



Nuevas líneas estratégicas de comercio y consumo

- » El Ayuntamiento impulsa medidas transversales con especial atención a las necesidades del pequeño y mediano comercio, para conseguir que genere empleo y facilite la cohesión social
- » Se pone en marcha un plan de choque dotado con 150.000 euros para revitalizar el comercio de proximidad en los once barrios más afectados por la crisis, con acciones para evitar el efecto persianas bajadas y para aumentar la visibilidad del comercio en las redes sociales, entre otros
- » Se reformulará la promoción comercial en Navidad hacia un modelo de consumo responsable y con más peso de las actividades que vinculen comercio y barrio
- » Este año, las luces de Navidad se encenderán el 1 de diciembre, por lo que se ajustará el encendido al calendario de fiestas navideñas y se ahorrará cerca de un 20 % de consumo energético
- » Se inicia un proceso de consulta abierto al sector, profesionales y ciudadanos para definir los días de apertura en festivo del verano del 2016

Una nueva orientación con el comercio como generador de empleo y facilitador de cohesión social y territorial

El Ayuntamiento impulsa unas nuevas líneas estratégicas en el ámbito del comercio y el consumo, transversales con todas las áreas del Gobierno municipal, que quiere responder a las necesidades de comercio de la ciudad, con especial atención al pequeño y mediano comercio de proximidad, y **con el objetivo de conseguir un comercio vital en toda la ciudad que genere el máximo empleo posible, facilite la cohesión social y territorial y haga el mejor uso posible de los recursos naturales.**

Se quiere hacer una clara apuesta por la **presencia de comercio en toda la ciudad y la descentralización de las políticas comerciales**, apoyando especialmente aquellas zonas con peor salud comercial. Para ello, se integrarán medidas de promoción, formación, acceso a las tecnologías de la información y modernización, con especial énfasis en la adaptación del uso de los recursos públicos a las diferentes realidades de cada distrito.

Las diez líneas estratégicas en el ámbito del comercio y consumo son la promoción de la **presencia de comercio en toda la ciudad y la descentralización de las políticas comerciales**, apoyando especialmente aquellas zonas con peor salud comercial; la promoción del producto de proximidad; la creación de una línea estratégica dirigida a la promoción del **"consumo responsable"**; la promoción de la **modernización ecológica** y la integración social de la actividad comercial; el refuerzo **del vínculo entre el comercio de proximidad y los ciudadanos** y ciudadanas: la modernización de las estructuras de participación y la promoción de la modernización asociativa; la reorientación de la campaña de Navidad; la revisión de la apertura de los horarios comerciales en verano mediante un proceso participativo; la mejora de la integración de las actividades ya existentes en los ámbitos de formación, TIC y monitorización; y acentuar la política municipal en mercados: renovación, más mantenimiento, más integración, más liderazgo.



Plan de choque para revitalizar el comercio de proximidad en los once barrios más afectados por la crisis

Este mes de octubre y hasta diciembre, se pone en marcha el **Plan de Choque Comercio de Proximidad en el eje Besòs-Llobregat**, dotado con un presupuesto de 150.000 euros, que recoge un conjunto de 22 medidas de emergencia **para potenciar el comercio de proximidad actual y favorecer la apertura de nuevos comercios en once barrios** del área Besòs-Llobregat con necesidades específicas, fruto de la situación socioeconómica de los últimos años. Los barrios son, en Ciutat Vella, **Raval Sud, Sant Pere i Santa Caterina y la Barceloneta**; en Sants-Montjuïc, **Poble-sec y la Marina**; en Nou Barris, **Torre Baró, las Roquetes y la Zona Nord**; en Sant Andreu, **Baró de Viver, el Bon Pastor y la Trinitat Vella**; y en Sant Martí, el área **Besòs-Maresme**.

En total, se han programado 22 acciones de emergencia diseñadas específicamente para estas zonas, entre las cuales iniciativas como el concurso de escaparates, la dinamización de locales vacíos, la producción y distribución de bolsas reutilizables, la exposición de fotos antiguas y actuales de comercios, el lanzamiento de webs comerciales o la elaboración de un nuevo catálogo de servicios traducido en diferentes idiomas para incluir al comercio de origen extranjero. También forman parte de este programa –que cuenta con la colaboración de los mercados municipales– la promoción de las rutas de tapas, las muestras de comercio o las acciones de dinamización en la calle con actuaciones y espectáculos para atraer al público.

