

DIAGNOSI, NOVES TENDÈNCIES I NECESSITATS FORMATIVES AL SECTOR COMERÇ I RESTAURACIÓ DE LA CIUTAT DE BARCELONA

OBSERVATORI DE L'FP

MARÇ 2021



8 RESUM EXECUTIU

A aquest estudi es realitza una radiografia de la situació actual al comerç i la restauració a la ciutat de Barcelona i el seu context immediat de l'AMB, així com s'identifiquen les necessitats de competències i perfils professionals en relació a la transformació digital i noves tendències a aquests sectors. L'objectiu principal és aportar elements significatius pel disseny d'accions formatives. Alhora, l'estudi ofereix informació de primera mà sobre les tendències, necessitats actuals i de futur dels sectors. A les conclusions s'incorpora una proposta d'intervencions i iniciatives públiques que, més enllà de l'oferta formativa, puguin ajudar a potenciar el petit comerç i la restauració al context advers actual.

L'Ajuntament de Barcelona identifica el sector comercial i l'hoteleria/turisme com dos dels sectors estratègics de la ciutat. Des dels inicis, ja es preveia que la crisi de la COVID-19 tindria un fort impacte a curt termini en aquests sectors. A llarg termini, s'apunta que molts dels canvis viscuts durant la pandèmia (digitalització, teletreball, serveis a la persona, salut i seguretat en l'empresa) es mantindran al sistema de producció de béns i serveis.

CONTINGUTS DE L'ESTUDI



Anàlisi de la situació actual/noves tendències



Situació del mercat de treball / impacte de la crisi de la COVID-19



Demandes dels actors comercials i hotelers (enquestes i entrevistes)



Recomanacions i propostes d'acció formatives



Recomanacions i propostes d'acció pública

El sector del comerç i les noves tendències



EL COMERÇ A BCN

12,8% del PIB

21% de pes al teixit empresarial

Els grans establiments comercials i el comerç electrònic estan fent desaparèixer progressivament el comerç de proximitat en determinats segments i àrees, esdevenint una amenaça amb un impacte negatiu multidimensional.

Cal prestar una atenció especial a algunes de les tendències que s'han anat desenvolupant al sector comercial als darrers anys, tant des de la part de la

demanda com des de l'organització empresarial. La venda online i la seva integració com a canal alternatiu (omnicanalitat) és una de les grans innovacions i reptes actuals del sector del comerç, així com la innovació tecnològica per facilitar informació als gestors i gestores de les empreses comercials. Tanmateix, trobem importants tendències en quant a les preferències dels consumidors, així com noves propostes per atraure i fidelitzar clientela.

Tendències al comerç:

■ Noves tecnologies:

Comerç electrònic

El comerç electrònic ha experimentat una ràpida expansió a escala mundial. A Catalunya, un 24'9% d'empreses realitzen vendes per internet (un 6'3% al cas de les microempreses amb menys de 10 treballadors/es). Amb l'impacte de les mesures contra la COVID-19 el comerç electrònic va experimentar un impuls enorme.

Millores tecnològiques a la botiga física

Han sorgit nombroses noves tecnologies que es relacionen amb la venda a la botiga física. La presència a internet també és molt important simplement per mostrar els productes, donat que una tercera part de la població catalana busca informació a internet abans de comprar a la botiga física.

■ Sensibilitat ambiental

Lligat amb els nous estils de vida, hi ha una preocupació al món del comerç sobre "com es fan les coses" i "què hi ha al darrere del preu d'un producte", per exemple vinculat al comerç just, la sostenibilitat o el compromís amb el medi ambient.

■ Comerç just

El comerç just cerca aconseguir unes relacions comercials més equitatives entre els països enriquits del Nord i els països empobrits del Sud del planeta, promovent principalment salaris i condicions laborals dignes per als productors, protecció dels drets fonamentals, igualtat de gènere, promoció del desenvolupament local, rebutjar l'explotació infantil o respectar el medi ambient.

