



Diputació  
Barcelona

# **17a edició del Cercle de comparació intermunicipal de mercats municipals**

Resultats any 2022

Versió lliure difusió





**Diputació  
Barcelona**

# **17a edició del Cercle de comparació intermunicipal de mercats municipals**

Resultats any 2022

Versió lliure difusió

Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública  
Gerència de Serveis de Comerç  
Recinte Maternitat  
Pavelló Central  
Travessera de les Corts, 131-159  
08028 Barcelona  
Tel. 934 049 296  
o.mercatsfl@diba.cat  
[www.diba.cat/web/comerc/cercles](http://www.diba.cat/web/comerc/cercles)

Àrea de Serveis Generals i Transició Digital  
Direcció de Serveis de Planificació Econòmica  
Servei de Programació  
Edifici Can Serra  
Rambla de Catalunya, 126, 5è  
08008 Barcelona  
Tel. 934 022 237  
s.programacio@diba.cat  
[www.diba.cat/web/menugovernlocal/cci](http://www.diba.cat/web/menugovernlocal/cci)

## ÍNDEX

Pròleg .....	9
Antecedents.....	11
Què són els Cercles de Comparació Intermunicipal? .....	11
Missió.....	11
Objectius.....	11
Trets característics.....	12
Destinatari.....	13
Compromisos dels participants.....	13
Resultats obtinguts pels ens locals.....	13
Impactes del projecte.....	14
Reconeixements.....	15
Algunes xifres.....	15
Fases dels Cercles.....	16
Fase de disseny .....	17
Quadre resum d'indicadors (QRI) .....	18
Indicadors transversals.....	19
Revisió d'indicadors .....	19
Fase de mesura.....	19
Procediment de recollida de dades.....	19
Validació de dades.....	21
Càlcul dels indicadors i les mitjanes.....	21
Fase d'avaluació.....	22
Què és i què no és l'avaluació en els Cercles.....	22
Portal d'Informació Econòmica i de Serveis Locals (PIESL).....	23
L'avaluació en el marc dels tallers de millora.....	25
Els informes de resultats globals.....	25
Fase de millora (Tallers) .....	27
Fase de comunicació i implementació.....	29
Informe de conclusions.....	31
Introducció i resum executiu .....	33
1. Metodologia i fonts.....	34
2. Anàlisi de l'entorn. ....	36
3. Encàrrec polític.....	44
4. Dimensió usuari-client.....	50
5. Dimensió valors organitzatius i recursos humans.....	55
6. Dimensió econòmica.....	61
7. Esquema Conclusions i àrees de millora.....	67
8. Relatoria de la dinàmica "Un problema, una solució" .....	71
Annexos .....	79
Guia d'interpretació... ..	81
Introducció .....	83
Quadre Resum Indicadors.....	87
I. Dimensió encàrrec polític/estratègic.....	89
II. Dimensió usuari/client.....	97

III. Dimensió valors organitzatius/recursos humans .....	106
IV. Dimensió econòmica.....	118
V. Entorn .....	124

# Els cercles de comparació intermunicipal





## Pròleg

Ens plau presentar-vos els resultats de la 17a edició del Cercle de Comparació Intermunicipal de Mercats Municipals: una metodologia de treball que presenta una radiografia sobre la realitat socioeconòmica dels mercats municipals de Barcelona.

Ara fa vint-i-dos anys, la Diputació de Barcelona va impulsar la creació dels cercles de comparació intermunicipal, una eina de suport a l'avaluació i millora de la gestió dels serveis públics municipals que lidera el Servei de Programació de l'Àrea de Serveis Generals i Transició Digital de la Diputació de Barcelona, conjuntament amb les àrees i els centres gestors que treballen en els diversos àmbits d'anàlisi.

A banda d'avaluar i comparar, aquesta eina també té com a objectiu ser un espai de trobada i intercanvi entre professionals de la gestió municipal amb la finalitat de debatre models i compartir coneixements.

L'any passat, l'anàlisi dels indicadors es va centrar en les mesures destinades a la digitalització dels mercats i les parades, com la implementació de serveis de repartiment a domicili, els sistemes de control d'aforament i, sobretot, les plataformes de venda en línia (marketplace).

Enguany, les dades d'aquesta edició ens indiquen una disminució de parades adherides als marketplaces (10 punts percentuals per sota respecte de l'any anterior). Aquesta dada ha de posar en alerta els gestors dels mercats municipals si no volen que els seus mercats i parades quedin fora d'un nínxol de clients potencials. D'altra banda, aquest indicador posa en relleu la importància que té el Cercle de Comparació Intermunicipal de Mercats Municipals per als gestors dels mercats i per als càrrecs electes d'aquest servei a l'hora de prendre decisions i prioritzar polítiques.

Finalment, cal destacar que en aquesta edició s'han incorporat al Cercle tres nous municipis, la qual cosa significa que participen en el projecte el 62 % dels municipis que disposen d'aquest equipament públic i el 57,6 % dels mercats municipals de Barcelona.



## Antecedents

L'experiència de la Diputació de Barcelona en el treball amb indicadors es va iniciar l'any 1983 amb la creació del **Servei d'Informació Econòmica Municipal (SIEM)**, una eina de l'àmbit de les finances públiques locals centrada en qüestions pressupostàries, de fiscalitat i d'endeutament.

El ràpid creixement de la demanda de serveis públics durant la dècada de 1980 va comportar un creixement, sovint desordenat, de l'activitat dels ajuntaments, fins al punt que, ja a la dècada de 1990, es va percebre la necessitat de racionalitzar la prestació de serveis públics locals i de garantir-ne la qualitat. En aquest context, l'any 1998 la Diputació va impulsar una nova línia de treball, l'estudi d'**Indicadors de gestió de serveis municipals (IGSM)**, destinat a l'obtenció d'informació comparada sobre la gestió dels serveis. L'estudi, de caràcter anual i basat en enquestes a municipis de més de 10.000 habitants de la província de Barcelona, oferia dades i indicadors comparats amb la mitjana del conjunt dels municipis participants. Malgrat això, l'estudi IGSM estava mancat de la participació dels responsables dels serveis municipals, que no intervenien en la definició dels indicadors (establerts pel Servei de Programació de la Diputació de Barcelona) ni eren el punt de contacte per a la recollida de dades i posterior remissió de la informació (la via de comunicació era a través dels interventors municipals). Addicionalment, en l'estudi IGSM tampoc no participaven altres àrees de la Diputació de Barcelona, que tenien un contacte habitual amb els responsables dels serveis locals. Es desaprofitava, així, el coneixement específic d'aquestes àrees i la possibilitat d'enfortir el treball transversal dins de la Diputació.

L'any 2001 es va produir un nou salt qualitatiu amb la creació i posada en marxa dels **Cercles de Comparació Intermunicipal (CCI)**, que pretenia superar les limitacions observades en l'estudi IGSM. Es tracta d'un instrument que va més enllà de l'obtenció d'informació sobre indicadors locals de gestió, ja que introdueix el valor afegit de la participació activa dels responsables dels serveis locals en els processos de definició i validació dels indicadors, l'anàlisi dels resultats obtinguts, la comparació entre els diferents municipis i la posada en marxa d'accions de millora.

Aquest mètode de treball és coherent amb la filosofia d'actuació de la Diputació de Barcelona que, a través del Pla de Mandat, vol impulsar el treball en xarxa amb els ens locals de la província. L'implicació en la definició de les actuacions de la nostra Corporació esdevé un factor clau d'èxit per a la utilitat i l'aplicabilitat de les polítiques supramunicipals.

## Què són els Cercles de Comparació Intermunicipal?

### Missió

Els Cercles de Comparació Intermunicipal són una eina adreçada als ens locals que s'orienta a la millora de la gestió mitjançant l'anàlisi d'indicadors de serveis locals i l'intercanvi d'experiències entre iguals.

### Objectius

El projecte té els objectius següents:

- ▶ Mesurar, comparar i avaluar resultats, mitjançant uns indicadors comuns consensuats.
- ▶ Intercanviar experiències entre ens locals a partir de l'anàlisi de les dades.
- ▶ Impulsar la millora dels serveis públics locals.

## Trets característics

La metodologia dels Cercles presenta algunes característiques que els diferencien d'altres iniciatives relacionades amb el treball amb indicadors i/o l'intercanvi d'experiències:

- 1 Es basa en la idea de comparar per millorar
- 2 Segueix una lògica *bottom-up* (de baix a dalt)
- 3 És voluntari
- 4 Té caràcter anual
- 5 No té cost directe per als municipis

- 1 Es basa en la idea de “comparar per millorar”:** des de la posada en marxa, la comparació ha estat l'element central dels Cercles. En un context en què els ens locals treballen amb autonomia per prestar els serveis que tenen encomanats amb la màxima qualitat, la comparació d'indicadors de gestió esdevé una eina clau per detectar els punts forts i les oportunitats de millora de cada municipi en relació amb d'altres que també presten aquell servei en un entorn similar. Amb tot, el contrast de resultats no té una voluntat de control o fiscalització de l'activitat dels municipis, ni de fomentar la competitivitat entre ells; sinó que vol propiciar la millora dels serveis per mitjà de l'anàlisi, la reflexió i l'intercanvi entre iguals. En aquest sentit, la idea d'**aprendre dels altres** és clau en la metodologia dels Cercles.
- 2 Segueix una lògica *bottom-up* (de baix a dalt):** en concordança amb la idea que s'acaba d'exposar, la comparació efectuada en els Cercles es basa en uns indicadors escollits pels ens locals participants, que consensuen allò que consideren el mínim comú del servei analitzat en els diferents municipis sense condicionants o ingerència per part de la Diputació més enllà de crear un espai de trobada i facilitar les dinàmiques de debat i consens. Aquest ha estat un dels factors clau d'èxit dels Cercles des dels inicis, ja que permet que els participants es facin seus els indicadors i els incorporin a la presa de decisions.
- 3 És voluntari:** la participació dels ens locals en els Cercles és voluntària, fet que és coherent amb la vocació de millora i no de control o fiscalització que té el projecte. Qualsevol ens local (preferiblement de més de 10.000 habitants per garantir que es disposa dels recursos necessaris per fer front a les tasques de recollida d'informació i assistència a les trobades) pot sol·licitar participar en un o diversos cercles. Alhora, tot i que es fomenta una participació a llarg termini per obtenir els màxims beneficis de la comparació, l'acumulació de sèries històriques i l'intercanvi d'experiències, no s'estableix un període mínim de permanència en el projecte.
- 4 Té caràcter anual:** el projecte funciona amb un cicle de treball anual: cada any es recullen dades, es calculen els indicadors, s'analitzen i es reuneix els participants per reflexionar i intercanviar experiències entorn dels resultats.
- 5 No té cost directe per als municipis:** els ens locals no han d'abonar cap tipus de contraprestació per participar en els Cercles. El cost unitari és d'uns 925 € per participant, si es tenen en compte els recursos humans (tant de la DIBA com de consultores externes) vinculats directament amb el projecte<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> No es tenen en compte aspectes logístics com la impressió de documents o els càterings.

## Destinataris

Els Cercles de Comparació Intermunicipal s'adrecen a:

### Ens locals

- ▶ **preferiblement de més de 10.000 habitants:** s'estableix aquest llindar per garantir que els participants tenen recursos suficients per fer front a les tasques de recollida d'informació i d'assistència a les trobades d'intercanvi. Amb tot, al llarg dels anys s'han anat incorporant al projecte nombrosos municipis de menys de 10.000 habitants que han mostrat interès a participar-hi.
- ▶ **de la província de Barcelona,** tot i que també hi participen ens locals d'altres províncies catalanes que ho sol·liciten.

### Perfils

- ▶ **preferiblement, responsables tècnics** amb capacitat de decisió i amb coneixement del servei analitzat per tal de facilitar la implantació de millores en el servei que és de la seva responsabilitat.
- ▶ **també són destinataris de la informació** dels Cercles els responsables dels **nivells de decisió estratègica** dels ens locals, tant directius professionals (gerents, caps d'àrea, etc.) com càrrecs electes.
- ▶ **internament, les àrees de la DIBA** implicades en els Cercles són susceptibles d'utilitzar també la informació que genera el projecte per al seguiment l'estat i l'evolució dels serveis locals que corresponen al seu àmbit de treball.

## Compromisos dels participants

Facilitar la informació necessària per calcular els indicadors i comparar els serveis locals analitzats.

1

Permetre que tots els participants del Cercle puguin veure les dades facilitades\*.

2

Participar en els tallers de millora, adreçats a analitzar els resultats i intercanviar experiències.

3

\*Les dades que es publiquen amb accés lliure són les mitjanes, no els valors individuals dels municipis.

## Resultats obtinguts pels ens locals

Per mitjà de la participació en els diferents Cercles, cada ens local obté diversos productes:



**Quadre resum d'indicadors (QRI) del servei per al propi municipi,** comparat amb la mitjana dels ens locals similars.



**Informe de punts forts i oportunitats de millora** del servei en relació amb la mitjana dels ens locals similars.



**Resultats detallats** de tots els ens locals participants.



**Portal d'Informació Econòmica i de Serveis Locals (PIESL):** portal web des d'on els participants poden accedir a totes les dades dels Cercles.



**Espai de trobada i intercanvi** entre iguals.



**Informe de resultats globals,** amb una anàlisi dels indicadors en el conjunt dels ens locals i per tipologies de participants, així com de les tendències de canvi i continuïtat.

## Impactes del projecte

Al llarg dels prop de 20 anys de trajectòria dels Cercles, el projecte ha generat canvis en els àmbits en què es proposa intervenir, com són el treball amb dades, l'accés a informació relativa als serveis públics locals, la creació d'espais de trobada i intercanvi entre el personal tècnic dels ens locals i, en darrer terme, la millora dels serveis analitzats.

A continuació, se sintetitzen els principals impactes dels Cercles i es quantifiquen en base als resultats de les enquestes que es realitzen periòdicament als participants:

<b>1</b>	<b>Accés a informació per prendre millors decisions</b>	<b>83,2 %</b> Creu que el portal web aporta valor afegit a la seva feina
<b>2</b>	<b>Creació d'un espai d'intercanvi entre el personal tècnic local</b>	<b>8,7 de 10*</b> Valoració dels tallers de millora
<b>3</b>	<b>Generació d'accions i iniciatives per millorar els serveis</b>	<b>85,7 %</b> Afirma que els Cercles l'han ajudat a millorar el servei
<b>4</b>	<b>Disseminació de la informació dins i fora de les organitzacions</b>	<b>56,9 %</b> la informació arriba als nivells estratègics <b>75,0 %</b> Veuria bé publicar les dades en obert + experiències portals DO** i Transp.
<b>5</b>	<b>Foment de la presa de decisions basada en evidències</b>	<b>8,9 de 10</b> Recomanaria els Cercles (NPS***: 65,7)

Fonts: Qüestionaris als assistents als tallers de millora de les darreres cinc edicions (2) i Enquesta als participants dels CCI (1, 3, 4 i 5): <https://transparencia.diba.cat/ca/enquestes-de-satisfaccio>

\*Mitjana de les darreres cinc edicions. / \*\*DO: dades obertes / \*\*\*NPS: Net Promoter Score

## Reconeixements

L'impuls que des dels Cercles s'ha volgut donar a la cultura del treball amb dades i l'intercanvi d'experiències entorn dels serveis públics locals ha rebut diversos reconeixements, tant en l'àmbit català com estatal. Destaquen els següents:



### 2018. Escola d'Administració Pública de Catalunya

Premi Alfons Ortuno d'innovació i bones pràctiques a les administracions públiques.

1r premi de la categoria de Transparència, bon govern, avaluació i qualitat.



### 2016. Agencia Estatal de Evaluación de Políticas Públicas

Premi a la Qualitat i la Innovació en la Gestió.

1r premi de la categoria d'Innovació en la Gestió.



### 2016. Q-epea. Xarxa d'entitats basques compromeses amb la gestió avançada

Congrés de gestió pública avançada. Finalista.



### 2008. Agencia Estatal de Evaluación de Políticas Públicas

Premi a la Qualitat i la Innovació en la Gestió Pública.

1r premi de la categoria d'Excel·lència en la Gestió Pública.

## Algunes xifres



### ABAST

**22** edicions

**23** serveis avaluats\*

**35** tallers realitzats



### PARTICIPACIÓ

**183** ens locals participants  
dels quals, de fora de la província

**100%** municipis +10.000 h.  
província BCN

**1009** tècnics participants



### VALORACIÓ

**8,7 de 10** valoració tallers\*\*

**85,7%** afirma que els CCI li han servit per millorar el servei

**83,0%** afirma que el PIESL aporta valor afegit a la seva feina

\*Els 2 serveis de neteja viària i residus s'analitzen en el marc d'un mateix Cercle.

\*\*Dada corresponent a la mitjana de les darreres cinc edicions.

A la figura següent es mostra l'evolució dels ens locals participants en cadascun dels serveis analitzats pels Cercles de comparació intermunicipal:

### Evolució dels participants en els Cercles de comparació intermunicipal

Servei	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Edició (2023)
Policia Local	55	58	61	62	59	64	70	69	66	71	72	75	18a
Neteja viària i residus	36	40	40	43	46	56	53	54	47	50	50	54	20a
Biblioteques	44	44	44	44	60	60	142	143	148	144	155	156	20a
Espais Escènics	30	31	31	29	30	31	30	29	29	32	33	34	16a
Escoles Bressol	31	32	34	39	38	45	48	57	47	55	58	60	18a
Escoles de Música	32	37	38	42	39	42	43	43	42	41	42	43	19a
Esports	50	53	53	54	53	55	52	51	47	48	52	50	20a
Serveis Socials	56	55	55	57	57	59	64	65	68	72	73	66	22a
Mercats Municipals	30	33	32	32	32	33	32	31	31	31	32	36	17a
Fires Locals	22	27	30	35	39	37	36	35	38	36	38	39	15a
Serveis Locals d'Ocupació	32	33	34	34	36	36	36	35	37	38	39	39	15a
OMIC	27	31	34	32	36	38	40	41	42	42	41	41	15a
Seguretat alimentària	36	38	43	43	49	48	51	50	46	49	48	44	14a
Enllumenat Públic	18	24	25	30	33	32	34	36	41	39	40	38	14a
Servei de Mediació Ciutadana	17	24	30	35	35	36	43	43	44	43	45	45	13a
Verd urbà		14	20	21	23	24	27	26	28	28	32	32	11a
Serveis culturals				14	17	18	18	22	21	27	24	30	9a
Museus locals					13	23	35	37	50	50	50	50	8a
Cementiris Municipals						11	12	12	12	13	12	14	7a
Oficines tècniques laborals								17	18	18	18	18	5a
Abastament d'aigua								15	18	19	22	22	5a
Serveis d'igualtat											13	23	2a
<b>Total Cercles</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>19</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	
<b>Total participants en els Cercles</b>	<b>516</b>	<b>574</b>	<b>604</b>	<b>646</b>	<b>695</b>	<b>748</b>	<b>866</b>	<b>911</b>	<b>920</b>	<b>946</b>	<b>989</b>	<b>1.009</b>	

## Fases dels Cercles

El procés de desplegament dels CCI s'articula entorn de **cinc fases** que es retroalimenten de manera successiva, seguint **la lògica del cicle de la millora contínua**. Per aquest motiu, la idea és que **un cercle no té un acabament fixat**, sinó que cada any es duen a terme novament la majoria de fases (deixant de banda el Disseny, ja que es pretén que els indicadors tinguin permanència per afavorir l'acumulació de sèries temporals), des de la recollida de dades fins a la comunicació dels resultats i la implementació de les accions de millora.



## El procés de millora contínua dels Cercles de Comparació Intermunicipal



### Fase de disseny

- Definició de la missió i els objectius del servei
- Consens d'indicadors i variables

### Fase de mesura

- Recollida de dades
- Validació de dades

### Fase d'avaluació

- Informes amb resultats detallats
- Informes de punts forts i oportunitats de millora
- Informes de resultats globals
- Portal web (PIESL)
- Anàlisi qualitativa de resultats en els tallers

### Fase de millora

- Tallers de millora mitjançant diverses metodologies de treball: Oportunitats de millora, Bones pràctiques, Mapa de relacions, Encerta quin és el teu, etc.

### Fase de comunicació i implementació

- Jornada de cloenda
- Comunicació de resultats dins i fora de l'organització
- Implementació d'accions de millora (tasca desenvolupada pels ens locals)

### Fase de disseny

En aquesta fase, que es **duu a terme l'any en què s'inicia un cercle**, es defineixen la **missió** i els **objectius estratègics** del servei objecte d'anàlisi, es consensuen els **indicadors** que s'utilitzaran per a la comparació i s'estableixen les **variables** (dades en brut) que serviran per al càlcul dels indicadors.

La metodologia per aconseguir-ho es basa en la realització de **dos tallers de treball** amb els ens locals que participaran en el Cercle.

En el primer taller participen un grup reduït de tècnics municipals (generalment, menys de 10), seleccionats per l'experiència que tenen en el treball amb indicadors i/o per la representativitat del seu ens local respecte del conjunt de participants. Amb la coordinació del Servei de Programació i d'altres àrees de la Diputació de Barcelona que treballen en l'àmbit del servei analitzat, aquest grup s'encarrega de:

- ▶ Definir la **missió** i els **objectius estratègics** del servei.
- ▶ Proposar, discutir i consensuar un conjunt d'**indicadors** comuns, necessaris per mesurar els aspectes essencials del servei pel que fa a l'entorn, els recursos humans i econòmics, l'organització, les persones usuàries i la perspectiva estratègica o d'encàrrec polític.
- ▶ Establir les **variables** que es necessitaran per calcular els indicadors.

En el segon taller, al qual assisteixen tots els integrants del Cercle, es posa en comú el treball realitzat a la primera trobada i el grup fa les consideracions que creu oportunes, amb la possibilitat de modificar o ampliar la feina feta a la reunió inicial. L'objectiu és que el conjunt dels participants

validin i assumeixin la missió, els objectius, els indicadors i les variables que permetran analitzar i comparar el servei amb un llenguatge comú.

En ambdues sessions, el treball es fonamenta en dinàmiques de grup que afavoreixen la participació ordenada dels ens locals, així com la posterior sistematització de les idees (pluja d'idees, *metaplan* i tècniques nominals de grup, entre d'altres).

**Quadre resum d'indicadors (QRI)**

Els indicadors dissenyats pels ens locals s'organitzen en un **Quadre resum d'indicadors (QRI)**, format per **quatre dimensions** i un cinquè bloc amb **dades d'entorn** que ajuden a contextualitzar els resultats de l'ens local:

**Exemple de QRI d'un cercle**

**DIMENSIO ENCÀRREC POLÍTIC / ESTRATÈGIC**

Indicadors rellevants des del punt de vista de la ciutadania, relacionats amb la consecució dels objectius finals del servei

**DIMENSIO USUARI**

Indicadors relacionats amb l'ús del servei, les accions, els resultats immediats i el perfil de les persones usuàries

**DIMENSIO VALORS ORGANITZATIUS I RH**

Indicadors relacionats amb el model organitzatiu i de gestió, així com els recursos humans (dotació, càrregues de treball i formació, entre d'altres)

**DIMENSIO ECONOMIA**

Indicadors relacionats amb l'ús de recursos econòmics per prestar el servei, les fonts de finançament i els costos unitaris, principalment

**INDICADORS D'ENTORN**

Indicadors relacionats amb l'entorn demogràfic i socioeconòmic

Complementàriament, s'elabora una **Guia d'interpretació** on es recull la definició, la fórmula de càlcul i les variables implicades en cadascun dels indicadors del quadre, amb els criteris de còmput d'aquestes variables per assegurar que tots els participants recullen les dades de la mateixa manera. Aquest document és útil en la interpretació dels resultats ja que està sempre a l'abast dels participants perquè puguin consultar com s'obté cadascun dels valors que apareixen en el QRI.

## Indicadors transversals

Per tal de fer comparacions entre diversos serveis -objectiu complementari al de fer comparacions intermunicipals d'un servei-, s'han definit una sèrie d'indicadors transversals per a tots els serveis analitzats: 7 de la dimensió **Valors organitzatius – RH** i 5 de la dimensió **Economia**.

DIMENSÍO VALORS ORGANITZATIUS – RH	DIMENSÍO ECONOMIA
<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ % de gestió directa</li> <li>↳ % de gestió indirecta</li> <li>↳ % d'hores de baixa</li> <li>↳ Salari brut anual d'una categoria professional rellevant del servei</li> <li>↳ Hores de formació per treballador</li> <li>↳ % de dones sobre el total de professionals</li> <li>↳ % de dones amb comandament sobre el total de comandaments</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>↳ Despesa corrent per habitant</li> <li>↳ % de despesa corrent sobre el pressupost corrent municipal</li> <li>↳ % d'autofinançament per taxes i preus públics</li> <li>↳ % de finançament per part d'altres administracions</li> <li>↳ % de finançament per part de l'ajuntament</li> </ul>

## Revisió d'indicadors

Els indicadors que es defineixen a l'inici de cada Cercle tenen vocació de permanència, per tal de facilitar el seguiment de l'evolució del servei. Però l'objectiu d'acumular sèries temporals s'ha de conjugar amb la necessitat de garantir la utilitat i la no obsolescència de les mesures. En cas contrari, es correria el risc d'esmerçar esforços a mesurar aspectes del servei que han deixat de ser rellevants. Per aquest motiu, periòdicament a cada Cercle es realitzen **sessions de revisió dels indicadors**, on es debat sobre la vigència del Quadre resum d'indicadors i es valora la necessitat de modificar, suprimir o incorporar algun indicador, i les variables corresponents.



## Fase de mesura

### Procediment de recollida de dades

Un cop definides les variables (dades en brut) que es necessitaran per calcular els indicadors, es tramet als ens locals un qüestionari en format Excel. S'opta per aquest suport per l'àmplia extensió d'aquest programari ofimàtic a les administracions locals de la província i per la flexibilitat que ofereix a l'hora de modificar el disseny, introduir fórmules, validacions automàtiques, etc.



En aquest procés, els municipis reben suport individualitzat de la Diputació (en alguns casos directament i en d'altres, per mitjà d'una consultoria externa) per resoldre els dubtes que puguin sorgir pel que fa a l'obtenció de les dades.

Usualment, es dona un termini d'unes 4-6 setmanes als ens locals perquè retornin el qüestionari emplenat, tot i que la durada s'estableix amb els participants de cada cercle en funció del volum i la complexitat de les dades a obtenir.

### Validació de dades

Un cop rebudes les dades, es bolquen al sistema d'informació de la Diputació i se'n fa una validació conceptual i estadística per depurar possibles errors en la recollida de dades. Aquesta validació inclou, entre d'altres, la comprovació dels valors extrems i la verificació de les dades que s'han modificat substancialment d'un any a un altre.

### Càlcul dels indicadors i les mitjanes

La majoria dels **indicadors** dels Cercles es calculen a partir d'**operacions aritmètiques entre dues o més variables**. El més habitual és que siguin percentatges o ràtios.

**La mitjana del grup** de municipis participants (o de qualsevol subgrup, per exemple en funció del tram poblacional) es calcula **sumant els valors dels municipis a les variables** emprades per calcular l'indicador (generalment, una variable al numerador i una altra al denominador). És a dir, **no es calcula la mitjana aritmètica dels valors municipals** sinó que es calcula l'indicador de nou partint de les dades en brut, per evitar que la diferent composició municipal distorsioni el resultat global.

Per exemple, si es calculés la mitjana aritmètica de la taxa d'inserció dels SLO dels diferents municipis sense efectuar cap ajust, s'estaria donant el mateix pes als resultats dels dispositius més grans, que compten amb un gran nombre d'usuaris, que als SLO més petits; de manera que a la pràctica els ens locals menys poblats acabarien tenint més impacte del que els correspon en el resultat global del Cercle.

En termes generals, la fórmula de càlcul emprada és la següent\*:

$$\text{Mitjana} = \frac{\sum_{l_p=1}^n X_{l_p}}{\sum_{l_p=1}^n Y_{l_p}}$$

**X** = qualsevol variable del numerador de l'indicador

**Y** = qualsevol variable del denominador de l'indicador

**l<sub>p</sub>** = municipi participant

\* És necessari que un municipi tingui disponibles els valors de les variables del denominador i el numerador per tal que s'inclouï en el càlcul de la mitjana.



### Fase d'avaluació

Què és i què no és l'avaluació en els Cercles

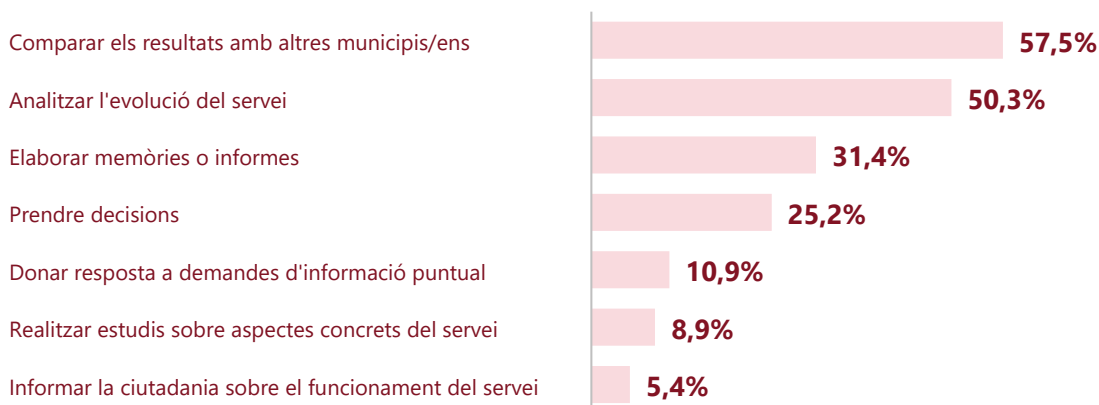
L'avaluació en els Cercles és una anàlisi orientada a la millora dels serveis, que vol ser útil per a la gestió diària dels responsables tècnics dels ens locals.

✓ <b>L'avaluació en els Cercles és...</b>	✗ <b>L'avaluació en els Cercles NO és...</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diagnosi de l'estat i l'evolució del servei</li> <li>✓ Detecció de fortaleses i oportunitats de millora</li> <li>✓ Comparació per millorar</li> <li>✓ Identificació de causes i efectes</li> <li>✓ Revisió de l'assoliment d'estàndards (legals o consensuats)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✗ Fiscalització de l'activitat del servei</li> <li>✗ Control de l'acompliment de les persones</li> <li>✗ Justificació de la pròpia gestió</li> <li>✗ Màrqueting sense fonaments</li> </ul>

En coherència amb aquesta voluntat constructiva, quan es pregunta als participants per a què utilitzen principalment la informació dels Cercles, els aspectes més destacats són "comparar els resultats amb altres municipis/ens" i "analitzar l'evolució del servei"; seguits "d'elaborar memòries" i "prendre decisions". En menor proporció, alguns ens locals empen també la informació dels Cercles per "donar resposta a demandes d'informació puntual" i per "realitzar estudis sobre aspectes concrets del servei".<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Resultats de la darrera Enquesta als participants dels CCI. Podeu consultar una infografia resum dels resultats principals a <https://transparencia.diba.cat/ca/enquestes-de-satisfaccio>

### Per a què s'utilitza principalment la informació dels Cercles?\*



Font: Enquesta als participants dels CCI.

\*Pregunta multiresposta. Percentatges calculats sobre el total de participants.

