Mohedano, Politòloga i Investigadora Social, Tècnica de l'àmbit econòmic i comercial de Tot Raval.
- Irene Monge, Treballadora Social i Dinamitzadora.
- Núria Paricio, Directora Gerent de la Fundació Tot Raval.

També s'ha comptat amb l'acompanyament i la col·laboració durant el procés de Marina Rius, Eduard Tabueña, Malú Sánchez, Laura García, Montse Redón, Malú Sánchez per part de Tot Raval, i persones vinculades a la Fundació com Rocío Cuevas, Marta Truñó i Sabrina Camps.

L'equip de redacció de la Síntesi de l'estudi Econòmic i Comercial del Raval 2006-2007 ha estat: Tatiana Bonastre i Noelia Mohedano.

10.2 Agraïments

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

A la Direcció de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona, per haver confiat i haver donat suport en la definició dels criteris d'investigació i metodològics, així com també en la correcció de l'estudi.

Al Districte de Ciutat Vella, pel seu acompanyament en el procés de l'acompanyament de l'estudi i en especial a la tècnica de Promoció Econòmica i a l'equip de Comunicació.

A Foment de Ciutat Vella, per facilitar-nos tota la informació que hem necessitat per a l'elaboració de l'estudi.

A l'Eix Comercial del Raval, pel seu suport.

A les Associacions de Comerciants de cada un dels carrers analitzats, així com també als seus associats.

Als comerciants del barri per la seva participació en aquest estudi.

Als membres de la Junta de la Fundació Tot Raval, pel seu suport.

A l'Equip Tècnic de la Fundació Tot Raval per l'acompanyament i la revisió de l'estudi.

A totes aquelles persones que han contestat l'enquesta de forma voluntària.

I a totes aquelles persones que han fet possible d'una manera o altre aquest estudi.

Aquest estudi s'ha portat a terme amb el suport de les següents institucions públiques:

FOMENT / **CIUTAT VELLA**



Annexos

1. FITXA D'ENQUESTA ALS COMERCIANTS I D'OBSERVACIÓ DIRECTA

CARRER: _____ nº _____

Nº de Registre del Local: _____

NOM DEL LOCAL: _____

ANY D'OBERTURA: _____

A continuació es marcarà amb una X les respostes correctes:

1. QUE ÉS?

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

2. A QUIN D'AQUESTS SECTORS PERTANY?

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

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

3. QUIN ES L'ESTAT DEL LOCAL?

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

4. TÉ RÈTOL?

SI (1)	
NO (2)	

5. EN QUIN IDIOMA ESTÀ ESCRIT EL RÈTOL.?

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

6. QUINES SÓN LES CONDICIONS D'ACCESSIBILITAT?

ACCESSIBLE: _____ MICA ACCESSIBLE: _____ INACCESSIBLE: _____

7. ES POT PAGAR AMB TARGETA DE CRÈDIT?

SI (1)	
No (2)	

8. QUIN % PAGA AMB TARGETA DE CRÈDIT?

9. OBRE ELS DISSABTES A LA TARDA?

SI (1)	
No (2)	

10. PER QUI ESTÀ REGENTAT?

Autòcton (1)	
Immigrant No comunitari (2)	
Immigrant Comunitari (3)	

11. PAÍS D'ORIGEN (en cas que sigui immigrant):

Rep. Dominicana (1)	
Xina (2)	
Bangladesh (3)	
Marroc (4)	
Índia (5)	
Filipines (6)	
Pakistan (7)	
Altres (8): Especificar _____	

12. EDAT DE L'EMPRESARI

Jove (1)	
Edat Mitjana (2)	
Edat Avançada (3)	

