

INFORME DE SITUACIÓ DE L'ASSOCIACIONISME COMERCIAL AL VALLÈS OCCIDENTAL

*Pla de Xoc covid-19 per la Reactivació Socioeconòmica
del Vallès Occidental*

Àrea de Desenvolupament Econòmic Local

Octubre 2021

1. CONTEXT DE L'INFORME

1.1. Impuls del comerç i la restauració amb visió comarcal

1.2. Objectiu de l'informe

2. MARC DE REFERÈNCIA

2.1. Situació general de l'associacionisme

2.2. Les APEUs com a palanca de canvi

2.3. Perquè formar part d'una associació comercial

3. VISIÓ DE LES ASSOCIACIONS, segons opinió tècnics/ques locals. 20 registres.

3.1. Visió de les associacions de comerç des de les administracions locals?

4. SITUACIÓ DE LES ASSOCIACIONS, segons opinió representants associacions. 21 registre

4.1. Distribució de les associacions per municipis

4.2. Característiques generals

4.3. Funcionament

4.4.. Professionalització

4.5. Activitat de servei

4.6. Dinamització d'activitat

4.7. Nivell de digitalització

4.8. Relació amb els agents del territori

4.9. Interessos

5. RESUM PERCEPCIÓ SITUACIÓ

6. REPTES I PROPOSTES D'ACCIÓ

7. ANNEX: Associacions de Comerç Enquestades



1. CONTEXT DE L'INFORME

1.1. Impuls del comerç i la restauració amb visió comarcal

Antecedents: TAULA MODEL TERRITORIAL DE COMERÇ (2016), amb l'Acord "Per una estratègia sectorial que preservi el teixit comercial als municipis del Vallès occidental" Abril 2019

CONSTITUCIÓ DEL GRUP IMPULSOR DE COMERÇ I RESTAURACIÓ. 9-11-2020

En el marc del PLA DE XOC COVID-19 PER LA REACTIVACIÓ SOCIOECONÒMICA DEL VALLÈS OCCIDENTAL, amb l'aprovació de 2 Acords al novembre de 2020:

- ✓ Acord 1: ESTRATÈGIA SECTORIAL QUE PRESERVI EL TEIXIT COMERCIAL ALS MUNICIPIS VOC
- ✓ Acord 2: APROVACIÓ D'ACTUACION PEL COMERÇ I LA RESTAURACIÓ VOC: 8 actuacions específiques entre les que es troba la mesura "Accions per engegar l'impuls a l'associacionisme i la col·laboració".

PROGRAMA D'ACTUACIÓ COMARCAL 2021-24

Full de ruta per a l'acció política i tècnica pels propers anys. Inclou la Línia 16- Per potenciar el comerç i la restauració, amb 2 Programes: 3.16.1. Espais comercials i de proximitat i 3.16.2. Modernització productes i serveis.

EL PLA DE REACTIVACIÓ SOCIOECONÒMICA DEL VALLÈS OCCIDENTAL 2022-2024

En l'actualitat es treballa un document de bases com a marc de suport a la gestió estratègica en 3 àmbits: Indústria i Innovació, Comerç i Restauració i Turisme. S'aborden actuacions en diferents mesures, entre elles, digitalització i sostenibilitat.

Es preveu treballar al 2022 en el disseny d'una estratègia específica per a Comerç i Restauració.

1.2. Objectiu de l'informe

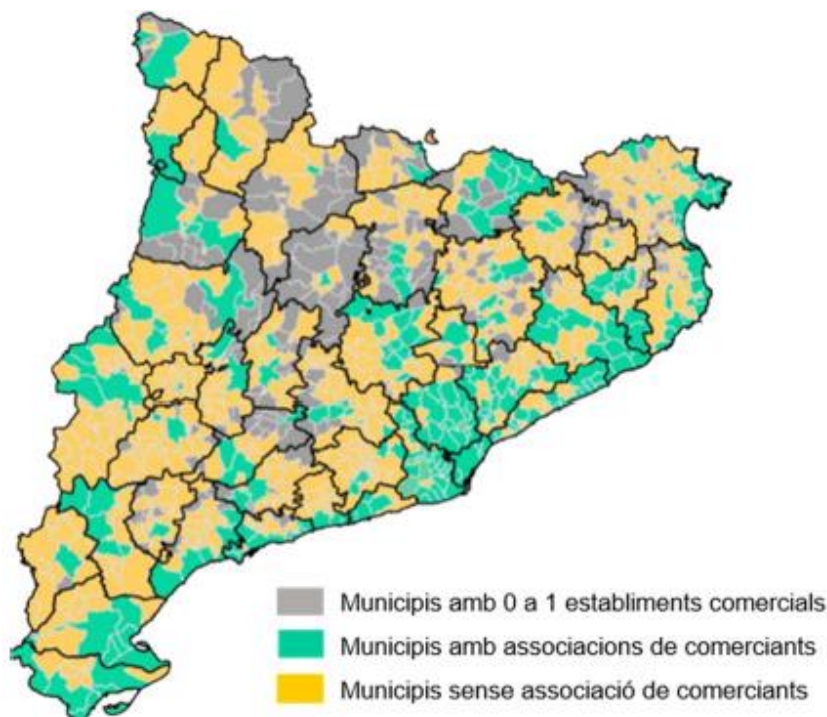
Recollir informació sobre la situació de les associacions de comerç al Vallès Occidental que permeti millorar el coneixement i identificar punts febles per proposar actuacions de millora



2. MARC DE REFERÈNCIA

2.1. Situació general de l'associacionisme

Segons el cens de comerç de la Generalitat, Catalunya compta amb 101.276 establiments comercials (2019), que generen ocupació per a mig milió de persones i suposen el 16% del PIB català.



Nivell d'associacionisme



Dades a Catalunya

- ✓ 24,7% dels municipis catalans (241 dels 947 existents) comptarien amb associacions comercials
- ✓ 73% constituïdes entre 1990 i l'actualitat
- ✓ 51% depenen entre un 30 i un 50% de subvencions públiques

2.2. Les APEUs com a palanca de canvi

Aprovació de la Llei 15/2020, del 22 de desembre, de les Àrees de Promoció Econòmica Urbana -APEU

Eina de promoció i millora de la competitivitat de les àrees econòmiques basada en la col·laboració publicoprivada.

Antecedents: a la dècada dels 80 s'inicia l'exploració de nous models de gestió publicoprivats. Els models més coneguts són els *Business Improvement Districts* (BID), d'origen nordamericà- i els *Town Centre Management* (TCM), d'origen anglosaxó.

Característiques:



Zones geogràfiques delimitades.



Contribucions econòmiques obligatòries.



Incentivar el conjunt de l'activitat social, cultura i econòmica d'una àrea delimitada.



Gestionada per Entitats Gestores de naturalesa privada amb personalitat jurídica pròpia i sense ànim de lucre.

2.3. Perquè formar part d'una associació comercial?

Una Associació Comercial serveix per a...

- ✓ **Lluitar pels interessos globals**, amb capacitat per adoptar certa pressió en l'entorn
- ✓ **Actuar com a mediació amb l'Administració**, canalitzant demandes mitjançant un òrgan únic de comunicació permet la representació conjunta dels interessos dels comerciants.
- ✓ **Augmentant la capacitat d'activar actuacions**, sumant esforços i actuant conjuntament
- ✓ **Crear una marca i imatge compartida** per incrementar la visibilitat dels comerços i els serveis oferts a les persones consumidores.
- ✓ **Reduir el cost d'actuacions de promoció** i millorar els resultats del comerç local.
- ✓ **Més opcions en l'accés a ajudes públiques** pel foment i la dinamització comercial.
- ✓ **Millorar la competitivitat dels comerços associats** que poden rebre formació, informació i assessorament per ampliar coneixements i competències.
- ✓ **Col·laboració amb altres associacions**, compartint interessos i aconseguint un major impacte de les actuacions i millores.

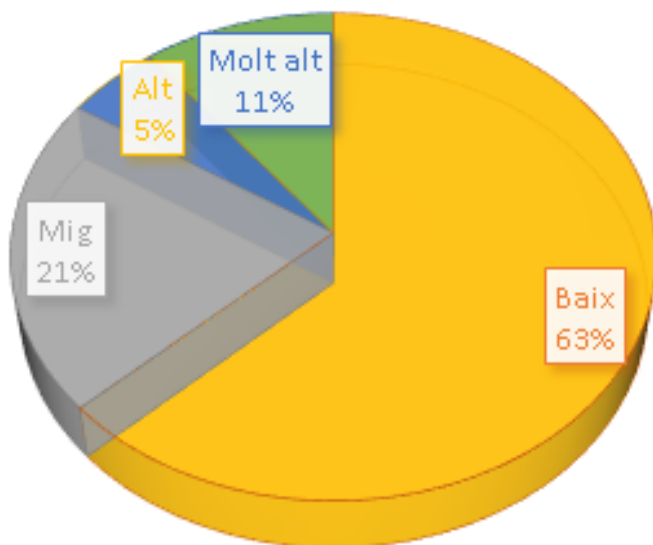


3. VISIÓ DE LES ASSOCIACIONS

3.1. Visió de les associacions de comerç des de les administracions locals? (1)

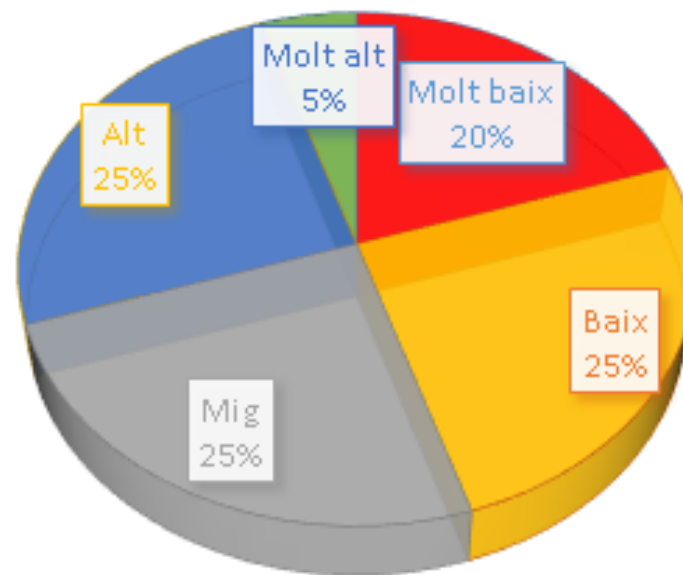
POSICIONAMENT

Nivell de representativitat



- ✓ 63% consideren que tenen un nivell baix de representativitat
- ✓ 16% representativitat alta o molt alta