El projecte compta amb diverses eines i espais que pretenen afavorir la reflexió dels ens locals sobre l'estat i l'evolució dels serveis, que s'estructuren en tres eixos bàsics:



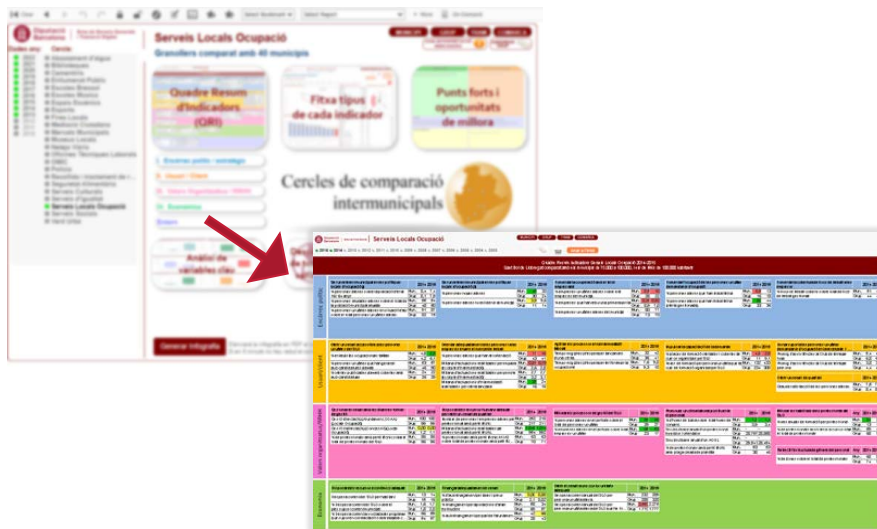
#### Portal d'Informació Econòmica i de Serveis Locals (PIESL)

El Portal d'Informació Econòmica i de Serveis Locals (en endavant, PIESL) és una aplicació desenvolupada amb tecnologia *Business Intelligence* que s'ofereix als ens locals de manera gratuïta per consultar, analitzar i comparar totes les dades dels Cercles.

L'eina permet accedir a les variables i els indicadors de cadascun dels ens locals que participen en els Cercles, així com a les mitjanes grupals. El tret característic del Portal és que la informació s'ofereix de manera dinàmica: els usuaris poden seleccionar lliurement el grup de comparació o bé triar-lo a partir de criteris preestablerts (tram de població i comarca).

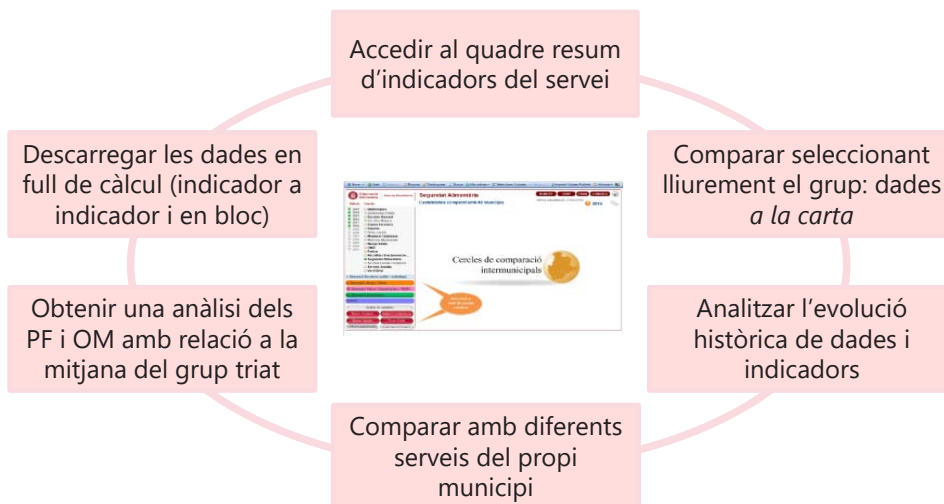


## Pantalla inicial del PIESL i vista del Quadre resum d'indicadors



A més d'accedir al quadre resum d'indicadors, una bàsica de treball dels Cercles, el Portal permet realitzar múltiples comparacions: amb un grup seleccionat lliurement, amb una sèrie històrica que en alguns casos supera els 15 anys o amb altres serveis del propi municipi; així com obtenir una primera aproximació als punts forts i les oportunitats de millora del servei i descarregar les dades en full de càlcul per poder treballar-les. Complementàriament, es mostra també una selecció de dades econòmiques de l'ens local (procedents del Sistema d'Informació Econòmica Municipal, SIEM) i d'altres relatives a l'entorn sociodemogràfic.




### Funcionalitats principals del PIESL



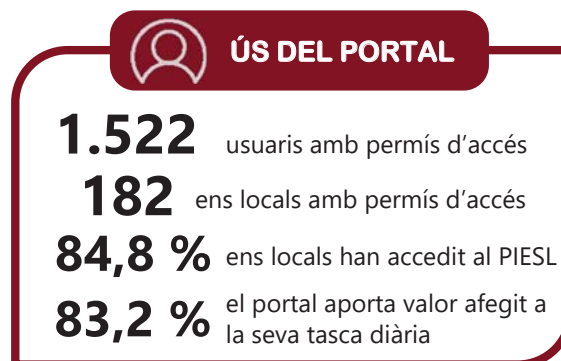
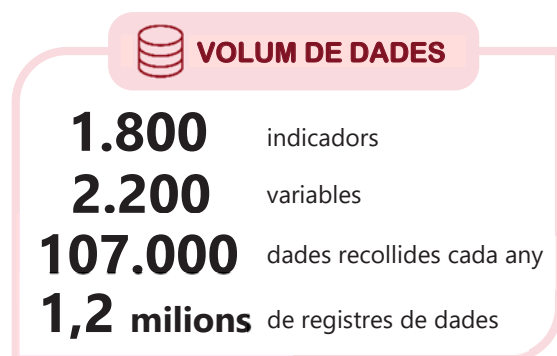
### Sistema de semàfors

Sempre que en el Portal (i a la resta de documents elaborats en els Cercles) es comparen els valors individuals d'un indicador amb la mitjana d'un grup de municipis, es facilita l'anàlisi mitjançant **un sistema de semàfors**, que es consensua amb els municipis en el moment de dissenyar els indicadors. En funció de l'orientació que s'hagi donat a l'indicador (si es considera que valors elevats són més favorables i al contrari, o si s'ha establert algun llindar fix ja sigui per consens o per donar compliment a una obligació legal, com per exemple una ràtio mínima de personal), els valors dels municipis es destaquen en colors d'acord amb aquestes regles:



	<b>VERD:</b> valors que es troben un 25 % o més per sobre o per sota de la mitjana i això es considera un punt fort.
	<b>TARONJA:</b> valors que es troben un 25 % o més per sobre o per sota de la mitjana i això es considera una oportunitat de millora.
	<b>GROC:</b> valors que es troben un 25 % o més per sobre o per sota de la mitjana i això no es considera un punt fort ni una oportunitat de millora.

## Algunes xifres relatives al PIESL



La informació del Volum de dades es refereix a 2021, mentre que la d'Ús del portal correspon a 2022. El valor afegit del Portal procedeix de l'Enquesta als participants dels CCI (per saber-ne més, podeu consultar <https://transparencia.diba.cat/ca/enquestes-de-satisfaccio>).

## L'avaluació en el marc dels tallers de millora

Tot i que l'objectiu últim dels tallers és definir accions de millora que els participants puguin dur a terme per tal de millorar el servei analitzat en el seu municipi, aquest debat propositiu es duu a terme sobre la base d'un primer exercici d'anàlisi dels resultats. Així, la part inicial dels tallers sempre es dedica a valorar els resultats obtinguts en els indicadors individualment i de manera compartida, per mitjà de diferents metodologies de treball grupal que es van renovant cada edició. El valor afegit de l'avaluació que duen a terme els tècnics municipals és el coneixement sobre les característiques del servei i del territori, que permet establir un diagnòstic més ajustat a la realitat i extreure'n les oportunitats de millora més rellevants per fer avançar el servei.

### Esquema de treball dels tallers de millora

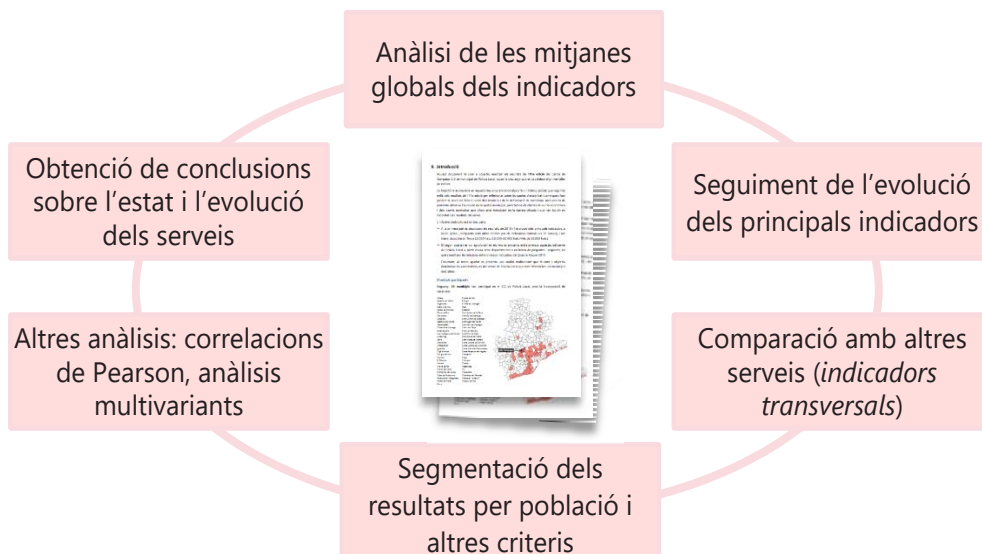


## Els informes de resultats globals

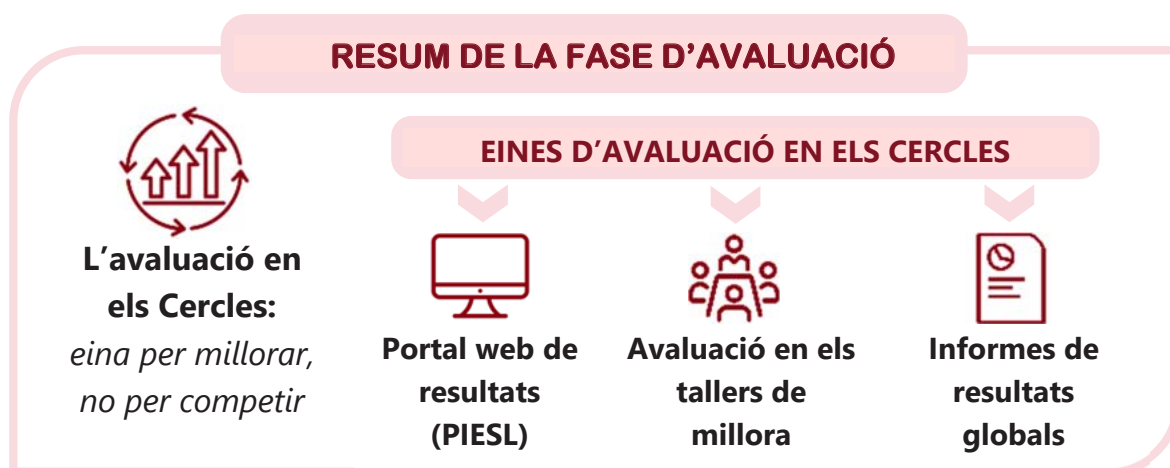
Un cop les dades ja estan disponibles per als municipis en el Portal i s'han realitzat els tallers de millora, des de la DIBA s'elabora un informe de resultats globals de cada cercle, en què s'analitzen les mitjanes dels indicadors per al conjunt dels participants i s'adopta una perspectiva més macro per descriure l'estat i les principals tendències d'evolució del servei analitzat.

En tots els informes es combinen diferents tipus d'anàlisi per donar una mirada completa del Quadre resum d'indicadors:

### Principals elements d'anàlisi en els informes de resultats globals



Aquests informes es difonen, a través dels documents resum de cada cercle amb tots els materials generats al llarg de l'edició, entre els tècnics participants en els Cercles així com els nivells de decisió estratègica dels ajuntaments i en general totes les persones interessades en el seguiment i l'avaluació dels serveis locals, ja que es fan públics a la pàgina web del projecte Cercles de comparació intermunicipals<sup>3</sup> així com a les pàgines web de cadascun dels Cercles.



<sup>3</sup> <https://www.diba.cat/menugovernlocal/cci>

## Fase de millora (Tallers)

La fase de millora es desenvolupa en els tallers esmentats anteriorment, en els quals es treballa per identificar possibles millores en la prestació del servei. Es tracta d'una sessió eminentment pràctica i participativa, que dona peu a replantejar-se com s'ofereix i es gestiona el servei, alhora que possibilita l'intercanvi d'experiències i la transferència de coneixement entre el personal tècnic dels ens locals.

Com s'ha esmentat en la **Fase d'avaluació**, la part inicial dels taller es dedica a analitzar i valorar conjuntament els resultats dels indicadors i a identificar les oportunitats de millora del servei en els diferents municipis participants. Posteriorment, aquesta diagnosi dona lloc a un intercanvi d'experiències i problemàtiques entorn dels aspectes identificats a la primera part. Per als participants, aquest és un moment especialment enriquidor, ja que aporta un espai per compartir amb professionals que desenvolupen la mateixa tasca en altres municipis, fet que en la majoria d'àmbits sectorials no és freqüent.

Aquests moments d'intercanvi deriven, de manera més o menys guiada, en un debat i prioritització d'accions de millora a desenvolupar en cada municipi.

### Esquema de treball dels tallers de millora



Per incentivar el treball en equip i la generació d'idees, s'utilitzen diferents metodologies de treball en grup que van variant cada edició. A continuació s'enumeren les principals metodologies emprades fins al moment:

### Principals metodologies utilitzades en els tallers de millora

- |                                    |  |
|------------------------------------|--|
| 1 Oportunitats de millora          | 6 Anàlisi comparativa                    |
| 2 Bones pràctiques                 | 7 Mapa de relacions i accions de millora |
| 3 Anàlisi de l'evolució del servei | 8 Mètode Kaizen                          |
| 4 Actuacions d'estalvi econòmic    | 9 Encerta quin és el teu                 |
| 5 Anàlisi de fortaleces            | 10 Seminaris sobre temàtiques d'interès  |

Amb l'objectiu d'il·lustrar la dinàmica de treball en els tallers, a continuació es resumeix el funcionament d'una de les metodologies emprades des de la posada en marxa dels Cercles: la d'Oportunitats de millora.

### Desenvolupament d'una metodologia en els tallers: Oportunitats de millora

Cadascun dels participants selecciona una oportunitat de millora per treballar, i l'analitza en tres subetapes, al llarg d'una sessió de matí:

1. S'identifiquen les diferents causes de l'oportunitat de millora seleccionada. Eina emprada: diagrama Ishikawa (o d'espina de peix).
2. Per a l'oportunitat de millora seleccionada, s'identifica el pes de cada causa, i s'ordenen les causes de major a menor importància. Eina emprada: matriu de classificació de causes.
3. Per a l'oportunitat de millora seleccionada, s'identifiquen possibles accions de millora i es ponderen. Eina emprada: matriu d'anàlisi d'accions de millora.

**8,7**

nota mitjana  
tallers

Mostra de l'acceptació que tenen aquestes trobades entre els municipis és l'elevada valoració que als atorguen els tècnics participants en els qüestionaris que es realitzen al final de les sessions. En les darreres cinc edicions els assistents han valorat els tallers amb una mitjana de 8,7 sobre 10.

A més de la valoració numèrica, es demana als assistents que resumeixin en poques paraules què ha estat per a ells el millor del taller. Com es pot veure al núvol de paraules que es mostra a continuació, la majoria dels comentaris destaquen la possibilitat d'intercanviar experiències amb els companys, cercar solucions col·lectives, treballar en grup, disposar d'un espai de reflexió i millora i analitzar els resultats.

### Comentaris reals dels participants en els tallers



**85,7%**

Afirma que participar  
en els CCI ha servit  
per millorar el servei

I en un sentit més ampli, el 85,7 % dels participants afirmen que participar en els Cercles els ha servit per millorar el servei en el seu municipi<sup>4</sup>, una xifra que il·lustra l'impacte del projecte en el que és el seu objectiu últim: ajudar els municipis a millorar la qualitat dels serveis que presten.

<sup>4</sup> Font: Enquesta als participants dels CCI: <https://transparencia.diba.cat/ca/enquestes-de-satisfaccio>

## RESUM DE LA FASE DE MILLORA



### Tallers de millora

Sessions pràctiques  
adreçades als  
tècnics participants

### Esquema de treball en els tallers



### Diferents metodologies de treball

Oportunitats de millora, mapes de relacions,  
bones pràctiques, anàlisi de fortaleses...

## Fase de comunicació i implementació

Un cop realitzada la fase de millora, els participants comuniquen a l'organització els resultats i les accions de millora que han identificat. Aquesta comunicació la realitza cadascun dels responsables tècnics locals, tant al seu equip de treball com als seus superiors.

De cara a facilitar la comunicació, la Diputació de Barcelona ofereix als participants la possibilitat de fer una jornada de tancament. En aquesta sessió, amb presència tant dels tècnics com de càrrecs electes dels ens locals, es resumeixen els resultats principals del CCI i generalment s'ofereix alguna ponència relacionada amb els àmbits temàtics més rellevants que s'han tractat durant l'edició.

Un cop feta la comunicació, correspon a cada municipi implementar les millores identificades. Per dur a terme aquesta tasca es recomana elaborar i aplicar un Pla de millora. Atès que aquests plans comprometen recursos públics i requereixen un temps prudencial de planificació i execució, la Diputació de Barcelona no hi participa directament. Malgrat tot, no es descarta impulsar alguna actuació en aquesta línia a mitjà termini.

## RESUM DE LA FASE DE COMUNICACIÓ I IMPLEMENTACIÓ



Els participants  
comuniquen els  
aprenentatges a  
l'organització



Implementació  
de millores



Jornada de cloenda  
organitzada per la  
DIBA per facilitar la  
comunicació



## Informe de conclusions





## Introducció i resum executiu

L'objectiu del present estudi és fer una reflexió estratègica després d'aprofundir en els principals indicadors de la dissetena edició del cercle de mercats corresponent a l'exercici de 2022. Com ja es va fer en anteriors edicions, s'ha pretès que el document sigui d'utilitat per als municipis participants, donant un caire pràctic a les conclusions que s'extreuen de cada apartat.

L'informe s'ha plantejat de tal forma que cada municipi el pugui utilitzar per situar-se en cada àmbit objecte de l'estudi i pugui extreure'n conclusions rellevants que l'ajudin a marcar les estratègies de futur.

Als cercles de mercats del 2022, hi han participat 36 municipis els quals es relacionen a la pàgina següent ordenats per la mida poblacional.

L'any 2022 ha estat un any que, per una banda, ha significat la sortida de la pandèmia i per l'altra, s'ha vist afectat per un augment dels preus en general i especialment, pels preus de l'alimentació fresca, degut a diversos factors econòmics i d'àmbit internacional.

Aquesta conjuntura no ha estat del tot favorable als mercats. Si bé la sortida de la pandèmia ha suposat una millora en l'àmbit econòmic global, ha implicat una caiguda de vendes als mercats amb l'obertura definitiva del canal HORECA. També la inflació ha fet perdre volum de vendes però no queda clar si ha fet perdre volum d'ingressos, el que si sembla es que s'ha sacrificat marge.

Concretant més en els resultats del cercle, cal incidir en diversos aspectes que cal tenir en compte. Un primer aspecte és l'augment de la superfície disponible de les parades. La manca de relleu pot ser un factor clau que cal mirar de revertir.

Un aspecte positiu és la millora de l'autofinançament, fet que es fa del tot necessari en un entorn econòmic complex. En l'àmbit econòmic també cal remarcar la millora en l'eficiència de la gestió directa, que ha reduït considerablement la diferència amb la gestió indirecta.

En l'àmbit de la comunicació, s'observa que les accions de dinamització es mantenen però no arriben als nivells d'abans de la pandèmia. En aquest sentit caldria definir l'estratègia d'actuació en funció d'uns objectius concrets. D'altra banda, s'ha notat una disminució de les parades adherides a un Marketplace virtual, probablement degut a l'augment de la compra presencial i a la dificultat de gestió diària per part del paradista.

En aquest moment de conjuntura complexa i on a nivell sectorial es presenta el repte del relleu generacional, caldria fer un plantejament global i per cada mercat per a definir una estratègia a llarg termini del futur dels mercats.

**Taula 0: Municipis participants i població ordenada de major a menor**

Municipi	Habitants
Terrassa	224.114
Sabadell	215.760
Mataró	128.956
Santa Coloma de Gramenet	117.981
Sant Cugat del Vallès	95.725
Sant Boi de Llobregat	83.755
Rubí	79.007
Manresa	78.192
Vilanova i la Geltrú	68.152
Viladecans	66.720
Prat de Llobregat (El)	65.030
Cerdanyola del Vallès	57.291
Mollet del Vallès	51.294
Gavà	46.974
Sant Feliu de Llobregat	45.642
Igualada	40.767
Vilafranca del Penedès	40.056
Ripollet	39.031
Sant Joan Despí	34.039
Barberà del Vallès	33.082
Sant Pere de Ribes	31.688
Sitges	31.222
Martorell	28.684
Santa Perpètua de Mogoda	25.930
Castellar del Vallès	24.933
Olesa de Montserrat	24.272
Masnou (El)	23.829
Vilassar de Mar	21.067
Manlleu	20.883
Cardedeu	18.785
Canet de Mar	14.845
Torelló	14.726
Abrera	12.697
Montgat	12.277
Pallejà	11.593
Alella	10.079

## 1. Metodologia i fonts

El document s'ha estructurat a partir de la base de classificació dels cinc diferents àmbits o dimensions en els quals s'emmarquen els cercles de mercats:

- ▶ Anàlisi de l'entorn
- ▶ Àmbit polític
- ▶ Dimensió usuari/client
- ▶ Valors organitzatius i recursos humans
- ▶ Dimensió econòmica

Dins de cada àmbit, s'ha procedit a l'estudi dels diferents indicadors que s'han considerat més rellevants. La representació gràfica i l'anàlisi de cada indicador s'ha fet de forma que expliqui millor el comportament i permeti a cada municipi situar-se en el context.

Per tant, no s'ha fet un estudi homogeni en cada apartat, sinó que cada un s'ha ajustat a la forma en que s'ha considerat que ho explicava millor.

A continuació, es realitza una explicació de les diferents eines utilitzades a l'anàlisi.

Anàlisi estàtica i dinàmica: Segons el tipus d'indicador i la seva rellevància temporal, els resultats s'han interpretat de forma estàtica o dinàmica. La forma estàtica respon a l'estudi de l'indicador del 2022 sense tenir en compte els altres exercicis. La forma dinàmica ha considerat, en general, les dades dels darrers 5 anys, des de 2018 fins a 2022, ambdós inclosos.

Base 100: En molts casos i per equiparar indicadors fets en escales diferents i per millorar la forma gràfica, s'ha utilitzat la base 100. Als casos en els quals l'anàlisi és estàtica, s'ha igualat la mitjana a 100 i, als casos en els quals l'anàlisi és dinàmica, s'ha igualat a 100 el primer any.

Càlcul de la desviació estàndard: És una mesura de dispersió (diferències entre les dades de la mostra) que ens informa de la probabilitat de que qualsevol punt de la mostra s'allunyi de la mitjana. S'expressa en la mateixa unitat que la mitjana. Una desviació alta implica molta dispersió i a l'inrevés. Atès que els indicadors solen ser mitjanes i provenen de dades molt disperses, s'ha considerat útil la seva utilització.

Càlcul del coeficient de correlació: Es pot pensar que alguns indicadors o variables tenen una correlació entre sí, ja sigui positiva o negativa. La correlació positiva ens indica que una variable depèn d'una altra evolucionant en paral·lel. D'altra banda, una correlació negativa indica que un indicador respon de manera inversa a l'altre (quan un puja l'altre baixa i a l'inrevés). Es calcula en base 1. Una correlació de 0,6 a 1 és alta, una de 0,4 a 0,6 és mitjana i de 0,1 a 0,4 és baixa. Aquesta eina es pot utilitzar per explicar, per exemple, l'alta correlació positiva entre els indicadors de la mida de les parades i les persones ocupades per parada.

Regressió múltiple: S'ha intentat comprovar si hi ha una correlació significativa entre un indicador a explicar (per exemple la superfície comercial ocupada en percentatge) i altres indicadors que hi pugin influir (si hi ha, o no, supermercat, mida de les parades, o d'altres). La diferència entre l'anterior anàlisi és que es tracta d'una correlació múltiple indicant un coeficient a cada variable explicativa de la variable a explicar.

Indicadors Transversals: Alguns indicadors dels que es treballen al present informe també hi són a altres serveis públics; policia, neteja viària, biblioteques etc. Aquests indicadors comuns s'anomenen indicadors transversals. En algun cas, i en funció de la rellevància de l'indicador, en l'apartat corresponent es farà menció de l'indicador transversal dels mercats en relació a la resta d'indicadors transversals d'altres serveis.

Finalment, i en relació a les fonts, s'han utilitzat les dades provinents dels cercles de mercats i de l'enquesta de pressupostos familiars del 2022 per tal de fer un estudi més acurat del mix comercial.

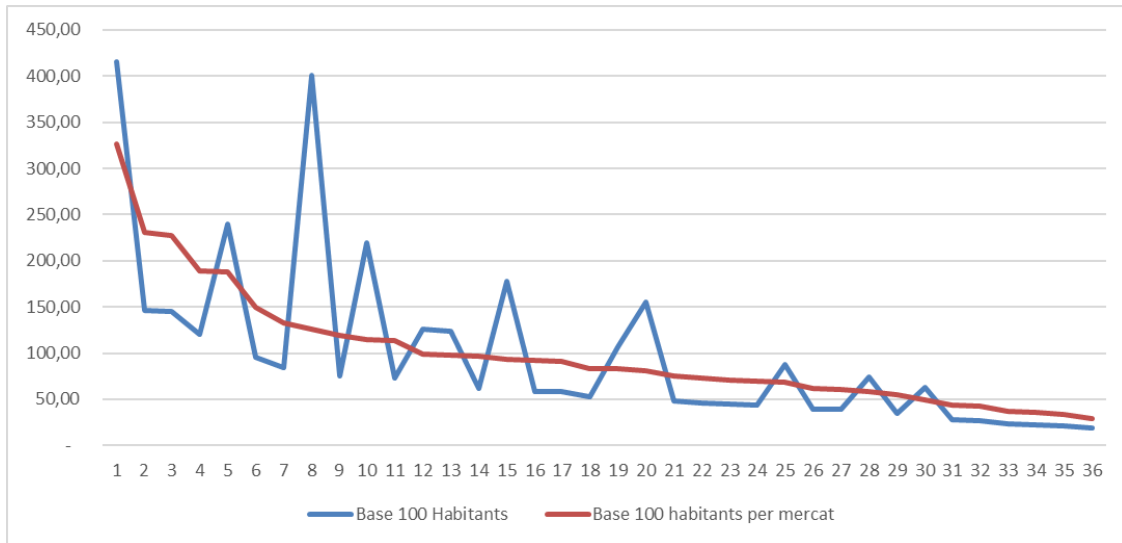
## 2. Anàlisi de l'entorn.

En primer lloc, s'analiza l'indicador d'habitants per mercat on s'observa que, si bé la mitjana es situa en 35.909 habitants/mercat, existeix una alta dispersió on es troba, en primer lloc, Terrassa amb 112.057 habitants/mercat i, en darrer lloc, Alella amb 10.079/ habitants/mercat.

**Taula 1: Dades 2022. Població i habitants per mercat ordenat per habitants per mercat**

Municipi	Habitants	Habitants per mercat
Terrassa	224.114	112.057
Rubí	79.007	79.007
Manresa	78.192	78.192
Prat de Llobregat (El)	65.030	65.030
Mataró	128.956	64.478
Mollet del Vallès	51.294	51.294
Sant Feliu de Llobregat	45.642	45.642
Sabadell	215.760	43.152
Igualada	40.767	40.767
Santa Coloma de Gramenet	117.981	39.327
Ripollet	39.031	39.031
Vilanova i la Geltrú	68.152	34.076
Viladecans	66.720	33.360
Barberà del Vallès	33.082	33.082
Sant Cugat del Vallès	95.725	31.908
Sant Pere de Ribes	31.688	31.688
Sitges	31.222	31.222
Martorell	28.684	28.684
Cerdanyola del Vallès	57.291	28.646
Sant Boi de Llobregat	83.755	27.918
Santa Perpètua de Mogoda	25.930	25.930
Castellar del Vallès	24.933	24.933
Olesa de Montserrat	24.272	24.272
Masnou (El)	23.829	23.829
Gavà	46.974	23.487
Vilassar de Mar	21.067	21.067
Manlleu	20.883	20.883
Vilafranca del Penedès	40.056	20.028
Cardedeu	18.785	18.785
Sant Joan Despí	34.039	17.020
Canet de Mar	14.845	14.845
Torelló	14.726	14.726
Abrera	12.697	12.697
Montgat	12.277	12.277
Pallejà	11.593	11.593
Alella	10.079	10.079

**Gràfic 1: Dades 2022. Població i habitants per mercat (mitjana = 100)**



S'observa, amb l'excepció d'algunes dades extremes, que a menor població, menys habitants per mercat i viceversa. De fet, si es calcula l'índex de correlació entre les dues variables, el resultat és de 0,72, dada que indica una alta correlació positiva.

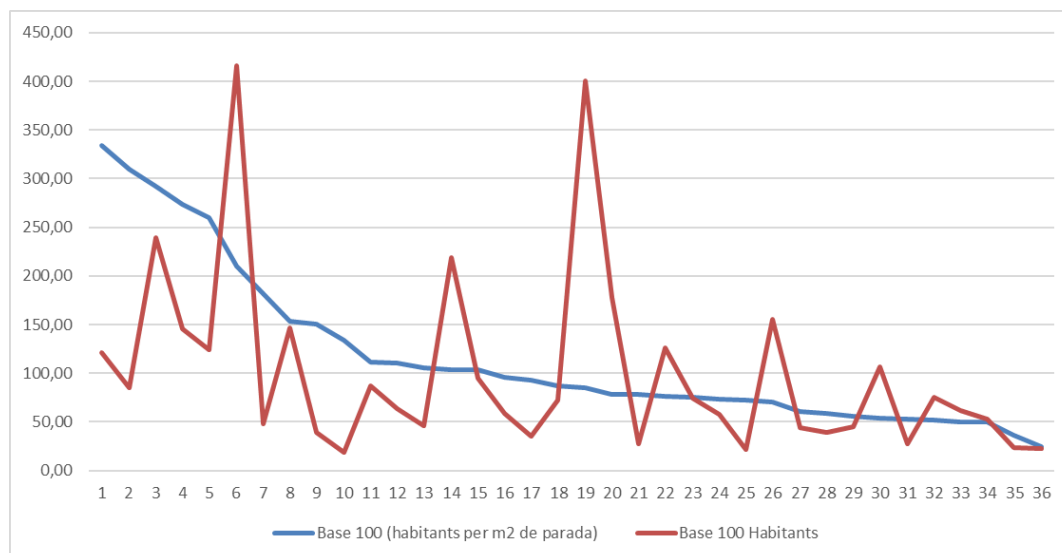
### **A més població, més habitants per mercat.**

Partint d'aquesta dada, cal pensar i aprofundir en les causes de per la que a les grans poblacions hi hagi menys mercats per habitant. Un dels motius pot ser que el creixement de les grans poblacions s'ha estructurat mitjançant barris allunyats del centre, on si que hi havia un mercat municipal. Aquests nous barris, en molts casos, no han anat acompanyats d'un mercat i atès que la compra quotidiana és molt sensible a la proximitat, aquest nous nuclis de població han organitzat l'oferta de quotidià d'una forma diferent, ja sigui mitjançant botigues al carrer o supermercats, o una barreja dels dos formats. També caldria esbrinar si els mercats ubicats al centre dels municipis més grans atrauen als compradors de barris de la perifèria i quin nivell de penetració en aquests barris estan assolint. Un altre aspecte a considerar es l'edat mitjana de cada barri perifèric sense mercat, on els hàbits de compra de poblacions més joves poden influir en que no hi hagi cultura de mercat.