■ Experiències al punt de venda

Generar experiències al comerç físic significa promoure un vincle amb el client, fent al·lusió als múltiples impactes o sensacions que pot percebre. Hi ha diferents elements relacionats amb aquesta creació d'experiències a les botigues: l'escenari o la teatralitat, l'entreteniment, la provisió de serveis addicionals, la personalització, l'aprenentatge, l'autenticitat o les sinèrgies amb altres actors.

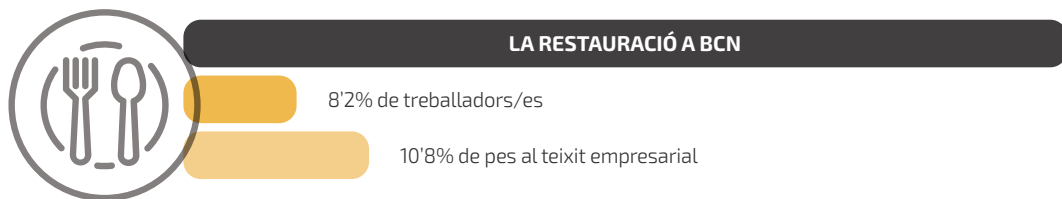
■ Multicanalitat i procés de canvi

Totes aquestes tendències apunten a que el futur del comerç està en la multiexperiència i la multicanalitat, incorporant l'ús de tecnologies de la informació per dinamitzar el sector i integrar la venda online i offline, així com treballar l'experiència de la compra.



El sector de la restauració i les noves tendències

El sector de la restauració aglutina el 8'2% de les persones que treballen a Barcelona, així com el 10'8% del teixit empresarial de la ciutat.



En quant a les innovacions tecnològiques i en servei relatives a la restauració, destaquen aquelles enfocades a l'accessibilitat i omnicanalitat de l'establiment: menjar per emportar, reserves online i entrega a domicili. Per la seva banda, les innovacions purament tecnològiques (dispositius mòbils, pantalles tàctils o codis de barres en la carta), uns anys enrere en tenien un pes molt menor.

Tendències a la restauració:

■ Tipus de productes (saludables, de proximitat...)

Les tendències alimentàries apunten cap a un augment del consum de productes frescos i de proximitat, la valoració dels productes "reals" (sense sucres, additius, conservants...), un major consum d'informació sobre els aliments i els seus efectes en al salut, així com l'aparició de la figura del coaching nutricional.

■ Consum ecològic

El consum ecològic esdevé cada cop més rellevant, donat l'increment de la demanda dels consumidors, altament qualificada i no satisfeta.

■ Menjar a domicili

Als darrers anys, cada cop més establiments ofereixen un servei de presa de comanda online i entrega a domicili. L'impacte de la COVID-19 ha potenciat encara més aquesta tendència.

■ Serveis tecnològics

Entre els serveis tecnològics més recurrents a la restauració hi trobem els sistemes online per fer reserves o gestionar les comandes per emportar o a domicili, la presentació de la carta, així com la informatització del servei comptable.

Mercat de treball i crisi de la COVID-19

El punt de partida del sector del comerç i la restauració a Barcelona abans de l'impacte de la crisi de la COVID-19 no era gaire favorable: empreses petites amb poc múscul econòmic i financer per poder tancar l'activitat (amb l'excepció de les grans cadenes de distribució alimentària i comercial), baixa tecnificació de les persones treballadores, tancament de locals i desertització d'espais i grans superfícies comercials.

El procés de digitalització està tenint un gran impacte en molts sentits a l'economia i el mercat laboral. El major repte davant la transformació digital al món empresarial el tenen les petites empreses i els autònoms, que sovint es queden ressagades o competeixen amb les grans empreses o plataformes en una situació molt desfavorable.

En quant als efectes del distanciament social imposats arran de la COVID-19 al marc de la UE, els sectors hotel·ler i comercial són els que estan associats a un risc més elevat, i per tant són dels sectors més negativament afectats per la crisi actual.

