



Diagnòstic comerç i associacionisme

La Maternitat i Sant Ramon
INFORME FINAL

Febrer 2024

Índex

1. PRESENTACIÓ	3
2. OBJECTIUS	4
3. FASES I METODOLOGIA D'INTERVENCIÓ	5
FASES	5
METODOLOGIA.....	5
CALENDARI D'INTERVENCIÓ.....	6
4. PUNT DE PARTIDA: EL BARRI I TRES SUBZONES	7
5. BUIDATGE TREBALL DE CAMP	12
PENTINAT DE LES DUES ZONES	12
RESULTATS DE L'ENQUESTA.....	21
APORTACIONS DE LES ENTREVISTES	37
6. CONCLUSIONS	42
EL COMERÇ.....	42
ASSOCIACIONISME	45
L'ASSOCIACIÓ	46
7. PROPOSTES VS CONCLUSIONS	50
8. PROPOSTA DE PLA D'ACTUACIÓ	53
9. ANNEXOS.....	57

1. PRESENTACIÓ

Aquest document recull la primera fase del projecte de diagnòstic del comerç i l'associacionisme en el barri de la Maternitat i Sant Ramon que correspon al contracte 23003861 que s'inicia al mes de desembre 2023 i finalitzarà a finals de febrer 2024

Antecedents

L'Ajuntament de Barcelona i el districte de les Corts aposten des de fa molts anys per l'impuls i promoció del comerç de proximitat arrelat en els barris de la ciutat. Davant la irrupció dels sistemes de compra en línia, així com les conseqüències generades per la COVID, el comerç de barri s'ha vist perjudicat de forma important fent que els hàbits de consum de la ciutadania hagin variat en detriment de la compra de proximitat.

El districte de les Corts compta amb quatre eixos comercials de proximitat corresponents als diferents barris del territori: l'Associació Mirall de Pedralbes, Associació Comerciants el Cor de les Corts, Eix comercial Sants les Corts i Associació Les Corts Comerç 08028.

Tots els eixos, a excepció de l'eix Les Corts Comerç 08028 del barri de Maternitat i Sant Ramon, signen un conveni de col·laboració amb el districte per a l'organització i participació dels projectes de promoció del comerç, així com per a la dinamització de cada uns dels eixos.

En el cas de Les corts Comerç 08028 del barri de Maternitat i Sant Ramon no hi ha conveni que estableixi la col·laboració amb el Districte atès que la junta d'aquesta associació va ser renovada a finals de 2022 i en aquest període transcorregut no ha acabat de consolidar-se, ni tampoc d'impulsar el projecte comercial del barri d'acord als objectius que s'havien fixat.

En el període transcorregut, i condicionat per les causes abans esmentades, la tasca duta a terme pels responsables de la dinamització comercial no ha aconseguit mobilitzar i captar a nous associats que permetin impulsar aquest eix comercial.

Tant la Maternitat com Sant Ramon són barris que disposen d'un volum de comerços significatiu, que atesa la seva proximitat amb zones com Sants i Collblanc el fan un territori amb un potencial important per a la promoció econòmica i comercial.

És per aquest motiu, i amb l'objectiu de poder potenciar a tot aquest teixit, cal conèixer amb detall les diferents tipologies d'establiments així com les persones que els regenten per tal de poder enfortir l'associació, i aconseguir així, un funcionament normalitzat com la resta d'eixos comercials del districte, disposant d'autonomia en l'organització d'accions de promoció del comerç.

Per tal d'aconseguir aquest objectiu cal realitzar una prospecció i diagnòstic de tota l'estructura comercial, visitant i interlocutant amb tots els establiments i fent un treball de camp en tota la zona d'influència esmentada.

2. OBJECTIUS

Objectiu General

- Avaluar el potencial de l'associacionisme comercial al barri, millorar la col·laboració del comerç local i la viabilitat de l'associació actual.

Objectius Secundaris

A. Conèixer el perfil del comerç del barri

- Obtenir una visió clara dels tipus de productes o serveis que ofereixen els comerços participants al barri.
- Identificar la antiguitat dels comerços per comprendre la seva estabilitat i relació amb la comunitat.

B. Comprendre els reptes i oportunitats dels establiments

- Avaluar les prioritats dels comerciants en termes de reptes.

C. Avaluar la participació i coneixement de l'associació:

- Determinar la participació prèvia dels comerços en iniciatives col·lectives i el seu coneixement sobre l'existència de l'Associació actual.
- Avalució de l'eficàcia i benefici de les iniciatives de l'Associació.

D. Entendre la percepció dels beneficis d'una associació comercial:

- Avaluar la percepció dels comerciants sobre la millora dels seus negocis a través de la col·laboració amb una associació.
- Identificar els beneficis percebuts d'una associació comercial.

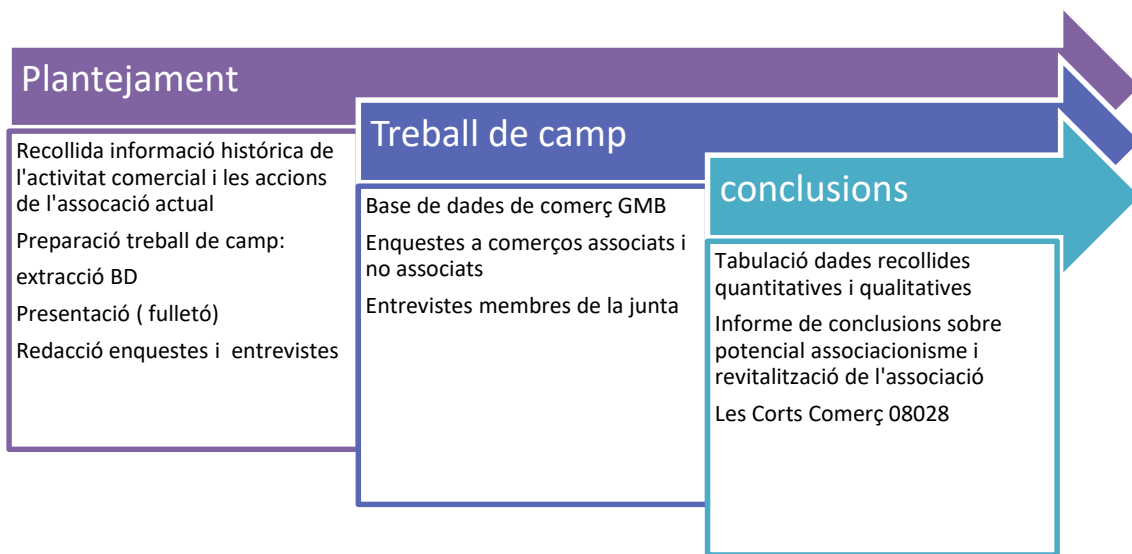
E. Explorar Interès i implicació

- Esbrinar les expectatives dels comerciants respecte a l'Associació
- Avaluar l'interès per la participació activa en les activitats i la disponibilitat per formar part de grups de treball de l'associació.

F. Elaborar un diagnòstic del potencial d'associacionisme al barri i detectar possibles implicacions i/o lideratges per col·laborar en la reactivació i impuls de Les Corts Comerç 08028.

3. FASES I METODOLOGIA D'INTERVENCIÓ

FASES



METODOLOGIA

L'estudi del potencial d'associacionisme al barri de la Maternitat i Sant Ramon es planteja mitjançant una metodologia completa que abraça diverses etapes:

✓ Fonts Secundàries:

Es realitza una recopilació de fonts secundàries, incloent informació històrica de l'actuació de l'associació. Aquesta revisió proporciona una base de coneixements per contextualitzar el panorama actual i l'evolució de l'associacionisme comercial a la zona.

✓ Entrevistes i Consultes Tècniques:

S'han dut a terme entrevistes i consultes amb membres de la junta de l'Associació de Comerciants, així com amb tècnics de l'ajuntament involucrats en iniciatives comercials. Aquestes converses han aportat perspectives diverses sobre la planificació, execució i reptes associats amb l'associacionisme comercial a Les Corts Comerç 08028.

✓ Observació In Situ:

Es realitza una observació del barri aprofitant les visites per realitzar les enquestes amb l'objectiu de detectar dinàmiques comercials específiques. Aquesta observació in situ pot proporcionar una millor comprensió de les interaccions entre comerciants, la participació en iniciatives i l'impacte que pot generar l'associacionisme al barri.

✓ Enquestes amb Comerciants:

Es duen a terme entrevistes amb comerciants associats i no associats, amb l'objectiu d'entendre les seves experiències, percepcions i expectatives respecte a l'Associació de Comerciants.

✓ Anàlisi de Dades Quantitatives i Qualitatives:

Les dades recollides, tant quantitatives com qualitatives han estat analitzades per identificar tendències, punts forts i àrees de millora de l'associació actual i detectar expectatives de futur de l'associacionisme al barri.

CALENDARI D'INTERVENCIÓ

setmana	data/dilluns	tasca
1	18/12/2023	Conceptualització i definició de l'estratègia d'intervenció
2	27/12/2023	Recollida informació històrica de l'associacionisme al barri
3	2/1/2024	Preparació material gràfic /presentació
4	8/1/2024	Brifing treball de camp: enquestes i entrevistes
5	15/1/2024	Entrevistes a junta actual
6	22/1/2024	Treball de camp
7	29/1/2024	Treball de camp
8	5/2/2024	Treball de camp
9	12/2/2024	Treball de camp
10	19/2/2024	Tabulació de dades quantitatives i qualitatives
11	26/2/2024	Redacció informe conclusions i recomanacions

4. PUNT DE PARTIDA: EL BARRI I TRES SUBZONES

Anàlisi i explicació de la base de dades de partida zona i mapa

En aquesta ocasió, no hem pres com a punt de partida el Cens d'Activitats d'Open Data de l'Ajuntament de Barcelona, ja que les seves dades daten del 2019, pre pandèmia, i podrien haver variat considerablement en els últims cinc anys, amb canvis significatius en el panorama comercial.

En lloc d'això, hem optat per una aproximació més dinàmica i actualitzada utilitzant la informació disponible a Google Maps. El procés de Smart Extract es basa en l'extracció intel·ligent de dades rellevants de Google i la seva posterior exportació a una base de dades en format Excel. Aquesta eina de scraping ens ha proporcionat una base de dades exhaustiva i actualitzada, la qual cosa ens permet geolocalitzar els punts d'interès i mapejar-los per identificar aquells negocis que poden ser rellevants per al nostre estudi.

Les dades que ens retorna l'aplicació inclouen el nom comercial, l'adreça completa, el sector i la categoria del negoci segons Google My Business. A més, hem aconseguit localitzar el número de telèfon en un 82% dels casos i el lloc web en un 45%, quan aquesta informació està disponible públicament.

És important destacar que la base de dades abasta tots els establiments, siguin o no comercials. No obstant això, és important tenir en compte que no tots aquests establiments són necessàriament rellevants per al nostre estudi, ja que inclou fins i tot aquells que estan ubicats en centres comercials, centres mèdics o allotjats en universitats i no detecta els locals tancats i/o inactius. En el treball de camp hem fet una depuració dels establiments que no son perfil per associació o en molts casos són establiments que han tancat i no s'han doant de baixa a google maps i d'altres son casos que son autònoms que no tenen establiment a peu d carrer.

Malgrat aquestes consideracions, aquesta base de dades segueix sent una bona eina de partida per l'estudi per delimitar àrees, organitzar el treball de camp i ha estat una guia inicial per l'estudi.

Mapa de territori inicial : 3 zones diferenciades de les que observen i traiem conclusions per cada zona.



Base de dades de registres punt de partida abans de ser depurada

zona	Punts a google maps
La Maternitat	896
Sant Ramon	320
Zona Universitària (resta)	209
Total general	1425

Distribució geogràfica per zones i carrers

La Maternitat	punts	Sant Ramon	punts	Zona Universitària (resta)	punts
Arístides Maillol	6	Arístides Maillol	33	Arístides Maillol	2
Arizala	38	Av. de Chile	16	Av. de Chile	14
Av. de Madrid	93	Av. de San Ramón Nonato	35	Av. de Joan XXIII	3
Av. Diagonal	13	Av. del Dr. Marañón	1	Av. del Dr. Marañón	24
C. de Felipe de Paz	45	C.del Pintor Tapiró	26	Av. Diagonal	68
C. del Conde de Güell	15	c/ del Sena	1	C. de Llorens y Artigas	8
Calle de Mejía Lequerica	55	Calle Pisuerga	20	Camí Torre Melina	5
Carrer Benavent	22	Camí Torre Melina	1	Carrer Baldiri Reixac	56

Carrer de Conxita Supervia	3	Carrer de Gállego	1	Carrer de Lluís Solé i Sabarís	3
Carrer de la Riera Blanca	28	Carrer del Cardenal Reig	85	Carrer de Martí i Franquès	15
Carrer de Sabino Arana	167	Carrer Pintor Ribalta	19	Carrer de Pau Gargallo	10
Carrer del Comandant Benítez	47	Collblanc	21	Travessera de les Corts	1
Carrer del Pintor Pahissa	8	Pje de Chile	4		
Carrer d'Elisabeth Eidenbenz	2	Pje. de Jorge Ferrán	6		
Carrer Emèrita Augusta	15	Pje. de Pedro Rodríguez	6		
Carrer Èmerita Augusta	1	Pje. de Vicente Martín	1		
Carrer Maria Barrientos	34	Travessera de les Corts	44		
Gran Vía de Carlos III	135				
Passatge de Jaume Roig	11				
Pje. del Regente Mendieta	34				
Pl. de Pío XII	4				
Sants	6				
Travessera de les Corts	114				
TOTAL	896		320		209

Distribució per sector i categories google maps

SECTOR	La Maternitat	Sant Ramon	Zona Universitària
Alimentació	46	21	
Allotjament	15	6	2
Altres	36	21	33
Bellesa	1		
Cultura i Oci	22	8	19
Educació	1		
Ensenyament	6	4	18
Esports	15	16	40
Finances i Assegurances	18	5	4
Herbolari	1		
Moda	1		

Protecció Animal	1		
Restauració	103	28	11
Salut	191	40	29
Serveis a les persones	3		
Serveis per a la llar	39	17	
Serveis per a les persones	143	51	17
Serveis professionals	254	103	36
TOTAL	896	320	209

**nota: les categories son de google i no son assimilables als sectors, activitats i categories establertes a l'estudi. S'ha re classificat els establiments analitzats.*

Les tres zones delimitades i caracterització de les 3 zones

1-SUBZONA ZONA UNIVERSITARIA (zona gris)

Hem detectat 209 que representen un 12% i el perfil del tipus d'establiments no són perfils afins a l'associacionisme comercial al barri mentre que Sant Ramon representa un 22% i la Maternitat un 6·%. Aquesta zona es caracteritzar per l'elevada concertació de universitats, centres educatius, equipaments esportius i locals d'oci i d'esdeveniments. En l'extracció només s'ha detectat 28 establiments que podrien ser perfil. A l'estudi no es contempla aquesta zona pel i

2-SUBZONA LA MATERNITAT (zona blava)

La subzona de la Maternitat queda delimitada per els carrers, Gran Via Carles III, Diagonal fins la plaça Pius XII, banda dreta de l'avinguda Av. Joan XXIII seguint per la mateixa banda dreta d'Arístides Maillol fins arribar i baixar per Riera Blanca (senar) i continuar per la vorera senar de l'avinguda Madrid fins a la Diagonal pujant per Gran Via Carles III (banda senar).