Per tal de ajustar millor l'anàlisi, s'ha considerat realitzar el mateix càlcul tenint en compte els habitants per m<sup>2</sup> de superfície a les parades excloent el supermercat,. Aquest indicador pot ajudar a interpretar millor el grau de penetració del sector dels mercats en cada municipi atès que només considera l'oferta comercial tenint en compte el canal tradicional.

Per tal de veure la relació dels dos indicadors, s'ha realitzat el càlcul considerant la mitjana en base 100 de cada una d'elles. El gràfic resultant és el següent:

**Gràfic 2: Dades 2022. Població i habitants per m<sup>2</sup> de parada (Mitjana = 100 ordenat de major a menor per habitants per m<sup>2</sup> de parada)**



Hi ha una certa correlació positiva entre el nombre d'habitants i els habitants per m<sup>2</sup> de parada. A més habitants per m<sup>2</sup> de parada significa que hi ha menys oferta en format de mercats, només en superfície de parada, sense comptar en supermercat. La correlació positiva es lleu, de 0,34, el que vol dir que en certa manera, com més gran és la població, hi ha menys oferta relativa en format de comerç tradicional dintre dels mercats, el que ajuda a confirmar que a les poblacions grans, el grau de penetració del mercats és inferior.

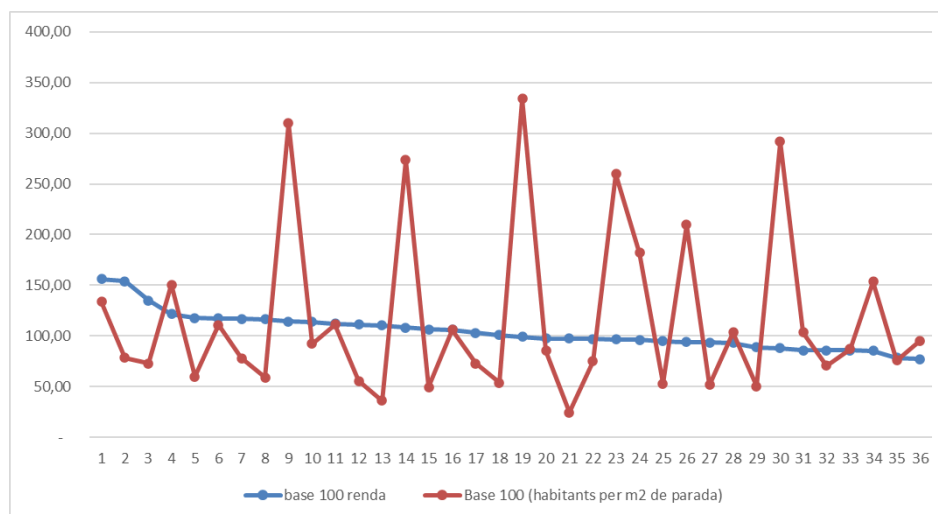
**Les poblacions més grans, disposen de menys oferta de parades per habitant.**

A més, caldria fer una reflexió a cada municipi en relació a la penetració del sector dels mercats, tenint en compte l'oferta global d'alimentació al municipi en diferents formats (supermercats, botigues d'alimentació i mercats), l'estructura urbana i la seva capacitat d'atracció d'altres municipis per tal de determinar les oportunitats de creixement en el format comercial dels mercats.

Adicionalment, s'observa que la desviació estàndard de l'indicador "habitants per m<sup>2</sup>" és alta, amb un valor de 93,97 en referència a la mitjana de 100, la qual cosa indica que hi ha una alta dispersió de dades i que cada municipi té les seves particularitats, les quals s'han d'aprofundir en cada cas per tal de poder esbrinar quina és la situació de cada un respecte a la mitjana i als altres municipis comparables.

Una altra variable del l'entorn que podria ajudar a explicar el context del sector dels mercats als municipis objecte dels cercles és la renda per càpita. Utilitzant la mateixa metodologia de convertir les mitjanes dels indicadors a base 100, s'analitza la renda bruta familiar disponible per càpita, ordenada de major a menor, i la superfície de parada per habitant:

**Gràfic 3: Dades 2022. Renda bruta familiar disponible per càpita i habitants per m<sup>2</sup> de parades  
(Mitjana = 100 ordenat de major a menor renda)**



Intuïtivament es pot pensar que a més renda més presència del sector mercats. Però d'acord amb les dades de l'anterior gràfic, es pot veure que no hi ha una correlació clara entre els dos

**La renda per càpita no és un factor determinant per l'existència de més o menys oferta alimentària en format de mercats, però ho pot ser en l'entorn d'inflació actual.**

indicadors. Sembla doncs que la renda per càpita no és un factor determinant en el grau de penetració del sector de mercats en la distribució d'alimentació de les diferents poblacions. Amb tot, és molt probable que una renda alta influeixi en un millor funcionament dels mercats especialment en l'entorn d'inflació actual.

Vistos ja els principals indicadors de l'entorn, s'ha considerat interessant creuar aquests indicadors de l'entorn amb els de funcionament intern.

De cara a construir una eina pràctica per a que cada municipi es posicioni en un punt determinat pel que fa als indicadors que ajuden al bon funcionament d'un mercat, s'ha dissenyat una matriu que parteix de dos eixos.

**Eix horitzontal:** M<sup>2</sup> de superfície a les parades per habitant de menys a més. En aquest punt, cal fer un aclariment de quina seria la dada ideal a utilitzar en cada cas:

- ▶ Municipis petits: m<sup>2</sup> de superfície a les parades per habitant.
- ▶ Municipis grans: m<sup>2</sup> de superfície a les parades per habitant a l'àrea d'influència.
- ▶ Mercats que atrauen un percentatge significatiu de població d'altres municipis: m<sup>2</sup> de superfície a les parades per habitant a l'àrea d'influència.

**Eix vertical:** Grau de funcionament d'un mercat. En aquest punt es valorarà com està funcionant un mercat en base als següents indicadors que es poden tenir quantificats o es poden intuir:

- ▶ Nivell d'afluències
- ▶ Nivell de venda de les parades
- ▶ Grau d'ocupació de les parades
- ▶ Hores d'obertura totals (especialment obertura a les tardes)

Com es pot veure, s'han creuat dos tipus d'indicadors. D'una banda, els indicadors que informen del funcionament intern del mercat i, de l'altra, els indicadors que indiquen la situació del mercat en relació a l'entorn.

S'insisteix en la necessitat de disposar d'indicadors d'afluències i de vendes a més dels indicadors relacionats amb mesurar l'àrea d'influència. El fet de poder-los mesurar i analitzar en valor absolut i en l'àmbit de l'evolució, permetrà conèixer quina és la situació de cada mercat i ubicar-lo en el punt correcte de la matriu.

La matriu pot ajudar a definir un diagnòstic i a la vegada a implementar una estratègia determinada en funció del punt en que es trobi cada mercat. A conti-

---

**La matriu de factors externs i indicadors de funcionament pot ajudar a elaborar un diagnòstic i a establir estratègies.**

---

nuació, es presenta una definició de cada quadrant associada a una estratègia determinada en cada cas. Cal tenir en compte que, dins de cada quadrant, també hi ha infinits punts on es pot trobar un mercat. Per tant, els diagnòstics generals i les estratègies aquí exposades són generalistes i dependrà de cada cas, on caldrà fer una anàlisi més acurada.

El resultat de la matriu seran quatre quadrants on es pot posicionar cada mercat.

**Quadrant inferior dret:** Molts m<sup>2</sup> de parades per habitant i mal funcionament. Els mercats situats en aquesta part de la matriu mostren que el funcionament del mercat no és bo i que hi ha molts m<sup>2</sup> per habitant. En aquest punt les causes poden ser múltiples. Poden ser de caire intern, parades que no es gestionen adequadament, manca d'aparcament, mala accessibilitat, mal mix comercial o de caire extern, sobre saturació d'oferta alimentària en format de mercat al municipi, rendes molt baixes, baixa població etc...: En aquest punt sembla que la probabilitat de que el mercat no vagi bé estigui més determinada pels factors externs que pels factors interns ja que l'alta competència tant en format de mercats com en altres formats pot ser determinant per al mal funcionament.

**Quadrant inferior esquerra:** Pocs m<sup>2</sup> de parades per habitant i mal funcionament. Els mercats situats en aquesta part de la matriu mostren que hi ha potencial d'habitants i el funcionament del mercat no és bo. En aquest punt les causes també po-

---

**Cal insistir en disposar d'indicadors de funcionament intern actualitzats (afluències, vendes, grau d'ocupació de les parades, hores obertura).**

---

den ser de tot tipus. Poden ser de caire intern, parades que no es gestionen adequadament, manca d'aparcament, mala accessibilitat, mal mix comercial o de caire extern, sobre saturació d'oferta alimentària al municipi amb altres formats, rendes molt baixes, etc.

Si el problema no és un mix de la població alt en oferta alimentària, llavors les causes podrien ser internes.



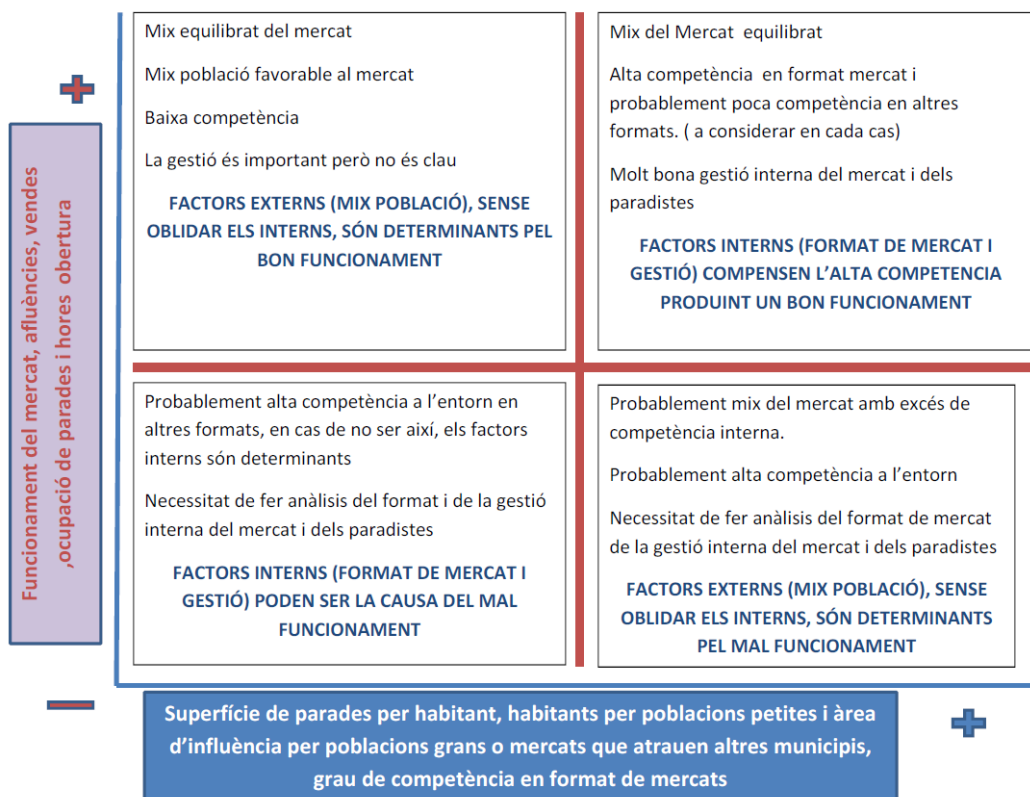
**Quadrant superior dret:** Molts m<sup>2</sup> de parades per habitant i bon funcionament. Aquest és un bon punt, vol dir que l'oferta esta equilibrada tot i que hi ha molta competència en format de mercats. No sembla un punt on hi encaixin masses mercats, al menys a la part superior dreta del quadrant, ja que molta competència no acostuma a anar acompanyada d'unes bones vendes i afluències. Les causes del bon funcionament poden ser internes i externes en el cas de baixa competència en altres formats. Segurament serà un molt bon model de mercat amb un mix molt adequat i una molt bona gestió del mercat i dels paradistes.

**Cada quadrant de la matriu dona una idea general del diagnòstic i de l'estratègia. Caldrà fer una anàlisi acurada en cada cas ates l'àmplia casuística.**

**Quadrant superior esquerra:** Pocs m<sup>2</sup> per habitant a les parades i bon funcionament. Aquí hi ha un entorn menys competitiu i un bon funcionament. En aquest punt, sembla que s'hi haurien de situar els mercats que funcionen millor. La causa fonamental del bon funcionament és la baixa competència. Si, a més, va acompanyada d'un bon nivell dels factors interns, l'èxit es pràcticament segur.

A continuació és pot veure la representació gràfica del model. En primer lloc, es presenta una matriu amb els diagnòstics i, en segon lloc, la mateixa matriu es presenta amb les estratègies generals de cada cas.

### Matriu de diagnòstic



## Matriu d'estratègia



Es resumeixen a continuació les principals conclusions de l'anàlisi de l'entorn:

- ▶ Els habitants per mercat no és una dada determinant per a definir el grau de penetració del sector de mercats en la distribució de l'alimentació. Poblacions grans amb diferent estructura urbanística poden distorsionar la dada. No obstant això, i com a norma general, com més gran el municipi, menys presència de mercats, tot i que la superfície de parades és més gran. Per tant, als municipis més grans es troben menys mercats però amb més parades.
- ▶ A més, caldria fer una reflexió a cada municipi en relació a la penetració del sector mercats tenint en compte l'oferta global d'alimentació al municipi en diferents formats (supermercats, botigues d'alimentació i mercats), l'estructura urbanística i la seva capacitat d'atracció d'altres municipis per tal de determinar les oportunitats de creixement en el format comercial dels mercats.
- ▶ Si bé el factor renda per càpita intuïtivament sembla determinant, no ho és en la realitat, ja que no es mostra una correlació directa entre més renda i oferta comercial en format de mercats. No obstant això, una millor renda per càpita de la població pot influir en un millor funcionament del mercat a més s'ha de considerar l'impacte de la inflació en les rendes baixes i la seves repercussions en les vendes dels mercats.
- ▶ De cara a construir una eina pràctica perquè cada municipi es posi en un punt determinat pel que fa a les variables que ajuden al bon funcionament d'un mercat, s'ha dissenyat una matriu que relaciona els factors externs de població amb el funcionament del mercat. Aquesta eina pot ajudar a establir un diagnòstic i a marcar unes estratègies determinades. Cal establir sistemes de mesurament de l'evolució del mercat (afluències, vendes i estudis de mercat) per a poder posicionar-se i definir estratègies de futur.
- ▶ En definitiva, en aquest apartat s'ha tractat de fer un anàlisi dels indicadors clau de l'entorn i de les seves correlacions per tal de donar eines a cada municipi per facilitar-li l'anàlisi de la situació dels seus mercats en relació a llur entorn, tenint en compte la diversa casuística pròpia del sector.

### 3. Encàrrec polític

En aquest apartat, es realitza l'estudi dels indicadors corresponents a l'encàrrec polític. Tant en aquest apartat com en els posteriors, es realitza una anàlisi dels indicadors de l'any 2022 i de llur evolució en els darrers 5 anys. Addicionalment, es poden crear indicadors d'altres apartats que poden estar correlacionats i que poden ajudar a explicar millor el comportament de cada un dels indicadors i a la vegada, poden ajudar a interpretar tendències de futur.

A continuació es presenta el quadre resum dels diferents indicadors de l'àmbit polític.

**Taula 2: Indicadors encàrrec polític 2018-2022**

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Impulsar l'ús dels mercats municipals</b>					
Nombre d'accions de dinamització anuals per mercat	18,6	19,1	11,2	13,1	13,0
Total inversions (darrers 5 anys) per M <sup>2</sup> de superfície total	69,0	69,1	47,7	45,0	43,7
Facturació mitjana anual dels paradistes per parada oberta	-	-	-	391.190,0	-
<b>Oferir un servei accessible als usuaris</b>					
Habitants per nombre de mercats	35.933,1	36.595,4	37.026,3	36.447,7	35.908,9
M <sup>2</sup> de superfície comercial per cada 1000 habitants	53,9	54,2	53,6	55,6	56,4
Nombre de places d'aparcament rotatori disponibles (a un màxim de 100 metres del mercat) per cada 100 M <sup>2</sup> de superfície comercial	9,0	8,8	8,8	8,6	8,0
Usuaris del mercat per nombre d'habitants de la població	16,0	17,2	13,9	22,9	21,3
<b>Fomentar els valors socials i mediambientals als mercats</b>					
% de persones ocupades amb alguna discapacitat sobre el total de persones ocupades al mercat	16,7	16,4	14,3	13,7	13,3
% de tones de recollida selectiva respecte el total de tones de brossa recollides al mercat	51,6	51,3	51,9	53,6	44,4
<b>Reforçar l'impacte del mercat en l'entorn</b>					
Nombre d'establiments d'influència per parada oberta	2,6	2,6	2,5	2,5	2,5
% d'establiments d'influència que són d'alimentació	17,3	17,4	17,2	17,5	17,3
% de mercats integrats en plans de dinamització respecte el nombre total de mercats	61,7	63,8	63,8	68,8	75,9
Nombre de dies setmanals amb mercats no sedentaris al voltant del mercat per mercat	1,1	1,1	1,2	1,1	1,1
% de mercats que es troben en zones vianantitzades sobre el total de mercats	46,8	47,8	47,8	42,6	39,6

**Es mantenen les accions de dinamització degut a la sortida progressiva de la pandèmia però es mostren molt per sota dels nivells del 2018 o 2019.**

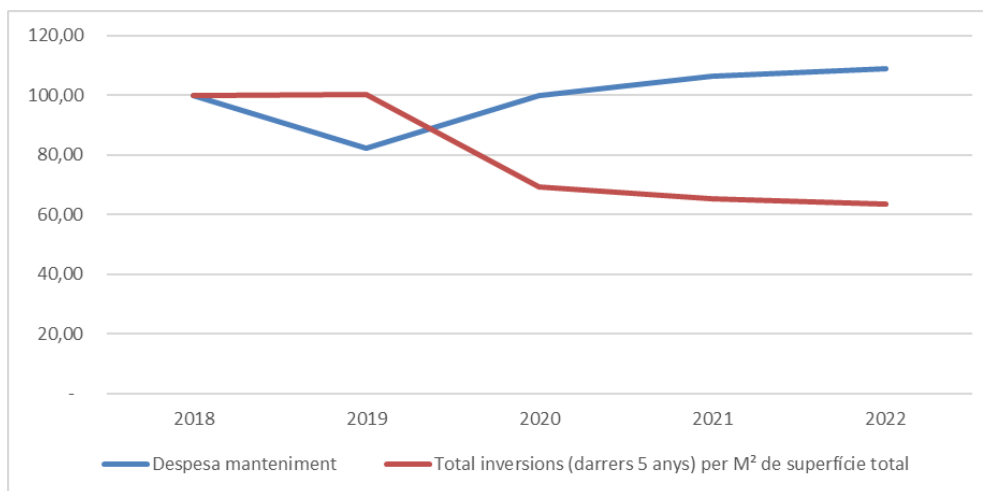
Al 2022 s'observa una estabilització de les accions de dinamització degut a la sortida de la pandèmia però encara no s'arriba als nivells del 2018 o 2019.

**Baixen les inversions i puja el manteniment, caldrà veure en cada cas si convé reformar o seguir mantenint.**

En aquest aspecte s'hauria de plantejar, segons l'estratègia de cada mercat i de cada municipi, si és millor fer més accions i menys notòries o a l'inrevés o bé dedicar alguns recursos a augmentar la notorietat dels no usuaris.

Pel que fa a l'edifici, s'observa una caiguda clara de les inversions els darrers tres anys, acompanyada d'una pujada de la despesa en manteniment. Caldrà fer una reflexió de si cal reformar els edificis o seguir augmentant la despesa en manteniment.

Gràfic 4: Evolució Inversions als darrers 5 anys i despesa de manteniment (2018 = 100)



Una altra dada en la que cal aprofundir és el **nombre de places d'aparcament per cada 100 m² de superfície comercial**. Tot i que es mostra una lleu baixada al 2022, l'indicador no ha sofert pràcticament variacions en el període estudiat. D'altra banda, la xifra vista des d'una òptica comercial sembla coherent amb els ratis que s'utilitzen en centres comercials o supermercats.

Amb tot, cal fer menció a que, probablement, l'ús no és exclusivament comercial, fet que podria indicar que no es parla del mateix rati que altres formats comercials. D'altra banda, segons el format de cada mercat, la utilització de l'aparcament serà diferent. En un mercat amb supermercat seran necessàries més places que en un mercat més urbà i sense supermercat.

**Les 8 places d'aparcament per 100 m² de superfície comercial és un bon indicador, tot i que lleugerament més baix, comparat amb altres formats. Però és important tenir en compte si l'ús n'és majoritàriament comercial.**

En relació als **usuaris del mercat per nombre d'habitants**, les dades comencen a ser significatives a partir del 2021. Es disposa d'onze municipis amb dades d'afluència que ofereixen una mitjana de 432 persones per m² de superfície de venda i any. Aquest indicador no es troba com indicador estàndard, però és útil per a la realització d'un comparatiu entre mercats. Els mercats que es trobem per sobre de la mitjana coincideixen amb diversos factors:

- ▶ Tenen supermercat, però no necessàriament gran
- ▶ Estan situats al centre del municipi
- ▶ Han estat reformats
- ▶ Estan molt consolidats i disposen d'una bona ocupació de parades

**La mitjana d'afluències al mercat per m<sup>2</sup> de superfície de venda i any és de 432 persones al 2022.**

En aquest punt cal aclarir la interpretació de les dades d'afluència atès que l'afluència no és igual a les vendes. Per tant, si es volen interpretar les dades d'afluència en la seva correlació amb les vendes, cal saber que les vendes responen a la següent fórmula:

$$VENDES = \text{Afluències} / (\text{persones per compra}) \times \text{rati de conversió} \times \text{tiquet mitjà}$$

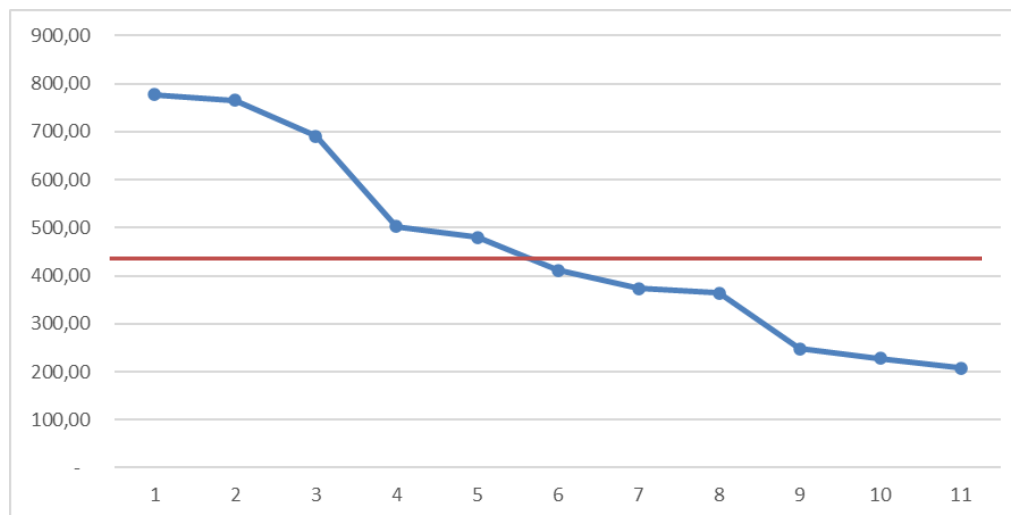
- ▶ *Afluències: Persones que compta el comptador de persones*
- ▶ *Persones per compra: Quantes persones van juntes a comprar*
- ▶ *Rati de conversió: índex que indica quants clients compren en relació al nombre de visitants (màxim 1)*
- ▶ *Tiquet mitjà: Despesa mitjana que realitzen els compradors*

D'aquí es pot deduir que, tot i que hi poden haver més classificacions, hi ha dos tipus generals de mercats,

Mercats tradicionals i cèntrics: Amb molta afluència, baix tiquet mitjà i baix rati de conversió, són més de pas que de destí. Necessiten molta afluència per vendre.

Mercats de destí amb supermercat gran: Amb menys afluència, tiquet mitjà més alt i alt rati de conversió. Son de destí. Necessiten menys afluència per vendre.

**Gràfic 5: Afluències per mercat 2022 per cada m<sup>2</sup> de superfície de venda**



Cal definir quin de quin tipus de mercat es tracta dels comentats anteriorment i veure en quin nivell del gràfic es troba per tal de fer un comparatiu acurat.

L'indicador de **persones discapacitades ocupades al mercat** baixa lleument al 2022 en relació al 2021 donant un valor d'un 13,3 %.

D'altra banda, al 2022 baixen **les tones de recollida selectiva amb un 44,4 % en relació al total de tones, en front del 53,6 % del 2021.**

**Hi ha 0,44 establiments d'alimentació per parada oberta. Això és quasi mig mercat fora del mercat a menys de 100 metres.**

El nombre d'**establiments d'influència per parada oberta** es manté bastant constant durant tot el període situant-se el 2022 en un valor de 2,5.

En aquest punt, cal fer una anàlisi més acurada dels **establiments d'alimentació per parada oberta** a l'àrea d'influència ( a 100 metres del mercat).

A la següent taula, es calculen els establiments d'alimentació que corresponen a cada parada:

**Taula 3: Establiments d'alimentació a 100 metres del mercat per parada oberta 2018-2022**

	2018	2019	2020	2021	2022
Nombre d'establiments d'influència per parada oberta	2,6	2,6	2,5	2,5	2,5
% d'establiments d'influència que són d'alimentació	17,3	17,4	17,2	17,5	17,3
Establiments d'alimentació per parada oberta	0,45	0,45	0,43	0,44	0,44

En tota la sèrie els establiments d'alimentació per parada oberta superen els 0,40, situant-se al 2022 en 0,44. Cal definir en cada cas si el mercat exerceix de locomotora pel comerç d'alimentació i al seu voltant s'instal·len altres operadors o si, contràriament, hi ha un nombre important de parades disponibles i el comerç d'alimentació de l'entorn creix. En aquest darrer cas cal fer una anàlisi acurada de les causes d'aquest fet.

Per aprofundir en aquest fet, s'ha estudiat la correlació entre superfície disponible (m<sup>2</sup> de parades disponibles) i el comerç d'alimentació de l'entorn. Intuïtivament sembla que a més comerç d'alimentació a l'entorn més parades disponibles atès l'augment de competència, però vistes les xifres, es comprova que no hi ha cap correlació, per tant s'obren diverses possibilitats per a explicar aquest fet.

- ▶ **El mercat es troba en un eix comercial, disposa de bona ocupació i l'oferta exterior complementa l'oferta del mercat.** En aquests casos s'ha de veure el motiu de si hi ha parades disponibles. Pot ser que la mida de les parades no encaixi amb els potencials operadors, o que els preus o les condicions de concessió no siguin competitives en relació al mercat immobiliari del l'entorn.
- ▶ **El mercat es troba en un eix comercial, disposa de baixa ocupació i l'oferta exterior s'apropia de l'oferta del mercat.** L'alta disponibilitat de parades pot estar causada per un mal estat de l'edifici, la mida de les parades, unes condicions de concessió poc competitives o per problemes de gestió.

Pel que fa a la resta d'indicadors de l'encàrrec polític, es pot observar:

---

**A l'any 2022 es dona el valor més alt de mercats integrats en plans de dinamització, el 75,9%.**

---

**Percentatge de mercats integrats en plans de dinamització:** al 2022 s'assoleix el percentatge màxim de mercats integrats en plans de dinamització, un 75,9 %. Caldria analitzar si aquesta circumstància ha fet que les vendes del mercat millorin. Per a poder fer-ho caldria disposar d'indicadors de vendes i d'afluències i comprovar les variacions als diferents

períodes i crear els dos indicadors.

**Nombre de dies setmanals amb mercat no sedentari al voltant del mercat:** Es manté en el valor en tota la sèrie, al voltant de 1,1.

**Percentatge de mercats en zones de vianants:** Es manté el valor del 2018 al 2020 a la sèrie al voltant del 47 %, però baixa al 2022 a un 39,6 %. Caldria veure si l'efecte és positiu o negatiu. L'únic indicador que ens ajuda a veure l'impacte de vianalitzar la zona en relació al funcionament del mercat és el grau d'ocupació de parades. Per aquest motiu s'ha fet el càlcul del grau d'ocupació segmentant els mercats vianalitzats i els que no ho estan.

---

**Els mercats en zones de vianants tenen un 17,7 % de superfície disponible, mentre que els que no ho estan tenen un 14,8 %.**

---

De l'anàlisi resulta que els mercats en zones vianalitzades tenen un percentatge de parades disponibles del 17,7 %, mentre que els que estan en zones no vianalitzades tenen un grau de desocupació del 14,8 %. Òbviament que hi ha altres factors que determinen el grau de desocupació, no obstant això caldrà veure si es efectiu fer zones de vianants en segons quines circumstàncies del mercat. Si es fa la correlació entre els dos indicadors, el valor es poc significatiu,

fet que mostra que no hi ha una correlació clara.

A continuació, es fa un resum de les principals conclusions de l'anàlisi dels indicadors de l'encàrrec polític:



- ▶ Es mantenen les accions de dinamització en relació al 2021 degut a la sortida de la pandèmia però encara no s'arriba als nivells del 2018 o 2019. D'altra banda, caldrà plantejar-se si és millor fer menys accions i més notòries o més accions i menys notòries. Això dependrà de l'estratègia de cada mercat i del seus objectius de captació i/o fidelització.
- ▶ Baixen les inversions i puja la despesa de manteniment. Cada mercat hauria de fer una reflexió de si es oportú fer inversions o seguir mantenint en funció del pla estratègic.
- ▶ Les places d'aparcament semblen dimensionades adequadament tot i que mostren una baixa al 2022 passant de 9 a 8 per a cada 100 m<sup>2</sup> de superfície comercial. Tot i això, cal aprofundir en el seu ús, ja que no sol ser exclusivament comercial. En aquest punt, es fa necessari plantejar-se si un augment de places, o de política de descomptes pot augmentar les vendes. Això dependrà de cada cas.
- ▶ Baixa la recollida selectiva amb un 44 % del total en front del 54 % del 2021.
- ▶ Les dades d'afluència ja son significatives, amb 11 municipis amb mesuraments de nombre de visitants. L'afluència mitjana és de 432 persones per m<sup>2</sup> de superfície de venda i any. Cal distingir els més centrals dels més perifèrics i de destí.
- ▶ Al 2022 es mantenen els 0,44 establiments d'alimentació a menys de 100 metres del mercat per parada oberta. Cal prestar atenció a aquest fet, especialment en aquells casos on hi ha parades disponibles i establir una estratègia de re posicionament si cal.
- ▶ Tot i que, òbviament, no és l'única variable explicativa, els mercats en zones vianalitzades tenen un 17 % de superfície disponible en front del 15 % dels mercats que no ho estan. Si es fa la correlació entre els dos indicadors, el valor es poc significatiu, pel que no es mostra que hi hagi una correlació clara.

