

EL COMERÇ EN LA TRAMA URBANA: ALIAS I APARADOR PER ALS REPTES DE L'AGENDA 2030

Marina Raluy – sòcia de FEMMES Energia

ÍNDEX



- **Qui som**
- **Context**
- **Principals reptes**
- **Oportunitats**
- **Reducció del cost**
- **Increment de vendes**
- **Conclusions**

QUI SOM

Som **FEMMES Energia**, una consultoria energètica de les comarques de Lleida especialitzada en l'impuls de comunitats energètiques.

Acompanyem administracions, empreses i ciutadania en el disseny i l'elaboració de solucions personalitzades, sostenibles i socialment transformadores des de l'àmbit legal, tècnic, estratègic i de comunicació.

OBJECTIU

Valorar l'impacte del comerç en la trama urbana d'un municipi, especialment en relació als objectius de l'agenda 2030 –transició energètica– .

Entendre que el comerç de proximitat és **un aliat** de la nova economia i dels Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS); i és **un aparador** dels beneficis de la seva consecució com a eina perfecta per a multiplicar els seus efectes.

OBJECTIU

La premisa s'emmarca en el treball realitzat en el Projecte Singulars 2023 'Energia i Comerç de Proximitat'.



CONTEXT

A què ens referim quan parlem del comerç en la trama urbana?

A tota aquella activitat econòmica, encara que no sigui pròpiament comercial.

A la zona urbana residencial (nucli urbà). Per tant no inclou polígons o activitats econòmiques aïllades.



CONTEXT

Per què és important mantenir el comerç local i cercar solucions per a la seva millora competitiva?



CONTEXT

Per què és important mantenir el comerç local i cercar solucions per a la seva millora competitiva?

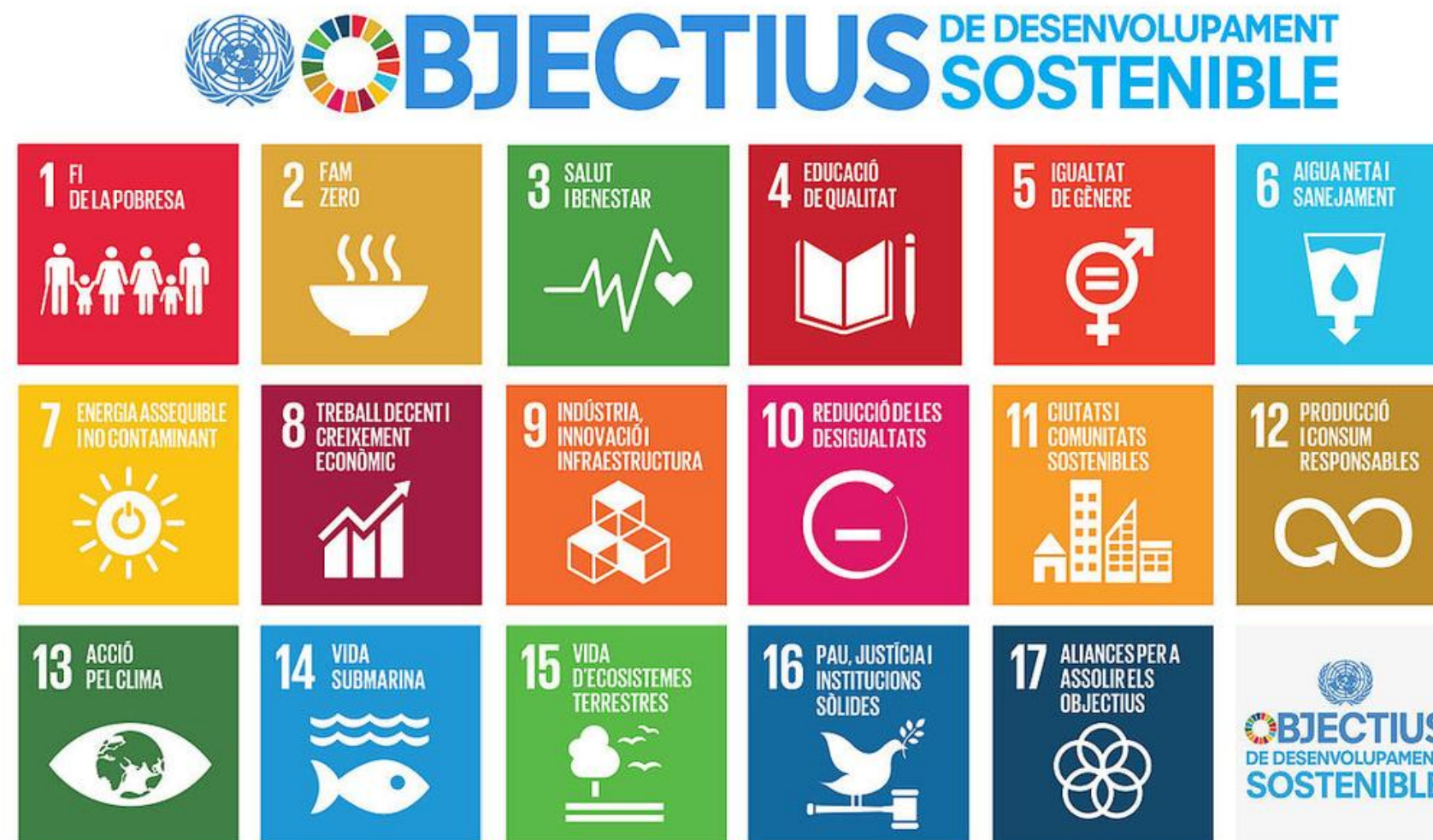
L'activitat comercial és un sector fonamental a Catalunya. Pel seu pes econòmic, però també per la seva funció vertebradora des d'un punt de vista social i urbanístic.