Aquesta zona inclou els entorn de l'Hospital Dexeus- Quiron, el recinte de la Maternitat dels carrers Sabino Aran i Mejía Lequerica i s'han descartat tots els punts de l'interior d'aquests recintes. També la Travessera de les Corts tocant al sud del camp del Barça i la zona del Racó de les Corts dels carrers Benavent, Felipe de Paz, Arizala i comandat Benítez.

Tenim 896 establiments a explorar i al treball de camp i després de la depuració han quedat 258 comerços on hem pogut informar.

Hem iniciat el treball de camp per aquesta zona ja que hi ha més nombre de punts inicialment i a nivell d'associacionisme sembla que en els últims períodes de temps l'associació hi ha actuat menys que a la subzona de Sant Ramon.

3-SUBZONA SANT RAMON (zona vermella)

Hem contemplat el polígon delimitat per Carrer Aristides Maillol banda esquerra, la travessera de les Corts (números senars) fins Carretera Collblanc (banda números parells) fins el carrer

Josep Sunyol i Garriga fins arribar a l'Avinguda de Xile banda sud fins tancar el polígon a Gregorio Marañon (dreta/sud) amb Aristides Maillol.

Aquesta zona contempla els carrers més comercials com Travessera, avinguda Sant Ramon i Cardenal Reig però també hem analitzat les carrers de menys densitat com Pisuerga, Xile, Pintor Tapiró o Gallego.

Hem partit d'una base 320 punts a google maps, que representaven en un inici 22% que després de depurar ens han quedat 125 establiments sobre els que hem impactat.

5. BUIDATGE TREBALL DE CAMP

PENTINAT DE LES DUES ZONES

BASE DE DADES DE COMERÇOS

- ✓ Fase depuració de punts que no són perfil

En la fase de treball de camp hem depurat la base de dades de les 2 zones i dels 1.216 punts inicials (896 de la Maternitat i 320 de Sant Ramon) hem detectat i eliminat els punts que no hem localitzat i que a priori segur que no són perfil per ser associats. Els punts no localitzats poden correspondre a punts a google de negocis que ja no son al barri i no han donat de baixa el seu perfil de google o a punts que no estan a planta carrer. El cas de no perfil s'ha depurat per exemple al carrer Sabino d'Arana hi ha d'alta tots els metges que visiten a l'Hospital Quiron Dexeus o l'Hotel Princesa Sofia hi ha els restaurants i bar. O els punts d'administració publica, centres cívics...

En treball de camp s'ha observat la tendència de canvi d'ús de local comercial a habitatge, tot que només s'ha classificat 2 que el cas era ben clar per la persona observadora.

La Maternitat	La Maternitat	Sant Ramon	total
Canvi d'ús		2	2
En traspàs	1	1	2
ESTABLIMENT VISITAT I INFORMAT	233	105	338
No hi persona fisica	2	1	3
NO LOCALITZAT	115	50	165
No perfil	470	111	581
No visitat	4	2	6
Propera jubilació	1	2	3
Respon enquesta	25	20	45
Tancat al public	3	10	13
TANCAT DIA/ES VISITA/ SEMBLA ACTIU	33	11	44
TANCAT/INACTIU	13	11	24
total	900	324	1224

Fase 2-Base de Dades amb perfils comercials ha quedat així:

Estat	La Maternitat	Sant Ramon	total
-------	---------------	------------	-------

En traspàs	1	1	2
Establiment visitat i informat	233	105	338
No hi persona física	2	1	3
Propera jubilació	1	2	3
Respon enquesta	25	20	45
Tancat dia/es visita/ sembla actiu	33	11	44
Tancat/inactiu	13	11	24
Total	308	151	459

Aquí hi contemplem establiments tancats que per la relació serien establiments que perfilarien però que en les dues tandes de rutes d'observació no s'han trobat oberts per informar i enquestar. Caldria contemplar aquest llistat d'establiments per incloure'ls en accions de foment de l'activitat comercial al barri.

No s'ha classificat per sector d'activitat els comerços tancats o inactius. La categorització s'ha treballat sobre els comerços impactats (visitats, informats i que responen l'enquesta- fase 3)

Així doncs tenim una base de locals comercials de 459, dels quals 308 (68%) els localitzem al barri de la Maternitat i la resta 151 a Sant Ramon que representa un 32%.

BASE DE DADES DE COMERÇOS IMPACTATS

✓ Volum de comerços oberts i representativitat

Per l'objecte de l'estudi hem aprofundit amb la base de dades els punts informats i que responen l'enquesta: 383 establiments informats sobre l'enquesta i dels quals responen 45.

Els establiments impactats representen un 83% dels establiments comercials oberts en el període de treball de camp i assolim una i la representativitat de l'enquesta 13% sobre els comerços impactats i un 10% sobre els comerços oberts.

Estat	La Maternitat	Sant Ramon	total
establiment visitat i informat	233	105	338
Respon enquesta	25	20	45
establiments impactats	258	125	383
total comerços oberts	308	151	459
% comerços impactats sobre comerços oberts	84%	83%	83%
% de resposta enquesta sobre comerços oberts	8%	13%	10%
% de resposta enquesta sobre comerços impactats	11%	19%	12%

✓ Tipologia comercial

Sector	La Maternitat	Sant Ramon	total	%
Restauració	88	21	109	28%
Salut bellesa i benestar	58	37	95	25%
Serveis professionals	35	23	58	15%
Alimentació i begudes	32	19	51	13%
Llar mascotes i objectes de regal	23	9	32	8%
Altres	8	6	14	4%
Cultura i oci	5	7	12	3%
Moda, complements i esports	9	3	12	3%
Total	258	125	383	100%

Els sectors més presents són restauració i salut bellesa i benestar. El sector dels serveis professionals té força pes. Hi ha poc comerç quotidià, només destaca alimentació i begudes i menys comerç d'atracció comercials com és la moda i la llar. El comportament per les dos subzones és diferent. A Maternitat destaca el sector restauració per la seva proximitat al Camp Nou i a Sant Ramon destaca el comerç i els serveis relacionat amb salut, bellesa i benestar.

Sector	La Maternitat	%	Sector	Sant Ramon	%
Restauració	88	34%	Salut bellesa i benestar	37	30%
Salut bellesa i benestar	58	22%	Serveis professionals	23	18%
Serveis professionals	35	14%	Restauració	21	17%
Alimentació i begudes	32	12%	Alimentació i begudes	19	15%
Llar mascotes i objectes de regal	23	9%	Llar mascotes i objectes de regal	9	7%
Moda, complements i esports	9	3%	Cultura i oci	7	6%
Altres	8	3%	Altres	6	5%
Cultura i oci	5	2%	Moda, complements i esports	3	2%
Total	258	1	Total	125	

✓ Distribució territorial

La Maternitat

La Maternitat	establiments per carrer	%
---------------	-------------------------	---

Av. de Madrid	41	16%
Gran Vía de Carlos III	33	13%
Travessera de les Corts	30	12%
Carrer de Sabino Arana	20	8%
Carrer de la Riera Blanca	19	7%
C. de Felipe de Paz	18	7%
Pje. del Regente Mendieta	15	6%
Arizala	14	5%
Carrer del Comandant Benítez	14	5%
Calle de Mejía Lequerica	11	4%
Carrer Benavent	10	4%
Av. Diagonal	7	3%
Carrer Maria Barrientos	7	3%
Sants	5	2%
Aristides Maillol	3	1%
Carrer del Pintor Pahissa	3	1%
Carrer Emèrita Augusta	3	1%
C. del Conde de Güell	2	1%
Carrer Èmerita Augusta	2	1%
Plaça Josep Mosen Pedragosa amb Comandante Benitez	1	0%
total	258	

A la Maternitat els carrers on hi ha més establiments: avinguda de Madrid, Gran Vía Carlos III i Travessera de Gràcia i Sabino de Arana. On es detecta més densitat son els carrer Riera Blanca i Regent Mendieta. Dels 30 establiments de Travessera de les corts 19 son negocis de restauració (65%)

Sant Ramon

Sant Ramon	establiments	%
Av. de San Ramon Nonat	25	20%
Carrer del Cardenal Reig	23	18%
Travessera de les Corts	16	13%
Collblanc	13	10%
Av. de Chile	9	7%
C.del Pintor Tapiró	7	6%
Calle Pisuerga	7	6%
Carrer Pintor Ribalta	6	5%
Carrer de Gállego	5	4%
Pje. de Pedro Rodríguez	5	4%

Pje de Chile	3	2%
Pje. de Jorge Ferrán	3	2%
Aristides Maillol	2	2%
Pisuerga	1	1%
total	125	

L'activitat comercial es concentra als carrers de la zona sud: Av. de San Ramon Nonat, carrer del Cardenal Reig, Travessera de les Corts i Carretera de Collblanc. S'han descoberts negocis interessants a la zona nord, tot i que estan dispersos (Avinguda de Xile i carrer Pisuerga). La caracterització del comerç de l'avinguda Sant Ramon podria correspon a un eix comercial quotidià perquè hi ha presència de tots els sectors però li manquen alguns tipus de comerços especialitzats: carnisseria, xarcuteria....

sector	establiments
salut bellesa i benestar	7
alimentació i begudes	5
Restauració	4
llar mascotes i objectes de regal	3
moda, complements i esports	3
altres	2
Cultura i Oci	1

Mapa de densitat dels comerços impactats



✓ **Interès en la participació en projectes de foment de la col·laboració comercials**

En el treball de camp, els observadors- entrevistadors han recollit el grau d'interès en la iniciativa que els hi exposàvem al presentar-los l'enquesta i lliurar-los el fulletó "Per un futur comercial més fort al barri de La Maternitat i Sant Ramon ens interessa la teva opinió sobre el teu comerç, el barri i l'associacionisme comercial."

En quadre adjunt veiem les notes recollides

Grau d'interès	La Maternitat	Sant Ramon	total	Enquestes aconseguides	% de enquestes aconseguides per grau d'interès	% sobre total establiments visitats
Comerços que miraran de fer-la i tenen mínim interès	71	46	117	22	19%	31%
Comerços que mostren poc interès	73	22	95	5	5%	25%
Derivaran la informació als responsables o propietari	67	18	85	4	5%	22%
comerços informats sense comentaris rellevants	17	25	42	6	14%	11%
Comerços amb barrera idiomàtica	8	6	14	0	0%	4%
Comerços que deixen comentaris negatius	14	0	14	1	7%	4%
Comerços que aporten comentaris positius	5	8	13	4	31%	3%
Comerços entrevistats i que responen enquesta	1	2	3	3	100%	1%
TOTAL	256	127	383	45		100%

En un 31% dels casos han mostrat interès i ha verbalitzat intenció de respondre l'enquesta. Per aquest target hem aconseguit un 19% de resposta. En 11% dels casos hem deixat la informació sense que el comerciant ens comentés res i també hem aconseguit un bon índex de resposta (14%). Cal destacar que un 22% dels casos la informació havia de ser derivada al responsable del negoci, la majoria cadenes de supermercats o franquícies d'alimentació o restauració. Algun cas és perquè al moment de la visita hi havia dependència.

Hem recollit comentaris positius i força predisposició 13 casos que en el cas d'avançar en el projecte caldria considerar tornar a visitar aquells que no han contestat l'enquesta.

Relació de comentaris positius i possibles repeticions de visites:

zona	estat	sector	comentari
La Maternitat	Respon enquesta	salut bellesa i benestar	08/02 Ha mostrat molt interès però no tenien temps
La Maternitat	Respon enquesta	moda, complements i esports	09/ 02 molt interès en temes de barri
Sant Ramon	ESTABLIMENT VISITAT I INFORMAT	salut bellesa i benestar	21/02 Està interessat en formar part d'una associació/ Recordatori per omplir enquesta
La Maternitat	ESTABLIMENT VISITAT I INFORMAT	altres	13/02 Fa temps que intenta parlar amb la Associació de Comerciants sense cap èxit
Sant Ramon	ESTABLIMENT VISITAT I INFORMAT	salut bellesa i benestar	21/02 Pertany a la Vorera del davant, vol estar a l'associació però li diuen que no pot perquè és Hospitalet
La Maternitat	ESTABLIMENT VISITAT I INFORMAT	Serveis professionals	15/02 Voldria estar informat per fer activitats, li he dit que si respon l'enquesta tindrà més informació
La Maternitat	ESTABLIMENT VISITAT I INFORMAT	alimentació i begudes	14/02 Està a l'associació de Sants, es molt activa.
Sant Ramon	ESTABLIMENT VISITAT I INFORMAT	salut bellesa i benestar	Estava amb client
Sant Ramon	ESTABLIMENT VISITAT I INFORMAT	salut bellesa i benestar	Molt perfil client, estava amb client.
Sant Ramon	Respon enquesta	Serveis professionals	21/02 Ha fet enquesta al moment
Sant Ramon	ESTABLIMENT VISITAT I INFORMAT	salut bellesa i benestar	Bon perfil soci, hi havien molts clients.
Sant Ramon	ESTABLIMENT VISITAT I INFORMAT	salut bellesa i benestar	Tenis clienta les dues vegades que he passat.
Sant Ramon	Respon enquesta	salut bellesa i benestar	Perfil soci interessada en el tema

També hem recollit comentaris (13) més pessimistes i negatius sobre la situació general de barri i el comerç.