## 4. Dimensió usuari-client

En aquest apartat es realitza l'estudi dels indicadors corresponents a l'usuari-client, és a dir, quin és el grau de servei al ciutadà i consumidor per part dels mercats. S'aprofundirà en l'estudi del mix comercial i en la seva evolució. A continuació, es presenta la taula resum dels indicadors d'aquesta dimensió.

**Taula 4: Indicadors usuari-client 2018-2022**

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Oferir un servei de qualitat als ciutadans</b>					
% del sector peix i marisc (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	5,0	4,8	4,8	4,7	4,7
% del sector carnisseria, polleria, ous i caça (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	7,3	6,8	6,7	6,5	6,3
% del sector xarcuteria i cansaladeria (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	4,8	5,0	4,8	4,6	4,4
% del sector fruites i verdures (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	4,9	4,8	4,7	4,4	4,1
% del sector altres alimentaris (sense operadors comercials )(en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	8,5	8,0	8,5	8,4	8,1
% del sector altres alimentaris (amb operadors comercials )(en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	42,3	42,1	41,7	42,9	42,5
% del sector bar i restauració (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	8,1	7,9	8,0	8,2	8,1
% del sector altres no alimentaris (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	8,6	9,0	9,0	9,3	7,9
% de superfície de venda de parades disponibles (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	10,6	11,7	11,8	11,0	13,9
<b>Promoure els serveis de mercat a la clientela</b>					
Nombre d'hores que obre el mercat a les tardes per setmana i per nombre de mercats	17,2	16,5	16,4	17,0	15,5
Nombre de tardes que obre el mercat per setmana i per mercat	3,3	3,3	3,2	3,3	3,0
% de parades obertes a la tarda sobre el total de parades	38,9	39,8	38,8	39,1	36,9
% de serveis a la clientela als mercats	51,1	53,3	54,6	55,6	54,1
% de parades on es pot pagar amb targeta respecte el total de parades obertes	93,8	95,0	97,2	98,1	97,9
% de parades dels mercats municipals amb presència d'un Marketplace virtual	-	-	40,4	47,6	38,7
<b>Millorar l'ús de l'espai al mercat per oferir un millor servei</b>					
Mitjana (en M <sup>2</sup> ) de superfície de venda a les parades per parada	19,5	19,6	19,7	20,0	20,2
% de parades obertes sobre el total de parades	77,2	75,2	75,6	75,6	75,9
% de superfície comercial sobre superfície total	50,4	48,6	48,5	48,3	49,8
% de M <sup>2</sup> de superfície de magatzems i cambres frigorífiques sobre M <sup>2</sup> de superfície total	9,0	9,3	9,3	9,0	9,4
% de serveis per al personal als mercats	69,1	71,0	72,3	72,7	72,0
<b>Oferir un servei de qualitat als mercats</b>					
Grau de satisfacció dels usuaris	8,0	8,2	8,3	8,1	8,1
M <sup>2</sup> de superfície de venda a les parades per nombre total de treballadors a les parades	10,9	11,2	11,1	11,2	10,5
Nombre anual d'actes d'inspecció sanitària per cada 100 parades obertes	24,2	30,7	22,4	16,9	23,7
Nombre anual d'hores d'inspecció sanitària per cada 100 parades obertes	50,6	59,1	35,8	31,4	45,6

En primer lloc, s'analitzarà el mix comercial. La taula següent mostra l'evolució de cada sector als darrers 5 anys.

**Taula 5: Mix comercial percentual i variació percentual 2018-2022**

	2018	2019	2020	2021	2022	Tendència	% 2018/2022
<b>Oferir un servei de qualitat als ciutadans</b>							
% del sector peix i marisc (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	5,0	4,8	4,8	4,7	4,7	=	-6,57%
% del sector carnisseria, polleria, ous i caça (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	7,3	6,8	6,7	6,5	6,3	-	-13,67%
% del sector xarcuteria i cansaladeria (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	4,8	5,0	4,8	4,6	4,4	-	-8,03%
% del sector fruites i verdures (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	4,9	4,8	4,7	4,4	4,1	-	-15,02%
% del sector altres alimentaris (sense operadors comercials )(en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	8,5	8,0	8,5	8,4	8,1	=	-3,77%
% del sector altres alimentaris (amb operadors comercials )(en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	42,3	42,1	41,7	42,9	42,5	=	0,56%
% del sector bar i restauració (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	8,1	7,9	8,0	8,2	8,1	=	-0,13%
% del sector altres no alimentaris (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	8,6	9,0	9,0	9,3	7,9	-	-8,13%
% de superfície de venda de parades disponibles (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	10,6	11,7	11,8	11,0	13,9	+	30,36%

No es veuen variacions rellevants als darrers cinc anys. Després de la incorporació dels supermercats als mercats, sembla que hi ha hagut un cert estancament en l'evolució del mix comercial. No obstant això, a continuació s'indiquen els sectors amb més variació.

**Carnisseria, polleria, ous i caça:** Mostra una tendència a la baixa amb una davallada del 14 % en relació al 2018. Això es pot explicar per dos factors, un intern i l'altre extern. L'intern es refereix a la manca de relleu generacional, però aquest fet no només es produeix a aquest sector. El factor extern és el canvi d'hàbits de consum que es dona darre-rament i que porta implícit una reducció del consum de proteïna d'origen animal.

**Tot i que no hi han variacions rellevants, baixa la carnisseria i la fruita i verdura i pugen els no alimentaris i les parades disponibles.**

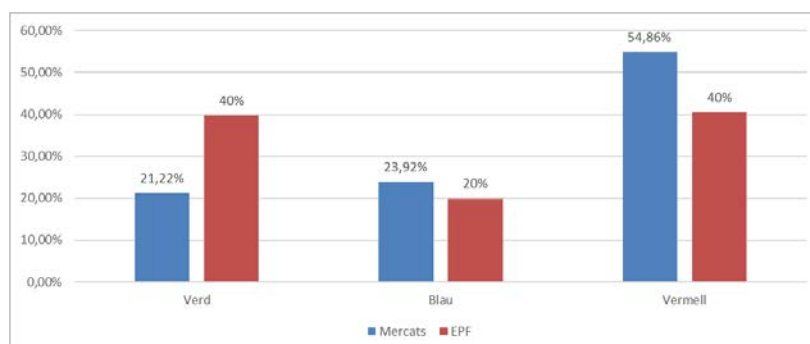
**Fruites i verdures:** Disminueix un 15 % en relació al 2018. A més de la manca de relleu, aquest sector es veu afectat per l'àmplia oferta als supermercats i per la necessitat de parades grans que permetin un facturació adequada. Molts mercats no disposen de parades grans i això pot ser un fre per al desenvolupament d'aquest sector.

**Altres no alimentaris:** Baixa un 8 % en relació al 2018. No obstant això, representa el 8,1 % de l'oferta dels mercats, fet que es pot explicar per les noves tendències de consum més dirigides a menjars preparats i a diferents especialitats.

**Parades disponibles:** Augmenten un 30 % al 2022 en relació al 2018. Aquest és un indicador clau pel que fa a definir estratègies de futur del sector. Si només es té en compte la superfície de parades, sense supermercat, aquest indicador mostra que un 24 % de la superfície de parades està disponible. La manca de relleu i altres factors, interns i externs, fan que aquest indicador es mantingui alt els darrers anys.

D'altra banda, s'analitza la coherència del mix comercial de productes frescos dels mercats, exclouent el supermercat, amb l'enquesta de pressupostos familiars. Agrupant les partides de l'enquesta amb els tres grans sectors d'activitat (fresc verd, fresc vermell i fresc blau), es poden veure els següents resultats corresponents a les dades del 2022.

**Gràfic 6: Dades 2022. Percentatge de despesa familiar i mix comercial de frescos exclouent el supermercat**



**Comparant les dades del mix comercial dels mercats amb les dades de l'enquesta de pressupostos familiars, s'evidencia una manca d'oferta del sector de fresc verd i un excés del vermell i, en menor mesura, del blau.**

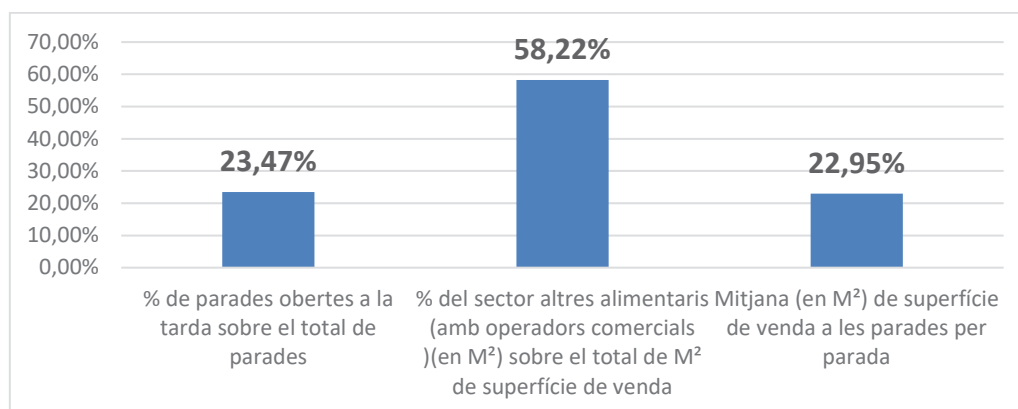
Es mostra un excés d'oferta de fresc vermell i, en menor mesura, del fresc blau, en detriment de l'oferta de fresc verd on les vendes es mostren mes distribuïdes entre altres formats, mercats no sedentaris, botigues de barri i supermercats.

D'altra banda, la **mitjana de superfície per parada és de 20 m<sup>2</sup>**. Aquest indicador es mostra estable en tota la sèrie.

D'altra banda, s'han definit les correlacions entre el grau d'ocupació de les parades i altres variables. L'objectiu d'aquest anàlisi és el d'intentar trobar una explicació fonamentada en dades, dels factors clau d'èxit d'un mercat.

Les correlacions positives indiquen que els dos indicadors evolucionen en paral·lel.

**Gràfic 7: Correlacions positives en relació a la superfície de parades ocupada**



Segons s'extreu de la informació del gràfic, la superfície del supermercat, les hores d'obertura a les tardes i que les parades siguin grans, són factors que tenen una correlació positiva de forma individual en relació al grau d'ocupació. A continuació s'analiza cada indicador,

**Superfície supermercat:** El fet d'haver supermercat al mercat millora l'ocupació. No obstant això, el que es veu a la correlació positiva, que és la més alta, és que un mercat té més ocupació de parades en la mesura que el supermercat és més gran.

**Hores d'obertura a les tardes:** Com més tardes s'obre, hi ha menys parades disponibles.

**Mitjana de superfície de venda per parada:** Aquesta correlació indica que als mercats amb parades més grans tendeixen a tenir més ocupació de parades.

En l'anterior anàlisi s'ha estimat que de forma individual, aquets indicadors tenen un correlació positiva, en major o menor grau, amb el nivell d'ocupació de les parades, excloent el supermercat. Per tal determinar si en el seu conjunt es pot definir una correlació múltiple entre el grau d'ocupació de les parades i aquets tres indicadors, s'ha realitzat una prova de regressió múltiple i comprovar si té, o no, significança suficient.

Una vegada analitzades les dades, es poden treure les següents conclusions:

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coeficiente de correlación múltiple	0,58317485
Coeficiente de determinación R <sup>2</sup>	0,3400929
R <sup>2</sup> ajustado	0,27822661
Error típico	15,1838302
Observaciones	36

El coeficient de correlació ens indica que les variables es mouen en el mateix sentit tal i com s'ha vist en l'aparat anterior. No obstant això, el coeficient de determinació és baix i indica que aquests indicadors, en el seu conjunt, no acaben d'explicar amb claredat el grau d'ocupació de les parades.

	<i>Coeficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>
Intercepción	72,9283517	5,80590862	12,5610574	6,5148E-14	61,1021028	84,7546005
% de parades obertes a la tarda sobre el total de parades	-0,02493587	0,12039902	-0,20711027	0,83723607	-0,27018065	0,2203089
% del sector altres alimentaris (amb operadors comercials )(en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	0,37348385	0,10250616	3,64352597	0,00094228	0,16468564	0,58228207
Mitjana (en M <sup>2</sup> ) de superfície de venda a les parades per parada	0,00680935	0,28805325	0,0236392	0,9812872	-0,57993591	0,59355461

Els coeficients resultants que es poden veure a la columna del quadre anterior volen dir el coeficient que s'hauria d'aplicar a cada indicador per a determinar el nivell d'ocupació de les parades.

**Si bé que hi hagi supermercat, que s'obri a les tardes i que les parades siguin grans, mostren correlacions positives amb que hi hagi menys parades disponibles, no és possible formular estadísticament, degut a la dispersió de dades, una fórmula clara que expliqui quins son els motius de les parades disponibles, només essent una condició clara la de que hi hagi supermercat .**

Si s'analitza l'estadístic "t" es pot veure que només supera el valor de 2 el referent a l'existència de supermercat. El mateix passa amb la probabilitat, que per ser útil, no hauria de ser superior a 0,05 i només és superior en el cas de l'existència de supermercats.

En conclusió, no es pot definir de forma clara una equació que expliqui el grau d'ocupació de parades en relació als tres indicadors estudiats. Això vol dir que si bé, per exemple, com s'ha vist abans, parades més grans tenen una certa correlació positiva amb que hi hagi més superfície ocupada, no és significatiu en el conjunt dels tres indicadors. Només té rellevància el fet de que hi hagi supermercat.

**Es manté la productivitat per persona a les parades, tot i que hi ha recorregut de millora en un augment de la mida mitjana de parada i dels m<sup>2</sup> per persona ocupada.**

Un altre indicador en el que cal aprofundir és el que ens informa dels **m<sup>2</sup> de superfície de venda a les parades per nombre total de treballadors de les parades**. Aquest indicador es manté en tot el període, no obstant això, encara hi ha recorregut de creixement de cara a una millora de la productivitat, necessària en moments d'alta inflació, contracció de marges i disminució de vendes.

Les **actes d'inspecció sanitària per cada 100 parades obertes** al 2022 en relació al 2021 pugen considerablement (de 17 a 24).

**Un 39 % de parades estan integrades en un Marketplace virtual del mercat.**

Cal també afegir que al 2020 es va generar un nou indicador que aporta el **percentatge de parades amb presència d'un Marketplace virtual**. Aquest percentatge s'ha situat en un 48 % al 2021 i ha baixat 9 punts percentuals al 2022. Caldrà fer una reflexió dels motius d'aquesta baixada.

A continuació, es resumeixen les principals conclusions en l'àmbit usuari client.

- ▶ El mix comercial mostra un 43 % de presència de grans operadors. Considerant les variacions del 2022 en relació al 2018, es detecta una baixada del 14 % de l'oferta de carnisseria i del 15 % en fruita i verdura. El altres no alimentaris també baixen un 8 %.
- ▶ La xifra de superfície disponible ha empitjorat al 2022 passant del 11 % al 2021 al 14 % al 2002 i cal prendre les mesures pertinents, més que pel 14% del total de la superfície, pel 24% de superfície de parades disponibles sobre el total de la superfície de les parades sense comptar la superfície dels supermercats.
- ▶ La superfície del supermercat, les hores d'obertura a les tardes i que les parades siguin més grans, són factors que tenen una correlació positiva en relació al grau d'ocupació. No obstant això, no és possible formular estadísticament, degut a la dispersió de dades, una fórmula clara que expliqui quins són els motius de les parades disponibles.
- ▶ Comparant les proporcionalitats del mix dels mercats amb l'enquesta de pressupostos familiars, queda clar que el fresc verd té recorregut de creixement sempre condicionat a l'existència, o no, de comerços d'aquest sector a l'àrea d'influència i a les superfícies de venda disponibles de cada mercat i al pes, en augment, d'aquest sector als supermercats.
- ▶ Un 39 % de les parades estan integrades en un Marketplace virtual, dada negativa en relació al 2021 on n'hi havia un 48 %. Cal reflexionar pels motius d'aquesta baixada.

## 5. Dimensió valors organitzatius i recursos humans.

En aquest punt es realitza l'estudi dels indicadors corresponents als valors organitzatius, és a dir, quin és el paper dels mercats en l'àmbit intern i de gestió del personal propi i el directament implicat. A continuació es presenta la taula resum dels indicadors d'aquesta dimensió:

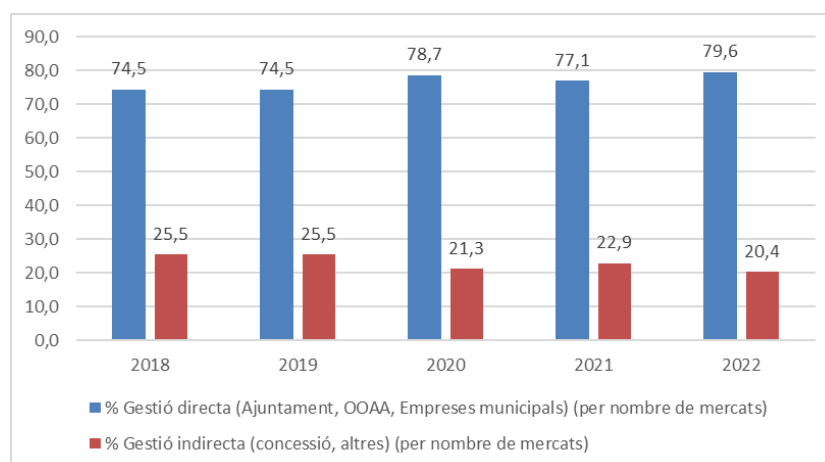
Taula 6: Indicadors Valors organitzatius 2018-2022

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Gestionar el servei amb les diverses formes de gestió</b>					
% Gestió directa (Ajuntament, OOAA, Empreses municipals) (per nombre de mercats)	74,5	74,5	78,7	77,1	79,6
% Gestió indirecta (concessió, altres) (per nombre de mercats)	25,5	25,5	21,3	22,9	20,4
% de treballadors municipals respecte el nombre total de persones ocupades al mercat	76,4	77,0	77,5	77,1	77,4
Preu mig de rescat per any de concessió restant per M <sup>2</sup> superfície de venda a les parades	71,3	71,3	71,3	97,9	98,0
<b>Promoure un clima laboral positiu per als treballadors</b>					
% d'hores de baixa sobre total d'hores laborals dels treballadors/es municipals al mercat	3,9	3,5	6,0	6,2	4,3
% d'hores de baixa sobre total d'hores laborals dels treballadors/es contractats per l'entitat gestora del mercat	0,2	0,6	3,1	1,6	0,0
Salari brut d'un peó de mercat	20.028,9	20.301,4	20.629,1	20.012,8	20.822,1
Nombre d'hores anuals laborals de peó de mercat i treballadors de neteja per cada 100 M <sup>2</sup> de superfície total	93,1	95,8	98,8	93,4	94,6
<b>Grau d'acompliment de la normativa</b>					
Expedients sancionadors per mercat	0,4	0,4	0,1	0,1	0,2
% Expedients executats sobre expedients sancionadors	66,7	45,0	50,0	100,0	54,5
<b>Millorar les habilitats dels treballadors</b>					
Hores anuals de formació realitzades per persones ocupades al mercat	5,9	6,4	5,4	6,2	13,0
% de persones ocupades al mercat assistents a cursos	38,2	37,1	33,7	36,7	54,9
% de treballadors de les parades assistents a cursos	11,4	12,1	7,4	8,6	8,1
<b>Reflectir l'estructura de gènere del personal</b>					
% de dones respecte el total de treballadors/es al mercat municipal	37,9	39,1	39,9	36,3	33,8
% de dones comandament respecte el total de comandaments	66,5	62,4	60,7	65,9	53,1

**La gestió directa creix fins el 80 %.**

Al següent gràfic, es pot veure l'evolució dels indicadors per tipus de gestió des del 2018 i fins al 2022. Es pot comprovar que hi ha una tendència clara a augmentar la gestió directa en front de la indirecta, especialment al 2020. Caldrà aprofundir en les causes d'aquest fet en cada cas.

Gràfic 8: Evolució en % 2018-2022 per tipus de gestió per nombre de mercats



Analitzant l'indicador transversal, es pot observar que els mercats estan a la banda mitjana pel que fa a percentatge de gestió directa, un 80 % per nombre de mercats. Està clar que la naturalesa del servei i els requeriments d'especialització i d'inversió determinen el percentatge de gestió directa de cada servei.

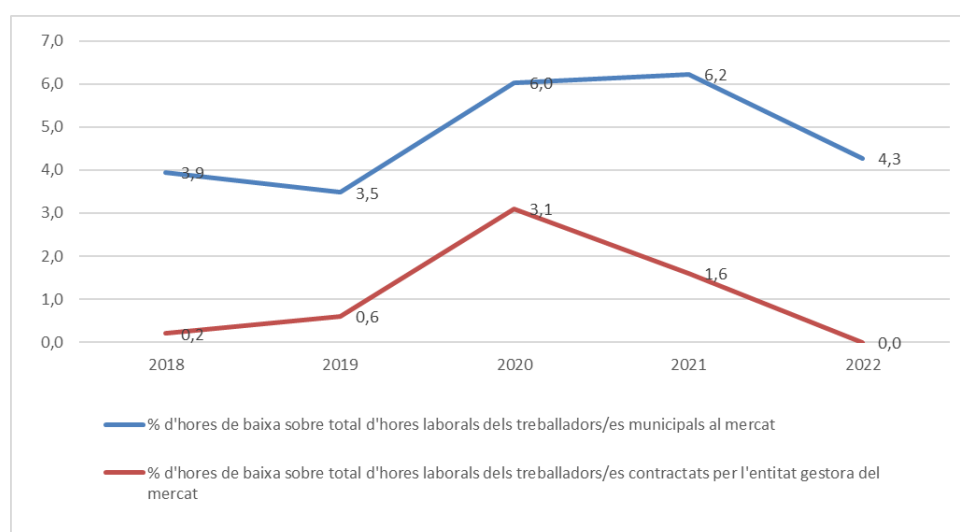
**Taula 7: Indicador transversal-% gestió directa-**

% Gestió directa	%
Policia local	100,0%
Biblioteques	100,0%
Serveis socials	100,0%
Fires locals	100,0%
OMIC	100,0%
Seguretat alimentària	100,0%
Mediació Ciutadana	100,0%
OTL	100,0%
Serveis locals ocupac.	99,9%
Museus locals	99,7%
Serveis d'Igualtat	99,5%
Serveis culturals	97,8%
Escoles de música	91,0%
Espais escènics	87,9%
Mercats	79,6%
Esports	71,6%
Escoles bressol	63,8%
Abastament Local d'Aigua	50,0%
Verd Urbà	46,2%
Cementiris Municipals	41,9%
Residus	24,8%
Neteja viària	18,4%
Enllumenat públic	10,5%

**Disminueixen les baixes dels treballadors tan públics com privats.**

**Les baixes laborals** han baixat al 2022 pel que fa als treballadors públics a un 4,3 % de les hores totals, mentre que han passat d'un 2 % a un 0 % als treballadors privats.

**Gràfic 9: Evolució 2017-2021 baixes laborals**





Aquest darrer indicador és susceptible de fer una anàlisi transversal, el qual queda definit a la següent taula:

**Taula 8: Indicador transversal-% hores de baixa treballadors municipals-**

% d'hores de baixa treballadors municipals	%
Policia local	16,4%
Neteja viària	11,5%
Residus	10,6%
Escoles bressol	10,2%
Verd Urbà	9,0%
Cementiris Municipals	8,7%
Serveis socials	8,3%
Abastament Local d'Aigua	8,2%
Seguretat alimentària	8,1%
Serveis d'Igualtat	7,5%
Esports	7,3%
Museus locals	7,0%
Serveis locals ocupac.	6,3%
Serveis culturals	6,0%
Biblioteques	5,6%
Mercats	4,3%
OTL	4,3%
Espais escènics	4,1%
Mediació Ciutadana	3,8%
OMIC	3,2%
Enllumenat públic	3,1%
Escoles de música	2,9%
Fires locals	0,8%

Els serveis més exposats a possibles baixes estan relacionats amb la policia local, residus i neteja. Serveis exteriors i més sensibles a les baixes. El servei de mercats es situa a la banda baixa amb un 4,3 % d'hores de baixa, millorant el 6 % del 2021.

**El salari brut d'un peó de mercat es troba a la part alta del rang salarial per aquesta categoria, mostrant un valor de 21.000 € bruts anuals.**

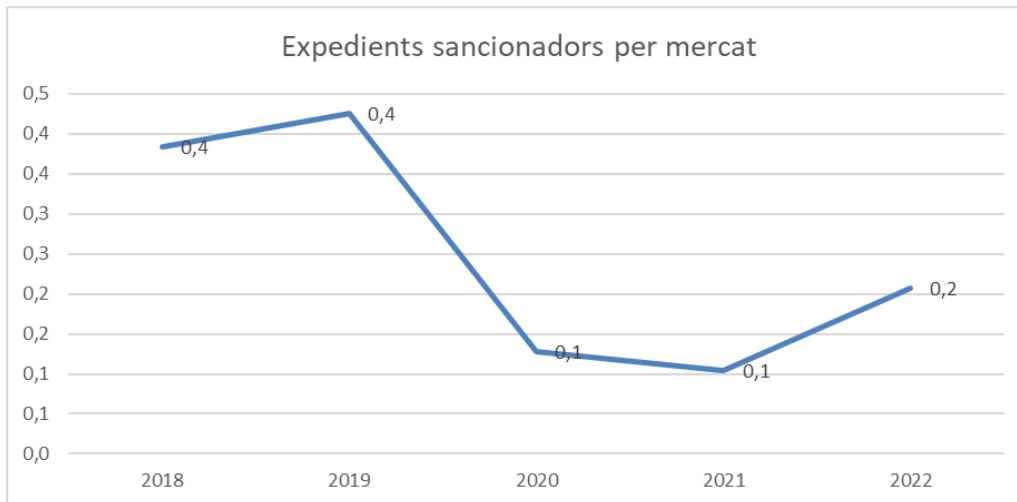
Analitzant el **salari brut d'un peó de mercat**, es pot veure que es situa al voltant dels 21.000 € bruts anuals. Es pot considerar un bon sou, que està per sobre de la mitjana al sector privat de les empreses de serveis.

Pel que fa al grau de compliment de normativa, s'analitza l'evolució dels **expedients sancionadors**.

**Tot i que augmenten al 2022 a 0,2 expedients per mercat, el doble que el 2021, en valor absolut son xifres molt baixes.**

Els expedients sancionadors oberts creixen en relació al 2021 i al 2020 i baixen de forma considerable en relació als anteriors anys de la sèrie. Caldria fer una reflexió en aquest sentit i veure si hi ha recorregut de millora en uns indicadors amb valors actualment molt baixos. Cal destacar que, en valor absolut, son xifres molt baixes.

Gràfic 10: Evolució en 2018-2022 dels expedients sancionadors per mercat

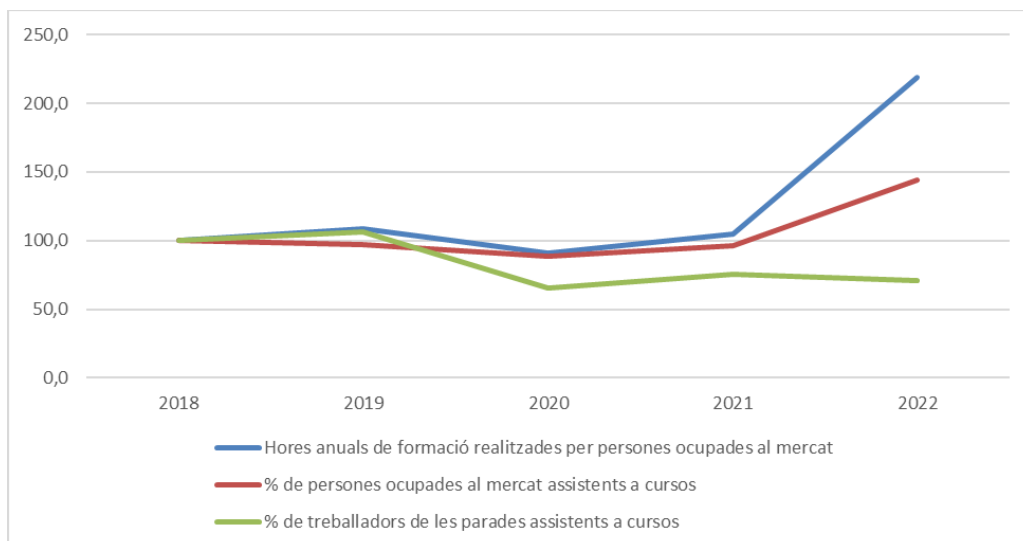


**A excepció dels treballadors a les parades, pugen considerablement els indicadors d'assistència a cursos al 2022.**

En relació als indicadors que fan referència a la **formació**, cal destacar que al 2022 han pujat les hores anuals i la formació de les persones ocupades al mercat superant tots els anys de la sèrie. D'altra banda, baixen les hores de formació del treballadors de les parades. Les hores anuals de formació de les persones ocupades al mercat han pujat un 108 % al 2022 en relació al 2021.

A continuació es pot veure l'evolució de forma gràfica.

Gràfic 11: Evolució 2018-2022 indicadors de formació ( 2018=100)



Si es realitza una anàlisi transversal, es pot constatar que el servei de mercats es situa a les posicions mitjanes pel que fa a les hores anuals dedicades a la formació per part dels treballadors municipals, doblant les hores de formació del 2021.

**Taula 9: Indicador transversal-Hores de formació anuals per treballador-**

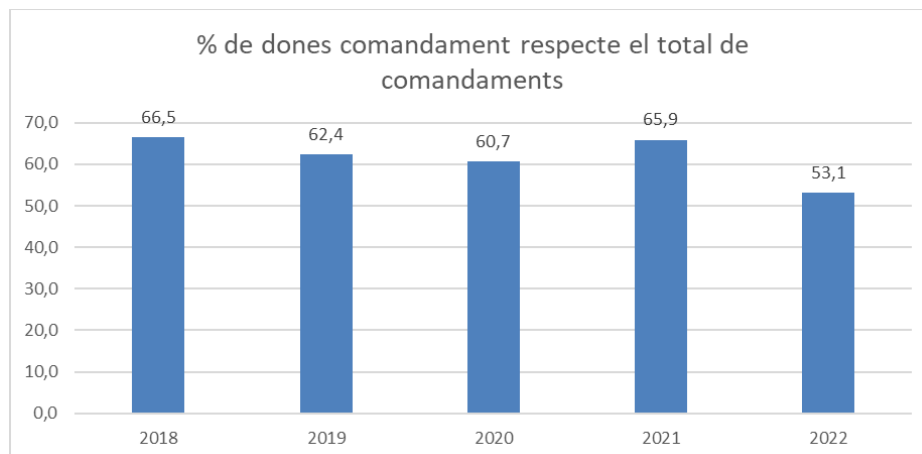
Hores de formació anuals per treballador	Hores
OTL	62,5
Serveis d'Igualtat	54,0
Mediació Ciutadana	34,5
OMIC	30,5
Escoles bressol	26,1
Museus locals	19,1
Escoles de música	19,0
Serveis locals ocupac.	18,1
Polícia local	16,9
Serveis socials	15,2
Espais escènics	15,2
Seguretat alimentària	14,7
Abastament Local d'Aigua	14,5
Biblioteques	13,6
Serveis culturals	13,4
Enllumenat públic	13,0
<b>Mercats</b>	<b>13,0</b>
Verd Urbà	11,5
Fires locals	11,1
Esports	10,6
Residus	7,3
Neteja viària	5,3
Cementiris Municipals	4,9

El servei de mercats és el setè valor més baix de tots els serveis. Serveis més orientats a l'educació o a aspectes socials els superen. Tot i que aquest any ha augmentat, caldria aprofundir en les causes d'aquesta baixa posició del servei de mercats i plantejar-se el repte d'augmentar el valor de l'indicador.

