# Projecte de desenvolupament comercial a l'Alt Empordà

**2017**

"Aquesta acció està subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local"

# ÍNDEX


1. Justificació 3
2. Objectius del projecte 4
3. Anàlisi de dades secundàries 5
   3.1. La comarca 5
   3.2. La població 6
   3.3. Les dades econòmiques 10
   3.4. Les comunicacions i el transport públic 12
   3.5. Les infraestructures i els serveis 14
   3.6. Els recursos patrimonials 17
4. L'oferta comercial 22
   4.1. La dotació comercial 22
   4.2. El mercat municipal de Roses 36
   4.3. El mercats no sedentaris 37
   4.4. La restauració 38
   4.5. El producte local 38
   4.6. L'associacionisme comercial 39
   4.7. Entrevistes amb els comerciants – Informació qualitativa 42
5. Anàlisi del tramat urbà 47
   5.1. Les zones comercials 47
   5.2. L'urbanisme comercial 50
   5.3. Els locals buits 58
   5.4. L'aparcament 62
   5.5. La senyalització comercial 67
   5.6. La imatge dels establiments comercials 73
6. La demanda comercial 76
   6.1. Diagnosi de la demanda comercial – Enquestes a residents 76
   6.2. Diagnosi de la demanda comercial – Enquestes a no resdents 82
7. Situació competitiva del comerç de l'Alt Empordà 89
   7.1. Anàlisi DAFO 89
   7.2. Anàlisi DAFO – Fortaleses 90
   7.3. Anàlisi DAFO – Debilitats 91
   7.4. Anàlisi DAFO – Oportunitats 92
   7.5. Anàlisi DAFO – Amenaces 93
   7.6. Figueres 94
   7.7. Roses 96
   7.8. Castelló d'Empúries 98
   7.9. L'Escala 99
   7.10. Vilafant 101
   7.11. Llançà 102
   7.12. La Jonquera 104
   7.13. Municipis Salines-Bassegoda 105

# ÍNDEX


8. El pla de dinamització comercial 106
8.1. El posicionament 106
8.2. Objectius 106
8.3. Línies estratègiques d'actuació 107
8.4. Accions d'àmbit comarcal a dur a terme 108
8.5. Figueres 111
8.6. Roses 111
8.7. Castelló d'Empúries 112
8.8. L'Escala 112
8.9. Vilafant 112
8.10. Llançà 113
8.11. La Jonquera 113
8.12. Municipis Salines-Bassegoda 114
9. Fonts d'informació 115
10. Formació i ocupació 116
10.1. Recopilació i anàlisi de la informació 116
a) Anàlisi dels perfils competencials dels demandants i de les persones aturades registrades a l'OTG 117
b) Anàlisi dels requisits de les empreses 122
10.2. Elaboració del mapa de l'ocupació 128
10.3. Oferta formativa del sector comerç de l'Alt Empordà 129
10.4. Diagnosi i conclusions 133
10.5. Definició de l'estratègia i elaboració del Pla d'Acció 137
a) Objectius estratègics i línies de treball 138
b) Recursos necessaris 143
c) Proposta de calendari 144
d) Control i seguiment 146
11. Annexos 147
11.1. Qüestionari enquesta residents 148
11.2. Qüestionari enquesta no residents 149
11.3. El mapa d'ocupació 150
11.4. El mètode Dacum 167

# 1. JUSTIFICACIÓ

L'Alt Empordà és una comarca de la província de Girona amb una població de 140.118 habitants a desembre de 2016. Aquesta població està repartida en 68 municipis.

El comerç té un pes important a l'Alt Empordà, en molts casos com a oferta complementària del sector turístic.

L'Ajuntament de Figueres ha volgut liderar un Pla d'acció de desenvolupament del sector comercial a la comarca i per això s'ha acollit a la convocatòria del SOC de programes de suport al desenvolupament local. A aquest projecte s'han sumat els ajuntaments de Llançà, Roses, l'Escala, Castelló d'Empúries, la Jonquera i Vilafant i també el Consorci Salines-Bassegoda, que aglutina un total de 17 municipis.

El projecte té dues vessants: d'una banda, l'elaboració d'un pla de dinamització comercial comarcal i, de l'altra, la creació del mapa d'ocupació del comerç a l'Alt Empordà.

# 2. OBJECTIUS DEL PROJECTE

## 2.1. Objectiu general

Obtenir la fotografia de la situació actual del sector comercial de l'Alt Empordà i presentar un pla d'actuacions per millorar la seva situació competitiva, posant èmfasi en les necessitats de qualificació de les persones que hi han de treballar i en les necessitats formatives associades.

## 2.2. Objectius específics

- Conèixer quantitativament i qualitativament l'oferta comercial dels municipis de l'Alt Empordà participants al projecte
- Avaluar la representativitat de les associacions de comerciants i la seva relació amb les administracions
- Identificar els fluxos de compra dels empordanesos
- Definir el posicionament comercial de l'Alt Empordà
- Establir línies estratègiques per dinamitzar l'activitat comercial
- Proposar actuacions per potenciar sinèrgies entre el comerç i altres sectors punters a la comarca
- Definir un pla de dinamització d'àmbit comarcal que reculli les especificitats de les diferents tipologies de municipis
- Valorar el potencial de generació de llocs de treball del sector comercial a la comarca
- Identificar i descriure els perfils professionals associats al sector comerç
- Determinar els processos formatius necessaris per preparar les persones del territori per respondre a la demanda del sector comercial

# 3. ANÀLISI DADES SECUNDÀRIES

## 3.1. LA COMARCA

L'Alt Empordà és una comarca de la província de Girona, constituïda per 68 municipis, amb capital a la ciutat de Figueres.

Limita al nord amb les comarques franceses del Vallespir i el Rosselló, amb el mar Mediterrani per l'est, amb la Garrotxa per l'oest i amb les comarques del Baix Empordà, el Gironès i el Pla de l'Estany pel sud.




Els municipis que participen en aquest estudi són: Agullana, Albanyà, Avinyonet de Puigventós, Biure d'Empordà, Boadella i les Escaules, Cabanelles, Castelló d'Empúries, Cistella, Darnius, Figueres, l'Escala, la Jonquera, Lladó, Llançà, Llers, Maçanet de Cabrenys, Navata, Pont de Molins, Roses, Sant Llorenç de la Muga, Terrades, la Vajol, Vilafant i Vilanant.

## 3.2. LA POBLACIÓ

Al desembre de 2016 vivien a l'Alt Empordà 140.118 habitants (Idescat).

Els municipis més poblats són:

| | |
|---|---|
| Figueres | 45.726 |
| Roses | 19.438 |
| Castelló d'Empúries | 10.784 |
| L'Escala | 10.400 |
| Vilafant | 5.466 |
| Llançà | 4.934 |
| La Jonquera | 3.231 |
| Cadaqués | 2.837 |
| Sant Pere Pescador | 2.134 |
| Peralada | 1.835 |

En aquests 10 municipis es concentren més del 76% dels habitants de la comarca. A Figueres, la capital, viu una tercera part de la població de l'Alt Empordà.

Els 17 municipis integrats al Consorci Salines-Bassegoda tenen una població de 9.742 habitants.

Els municipis que participen en aquest estudi aglutinen una població de 109.721 persones:

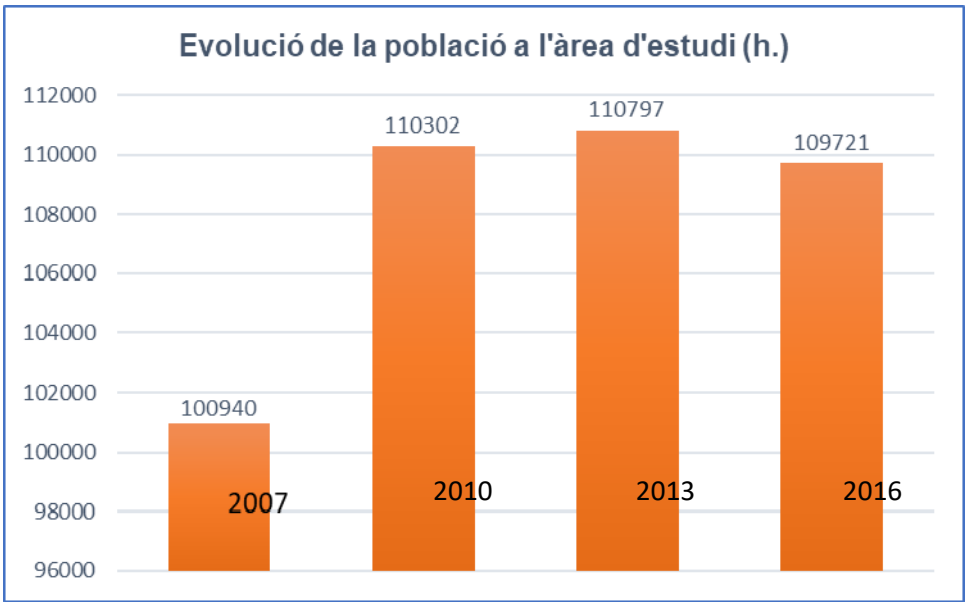
| | |
|---|---|
| Figueres | 45.726 |
| Roses | 19.438 |
| Castelló d'Empúries | 10.784 |
| L'Escala | 10.400 |
| Vilafant | 5.466 |
| Llançà | 4.934 |
| La Jonquera | 3.231 |
| Avinyonet de Puigventós | 1.587 |
| Navata | 1.329 |
| Llers | 1.210 |
| Agullana | 841 |
| Lladó | 752 |

| | |
|---|---|
| Maçanet de Cabrenys | 740 |
| Darnius | 550 |
| Pont de Molins | 517 |
| Vilanant | 405 |
| Cistella | 293 |
| Terrades | 285 |
| Boadella i les Escaules | 266 |
| Cabanelles | 257 |
| Sant Llorenç de la Muga | 247 |
| Biure d'Empordà | 233 |
| Albanyà | 147 |
| La Vajol | 83 |

L'evolució de la població als darrers anys en el conjunt d'aquests municipis ha estat la següent:

| **Municipi** | **Població 2007 (h.)** | **Població 2010 (h.)** | **Població 2013 (h.)** | **Població 2016 (h.)** |
|---|---|---|---|---|
| Agullana | 753 | 840 | 853 | 841 |
| Albanyà | 137 | 149 | 164 | 147 |
| Avinyonet de P. | 1.361 | 1.517 | 1.566 | 1.587 |
| Biure d'Empordà | 245 | 242 | 244 | 233 |
| Boadella | 228 | 255 | 248 | 266 |
| Cabanelles | 242 | 237 | 248 | 257 |
| Castelló d'E. | 10.629 | 12.220 | 11.910 | 10.784 |
| Cistella | 242 | 251 | 292 | 293 |
| Darnius | 537 | 529 | 551 | 550 |
| L'Escala | 9.330 | 10.387 | 10.513 | 10.400 |
| Figueres | 41.115 | 44.255 | 45.123 | 45.726 |
| La Jonquera | 3.075 | 3.106 | 3.135 | 3.231 |
| Lladó | 605 | 697 | 755 | 752 |
| Llançà | 4.862 | 5.214 | 5.018 | 4.934 |
| Llers | 1.144 | 1.172 | 1.229 | 1.210 |
| Maçanet de C. | 722 | 728 | 745 | 740 |
| Navata | 1.023 | 1.158 | 1.258 | 1.329 |
| Pont de Molins | 440 | 498 | 540 | 517 |
| Roses | 18.139 | 20.418 | 19.891 | 19.438 |
| St. Llorenç de la M | 215 | 222 | 256 | 247 |
| Terrades | 266 | 317 | 278 | 285 |
| La Vajol | 109 | 98 | 94 | 83 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Vilafant | 5.193 | 5.429 | 5.502 | 5.466 |
| Vilanant | 328 | 363 | 384 | 405 |
| TOTAL | 100.940 | 110.302 | 110.797 | 109.721 |




Són pocs els municipis que han mantingut un creixement sostingut els darrers 10 anys: Avinyonet de Puigventós, Boadella i les Escaules, Cabanelles, Cistella, Figueres, la Jonquera, Navata i Vilanant. En el trienni 2013-2016 s'ha invertit la tendència de creixement a pobles com Agullana, Albanyà, Biure d'Empordà, Darnius, l'Escala, Lladó, Llançà, Llers, Maçanet de Cabrenys, Pont de Molins, Sant Llorenç de la Muga o Vilafant.

En el conjunt de municipis de l'àrea d'estudi, després d'un increment de població entre 2007 i 2013, la tendència és de decreixement.

L'Alt Empordà presenta una estructura de població menys envellida que la mitjana de Catalunya, segons dades de l'any 2016. El percentatge de població menor de 14 anys és del 16,4%, 7 dècimes superior a la mitjana de Catalunya (15,7%). El percentatge de població de més de 65 anys és del 17,7%, 6 dècimes inferior a la mitjana catalana (18,3%).

| Edat | Nombre habitants Alt Empordà | % Alt Empordà | % Catalunya |
|---|---|---|---|
| 0-14 anys | 23.044 | 16,4 | 15,7 |
| 15-64 anys | 92.224 | 65.8 | 66,0 |
| 65-84 anys | 20.980 | 14,9 | 15,4 |
| +85 anys | 3.870 | 2,8 | 2,9 |
| TOTAL | 140.118 | 100,0 | 100,0 |

La distribució de la població per edats, en els municipis participants a l'estudi és:

| Edat | Figueres | Roses | Castelló d'Empúrie | L'Escala | Vilafant |
|---|---|---|---|---|---|
| 0-14 | 8.207 (17,95%) | 3.269 (13,52%) | 1.698 (15,75%) | 1.474 (14,17% | 913 (16,70%) |
| 15-64 | 30.708 (67,16% | 12.785 (64,26%) | 7.113 (65,96%) | 6.762 (65,02% | 3.662 (67%) |
| 65-84 | 5.605 (12,26%) | 2.992 (15,04%) | 1.729 (16,03%) | 1.886 (18,13% | 742 (13,57%) |
| +85 | 1.206 (2,64%) | 392 (1,97%) | 244 (2,26%) | 278 (2,67%) | 149 (2,73%) |
| Total | 45.726 | 19.896 | 10.784 | 10.400 | 5.466 |

| Edat | Llançà | La Jonquera | Municipis Salines-Bassegoda |
|---|---|---|---|
| 0-14 | 677 (13,26%) | 574 (17,77%) | 1.567 (16,08%) |
| 15-64 | 3.185 (62,39%) | 2.195 (67,94%) | 6.337 (65,05%) |
| 65-84 | 929 (18,20%) | 378 (11,70%) | 1.506 (15,46%) |
| +85 | 143 (2,8%) | 84 (2,6%) | 332 (3,41%) |
| Total | 4.934 | 3.231 | 9.742 |

Els municipis amb més percentatge de població envellida són Llançà, amb un 21% d'habitants majors de 65 anys i l'Escala amb un 20,80%, xifres superiors a la mitjana catalana, que és d'un 18,33%.

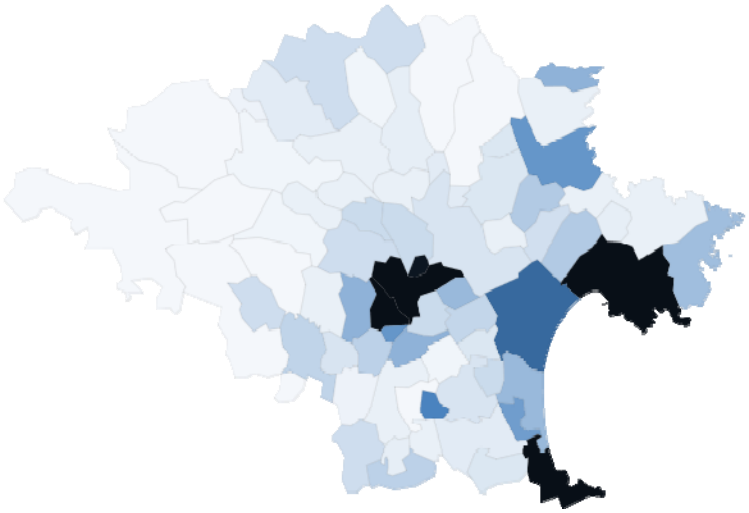
Es municipis amb menys població de 65 anys o més edat són La Jonquera (14,30%) i Figueres (14,90%).

D'altra banda, els municipis amb més percentatge de població entre 0 i 14 anys són Figueres (17,95%) i Vilafant (16,70%), percentatges que superen la mitjana de Catalunya, que és d'un 15,69%. Els municipis amb menys població d'aquesta franja d'edat són Llançà (13,26%) i Roses (13,52%).

Dels 140.118 habitants de l'Alt Empordà, 105.170 són de nacionalitat espanyola (75%) i 34.948 són estrangers (25%). Els municipis de l'àrea d'estudi amb més percentatge de població estrangera són Castelló d'Empúries (44,6%), la Jonquera (34%), l'Escala (32,22%) i Roses (30,91%).

L'Alt Empordà és una de les comarques amb menys densitat de població de Catalunya. La densitat de població (2016) és de 103,2 h./km2, per sota de la meitat de la mitjana catalana (234,3 h./km2). El municipi amb més densitat de població és Vilafant amb 653,8 h./km2, seguit de l'Escala am 637,6 h./km2. Els municipis amb menys densitat són Albanyà, amb 1,6 h./km2 i Cabanelles, amb 4,6 h./km2.

**Mapa de densitats de població a l'Alt Empordà**



## 3.3. LES DADES ECONÒMIQUES

EL PIB

El pes de cada sector en l'economia de l'Alt Empordà, segons dades del PIB comarcal (2014) de l'Anuari Econòmic Comarcal 2016 de BBVA Research és la següent:

- Sector primari 3,5%
- Construcció 8,8%
- Indústria 9,9%
- Serveis 77,7%

El sector amb més pes a la comarca és el sector serveis, que inclou també el comerç, amb un pes del 22,22% sobre el total de l'economia de la comarca.

El VAP de l'Alt Empordà (Valor Afegit Brut) va créixer un 2,9% el 2016, un registre per sota del creixement de Catalunya (3,4%). Aquest creixement ve donat pel creixement de l'activitat dels diferents sectors productius: primari (7,9%), indústria (4,8%), construcció (2,5%) i serveis (2,3%). El sector comercial, integrat dins dels serveis, només va créixer un 0,1%.
Segons dades de l'IDESCAT, el Producte Interior Brut (PIB) per habitant del 2014 era de 21.600 euros, inferior en un 22% al de Catalunya (27.800 euros/ habitant).

L'IRPF

La base imposable de l'Impost sobre la Renda de les Persones Físiques (IRPF) al 2015 al conjunt de l'Alt Empordà era de 18.797€, inferior a la mitjana catalana (22.337€).

LA RENDA FAMILIAR DISPONIBLE

La renda familiar disponible bruta per habitant, segons les darreres dades de l'IDESCAT (2014), era de 12.800 euros, inferior a la mitjana de Catalunya (16.500€).

L'OCUPACIÓ

A setembre de 2017, el nombre de persones afiliades a la Seguretat Social a la comarca era de 55.501 (dades Idescat).
Segons l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya, al desembre de 2016, l'afiliació a la Seguretat Social era de 50.884 persones, 7.687 de les quals, el 15,1% del total d'ocupats, ho eren al sector del comerç al detall.

L'ATUR

L'atur mig registrat l'any 2016 a l'Alt Empordà, segons l'Idescat, va ser de 8.724 persones, 6.059 de les quals (69,4%) eren aturades del sector de serveis. Al desembre de 2016, segons l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya, l'atur a la comarca era de 9.154 persones, 1.380 de les quals (el 15,1%) ho eren del sector del comerç al detall.

Al juny de 2017, segons dades de l'Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya, l'atur registrat a la comarca era de 6.796 persones, xifra que representa una taxa d'atur del 10,6%, inferior a la taxa d'atur registrada a Catalunya, que era de l'11,1%. La taxa d'atur registral més alta la tenien Cabanelles (19,39%), Sant Miquel de Fluvià (19,08%) i la Vajol (16,67%) i les més baixes, Vilamaniscle (2,53%), Siurana (3,08%), Cadaqués (3,19%) i Espolla (4,14%).
L'atur registral als municipis més grans participants en aquest projecte és el següent: Castelló d'Empúries (11,74%), l'Escala (8,40%), Figueres (13,93%), la Jonquera (11,11%), Llançà

(9,08%), Roses (9,58%) i Vilafant (8,73%).

*La taxa d'atur registral és la relació entre l'atur registrat i una aproximació a la població activa registrada

Cal destacar l'estacionalitat en l'ocupació del sector comerç, especialment en els municipis més turístics.

LA CONSTRUCCIÓ

Al 2016 es va iniciar a l'Alt Empordà la construcció de 275 habitatges.

EL PARC DE VEHICLES

Al 2015 el parc de vehicles era de 119.405, dels quals 23.814 corresponien a vehicles industrials. El nombre de vehicles per habitant era de 0,85, per sobre de la mitjana de Catalunya (0,67 vehicles/habitant).

### 3.4. LES COMUNICACIONS I EL TRANSPORT PÚBLIC

A la comarca hi ha una extensa xarxa de carreteres que enllaça els diferents municipis.
L'autopista AP7, que uneix Alacant amb la Jonquera, travessa la comarca de sud a nord.
La NII, que va de Barcelona a la Jonquera passa pel nucli urbà de Figueres.
La N260, que ve de Ripoll, travessa la comarca fins a la part nord de la costa i arriba fins a Portbou.
Des de Figueres, capital de la comarca, una xarxa de carreteres comarcals comunica amb diferents municipis: la C-252 va cap al sud, passant per Sant Pere Pescador, l'Escala i la Bisbal; la C-260 arriba fins a Roses, passant per Castelló d'Empúries.
Diferents carreteres locals comuniquen tots els nuclis de població de l'Alt Empordà.

A l'Alt Empordà hi ha un ventall de línies regulars d'autobus que permeten els desplaçaments per tota la comarca i la connexió amb les comarques properes, operades bàsicament per les empreses Teisa i Sarfa.



Estació d'autobusos de Roses

Els recorreguts que fan són:

- Figueres-Sant Pere Pescador-Viladamat-L'Escala-Palamós-Sant Feliu de Guíxols
- Port de la Selva-Llançà-Figueres-Roses-Cadaqués
- Figueres-Palau Saverdera-Castelló d'Empúries-Empuriabrava-Roses

- L'Escala-Verges-Flaçà-Celrà-Girona
- Figueres-Besalú-Olot
- Figueres-Vilafant-Navata-Esponellà-Banyoles
- Figueres-Vilafant-Avinyonet de Puigventós
- Figueres-Llers-Terrades-Sant Llorenç de la Muga-Albanyà

L'empresa de transports David i Manel ofereix el servei de bus entre Figueres i Maçanet de Cabrenys, passant per Pont de Molins, Boadella i les Escaules, Biure d'Empordà i Darnius, entre Figueres i els Límits, passant per Pont de Molins, la Jonquera, Agullana i Cantallops i entre la Jonquera i Cantallops.

El transport públic urbà de Figueres s'ofereix a través de l'empresa municipal Fisersa des de l'any 1998 i té una mitjana de 470.000 usuaris anuals. Consta de 4 línies de bus amb una flota de 8 busos que circulen amb una freqüència mitjana de 30 minuts.

El servei de bus urbà de Roses consta de 3 línies, les dues primeres de les quals només operen en temporada alta (de l'1 de juny al 30 de setembre): Línia 1E-Santa Margarida, Línia 2E-Canyelles, Línia 3H-Roses/Santa Margarida. La tercera és d'ús exclusiu en temporada baixa i funciona de 9 a 20 h.

Castelló d'Empúries també disposa d'un servei municipal de transport urbà, amb diferents línies i freqüències per facilitar la mobilitat entre els diferents nuclis de població del municipi. Hi ha una línia que només funciona durant la temporada d'estiu per afavorir la mobilitat dins la marina d'Empuriabrava.

A l'Escala, als mesos (del 15 de juny al 30 de setembre)  hi ha un servei de carrilet que uneix els diferents nuclis, des de Sant Martí d'Empúries fins a cala Montgó, amb una freqüència de pas cada hora

A Llançà, el servei de bus urbà funciona els mesos de juliol i agost i enllaça la Vila amb el port. El preu del trajecte és d'1€ i és gratuït per a menors de 10 anys i majors de 65.




Per l'Alt Empordà passen dues línies de Rodalies: la R11, que uneix Barcelona Sants amb Portbou, passant per Figueres i la RG1 que actua com a reforç de la R11 i uneix l'Hospitalet de Llobregat i Portbou.

També per Figueres passa una línia de llarga distància que uneix Barcelona amb diferents poblacions franceses i que ofereix el servei amb trens TGV i AVE que tenen parada a l'estació de Figueres-Vilafant.
Els municipis de l'àrea d'estudi que tenen estació de tren són Llançà, Vilafant i Figueres.



Estació de l'AVE a Vilafant




Estació de Llançà

A Castelló d'Empúries s'ubica l'aeròdrom d'Empuriabrava, que s'utilitza per a vols amb usos esportius, de fumigació i de recolzament contra incendis.

El port de Roses és una destinació de creuers. Per a l'any 2018 hi ha previstes 13 escales, amb un volum de 9.500 passatgers, que arribaran entre els mesos de maig i d'octubre. La majoria d'aquestes línies transporten turistes amb un alt poder adquisitiu.

## 3.5. LES INFRAESTRUCTURES I ELS SERVEIS

Els equipaments de la comarca es concentren als municipis més grans, que disposen d'equipaments esportius (pavellons, camps de futbol, piscines), culturals (biblioteques, centres cívics, sales d'actes) o assistencials (casals d'avis, residències geriàtriques).

Figueres, com a capital de l'Alt Empordà, disposa d'un ventall d'equipaments i serveis administratius d'àmbit comarcal: el Consell Comarcal, els jutjats, l'Administració Tributària, el Registre Civil, el Registre de la Propietat o el Col·legi d'Advocats.

Roses té un teatre multifuncional. Empuriabrava compta amb una escola municipal de vela.
Vilafant no disposa de biblioteca.

A Navata i Pont de Molins hi ha oferta de coworkings rurals. Agullana té habilitat un centre de dia.

L'oferta sociosanitària als municipis participants a l'estudi és la següent:

Tenen un Centre d'Atenció Primària (CAP): Castelló d'Empúries, l'Escala, la Jonquera, Figueres (3), Llançà, Roses i Vilafant.



CAP de la Jonquera

Disposen d'un consultori mèdic, obert alguns dies de la setmana: Agullana, Albanyà, Avinyonet de Puigventós, Biure d'Empordà, Boadella, les Escaules, Cabanelles, Empuriabrava, Cistella, Darnius, Lladó, Llers, Maçanet de Cabrenys, Navata, Pont de Molins, Sant Llorenç de la Muga, Terrades, la Vajol, Vilafant i Vilanant.
A Figueres s'ubica l'Hospital de Figueres i el Centre Sociosanitari Bernat Jaume.



Consultori mèdic d'Albanyà




CEIP Empúries de l'Escala

A l'Alt Empordà hi ha 65 centres públics d'educació infantil i primària, 14 centres públics d'educació secundària, batxillerat i formació professional, 4 centres privats-concertats d'educació primària i secundària, 1 centre públic d'educació especial i 29 escoles bressol autoritzades.

Els municipis de la zona d'estudi que pertanyen a una ZER (Zona Escolar Rural) són:
ZER les Salines: Maçanet de Cabrenys, Agullana, Biure, Boadella d'Empordà
ZER Empordà: Cistella, Pont de Molins i Vilanant (més Garrigàs)
Navata i Avinyonet de Puigventós, municipis que també pertanyen a la zona Salines Bassegoda disposen de CEIP.

Els cicles formatius que es poden cursar a la comarca es concentren a Figueres i Roses i són:

- De grau mitjà:
  Gestió administrativa – Figueres i Roses
  Equips electrònics i instal·lacions de telecomunicacions – Figueres
  Instal·lacions elèctriques i automàtiques – Figueres i Roses

Estètica i bellesa – Figueres
Perruqueria i estètica capil·lar – Figueres
Auxiliar d'infermeria – Figueres
Atenció sociosanitària – Figueres
Electromecànica de vehicles – Figueres
Conducció d'activitats físiques i esportives en el medi natural – Roses
Manteniment electromecànic – Figueres
Vela amb aparell fix – Roses
Cuina i gastronomia – Figueres
Forneria, pastisseria i confiteria – Figueres
Activitats comercials – Vilafant i Roses

- De grau superior:

Administració i finances – Figueres i Roses
Sistemes de telecomunicació i informàtics – Figueres
Desenvolupament d'aplicacions web – Figueres
Educació infantil – Figueres
Automoció – Figueres
Integració social - Figueres

Figueres disposa de diferents escoles de música. La Jonquera, Llançà, Castelló d'Empúries, l'Escala i Vilafant són els altres municipis de la zona d'estudi amb oferta d'escoles de música.

Segons dades de l'IDESCAT, al curs 2016-2017, la mobilitat obligada per raó d'estudi en ensenyaments no universitaris a l'Alt Empordà era del 22,6% sobre el total de 22.405 alumnes.

Els percentatges d'alumnes dels municipis participants al projecte que es desplacen per motius d'estudi són:

| | |
|---|---|
| Agullana | 37,9% |
| Albanyà | 100% |
| Avinyonet de Puigventós | 63,4% |
| Biure d'Empordà | 66,7% |
| Boadella i les Escaules | 36,1% |
| Cabanelles | 100% |
| Castelló d'Empúries | 19,3% |

| | |
|---|---|
| Cistella | 61,9% |
| Darnius | 54,5% |
| L'Escala | 14,8% |
| Figueres | 7,6% |
| La Jonquera | 12,6% |
| Lladó | 46,3% |
| Llançà | 14,1% |
| Llers | 56,8% |
| Maçanet de Cabrenys | 36,6% |
| Navata | 51,5% |
| Pont de Molins | 61,7% |
| Roses | 8,7% |
| Sant Llorenç de la Muga | 100% |
| Terrades | 100% |
| La Vajol | 100% |
| Vilafant | 23,4% |
| Vilanant | 54,7% |

Aquest desplaçaments amb motiu d'estudis els hem de tenir en compte perquè moltes vegades generen fluxos de compra a les poblacions de destí.

### 3.6. ELS RECURSOS PATRIMONIALS

L'Alt Empordà és una comarca rica en recursos naturals, històrics i culturals.

Tots els municipis de l'àrea d'estudi tenen importants actius singulars. En detallem els principals:

Figueres:



- El Teatre-Museu Dalí
- El Museu del Joguet de Catalunya
- El Museu de l'Empordà
- El Museu de la Tècnica de l'Empordà
- El Museu de l'Electricitat
- El castell de Sant Ferran, la fortalesa més gran d'Europa
- La Rambla
- Edificis modernistes com les cases Cusí, Puig-Soler, Sallersa, Mas Roger o

Escorxador

- Cases neoclassicistes
- L'església de Sant Pere
- El projecte de la Casa Natal de Salvador Dalí

Roses:

- La Ciutadella
- Elements megalítics
- El mirador del castell de la Trinitat
- El castrum visigòtic
- El refugi antiaeri
- La situació al mig dels parcs naturals del Cap de Creus, els Aiguamolls de l'Empordà i l'Albera

Castelló d'Empúries:



- La Basílica de Santa Maria
- El portal de la Gallarda
- El Museu d'Història Medieval cúria-presó
- L'Ecomuseu farinera
- La Casa Gran
- El Pont Vell
- El convent de Sant Agustí
- El convent de Santa Clara
- El call jueu
- El parc natural dels Aiguamolls de l'Empordà

L'Escala:




- Les ruïnes d'Empúries
- El Museu de l'anxova i de la sal
- L'Alfolí de la sal

Vilafant:

- Conjunt històric monumental de Palol Sabaldòria

Llançà:



- Elements de patrimoni cultural, des de dòlmens megalítics fins a restes significatives de l' arquitectura pre-romànica
- La torre romànica
- El Museu de l'Aquarel·la
- El refugi de la plaça de la República

La Jonquera:



- El Museu de l'exili
- El castell
- El Serrat de la plaça

Municipis del Salines-Bassegoda:

- L'Observatori astronòmic d'Albanyà
- Les gorgues d'Albanyà
- El santuari de la Mare de Déu del Mont
- La ruta de l'exili a la Vajol
- El pantà de Boadella a Darnius

A tots els municipis es celebren fires i festes que atrauen visitants. Les principals són:

Figueres:

- Fira Rambla – febrer i juliol/agost
- Firagri (bianual) – març
- Fira del Ram – març/abril
- Casa't l'Empordà - abril
- Fira de l'1 de maig – maig
- Fira del Vi Dolç – maig
- Fira de Sant Baldiri – maig
- Festa del Joguet – juny
- Tastets surrealistes – juny
- Justes del Rei Jaume – juny

- Festival Música Barri Vell – juliol/agost
- Fira tot per la música - setembre
- Festival Acústica – setembre
- Mostra del Vi de l'Empordà – setembre
- Fira Vo – octubre
- Fira del Pilar - octubre
- Fira Adoptàlia – octubre
- Fira Playmobil – octubre
- Fira Figueres Galàctica – novembre
- Black Friday – novembre
- Festa de la Pagesia – desembre

Roses:

- VIVID Festival del Vi DO Empordà – abril
- Fira de la rosa - maig
- Festival sons del Món – juny, juliol i agost
- Festival Drons'n Roses – juny

Castelló d'Empúries:

- Carnaval
- Fira del pa – maig
- Ruta de tapes – juny
- Festival Terra de Trobadors – setembre
- Ruta de l'Art – octubre

L'Escala:

- Fira del Triumvirat mediterrani – maig
- Jornades gastronòmiques de la sèpia – juny
- La Festa de la Sal - setembre
- La Festa de l'anxova i ruta de la tapa de l'anxova - octubre

Vilafant:

- Fira del Conill i l'Artesania - abril

Llançà:

- Fira de l'Abat – juliol

- Music & Wine – juliol
- Fira del Mar i de l'Escamarlà – agost

Municipis del Salines-Bassegoda:

- Festa de la Xuia d'Agullana – març
- Fira de la Mongeta de Sant Llorenç de la Muga – març
- Fira del brunyol i de la garnatxa de Darnius - abril
- Fira del pa a Cistella - maig
- Fira de la cirera a Terrades i Llers – juny
- Fira Bruixa a Llers – juny
- Ecofira de Navata – octubre

Itinerànnia, la xarxa de 2.500 km. de senders que recupera els camins històrics que unien els pobles, del Pirineu de Girona a la Costa Brava, té diferents rutes que passen pels municipis de l'àrea d'estudi de l'Alt Empordà. Una App permet al visitant, a partir de la geolocalització, consultar la xarxa de senders, els itineraris i els serveis turístics més propers del lloc on es troba ubicat.
També es poden fer multitud de rutes en bicicleta per aquestes zones de l'Alt Empordà: el camí natural de la Muga, la ruta dels Estanys, les rutes per Llançà o Roses o les del Salines Bassegoda.
Molts dels camins també són transitables a cavall.

Al pantà de Boadella a Darnius es practiquen diferents activitats nàutiques com piragüisme, caiac i wakeboard, així com pesca esportiva. Als municipis situats a la costa (Llançà, Roses i l'Escala) es poden practicar tot tipus d'activitats nàutiques: vela, surf, motos d'aigua...

En aquests municipis hi ha una àmplia oferta d'activitats de lleure: túnel del vent i centre de paracaigudisme a Empuriabrava o parc aquàtic de Roses.

# 4. L'OFERTA COMERCIAL

## 4.1. LA DOTACIÓ COMERCIAL

Segons el Cens d'establiments comercials elaborat pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda, en el conjunt de l'Alt Empordà hi ha una oferta de 2.626 establiments comercials. La superfície de venda dels establiments comercials de la comarca és de 439.763 m2, dada que suposa 3138,52 m2/1.000 habitants.

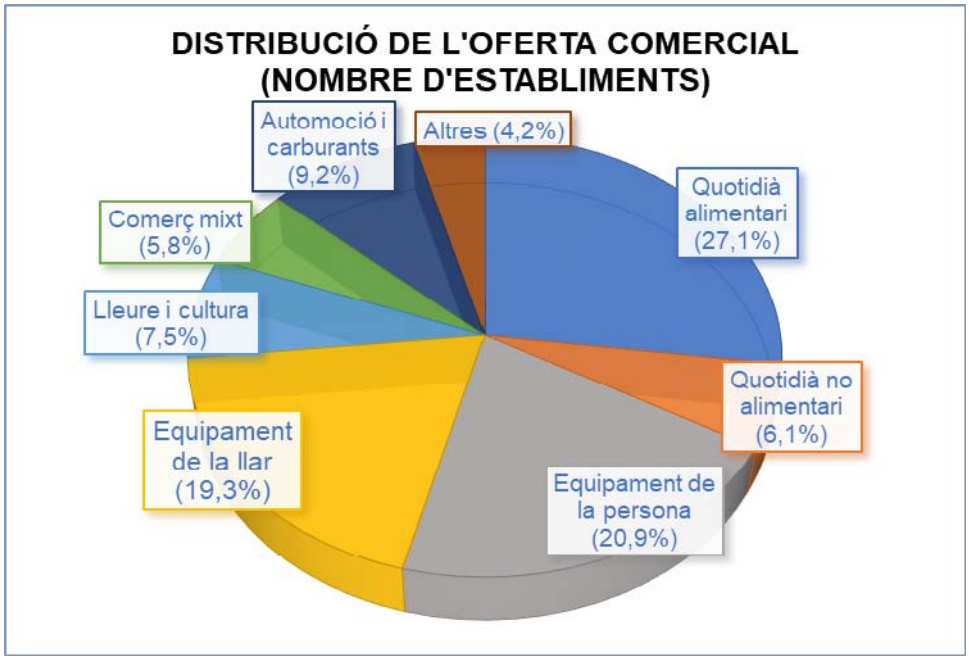
Si ens centrem només en els municipis inclosos en aquest estudi (Figueres, Llançà, Roses, l'Escala, la Jonquera, Vilafant, Agullana, Albanyà, Avinyonet de Puigventós, Biure d'Empordà, Boadella i les Escaules, Cabanelles, Cistella, Darnius, Lladó, Llers, Maçanet de Cabrenys, Navata, Pont de Molins, Sant Llorenç de la Muga, Terrades, Vilanant i la Vajol), l'oferta és de 2.204 establiments, amb una superfície de venda de 370.219 m2.