Los dos principales ejes de trabajo de este plan de choque son **la potenciación del comercio de proximidad existente y las políticas dirigidas a la generación de nuevo comercio**, con actuaciones para visibilizarlo y mantener y aumentar sus clientes, así como para incrementar su radio de influencia y ampliar el flujo de clientes entre personas de otros barrios y del área metropolitana.

Una apuesta decidida por la presencia de comercio en toda la ciudad y la descentralización de las políticas comerciales, apoyando especialmente aquellas zonas con peor salud comercial

Desde el Gobierno municipal se quiere facilitar la presencia del pequeño y mediano comercio en el conjunto de la ciudad, dado que se considera un elemento de cohesión social de imprescindible presencia en todos los barrios. Para ello, se integrarán medidas de promoción, formación, acceso a las tecnologías de la información y modernización, con especial énfasis en la adaptación del uso de los recursos públicos a las diferentes realidades de cada distrito.

En este 2015 ya se han emprendido algunas acciones en esta dirección, como **la elaboración de un censo actualizado de comercios en la ciudad** y el análisis de este para identificar

zonas con persianas cerradas y oportunidades de negocio, con una dotación presupuestaria de 72.600 euros y previsto para el primer trimestre del 2016. La información se pondrá a disposición de los distritos, que podrán facilitarla a cualquier ciudadano que quiera iniciar un nuevo negocio o a los comerciantes que quieran ampliar sus actividades, para ayudarlos a poner en marcha nuevas iniciativas comerciales. Igualmente, la herramienta será utilizada para identificar posibles núcleos de especialización en los diferentes distritos.

En la línea de descentralización, se ha dotado de 160.000 euros a los distritos, un presupuesto que gestionarán directamente desde las sedes territoriales para llevar a cabo actividades en el ámbito del periodo navideño correspondiente al año 2015. La intención es que los distritos recuperen progresivamente y de manera creciente capacidad presupuestaria para definir sus prioridades comerciales.



También se trabajan medidas para **favorecer la presencia del comercio de proximidad en las redes sociales**, y para articular el comercio como elemento favorecedor de la sostenibilidad y recuperar la memoria histórica del comercio de la ciudad. En este ámbito ya se ha empezado el programa de posicionamiento del comercio en internet, se han puesto en marcha los portales web del comercio del Raval y de Sant Pere i Santa Caterina y se ha iniciado el programa "Comercio en la red", de posicionamiento del pequeño y mediano comercio en internet, que prevé incorporar a la red información de seis mil comercios de toda la ciudad en los próximos 18 meses y se ha iniciado por las zonas con especiales dificultades comerciales.

Promover el consumo responsable y ampliar los canales de atención al consumidor

El nuevo Gobierno apuesta por ser más proactivo en las políticas de consumo y ya ha empezado a **reforzar los canales de atención al consumidor y elaborar un plan de impulso de consumo responsable 2016-2020** que integrará de forma transversal acciones de compra pública, de comunicación y de formación, entre otras. También se empezará una línea de subvenciones para la promoción del consumo responsable en el 2016 con una dotación aproximada de 300.000 euros.

Como refuerzo de los canales de atención al consumidor, en el 2015 ya se ha activado la atención al consumidor a través del teléfono de atención ciudadana 010 y se ha puesto en marcha el servicio de atención y reclamaciones por internet. La atención telefónica se reforzará ampliando los horarios hasta las 22 horas y se prevé poner en marcha un servicio de atención presencial con cita previa.

Reforzar el vínculo entre ciudadanos y comercio de proximidad

Una de las líneas estratégicas del Comisionado de Comercio, Consumo y Mercados es **fortalecer la relación entre el comercio de proximidad y los ciudadanos, enfatizando los elementos diferenciales del pequeño y mediano comercio** (en términos de empleo, cohesión social y gestión ambiental) para promover su uso.

En esta línea, ya se ha empezado a trabajar en la visualización del comercio, poniendo en valor activos comerciales diferenciadores del comercio de ciudad, de singularidad, antigüedad o elementos históricos reseñables. Este año se ha iniciado un proyecto de refuerzo promocional de los comercios emblemáticos, que continuará el año próximo ampliando las vías de promoción en el ámbito de los comercios singulares y explorando la puesta en marcha de una moneda local para Barcelona, con el objetivo de facilitar tanto al ciudadano como al comercio un mecanismo que permita operacionalizar esta relación, a la vez que se constituye en una forma de promoción comercial local.