En el territori de la Maternitat és on localitzem els comentaris més crítics amb l'associació, en general creuen que no han estat atesos com hauria de ser i que els falta informació.

Zona	sector	comentari
La Maternitat	Restauració	14/02 No mostra interès, diu que tot està molt malament
La Maternitat	alimentació i begudes	14/02 No vol saber res
La Maternitat	moda, complements i esports	09/02 No vol saber res, està molt enfadada amb l'Ajuntament
La Maternitat	Restauració	08/02 Deixat informació, s'ha queixat de vandalisme, però no ha volgut respondre enquesta al moment
La Maternitat	Restauració	15/02 Està desitjant que finalitzi les obres del Camp Nou/ Tornat a visitar per recordar enquesta, ha dit que la faria
La Maternitat	Restauració	14/02 Ocupat, deixat informació, té enganxina associació/ Visitat de nou, no ha fet enquesta ni crec que la faci, era soci però està fart de pagar i no veure resultats. Es va esborrar
La Maternitat	Serveis professionals	15/02 Ocupat, s'ho mirarà/ He tornat a parlar amb ell per veure si havia fet enquesta, ha sigut quan m'ha dit que ja no hi es a l'associació per qüestions econòmiques i per la directiva.
La Maternitat	salut bellesa i benestar	14/02 Està de dol i no ha volgut que li expliqui res
La Maternitat	llar mascotes i objectes de regal	15/02 No vol saber res
La Maternitat	llar mascotes i objectes de regal	08/02 Era socis, creu que tot es feia a Sant Ramon i ho va deixar
La Maternitat	salut bellesa i benestar	12/02 No vol saber res
La Maternitat	Serveis professionals	14/02 No vol saber res
La Maternitat	Serveis professionals	14/02 Diu que cada cop està pitjor el barri, respondrà enquesta
La Maternitat	salut bellesa i benestar	08/02 No ha volgut respondre, mala actitud

✓ Interculturalitat

Dels 383 negocis visitats s'han detectat 88 negocis interculturals, que representen un 23% .

tipus	establiments	
total visitats	383	
negocis interculturals	88	23,0%

Un 76% es localitza a La Maternitat, cal considerar que l'extensió del territori és molt més gran.

zona	establiments	%
La Maternitat	67	76%
Sant Ramon	21	24%
Total general	88	100%

Els orígens són diversos. Els que tenen més pes són Pakistan (39%), Sud-Amèrica (38%) i Xina (18%).

Origen	Establiments	%
Pakistan	34	39%
Sudamèrica	33	38%
Xina	16	18%
Itàlia	4	5%
Irlanda	1	1%
total	88	100%

Per sectors comercials la restauració i alimentació i begudes son els tipus de negocis més regentats per persones d'origen intercultural

sector	establiments interculturals	
Restauració	37	42%
alimentació i begudes	18	20%
salut bellesa i benestar	13	15%
llar mascotes i objectes de regal	9	10%
altres	5	6%
Serveis professionals	4	5%
moda,complements i esports	2	2%
Total general	88	100%

Si creuem les dades de sector i origen veiem que els negocis de l'alimentació són els d'origen paquistanès i la restauració estan regentats per persones d'origen xinès o de Sud-Amèrica. També despunten negocis de salut, bellesa i benestar regentats per persones d'origen sud-americà

sector	Pakistan	Sudamèrica	Xina	Itàlia	Irlanda	total
alimentació i begudes	13	5	0			18
altres	5	0				5
llar mascotes i objectes de regal	5	1	3			9
moda, complementos i esports	1	1				2
Restauració	6	16	11	3	1	37
salut bellesa i benestar	4	6	2	1		13
Serveis professionals	0	4				4
Total general	34	33	16	4	1	88

Dos comerços interculturals responen a l'enquesta i veurem les seves opinions a l'apartat enquesta i interculturalitat.

RESULTATS DE L'ENQUESTA

En aquest apartat, revisarem pregunta per pregunta per analitzar els resultats quantitius i qualitius corresponents a cada apartat, els quals estan estructurats per obtenir informació valuosa segons els objectius plantejats. A més, analitzarem els resultats globals i, quan sigui pertinent, els compararem entre les dues zones: La Maternitat i Sant Ramon i per sectors comercials assimilables als que hem treballat a l'anàlisi de la base dades de comerços impactats.

- ✓ Volum, zones i representativitat

Zona	Establiments participants en l'enquesta
La Maternitat	26
Sant Ramon	19
Total general	45

Han participat a l'enquesta 45 establiments que sobre els 383 comerços impactats representen un 12%.

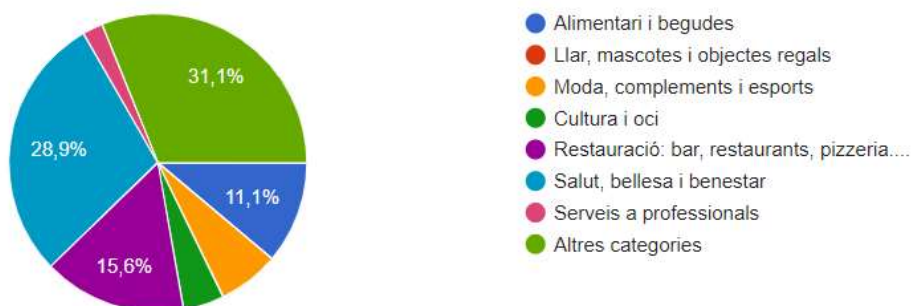
La mostra és molt baixa i cal mencionar que a nivell estadístics, si contempléssim un interval de confiança de 95%, el marge d'error que ens dona aquesta mostra respecte de l'univers és molt elevat, un 13%. Ens cal doncs interpretar les dades a nivell qualitatiu.

- ✓ Apartat Conèixer el perfil del comerç del barri que ha respost l'enquesta
 - Obtenir una visió clara dels tipus de productes o serveis que ofereixen els comerços participants al barri.
 - Identificar la antiguitat dels comerços per comprendre la seva estabilitat i relació amb la comunitat.

Respostes a la pregunta "Quin tipus de productes o serveis ofereix el teu establiment. Indica a quina d'aquestes categories pertany el teu negoci"

sector	establiments	%
Salut, bellesa i benestar	15	33%
Restauració: bar, restaurants, pizzeria....	8	18%
Serveis professionals	6	13%
cultura i oci	5	11%
Alimentari i begudes	4	9%
Moda, complements i esports	3	7%
Altres categories	2	4%
llar, mascotes i objectes de regal	2	4%
Total general	45	100%

Els perfils que han tingut més interès en contestar són els que corresponen a les categories de salut, bellesa i benestar i Restauració, sectors de pes al barri.



Si creuem els perfils de les respostes de les enquestes amb la base de dades impactada veiem que els sectors més representats a l'enquesta no són els que tenen més pes al territori (cultura i oci i moda i complements) i els de més pes territorial tenen menys representativitat a l'enquesta: el sector de salut, bellesa i benestar que suposa un 25% de comerços es queda en una representativitat del 16% i el sector de restauració que suposa un 28% al barri té una

representativitat a l'enquesta del 8%. El comportament de la representativitat del sector alimentació i begudes també segueix la mateixa línia: suposa un 14% al territori i obté un 8% de representativitat.

Perfil sector	Resposta enquesta		BD- impactats		Índex enquesta/BD
	establiments	%	establiments	%	
Salut, bellesa i benestar	15	33%	94	25%	16%
Restauració: bar, restaurants, pizzeria....	8	18%	106	28%	8%
Serveis professionals	6	13%	62	16%	10%
cultura i oci	5	11%	12	3%	42%
Alimentari i begudes	4	9%	52	14%	8%
Moda, complements i esports	3	7%	12	3%	25%
Altres categories	2	4%	14	4%	14%
llar, mascotes i objectes de regal	2	4%	31	8%	6%
Total general	45	100%	383	100%	

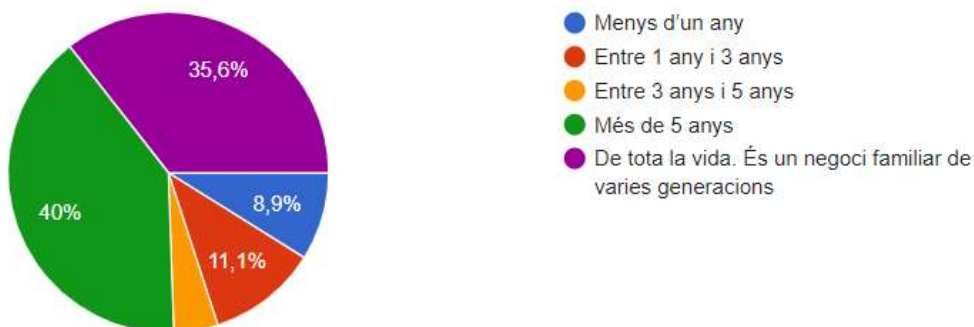
Respostes a la pregunta: El teu comerç està a Google Maps

resposta	establiments
no	4
si	41
Total general	45

La majoria de comerços esta a google maps.

Respostes a la pregunta: Quants anys fa que el teu negoci va obrir al barri?

antiguitat	establiments	%
Més de 5 anys	18	40%
De tota la vida. És un negoci familiar de varies generacions	16	36%
Entre 1 any i 3 anys	5	11%
Menys d'un any	4	9%
Entre 3 anys i 5 anys	2	4%
total	45	100%

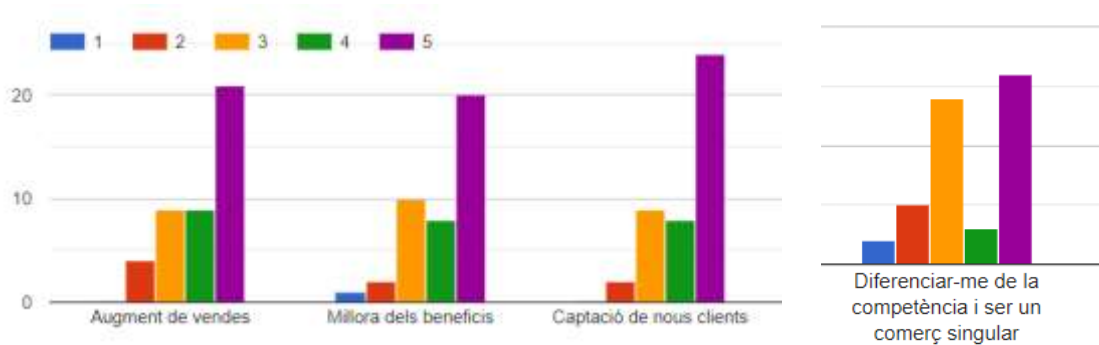


Els comerços que més ha respost són els comerços que tenen més antiguitat al barri o bé perquè son de tota la vida o perquè ja porten anys instal·lats al barri, representa en total 76% de les respostes. També podem destacar que els negocis recent implantats també ha tingut cert interès en respondre.

- ✓ Comprendre els reptes i oportunitats dels establiments
 - Avaluar les prioritats dels comerciants en termes de reptes i en quines idees tenen per donar suport al comerç

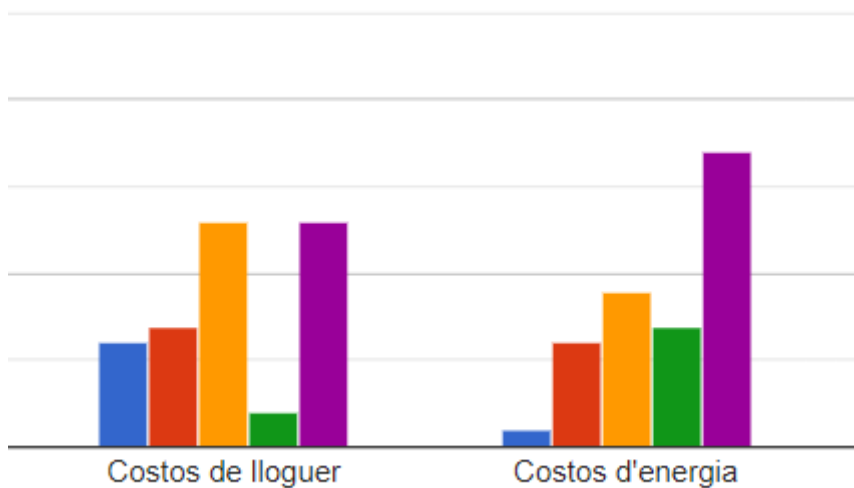
Respostes a la pregunta: Quins són els principals reptes que enfrentes com a comerç local? Marca de l'1 al 5, segons les teves prioritats. (1 poca importància i 5 màxima prioritat)

factor	mitjana
Captació de nous clients	4,3
Augment de vendes	4,1
Millora dels beneficis	4,1
Costos d'energia	3,8
Difusió a Internet: web, xarxes socials	3,7
Diferenciar-me de la competència i ser un comerç singular	3,7
Preus de compra	3,4
Costos de lloguer	3,2
La venda on-line	2,4
No ho sé	2,1
Traspasar el negoci a curt termini	1,8

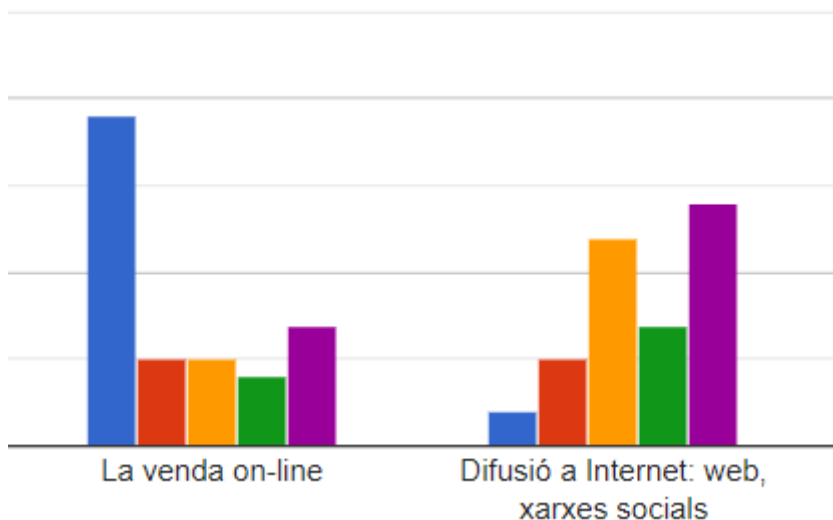


Consideren que el tema més crític és la captació de nous clients. Li segueixen en prioritat l'augment de vendes i millora de benefici així com la diferenciació. Aspectes que la participació en l'associació els pot aportar-los: campanyes de tràfic de clients a les botigues i serveis d'informació sobre formació i assessorament en gestió

Els temes de costos tenen una importància relativa



I la venda on-line no es un tema que tingui interès mentre que i la presència a les xarxes si que és important.