Per fer l'anàlisi del mix comercial, partim de la classificació de sectors comercials que en el seu dia es va establir al PTSEC (Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials):

- Quotidià alimentari: fruites i verdures, hortalisses, carns i derivats, pa, pastisseria, peixateria, tabacs, autoserveis...
- Quotidià no alimentari: medicaments, productes d'adrogueria i perfumeria, neteja, pintures
- Equipament de la llar: productes tèxtils, confeccions per a la llar, mobles, material i aparells elèctrics, electrodomèstics, plantes, animals petits...
- Equipament de la persona: peces de vestir, llenceria, merceria, calçat, articles de pell, joieria...
- Lleure i cultura: llibres i diaris, instruments musicals, joguines, òptica i ortopèdia, articles i roba d'esport...
- Automoció i carburants: concessionaris, combustibles, carburants, bicicletes i motos
- Comerç mixt: grans magatzems, hipermercats, basars, economats de consum...
- Altres: altres productes al detall no especificats, tota classe de maquinària, mobles d'oficina

La distribució de l'oferta comercial a l'àrea d'estudi és la següent:

| SECTOR | Nombre establiments | % |
|---|---|---|
| Quotidià alimentari | 597 | 27,0 |
| Quotidià no alimentari | 134 | 6,1 |
| Equipament de la llar | 425 | 19,3 |
| Equipament de la persona | 460 | 20,9 |
| Lleure i cultura | 165 | 7,5 |
| Automoció i carburants | 202 | 9,2 |
| Comerç mixt | 128 | 5,8 |
| Altres | 93 | 4,2 |
| **Total** | 2.204 | 100 |

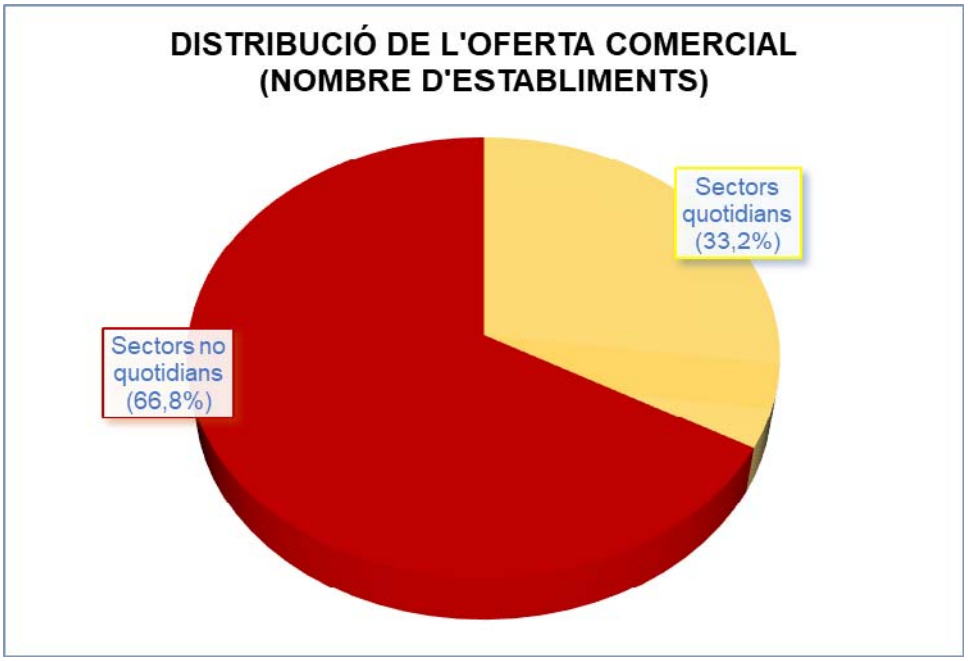



L'oferta comercial és completa en el conjunt dels municipis. La dotació comercial del conjunt és de 20,09 establiments/1.000 h, xifra superior a la mitjana de Catalunya, que és de 13,47 establiments per cada mil habitants i a la de l'Alt Empordà (18,74 establiments/1.000h.) Aquesta dada s'explica per les necessitats de l'elevada població de segona residència i dels turistes que visiten la comarca.

El subsector amb més presència als municipis en estudi a l'Alt Empordà és el de quotidià

alimentari (27,1% del total), seguit del de l'equipament de la persona (20,9%) i del d'equipament de la llar (19,3%).

Dominen els sectors de compra no quotidiana o atractivitat (persona, llar, lleure i cultura, automoció i carburants i mixt), que representen el 66,8% del total de l'oferta. Els sectors de compra quotidiana (alimentació, drogueria, perfumeria, productes farmacèutics...) són un 33,2% del total de l'oferta.




Aquesta distribució reflecteix que l'oferta comercial va més enllà de l'abastiment de la població resident que, tanmateix, busca destinacions de compra més enllà de la comarca.

L'oferta comercial als municipis participants en aquest projecte, segons dades del Cens d'Establiments Comercials del CCAM, és la següent:

| Municipi | h. | Establ. | Superfície venda (m2) | Densitat comercial (establ./1000h.) | Densitat comercial (m2/1.000h.) |
|---|---|---|---|---|---|
| Castelló d'Empúries | 10.784 | 224 | 42.803 | 20,77 | 3.969,12 |
| L'Escala | 10.400 | 215 | 29.879 | 20,67 | 2.872,98 |
| Figueres | 45.726 | 918 | 145.994 | 20,08 | 3.192,80 |
| La Jonquera | 3.231 | 261 | 82.259 | 80,78 | 25.459,30 |
| Llançà | 4.934 | 96 | 8.699 | 19,46 | 1.763,07 |
| Roses | 19.438 | 376 | 46.236 | 19,34 | 2.378,64 |
| Vilafant | 5.466 | 28 | 2.344 | 5,12 | 428,83 |
| SALINES-BASSEGODA: | | | | | |
| Agullana | 841 | 9 | 349 | 10,70 | 414,98 |
| Albanyà | 147 | 2 | 69 | 13,61 | 469,39 |
| Avinyonet de Puigventós | 1.587 | 10 | 1.871 | 6,30 | 1.178,95 |
| Biure d'Empordà | 233 | 4 | 1.020 | 17,17 | 4.377,68 |
| Boadella i les Escaules | 266 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Cabanelles | 257 | 2 | 96 | 7,78 | 373,54 |
| Cistella | 293 | 1 | 44 | 3,41 | 150,17 |
| Darnius | 550 | 4 | 173 | 7,27 | 314,55 |
| Lladó | 752 | 4 | 137 | 5,32 | 182,18 |
| Llers | 1.210 | 15 | 6.267 | 12,40 | 5.179,34 |
| Maçanet de Cabrenys | 740 | 14 | 563 | 18,92 | 760,81 |
| Navata | 1.329 | 7 | 405 | 5,27 | 304,74 |
| Pont de Molins | 517 | 8 | 894 | 15,47 | 1.729,21 |
| St. Llorenç de la Muga | 247 | 1 | 52 | 4,05 | 210,53 |
| Terrades | 285 | 2 | 21 | 7,02 | 73,68 |
| Vilanant | 405 | 1 | 38 | 2,47 | 93,83 |
| La Vajol | 83 | 2 | 6 | 24,10 | 72,29 |
| TOTAL | 109.721 | 2.204 | 370.219 | 20,09 | 3.374,19 |

La Jonquera és el municipi de Catalunya amb més dotació comercial (80,78 m2/1.000 h.) per la seva posició fronterera.

Els municipis més turístics, Castelló d'Empúries, l'Escala, Llançà, Roses, Figueres o Maçanet de Cabrenys, presenten unes densitats comercials altes, molt superiors a la mitjana catalana.

Vilafant té una baixa densitat comercial (5,12 establiments/1.000h.) per la seva proximitat amb Figueres.

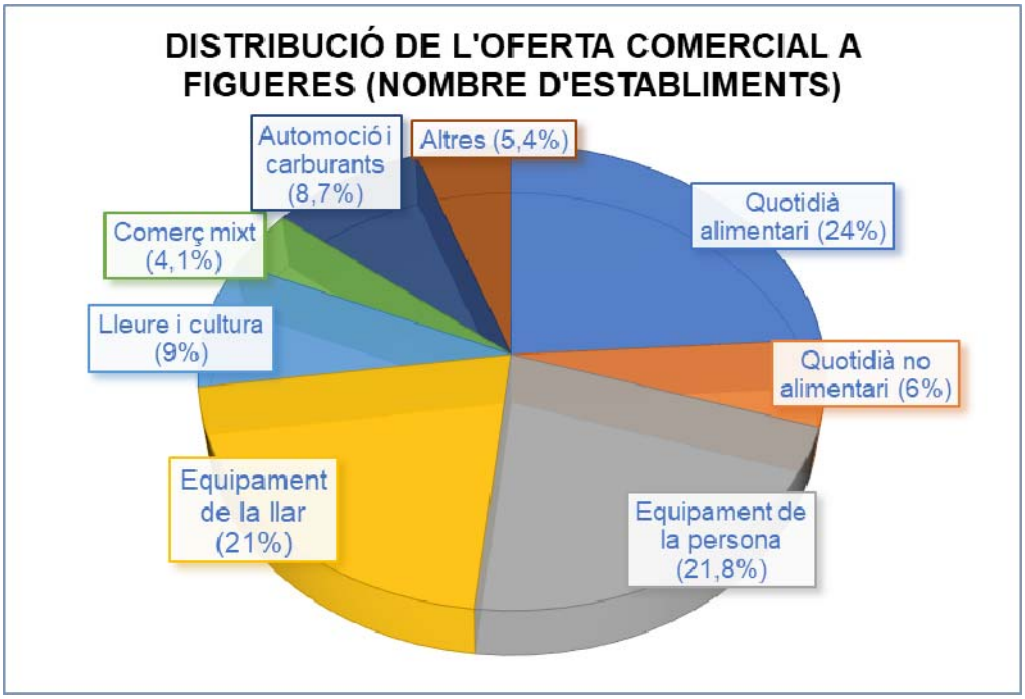
La densitat comercial de la majoria dels municipis que pertanyen al Consorci Salines-Bassegoda és inferior a la mitjana catalana.

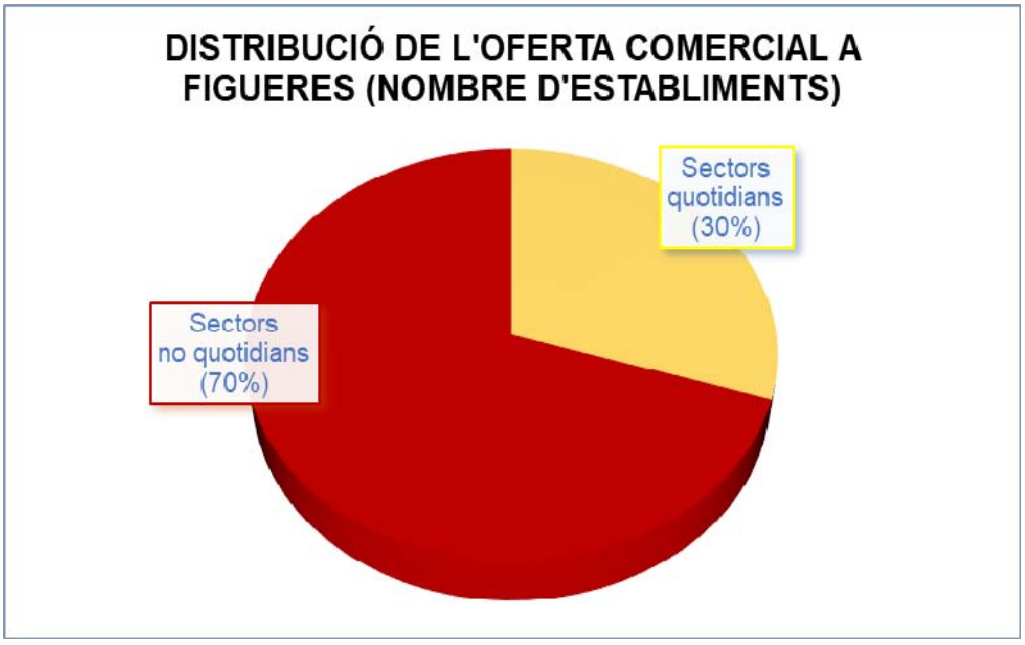
Boadella i les Escaules no té cap establiment comercial. Cistella, Sant Llorenç de la Muga i Vilanant  només disposen d'un comerç.

Els municipis de l'àrea d'estudi sumen una superfície comercial de 370.219 m2. El municipi de l'àrea d'estudi amb més densitat és també la Jonquera (25.459,30 m2/1.000h.). La densitat mitjana dels municipis de l'àrea d'estudi és de 3.374,19 m2/1.000 habitants, molt superior a la mitjana catalana, que és de 1.767,94 m2/1.000h.

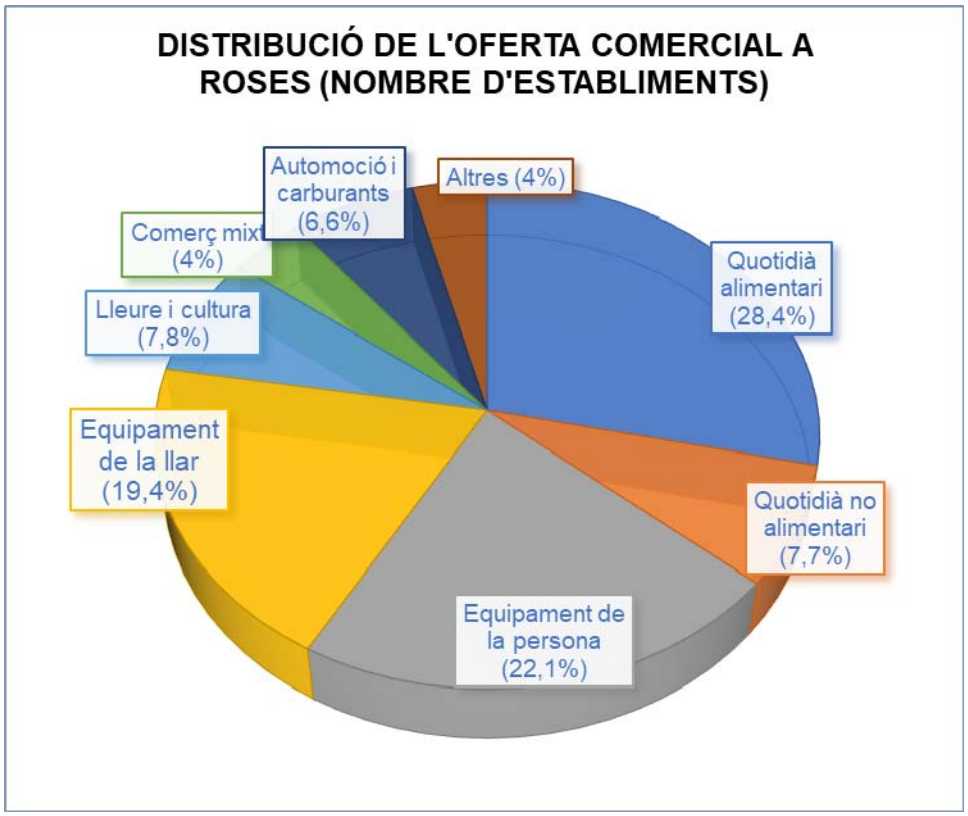
La distribució de l'oferta per sectors als municipis més grans és la següent:

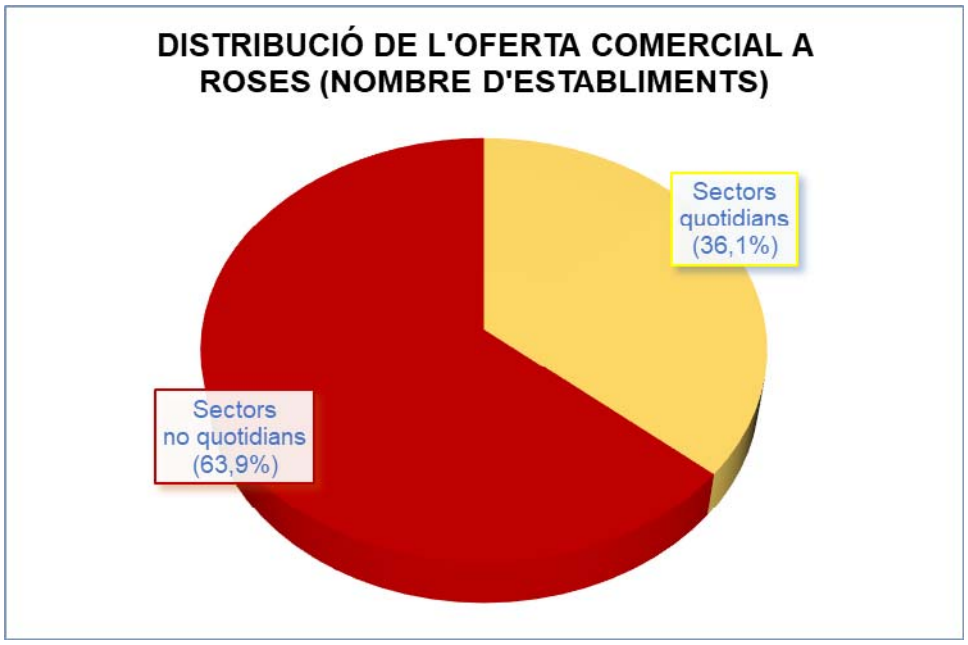
**FIGUERES**



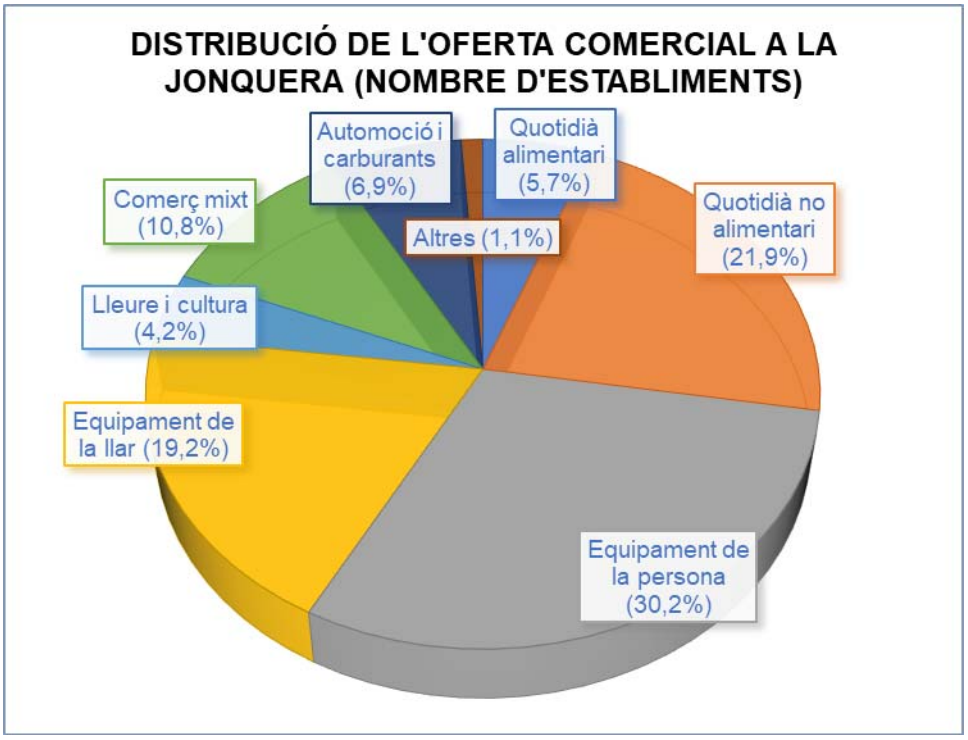



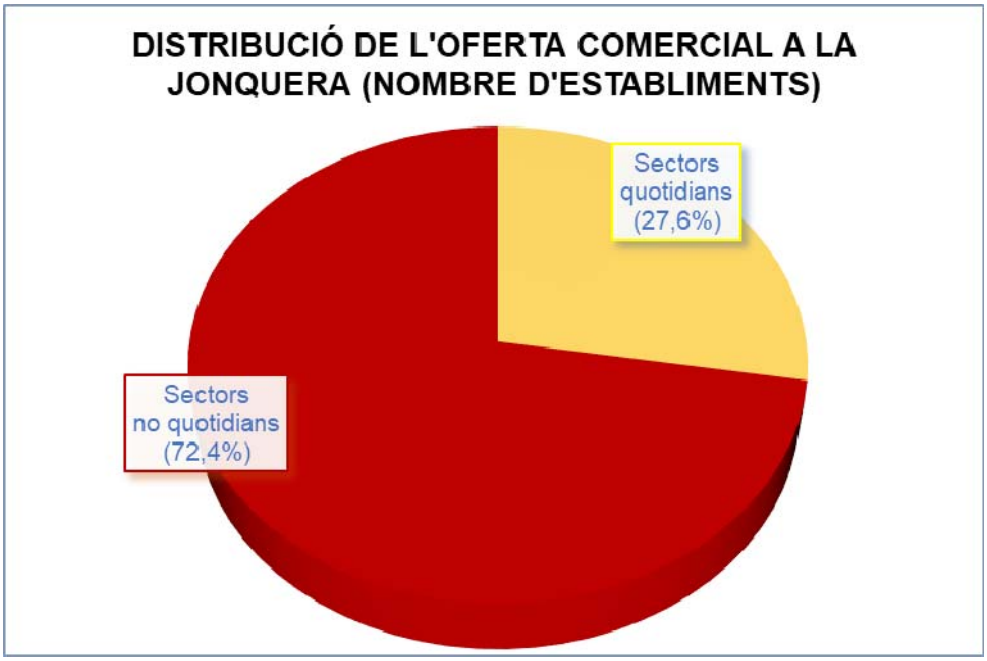
**ROSES**


DISTRIBUCIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL A ROSES (NOMBRE D'ESTABLIMENTS)
Automoció i carburants (6,6%)
Altres (4%)
Comerç mixt (4%)
Quotidià alimentari (28,4%)
Lleure i cultura (7,8%)
Equipament de la llar (19,4%)
Quotidià no alimentari (7,7%)
Equipament de la persona (22,1%)

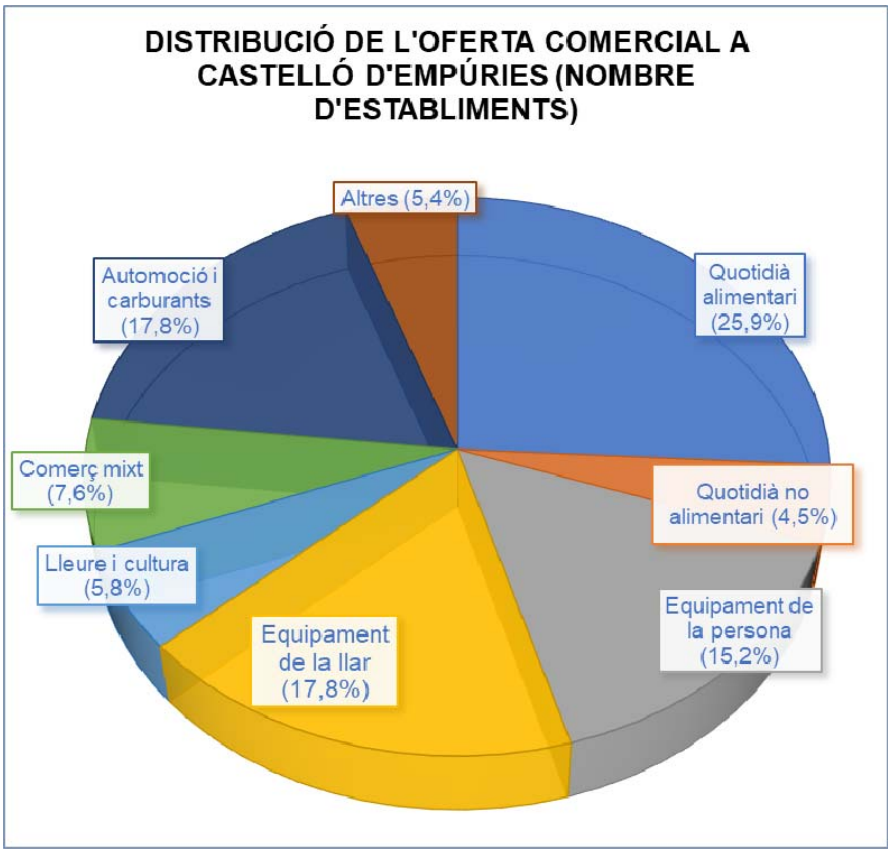

DISTRIBUCIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL A ROSES (NOMBRE D'ESTABLIMENTS)
Sectors quotidians (36,1%)
Sectors no quotidians (63,9%)

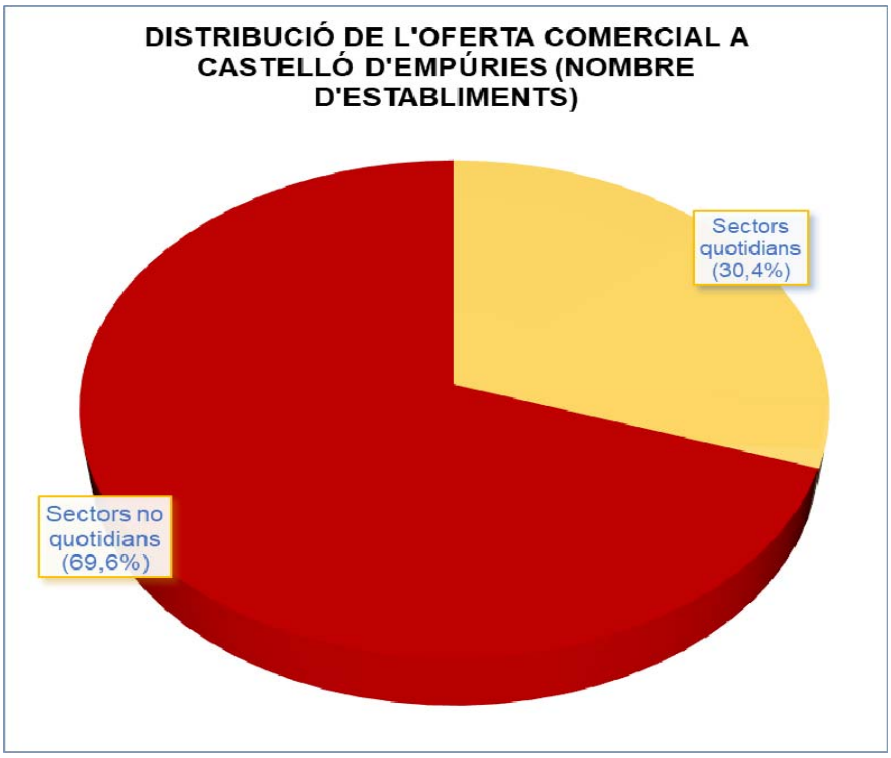
**LA JONQUERA**


DISTRIBUCIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL A LA JONQUERA (NOMBRE D'ESTABLIMENTS)
Automoció i carburants (6,9%)
Quotidià alimentari (5,7%)
Comerç mixt (10,8%)
Altres (1,1%)
Quotidià no alimentari (21,9%)
Lleure i cultura (4,2%)
Equipament de la llar (19,2%)
Equipament de la persona (30,2%)

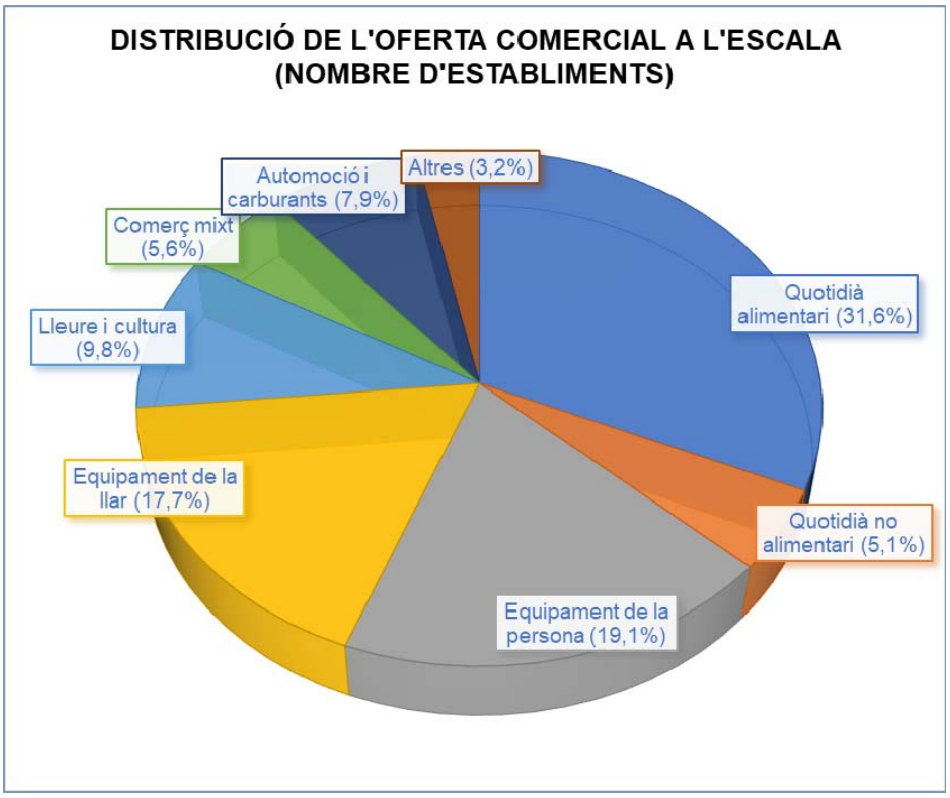

DISTRIBUCIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL A LA JONQUERA (NOMBRE D'ESTABLIMENTS)
Sectors quotidians (27,6%)
Sectors no quotidians (72,4%)

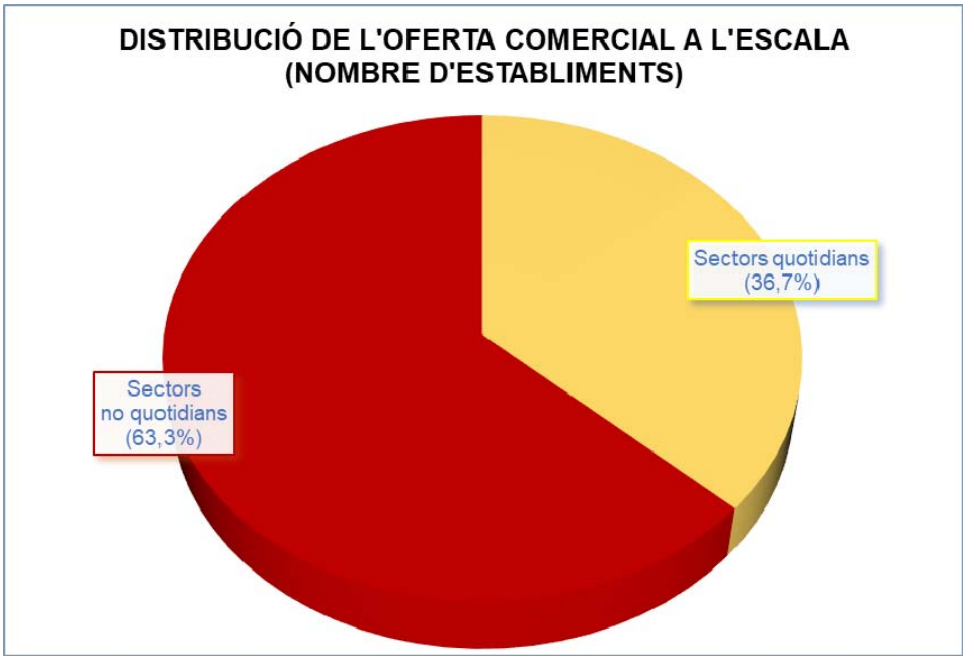
## CASTELLÓ D'EMPÚRIES



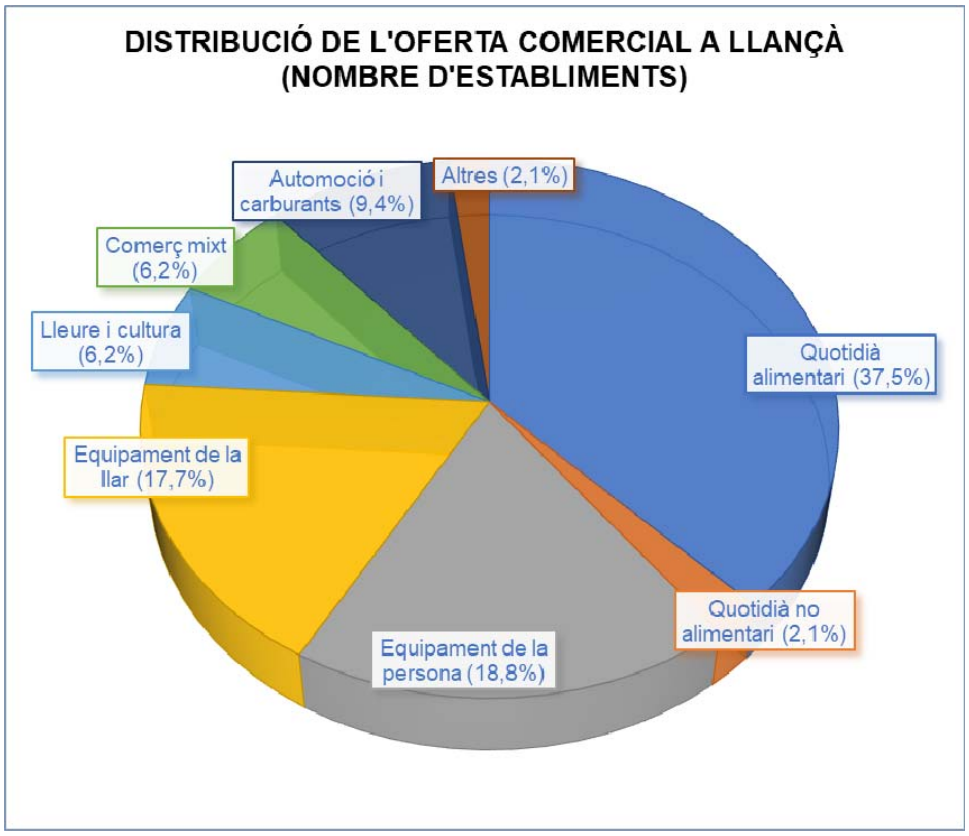



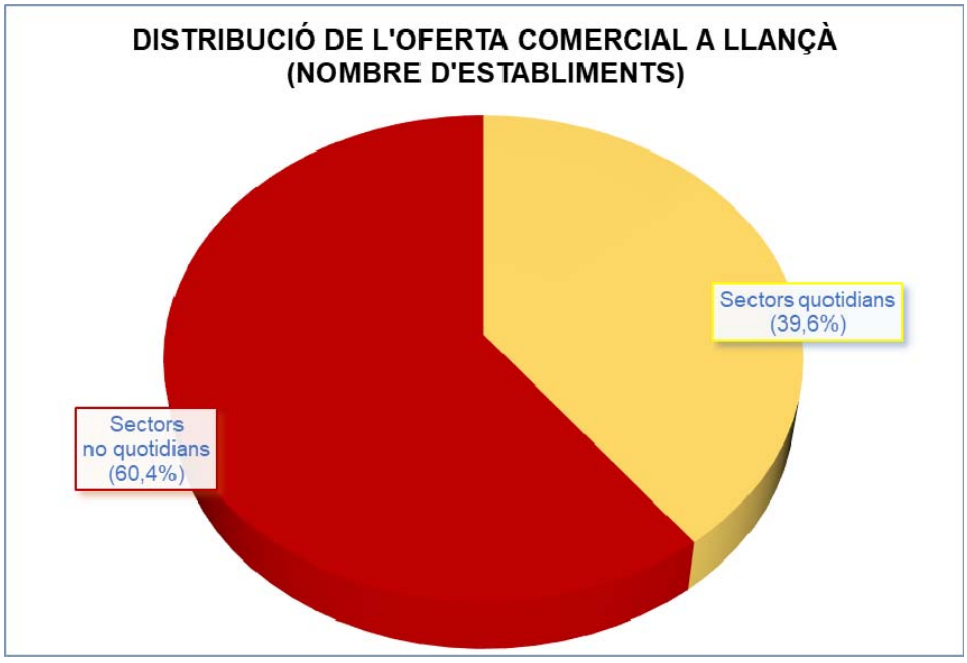
## L'ESCALA


DISTRIBUCIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL A L'ESCALA
(NOMBRE D'ESTABLIMENTS)
Altres (3,2%)
Automoció i carburants (7,9%)
Comerç mixt (5,6%)
Lleure i cultura (9,8%)
Quotidià alimentari (31,6%)
Equipament de la llar (17,7%)
Quotidià no alimentari (5,1%)
Equipament de la persona (19,1%)