Nivell d'activitat



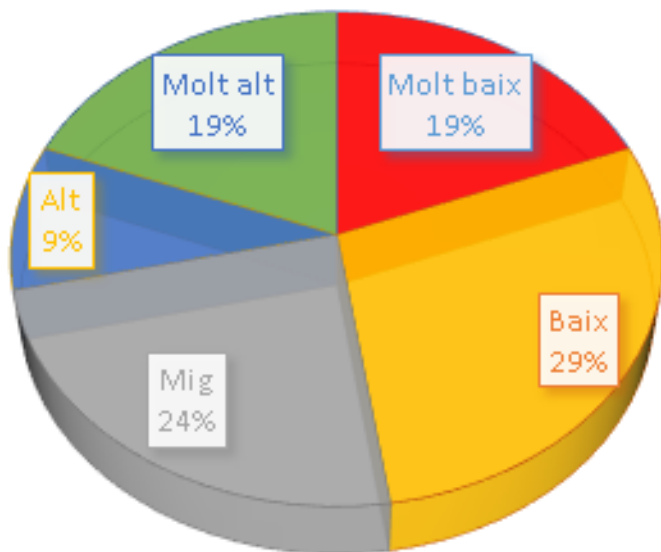
- ✓ 45% baix o molt baix
- ✓ 30% alt o molt alt

Baixa representativitat i diversitat pel que fa al nivell d'activitat

3.1. Visió de les associacions de comerç des de les administracions locals? (2)

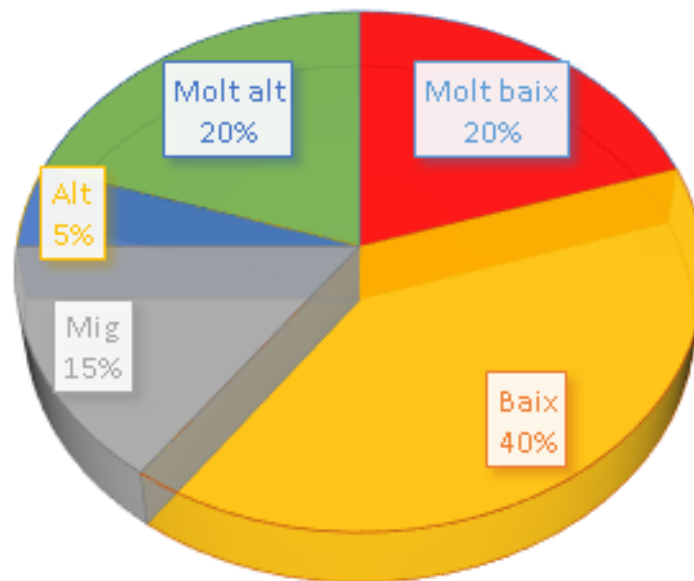
CONDICIONS I ACTIVITAT

Nivell de serveis a
establiments associats



- ✓ 48% nivell baix o molt baix dels serveis als associats
- ✓ 28% alt o molt alt

Nivell professionalització



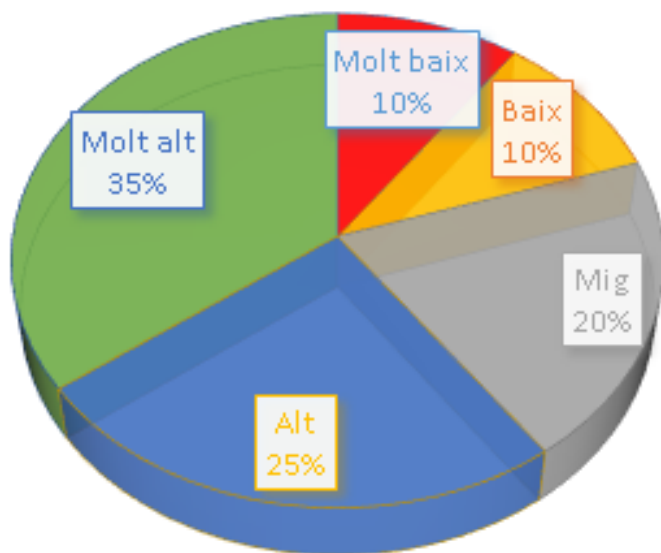
- ✓ 60% nivell baix o molt baix de professionalització
- ✓ 25% alt o molt alt

Nivell baix de serveis i professionalització de les associacions comercials segons les administracions locals

3.1. Visió de les associacions de comerç des de les administracions locals? (3)

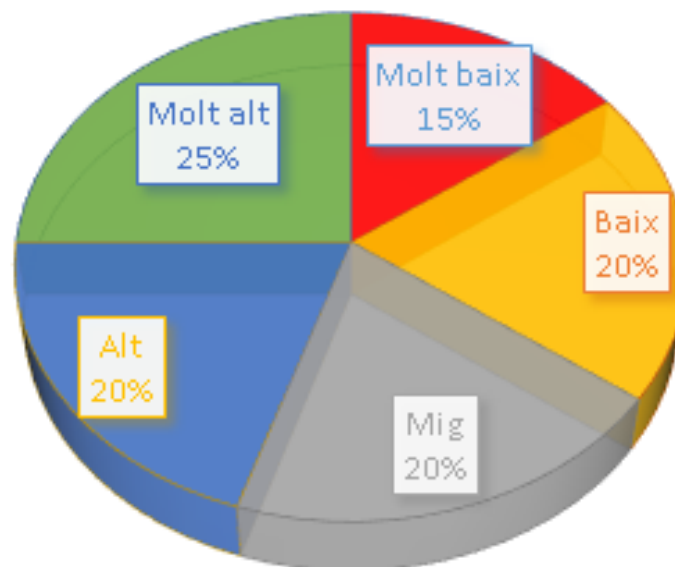
RELACIÓ AMB ELS AGENTS DEL TERRITORI

Nivell de relació amb
l'Ajuntament



- ✓ 20% nivell baix o molt baix de relació amb l'Ajuntament
- ✓ 60% alt o molt alt

Nivell de relació amb
entitats locals



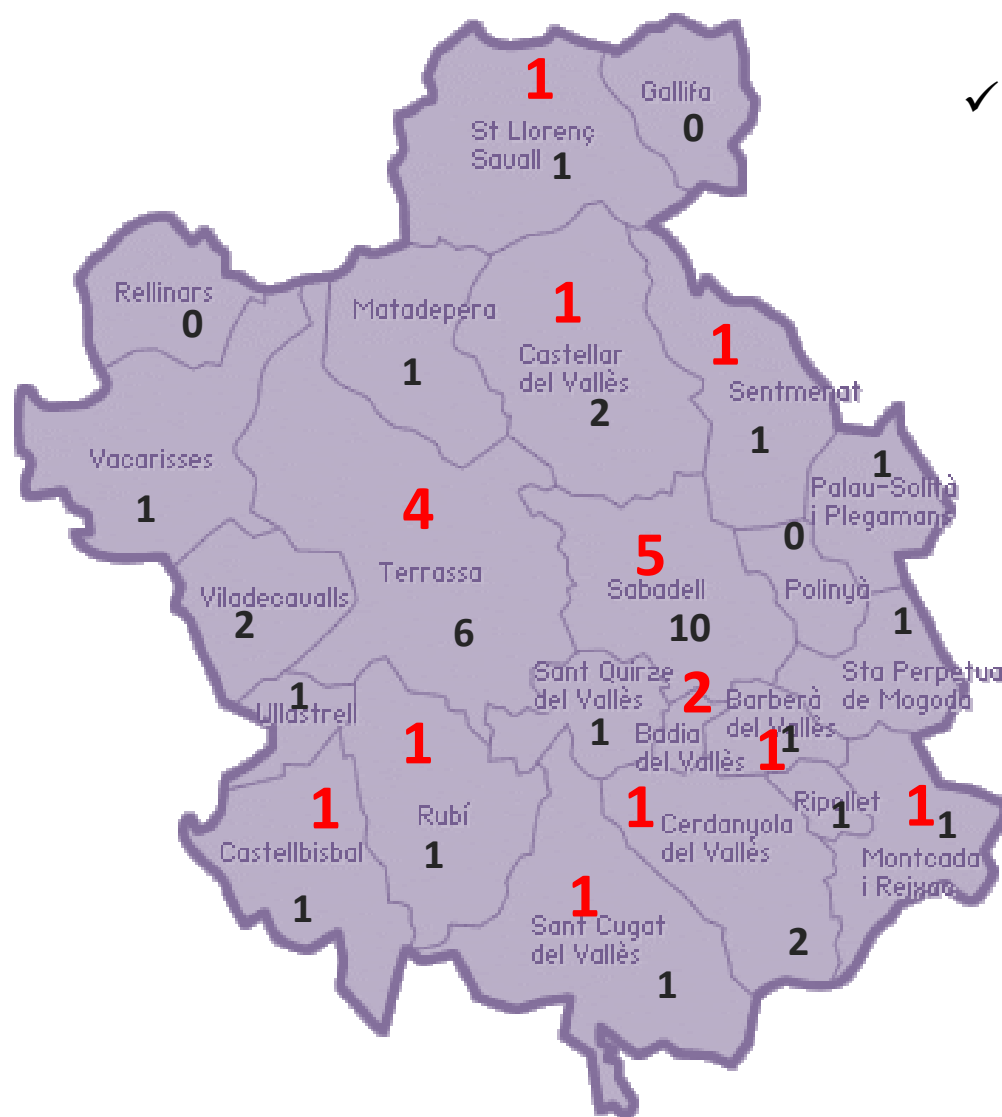
- ✓ 35% nivell baix o molt baix de relació amb les entitats locals
- ✓ 45% alt o molt alt