13. EN QUINS IDIOMES PARLA LA CLIENTELA?

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



2. FITXA DE COMPTATGE PER PUNT DE MOSTREIG

ENQUESTADOR: _____

PUNT MOSTREIG (Nom del carrer i codi): _____

DATA: _____ HORA INICI: ____:____ HORA FIN.: ____:____

HOMES

				5					10						15					20					25
																									25
																									50
																									75
																									100
																									125
																									150
																									175
																									200
																									225
																									250
																									275
																									300

DONES

				5					10						15					20					25
																									25
																									50
																									75
																									100
																									125
																									150
																									175
																									200
																									225
																									250
																									275
																									300



3. ENQUESTA REALITZADA ALS VISITANTS DEL BARRI

Nº Quest _____

E.1916 ENQUESTA A COMPRADORS DEL BARRI DEL RAVAL

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

ENQUESTADOR: NOMÉS PERSONES MAJORS DE 16 ANYS EN ENDAVANT

P1.- Sexe

- Home 1
- Dona 2

P2.- Ed **evistat:**

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

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

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

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

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

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

P5.- Activitat de l'entrevistat

- Treballa.....1
- Estudia.....2
- Estudia i treballa.....3
- Mestressa de casa.....4
- Jubilat / pensionista.....5
- A l'atur amb prestació.....6
- A l'atur sense prestació.....7
- Altres (especificar).....8**

P6.- Residència de l'entrevistat

- Barri del Raval.....1
(ENTREVISTADOR, ENSENYAR MAPA DE ZONES DEL RAVAL):

- Zona 1.....1
- Zona 2.....2
- Zona 3.....3
- Zona 4.....4
- Zona 5.....5

- Barcelona Ciutat.....2

(ENTREVISTADOR; ESPECIFICAR DISTRICTE)

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

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

- Resta de Catalunya (específic:.....) 4

- Resta d'Espanya (específic. Comunitat Autònoma) 5

- Estrangers (específic:.....) 6

P7.- Quin és el motiu pel qual es troba aquí? (ENTREVISTADOR: RESPOSTA ÚNICA)

- Estic de pas en direcció a casa.....1
- Estic de pas en direcció a la feina.....2
- Passeig / Lleure / Turisme.....3
- Compres quotidianes / habituals.....4
- Compres especials / puntuals.....5
- Oci nocturn.....6
- Altres (especificar:.....).....8

P8.- Mitjà de transport amb el que ha vingut al BARRI DEL RAVAL (ENQUESTADOR: RESPOSTA MÚLTIPLE; LLEGIR OPCIONS)

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

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

- El conec Molt.....4
- El conec Bastant.....3
- El conec Una Mica.....2
- No el conec Res.....1

P10.- Com valora els següents aspectes del Barri del Raval (ENTREVISTADOR: LLEGIR LES OPCIONS DE RESPOSTA PER CADAESQUINA DE LES CATEGORIES)

	Bé	Regular	Malament
Neteja.....3.....2.....1	3	2	1
Seguretat.....3.....2.....1	3	2	1
Accessibilitat.....3.....2.....1	3	2	1
Diversitat cultural.....3.....2.....1	3	2	1

P11.- Compra als ESTABLIMENTS COMERCIALS del Barri o utilitza els SERVEIS PERSONALS que ofereix el Barri del Raval?

- Si.....1
- No.....2 → Passar a P15

NOMÉS PERSONES QUE COMPRIN O UTILITZIN SERVEIS

P12.- Amb quina asiduitat?

- Diàriament.....1
- 2 o 3 vegades a la setmana.....2
- Una vegada a la setmana.....3
- Cada 15 dies.....4
- Mensualment.....5
- Cada 2-3 mesos.....6
- Ocasionalment.....7
- És el primer cop que vinc.....8

P13.- A continuació vaig a mostrar-li un mapa de la zona de les diferents zones del Raval. Per quines zones es mou més o compra?

