

# PLA ESTRATÈGIC DE COMERÇ DE ROSES

Document 1: Anàlisi i diagnòstic comercial



Ajuntament de Roses



Diputació de Girona  
221 municipis

Roses, gener de 2010



# Índex

<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓ: EL MARC NORMATIU (FINS ARA) VIGENT .....</b>	<b>6</b>
1.1	UN MOMENT DE CANVI EN L'ORDENACIÓ COMERCIAL A CATALUNYA .....	6
1.2	LA LLEI D'EQUIPAMENTS COMERCIALS I EL PLA TERRITORIAL SECTORIAL D'EQUIPAMENTS COMERCIALS DE CATALUNYA (PTSEC) .....	6
1.3	LA FIGURA DELS PROGRAMES D'ORDENACIÓ DELS EQUIPAMENTS COMERCIALS (POEC) .....	8
1.4	EL PTSEC I EL MUNICIPI DE ROSES: DETERMINACIONS .....	9
1.4.1	<i>ROSES I EL PLA TERRITORIAL SECTORIAL D'EQUIPAMENTS COMERCIALS (2006-2009)</i> .....	9
1.4.2	<i>LA TRAMA URBANA CONSOLIDADA DEL MUNICIPI DE ROSES</i> .....	11
<b>2</b>	<b>LA DIRECTIVA DE SERVEIS I L'ORDENACIÓ COMERCIAL A CATALUNYA .....</b>	<b>12</b>
2.1	LA DIRECTIVA DE SERVEIS DE LA UNIÓ EUROPEA I LES SEVES IMPLICACIONS EN LA REGULACIÓ D'ACTIVITATS DE SERVEIS .....	12
2.2	EL PROCÉS DE TRANSPOSICIÓ DE LA DIRECTIVA A L'ORDENAMENT JURÍDIC ESPANYOL, AUTONÒMIC I LOCAL .....	13
2.2.1	<i>MARC NORMATIU: DE LA DIRECTIVA DE SERVEIS AL DECRET LLEI D'ORDENACIÓ DELS EQUIPAMENTS COMERCIALS</i> .....	13
<b>3</b>	<b>IMPLICACIONS DEL DECRET LLEI 1/2009 PER A L'AJUNTAMENT DE ROSES .....</b>	<b>17</b>
3.1	EL PAPER DE L'AJUNTAMENT EN EL NOU MARC D'ORDENACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL ...	17
<b>4</b>	<b>CONTEXT: ASPECTES GENERALS .....</b>	<b>21</b>
4.1	LOCALITZACIÓ I CONTEXT .....	21
4.1.1	<i>EL MUNICIPI DE ROSES I EL TURISME</i> .....	22
4.2	INFRAESTRUCTURES, XARXA VIÀRIA I MOBILITAT .....	23
4.2.1	<i>Vies de circulació</i> .....	23
4.2.2	<i>Transport públic</i> .....	23
4.3	DEMOGRAFIA: POBLACIÓ AL MUNICIPI DE ROSES .....	25
4.3.1	<i>Evolució de la població a Roses</i> .....	25
4.3.2	<i>Variació de població per districtes administratius de Roses</i> .....	29
4.3.3	<i>Població nouvinguda</i> .....	32
4.4	PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC: POBLACIÓ OCUPADA I ATUR .....	34
<b>5</b>	<b>ANÀLISI DE L'OFERTA COMERCIAL A ROSES .....</b>	<b>35</b>
5.1	INTRODUCCIÓ: ABAST DE L'ANÀLISI .....	35
5.2	NOTA METODOLÒGICA: LES FONTS D'INFORMACIÓ .....	36
5.3	DADES GENERALS SOBRE L'OFERTA COMERCIAL A ROSES .....	38
5.3.1	<i>Principals dades de comerç i de restauració (segons dades de la Caixa)</i> .....	38
5.4	ANÀLISI D'OFERTA COMERCIAL SEGONS FONTS MUNICIPALS .....	41
5.4.1	<i>Anàlisi per subsectors d'activitat comercial</i> .....	41
5.4.2	<i>Indicadors d'oferta comercial per habitant</i> .....	46
5.5	ANÀLISI PER DISTRICTES DEL MUNICIPI .....	48
5.6	ANÀLISI DELS PRINCIPALS CARRERS COMERCIALS .....	54
5.7	OFERTA COMPLEMENTÀRIA A ROSES: SERVEIS I RESTAURACIÓ .....	62
5.8	RELACIÓ D'ESTABLIMENTS COMERCIALS DE MÉS DE 400 M <sup>2</sup> DE SUPERFÍCIE DE VENDA .....	65
5.9	RELACIÓ D'ESTABLIMENTS SEGONS NOVA TIPOLOGIA DEL DECRET LLEI 1/2009 D'ORDENACIÓ DELS EQUIPAMENTS COMERCIAL .....	66
5.10	ZONES COMERCIALS A ROSES: APROXIMACIÓ QUANTITATIVA .....	69
5.10.1	<i>Distribució de l'oferta comercial per subsectors i per àmbits d'anàlisi</i> .....	72
5.11	EL MERCAT MUNICIPAL DE ROSES I MERCATS DE VENDA NO SEDENTÀRIA .....	76
5.11.1	<i>El Mercat Municipal de Roses</i> .....	76
5.11.2	<i>Els mercats de venda no sedentària de Roses</i> .....	77
<b>6</b>	<b>DINAMITZACIÓ COMERCIAL AL MUNICIPI DE ROSES .....</b>	<b>79</b>

6.1	L'ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS DE ROSES (ACOR)	79
6.2	EL PROJECTE DE DINAMITZACIÓ COMERCIAL DE L'ACOR	81
6.3	L'ÀREA DE PROMOCIÓ ECONÒMICA, TURISME I COMERÇ	82
<b>7</b>	<b>ESTUDI DE DEMANDA COMERCIAL A ROSES: HÀBITS DE COMPRA I CONSUM</b>	<b>83</b>
7.1	INTRODUCCIÓ: OBJECTIUS DE L'ESTUDI DE DEMANDA	83
7.2	METODOLOGIA DE TREBALL	84
7.2.1	<i>Decisió 1: On realitzar l'enquesta</i>	84
7.2.2	<i>Decisió 2: Quan realitzar l'enquesta</i>	85
7.2.3	<i>Decisió 3: La mostra de l'enquesta</i>	85
7.2.4	<i>Dos models d'enquesta: Mostra general i mostra de turistes</i>	86
7.2.5	<i>Tècnica d'anàlisi dels resultats</i>	86
7.3	CARACTERISTIQUES DE LA MOSTRA: PERFIL DEL/A COMPRADOR/A	87
7.3.1	<i>Moment de l'enquesta</i>	87
7.3.2	<i>Lloc d'entrevista</i>	87
7.3.3	<i>Vinculació amb Roses</i>	88
7.3.4	<i>Població resident: distribució per barris de procedència</i>	89
7.3.5	<i>Població no resident: distribució per municipis d'origen</i>	90
7.3.6	<i>Distribució per gènere</i>	91
7.3.7	<i>Distribució per edat</i>	92
7.3.8	<i>Nombre de persones que viuen a la llar</i>	93
7.3.9	<i>Activitat de l'entrevistat</i>	93
7.3.10	<i>Ingrés mensual net de la llar</i>	94
7.4	ANÀLISI DELS PRINCIPALS HÀBITS DE COMPRA I CONSUM	96
7.4.1	<i>Mitja de transport</i>	96
7.4.2	<i>Volum de les compres fetes a Roses</i>	96
7.4.3	<i>Alimentació fresca</i>	97
7.4.4	<i>Alimentació envasada</i>	99
7.4.5	<i>Drogueria i perfumeria</i>	100
7.4.6	<i>Roba, calçat i complements</i>	102
7.4.7	<i>Equipament de la llar</i>	105
7.4.8	<i>Lleure, esport i cultura</i>	107
7.4.9	<i>Bars i restaurants</i>	109
7.5	DESPESA MENSUAL DE LA LLAR	111
7.5.1	<i>Despesa en alimentació i drogueria / perfumeria</i>	113
7.5.2	<i>Roba, calçat i complements</i>	114
7.5.3	<i>Equipament de la llar</i>	115
7.5.4	<i>Lleure, esport i cultura</i>	115
7.5.5	<i>Bars i restaurants</i>	116
7.6	TIPUS D'ESTABLIMENT A LES COMPRES A ROSES	117
7.6.1	<i>Alimentació fresca</i>	117
7.6.2	<i>Alimentació envasada i drogueria / perfumeria</i>	118
7.6.3	<i>Roba, calçat i complements</i>	119
7.6.4	<i>Equipament de la llar</i>	120
7.7	TIPUS DE COMERÇ QUE TROBEN A FALTAR A ROSES	120
7.8	PERFIL DELS TURISTES	125
7.9	RESUM I CONCLUSIONS	125
<b>8</b>	<b>CÀLCUL DEL BALANÇ COMERCIAL</b>	<b>128</b>
8.1	CÀLCUL DE LA POBLACIÓ EQUIVALENT	128
8.2	BALANÇ COMERCIAL	129
8.3	METODOLOGIA DE CàLCUL	129
8.3.1	<i>Despesa mitjana anual per sector</i>	129
8.3.2	<i>Superfície per sector (m<sup>2</sup>)</i>	129
8.4	CÀLCUL DEL BALANÇ COMERCIAL	130
8.4.1	<i>Facturació i despesa captada per sector</i>	130
8.4.2	<i>Balanç comercial escenari: "recuperació evasió de despesa població resident"</i>	130