Nivell més alt de relació amb l'Ajuntament que amb les entitats locals



4. SITUACIÓ DE LES ASSOCIACIONS

4.1. Distribució Associacions per municipis

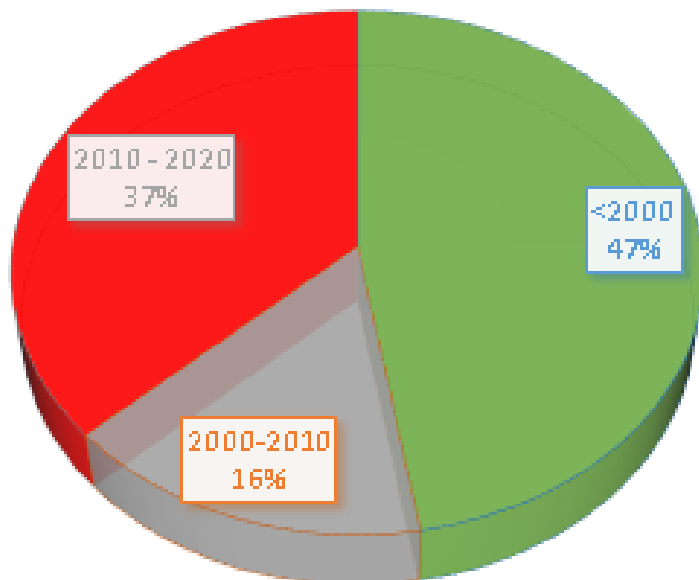


✓ 38 identificades

21 associacions
enquestades
(Annex)

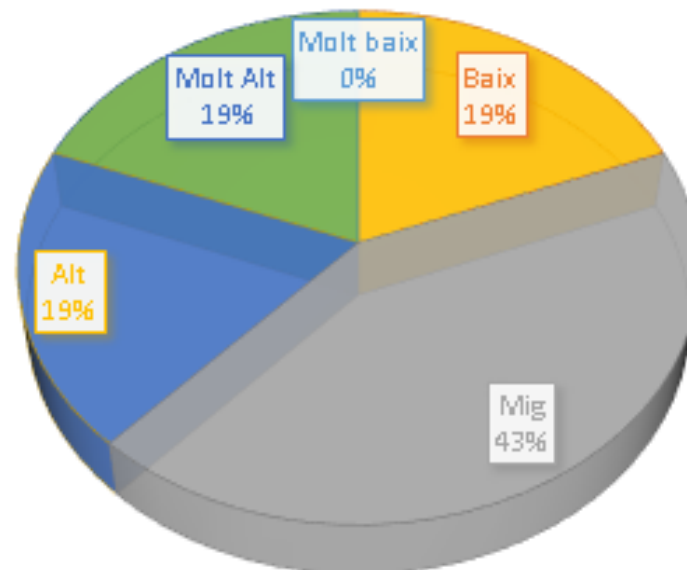
4.2. Característiques generals (1)

Temps en funcionament



- ✓ 47% de les associacions fa més de 20 anys que estan constituïdes
- ✓ 37% fa menys de 10 anys

Nivell de representativitat

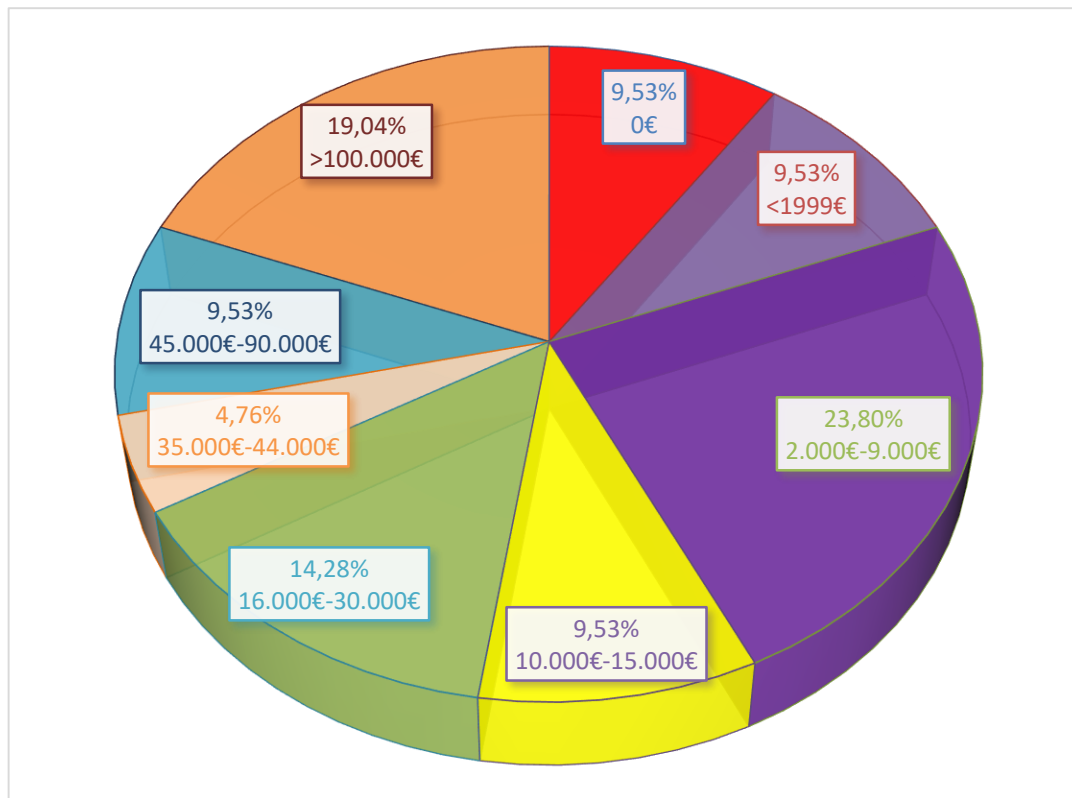


- ✓ 19% representativitat baixa
- ✓ 38% alta o molt alta

Associacions comercials consolidades amb anys d'experiència i força representativitat

4.2. Característiques generals (2)

Pressupost anual

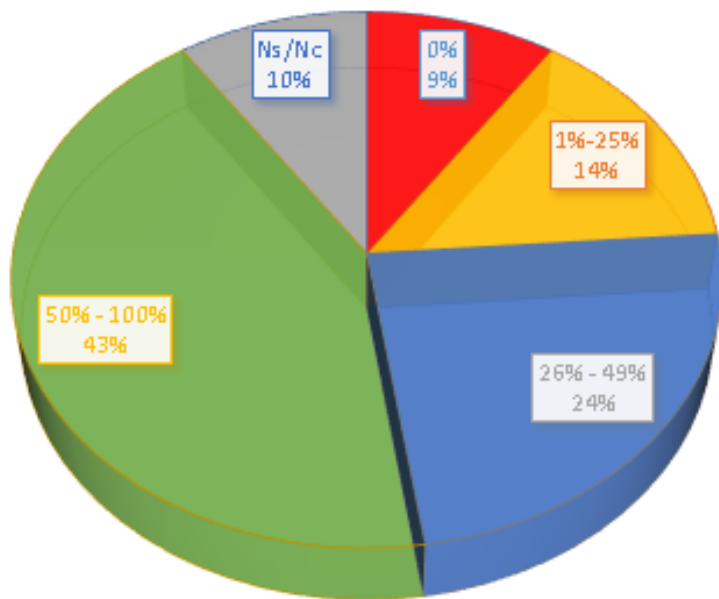


El pressupost anual varia molt depenent de l'associació, però en termes generals el pressupost es reduït, encara que es troba un 5% d'associacions que disposa de més de 100.000€.

4.2. Característiques generals (3)

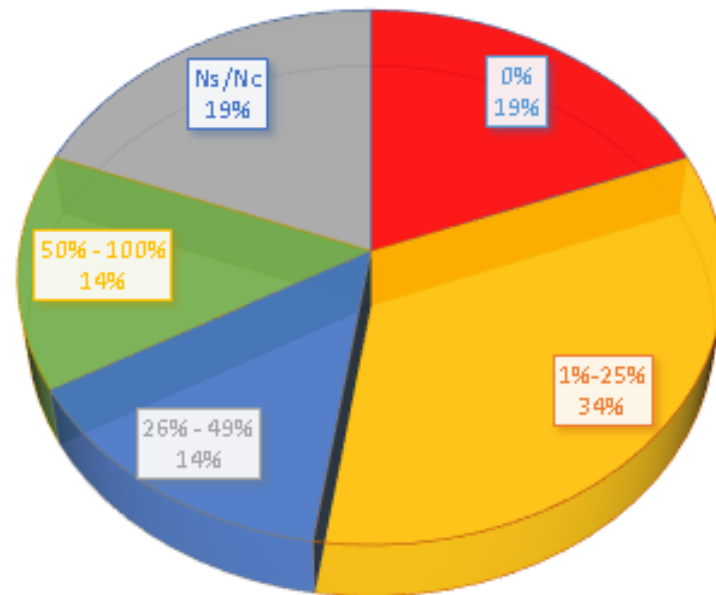
VIES DE FINANÇAMENT (1)

Quotes associats



- ✓ 43% es financen amb el 50-100% de les quotes dels associats
- ✓ 9% no utilitza les quotes dels associats pel finançament

Subvenció Ajuntament



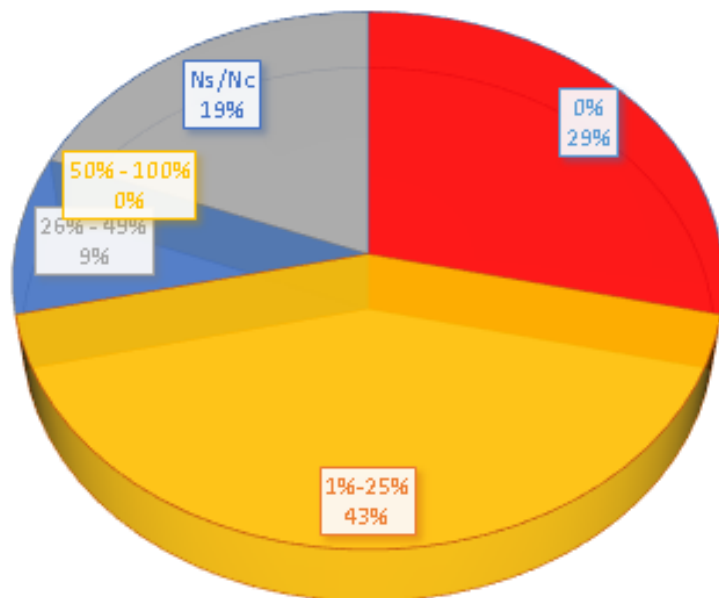
- ✓ 14% es fiança entre un 50%-100% de les subvencions de l'Ajuntament
- ✓ 19% no utilitza cap subvenció de l'Ajuntament