- C. Tallers- C. Carme- C. Joaquim Costa (zona 1).....1
- C. Joaquim Costa fins a la Ronda i C. Carme (zona 2)..2
- C. Hospital- C. Nou de la Rambla-
Rambla del Raval (zona 3).....3
- C. Nou de la Rambla- Drassanes (zona 4).....4
- Rambla del Raval (no inclosa)- Ronda (zona 5).....5
- Mercat de la Boqueria.....6
- Per tot el Barri.....7
- Ns/Nc.....&



NOMÈS PERSONES QUE COMPRIN O UTILITZIN SERVEIS

P14.- Quins comerços o serveis ha utilitzat o acostuma a utilitzar?
(ENTREVISTADOR: RESPOSTA SUGGERIDA, TARGETA ANEXE)

ESTABLIMENTS COMERCIALS

Alimentació	1
Tèxtil, calçat i pell.....	2
Parament de la Llar.....	3
Oficina, Mecànica de Precisió.....	4
Libres i Diaris	5
Productes químics i farmacèutics	6
Material de Transport.....	7
Altres establiments comercials.....	8

SERVEIS PERSONALS

Restaurants, Bars i Hotels	9
Reparacions.....	10
Transports i Comunicacions.....	11
Finances i Assegurances.....	12
Manteniment, Neteja i Protecció	13
Ensenyament.....	14
Sanitat i Assistència.....	15
Altres Serveis Culturals i Personals	16
Activitats Immobiliàries i Serveis a Empreses.....	17

A TOTHOM

P15.- Valori de 0 a 10 els següents aspectes del comerç de la zona que freqüenta i / del barri del Raval on 0 es molt dolent i 10 es molt bo

Qualitat dels productes	
Tracte personal	
Preu dels productes	
Ambient i decoració de les botigues	
Garantia dels productes	
Facilitat de pagament	
Imatge exterior	
Els productes es poden veure i tocar	
Informació visible del preu	
Amplitud d'horaris	
Servei a domicili	
Hi ha una oferta especialitzada	
L'oferta de marques conegudes	
Diversitat de l'oferta	

P16.- Compra al merçta de Sant Antoni?

Si 1
No..... 2
Ns /Nc..... &

P17.- Amb quina freqüència acostuma a venir a bars, restaurants, discoteques, teatres....del Barri del Raval a l'horari nocturn (oci nocturn)

Si, amb freqüència..... 4
Si, de tant en tant..... 3
Si, molt esporadicament 2
No, mai 1
Ns/Nc.....&



E.1916 TARJETES ANEXES AL QÜESTIONARI

P.3 PAÏSOS

Països de la Unió Europea: Alemanya, Àustria, Bèlgica, Dinamarca, Eslovàquia, Eslovènia, Estònia, Finlàndia, França, Grècia, Hongria, Irlanda, Itàlia, Letònia, Lituània, Luxemburg, Malta, Països Baixos, Polònia, Portugal, Regne Unit, Suècia, Txèquia, Xipre

Europeus no comunitaris: Repúbliques ex URSS, Romania, Bulgària, Croàcia, altres

P.6 DISTRICTES DE BARCELONA

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

P.8 MITJÀ DE TRANSPORT

1. A PEU
2. BUS URBÀ
3. BUS DEL BARRI
4. METRO
5. TREN / RENFE
6. FERROCARRIL DE LA GENERALITAT
7. TAXI
8. COTXE PARTICULAR
9. MOTO
10. BICICLETA

4. PROGRAMA PER L'ASSESSORAMENT, FORMACIÓ I INCLUSIÓ EN EL TEIXIT ASSOCIATIU DELS COMERCIANTS IMMIGRANTS 2006-2007-2008

❖ Definició del projecte

Aquest projecte que tindrà una durada de tres anys, es basa en la formació, assessorament i inclusió, ens ha de permetre facilitar el coneixement mutu i la incorporació al teixit associatiu dels comerciants per tal de configurar Associacions representatives de les diferents realitats comercials dels barris, que generin accions conjuntes de dinamització i de mediació en la prevenció de conflictes.