**Un 53 % dels comandaments són dones, per sota del 66 % del 2021.**

Pel que fa al gènere dels treballadors, un 34 % dels treballadors són dones. Xifra que es veu augmentada al 53 % de dones comandament. No obstant això, aquest darrer indicador ha sofert una davallada en relació al 2021.

**Gràfic 12: Evolució 2018-2022 percentatge de dones comandament**



Per acabar aquest apartat, es presenten les conclusions més rellevants de l'anàlisi d'indicadors dels valors organitzatius i recursos humans.

- ▶ Seguint la tendència dels darrers anys, augmenta la gestió directa situant-se al voltant del 80 %, predominant clarament sobre la gestió indirecta.
- ▶ Com a conseqüència de la normalitat post-pandèmica, les hores de baixa laboral respecte a les hores ocupades han millorat substancialment, especialment al sector privat que han estat nul·les.
- ▶ El salari brut mitjà d'un peó de mercat és elevat respecte del sector privat, això pot representar una oportunitat de millorar la motivació i la productivitat.
- ▶ Al 2022 augmenten a 0,2, un 100 %, els expedients sancionadors per mercat. No obstant això, és una xifra baixa en valor absolut.
- ▶ Les hores de formació han experimentat un millora substancial amb un augment d'un 108 % en relació al 2021. L'indicador que no ha millorat ha estat el percentatge de treballadors a les parades assistents a cursos
- ▶ Un 53 % dels comandaments són dones, dada que ha empitjorat al 2022 en relació al 2021, on hi havia un 66 % de dones comandament.

## 6. Dimensió econòmica

En aquest apartat es realitza l'estudi dels indicadors corresponents a la dimensió econòmica. S'aprofundirà en l'anàlisi de les despeses. A continuació es presenta la taula resum d'aquests indicadors.

**Taula 10: Indicadors dimensió econòmica 2018-2022**

	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Disposar dels recursos adequats</b>					
Despesa corrent del servei per habitant	5,1	5,1	5,2	5,6	5,9
% de la despesa corrent sobre el pressupost corrent municipal	0,6	0,5	0,5	0,5	0,6
<b>Finançar adequadament el servei</b>					
% d'autofinançament per taxes, preus públics o quotes d'associacions de paradistes	73,3	69,7	68,3	72,1	72,0
% de finançament per aportacions d'altres institucions	1,6	1,0	2,7	1,4	1,5
% de finançament per part de l'ajuntament	25,2	29,4	29,0	26,4	26,6
<b>Gestionar adequadament els recursos</b>					
Despesa de manteniment per M <sup>2</sup> de superfície total	9,2	7,6	9,2	9,8	10,0
Despesa de subministraments per M <sup>2</sup> de superfície total	17,1	16,9	16,7	16,1	18,9
% de la despesa en personal sobre la despesa corrent del servei	32,1	35,3	33,6	31,5	30,4
% de la despesa en accions de dinamització sobre la despesa corrent del servei	7,9	8,3	5,8	6,9	6,3
<b>Oferir el servei a uns costos unitaris adequats</b>					
Despesa corrent del servei per M <sup>2</sup> de superfície total	48,6	47,2	48,8	50,2	55,6
Despesa corrent del servei per hora d'obertura anual per mercat	66,5	69,6	72,3	77,4	80,5

La **despesa corrent del servei per habitant** creix en relació al 2021 situant-se al 2022 en 5,9 € per persona i any, probablement a causa de l'augment de costos. Des del punt de vista transversal, la despesa corrent del servei per habitant queda reflectida a la següent taula:

**Taula 11: Indicador transversal- despesa corrent del servei per habitant**

Despesa corrent del servei per habitant	€
Policia Local	96,6
Residus	89,1
Serveis Socials	75,5
Abastament Local d'Aigua	73,6
Esports	66,9
Serveis culturals	64,9
Neteja viària	56,0
Escoles Bressol	30,0
Verd Urbà	28,2
Biblioteques	21,1
Serveis Locals Ocupac.	20,7
Enllumenat públic	17,2
Escoles de Música	13,4
Espais Escènics	11,5
Museus locals	8,6
Serveis d'Igualtat	6,2
Mercats	5,9
Cementiris Municipals	4,9
Fires Locals	3,6
Mediació Ciutadana	1,5
OMIC	1,3
Seguretat Alimentària	1,2
OTL	0,3

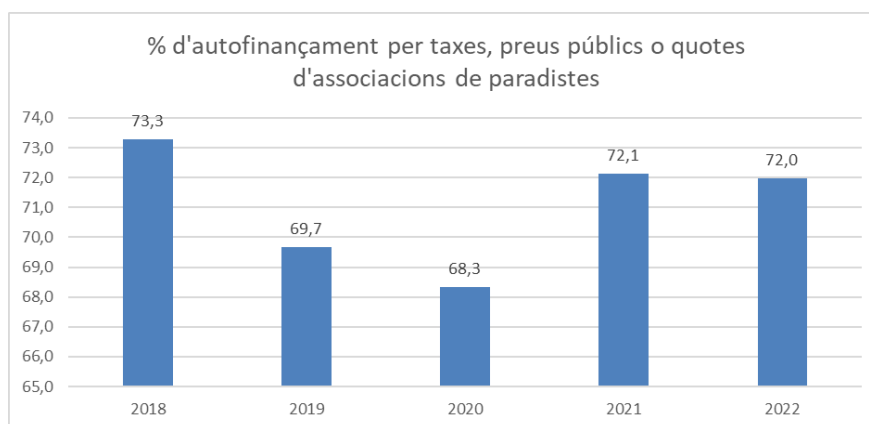
Es pot comprovar que el servei de mercats es troba a la zona baixa de despesa per habitant en comparació amb altres serveis.

D'altra banda, **el percentatge de despesa corrent sobre el pressupost municipal** ha augmentat al 2022 situant-se al 0,6 % en relació al 0,5 % del 2021.

**Es manté  
l'autofinançament al 72 %.**

Pel que fa al **finançament dels mercats**, es pot veure que al 2022 els mercats s'han autofinançat en un 72 %. En línia amb el 2021.

**Gràfic 13: Evolució 2018-2022 percentatge d'autofinançament per taxes i preus públics**



Els resultats d'aquest indicador des de la perspectiva transversal es poden veure a la taula següent,

**Taula 12: Indicador transversal- % d'autofinançament per taxes i preus públics -**

% d'auto-finançament per taxes i preus públics	%
Cementiris Municipals	106,9%
Abastament Local d'Aigua	98,3%
Residus	87,7%
Mercats	72,0%
Esports	46,7%
Policia Local	34,2%
Escoles de Música	31,9%
Escoles Bressol	28,8%
Espais Escènics	28,3%
Fires Locals	25,2%
Museus locals	8,8%
Serveis culturals	5,3%
Seguretat Alimentària	4,8%
Serveis Socials	2,2%
Serveis Locals Ocupac.	0,3%
Biblioteques	0,1%
Enllumenat públic	0,0%
Neteja viària	0,0%
OMIC	0,0%
Mediació Ciutadana	0,0%
Verd Urbà	0,0%
OTL	0,0%
Serveis d'Igualtat	0,0%

Els mercats es situen al quart lloc de la llista amb un 72 % d'autofinançament, per sota del servei de cementeris, aigua i residus. El valor d'aquest indicador ve especialment determinat per la naturalesa del servei i la capacitat de generar taxes o preus públics específics.

**La gestió directa s'autofinança en un 60 % mentre que la indirecta ho fa en un 85 %.**

**La gestió indirecta es mostra en tots els casos, més econòmica que la gestió directa.**

Tot i que es pot suposar que la gestió indirecta rep menys recursos procedents d'ajuntaments i d'altres institucions, s'ha considerat un anàlisi interessant segmentar les dades per tipus de gestió. La gestió directa es finança en un 60 % mentre que la indirecta ho fa en un 85 %. Aquesta dada ha empitjorat en relació al 2021 pel que fa a la gestió directa.

Adicionalment, s'ha incorporat a l'estudi l'anàlisi dels costos per m<sup>2</sup> i any de la gestió directa i de la indirecta. S'ha realitzat en els indicadors de despesa per superfície total, superfície comercial i superfície de venda. En tots els casos s'observa que els costos són més baixos a la gestió indirecta que a la gestió directa.

Al quadre de sota es pot veure el comparatiu de totes les partides per tipus de gestió. A la despesa corrent del servei per superfície de venda, que finalment és el que haurien de pagar les parades per m<sup>2</sup>, es mostra que la gestió indirecta es troba un 17 % per sota de la gestió directa, dada que ha millorat en relació al 2021 on es trobava un 26 % per sota.

**Taula 13: Costos per m<sup>2</sup> de gestió directa i indirecta. Dades 2022**

€ per m2 i any	M2 superfície comercial		M2 Superfície de venda			M2 superfície total	
	Directa	Indirecta	Directa	Indirecta	% indi/directa	Directa	Indirecta
Despesa en manteniment	17,71	26,87	27,21	36,89	36%	9,35	11,37
Despesa en subministraments	40,62	32,02	62,43	43,96	-30%	21,45	13,54
Despesa en personal	38,85	19,66	59,71	26,99	-55%	20,51	8,31
Despesa corrent del servei	113,34	105,25	174,19	144,51	-17%	59,85	44,52
Inversions	118,25	19,78	181,74	27,15	-85%	62,44	8,37

A continuació s'analitza cada partida del quadre anterior,

**Manteniment:** Hi ha més despesa de manteniment en tots els casos a la gestió indirecta. Cal veure el grau de compliment dels plans de manteniment i de la normativa tècnica.

**Subministraments:** La gestió indirecta es troba per sota. El control d'aquesta partida es important degut al preu de l'energia.

**Personal:** Aquesta partida és la que mostra més diferència entre la gestió directa i la indirecta, essent aquesta darrera un 55 % més baixa que la directa en el rati de superfície de venda.

**Inversions:** Son molt més altes a la gestió directa. Caldrà veure cada cas. Un motiu pot ser que els mercats de gestió indirecta son més nous i amb menys necessitat d'inversió.

## Alta dispersió de dades en la despesa per m<sup>2</sup>.

Al quadre de sota es pot veure l'anàlisi de la despesa total i per grans partides en funció de si s'utilitza el rati de superfície total o superfície de venda. Si bé com a indicador tipus s'ha utilitzat la superfície de total, sembla interessant aplicar la superfície de venda per tal d'obtenir un indicador més clar dels costos dels paradistes, totals i per partides, atès que la repercussió de les despeses acostuma a ser per superfície de venda.

Al quadre de sota, es pot veure les mitjanes de la despesa total i per partides per m<sup>2</sup> de superfície total i per m<sup>2</sup> de superfície de venda. Per tal de mesurar la dispersió de les dades, s'ha utilitzat la desviació estàndard i el percentatge que representa aquesta desviació sobre la mitjana.

**Taula 14: Dades 2022 despesa per m<sup>2</sup> de superfície total i de venda**

Partida	Per m2 superfície total			Per m2 superfície de venda		
	Mitjana	Desviació estàndard	% desv. Esta. S/ mitj.	Mitjana	Desviació estàndard	% desv. Esta. S/ mitj.
Despesa de manteniment	10,00	8,70	87%	29,86	21,33	71%
Subministraments	18,90	16,09	85%	58,07	45,55	78%
Inversions	43,70	63,60	146%	180,61	218,70	121%
Despesa corrent	55,60	25,14	45%	166,06	91,62	55%
Personal	16,90	16,69	99%	50,74	53,90	106%

A continuació s'analitza cada partida,

**Manteniment:** Alta dispersió, tant en superfície total com en superfície de venda. Caldria veure la tipologia de cada mercat per poder saber si la despesa es troba als nivells adequats.

**Subministraments:** Aquí la desviació estàndard també es mostra alta. Depenent de les instal·lacions de cada mercat, aquesta despesa pot variar molt. Si es disposa o no de climatització és un factor clau.

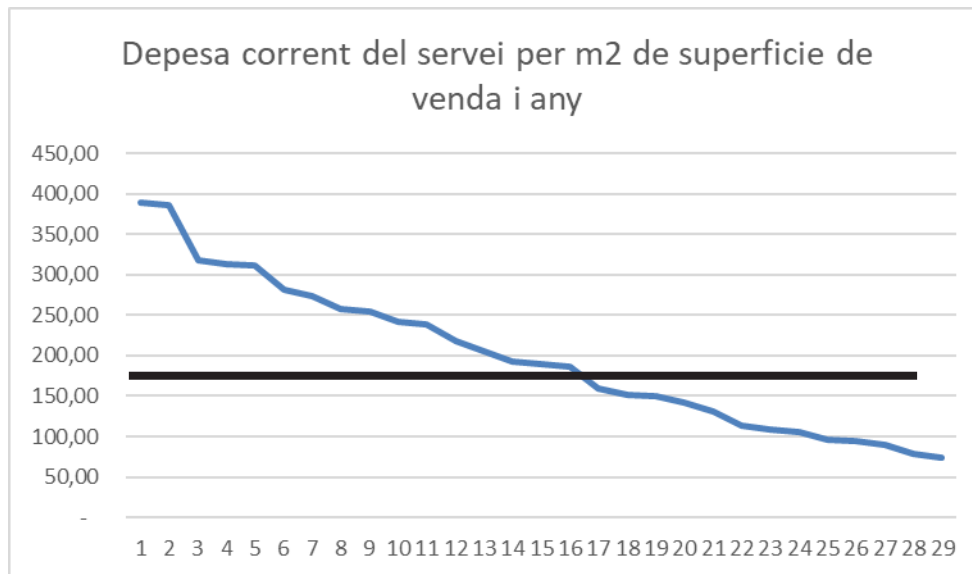
**Inversions:** És la partida on hi ha més dispersió, i es lògic, atès les grans diferències entre mercats.

**Despesa corrent del servei:** Hi ha menys desviació, i tal i com es pot veure al gràfic, hi ha bastants municipis al voltant de la mitjana.

**Personal:** La desviació aquí també és molt alta. L'amplia dispersió de dades hauria de fer reflexionar a cada municipi sobre el fet de si el dimensionament dels recursos humans i de les retribucions és l'adequat.



**Gràfic 14: Dades 2022 despesa per m<sup>2</sup> de superfície de venda i any per municipi**



**A l'hora d'analitzar la despesa, s'han de tenir en compte diferents factors que determinen la despesa i diferencien molt els mercats entre si.**

Per tant, cada municipi s'hauria de plantejar els motius de per què cada indicador de despesa s'allunya, o no, de la mitjana considerant els següents factors determinants de la despesa:

- ▶ S'hi ha, o no, supermercat i quin percentatge representa de la superfície total.
- ▶ El mateix amb l'aparcament. Si es produeixin ingressos de l'aparcament, s'haurien de restar de la despesa, ja que el que es busca és el cost net.
- ▶ Quina superfície té cada mercat respecte de la mitjana.
- ▶ Quin percentatge té cada mercat de superfície comercial sobre superfície total.
- ▶ Considerar si es pot millorar l'eficiència energètica.
- ▶ Considerar si es pot millorar la productivitat del personal.
- ▶ Quantes hores obre cada mercat respecte de la mitjana.
- ▶ Quin percentatge es dedica a animació i promoció.
- ▶ Grau d'obsolescència de les instal·lacions i de l'equipament en general.
- ▶ Afluència de públic per m<sup>2</sup>. Com més afluència més necessitat de neteja i desgast de les instal·lacions.

Tenint en compte la informació anterior, de forma orientativa i de cara a homogeneïtzar els ratios de despesa, es mercats es podrien classificar en:

1. Mercats no reformats sense supermercat, aparcament ni instal·lacions de climatització.
2. Mercats no reformats amb aparcament i sense instal·lacions de climatització, amb o sense supermercat.

3. Mercats reformats sense aparcament i amb instal·lacions de climatització.
4. Mercats nous o reformats amb supermercat, aparcament i instal·lacions de climatització.

Les principals conclusions en l'àmbit econòmic són:

- ▶ Es manté l'autofinançament al 72 %. La gestió directa mostra un autofinançament del 60 % mentre que la indirecta mostra un 85 %.
- ▶ Existeix una àmplia dispersió als indicadors de despesa entre els diferents municipis, tant de despesa total i de venda per m<sup>2</sup> com de despesa per grans partides. Caldria que cada municipi fes un exercici per tal d'explicar quines són les causes d'allunyament de la mitjana. A l'hora de fer l'exercici, s'haurien de tenir en compte diferents factors que s'han detallat anteriorment (supermercat, superfícies, aparcament, aflluència, grau d'obsolescència, eficiència energètica, hores d'obertura...) i a la vegada intentar enquadrar a cada mercat dintre de la seva tipologia per a fer més homogeni el comparatiu.
- ▶ Es mantenen els costos més elevats de la gestió directa en relació a la indirecta. Concretament, pel que fa a superfície de venda, la gestió indirecta es troba un 17 % per sota de la directa. Aquest xifra ha millorat en relació al 2021, on mostrava un 26 % de diferència.

A les següents pàgines es presenta un esquema de les conclusions i de les àrees de millora.

## 7. Esquema Conclusions i àrees de millora

### ❖ En relació a l'entorn

#### CONCLUSIONS

- ❖ El volum de població, en general, fa que **a les poblacions més grans disminueixi la superfície d'oferta per habitant en format de mercats.**
- ❖ **La renda per càpita no és un factor clau** per determinar l'oferta comercial en format de mercats tot i que els mercats amb rendes baixes es poden veure més afectats en un entorn d'alta inflació.
- ❖ **Cau la recollida selectiva de residus del 54 % al 2021 al 44 % al 2022.**

#### ÀREES DE MILLORA

- ❖ Al trobar diferències rellevants als diferents entorns de cada municipi, **s'aconsellaria la realització d'un pla estratègic per a cada mercat** utilitzant l'eina de la matriu de diagnòstic i estratègia plantejada en aquest document que hauria d'anar en paral·lel a una anàlisi del comerç del municipi.
- ❖ **Anar millorant la recollida selectiva de residus i observar les causes de la caiguda del 2022.**

## ❖ En relació a l'encàrrec polític

### CONCLUSIONS

- ❖ Seguint la tendència del 2021, cauen les inversions i augmenta la despesa en manteniment cal esbrinar en cada cas quin és el motiu.
- ❖ Al 2022 es mantenen les accions de dinamització, com a conseqüència de la normalització de l'activitat., però no arriben als nivells de pre-pandèmia.
- ❖ Les places d'aparcament estan correctament dimensionades tot i que caldria saber si l'ús és exclusivament comercial.
- ❖ L'afluència mitjana dels 12 mercats amb dades es situa en 432 persones per m<sup>2</sup> de superfície de venda i any al 2022. Cal tenir en compte quin tipus de mercat es té per tal de fer un comparatiu acurat.
- ❖ Hi ha mig mercat a 100 metres del mercat en comerços d'alimentació. Cal definir en cada cas que és el que està passant.

### ÀREES DE MILLORA

- ❖ Una vegada definida l'estratègia de l'apartat anterior, caldria definir les polítiques de dinamització més adients per a cada mercat. On caldria orientar els recursos a fidelització i/o captació segons convingui i esbrinar si cal augmentar els recursos.
- ❖ Seria del tot recomanable disposar d'indicadors d'afluències, vendes i perfil del client per tenir de forma permanent dades sobre l'evolució de cada mercat.

## ❖ En relació a l'usuari/client

### CONCLUSIONS

- ❖ ES manté en un 43 % la superfície dels supermercats dins els mercats.
- ❖ L'oferta de carnisseria baixa un 14 % en 5 anys amb línia amb la tendència dels canvis d'hàbits alimentaris.
- ❖ Un 24 % de la superfície de les parades està disponible.
- ❖ La superfície del supermercat, les hores d'obertura a les tardes i que les parades siguin més grans, són factors que tenen una correlació positiva en relació al grau d'ocupació. No obstant això, no és possible formular estadísticament, degut a la dispersió de dades, una fórmula clara que expliqui quins són els motius de les parades disponibles.
- ❖ El mix dels mercats segueix mostrant una manca de fresc verd en relació al consum familiar. El supermercats, les botigues al carrer i els mercats no sedentaris, complementen l'oferta d'aquest sector.
- ❖ Un 39 % de parades estan integrades en un Marketplace virtual. 9 punts percentuals per sota del 2021.

### ÀREES DE MILLORA

- ❖ Caldria millorar l'ocupació de parades on, segons cada mercat, es poden utilitzar les següents estratègies, o una combinació d'elles,
  - Ampliar la superfície de les parades, ajuntant parades disponibles
  - Seguir els criteris de mix comercial òptim, analitzant el mix del mercat, del consum de les famílies i de l'entorn immediat, incorporant parades amb oportunitat de negoci.
  - Plantejar la viabilitat d'una reforma, l'abast de la qual dependrà de cada mercat.
  - Disposar d'una base de dades d'operadors amb recorregut de negoci
- ❖ Caldria fer un seguiment de l'evolució del Marketplace en temps de post pandèmia, esbrinant els resultats reals i la seva quota de venda.
- ❖ Caldria motivar l'obertura a les tardes.

## ❖ En relació als valors organitzatius i els recursos humans

### CONCLUSIONS

- ❖ Augmenta a un 80 % el percentatge de gestió directa al 2022.
- ❖ Augmenten al doble les hores de formació superant els nivells d'abans de la pandèmia.
- ❖ Baixen notablement les hores de baixa.
- ❖ Un 53 % dels comandaments són dones, dada que ha empitjorat al 2022.
- ❖ Al 2022 es doblen els expedients sancionadors per mercats a 0,2.

### ÀREES DE MILLORA

- ❖ El alts costos salarials del peó del mercat han de dur a millorar la productivitat del personal intern.
- ❖ Plantejar quin tipus de gestió és el més adequat.

## ❖ En relació a la dimensió econòmica

### CONCLUSIONS

- ❖ Seguint la tendència del 2021, millora l'autofinançament, situant-se al 72 % al 2022. Especialment a la gestió directa.
- ❖ Hi ha molta dispersió de dades de despesa corrent del servei entre municipis. Caldria veure la casuística de cada mercat.
- ❖ Pel que fa a als costos per m<sup>2</sup> de superfície de venda, la gestió indirecta es troba un 17 % per sota de la directa. Dada que ha millorat molt en relació al 2021 on la diferència es trobava en un 26 %.

### ÀREES DE MILLORA

- ❖ Millorar l'autofinançament i l'eficiència pressupostaria mitjançant les següents vies,
  - Repercussió del total, i no parcial, de la despesa als concessionaris tot i que es faci de forma progressiva en diversos exercicis.
  - Anàlisi-auditoria del pressupost de despeses, analitzant les partides clau i fent un comparatiu amb dades sectorials, intentant optimitzar els costos.
  - Establir polítiques d'eficiència energètica.
  - Plantejar el model òptim de gestió.

## 8. Relatoria de la dinàmica “Un problema, una solució”

### Taller de Millora dels Cercles de Comparació Intermunicipal dels Mercats Municipals de la Diputació de Barcelona

#### Objectiu de la dinàmica:

---

**Generar propostes de millora sobre aspectes concrets de la gestió dels Mercats Municipals**

#### Metodologia:

---

Es van organitzar dos grups amb 8 i 9 municipis dels participants de la jornada a cada un.

Cada representant del municipi va formalitzar individualment una **pregunta sobre com resoldre algun aspecte determinat que els preocupa dels seu servei**. Per ordre, aquells municipis que hi podien donar resposta oferien la seva visió i experiència, sempre des d'un punt de vista pràctic, de com havien resolt des del seu equipament el problema plantejat.

A nivell de relatoria, s'han agrupat les diferents qüestions plantejades en funció de grans temes o preguntes. Alguns municipis no van plantejar cap qüestió perquè era reincident amb d'altres que havien sortit prèviament i per manca de temps. Les respostes a les qüestions plantejades no identifiquen el municipi, a menys que sigui un cas molt paradigmàtic.

---

### QÜESTIONS SOBRE LA GESTIÓ ADMINISTRATIVA I DE CONTRACTACIÓ EN RELACIÓ A LES PARADES DISPONIBLES

#### Que fan els altres municipis amb les parades disponibles?

#### Com s'ho fan per alleugerar els processos d'adjudicació?

L'opinió generalitzada és que els processos de contractació son molt complexos i cal fer-los més àgils.

També s'opina que abans de treure les plecs s'ha de tenir clar qui pot estar interessat per tal d'evitar que el concurs quedi desert.

En alguns casos es realitzen cessions temporals amb un termini màxim de quatre anys que permet la incorporació amb menys riscos per als nous operadors.

Pel que fa al mix comercial, l'opinió més amplia és que s'ha de mantenir l'essència del mercat, evitant, en la mesura del possible, altres activitats no estrictament alimentàries. No obstant això, caldrà veure cada cas i el grau d'ocupació de parades i d'acompliment del mix d'alimentació per tal d'obrir-se a noves activitats.

També es comenta el fet de que cal cercar professionals i que s'ha de tenir compte amb els emprenedors en aspectes de solvència tècnica i econòmica.

Finalment, i per tal de millorar la gestió, es demana a l'administració que la normativa de mercat sigui única i global i es flexibilitzi per tal d'alleugerar els processos de contractació.

### **Per omplir parades disponibles, quines accions realitzeu?**

Inscripció al programa REEMPRESA. Difusió de l'enllaç REEMPRESA. A la majoria de municipis no els hi ha funcionat.

Dissenyar fulletons i repartir-les per Mercabarna a les 4:00h de la matinada.

Captar emprenedors amb els nous projectes que presenten. Se'ls hi explica que al mercat, al ser equipament municipal, disposen de carències i altres beneficis.

Visitar a les botigues d'alimentació del municipi i dels municipis del costat per oferir-los un punt de venda més. Per a la viabilitat d'una parada és imprescindible que el concessionari tingui l'ofici de carnisser, peixater i xarcuter.

Anar a buscar parades del mercat no sedentari del municipi. L'experiència d'alguns municipis no es bona.

Fer cartells i penjar-los a les dependències municipals.

Fer fulletons i deixar-los a les dependències municipals.

Fer difusió de comercialització a les XXSS de l'Ajuntament.

Des de l'Ajuntament, crear campanyes de difusió específiques per a la comercialització de parades. També es poden aprofitar campanyes de comerç ja existents.

### **Es possible fer canvis de denominacions per omplir parades?**

Es possible segons el mix comercial de les bases. Generalment, els municipis no tanquen les bases per poder avaluar si cal i aprovar un canvi de denominació per omplir el mercat, respectant sempre l'equilibri del mix.

### **Quin procediment utilitzeu per omplir parades?**

Autoritzacions mitjançant llicències temporals (cessió d'ús) de 4 anys màxim. Les llicències temporals no son concessions per tant no es liciten.

Quan la llicència temporal finalitza (4 anys) hi ha tres opcions:

- Donar-li a un altre titular
- Licitat la parada (concurs)
- Tancar la parada

Cada municipi ha de confeccionar les bases reguladores de les llicències temporals.

Les llicències temporals es poden fer servir per allargar la concessió 4 anys més.



## QÜESTIONS SOBRE LA RECERCA DE PROFESSIONALS DEL SECTOR

### Com trobar professionals del sector?

Fer difusió a l'escola privada de Mercabarna. El hàndicap és que els alumnes fan les pràctiques a les grans superfícies i es queden a treballar allà. Les condicions econòmiques i horàries de les grans superfícies, segons els alumnes, són més avantatjoses.

Fer difusió als gremis. S'exposa que el gremi de xarcuters confirma que no hi ha xarcuters professionals.

Repescar alumnes de l'escola privada del Bonpreu. És l'escola que dona formació al personal propi i al reclutat.

Que l'Ajuntament faci formació de manipulació alimentària de carn i peix i al comerç minorista i que les pràctiques es facin a les paradetes, essent els paradistes els tutors dels alumnes. El handicap d'això és que no tots els paradistes volen assumir aquesta responsabilitat.

El personal originari del Magreb són bons professionals de la carn, però no volen entrar als mercats perquè no s'obren per les tardes.

L'Administració hauria d'implicar-se més invertint recursos en la formació i col·locació de professionals de la carn i del peix.

---

## QÜESTIONS SOBRE LA GESTIÓ DEL MARKETPLACE I EL SERVEI A DOMICILI

### Funciona el Marketplace i Servei a Domicili dels Mercats?

En general el Marketplace i el Servei a Domicili no funciona. Tot i que és un servei que el client el valora positivament, no el fa servir. La confiança encara no està establerta en la compra dels frescos online. El client vol escollir el producte que compra, per el què generalment la compra la fa presencialment. Cal afegir que el paradista li convé tenir un contacte personal amb el client perquè així el té més controlat a la vegada que l'actualització dels preus i l'oferta comercial es fa complexa pel paradista.

No obstant això, el servei de recollida amb guixetes funciona molt bé en algun cas i també van funcionant les comandes per WhatsApp o telèfon.

---

## QÜESTIONS SOBRE L'ATRACCIÓ DE NOU PÚBLIC

### Com es poden atraure nous clients al mercat?

Davant el problema de l'envelliment de la clientela, es planteja la qüestió de com atraure a nou públic als mercats per tal de donar una viabilitat més clara a llarg termini.

D'una banda, es diu que clarament cal obrir a les tardes per tal d'atraure públic més jove. Un problema recurrent és que els paradistes no volen obrir a la tarda.

D'altra banda, es comenta que el mercat de pagès és un element dinamitzador pel mercat sedentari.

Es comenta també que el problema no es tan sols atraure públic, si no que cal també tractar el problema del relleu generacional dels paradistes aquest fet també desmotiva als paradistes degut a que no tenen una visió a llarg termini.

---

## QÜESTIONS SOBRE ACCIONS DE DINAMITZACIÓ

### Com es pot recuperar la implicació perduda dels paradistes?

Es comenta que hi ha una pèrdua generalitzada de l'interès dels paradistes per participar en accions de dinamització i promoció. Davant d'aquesta situació es plantegen diferents escenaris.

D'una banda, es comenta la possibilitat de contractació d'un dinamitzador per part de l'associació de comerciants, els pressupost de la qual es sufragat pels paradistes.

D'altra banda, es mostra que tot allò que té un cost extraordinari pel paradista costa molt de ser executat. Per tant, se'ls hi ha donar fet, que no els hi ocupi ni temps ni recursos econòmics.

També es fa referència a que no només l'ajuntament o l'entitat gestora son els responsables de que el mercat vagi bé o malament, cal que els paradistes gestionin adequadament el seu negoci amb una bona política de productes, preus i fidelització.

Finalment, es comenta que si bé la dinamització és important, el que cal és tenir una bona oferta de parades que això és el que realment atrau al públic.

### Quin tipus de dinamitzacions i accions funcionen per captar clients al Mercat?

La NIT DE TAPES és una acció d'èxit però funciona puntualment. S'hauria de mesurar el retorn amb comparatives d'afluències (compta-persones) i/o amb enquestes als paradistes.

Tenir un espai de tastets.

Realitzar tastets de vins.

Presentacions de marques relacionades amb l'alimentació (xe THERMOMIX).

Realitzar sortejos.

Realitzar Showcooking

Realitzar tallers de cuina saludable.

Incloure el Mercat a les campanyes saludables i sostenibles organitzades per l'Ajuntament (xe: ADEU PLÀSTICS).

Tancat convenis de dinamització entre l'ajuntament i l'associació per implicar als paradistes amb les accions.

Concertar visites als Mercat de les escoles municipals i pactar acords d'accions d'alimentació saludable (DIA DE LA SALUD: els divendres les fruiteries del Mercat duen fruita a l'escoles per l'esmorzar i l'acció està subvencionada per l'ajuntament).

Implantar la moneda digital municipal. La DIBA ofereix un model i formació per la gestió de la moneda local.

Implicar el Mercat amb les Fires d'Alimentació del municipi.

Ser patrocinadors d'activitats esportives del municipi.