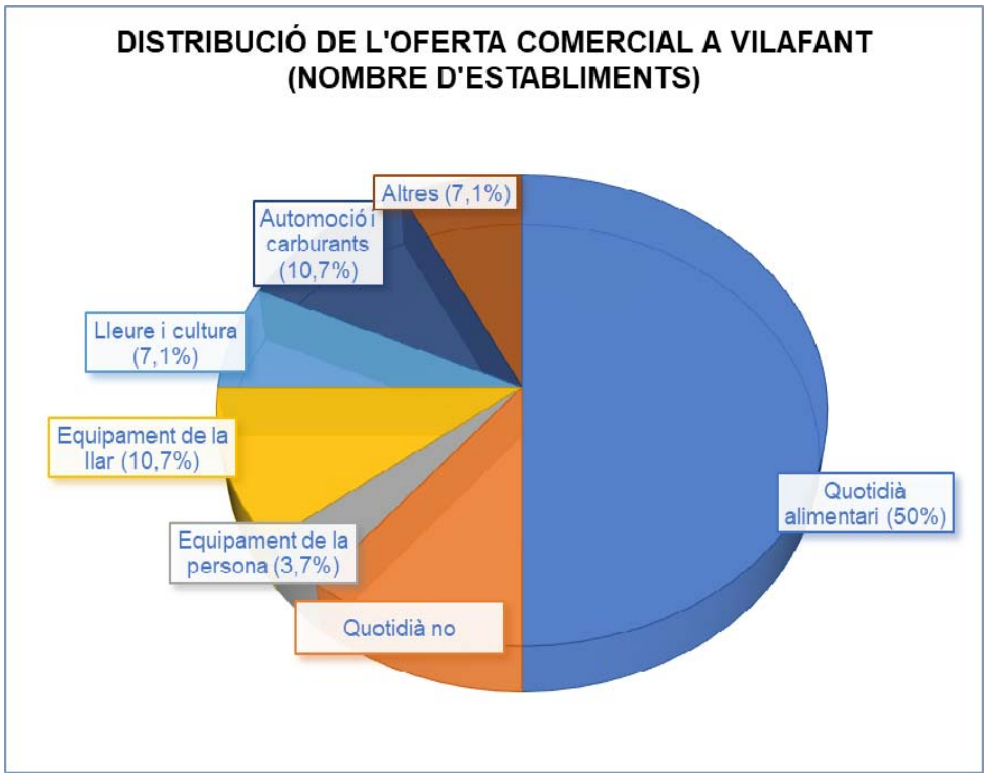

DISTRIBUCIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL A L'ESCALA
(NOMBRE D'ESTABLIMENTS)
Sectors quotidians (36,7%)
Sectors no quotidians (63,3%)

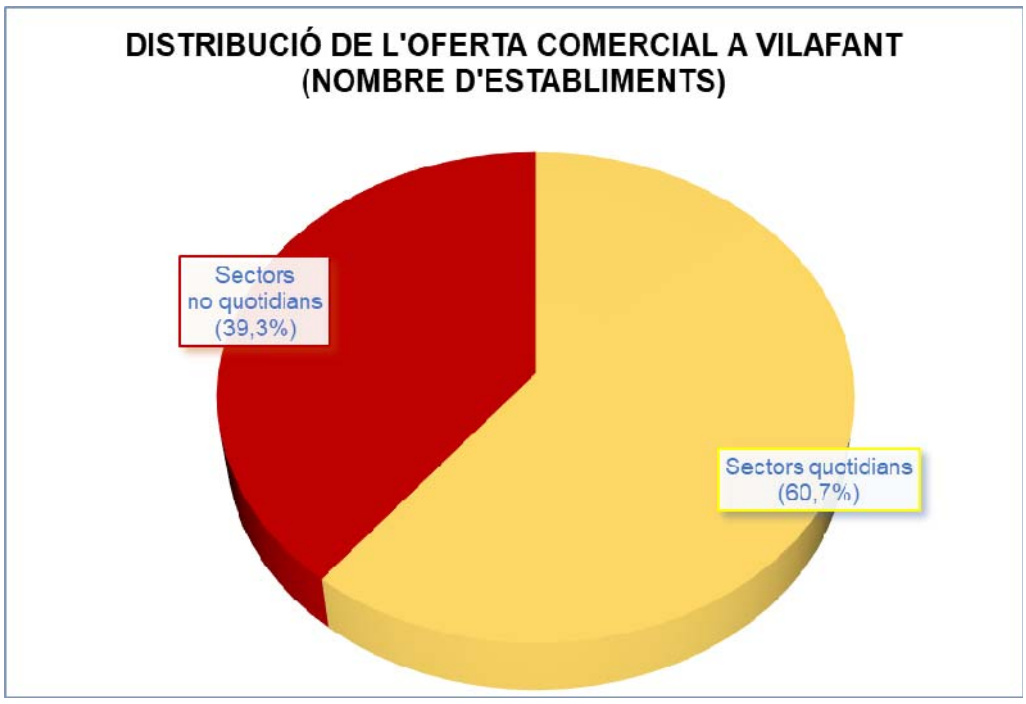
## LLANÇÀ


DISTRIBUCIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL A LLANÇÀ
(NOMBRE D'ESTABLIMENTS)
Automoció i carburants (9,4%)
Altres (2,1%)
Comerç mixt (6,2%)
Lleure i cultura (6,2%)
Quotidià alimentari (37,5%)
Equipament de la llar (17,7%)
Quotidià no alimentari (2,1%)
Equipament de la persona (18,8%)


DISTRIBUCIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL A LLANÇÀ
(NOMBRE D'ESTABLIMENTS)
Sectors quotidians (39,6%)
Sectors no quotidians (60,4%)

**VILAFANT**


DISTRIBUCIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL A VILAFANT
(NOMBRE D'ESTABLIMENTS)
Altres (7,1%)
Automoció i carburants (10,7%)
Lleure i cultura (7,1%)
Equipament de la llar (10,7%)
Equipament de la persona (3,7%)
Quotidià no
Quotidià alimentari (50%)


DISTRIBUCIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL A VILAFANT
(NOMBRE D'ESTABLIMENTS)
Sectors no quotidians (39,3%)
Sectors quotidians (60,7%)

Segons dades de l'Anuari de la Distribució Comercial a Catalunya editat per la Generalitat de Catalunya (2017), els establiments en règim d'autoservei que pertanyen a les 50 primeres grans empreses de distribució present als municipis participants en aquest projecte a l'Alt Empordà són:

| Municipi | Habitants | Nombre establiments | Superfície venda quotidià (m2) | Dotació (m2/1.000h.) |
|---|---|---|---|---|
| Castelló d'Empúries | 11.794 | 10 | 9.931 | 842,04 |
| L'Escala | 10.508 | 14 | 7.726 | 735,25 |
| Figueres | 45.262 | 22 | 19.713 | 435,53 |
| La Jonquera | 3.203 | 13 | 9.910 | 3.093,97 |
| Llançà | 5.105 | 13 | 6.373 | 1.248,38 |
| Roses | 11.701 | 22 | 19.438 | 1.661,22 |
| Municipis Salines-Bassegoda | 9.742 | 0 | 0 | 0 |
| Vilafant | 5.466 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 102.781 | 94 | 65.354 | 635,86 |

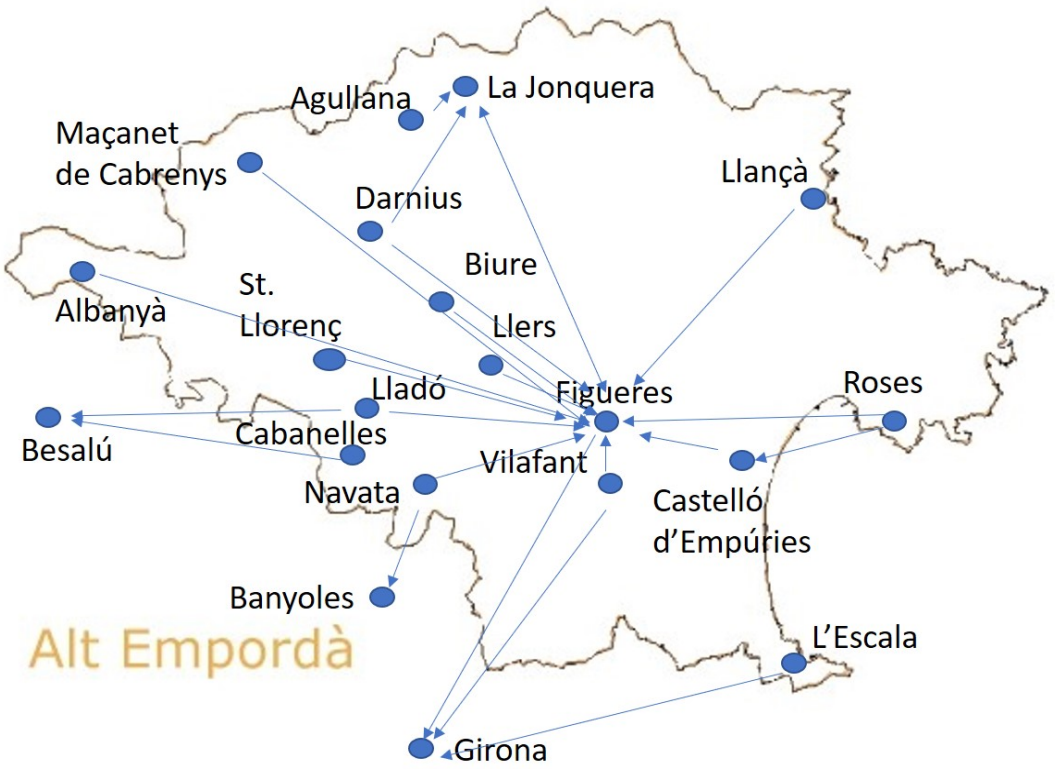
La dotació comercial del top 50 del sector quotidià en règim d'autoservei en tots aquests municipis (635,86 m2/1.000 h.) més que duplica la mitjana de Catalunya, que segons la Direcció General de Comerç de la Generalitat de Catalunya és de 302 m2/1.000 habitants. En el cas de la Jonquera, aquesta dotació multiplica per 10 la mitjana catalana.

Els establiments en règim d'autoservei abasteixen les necessitats dels habitants de l'Alt Empordà i també la dels visitants. La majoria de la despesa en quotidià alimentari es queda a la comarca.

La distribució de l'oferta comercial a la comarca per municipis i subsectors és la següent:

| | Quotidià alimentari | Quotidià no alimentari | Equipament llar | Equipament persona | Lleure i cultura | Automoció i carburants | Comerç mixt | Altres | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Agullana** | 6 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 9 |
| **Albanyà** | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| **Avinyonet** | | | | | | | | | 10 |
| **Biure** | | | | | | | | | 4 |
| **Boadella** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **Cabanelles** | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| **Castelló d'Empúries** | 58 | 10 | 40 | 34 | 13 | 40 | 17 | 12 | 224 |
| **Cistella** | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| **Darnius** | | | | | | | | | 4 |
| **L'Escala** | 68 | 11 | 38 | 41 | 21 | 17 | 12 | 7 | 215 |
| **Figueres** | 220 | 55 | 193 | 200 | 82 | 80 | 38 | 50 | 918 |
| **La Jonquera** | 57 | 15 | 50 | 79 | 11 | 18 | 28 | 3 | 261 |
| **Lladó** | | | | | | | | | 4 |
| **Llançà** | 36 | 2 | 18 | 17 | 6 | 9 | 6 | 2 | 96 |
| **Llers** | | | | | | | | | 15 |
| **Maçanet C.** | | | | | | | | | 14 |
| **Navata** | | | | | | | | | 7 |
| **Pont de M.** | | | | | | | | | 8 |
| **Roses** | 107 | 29 | 83 | 73 | 29 | 25 | 15 | 15 | 376 |
| **St. Llorenç** | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| **Terrades** | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| **Vilafant** | 16 | 4 | 5 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 | 28 |
| **Vilanant** | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| **La Vajol** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| **TOTAL** | | | | | | | | | **2.204** |

PRINCIPALS FLUXOS DE COMPRA A L'ALT EMPORDÀ




## 4.2. EL MERCAT MUNICIPAL DE ROSES

Roses és l'únic municipi de l'àrea d'estudi de l'Alt Empordà que disposa d'un mercat municipal sedentari. Al 2017 s'acaba la concessió i hi ha previst fer-ne una remodelació integral, ampliant la superfície de venda i amb la incorporació d'un supermercat que actuï com a locomotora i d'un aparcament soterrani d'unes 200 places. El mercat funciona tots els dies de la setmana, de dilluns a dissabtes en horari de matí i de tarda i els diumenges i festius fins a les 3 de la tarda.






## 4.3. ELS MERCATS NO SEDENTARIS

Dels pobles que pertanyen al Consorci Salines-Bassegoda, només Navata, Lladó i Maçanet de Cabrenys tenen mercat setmanal, amb molt poques parades. Navata i Lladó el celebren el dimarts i Maçanet de Cabrenys el dimecres.

El mercat de Vilafant se situa al nucli antic als dissabtes al matí, amb poques parades de fruita i de verdura.

Els mercats no sedentaris dels municipis més grans són un reclam per atraure visitants, especialment públic francès. Els dies que se celebren són:
Roses – diumenge, amb unes 180 parades
L'Escala – diumenge, amb 80 parades
La Jonquera – diumenge, a les escoles,amb parades de fruita i verdura i alguna de roba
Llançà – dimecres, a la Vila, 50/60 parades a l' hivern, 300 parades a l'estiu
Castelló d'Empúries – dimarts al centre del poble, màxim 8 parades, dissabtes a Empuriabrava, 260 parades a l'estiu
Figueres – mercat de fruita i verdura els dimarts, dijous i dissabtes, 62 parades, mercat de la roba dijous, 180 parades.
El mercat de la fruita i verdura es distribueix entre la plaça del Gra, on se situen els productors i la plaça Catalunya, on hi ha els revenedors.





El mercat de la roba s'extén pel passeig Nou, la plaça del Sol i la Riera Galligants. És un mercat sobredimensionat, amb una oferta de baixa qualitat i amb problemes de gestió amb les 3 entitats de marxants representatives.



## 4.4. LA RESTAURACIÓ

L'Alt Empordà en general i també els municipis de la comarca participants en aquest estudi disposen d'una bona oferta d'establiments de restauració, molts dels quals amb una reconeguda fama. El restaurant Els Brancs de Roses (dins l'hostal Vistabella), el restaurant Empòrium de Castelló d'Empúries i el restaurant Castell de Peralada tenen una estrella Michelin. El restaurant Miramar de Llançà en té dues.
L'Associació d'Empresaris d'Activitats d'Hostaleria de l'Alt Empordà agrupa uns 150 establiments dedicats a la restauració i a l'allotjament de la comarca.
La Cuina del vent és un grup gastronòmic integrat dins de l'Associació, format per professionals de diferents branques de l'hostaleria que creu en la gastronomia com a eina d'expressió i que organitza diferents activitats com els sopars maridats o participa en esdeveniments organitzats pel Patronat de Turisme Costa Brava.

## 4.5. EL PRODUCTE LOCAL

La marca de garantia Productes de l'Empordà és una marca de garantia atorgada al 2003 i gestionada pels consells comarcals de l'Alt i el Baix Empordà, amb el suport d'un col·lectiu de productors per tal de reconèixer els productes propis de la comarca i ajudar a la seva comercialització. Els productes adherits a la marca de garantia són l'arròs de pals, la botifarra dolça, la ceba de Figueres, els brunyols de l'Empordà, la poma de relleno de Vilabertran, el recuit i el recuit de drap i la gamba de Palamós.

La Denominació d'Origen Protegida Oli de l'Empordà assegura la qualitat de l'oli d'oliva que es produeix a l'Alt i al Baix Empordà i a alguns municipis del Pla de l'Estany i del Gironès.

La Denominació d'Origen Empordà és una denominació d'origen vinícola que abasta la zona de producció situada a l'extrem nordoriental de Catalunya i engloba 55 municipis de dues comarques: 35 de l'Alt Empordà i 30 del Baix Empordà. Els municipis de la ona d'estudi compresos a la DO són: Agullana, Avinyonet de Puigventós, Biure, Boadella i les Escaules, Cistella, Darnius, Figueres, La Jonquera, Llançà, Llers, Pont de Molins, Roses, Terrades, Vilafant i Vilanant.

Els municipis de costa promocionen diferents varietats de peix o marisc: a Llançà, l'escamarlà i a l'Escala, les anxoves.

Altres productes de proximitat que es troben a l'àrea d'estudi són: l'aigua de les Creus i la mel a Maçanet de Cabrenys, la fruita dolça a Terrades i Llers; el formatge i els bombons a Castelló d'Empúries o els ous ecològics a Sant Llorenç de la Muga.

A les oficines de turisme de la comarca no es ven producte local.

## 4.6. L'ASSOCIACIONISME COMERCIAL

Als municipis més grans de la zona d'estudi hi ha constituïdes diferents associacions de comerciants.

A Figueres, l'entitat representativa del sector comercial és Comerç Figueres, que es va fundar l'any 1999. Té uns 300 establiments associats, tant comerços com empreses de serveis. La quota d'associació és de 35,40€ mensuals (10€ les empreses de serveis).
L'Ajuntament de Figueres té delegat el programa de dinamització comercial de la ciutat a Comerç Figueres.
Comerç Figueres té oferta formativa pròpia.
Participa a esdeveniments de ciutat o propis (Casa't a l'Empordà, Fira Rambla, Tastets surrealistes…9. Té web i ofereix una carta de serveis als associats, amb descomptes i avantatges i el servei del manetes. Des de fa un temps, implementa la targeta de fidelització Empordà Card, a la qual també s'han acollit les associacions de Roses i de Llançà.
L'entitat pertany a la Fundació Comerç Ciutadà.

Darrerament estan sorgint petites associacions de carrer o de barri que han iniciat campanyes de dinamització comercial al seu àmbit d'actuació, com l'Associació de Comerciants de la plaça Catalunya, plaça de la Font Lluminosa i plaça del Gra o l'Associació de Comerciants Rambla Amunt.

L'Associació de Comerç de Roses (ACOR), actualment Roses comerç, es va fundar l'any 2001. A partir de l'any 2012 treballa conjuntament amb l'estació Nàutica Roses-Cap de Creus per dinamitzar els sectors comercial i turístic de la ciutat.

Els 96 associats actuals, de diferents tipologies, paguen una quota de 64,60€ trimestrals. A la Junta directiva hi ha representants del sector comercial, del sector serveis, d'hoteleria i de restauració. Tenen contractada una dinamitzadora comercial.

Algunes de les accions que impulsen són la targeta de fidelització Empordà Card, l'Hola estiu, els punts d'informació de temporada on es venen tiquets per a activitats nàutiques i es reparteix informació turística i comercial, la botiga al carrer, la campanya de Nadal i les campanyes a les xarxes socials. També subvencionen una part dels tiquets d'aparcament que compren els comerços associats.

Disposen de la web www.acoroses.com.

La Unió de Botiguers i Empresaris Turístics de l'Escala (UBET), amb més de 20 anys de trajectòria, té uns 160 associats que paguen una quota de 100€ anuals, a part de les derrames per participar en campanyes o accions concretes.

La Junta Directiva està formada actualment per 5 persones, representants del comerç, els serveis i la restauració i de diferents ubicacions del municipi.

L'Ajuntament de l'Escala fa una aportació econòmica anual a la UBET perquè organitzi accions de dinamització turística i cultural tant al nucli antic com a Riells.

Per incentivar les vendes organitzen campanyes promocionals amb sorteig de premis com viatges, telèfons mòbils o vals de compra. També programen accions d'animació infantil a l'estiu, desfilades de moda, la botiga al carrer o el cagatió.

L'associació té una web i una pàgina a la xarxa social facebook.

L'Associació de Comerciants de Llançà té associats uns 140 establiments del municipi de diferents tipologies, que paguen una quota anual de 60€. La Junta directiva de l'associació la componen 5 persones.

Treballen conjuntament amb l'Ajuntament de Llançà per impulsar el pla de dinamització del comerç del municipi, que rep el suport del Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Generalitat de Catalunya i organitzen fires que atraguin visitants com el Music & Wine o la Fira del Mar i de l'Escamarlà de Llançà. Han implantat també la targeta de fidelització Empordà Card i editen la guia dels establiments comercials i de serveis.

Les associacions que havien estat operatives a Castelló d'Empúries: Associació Tot comerç, ADECU, Associació comercial Alberes i l'Associació Comercial Vila de Castelló o s'han disolt o estan inactives.

A la Jonquera, s'està constituint una nova associació, anomenada Associació de Comerciants i Empresaris de la Jonquera que representaria els interessos dels establiments ubicats al voltant del carrer Major. De moment, la Junta constituent està formada per 4 empresaris. A banda, estan en funcionament l'Associació de Comerciants de la Zona Nord, que incorpora les empreses de comerç i d'hostaleria situades a l'entorn de la N-II i que té com a principal objectiu abordar temes relacionats amb les infraestructures i els espais comuns i l'Associació de comerciants del Pertús, que agrupa els comerciants d'aquesta zona.

A Vilafant, un grup de comerciants veuria amb bons ulls la constitució d'una associació de comerciants, que tindria el suport de l'Ajuntament.

Els comerços dels municipis de l'àmbit del Consorci Salines-Bassegoda no tenen constituïda cap associació de comerciants.

## 4.7. ENTREVISTES AMB ELS COMERCIANTS – INFORMACIÓ QUALITATIVA

En les entrevistes que l'equip d'Hidra ha mantingut amb comerciants de diferents sectors i de diferents municipis de l'Alt Empordà han sorgit diferents reflexions que cal tenir en compte:

FIGUERES:

- La circulació i l'aparcament són els principals problemes del comerç de Figueres
- Dels visitants del Museu Dalí només se n'aprofiten els comerços que estan a tocar
- Els aparcaments i els accessos no estan il·luminats
- La majoria de fires i festes que s'organitzen no porten més afluència als comerços, més aviat són dies de poca venda. Les que sí que repercuteixen són l'Acústica i la Mostra del Vi
- El Festival del Circ no tenia cap repercussió en el comerç
- A l'hivern, les tardes dels dies laborables són molt dolentes comercialment
- Les accions de Comerç Figueres no tenen repercussió en el comerç
- És una llàstima que la Fundació Dalí no permeti utilitzar més elements per promocionar la ciutat
- El centre de la ciutat està brut i deixat
- Els lloguers dels locals als principis eixos comercials estan sobrevalorats
- Les accions que organitza Comerç Figueres estan focalitzades en un espai reduït del centre de la ciutat
- Seria interessant, com a reclam, que la zona blava fos gratuïta el dissabte a la tarda
- Els clients dels pobles de l'entorn no entren a Figueres, es queden a les grans superfícies de la perifèria
- L'enllumenat del centre de la ciutat és molt pobre
- Amb el tall dels carrers del centre quan hi ha fires, es perden moltes vendes
- Els dissabtes a la tarda cada vegada hi ha menys clients al comerç del centre
- Els comerços de fora dels principals eixos comercials se senten abandonats tant per part de l'Ajuntament com de Comerç Figueres
- Des de Comerç Figueres no es fa el porta a porta amb els comerciants associats per conèixer les seves necessitats i informar-los de les accions
- El mercat del dijous atrau molta gent a la ciutat

ROSES:

- A Roses hi ha manca d'aparcament als mesos d'estiu
- Quan s'organitzen fires i festes, els vianants no entren a les botigues
- L'associació de comerciants haurien de fer més activitats per als comerciants
- L'Ajuntament de Roses no dona suport al comerç
- Els preus d'ocupació de la via pública són massa elevats i hi ha molt poca tolerància per part de l'Ajuntament
- El preu de lloguer dels locals comercials està sobredimensionat
- L'Ajuntament ha anat traient actius de la zona de la platja: casetes venda de tiques, escola de windsurf...
- A Roses no hi ha activitats per al jovent
- El client francès de segona residència és molt fidel als comerços de Roses
- El problema del top manta perjudica molt els comerciants locals
- Ha disminuït el poder adquisitiu dels turistes que visiten Roses
- El mercat artesanal s'hauria de suprimir, no aporta res, és car i perjudica el comerç local
- Falten WC públics
- A l'hivern els residents marxen a comprar a la Jonquera, Figueres i Girona
- El mercat només beneficia els establiments situats al seu entorn
- Hi ha molta rotació de botigues a Santa Margarida i cada vegada hi ha més locals tancats
- La implantació de la zona blava ha estat positiva per al comerç
- Als carrers que no estan a primera línia hi manca neteja
- A Santa Margarida falten oficines bancàries i els caixers, a l'època turística, estan moltes vegades sense diners
- A Santa Margarida no hi ha cobertura de telefonia mòbil

CASTELLÓ D'EMPÚRIES:

- La proliferació de locals buits dona un aspecte de degradació al poble
- Als comerços del centre del poble es veuen pocs turistes
- Els dimarts, dia de mercat al centre, es veu més moviment de gent
- Al centre han quedat molts habitatges buits o ocupats per immigrants
- La zona blava que funciona a l'estiu va bé
- L'associació de comerciants del nucli antic es va desfer perquè ningú volia estar al davant
- L'Ajuntament fa poca cosa pel comerç

- No s'aprofita el volum de gent que hi ha a Empuriabrava per atraure'l al poble de Castelló
- El Carnaval d'Empuriabrava atrau molt públic
- Els residents compren poc al municipi
- No es fan activitats de dinamització comercial a Empuriabrava, totes les animacions es fan a Castelló
- S'hauria de crear una associació de comerciants d'Empuriabrava i implicar els escolars del municipi en les accions

L'ESCALA:

- El mercat setmanal del diumenge porta gent de fora
- Cal desestacionalitzar i atraure turistes tot l'any
- A l'Escala no hi ha restaurants de molta qualitat
- De les accions organitzades per la UBET, els comerciants no se'n beneficien massa
- Tenen molts clients francesos de segona residència, que estan fidelitzats
- Les fires i festes que es fan a primera línia de mar perjudiquen les vendes dels comerços, noés benefiien alguns establiments de restauració
- Cal fer més activitats per incentivar el comerç, només es potencia la restauració
- Manca varietat de botigues que no siguin de temporada
- El fet que els horaris comercials no estiguin unificats perjudica les vendes
- Les zones peatonals han perjudicat els establiments que venen productes de pes o voluminosos
- La tarifa d'aparcament per a la gent que treballa, 1€/dia, està molt bé
- Els supermercats, situats a la perifèria, atrauen els consumidors locals, que ja no van al mig del poble
- Molts comerços s'han traslladar a la zona de l'avinguda Ave Maria perquè hi ha més aparcament, els lloguers són més baixos i els locals més grans
- Al poble hi ha molt poca oferta hotelera
- No hi ha trasbals de gent entre la zona de Riells i el nucli antic
- El Festival Portalblau porta actuacions de poca qualitat
- Les actuacions a la platja treuen els clients dels comerços de Riells a l'hora punta de venda
- El paviment del passeig de Riells està en molt mal estat de neteja
- La temporada turística cada vegada és més curta

VILAFANT:

- La Fira del conill és una bona iniciativa per promocionar el poble
- L'Ajuntament no posa les coses fàcils al comerç
- Al nucli antic falta aparcament i hi ha poca permisibilitat
- Seria positiu constituir una associació de comerciants
- Els diumenges, els comerços que obren, tenen clients de Figueres
- Falten zones de càrrega i descàrrega a les Forques

LLANÇÀ:

- El públic francès de segona residència és molt fidel
- Els residents fan les compres principals als supermercats de Figueres
- S'han fet molts estudis que no serveixen per res, perquè després no s'apliquen els resultats
- L'Ajuntament no aposta pel comerç local, els treballadors i els polítics no compren al poble
- La temporada turística es va escurçant cada any
- Quan es tanquen els aparcaments per esdeveniments com les curses o la Festa Major, hi ha una davallada de vendes
- Les fires s'haurien de programar quan no hi ha ponts o caps de setmana llargs, que la gent ja ve
- El poble està molt deixat, falten flors, que les terrasses dels bars siguin més amables, que els locals buits estiguin nets...
- A l'hivern, els restaurants tanquen el vespre i no atrauen clientela
- Les accions que programa l'associació de comerciants estan bé
- Els aparcaments gratuïts estan sempre plens, moltes vegades ocupats pels veïns o pels treballadors de bancs o de comerós
- A la zona del port hi ha massa trànsit de vehicles a l'estiu, que dificulta el passeig dels vianants
- El bus urbà ja no passa per dins del poble i s'han perdut visitants
- Les entitats del poble compren fora
- La imatge de l'entrada del municipi s'hauria d'amabilitzar
- A Llançà no hi ha oferta de lleure per a nens i per a joves

LA JONQUERA:

- Les botigues de persones immigrades serveixen per blanquejar diners i no aporten res al municipi

- El carrer Major ha perdut tota l'oferta de comerç tradicional i s'ha degradat completament la imatge
- Als parquímetres de la zona blava no es pot pagar amb targeta de crèdit
- Els visitants de l'outlet Gran Jonquera no arriben al poble
- S'hauria de promocionar més el Museu de l'Exili, que ja porta gent
- Els preus dels lloguers dels locals comercials són inabastables
- No hi ha una bona senyalització perquè els vehicles entrin dins el poble
- El comerç s'ha traslladar a la zona de la carretera nacional
- No hi ha cap permisivitat en l'aparcament, es multa molt
- La clientela dels comerços del centre de la Jonquera és d'edat avançada i immigrants
- Tenen clients dels pobles de l'entorn: Agullana, Sant Climent Sescebes, el Pertús, Darnius
- Els dies de fira els comerços treballen menys

SALINES-BASSEGODA:

- La gent dels pobles compra fora, bàsicament als supermercats de Figueres (i de la Jonquera els situats més al nord i Banyoles de la part sud)
- Les botigues del poble són les botiques del "descuit"
- La gent més jove o nouvinguda no compra res al poble
- A l'estiu hi ha més moviment de clients
- El cens dels pobles indica més gent de la que realment hi viu, n'hi ha que hi estan empadronats per alguns avantatges
- A l'hivern, molts dels pobles estan morts
- S'ha perdut segona residència
- Les botigues no tenen relleu generacional

# 5. ANÀLISI DEL TRAMAT URBÀ

## 5.1. LES ZONES COMERCIALS

Figueres és una ciutat amb una oferta comercial completa i diversa on coexisteixen diferents formats comercials.



El nucli antic és una zona amb gran atractivitat comercial, amb bona part dels carrers que són zona de vianants i amb presència d'ensenyes comercials (Zara, Mango, Pull&Bear…) que actuen com a locomotores i que tenen atractivitat més enllà dels residents.

A l'entorn d'aquesta zona de concentració comercial hi ha una àrea amb menor densitat comercial però amb un comerç atractiu (plaça Catalunya, un tram del carrer Nou, plaça de la Palmera)



A la zona de l'avinguda Salvador Dalí i Domènech-carrer Mare de Déu de Montserrat hi ha una concentració d'establiments comercials grans dedicats bàsicament a equipament de la llar.

Entorn la plaça Creu de la Mà i a tot el carrer Nou s'ubiquen també comerços que, per les seves característiques, donen servei més enllà dels residents a la zona, i conviuen amb empreses de serveis (autoescoles, assegurances, bugaderies…).

A l'eix avinguda Vilallonga-Vilatenim es concentren supermercats i superfícies comercials mitjanes i grans especialitzades de diferents sectors: bricolatge, esports, equipament de la llar, joguines… que tenen una oferta complementària a la del centre de Figueres.

El comerç situat en altres zones de la ciutat és bàsicament un comerç de barri que fa l'abastiment de les necessitats bàsiques dels residents.

Roses també presenta diferents zones comercials diferenciades:

L'eix comercial del nucli antic ha tingut històricament un comerç estacional que tancava a l'època d'hivern. Aquesta situació ha començat a revertir-se al carrer Pi i Sunyer, on s'han implantat franquícies de les marques de moda Mango i Desigual. Molts dels comerços d'aquesta àrea estan regentats per francesos i tenen un mix comercial adreçat al públic francès.





La segona zona comercial es concentra al voltant de la plaça de Llevant, l'avinguda Montserrat i l'avinguda Jaume I, amb els establiments oberts durant tot l'any i amb una oferta comercial per al client resident.

Un altre punt amb concentració comercial el trobem a l'entorn del Mercat Municipal (Gran Via Pau Casals, carrer Dr. Ferran), amb un comerç també obert tot l'any.



A la carretera de Besalú se situen els establiments que pertanyen a les principals cadenes de distribució de quotidià.

La darrera zona amb una certa densitat comercial és Santa Margarida, on gairebé tots els comerços que hi ha ubicats només obren durant la temporada turística, amb una oferta adreçada als visitants.

A Castelló d'Empúries, hi ha dues realitats comercials ben diferenciades, la del nucli antic i la d'Empuriabrava.



L'oferta comercial del nucli de Castelló d'Empúries l'integren un conjunt d'establiments amb una oferta molt bàsica per atendre principalment les necessitats dels residents.

A Empuriabrava els sectors que concentren l'atractivitat comercial són l'eix format per l'avinguda Jaume I i Sant Mori, el Sector Gran Reserva, el Sector Alberes Comercial i la zona del Pla de Roses-av. Tramuntana.



Segons el Cens de l'activitat econòmica i comercial d'Empuriabrava realitzat l'any 2016 per la Cambra de Comerç de Girona, el 62,6% dels establiments comercials d'Empuriabrava obren durant tot l'any, mentre que la resta només ho fan des de Setmana Santa fins a finals d'estiu.

L'Escala també té ben determinats els pols comercials d'atractivitat, que es reparteixen entre el nucli antic, amb un comerç majoritàriament obert tot l'any; la zona de Riells, amb una oferta comercial de temporada i adreçada bàsicament a la població turista o de segona residència; Montgó, amb uns pocs establiments amb mix comercial adreçat als turistes i la zona perifèrica de circumval·lació, on es concentra l'oferta de supermercats.









El municipi de Vilafant es divideix en 3 nuclis: el nucli antic, Enginyers i les Forques.
Al nucli antic predominen els comerços de sectors quotidians que donen resposta a les necessitats bàsiques dels residents.
L'oferta comercial de les Forques també està basada en el quotidià alimentari i, per la proximitat amb Figueres, atrau clients d'aquesta ciutat.

Camp dels Enginyers té continuïtat comercial amb Figueres. L'oferta comercial es concentra a la carretera N-260 i inclou establiments que pertanyen a sectors d'atractivitat.

Llançà també presenta la dicotomia entre el nucli antic i el port. La majoria de comerços situats a la zona de la vila estan oberts tot l'any, mentre que al port n'hi ha un alt percentatge que només estan oberts durant la temporada turística (de Setmana Santa a setembre), amb una oferta enfocada al sector turístic.





El comerç de la Jonquera també està distribuït en diferents zones comercials:

- El carrer Major, on es concentra el petit comerç del municipi
- La carretera nacional, on s'han desplaçat molts dels comerços que estaven al carrer Major
- Els polígons, on s'ubiquen les benzineres i els serveis als camioners
- El polígon Oliveres, on està situat l'outlet Gran Jonquera
- La zona del Pertús, amb oferta de producte adreçada al client francès

## 5.2. L'URBANISME COMERCIAL

L'amabilitat de l'espai comercial ve donada tant per la bona imatge dels establiments que s'hi ubiquen com per les actuacions d'urbanisme comercial que s'hi duen a terme. La mobilitat, els aparcaments, les zones de vianants, el mobiliari urbà o l'estat de neteja dels carrers són factors que fan guanyar o perdre atractivitat a un eix comercial.



Figueres és una ciutat amb una mobilitat en vehicle complicada a la zona centre. L'actual pla de mobilitat urbana es va aprovar al 2013 i preveia pacificar el trànsit al centre de la ciutat per donar prioritat als vianants amb la creació de dues rondes de circumval·lació, l'ampliació dels aparcaments dissuasius, que ja

s'ha anat fent i la reorganització del sentit de circulació de diferents carrers com el carrer Lausaca, el carrer Llers o el carrer Pep Ventura. L'Ajuntament preveu la creació d'una Comissió de Mobilitat per consensuar quin és el model de ciutat que es vol i quines polítiques s'han d'implementar per així definir un nou pla de mobilitat.



Els principals eixos comercials de Figueres presenten deficiències pel que fa a la neteja de la via pública, l'estat del paviment, la conservació del mobiliari urbà, la senyalització horitzontal o l'enllumenat.










Dins del Pla de Barris, hi ha prevista la reurbanització dels carrers Peralada, Jonquera, Ample i Barceloneta, convertint-los en vials de plataforma única i amb instal·lació de mobiliari urbà, arbrat, renovació de l'enllumenat…

A partir de les actuacions incloses dins del Pla de Barris, el nucli antic de Roses ha experimentat una transformació urbanística, amb l'adequació de tota la zona per als vianants, la pavimentació dels carrers a un sol nivell i l'eliminació de barreres arquitectòniques. La majoria són carrers estrets, però n'hi ha alguns de més amples com el Dr. Pi i Sunyer o la Rambla Riera Ginjoler.