<b>9</b>	<b>URBANISME COMERCIAL A ROSES.....</b>	<b>132</b>
9.1	INTRODUCCIÓ: EL PLANEJAMENT URBÀ I EL COMERÇ.....	132
9.1.1	<i>ANÀLISI DE NORMATIVA URBANÍSTICA: EL PLANEJAMENT URBANÍSTIC DE ROSES I ELS USOS COMERCIALS.....</i>	<i>133</i>
9.1.2	<i>Sectors de planejament amb previsió de desenvolupament urbà.....</i>	<i>150</i>
9.1.3	<i>L'ordenança reguladora de l'ocupació del domini públic municipal en l'activitat hostalera i comercial de Roses.....</i>	<i>150</i>
9.2	ANÀLISI URBANÍSTIC-COMERCIAL.....	151
9.3	CONDICIONS DE MOBILITAT I ACCESSIBILITAT A LES ZONES COMERCIALS.....	168

# 1 INTRODUCCIÓ: EL MARC NORMATIU (FINS ARA) VIGENT

## 1.1 UN MOMENT DE CANVI EN L'ORDENACIÓ COMERCIAL A CATALUNYA

El propassat 27 de desembre de 2006, és a dir, exactament fa tres anys, es publicava al Diari Oficial de la Unió Europea (DOUE) la *Directiva 2006/123/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 12 de desembre de 2006, relativa als serveis en el mercat interior*. L'entrada en vigor d'aquesta norma, tal i com s'estableix al capítol de disposicions finals (article 44), implicava que els Estats membres havien d'adaptar “*les disposicions legals, reglamentàries i administratives necessàries per donar compliment a l'establert a la Directiva a més tardar el 28 de desembre de 2009*”.

Aquesta Directiva, entre d'altres serveis, afectava tota la normativa estatal, autonòmica i local que impliqués la regulació de l'activitat comercial i, per tant, calia una adequació d'aquesta als nous principis generals.

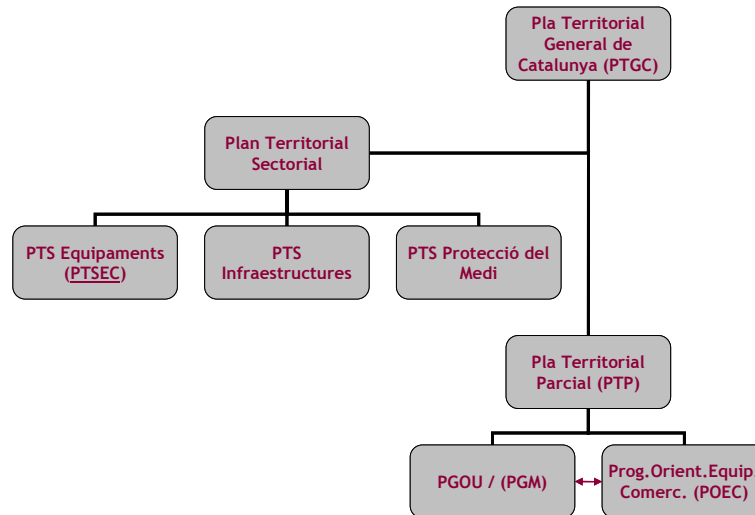
Tant l'Estat com la Generalitat de Catalunya ja han impulsat canvis legislatius per adaptar la normativa a aquest nou marc de regulació de les activitats terciàries i comercials.

Abans d'analitzar aquest canvi normatiu, presentem el marc legal vigent fins a l'entrada en vigor de la nova llei d'equipaments comercials de Catalunya per tenir presents els antecedents pel que fa a l'ordenació comercial a Catalunya i les determinacions que s'establien, algunes de les quals, encara que amb alguns canvis, seguiran vigents en el nou context.

## 1.2 LA LLEI D'EQUIPAMENTS COMERCIALS I EL PLA TERRITORIAL SECTORIAL D'EQUIPAMENTS COMERCIALS DE CATALUNYA (PTSEC)

A partir de l'entrada en vigor de la Llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials (DOGC núm. 4543 de 3 de gener de 2006), el Govern de la Generalitat de Catalunya endegà un procés que culminà amb l'aprovació simultània del Decret 378/2006, de 10 d'octubre, de desplegament de l'esmentada Llei i del Decret 379/2006, de 10 d'octubre, pel qual s'aprovà el Pla territorial sectorial d'equipaments comercials (ambdós publicats en el DOGC núm. 4740, de 16 d'octubre de 2006).

Aquests dos instruments jurídics constituïen la pedra angular per al desenvolupament del model comercial de Catalunya i suposaven l'actualització i la millora de la normativa que, ja des de l'any 1997 (Llei d'equipaments comercials 1/1997, de 24 de març), suposava la creació del Pla territorial sectorial d'equipaments comercials (PTSEC) com a “mecanisme de planificació per ordenar el comerç al detall, en format de gran establiment comercial, en el conjunt del territori de Catalunya”. La Llei d'equipaments comercials va ésser revisada l'any 2000 (Llei 17/2000 de 29 de desembre, d'equipaments comercials i Decret 211/2001, de 24 de juliol, d'aprovació del nou Pla territorial sectorial d'equipaments comercials) i va ser vigent fins a l'aprovació definitiva del marc jurídic actualment vigent.



Com sorgeixen els dos instruments jurídics principals en matèria de comerç urbà a Catalunya? La seva gènesi té un potent caire territorial, amb importants implicacions urbanístiques. En efecte, la Llei 23/1983, de 21 de novembre, de política territorial estableix, com a objectius, el foment d'una "distribució equilibrada del creixement per tal d'assolir nivells de renda adequats a tot el territori", la promoció d'un "creixement ordenat de les implantacions sobre el territori per tal de fer més eficaces les activitats econòmiques i millorar la qualitat de vida" i l'afavoriment del "creixement econòmic de Catalunya i la lluita contra l'atur". La mateixa Llei de política territorial determina tres instruments d'actuació: el Pla territorial general de Catalunya (PTGC, aprovat pel Parlament de Catalunya l'any 1995: Llei 1/1995, de 16 de març, del Pla territorial general de Catalunya), els plans territorials parcials (PTP, definits a l'esmentada Llei 1/1995) i els plans territorials sectorials (PTS), l'àmbit de referència dels quals és el conjunt del territori català i l'objectiu la planificació del desenvolupament d'un àmbit sectorial determinat.