❖ Objectius específics

- Facilitar el coneixement i per tant, el compliment dels tràmits i normatives que afecten al món del comerç.
- Formar als comerciants en la millora professional.
- Formar als comerciants en la cultura associativa i del treball en xarxa.
- Fomentar la participació activa en el teixit associatiu i la implicació en la millora del col·lectiu comercial del territori.
- Promoure l'intercanvi i el coneixement de les diferents cultures comercials.
- Intercanviar experiències de treball amb altres ciutats de la UE amb realitats semblants.

❖ Metodologia i accions proposades

Traducció de normatives i textos tècnics

Tenint en compte la complexitat del llenguatge utilitzat per les administracions en la redacció de les normatives, hem valorat la necessitat de fer primer una adaptació d'aquests textos a un llenguatge fàcilment entenable per, posteriorment, editar-ho en l'idioma de les principals comunitats presents a ambdós territoris: àrab, urdu i xinès a més de català, castellà, anglès i francès com a llengües vehiculars.

- Un primer text d'àmplia difusió, a on es tracta d'oferir els serveis de les Federacions i transmetre el concepte d'associacionisme seria distribuït als diferents líders naturals de les comunitats, les OAC(S), la Secretaria d'Immigració i altres organismes.

La tirada seria d'unes 10.000 unitats/idioma. En col·laboració amb l'Ajuntament de Barcelona.

- Elaboració de diferents materials de difusió de caràcter informatiu i tècnic sobre temes específics com:

- Horaris Comercials, en col·laboració amb l'Ajuntament de Barcelona
- Normativa Sanitària, en col·laboració amb l'Agència de Salut Pública.
- Normativa de llicències i obertures per sectors (alimentació, pública concurrència i altres), en col·laboració amb la Confederació de Comerç de Catalunya.
- Etiquetatge, en col·laboració amb l'Ajuntament de Barcelona.
- Bones Pràctiques del Comerç, en col·laboració amb la Fundació Barcelona Comerç i l'Any del Comerç.

- Per últim, ens plantejem la publicació de les Conclusions de les Jornades Europees sobre Immigració i Comerç que esdevingui una eina de treball efectiva per altres territoris amb problemàtiques semblants.

Aquest material es distribuirà a Administracions i entitats que treballin en l'àmbit del comerç i la immigració.

❖ **Servei d'assessorament continuat als comerciants**

Creació d'un servei professional d'assessorament (graduat social o similar) amb la finalitat de facilitar als comerciants que ho requereixin la informació escaient per la posada en marxa i el funcionament adient dels seus negocis (llicències, normatives, permisos, obertures, etc)

Aquest servei, es podria realitzar a les seus de les Federacions de Comerciants dels dos barris, per tal d'apropar el servei als comerciants del territori i contaria amb el suport dels mediadors corresponents a la comunitat d'origen del comerciant.

Es pretén d'aquesta manera, l'accés del comerciant a les informacions adequades i reals que al tenir la garantia de les federacions evitin situacions de desempara i d'abusos per par de alguns professionals, també d'aquesta manera les federacions es converteixen en referents territorials de caire professional.

❖ **Organització de seminaris i cursos de formació**

Organització de seminaris a càrrec de les mateixes associacions o convenis de col·laboració amb empreses especialitzades i altres institucions per oferir un ampli ventall de recursos formatius tan de caràcter general com sectorial.

- Cursos
 - Normalització lingüística
 - Escaparatisme
 - Noves tecnologies
 - Manipulació d'aliments
 - Gestió i direcció
- Seminaris
 - Compliment de normatives
 - Gestió de residus
 - Específics sectorials

Contractació i formació d'agents de les diferents comunitats d'origen.

Es tracta d'oferir un servei de mediació continuada a través de mediadors de les diferents comunitats per tal de generar relacions de confiança i treballar conjuntament amb les associacions la inclusió, la cultura associativa i el treball en xarxa.