En aquests carrers hi ha una gran ocupació de la via per part de terrasses de bars i restaurants i per exposició de productes dels establiments comercials.




La zona comercial compresa entre la plaça de Llevant, l'avinguda de Montserrat i l'avinguda Jaume I és una zona amb circulació viària i voreres força estretes.







A Santa Margarida, les vies són amples, amb una bona senyalització horitzontal.

Els elements d'urbanisme comercial de Roses (jardineres, papereres, bancs, fanals…) tenen una estètica que transmet una imatge de modernitat a les vies comercials i estan en un bon estat de conservació.







A Castelló d'Empúries es diferencien dues realitats urbanes: el nucli antic de Castelló d'Empúries i la marina d'Empuriabrava.

Bona part del nucli antic de Castelló d'Empúries està peatonalitzat, amb pavimentació de plataforma única per facilitar el passeig dels vianants.





Els elements de mobiliari urbà col·locats a carrers i places presenten, en general, bon aspecte, llevat d'alguna excepció.





Alguns establiments comercials ocupen la via pública amb producte de baixa qualitat i col·locat de manera desordenada.

Empuriabrava és una marina residencial construïda a l'entorn d'un entramat de 23 km. de canals navegables. Les principals vies són amples. Les zones amb més densitat comercial disposen de voreres adequades.




A l'Escala, el centre històric i la zona de Riells presenten un urbanisme comercial ben diferenciat.

El centre històric ha tingut una gran transformació a l'àmbit comprès a la zona delimitada per la plaça de l'Ajuntament, l'avinguda Ave Maria i la façana litoral a partir de les ajudes de la setena convocatòria de la Llei de Barris. Entre els projectes executats hi ha la unificació de les places de l'Església i de l'Ajuntament i la reurbanització de carrers com a zona de vianants. També s'ha actuat al front marítim del nucli antic, que ha passat a ser zona de vianants, s'ha unificat el paviment i s'ha eliminat l'aparcament de la Riba per crear un gran espai d'ús públic pensat per a vianants i banyistes.





Tota aquesta zona té una bona dotació d'elements de mobiliari urbà que amabilitzen l'espai.



En canvi, els carrers més secundaris del nucli antic quant a oferta comercial, presenten més mancances: voreres estretes amb trànsit rodat, mal estat del paviment, mal estat de conservació de la pintura dels elements de mobiliari urbà…





La zona comercial de Riells oberta al trànsit té voreres no massa amples i amb pocs elements de mobiliari urbà. El passeig de vianants de Riells té un paviment ple de taques i deficient neteja de papereres en dates punta.





A les dues zones comercials de Llançà (la Vila i el port) hi ha diferències pel que fa a urbanisme comercial.

A la zona de la Vila, hi ha limitació del trànsit rodat als carrers Rafael Estela, Pilota, Salmeron i plaça Major per Setmana Santa i a l'estiu (del 15 de juny al 15 de setembre), cada dia de 15 a 24 h; la resta de l'any, caps de setmana i festius de 16 a 22 h.






Plaça Major i carrer Rafael Estela



Altres vies del nucli antic amb presència d'establiments comercials, com el carrer Gardissó, no són tan amables comercialment parlant perquè tenen voreres estretes, trànsit rodat de doble sentit i presència de locals buits.





A la zona del port, les voreres són més amples, hi ha arbrat i elements de mobiliari urbà com jardineres, papereres o bancs.

El carrer Castellar, que acaba a la plaça del Port, és un carrer de plataforma única, que presenta un gran volum de trànsit, especialment a l'estiu (camions de peix, transport de barques al Club Nàutic…)



En alguns punts de Llançà es detecten algunes deficiències en l'estat de neteja i de conservació dels elements de mobiliari urbà: mal estat de la pintura de pilones, deixalles fora dels contenidors, manca d'ornamentacions florals…







El comerç de la Jonquera està centralitzat entre el carrer Major i la carretera Nacional.

Actualment el carrer Major està patint una forta desertització comercial que, sumada al mal estat del paviment en els diferents trams, a la deficient neteja, a l'ocupació de voreres per terrasses de bars o a la mala conservació d'elements de mobiliari urbà ofereix una imatge de degradació que no convida a la compra.













Un estudi encarregat per l'Ajuntament de la Jonquera l'any 2016 per tal de recuperar la vitalitat del carrer Major i del centre històric, preveia una bateria d'actuacions per dinamitzar el teixit comercial del carrer Major i per posar en valor el patrimoni d'aquest àmbit. Al 2018 es faran un seguit d'actuacions al carrer Major, des del CAP fins a la plaça Àrias Comellas: millora del paviment, renovació del mobiliari urbà i de la il·luminació i millora de la xarxa de clavegueram. Aquestes actuacions suposen la supressió de l'aparcament i la conversió d'aquesta zona en zona de prioritat per a vianants. També s'aprofitarà per passar el cablejat de la fibra òptica i per a la instal·lació de càmeres de seguretat. Paral·lelament hi ha previst fer una ordenança que reguli tots els aspectes relacionats amb la via pública: façanes, rotulació, senyalització…

Els sectors comercials situats al costat de la NII donen servei bàsicament al client francès que busca preu en productes com el tabac, l'alcohol o els articles de perfumeria i que prioritza la facilitat d'aparcament. Aquí hi ha poca presència d'elements d'urbanisme comercial com bancs o jardineres. Alguns dels polígons presenten un aspecte molt deteriorat.




La qualitat dels habitatges i, per tant, de les façanes dels edificis situats a les zones amb presència comercial pot augmentar o disminuir-ne l'atractiu. Als municipis de l'àrea d'estudi hi ha façanes que desmereixen la imatge del conjunt.



Façanes en mal estat a Figueres, Roses, Castelló d'Empúries, l'Escala, la Jonquera i Llançà

A Figueres, l'Ajuntament ha aprovat al març del 2017 una línia de subvencions per rehabilitar façanes i instal·lar ascensors en l'àmbit del centre històric. Posteriorment, s'ha obert una altra línia per finançar la reparació de cobertes i la millora d'instal·lacions comunes i d'eficiència energètica.

A Roses, la campanya "Roses posa't guapa" ha destinat 173.000 € a la millora del paisatge urbà entre els anys 2013 i 2017. Les subvencions han anat destinades a la rehabilitació i millora exteriors d'immobles de la vila: els unifamiliars, amb una antiguitat superior a 10 anys i situats dins el casc antic o els eixamples i tots els plurifamiliars.

L'Ajuntament de Castelló d'Empúries també ha reactivat al 2017 l'ordenança reguladora de les subvencions i ajuts a rehabilitació de façanes. Les que poden ser objecte de subvenció són les d'edificis inclosos en el Pla Especial de protecció del centre històric amb una antiguitat mínima de 20 anys i les de la resta del municipi amb una antiguitat mínima de 40 anys.

I l'Ajuntament de l'Escala ha obert l'abril del 2017 el termini per poder presentar peticions de subvenció per a la rehabilitació de façanes del nucli antic. En aquesta primera convocatòria les obres subvencionables són les que estan situades al nucli antic entre el carrer Enric Serra, el carrer Ave Maria i el mar.

A Llançà, l'Ajuntament té oberta una línia de subvencions per a les obres de rehabilitació, reforma, pintura i manteniment de façanes en tot el terme municipal, amb una antiguitat mínima de 10 anys.

### 5.3. ELS LOCALS BUITS

Als municipis amb més concentració comercial de l'àrea d'estudi hi ha un creixement del nombre de locals buits, que ve donat per diferents factors: la manca de relleu generacional als negocis, el preu dels lloguers, el creixement de la superfície comercial a les ciutats més grans, l'increment de compres a internet o el canvi d'hàbits de la població.

A Figueres, els locals buits es concentren en els carrers que han anat perdent pes comercial, si bé també en trobem a vies com la Rambla, el carrer Monturiol o el carrer Caamaño. L'any 2016 es va fer un cens dels locals buits del municipi.

L'any 2017 l'Ajuntament de Figueres ha obert una línia de subvencions per a l'obertura de nous establiments en carrers no comercials del centre històric (fins a 21.000€ per establiment) o per a la rehabilitació d'establiments ja existents (fins a 7.000€ per establiment) per tal de fomentar el comerç de proximitat en aquesta àrea. Els ajuts es destinen a obra i instal·lacions, tant a l'interior com a l'exterior de l'establiment, climatització, il·luminació, retolació, maquinària i mobiliari que es requereix per al desenvolupament de l'activitat.









A Roses, l'estacionalització dels lloguers es concentra a la temporada turística (d'abril a octubre). La resta de mesos, de temporada baixa, hi ha un gran ventall de locals desocupats. Des de l'Ajuntament de Roses es va intentar organitzar una campanya d'aparadors per dinamitzar aquests locals però finalment, es va desestimar.

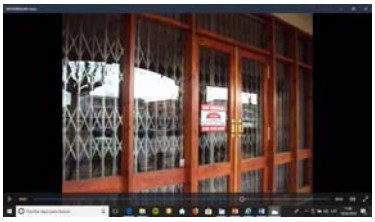



A Castelló d'Empúries creix el nombre de locals comercials desocupats perquè els negocis que tanquen no troben relleu ni hi ha noves implantacions comercials. Alguns d'aquests locals estan en mal estat de conservació i degraden la imatge del conjunt de l'eix comercial.






Un estudi encarregat per l'Ajuntament de Castelló d'Empúries a la Cambra de Comerç de Girona analitza l'oferta dels diferents eixos comercials d'Empuriabrava i conclou que el 80% dels establiments estan oberts tot l'any. La presència de locals buits la trobem a la temporada baixa.





L'Ajuntament de l'Escala també compta amb un cens dels locals buits detectats. Els locals buits del nucli antic es concentren en carrers secundaris que han anat perdent pes comercial. S'ha intentat fer alguna actuació per dinamitzar-los, però sense resultats.
A la zona de Riells, molts dels comerços només obren durant la temporada turística.






Al nucli antic de Vilafant alguns locals que havien estat establiments comercials es troben actualment desocupats.



A Llançà, també hi ha estacionalitat en l'obertura de mots locals comercials, que estan tancats durant la temporada d'hivern. El preu car dels lloguers i dels traspassos dificulta la reobertura de molts establiments.

L'oferta comercial del nucli antic de Llançà es concentra a l'entorn de la plaça Major. Els carrers perifèrics són els que presenten una més gran desertització comercial.

Tant des de l'Ajuntament de Llançà com des de l'Associació de comerciants hi ha interès per implementar un programa de dinamització de locals desocupats.








A la Jonquera els locals buits es concentren a l'entorn del carrer Major, que ha anat quedant desertitzat pel trasllat dels establiments comercials a la zona de la carretera nacional. L'alt preu dels lloguers dificulta que aquests locals tornin a ser ocupats.





## 5.4. L'APARCAMENT

L'oferta de places d'aparcament per a vehicle privat prop de les zones comercials és un dels factors que en determinen la seva atractivitat.

A Figueres, l'oferta de places és la següent:

| Privats | Nombre de places |
|---|---|
| Plaça Nova Icària | 100 |
| Plaça de l'Institut | 112 |
| Carrer la Jonquera | 109 |
| Sanar Trade | 55 |
| Anicet | 65 |
| Avinguda Vilallonga | 25 |
| President | 41 |
| Subtotal | 507 |
| **Públics de pagament** | |
| Hospital | 414 |
| Passeig Nou | 277 |
| Garrigal | 155 |
| Plaça Catalunya | 367 |
| Firal | 118 |
| Mifas Estació | 150 |
| Subtotal | 1.481 |
| **Públics gratuïts** | |
| ADIF: Fosos Oest | 185 |
| Rec Arnau | 152 |
| Plaça Elíptica | 150 |
| Parksol | 100 |
| Parc del Castell de Sant Ferran | 150 |
| Poliesportiu castell | 64 |
| Carrers Parc de les aigües | 350 |
| Recinte firal | 433 |
| Jutjats | 84 |
| Sant Isidre | 152 |
| Subtotal | 1.820 |







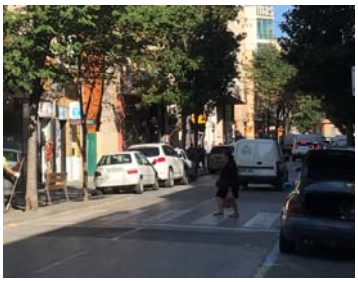

Resum d'aparcaments:

| | |
|---|---|
| Total públics | 3.301 |
| Total rotació privat i públic | 3.805 |

Actualment s'està treballant en la millora de l'aparcament dissuasiu de la carretera de Llançà, amb la urbanització d'un espai de 4.000 m2.

La zona blava de Figueres s'extèn des de la zona centre fins als carrers radials. Amb l'aplicació Whoosh! es pot retirar un tiquet d'estacionament electrònic amb el telèfon mòbil.





Al 2018 entraran en funcionament 675 places d'aparcament en zona verda i blava del barri de la Creu de la Mà. 625 places seran de zona verda per als veïns i 50 de zona blava per als comerços.

L'oferta d'aparcament de pagament és suficient a Figueres, però hi ha dèficit de places d'aparcament dissuasives gratuïtes.

Roses té prop de 5.000 places d'aparcament gratuït al municipi al voltant de la trama urbana, de les quals 500 estan tarifades de l'1 de juny al 30 de setembre: 300 en àrees blaves a 3 espais de la Vila i 200 a l'aparcament del Port Esportiu Municipal.

.

L'aparcament de titularitat de Ports de la Generalitat situat a l'avinguda de Rhode, davant del mar, té una tarifa de 2,30€/hora (màxim 13€/dia) i disposa de 350 places.



Les places d'aparcament en zona blava es distribueixen entre un tram de l'avinguda Rhode (zona 1), al carrer Jaume I, la plaça Frederic Rahola i part de l'Avinguda Mare de Déu de Montserrat (zona 2) i al mercat municipal (zona 3). El preu és d'1€/hora i funcionen de les 10 a les 20h de dilluns a diumenge a la zona 1; a la zona 2 hi ha gratuïtat de 13.30 a 16 h i estacionament lliure els diumenges i festius i a la zona 3, l'estacionament és gratuït de dilluns a diumenge de 13.30 a 16h.

Els propietaris dels vehicles donats d'alta a Roses disposen d'1 hora d'estacionament gratuït diària al pàrguing del Port a l'estiu i de 3 hores durant el dia i tota la nit la resta de l'any. Aquest aparcament té una tarifa única de 2€/dia.



Zona blava Avinguda de Montserrat



Aparcament Ports de la Generalitat

Els aparcament dissuasius es concentren a l'oest de la ciutat, amb una oferta d'unes 12.000 places. Al pic de la temporada turística, hi ha manca de places d'aparcament dissuasiu a Roses per cobrir la demanda, cosa que es fa més palesa a la zona est del municipi.

A Santa Margarida, totes les places d'aparcament en superfície són lliures. En plena temporada turística hi ha problemes per trobar places lliures.

A Castelló d'Empúries l'estacionament en zona blava funciona del 15 de juny al 15 de setembre, de 10 a 14h i de 16 a 20h, a excepció de la plaça del Joc de la Pilota, on funciona tot l'any.

Al nucli antic, les zones regulades són la plaça Joan Alsina, el carrer Pere Estany, la plaça de la Moneda, la plaça Antoni Agramunt, la plaça del Joc de la Pilota, la plaça Catalunya i el carrer Peixateries Velles, de dilluns a divendres.





A la perifèria del nucli antic, totes les places d'aparcament són lliures.



A Empuriabrava la zona blava està implantada de dilluns a diumenge al passeig Marítim, l'avinguda Pompeu Fabra, l'avinguda Europa i l'avinguda Fages de Climent, amb un total de 2.625 places.

Hi ha un sistema d'abonaments per a diferents tipologies de residents i d'usuaris.
L'estacionament en zona blava es pot pagar a través del telèfon mòbil amb l'app Telpark.

L'Escala té a l'estiu (del 15 de juny al 15 de setembre) unes 800 places d'aparcament de zona blava, distribuïdes entre el nucli antic i la zona de Riells, de les quals 450 funcionen com a zona blava bonificada, que permet als residents aparcar tot el dia per només un euro. Amb l'app aparcare es pot fer el pagament de l'estacionament des del telèfon mòbil.





A l'hivern, la zona blava es manté només als carrers Enric Serra i Pintor Joan Massanet i a les places de la rectoria i Nova per garantir la rotació de vehicles a la zona més comercial.



Per evitar les congestions de trànsit al nucli urbà produïdes pels vehicles que cerquen aparcament, s'han instal·lat 7 panells informatius col·locats estratègicament a les entrades i a la perifèria del nucli, que informen els conductors sobre l'ocupació dels 5 aparcaments.

L'aparcament soterrani de dues plantes de la plaça Catalunya ofereix 205 places d'estacionament de pagament.



A la perifèria de les zones comercials hi ha unes 2.000 places d'aparcament lliure.

L'estacionament a Vilafant és gratuït. Els comerciants del nucli antic reclamen més places d'aparcament als carrers principals. A Enginyers i les Forques no hi ha problemes d'aparcament prop dels establiments comercials.





L'estació de l'AVE de Vilafant disposa d'un aparcament, amb una capacitat de 144 places, que funciona en horari de 6 a 23h de dilluns a divendres, de 7.30 a 23h el dissabtes i de 7.45 a 23 h els diumenges, amb una tarifa màxima de 9,05 euros/dia.



A Llançà, totes les places d'aparcament, tant a la Vila com al port són lliures. Hi ha habilitades diferents zones d'estacionament, que presenten el màxim d'ocupació als mesos d'estiu.





A la Jonquera, hi ha dues zones on està implantada la zona blava de pagament per incrementar la rotació de vehicles: al carrer Major i a la zona del Pertús, amb tarifes diferenciades.



A tot el municipi, tant a prop del carrer Major com a l'entorn de la carretera nacional hi ha habilitades suficients places d'aparcament en superfície per cobrir la demanda.




## 5.5. LA SENYALITZACIÓ COMERCIAL

L'Alt Empordà no disposa d'un pla de senyalització comercial.

Cada municipi aplica el seu sistema de senyalització viària, que en la majoria de casos no incorpora cap referència a les zones comercials que s'hi ubiquen. En alguns dels municipis s'estan revisant els plans de mobilitat, que hauran de portar associat un sistema de senyalització adient.

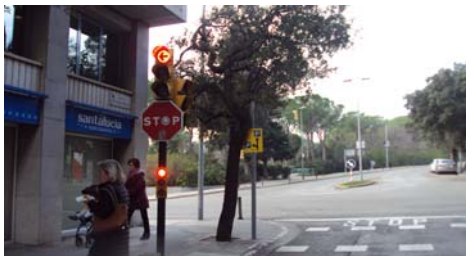
Figueres compta amb una senyalització vertical urbana d'orientació i d'informació per als vianants adreçada bàsicament als turistes on estan indicats els actius patrimonials, els allotjaments o les estacions de transport públic. Algunes d'aquestes senyals estan situades a l'entorn dels aparcaments i de les parades de transport públic.





La senyalització vertical per a vehicles acosta els visitants al centre de la ciutat i indica les diferents zones d'aparcament, a més dels diferents equipaments i els mitjans de transport públic. Algunes de les senyals incorporen la indicació de la zona de vianants.





Comerç Figueres té situats a diferents punts de la ciutat uns tótems que reprodueixen la imatge de marca i un plànol on estan indicats els actius turístics, els pàrquings, els allotjaments i el transport públic.





A Roses, la senyalització vertical indica equipaments, actius turístics i aparcaments.








També està indicat el recorregut peatonal:




Al centre històric de Castelló d'Empúries, els rètols són d'estil rústic i indiquen el centre històric, els principals actius turístics i les zones d'aparcament.






A la zona perifèrica, els rètols tenen una imatge més moderna i indiquen actius i equipaments.





A Empuriabrava, la senyalització viària vertical municipal indica els elements patrimonials i els equipaments. També hi ha senyals direccionals d'establiments comercials i de serveis, que són de contractació privada.





L'Escala té molt ben senyalitzats els diferents aparcaments, així com els allotjaments i els equipaments








Els tótems amb informació comercial han quedat desfassats i està previst retirar-los en breu. En canvi, s'aposta per estructures situades en diferents punts del municipi on s'informa dels events que s'oganitzen i de les activitats que es poden dur a terme i on es difon imatge de marca de la UBET.






A Vilafant, la retolació vertical indica els diferents nuclis del municipi, així com els equipaments i la ubicació del mercat setmanal:

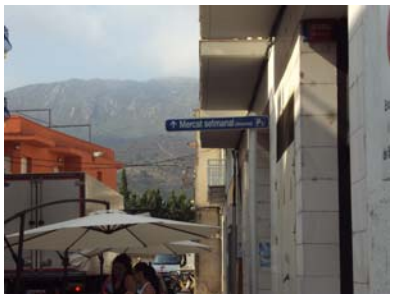




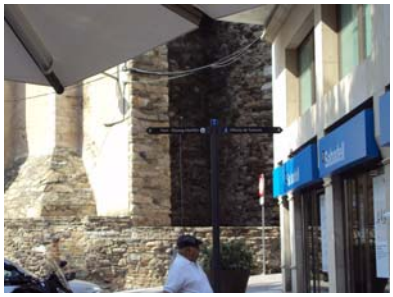

La zona comercial del centre de Llançà està indicada amb el pictograma de la Generalitat de Catalunya, al costat del senyal indicatiu de pàrquing. També estan senyalitzats els allotjaments i les immobiliàries i els aparcaments propers al mercat setmanal del dimecres.







També hi ha senyalització per a vianants, per facilitar-los l'accés a diferents zones. I plafons amb la relació de comerços que s'ubiquen en una zona concreta.





ÀI centre de la Jonquera, estan senyalitzats els aparcaments, els equipaments, els restaurants i la zona comercial.








Els municipis més petits com Navata, Lladó, Llers, Terrades, Cistella o Vilanant utilitzen diferents tipus de senyalització per indicar els establiments comercials i de serveis.



















La identificació dels comerços adherits a les diferents associacions de comerciants es fa amb plaques o adhesius identificatius.







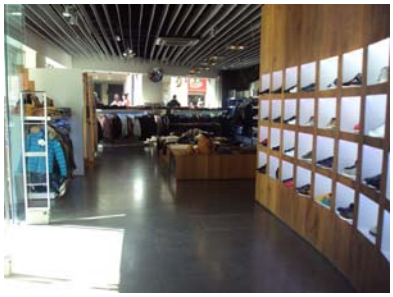

## 5.6. LA IMATGE DELS ESTABLIMENTS COMERCIALS

Als diferents municipis objecte d'aquest estudi hi ha establiments modernitzats i adaptats a les exigències dels temps actuals, que conviuen amb comerços que no s'han renovat o que presenten una imatge que condiciona el seu desenvolupament, així com el del seu entorn més immediat. Les deficiències en aspectes com l'ordenació del producte, el mobiliari, la definició del recorregut dins de la botiga, l'estat dels aparadors o de les façanes o la il·luminació fan perdre atractivitat a alguns negocis.



Comerços amb deficiències en la imatge a Figueres, Roses, Castelló d'Empúries, l'Escala, Vilafant i Llança

Altres comerços treballen molt bé el marxandatge visual per generar més trànsit.



















Comerços modernitats a Figueres, Roses,
Empuriabrava, l'Escala i Llançà

Molts comerços de l'Alt Emporda, exceptuant els que pertanyen a cadenes o franquícies, no compleixen la normativa que obliga a exposar els preus dels productes als aparadors.













También hi ha una bona part dels establiments comercials no exhibeixen l'horari comercial a l'exterior.. Això, sumat al fet que tinguin persianes opaques incrementa la sensació de desertització comercial en els horaris en què aquests establiments estan tancats.



## 5.7. LA DEMANDA COMERCIAL

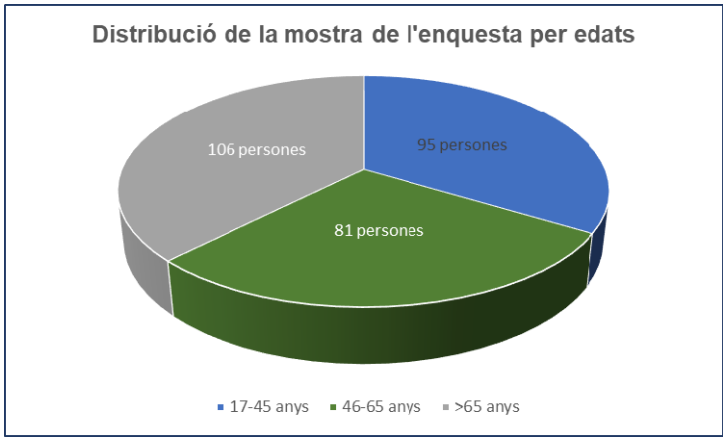
## 5.8. DIAGNOSI DE LA DEMANDA COMERCIAL – ENQUESTES A RESIDENTS

Per recollir informació sobre la demanda comercial a l'Alt Empordà, hem utilitzat la metodologia de treball d'enquestes a peu de carrer. Les enquestes es van fer entre el 20 de juny i el 27 d'octubre a diferents municipis de l'àrea d'estudi a una mostra de 282 persones majors de 16 anys i amb decisió de compra. Amb aquesta enquesta volem aconseguir informació sobre els hàbits de compra dels residents i dels no residents a la comarca i dels fluxos que es generen amb la compra, així com de la percepció del comerç local que tenen els clients potencials.

Els qüestionaris de les enquestes s'incorporen als annexos.

Per fer la valoració d'algunes de les respostes a les diferents preguntes dels qüestionaris, hem distribuït els enquestats en 3 grups d'edat:

- Persones de 17 a 45 anys – 95 persones
- Persones de 46 a 65 anys – 81 persones
- Persones de més de 65 anys – 106 persones

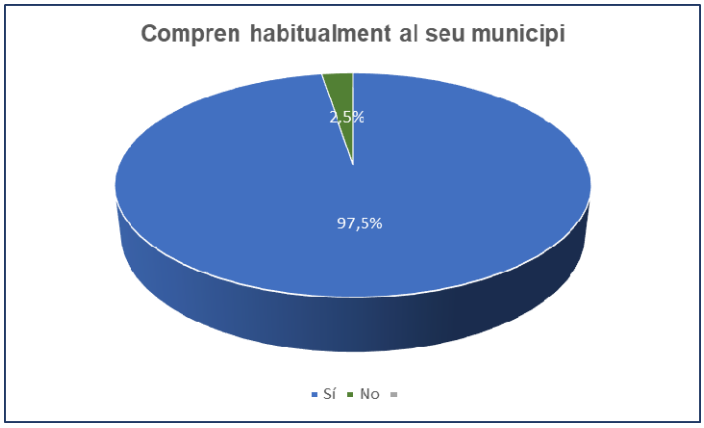



Dels enquestats, 159 persones viuen a l'Alt Empordà i 123 són no residents.

Els residents són dels següents municipis:

| | |
|---|---|
| Figueres | 34 |
| Roses | 23 |
| Castelló d'Empúries | 21 |
| L'Escala | 20 |
| La Jonquera | 19 |
| Llançà | 15 |
| Vilafant | 9 |
| Navata | 7 |
| Lladó | 5 |
| Avinyonet de Puigventós | 2 |
| Cistella | 1 |
| Llers | 1 |

Dels enquestats, el 97,5%, és a dir, 155 persones diuen que compren habitualment al seu municipi. Només 4 persones (2,5%) manifesten que no compren res al lloc de residència. Per franges d'edat, 3 tenen entre 17 i 45 anys i 1 de 46 a 65.




El 81% de les persones que compren habitualment al seu municipi de residència compren també en altres destinacions (la pregunta admetia més d'una resposta). Aquestes destinacions són:

Figueres – 99 persones

Girona – 21 persones

La Jonquera – 9 persones

Empuriabrava – 7 persones

Barcelona – 4 persones

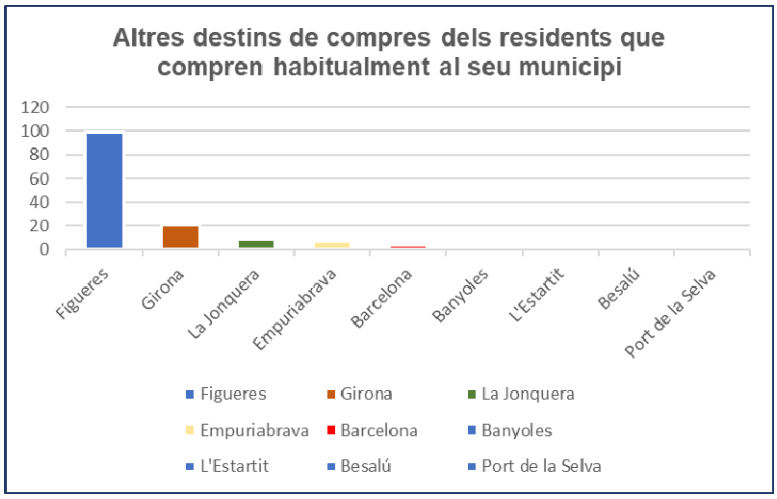
Banyoles – 3 persones

L'Estartit – 1 persona

Besalú – 1 persona

Port de la Selva – 1 persona

El 80% de les destinacions de compra fora del municipi de residència són a d'altres municipis de l'Alt Empordà.

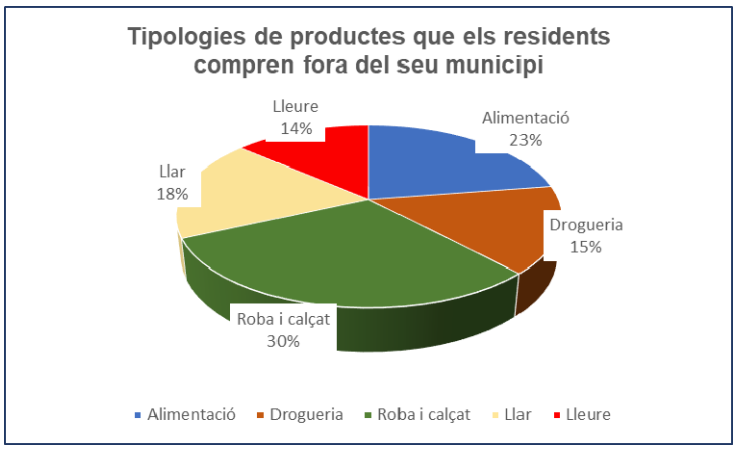



El 2,5% dels enquestats que no compren al seu municipi, va a fer les compres a.

Figueres – 3 persones

Girona – 1 persona

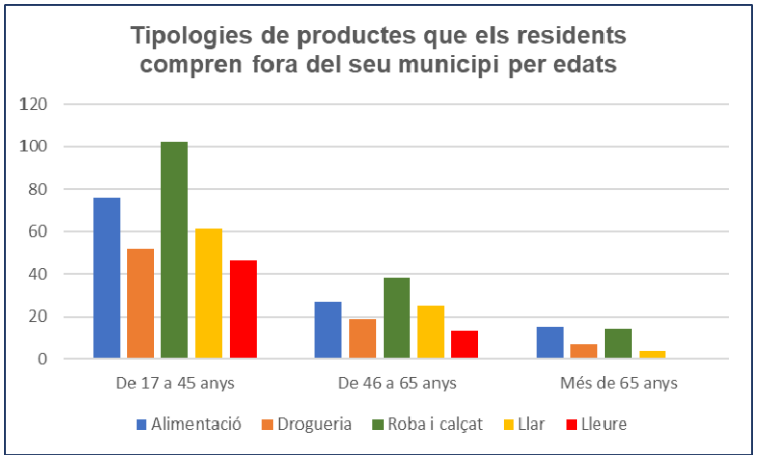
Les principals evasions de compres dels municipis de residència estan en el capítol de la roba i el calçat, seguit de l'alimentació, els productes de la llar, els productes de drogueria/perfumeria i els articles de lleure.



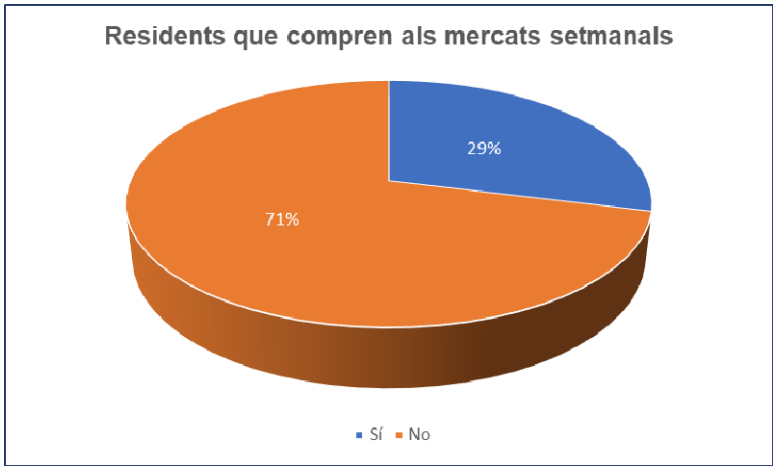
La roba i el calçat són els productes que generen més fluxos de compra des dels municipis de residència dels enquestats fins a altres destinacions. Fan compres d'aquesta tipologia el 88% de les persones de 17 a 45 anys, el 100% de les de 46 a 65 anys i el 42% de les majors de 65 anys.

Compren productes d'alimentació fora dels municipis de residència el 59% de les persones de 17 a 45 anys enquestades, el 71% de les persones de 46 a 65 anys i el 23% de les persones majors de 65 anys.

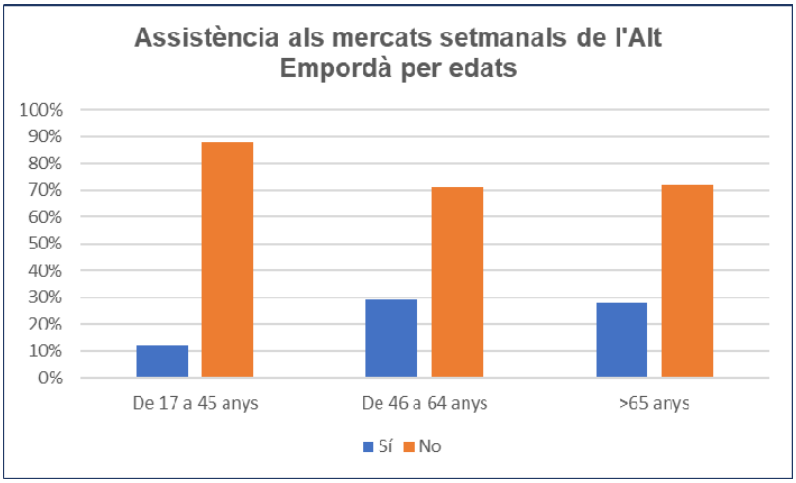
Les compres de productes relacionats amb el lleure fora dels municipis de residència mobilitzen el 57% de les persones de 17 a 45 anys i el 65% de les persones de 46 a 65 anys. En canvi, cap dels enquestats majors de 65 anys manifesta comprar cap producte d'aquesta tipologia fora del seu municipi.



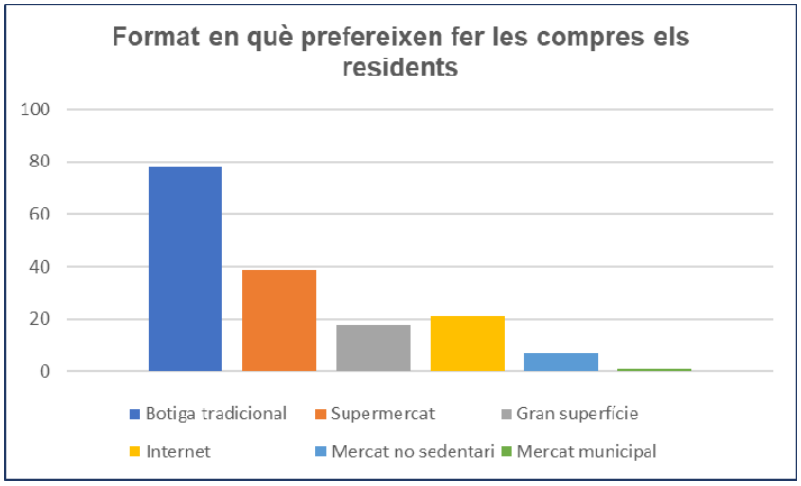

46 persones , el 29% de les persones enquestades fan compres en algun dels mercats setmanals de l'Alt Empordà



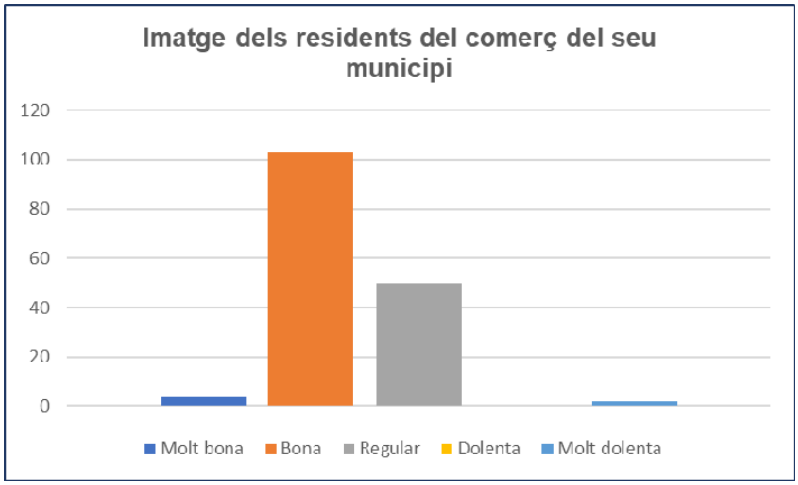
Les persones enquestades de la franja més jove són les que menys van als mercats setmanals de la comarca, només el 12%. A partir dels 45 anys, el 28% dels enquestats manifesten que hi compren.