Els plans territorials sectorials poden ésser d'infraestructures, d'equipaments i de protecció del medi. Els objectius comuns que cerquen els tres tipus de plans territorials sectorials són:

- Potenciació dels "centres i subcentres comarcals com a nuclis primaris perquè prestin serveis en la seva àrea d'influència".
- Potenciació dels "centres o les polaritats escollits en el PTGC per aconseguir els objectius de reequilibri territorial".
- Potenciació dels "centres d'àmbits que tenen problemes de despoblament".
- Correcció dels "dèficits de cada tipus d'equipament d'acord amb les característiques específiques de cada zona".
- Quantificació de les "reserves de sòl per als equipaments en el sector corresponent i establiment dels criteris en aquest àmbit perquè es tingui en compte en el planejament general urbanístic en el moment d'elaborar-lo o revisar-lo".

Un dels primers plans territorials sectorials que es va aprovar és, com hem assenyalat anteriorment, el Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials (PTSEC), les claus del qual són les següents:

- Instrument per a l'ordenació dels equipaments comercials en l'àmbit territorial de Catalunya.
- Instruments previst per la legislació en matèria de política territorial.
- L'objectiu general és "l'ordenació de les implantacions comercials subjectes a llicència, a fi d'assolir un nivell d'equipament comercial equilibrat entre les diferents formes de

distribució i satisfer les necessitats de compra dels consumidors”, garantint-ne una “dotació d’equipaments comercials adequada a la població”.

De fet, els objectius específics del PTSEC són:

- Potenciació de “determinats centres o subcentres comarcals”.
- Potenciació dels “centres o les polaritats o concentracions comercials que generen atracció, escollits en el Pla territorial general per corregir desequilibris territorials”. De nou, una referència a Roses i a d’altres ciutats de les seves característiques.
- Correcció de “dèficits de dotació comercial per evitar mobilitat de població i sobrecàrrega de les infraestructures públiques per raó de proveïment”.
- Establiment de “criteris i quantificació de les reserves de sòl per a l’equipament comercial en el marc del planejament urbanístic”.

Finalment, els principis en què s’ha d’inspirar el PTSEC són els de compacitat (ciutat compacta), complexitat i cohesió social. Tanmateix, poden incorporar-s’hi els paràmetres poblacionals, els estàndards dotacionals i les normes de distribució territorial (distàncies i àrees de consumidors).

### 1.3 LA FIGURA DELS PROGRAMES D’ORDENACIÓ DELS EQUIPAMENTS COMERCIALS (POEC)

El Decret 378/2006, de 10 d’octubre, pel qual es desplega la Llei 18/2005, de 27 de desembre, d’equipaments comercials, dedica un capítol sencer a la “programació comercial dels municipis”, centrada exclusivament en el procés d’elaboració i d’aprovació dels POEC. És a dir, els POEC esdevenen l’instrument de programació comercial dels municipis, en una relació estreta amb el planejament urbanístic vigent o com a marc de referència per al nou planejament urbanístic (general o derivat).

En aquest sentit, la gran virtut dels POEC no és el càlcul del dimensionat comercial dels municipis (en grans i mitjans establiments comercials en format “supermercat”, “hipermercat”, “superfície especialitzada”, “gran magatzem” i “centra comercial”), tot i que el POEC ha de donar llum i, si escau, referendar o modificar el que assenyala el PTSEC vigent. L’objectiu principal del POEC és, a partir d’un **diagnòstic suficient** (el contingut del qual és recollit a l’article 22 de l’esmentat Decret), l’elaboració i aprovació d’un **programa d’actuació**, el contingut del qual ha de contenir, com a element fonamental i bàsic, la “**definició del model comercial del municipi, per zones i/o barris, eixos, i per formats i que concreti les actuacions per l’adaptació de l’equipament comercial existent al model definit: urbanístiques (zones de vianants, aparcaments, senyalització, plans especials d’usos) i les actuacions de promoció i de dinamització comercial**”. Així, doncs els resultats del POEC tenen implicacions directes en ambdues direccions.

En definitiva, el POEC és una eina per a la definició i la implementació del model comercial municipal, tant pel que fa als aspectes urbanístic-comercials com a les determinacions i les actuacions estrictament comercials (dinamització). Aquest fet, que de vegades s’oblida en el procés d’elaboració dels POEC, ha d’ésser, de fet, el centre de gravetat del mateix.

Anem a veure quines són les principals determinacions del PTSEC per al municipi de Roses pel que fa al dimensionament màxim permès i a la delimitació de la Trama Urbana Consolidada.



## 1.4 EL PTSEC I EL MUNICIPI DE ROSES: DETERMINACIONS

### 1.4.1 ROSES I EL PLA TERRITORIAL SECTORIAL D'EQUIPAMENTS COMERCIALS (2006-2009)

El Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials (2006-2009), estableix limitacions a la implantació de determinats tipus d'establiments en funció del tipus d'equilibri existent (relació oferta-demanda) amb l'objectiu d'adequar els equipaments comercials a les necessitats de la població.

En aquest sentit, “es considera que un municipi està en equilibri quan la seva oferta comercial es correspon a la despesa comercialitzable estimada per a l'any 2009, o l'equivalent, si es tracta d'un municipi considerat com a turístic”.

En relació als dimensionaments màxims proposats en el PTSEC, la situació a Roses contempla les següents característiques<sup>1</sup>:

- No s'autoritza cap creixement en supermercats a Roses. Dels 10.345 m<sup>2</sup> autoritzats dins l'àmbit de les comarques gironines, tant sols 1.927 corresponen a l'Alt Empordà, els quals queden repartits entre els municipis de Cadaqués i Vilafant.
- No s'autoritza cap creixement en hipermercats a cap municipi de l'Alt Empordà.

	OSM - DSM	CREIXEMENT SUPERMERCAT m2	OHM - DHM	CREIXEMENT HIPERMERCAT m2
ÀMBIT COMARQUES GIRONINES	308,3582	10.345	-220,1463	8.486
ALT EMPORDÀ	117,4318	1.927	-47,103	0
Cadaqués	-5,0935	1.183	0	0
Castelló d'Empúries**	26,0044	0	0	0
L'Escala	2,8108	0	0	0
Figueres*	39,6218	0	2,3824	0
Llançà**	0,7951	0	0	0
Roses**	22,8981	0	-8,0889	0
Vilafant	-3,2072	745	0	0

Font: PTSEC 2006 - 2009

\*Capital de comarca.

\*\* Municipi que ha sol·licitat i obtingut de la DGC la qualificació de municipi turístic.

<sup>1</sup> **Nota metodològica:** Quan parlem de supermercats (venda en règim d'autoservei d'alimentació i drogueria principalment), tal i com estableix el Decret 378/2006, de 10 d'octubre, pel qual es desplega la Llei 18/2005 d'equipaments comercials, ens referim a establiments que tenen una superfície de venda entre 400 m<sup>2</sup> i 2.499 m<sup>2</sup>. Es diferencia entre supermercats petits (entre 400 i 1.299 m<sup>2</sup>) i supermercats grans (entre 1.300 i 2.499 m<sup>2</sup>).

No resten subjectes al dimensionament <400 m<sup>2</sup> que estableix el PTSEC 2006-2009: autoserveis (superfície inferior a 150 m<sup>2</sup>) ni superserveis (entre 150 i 399 m<sup>2</sup>).