Força dependència financera externa, principalment de l'Ajuntament

4.2. Característiques generals (4)

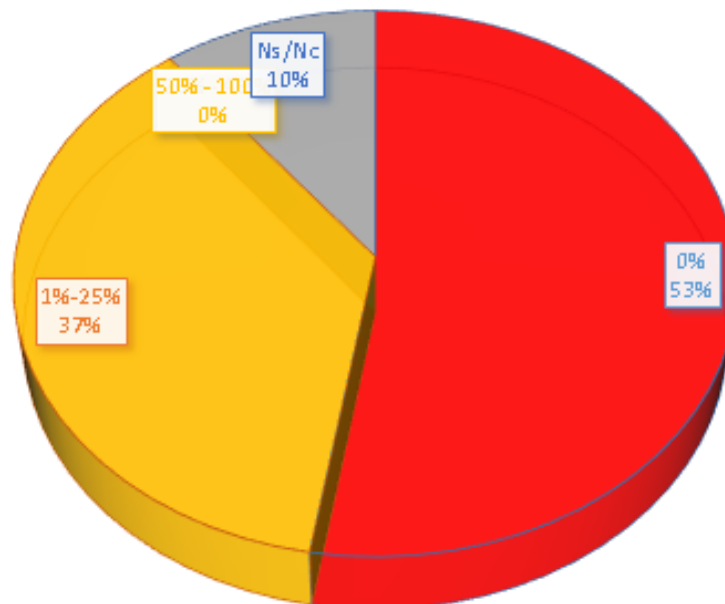
VIES DE FINANÇAMENT (2)

Subvenció Generalitat



- ✓ 47% es financen entre un 1%-25% de les subvencions de la Generalitat
- ✓ 29% no es finança res

Subvenció Diputació



- ✓ 53% no rep cap subvenció de la Diputació
- ✓ 37% rep entre un 1% i 25%

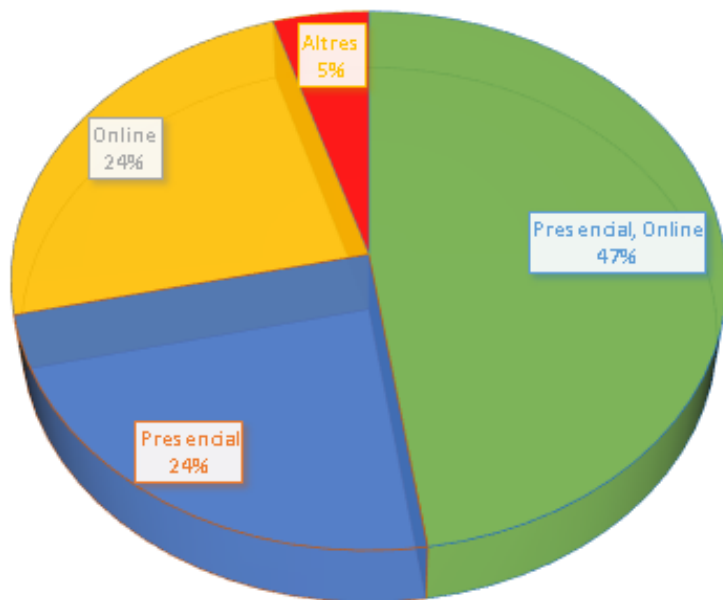
La recepció de subvencions de la Generalitat i la Diputació és escassa



4.3. Funcionament (1)

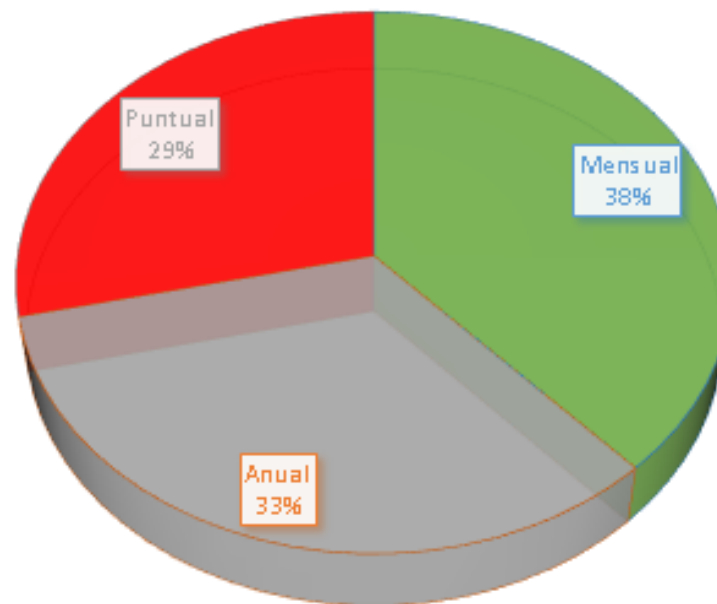
DINÀMIQUES

Tipus de reunions



- ✓ 47% es fan presencial i online
- ✓ 24% només online i 24% només presencial

Freqüència de reunions



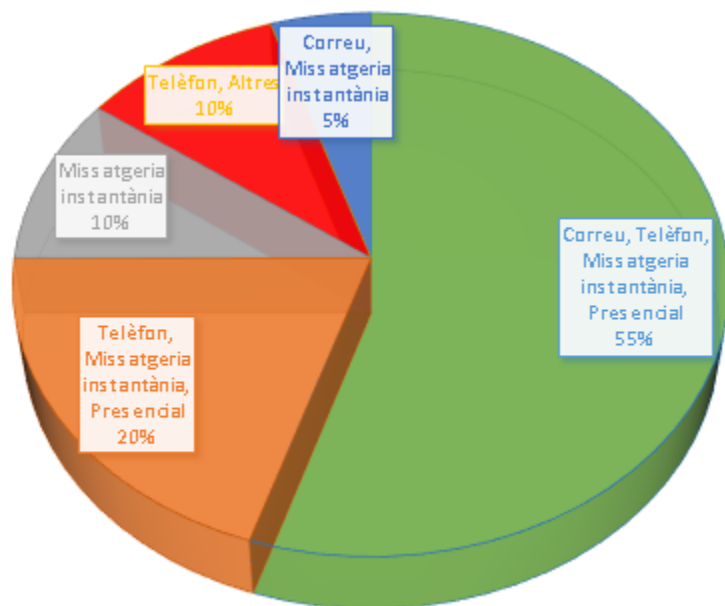
- ✓ 38% reunions mensuals
- ✓ 62% reunions anuals o puntuals

Poca freqüència de reunions, però gairebé la meitat ho fan en format mix

4.3. Funcionament (2)

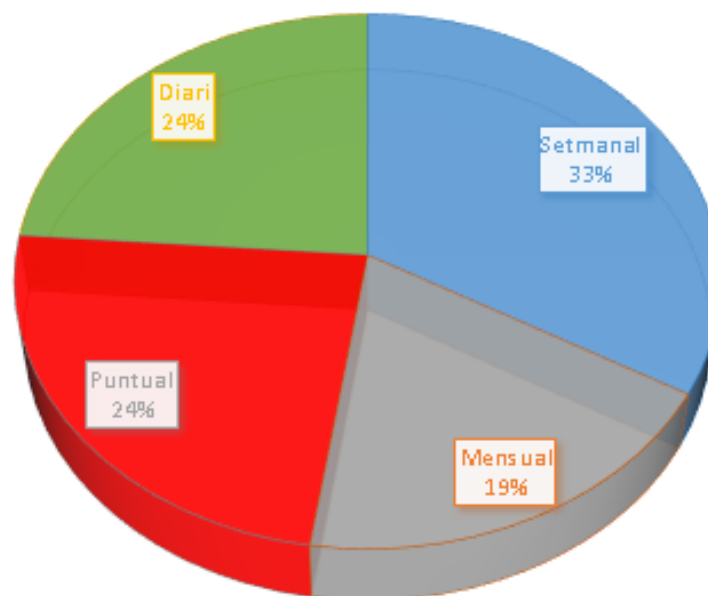
COMUNICACIÓ

Canals de relació



- ✓ La majoria de les associacions utilitzen més de dos canals per comunicar-se amb els associats.

Freqüència de comunicació



- ✓ 24% comunicació diària
- ✓ 24% comunicació puntual

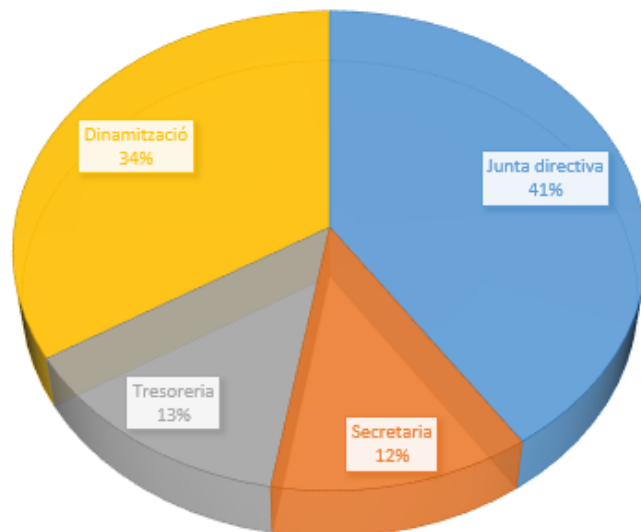
En general, hi ha comunicació per diverses vies amb els associats i freqüent, tot i que es detecta important potencial de millora (19% mensual)