El format comercial en què prefereixen fer les compres les persones enquestades és la botiga tradicional, seguit del supermercat i internet.

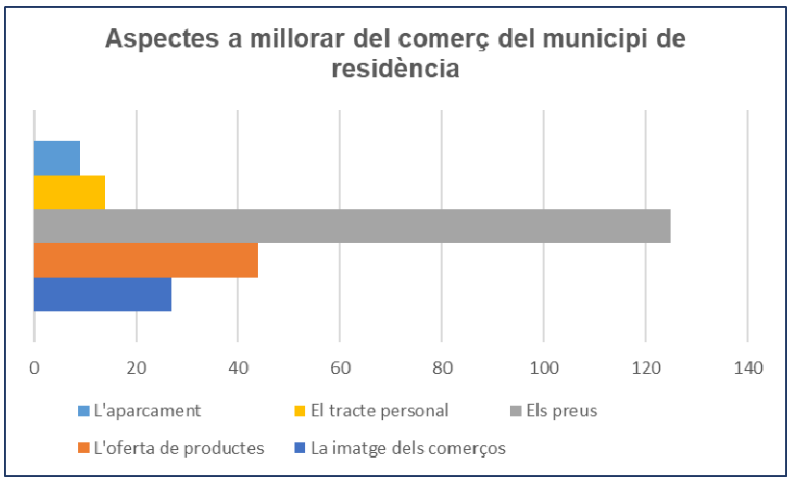



La majoria de les persones residents a l'Alta Empordà enquestades tenen una bona imatge del comerç del seu municipi. Només 2 persones han manifestat tenir-ne una imatge molt dolenta.




Respecte als aspectes a millorar del comerç del municipi, els residents, l'aspecte més destacat per part dels residents, amb diferència, és el preu dels productes, seguit de l'oferta de productes i la imatge dels comerços. La millora del tracte personal i de l'aparcament preocupen a un percentatge més petit dels enquestats.

A l'Alt Empordà hi ha una percepció de preus cars.



## 5.9. DIAGNOSI DE LA DEMANDA COMERCIAL – ENQUESTES A NO RESIDENTS

La procedència de les 123 persones enquestades no residents a l'Alt Empordà és la següent:

El Baix Empordà – 3 persones

El Gironès – 6 persones

La Selva – 1 persona

La Garrotxa – 13 persones

El Ripollès – 1 persona

Osona – 3 persones

El Bages – 2 persones

El Vallès Oriental – 1 persona

El Barcelonès – 11 persones

Resta d'Espanya – 5 persones

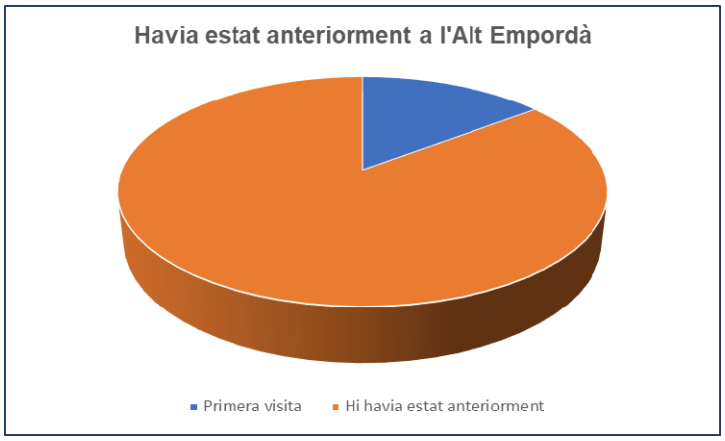
França – 54 persones

Bèlgica – 7 persones

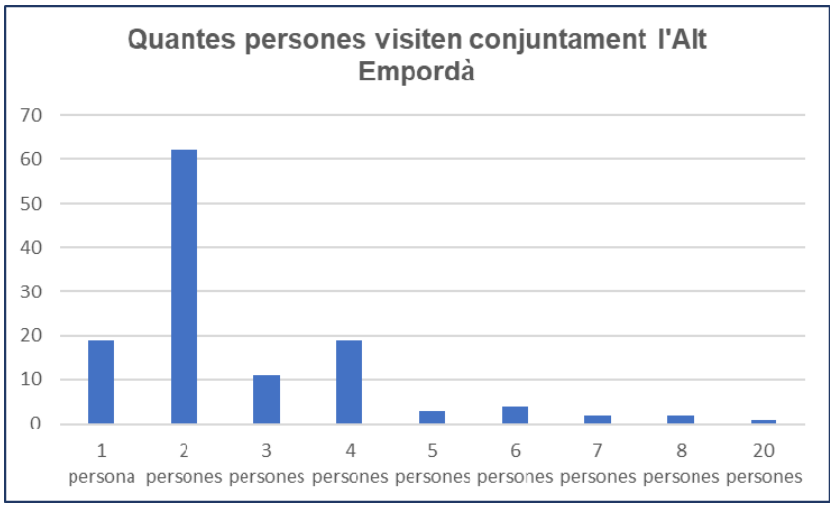
Alemanya – 10 persones

Austràlia – 1 persona

Només per 18 de les persones enquestades (el 14,6%) aquesta era la seva primera visita a l'Alt Empordà. La resta ja hi havien estat anteriorment.



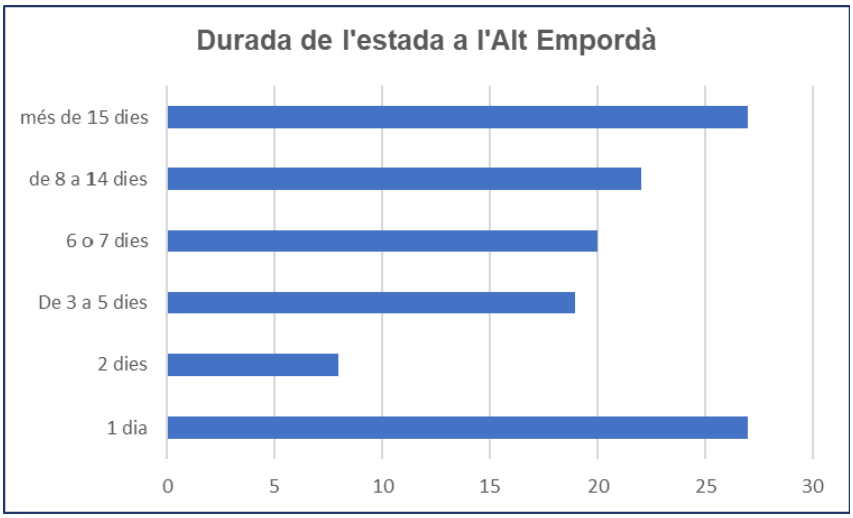

El nombre de persones que visiten conjuntament l'Alt Empordà, segons resposta dels enquestats, és:




El grup més nombrós és el format per 2 persones.

De les persones que van acompanyades en la seva visita a l'Alt Empordà, 91 hi van amb familiars, 10 amb amics i 3 amb familiars i amics.

La durada de l'estada a l'Alt Empordà és la següent:




Un percentatge igual de persones enquestades manifesten que estan 1 dia a l'Empordà o més de 15 dies.

Les 96 persones que estan més d'un dia a l'Alt Empordà s'allotgen a aquests municipis:

Roses – 33 persones

Castelló d'Empúries (Empuriabrava) – 9 persones

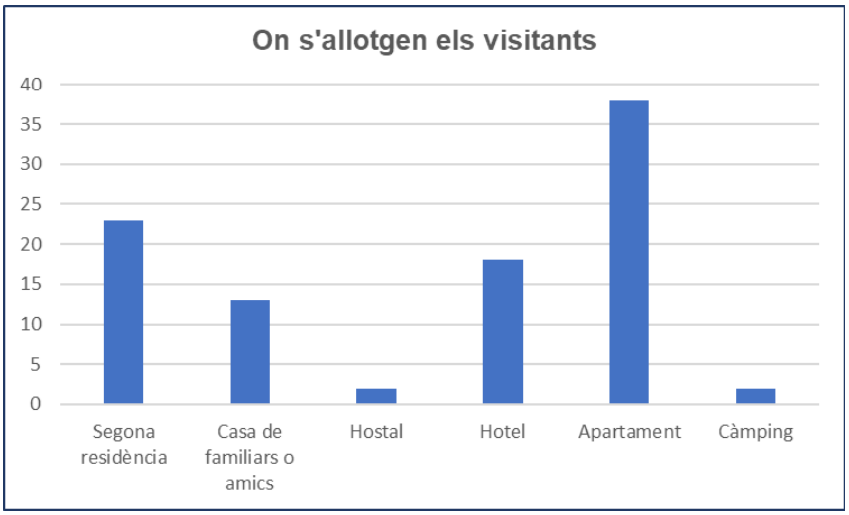
Llançà – 24 persones

Fgiueres – 2 persones

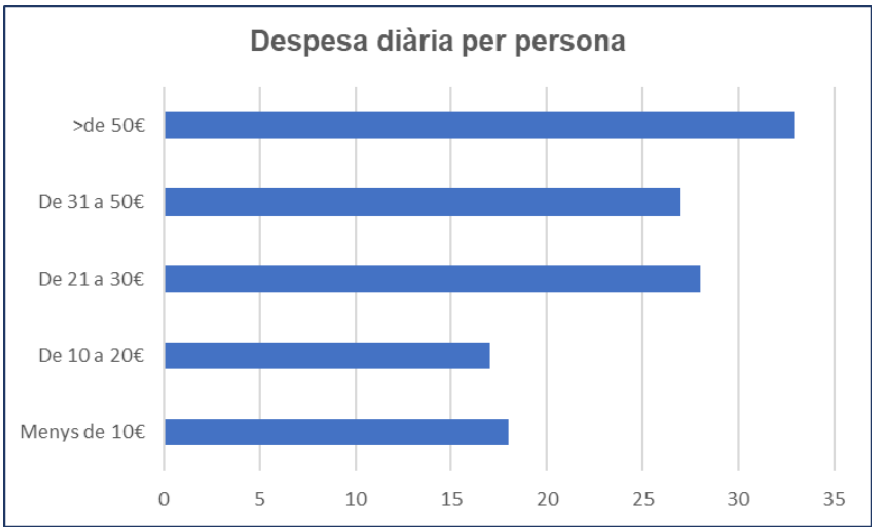
L'Escala – 27 persones

Maçanet de Cabrenys – 1 persona

El grup més nombrós s'allotja en un apartament, seguit del grup que s'allotja en una segona residència i dels qui s'allotgen en un hotel.

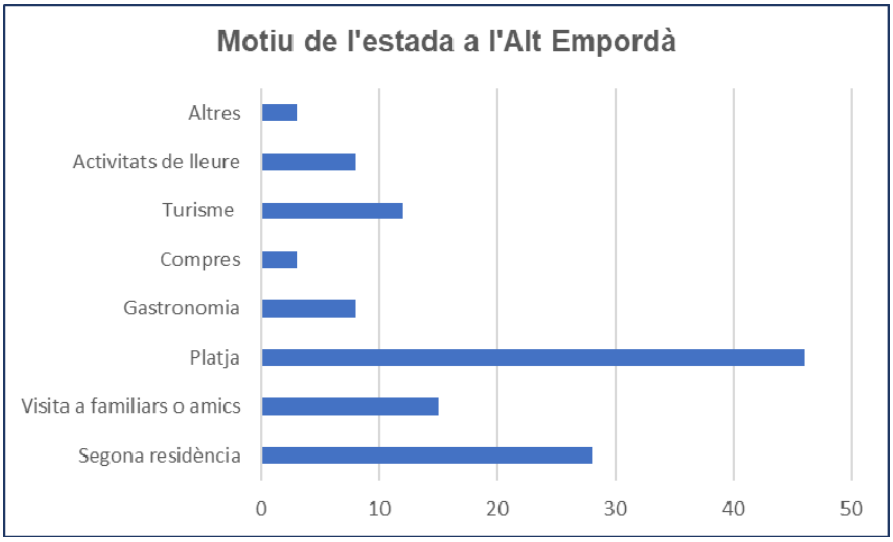



La despesa diària per persona dels enquestats, incloent compres, allotjament i activitats de lleure és diversa. El grup més nombrós gasta més de 50€ al dia per persona en la seva estada a l'Alt Empordà.

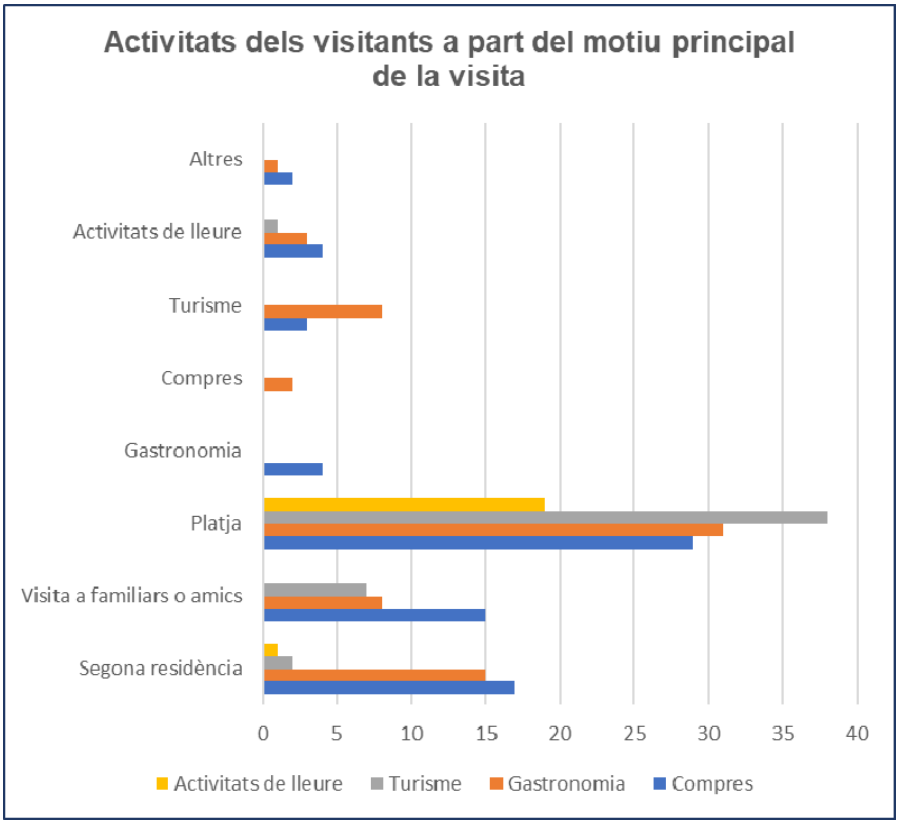



El motiu principal de l'estada a la comarca dels enquestats no residents és la platja, seguit de la segona residència. Les compres són el motiu principal de l'estada a l'Alt Empordà del només el 2,4% dels enquestats.

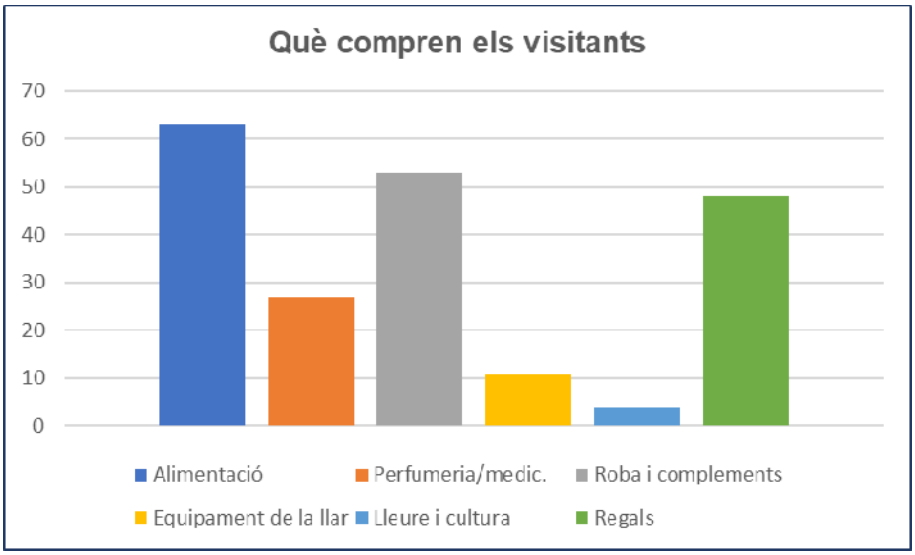
Hem de tenir en compte que les enquestes s'han realitzat en temporada turística.



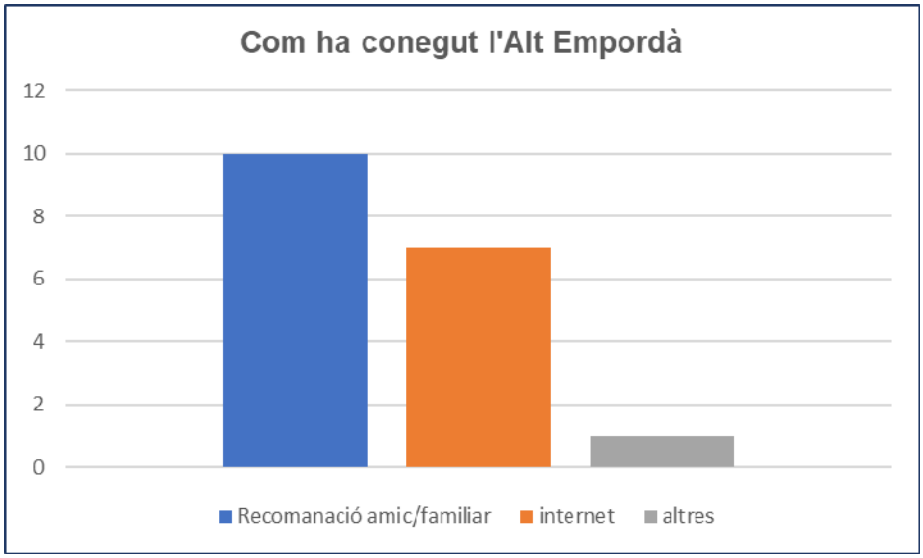
A part del motiu principal de l'estada, els visitants fan altres activitats en les seves visites a l'Alt Empordà. Les compres són una activitat secundària pel 60% dels visitants.




Els no residents compren diferents tipus de productes a l'Alt Empordà. L'alimentació és el sector que rep més compres dels visitants. Cal remarcar que la majoria dels enquestats s'allotgen el apartaments o segones residències i hi cuinen.

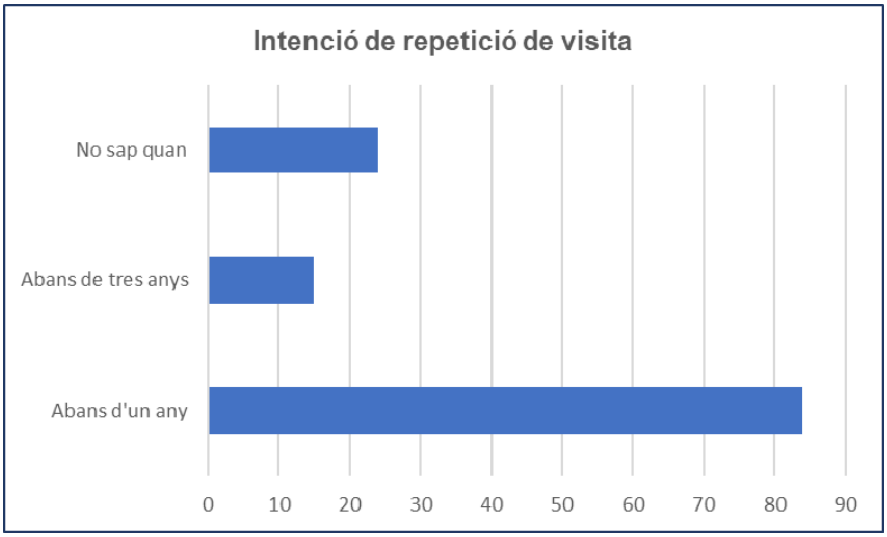



De les 18 enquestades que visiten per primer cop l'Alt Empordà, 10 han vingut recomanades per un familiar, amic o conegut, 7 han conegut la destinació per internet i 1 persona va veure un reportatge per la televisió. Cap dels enquestats ha conegut la destinació per algun suport imprès.



El 100% dels enquestats no residents té la intenció de tornar a l'Alt Empordà, el 68% abans d'un any,  el 12% abans de 3 anys i el 20% no sap quan.

Hi ha fidelització dels visitants en la destinació de l'Alt Empordà.



# 7. SITUACIÓ COMPETITIVA DEL COMERÇ DE L'ALT EMPORDÀ

## 7.1. ANÀLISI DAFO

Amb l'anàlisi DAFO volem identificar les fortaleses i les debilitats del comerç de l'Alt Empordà i les amenaces i les oportunitats que presenta l'entorn.

Els punts forts i els punts febles són característiques rellevants sobre les quals es té el control. Els punts forts diferencien el comerç de la comarca del d'altres indrets. Els punts febles provoquen situacions desfavorables pel desenvolupament del comerç i amenacen la capacitat de millora.

Les amenaces i les oportunitats són elements externs que no es poden controlar directament, però que cal tenir en compte perquè poden incidir de manera significativa en l'evolució favorable o desfavorable del comerç.

A partir de la identficació d'aquests elements, utilitzarem les fortaleses per tal d'aprofitar les oportunitats, afrontar les amenaces i intentar superar les debilitats.

De cada causa identificada en els diferents apartats, apuntem els efectes que comporta per al comerç.

## 7.2. ANÀLISI DAFO – FORTALESES

| Causes | | Efectes |
|---|---|---|
| • Oferta comercial completa a l'àrea d'estudi | | • Els residents i els turistes poden comprar de tot a l'Alt Empordà |
| • Dotació comercial (20,09 establiments/1.000 h.) més alta que la mitjana catalana (13,47) | | • Comerç amb capacitat d'atractivitat més enllà dels residents |
| • Oferta de 94 establiments dels 50 primers grups de distribució | | • Evita l'evasió de compra dels residents a altres destinacions |
| • Mercats de venda no sedentària consolidats | | • Capacitat d'atracció de compradors potencials |
| • Els municipis més grans tenen la consideració de municipis turístics | | • Permet l'obertura en dies festius i captar client català i francès |
| • Associacions de comerciants constituïdes als municipis més grans | | • Predisposició a desenvolupar plans de dinamització comercial |
| • Voluntat política per part dels ajuntaments per impulsar la dinamització comercial | | • Possibilitat d'establir cooperació público-privada en l'àmbit comercial |
| • Capacitat d'atracció del client francès | | • Accés a un mercat potencial gran i amb poder adquisitiu |
| • Producte local a la majoria de municipis | | • Valor afegit a l'activitat comercial i turística |
| • Els visitants repeteixen les visites a la comarca | | • Oportunitat de fidelització de clientela |
| • Les compres són una activitat secundària de les persones que visiten la comarca per altres motius | | • Increment del mercat potencial |

## 7.3. ANÀLISI DAFO – DEBILITATS

| Causes | | Efectes |
|---|---|---|
| • Estacionalitat de la demanda | | • Èpoques de baix nivell de vendes i reducció de benefici |
| • Renda familiar disponible bruta per habitant inferior a la mitjana catalana | | • Menys diners que els clients poden dedicar a la compra |
| • Percepció de preus cars als comerços locals | | • Es deriven les compres a altres formats o altres destinacions |
| • Poca modernització d'alguns comerços | | • Disminueix l'atractivitat dels eixos comercials |
| • Manca d'adaptació a normatives de molts comerços (informació horaris, preus aparadors, tiquets de compra…) | | • S'incrementen les barreres que es posen als clients per accedir als comerços |
| • Lloguers alts als principals eixos comercials | | • Increment dels locals desocupats |
| • Manca de senyalització comercial | | • No s'afavoreix l'arribada dels clients als eixos comercials |
| • Poca transformació digital a una part important dels comerços | | • Es desaprofiten els avantatges de l'omnicanalitat |
| • Poc interès per la formació per part dels comerciants | | • Manca d'adequació a la demanda potencial i als nous patrons de compra |
| • Manca de marcs estables de cooperació público-privada en l'àmbit comercial | | • No hi ha articulat un pla estratègic de dinamització comercial |

| | | |
|---|---|---|
| • Manca de promoció comercial i turística conjunta | | • Es perden oportunitats de promoció de la destinació |
| • Ambient de pessimisme en el col·lectiu de comerciants | | • Fre d'inversions, pèrdua de competitivitat |

## 7.4. ANÀLISI DAFO – OPORTUNITATS

| **Causes** | | **Efectes** |
|---|---|---|
| • Pla estratègic comarcal | | • Línies de treball esboçades en diferents àmbits |
| • Recursos patrimonials infraexplotats | | • Possibilitat d'atraure nous visitants |
| • El projecte Itinerànnia, xarxa de camins | | • Nous visitants que poden esdevenir clients dels comerços |
| • Creació de sinèrgies turisme-comerç | | • Millora i allargament de l'estada dels visitants |
| • Alguns dels municipis del Salinas-Bassegoda són territori leader | | • Accés a subvencions per adequació d'establiments |

## 7.5. ANÀLISI DAFO – AMENACES

| Causes | | Efectes |
|---|---|---|
| • La manca de relleu generacional a molts comerços | | • Dificultats per mantenir oberts els locals comercials |
| • L'estancament del creixement de la població | | • No creix la demanda comercial per increment natural del nombre de clients |
| • La desertització de part dels eixos comercials | | • Pèrdua d'atractivitat de les destinacions |
| • L'increment de les compres per internet | | • Disminució de les compres al comerç urbà |
| • Poca sensibilització dels residents sobre el valor del comerç urbà | | • Evasió de compres a altres destinacions o a internet |

## 7.6. FIGUERES:

| Fortaleses | | Debilitats |
|---|---|---|
| • Figueres és destí de compres dels residents als municipis de l'entorn i del sud de França | | • Poca amabilitat d'alguns carrers comercials |
| • Població menys envellida que la mitjana catalana | | • Proliferació de locals buits a vies com el carrer Monturiol o la Rambla |
| • Mercat consolidat de fruita i verdura els dimarts, dijous i dssabtes | | • Mobilitat en cotxe complicada, especialment al centre |
| • Àmplia oferta de restauració de qualitat | | • Aparcaments dissuasius amb accessos sense il·luminar i poc amables |
| • Associació de comerciants amb gestió professionalitzada | | • Poca unificació dels horaris comercials (migdies, festius) |
| | | • Mercat no sedentari de roba sobredimensionat, amb poca cura de la imatge |
| | | • Percepció de Comerç Figueres com una associació massa centralista per part dels comerciants |
| | | • Baix nivell d'associacionisme de Comerç Figueres |
| | | • Manca d'oferta hotelera de qualitat |
| **Oportunitats** | | **Amenaces** |
| • Visitants Teatre-Museu Dalí (1.134.234 al 2016) | | • Creixement de la superfície comercial a ciutats properes |

| | | |
|---|---|---|
| • Estació del TGV a Vilafant (500.000 passatgers al 2016) | | • Creixement de la superfície comercial a la perifèria de la ciutat |
| • Pla de mobilitat | | |
| • Extensa programació de fires i festes | | |
| • Les subvencions a les reformes i obertures de comerços al centre històric | | |
| • El projecte de la casa natal de Salvador Dalí | | |

## 7.7. ROSES:

| Fortaleses | | Debilitats |
|---|---|---|
| • Conveni Ajuntament-ACOR | | • Evasió de compres dels residents a Figueres i a la Jonquera |
| • Mercat dels diumenges, amb 180 parades | | • 5 realitats comercials diferenciades |
| • Zona peatonal de plataforma única al nucli antic | | • Manca d'aparcament, sobretot a la zona est i a Santa Margarida a l'estiu |
| • Horaris comercials unificats | | • Manca de comunicació ajuntament-comerciants |
| • Implantació de marques que actuen com a reclam i que obren tot l'any | | • Deficiències en l'urbanisme comercial a la zona av. Montserrat (voreres estretes, il·luminació, neteja) |
| • Urbanisme comercial amable | | • Baix nivell d'associacionisme |
| • Aparcament de zona blava al barri de Montserrat | | • Accions repetitives de l'ACOR |
| • Patrimoni natural, cultural i històric | | • L'ACOR promociona més el turisme i deixa de banda algunes línies estratègiques importants per al comerç |
| | | • Supermercats situats a la perifèria |
| | | • Contractes de lloguer anuals amb preus cars |
| **Oportunitats** | | **Amenaces** |
| • Renovació integral del mercat sedentari amb un operador i aparcament soterrat | | • El top manta a Sta. Margarida |

| | | |
|---|---|---|
| • Hola Market | | • El mercat artesanal d'estiu |
| • Destinació turística familiar | | |
| • Extensa programació de fires i festes | | |
| • Les subvencions a les reformes i obertures de comerços al centre històric | | |
| • Increment del tràfic de creuers al port de Roses | | |

## 7.8. CASTELLÓ D'EMPÚRIES:

| Fortaleses | | Debilitats |
|---|---|---|
| • L'amabilitat de l'espai: neteja, mobiliari urbà | | • La pèrdua de població al nucli antic |
| • Comerç independent i singular | | • La desertització comercial del nucli antic |
| • Associació d'Oci Nocturn, que fa actuacions de dinamització comercial | | • La poca interacció entre el nucli antic i Empuriabrava |
| • Els mercats setmanals: dimarts a Castelló d'Empúries i dissabtes a Empuriabrava | | • La manca d'oferta en alguns subsectors (sabateries, llibreries) |
| • Important oferta d'activitats de lleure | | • Associacions de comerciants inactives |
| • La programació d'activitats fora de la temporada turística | | • Poca oferta hotelera |
| • Suficient oferta d'aparcament | | • Senyalització comercial obsoleta |
| **Oportunitats** | | **Amenaces** |
| • Projecte municipal de turisme | | |
| • Fira del vaixell més gran d'Espanya | | |

## 7.9. L'ESCALA:

| Fortaleses | | Debilitats |
|---|---|---|
| • La peatonalització del nucli antic i de la zona de Riells | | • Horaris comercials no unificats i poc adaptats a la demanda |
| • El mercat setmanal del diumenge | | • Poca amabilitat de l'espai urbà comercial (neteja, terres tacats…) |
| • Aparcament suficient i ben senyalitzat | | • Baix nivell d'associacionisme comercial, especialment al nucli antic |
| • Segona residència, que multiplica per 5 la població resident | | • Evasió de despesa dels residents, bàsicament cap a Figueres i Girona |
| • Baix nivell d'atur | | • Insuficient oferta hotelera |
| | | • Poca interacció entre el nucli antic i Riells |
| | | • Poca implicació de l'Ajuntament amb el sector comercial |
| | | • La UBET fa funcions de dinamització cultural i turística i deixa de banda algunes de les línies estratègiques pròpies |
| | | • La programació d'activitats en horaris comercials i fora dels eixos comercials |
| **Oportunitats** | | **Amenaces** |
| • Pla director de màrqueting | | • L'alt percentatge de població envellida |

| | | |
|---|---|---|
| • Pla de dinamització comercial del nucli antic dins del Pla de Barris | | |
| • El projecte sèpia | | |
| • Club nàutic accessible, únic a Catalunya (turisme inclusiu) | | |

## 7.10. VILAFANT:

| Fortaleses | | Debilitats |
|---|---|---|
| • Interès d'alguns comerciants per crear una associació | | • 3 nuclis diferenciats i allunyats: nucli antic, les Forques, Enginyers |
| • El mercat setmanal del dissabte | | • La major part dels residents treballa fora del municipi, manca de sentiment d'arrelament |
| • La senyalització comercial | | • Taxa d'atur superior al 30% |
| • La Fira del conill | | • La manca d'oferta d'allotjament |
| | | • La manca de places d'aparcament al nucli antic |
| **Oportunitats** | | **Amenaces** |
| • L'estació TAV | | • El creixement de la superfície comercial a Figueres |
| • El carril bici que unirà Vilafant i Figueres | | |

## 7.11. LLANÇÀ:

| Fortaleses | | Debilitats |
|---|---|---|
| • Associació de comerciants dinàmica amb alt nivell d'associacionisme | | • Evasió de compres cap a Figueres |
| • El mercat setmanal dels dimecres | | • Molts residents treballen fora del municipi |
| • Horaris comercials unificats | | • Comerços amb aspecte deixat |
| • Zones d'aparcament gratuït | | • Urbanisme comercial: mal estat de les voreres, manca d'ornaments florals |
| • Baixa taxa d'atur | | • Façanes dels edificis en mal estat |
| | | • Poca oferta hotelera |
| | | • Poc fluxe de visitants del port i la platja cap a la vila |
| | | • Manca d'oferta de lleure per als joves |
| | | • El bus urbà no passa pel centre |
| | | • Les fires que es fan al passeig Marítim resten clients als comerços |
| **Oportunitats** | | **Amenaces** |
| • Subvencions de l'Ajuntament per a l'arranjament de façanes | | • La pèrdua de clients alemanys |

| | | |
|---|---|---|
| • La marca escamarlà de Llançà | | • El creixement de la superfície comercial a Figueres |
| • Restaurants de prestigi | | |
| • Única estació de tren de l'àrea d'estudi a la Costa Brava | | |
| • El camí de ronda i la proximitat amb Sant Pere de Rodes | | |
| • La programació d'activitats fora de temporada | | |

## 7.12. LA JONQUERA:

| Fortaleses | | Debilitats |
|---|---|---|
| • Dotació comercial més alta de Catalunya: 80,78 establiments/1.000 h. | | • Manca de continuïtat comercial, nuclis diferenciats |
| • Visites de clients francesos | | • Pèrdua de pes comercial del carrer Major |
| • Associació de comerciants en fase de constitució | | • Poca amabilitat dels eixos comercials |
| | | • Alt índex d'immigració |
| | | • Aparença d'inseguretat al municipi |
| | | • Preu dels lloguers de locals comercials sobredimensionats |
| **Oportunitats** | | **Amenaces** |
| • Projecte "Estratègies per a la dinamització del centre històric i el carrer Major de la Jonquera" | | • L'increment d'establiments comercials de dubtosa activitat i amb estàndars baixos de qualitat |
| • L'outlet Gran Jonquera | | |
| • Patrimoni no explotat ni senyalitzat: Museu de l'exili, camí de Santiago, GR" | | |
| • El públic objectiu que assisteix a les activitats esportives: futbol, hoquei, patinatge artístic… | | |

## 7.13. MUNICIPIS DEL SALINES BASSEGODA:

| **Fortaleses** | | **Debilitats** |
|---|---|---|
| • Existència del Consorci Salines-Bassegoda | | • La desertització comercial dels municipis |
| • Producte agroalimentari de qualitat | | • Els residents treballen fora del lloc de residència |
| • Patrimoni natural i cultural | | • Evasió de compra cap a municipis més grans |
| • La població de segona residència | | • Manca d'associacionisme comercial |
| | | • No s'han fet actuacions públiques ni privades en matèria de comerç |
| | | • Poca oferta hotelera |
| **Oportunitats** | | **Amenaces** |
| • Observatori Astronòmic d'Albanyà, el millor de la Península | | • Increment de la població que no fa vida al poble |
| • Territori leader | | • El decreixement de la segona residència en alguns municipis |
| • Els coworkings rurals | | |
| • El projecte btt, amb 33 rutes senyalitzades | | |

# 8. EL PLA DE DINAMITZACIÓ COMERCIAL

## 8.1. EL POSICIONAMENT

L'Alt Empordà té una oferta comercial sobredimensionada per al públic resident.

Per incrementar el nivell de competitivitat del sector comercial cal definir el posicionament desitjat per a aquest comerç. L'estratègia de posicionament ha de definir la imatge que volem que es creï del comerç de la comarca en els consumidor potencials.

Una vegada analitzats els punts forts i les oportunitats que es presenten, proposem que el posicionament de l'Alt Empordà en l'àmbit comercial sigui el d'un pol d'atracció amb una oferta comercial competitiva complementada per una àmplia oferta gastronòmica, cultural i turística.

## 8.2. OBJECTIUS

Les accions d'àmbit comarcal que es programin han d'anar encaminades a assolir aquests objectius bàsics per aconseguir el posicionament que hem definit:

1. Convertir els comerços i les empreses de l'Alt Empordà en referents de compra

2. Atraure visitants a la comarca per viure una experiència de compra única i remarcable

Per tirar endavant aquest projecte cal impulsar una Taula comarcal del sector comercial que consensuï el model territorial de comerç, prioritzi el pla d'actuacions i sigui un espai de debat i de reflexió del sector. En aquesta taula cal incorporar representants públics i privats de cada municipi: regidors de l'àrea dels ajuntaments, tècnics de comerç, representants de les associacions de comerciants i comerciants no associats. També és convenient que hi hagi algun representant del sector de restauració i del sector turístic que pugui fer d'enllaç amb els corresponents col·lectius.