Per hipermercat (≥ 2.500 m<sup>2</sup> sup venda) s'entén “establiments que ofereixen en règim d'autoservei un ampli conjunt de productes de consum quotidià i no quotidià i que disposen d'una gran àrea d'aparcament pròpia.

D'altra banda, l'anàlisi dels sectors no quotidians, rellevant per al dimensionament que estableix el PTSEC del format "superfície especialitzada" (+1.000m<sup>2</sup>), determinava que l'Ajuntament podria aprovar, en cas de considerar-ho necessari, la implantació de superfície especialitzada del sector de "Equipament de la Persona" amb una superfície màxima de 1.061 m<sup>2</sup>. En aquest sentit, Roses és l'únic municipi de l'Alt Empordà que compta amb possibilitats de creixement en format de superfície especialitzada.

	OEQ.PERS- DEQ.PERS	CREIXEMENT EQ.PERSONA m2	OELECTRO- DELECTRO	CREIXEMENT ELECTRODOM ESTICS m2	OLLiC- DLLiC	CREIXEMENT LLEURE I CULTURA m2	OESPORT- DESSPORT	CREIXEMENT ESPORTS m2
ÀMBIT COMARQUES GIRONINES	-9,1376	2.398	-11,7723	4.664	-10,9161	0	1,6172	3.354
ALT EMPORDÀ	-4,2421	1.061	-1,936	0	-2,4838	0	0,3518	0
Figueres*	3,2869	0	2,0127	0	-0,5856	0	3,9067	0
Roses**	-1,3069	1.061	2,2569	0	-0,3097	0	-0,5992	0

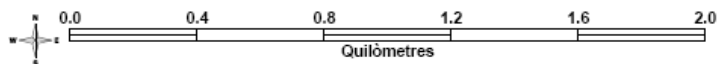
Font: PTSEC 2006 - 2009

D'altra banda, el Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials 2006-2009 definia la Trama Urbana Consolidada (TUC) dels municipis amb població superior a 25.000 habitants i dels que comptaven amb una població inferior però que així ho sol·licitaven. En el cas Roses la TUC es detalla en el plànol inferior. Com es pot observar, aquesta compren, pràcticament, el conjunt del nucli urbà a excepció dels creixements urbans per la via d'urbanitzacions unifamiliars. La implicació fonamental de la TUC és l'obligatorietat d'instal·lar en el seu interior els GEC (Grans Establiments Comercials) i, en el cas de roses, es considera GEC aquells establiments comercials, individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 1.300 m<sup>2</sup>.


La TUC podia ésser delimitada pel departament municipal competent en matèria de comerç o a instància de l'Ajuntament en base als criteris següents: àrees on resideixi la població majoritàriament, amb continuïtat dels edificis residencials plurifamiliars i trames comercials inserides amb els usos residencials. Per incorporar sectors de planejament urbanístic és essencial que es prevegi com a mínim 250 habitatges amb tipologia d'eixample plurifamiliar i amb una densitat superior a 40 hab/hectàra.


La TUC és un instrument regulador que ha permès la defensa d'un model de comerç urbà en contra d'altres models comercials perifèrics (com en el cas francès). Tot i l'actual revisió de la normativa comercial (com s'ha comentant anteriorment, en base a la transposició efectiva de la Directiva Europea de Serveis), aquest criteri, com veurem més endavant, d'instal·lar-hi els mitjans i grans establiments comercials en el seu interior seguirà essent un dels pilars de l'ordenació comercial municipal per preservar la defensa de l'anomenat model comercial català.

### 1.4.2 LA TRAMA URBANA CONSOLIDADA DEL MUNICIPI DE ROSES



Escala 1:18000

 Concentració Comercial i/o GEC

 Trama Urbana Consolidada

## 2 LA DIRECTIVA DE SERVEIS I L'ORDENACIÓ COMERCIAL A CATALUNYA

A continuació, analitzem en detall quines són les implicacions de la Directiva de Serveis sobre el model català de comerç i, per tant, sobre el PTSEC i la figura dels POEC. El seu contingut afecta de manera específica alguna de les principals determinacions de la normativa catalana en matèria d'ordenació i orientació comercial.

### 2.1 LA DIRECTIVA DE SERVEIS DE LA UNIÓ EUROPEA I LES SEVES IMPLICACIONS EN LA REGULACIÓ D'ACTIVITATS DE SERVEIS

Com dèiem a la introducció, El Parlament Europeu va aprovar definitivament, el 27 de desembre de 2006, la Directiva de Serveis de la Unió Europea, la qual afecta directament a la distribució comercial i en general, a la competència entre empreses terciàries dins l'espai comú europeu.

Recordem que el procés de transposició afecta serveis de diversa índole i això implica que sigui necessari *“garantir que les normes de la Directiva de serveis s'apliquin a una ampla gamma d'activitats, ja es prestin a empreses com a consumidors”*.

Per tant, la transposició de la Directiva afecta un ampli ventall de normes que regulen la prestació de serveis; que van des de les activitats de la majoria de professions regulades fins als serveis a empreses, tot passant pels serveis turístics, els serveis d'informació i com no, els serveis de distribució, àmbit en què s'hi inclou el comerç minorista.

Una de les matèries que es veu afectada per la Directiva de Serveis és la política en matèria de llicències comercials i, concretament, la regulació de l'obertura de nous establiments que pren en consideració criteris quantitius (relació entre oferta i demanda agregada) per al càlcul de nous metres quadrats comercials. Aquest és, precisament, el cas de la fins ara vigent legislació catalana d'equipaments comercials (Llei 18/2005, de 27/12, d'equipaments comercials i Decret 378/2006, de 10/10, de desplegament de la Llei d'Equipaments Comercials) i del Pla Territorial Sectorial d'Equipaments Comercials o PTSEC (Decret 379/2006, de 10/10, pel qual s'aprova el Pla territorial sectorial d'equipaments comercials), així com de les lleis i plans d'altres comunitats autònomes, com Aragó o les Illes Balears.

Ara bé, aquest canvi normatiu derivat de la transposició de la directiva de serveis implica que la l'activitat comercial passa a ser un àmbit no subjecte una ordenació territorial? Anem a veure què estableix la Directiva de Serveis pel que fa a les possibilitats de sotmetre les activitats comercials a règims administratius d'autorització.

La Directiva de Serveis de la Unió Europea sí que permet la regulació de l'activitat terciària (inclosa la comercial), segons altres criteris no quantitius, entre els quals destaquen, a més dels quatre que únicament es contemplaven en el primer redactat (ordre públic, seguretat pública, protecció del medi ambient i salut pública), els següents:

- Protecció de l'entorn urbà.
- Protecció dels destinataris dels serveis.
- Protecció de les persones consumidores i de les persones treballadores.
- Prevenció de la competència deslleial.
- Protecció del medi ambient.

Per tant, com ja s'ha palesat al llarg dels 3 anys de debat sobre les possibilitats de regulació/ordenació de l'activitat comercial, la Directiva de Serveis estableix un nou marc de regulació que permet aconseguir amb aquest objectiu però sota uns criteris molt específics.

Així, concretament, malgrat que la Directiva estableix que el principi general és que no es podrà imposar als prestadors de qualsevol Estat membre de la Unió Europea règims d'autorització previs per desenvolupar una activitat en l'àmbit territorial de la UE, sí que defineix que aquesta limitació sí que es podrà fer efectiva sempre i quan conflueixin les condicions següents:

- **No discriminació:** que el règim d'autorització no discrimini ni directa ni indirectament en funció de nacionalitat o per lloc d'ubicació del domicili social del prestador;
- **Necessitat:** que el règim d'autorització estigui justificat per una raó imperiosa d'interès general;
- **Proporcionalitat:** que el règim d'autorització sigui un instrument adequat a la consecució de les raons d'interès general perseguides i que no s'excedeixi en l'acompliment d'aquest objectiu sempre i quan no es pugui substituir per mesures menys restrictives.