Una línea de trabajo específica para facilitar el acceso al producto de proximidad y ecológico

Como eje clave de las políticas municipales de comercio y con el objetivo de **mejorar el acceso de los ciudadanos a los productos de proximidad, especialmente a los sectores de la alimentación y las manufacturas de ámbito catalán**, se potenciarán acciones como el estudio que se está realizando en Mercabarna para mejorar la disponibilidad de productos de proximidad y ecológicos en los mercados municipales, creando zonas de distribución específicas para estos productos, favoreciendo, así, la disponibilidad para los comerciantes minoristas.

También se ha dado apoyo a la redacción de una guía de restaurantes aptos para celíacos que está elaborando el Gremio de Restauración; y se trabaja en un estudio para identificar barreras normativas de entrada del producto de proximidad y el producto artesano alimenticio, para el 2016, orientado a la mejora en la venta directa y la manufactura y comercialización alimentaria en la ciudad.

Reorientación de la campaña de Navidad: un nuevo modelo con luces y actividades descentralizadas que refuercen el vínculo entre el ciudadano y el comercio de barrio

El nuevo Gobierno municipal apuesta por un modelo de promoción de la Navidad en el que se combinen los elementos de alumbrado con actividades de dinamización en la calle que

promuevan la vinculación con el comercio y otras entidades de barrio, para generar un vínculo entre ciudadanía y comercio que se extienda más allá del periodo navideño.

Este año ya se ha empezado a incorporar nuevas acciones en la campaña de Navidad, como la asignación de 160.000 euros a los diez distritos para potenciar estas actividades que vinculen comercio y ciudadanía, aparte de la tradicional iluminación de las calles, que está dotada con 850.000 euros articulados a través de subvenciones para el alumbrado navideño para los comerciantes.

En Navidad del 2015 ya podrá verse la plaza de Catalunya como uno de los escenarios principales de este cambio de modelo, donde este año se ubicará una muestra de comercio responsable, actividades para todos los públicos y otros elementos de atractivo comercial.

En el 2016 se empezará a trabajar conjuntamente con el sector comercial para reducir los gastos asociados al alumbrado y la reducción del consumo energético, a la vez que se trabajarán las propuestas de actividades para la campaña del próximo año.

El objetivo es distribuir mejor los recursos destinados a la campaña comercial de la Navidad, de manera que llegue a todos los barrios y evolucione progresivamente el modelo actual, basado casi exclusivamente en la instalación de alumbrado navideño. Este año, **las luces de Navidad se encenderán el 1 de diciembre**, con un acto de encendido que se está diseñando. Este nuevo calendario de encendido comportará un ahorro del 20 % en gasto energético y un mejor ajuste en el calendario festivo.

Proceso consultivo sobre la apertura de establecimientos comerciales en festivos en verano

Ayer, 8 de octubre, se inició un proceso consultivo sobre la apertura de establecimientos comerciales en festivos para el verano del 2016. La consulta recopilará opiniones de comerciantes y ciudadanía durante un mes, para debatir y buscar el máximo consenso de cara a final de año en la propuesta de calendario de apertura comercial para los meses de verano del año próximo. El objetivo es recoger de manera pública, transparente y estructurada la diversidad de opiniones, incorporando las voces de sector comercial, sindicatos, asociaciones de consumidores, asociaciones de vecinos y vecinas y ciudadanía en general.

Las aportaciones recibidas serán analizadas y presentadas en una jornada que se celebrará el mes de diciembre y a la que se invitará a los actores participantes en el proceso a debatir y reflexionar con el fin de articular una propuesta definitiva sobre si es necesario aumentar, reducir o mantener las zonas objeto de apertura en festivos durante el verano, cuál tiene que ser el periodo temporal en que se aplicaría y los horarios de apertura.

La encuesta, abierta hasta el 8 de noviembre, se puede responder en línea en las webs del Ayuntamiento de Barcelona y de la Dirección de Comercio y Consumo.

En paralelo, se están llevando a cabo tres estudios específicos mediante sistemas de encuesta y seguimiento que complementarán la información para el debate.