El teixit comercial de Catalunya és un pilar fonamental per la seva funció de cohesió social i de vertebració urbana, així com generador de llocs de treball i motor de l'activitat econòmica.



CONTEXT

El comerç local com a aliat de l'agenda 2030 i els ODS



CONTEXT

El comerç local com a aliat de l'agenda 2030 i els ODS



CONTEXT

Indicadors que n'avalen la seva importància

2024

PIB (% del total): 5,3% (16.000 M€)

Volum de negoci (M€): 104.800 M€

Pes sobre vendes totals: 41%

Nombre d'establiments: 78.000

Llocs de treball: 345.000 (9,8% ocupació total)
75% del sector comerç

Densitat comercial (estab./1.000 hab.): 12,4

CONTEXT

2024

PIB (% del total): 5,3% (16.000 M€)

Volum de negoci (M€): 104.800 M€

Pes sobre vendes totals: 41%

Nombre d'establiments: 78.000

Llocs de treball: 345.000 (9,8% ocupació total)
75% del sector comerç

Densitat comercial (estab./1.000 hab.): 12,4

2008

PIB (% del total): 6,8% (18.500 M€)

Volum de negoci (M€): 99.700 M€

Pes sobre vendes totals: 52%

Nombre d'establiments: 83.700

Llocs de treball: 410.000 (12,3% ocupació total)
85% del sector comerç

Densitat comercial (estab./1.000 hab.): 13,4

DIFERÈNCIA

-1,5 punts

+5,1%

-11 punts

-6,8%

-65.000
(-10 punts sector comerç)

-1,0

CONTEXT



Sector estratègic

És un dels sectors més rellevants a nivell d'ocupació. Això reforça la importància estratègica de qualsevol acció orientada a reforçar la seva resiliència.



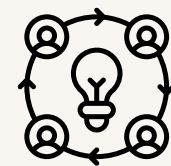
Cohesió i vertebració

Contribueix a generar vida als barris i pobles, fomentant la relació entre veïns. Element de cohesió i dinamització social, especialment en zones rurals.



Economia de proximitat

Redueix emissions associades al transport i fomenta una economia més arrelada al territori. Sovint promou circuits curts i pràctiques més sostenibles.



Patrimoni immaterial

Forma part del patrimoni immaterial i cultural de pobles i ciutats. Protegir-lo evita la desertització comercial i la pèrdua d'esperit local.



Consum conscient

Ofereix atenció directa, confiança i assessorament personalitzat, facilitant un consum més responsable i informat, en contraposició al model massiu.

PRINCIPALS REPTES

COMPETÈNCIA DE LES GRANS PLATAFORMES I SUPERFÍCIES

Les grans plataformes de comerç electrònic ofereixen preus molt competitius, una logística altament eficient i una experiència d'ús ràpida i còmoda. El comerç local ha de trobar fórmules pròpies per oferir valor afegit

CANVI D'HÀBITS DE CONSUM

Els consumidors compren cada cop més en línia, tenen menys temps per comprar físicament i busquen opcions immediates.