Realitzar accions al mercat organitzades pel CAP del municipi (Capità Vitamina, gimcanes de recerca de productes no saludables a les parades del Mercat, etc).

La DIBA ofereix un catàleg d'assessorament en dinamitzacions comercials.

### **Per comunicar accions de dinamitzacions, quin canal funciona millor?**

Utilitzar butlletins municipals i de Mercats.

Utilitzar el Telegram i XXSS de l'Ajuntament per arribar a tots els seus seguidors.

Utilitzar les XXSS de la DIBA.

---

## **QÜESTIONS SOBRE LA COMUNICACIÓ AMB ELS PARADISTES**

### **Quins canals feu servir per comunicar-vos amb els paradistes i com?**

Per WhatsApp grupal unidireccional, on les respostes són individuals.

Comunicació directe amb el president de l'associació d'assentadors. El president entoma tota la comunicació i fa difusió a la resta de assentadors. El president, per descarregar-se de tasques pot repartir rols col·laboradors amb la resta d'associats, com el de encarregat de supervisar el manteniment, encarregat de supervisar la neteja i encarregat de la comunicació.

Comunicació per correus electrònic amb còpia oculta.

Comunicació pel canal Telegram, tot i que no es habitual.

Circulars/recordatoris per deixar-les a les parades.

Per atenuar la demanda insistent d'atenció del paradista, se'ls ha de reeducar imposant horaris d'atenció telefònica i presencial.

La DIBA ofereix recursos i formacions per gestionar la comunicació interna.

---

## QÜESTIONS SOBRE L'OBERTURA A LES TARDES

L'opinió generalitzada és que cal obrir per les tardes per tal d'atraure nou públic.

La responsabilitat de l'horari acostuma a ser de l'ajuntament que té la potestat de marcar l'horari del mercat.

Una opció és mirar de convèncer als paradistes de que ho provin, així es podrà demostrar que es rendible fer-ho.

Tot i que hi ha algunes excepcions, no s'acostumen a sancionar els paradistes que incompleixen l'horari, fet que provoca incompliments reiterats dels horaris per part d'alguns operadors els quals no contribueixen a una bona imatge del mercat.

---

## QÜESTIONS SOBRE EL CONTROL D'AFORAMENT I EL COMPTATGE DE PERSONES

Es planteja la utilitat del sistema i l'opinió generalitzada és que és molt útil pels gestors i per l'ajuntament però que els paradistes li presten poca atenció.

També es comenta que hi certa complexitat amb el software i que, en algun cas, les empreses que lliciten s'han d'adaptar al software existent. També es comenta que hi ha la possibilitat de mesurar els clients nous mitjançant el WIFI que individualitza cada mòbil i identifica els nous.

---

## QÜESTIONS SOBRE COM AGILITZAR LES CONTRACTACIONS DE GRANS REPARACIONS O INVERSIONS URGENTS

Es planteja com actuar davant d'una substitució urgent d'un muntacàrregues on hi ha una inversió no prevista molt alta.

Davant del problema es planteja la necessitat de realitzar un pla plurianual de grans reparacions per evitar sorpreses.

També hi ha la solució de contractar una empresa de facility que és qui gestiona totes les instal·lacions i es fa responsable dels manteniments.

---

## QÜESTIONS SOBRE EL FUTUR DELS MERCATS

### Hi ha algun replanteig pel futur dels mercats?

El Mercats de Barcelona s'estan reconvertint en restauració.

Ocupar els Mercats amb operadors únics de frescos amb instal·lacions modernes, aparcament imprescindible i serveis adaptats als clients. Prèviament s'hauria de plantejar un canvi d'ús d'aquests espais (Ametller Origen).

Des de la DIBA s'està realitzant un estudi de nous usos dels Mercats. Aquest estudi consisteix en desenvolupar un pla estratègic consensuat amb Comerç, Urbanisme, Cultura, Salut, Alimentació, per aconseguir una proposta de canvis d'usos per a què cada municipi valori els canvis segons la

seva situació (edificis polivalents, restauració, serveis d'alimentació, escoles de formació professional, serveis turístics, etc).

---

## **QÜESTIONS SOBRE LES RELACIONS AMB ELS PARADISTES**

### **Com tractar la desídia, els conflictes i la queixa sistemàtica d'alguns paradistes?**

Contactar un mediador per reconduir situacions conflictives.

Contractar un assessor comercial per formar als paradistes de com muntar les parades, com posar els preus, com relacionar-se amb els clients, etc.

Realitzar seccions de conducta grupal amb el hàndicap de que els paradistes no assisteixin.

---

## **QÜESTIONS SOBRE ELS MERCATS NO SEDENTARIS**

### **Com replantejar un mercat no sedentari de roba on les concessions acaben en 1,5 anys?**

Anar a buscar a artesans amb el hàndicap que la majoria no estan donats d'alta.

Tot i que hi ha pocs productors que apostin, contactar amb xarxes de productors de productes de la terra de la comarca per organitzar un Mercat de pagès. Aquest tipus de Mercat son força inestables donat que el seu producte és temporal (olis, formatges, fruita).

Contactar amb xarxes de productors de la comarca per organitzar mercats no sedentaris.

La DIBA esta realitzant un estudi per analitzar dades i comportaments dels Mercats no sedentaris amb l'objectiu de realitzar un pla director de Mercats no sedentaris.

---

## **QÜESTIONS SOBRE LA GESTIÓ DE LES ASSOCIACIONS DE PARADISTES**

### **Com gestioneu el control de les associacions de paradistes? Els paradistes no volen assumir els càrrecs de la junta**

Passar els càrrecs de 4 a 2 anys.

Contractar a una gestora, pagada per l'ajuntament i per els paradistes, per assessorar i gestionar l'associació. La gestoria seria l'encarregada de comunicar formalment els incompliments de l'associació i reglament del Mercat.

Incloure als plecs de contractació l'obligació d'associar-se i de complir amb les obligacions i deures de l'associació.

Vincular el pagament de les despeses via associació per obligar a tots els paradistes a associar-se.



# Annexos





# Guia d'interpretació



## Introducció

### Funcions i missió del servei de mercats

Els mercats municipals no són només equipaments que acullen activitat econòmica. Tenen alhora una funció potencial d'articuladors socials (recuperació, difusió i exemplificació de determinats valors cívics) que justifica la dedicació cada cop més gran dels ens locals a potenciar-los i convertir-los en transmissors de valors cívics per a la ciutadania.

La presència d'activitat econòmica privada és un factor que ha de potenciar la seva funció social i a l'inrevés. Els nostres mercats han d'incorporar uns valors associats: han d'ésser sostenibles, integradors, responsables i saludables.

Aquest conjunt de valors defineixen la seva identitat i permeten que aquests actuïn com a **locomotora comercial de l'entorn, centre de cohesió social i referent de valors i d'hàbits saludables amb un servei de qualitat, pròxim i econòmicament autosuficient**.

Aquesta és la missió establerta en les sessions del Cercles de Comparació Intermunicipals.

### Els criteris de valoració dels indicadors

El color dels indicadors del Quadre Resum d'indicadors (QRI) que s'exposa seguidament, reflecteix un criteri de valoració que té en compte el valor de l'indicador respecte la mitjana, tal i com es mostra a continuació:

- ▶ **Valors de l'indicador superior al 25%** de la mitjana grupal i tenen una valoració positiva: es consideren un **PUNT FORT**. La situació contrària, és a dir, quan l'indicador es situa per sota del 25% de la mitjana grupal es considera una OPORTUNITAT DE MILLORA.
- ▶ **Valors de l'indicador inferior al 25%** de la mitjana grupal i tenen una valoració positiva: es consideren un **PUNT FORT**. La situació contrària, és a dir, quan l'indicador es situa per sota del 25% de la mitjana grupal es considera una OPORTUNITAT DE MILLORA.
- ▶ **EN GROC**, aquells indicadors en què uns valors superiors o inferiors al 25% no es consideren ni PUNT FORT ni OPORTUNITAT DE MILLORA.

OPORTUNITAT DE MILLORA	PUNT FORT	INDEFINIT
------------------------	-----------	-----------

Aquesta lectura del sentit dels indicadors és vàlida per al conjunt del quadre, a excepció dels següents dos indicadors que reflecteixen costos unitaris (Dimensió Econòmica):

- Despesa corrent del Servei per M<sup>2</sup> de superfície total
- Despesa corrent del servei per hora d'obertura anual per mercat

Aquests indicadors es marquen únicament en color taronja sempre i quan el valor dels municipis es trobi més d'un 25% per sobre o per sota de la mitjana. És a dir, es considera com a situació òptima que els valors dels municipis s'ubiquin al voltant de la mitjana.

Això es justifica perquè no es considera desitjable, ni que els mercats facin un ús excessiu de recursos, si el valor és força superior a la mitjana, ni que en facin un ús insuficient, si el valor és força inferior a aquesta mitjana. Recordem que es tracta de dos indicadors d'eficiència i que, per tant, mesuren la bona gestió dels recursos disponibles.

A continuació es mostren els criteris de valoració per cada un dels indicadors del QRI de Mercats:

### Dins de la dimensió encàrrec polític

Nombre d'accions de dinamització anuals per mercat	Inferior al 25%	Superior al 25%
Total inversions (darrers 5 anys) per M <sup>2</sup> de superfície total	Inferior al 25%	Superior al 25%
Facturació mitjana anual dels paradistes per parada oberta	Inferior al 25%	Superior al 25%
Habitants per nombre de mercats	Inferior al 25%	Superior al 25%
M <sup>2</sup> de superfície comercial per cada 1000 habitants	Inferior al 25%	Superior al 25%
Nombre de places d'aparcament (a un màxim de 100 metres del mercat) per cada 100 M <sup>2</sup> de superfície comercial	Inferior al 25%	Superior al 25%
Usuaris del mercat per nombre d'habitants de la població	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de persones ocupades amb alguna discapacitat sobre el total de persones ocupades al mercat	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de tones de recollida selectiva respecte el total de tones de brossa recollides al mercat	Inferior al 25%	Superior al 25%
Nombre d'establiments d'influència per parada oberta	Inferior al 25%	Superior al 25%
% d'establiments d'influència que són d'alimentació	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de mercats integrats en plans de dinamització respecte el nombre total de mercats	Inferior al 25%	Superior al 25%
Nombre de dies setmanals amb mercats no sedentaris al voltant del mercat per mercat	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de mercats que es troben en zones vianantitzades sobre el total de mercats	Inferior al 25%	Superior al 25%

### Dins de la dimensió usuari client

% del sector <b>peix i marisc</b> (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	Inferior al 25%	Superior al 25%
% del sector <b>carnisseria, polleria, ous i caça</b> (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	Inferior al 25%	Superior al 25%
% del sector <b>xarcuteria i cansaladeria</b> (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	Inferior al 25%	Superior al 25%
% del sector <b>fruites i verdures</b> (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	Inferior al 25%	Superior al 25%
% del sector <b>altres alimentaris (sense operadors comercials)</b> (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	Inferior al 25%	Superior al 25%
% d'operadors comercials (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	Inferior al 25%	Superior al 25%
% del sector <b>bar i restauració</b> (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	Inferior al 25%	Superior al 25%
% del sector <b>altres no alimentaris</b> (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de superfície de venda disponible (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	Inferior al 25%	Superior al 25%
Nombre d'hores que obre el mercat a les tardes per setmana i per nombre de mercats	Inferior al 25%	Superior al 25%
Nombre de tardes que obre el mercat per setmana i per mercat	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de parades obertes a la tarda sobre el total de parades	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de serveis a la clientela als mercats	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de parades on es pot pagar amb targeta respecte el total de parades obertes	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de parades dels mercats municipals amb presència d'un Marketplace virtual	Inferior al 25%	Superior al 25%
Mitjana (en M <sup>2</sup> ) de superfície de venda a les parades per parada	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de parades obertes sobre el total de parades	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de superfície comercial sobre superfície total	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de M <sup>2</sup> de superfície de magatzems i cambres frigorífiques sobre M <sup>2</sup> de superfície total	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de serveis per al personal als mercats	Inferior al 25%	Superior al 25%
Grau de satisfacció dels usuaris	Inferior al 25%	Superior al 25%
M <sup>2</sup> de superfície de venda a les parades per nombre total de treballadors a les parades	Inferior al 25%	Superior al 25%
Nombre anual d'actes d'inspecció sanitària per cada 100 parades obertes	Inferior al 25%	Superior al 25%
Nombre anual d'hores d'inspecció sanitària per cada 100 parades obertes	Inferior al 25%	Superior al 25%

### Dins de la dimensió valors organitzatius / recursos humans

(%) Gestió directa (Ajuntament, OAAA, Empreses municipals) per volum de despesa	Inferior al 25%	Superior al 25%
(%) Gestió indirecta (concessió, altres) per volum de despesa	Inferior al 25%	Superior al 25%
(%) Gestió directa (Ajuntament, OAAA, Empreses municipals) per nombre de mercats	Inferior al 25%	Superior al 25%
(%) Gestió indirecta (concessió, altres) per nombre de mercats	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de treballadors/es municipals respecte el nombre total de persones ocupades al mercat	Inferior al 25%	Superior al 25%
Preu mig de rescat per any de concessió restant per M <sup>2</sup> superfície de venda a les parades	Inferior al 25%	Superior al 25%
% d'hores de baixa sobre total d'hores laborals (treballador/a municipal)	Inferior al 25%	Superior al 25%
% d'hores de baixa sobre total d'hores laborals (treballadors/es contractats/des entitat gestora)	Inferior al 25%	Superior al 25%
Salari brut anual d'un peó de mercat	Inferior al 25%	Superior al 25%
Nombre d'hores anuals laborals de peó de mercat i treballadors de neteja per cada 100 M <sup>2</sup> de superfície total	Inferior al 25%	Superior al 25%
Expedients sancionadors per mercat	Inferior al 25%	Superior al 25%
% Expedients executats sobre expedients sancionadors	Inferior al 25%	Superior al 25%
Hores anuals de formació realitzades per persona ocupada al mercat	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de persones ocupades al mercat assistents a cursos	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de treballadors de les parades assistents a cursos	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de dones respecte el total de treballadors/es al mercat municipal	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de dones comandament respecte al total de comandaments	Inferior al 25%	Superior al 25%

### Dins de la dimensió economia

Despesa corrent del servei per habitant	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de la despesa corrent sobre el pressupost corrent municipal	Inferior al 25%	Superior al 25%
% d'autofinançament per taxes, preus públics o quotes d'associacions de paradistes	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de finançament per aportacions d'altres institucions	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de finançament per part de l'ajuntament	Inferior al 25%	Superior al 25%
Despesa de manteniment per M <sup>2</sup> de superfície total	Inferior al 25%	Superior al 25%
Despesa de subministrament per M <sup>2</sup> de superfície total	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de la despesa en personal sobre la despesa corrent del servei	Inferior al 25%	Superior al 25%
% de la despesa en accions de dinamització sobre la despesa corrent del servei	Inferior al 25%	Superior al 25%
Despesa corrent del servei per M <sup>2</sup> de superfície total	Inferior al 25%	Superior al 25%
Despesa corrent del servei per hora d'obertura anual per mercat	Inferior al 25%	Superior al 25%

### Entorn

Població	Inferior al 25%	Superior al 25%
Densitat de població	Inferior al 25%	Superior al 25%
Renda per càpita	Inferior al 25%	Superior al 25%
Nombre de mercats municipals	Inferior al 25%	Superior al 25%

## Quadre Resum Indicators

ENCÀRREC POLÍTIC	Impulsar l'ús dels mercats municipals	2022	Oferir un servei accessible als usuaris	2022	Fomentar els valors socials i mediambientals als mercats	2022	Reforçar l'impacte del mercat en l'entorn	2022
	Nombre d'accions de dinamització anuals per mercat	13,0	Habitants per nombre de mercats	35.908,9	% de persones ocupades amb alguna discapacitat sobre el total de persones ocupades al mercat	13,3	Nombre d'establiments d'influència per parada oberta	2,5
	Total inversions (darrers 5 anys) per M <sup>2</sup> de superfície total	43,7	M <sup>2</sup> de superfície comercial per cada 1000 habitants	56,4	% de tones de recollida selectiva respecte el total de tones de brossa recollides al mercat	44,4	% d'establiments d'influència que són d'alimentació	17,3
	Facturació mitjana anual dels paradistes per parada oberta	-	Nombre de places d'aparcament rotatori disponibles (a un màxim de 100 metres del mercat) per cada 100 M <sup>2</sup> de superfície comercial	8,0			% de mercats integrats en plans de dinamització respecte el nombre total de mercats	75,9
			Usuaris del mercat per nombre d'habitants de la població	21,3			Nombre de dies setmanals amb mercats no sedentaris al voltant del mercat per mercat	1,1
						% de mercats que es troben en zones vianantitzades sobre el total de mercats	39,6	

USUARI/CLIENT	Oferir un servei de qualitat als ciutadans	2022	Promoure els serveis de mercat a la clientela	2022	Millorar l'ús de l'espai al mercat per oferir un millor servei	2022	Oferir un servei de qualitat als mercats	2022
	% del sector peix i marisc (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	4,7	Nombre d'hores que obre el mercat a les tardes per setmana i per nombre de mercats	15,5	Mitjana (en M <sup>2</sup> ) de superfície de venda a les parades per parada	20,2	Grau de satisfacció dels usuaris	8,1
	% del sector carnisseria, polleria, ous i caça (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	6,3	Nombre de tardes que obre el mercat per setmana i per mercat	3,0	% de parades obertes sobre el total de parades	75,9	M <sup>2</sup> de superfície de venda a les parades per nombre total de treballadors a les parades	10,5
	% del sector xarcuteria i cansaladeria (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	4,4	% de parades obertes a la tarda sobre el total de parades	36,9	% de superfície comercial sobre superfície total	49,8	Nombre anual d'actes d'inspecció sanitària per cada 100 parades obertes	23,7
	% del sector fruites i verdures (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	4,1	% de serveis a la clientela als mercats	54,1	% de M <sup>2</sup> de superfície de magatzems i cambres frigorífiques sobre M <sup>2</sup> de superfície total	9,4	Nombre anual d'hores d'inspecció sanitària per cada 100 parades obertes	45,6
	% del sector altres alimentaris (sense operadors comercials) (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	8,1	% de parades on es pot pagar amb targeta respecte el total de parades obertes	97,9	% de serveis per al personal als mercats	72,0		
	% del sector altres alimentaris (amb operadors comercials) (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	42,5	% de parades dels mercats municipals amb presència d'un Marketplace virtual	38,7				
	% del sector bar i restauració (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	8,1						
	% del sector altres no alimentaris (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	7,9						
	% de superfície de venda de parades disponibles (en M <sup>2</sup> ) sobre el total de M <sup>2</sup> de superfície de venda	13,9						

VALORS ORGANITZATIUS	Gestionar el servei amb les diverses formes de gestió		2022		Promoure un clima laboral positiu per als treballadors		2022		Grau d'acompliment de la normativa		2022		Millorar les habilitats dels treballadors		2022		
	% Gestió directa (Ajuntament, OAAA, Empreses municipals) (per nombre de mercats)	79,6	% d'hores de baixa sobre total d'hores laborals dels treballadors/es municipals al mercat	4,3	Expedients sancionadors per mercat	0,2	Hores anuals de formació realitzades per persones ocupades al mercat	13,0									
	% Gestió indirecta (concessió, altres) (per nombre de mercats)	20,4	% d'hores de baixa sobre total d'hores laborals dels treballadors/es contractats per l'entitat gestora del mercat	0,0	% Expedients executats sobre expedients sancionadors	54,5	% de persones ocupades al mercat assistents a cursos	54,9									
	% de treballadors municipals respecte el nombre total de persones ocupades al mercat	77,4	Salari brut d'un peó de mercat	20.822,1					% de treballadors de les parades assistents a cursos	8,1							
	Preu mig de rescat per any de concessió restant per M <sup>2</sup> superfície de venda a les parades	98,0	Nombre d'hores anuals laborals de peó de mercat i treballadors de neteja per cada 100 M <sup>2</sup> de superfície total	94,6													
														Reflectir l'estructura de gènere del personal		2022	
														% de dones respecte el total de treballadors/es al mercat municipal	33,8	% de dones comandament respecte el total de comandaments	53,1

ECONOMIA	Disposar dels recursos adequats		2022		Finançar adequadament el servei		2022		Gestionar adequadament els recursos		2022		Ofertir el servei a uns costos unitaris adequats		2022	
	Despesa corrent del servei per habitant	5,9	% d'autofinançament per taxes, preus públics o quotes d'associacions de paradistes	72,0	Despesa de manteniment per M <sup>2</sup> de superfície total	10,0	Despesa corrent del servei per M <sup>2</sup> de superfície total	55,6								
	% de la despesa corrent sobre el pressupost corrent municipal	0,6	% de finançament per aportacions d'altres institucions	1,5	Despesa de subministraments per M <sup>2</sup> de superfície total	18,9	Despesa corrent del servei per hora d'obertura anual per mercat	80,5								
					% de finançament per part de l'ajuntament	26,6	% de la despesa en personal sobre la despesa corrent del servei	30,4								
					% de la despesa en accions de dinamització sobre la despesa corrent del servei	6,3										

ENTORN	2022		2022		2022		2022	
	Població	53.863,3	Densitat de població	2.522,0	Renda per càpita	17.170,7	Nombre de mercats municipals	1,5



## I. Dimensió encàrrec polític/estratègic

### Impulsar l'ús dels mercats municipals

<b>Nombre d'accions de dinamització anuals per mercat</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra les campanyes de dinamització que impulsen anualment els mercats municipals de cada un dels municipis per potenciar-ne l'activitat comercial, i pretén mesurar la importància que es dóna a aquest tipus d'accions. L'indicador vol ser una aproximació a l'impuls que es dóna al mercat per potenciar-ne el seu ús.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre d'accions de dinamització}}{\text{Nombre de mercats}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre d'accions de dinamització: nombre d'accions anuals (any en estudi) feta per qualsevol dels col·lectius implicats en la gestió del mercat destinades a potenciar l'activitat del mercat. S'inclouen les següents activitats: 1. Promocions de productes territorials, 2. Jornades gastronòmiques, 3. Elaboració de receptaris de cuina, 4. Exposicions de temes relacionats amb el mercat, 5. Sorteig de regals promocionals, 6. Campanyes vinculades a dates assenyalades com Carnestoltes, Nadal, Castanyada, etc. 7. Falques de ràdio i/o televisió, 8. Anuncis en premsa escrita. Només es podran comptar les accions que s'emmarquin en alguna de les 8 categories anteriors. En cas de diversos mercats, el nombre total d'accions a tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de mercats: nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats ambulants que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 13,0	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 35

<b>Total d'inversions (últims 5 anys) per M² de superfície total</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura el volum d'inversions que han realitzat els òrgans de gestió dels mercats durant els últims 5 anys per millorar les instal·lacions i els serveis que s'ofereixen, en relació amb la superfície que ocupa el mercat. L'indicador pretén ser una aproximació a l'impuls polític que es dóna als mercats.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Total Inversions (últims 5 anys)}}{\text{M}^2 \text{ de superfície total}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Total inversions (últims 5 anys): despesa en els últims 5 anys feta per qualsevol dels col·lectius implicats en la gestió del mercat en activitats destinades a la creació d'infraestructures i a la creació i adquisició de béns de naturalesa inventariable necessaris per al funcionament dels serveis i aquelles altres despeses que tinguin caràcter amortitzable. Inclou tant la inversió nova com la inversió de reposició. Inclou el remodelatge global (quan afecta la totalitat del mercat), les reformes estructurals (quan es tracta de rehabilitacions parcials com són les reformes de la façana, pavimentació, reparació de la coberta, construcció de cambres frigorífiques, construcció d'entresolat, redistribució de l'espai, etc.) i instal·lacions i locals tècnics (quan es tracta d'ascensors i multicàrregues, ventilació, aire condicionat, canvi de voltatge, sanitaris, canonades d'aigua, etc.). En els pressupostos públics, es correspon al capítol VI de la classificació econòmica (Ordre 20-09-1998 del Ministeri d'Economia i Hisenda). S'exclou la inversió individual de cada parada. En cas de diversos mercats municipals, la suma d'inversions en tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ M² de superfície total: suma de tots els espais que constitueixen un mercat municipal. S'inclou les zones de venda, càrrega, magatzem i cambres, i altres superfícies (passadissos, aparcament, accessos, espais morts, etc.), sempre i quan siguin d'ús exclusiu del mercat o formin part de la superfície construïda del mercat (en M²). S'exclouen serveis o equipaments aliens al mercat. En cas de diversos mercats municipals, la superfície total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 43,7	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 33

<b>Facturació mitjana anual dels paradistes per parada oberta</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura la facturació mitjana anual del mercat per parada oberta i és una aproximació al nivell d'activitat del mercat.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Facturació anual dels/les paradistes}}{\text{Nombre de parades obertes}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Facturació anual dels/les paradistes: facturació (any en estudi) de les parades obertes al mercat. Per al càlcul de la facturació només es pot utilitzar alguna de les fonts següents: 1. Estudi realitzat pel propi Ajuntament. 2. Estudi realitzat per una empresa externa (estudi o enquesta). Aquestes dues fonts són les úniques vàlides per a l'obtenció de la informació requerida. En cas de diversos mercats municipals, la suma de la facturació de tots el mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de parades obertes: nombre total de parades que exerceixen la seva activitat comercial almenys 3 dies a la setmana. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> -----	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> -----

### Oferir un servei accessible als usuaris

<b>Habitants per nombre de mercats</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra el nombre d'habitants per mercat. L'indicador pretén reflectir l'accessibilitat que tenen els/les ciutadans/es a aquest servei.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Habitants}}{\text{Nombre de mercats}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Habitants: és el nombre de persones empadronades en el municipi a 1 de gener de l'any en estudi. <i>Font:</i> Instituto Nacional de Estadística i Institut d'Estadística de Catalunya.</li> <li>➤ Nombre de mercats: nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats ambulants que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 35.908,9	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>M<sup>2</sup> de superfície comercial per cada 1.000 habitants</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura l'espai que destina cada mercat a l'activitat comercial (parades, locals exteriors, altres operadors comercials i passadissos), per cada 1.000 habitants. Aquest indicador permet veure l'oferta comercial del mercat a la qual tenen accés els/les ciutadans/es del municipi.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{M^2 \text{ de superfície comercial}}{\text{Habitants}} \times 1000$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície comercial: espai del mercat municipal destinat a la venda i que està integrat per les parades, els locals comercials interiors, els locals exteriors, altres operadors comercials (supermercat, llibreries, etc.) i els passadissos. S'exclouen les zones de càrrega i descàrrega, els magatzems i cambres i altres superfícies, com espais morts (en M<sup>2</sup>). En cas de diversos mercats municipals, la superfície comercial total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Habitants: és el nombre de persones empadronades en el municipi a 1 de gener de l'any en estudi. <i>Font:</i> Instituto Nacional de Estadística i Institut d'Estadística de Catalunya.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 56,4	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>Nombre de places d'aparcament rotatori disponibles (a un màxim de 100 metres del mercat) per cada 100 M<sup>2</sup> de superfície comercial</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador reflecteix el nombre de places d'aparcament que els clients d'un mercat poden utilitzar en relació amb l'espai comercial del mercat, i pretén mesurar l'accessibilitat en vehicle.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de places d'aparcament rotatori disponibles}}{M^2 \text{ de superfície comercial}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de places d'aparcament rotatori disponibles: nombre de places d'aparcament (any en estudi) rotatori disponibles per a l'ús dels clients del mercat. Es té en compte tant l'aparcament propi del mercat destinat als clients com l'aparcament extern al mercat (aparcament de gestió privada, zona blava, etc.) que es trobi situat a un màxim de 100 metres del mercat. S'exclou l'aparcament lliure de no pagament. Es calcularà l'oferta disponible. En cas de diversos mercats, el total de places d'aparcament de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície comercial: espai del mercat municipal destinat a la venda i que està integrat per les parades, els locals comercials interiors, els locals exteriors, altres operadors comercials (supermercat, llibreries, etc.) i els passadissos. S'exclouen les zones de càrrega i descàrrega, els magatzems i cambres i altres superfícies, com espais morts (en M<sup>2</sup>). En cas de diversos mercats municipals, la superfície comercial total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 8,0	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>Usuaris/es del mercat per nombre d'habitants de la població</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura el nombre de vegades que un habitant del municipi va al mercat municipal. Per tant, és una aproximació al grau d'ús real del mercat per part dels/les ciutadans/es i al grau d'atractivitat del servei.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Total anual d'usuaris/es del mercat}}{\text{Habitants}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Total anual d'usuaris/es del mercat: nombre anual d'usuaris/es que accedeixen al mercat municipal. Per obtenir la dada és necessari disposar d'un compta-persones (o sistema similar), com a única font vàlida per a l'obtenció de la informació. En cas de diversos mercats municipals, la suma total d'usuaris/es per any de tots els mercats. <i>Font: Ajuntaments.</i></li> <li>➤ Habitants: és el nombre de persones empadronades en el municipi a 1 de gener de l'any en estudi. <i>Font: Instituto Nacional de Estadística i Institut d'Estadística de Catalunya.</i></li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 21,3	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 11

## Fomentar els valors socials i medi ambientals als mercats

<b>% de persones amb alguna discapacitat ocupades al mercat sobre el total de persones ocupades al mercat</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b>	
Aquest indicador mesura el percentatge de persones amb alguna discapacitat (segons consta en la normativa vigent) que treballen al mercat sobre el total de les persones que hi treballen i, per tant, pretén ser una aproximació al foment de la integració laboral de persones amb dificultats d'accés al mercat de treball.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de persones amb alguna discapacitat ocupades al mercat}}{\text{Nombre de treballadors/es municipals al mercat} + \text{Nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora al mercat}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de persones amb alguna discapacitat ocupades al mercat: nombre de persones amb discapacitat laboral que treballen al mercat (any en estudi). Les discapacitats laborals es corresponen amb aquelles situacions en les quals, ja sigui per malaltia o per accident, una persona veu disminuïda la seva capacitat per ocupar un lloc de treball. Dins aquesta definició s'inclouen les persones amb discapacitat permanent que veuen disminuïda la seva capacitat laboral presumiblement de manera indefinida, en concret, en les dues situacions següents: 1) discapacitat parcial per a la professió habitual, és a dir, discapacitat que ocasiona una disminució superior o igual al 33 % en el rendiment de la professió en qüestió. 2) Discapacitat total per a la professió habitual, és a dir, la discapacitat que inhabilita al/a treballador/a per a la seva professió habitual però pot dedicar-se a una altra de diferent. S'exclouen les discapacitats temporals que per malaltia o per accident impossibiliten temporalment per a treballar i requereixen d'assistència sanitària de la Seguretat Social i totes aquelles altres discapacitats que inhabiliten totalment a una persona per treballar. S'inclouen tant els treballadors/es de l'Ajuntament com els contractats/des per l'entitat gestora (Ajuntament, Associació de paradistes o l'entitat gestora sigui quina sigui la forma jurídica). També s'inclouen les persones discapacitades que contracten empreses subcontractades per ajuntament. En cas de diversos mercats, el total de persones discapacitades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de treballadors/es municipals al mercat: nombre de treballadors/es en plantilla de l'ajuntament que treballen en la gestió i/o servei del mercat. Els serveis del mercat poden ser destinats a la clientela o a les parades. Són els/les treballadors/es municipals que es pressuposten a través de capítol I (Despeses de personal). S'exclouen els/les treballadors/es contactats/des per les parades en concepte d'atenció a la clientela. S'exclouen, igualment, els/les treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió). Per fer el càlcul dels/les treballadors/es se sumen les hores que hi dediquen tots/es els/les treballadors/es i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com un/a treballador/a. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadors/es (220/40=5,5) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadors/es a la casella. En altres paraules, si un mercat només té 1 treballador/a municipal i aquest/a dedica 20 hores a la setmana el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió de 20/40=0,5). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadors/es a tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat: nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió) per a la gestió del servei (els que no es paguen a través de capítol I, és a dir, que no són empleats de l'ajuntament). S'exclou el personal contractat a través d'una empresa de serveis (exemple: servei de neteja o de seguretat de les instal·lacions). Per fer el càlcul dels treballadors/es se sumen les hores que hi dediquen tots els treballadors/es i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com un/a treballador/a. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadors/es (220/40=5,5) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadors/es a la casella). En altres paraules, si un mercat només té 1 treballador/a contractat/da per l'entitat gestora i aquest/a dedica 20 hores a la setmana el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió 20/40=0,5). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadors/es a tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 13,3%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>% de tones de recollida selectiva respecte el total de tones de brossa recollides al mercat</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra el percentatge de recollida selectiva (fracció orgànica) sobre el total de tones de brossa que es recullen al mercat. En aquest sentit, l'indicador permet mesurar la implicació dels mercats amb els valors mediambientals.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Tones de recollida selectiva de brossa}}{\text{Tones de recollida de brossa}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tones de recollida selectiva de brossa: nombre total de tones de deixalles, fracció orgànica, recollides durant l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de tones a tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Tones de recollida de brossa: nombre total de tones de deixalles recollides durant l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de tones a tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 44,4%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 15