4.4. Professionalització (1)

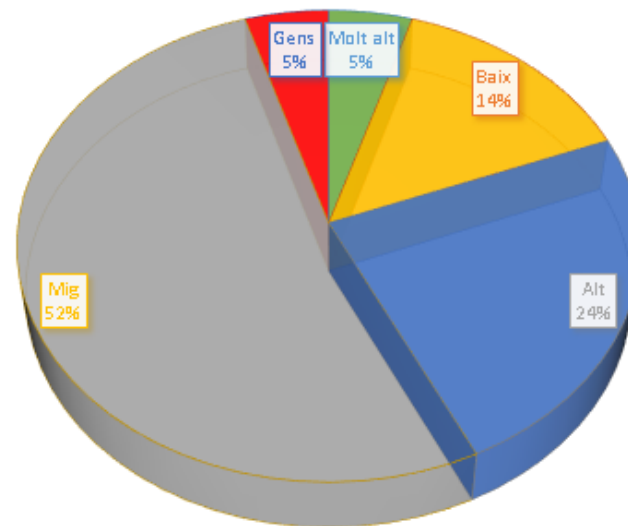
GESTIÓ

Nivell d'organització i governança



- ✓ En termes generals compta amb: La Junta Directiva, Secretaria, Tresoreria, Tècnics/Vocals/Dinamització.
- ✓ Segons les associacions enquestades, la Junta Directiva és la que li dedica més hores a l'associació, seguit de la dinamització, tresoreria i finalment, secretaria

Nivell de preparació dels membres de la Junta



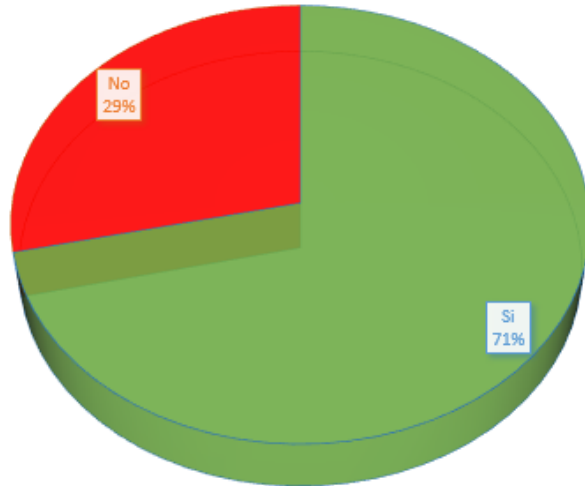
- ✓ 66% nivell preparació dels membres de la Junta és baix o mig

Destaca la visió de poca preparació dels membres de la Junta

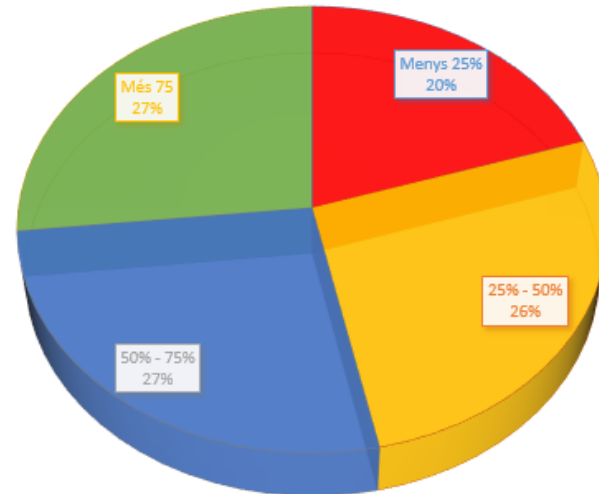
4.4. Professionalització (2)

RECURSOS EXTERNS

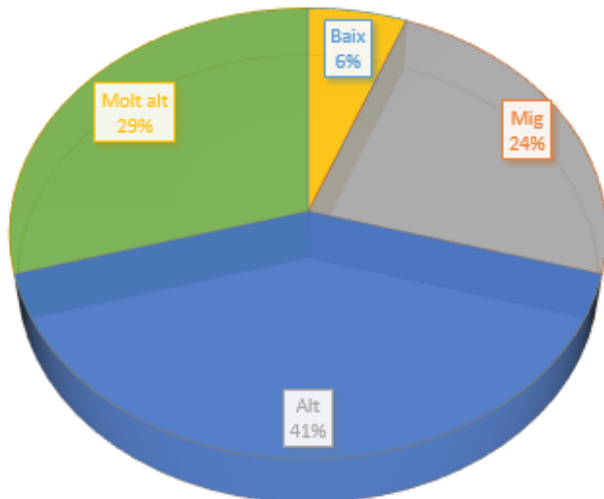
Contractació de serveis externs



Temps de dedicació serveis externs



Nivell de preparació serveis externs



- ✓ 71% tenen contractat serveis externs
- ✓ 27% a jornada completa o gairebé completa
- ✓ 70% nivell alt o molt alt de preparació

Dinamitzadors/es necessitarien formació de:

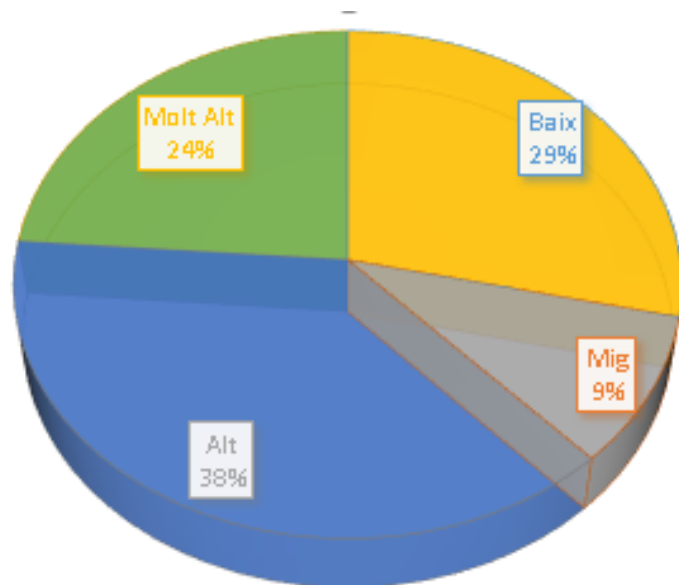
- ✓ Formació pròpia per dinamitzar el Comerç.
- ✓ Formació en comunicació i marketing digital.
- ✓ Estratègies de planificació, seguiment i anàlisis de resultats.
- ✓ Noves eines i tendències del mercat.



4.5. Activitat de serveis (1)

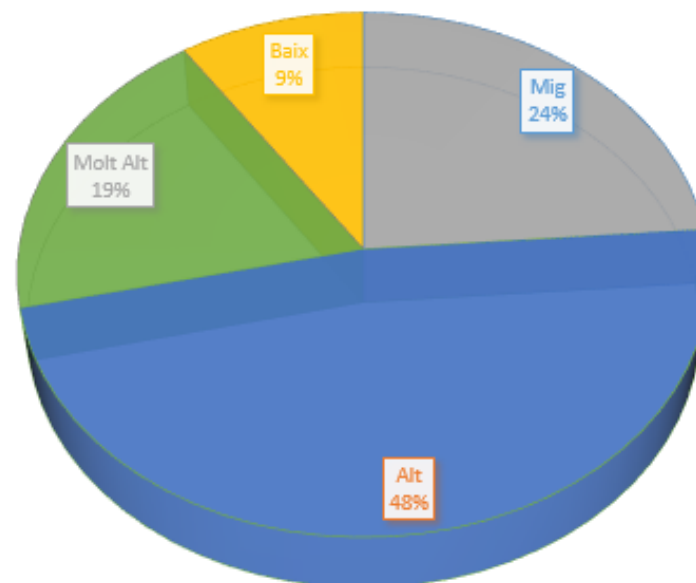
NIVELLS

Nivell d'activitat



- ✓ 62% nivell activitat alt o molt alt
- ✓ 29% baix

Nivell prestació de serveis



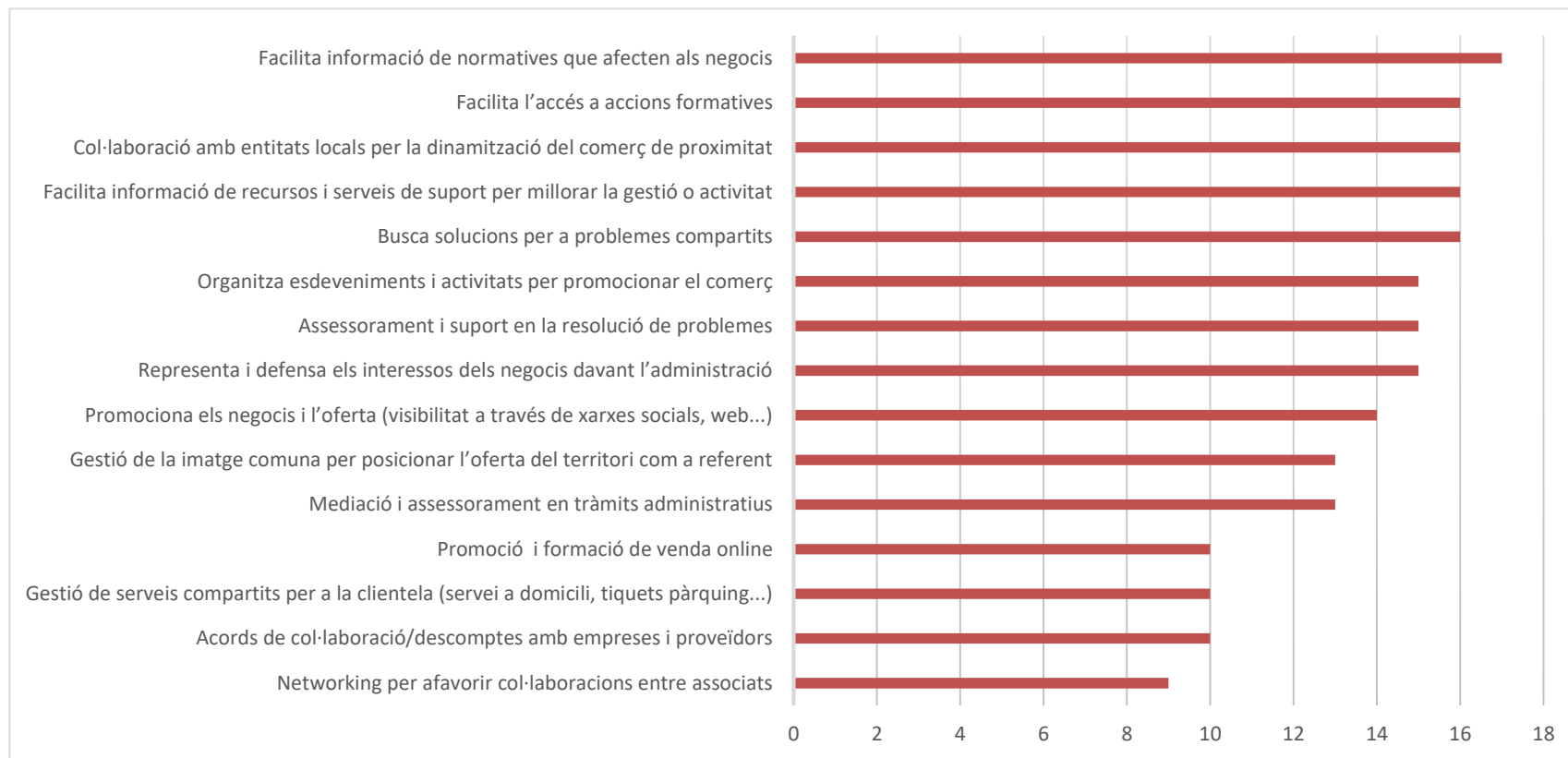
- ✓ 67% entre alt o molt alt
- ✓ 9% baix