Respostes a la pregunta: Quines accions creus que caldria fer per donar suport al comerç del barri de La Maternitat i Sant Ramon. (pregunta oberta)

tipus de resposta	establiments	%
No responen	12	27%
respostes inconcretas	4	9%
Resposta molt específica del negoci	1	2%
Responen amb idees i suggeriments	28	62%
total	45	100%

Les 28 respostes literals amb idees i suggeriments classificades per sector

sector	suggeriments
Alimentari i begudes	Animar a los vecinos a comprar en los pequeños negocios del barrio.
Alimentari i begudes	Moltes a nivell de publicitat de las Xarxes
Altres categories	Facilitat en l'apertura de nous comerços per retroalimentar-nos amb major diversitat de comerços. Més activitats veïnals per moure a la gent. Més neteja del carrers. Per suposat, més vigilància al carrer amb presencia policial.
cultura i oci	Aquelles que donin notorietat al comerç de proximitat
Cultura i oci	Fer més activitats connectades entre comerços
Cultura i oci	Arribar als veïns i altres entitats del barri, tant en ensenyament com per fer activitats com actuacions en el nostre cas com a músics professionals a festa major o actes institucionals d'un manera remunerada.
llar, mascotes i	Donar visibilitat

objectes de regal	
llar, mascotes i objectes de regal	Mes notorietat a xarxes socials
Moda, complements i esports	Más apoyo económico
Moda, complements i esports	Mas publicidad online
Restauració: bar, restaurants, pizzeria....	Fer mes promocions publicitàries
Restauració: bar, restaurants, pizzeria....	Jornades gastronòmiques fomentant producte de proximitat
Restauració: bar, restaurants, pizzeria....	Algún tip de ajuda econòmica para la mejora del local
restauració: bar, restaurants, pizzeria....	Seguretat al carrer, neteja dels mateixos
Restauració: bar, restaurants, pizzeria....	<p>Para dar Soporte al petit comerç tendríais que mirar bien las licencias que dais y regularizarlas entre comillas</p> <p>No puede ser que un supermercado venda prensa y revistas porque va a undir la papelería,tampoco puede ser que venda pan porque va a undir la panadería,tampoco puede ser que venda comida a granel cocida e incluso que la puedan consumir dentro del super o para llevar porque va a undir la tienda que venda comida para llevar y la hostelería de alrededor</p> <p>Las grandes superficies están ganando terreno y fastidiando el petit comerç Igual que los supermercados que venden bombillas o productos de ferretería están haciendo daño a las ferreterías....</p> <p>Estoy fomentando el pequeño comercio pero cada día veo como se está undiendopues no señores las cosas no son asi... si nos tenemos que undir como pequeño comercio que sea por nuestros errores</p> <p>Me duele saber que Amazon vende más barato que las tiendas,también soy consciente que es imposible luchar contra una plataforma como ellos</p> <p>Pero por lo menos queda aqui Escrito</p> <p>A ver que hacemos con las leyes....el ladrón entra en mi casa a robar y le tendré que preguntar si quiere cafe porque todo lo demás lo tiene consentido por la ley.....Pido por todo lo alto cambio de normativa o nueva ley que nos proteja....A ver que</p>

	hacemos con las subidas de precios y nuevos impuestos que no son pocos ...pagamos impuestos hasta por la chapa de la mediana....es inadmisibile la de pérdidas que tenemos como pequeño comercio Rogaría por favor una respuesta en relación a las licencias....gracias
Salut, bellesa i benestar	Més visibilitat
Salut, bellesa i benestar	Eliminar la venda online
Salut, bellesa i benestar	Inspeccions per als negocis que cobren i es publiciten con preus amb iva i sense i gent treballant sense permís de treball i sense pagar impostos
Salut, bellesa i benestar	Publicitat
Salut, bellesa i benestar	Hauríem d'intentar tenir comerços de productes bàsics. No només botigues de souvenirs i basars.
Salut, bellesa i benestar	Tenir una revista de barri
Salut, bellesa i benestar	Mercadillos
Salut, bellesa i benestar	campanya de publicitat perquè els habitants del barri donin suport al comerç, consumint local. fer una guia de tots els comerços existents i donar descomptes als habitants
Salut, bellesa i benestar	Fer perfil de Instagram que publiques particularitats de cada negoci i fes difusió
Salut, bellesa i benestar	Reunions dels CEO de les empreses per poder fer ventes creuades i conèixer les ofertes que hi ha
Salut, bellesa i benestar	Mes difusió per part del comerciants
Serveis professionals	Menos impuestos
Serveis professionals	Més difusió a les xarxes

Les idees i suggeriments proporcionats, es poden agrupar en diverses temàtiques:

- ❖ Promoció i suport al comerç de proximitat:
 - Animar als veïns a comprar en els petits negocis del barri.
 - Donar visibilitat al comerç de proximitat.
 - Jornades gastronòmiques fomentant producte de proximitat.
 - Eliminar la venda online.
 - Tenir comerços de productes bàsics i quotidians, no només botigues de souvenirs i basars.
 - Organitzar fires i mercadets per promoure els productes locals.
- ❖ Col·laboració i connectivitat entre comerços:
 - Facilitar l'apertura de nous comerços per incrementar la diversitat.
 - Fer més activitats connectades entre comerços.

- Reunions dels responsables de les empreses per fer vendes creuades i conèixer les ofertes.
- ❖ Neteja, seguretat i regulació:
 - Més activitats veïnals per moure a la gent.
 - Més neteja dels carrers.
 - Augmentar la presència policial per millorar la seguretat al carrer.
 - Inspeccions als negocis per garantir complir amb les normatives i impostos.
 - Revisar i regularitzar les llicències d'operació per evitar el desequilibri amb les grans superfícies.
- ❖ Promoció i difusió:
 - Augmentar la presència a les xarxes socials.
 - Incrementar la publicitat online i les promocions publicitàries.
 - Tenir una revista de barri per informar sobre els negocis locals.
 - Augmentar la difusió dels comerços a les xarxes i mitjans de comunicació.
- ❖ Suport econòmic i fiscal:
 - Proporcionar més suport econòmic als petits comerços.
 - Reduir la càrrega fiscal i els impostos per als comerciants.

Després d'analitzar les diverses idees i suggeriments per millorar el comerç del barri es pot concloure que els comerços que han respost aposten per una clara necessitat de promoció i suport al petit comerç local. Les propostes abasten des de la promoció activa del consum en els petits negocis del barri fins a la millora de la seguretat i neteja dels carrers, així com la regulació per garantir la competència justa entre els petits comerços i les grans superfícies. Per altra banda fan èmfasi en el suport econòmic per part de l'administració i fiscal adicional per als petits comerciants, així com una revisió de les normatives i llicències per garantir un marc regulador que afavoreixi el creixement del comerç urbà de ciutat.

També despunten algunes aportacions sobre la col·laboració i connectivitat entre els comerços locals és clau per crear una comunitat comercial més cohesionada i competitiva i també es fa referència a la promoció i difusió dels negocis locals a través de diversos mitjans, incloses les xarxes socials i una revista de barri.

- ✓ Avaluar la participació i coneixement de l'associació:
 - Determinar la participació prèvia dels comerços en iniciatives col·lectives i el seu coneixement sobre l'existència de l'Associació actual.
 - Avaluació de l'eficàcia i benefici de les iniciatives de l'Associació.

Resposta a la pregunta: Has participat en alguna iniciativa col·lectiva de comerç de barri o del teu sector fins ara? SI/NO

tipus de resposta	establiments	
no	26	58%
si	17	38%
no contesta	2	4%

total	45	100%
-------	----	------

Només un 38% diu haver participat en iniciatives col·lectives i a l'anàlisi a pregunta següent sobre el caire d'aquestes les vinculem també amb la relació amb l'associació del barri.

Respostes a la pregunta: Explica'ns en quines iniciatives has participat?

ACTIVITAT	RELACIÓ
Soy de la Asociación de comerciantes y asociación de vecinos	Actualment estic associat
Associació Comerç 08028 i en campanyes del Col·legi de Farmacèutics	Actualment estic associat
Estic associada a l'associació de comerciants 08028, i intento ajudar el màxim possible en totes les iniciatives que sorgeixen	Actualment estic associat
Concursos ,campañās de Navidad ,loterías	Actualment estic associat
El carnestoltes	Actualment estic associat
Aportació a sortejos	Actualment estic associat
Mostras de comerç y muchas otras	Actualment estic associat
A totes les activitats de associació de comerciants en fires i mostres al carrer	Actualment estic associat
Promocions i descomptes	He estat associat i ara no
Fira al carrer, Sant Jordi	He estat associat i ara no
Associació de comerciant	He estat associat i ara no
En events puntuals per part de la associació en talleres per a nens	He estat associat i ara no
Manifestació per Iva	Mai he estat associat
Programa detecció precoç càncer colonorectal	Mai he estat associat
Nunca cuenten con nosotros.	Mai he estat associat
Publicidad gratis y material para las universidades	Mai he estat associat

Moltes de les activitats que comenten tenen relació amb les activitats organitzades per l'associació de membres que encara són associats o ho han deixat ser.

Es detecten pocs activitats per impulsar comerç al marge de l'associació: afiliats al gremi del sector, participació en manifestacions i campanyes de sector.

Destaca una persona que mai ha estat associada i no té cap interès en les iniciatives col·lectives.

Respostes a la pregunta: Coneixes l'existència de l'Associació de Comerciants del nostre barri: Les Corts Comerç 08028? SI NO

resposta	establiments	
No	20	44%
SI	25	56%
Total general	45	100%

Aquest resultat pot ser esbiaixat ja que en el treball de camp s'ha insistit al soci i ex soci a respondre per avaluar l'associació i la possibilitat de reforçar la gestió segons les respostes de les preguntes sobre l'associació i les seves activitats. No la considerem a nivell estadístic.

Respostes a la pregunta: En cas que NO coneguis l'Associació de Comerciants de la Maternitat i Sant Ramon, vols conèixer les seves activitats? SI NO

Respostes	establiments	%
Els que no la coneixen	.	
la volen conèixer	10	50%
no la volen conèixer	9	45%
no contesten la pregunta/blanc	1	5%

Només la meitat dels establiments que no la coneixen diu voler conèixer (10) però només deixen les seves dades de contacte 5 establiments i són del sector bellesa i benestar:

zona	tipus	contacte
La Maternitat	Moda, complements i esports	no
La Maternitat	Salut, bellesa i benestar	si
La Maternitat	Salut, bellesa i benestar	si
La Maternitat	Moda, complements i esports	no
La Maternitat	Restauració: bar, restaurants, pizzeria....	si
La Maternitat	Salut, bellesa i benestar	si
Sant Ramon	Salut, bellesa i benestar	no
Sant Ramon	Altres categories	no
Sant Ramon	Salut, bellesa i benestar	si
Sant Ramon	Salut, bellesa i benestar	no

Respostes a la pregunta: Si coneixes Les Corts Comerç 08028, explica'ns una mica més sobre la teva relació amb l'associació.

Dels 25 comerços que diuen conèixer l'associació la distribució de les seves respostes en quan a la relació amb l'associació és la següent:

relació	establiments	%
Actualment estic associat	11	44%
He estat associat i ara no	7	28%
Mai he estat associat	7	28%
Total general	25	100%

La majoria son associats. Aquesta resposta també es pot considerar esbiaixada perquè en el treball de camp s'ha focalitzat en recollir opinions de socis i ex associats.

Resposta a la pregunta: Com valoraries la tasca de l'Associació de Comerciants fins ara? De molt negativa (0) a molt positiva (10).

Nota mitjana avaluació associació	6,91
Nota mitjana excoent valoracions de membres i exmembres de junta	6,70

Donada que la representativitat de la dada global pot marcar biaix, perquè s'ha insistit als comerços que hi tenen relació (socis i ex socis), analitzem les dades de puntuació i motiu per cada tipus de relació amb l'entitat. Tot i així l'associació treu una bona puntuació

Resposta a la pregunta: Explica'ns el motiu de la teva valoració sobre la tasca de l'associació

Avaluació i motius de la valoració dels establiments que mai han estat associats:

zona	nota	motiu
La Maternitat	4	Per el meu negoci mai han passa't ni han demanat res
Sant Ramon	1	Bona
Sant Ramon		no valora
Sant Ramon	8	Por los vecinos comerciales que me cuenten sobre lo que hace l asociación.
Sant Ramon		No puc fer valoracio
Sant Ramon	6	Sé que hacen propuestas constructives aunque casi todos los actos se realizan cerca de plaza comas y tengo la sensacion de olvido de esta zona. Cuando hay actividadez no se informan con suficiente antelación para promover la participacion.
Sant Ramon	5	No os conozco mucho
Nota mitjana	4,6	

Les respostes són prudents i alguns no volen valorar perquè no tenen suficient coneixement. En altres casos, tot i que reconeixen no tenir suficient informació per avaluar hi troben valoracions baixes i els motius exposats no les justifiquen. No cal prendre massa en compte aquestes valoracions de les persones que no han estat mai associades a excepció de dos casos:

- a. La queixa de que per el seu establiment mai han passat
- b. La bona valoració que fa un establiment a partir de la nova experiència del seus veïns comercials

Avaluació i motius de la valoració dels establiments que han estat associats i ara no:

zona	avaluació	motiu
La Maternitat	8	Feien bon tasques però concentrada a Sant Ramon
La Maternitat	8	Es importante esta relación para los comercios del barrio
Sant Ramon	5	no explica el motiu
Sant Ramon	7	Soc nova i no he rebut informació
La Maternitat	10	Vaig estar a la junta
La Maternitat	5	Falta colaboración entre comerciantes y movilización per parte de les botigues
La Maternitat	2	En 2 anys d'associat no em vaig beneficiar absolutament de res
Mitjana	6,4	
Mitjana 2	5,8	Excloent avaluació exmembre de junta

Cal destacar que nota baixa degut a la valoració de 2 d'un exsoci descontent, sinó contemplem aquesta puntuació la nota arribaria a 7. Es denota més descontent en les ex associats de la zona de la Maternitat.