A més, estableix que els procediments i tràmits per obtenir autoritzacions hauran de ser, en tot cas, **clars i inequívocs, objectius, transparents i accessibles, proporcionats a l'objectiu d'interès general protegit i públics.**

D'altra banda, s'estableix que no es podrà, en cap cas, supeditar l'exercici d'una activitat de serveis a restriccions quantitatives o territorials.

Aquesta norma afectava, doncs, els règims d'autorització fins fa poc vigents a l'ordenament jurídic espanyol (normes estatals, autonòmiques i locals), entre les quals, òbviament, s'hi trobaven el PTSEC i, per extensió, els POEC.

L'aplicació de la Directiva de Serveis de la Unió Europea als Estats Membres i, per tant, també a les regions europees (en el cas de l'Estat Espanyol, a les Comunitats Autònomes), segons es va determinar en el seu redactat, s'havia de produir abans del 31 de desembre de 2009.

Aquest és el procés que passem a descriure a continuació.

## 2.2 EL PROCÉS DE TRANSPOSICIÓ DE LA DIRECTIVA A L'ORDENAMENT JURÍDIC ESPANYOL, AUTONÒMIC I LOCAL

### 2.2.1 MARC NORMATIU: DE LA DIRECTIVA DE SERVEIS AL DECRET LLEI D'ORDENACIÓ DELS EQUIPAMENTS COMERCIALS

El 27 de desembre de 2006 es publicava al Diari Oficial de la Unió Europea (DOUE) la *Directiva 2006/123/CE del Parlament Europeu i del Consell, de 12 de desembre de 2006, relativa als serveis en el mercat interior*. L'entrada en vigor d'aquesta norma obligava als Estats membres a adaptar "les disposicions legals, reglamentàries i administratives necessàries per donar compliment a l'establert a la Directiva a més tardar el 28 de desembre de 2009".

El procés d'adaptació de l'ordenament jurídic estatal a una norma comunitària havia de començar per les mesures legislatives concretes que configuressin un nou marc horitzontal i precís de transposició a través d'una gamma de mesures legislatives específiques i horitzontals amb caràcter vinculant i que permetessin als ciutadans conèixer els seus drets i invocar-los davant els òrgans jurisdiccionals.

En aquest sentit, una de les recomanacions de la Comissió Europea<sup>2</sup> era que els Estats adoptessin una llei marc horitzontal nova per impulsar el procés de transposició. Tanmateix, aquest procés també havia d'implicar un procés d'adaptació de les normes específiques en vigor *“en les quals s'estableixin requisits [en la implantació o exercici d'activitats de serveis] que hagin de ser modificats o suprimits en virtut de l'aplicació de la directiva”* com és el cas de l'activitat comercial.

En aquest context, el Govern de l'Estat va definir un Programa de Treball de transposició de la Directiva per donar resposta a aquest procés, que entre d'altres, es fonamentava en què la *“responsabilitat en les tasques de transposició correspon a cada administració en l'àmbit de les seves competències”* i que cal *“una estreta col·laboració entre les administracions implicades”*.

Així doncs, el Govern de l'Estat va acomplir amb els seus deures i el passat 24 de novembre de 2009 es va publicar al Butlletí Oficial de l'Estat (B.O.E) la *Llei 17/2009, de 23 de novembre, sobre el lliure accés a les activitats de serveis i al seu exercici*, en tant que llei que estableix les disposicions generals i principis necessaris per garantir el lliure accés a les activitats de serveis i al seu exercici realitzades al territori espanyol per prestadors establerts a Espanya; és a dir la transposició general de la Directiva de Serveis a l'ordenament jurídic espanyol.

Aquesta norma horitzontal, o com s'ha anomenat “paraigües”, estableix, doncs, el nou marc per:

- Promoure un marc de regulació transparent, previsible i favorable per a l'activitat econòmica.
- Modernitzar les Administracions Públiques i simplificar els procediments administratius per a l'atorgament de llicències d'activitat de serveis.
- Fomentar un nivell elevat de qualitat dels serveis.
- Garantir una millor protecció dels drets dels consumidors i usuaris de serveis.

### **Principals directrius de la Llei 17/2009**

La Llei guarda en essència plantejaments idèntics als de la directiva europea. Així, aquesta llei té efectes sobre la regulació/ordenació de les activitats de serveis.

En aquesta norma, doncs, és on es fixen els **principis generals per garantir el lliure accés i exercici d'activitats de serveis i les possibles limitacions a aquests principis**.

A grans trets, les qüestions fonamentals introduïdes a la *Llei sobre el lliure accés a les activitats de serveis i al seu exercici* en matèria de concessió d'autoritzacions es recullen als articles 4 a 11 on es defineixen els principis generals següents:

- **La norma general estableix que la normativa (estatal, autonòmica i local) no podrà imposar règims d'autorització com a pas previ per poder exercir una activitat de serveis en el territori nacional.**
- **Excepcionalment es podrà establir un règim d'autorització en el cas que es donin algunes de les condicions següents:**
  - **No discriminació** en funció de nacionalitat o ubicació del domicili social.
  - **Necessitat d'estar justificat per una raó imperiosa d'interès general.** Els criteris que es defineixen dins el concepte de raó imperiosa d'interès general es recullen en l'article 3.11 de la Llei.

<sup>2</sup> Manual sobre la transposició de la Directiva de Serveis. Direcció General de Mercat Interior i Serveis de la Comissió Europea. Oficina de Publicacions Oficials de les Comunitats Europees, 2007.

- **Proporcionalitat a tal raó d'interès general.**
- **Ser clars e inequívocs.**
- **Ser objectius.**
- **Ser fets públics amb antelació.**
- **Ser transparents i accessibles.**

Així, qualsevol regulació/ordenació de l'activitat comercial ha de garantir l'estricta compliment d'aquests criteris de valoració en el moment de desenvolupar un règim d'autorització de llicències d'activitat al municipi de Roses.

1. **No discriminació:** En cap cas la regulació pot definir un règim d'autorització previ que discrimini la lliure prestació de serveis per motius vinculats directa o indirectament a la nacionalitat o al domicili social del prestador de l'activitat.
2. **Estar justificats per una raó imperiosa d'interès general:** La regulació ha de perseguir finalitats d'interès general, com a fonament del règim d'autorització:
  - Estructurar un model de ciutat que protegeixi un entorn urbà adequat al desenvolupament i la promoció dels eixos comercials del municipi i establir les condicions mínimes d'implantació.
  - Garantir la continuïtat comercial als eixos comercials del municipi.
  - Garantir un entorn urbà adequat a la funció dels conjunts patrimonials i històrics amb la restricció d'aquelles activitats que tenen un impacte negatiu.
  - Promoure un desenvolupament sostenible del municipi a través dels eixos comercials com a espais urbans que són garantia d'una compra completa i que, per tant, minimitzen els efectes negatius que té l'ús del vehicle privat.
  - Garantir l'accés dels consumidors a una oferta variada, de qualitat i competitiva als principals eixos comercials de la ciutat, com una de les formes de promoure la lliure elecció.
3. **Proporcionalitat:** El règim d'autorització d'usos en planta baixa als eixos comercials ha de complir aquest criteri per la raó següent:
  - L'autorització prèvia per desenvolupar activitats terciàries ha d'estar restringida als eixos comercials i ser proporcionat a la protecció dels interessos generals que es persegueixen amb la regulació.

### Implicacions sobre el PTSEC i el POEC

És així, doncs, que els principis generals d'aquesta nova norma "paraigües" amb rang de llei, afecta a les disposicions del PTSEC i, per tant, dels POEC. Recordem que el PTSEC estableix com a criteri per al dimensionament de les necessitats d'oferta comercial de mitjanes i grans superfícies, el balanç entre oferta i demanda. En aquest sentit, la transposició de la directiva afectarà la metodologia emprada per determinar les possibilitats de creixement en grans i mitjanes superfícies que tenen els municipis de Catalunya.