## 8.3. LÍNIES ESTRATÈGIQUES D'ACTUACIÓ

Per a cadascun dels objectius definits cal definir unes línies estratègiques d'actuació que estableixin les línies mestres per dissenyar les accions específiques per dinamitzar el comerç de l'Alt Empordà

**Objectiu 1: Convertir els comerços i les empreses de l'Alt Empordà en referents de compra**

Estratègia 1.1: Professionalització dels comerciants

Enfortiment de les competències dels comerciants i suport a les entitats representatives per incrementar la competitivitat dels comerços de l'Alt Empordà

Estratègia 1.2.: Adequació dels establiments comercials

Dotar el comerciant d'eines per adequar els seus negocis a les demandes del consumidor actual i per oferir els serveis que aquest requereix

Estratègia 1.3: Transformació digital

Fomentar l'adaptació de les noves tecnologies als comerços de la comarca per tenir presència omnicanal

Estratègia 1.4: Increment de l'atractivitat dels eixos comercials

Millorar la qualitat de l'espai urbà per fer-lo atractiu per als vianants

Estratègia 1.5: Sensibilització de la població resident

Conscienciar sobre la funció econòmica i social del comerç de proximitat a la comarca

**Objectiu 2: Atraure visitants a la comarca per viure una experiència de compra única i remarcable**

Estratègia 2.1: Difusió de l'oferta comercial

Donar a conèixer l'amplitud de l'oferta comercial de l'Alt Empordà coordinadament amb el sector turístic

Estratègia 2.2: Potenciar les sinèrgies entre el comerç local, els mercats no sedentaris i el producte del territori

Organització d'accions per aprofitar els fluxos de visitants atrets per aquests actius

## 8.4. ACCIONS D'ÀMBIT COMARCAL A DUR A TERME

Estratègia 1.1: Professionalització dels comerciants

a) Definició d'un programa de formació conjunt, específic pel sector comercial, per capacitar els comerciants i els treballadors del comerç en matèries com el tracte al client actual, la posada en escena dels negocis, la tria del mix comercial o la creació d'experiències de compra.

   Proposem la planificació de 5 càpsules formatives anuals, a replicar en diferents punts de la comarca, acompanyades d'assessoraments personalitzats als comerciants en sessions d'una hora.

b) Organització de retail tours del sector comercial de la comarca a ciutats o territoris de referència que apliquen noves estratègies en la creació de conceptes de negoci, els models de cooperació público-privada… perquè puguin ser un mirall per als comerciants de l'Alt Empordà

c) Creació d'espais de trobada per als comerciants de la comarca perquè puguin crear xarxa i compartir experiències: organització d'una jornada de comerç comarcal anual o programació d'esmorzars de comerç amb exposició d'experiències per part dels propis comerciants

d) Organització de trobades periòdiques de les associacions de comerciants de la comarca per enfortir les relacions, posar en comú els plans d'actuació i buscar solucions a problemàtiques concretes

Estratègia 1.2.: Adequació dels establiments comercials

Dotar el comerciant d'eines per adequar els seus negocis a les demandes del consumidor actual i per oferir els serveis que aquest requereix

a) Organització d'una jornada informativa als diferents municipis sobre normativa en matèria de comerç i consum: exposició del preu dels productes als aparadors, informació dels horaris, emissió de tiquets de compra, garanties dels productes…

b) Activació d'una carta de serveis a mida per als comerciants perquè puguin tenir l'assessorament d'un consultor expert en aquelles àrees que ho necessitin: gestió, comunicació, visual, implementació de tecnologia…

Estratègia 1.3: Transformació digital

Fomentar l'adaptació de les noves tecnologies als comerços de la comarca per tenir presència omnicanal

a) Confecció d'un cens de l'estat d'implantació de tecnologies digitals als comerços de la comarca
b) Disseny d'un programa de transformació digital a mida per cadascun dels estadis en què es troben els comerços de la comarca: els que no tenen presència on line, els que utilitzen les xarxes socials per promocionar els seus negocis, els que utilitzen market places, els que tenen un e-commerce…

Estratègia 1.4: Increment de l'atractivitat dels eixos comercials

Millorar la qualitat de l'espai urbà per fer-lo atractiu per als vianants

a) Revisió dels plans de mobilitat, adequació de les zones de vianants, millora de la neteja de l'espai públic, conservació o renovació d'elements de mobiliari urbà, adaptació de l'enllumenat a les necessitats de cada sector comercial… en funció de les mancances detectades a cada municipi
b) Disseny d'un sistema de senyalització comercial que pugui ser implementat a cada municipi
c) Disseny d'un programa conjunt d'activació de locals buits als principals eixos comercials de la comarca
d) Potenciació del relleu als establiments comercials amb la difusió i el seguiment del programa Reempresa,
e) Extensió dels programes d'ajuts per rehabilitació de façanes als eixos comercials de tots els municipis

Estratègia 1.5: Sensibilització de la població resident

a) Implantació d'un programa de conscienciació sobre els valors del comerç de proximitat a les escoles i als instituts de la comarca, adaptat a les diferents franges d'edats: elaboració de fitxes, programació de role-plays, visites als comerços, treballs en grup…
b) Organització de xerrades als casals d'avis per donar a conèixer l'oferta comercial de cada municipi, el seu valor afegit i allò que aporta al bé comú de cada poble o ciutat
c) Disseny de campanyes de comunicació d'àmbit comarcal utilitzant suports innovadors (estovalles de paper, adhesius col·locats a les voreres, globus…) que facin palesos els atributs del comerç de proximitat

Estratègia 2.1: Difusió de l'oferta comercial

a) Creació d'una marca comercial comarcal que serveixi de paraigües a les accions que s'impulsin conjuntament o a les organitzades per cada municipi
b) Creació d'una guia comarcal per repartir a punts estratègics (allotjaments, oficines de turisme, fires…) que reculli els principals actius en matèria de comerç de cada municipi (oferta més rellevant, mercat setmanal, producte local…). Negociació amb Empordà Turisme per ajudar a la seva difusió.
c) Impuls de networkings i de benchmarkings entre el sector comercial, el sector de restauració, els productors i els diferents agents turístics. Organització de trobades per explorar col·laboracions. Planificació de sortides dels comerciants per conèixer els actius turístics comarcals i l'oferta gastronòmica i de lleure per poder-ne fer de prescriptors.
d) Disseny de campanyes de comunicació conjuntes del comerç comarcal adreçades al client francès i realitzades en origen (mitjans de comunicacio, xarxes socials). Aprofitar que alguns dels municipis tenen la consideració de municipi turístic i els establiments estan oberts els dies festius per atraure clients en èpoques no turístiques

Estratègia 2.2: Potenciar les sinèrgies entre el comerç local, els mercats no sedentaris i el producte del territori

a) Disseny de córners per promocionar el producte local als establiments comercials de venda de quotidià de la comarca
b) Creació de campanyes promocionals que apropin els visitants dels mercats no sedentaris als comerços locals, per exemple, "El dia de mercat", amb promocions, consumicions o creació d'experiències per a aquesta tipologia de clients

## 8.5. Accions a dur a terme – Figueres

- Definició del model municipal de cooperació público-privada en l'àmbit de comerç
- Creació d'un marc permanent de relació i cooperació público-privada en l'àmbit de comerç (Taula de comerç o grup de treball)
- Disseny i aplicació d'un nou Pla de Mobilitat que pacifiqui el centre
- Increment de l'oferta d'aparcaments dissuasius perifèrics
- Acondicionament dels accessos dels aparcaments dissuasius als eixos comercials (paviment, il·luminació, senyalització)
- Unificació d'horaris comercials
- Adequació del mercat no sedentari de roba (mix comercial, operadors, imatge, serveis)
- Creació de productes comercial-turístics (experiències d'un dia, rutes comercials per la ciutat)
- Foment de l'associacionisme a partir d'una associació representativa de tot el comerç de la ciutat

## 8.6. Accions a dur a terme – Roses

- Increment de les places d'aparcament dissuasiu
- Revisió i adequació dels preus d'ocupació de la via pública
- Erradicació del top manta
- Millora de l'urbanisme comercial de la zona de l'avinguda de Montserrat
- Programació de trobades regulars (2 cops l'any) entre Ajuntament i comerciants
- Edició de material promocional comercial per a creueristes
- Revisió del pla d'actuacions de l'ACOR perquè englobi més aspectes de la dinamització comercial
- Aparadors temàtics als comerços en dates assenyalades (Carnaval)
- Creació de sinèrgies amb esdeveniments com la ruta de tapes DO Empordà: sorteig de vals de compra per utilitzar al comerç local entre les persones que consumeixin x tapes, regal de tapes als comerços per x€ de consum…
- Organització de desfilades de moda al teatre, amb invitacions als clients locals

## 8.7. Accions a dur a terme – Castelló d'Empúries

- Impuls a la creació o reactivació d'una associació de comerciants a cada un dels nuclis: Castelló i Empuriabrava
- Foment de la mobilitat entre els dos nuclis: carrilet, tòtems informatius creuats, promocions creuades
- Inclusió d'informació comercial a la web turística
- Disseny de campanyes promocionals comercials lligades a alguns dels grans esdeveniments programats: Terra de Trobadors, Carnaval...): aparadors temàtics, sorteigs, programació d'activitats als comerços
- Incorporació del comerç als plànols turístics i repartiment a restaurants i immobiliàries

## 8.8. Accions a dur a terme – L'Escala

- Unificació d'horaris comercials i adaptació d'aquests a la demanda
- Definició del model de col·laboració público-privada en matèria de comerç
- Redefinició del pla de dinamització de la UBET
- Foment de l'associacionisme comercial
- Incorporació d'un apartat de comerç al web www.visitlescala.com
- Creació d'una campanya promocional d'un cap de setmana amb promocions als restaurants i als comerços, activitats gratuïtes…
- Foment del trànsit de visitants de Riells cap al nucli antic amb la instal·lació d'una carpa outlet durant una setmana de temporada alta

## 8.9. Accions a dur a terme – Vilafant

- Impulsar la creació d'una associació de comerciants
- Creació d'unes places vermelles d'aparcament gratuïtes de curta estada (20-30') al centre històric per facilitar l'accés als comerços
- Instal·lació de tòtems amb informació comercial al costat del carril bici que unirà Vilafant amb Figueres
- Campanya de sensibilització del valor del comerç del poble a través de les associacions del municipi
- Establir col·laboracions amb l'IES per apropar comerços i estudiants de CFGM de Comerç i promoure projectes

## 8.10. Accions a dur a terme – Llançà

- Edició d'una guia comercial "d'hivern" que reculli l'oferta permanent de comerços i serveis del municipi i tot el valor afegit que aporten, possibilitat d'incloure-hi cupons descompte. Repartiment personalitzat.

- Impulsar el trànsit de persones entre el port i la vila: tòtems amb informació creuada de les dues zones, campanyes promocionals que premiïn la compra a totes dues zones
- Campanya promocional "Vine a la Costa Brava en tren" a mitjans de comunicació de l'àrea de Girona
- Repensar la programació de fires com la de l'Abat per a la pre o post temporada turística
- Programació d'activitats infantils vora de l'eix comercial al nucli antic en horaris comercials durant la temporada turística
- Identificació comercial dels comerços adherits a l'associació de comerciants

## 8.11. Accions a dur a terme – La Jonquera

- Senyalització dels elements patrimonials
- Millora de l'acondicionament de les zones d'aparcament (pavimentació, il·luminació, senyalització)
- Campanya de divulgació per atraure visitants catalans al centre de la Jonquera amb la posada en valor del pas de la Via Augusta, el camí de Santiago i del Museu Memorial de l'Exili
- Edició de material promocional per exposar a la zona esportiva, molt a prop del Carrer Major
- Incorporació del pagament amb targeta de crèdit als parquímetres
- Campanyes d'exposició de materials als aparadors: concurs de dibuix a l'escola

## 8.12. Accions a dur a terme – Municipis del Salines Bassegoda

- Incorporar informació comercial a la web www.salines-bassegoda.com
- Creació d'una imatge comuna pels establiments amb venda de quotidià: cartelleria informativa (producte local, producte artesà, producte en promoció…)
- Edició d'una mini-guia que reculli l'oferta comercial dels 17 municipis i que es distribueixi a tots els residents i també es reparteixi als visitants en punts estratègics
- Organització d'una fira anual itinerant entre els 17 municipis per donar a conèixer l'oferta comercial i turística conjunta

## 9. FONTS D'INFORMACIÓ

Per a la realització d'aquesta part de l'estudi s'han mantingut entrevistes i reunions amb diferents agents tècnics, polítics i empresarials.

- Entrevistes amb: Francesc Riera, tècnic d'empresa de l'Ajuntament de Figueres; Ramon Serra, tècnic de fires de l'Ajuntament de Figueres; Mari Pérez, tècnica de turisme de l'Ajuntament de Figueres; Olga Sabater, cap de l'àrea de turisme del Consell Comarcal de l'Alt Empordà; Xell Pallarès, tècnica de l'Ajuntament de Castelló d'Empúries; Elena Solana, regidora de Promoció Econòmica, Comerç i Turisme de l'Ajuntament de Castelló d'Empúries; Carme Formatjé, tècnica de turisme de l'Ajuntament de l'Escala; Dolors Colomer, tècnica de l'Ajuntament de la Jonquera; Eva Vidal, tècnica de l'Ajuntament de Llançà; Fèlix Llorens, regidor de Promoció Econòmica i Turisme de l'Ajuntament de Roses; Carme Delclós, tècnica de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Roses; Aitor Morte, tècnic de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Vilafant i Estel Turbau, tècnica del Consorci Salinas-Bassegoda.
- Entrevistes amb Carles Tubert, gerent de Comerç Figueres; Narcís Peraferrer, president de la Unió de Botiguers i Empresaris Turístics de l'Escala; Carles Verdaguer, tresorer de l'Associació de Comerciants de la Jonquera; Joan Pacareu, president de l'Associació de Comerciants de Llançà i Isabel Giró, gerent de l'Associació de Comerciants de Roses
- Entrevistes personals amb 63 responsables de comerços dels diferents municipis de l'àrea d'estudi de l'Alt Empordà

S'ha consultat material imprès de diferents tipus editats pels ajuntaments, pel Consell Comarcal i pels ens turístics de l'Alt Empordà.

I s'han consultat diferents dades a:

- Idescat, Institut d'Estudis de Catalunya
- Observatori del Treball i Model Productiu de la Generalitat de Catalunya
- Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Generalitat de Catalunya
- Observatori Socieconòmic de l'Alt Empordà
- Anuari Econòmic Comarcal de BBVA Research (2016)

## 10.1 Recopilació i anàlisi de la informació

Per fer la recollida i l'anàlisi de la informació sobre dades d'atur, perfil de les persones en situació d'atur, dades de contractació s'han analitzat dades procedents de

- Xifra de la Diputació de Barcelona
- IDESCAT
- INE
- Observatori del Mercat de Treball (Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya).
- Observatori de la Ciutat de Girona (Ajuntament de Girona)
- Sessions de treball i entrevistes amb el personal tècnic dels Serveis d'Ocupació dels Ajuntaments, participants, del Consell Comarcal i de l'Oficina de Treball de la Generalitat de Figueres.
- Llistats i dades obtingudes dels Serveis Locals sobre perfils i ofertes rebudes als diferents Ajuntaments i l'Oficina de Treball de la Generalitat de Figueres.
- Consulta d'altres informes i diagnosis del territori.

http://www.emporda.info/economia/2017/03/22/lalt-emporda-comarca-gironina-que/349270.html

### a) Anàlisi dels perfils competencials dels demandants i de les persones aturades registrades a l'OTG

Per dur a terme l'anàlisi de les dades corresponents a l'atur registrat, tipus de contractes i perfils de les persones aturades, s'han utilitzat el programa **Xifra** de la Diputació de Girona, que és el sistema d'informació socioeconòmica local de la demarcació de Girona que aporta informació estadística i assessorament tècnic als ens locals i a altres entitats públiques, empreses, emprenedors, estudiants i usuaris en general, per tal que puguin prendre decisions estratègiques i operatives respecte al seu àmbit.

La comarca de l'Alt Empordà té una població de 140.118 habitants, dels quals 70.316 són homes i 69.803 són dones.

Pel que fa a les dades de l'atur, la comarca de l'Alt Empordà reflecteix una clara influència de **l'estacionalitat de la contractació** en períodes d'estiu (vinculada a la influència del turisme als municipis).

Aquest fet queda recollit a la següent taula on podem veure la fluctuació de la taxa d'atur entre els mesos de gener i desembre amb **una clara influència de l'impacte de la temporada estiuenca**. Passant d'una taxa del 15.42% al mes de gener, a la taxa més baixa registrada al mes de juliol del 10.29%, per situar-se al 15% a desembre de 2017.

Pel que fa a la taxa d'atur registrada als municipis que participen en aquest projecte presenten les següents dades:

| MUNICIPI | TAXA ATUR (juliol 2017) | TAXA ATUR (desembre 2017) | Nombre persones aturades (desembre 2017) |
|---|---|---|---|
| Castelló d'Empúries | 11.16% | 17.51% | 769 |
| Figueres | 13.72% | 17.15% | 3.776 |
| La Jonquera | 10.11% | 14.43% | 243 |
| L'Escala | 8.04% | 16.32% | 599 |
| Llançà | 8.62% | 14.35% | 283 |
| Roses | 9.13% | 18.58% | 1.433 |
| Vilafant | 8.73% | 9.70% | 256 |
| Total Alt Empordà | 10.29% | 15% | 9.065 |

Dades obtingudes de Xifra (Diputació de Girona) Font: Elaboració pròpia en col·laboració amb la xarxa d'observatoris de desenvolupament econòmic local de Barcelona, a partir de la taxa d'atur registral del Departament d'Empresa i Ocupació, i la mostra de vides laborals de la Seguretat Social.

A continuació s'adjunta una taula on apareixen les dades dels grans grups d'ocupació i el nombre de persones aturades registrades al juliol de 2017 i les mateixes dades dels mes de desembre del mateix any. Aqueta taula són una evidència més de l'estacionalitat de la contractació i es pot comprovar com afecta de forma significativa al grup d'ocupació de "*Treballadors de restauració, personals i venedors*".

Es pot comprovar com la diferència del nombre de persones aturades és de 2.491 més al desembre. I d'aquestes, un total de 987 (que correspon al 39.6%) són del grup de cotització on s'inclouen les persones que estan del grup de cotització al qual pertanyen les persones del sector de comerç (com es pot veure destacat en color groc).

| Grans grups d'ocupació | Juliol 2017 | Desembre 2017 |
|---|---|---|
| Directors i gerents | 88 | 77 |
| Professionals científics i intel·lectuals | 243 | 251 |
| Tècnics i professionals de suport | 310 | 439 |
| Empleats d'oficina, comptables i administratius | 553 | 714 |
| Treballadors de restauració, personals i venedors | 1.703 | 2.690 |
| Treballadors d'activitats agrícoles, ramaderes i pesqueres | 134 | 204 |
| Artesans, treballadors d'indústries i construcció | 849 | 1.051 |
| Operadors d'instal·lacions i màquines, i muntadors | 295 | 351 |
| Ocupacions elementals | 2.398 | 3.286 |
| Ocupacions militars | 1 | 2 |
| TOTAL | 6.574 | 9.065 |

Font: XIFRA - Diputació de Girona. Elaboració pròpia a partir de les dades del Departament d'Empresa i Ocupació

Donat que l'objectiu d'aquest estudi no és l'anàlisi de la contractació només farem una breu referència al respecte.

Al mes de juliol es van fer 6726 contractes a l'Alt Empordà, 3244 van ser per homes i 3482 dones contractades.

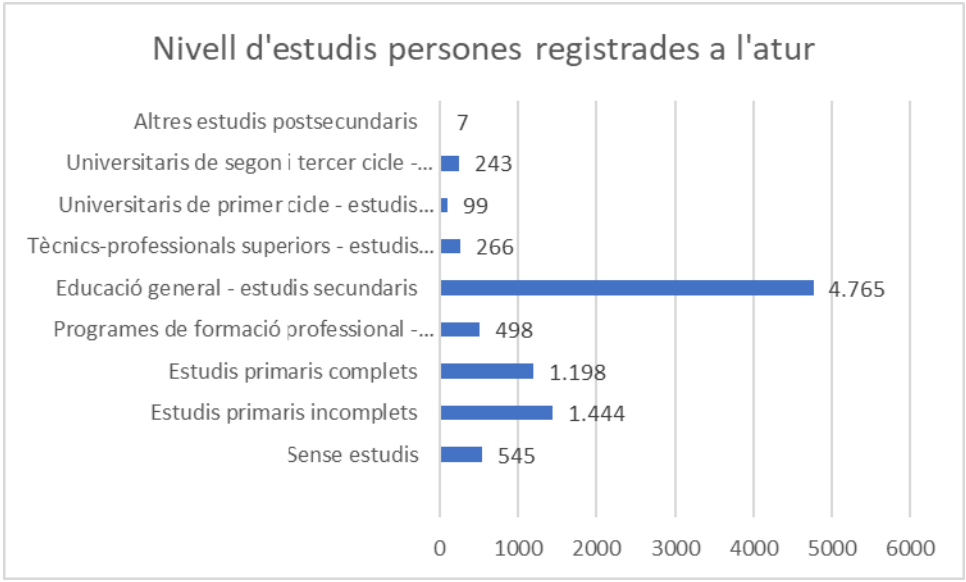
Pel que fa a les durades dels contractes, cal destacar que el 43% han estat d'una durada d'entre 1 i 3 mesos, un 0.074% té una durada de més de 12 mesos i el 0.78% han estat contractes d'entre 6 i 12 mesos.

El sector del comerç genera una **alta contractació als mesos d'estiu** però les condicions laborals que ofereixen no són atractives per a les persones que estan en

procés de recerca de feina i per aquest motiu sovint els demandants d'ocupació prefereixen enfocar el seu objectiu laboral cap a un altre àmbit.




D'altra banda, si posem l'atenció al nivell d'estudis de les persones registrades a l'atur al mes de desembre trobem les següents dades:




Com podem observar, l'atur afecta principalment a les persones que tenen un baix nivell d'estudis, ja que de les 9065 persones en situació d'atur 3685 (40.65%) tenen un nivell d'estudis inferior a l'Educació Secundària Obligatòria i 4765 (52.56%) tenen la titulació d'ESO. Això confirma que les persones més afectades per l'atur són les que tenen un baix nivell de formació. En aquest sentit les actuacions per generar ocupació han de tenir en compte aquest col·lectiu oferint accions formatives adients a aquest perfil (Certificats de Professionalitat N1 i N2).

Pel que fa a l'anàlisi dels perfils de les persones que s'adrecen als Serveis Locals d'Ocupació participants en aquest projecte, cal dir que partim de realitats molt diferents i aquest fet ha dificultat les possibilitats d'aprofundir en aquest anàlisi.
Hi ha diversos factors a tenir en compte, com per exemple la taxa d'atur dels diferents municipis, els recursos i/o serveis que s'ofereixen (per exemple Club de Feina, borsa de treball, difusió d'ofertes, oferta formativa existent), el nombre de tècnics/ques d'ocupació i dedicació de la seva jornada a l'atenció a persona i intermediació, existència o no d'espai web per fer difusió dels serveis, etc.
Així doncs, a l'hora de realitzar l'estudi s'ha demanat als SLO dades relatives a:

a) *ofertes gestionades entre juny 2016 i juny 2017 per a diferents perfils del sector comerç (nombre de llocs de treballs sol·licitats, llocs coberts, tipus de perfils, municipis que sol·liciten personal, etc.*

b) *perfils dels demandants d'ocupació que sol·liciten com a feina preferent alguna relacionada amb el comerç*

Pel que fa a les *ofertes gestionades/rebudes al SLO* ens hem trobat amb una dificultat inicial que és significativa i que és la següent: quan es demana als tècnics d'ocupació implicats en el projectes que presentin una relació de persones registrades a la borsa de treball i que mostren interès per treballar al sector del comerç la informació que es pot obtenir és més quantitativa que qualitativa, amb la qual cosa l'anàlisi de les dades és poc rellevant.

Des de l'Oficina de Treball de Figueres manifesten que reben poques ofertes del sector comerç, ja que no s'adrecen al Servei a l'hora de cercar candidats/ates.
A més tenen poca informació de si les ofertes rebudes es cobreixen amb candidats/ates del servei ja que no fan un seguiment d'aquestes.

A grans trets les dades obtingudes són les següents:

- Des del Club de Feina del Consell Comarcal s'han rebut un total

| | Nombre ofertes rebudes | Ofertes sector comerç |
|---|---|---|
| Club de feina Consell comarcal | 277 | 58 |
| Castelló d'Empúries | 104 | 10 |
| Oficina de Treball | 33 | 7 |
| TOTAL | 414 | 75 |

Amb aquestes dades podem concloure que, a una comarca on el sector comerç té molta presència en el teixit empresarial, s'ha rebut un total de 414 ofertes als diferents serveis d'ocupació de la comarca i només 75 han estat vinculades al sector comerç (dependent/a, reponedor/a, promotor/a de productes, caixer/a, ...).mAquest fet indica que les empreses del sector del comerç, quan han de buscar persones per contractar-les no tenen en compte els Serveis Locals d'Ocupació.

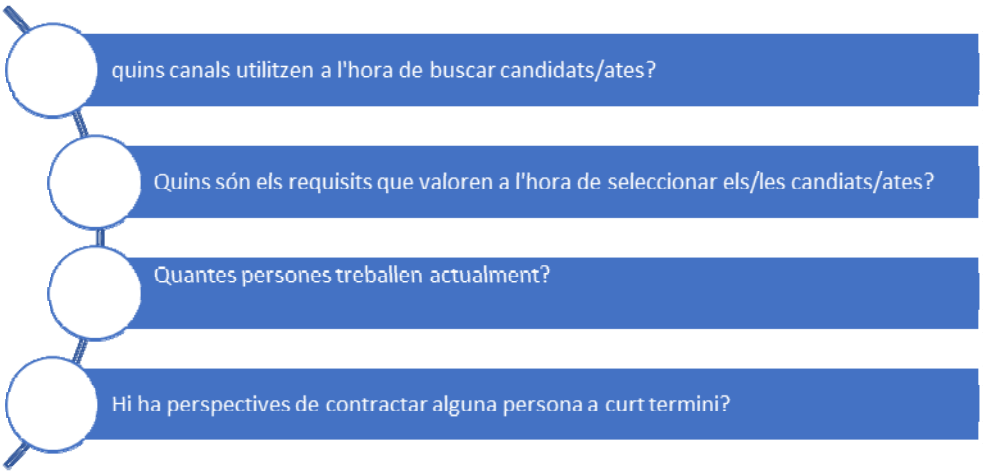
També cal destacar que el rol del SLO en la intermediació de les ofertes és entès de forma diferent en funció del municipi, és a dir, alguns dels municipis participants reconeixen que davant d'una oferta que els arriba al servei actuen de forma diferent, tot i que és bastant comú que la gestió de l'oferta consisteixi en donar a conèixer els requisits de l'empresa a les persones que busquen feina i a partir d'aquí esperen que siguin aquestes les que contactin amb l'empresa i que el procés segueixi sense intervenció per part dels tècnics municipals. El que succeeix és, que d'aquesta manera, els SLO es mantenen al marge en el moment de la intermediació així que l'empresa no dóna valor a l'assessorament que el SLO podria fer davant d'una preselecció.

D'altra banda, si els tècnics d'ocupació coneixen els demandants que tenen inscrits a la borsa de treball podrien aprofitar el procés d'intermediació i contacte amb les empreses per posar en valor altres aspectes que pot ser no queden reflectits al currículum, com són les competències transversals.

Sovint les empreses seleccionen per nivell d'estudis i/o experiència i deixen de banda altres aspectes que són igualment rellevants. En aquest sentit els tècnics dels serveis d'ocupació podrien tenir un rol més actiu en benefici de les empreses i dels demandants.

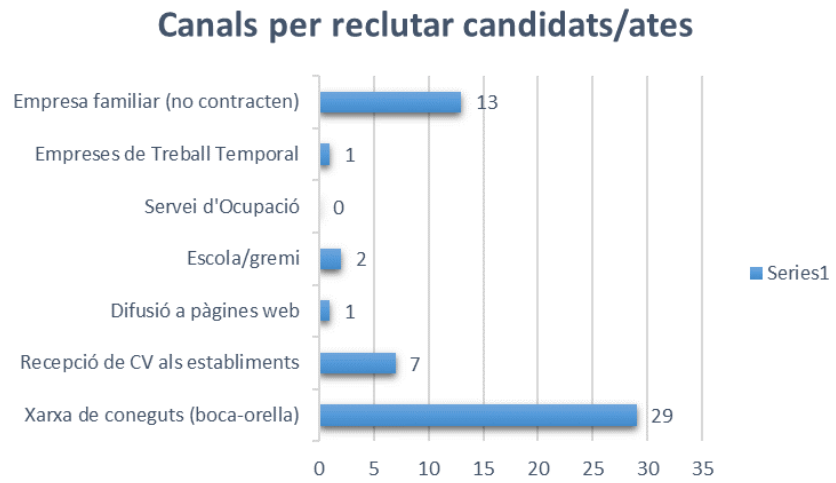
### b)Anàlisi dels requisits de les empreses

A les entrevistes fetes a 53 comerços, entre d'altres preguntes se'ls ha demanat:




I els resultats obtinguts han estat els següents:

Les respostes a la pregunta *Quins canals utilitzen a l'hora de buscar candidats/ates?* han estat:



Com es pot comprovar el 54'71% ha reconegut que quan necessita contractar alguna persona per al seu establiment, utilitzen la xarxa de coneguts (o boca-orella) per buscar candidats/ates.

El 24'52% dels comerços entrevistats diu que són una microempresa i que no han hagut de contractar mai a ningú, ni preveu haver-ho de fer.

El 13'20% diu que si necessita incorporar alguna persona, ho fa tenint en compte els currículums vitae que li arriben als establiments a través d'autocandidatures de persones interessades.

El 3'77% comenten que s'han adreçat al Gremi de Carnissers o a l'Escola Professional de Figueres

L'1'88% diu que ha fet difusió a alguna pàgina web quan necessita cercar candidats/ates i 1'88% que ha utilitzat els serveis d'una Empresa de Treball Temporal.

Destaca com a dada molt rellevant que cap de les 53 empreses entrevistades manifesta haver-se adreçat al Servei Local d'Ocupació (SLO) del municipi o la comarca quan té la necessitat de cerca perfils professionals per incorporar als seus establiments. Aquesta dada és preocupant ja que posa de manifest que els SLO no són un referent per al teixit comercial i que per tant no els tenen en compte o no identifiquen que puguin oferir el servei d'intermediació en les ofertes de feina.

En aquest sentit una de les actuacions estratègiques que s'apunten més endavant va en la línia de fer accions de difusió, comunicació i apropament dels SLO als comerciants de la comarca. Cal explorar quines són les millors vies i els perfils dels tècnics més adients per fer aquesta tasca.

D'altra banda davant de la pregunta "*Què es valora dels candidats/ates?*" a l'hora de fer una selecció i contractar un professional, les respostes han estat qualitativament molt pobres, arribant a la conclusió que s'expressarà un cop comentats els resultats obtinguts.




Com es pot comprovar, 25 dels 53 empresaris entrevistats, han dit que no cal tenir coneixements específics per treballar als seus establiments-comerços.

Això d'alguna manera reflecteix la manca de qualificació que es considera necessària per poder treballar en les ocupacions vinculades al comerç a la comarca de l'Alt Empordà.

D'altra banda també explica que perfils qualificats, amb un nivell d'estudis de Cicles Formatius, Batxillerat o Estudis universitaris, no contempli el sector comerç entre les seves prioritats a l'hora de cercar feina, ja que s'associa a persones amb un baix nivell de formació i qualificació professional. Així doncs les ocupacions vinculades amb el sector comerç són poc atractives a les persones que cerquen feina i sovint les acaben ocupant alguns professionals amb dificultats per accedir a altres llocs de treball, teòricament qualitativament millors.

Cal dir que a l'hora de fer l'estudi s'ha considerat que és molt probable que les persones entrevistades creguin que no cal tenir coneixements específics per treballar al sector comerç perquè no saben com expressar o definir les necessitats competencials dels llocs de treball. Així doncs, es considera que necessiten cert suport i expertesa que els ajudi a definir els requisits que haurien de tenir els candidats/ates per accedir i acomplir amb èxit les exigències dels llocs de treball.

Aquest rol de suport i assessorament als empresaris del sector del comerç a l'hora de definir els perfils competencials dels candidats/ates, el podrien assumir el personal tècnic dels ajuntaments o del Consell comarcal, és a dir els tècnics d'ocupació de les entitats participants.

Ja que per una banda seria un servei de qualitat que poden oferir al teixit de comerciants i així apropar-se i guanyar-se la confiança d'un sector que necessita un suport i un coneixement tècnic que ells tenen i per altra banda, seria l'oportunitat per captar ofertes i fer el servei d'intermediació amb candidats/ates inscrits a les borses de treball dels respectius municipis o consell comarcal. Aquest servei posicionaria en bon lloc als Serveis d'Ocupació, cosa que és del tot necessària en aquests moments, tant amb els teixit empresarial, com amb les persones que es troben en procés de recerca o millora de feina.

Seguint amb l'anàlisi dels resultats obtinguts, cal destacar la importància que es dóna al **coneixement d'idiomes** per poder treballar als diferents comerços de l'Alt Empordà, principalment coneixements de francès. Un 33'96% de les empreses entrevistades així ho ha manifestat.

I el 9.43% han fet referència a conceptes com "bona voluntat", "empenta", "bona predisposició", "que siguin responsables" o "que sàpiguen atendre als clients" com a requisits a tenir en compte en els candidats a l'hora de seleccionar-los. És a dir, han posat l'èmfasi en les competències transversals necessàries per desenvolupar amb èxit les tasques relacionades amb l'ocupació vinculada al comerç.

Abans d'aprofundir en aquest resultat, considerem important concretar a què ens referim quan parlem de competències en aquest estudi:

> "*conjunt integrat i complex de coneixements, capacitats, habilitats, destreses i comportaments laborals que es posen en joc en l'acompliment d'una determinada activitat laboral" (...) Així entès, aquestes competències generals es poden dividir en específiques (que serien les pròpies d'un lloc de treball) o les competències transversals (que són comunes i aplicables a moltes ocupacions), és a dir aquelles que les persones que volen treballar han de tenir mínimament desenvolupades independentment del lloc de treball al que vulguin aspirar".* Colomer, M (2010): Proposta metodològica d'inserció laboral per a joves. Editat per Agència de Comunicació Social, pàg. 11.

En aquest sentit també es considera important la funció dels tècnics dels Serveis Locals d'Ocupació, ja que a l'hora d'atendre i dissenyar itineraris formatius i laborals de les persones que s'adrecen als serveis amb l'objectiu de millorar les possibilitats d'accedir al mercat de treball, no només s'ha d'assessorar per adquirir competències tècniques o coneixements vinculats al sector, sinó que les competències transversals esdevenen del tot fonamentals i cal tenir-les molt present en els processos d'orientació.

Així doncs, si el que pretenem és que les ocupacions vinculades al sector del comerç siguin de qualitat i atractives per als professionals que les ocupen, cal que ens assegurem que hi ha una oferta formativa interessant en aquest sentit. I l'oferta formativa ha de contemplar, per una banda els coneixements o competències tècniques vinculades amb l'ocupació i per altra les competències transversals que són necessàries per ocupar aquests llocs de treball.
Per garantir l'encaix entre les necessitats dels diferents establiments i comerços i els perfils competencials dels professionals que hi treballen o volen treballar, cal que l'oferta formativa que hi ha al territori contempli els aspectes abans esmentats. És a dir, cal que hi hagi formació adreçada a:

- la millora dels coneixements tècnics de l'ocupació com la que s'ofereix en els Cicles Formatius de Grau Mig i/o Superior.
- l'actualització professional o reciclatge dels professionals en actiu (com la que es pot oferir a través de programes de Formació Contínua, per exemple).
- la inserció en el món laboral, a través de diversos programes (com per exemple Programes de Formació i Inserció PFI, Formació Professional per l'ocupació FOAP, programes de Garantia Juvenil, etc).
- la millora de les competències transversals, a través de tallers per a la identificació i desenvolupament d'aquestes competències.

És important que aquesta oferta formativa es planifiqui tenint en compte les necessitats comarcals en el sector del comerç, que és el que ens ocupa en aquest estudi. D'aquesta manera es poden organitzar formacions de *diferent naturalesa*,

*durada* i adreçades a *diferents col·lectius* (joves, persones treballadores, demandants d'ocupació no ocupats, etc) entre tots els agents implicats en temes d'educació i formació a nivell de territori.

Així doncs cal tenir una visió estratègica de l'oferta formativa del territori, per tal de garantir la complementarietat i l'encaix. Els centres de formació secundària post obligatòria, així com els centres que ofereixen formació per als col·lectius s'haurien de coordinar i complementar si el que es vol es ofertar una diversitat d'accions formatives que siguin adients per a diferents col·lectius i donin resposta a les necessitats de les empreses i les persones que cerquen feina.
Les empreses manifesten que la manca de professionals qualificats és un problema generalitzat en la majoria de sectors d'activitat, però que al comerç s'accentua degut a les condicions que poden oferir a les persones contractades, pel que fa als horaris, sous i temporalitat.
Consideren que seria interessant fer alguna actuació que vagi adreçada a les persones en situació d'atur que tenen nivells formatius baixos i que presenten dificultats per accedir al mercat de treball.
Això però significa incidir en l' escala de valors, fent que les persones siguin conscients de la importància de formar-se i pel que fa a les empreses, invertir temps i millorar la organització del treball per permetre conciliar vida familiar i feina.
Els responsables dels comerços apunten que hi ha certa fuga de talents, que a la comarca l'oferta formativa que hi ha és limitada i diuen que la gent marxa a estudiar a la universitat fora i moltes vegades ja no tornen.