Avaluació i motius de la valoració dels establiments actualment associats:

ASSOCIAT	nota	motiu
La Maternitat	7	Todavía es una asociación joven
La Maternitat	9	Fan moltes coses, però no sempre sembla que siguin projectes exitosos
La Maternitat	10	Les persones que passen al cap davant s'involucren molt i això costa molt de que la gent ho valori
Sant Ramon	10	Perqué fan el màxim per el barri
Sant Ramon	10	Se preocupan mucho por el comercio
Sant Ramon	8	No tengo ninguna queja
La Maternitat	7	
Sant Ramon	5	Se que és difícil però es necessita professionalització
Sant Ramon	9	Un tracte i molt correcte i de suport fins ara
Sant Ramon	10	Conecta el vecindario con los comerciantes ,los vecinos son los clientes del pequeño comercio del barrio

Sant Ramon	5	fan una bona feina i dedicació, però no crec que estigui donant resultats
Mitjana 1	8,2	
Mitjana 2	8,3	Excloent l'avaluació dels membres de la junta

Motius de les bones puntuacions:

- La consideració del projecte com a jove, indicant un potencial de creixement i millora.
- Reconeixement dels esforços realitzats pel benestar del barri i la comunitat.
- Valoració positiva de la dedicació i el compromís amb el comerç de proximitat.

Motius de les puntuacions més baixes:

- La percepció de manca de professionalització malgrat els esforços realitzats.
- Dubtes sobre l'eficàcia i els resultats de les activitats o esforços realitzats.

A partir d'aquesta agrupació, podem concloure que les bones puntuacions es basen principalment en el reconeixement dels esforços i la dedicació cap al comerç de proximitat, mentre que les baixes puntuacions reflecteixen preocupacions sobre la professionalització i l'eficàcia dels esforços realitzats.

Respostes a la pregunta: Si has estat o ets associat/da a Les Corts Comerç 08028, Quines iniciatives has trobat més beneficioses? Cal puntuar entre 1- poc interessant a 10- molt interessant. (els comerços no associat no responen a la pregunta).

En aquest apartat consideren les respostes dels que han tingut o tenen relació amb l'associació. Descartem els establiments que no han estat mai associats. Les notes són mitjanes que amb una base baixa no aporten informació rellevant perquè una mateixa acció pot tenir puntuacions tan divergents com una mínima de 2 i una màxima de 10. Podem contemplar com interessant el rànquing de temes segon la nota mitjana que prioritza la interlocució amb l'ajuntament, la difusió a les xarxes i les campanyes de barri com les més ben puntuades. Aquestes dos últimes son les més recent en la memòria.

ACTIVITAT	nota ex socis	Nota socis	nota mitjana
Interlocució amb l'administració- ajuntament	5,00	5,46	5,07
Difusió dels comerços i la seva oferta comercial a les xarxes socials- Instagram	4,93	5,00	4,67
Campanyes de barri Festa Major, Sant Jordi, La Castanyada.....]	4,33	4,71	4,56
Mostra de comerç al carrer Riera Blanca	4,08	4,58	4,50
Informació sobre ajuts, formació i assessorament	4,29	4,38	4,40
Mostra de comerç al carrer Cardenal Reig	3,85	4,50	4,29
Campanya, loteria i activitats de Nadal	4,43	4,08	4,20
Campanyes de difusió comercial : Comprar a prop et porta lluny	4,38	4,33	4,14
Espais de relació professional: trobades, assemblea..	4,23	4,17	4,00

- ✓ Entendre la percepció dels beneficis d'una associació comercial:
 - Avaluar la percepció dels comerciants sobre la millora dels seus negocis a través de la col·laboració amb una associació.

Respostes a la pregunta: Creus que la col·laboració entre els i les comerciants podria millorar el teu negoci?

resposta	establiments	%
No contesten	5	11%
NO	11	24%
SI	29	64%
total	45	100%

Hi ha 29 establiments que creuen en la col·laboració, que representen un 64% (que podrien ser possibles associats en el cas que no ho siguin encara)però la seva implicació baixa en les següents preguntes:

- A la pregunta deixa les teves dades per informar-te de iniciatives de comerç només deixen les dades 13 establiments
- A la pregunta sobre la implicació en grups de treball només es mullen 17 comerços, els altres 12 no contesten o verbalitzen que no estan interessant en participar.

- ✓ Explorar Interès i implicació
 - Esbrinar les expectatives dels comerciants respecte a l'Associació

Respostes a la pregunta: Si has contestat si, en quines activitats t'agradaria implicar-te per impulsar el comerç del barri?. Pots marcar més d'una opció.

Grup de treball	establiments	caracterització
Generació d'accions de Restauració, per exemple organitzar una ruta de tapes anual	3	restauració / 2 de Sant Ramon
Noves accions per dinamitzar i impulsar les xarxes socials, com el canal instagram	11	de totes els sector i de les 2 zones
Formar part d'un grup per organitzar i millorar les Mostres de comerç al carrer	8	
Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi, CirCorts...	17	
Formar part de la junta de l'associació	3	comerços podrien estar interessats en formar part la junta.

Els perfils dels tres comerços que indiquen que s'implicarien a formar part de la junta:

- Comerç de restauració de La Maternitat, jove (menys d'un any) que ara per ara no coneix l'associació i voldria conèixer-la i si implicaria en la gestió.
- Comerç d'alimentació especialitzat de Sant Ramon intercultural de més de 5 anys que coneix l'associació i la valora bé d'acord amb el que li expliquen els comerços associats veïns.
- Establiment de serveis bellesa relativament recent al barri, entre 1 i 3 anys, en una zona més allunyada del centre neuràlgic de Sant Ramon i prop de Cardenal Reig al carrer Pisuerga (a 3 minuts del carrer Cardenal Reig), que no coneixia l'associació. Podria ser intercultural d'origen sud-americà.

Tres perfils diferents que podrien ser representatius dels dos territoris i dels sectors més destacats del barri: salut, bellesa i benestar, alimentació i restauració. Un dels pot ser nexa d'unió amb el comerç intercultural.

Respostes a la pregunta: Si tens interès en rebre informació sobre les iniciatives per impulsar el comerç, pots deixar aquí el teu correu electrònic comercial.

Comerços (13) que deixen dades autoritzen i disposats a implicar-se

Zona	Grup de treball	correu	LOPD
La Maternitat	Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,	si	si
La Maternitat	Noves accions per dinamitzar i impulsar les xarxes socials, com el canal instagram, Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,	si	si
La Maternitat	Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,	si	si
La Maternitat	Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,	si	si
La Maternitat	Generació d'accions de Restauració, per exemple organitzar una ruta de tapes anual, Noves accions per dinamitzar i impulsar les xarxes socials, com el canal instagram, Formar part d'un grup per organitzar i millorar les Mostres de comerç al carrer, Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,, Formar part de la junta de l'associació	si	si
La Maternitat	Noves accions per dinamitzar i impulsar les xarxes socials, com el canal instagram, Formar part d'un grup per organitzar i millorar les Mostres de comerç al carrer, Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,	si	si
Sant Ramon	Formar part d'un grup per organitzar i millorar les Mostres de comerç al carrer, Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,, Formar part de la junta de l'associació	si	si

Sant Ramon	Formar part d'un grup per organitzar i millorar les Mostres de comerç al carrer, Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,, Formar part de la junta de l'associació	si	si
Sant Ramon	Noves accions per dinamitzar i impulsar les xarxes socials, com el canal instagram, Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,	si	si
Sant Ramon	Generació d'accions de Restauració, per exemple organitzar una ruta de tapes anual, Noves accions per dinamitzar i impulsar les xarxes socials, com el canal instagram, Formar part d'un grup per organitzar i millorar les Mostres de comerç al carrer, Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,	si	si
Sant Ramon	Noves accions per dinamitzar i impulsar les xarxes socials, com el canal instagram	si	si
Sant Ramon	Generació d'accions de Restauració, per exemple organitzar una ruta de tapes anual, Formar part d'un grup per organitzar i millorar les Mostres de comerç al carrer, Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,	si	si
Sant Ramon	Formar part d'un grup per organitzar i millorar les Mostres de comerç al carrer, Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, CirCorts,	si	si

Hi ha 4 comerços que deixen les seves dades de contacte només per a ser informats no desitgen implicar-se

Zona	Grup de treball	correu	LOPD
La Maternitat	No estic interessat/da en formar part de l'organització d'activitats	si	si
La Maternitat	No estic interessat/da en formar part de l'organització d'activitats	si	si
Sant Ramon		si	si
Sant Ramon		si	si

Hi ha 4 establiments més que deixen les dades de contacte, autoritzen per s'implicarien en grups de treball. Només volen ser informats d'iniciatives de comerç accions.

APORTACIONS DE LES ENTREVISTES

Pool d'entrevistes

Entitat	Càrrec
Associació de veïns i veïnes de Sant Ramon	President
Associació de veïns i veïnes de Camp Nou	Presidenta
Associació Les Corts Comerç 08028	Presidenta
Associació Les Corts Comerç 08028	Secretari
Associació Les Corts Comerç 08028	Tresorer
Associació Les Corts Comerç 08028	Ex Secretari

- ✓ President de l'Associació de veïns - Sant Ramon
- Sobre els veïns i el barri:

El veïnatge no ha canviat el seu perfil demogràfic en els últims anys: la població continua sent majoritàriament gran.

Nota una disminució de negocis de propietaris locals, amb nous propietaris majoritàriament estrangers, especialment xinesos.

Identifica una tendència cap a la conversió d'espais comercials en habitatges, cosa que afecta negativament la vitalitat comercial del barri.

Els veïns, davant la disminució de l'oferta al barri, opten per desplaçar-se a altres àrees per fer les seves compres. Molts d'ells van a Hospitalet, on hi ha un mercat consolidat, i també al centre comercial de Finestrelles. S'observa que la situació del Barça no té un impacte significatiu en els negocis de l'avinguda Sant Ramon, però sí afecta alguns bars situats a Cardenal Reig

- Sobre el comerç:

Assenyala la desaparició gradual del comerç tradicional, amb la majoria de nous establiments gestionats per estrangers.

Destaca el tancament de negocis emblemàtics com la fruiteria i la xarcuteria, mentre que les franquícies no s'estan instal·lant al barri, com està passat a la Maternitat.

Observa una estabilitat en els negocis de serveis com les perruqueries, però una pèrdua significativa en el comerç tradicional.

Comenta en el problema de l'ocupació il·legal de locals comercials, com una antiga agència de viatges, que genera molèsties als veïns.

- Sobre l'associació de comerciants:

La relació amb la presidenta de l'Associació de Comerciants és molt positiva i hi ha una col•laboració estreta entre ambdues parts.

Malgrat això, la presidenta de l'Associació de Comerciants es troba molt sola en la seva tasca i creu que no pot fer créixer l'associació tota sola.

S'observa una manca de implicació dels comerços, com es va demostrar en un exemple concret durant una Fira del Comerç on només van assistir 7 o 8 carpes comercials, i després de l'esdeveniment, els comerços van marxar sense recollir els seus materials, essent els membres de l'Associació de Veïns i la presidenta de l'Associació de Comerciants els que van haver de recollir-ho tot.

Es destaca el nivell d'implicació personal, fins i tot participant en el grup de WhatsApp de l'associació, però fins ara no s'ha atrevit a contactar directament amb els comerços per convèncer-los de la importància també de formar part de l'associació de veïns perquè és conscient que els comerciants estan patint.

✓ Presidenta de l'Associació de veïns – La Maternitat

- Sobre el barri:

Nota una disminució en les compres dels veïns al barri. Observa una proliferació de serveis i negocis de cadenes de franquícies, amb poca presència de comerços tradicionals.

- Sobre el comerç:

Destaca el tancament de negocis històrics i l'obertura de nous locals de serveis, especialment de cadenes de franquícies.

- Sobre l'associació: No fa comentaris sobre l'associació.

✓ Entrevista membre de l'Associació de Comerciants – Presidenta:

- Sobre el barri:

Observa una disminució en l'afluència de gent, especialment els caps de setmana, que es troba desert. La gent tendeix a marxar fora del barri. A la seva zona, durant la setmana, hi ha un públic familiar a causa de la presència d'una escola i centres d'atenció als nens, com una acadèmia d'anglès i una ludoteca. Anteriorment, el seu local solia estar ple de joves jugant mentre els pares prenen una beguda o cafè a fora, semblant a una ludoteca. No obstant això, últimament, ha observat una reducció en aquest moviment. La gent sembla tenir la tendència a passar el seu temps al centre comercial Finestrelles.

La situació del Barça també ha tingut un impacte en el seu negoci. Abans, pel carrer Cardenal Reig, hi passava gent de zones com l'Hospitalet i Esplugues, i solien parar al seu bar per comprar alguna cervesa o menjar-se un entrepà. Ara, nota que aquest flux de clients ha disminuït. Espera que amb la finalització de les obres del Barça i l'increment de públic, aquesta situació es reverteixi, com es reflecteix en la seva plantilla de personal, ja que abans tenia tres persones i ara només una.