També hi ha un segment creixent de persones amb criteris de consum responsable i sostenible: el comerç local ha de saber atendre ambdues demandes de manera flexible.

MANCA DE RELLEU GENERACIONAL

Molts negocis locals tanquen per manca de relleu, especialment en zones rurals i barris envellits. Cal fomentar la transmissió de negocis, la innovació comercial i l'emprenedoria jove per garantir continuïtat i renovació del teixit comercial.

AUGMENT DELS COSTOS ESTRUCTURALS

El preu dels lloguers i la transformació dels centres urbans en espais turístics pot desplaçar el comerç de proximitat. A més, l'increment dels costos logístics, de matèries primeres i els energètics posa en risc la viabilitat econòmica de molts establiments.

PRINCIPALS REPTES... I OPORTUNITATS

- Què es pot fer des de les polítiques locals?

PRINCIPALS REPTES... I OPORTUNITATS

- Què es pot fer des de les polítiques locals?
- Pot ser la transició energètica una eina de millora de la competitivitat del comerç de proximitat?

PRINCIPALS REPTES... I OPORTUNITATS

Dues maneres per assolir la millora competitiva:

1. Reducció del cost (energètic)

PRINCIPALS REPTES... I OPORTUNITATS

Dues maneres per assolir la millora competitiva:

1. Reducció del cost (energètic)
2. Incrementant nombre de vendes

PRINCIPALS REPTES... I OPORTUNITATS

Dues maneres per assolir la millora competitiva:

- 1. Reducció del cost (energètic)**
2. Incrementant nombre de vendes

PRINCIPALS REPTES... I OPORTUNITATS

FACTURA ELÈCTRICA

El percentatge que representa la factura elèctrica respecte del total de despeses d'un establiment comercial varia segons la tipologia del negoci, la superfície, l'activitat concreta i el comportament energètic.

A nivell general:

- **Petit comerç minorista i les oficines** (botigues de roba, regals, etc.): la despesa elèctrica sol suposar **al voltant del 10%** de les despeses totals.
- **Comerços amb major dependència energètica** (alimentació, restauració, perruqueries, fleques, etc.): la factura pot arribar a representar entre el **20% i el 25% del total de despeses**, o fins i tot més si no hi ha mesures d'eficiència implantades.
- **Establiments amb cambres** frigorífiques o cuines industrials (com carnisseries, bars o forns): poden **superar el 30% del total de despeses** mensuals en determinats casos.

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

EFICIÈNCIA



GENERACIÓ RENOVABLE

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

EFICIÈNCIA



GENERACIÓ RENOVABLE

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

EFICIÈNCIA



GENERACIÓ RENOVABLE

-
- canvis en la contractació de potència i/o tarifa
 - canvi per aparells més eficients energèticament
 - mesures de rehabilitació energètica
 - electrificació

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

EFICIÈNCIA



GENERACIÓ RENOVABLE

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

EFICIÈNCIA



GENERACIÓ RENOVABLE

autoconsum solar fotovoltaic!

- entre el 65% i el 80% de l'energia consumida és elèctrica
- gairebé la totalitat del consum pot ser elèctric
- el consum dels comerços es produeix en horari solar en un 68% (més estalvi que en un habitatge)

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

TRES MANERES DE FER-HO:

- INDIVIDUAL

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

TRES MANERES DE FER-HO:

- **INDIVIDUAL**



MANCA DE TEULADA

El 85% de comerços es troben en baixos on a sobre s'ubiquen residències o altres equipaments. No tenen teulada per poder participar i instal·lar un autoconsum fotovoltaic.

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

TRES MANERES DE FER-HO:

- **INDIVIDUAL**



MANCA DE TEULADA

El 85% de comerços es troben en baixos on a sobre s'ubiquen residències o altres equipaments. No tenen teulada per poder participar i instal·lar un autoconsum fotovoltaic.



PROPIETAT DEL LOCAL

El 68% dels comerciants no tenen el local en propietat, sinó que és de lloguer. Això fa que sigui més difícil poder fer canvis i inversions en equipaments com poden ser els panells solars fotovoltaics.