Els sectors segons els agents del comerç i la restauració

La metodologia d'aquest estudi ha consistit en una combinació de dues eines de recollida d'informació: una enquesta (resposta per 252 responsables d'establiments comercials i hotelers) i una entrevista (adreçada a 26 gerents, tècnics d'associacions i propietaris d'aquests sectors).

Aquesta informació s'ha organitzat i presentat d'acord amb la situació de partida i les necessitats dels establiments a partir de les enquestes, així com la identificació de tendències de futur, competències i necessitats formatives a partir de les entrevistes.

Recomanacions i propostes d'acció formatives

Resum de les demandes formatives del comerç i la restauració

CARACTERÍSTIQUES DE LA FORMACIÓ

■ Formacions pràctiques

- Orientades a implantar canvis
- Cursos molt especialitzats, específics i pràctics
- Formació orientada al producte o al tipus d'establiment

■ Adaptació de nivells formatius

- Oferir diferents nivells consecutius que permetin a cada establiment començar en funció de la seva necessitat

■ Formació adaptada als horaris dels establiments

- Cursos formatius descentralitzats als barris
Una possibilitat seria comptar amb les associacions de comerciants i hotelers per organitzar els cursos formatius de forma descentralitzada. Aquesta col·laboració públic-privada es podria inspirar en el model de gestió dels anglosaxons Town Centre Management o estatunidenc Business Improvement Districts (Berbel, 2015) i recolzar-se o enfortir processos de gestió públic-privada com els APEU.

PERFILS PROFESSIONALS

■ Polivalència












■ Competències digitals

ORGANITZACIÓ

■ Estratègia general



- Desenvolupar una visió general del negoci, una estratègia i capacitat de gestió i conceptualització
- Gestió en base a indicadors i objectius

■ Gestió empresarial






- Competències digitals integrades en la gestió de l'empresa
- Comptabilitat, control d'stock i gestió    
- Eines per a la mètrica, programes de comptabilitat 
- Relació amb clients i proveïdors
- Recruiting online 
- Formacions específiques : planificació de menús, responsable de botiga , direcció de restaurants , de cuina  i de sala 

DIGITALITZACIÓ







■ Eines TIC

- Sistemes informàtics per la gestió de vendes i magatzem
- Adopció/millora de recursos TIC
- Eines de comptabilitat/gestió
- Compra online de gènere i/o productes 
- Seguretat, privacitat i protecció de dades 









■ Venda online

- Ús de pàgines web o aplicacions
- Comandes via aplicació mòbil i via web pròpia 
- Comandes online per recollir
- Plataformes online d'ofertes    

■ Repartiment a domicili

- Comandes online per entregar a domicili    
- Formació per organitzar el repartiment des del propi establiment
- Repartiment per càtering i esdeveniments
- Ús de plataformes
- Creació de cooperatives. Una alternativa a les grans empreses intermediàries de servei a domicili podria ser la recent cooperativa de repartidors/es creada a Barcelona, Mensakas. Potser es podria plantejar una col·laboració en la participació als cursos formatius, amb una vessant clarament pràctica.
- Xef a domicili  

■ Xarxes socials:

- Gestió d'eines i xarxes, promoció activa 
- Butlletí per correu electrònic, eines de mailing 
- Creació, gestió i posicionament web    
- Orientació estratègica per l'ús de les xarxes
- Màrqueting i contingut online i de xarxes socials 
- Retoc d'imatges i disseny de material gràfic 

MERCADERIA

■ Producte

- Coneixements tècnics del producte ✓
- Adaptació a les noves tendències (per exemple, el take away o els menjars preparats)
- Mètode de presentació del producte ✓
- Formacions específiques ■■■: Cuiner/a i pastisseria ✓; Tipus de cuina: tapes ✓, restauració ✓, fast food ✓

■ Higiene

- Organització i manteniment de l'ordre i la neteja 🧹 ✓
- Tractament d'allèrgens 🚫 🆘
- Manipulació d'aliments 🆘