- Sobre el comerç:

Observa una reducció dels establiments especialitzats, ja que els grans supermercats com Mercadona estan venent productes que abans eren propis d'aquests negocis especialitzats, com el pa i els productes cuinats. La gent tendeix a comprar tot conjuntament i també recorre als basars xinesos, on poden trobar una àmplia varietat de productes. Aquest canvi d'hàbits de compra està afectant la viabilitat del comerç de proximitat, que està en perill de desaparèixer.

- Sobre l'associació:

Com a presidenta, creu que és necessari reforçar la junta. Fins ara, s'ha fet poc per buscar associats que s'impliquin en la gestió. S'està revisant el llistat de socis i es preveu fer una selecció per proposar-los que es comprometin amb la junta. Està disposada a fer un pas al costat per permetre l'entrada d'una nova presidència.

Malgrat els esforços, reconeix que sola no pot assumir-ho tot i admet haver comès alguns errors significatius. No compta amb el suport de la junta, però ha rebut ajuda d'altres presidents d'associacions de comerciants del districte, dels quals ha après i intenta millorar cada dia en la seva feina.

Al repassar les accions realitzades, detectem que la majoria s'han centrat a la zona de Sant Ramon, mentre que a la Maternitat s'han realitzat menys campanyes al carrer. És necessari fer més activitats a la zona Maternitat i tenir en compte les necessitats de tots els sectors associats.

- ✓ Membre de la junta – Tresorer

- Sobre el comerç del barri:

Desvinculat de les tendències dels negocis locals i no pot proporcionar informació sobre la situació comercial.

- Sobre l'associació:

Manté el càrrec de tresorer per evitar el tancament de l'associació, tot i no poder implicar-se activament en la gestió.

Negoci personal: Està focalitzat en la seva activitat empresarial fora del barri i no pot dedicar temps a l'associació.

✓ Membre de la junta – Secretari

- Sobre el comerç del barri:

Estan obrint-se nous comerços, majoritàriament interculturals, en comptes de mantenir-se els negocis tradicionals que tanquen. En general, es nota un augment de persianes baixades al barri. Respecte als restaurants al voltant del Barça, malgrat que l'aparença externa continua essent la mateixa, s'ha produït un canvi intern: abans hi havia una oferta més senzilla, com entrepans, i ara s'observa una presència major de restaurants més complets, potser amb una visió de negoci a mig i llarg termini després de les obres del Barça.

- Sobre l'associació:

Com a secretari, la seva implicació es limita al mínim, com la signatura de transferències i altres gestions menors. Tota la responsabilitat és assumida per la presidenta de l'associació. Manté el seu càrrec de secretari per evitar el tancament de l'associació. Mentre tant, manté converses amb la Presidenta de l'Associació de Comerç, qui li informa dels esforços per trobar substituïts pels càrrecs vacants, però sense èxit fins al moment. Valora l'empenta i dedicació de la presidenta però reconeix que a voltes és impulsiva en algunes decisions i comunicacions i li convé tenir suport de gestió professionalitzat

✓ Membre de la junta anterior

- Sobre el comerç:

Observa una tendència a la desaparició del comerç tradicional, amb molts establiments històrics tancant les seves portes. Nota l'aparició de nous negocis, especialment en serveis de proximitat com fruiteries, fisioteràpies i estètica, així com l'arribada de franquícies de supermercats. Destaca la resistència dels bars i restaurants a l'entorn del Barça, que confien en el retorn del tràfic de gent pels partits. Observa un augment en el nombre de persianes baixades, indicant el tancament de negocis com el de serveis informàtics de Riera Blanca.

- Associació de comerciants:

Identifica la sortida de membres de la junta, amb traspassos i tancaments de negocis d'antics associats. Manifesta una falta d'implicació personal a causa d'altres compromisos empresarials i una desconexió amb el barri després de traslladar-se. Considera que hi ha una manca de cohesió en l'associació i la necessitat d'una renovació per abordar els interessos dispars dels associats: hi ha moltes sectors diferents amb problemàtiques i objectius molt diferents.

6. CONCLUSIONS

EL COMERÇ

✓ El barri i el veïnatge

A Sant Ramon, el veïnatge manté un perfil demogràfic estable en els darrers anys, amb una majoria de persones de més edat que segueixen passejant i comprant a la zona.

S'ha observat una tendència preocupant: la disminució de l'oferta comercial al barri, especialment a l'avinguda Sant Ramon, i ha motivat als veïns a buscar altres llocs per realitzar les seves compres. Molts opten per desplaçar-se a zones com Hospitalet, que hi ha el mercat o el centre comercial de Finestrelles.

Un aspecte interessant és que, tot i que la situació del Barça no té un impacte significatiu en els negocis de l'avinguda Sant Ramon, alguns bars situats a Cardenal Reig sí que en noten els efectes.

S'ha detectat al treball de camp una tendència de conversió dels locals comercials en habitatges, una observació compartida pels representants de les associacions de veïns. Aquest canvi d'ús pot afectar negativament la vitalitat comercial del barri.

A Sant Ramon s'ha vist una disminució en l'afluència de gent, especialment els caps de setmana, quan el barri pot arribar a semblar desert. Això contrasta amb la presència d'un públic familiar durant la setmana, atret per la presència d'una escola i altres serveis d'atenció als nens, com una acadèmia d'anglès i una ludoteca. Aquest moviment en dies feiners ha disminuït recentment, ja que la gent sembla que va canviant hàbits de compra oci cap al centre comercial Finestrelles.

A la Maternitat també es detecta una disminució en les compres dels veïns al barri, acompanyada d'un envelliment de la població

✓ Volum i tipologia

La tipologia de comerç de les zones de Sant Ramon i Maternitat, s'ha examinat a partir de la informació de la base de dades, que inclou 459 comerços oberts i 383 establiments visitats en el treball de camp.

Els sectors més prominents són la restauració i la salut, bellesa i benestar, mentre que els serveis professionals també tenen una presència destacada.

També es pot observar una manca de comerç quotidià, amb només una destacada presència d'alimentació i begudes generalista (petits supermercats), mentre que sectors com la moda i la llar estan menys representats, que són tipologies comercials que podrien atraure afluència de públic de compra d'altres territoris. Respon a la caracterització comercial d'una zona residencial o dormitori on abunden els comerços i servei de proximitat, exceptuant l'alta concentració de bar i restaurant degut a l'efecte Barça.

A Maternitat, destaca la presència d'un alt nombre de bars, influït per la proximitat amb el Camp Nou. També s'ha observat un canvi en els establiments dins del Camp Nou, amb una tendència cap a una oferta més completa, possiblement en previsió i inversió futura que pot portar més afluència visitants i i turistes. La majoria de bars a l'entorn del Camp Nou es mantenen oberts amb l'esperança de recuperar l'afluència de públic en un futur proper. A més, la situació del Barça també ha afectat el flux de clients que passava per Cardenal Reig 8 (Sant Ramon) , amb una disminució en el nombre de persones que passen per la zona per dirigir-se al camp.

Quant a la tipologia de negoci, a Maternitat s'observa una tendència cap a l'aparició de més franquícies i una disminució dels establiments tradicionals. Això es tradueix en el tancament de negocis històrics i l'obertura de nous locals de serveis, especialment de cadenes de franquícies. Així mateix, es nota un augment en el nombre de persianes baixades.

A Sant Ramon, s'observa una disminució de negocis de propietaris locals, amb nous propietaris majoritàriament estrangers, especialment de procedència xinesa. Això ha conduït a una reducció del comerç quotidià d'abastament, amb les compres desviades cap a altres zones com el mercat de Coll Blanc. A més, la presència de grans supermercats com Mercadona ha impactat en els establiments especialitzats, amb una tendència cap a la compra conjunta i la recerca de productes en establiments com els basars xinesos, que ofereixen una àmplia varietat de productes. Aquest canvi d'hàbits de compra posa en perill la viabilitat dels comerços de proximitat especialitzats, com les carnisseries, les xarcuteries, els forns de pa i les peixateries.

✓ Distribució territorial

A Maternitat, els carrers amb més establiments comercials inclouen l'Avinguda de Madrid, la Gran Via Carlos III i la Travessera de Gràcia, juntament amb el Sabino de Arana. Es destaca una densitat notable als carrers Riera Blanca i Regent Mendieta. A la Travessera de les Corts, dels 30 establiments, 19 són negocis de restauració, representant un 65% del total.

L'activitat comercial a Sant Ramon es concentra principalment als carrers de la zona sud, com l'Avinguda de Sant Ramon Nonat, el carrer del Cardenal Reig, la Travessera de les Corts i la carretera de Collblanc. Tot i això, s'han descobert alguns negocis interessants a la zona nord,

tot i que estan dispersos, amb exemples com l'Avinguda de Xile i el carrer Pisuerga. La caracterització del comerç a l'Avinguda Sant Ramon suggereix que podria considerar-se com un eix comercial quotidià, ja que hi ha presència de tots els sectors, tot i que falta alguns tipus de comerços especialitzats, com ara carnisseries i xarcuteries. És un carrer que està perdent força comercial ja que estan tancant negocis i hi ha fugues cap altres zones tractors: els carrers i mercat de Collblanc i el centre comercial de Finestrelles.

A la Zona Universitària, es troben pocs comerços, i a més, estan molt dispersos. Hi ha un baix nombre d'establiments, i la dispersió geogràfica d'aquests punts és notable. Això pot ser una àrea a considerar per expandir l'associació de comerciants en una fase posterior, quan l'associació sigui més madura i pugui oferir serveis i projectes a aquesta zona

✓ Interculturalitat

Dels 383 negocis, s'han identificat 88 establiments interculturals, representant un 23% del total. D'aquests, un 76% es troben a La Maternitat, tenint en compte que aquesta àrea té una extensió territorial considerablement més gran.

Els orígens dels propietaris interculturals són diversos, destacant principalment Pakistan (39%), Sud-Amèrica (38%) i Xina (18%).

En quant als sectors comercials, la restauració i l'alimentació i begudes són els tipus de negocis més comuns entre les persones d'origen intercultural. En concret, els negocis d'alimentació són predominantment de propietat paquistanesa, mentre que els restaurants estan majoritàriament gestionats per persones d'origen xinès o sud-americà. A més, també hi ha una presència notable de negocis de salut, bellesa i benestar regentats per persones d'origen sud-americà.

Aquesta diversitat intercultural reflecteix la complexitat del teixit comercial de la zona, així com la contribució significativa que podrien aportar les comunitats d'origen estranger al panorama comercial local.

✓ Perfil i inquietuds de gestió de negoci

Els gestors dels negocis consideren que la captació de nous clients és el tema més crític per al creixement dels seus establiments. Això és seguit de prop per l'augment de les vendes, la millora del benefici i la necessitat de diferenciació en el mercat. Participar en l'associació pot oferir-los avantatges significatius en aquests aspectes, com ara campanyes per augmentar el trànsit de clients a les botigues i serveis d'informació, formació i assessorament en gestió.

Els temes relacionats amb els costos tenen una importància relativa en comparació amb els objectius de millora dels beneficis i la captació de clients, i fins i tot en comparació amb la voluntat de diferenciar el negoci de la competència.

Malgrat la majoria dels comerços estiguin presents a Google Maps, la venda en línia no és una prioritat destacada, mentre que la presència a les xarxes socials és considerada important.

Pel que fa a l'antiguitat dels comerços, la majoria de les respostes provenen de comerços amb una llarga història al barri, representant un 76% del total. A més, és destacable que els negocis recent implantats també han mostrat cert interès en respondre a la investigació.

Vinculació de la gestió al barri: És notable que cada vegada més els gestors dels negocis no són residents del barri, especialment en el cas de negocis interculturals, cadenes o franquícies. Això pot conduir a una desvinculació amb el territori local, i per tant, és important revisar els arguments per involucrar-los i animar-los a formar part de l'associació de comerciants. Seria beneficiós conèixer les seves prioritats per assegurar que l'associació pugui satisfer les seves necessitats i expectatives.

ASSOCIACIONISME

El grau d'implicació en l'organització d'activitats de foment d'activitat comercial i potencial de l'associacionisme és molt baix i en general l'actitud dels comerç visitats ha estat poc receptiva. Cal tenir en compte que se'ls ha visitat una o dues vegades i no s'ha pogut establir un vincle de confiança en aquest poc temps.

Si que proposen un munt d'activitats per fomentar el comerç (veure la llista de suggeriments a continuació), però després podem observar que només un 38% dels enquestats han participat en iniciatives col·lectives i la majoria de les accions on han participat corresponen activitat de l'associació de comerciants

Finalment, malgrat que hi ha alguns comerciants que creuen en la col·laboració entre ells per millorar els seus negocis, la participació activa en grups de treball o gestió sectorials és limitada, amb només 17 establiments que manifesten intenció de formar part de grups de treball.

Pel que fa al sector de salut, bellesa i benestar destaca el seu pes al territori i pel seu interès en estar informat i implicar-se en les activitats locals.

Llista de suggeriments proporcionats pels enquestats, els quals poden agrupar-se en diversos temes clau:

Promoció i Suport al Comerç de Proximitat:

- Animar als veïns a comprar en els petits negocis del barri.
- Donar visibilitat al comerç de proximitat.
- Organitzar jornades gastronòmiques per promoure productes locals.
- Eliminar la venda en línia i fomentar les compres presencials.

- Organitzar fires i mercadets per promoure productes locals.

Col·laboració i Connectivitat entre Comerços:

- Facilitar l'apertura de nous comerços per incrementar la diversitat.
- Promoure activitats connectades entre els comerços locals.
- Organitzar reunions entre responsables d'empreses per a vendes creuades i coneixement mutu de les ofertes.

Neteja, Seguretat i Regulació:

- Incrementar les activitats veïnals per fomentar la presència de gent.
- Millorar la neteja dels carrers.
- Augmentar la presència policial per millorar la seguretat urbana.
- Realitzar inspeccions als negocis per assegurar el compliment de les normatives i impostos.
- Revisar i regularitzar les llicències d'operació per evitar desequilibris amb les grans superfícies.

Promoció i Difusió:

- Augmentar la presència a les xarxes socials.
- Incrementar la publicitat en línia i les promocions.
- Crear una revista de barri per informar sobre els negocis locals.
- Millorar la difusió dels comerços locals a través de mitjans de comunicació.

Suport Econòmic i Fiscal:

- Proporcionar més suport econòmic als petits comerços.
- Reduir la càrrega fiscal i els impostos per als comerciants.