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

TRES MANERES DE FER-HO:

- **INDIVIDUAL**



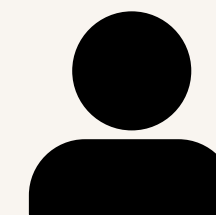
MANCA DE TEULADA

El 85% de comerços es troben en baixos on a sobre s'ubiquen residències o altres equipaments. No tenen teulada per poder participar i instal·lar un autoconsum fotovoltaic.



PROPIETAT DEL LOCAL

El 68% dels comerciants no tenen el local en propietat, sinó que és de lloguer. Això fa que sigui més difícil poder fer canvis i inversions en equipaments com poden ser els panells solars fotovoltaics.



EDAT DEL COMERCIANT

A causa de la manca de relleu generacional, molts establiments estan regentats per persones properes a l'edat de jubilació (mitjana 56 anys). Acostuma a ser gent sense intenció de fer inversions altes per al seu negoci.

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

TRES MANERES DE FER-HO:

- **INDIVIDUAL**



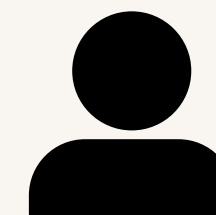
MANCA DE TEULADA

El 85% de comerços es troben en baixos on a sobre s'ubiquen residències o altres equipaments. No tenen teulada per poder participar i instal·lar un autoconsum fotovoltaic.



PROPIETAT DEL LOCAL

El 68% dels comerciants no tenen el local en propietat, sinó que és de lloguer. Això fa que sigui més difícil poder fer canvis i inversions en equipaments com poden ser els panells solars fotovoltaics.



EDAT DEL COMERCIANT

A causa de la manca de relleu generacional, molts establiments estan regentats per persones properes a l'edat de jubilació (mitjana 56 anys). Acostuma a ser gent sense intenció de fer inversions altes per al seu negoci.

Només al voltant d'un 5% del total de comerços poden optar per aquesta opció

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

TRES MANERES DE FER-HO:

- INDIVIDUAL
- COL·LECTIVA

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

TRES MANERES DE FER-HO:

- INDIVIDUAL
- **COL·LECTIVA**

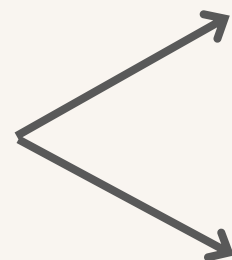


A partir de l'autoconsum compartit amb un altre equipament del titular (habitatge+comerç)

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

TRES MANERES DE FER-HO:

- INDIVIDUAL
- **COL·LECTIVA**



A partir de l'autoconsum compartit amb un altre equipament del titular (habitatge+comerç)

Participant en un autoconsum compartit d'una comercialitzadora o instal·ladora

O bé participant en un autoconsum compartit municipal (impulsat per l'Ajuntament).

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

TRES MANERES DE FER-HO:

- INDIVIDUAL
- COL·LECTIVA
- COMUNITÀRIA

REDUIR EL COST ENERGÈTIC

TRES MANERES DE FER-HO:

- INDIVIDUAL
- COL·LECTIVA
- **COMUNITÀRIA**



Adherint-se a una comunitat energètica local

PRINCIPALS REPTES... I OPORTUNITATS

Dues maneres per assolir la millora competitiva:

1. Reducció del cost (energètic)
2. Incrementant nombre de vendes

PRINCIPALS REPTES... I OPORTUNITATS

Dues maneres per assolir la millora competitiva:

1. Reducció del cost (energètic)
- 2. Incrementant nombre de vendes**

INCREMENTAR LES VENDES

El consumidor català és cada vegada més conscient i exigent amb la sostenibilitat.

Un 70% dels consumidors tenen en compte l'impacte ambiental en les seves decisions de compra (Informe Consum Responsable, 2023)

El 65% prefereix establiments que aposten per reduir les emissions de GEH (Diputació de Barcelona).

La sostenibilitat s'ha convertit en un factor clau de confiança i diferenciació en el comerç de proximitat.

Els consumidors castiguen les incoherències: Un 32% va deixar de comprar a botigues que van fer greenwashing (Informe Facua).

CONCLUSIONS

Reducció d'emissions i
petjada de carboni



Millora de la
competitivitat



Creació de
noves sinergies



Avenç en la transició
energètica

EL COMERÇ EN LA TRAMA URBANA: ALIAS I APARADOR PER ALS REPTES DE L'AGENDA 2030

Marina Raluy – sòcia de FEMMES Energia