■ Sostenibilitat 🆘

- Formació en economia circular aplicada al negoci
- Eco-eficiència a la cuina
- Plataformes online de venda d'excedent o productes pròxims a caducitat 🧺 ✓. En aquesta línia podria ser interessant comptar als cursos formatius amb la iniciativa Too Good To Go que lluita contra el malbaratament d'aliments, oferint l'excedent diari dels establiments a través d'una aplicació a un preu reduït; així com Gastropologia, especialitzada en la gestió sostenible del bar/restaurant

■ Proximitat 🏠

- Formació per donar valor afegit a la proximitat
- Gestió comercial del producte local o artesà ✓

PRESENTACIÓ DEL NEGOCI

■ Imatge 🆘

- Modernització dels establiments
- Creació d'identitat

■ Aparadorisme 🏠 ✓

- Manteniment: revisió d'aparadors
- Possibilitat de combinar la formació amb una implicació pràctica en la línia del Programa Dissenyem el Comerç, que fa convergir centres de formació en l'àmbit de les indústries creatives i els eixos comercials de Barcelona per impulsar el comerç de proximitat a la ciutat (Barcelona Activa, 2020).

ORIENTACIÓ A LA CLIENTELA

■ Relació amb la clientela/atenció al públic:

- Tècniques de venda, tracte amb la clientela ✓ ✓
- Identificació de necessitats de la clientela ✓
- Eines i tècniques de fidelització ✓
- Animació al punt de venda ✓
- Formacions específiques: venedors/es botiga ✓ (especialment alimentació)

■ Generació d'experiències

- Organització d'activitats a l'establiment
- Creació de sinèrgies amb altres professionals i el capital social del barri
- Organització d'activitats online 🏠 ✓, 🆘 ✓
- Possibilitat d'aprofitar els propis espais formatius per establir xarxes de contactes per organitzar experiències entre diferents establiments

NIVELLS FORMATIUS MÉS REQUERITS:

Activitat online: ■■■

Creació de comunitat: ■■■

Eines TIC: ■■■

■ Sector comerç

- Comercial i vendes: ■■■
- Punt de venda: ■■■

■ Sector restauració

- Càtering i esdeveniments: ■■■
- Cuina i elaboració: ■■■
- Sala: ■■■

Propostes d'acció pública

Més enllà de la valuosa oferta formativa que es pot dissenyar, elaborem una guia de propostes d'acció pública enfocada a enfortir els petits establiments i acompanyar-los en l'adaptació al nou context i les noves tendències. Es proposa el disseny de polítiques públiques que siguin capaces de complir aquest repte doble:

1- Suport estès: arribar a tots o gran part dels petits establiments del comerç i la restauració de la ciutat

2- Suport extens: Posar a disposició dels establiments la infraestructura necessària per poder competir amb les grans corporacions, així com el coneixement expert i tècnic per adaptar-se al nou context

■ Acció pública integral:

Suport econòmic mitjançant subvencions:

- Costos del lloguer
- Recursos digitals (aplicació mòbil/web per comandes/reserves; eines de comptabilitat/gestió i control d'stocks)
- Materials per redissenyar físicament l'establiment davant la nova situació sanitària (panells, material sanitari o sistemes de ventilació)