L'ASSOCIACIÓ

✓ Coneixement de l'associació

El grau de coneixement de l'Associació és molt baix, ja que hi ha un elevat índex de desconeixement, tot que la dada és esbiaixada i per altra no existeix, per part de l'associació, una estratègia de comunicació amb els no socis, que representen socis potencials. A més, hi ha poc interès per part dels establiments en conèixer l'associació. Només la meitat dels establiments que no la coneixen manifesten voluntat d'informar-se, i només cinc establiments, tots ells del sector bellesa i benestar, deixen les seves dades de contacte.

✓ La tasca de l'associació

Malgrat el baix coneixement, la percepció de la tasca de l'associació és relativament bona. Els associats puntuen l'associació amb una mitjana de 7,1. Les bones puntuacions es basen en el reconeixement dels esforços i la dedicació cap al comerç de proximitat, mentre que les

puntuacions més baixes reflecteixen preocupacions sobre la professionalització i dubtes sobre l'eficàcia dels esforços realitzats en campanyes.

També es valora la percepció dels establiments que han estat associats i ara no, els quals puntuen amb una mitjana de 6,4, amb els més descontents ubicats a la zona de Maternitat. D'altra banda, els que mai han estat associats puntuen amb una mitjana de 4,6 i demanen ser visitats i informats.

✓ Les activitats de l'associació

El rànquing de temes segons la nota mitjana prioritza la interlocució amb l'ajuntament, la difusió a les xarxes i les campanyes de barri. Aquestes dues últimes coincideixen amb les activitats realitzades més recentment i està fresc a la memòria dels associats. Tot i que l'associació dona importància a les campanyes de Nadal, els associats no ho veuen igual. Per ells també són importants altres moments de l'any.

Els comerços que s'implicarien en grups de treball seria, sobretot, per treballar temes de dinamització i impuls de les xarxes socials, així com organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu. Hi ha poc interès en generar accions de restauració com rutes de tapes i en participar en l'organització de mostres de comerç.

Al repassar les accions realitzades amb la presidència de l'entitat, es detecta que la majoria s'han centrat a la zona de Sant Ramon, mentre que a la Maternitat s'han realitzat menys campanyes al carrer. És necessari incrementar les activitats a la zona de Maternitat i tenir en compte les necessitats de tots els sectors associats: els perfils són molt diversos i tenen objectius diferents. És complex satisfer amb una mateixa campanya els interessos de bar , comerç d'alimentació o establiments de serveis de bellesa i salut.

Cal establir una estratègia de comunicació amb la base social i amb els comerços potencials associats. I preparar campanyes específiques per cada sector obrint la participació a comerços no associats

✓ La base social

Actualment hi ha 28 socis. Des de 2021 s'ha donat de baixa 16 socis i s'han produït 3 noves altes: una acadèmia d'anglès(havia estat associada i amb el nou canvi de gerència han tornat a associar-se), un bar del carrer Cardenal Reig (es va traspasar abans tenia un altre nom i els propietaris no vam associar-se mai i ara la nova propietat s'ha associat) i un centre de psicologia infantil, l'únic nou associat del territori de la Maternitat.

La taxa de baixa d'associats, en el període 2021- 2023, és molt més alta a la zona de Maternitat (30%) versus a la zona de Sant Ramon(6%)

Distribució territorial de socis i baixes

Zona	actuals	baixes	taxa de baixa	total socis 2021
------	---------	--------	---------------	------------------

Maternitat	11	13	30%	44
Sant Ramon	17	6	14%	44
total	28	19		

La distribució actual per tipologies és molt variada i dispersa. No hi ha un sector que predomini. A Sant Ramon trobem 6 establiments de restauració mentre que a la Maternitat no hi esta representada. I a l'inrevés, en el sector de la salut bellesa i benestar: hi trobem 5 establiments a Maternitat i cap a Sant Ramon.

Sector	Maternitat	Sant Ramon	total
alimentació i begudes		4	4
altres		1	1
cultura i oci	1	5	6
llar		1	1
restauració		6	6
salut, bellesa i benestar	5		5
serveis professionals	5		5
Total	11	17	28

Això suposa un repte a l'hora de planificar campanyes que satisfacin les necessitats de tots els sectors, ja que no hi ha una concentració massiva en cap àmbit concret. Tot i això, hi ha serveis comuns a tots els membres que poden ser implementats: informació, formació i assessorament.

No hi ha cap membre de base social que col·labori en l'organització d'esdeveniment i en general mantenen una actitud receptiva-passiva.

✓ Gestió i lideratge

La gestió i el lideratge de l'associació des dels punts de vista intern, extern i de futur:

Punt de vista intern:

La presidenta de l'associació reconeix la necessitat de reforçar la junta directiva. Reconeix, que fins ara ,s'ha fet poc per buscar associats disposats a involucrar-se en la gestió de l'associació. Per abordar aquesta situació, s'ha el llistat de socis amb l'objectiu de seleccionar aquells que mostrin interès i compromís amb la junta.

A més, la presidenta està disposada a cedir el seu càrrec per facilitar la incorporació d'una nova presidència.

Tot i els esforços, reconeix que no pot assumir-ho tot sola i ha admès haver comès errors significatius. Malgrat no comptar amb el suport de la junta, ha rebut ajuda i orientació d'altres

presidents d'associacions de comerciants del districte, dels quals ha après i busca millorar constantment en la seva tasca.

Punt de vista extern:

Des de fora, es percep que hi ha una manca de cohesió en l'associació i una necessitat de renovació per abordar els interessos diversos dels associats. Amb molts sectors diferents i objectius diversos, és evident la necessitat d'un lideratge fort i una gestió més integradora.

De cara al futur:

Per assegurar el creixement i la viabilitat de l'associació, caldrà la incorporació de nous membres a la junta directiva.

S'han identificat tres perfils ideals per reforçar-la, incloent negocis interculturals i representació dels diferents sectors i zones del barri:

- Comerç de restauració de La Maternitat, jove (menys d'un any) que ara per ara no coneix l'associació i voldria conèixer-la i si implicaria en la gestió.
- Comerç d'alimentació especialitzat de Sant Ramon intercultural de més de 5 anys que coneix l'associació i la valora bé d'acord amb el que li expliquen els comerços associats veïns.
- Establiment de serveis bellesa relativament recent al barri de Sant Ramon, entre 1 i 3 anys, en una zona que no esta en el rovell de l'ou de l'avinguda de Sant Ramon.

És essencial buscar una combinació de membres nous i experimentats que puguin aportar diversitat de perspectives i habilitats.

La presidenta, tot i ser valorada pels membres de l'associació per la seva empenta i dedicació, reconeix la seva necessitat d'un suport de gestió professionalitzat per abordar eficaçment els reptes de l'associació. És important que els nous membres que es seleccionin per reforçar la junta tinguin una comprensió clara dels objectius de l'associació i estiguin disposats a treballar en col·laboració per aconseguir-los i han de ser conscients de la situació crítica de l'entitat.

En resum, la presidenta i l'associació reconeixen la necessitat d'un canvi i una renovació per millorar la cohesió interna, abordar les necessitats dels associats i assegurar un futur sostenible per a l'organització.

7. PROPOSTES VS CONCLUSIONS

Taula de tres columnes

ENTORN/ ÀMBIT	Tendències/punts crítics	Propostes actuacions
Barri i veïnatge	<p>Disminució de l'afluència de gent i canvi en els hàbits de compra: desplaçament a noves zones tractores fora del barri (carrers i mercat de Collblanc i Centre comercial Finestrelles)</p> <p>Canvi de hàbit de compra de comerç tradicional especialitzat a comerç a generalista (basar i supermercats)</p> <p>Envel·liment i disminució de la població compradora.</p> <p>Conversió de locals comercials en habitatges</p> <p>Impacte futur d'increment d'afluència degut a la reforma del Camp Nou</p>	<p>Campanyes conjuntes amb la zona de Collblanc</p> <p>Pla d'incentivació de la diferenciació del producte i el servei del comerç especialitzat tradicional</p> <p>Campanyes de sensibilització i sostenibilitat enfocades a la gent més jove.</p> <p>Pla de preparació per acollir els nous visitants amb productes i serveis de qualitat (clúster gastronomia de proximitat)</p>
comerç	<p>Falta de varietat de negocis quotidians especialitzats i competència dels grans supermercats.</p> <p>Tendència general a la pèrdua de dotació comercial tradicional.</p> <p>Presència destacada de restauració i serveis de salut i benestar.</p> <p>Tendència cap a més franquícies amb gestió de</p>	<p>Pla d'incentivació de la diferenciació del producte i el servei del comerç especialitzat tradicional</p> <p>Plans d'actuació específics de sector.</p> <p>Esbrinar quins motius i objectius tenen la gerència que podria fer-los vincular amb el territori.</p>

	<p>negoci no vinculada al territori.</p> <p>Dispersió de negocis la zona nord de Sant Ramon interessats en l'associació. Predominança de la restauració a Travessera de les Corts Maternitat</p> <p>Negocis interculturals representen un 23% Diversitat d'origens: destaquen els paquistanesos (alimentació) , sud-americanos (establiments de bellesa) i xinesos (restauració).</p> <p>Els temes d'interès per la gerència radiquen especialment a la captació de nous clients, la diferenciació i la gestió del benefici</p>	<p>Desenvolupar un pla de captació per als negocis de les zones més disperses.</p> <p>Pla específic de mediació intercultural per superar les barreres idiomàtiques i culturals.</p> <p>Carta de serveis de l'associació que ofereixi recursos sobre aquesta temàtica.</p>
Implicació i associacionisme	<p>Baix grau d'implicació en activitats de foment comercial Baixa intenció de participació en iniciatives col·lectives.</p> <p>Limitada participació en grups de treball sectorials: xarxes socials i campanyes estacionals</p> <p>El sector de salut, bellesa i benestar té pes al territori i mostra interès en implicar-se</p>	<p>Pla d'informació de les activitats de l'associació a tots els comerços de territori.</p> <p>Pla de captació intensiu en aquest sector. Campanyes específiques de sector.</p>
Associació	<p>Baix coneixement de l'associació a tot el territori</p>	<p>Intensificar les campanyes de captació, informar de les activitats als comerços no associats.</p>

	<p>Percepció relativament positiva de la tasca de l'associació, hi ha preocupacions sobre la professionalització i l'eficàcia de les campanyes.</p> <p>Problemes de retenció d'associats: La taxa de baixa d'associats, especialment a la zona de Maternitat, és alta.</p> <p>La base social mostra una actitud receptiva-passiva i no hi ha cap membre que col·labori activament en l'organització d'esdeveniments.</p> <p>Diversitat de temes prioritaris per una base social de molts sectors diferents. El pla d'actuació és genèric i no satisfà als sectors.</p> <p>Complexitat de gestió per la varietat de sectors, territori ampli i augment de negocis interculturals de diversos orígens i baix pressupost</p>	<p>Avaluar l'eficàcia de les campanyes i satisfacció dels socis sobre campanyes i serveis.</p> <p>Accions de fidelització i de reconeixement de la seva antiguitat a l'associació. Esbrinar motius de baixa i oferir solucions de continuïtat.</p> <p>Petites accions que vagi incentivant la col·laboració en l'associació a través de processos que potenciïn l'orgull de pertinença a l'associació</p> <p>Campanyes específiques de sector i territori.</p>
Gestió i lideratge	<p>Necessitat de reforçar o canviar la junta directiva que sigui representativa dels sectors i territoris. Identificats perfils per incorporar a la junta.</p> <p>Manca de cohesió interna i de comunicació amb la base social.</p> <p>Necessitat de suport de gestió professionalitzada.</p>	<p>Incorporar nous perfils detectats al treball de camp.</p> <p>Establir estratègia de comunicació amb socis i socis potencials i accions que promoguin l'orgull de pertinença a l'associació.</p> <p>Articular un pla d'actuació consensuat entre la junta i la dinamització amb seguiment continuat i periòdic.</p>

8. PROPOSTA DE PLA D'ACTUACIÓ

✓ Finalitat

Malgrat que les dades de camp indiquen una baixa intenció d'implicació del sector comercial en un model d'associació o en grups de treball, hi ha diversos aspectes que es poden abordar durant un exercici per obrir noves oportunitats a l'associació i aclarir la viabilitat de l'entitat.

Això inclou:

- Revisar la relació de l'entitat amb el sector comercial.
- Reestructurar la gestió interna de l'entitat.

A través d'aquests canvis, es pot promoure la transformació el model de l'associació a un model més obert i innovador que tingui en compte els interessos dels diferents sectors involucrats.

✓ Objectius

- 1- Empoderar la gestió
- 2- Enfortir la base social

ACCIONS RELACIONADES AMB L'OBJECTIU: EMPODERAR LA GESTIÓ

✓ Crear una nova junta.

- Contactar amb els socis que podrien ser membres i plantejar-los la situació crítica.
- Contactar amb els tres comerços que han verbalitzat la possible participació en la junta de l'associació i que representen sectors diversos.
- Plantejament de prova pilot amb un horitzó concret de viabilitat de l'entitat: un any. I presentar les innovacions que proposar el pla d'actuació:

✓ La composició de la junta:

- Membres associats i nous membres
- Membres de tots els sectors: Alimentació, salut bellesa i benestar, restauració i cultura i oci.
- Dels dos territoris: Sant Ramon i la Maternitat (de diferents subzones: Sabino Arana i Riera Blanca)
- Interculturalitat representada a la junta.

✓ Formar a la junta.

- No fer-los la feina, sinó proposar accions consensuar-les i fer seguiment conjunt. La junta decideix segons les propostes del pla de dinamització amb un calendari temporal i la prioritització de les accions crítiques i el seguiment periòdic dels

indicadors que es fixaran en el pla i a l'hora de determinar els objectius específics i quantificats.