La contractació dels mediadors es realitzarà a través de Serveis Personals de l'Ajuntament de Barcelona, Districte de Ciutat Vella.

I la formació anirà a càrrec de les entitats responsables del projecte que definiran els objectius i les accions a realitzar.

Aquests agents hauran de aprofitar el coneixement de ambdós cultures i idiomes per estendre ponts efectius entre les diferents comunitats i les associacions de comerciants. Tanmateix, hauran de permetre un canvi de dinàmiques de participació en la cultura associativa mitjançant accions de caràcter individual que després puguin englobar-se en un projecte comú de millora del col·lectiu comercial del territori.

Jornades sobre "Immigració i Comerç" d'abast europeu

Ens trobem davant d'un canvi d'època, la immigració és un fenomen irreversible i, per tant, el canvi social va unit a la visió general d'un canvi cap a una nova societat.

Això passa intrínsecament per una nova interpretació del concepte ciutadà i/o comerciant, com a tret comú sense diferenciar entre autòctons i immigrants.

El comerç és un agent social i un dels pilars de la convivència i, per tant, esdevé un element imprescindible per la cohesió social i l'equilibri a la vida dels barris i la ciutat.

És a partir d'aquestes reflexions que ens proposem organitzar unes Jornades amb l'objectiu general de potenciar una nova visió del comerç de la ciutat i una redefinició del concepte ciutadà i/o comerciant.

Les Jornades es celebraran entre els mesos de febrer o març de l'any 2007 i a partir de compartir experiències i intervencions d'altres ciutats que han viscut aquest fenomen



amb anterioritat extreure unes conclusions clares que permetin definir les línies de treball a seguir.

Entitats participants:

Eix Comercial BCN de Palau a Palau

Eix Comercial del Raval

Associació d'entitats per al Pla Integral del Casc Antic

Fundació Tot Raval



Bibliografia i Documentació

Estudis, informes i dossiers de consulta:

Context

1. Del Xino al Raval, Cultura i transformació social a la Barcelona central, Joan Subirats i Joaquim Rius. CCCB. 2004
2. Informe de la Població estrangera a Barcelona 2007. Departament Estadística
3. Ciutat Vella, El centre històric reviscolat. Model Barcelona Quaderns de Gestió, Martí Abella, 2004
4. Activitat Econòmiques a la Ciutat Vella, Promoció de Ciutat Vella. Juny del 1988

Oferta

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

Demanda

14. Estudi d'hàbits de compra, fluxos d'entrada i atractivitat comercial de la ciutat de Barcelona 2003, Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona.
15. Curs de suport al Comerç Local. *Associació Catalana de Municipis*, 1998 D'Aleph
16. Estudi d'hàbits de compra, fluxos d'entrada i atractivitat comercial de la ciutat de Barcelona, Ajuntament de Barcelona, Comerç i Consum, 2003
17. Enquesta de la Regió de Barcelona, 2000. Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.

Associacionisme

18. Barcelona i els eixos comercials 2006, Ajuntament de Barcelona

Urbanisme

19. Dossier Illa i Rambla del Raval 1988 un projecte, 2001 una realitat. Foment de Ciutat Vella i Ajuntament de Districte
20. Ciutat Vella "El centre històric reviscolat", Model Barcelona, Quaderns de gestió, 2004, Martí Abella.
21. Pla Director de Recollida Pneumàtica de residus sòlids i urbans, Districte de Ciutat Vella.
22. Memòria Foment de Ciutat Vella S.A. 2006
23. Informe Anual, Foment de Ciutat Vella S.A. 2006

Altres fonts d'informació utilitzades:

- ❖ Instituto Nacional de Estadística. INE
- ❖ Padró Municipal d'Habitants a 30/06/2007
- ❖ Direcció de Serveis de Comerç i Consum de l'Ajuntament de Barcelona