Intervenció directa i multidimensional als establiments

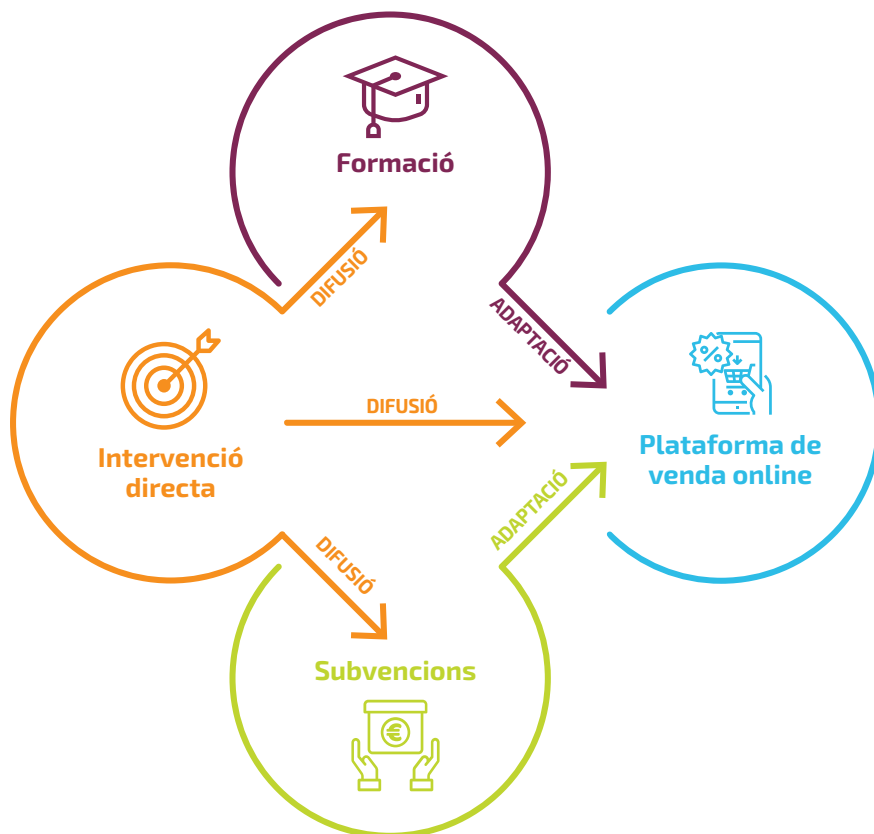
Aquest serien els perfils i tasques bàsiques dels equips que intervindrien directament als establiments per assessorar i informar:

| Perfil / especialitat | Tasques / intervenció |
|------------------------|--|
| Tècnic/a municipal | <ul style="list-style-type: none"> • Explicació de la campanya • Difusió cursos de formació • Informació sobre línia de subvencions |
| Digitalització | <ul style="list-style-type: none"> • Exposició d'eines TIC disponibles • Recomanacions xarxes socials |
| Prevenició i salut | <ul style="list-style-type: none"> • Mesures COVID • Ordre, gestió de cues... • Neteja |
| Sostenibilitat | <ul style="list-style-type: none"> • Economia circular aplicada al negoci • Eco-eficiència a la cuina (restauració) • Donar valor afegit a la proximitat (comerç) |
| Aparadorisme/marketing | <ul style="list-style-type: none"> • Suggestiments de presentació de l'establiment i els productes • Realització de fotos per la venda online |

Provisió d'infraestructures tecnològiques: venda online a domicili

Per tal de poder competir amb els gegants del sector, es proposa la creació d'una gran plataforma pública de venda online per poder integrar tots els establiments comercials i hotelers de la ciutat. L'entrega a domicili es podria cobrir amb la integració amb models cooperatius alternatius a les grans plataformes privades.

Interrelació entre les intervencions de suport al comerç i la restauració



A aquest estudi es realitza una radiografia de la situació actual al comerç i la restauració a la ciutat de Barcelona. L'objectiu principal és aportar elements significatius pel disseny d'accions formatives que es materialitzaran a través de l'oferta formativa del Consorci d'Educació de Barcelona i Barcelona Activa, empreses, associacions, gremis i entitats que imparteixen formació a la ciutat i a l'Àrea Metropolitana. L'estudi ofereix informació de primera mà sobre les tendències, necessitats actuals i de futur d'aquests sectors. També incorpora una proposta d'intervencions i iniciatives que, en combinació amb l'oferta formativa, puguin ajudar a potenciar el petit comerç i la restauració al context advers actual.

Fundació BCN Formació Professional

Plaça d'Espanya, 5 · 1a planta
08014 Barcelona · Tel. 934 132 101
fundaciofp@bcn.cat
fundaciobcnfp.cat