### Reforçar l'impacte del mercat en l'entorn

<b>Nombre d'establiments d'influència per parada oberta</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura la influència del mercat i la capacitat per atraure activitats comercials al seu voltant. Pretén mesurar l'impacte del mercat en el seu entorn.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre d'establiments d'influència}}{\text{Nombre de parades obertes}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre d'establiments d'influència: nombre d'establiments que porten a terme una activitat econòmica (sense restricció) en un baix comercial i que estan situats a una distància no superior a 100 metres del mercat. En cas de diversos mercats municipals, el total d'establiments d'influència de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de parades obertes: nombre total de parades que exerceixen la seva activitat comercial almenys 3 dies a la setmana. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 2,5	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 33

<b>% d'establiments d'influència que són d'alimentació</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura la quantitat d'establiments d'influència que pertanyen al sector quotidià alimentari. En aquest sentit, permet veure la influència del mercat i la capacitat per atraure activitats comercials d'alimentació al seu voltant.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre d'establiments d'alimentació d'influència}}{\text{Nombre d'establiments d'influència}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre d'establiments d'alimentació d'influència: nombre d'establiments comercials destinats a la venda de productes alimentaris i que estan situats a una distància no superior a 100 metres del mercat. S'inclouen els supermercats i s'exclouen els bars, restaurants, forns de pa i granges. En cas de diversos mercats municipals, el total d'establiments d'alimentació d'influència de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre d'establiments d'influència: nombre d'establiments que porten a terme una activitat econòmica (sense restricció) en un baix comercial i que estan situats a una distància no superior a 100 metres del mercat. En cas de diversos mercats municipals, el total d'establiments d'influència de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 17,3%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 32

<b>% de mercats integrats en plans de dinamització respecte el nombre total de mercats.</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador recull el nombre de mercats que s'han integrat en algun pla de dinamització per mesurar la seva implicació amb l'activitat comercial del seu entorn.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de mercats en plans de dinamització}}{\text{Nombre de mercats municipals}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de mercats en plans de dinamització: nombre de mercats municipals que estan integrats en un pla de dinamització de la zona en la qual estan situats. En cas de diversos mercats, el total de mercats que hi estan integrats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de mercats municipals: nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats ambulants que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 75,9%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36



<b>Nombre de dies setmanals amb mercats no sedentaris al voltant del mercat per mercat</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador és una aproximació a la capacitat d'influència dels mercats sedentaris i de la capacitat de generar atracció i activitat econòmica al seu voltant.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de dies setmanals amb mercat no sedentari al voltant del mercat}}{\text{Nombre de mercats municipals}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de dies setmanals amb mercat no sedentari al voltant del mercat: nombre de dies setmanals (no es tindran en compte els diumenges, és a dir, d'1 a 6 a dies), en què al voltant del mercat (en un radi de no més de 200 metres) hi ha instal·lat un mercat no sedentari. Els mercats no sedentaris són aquells mercats en els quals hi operen marxants de venda no sedentària i que són centres d'activitat comercial realitzats fora d'un establiment comercial permanent, de caràcter periòdic i exercits en instal·lacions desmuntables o transportables dins un entorn urbà autoritzat en el marc de la legislació vigent. En cas de diversos mercats municipals, la suma de dies setmanals (exclòs el diumenge) en què hi ha mercats no sedentaris al voltant dels mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de mercats municipals: nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats ambulants que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 1,1	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>% de mercats que es troben en zones vianantitzades sobre el total de mercats</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador és una aproximació a la interrelació entre mercat i entorn urbà. Permet mesurar l'esforç municipal per consolidar espais urbans agradables per als vianants als voltants dels equipaments de titularitat municipal, en aquest cas dels mercats municipals.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de mercats que es troben en zones vianantitzades}}{\text{Nombre de mercats municipals}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de mercats que es troben en zones vianantitzades: nombre de mercats municipals que tenen almenys un 50% de les façanes en un carrer vianantitzat (carrer on els vianants tenen preferència de pas respecte altres mitjans de transport). En cas de diversos mercats municipals, la suma de mercats que compleixen amb el requisit. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de mercats municipals: nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats ambulants que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 39,6%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 35



## II. Dimensió usuari/client

### Oferir un mix comercial equilibrat

<b>% dels diferents sectors comercials (en M<sup>2</sup>) sobre el total de M<sup>2</sup> de superfície de venda</b>	
<p><b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura el nombre de M<sup>2</sup> de superfície de venda que el mercat destina als diferents sectors comercials en relació amb el total de M<sup>2</sup> de superfície de venda del mercat per veure quin és el pes de cada sector sobre el total de l'oferta comercial. Aquest indicador reflecteix el mix comercial, és a dir, la varietat i la diversitat de l'oferta comercial.</p>	
<p>Fórmula de càlcul: <math display="block">\frac{M^2 \text{ de sector comercial}}{M^2 \text{ de superfície de venda}} \times 100</math></p>	
<p><b>Variables emprades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ M<sup>2</sup> de sector "específic": M<sup>2</sup> de superfície de venda del mercat on l'oferta comercial és el sector "específic". En cas de diversos mercats, la suma de M<sup>2</sup> de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície de venda: superfície ocupada pels establiments fixos (parades + locals comercials interiors + locals exteriors + operadors comercials, com són els supermercats i llibreries), ja estiguin dins o fora de l'edifici del mercat. S'exclouen els passadissos (en M<sup>2</sup>). En cas de diversos mercats municipals, la superfície total de venda de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b>
- Peix i marisc: 4,7%	36
- Carnisseria, polleria, ous i caça: 6,3%	36
- Xarcuteria i cansaladeria: 4,4%	36
- Fruïtes i verdures: 4,1%	36
- Altres alimentaris que no pertanyen a operadors comercials: 8,1%	36
- Altres alimentaris que pertanyen a operadors comercials: 42,5%	36
- Bar i restauració: 8,1%	36
- Altres no alimentaris: 7,9%	36
- Sup. de venda disponible: 13,9%	36

## Promoure els serveis a la clientela als mercats

<b>Nombre d'hores que obre el mercat a les tardes per setmana i per nombre de mercats</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura el nombre d'hores a la tarda que els mercats tenen obert per setmana. És una aproximació a l'adequació dels mercats als nous hàbits de compra i consum.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre d'hores que obre el mercat a les tardes per setmana}}{\text{Nombre de mercats municipals}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre d'hores que obre el mercat a les tardes per setmana: nombre total d'hores que el mercat té obert a la tarda (14h a 21h) durant la setmana, sempre i quan el mercat tanqui més tard de les 17h. En cas de diversos mercats, la suma d'hores de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de mercats municipals: nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats ambulants que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 15,5	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>Nombre de tardes que obre el mercat per setmana i per nombre de mercats</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura el nombre de tardes que els mercats tenen obert per setmana. És, igualment, una aproximació a l'adequació dels mercats als nous hàbits de compra i consum.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de tardes que obre el mercat per setmana}}{\text{Nombre de mercats municipals}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de tardes que obre el mercat per setmana: nombre de tardes que el mercat està obert al públic per setmana. No es consideren les tardes que només està obert l'operador comercial. En cas de diversos mercats, la suma de tardes de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de mercats municipals: nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats ambulants que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 3,0	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>% de parades obertes a la tarda sobre el total de parades</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador quantifica el nombre de parades que tenen obert a la tarda sobre el total de parades que té el mercat. Permet mesurar quant variada és l'oferta comercial dels mercats quan obren a la tarda.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de parades obertes a la tarda}}{\text{Nombre de parades obertes} \times 6} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de parades obertes a la tarda: nombre de parades que tenen obert a la tarda. En cas de diverses tardes obertes, cada parada es comptarà tantes vegades com tardes obri (si una parada obre 3 tardes a la setmana, se suma 3). En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de parades obertes: nombre total de parades que exerceixen la seva activitat comercial almenys 3 dies a la setmana. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 36,9%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>% de serveis a la clientela als mercats</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador quantifica quants dels 15 serveis comuns (els que no presten les parades individualment) bàsics destinats a clientela ofereix cada mercat, i pretén ser una aproximació a l'esforç que es fa des del mercat per millorar la satisfacció dels clients.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de serveis a la clientela}}{\text{Nombre de mercats municipals} \times 15} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de serveis a la clientela: nombre de serveis comuns del mercat destinats a millorar el servei a la clientela (any en estudi). S' exclouen els serveis que ofereixen de manera individual les parades. Aquests serveis es distribueixen en: 1. Repartiment a domicili. 2. Targeta de fidelització (targetes amb punts descompte per a properes compres). 3. Vals d'aparcament. 4. Servei d'acollida d'infants. 5. Climatització. 6. Accessibilitat (almenys 1 accés adaptat per a persones discapacitades a tot el mercat). 7. Carrets de compra. 8. Consigna. 9. Caixaer automàtic. 10. Internet o web pròpia. 11. Adequació d'espai per fer activitats cívico-culturals. 12. Punts d'informació al client (no s'inclouen plafons d'anuncis). 13. Serveis (lavabos) accessibles (tant per a persones amb dificultats de mobilitat com per al públic en general) 14. Megafonia i fil musical. 15. Portes automàtiques (almenys 1 porta). Cal dir només quants dels 15 serveis té cada mercat. En cas de diversos mercats municipals, la suma de tots els serveis a la clientela de tots els mercat. És a dir, pot sumar més de 15. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de mercats municipals: nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats ambulants que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 54,1%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>% de parades on es pot pagar amb targeta respecte el total de parades obertes</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra en quantes de les parades dels mercats municipals es pot pagar amb targeta de crèdit o de dèbit. Es vol mesurar les facilitats que es posa a la compra.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de parades on es pot pagar amb targeta}}{\text{Nombre de parades obertes}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de parades on es pot pagar amb targeta: nombre de parades on es pot pagar amb targeta de crèdit o dèbit. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de parades obertes: nombre total de parades que exerceixen la seva activitat comercial almenys 3 dies a la setmana. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 97,9%</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 36</b>

<b>% de parades dels mercats municipals amb presència d'un Marketplace virtual</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra el nombre d'establiments fixos a l'interior del recinte del mercat, integrats per un o més mòduls de venda i amb un sol punt de pagament, on el comerciant desenvolupa la seva activitat independentment que aquest espai estigui circumstancialment vacant i que disposa de botiga virtual a algun Marketplace	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de parades dels mercats municipals amb presència d'un Marketplace virtual}}{\text{Nombre de parades obertes}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de parades dels mercats municipals amb presència d'un Marketplace virtual: establiments fixos a l'interior del recinte del mercat, integrats per un o més mòduls de venda i amb un sol punt de pagament, on el comerciant desenvolupa la seva activitat independentment que aquest espai estigui circumstancialment vacant i que disposa de botiga virtual a algun Marketplace. S' inclouen els locals comercials interiors. S' exclouen els locals exteriors. S'exclouen els operadors comercials com són els supermercats. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats que formen part d'algun Marketplace.. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de parades obertes: nombre total de parades que exerceixen la seva activitat comercial almenys 3 dies a la setmana. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 38,7%</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 30</b>

### Millorar l'ús de l'espai al mercat per oferir un millor servei

<b>Mitjana (en M<sup>2</sup>) de superfície de venda a les parades per parada</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura la mitjana de superfície que les parades destinen a la venda, i pretén ser una aproximació a l'optimització de l'espai destinat a oferir un bon servei a la clientela.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{M^2 \text{ de superfície de venda a les parades}}{\text{Nombre de parades}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície de venda a les parades: superfície ocupada pels establiments fixos (parades) i locals comercials interiors. S'inclou la superfície de venda dels establiments fixos i locals comercials interiors disponibles. S'hi exclouen els locals exteriors, els passadissos i els operadors comercials (en M<sup>2</sup>). En cas de diversos mercats municipals, la superfície total de venda a les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de parades: nombre d'establiments fixos a l'interior del recinte del mercat, integrats per un o més mòduls de venda i amb un sol punt de pagament, on el comerciant desenvolupa la seva activitat independentment que aquest espai estigui circumstancialment vacant. S'inclouen els locals comercials interiors. S'exclouen els locals exteriors. S'exclouen els operadors comercials com són els supermercats. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 20,2	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>% de parades obertes sobre el total de parades</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador quantifica el percentatge de parades obertes sobre el total de parades als mercats i, per tant, és una aproximació a la qualitat de l'oferta comercial del servei de mercats.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de parades obertes}}{\text{Nombre de parades}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de parades obertes: nombre total de parades que exerceixen la seva activitat comercial almenys 3 dies a la setmana. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de parades: nombre d'establiments fixos a l'interior del recinte del mercat, integrats per un o més mòduls de venda i amb un sol punt de pagament, on el comerciant desenvolupa la seva activitat independentment que aquest espai estigui circumstancialment vacant. S'inclouen els locals comercials interiors. S'exclouen els locals exteriors. S'exclouen els operadors comercials com són els supermercats. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 75,9%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>% de M<sup>2</sup> superfície comercial sobre superfície total</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador quantifica el percentatge de M <sup>2</sup> de superfície que hi ha als mercats destinats a usos estrictament comercials (parades, locals exteriors i passadissos) sobre els M <sup>2</sup> de superfície total i, per tant, mesura el grau de l'optimització de l'espai per fer-ne un ús estrictament comercial.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{M}^2 \text{ de superfície comercial}}{\text{M}^2 \text{ de superfície total}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície comercial: espai del mercat municipal destinat a la venda i que està integrat per les parades, els locals comercials interiors, els locals exteriors, altres operadors comercials (supermercat, llibreries, etc.) i els passadissos. S'exclouen les zones de càrrega i descàrrega, els magatzems i cambres i altres superfícies, com espais morts (en M<sup>2</sup>). En cas de diversos mercats municipals, la superfície comercial total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície total: suma de tots els espais que constitueixen un mercat municipal. S'inclouen les zones de venda, càrrega, magatzem i cambres, i altres superfícies (passadissos, aparcament, accessos, espais morts, etc.), sempre i quan siguin d'ús exclusiu del mercat o formin part de la superfície construïda del mercat (en M<sup>2</sup>). S'exclouen serveis o equipaments aliens al mercat. En cas de diversos mercats municipals, la superfície total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 49,8%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>% de M<sup>2</sup> superfície de magatzems i cambres frigorífiques sobre superfície total</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador quantifica el percentatge de M <sup>2</sup> de superfície que hi ha als mercats destinats a usos no comercials (magatzems i cambres frigorífiques) i, que per tant, estan al servei dels treballadors/es, en relació amb la superfície total del mercat.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{M}^2 \text{ de superfície de magatzems i cambres frigorífiques}}{\text{M}^2 \text{ de superfície total}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície de magatzems i cambres frigorífiques: M<sup>2</sup> de superfície total destinats a magatzem i cambres frigorífiques. Els magatzems i les cambres frigorífiques són aquells espais que formen part de les instal·lacions del mercats i que estan especialment dissenyats per a l'emmagatzematge dels productes que es comercialitzen al mercat. Igualment, es tindran en compte els magatzems o cambres frigorífiques destinats a serveis col·lectius del mercat. Només s'inclouen els magatzems per a productes que han de vendre els concessionaris i els obradors. S'exclouen els passadissos i els accessos als magatzems i cambres. En cas de diversos mercats municipals, la suma dels M<sup>2</sup> de superfície total destinats a magatzems i a cambres frigorífiques de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície total: suma de tots els espais que constitueixen un mercat municipal. S'inclouen les zones de venda, càrrega, magatzem i cambres, i altres superfícies (passadissos, aparcament, accessos, espais morts, etc.), sempre i quan siguin d'ús exclusiu del mercat o formin part de la superfície construïda del mercat (en M<sup>2</sup>). S'exclouen serveis o equipaments aliens al mercat. En cas de diversos mercats municipals, la superfície total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 9,4%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 35

<b>% de serveis per al personal als mercats</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador quantifica quants dels 8 serveis comuns bàsics destinats als treballadors/es ofereix cada mercat, i pretén ser una aproximació a l'esforç que es fa des del mercat per millorar les condicions de treball dels/les treballadors/es al servei del mercat i dels/les paradistes.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de serveis per al personal als mercats}}{\text{Nombre de mercats municipals} \times 8} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de serveis per al personal als mercats: nombre d'equipaments i instal·lacions que hi ha al mercat i que permeten oferir un millor servei. S'inclouen els següents equipaments i instal·lacions: 1. Mitjans d'elevació de mercaderies. 2. Cambres frigorífiques i magatzems. 3. Molls de càrrega i descàrrega, 4. Lavabos exclusius per al personal del mercat. 5. Vestidors per al personal. 6. Espai destinat a la brossa per fer recollida selectiva. 7. Aparcaments per al personal del mercat. 8. Sala polivalent per a reunions i/o formació, tant per al personal com per a concessionaris/es. Cal dir només quants dels 8 serveis té cada mercat. En cas de diversos mercats municipals, la suma de tots els equipaments de tots els mercats, és a dir, pot sumar més de 8. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de mercats municipals: nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats ambulants que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 72,0%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

## Oferir un servei de qualitat als mercats

<b>Grau de satisfacció dels/les usuaris/es</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura quant satisfets estan els usuaris/es amb el servei ofert al mercat municipal.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> <i>Grau de satisfacció dels/les usuaris/es</i>	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Grau de satisfacció dels usuaris: grau de satisfacció general dels i les usuaris/es del mercat municipal resultat d'enquesta en una escala de 0 a 10 ("gens satisfet" - "molt satisfet"); i la mitjana de puntuació. En absència d'una enquesta comuna, s'utilitzen els següents criteris homogeneïtzadors: resultat de la valoració global en una escala de 0 a 10; si no hi ha valoració global s'utilitza la mitjana de les preguntes de l'enquesta; si l'enquesta està feta amb altres escales, cal fer l'equivalència a l'escala de 0 a 10; en qüestionaris qualitius, si és possible, es fa l'equivalència numèrica. En cas de no tenir la dada actualitzada de manera anual, es pot utilitzar el valor obtingut en els darrers 5 anys. En cas de diferents puntuacions per als diferents Mercats, es farà la mitjana.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 8,1	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 10

<b>M<sup>2</sup> de superfície de venda a les parades per nombre total de treballadors/es de les parades</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura quants M <sup>2</sup> de superfície de venda a les parades hi ha per treballador. En aquest sentit, és una aproximació a la qualitat del servei que presten els paradistes, en el punt de venda, als/les clients/es del mercat.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{M}^2 \text{ de superfície de venda a les parades}}{\text{Nombre total de treballadors/es de les parades}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície de venda a les parades: superfície ocupada pels establiments fixos (parades) i locals comercials interiors. S'inclou la superfície de venda dels establiments fixos i locals comercials interiors disponibles. S'hi exclouen els locals exteriors, els passadissos i els operadors comercials (en M<sup>2</sup>). En cas de diversos mercats municipals, la superfície total de venda a les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre total de treballadors/es de les parades: nombre total de treballadors/es a les parades (encarregats/es de les parades + persones dedicades a l'atenció al públic) que treballen els dissabtes pel matí (entre les 10:00h i les 14:00h). Per fer el càlcul es farà un dissabte d'una setmana estàndard (setmana de maig o d'octubre). En cas de diversos mercats municipals, la suma del total treballadors/es de les parades de cada mercat. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 10,5	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 35



<b>Nombre anual d'actes d'inspecció sanitària per cada 100 parades obertes</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador és una aproximació a les garanties de la qualitat del servei que s'ofereix a les parades i al mercat en general, a través de les inspeccions sanitàries realitzades.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre anual d'actes d'inspecció sanitària}}{\text{Nombre de parades obertes}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre anual d'actes d'inspecció sanitària: nombre d'actes anuals d'inspecció sanitària realitzades pels tècnics de salut pública tant a parades com al Mercat en general, seguint els formularis que la normativa estableix. En cas de diversos mercats municipals, la suma d'inspeccions de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de parades obertes: nombre total de parades que exerceixen la seva activitat comercial almenys 3 dies a la setmana. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 23,7</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 33</b>

<b>Nombre anual d'hores d'inspecció sanitària per cada 100 parades obertes</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador és una aproximació a les garanties de la qualitat del servei que s'ofereix al mercat en general, a través de les inspeccions sanitàries realitzades.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre anual d'hores d'inspecció sanitària}}{\text{Nombre de parades obertes}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre anual d'hores d'inspecció sanitària: nombre d'hores anuals que dediquen els tècnics de salut pública a fer inspeccions al mercat. En cas de diversos mercats, la suma total d'hores de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de parades obertes: nombre total de parades que exerceixen la seva activitat comercial almenys 3 dies a la setmana. En cas de diversos mercats municipals, la suma de les parades de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 45,6</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 33</b>

### III. Dimensió valors organitzatius/recursos humans

#### Gestionar el servei amb les diverses formes de gestió

<b>% de mercats amb gestió directa (per nombre de mercats)</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura si la prestació del servei es fa mitjançant gestió directa, d'acord amb els capítols 1, 2 i 3 del Títol 6 del Decret 179/1995, de 13 de juny, pel qual s'aprova el Reglament d'Obres, Activitats i Serveis dels ens locals.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de mercats municipals amb gestió directa}}{\text{Nombre de mercats municipals}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de mercats municipals amb gestió directa: Nombre de mercats municipals que es gestionen directament d'acord amb els capítols 1, 2 i 3 del Títol 6 del Decret 179/1995, de 13 de juny, pel qual s'aprova el Reglament d'Obres, Activitats i Serveis dels ens locals. S'entén per gestió directa la que assumeix l'ens local, el qual centralitza el servei i utilitza el personal directament depenent de la mateixa corporació i assumeix el risc derivat de la gestió. S'exclouen els mercats municipals amb gestió indirecta: mercats pels quals s'atorga el servei públic mitjançant concessió que comporta que el concessionari assumeix la gestió i l'explotació del servei, sota el seu propi risc i havent aportat els mitjans personals, materials i tècnics necessaris. També s'exclouen els mercats de venda no sedentària i els mercats de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de mercats municipals: Nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats no sedentaris que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 79,6%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>% de gestió indirecta (per nombre de mercats)</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura si la prestació del servei es fa mitjançant gestió indirecta, d'acord amb els capítols 1, 2 i 3 del Títol 6 del Decret 179/1995, de 13 de juny, pel qual s'aprova el Reglament d'Obres, Activitats i Serveis dels ens locals.	
<i>Nombre de mercats municipals - Nombre de mercats municipals amb gestió directa</i>	
<b>Fórmula de càlcul:</b> _____ x 100 <i>Nombre de mercats municipals</i>	
<b>Variables emprades:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <i>Nombre de mercats municipals:</i> Nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats no sedentaris que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ <i>Nombre de mercats municipals amb gestió directa:</i> Nombre de mercats municipals que es gestionen directament d'acord amb els capítols 1, 2 i 3 del Títol 6 del Decret 179/1995, de 13 de juny, pel qual s'aprova el Reglament d'Obres, Activitats i Serveis dels ens locals.</li> <li>➤ S'entén per gestió directa la que assumeix l'ens local, el qual centralitza el servei i utilitza el personal directament depenent de la mateixa corporació i assumeix el risc derivat de la gestió. S'exclouen els mercats municipals amb gestió indirecta: mercats pels quals s'atorga el servei públic mitjançant concessió que comporta que el concessionari assumeix la gestió i l'explotació del servei, sota el seu propi risc i havent aportat els mitjans personals, materials i tècnics necessaris. També s'exclouen els mercats de venda no sedentària i els mercats de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 20,4%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

**% de treballadors/es municipals respecte el nombre de total de persones ocupades al mercat**
**Explicació del indicador:**

Aquest indicador mesura el nombre de treballadors/es contractats/des directament per l'Ajuntament respecte el total de persones ocupades al servei de mercats. Aquesta informació ens informa del tipus de gestió que hi ha als mercats municipals.

**Fórmula de càlcul:** 
$$\frac{\text{Nombre de treballadors/es municipals al mercat}}{\text{Nombre de treballadors/es municipals al mercat} + \text{Nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat}} \times 100$$

**Variables emprades:**

- Nombre de treballadors/es municipals al mercat: nombre de treballadors/es en plantilla de l'Ajuntament que treballen en la gestió i/o servei del mercat. Els serveis del mercat poden ser destinats a la clientela o a les parades. Són els/les treballadors/es municipals que es pressuposten a través de capítol I (Despeses de personal). S'exclouen els/les treballadors/es contractats/des per les parades en concepte d'atenció a la clientela. S'exclouen, igualment, els/les treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió). Per fer el càlcul dels/les treballadors/es se sumen les hores que hi dediquen tots/es els/les treballadors/es i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com un/a treballador/a. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadors/es ( $220/40=5,5$ ) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadors/es a la casella. En altres paraules, si un mercat només té 1 treballador/a municipal i aquest/a dedica 20 hores a la setmana el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió de  $20/40=0,5$ ). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadors/es a tots els mercats. *Font:* Ajuntaments.
- Nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat: nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió) per a la gestió del servei (els que no es paguen a través de capítol I, és a dir, que no són empleats de l'Ajuntament). S'exclou el personal contractat a través d'una empresa de serveis (exemple: servei de neteja o de seguretat de les instal·lacions). Per fer el càlcul dels treballadors/es se sumen les hores que hi dediquen tots els treballadors/es i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com un/a treballador/a. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadors/es ( $220/40=5,5$ ) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadors/es a la casella). En altres paraules, si un mercat només té 1 treballador/a contractat/da per l'entitat gestora i aquest/a dedica 20 hores a la setmana el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió  $20/40=0,5$ ). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadors/es a tots els mercats. *Font:* Ajuntaments.

**Valor mitjà de l'indicador 2022: 77,4%**
**Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 36**

<b>Preu mig de rescat per any de concessió restant per M<sup>2</sup> de superfície de venda a les parades</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura el preu mig de rescat per any de concessió restant i per M <sup>2</sup> de superfície de venda a les parades que els ajuntaments paguen als operadors dels mercats.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> Preu mig de rescat per any de concessió restant per M <sup>2</sup> de superfície de venda a les parades.	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Preu mig de rescat per any de concessió restant per M<sup>2</sup> de superfície de venda a les parades: preus de rescat per M<sup>2</sup> que l'Ajuntament ofereix als/les paradistes per any que queda per finalitzar la concessió que hi ha entre Ajuntament i el/la paradista. S'utilitzarà com a preu vàlid l'aplicat durant els últims 5 anys. Només s'inclouen els preus de rescat de les parades interiors, per tant, s'exclouen locals exteriors. En cas de no haver efectuat cap rescat en els últims 5 anys no es computarà aquesta variable. En cas de diversos mercats municipals, si hi ha diferències entre ells, es farà la mitjana del preu (suma de preus de rescat dividit per nombre de mercats).</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 98,0	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 2

### Promoure un clima laboral positiu pels/les treballadors/es

<b>% d'hores de baixa sobre total d'hores laborals dels/les treballadors/es municipals al mercat</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura el nombre d'hores laborals anuals que els/les treballadors/es municipals estan de baixa respecte el total d'hores laborals anuals que han de treballar, i pretén ser una aproximació al clima laboral que hi ha als mercats i al grau de satisfacció de les persones empleades.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre d'hores de baixa del treballadors/es municipals}}{\text{Nombre d'hores anuals laborals dels/les treballadors/es municipals}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre d'hores de baixa dels treballadors/es municipals: s'inclou el total d'hores laborals a l'any de baixa (incapacitat temporal) i d'indisposicions, del conjunt de treballadors/es municipals. S'exclouen les hores de baixa per maternitat, ni els permisos i les llicències. S'imputaran les hores que es destinen a desenvolupar tasques del mercat. Per al càlcul d'hores de baixa s'aplicarà el mateix % que s'ha fet servir per calcular el nombre d'hores anuals, és a dir, si un treballador/a dedica 20 hores a la setmana al servei del mercat, doncs representa un 50% de la jornada setmanal, per tant, a l'hora de fer el càlcul d'hores de baixa s'aplicarà un 50% al total d'hores en què un treballador/a ha estat de baixa (per exemple: 1 treballador/a ha tingut 20 hores de baixa a l'any i dedica un 50% de la jornada setmanal a mercats, doncs el valor de la variable serà 10 hores de baixa). En cas de diversos mercats, la suma d'hores de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre d'hores anuals laborals dels/les treballadors/es municipals: nombre d'hores laborals a l'any del conjunt de treballadors/es municipals al mercat. Per al càlcul d'hores se seguirà la mateixa fórmula que s'ha fet servir per calcular el nombre de treballadors/es, (per exemple: 1 treballador/a fa 2.000 hores l'any i dedica un 50% de la jornada setmanal a mercats, doncs el valor de la variable serà 1.000 hores anuals). En cas de diversos mercats, la suma d'hores de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 4,3%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 30

<b>% d'hores de baixa sobre total d'hores laborals dels/les treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b>	
Aquest indicador mesura el nombre d'hores anuals laborals que els treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat estan de baixa respecte el total d'hores anuals laborals que han de treballar, i pretén ser una aproximació al clima laboral que hi ha als mercats i al grau de satisfacció dels seus empleats.	
$\frac{\text{Nombre d'hores de baixa del treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat}}{\text{Nombre d'hores anuals laborals dels/les treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat}} \times 100$	
<b>Fórmula de càlcul:</b>	
<b>Variables emprades:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre d'hores de baixa del treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat: s'inclou el total d'hores laborals a l'any de baixa (incapacitat temporal) i d'indisposicions del conjunt de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del Mercat Municipal (els que no es paguen a través del capítol I dels pressupostos públics, és a dir, que no són empleats/des de l'Ajuntament). S'exclouen les hores de baixa per maternitat, ni els permisos, ni llicències. Per al càlcul d'hores de baixa s'aplicarà el mateix % que s'ha fet servir per calcular el nombre d'hores anuals, és a dir, si un treballador/a dedica 20 hores a la setmana al servei del mercat, doncs representa un 50% de la jornada setmanal, per tant, a l'hora de fer el càlcul d'hores de baixa s'aplicarà un 50% al total d'hores en què un treballador/a ha estat de baixa (per exemple: 1 treballador/a ha tingut 20 hores de baixa a l'any i dedica un 50% de la jornada setmanal a mercats, doncs el valor de la variable serà 10 hores de baixa). En cas de diversos mercats, la suma d'hores de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre d'hores anuals laborals dels/les treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat: nombre d'hores laborals a l'any del conjunt de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat. Per al càlcul d'hores se seguirà la mateixa fórmula que s'ha fet servir per calcular el nombre de treballadors/es, (per exemple: 1 treballador/a fa 2.000 hores l'any i dedica un 50% de la jornada setmanal a mercats, doncs el valor de la variable serà 1.000 hores anuals). En cas de diversos mercats, la suma d'hores de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 0,0%</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 9</b>