Pel que fa a la pregunta sobre el *nombre de persones que treballen habitualment* cal dir que la majoria manifesten que són empreses familiars i que treballen entre 2 i 5 persones.

En referència a les *perspectives de contractar* alguna persona a curt termini, de les 53 empreses entrevistades, només una d'elles ha dit que pot ser que en breu necessiti una persona que doni suport a la responsable de la botiga, però que prefereixen buscar algú conegut. Es tracta d'una joieria i prefereixen trobar la persona entre algú de confiança.

## 10.2. Elaboració del Mapa de l'Ocupació

El mapa de l'ocupació que s'adjunta com a document annex, és el resultat de la investigació de com es troba actualment l'ocupació de Venda al Comerç de proximitat a l'Alt Empordà.

Per elaborar aquest document s'ha analitzat l'ocupació: s'ha cercat informació en fonts oficials, s'ha recollit informació de les empreses del sector entrevistades, s'ha parlat amb tècnics d'ocupació de la comarca, s'ha fet un taller amb *metodologia Dacum** amb persones demandants d'ocupació i s'ha cercat informació sobre els requisits d'accés per treballar en aquest àmbit, i els estudis i les condicions que s'ofereixen a les persones que hi volen treballar.

Cal dir que el resultat obtingut pot esdevenir una eina important per als tècnics dels serveis d'ocupació, en 3 aspectes:

- per una banda el mapa de l'ocupació pot servir per ajudar les empreses a descriure perfils a l'hora de definir les necessitats d'un lloc de treball en el sector del comerç.
- Per dissenyar itineraris acadèmics i laborals dels demandants d'ocupació que volen treballar al comerç de l'Empordà.
- Per concretar accions formatives de diferents formats per tal d'aconseguir l'encaix entre el que necessiten les empreses i els perfils competencials dels demandants.

Cal tenir en compte que el mapa de l'ocupació pot ser molt semblant a diferents territoris, ja que les competències que es recullen depenen de les funcions que s'han de dur a terme en el lloc de treball, però és important recordar que depenent de molts factors, un mateix lloc de treball pot requerir unes especificitats concretes. Per exemple, a altres llocs de la geografia catalana una persona que treballi al sector del comerç no es trobarà amb el requisit de dominar una tercera llengua com és el cas de l'Alt Empordà on les empreses i els demandants d'ocupació reconeixen que és molt important aquest fet.

*Dacum: s'annexa un breu document sobre la descripció del mètode DACUM que s'ha utilitzat com una part per obtenir informació en l'elaboració del mapa de l'ocupació.

## 10.3. Oferta formativa del sector comerç a l'Alt Empordà

Com a part de l'estudi s'ha inventariat l'oferta formativa existent al territori, però posant l'atenció en el sector comerç. Així doncs s'ha analitzat quins tipus de formació existeixen, si van adreçades a algun col·lectiu/públic específic així com el format de les accions formatives.
A continuació es mostra la informació obtinguda referent a l'oferta formativa només de l'àmbit del comerç del 2017 a l'Alt Empordà:

Pel que fa a la Formació Professional s'ofereix el Cicle Formatiu de Grau Mitjà **CFGM** de **Tècnic/a en Activitats Comercials**. Aquest cicle es cursa a Roses i a Vilafant.
Aquests estudis capaciten per desenvolupar activitats de distribució i comercialització de béns i/o serveis i gestionar un petit establiment comercial, aplicant les normes de qualitat i seguretat establertes i respectant la legislació vigent. La durada és de 2.000 hores (1.650 en un centre educatiu i 350 en un centre de treball) distribuïdes en dos cursos acadèmics.

Pel que fa a la formació enfocada més específicament a la inserció en el món laboral a l'Alt Empordà durant l'any 2017 hi ha hagut la següent oferta formativa:
Pla de Transició al Treball **PTT**, amb un **Curs d'auxiliar de vendes, oficina i atenció al Públic** cursat al Centre de Formació Integrat Ferran Sunyer a Figueres.
El PTT està pensat per a joves d'entre 16 i 21 anys que han deixat l'educació secundària obligatòria i no segueixen estudis en el sistema educatiu ni participen en cap acció formativa. L'objectiu és proporcionar-los la possibilitat de retornar al sistema educatiu (a la formació professional) i per altra banda l'aprenentatge imprescindible per accedir al mercat de treball amb millors possibilitats d'obtenir una ocupació qualificada i duradora.
Aquestes accions formatives s'organitzen en col·laboració amb el Departament d'Ensenyament i les administracions locals.

S'ha ofertat una píndola empresarial sobre **Xarxes Socials**, en el marc de la **Formació en Xarxa** de la Diputació de Girona. Aquesta acció formativa va adreçada tant a persones en situació d'atur com a treballadors/es. Donat que els comerços necessiten cada vegada més estar presents a les xarxes socials, s'ha recollit aquesta acció formativa breu i puntual en aquest inventari. Es va oferir a Figueres, el 22 de juny amb una durada de 3h.

Formació vinculada a **Garantia Juvenil**, que ofereix oportunitats als joves i ajuts per a les empreses basant-se en programes de: formació per a desenvolupar competències professionals, - inserció en el mercat laboral (pràctiques o contractes laborals), - emprenedoria i autoocupació i – orientació laboral.
En aquest marc s'ha oferta un Programa de Joves per a l'ocupació amb una formació d' Ajudant de cambrer/a o dependent/a amb francès (al febrer de 2017).
Aquest programa concret, està dissenyat per a joves entre 16 i 25 anys que estiguin en situació d'atur. També s'ha dut a terme al Centre de Formació Integrat Ferran Sunyer de Figueres.

Des del Servei d'Ocupació de Figueres s'han organitzat 3 accions formatives concretes en el sector del comerç:

- Curs d'E-commerce, en el que han participat 15 persones, al mes d'octubre de 2017.
- Píndola formativa d'E-commerce en el que han participat 7 persones, al mes de novembre de 2017.
- Píndola de Tècniques de venda, amb 15 participants. Al mes de novembre de 2017.

Com es pot apreciar, hi ha una oferta formativa molt limitada en aquest sector i molt centralitzada a Figueres.

Després d'haver analitzat les necessitats de les empreses del sector del comerç i d'haver fet l'inventari de l'oferta formativa del territori, es considera que seria interessant que a l'Alt Empordà es plantegés la possibilitat d'ampliar algunes accions

formatives, com per exemple:

- **Formació Contínua**, que pretén millorar la qualificació professional de les persones treballadores per tal d'adaptar els seus perfils a les necessitats empresarials. Va dirigida principalment a treballadors/es en actiu, tot i que permet també l'accés de treballadors/es en situació d'atur.

- **FOAP** (Formació d'Oferta en Àrees Prioritàries), que ofereix a les persones treballadores preferentment en situació d'atur i demandants d'ocupació, una formació d'acord amb el seu potencial i adaptada al les necessitats del mercat laboral. L'Objectiu d'aquet programa és, a través duna formació personalitzada subvencionada, afavorir la productivitat i la competitivitat de les empreses, així com la qualificació i promoció de les persones treballadores.

- **Idiomes**, principalment oferta de cursos de Francès de nivells diferents, però amb un tarannà molt pràctic i molt enfocat en l'atenció al client en el procés de venda, ja que aquestes són les necessitats que manifesten les empreses del sector del comerç.

- **Tallers de competències transversals** vinculades al sector del comerç. En aquests tallers poden participar tant persones treballadores com altres en situació d'atur i que volen accedir a treballar al comerç de l'Alt Empordà. Seria òptim que aquests tallers els desenvolupessin els mateixos tècnics d'ocupació. Algunes competències a treballar en aquests tallers poden ser: orientació al client, habilitats comunicatives, responsabilitat...

En aquest apartat s'ha tingut en compte la *Diagnosi del pla estratègic per a la Formació a l'Alt Empordà 2012-2017,* en el que es fa una diagnosi i Identificació de les necessitats formatives dels sectors econòmics de l'Alt Empordà i té un apartat concret del sector del Comerç. Alguns dels aspectes recollits al 2012 es troben a data d'avui en una situació molt semblant, en destaquem alguns:

- Les empreses del sector comenten que la formació en aquest sector està poc valorada: no es considera que sigui imprescindible ni que es requereixi qualificació per treballar de dependent/a.
- De manera quasi unànime es considera que el que falta són habilitats i aptituds vinculades a conceptes com ara "vocació", "orientació al client", “imatge", etc, és a dir, que es dóna èmfasi a les competències transversals.
- Alguns representants del sector consideren que cal una professionalització però que aquesta ha de començar pels mateixos propietaris, que han de veure el valor afegit de la formació -per exemple de director/a de botiga, de gestió en el punt de venda, etc- per poder després plantejar-se la formació del propi personal.
- També es fa esment que no hi ha centres de formació relacionada amb el comerç d'alt nivell a la demarcació.
- També es destaca de manera reiterada la importància del coneixement d'idiomes, especialment el francès, i també l'anglès i l'alemany.

## 10.4 Diagnosi i conclusions

En aquest apartat es realitza una Diagnosi concreta sobre la situació actual en la que es troben els Serveis Locals d'Ocupació de l'Alt Empordà en relació a les necessitats del sector del comerç i a continuació se n'extreuen les conclusions.

# DAFO



Sobre la situació actual que es troben els SLO en relació a les necessitats del sector del comerç.

## FORTALESES INTERNES

- Importància del sector comerç minorista l'economica comarcal.
- Experiència i coneixement del sector
- Atenció personalitzada al client
- Producte de qualitat i de proximitat

## OPORTUNITATS EXTERNES

Situació geográfica òptima i ben comunicada.
Gran potencial turístic i poder d'atracció.
Existència d'actius econòmics importants vinculats a la cultura i el turisme
Campanyes de sensibilització dels comerços
Implicació de les administracions publiques en el desenvolupmant econòmic del territori. Marge per incrementar el grau de cooperació entre entitats, agents i empreses.

# DAFO



Sobre la situació actual que es troben els SLO en relació a les necessitats del sector del comerç

## DEBILITATS INTERNES

Històricament no hi hagut contacte permanent amb el teixit empresarial I entitats públiques, només es manté en accions i projectes concrets.
Desconeixença dels serveis oferts per les àrees de promoció econòmica dels ens locals.
Estacionalitat de l'activitat econòmica. Sobretot als pobles de la costa.
Mobilitat i aparcament a les zones comercials.
Manca de cooperació entre els sector turístic, hostaleria i comercial.
Baix nivell formatiu en idiomes. Sobretot es demanda francès.
Manca de professionalització/especialització.
Poca motivació dels comerciants. Reticències als canvis.

## AMENACES EXTERNES

- En deteminats punts, creixement continu de les activitats il·lícites vinculades a l'efecte frontera.
- Desvinculació de pertinença entre determinats col·lectius dels municipis.
- Comerç nou no arrelat. Important risc de deslocalització
- Elevat índex d'immigració.
- Als petits municipis risc de desaparició del comerç. Despoblació i envelliment de la població.
- Risc de no continuitat del l'activitat, Recanvi generacional.
- Deteriorament de la percepció de la qualitat dels serveis públics

**CONCLUSIONS:**

1. El comerç es considera un sector d'activitat amb moltes oportunitats al territori, tot i ser conscients de l'estacionalitat que el caracteritza i de les condicions laborals que ofereix.
2. Existeix una mancança de sistemàtica adequada per generar ocasions i espais de trobada entre els actors del territori. El treball comú és pràcticament nul.

   Els tècnics d'alguns dels municipis participants reconeix que hi ha poca o nul.la relació entre els tècnics d'ocupació del territori i el teixit empresarial.
3. Ens trobem davant de molts reptes als quals fer front: l'estacionalitat de les ofertes, la manca d'encaix entre la formació dels recursos humans de la comarca i les necessitats del mercat de treball. L'oferta formativa es considera poc adequada o insuficient.
4. Els Serveis Locals d'Ocupació (SLO) no són un referent ben posicionat per a les persones que busquen feina en el sector comerç. A més les empreses entrevistades confirmen que quan han de buscar candidats/ades aposten per utilitzar canals de reclutament a banda dels SLO.
5. La realitat dels diferents Serveis d'Ocupació del territori és molt diferent i els protocols d'actuació davant de l'atenció a les persones que estan en procés de recerca de feina i de les empreses que necessiten incorporar personal, també és molt desigual.
6. Les dificultats per obtenir dades relatives a empreses/ofertes gestionades/demandants d'ocupació es podria resoldre si existeix una base de dades comuna en la que els SLO entressis les dades abans esmentades.
7. Pel que fa a les persones en procés de recerca de feina que s'han entrevistat i les opinions dels professionals dels comerços que han format part dels estudis, es coincideix en que no veuen la necessitat de formar-se per aconseguir feina en el sector comerç, es considera que en general hi ha pocs requisits que podrien millorar amb accions formatives. Aquest fet ens fa pensar que no es contemplen les competències transversals com a oportunitat per millorar l'ocupabilitat dels demandants d'ocupació.

## 10.5 Definició de l'estratègia i elaboració del pla d'acció

Una de las finalitats de l'estudi ha estat la de configurar el marc general i analitzar la situació actual al voltant de l'ocupació al sector del comerç a la comarca de l'Alt Empordà i enquadrar els objectius i projectes concrets que han de formar part del Pla d'acció.

La Formulació estratègica defineix les característiques essencials del model i dels camins per assolir-lo, a partir de la perspectiva d'allò que és actualment el territori en relació al comerç (Diagnosi) i dels objectius que es proposen a mig i llarg termini.
Aquesta és una fase intermèdia necessària com a pas previ a la redacció del Pla d'acció i ha d'encabir, des d'una lògica estratègica de territori, les actuacions que es duguin a terme en el futur.
Això no significa, però, que aquest marc general hagi de ser estàtic, sinó que els agents locals han d'avaluar-lo de forma permanent i adaptar-lo, si cal, als canvis de l'entorn que es puguin produir.
Des d'aquesta perspectiva global, el marc estratègic que defineix els trets generals del comerç per a la comarca de l'Alt Empordà es concreta a continuació, mitjançant la formulació de l'objectiu principal i de les Línies de treball estratègiques.

A partir de la Formulació estratègica es planteja aquest Pla d'acció amb dos tipus de mesures. Les primeres, de caràcter transversal, que constitueixen el suport imprescindible per a l'estructuració del sector a la comarca i les segones, de caràcter específic, per a la transformació dels recursos locals de forma que posicionin el sector del comerç com una activitat econòmica valorada i atractiva tant per a les empreses del territori com per a les persones que busquen feina. Unes i altres mesures són imprescindibles per a competir amb possibilitats d'èxit.

El Pla d'acció que es descriu sintèticament a continuació haurà de ser completat en el temps mitjançant el treball en comú que desenvolupin els agents locals relacionats amb el comerç i l'intercanvi permanent d'informació entre els mateixos.

## a) Objectius estratègics i línies de treball

El pla d'acció que es presenta a continuació té **un objectiu general** i unes línies de treball que es concreten amb unes mesures o accions per assolir l'objectiu general, que en aquest cas és *Crear oportunitats per a la generació d'ocupació en l'àmbit del comerç a l'Alt Empordà.*

Les línies de treball i les mesures que es contemplen en cadascuna d'elles són les següents: que es plantegen són les següents:

1. *Posada en marxa de projectes de col·laboració pública-privada que generin ocupació en el sector del comerç al territori.*

   Mesures:

   - Crear mecanismes de coordinació i col·laboració a cada municipi amb els agents clau (operadors públics i privats, empreses, xarxes i entitats) per detectar oportunitats i potencials en la creació d'ocupació que té cada municipi.
   - Promoure un marc de concertació per definir estratègies locals per a l'ocupació.
   - Gestionar com a Servei Local d'Ocupació projectes ocupacionals que afavoreixin la formació i la inserció de persones en el sector del comerç, en col·laboració amb altres administracions, com per exemple:
     - Programa 30 plus del SOC
     - Fem ocupació per a Joves del SOC
     - Joves per a l'Ocupació del SOC
     - Formació a mida
     - Acredita't
   - Col·laborar amb els centres formatius per incrementar les pràctiques vinculades a Cicles Formatius amb empreses del territori que poden generar contractació un cop finalitzades les pràctiques no laborals. Si els

SLO tenen un bon coneixement del teixit comercial del territori poden aportar un coneixement als centres de formació en aquest aspecte.

2. *Millora del posicionament dels Serveis Locals d'Ocupació respecte als demandants d'ocupació i les empreses del territori.*

Mesures:

- Apoderar als tècnics d'ocupació comarcals amb accions de formació i actualització professional en matèria d'ocupació (p.e: en ocupabilitat per competències).
- Dissenyar una carta de serveis adreçada a les empreses i una per als demandants d'ocupació i donar-la a conèixer.
- Fer difusió de les activitats que es porten a terme des del SLO a través dels canals més adients per a cada col·lectiu.
- Augmentar la prospecció d'empreses per tenir un major coneixement de les seves necessitats.
- Treball en xarxa entre agents vinculats a la formació i l'ocupació del territori.
- Crear espais de trobada per compartir bones pràctiques i coneixement.
- Dissenyar activitats-xerrades que siguin d'interès per als comerciants del territori i que aportin valor.
- Dissenyar activitats (tallers, seminaris, etc) per a les persones demandants d'ocupació amb l'objectiu de millorar-ne la seva ocupabilitat i posicionar-les millor en el procés de recerca de feina.
- Realitzar accions de captació de talent per identificar perfils que siguin d'atractius per a les empreses.

3. *Diversificació i adaptació de l'oferta formativa*.
   - Realitzar un mapa de l'oferta formativa del territori i mantenir-lo actualitzat, que reculli:
     - Formació reglada/Formació professional (cicles formatius)
     - Formació ocupacional
     - Formació professional contínua
     - Programes de formació i inserció
     - Acadèmies d'idiomes
     - Formació vinculada a programes de Garantia Juvenil
     - Formació a mida del sector del comerç: gremis, associacions, etc.
     - ...
   - Inventariar els espais municipals a nivell comarcal, que es poden utilitzar per realitzar accions formatives vinculades a un Certificat de Professionalitat i valorar la seva idoneïtat per dur a terme aquestes accions.

     Per exemple, realitzar la Formació vinculada al Certificat de professionalitat d'Activitats auxiliars de Comerç N1 (que no exigeix requisits acadèmics per accedir-hi) d'una durada de 270 hores de formació, s'ha de tenir en compte que el Certificat té uns requisits mínims d'espais, instal·lacions i equipament en funció del nombre d'alumnes. Per veure informació més concreta es pot consultar el següent enllaç: https://www.sepe.es/contenidos/ca/personas/formacion/certificados_de_profesionalidad/comercio_marketing.html

   - En funció de les necessitats detectades en el sector del comerç cercar vies per donar resposta, ja sigui a través de programes existents o bé dissenyant a mida accions formatives.
   - Realitzar una anàlisi del perfil de les persones que s'adrecen als SLO i que volen treballar en el sector comerç per tal d'identificar necessitats formatives i poder dissenyar accions per donar resposta a aquestes necessitats.

- Dissenyar una oferta formativa adreçada als demandants d'ocupació que permeti el desenvolupament de les competències transversals necessàries per treballar en el sector del comerç.
- Cercar aliances i crear convenis de col·laboració per tal que els mateixos comerciants puguin ser formadors/es en accions formatives adreçades a persones en situació d'atur.

4. *Disposar de sistemes de recollida d'informació i d'anàlisi que faciliti la presa de decisió estratègica.*

- Conscienciar a nivell polític i tècnic de la importància de posar mesures i recursos per a la recollida d'informació que permeti l'anàlisi i la presa de decisions.
- Crear un grup de treball de tècnics d'ocupació que analitzi les tendències de l'ocupació al territori, amb una freqüència establerta. Es proposa realitzar un anàlisi més qualitatiu, ja que les dades quantitatives i estadístiques les poden obtenir de fonts d'informació com per exemple:
    - Xifra de la Diputació de Barcelona
    - IDESCAT
    - INE
    - Observatori del Mercat de Treball (Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya).
    - Observatori de la Ciutat de Girona (Ajuntament de Girona)
    - Sessions de treball i entrevistes amb el personal tècnic dels Serveis d'Ocupació dels Ajuntaments, participants, del Consell Comarcal i de l'Oficina de Treball de la Generalitat de Figueres.
    - Llistats i dades obtingudes dels Serveis Locals sobre perfils i ofertes rebudes als diferents Ajuntaments i l'Oficina de Treball de la Generalitat de Figueres.
    - Consulta d'altres informes i diagnosis del territori.

- Utilitzar una base de dades compartida o diferents, però que permeti obtenir les mateixes dades qualitatives de les ofertes gestionades al SLO i de les persones ateses com a demandants d'ocupació.

Al marge de les línies estratègiques de treball recollides en aquest pla, a continuació es fa un resum de les principals accions a realitzar per generar possibilitats de creació d'ocupació en el sector del comerç:

1. Establir convenis de col·laboració amb les empreses del territori que generen contractació.

2. Proposar a les empreses, a través dels tècnics d'ocupació que acullin a persones través d'un conveni de pràctiques no laborals vinculades a una acció formativa. L'experiència demostra que en l'àmbit de l'ocupació, les pràctiques a les empreses com a part d'un itinerari formatiu, són una gran oportunitat per que les empreses puguin conèixer a la persona acollida i tenir-la en compte a l'hora de contractar algú quan es presenta la necessitat, sempre i quan les pràctiques realitzades hagin servit per assegurar que reuneix les competències (tècniques i transversals) necessàries per desenvolupar amb èxit les funcions del lloc de treball.

3. Gestionar projectes que desenvolupen actuacions ocupacionals per afavorir la inserció laboral de les persones en situació d'atur que pertanyen a diferents col·lectius (per exemple 30 Plus, Fem Ocupació per a Joves, Joves per a l'Ocupació, etc). A través d'aquest projectes es treballa per una banda amb les empreses del territori i amb les persones en situació d'atur.

4. Realitzar accions de prospecció i fidelització de les empreses del territori per part dels tècnics d'ocupació. Prèviament es proposa un anàlisi estratègic exhaustiu de les ofertes gestionades/rebudes a cada municipi participant en el projecte. D'aquesta manera els tècnics es poden apropar a les empreses que han manifestat necessitat d'incorporar alguna persona amb anterioritat i es pot incidir en les necessitats d'assessorament de les empreses a l'hora de

definir perfils competencials de les empreses (que recordem que s'ha detectat que tenen dificultats per definir aquests requisits).

5. Conèixer l'oferta formativa existent i tenir la capacitat suficient per crear-ne de nova en funció de les necessitats detectades a les empreses del sector del comerç i a les persones que volen treballar en aquest àmbit.

Algunes de les accions que es proposen en aquest apartat suposen una **oportunitat per als Serveis Locals d'Ocupació** d'apropar-se a les empreses i a les persones del territori a través d'un projecte d'interès per ambdues parts. Recordem que una de les conclusions a les que s'ha arribat amb el diagnòstic inicial, és que els SLO no són un referent ni per a les persones en procés de recerca de feina, ni per a les empreses de l'Alt Empordà. És per aquest motiu que es proposa una mesura d'aquest tipus, perquè a més dels avantatges que ofereix per a empreses i persones, és també un recurs interessant per oferir-lo dins dels serveis locals d'ocupació.

**b) Recursos Necessaris**

Per assolir amb èxit aquest pla d'acció cal que hi hagi una implicació de diferents agents:

- A nivell municipal i comarcal, serà necessària la participació de polítics i tècnics de les àrees de promoció econòmica (valorant també la possibilitat d'incorporar també els de turisme), així com l'Oficina de Treball de la Generalitat de Figueres.
- Empreses del sector del comerç de l'Alt Empordà.
- Agents educatius i centres de formació no reglada.
- Altres administracions (SOC, Diputació de Girona, ...).
- Gremis i associacions sectorials.
- Demandants d'ocupació.

D'altra banda, es necessitarà disposar d'espais per impartir accions formatives de diferent format. És possible que prèviament calgui un procés d'homologació d'aquests espais per complir amb els requisits d'alguns Certificats de Professionalitat.

### c) Proposta de calendari

Donada la complexitat de concreció d'algunes de les mesures proposades en aquest pla i la realitat existent als diferents SLO participant en aquest projecte, s'opta per fer una proposta de fases del pla d'acció sense establir un calendari comú.
A l'hora de dissenyar aquest pla es considera del tot necessari la implicació i validació per part dels tècnics d'ocupació i dels polítics de les àrees de promoció econòmica de les fases i la priorització de les mesures a concretar.
Així doncs es fa una proposta orientativa per a cada línia estratègica però es considera que han de ser els agents de les administracions participants que en funció de les línies estratègiques concretin el calendari d'execució.

**Fases del pla d'acció:**

1. *Posada en marxa de projectes de col·laboració pública-privada que generin ocupació en el sector del comerç al territori.*

    - Gener – Juny 2018 anàlisi i proposta de programes ocupacionals prioritaris pel 2018 i cerca de vies de finançament.
    - Gener-desembre 2018 disseny i elaboració de convenis de col·laboració amb els agents del territori.
    - 2019-2020 sol·licitud i gestió de projectes ocupacionals que procedeixen d' altres administracions (SOC, Diputació de Girona, etc).

2. *Millora del posicionament dels Serveis Locals d'Ocupació respecte als demandants d'ocupació i les empreses del territori.*

   - Gener-juny de 2018 disseny i/o replantejament de l'estratègia comunicativa de les activitats es fan al SLO adreçades a demandants i empreses.
   - Juny – setembre 2018 crear grup de treball dels tècnics participants.
   - Març-setembre formació dels tècnics d'ocupació en matèria de competències professionals.
   - Març-desembre 2018 accions de prospecció amb empreses del sector comerç del territori.

3. *Diversificació i adaptació de l'oferta formativa*.
   - 2018- Homologació d'espais i gestió amb el SOC per complir amb els requisits necessaris per poder oferir accions formatives vinculades a Certificats professionals vinculats al comerç.
   - 2019 concreció d'una oferta formativa adaptada a les necessitats de les empreses i els demandants.

4. *Disposar de sistemes de recollida d'informació i d'anàlisi que faciliti la presa de decisió estratègica.*
   - Abril-maig 2018 creació del grup de treball per a l'anàlisi d'informació amb els tècnics participants i proposta d'espais de trobada. Inicialment serà necessari trobades freqüents (mensuals) i un cop distribuïdes les funcions dels tècnics participants es concretaran les trobades per posar en comú i presa de decisions o disseny d'activitats (freqüència trimestral).

### d) Control i seguiment

Cal dissenyar indicadors qualitatius i quantitatius per garantir la consecució de l'objectiu general. Atenent a les línies de treball recollides en aquest pla d'acció, els indicadors que es proposen són els següents:

- Nombre de projectes de col·laboració públic-privats que s'han posat en marxa.
- Nombre d'actuacions de prospecció adreçades a empreses vinculades al comerç.
- Nombre de persones ateses al SLO que manifesten interès per treballar en el sector del comerç.
- Nombre de reunions realitzades entre tècnics d'ocupació comarcals en el marc del projecte.
- Nombre d'accions de comunicació i divulgació de la carta de serveis dels SLO.
- Nombre d'ofertes rebudes al SLO vinculades al comerç.
- Nombre de candidats/e presentats/ades al es ofertes rebudes.
- % d'inserció de persones en el sector del comerç.
- Nombre d'espais homologats per oferir Certificats de professionalitat.
- Nombre de persones participant en accions formatives.
- Nombre de cursos adreçats a persones treballadores en el comerç de l'Alt Empordà.
- Nombre de cursos persones en situació d'atur que vol treballar en el comerç de l'Alt Empordà.
- Nombre de persones en pràctiques acollides per les empreses.

Cal dir que, aquests indicadors tindran sentit i aportaran una informació qualitativa quan es pugui fer una comparativa en el temps, ja que inicialment no es disposa d'aquesta informació i algunes de les accions que es proposen en aquest pla no s'han dut a terme fins ara.

## 11. ANNEXOS

11,1, Qüestionari enquesta residents

11.2. Qüestionari enquesta no residents

11.3. El mapa d'ocupació

11.4. El mètode Dacum

Ajuntament de Figueres

# ENQUESTA RESIDENTS ALT EMPORDÀ

**Estem fent un estudi sobre el desenvolupament comercial de l'Alt Empordà. Us agrairem que ens contesteu aquest qüestionari.**

Edat.....

Sexe: ❑ Home ❑ Dona

Nivell d'estudis: ❑ Primaris: EGB-ESO ❑ Secundaris: BUP-Batxillerat ❑ Cicles formatius/FP ❑ Diplomatura/Llicenciatura

Situació laboral: ❑ Estudiant ❑ Jubilat/da ❑ Mestressa de casa ❑ Aturat/da ❑ Treballador compte propi ❑ Treballador compte aliè

Municipi de residència:.....

Nombre de persones que viuen a la llar:.....

1. Compra habitualment al seu municipi de residència?
   - ❑ Sí (passa a pregunta 6)
     - Fora del seu municipi de residència compra en algun altre municipi?
       - ❑ Sí ..... ❑ No
   - ❑ No

2. Si no compra al seu municipi, on va a comprar principalment?
   - ❑ .....
   - ❑ .....

3. Per quin motiu no compra al seu municipi habitualment?
   - ❑ Perquè a altres poblacions hi ha més oferta
   - ❑ Perquè treballa en una altra població i compra allà
   - ❑ Perquè a altres poblacions els productes són més barats
   - ❑ Altres.....

4. Quin d'aquests factors farien que comprés al seu municipi?
   - ❑ Horaris més amplis
   - ❑ Lliurament a domicili
   - ❑ Ofertes i promocions
   - ❑ Més assortiment de productes
   - ❑ Facilitats d'aparcament
   - ❑ Altres.....

5. Quins dies compra fora del seu municipi?
   - ❑ De dilluns a divendres al matí
   - ❑ De dilluns a divendres a la tarda
   - ❑ Dissabte
   - ❑ Diumenge
   - ❑ Qualsevol dia

Dia i hora enquesta.....
Lloc.....

6. Quins dies compra al seu municipi?
   - ❑ De dilluns a divendres al matí
   - ❑ De dilluns a divendres a la tarda
   - ❑ Dissabte
   - ❑ Diumenge
   - ❑ Qualsevol dia

7. Què compra a fora?
   - ❑ Alimentació ❑ Adrogueria/perfumeria ❑ Roba ❑ Llar ❑ Lleure ❑ Altres.....

8. Compra en algun mercat de l'Alt Empordà?
   - ❑ Sí A quin?..... ❑ No

9. Quins productes no troba al seu municipi?

.....

10. En quin format comercial prefereix fer les seves compres?
    - ❑ Botiga tradicional
    - ❑ Supermercats
    - ❑ Gran superfície
    - ❑ Mercat ambulant
    - ❑ Altres.....

11. Quina imatge té del comerç del seu municipi en general?
    - ❑ Molt dolenta ❑ Dolenta ❑ Regular ❑ Bona ❑ Molt bona

12. Què milloraria del comerç del seu municipi?
    - ❑ La imatge: aparadors, distribució botiga...
    - ❑ L'oferta de productes
    - ❑ Els preus
    - ❑ El tracte personal
    - ❑ Altres.....

SOC Servei d'Ocupació de Catalunya

Generalitat de Catalunya



hidra

Ajuntament de Figueres

## ENQUESTA NO RESIDENTS A L'ALT EMPORDÀ

**Estem fent un estudi sobre el desenvolupament comercial de l'Alt Empordà.**
**Us agrairem que ens contesteu aquest qüestionari.**

Edat.....

Nivell d'estudis:
- ❑ Primaris: EGB-ESO
- ❑ Secundaris: BUP-Batxillerat
- ❑ Cicles formatius/FP
- ❑ Diplomatura/Llicenciatura

Situació laboral:
- ❑ Estudiant
- ❑ Jubilat/da
- ❑ Mestressa de casa
- ❑ Aturat/da
- ❑ Treballador compte propi
- ❑ Treballador compte aliè

Sexe: ❑ Home ❑ Dona

Municipi/país de residència:.....

És la primera visita a l'Alt Empordà: ❑ Si ❑ No

Nombre de persones que visiten l'Alt Empordà: ❑ 1 ❑ 2 ❑ 3 ❑ 4 ❑ 5 ❑ 6 ❑ 7 o més

Relació amb les persones acompanyants:
- ❑ familiars
- ❑ amics
- ❑ companys de feina/negocis
- ❑ altres.....

Durada de l'estada:
- ❑ 1 dia
- ❑ 2 dies
- ❑ de 3 a 5 dies
- ❑ 6-7 dies
- ❑ + 7 dies
- ❑ + 15 dies

Si està més d'un dia a l'Alt Empordà, a quin municipi s'allotja?.....

A quin tipus d'allotjament?
- ❑ en una segona residència
- ❑ a casa de familiars o amics
- ❑ en un hostal
- ❑ en un hotel
- ❑ en un apartament
- ❑ en un allotjament rural
- ❑ en una casa de colònies
- ❑ en un càmping
- ❑ altres.....

Despesa mitjana diària per persona (incloent allotjament, gastronomia, compres, activitats de lleure):
- ❑ menys de 10 €
- ❑ de 10 a 20 €
- ❑ de 21 a 30 €
- ❑ de 31 a 50 €
- ❑ + de 50 €

Motiu principal de la visita a l'Alt Empordà:
- ❑ segona residència
- ❑ visita a familiars o amics
- ❑ negocis
- ❑ platja
- ❑ gastronomia
- ❑ compres
- ❑ turisme (elements patrimonials, culturals)
- ❑ activitats de lleure (bicicleta, pesca, vela, vol, golf... )
- ❑ altres.....

A part del motiu principal de la seva estada, què més pensa fer a l'Alt Empordà?:
- ❑ comprar
- ❑ menjar en algun establiment de restauració
- ❑ visitar algun element patrimonial o cultural
- ❑ fer alguna activitat de lleure (bicicleta, pesca, vela, golf... )
- ❑ altres.....

Què compra a l'Alt Empordà? ❑ alimentació ❑ perfumeria/medicaments ❑ roba i complements ❑ equipament de la llar ❑ productes lleure i cultura ❑ regals ❑ altres.....

Com ha conegut l'Alt Empordà?:
- ❑ ja hi havia estat anteriorment
- ❑ per recomanació d'algun familiar, amic, conegut...
- ❑ per algun fullet promocional
- ❑ per internet
- ❑ altres.....

Municipi on es fa l'entrevista: .....

Data:

Tornaria a visitar l'Alt Empordà?
- ❑ sí
  - ❑ abans d'1 any
  - ❑ abans de 3 anys
  - ❑ no sé quan
- ❑ no

SOC Servei d'Ocupació de Catalunya

Generalitat de Catalunya

AJUNTAMENT DE L'ESCALA



hidra

# VENDA EN COMERÇ DE PROXIMITAT

"Aquesta acció està subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de Suport al desenvolupament local"

En aquest document es presenta l'ocupació de *Venda en comerç de proximitat*. Per poder dibuixar un retrat de com es configura aquesta ocupació al territori s'han consultat diverses fonts, s'ha analitzat la morfologia del sector a l'àrea d'influència, i s'ha entrevistat a professionals i empreses de comerç. A continuació es presenten breument les dades i informació més significativa.

## EL COMERÇ AL DETALL A L'ALT EMPORDÀ

L'Alt Empordà, amb una població de poc més de 140.118 habitants és la comarca gironina que aglutina més comerços per té **uns de 2.626 comerços**, amb una densitat de 18,84 establiments/1.000 habitants. Per la seva situació dins de la geografia catalana, té una àrea d'influència en comerç i serveis. que pot arribar a més de 50.000 persones[2]. El teixit empresarial del sector del comerç, que representa al voltant del 26% de l'activitat del municipi, es distribueix entre comerç al detall i a l'engròs.

## L'OCUPACIÓ AL TERRITORI

Principalment el comerç de l'Alt Empordà és **de petita dimensió** (acostuma a tenir un establiment), especialitzat, de proximitat i dependent del client fidelitzat. El tipus de comerç és variat i dóna resposta a les necessitats bàsiques i secundàries: botigues d'alimentació (amb producte generalista o del territori), de roba, calçat, farmàcies, botigues d'electrodomèstics i d'informàtica, de mobles, d'articles de decoració, de joguines, joieries, llibreries, floristeries...

El comerç a l'Alt Empordà es caracteritza per la importància de la temporada turística i pel comerç "de tota la vida", però hem de tenir en compte que, la permanència dels comerços està fortament lligada a la **fidelització de la clientela**. Per a això cerquen ser botigues de referència als municipis. En aquest marc, el/la dependent/a de comerç de proximitat ha de mostrar una clara **orientació a la clientela** i a la **qualitat**. Es valora especialment que el/la professional sàpiga situar-se en el context i atendre les necessitats de la clientela de forma personalitzada. Per a això:

- s'ha de conèixer bé el **producte** que s'ofereix i
- establir una relació de proximitat amb la **persona** que ve a comprar-lo.

Sovint per al "client de tota la vida" l'acte de comprar es pot convertir, d'alguna manera, en una activitat social on a més de fer una transacció busca un espai de confiança i de proximitat; i el/la dependent/a ha de ser capaç de generar-lo.