Nivell d'activitat i prestació de serveis alt

4.5. Activitat de serveis (2)

TIPUS

Serveis que s'ofereixen

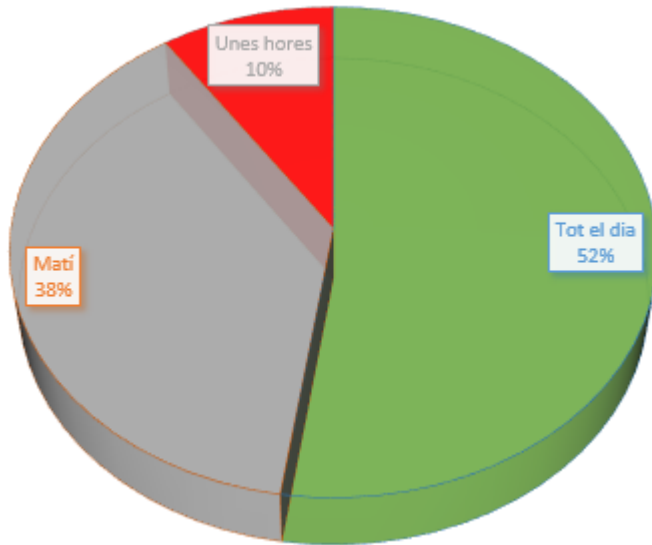


Els serveis que ofereixen més: facilitar informació de normatives que afecten als negocis
Els Serveis que ofereixen menys: el networking per afavorir col·laboracions entre associats

4.5. Activitat de serveis (3)

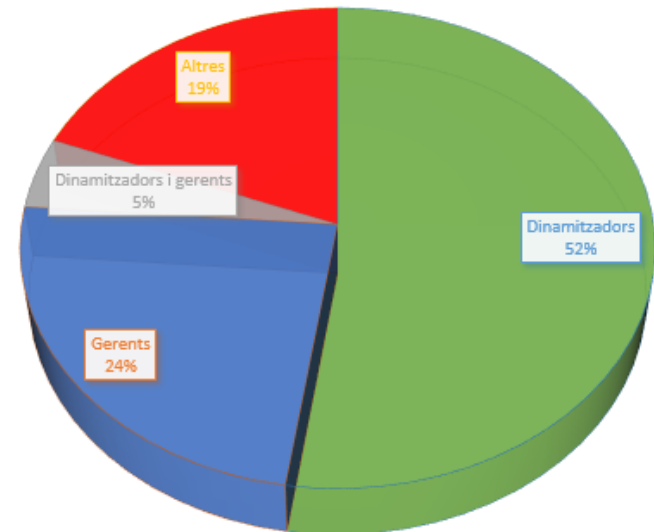
CONDICIONS

Horari d'atenció



- ✓ 52% ofereixen atenció tot el dia
- ✓ 10% només unes hores

Qui fa l'atenció



- ✓ 52% agents de dinamització
- ✓ 24% gerents

La majoria de les associacions ofereixen atenció tot el dia i ho fan els agents de dinamització

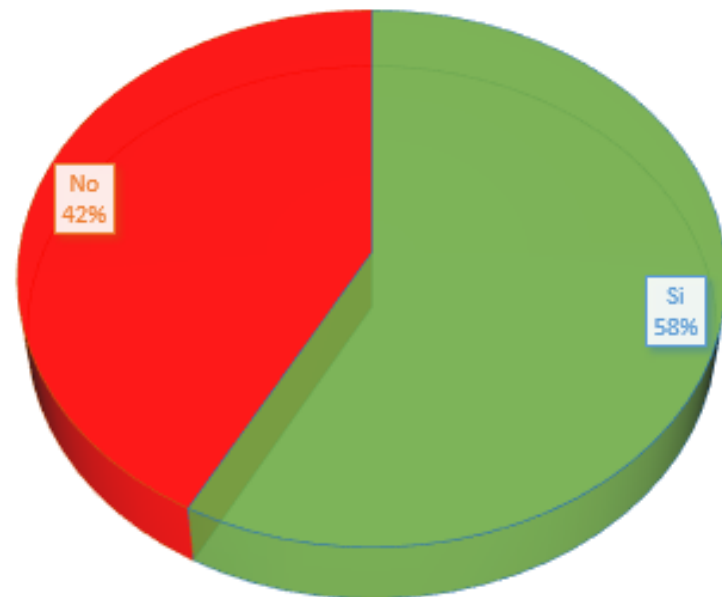
4.6. Dinamització d'activitats

TIPUS D'ACTIVITATS

Activitats habituals

- ✓ Fires al carrer
- ✓ Campanyes de festivitats (Nadal, Rebaixes, Sant Jordi...)
- ✓ Sortejos
- ✓ Promoció a les xarxes socials
- ✓ Obsequis amb regals
- ✓ Altres activitats específiques

Activitats singulars

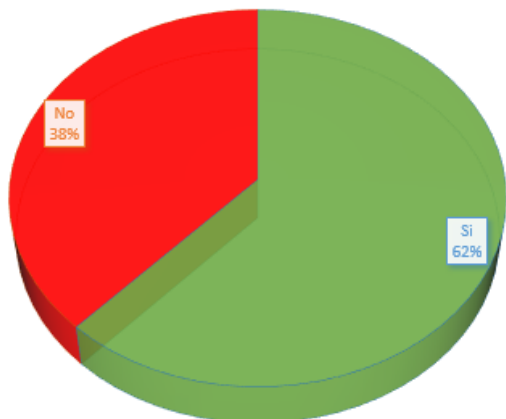


La majoria de les associacions han organitzat activitats singulars o innovadores. Alguns exemples són: Campanya del bosc solidari, Saqueig *Black Friday* o Fira ambientada a Harry Potter, entre d'altres.

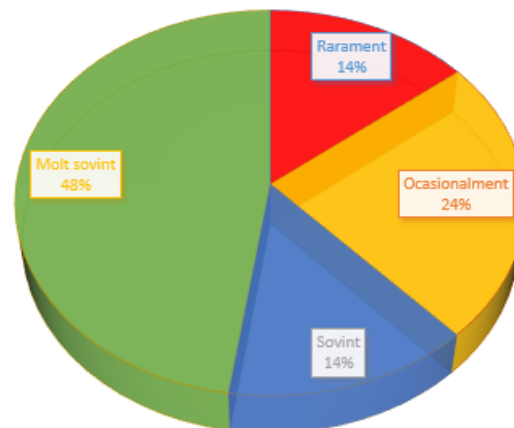
- ✓ 58% han organitzat activitats singulars
- ✓ 42% no

4.7. Nivell de digitalització (1)

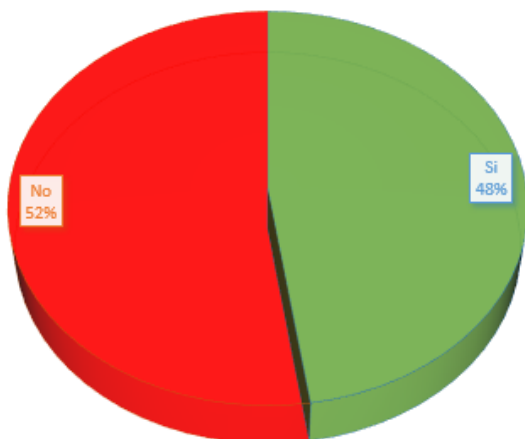
Identificada amb geolocalització



Ús del correu electrònic



Disponibilitat web

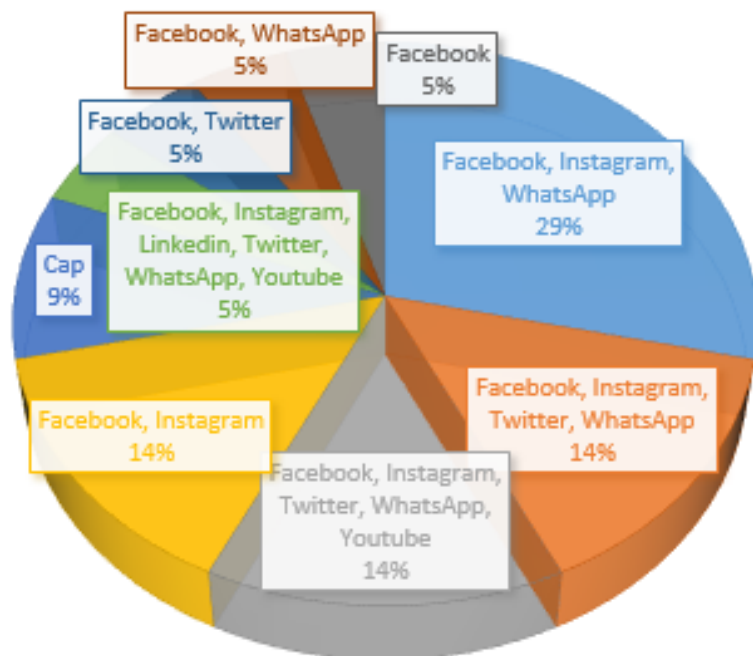


- ✓ 62% identificada amb geolocalització
- ✓ 62% utilitza el correu molt sovint o sovint
- ✓ 52% no disposen de pàgina web