Lògicament, la metodologia dels POEC queda, igualment afectada per la nova Llei en tant que aquests són una derivació del PTSEC i executen una forma de càlcul del dimensionament comercial idèntica.

Amb tot, com ja hem vist, la Llei 17/2009 defineix les ja citades **raons imperioses d'interès general** com a criteris vàlids per determinar règims d'autorització a la prestació de serveis, entre les quals hi ha les que s'han citat al punt anterior.

Per tant, a mode de conclusió, l'ordenació comercial a través de la concessió de llicències seguirà

essent un instrument vàlid per als Ajuntaments sempre i quan quedi justificat per un o més d'un dels criteris d'interès general reconeguts.

Així mateix, l'Estat també ha aprovat *la Llei 25/2009, de 22 de desembre, de modificació de diverses lleis per a la seva adaptació a la llei sobre el lliure accés a les activitats de serveis i el seu exercici*, la que s'ha anomenat "lleï òmnibus". Aquesta llei afecta 47 lleis, algunes tan importants com la Llei Reguladora de Bases del Règim Local o la de Règim Jurídic de les AAPP i del procediment administratiu. La llei va entrar en vigor el 27 de desembre (un dia abans de finalitzar el procés de transposició fixat per la Comissió Europea). Per al seu desenvolupament, es preveu que el dia 15 de gener de 2010 el Govern de l'Estat aprovi el primer paquet de decrets d'aplicació i desenvolupament de la llei òmnibus.

Ara bé, la transposició efectiva de la Directiva passa també per una modificació, i en el seu defecte, derogació de tota normativa que incorri en contradicció amb els principis generals del nou context normatiu. Aquest és el cas de la **regulació de la distribució comercial minorista** en tant que àmbit normatiu objecte de revisió en el marc del procés de transposició de la Directiva de serveis.

Així, tal i com es recull al preàmbul de la llei 17/2009, "*per garantir la millora del marc regulador del sector serveis no resulta suficient amb l'establiment, mitjançant aquesta llei, de les disposicions i els principis generals que han de regir la regulació actual i futura de les activitats de serveis. Contràriament, serà necessari portar a terme un exercici d'avaluació de la normativa reguladora de l'accés a les activitats de serveis i el seu exercici conforme als principis generals i criteris que aquesta llei estableix i, en els casos que així escaigui, modificar o derogar aquesta normativa*".

Què implica, doncs, la modificació en matèria de regulació/ordenació comercial a Espanya? La modificació de la Llei 7/1996, de 15 de gener, d'ordenació del comerç minorista, aprovada ja pel Congrés dels Diputats i en tràmit d'aprovació parlamentària en el Senat.

Per a Catalunya, s'havia de revisar l'actual marc normatiu (Llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials; Decret 378/2006, de 10 d'octubre, pel qual es desplega la Llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials; Decret 379/2006 pel qual s'aprova el PTSEC 2006-2009) i, per aconseguir aquest objectiu, acaba d'entrar en vigor el passat dia 29 de desembre de 2009 del *Decret llei 1/2009, del 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials*. Aquesta nova norma suposa la derogació de la Llei 18/2005 i dels aspectes dels decrets 378/2006 i 379/2006 contraris Decret llei 1/2009 (fins a la futura aprovació del seu desenvolupament reglamentari<sup>3</sup>, quan restaran definitivament derogats ambdós decrets).

Per tant, la modificació de la norma ha implicat, no tant un canvi de model (o orientació) de regulació comercial sinó un canvi de criteri per garantir, en tot cas, la plena adequació als principis fonamentals de la Directiva.

---

<sup>3</sup> Tal i com recull la Disposició Transitòria tercera del Decret llei 1/2009 "Fins a l'entrada en vigor del desplegament reglamentari previst en aquest Decret llei es manté la vigència del Decret 378/2006, de 10 d'octubre, pel qual es desplega la Llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials, en tot allò que no sigui contrari a aquest Decret llei".



## 3 IMPLICACIONS DEL DECRET LLEI 1/2009 PER A L'AJUNTAMENT DE ROSES

Un cop el Govern de l'Estat i el Govern de la Generalitat han complert amb el seu “deure” i han assentat les bases per fer efectiva la transposició de la Directiva de Serveis a l'ordenament jurídic ha arribat el moment de que els governs municipals, i en aquest cas concret l'Ajuntament de Roses, comenci a adequar la seva normativa al nou context.

### 3.1 EL PAPER DE L'AJUNTAMENT EN EL NOU MARC D'ORDENACIÓ DE L'ACTIVITAT COMERCIAL

A continuació, recollim les principals implicacions que té l'aprovació del Decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials per als Ajuntaments de Catalunya i per a l'Ajuntament de Roses particularment.

Així, efectivament els Ajuntaments:

- 1) Aproven normes vinculades amb la planificació del territori que queden afectades pel Decret llei 1/2009 i les seves disposicions.
- 2) Tenen encarregada part de la capacitat d'intervenció administrativa (capacitat d'autorització) per a la localització d'activitats (entre les quals hi ha les comercials) en el territori municipal. Aspecte, un altre cop, modificat per la transposició de la Directiva de Serveis a l'ordenament jurídic espanyol.

En aquest sentit, la no adaptació dels Ajuntaments, i el de Roses en particular, al nou context normatiu pot dur a una situació d'inseguretat jurídica i a generar situacions d'incertesa en relació amb el marc legal aplicable a determinades implantacions comercials.

Veiem, doncs, quines són les dimensions de la gestió municipal sobre les quals té efecte el Decret llei 1/2009:

#### Dimensió normativa:

Els Ajuntaments de Catalunya han d'iniciar un procés de reflexió, i també d'actuació, per **adaptar la normativa urbanística al nou context**, almenys en els sentits següents:

- **Definició o modificació de Trama Urbana Consolidada<sup>4</sup>**, en un termini màxim de 6 mesos.
- **Anàlisi d'adequació d'una determinada parcel·la fora de TUC als criteris excepcionals** per permetre la localització d'activitats comercials. Recordem que aquests es regularan de manera detallada en el decret de desplegament del Decret llei.
- **Revisió de la definició de l'ús comercial**, segons es determina al planejament urbanístic municipal al capítol, de “tipus genèric i transversal”, de regulació d'usos i activitats. En aquest sentit, caldrà revisar la definició de l'ús comercial (tipologies d'Establiment Comercial), en virtut del que es disposa al Decret llei 1/2009, i el règim de regulació de les activitats comercials pel que fa a la situació relativa que ocupen aquestes amb relació a d'altres usos.
- **Adaptació del règim d'usos de l'ús comercial segons classificació de sòl (urbà i urbanitzable) i també la qualificació** (zones en què es delimita el sòl urbà i urbanitzable associades o una

---

<sup>4</sup> Veure la Trama Urbana Consolidada (TUC) de Sant Feliu de Llobregat a l'Annex.

ordenació concreta dels usos) a les disposicions del Decret. Es tracta, doncs, d'adequar el planejament a la **delimitació de la TUC**; de **revisar el règim de compatibilitats amb d'altres usos** segons zones en sòl urbà i sòl urbanitzable per incorporar-les al planejament (zones en què l'ús comercial és admès i possibilitats de generar **subclaus urbanístiques** més delimitades; zones en què l'ús comercial és admès sota determinades condicions d'ús).

- **Elaborar informes sobre reserves de sòl per a usos comercials de cara a la futura tramitació de planejament general i de figures de planejament derivat, o de la seva modificació.** El departament competent en matèria de comerç emetrà informes vinculants en aquests aspectes!