Las aportaciones recibidas y la información recogida serán analizadas y presentadas en una jornada que se celebrará el mes de diciembre y a la que se invitará a los actores participantes en el proceso a debatir y reflexionar con el fin de articular una propuesta definitiva sobre si es necesario aumentar, reducir o mantener las zonas objeto de apertura en festivos durante el verano, cuál tiene que ser el periodo temporal en que se aplicaría y los horarios

de apertura.

Conseguir una modernización del comercio integrando mejor la dimensión ambiental y la acción social de su actividad

Desde el Comisionado de Comercio, Consumo y Mercados se trabajará para consolidar un comercio sostenible que ponga el énfasis en la mejora energética, la reducción de la contaminación y la mejora de la gestión de los residuos y de la accesibilidad de los comercios. Todos estos puntos son aspectos claves para la modernización y la imagen del sector comercial barcelonés y pueden favorecer la vinculación entre los factores ambientales y económicos del pequeño y mediano comercio.

Este 2015 ya empezó el proyecto "Sants sin barreras", dotado con 100.000 euros, en colaboración con el Instituto Municipal de Personas con Discapacidad, la UPC y la Asociación de Comerciantes de Creu Coberta, para mejorar la accesibilidad en el pequeño comercio del distrito de Sants-Montjuïc. Los primeros resultados de esta colaboración se verán en el primer trimestre del 2016. También se ha avanzado en el diseño de una línea de subvenciones para la rehabilitación energética de los comercios dotada con 400.000 euros, que entrará en vigor a finales de año o principios del 2016.

Impulso de los mercados municipales

En el contexto del Plan Estratégico de Mercados de Barcelona 2015-2025, se continuará promoviendo la red de mercados municipales como un eje vertebrador del comercio de la ciudad. Para ello, la estrategia se basa en cuatro elementos: renovación, mantenimiento, integración en el tejido comercial y mercado verde.

Se prevé destinar más recursos a partir del año 2016 para el mantenimiento de los mercados que ya han sido renovados y reforzar la integración de estos equipamientos en los demás ejes comerciales y también en la vida social y cultural de los barrios.

También se prevé, a lo largo del mandato, la promoción del concepto de mercado verde a través de diferentes medidas para la mejora de la sostenibilidad.

Durante el 2015 ya se ha avanzado en la licitación de la última fase del Mercado de Sant Antoni y la preparación del proyecto por licitación del Mercado del Bon Pastor y el de la Vall d'Hebron, así como la previsión de proyectos para el Mercado de Sant Andreu y de la Abaceria. También se llevan a cabo más de cuarenta actividades en los mercados de Barcelona, incluyendo en los dos próximos meses, entre otros, la feria Mercado de Mercados (23-25 octubre), catas nocturnas y la participación de los mercados en las campañas de recogidas de alimentos, o la campaña "Bolsas verdes", para la promoción de la sustitución de las bolsas de plástico por bolsas reutilizables en catorce mercados (el Carmel, el Clot, Sant Martí, Sants, la Mercè, la Lliberat, Provençals, Sarrià, Sant Antoni, Santa Caterina, la Concepció, la Vall d'Hebron, Hostafrancs y la Marina).

Otras líneas de actuación municipal en materia de comercio y consumo

Modernizar las estructuras asociativas y de participación, mejorar los ámbitos de formación, establecer mecanismos efectivos de evaluación y diagnóstico de la situación del comercio de Barcelona y mejorar los aspectos normativos referentes al uso de la vía pública para la actividad comercial y las actividades multiespecíficas son otras líneas de actuación municipal que se llevarán a cabo.

En el ámbito de la formación, cabe destacar la labor realizada desde Barcelona Activa a través del programa formativo gratuito "Abierto al futuro", que ya llega a la tercera edición con más de 2.600 inscripciones, así como la formación específica dirigida a asociaciones y ejes comerciales, el asesoramiento a emprendedores y emprendedoras comerciales o las ayudas que ofrece Barcelona Activa para fomentar la contratación. En este mandato se buscará una mejor adaptación de los programas formativos a las diversas necesidades de los distritos.

En paralelo a las líneas de acción prioritarias, se tratará de evitar impactos externos debidos a la aparición o ampliación de grandes superficies comerciales. En este sentido se tomarán las medidas necesarias para tratar de evitar la construcción o ampliación de grandes superficies comerciales, como es el caso del Heron City y de La Maquinista, y reducir la proyección comercial prevista en la estación de la Sagrera.