Bona presència a internet i comunicació amb els socis, però la majoria no disposen de pàgina web

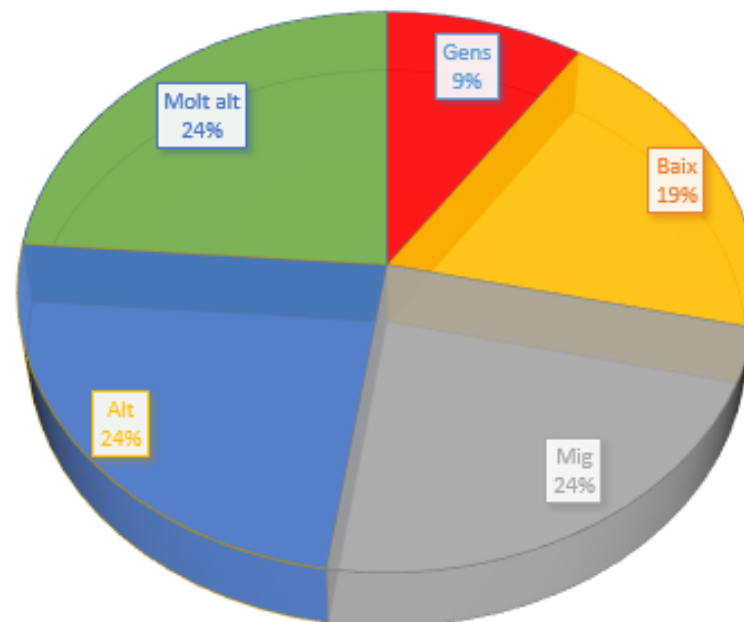
4.7 Nivell de digitalització (2)

Utilització de xarxes socials



Les xarxes socials més utilitzades per les associacions són Facebook, Instagram i WhatsApp.

Freqüència d'ús de les xarxes socials

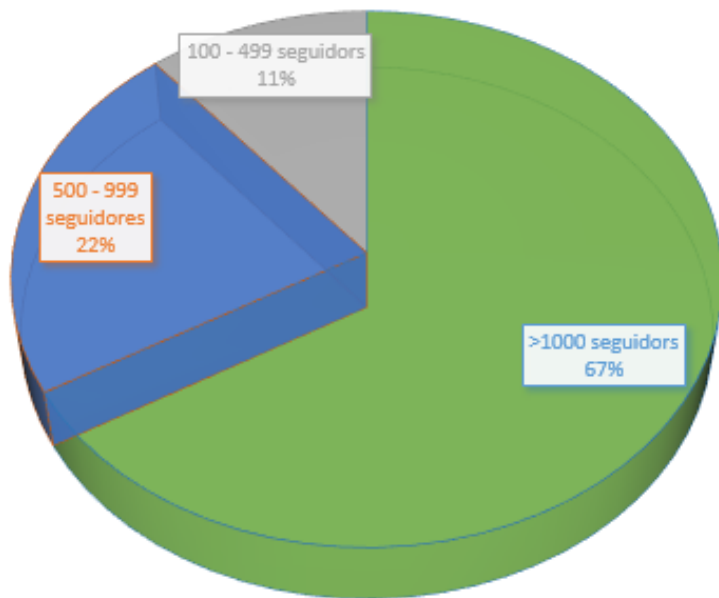


- ✓ 48% utilitzen en un nivell alt i molt alt les xarxes socials
- ✓ 28% gens i baix

Les associacions utilitzen diverses xarxes socials i ho fan força sovint, tot i que 28% gens o baix

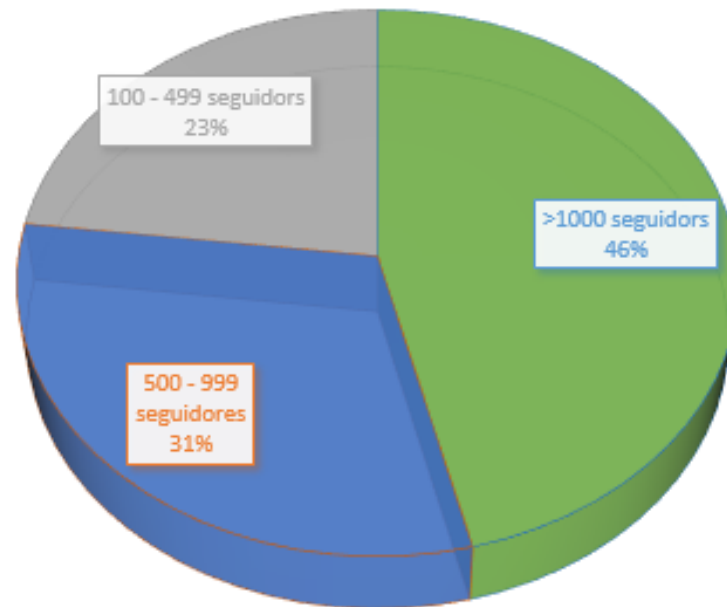
4.7. Nivell de digitalització (3)

Número de seguidors a Facebook



- ✓ 67% més de 1000 seguidors
- ✓ 11% entre 100 i 499 seguidors

Número de seguidors a Instagram

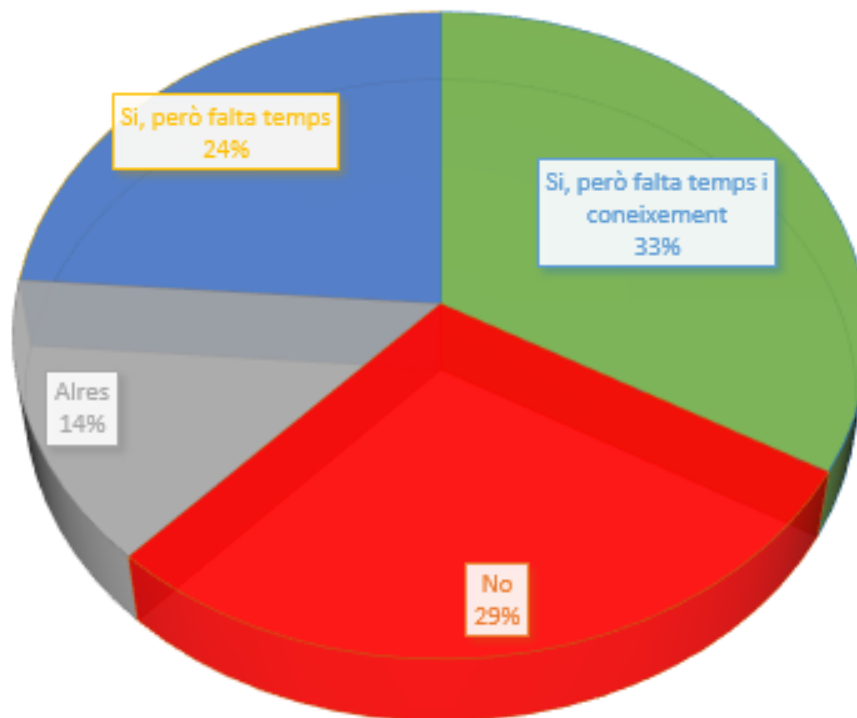


- ✓ 46% més de 1000 seguidors
- ✓ 23% entre 100-499 seguidors

Les associacions tenen molts seguidors tant a Facebook com a Instagram

4.7. Nivell de digitalització (4)

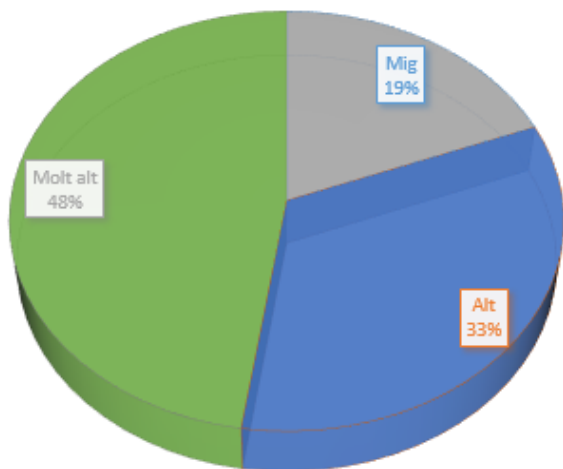
Interès en millorar la presència en internet i
ús de les xarxes socials



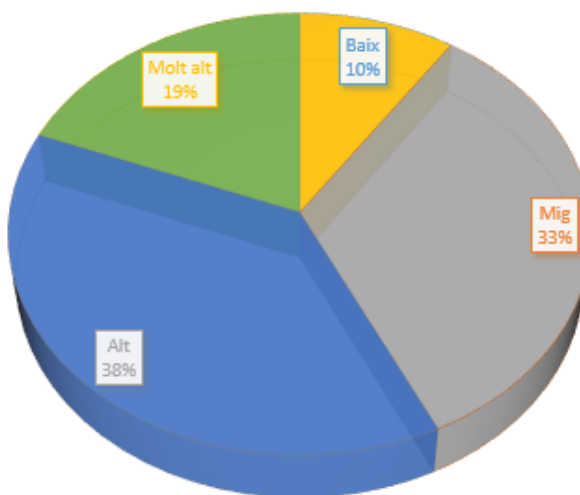
El 57% tenen interès en millorar les xarxes socials, però els hi falta temps i/o coneixement