<b>Salari brut d'un peó de mercat</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura el salari brut del lloc de treball d'un peó de mercat. És un factor que incideix en la satisfacció dels/es treballadors/a.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> Salari brut d'un peó de mercat municipal.	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Salari brut d'un peó de mercat: salari brut anual d'un peó de mercat a jornada completa (sou base + complement de destí + complement específic) d'acord amb les dedicacions horàries base o estàndard de cada Ajuntament, sense considerar els complements salarials personals i els relacionats amb els conceptes de prolongació de jornada, nocturnitat i/o festivitats, antiguitat i els complements personals transitoris. En cas de gestió indirecta, cal demanar a la concessionària el salari brut d'un peó de mercat. <i>Font:</i> en cas de gestió directa i disponibilitat de dades la font és "l'Estudi de les Retribucions de Personal" de la Diputació de Barcelona, a partir de les dades facilitades per part dels departaments de recursos humans dels municipis respectius; en altres casos, la dada ha estat facilitada pels Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 20.822,1€	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 20

<b>Nombre d'hores anuals laborals de peó de mercat i treballadors/es de neteja per 100 M² de superfície total</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura el nombre d'hores anuals que els peons de mercat i els/les treballadors/es de neteja dediquen al mercat municipal. És una aproximació a l'esforç que es fa des del mercat per al manteniment i bon funcionament del mercat.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre d'hores laborals de peó de mercat i treballadors/es de neteja}}{\text{M}^2 \text{ de superfície total}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre d'hores laborals de peó de mercat i de treballadors/es de neteja: nombre d'hores laborals a l'any pels/les peons de mercat i treballadors/es de neteja (ja siguin municipals o siguin contractats/des per l'entitat gestora del mercat). S'inclouen les hores que dedica una empresa subcontractada per fer la neteja del mercat, és a dir, quan es contracta un servei extern. En cas de diversos mercats, la suma d'hores de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ M² de superfície total: suma de tots els espais que constitueixen un mercat municipal. S'inclouen les zones de venda, càrrega, magatzem i cambres, i altres superfícies (passadissos, aparcament, accessos, espais morts, etc.), sempre i quan siguin d'ús exclusiu del mercat o formin part de la superfície construïda del mercat (en M²). S'exclouen els serveis o equipaments aliens al mercat. En cas de diversos mercats municipals, la superfície total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 94,6	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 34

## Grau d'acompliment de la normativa

<b>Nombre d'expedients sancionadors per mercat</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador recull el nombre d'expedients sancionadors per mercat que s'inicien des de l'autoritat competent. Es pretén mesurar el grau d'acompliment de la normativa aplicable al servei de mercats.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre d'expedients sancionadors}}{\text{Nombre de mercats municipals}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre d'expedients sancionadors: nombre anual (any en estudi) de procediments administratius iniciats per l'autoritat competent en vistes a sancionar l'incompliment de la normativa (reglament dels mercats, normativa sanitària, etc.). En cas de diversos mercats, la suma d'expedients de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de mercats municipals: nombre del conjunt d'establiments minoristes independents, fonamentalment d'alimentació perible, agrupats en un edifici de titularitat pública i normalment d'ús exclusiu, que tenen serveis comuns i que requereixen una gestió de funcionament també comuna, segons les fórmules jurídiques establertes en la legislació de règim local. S'exclouen els mercats ambulants que s'instal·len amb una periodicitat setmanal i generalment a l'aire lliure, i també aquelles fórmules comercials similars als mercats municipals però de titularitat privada. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 0,2	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 35

<b>% d'expedients executats sobre expedients sancionadors</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador reflexa el nombre d'expedients sancionadors que un cop iniciats acaben amb l'aplicació d'una sanció efectiva. Pretén mesurar el grau d'acompliment de la normativa.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre d'expedients executats}}{\text{Nombre d'expedients sancionadors}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre d'expedients executats: nombre d'expedients sancionadors anuals que s'han executat i que per tant han implicat una sanció. En cas que un expedient s'executi l'any següent a l'any en què s'inicia, aquest s'imputarà com a expedient executat (per exemple si un expedient s'inicia el novembre /desembre i no es resol fins el febrer /març aquest expedient executat pertany a l'any anterior). En cas de diversos mercats, la suma d'expedients a tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre d'expedients sancionadors: nombre anual (any en estudi) de procediments administratius iniciats per l'autoritat competent en vistes a sancionar l'incompliment del reglament dels mercats. En cas de diversos mercats, la suma d'expedients a tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 54,5%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 5



## Millorar les habilitats dels/les treballadors/es

<b>Hores anuals de formació realitzades per persona ocupada al mercat</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura el total de formació que els treballadors/es del servei de mercat han rebut i han realitzat durant l'any i pretén ser una aproximació a l'esforç que fan els treballadors/es i l'Ajuntament o entitat gestora per millorar les habilitats.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Hores de formació anuals realitzades per persones ocupades al mercat}}{\text{Nombre de treballadors/es municipals al mercat} + \text{Nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat.}}$	
<b>Variables emprades:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hores de formació anuals realitzades per persones ocupades al mercat: suma total d'hores anuals de formació, ja siguin ofertes pel sector públic o pel sector privat, realitzades (en les que hi ha constància, les que han estat realitzades pels treballadors/es) per persones ocupades al mercat (treballadors/es municipals i treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora). Els cursos han d'estar relacionats amb el desenvolupament d'habilitats i capacitats que siguin útils per a la realització de la seva feina. S'exclou la formació a paradistes. En cas de diversos mercats, la suma d'hores de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de treballadors/es municipals al mercat: nombre de treballadors/es en plantilla de l'Ajuntament que treballen en la gestió i/o servei del mercat. Els serveis del mercat poden ser destinats a la clientela o a les parades. Són els/les treballadors/es municipals que es pressuposten a través de capítol I (Despeses de personal). S'exclouen els/les treballadors/es contractats/des per les parades en concepte d'atenció a la clientela. S'exclouen, igualment, els/les treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió). Per fer el càlcul dels/les treballadors/es se sumen les hores que hi dediquen tots/es els/les treballadors/es i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com un/a treballador/a. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadors/es (<math>220/40=5,5</math>) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadors/es a la casella. En altres paraules, si un mercat només té 1 treballador/a municipal i aquest/a dedica 20 hores a la setmana el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió de <math>20/40=0,5</math>). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadors/es a tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat: nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió) per a la gestió del servei (els que no es paguen a través de capítol I, és a dir, que no són empleats de l'Ajuntament). S'exclou el personal contractat a través d'una empresa de serveis (exemple: servei de neteja o de seguretat de les instal·lacions). Per fer el càlcul dels treballadors/es se sumen les hores que hi dediquen tots els treballadors/es i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com un/a treballador/a. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadors/es (<math>220/40=5,5</math>) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadors/es a la casella). En altres paraules, si un mercat només té 1 treballador/a contractat/da per l'entitat gestora i aquest/a dedica 20 hores a la setmana el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió <math>20/40=0,5</math>). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadors/es a tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 13,0	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 35

<b>% de persones ocupades al mercat assistents a cursos</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura la quantitat de persones ocupades al mercat que fan un ús efectiu de la formació que se'ls ofereix.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Persones ocupades al mercat assistents a cursos}}{\text{Nombre de treballadors/es municipals al mercat} + \text{Nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat.}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Persones ocupades al mercat assistents a cursos: és el nombre de persones ocupades al mercat, és a dir, la suma de treballadors/es municipals al mercat i de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora al mercat, que han assistit als cursos formatius organitzats pel sector públic o pel sector privat, en l'any d'anàlisi. Els cursos han d'estar relacionats amb el desenvolupament d'habilitats i capacitats que siguin útils per a la realització de la seva feina. Per al càlcul de persones es farà servir el mateix criteri que pel càlcul del nombre de treballadors/es municipals al mercat, per tant, si 1 treballador fa formació però només dedica un 50% de la jornada al servei de mercats, en aquest cas s'imputarà 0,5 persones i no 1 persona. En cas de diversos mercats municipals, la suma total de persones ocupades al mercat que han assistit a cursos. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de treballadors/es municipals al mercat: nombre de treballadors/es en plantilla de l'Ajuntament que treballen en la gestió i/o servei del mercat. Els serveis del mercat poden ser destinats a la clientela o a les parades. Són els/les treballadors/es municipals que es pressuposten a través de capítol I (Despeses de personal). S'exclouen els/les treballadors/es contractats/des per les parades en concepte d'atenció a la clientela. S'exclouen, igualment, els/les treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió). Per fer el càlcul dels/les treballadors/es se sumen les hores que hi dediquen tots/es els/les treballadors/es i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com un/a treballador/a. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadors/es (220/40=5,5) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadors/es a la casella. En altres paraules, si un mercat només té 1 treballador/a municipal i aquest/a dedica 20 hores a la setmana el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió de 20/40=0,5). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadors/es a tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat: nombre de treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió) per a la gestió del servei (els que no es paguen a través de capítol I, és a dir, que no són empleats de l'Ajuntament). S'exclou el personal contractat a través d'una empresa de serveis (exemple: servei de neteja o de seguretat de les instal·lacions). Per fer el càlcul dels treballadors/es se sumen les hores que hi dediquen tots els treballadors/es i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com un/a treballador/a. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadors/es (220/40=5,5) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadors/es a la casella). En altres paraules, si un mercat només té 1 treballador/a contractat/da per l'entitat gestora i aquest/a dedica 20 hores a la setmana el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió 20/40=0,5). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadors/es a tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 54,9%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 35

<b>% de treballadors/es de les parades assistents a cursos</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura la quantitat de treballadors/es de les parades que fan formació. L'indicador pretén ser una aproximació a l'esforç que fan els/les paradistes per millorar les seves habilitats i la dels/les seus/seves empleats/des.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre total de treballadors/es a les parades que assisteixen a cursos}}{\text{Nombre total de treballadors/es de les parades}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre total de treballadors/es a les parades que assisteixen a cursos: nombre total de treballadors/es a les parades (encarregats/des de les parades + persones dedicades a l'atenció al públic dins les parades) que han assistit als cursos formatius organitzats pel sector públic o privat en l'any d'anàlisi. Els cursos han d'estar relacionats amb el desenvolupament d'habilitats i capacitats que siguin útils per a la realització de la seva feina. En cas de diversos mercats municipals, la suma del total de treballadors a les parades de cada mercat. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Nombre de treballadors/es de les parades: nombre total de treballadors/es de les parades (encarregats/es de les parades + persones dedicades a l'atenció al públic) que treballen els dissabtes pel matí (entre les 10:00h i les 14:00h). Per fer el càlcul es farà un dissabte d'una setmana estàndard (setmana de maig o d'octubre). En cas de diversos mercats municipals, la suma del total de treballadors/es de les parades de cada mercat. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 8,1%</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 30</b>

## Promoure la Responsabilitat Social

<b>% de dones respecte el total de treballadors/es al mercat municipal</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador determina la quantitat de treballadors/es que són dones respecte el total de treballadors/es municipals del servei de mercats.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Nombre de treballadores municipals al mercat (que són dones)}}{\text{Nombre total de treballadors/es municipals al mercat}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de treballadores municipals al mercat (que són dones): nombre de treballadores (dones) en plantilla de l'Ajuntament que treballen en la gestió i/o servei del mercat. Els serveis del mercat poden ser destinats a la clientela o a les parades. Són les treballadores municipals que es pressuposten a través de capítol I (Despeses de personal). S'exclouen les treballadores contactades per les parades en concepte d'atenció a la clientela. S'exclouen igualment, treballadores contractades per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió). (Per fer el càlcul de les treballadores es sumen les hores que hi dediquen totes les treballadores i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com una treballadora. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadores (220/40=5,5) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadores a la casella). En altres paraules, si un mercat només té 1 treballadora municipal i aquesta dedica 20 hores a la setmana el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió de 20/40=0,5). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadores a tots els mercats.</li> <li>➤ Nombre total de treballadors/es municipals al mercat: nombre de treballadors/es en plantilla de l'Ajuntament que treballen en la gestió i/o servei del mercat. Els serveis del mercat poden ser destinats a la clientela o a les parades. Són els treballadors municipals que es pressuposten a través de capítol I (Despeses de personal). S'exclouen treballadors/es contactats/des per les parades en concepte d'atenció a la clientela. S'exclouen igualment, treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió). (Per fer el càlcul dels treballadors/es es sumen les hores que hi dediquen tots els treballadors/es i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com un treballador/a. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadors/es (220/40=5,5) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadors/es a la casella). En altres paraules, si un mercat només té 1 treballador/a municipal i aquest/a dedica 20 hores a la setmana, el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió de 20/40=0,5). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadors a tots els mercats.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 33,8%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 32

<b>% de dones comandament respecte al total de comandaments</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b>	
Aquest indicador determina la quantitat de treballadores que són dones i comandament respecte el total de treballadores de l'organització interna del mercat, sense comptar les treballadores de les parades.	
$\text{Fórmula de càlcul: } \frac{\text{Nombre de Treballadores municipals al mercat que són dones i comandament}}{\text{Nombre de Treballadors/es municipals al mercat que són comandaments}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Nombre de treballadores (dones que són comandament) en plantilla de l'ajuntament que treballen en la gestió i/o servei del mercat. Els serveis del mercat poden ser destinats a la clientela o a les parades. Són les treballadores municipals (dones comandament) que es pressuposten a través de capítol I (Despeses de personal). S'exclouen les treballadores contractades per les parades en concepte d'atenció a la clientela. S'exclouen igualment, treballadores contractades per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió). (Per fer el càlcul de les treballadores comandament es sumen les hores que hi dediquen totes les treballadores comandament i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com una treballadora. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadores (220/40=5,5) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadores a la casella). En altres paraules, si un mercat només té 1 treballadora municipal comandament i aquesta dedica 20 hores a la setmana el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió de 20/40=0,5). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadores a tots els mercats.</li> <li>➤ Nombre de treballadors/es en plantilla de l'ajuntament que treballen en la gestió i/o servei del mercat i que són comandaments. Els serveis del mercat poden ser destinats a la clientela o a les parades. Són els treballadors municipals que es pressuposten a través de capítol I (Despeses de personal) i que són comandaments. S'exclouen treballadors/es contractats/des per les parades en concepte d'atenció a la clientela. S'exclouen igualment, treballadors/es contractats/des per l'entitat gestora del mercat municipal (ja sigui a través d'una empresa pública o de les altres formes de gestió previstes per la llei o bé a través de l'associació de concessionaris sigui quina sigui la forma de gestió). (Per fer el càlcul dels treballadors/es comandament es sumen les hores que hi dediquen tots els treballadors/es que són comandament i cada 40 hores de treball a la setmana s'imputa com un treballador/a. Exemple: 220 hores a la setmana serien 5,5 treballadors/es (220/40=5,5) i, per tant, s'imputaran 5,5 treballadors/es a la casella). En altres paraules, si un mercat només té 1 treballador/a municipal que sigui comandament i aquest/a dedica 20 hores a la setmana, el valor de la variable serà 0,5 (resultat de la divisió de 20/40=0,5). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins el 31 de desembre de l'any en estudi. En cas de diversos mercats, la suma total de treballadors comandament a tots els mercats.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 53,1%</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 25</b>

## IV. Dimensió econòmica

### Disposar dels recursos adequats

<b>Despesa corrent del servei per habitant</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura la despesa corrent per habitant, és a dir, la despesa mitjana del servei de mercat per habitant.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Despeses corrents del servei de mercat}}{\text{Habitants}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Despeses corrents del servei de mercat: despeses (obligacions reconegudes) del capítol 1 (Personal, inclosa la Seguretat Social), 2 (Béns i serveis) i 4 (Transferències corrents) destinades al Servei de Mercats. En el cas de gestió indirecta, s'inclouen les despeses de l'entitat gestora (compte d'explotació, excloses les amortitzacions i les despeses financeres). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Habitants: és el nombre de persones empadronades en el municipi a 1 de gener de l'any en estudi. <i>Font:</i> Instituto Nacional de Estadística i Institut d'Estadística de Catalunya.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 5,9€</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 32</b>

<b>% de la despesa corrent del servei de mercat sobre el pressupost corrent municipal</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador calcula el percentatge que representa la despesa corrent del servei de mercat sobre el total de les despeses corrents de l'Ajuntament. Mostra la disponibilitat de recursos per a la gestió del mercat, entesa com el pes del servei en la despesa municipal.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Despeses corrents del servei de mercat}}{\text{Despeses corrents del Pressupost Municipal}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Despeses corrents del servei de mercat: despeses (obligacions reconegudes) del capítol 1 (Personal, inclosa la Seguretat Social), 2 (Béns i serveis) i 4 (Transferències corrents) destinades al Servei de Mercats. En el cas de gestió indirecta, s'inclouen les despeses de l'entitat gestora (compte d'explotació, excloses les amortitzacions i les despeses financeres). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Despeses corrents del Pressupost Municipal: inclou les despeses (obligacions reconegudes) dels capítols 1 (Personal, inclosa la Seguretat Social), 2 (Béns i serveis), 3 (Interessos) i 4 (Transferències Corrents) del pressupost municipal consolidat de l'any en estudi (s'inclou l'Ajuntament, els organismes autònoms i no s'inclouen les empreses municipals). <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 0,6%</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 32</b>

## Finançar adequadament el servei

% d'autofinançament per taxes, preus públics o quotes d'associacions de paradistes	
<p><b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra el percentatge de les despeses corrents del mercat que són finançades amb taxes, preus públics, o bé, amb les quotes de les associacions de paradistes. És una valoració del pes dels ingressos aportats pels usuaris/es (paradistes) en el finançament del servei i una mostra del grau d'autofinançament del servei de mercat.</p>	
<p><b>Fórmula de càlcul:</b> <math display="block">\frac{\text{Ingressos per taxes, preus públics i quotes d'associacions de paradistes}}{\text{Despeses corrents del servei de mercat}} \times 100</math></p>	
<p><b>Variables emprades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ingressos per taxes, preus públics o quotes d'associacions de paradistes: ingressos (drets reconeguts) del capítol 3 (Taxes, preus públics i altres ingressos). En el cas de gestió indirecta, s'inclouen els ingressos de l'entitat gestora, quotes d'associacions de paradistes, quotes de concessió de parades, ingressos dels paradistes, etc. (compte d'explotació). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Despeses corrents del servei de mercat: despeses (obligacions reconegudes) del capítol 1 (Personal, inclosa la Seguretat Social), 2 (Béns i serveis) i 4 (Transferències corrents) destinades al Servei de Mercats. En el cas de gestió indirecta, s'inclouen les despeses de l'entitat gestora (compte d'explotació, excloses les amortitzacions i despeses financeres). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 72,0%</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 31</b>

% de finançament per aportacions d'altres institucions	
<p><b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador recull el percentatge de les despeses corrents dels mercats municipals que són finançades amb aportació d'altres institucions. És una valoració del pes dels ingressos procedents d'institucions diferents de la municipal i una mostra del grau d'autofinançament del servei de mercat.</p>	
<p><b>Fórmula de càlcul:</b> <math display="block">\frac{\text{Aportacions d'altres institucions}}{\text{Despeses corrents del servei de mercat}} \times 100</math></p>	
<p><b>Variables emprades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aportacions d'altres institucions: ingressos (drets reconeguts) del capítol IV (Transferències corrents) d'altres institucions: DIUE (Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya), Diputació de Barcelona, etc. Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. S'exclouen les transferències de l'Ajuntament a l'organisme autònom ni a la concessionària. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Despeses corrents del servei de mercat: despeses (obligacions reconegudes) del capítol 1 (Personal, inclosa la Seguretat Social), 2 (Béns i serveis) i 4 (Transferències corrents) destinades al Servei de Mercats. En el cas de gestió indirecta, s'hi inclouen les despeses de l'entitat gestora (compte d'explotació, excloses les amortitzacions i despeses financeres). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 1,5%</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 30</b>



% de finançament per part de l'Ajuntament	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador estableix el percentatge de les despeses corrents del servei de mercat que són finançades amb aportació municipal. L'indicador reflecteix al grau de finançament municipal del servei.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Aportació de l'Ajuntament}}{\text{Despeses corrents del servei de mercat}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aportació de l'Ajuntament: s'obté com a resultat de l'operació següent: Despeses corrents del servei - Ingressos per taxes i preus públics - Aportacions d'altres institucions.</li> <li>➤ Despeses corrents del servei de mercat: despeses (obligacions reconegudes) del capítol 1 (Personal, inclosa la Seguretat Social), 2 (Béns i serveis) i 4 (Transferències corrents) destinades al Servei de Mercats. En el cas de gestió indirecta, s'hi inclouen les despeses de l'entitat gestora (compte d'explotació, excloses les amortitzacions i despeses financeres). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 26,6%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 31

### Gestionar adequadament els recursos

Despesa de manteniment per M <sup>2</sup> de superfície total	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra el cost unitari de la despesa de manteniment que es fa al mercat per M <sup>2</sup> de superfície total. Aquest indicador mesura la qualitat de les instal·lacions i dels serveis que hi ha al mercat.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Despesa de manteniment}}{\text{M}^2 \text{ de superfície total}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Despesa de manteniment: despesa (any en estudi) feta per qualsevol dels col·lectius implicats en la gestió del mercat en activitats destinades a conservar la qualitat dels serveis i de les instal·lacions del mercat. S'inclouen les despeses de manteniment i conservació d'infraestructures, edificis i locals, maquinària, material de transport i altre immobilitzat material. En els pressupostos públics correspon a capítol II, article 21 de la classificació econòmica (Ordre 20-09-1998 del Ministeri d'Economia i Hisenda). S'exclouen el manteniment individual de cada parada, és a dir, no entren les despeses dels/les paradistes. En cas de diversos mercats, la despesa total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície total: suma de tots els espais que constitueixen un mercat municipal. S'inclou les zones de venda, càrrega, magatzem i cambres, i altres superfícies (passadissos, aparcament, accessos, espais morts, etc.), sempre i quan siguin d'ús exclusiu del mercat o formin part de la superfície construïda del mercat (en M<sup>2</sup>). S'exclouen serveis o equipaments aliens al mercat. En cas de diversos mercats municipals, la superfície total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 10,0€	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 33



<b>Despesa de subministraments per M<sup>2</sup> de superfície total</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra el cost unitari de la despesa en subministraments que es fa al mercat per M <sup>2</sup> de superfície total. Aquest indicador mesura la bona gestió dels recursos disponibles al mercat.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Despesa de subministraments}}{\text{M}^2 \text{ de superfície total}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Despesa de subministraments: despesa (any en estudi) feta per qualsevol dels col·lectius implicats en la gestió del mercat en proveir subministraments per al mercat (aigua, llum, telèfon, gas, etc.). En els pressupostos públics correspon al capítol II, article 22 de la classificació econòmica (Ordre 20-09-1998 del Ministeri d'Economia i Hisenda). S'exclouen les despeses dels/les paradistes. En cas de diversos mercats, la despesa total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície total: suma de tots els espais que constitueixen un mercat municipal. S'inclou les zones de venda, càrrega, magatzem i cambres, i altres superfícies (passadissos, aparcament, accessos, espais morts, etc.), sempre i quan siguin d'ús exclusiu del mercat o formin part de la superfície construïda del mercat (en M<sup>2</sup>). S'exclouen serveis o equipaments aliens al mercat. En cas de diversos mercats municipals, la superfície total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 18,9€	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 32

<b>% de la despesa en personal sobre la despesa corrent del servei de mercats</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra el percentatge de despesa en personal en relació amb la despesa corrent del servei. L'indicador pretén mesurar el pes de la despesa en personal sobre el total de despeses corrents del servei.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Despesa de personal}}{\text{Despesa corrent del servei de mercat}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Despesa de personal: despeses (obligacions reconegudes) del capítol 1 (Personal, inclosa la Seguretat Social). En el cas de gestió indirecta, s'inclouen les despeses de personal de l'entitat gestora (compte d'explotació). Es comptabilitza el personal directament relacionat amb el servei. Imputar per hores de treball que dedica cada treballador al servei de mercats (calcular el % de despesa que implica cada treballador/a segons el sou per conveni i hores de treball que aquest dedica al servei de mercats). S'exclouen les despeses dels/les empleats/les de serveis externalitzats. Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Despesa corrent del servei de mercat: despeses (obligacions reconegudes) del capítol 1 (Personal, inclosa la Seguretat Social), 2 (Béns i serveis) i 4 (Transferències corrents) destinades al Servei de Mercats. En el cas de gestió indirecta, s'inclouen les despeses de l'entitat gestora (compte d'explotació, excloses les amortitzacions i les despeses financeres). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 30,4%	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 31

<b>% de la despesa en accions de dinamització sobre la despesa corrent del servei de mercats</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra el percentatge de recursos que es dediquen a impulsar accions de dinamització en relació amb la despesa corrent del servei i és una aproximació a la importància que es dona a la promoció del mercat.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Despesa en accions de dinamització}}{\text{Despesa corrent del servei de mercats}} \times 100$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Despesa en accions de dinamització: despesa anual (any en estudi) feta per qualsevol dels col·lectius implicats en la gestió del mercat destinada a potenciar l'activitat del mercat. La despesa inclou les activitats següents: 1. Promocions de productes territorials, 2. Jornades gastronòmiques, 3. Elaboració de receptaris de cuina, 4. Exposicions de temes relacionats amb el mercat, 5. Sorteig de regals promocionals, 6. Campanyes vinculades a dates assenyalades com Carnestoltes, Nadal, Castanyada, etc. 7. Falques de ràdio i/o televisió, 8. Anuncis en premsa escrita. Només es podran comptabilitzar les accions que s'emmarquin en alguna de les 8 categories anteriors. En cas de diversos mercats, la despesa total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Despesa corrent del servei de mercats: despeses (obligacions reconegudes) del capítol 1 (Personal, inclosa la Seguretat Social), 2 (Béns i serveis) i 4 (Transferències corrents) destinades al Servei de Mercats. En el cas de gestió indirecta, s'inclouen les despeses de l'entitat gestora (compte d'explotació, excloses les amortitzacions i les despeses financeres). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 6,3%</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 31</b>

### Oferir el servei a uns costos unitaris adequats

<b>Despesa corrent del servei de mercats per M<sup>2</sup> de superfície total</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra el cost unitari de la despesa corrent del servei de mercats per M <sup>2</sup> de superfície total.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Despesa corrent del servei}}{\text{M}^2 \text{ de superfície total}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Despeses corrents del servei de mercat: despeses (obligacions reconegudes) del capítol 1 (Personal, inclosa la Seguretat Social), 2 (Béns i serveis) i 4 (Transferències corrents) destinades al Servei de Mercats. En el cas de gestió indirecta, s'inclouen les despeses de l'entitat gestora (compte d'explotació, excloses les amortitzacions i les despeses financeres). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ M<sup>2</sup> de superfície total: suma de tots els espais que constitueixen un mercat municipal. S'inclouen les zones de venda, càrrega, magatzem i cambres, i altres superfícies (passadissos, aparcament, accessos, espais morts, etc.), sempre i quan siguin d'ús exclusiu del mercat o formin part de la superfície construïda del mercat (en M<sup>2</sup>). S'exclouen els serveis o equipaments aliens al mercat. En cas de diversos mercats municipals, la superfície total de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 55,6€</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 32</b>

<b>Despesa corrent del servei per hora d'obertura anual del mercat</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador és una aproximació al cost unitari (per hora) que implica l'obertura de les instal·lacions del mercat.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Despesa corrent del servei}}{\text{Hores d'obertura anual del mercat}}$	
<b>Variables emprades:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Despesa corrent del servei de mercat: despeses (obligacions reconegudes) del capítol 1 (Personal, inclosa la Seguretat Social), 2 (Béns i serveis) i 4 (Transferències corrents) destinades al Servei de Mercats. En el cas de gestió indirecta, s'inclouen les despeses de l'entitat gestora (compte d'exploració, excloses les amortitzacions i despeses financeres). Aquestes dades corresponen a l'any natural, des de l'1 de gener fins a 31 de desembre de l'any en estudi. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> <li>➤ Hores d'obertura anual del mercat: sumatori del total d'hores d'obertura anual del mercat. Per realitzar el càlcul es comptaran les hores en què el mercat està obert per setmana estàndard (una setmana de maig o octubre en què no hi hagi un dia de festa) i es multiplicarà per 52 setmanes que té l'any. En cas de diversos mercats municipals, la suma d'hores d'obertura anual de tots els mercats. <i>Font:</i> Ajuntaments.</li> </ul>	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022: 80,5€</b>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.): 32</b>

## V. Entorn

<b>Nombre de mercats municipals</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mostra el nombre de mercats per municipi.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> <i>Mercats dels Municipis participants</i>	
<b>Variables emprades:</b> ➤ Nombre de mercats: nombre de mercats municipals que té cada municipi. <i>Font:</i> Ajuntaments.	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 1,5	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>Població</b>	
<b>Explicació del indicador:</b> Aquest indicador mesura indica la grandària d'un municipi en termes de habitants.	
<b>Fórmula del càlcul:</b> <i>Habitants</i>	
<b>Variables emprades:</b> ➤ Habitants: és el nombre de persones empadronades en el municipi a 1 de gener de l'any en estudi. <i>Font:</i> Instituto Nacional de Estadística i Institut d'Estadística de Catalunya.	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 53.863,3	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>Densitat de població</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura com de dens és globalment un municipi en el seu territori.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Habitants}}{\text{Superfície municipal}}$	
<b>Variables emprades:</b> ➤ Habitants: és el nombre de persones empadronades en el municipi a 1 de gener de l'any en estudi. <i>Font:</i> Instituto Nacional de Estadística i Institut d'Estadística de Catalunya. ➤ Superfície Municipal: extensió del municipi en quilòmetres quadrats. <i>Font:</i> Instituto Nacional de Estadística i Institut d'Estadística de Catalunya.	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 2.522,0 hab./km <sup>2</sup>	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36

<b>Renda per càpita</b>	
<b>Explicació de l'indicador:</b> Aquest indicador mesura com de ric és globalment un municipi.	
<b>Fórmula de càlcul:</b> $\frac{\text{Renda familiar bruta disponible}}{\text{Habitants}}$	
<b>Variables emprades:</b> ➤ Renda familiar bruta disponible: renda municipal. <i>Font:</i> Diputació de Barcelona (SIEM, Elaboració pròpia). ➤ Habitants: és el nombre de persones empadronades en el municipi a 1 de gener de l'any en estudi. <i>Font:</i> Instituto Nacional de Estadística i Institut d'Estadística de Catalunya.	
<b>Valor mitjà de l'indicador 2022:</b> 17.170,7€	<b>Municipis participants (majors de 10.000 hab.):</b> 36





**Diputació  
Barcelona**

Àrea de Comerç, Consum  
i Salut Pública

**Gerència de Serveis de Comerç**  
Recinte Maternitat. Pavelló Central  
Travessera de les Corts, 131-159  
08028 Barcelona  
Tel. 934 049 296  
o.mercatsfl@diba.cat  
[www.diba.cat/web/comerc/cercles](http://www.diba.cat/web/comerc/cercles)



**Diputació  
Barcelona**

Àrea de Serveis Generals  
i Transició Digital

**Direcció de Serveis de Planificació Econòmica  
Servei de Programació**  
Edifici Can Serra  
Rambla de Catalunya, 126, 5è  
08008 Barcelona  
Tel. 934 022 237  
s.programacio@diba.cat  
[www.diba.cat/web/menugovernlocal/cci](http://www.diba.cat/web/menugovernlocal/cci)