**OCUPACIÓ**

- Venda en comerç de proximitat

**FAMÍLIA PROFESSIONAL**

- Comerç

## POSSIBLES LLOCS DE FEINA

- Dependent-a/venedor-a de petit/mitjà comerç (en diferents àmbits d'activitat)
- Dependent-a/venedor-a tècnic de petit/mitjà comerç especialitzat *
- Caixer-a
- Reposador-a
- Responsable de botiga

**NOTA**

*** Comerç especialitzat:** Comerç realitzat per empreses en les que el volum de facturació d'un sol tipus de producte és superior al 50%.

http://www20.gencat.cat/portal/site/observatoritreball/menuitem.c015ce2a20b1bfc298740d63b0c0e1a0/?vgnextoid=8c7c1d3ab7f78310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextchannel=8c7c1d3ab7f78310VgnVC

## DESCRIPCIÓ DE L'OCUPACIÓ

El/la professional que realitza funcions de venda en comerç de proximitat, rep, informa, assessora i ven el producte a la clientela, detectant i responent a les seves necessitats i fidelitzant-la. Tanca la venda realitzant les operacions de cobrament i empaquetat i ofereix, quan és pertinent, un servei post venda (resolució d'incidències, canvi de producte, etc.). També assumeix tasques de manteniment de la botiga i del producte (ordre i neteja, decoració, reposició del producte, etc.) i de control d'estocs i aprovisionament de mercaderies.

## PER SABER-NE MÉS

Es pot trobar més informació sobre la ocupació i els diferents llocs de feina associats a:

- Porta 22 (Barcelona Activa) http://w27.bcn.cat/porta22/cat/sector/pagina4131/comerc.do
- Conèixer les feines (Servei Ocupació Catalunya - SOC) http://www.oficinadetreball.cat/socweb/export/sites/default/socweb_ca/ciutadans/orientacioTrobarFeina/detall_fitxa.html_1462511565.html
- Servicio Andaluz de Empleo (Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo) http://www.juntadeandalucia.es/servicioandaluzdeempleo/web/websae/portal/es/empleo/buscarTrabajo/eligeProfesion/Comercio/

**NOTA**

Al petit comerç la **fidelització de la clientela** és cabdal per a la consolidació del mateix. Per això el/la dependent-a ha de tenir una clara orientació al/a la client/a, escoltant les seves necessitats i demandes i assessorant per a encaixar els interessos d'ambdues parts.

**Oferir una atenció i servei de qualitat**, que el diferenciï de la resta.

**NOTA**

Les funcions i tasques del/de la dependent/a en comerç de proximitat (especialitzat, o no) s'inscriuen en 3 grans àrees de treball

## FUNCIONS i TASQUES

**Botiga** **Clientela** **Magatzem**

**Col·laborar en el manteniment de l'establiment (punt de venda): botiga + producte.**

Botiga:
- Netejant l'espai de botiga: escombrar, fregar, treure la pols, netejar vidres (abans d'obrir l'establiment i, en ocasions també, després de tancar).
- Col·laborant en la decoració/muntatge de l'aparador[1].
- Col·laborant en la decoració/muntatge interior de la botiga: expositors, cartells, mostradors, lineals, etc[1].
- Actualitzant els cartells informatius.
- Mantenint l'espai de botiga endreçat durant la jornada: treure escombraries (cartró, plàstic), fent neteja de manteniment, etc.
- Realitzant les operacions de gestió de la caixa (si és el cas): obertura i tancament de caixa i entrega d'ingressos al banc.

Producte:
- Col·locant el producte als expositors, prestatges, mostradors, burres, vitrines, etc. seguint les pautes i criteris establerts.
- Realitzant la reposició dels productes i/o controlant la seva caducitat (en el cas de productes peribles)
- Ordenant els productes que s'han mostrat a la clientela, tornant a deixar-los al lloc que els correspon.
- Realitzant rotacions dels productes segons les necessitats de venda i/o les campanyes (Estiu, Nadal, Rebaixes,...)
- Etiquetant els productes per a la seva identificació i preu actualitzat.

**Atendre a la clientela ajustant-se als estàndards de qualitat i pautes establertes per l'establiment**

- Rebent/acollint als/a les clients/es que entren a l'establiment[2].
- Observant la clientela per a detectar el tipus de client i realitzant, si és pertinent, preguntes per a identificar les seves necessitats o demanda [2].
- Oferint, si s'escau, assessorament durant la compra, informant detalladament sobre productes, aportant diverses alternatives a la persona client i donant resposta a la seva demanda.
- Cobrant i donant informació sobre la devolució/canvi de la compra, promocions, vals, serveis que ofereix l'establiment, etc. i (si és el cas) gestionant l'entrega de la compra a domicili.
- Empaquetant i/o embolicant el/s producte/s utilitzant els materials pertinents i seguint els estàndards de protecció i imatge establerts.
- Atenent i resolent incidències i/o reclamacions de la clientela, o derivant-les al/a la professional encarregat/ada de resoldre-les.
- Coneixent les característiques, prestacions i preus de tots els productes a la venda.

- **Realitzar la gestió del magatzem.**
  - Controlant els estocs i facilitant la informació al/a la responsable per a la realització de les comandes.
  - Recepcionant la mercaderia, comprovant el seu bon estat i verificant la seva adequació amb la demanda.
  - Introduint l'albarà a l'ordinador i imprimint les etiquetes dels productes rebuts.
  - Desembalant les caixes i etiquetant els productes.
  - Validant l'encaix entre la mercaderia demanada i rebuda (comanda i albarà)[3] i informant al/a la responsable en cas d'incidències.
  - Col·locant els productes a botiga o magatzem (estoc) segons les necessitats i l'ordre o criteris establerts.
  - Participant en la realització de l'inventari.

---

**OBSERVACIONS/ACLARIMENTS**

**Què expliquen les empreses (comerços) i els/les professionals (dependents/es):**

[1] Generalment el/la dependent/a col·labora en el muntatge i decoració tant de l'aparador com de la botiga. N'és el/la responsable només quan està sol/a a la botiga i/o quan, explícitament, el/la responsable li ha transferit aquestes tasques.

Quan col·labora segueix les instruccions i coordenades del/de la responsable.

[2] Tot establiment acostuma a tenir una pauta de rebuda i atenció als/a les clients/es en funció del tipus de relació, tracte o estil del comerç i de la clientela. Per exemple:

- Saludar i demanar què vol, en què se'l pot ajudar...
- Saludar i deixar temps per a què passegin per l'establiment abans d'iniciar la venda
- Interactuar només en cas que el/la clienta demani assessorament o orientacions
- Etc.

Per això el/la dependent/a ha de conèixer aquestes pautes i adaptar l'estil d'atenció a les normes de l'establiment.

En qualsevol cas els/les professionals coincideixen en què el/la dependent/a ha de ser molt observador i adaptar l'atenció al tipus de client.

[3] Si el/la dependent/a s'encarrega de la gestió de les mercaderies, i tenint en compte que a la majoria de comerços aquest procés està informatitzat, és important que tingui un domini bàsic de les TIC i que conegui bé el procediment. També ha de tenir clar l'abast de la seva responsabilitat en la gestió d'incidències i relació amb els proveïdors (quan ha de resoldre la incidència o quan l'ha de comunicar i delegar al/a la responsable de la botiga).

[4] Tenir en compte que no tots els comerços fan inventari. Si és el cas, acostuma a col·laborar-hi (i això, en moltes ocasions, implica treballar fora de la jornada habitual)

Tots/s els/les professionals coincideixen en què si s'han de prioritzar tasques l'ordre sempre ha de ser:

1r  Atendre a la clientela
2n  Fer el manteniment de la botiga i del producte
3r  Gestionar el magatzem

**La principal prioritat són els/les clients/es.**

COMPETÈNCIES REQUERIDES

## COMPETÈNCIES TÈCNIQUES

- Coneixement i aplicació de tècniques i estratègies de venda

  - Coneix les fases d'un procés de venda: acollida, presa de contacte, informació i assessorament, tancament de la venda.
  - Sap aplicar tècniques d'atenció al client (adaptant l'estil al tipus de clientela): observació i anàlisi del tipus de clientela, escolta activa, reformulació, suggeriment, demostració, argumentació, etc.
  - Sap aplicar estratègies de venda: rotació de producte, venda creuada, suggeriment de producte de venda urgent (per tancament de temporada, per introducció de nou producte, per excés d'estoc, per caducitat, etc.)

A la Comarca de l'Alt Empordà és important també conèixer la clientela i adaptar l'atenció i l'estratègia de venda al tipus de clients/es. Tenint en compte que el client pot ser el resident del municipi i el turista. Els/les professionals expliquen que n'hi ha que aprecien un tracte més personalitzat (de vegades fins i tot molt personal) però a d'altres els desagrada (o inclús els molesta).

- Coneixement i domini dels procediments de registre i cobrament i dels tipus d'empaquetatge del producte

  - Coneix el funcionament del TPV (Terminal del Punt Venda) i sap realitzar totes les operacions associades: lectura de codis, impressió dels tiquets, cobrament en efectiu o targeta, i obertura i tancament de caixa.
  - Coneix i sap utilitzar el datàfon per als pagaments amb targeta de dèbit o crèdit.

Hi ha diferents tipus de TPV: compactes, modulars, amb programari a mida o estàndard de comerç, etc. En tot cas els ha de conèixer i saber utilitzar-los. http://ca.wikipedia.org/wiki/Terminal_punt_de_venda

  - Sap empaquetar, presentar i adornar els productes segons l'estil del comerç i les instruccions rebudes.

- Coneixement i aplicació de tècniques d'organització del punt de venda

  - Coneix i sap aplicar les tècniques bàsiques d'organització de l'establiment per a la venda: distribució funcional i estètica de les zones, el mobiliari i l'assortiment; tipus de decoració, formes de col·locació/presentació del producte, etc.
  - Sap aplicar tècniques d'aparadorisme tenint en compte els tipus d'aparador, els principis bàsics d'un aparador (simplicitat, relleus, claredat, agrupament i espais lliures, homogeneïtat, lluminositat, etc.), i altres elements (colors, il·luminació, estructura, etc.).

- Coneixement i aplicació de mètodes i processos de gestió del magatzem

  - Coneix i sap aplicar els procediments administratius de registre i control en la gestió del magatzem: en l'aprovisionament, la recepció del gènere, l'emmagatzematge i etiquetatge.
  - Sap aplicar les tècniques bàsiques d'organització del magatzem: col·locació del gènere seguint els criteris establerts i les instruccions rebudes, mobilitat del gènere segons rotacions i demanda (del magatzem a la botiga).
  - Coneix el procediment d'elaboració d'inventaris (mensual, trimestrals o anuals) i sap realitzar-los seguint les instruccions i la normativa interna de l'establiment.

COMPETÈNCIES REQUERIDES

- Coneixement del producte a la venda
  - Coneix i sap defensar/vendre els productes de l'establiment: en funció del tipus de gènere en coneix les característiques, prestacions, les marques, el funcionament, l'aplicació, etc.
  - Coneix la competència i sap defensar l'avantatge competitiu dels productes a la venda de l'establiment.

En el cas d'establiments i comerços d'alimentació (especialment d'aquells en què es venen productes típics de la zona) és molt important tenir un bon **coneixement del producte**: com s'elabora, característiques, com es pot cuinar/manipular, diferència amb altres productes, origen, avantatge del producte de proximitat, etc.

## COMPETÈNCIES BÀSIQUES

-COMPETÈNCIES REQUERIDES

- Coneixement i domini d'aplicacions informàtiques
  - Ús del programari informàtic de gestió de la caixa.
  - Ús del programari informàtic de gestió del magatzem.
- Coneixement del català, castellà i francès
  - Nivell B2 (usuari/a autònoma) en comprensió i parla.

    Escriptura (B1).
- Coneixement d'una tercera llengua (molt important)
  - Nivell B1 (usuari/a autònoma) en comprensió i parla.

    Generalment es demana el coneixement d'una **tercera llengua (francès**) tot i que es pot valorar, sobretot en algun/s municipi/s on aposten per promocionar-se a nivell turístic. En cas que es demani/valori les llengües preferents són el francès o l'anglès. I cada vegada es dóna més important al coneixement d'una tercera i fins i tot quarta llengua.

Per més informació: http://europass.cedefop.europa.eu/es/documents/european-skills-passport/language-passport/templates-instructions

- Domini del càlcul funcional
  - Domini d'operacions bàsiques de càlcul.
    Tot i que s'utilitzen terminals de punt de venda i programes de gestió el/la professional ha de tenir un cert domini i agilitat mental per detectar errors o per tornar canvi en cas que ho hagi de fer manualment.
- Coneixement de riscos laborals, higiene i salut
  - Mesures de prevenció, protecció d'accidents, anomalies o sinistres.
  - *En comerços d'alimentació*: mesures i mètodes de conservació, manipulació d'aliments i higiene.

## COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

### Orientació al client (atenció)

*Orientar-se al client implica tenir una clara vocació de servei que no totes les persones posseeixen entre les seves capacitats. Aquesta vocació és la que permet mostrar preocupació per a escoltar i entendre les necessitats del/de la clientela.*

COMPETÈNCIES REQUERIDES

- Coneix i pot definir el tipus de client més habitual de l'establiment.
- Coneix i aplica el protocol de relació amb el/la client establert per l'organització (preguntar sempre, acompanyar o no, etc.).
- Prioritza atendre el/la client, deixant de banda qualsevol altra tasca que estigui realitzant en el moment en què el/la client entra i/o reclama la seva atenció.
- Ofereix un tracte servicial i amable, posant-se a disposició del/de la client mitjançant fórmules de cortesia ("bon dia, el/la puc ajudar?").
- S'assegura de conèixer amb exactitud la demanda de la clientela, realitzant preguntes d'aclariment si és necessari.
- Assessora el/la client en funció de la seva demanda, oferint informació precisa i detallada sobre els/les productes.
- Aporta més d'una alternativa/producte a la clientela, evitant mostrar-se impositiu/iva i deixant la decisió final a les seves mans.
- S'assegura d'haver satisfet la demanda del/de la client/a, sol·licitant expressament la seva conformitat amb el servei i/o preguntant-li si desitja alguna cosa més abans de tancar la transacció.
- Coneix i pot enumerar els motius de queixa i incidències més habituals de la clientela de l'establiment, així com el protocol establert per a gestionar cada una d'elles.
- Davant la queixa, manté una actitud conciliadora, escoltant atentament i evitant el confrontament a través d'expressions de disculpa i facilitadores d'acords.
- Ofereix en tot moment una o més alternatives i/o solucions satisfactòries a les queixes i reclamacions de la clientela.
- Acomiada el/la client/a emplaçant-lo/la a tornar i posant-se a la seva disposició per a ocasions futures.

### Habilitats comunicatives

*El/la treballador/a ha de saber transmetre confiança al/a la client/a, i combinar aquesta capacitat amb una comunicació persuasiva que permeti assolir l'objectiu final: tancar la venda del producte.*

- Utilitza, durant la interacció amb la clientela un vocabulari formal, evitant col·loquialismes.
- Dirigeix en tot moment la mirada als ulls de la clientela durant la interacció amb ella.
- Domina i aplica el vocabulari tècnic associat als productes que ofereix, adaptant-lo a les característiques i nivell de coneixement de cada client/a.
- Ofereix informació clara i precisa, limitant el discurs a exposar les característiques del producte, i demana retroalimentació al/a la client per a assegurar-se que ha resolt tots els dubtes.
- Coneix i aplica les fórmules habituals de cortesia en la interacció amb la clientela (donar les gràcies, saludar, parlar de vostè...).
- Adapta el registre comunicatiu a les característiques de cada client (edat, nivell de confiança,...) mantenint la formalitat en tot moment.

- Manté en tot moment un to de veu moderat, especialment durant la recepció de queixes o reclamacions per part de la clientela.
  Practica l'escolta activa, respectant sense interrompre el discurs del/de la client/a, aportant retroalimentació a través de gestos d'assentiment, reformulacions del missatge, etc. i realitzant, si s'escau, preguntes pertinents per a assegurar una correcta comprensió del missatge.
- Respecta la distància emocional amb el/la client/a, evitant realitzar i/o respondre a preguntes invasives o compromeses.
- Sap diferenciar quan un/a client/a demanda la seva atenció, evitant iniciar interaccions o converses quan el/la client/a no vol.
  Manté una postura corporal adient en tot moment, sense mostrar tensió i/o passivitat. Especialment en moments de recepció de queixa, evita realitzar gestos efusius i/o que denotin agressivitat.

 Responsabilitat

*En moltes ocasions ,i especialment en comerços de proximitat, el/la propietari/a de l'establiment confia el funcionament del negoci al/a la dependent/a, que n'ha d'assumir el control absolut, des de l'obertura fins el tancament, passant per la gestió de la recaptació, etc.*

COMPETÈNCIES REQUERIDES

- Coneix i pot enumerar diferents canals d'informació (revistes, webs...) que consulta per a conèixer i mantenir-se al dia de les tendències del sector.
- Coneix les pròpies àrees de millora, es mostra atent/a a les oportunitats de formació especialitzada, i s'interessa per a aprofitar-les.
- Consulta els/les companys/es més experts/es per a resoldre dubtes i/o millorar els procediments, i integra amb normalitat les suggerències que rep.
- Cerca i aplica noves i suggerents formes de distribuir i col·locar els productes a la botiga, decorar els aparadors, etc.
- Presta atenció als detalls, procurant que tots/es els productes es trobin en perfecte estat de presentació i col·locats correctament.
- Realitza, a l' inici i al final de cada jornada, una visió global de l'establiment, revisant que tot estigui en ordre.
- Coneix la normativa i protocols d'atenció al client i funcionament establerts per l'empresa, i actua sempre en funció dels mateixos.
- Mostra interès per conèixer els objectius de venda de l'establiment, i el nivell assolit periòdicament.
- Estableix periòdicament fites pròpies i objectius personals de millora, i realitza un llistat d'indicadors que li permeten copsar si els ha assolit o no (quantitat de diners facturats, nombre de clients que marxen satisfets, etc.)
- Realitza propostes i aplica accions de millora que permetin assolir i/o superar els resultats previstos (intenta vendre productes "estancats", realitza ofertes, etc.)
- Coneix i consulta amb freqüència els productes que interessa més vendre, les promocions actuals i/o futures, etc.
- Manté una imatge pròpia acurada, assistint diàriament a la feina en òptimes condicions d'higiene i amb l'uniforme net.
- Assumeix qualsevol tipus de tasca durant la seva jornada, prioritzant atendre la clientela però executant-ne d'altres (endreçar, netejar, etc.) quan no hi ha clients/es, evitant quedar-se sense fer res.

COMPETÈNCIES REQUERIDES

- Organització de la feina

*La imatge d'una botiga desendreçada, amb caixes a terra, productes col·locats sense seguir cap tipus de criteri, etc., perjudica notablement les vendes. Per tant, es requereix que el/la professional dediqui part del seu temps a mantenir l'ordre de l'establiment.*

- Coneix i pot enumerar totes les funcions i tasques que li correspon executar en l'exercici de la seva professió.
- Coneix l'ordre de prioritat de les tasques que té assignades, i les realitza seguint-lo en tot moment durant la jornada de treball.
- Abans d'iniciar la jornada, llista totes les tasques previstes a realitzar durant la mateixa, assignant un temps per a cada una i assegurant-se l'acompliment de totes quan finalitza la jornada.
- En cas de que quedin tasques pendents (per l'elevada afluència de clientela a última hora, per exemple), les anota o llista mentalment amb previsió de realitzar-les el dia següent.
- Redistribueix la realització de tasques assignades en funció de la afluència de clients/es, interrompent el què estava fent sempre que sigui requerit per a reprendre-ho en el moment que no hi hagi clients/es a l'establiment.
- Preveu la despesa de material fungible (paper de regal, bosses, etc.) encarregant-se, o sol·licitant-ho a la persona responsable, de la seva reposició abans d'esgotar-ho.
- Revisa amb periodicitat i té present l'estoc de productes disponibles per a oferir a la clientela, evitant pèrdues de temps innecessàries realitzant cerques.
- Aplica estratègies per a, si és necessari, atendre a més d'un/a client/a alhora, mostrant-se eficaç i eficient en l'ús del temps.
- Manté l'espai de botiga net i lliure d'obstacles que entorpeixin la deambulació de la clientela.
- Disposa els/les productes procurant la seva accessibilitat i visibilitat per a la clientela.

- Adaptabilitat

*En un sector amb una elevada temporalitat en els contractes, resulta fonamental percebre els canvis en positiu i tenir capacitat per a encaixar en múltiples entorns, tipus d'establiment, productes…*

- Diferencia les tipologies de client (habitual/nou, exigent/poc exigent, dubtós/decidit...) i adapta la seva conducta i tipus d'atenció a cada un/a.
- Ajusta el ritme de treball/temps d'atenció dedicat a cada client/a en funció de l'afluència de persones a la botiga en cada moment.
- Accepta l'estacionalitat del sector, mostrant disponibilitat per a flexibilitzar els horaris i jornades de treball durant les èpoques de més vendes (campanyes de Nadal i estiu, rebaixes, etc.).
- Comprèn la diversitat de tasques que li són assignades, acceptant-les amb naturalitat i sense expressar queixa.
- Realitza totes les tasques que li són assignades amb igual nivell d'eficàcia i eficiència.
- Identifica pensaments i reaccions basats en estereotips quan interactua amb un/a client/a, i els deixa de banda per a oferir un tracte igualitari a tothom, independentment del sexe, raça, religió, etc.
- Accepta els propis errors sense exposar excuses, i integra a la pròpia conducta les correccions realitzades per part de/de la responsable.
- Davant un obstacle que l'impedeix avançar en el correcte acompliment de la tasca, estableix i prova diferents maneres per a superar-ho, integrant en el seu repertori de conductes habituals la fórmula més eficient.

- Durant un intercanvi d'opinió amb el/la responsable i/o amb altres companys/es, evita imposar el propi criteri, modificant el seu punt de vista quan considera que els/les altres ofereixen arguments sòlids.
- Detecta situacions o elements, propis o de l'organització de l'establiment, susceptibles de ser millorats, i proposa i/o s'ofereix per aplicar mesures correctives.

 Gestió de situacions d'estrès / conflictes

*Quan es treballa amb clients/es, és important emetre una imatge de cordialitat i positivisme, evitant que qui entra a comprar percebi malestar en la persona que l'atén i/o conflicte entre els/les treballadors/es.*

COMPETÈNCIES REQUERIDES

- Manté l'autocontrol en situacions de conflicte amb la clientela, mostrant una actitud calmada i sense emetre respostes que duguin a la confrontació.
- Coneix tècniques per a minimitzar l'ansietat (relaxació, respiració progressiva, etc.) generada pels pics de feina, i les aplica quan és necessari.
- Davant la queixa o conflicte amb el/la client, emet sempre una resposta, evitant quedar-se bloquejat/ada.
- Ofereix al/a la client/a respostes reflexionades prèviament, dedicant, si és necessari, uns segons per a elaborar-la, evitant respondre des de la impulsivitat.
- Deriva, davant una queixa reticent a la qual no pot donar una resposta satisfactòria, la resolució al/a la persona responsable.
- S'ofereix per a mediar i aportar solució en situacions de conflicte entre un/a client i un/a company/a.
- Expressa la seva disconformitat, mantenint un to respectuós, davant de canvis i/o opinions que considera injustes o discriminatòries.
- Atén a la clientela amb bona disposició i somrient, independentment del seu estat emocional a nivell personal.

REQUISITS D'ACCÉS

## CURRÍCULUM FORMATIU

! NOTES

Formació bàsica:

### FORMACIÓ BÀSICA

El Grau Mitjà de Comerç pot aportar valor afegit però no és imprescindible.

Formació mínima per a accedir:

- **ESO**

Formació recomanada:

- **Cicle Formatiu de Grau Mitjà en Comerç** (Comerç i Màrqueting)

- Curs de **Formació Ocupacional del Certificat de professionalitat d'Activitats de Venda.**
  Unitats de competència:
  - Realitzar les operacions auxiliars a la venda
  - Realitzar la venda de productes i/o serveis a través dels diferents canals de comercialització
  - Executar les accions del servei d'atenció al client/consumidor/usuari
  - Comunicar-se en anglès amb un nivell d'usuari independent, en activitats comercials
  - Mòdul de pràctiques professionals no laborals

  http://www.oficinadetreball.cat/socfuncions/DetallCurs.do?idCurs=243300#

Cercador de cursos SOC: http://www.oficinadetreball.cat/socfuncions/CercarCursos.do

### FORMACIÓ COMPLEMENTÀRIA/especialitzada

Es pot valorar també, haver fet alguns cursos per especialitzar-se:

- Tècniques de venda i d'atenció al client
- Aparadorisme
- Operacions d'emmagatzematge
- Idiomes Francès (molt important)
- Manipulació d'aliments (exclusiu per a establiments d'alimentació)

## CURRÍCULUM LABORAL

### ANYS I TIPUS D'EXPERIÈNCIA

- Tot i que hi ha excepcions, s'acostuma a demanar entre **6 mesos i 1 any d'experiència**
- Que el/la candidat/a tingui experiència en:
  - Atenció a la clientela (tècniques de venda i atenció al/a la client/a)
  - Gestió de la botiga (aparadorisme, decoració, reposició i presentació de producte)
  - Gestió del magatzem (control d'estocs i aprovisionament)

### QUALIFICACIÓ PROFESSIONAL

- **Activitats de venda**
  - Àrea professional (Compra-Venda)
  - Família professional (Comerç i Màrqueting)

Institut Català de Qualificacions Professionals / Catàleg de Qualificacions:
http://aplitic.xtec.cat/e13_cfp_icqp/gestioRepertoriQP.do?do=cerca

### ALTRES

- És important també que la persona tingui un bon coneixement dels productes que es venen en el comerç.

## TIPUS D'EMPRESES

A l'Alt Empordà hi ha 2626 **comerços de venda al detall**, la majoria dels quals són petit comerç (entre 1 i 3 dependents/es i 1 sucursal). Per més informació:
També hi ha municipis amb **mercats municipals** i **mercats ambulants**.

## TIPUS DE CONTRACTES

La majoria de contractes són temporals (de durada determinada). Si les circumstàncies són favorables (estabilitat del lloc de feina, facturació del comerç, etc.) el contracte pot passar a ser **indefinit**, però no és el més habitual.

## HORARI/JORNADA

L'horari depèn de la tipologia de l'establiment (comerç al detall, mercat, etc.) i dels horaris comercials. Generalment la forquilla es mou **entre les 9h del matí i les 21h**, amb algunes variacions (sobretot al matí, que es pot iniciar l'activitat abans o després de les 9h.)

Pel que fa a la jornada **acostuma a ser partida**. També poden haver-hi altres possibilitat: **jornada intensiva de matí o de tarda**. En gairebé tots els casos es treballa el dissabte (matí o matí/tarda) i en temporades d'estiu i períodes vacacionals també en dies festius (la normativa autoritza l'obertura de comerços 8 festius a l'any).

Més informació a la Guia pràctica dels horaris comercials.

http://web.gencat.cat/ca/actualitat/reportatges/guia-horaris-comercials/

## SALARI

**Variable** en funció del tipus de comerç, dels requisits per a accedir al lloc de feina (competències requerides, experiència, formació) i altres especificitats (responsabilitats, persones a càrrec, disponibilitat, horari, etc.).

Pot variar **entre els 10.000€ i els 18.000€/bruts a l'any**.

## CATEGORIA

Variable en funció del lloc de feina.
Generalment és personal no especialitzat. Dependent/a.

## CONVENI

Resolució per la qual es disposa la inscripció i la publicació de Conveni col·lectiu de treball del sector del Comerç en general de la província de Girona per als anys 2017-2018 (codi de conveni núm. 17000035011994)

https://ssl4.ddgi.cat/bopV1/pdf/2017/223/201722309668.pdf

Dins del sector de comerç hi ha força **convenis en funció del subsector/activitat**. Es poden consultar a:

http://treball.gencat.cat/ca/consell_relacions_laborals/convenis_colectius/cercador_de_convenis/cerca_per_sectors/

## POSSIBILITATS DE PROMOCIÓ

En comerços petits generalment el/la venedor/a pot promocionar a **responsable de botiga**. En comerços més grans on hi ha diferents seccions pot passar a un càrrec entremig de **responsable de secció**.

## RELACIONS LABORALS

Als **comerços petits** l'equip de treball és força reduït: d'1 a 5 persones aprox.

Si treballa sol/a ha d'assumir funcions i tasques de venedor/a i de responsable de botiga i es relaciona amb el/la propietari/a, amb qui haurà de coordinar-se i traspassar informació a demanda.

En cas que siguin més professionals treballa sota la supervisió del/de la responsable de la botiga (que alhora pot ser-ne la persona propietària). I es relaciona també amb la resta de dependents/es i caixers/es (si hi ha personal que assumeix exclusivament aquestes funcions).

Als **comerços mitjans** (a partir de 5/6 professionals) l'establiment pot estar organitzat per seccions i poden haver-hi altres figures professionals (aparadorista, reposador/a, caixer/a, encarregat de magatzem, etc.). En aquest cas treballa directament amb el/la responsable de la secció i amb la resta de venedors/es (també de la secció on està ubicat/a).

## CONDICIONS AMBIENTALS

En la gran majoria dels casos treballa en un espai tancat (exceptuant mercats). La gran part de la jornada està dret/a, movent-se entre la botiga i el magatzem.

En funció del tipus de comerç cal tenir en compte altres aspectes:

- Ha d'aixecar pes (per exemple en botigues d'alimentació, quan arriba el gènere i es munta la parada per exposar el producte)
- Ha de treballar en un espai reduït (a botigues amb mostrador: carnisseria, peixateria, etc.)
- Ha de preservar les normes de manipulació d'aliments (en comerços de producte fresc)

## MOBILITAT

No s'acostumen a donar situacions de mobilitat. Només en cas que l'empresa tingui més d'un establiment pot haver de canviar d'un a l'altre.

Per conèixer més a fons la ocupació de dependent-a de comerç es pot consultar el Certificat de professionalitat

## CERTIFICAT DE PROFESSIONALITAT

(*Reial decret 1393/1995, de 4 d'agost, pel qual s'estableix el certificat de professionalitat de l'ocupació de* ***dependent/a de comerç***):

http://www.gencat.cat/treball/CertificatsProfessionalitat_pdf/25.pdf

## WEBS, BASES DE DADES

Algunes pàgines web amb informació interessant:

**Cambra de comerç de Barcelona**: http://www.cambrabcn.org/
**Cambra de comerç de Girona**: http://www.cambragirona.cat/

**Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya** (CCAM) / Generalitat de Catalunya: http://www.ccam.cat/

**MÈTODE DACUM**

**Què és i com es porta a terme:**

El mètode DACUM (Developing Curriculum) és una metodologia per a l'anàlisi d'un lloc de treball, d'una ocupació, d'un procés laboral o d'un procés funcional, i es considera una eina per a la preparació dels currículums, que serveix per avaluar les competències dels que ocupen un lloc, o tenen una funció dins de certa organització.

El mètode DACUM com una metodologia d'anàlisi es considera un mètode qualitatiu del treball que segueix la lògica de l'anàlisi ocupacional de tasques, i té la finalitat de recol·lectar informació sobre els requeriments per a l'exercici de treballs específics.

Les principals **finalitats** de DACUM són:

• Desenvolupar i construir un currículum associat a una norma de competència que explica criteris d'acompliment.
• Analitzar ocupacions i processos de treball generant entrades per a la conducció de l'anàlisi funcional.
• Estrènyer la relació entre institució educativa, empresa, treballador i competències.
• Desenvolupar guies didàctiques basades en competència laboral.
• Captar informació sobre rols laborals i responsabilitat del personal i altres subsistemes de l'empresa.
• Involucrar i comprometre els treballadors amb els objectius de l'empresa.

Els **principis** també considerats premisses del mètode DACUM són:

• Els treballadors experts són els que poden descriure millor la seva feina que qualsevol altra persona de l'organització.
• La funció de descriure en forma precisa les tasques que els treballadors exerceixen o realitzen.
• Tota tasca té associats en la seva execució com ara coneixements, habilitats, destreses, actitud positiva de les persones, eines, màquines, equips etc.
• Les tasques són el mitjà que permet el bon exercici.

El mètode DACUM requereix el següent procés:

• Planificació del taller DACUM
• Execució del taller
• Elaboració de la descripció ocupacional
• Validació
• Agregació de criteris d'acompliment (opcional)
• Revisió final
• Publicació.

Per a la planificació del taller és necessari analitzar la situació inicial, definir l'ocupació, i conformar i orientar el panell, mentre que per executar el taller i descriure l'ocupació s'ha de revisar l'ocupació i definir funcions i tasques.

Els principals avantatges del mètode DACUM és que permet determinar en forma ràpida i ha reduït cost, les tasques que han de realitzar els treballadors en una àrea ocupacional.

El mètode DACUM es basa en les competències, definint una competència com l'aptitud d'una persona per a exercir una mateixa funció productiva en diferents contextos de treball i amb base en els resultats esperats.
La competència comprèn l'especificació dels coneixements i les habilitats aplicades a una ocupació, enfocant al que s'espera d'un empleat en un lloc de treball.

El mètode DACUM busca plasmar la capacitat de transferir i aplicar habilitats, coneixements i destreses a noves situacions i ambients.

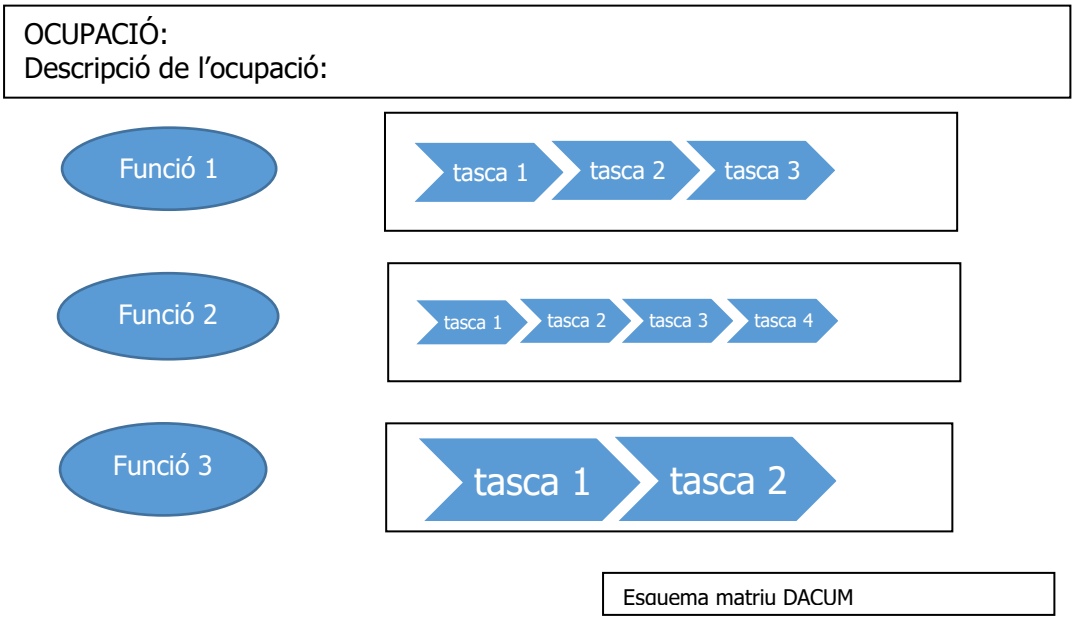
En conclusió el mètode DACUM i la seva aplicació són de molta importància en una organització per a definir les funcions i tasques, tal com són requerides d'acord al perfil de lloc i la descripció dels mateixos, el que permet l'existència de competències, de tal manera que es pugui optimitzar els processos, i costos obtenint resultats esperats i aconseguint objectius establerts.

**Aspectes pràctics per al projecte:**

Durada taller: 1'5 h
Nombre de participants: mínim 6-màxim 10 persones que tinguin experiència laboral en el sector comerç
Recursos necessaris: espai-aula condicionat per seure 10-11 persones al voltant d'una mateixa taula (o cadires amb braç que es puguin posar en rotllana)
Material: fulls, post-its, bolígrafs i full-llençol (ho aportarà la consultora)

El taller concretament té 4 etapes:

1. Descripció de l'ocupació. Breu definició de l'ocupació.
2. Definició de les funcions de l'ocupació: Què es fa?
3. Definició de les tasques: Com es fa? (conjunt de passos que el treballador desenvolupa com a part d'una àrea del seu treball). S'han de recollir aspectes observables, verificables, repetibles i mesurables en el temps.
4. Definició dels coneixements, tècniques, destreses, capacitats i habilitats requerides (es defineixen els competències requerides per a poder desenvolupar les funciones i tasques de forma competent). S'agruparan les competències en tècniques, de base i transversals.




Esquema matriu DACUM

A les persones que participin en el taller se'ls hi ha de transmetre que estem elaborant un estudi en el que volem conèixer més a fons quines són les tasques que ha de fer un/a bon/a professional del comerç de proximitat i que per aquest motiu els convoquem perquè puguin aportar els seus coneixements i experiència.

No cal que es preparin res prèviament, ja que la consultora serà la responsable de formular preguntes obertes (i que per la seva experiència i coneixement del sector podran respondre sense cap dificultat) i que es respondran entre tots i s'extrauran conclusions conjuntes.

Està bé informar-los de que serà una activitat en grup i que a nosaltres ens servirà per complementar la visió que els empresaris tenen sobre el perfil professional d'una persona que treballi al sector del comerç i que el Servei Local tindrà informació molt útil tant a l'hora d'orientar a les persones que volen treballar en aquest sector, com a l'hora de gestionar ofertes de treball.