- Avaluar l'eficàcia de les accions i campanyes i alhora mesurar la satisfacció dels socis sobre campanyes i serveis.
- Establir calendaris i espais de reunió de la junta amb ordre del dia i acords.
- Determinació de les tasques per cada membre/perfil de l'associació.
- Combinar sessions de treball amb càpsules formatives

ACCIONS RELACIONADES AMB L'OBJECTIU: ENFORTIR LA BASE SOCIAL
--

- ✓ Més obert al teixit comercial i flexible amb les associats
 - Crear un directori de comerç dels establiments del barri per poder interactuar amb ells:
 - Informar-los de les activitats i serveis dels socis per promoure la afiliació
 - Per convidar-los a formar part de campanyes perquè tastin l'associació
 - Obrir-los les portes oferir serveis i ofertes especials als associats
 - Poden arribar a pagar una quota en concepte " publicitat" al directori de comerç de la Maternitat i Sant Ramon.
 - Pla de comunicació periòdica amb els comerços del directori
 - Sobre les activitats de l'associació i del barri
 - Sobre els nous membres associats
 - Sobre la relació i interlocució amb l'ajuntament
 - La creació del directori de comerç és un motiu més de contacte amb els establiments que pot generar noves altes a l'associació:
 - -pot ser d'interès per cadenes i franquícies i per tant començar a crear vincles amb aquest tipus de comerços per esbrinar quines són les expectatives sobre una associació de comerç territorial.
 - Pot generar interès i vinculació amb els establiments més allunyats del rovell de l'ou del territori i pot ser motiu per desenvolupar un pla de captació per als negocis de les zones més disperses.
- ✓ Que promogui l'orgull de ser associat i la cohesió entre socis
 - Pla de captació
 - Desenvolupar un pla de captació focalitzat en sectors. Començar per el sector salut, bellesa i benestar que té un pes específic important al territori i sembla que és el sector que ha mostrat més interès en implicar-se:
 - Començar per crear el directori de teixit comercial per aquest sector
 - Preparar una campanya específica de sector per convidar-los a participar a la campanya
 - Explorar la possibilitat de la creació d'un clúster de salut, bellesa i benestar.

- Convidar a establiments a participar en Mostres de comerç i campanyes de l'associació.
- Revisar el protocol *on boarding* a l'associació i entrega del pack de benvinguda. Informació a tots els socis i a les xarxes dels nous socis.
- ✓ Pla de fidelització i retenció de socis.
 - Esbrinar motius de baixa i oferir solucions de continuïtat a mida protocol·litzades internament:
 - Suspensió de quota en un període de temps finit
 - Quota mínima amb uns serveis que no suposin cost variable a l'associació i mantinguin el vincle amb l'associat.
 - Accions de fidelització i de reconeixement de la seva antiguitat a l'associació
 - El soci del mes, prioritzar segons l'antiguitat
 - Converses entre un soci fundador (antiguitat) i un nou soci: per fomentar la relació entre socis sinèrgics.
 - Accions de reconeixement del sector i la qualitat de l'establiment.
 - Concurs d'aparadors d'un sector avaluat per socis i/o públic
 - El millor establiment de....." segons(analitzant les ressenyes de google)
 - Involucrar i reconeix la seva pertinença: Soci de l'associació i membre del Clúster " salut, bellesa i benestar". Per exemple: Clúster és una paraula més innovadora que vocalia/grup de treball. Una altra opció seria Cercle per canviar el nom a les vocalies i els grups de treball. Aquest tipus de nomenclatura acompanyada d'un protocol de relació i dinàmica de treball podria enamorar a gerents de negocis més joves i innovadors.

Tot i que la definició de clúster és més àmplia i incorpora institucions i complementarietat entre els agents integrants: Grup d'empreses i institucions de suport concentrades en un territori i dedicades de manera complementària a un mateix negoci que treballen cooperativament en projectes comuns, amb l'objectiu d'augmentar la seva competitivitat empresarial i també la competitivitat del sector.

- ✓ Adaptar la cartera de serveis a les necessitats i interessos dels socis

En una primera fase reforçar els interessos comuns:

- Informar i convidar als socis de les reunions de junta
- Servei d'informació sobre la relació de l'entitat amb l'ajuntament
- Servei d'informació sobre recursos de formació, assessorament sobre els temes que generen interès.
 - La diferenciació
 - La gestió del benefici
 - Les xarxes socials
 - El pla es pot trameten una enquesta sobre els seus interessos.

- Ofertes i promocions entre socis
- Enquesta de satisfacció dels socis sobre campanyes i serveis i comunicar els resultats a la base social.

ALTRES TEMES A CONSIDERAR

✓ Campanyes de dinamització comercial

Cal prioritzar les accions que es plantegen per assegurar la viabilitat de l'entitat sobre l'eficàcia de la gestió i caldria revisar el pla de campanyes de dinamització comercial.

Primer estadi:

- Pla equilibrat de campanyes per sector i territori relacionades amb el calendari estacional que provoquin trànsit als establiments o de fidelització dels seus clients. Es pot demanar opinió als socis sobre l'interès en una campanya.
- Campanyes de sensibilització i sostenibilitat enfocades a la gent més jove. Aquest pot ser un objectiu comú amb d'altres associacions del Districte, podria ser una campanya pensada i difosa a nivell global a Les Corts.

Segon estadi

- Explorar la possibilitat d'articular campanyes conjuntes amb la zona de Collblanc

✓ Suggeriment de plans a més llarg termini

▪ Interculturalitat

Pla específic de mediació intercultural per superar les barreres idiomàtiques i culturals, tot i que la incorporació d'un membre de la comunitat paquistanesa a la junta pot obrir portes a l'afiliació de més membres d'aquesta comunitat, la majoria relacionats amb el sector de l'alimentació i begudes i pot establir-hi comunicació per revisar conjuntament les bones pràctiques del sector i millorar la imatge dels establiments.

▪ Accions segons sectors d'activitat de socis

Sector Restauració: Pla de preparació per acollir els nous visitants i turistes que afluiran a la l'entorn del Barça a un any vista. Explorar la creació d'un clúster gastronomia de qualitat amb productes de proximitat de Catalunya: jornades gastronòmiques, menús temàtics....També poden ser interessants per els veïns i veïnes del Districte i la gent que treballa al territori.

9. ANNEXOS

1-Fulleto de presentació i enllaç a l'enquesta

2-ENQUESTA

**Per un futur comercial més fort al barri de
La Maternitat i Sant Ramon
ens interessa la teva opinió sobre el teu comerç,
el barri i l'associacionisme comercial.**

Per què la teva opinió és vital?
Les petites empreses com la teva
són l'ànima del nostre barri.
Estem explorant com millorar
les oportunitats comercials i
fomentar la col·laboració.

La teva veu compta!
Participa en l'enquesta:

Confidencialitat garantida: les
teves opinions són confidencials.



Escaneja el QR!

Dedica 5 minuts al teu comerç i al barri.
Fins al 26 de febrer de 2024.

Beneficis de participar:

- Contribuim al futur comercial del barri.
- Compartim reptes i oportunitats com a comerç local.
- Ajudem a construir una comunitat més forta i unida.

Gràcies per participar!

Jo  **el comerç del barri.**



2-ENQUESTA

Enllaç a enquesta digital: <https://forms.gle/5G2jBmBt1rX1wgsk7>



The image shows a digital survey form with a pink and orange header. The header contains the text 'Jo i el comerç del barri' with a heart icon. Below the header, it says 'Confidenciable i Anònima. Les teves respostes són'. The main content area is titled 'Associacionisme a la Maternitat i Sant Ramon' and contains the following text:

Secció 1 de 4

Associacionisme a la Maternitat i Sant Ramon

Els comerços, serveis i restauració construïm junts un futur comercial més fort per a La Maternitat i Sant Ramon.

Ens interessa la teva opinió sobre el teu comerç, el barri i l'associacionisme comercial

Les idees i suggeriments de tots els comerços, establiments de restauració i serveis són vitals perquè les petites empreses com la teva són l'ànima del nostre barri. Estem explorant com millorar les oportunitats comercials i fomentar la col·laboració.

Digue'ns la teva opinió!

Associacionisme a la Maternitat i Sant Ramon

Els comerços, serveis i restauració construïm junts un futur comercial més fort per a La Maternitat i Sant Ramon.

Ens interessa la teva opinió sobre el teu comerç, el barri i l'associacionisme comercial

Les idees i suggeriments de tots els comerços, establiments de restauració i serveis són vitals perquè les petites empreses com la teva són l'ànima del nostre barri. Estem explorant com millorar les oportunitats comercials i fomentar la col·laboració.

Digue'ns la teva opinió!

** Indica que la pregunta és obligatòria*

1. Nom del comerç/ botiga/negoci *

2. Adreça completa de l'establiment (carrer i número) *

3. El teu comerç està a Google Maps *

Marqueu només un oval.

si

no

4. Quin tipus de productes o serveis ofereix el teu establiment. Indica a quina d'aquestes categories pertany el teu negoci: *

Marqueu només un oval.

- Alimentari i begudes
- Llar, mascotes i objectes regals
- Moda, complementos i esports
- Cultura i oci
- Restauració: bar, restaurants, pizzeria....
- Salut, bellesa i benestar
- Serveis a professionals
- Altres categories

5. (1)Quants anys fa que el teu negoci va obrir al barri? *

Marqueu només un oval.

- Menys d'un any
- Entre 1 any i 3 anys
- Entre 3 anys i 5 anys
- Més de 5 anys
- De tota la vida. És un negoci familiar de varies generacions

6. Quins són els principals reptes que enfrentes com a comerç local? Marca de l'1 al 10, segons les teves prioritats. (1 poca importància i 5 màxima prioritat)

Marqueu només un oval per fila.

	1	2	3	4	5
Augment de vendes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Millora dels beneficis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Captació de nous clients	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Costos de lloguer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Costos d'energia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La venda on-line	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Difusió a Internet: web, xarxes socials	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diferenciar-me de la competència i ser un comerç singular	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preus de compra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Traspassar el negoci a curt termini	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
No ho sé	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Quines accions creus que caldria fer per donar suport al comerç del barri de La Maternitat i Sant Ramon.

8. Has participat en alguna iniciativa col·lectiva de comerç de barri o del teu sector fins ara?

Marqueu només un oval.

no

si

9. Si has contestat que si a la pregunta anterior. Explica'ns en quines iniciatives has participat.

10. Coneixes l'existència de l'Associació de Comerciants del nostre barri: Les Corts Comerç 08028? *

Marqueu només un oval.

SI *Ves a la pregunta 11*

No *Ves a la pregunta 15*

L'associació

11. Si coneixes Les Corts Comerç 08028, explica'ns una mica més sobre la teva relació amb l'associació:

Marqueu només un oval.

Actualment estic associat

He estat associat i ara no

Mai he estat associat

12. Com valoraries la tasca de l'Associació de Comerciants fins ara? De molt negativa (0) a molt positiva (10).

Marqueu només un oval.

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

13. Explica'ns el motiu de la teva valoració sobre la tasca de l'associació?

14. Si has estat o ets associat/da a Les Corts Comerç 08028, Quines iniciatives has trobat més beneficioses? Cal puntuar entre 1- poc interessant a 10- molt interessant. Si no has estat associat, no cal que responguis a aquesta pregunta.



Marqueu només un oval per fila.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Mostra de comerç al carrer Riera Blanca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mostra de comerç al carrer Cardenal Reig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Campanyes de difusió comercial : Comprar a prop et porta lluny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Campanyes de barri Festa Major, Sant Jordi, La Castanyada.....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Campanya, loteria i	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ves a la pregunta 16

Coneixement de l'associació

15. En cas que NO coneguis l'Associació de Comerciants de la Maternitat i Sant Ramon, vols conèixer les seves activitats?

Marqueu només un oval.

si

no

16. Creus que la col·laboració entre els i les comerciants podria millorar el teu negoci?

Marqueu només un oval.

SI

NO

17. Si has contestat si, en quines activitats t'agradaria implicar-te per impulsar el comerç del barri?. Pots marcar més d'una opció.

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Generació d'accions de Restauració, per exemple organitzar una ruta de tapes anual
- Noves accions per dinamitzar i impulsar les xarxes socials, com el canal instagram
- Formar part d'un grup per organitzar i millorar les Mostres de comerç al carrer
- Organitzar campanyes i accions vinculades al calendari festiu: Nadal, Festa Major, Sant Jordi...i, Ciutats,
- Formar part de la junta de l'associació
- No estic interessat/da en formar part de l'organització d'activitats

18. Si tens interès en rebre informació sobre les iniciatives per impulsar el comerç, pots deixar aquí el teu correu electrònic comercial:

19. D'acord amb el Reglament General de Protecció de Dades, us facilitem la informació bàsica sobre el tractament de les vostres dades personals. Podeu trobar tota la informació del tractament 0459, que s'aplica a procediments en matèria de Promoció del comerç de Barcelona (Enquesta comerços La Maternitat i Sant Ramon) a l'enllaç:

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades?tractament=0459>

Responsable del Tractament: Ajuntament de Barcelona, Gerència de Promoció Econòmica; Pl. Sant Jaume 1, 08002 - Barcelona

Delegat de Protecció de Dades: podeu contactar-hi mitjançant l'enllaç:

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades/contacteu-amb-delegat-proteccio-dades>, o per correu postal, dirigint-vos a av. Diagonal, 220, planta 4, 08018 Barcelona.

Finalitat del tractament:

Gestionar la promoció del comerç de Barcelona.

Legitimació: Consentiment informat, específic i explícit i i Missió d'interès públic - exercici de poders públics, Llei 18/2017, de comerç, serveis i fires, DF 2ª punt 4c

Drets de les persones: podeu exercir els drets d'accés, rectificació, supressió, oposició i limitació sobre les vostres dades, mitjançant l'enllaç:

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades/quins-drets-tinc-sobre-meves-dades>

Si no esteu satisfets/etes amb el tractament de les vostres dades, podeu presentar una reclamació davant de l'Autoritat Catalana de Protecció de Dades: c. Rosselló, 214, 08008 Barcelona.

Podeu trobar tota la informació de la nostra política de privacitat i protecció de dades a:

<https://seuelectronica.ajuntament.barcelona.cat/ca/proteccio-de-dades>

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

AUTORITZO a que se'm trameti informació sobre les activitats de comerç que es realitzen al barri de la Maternitat i Sant Ramon, tant les organitzades pel districte de les Corts com les organitzades l'Associació de Comerciants Les Corts Comerç 08028