**Dimensió administrativa** (procediments de concessió de llicències):

- **Gestió del procés administratiu del règim concret de comunicació.** En aquest cas, hi ha dues possibilitats, o fer-ho de manera directa o indirecta a través dels punts de la xarxa d'oficines de gestió empresarial (OGE).
- **Desenvolupar capacitats per exercir les tasques de control assignades a l'administració local** per garantir el compliment dels preceptes del Decret llei per a la localització d'establiments comercials de fins a 1.300 m<sup>2</sup> (àmbit competencial dels Ajuntaments).

**Dimensió Estratègica:**

- **Definició del model comercial del municipi.** En aquest sentit, per model comercial s'entén, tal i com s'estableix a la disposició addicional primera, *"la planificació estratègica comercial del municipi, la qual s'ha d'ajustar a les determinacions d'aquest Decret llei"*. En aquest sentit, el model comercial ha de recollir:
  - Totes les qüestions plantejades a la primera dimensió (revisió de normativa urbanística).
  - Però també ha de partir del coneixement de la realitat comercial del municipi. És, en aquest sentit, que bona part de la metodologia d'elaboració dels POEC té encara valor per determinar les principals necessitats d'un municipi i definir les necessitats de sòl per a usos comercials i sobre la qual s'ha basat el present estudi.
- **Definir actuacions per adaptar l'estructura comercial del municipi als criteris del Pla de competitivitat del Comerç Urbà** que aplicarà la Generalitat de Catalunya. Bàsicament:
  - Adequar l'oferta de places d'aparcament a les necessitats de dotació comercial.
  - Impulsar mecanismes "efectius" de gestió públic-privada de les zones comercials.

En definitiva, ara és l'hora perquè els Ajuntaments de Catalunya adaptin la seva normativa als nous preceptes d'ordenació de l'activitat comercial, ja que aquest nou marc obre un ventall de possibilitats més ampli que l'anterior i, permet als Ajuntaments de Catalunya una major autonomia i, per tant, més capacitat de decisió sobre el futur de les localitzacions comercials als municipis.

És per tots aquests motius que considerem imprescindible que els Ajuntament adoptin, quan més aviat millor, una aproximació estratègica pel que fa al posicionament del municipi amb relació al desenvolupament de l'activitat comercial.

Al nostre parer, aquesta presa de posicionament passa per la definició d'un model comercial que, almenys, tingui en compte els elements següents:

- Anàlisi de la realitat comercial del municipi, des d'un punt de vista de l'oferta i de la demanda.
- Anàlisi de les necessitats comercials i determinació de mancances pel que fa sòl reservat a usos comercials.
- Anàlisi de la normativa urbanística pel que fa a les determinacions relacionades amb els usos comercials i adaptació d'aquesta als preceptes del Decret llei 1/2009.

- Anàlisi i delimitació (o modificació) de la Trama Urbana Consolidada, en tant que marc fonamental per determinar les possibilitats de futurs creixements comercials.
- Anàlisi dels mecanismes interns dels processos d'intervenció administrativa per garantir un correcte compliment de les tasques assignades en matèria de control dels preceptes recollits al Decret llei.

I a més, aquesta definició de model ha de passar, igualment, per una estratègia concreta que doni resposta als objectius definits en el marc del desenvolupament del Pla de competitivitat del comerç urbà, sobretot en els àmbits, a hores d'ara, ja reconeguts com a fonamentals:

- Millora de l'accés i l'aparcament als eixos comercials dels pobles, ciutats i barris de Catalunya i dels seus mercats municipals.
- Creació de nous marcs jurídics que potenciïn la cooperació entre l'administració i els agents socioeconòmics implicats en el desenvolupament dels centres i eixos comercials urbans.

A grans trets, aquests són els àmbits d'anàlisi i de reflexió sobre els quals, el present estudi dona resposta amb el doble objectiu:

- En primer lloc, d'acomplir amb l'obligació d'adaptar-se al nou marc normatiu i,
- en segon lloc, per posicionar el municipi de cara al futur comercial del municipi, és a dir, de la definició del model comercial.

Per tots aquest motius el Pla Estratègic de comerç de Roses planteja una anàlisi de:

- Oferta i demanda comercial, i la relació entre oferta i demanda (balança comercial) per conèixer quina és l'estructura comercial de la Vila de Roses.
- Anàlisi de la normativa urbanística i pel que fa a la regulació dels usos comercials.
- Anàlisi dels creixements urbans vinculats, directament o indirecta, amb la concreció de nous sectors amb usos comercials (ja sigui amb règim de compatibilitat amb els usos principals o ja siguin en règim d'usos dominants).
- Anàlisi de l'entorn urbà i de les condicions de mobilitat i accessibilitat als eixos o zones comercials.
- Funcionament actual dels mecanismes de gestió de la promoció i dinamització comercial a al municipi de Roses.

Per un cop realitzat el diagnòstic definir un model comercial que doni resposta a les necessitats de:

- Millora i modernització de l'oferta comercial i adaptació a les necessitats canviants de compra i consum.
- Consolidació de les actuals zones comercials reconegudes en el pla estratègic com a àmbits prioritaris d'intervenció.
- Potenciació de les locomotores comercials del municipi.
- Adaptació de la normativa urbanística i/o comercial al nou marc normatiu derivat de l'aprovació del Decret llei 1/2009.
- Revisió del procés administratiu per a la concessió de llicències d'activitat comercials als nous preceptes també derivats l'aprovació del Decret llei 1/2009.
- Millora i adequació de l'entorn urbà a les necessitats pròpies de les zones comercials reconegudes.
- Foment d'unes condicions òptimes d'accessibilitat en vehicle i mobilitat interna a peu.

- Professionalització i de coordinació de la gestió col·lectiva de la promoció i dinamització comercial.

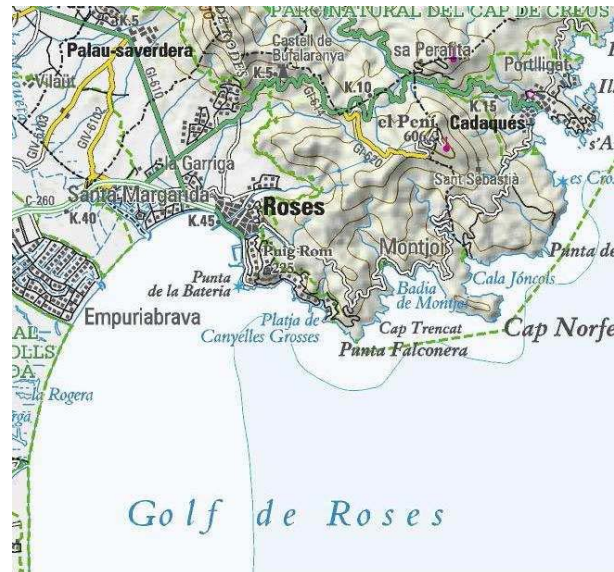
El resultat de la definició del model comercial serà un pla d'actuacions amb l'objectiu principal d'adequar l'actual estructura comercial als objectius del model comercial definit.

## 4 CONTEXT: ASPECTES GENERALS

### 4.1 LOCALITZACIÓ I CONTEXT

La vila de Roses, amb una superfície de 45,9 Km<sup>2</sup>, es troba situada a la comarca de l'Alt Empordà (Gironès), concretament a la costa Nord del Golf de Roses, al Sud del Cap de Creus. Ocupa un emplaçament privilegiat del sector septentrional de la Costa Brava, a una distància de 21 km de la capital de la comarca, Figueres, a 65 Km de la capital de la província, Girona, i a 160 Km de Barcelona.

**Plànols: Localització de Roses i entorn del municipi.**



Font: Institut Cartogràfic de Catalunya.