4.8. Relació amb els agents del territori

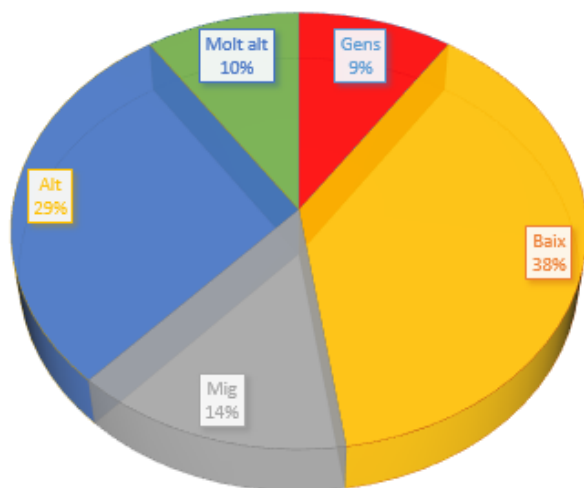
Ajuntaments



Entitats locals



Organitzacions empresarials

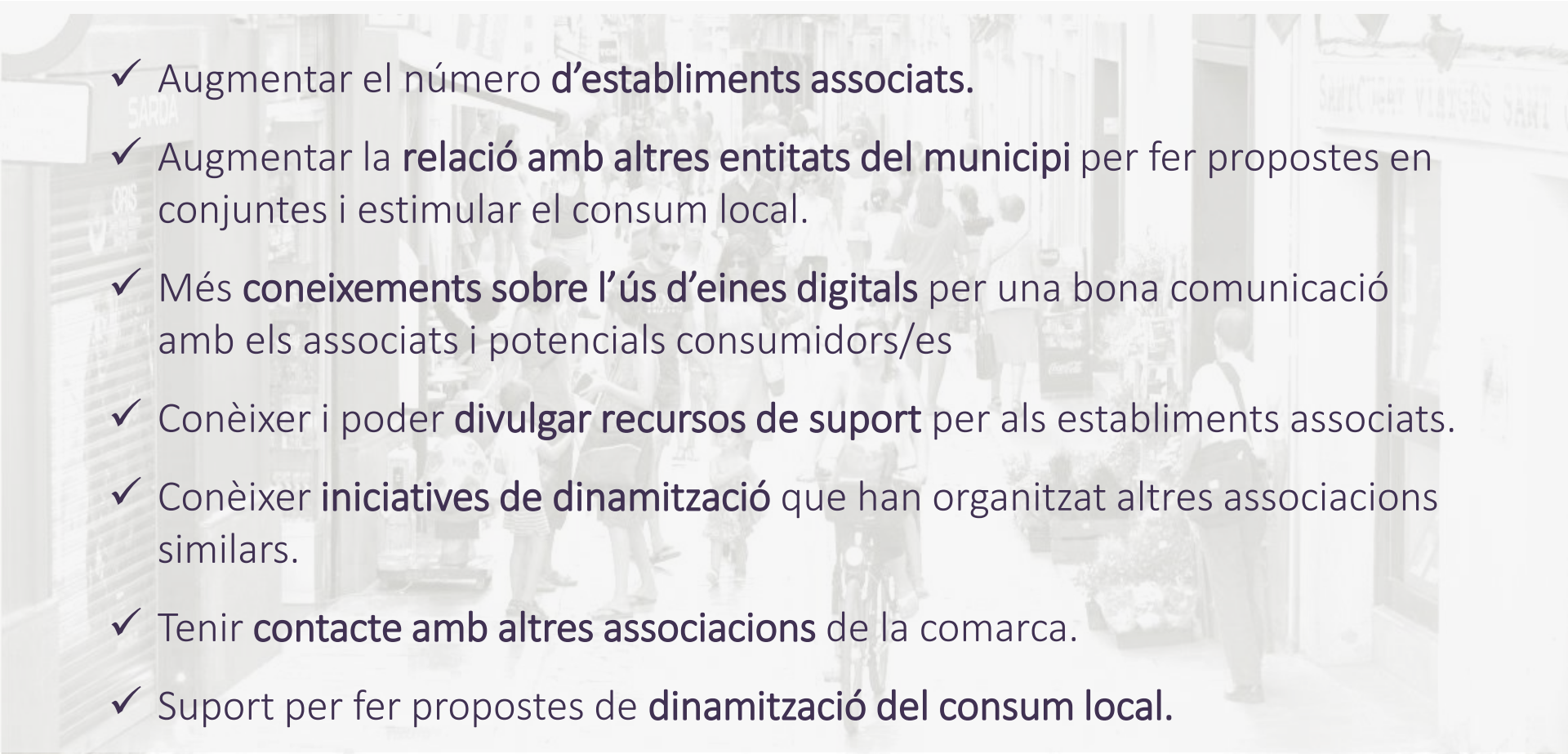


- ✓ 81% Relació alta o molt alta amb Ajuntaments
- ✓ 57% Relació alta o molt alta amb entitats locals
- ✓ 47% Relació baixa o molt baixa amb organitzacions empresarials

La relació amb els agents del territori en general és alta, excepte amb les organitzacions empresarials

4.9. Interessos

Idees proposades per millorar l'activitat de l'associació

- 
- ✓ Augmentar el número **d'establiments associats**.
 - ✓ Augmentar la **relació amb altres entitats del municipi** per fer propostes en conjuntes i estimular el consum local.
 - ✓ Més **coneixements sobre l'ús d'eines digitals** per una bona comunicació amb els associats i potencials consumidors/es
 - ✓ Conèixer i poder **divulgar recursos de suport** per als establiments associats.
 - ✓ Conèixer **iniciatives de dinamització** que han organitzat altres associacions similars.
 - ✓ Tenir **contacte amb altres associacions** de la comarca.
 - ✓ Suport per fer propostes de **dinamització del consum local**.



5. RESUM PERCEPCIÓ SITUACIÓ

5. Resum percepció situació

DEBILITATS associacions

- Pressupost reduït
- Poca freqüència de reunions amb els associats
- Poca preparació dels membres de la Junta
- Poc *networking* entre les associacions
- La majoria d'associacions no disposen de pàgina web
- Falta de temps i coneixement per millorar les xarxes socials
- Poca relació amb les organitzacions empresarials
- Dependència financera amb l'Ajuntament

FORTALESES associacions

- Associacions consolidades amb anys d'experiència
- Comunicació freqüent i per diverses vies amb les associacions
- Serveis externs contractats i bon nivell de preparació
- Bon nivell de serveis als associats i activitat freqüent
- Bona presència a internet i comunicació amb els socis
- Utilització de xarxes socials amb molta freqüència
- Organització d'activitats singulars/innovadores

AMENACES envers el Comerç

- Increment dels preus del lloguer
- Elevada càrrega fiscal (taxes, impostos i tributs)
- Grans centres comercials
- Recessió econòmica i descens del consum.
- La competència deslleial
- La desertització comercial

OPORTUNITATS envers el comerç

- Les Àrees de Promoció Econòmica Urbana (APEU)
- La revolució tecnològica i la digitalització comercial
- Ajudes i subvencions públiques
- Programes de formació per la planificació i dinamització comercial
- El canvi d'hàbits del consum a favor de la proximitat i la compra sostenible





6. REPTES I PROPOSTES D'ACCIÓ

1

Un 66% considera que el nivell de preparació dels càrrecs de la junta és mig o baix.

- ✓ Analitzar i determinar els punts a millorar en la preparació dels càrrecs de les juntes.
- ✓ Organitzar formacions.
- ✓ Organitzar jornades periòdiques de networking. per compartir experiències i bones pràctiques.

2

Un 52% de les associacions no disposa de pàgina web i hi ha potencial de millora digital

- ✓ Analitzar necessitats específiques de digitalització de cada associació.
- ✓ Facilitar assessorament i formació.
- ✓ Estudiar la viabilitat de comptar amb recursos. d'acompanyament.

3

Un 33% de les associacions els hi falta temps i coneixement per millorar les xarxes socials.

- ✓ Oferir diferents càpsules de formació de màrqueting digital i eines d'optimització de recursos per una millor gestió de les xarxes socials.
- ✓ Organitzar jornades periòdiques per compartir bones pràctiques i experiències de màrqueting digital.
- ✓ Estudiar la viabilitat de comptar amb recursos. d'acompanyament.

4

Gairebé la meitat de les associacions no tenen relació amb les organitzacions empresarials.

- ✓ Networking amb les organitzacions empresarials on s'expliqui el paper de cadascuna i les eines, serveis i recursos que disposen per les associacions comercials.
- ✓ Organització de tallers de coworking periòdics per incentivar el treball en equip i compartir les experiències i coneixements.

5

Necessitat de formació en estratègies de planificació, seguiment, anàlisi de resultats, noves eines i tendències del mercat.

- ✓ Organitzar formacions.
- ✓ Organitzar trobades periòdiques per compartir informació i coneixements.

6

El servei que s'ofereix menys és el *networking* per afavorir col·laboracions entre associats.

- ✓ Detectar necessitats específiques entre els associats.
- ✓ Organitzar jornades periòdiques de *networking* per compartir experiències i bones pràctiques entre els associats.

7

Un 42% no ha organitzat mai una activitat innovadora/singular

- ✓ Crear un recull d'activitats innovadores de la comarca i exterior per inspirar.
- ✓ Compartir informació d'activitats i dinàmiques de cooperació entre associacions per tal de generar idees i experiències singulars.

8

Augmentar el número d'establiments associats

- ✓ Reforçar els serveis i la comunicació per augmentar la percepció del benefici d'associar-se
- ✓ Fer campanyes d'informació a no associats
- ✓ Utilitzar incentius per a noves inscripcions



ANNEX

Associacions de comerç enquestades

Juny – Setembre 2021

1. Associació de Botiguers i Serveis de Castellbisbal
2. Associació de Comerciants de Badia del Vallès
3. Associació de Comerciants de Sant Llorenç
4. Associació de Comerciants de Sentmenat
5. Associació de Comerciants del barri i el mercat de Torre-Romeu
6. Associació de Concessionaris del Mercat de la Independència
7. Associació de Floristes de Sabadell
8. Associació de Marxants de Badia del Vallès
9. Associació de Sol Padrís – Sant Oleguer
10. Associació Montacada Centre Comerç
11. Ca n'Oriac Comerç
12. Cerdanyola Comerç i Serveis
13. Comerç Castellar Associació
14. Comerç Rubí
15. El Tomb Comerç Ca n'Anglada
16. Maurina Comerç
17. Sabadell Comerç Centre
18. Sant Cugat Comerç
19. Som Comerç, Som Barberà
20. Terrassa Centre
21. Unió de Comerciants de Ripollet