### 4.1.1 EL MUNICIPI DE ROSES I EL TURISME.

Es tracta d'un dels 8 municipis amb qualificació turística a efectes comercials de la comarca. Tal i com observem a la taula següent, tan sols una cinquena part (21,3%) dels habitatges al 2001 eren de primera residència (principals), mentre que la mitja a l'Alt Empordà se situà a prop del doble (38,4%).

**Taula 1: habitatges a Roses per tipus.**

	Habitatges Familiars							Total	Establiments col·lectius
	Principals			Secundaris					
	Convencionals	Allotjaments	% r/ Total	Secundaris	Vacants	Altres	% r/ Total		
Roses	4.830	1	21,3%	17.122	707	7	78,7%	22.667	2
Alt Empordà	37.467	4	38,4%	46.046	13.392	625	61,6%	97.534	18
Catalunya	2.315.774	82	69,9%	514.943	452.921	30.435	30,1%	3.314.155	1.781

Font: IDESCAT, 2001

#### Nota metodològica

**Habitatge familiar:** habitació o conjunt d'habitacions i les seves dependències que ocupen un edifici o una part que n'està estructuralment separada i que, per la forma en què van ser construïdes, reconstruïdes o transformades, es destinen a ser habitades per una o diverses persones, i, a més, en la data censal no s'utilitzaven per a altres fins. Dins d'aquest concepte es poden distingir:

- **Habitatge principal:** Habitatge familiar destinat durant tot l'any, o la major part d'aquest període, a residència habitual o permanent.
- **Habitatge secundari:** Habitatge familiar ocupat temporalment en caps de setmana, vacances, etc.
- **Habitatge vacant:** Habitatge familiar que, sense trobar-se en estat ruïnós ni ser utilitzat com a residència principal o secundària, es troba deshabitat.
- **Altres habitatges:** Habitatges que no s'han classificat com a principals, ni tampoc com a secundaris o vacants, perquè no se n'ha pogut obtenir informació, ni tan sols per mitjà d'informants indirectes.

**Habitatge col·lectiu:** establiment destinat a ser habitat per un conjunt de persones que no constitueixen família, sotmeses a una autoritat o règim comú, o unides per objectius o interessos personals comuns. S'hi inclouen tant els establiments col·lectius en sentit estricte (convents, casernes, asils, residències d'estudiants, presons) com els hotels, pensions i establiments anàlegs on consta població de dret.

**Allotjament:** recinte que no respon totalment a la definició d'habitatge familiar perquè és semipermanent, improvisat, mòbil o amb una destinació original diferent de la d'habitatge, però que, malgrat això, constitueix la residència habitual d'una o de diverses famílies en el moment censal.

Amb tot, tal i com recull el POUM de Roses, actualment aprovat inicialment, es detecta que *“s'està produint un fenomen de transformació de segones residències en primeres”* fet que s'explica en bona part pel creixement migratori del municipi.

Les principal zona turística del municipi de Roses és el sector de Santa Margarida que és el sector urbà on hi ha major nombre de places hoteleres i de càmpings del municipi. D'altra banda, la majoria de zones residencials del municipi tenen combinació d'habitatges de primera residència amb habitatges de temporada o segona residència.

Per contra, la majoria d'habitatges de primera residència i la major densitat d'habitants de la vila de Roses es localitzen al casc urbà.

## 4.2 INFRASTRUCTURES, XARXA VIÀRIA I MOBILITAT

### 4.2.1 Vies de circulació

La xarxa viària d'accés al municipi està formada per els següents vials:

- **Carretera C-260 (o carretera de Besalú a Roses):** és la principal via d'accés a Roses i connecta el municipi amb Figueres, l'autopista AP-7 i la carretera N-II. És la principal via de comunicació de la ciutat amb el seu entorn més proper. Es tracta igualment, d'una via amb força activitat econòmica, amb la presència d'operadors comercials al llarg de la carretera. Les característiques de la via permeten que tingui una capacitat elevada ja que disposa de dues calçades amb dos carrils de circulació en cada sentit.
- **Carretera GI-610:** Rep el nom de la carretera de l'Estació de Vilajuïga, com el seu nom indica connecta Roses amb Vilajuïga i la seva estació de tren, tot passant per la població veïna de Palau Savardera. Aquesta carretera també enllaça Roses amb la carretera N-260 que uneix Figueres amb Portbou.
- **Carretera GI-614:** Comunica Roses amb Cadaqués.

La xarxa viària interna o municipal:

- Com a extensió de l'accés de la C-260 l'**avinguda de Rhode** és la principal via d'accés al casc urbà del municipi.
- La mobilitat interna al casc urbà del municipi de Roses es produeix en forma d'anella, tot partint com hem dit de l'avinguda de Rhode i fent la circumval·lació al municipi per l'**avinguda Jaume I** o l'**avinguda de la Cuana** fins a la **Gran Via de Pau Casals** fins a la paer més exterior o fins a l'**avinguda de Montserrat** per circular per l'interior del casc urbà.
- La ronda de Miquel Oliva Prat permet retornar a l'avinguda de Rhode i, per tant, retornar al casc urbà o abandonar el municipi per aquesta via. L'altra opció per sortir del municipi és la Ronda de Circumval·lació que permet fer-ho des de la Gran Via.

### 4.2.2 Transport públic.

Els serveis de transport públic no és molt abundant al municipi de Roses i hi ha problemes per donar resposta a un comportament de la demanda molt diferenciat en funció de la temporada de l'any.-

Actualment, el servei d'autobús urbà està format per 3 línies:

- Roses - Santa Margarida - Roses.
- Roses - Canyelles Petites - Almadrava - Roses.
- Roses - Santa Margarida - Empuriabrava.

Un dels casos que reflecteix l'estacionalitat de la demanda i, per tant, de l'oferta de bus és el cas de la línia Roses - Santa Margarida que uneix el centre urbà amb la urbanitzacions de Santa Margarida i del Salatà. Així, la seva freqüència varia segons l'època de l'any. Entre els mesos d'abril i setembre és de mitja hora mentre els mesos d'octubre a març passa cada hora.

La línia Roses - Canyelles Petites - Almadrava enllaça el centre de la població amb les urbanitzacions de Canyelles i Almadrava. Com la línia Roses - Santa Margarida la freqüència varia en funció de l'època de l'any. Entre els mesos d'abril i setembre passa un autobús cada hora i la resta de mesos de l'any existeixen dues expedicions al matí dues expedicions més a la tarda.

El servei d'autobús interurbà de Roses està format per 7 línies:

- Figueres Cadaqués.
- Roses - Figueres per Vilajuïga.
- Cadaqués - Roses (NGI-2).
- Cadaqués Girona per Sant Pere Pescador.
- Lloret - Tossa de Mar - Girona - Cadaqués.
- Barcelona - Cadaqués.
- Aeroport de Girona - Roses.

La oferta en transport en autobús interurbà de Roses varia ostensiblement entre els mesos de juliol i agost, quan hi ha la major afluència turística, amb la resta mesos de l'any. Fora de la temporada estival el servei també canvia entre els dies feiners i els caps de setmana quan el nombre d'expedicions es veu reduït.

Roses no té connexió directa amb el ferrocarril encara que pot fer ús de les estacions de ferrocarril més properes: l'estació de Vilajuïga (11km) i la de Figueres (21 km) per accedir a la línia de ferrocarril Barcelona- Girona-Portbou.



## 4.3 DEMOGRAFIA: POBLACIÓ AL MUNICIPI DE ROSES

### 4.3.1 Evolució de la població a Roses.

En aquest apartat s'analitzen els principals indicadors i tendències pel que fa a la població. En aquest sentit, la vila de Roses ha registrat un creixement en els darrers 10 anys molt gran.

Tanmateix, si comparem les dades de població registrades a l'Ajuntament amb les que figuren a l'Institut d'Estadística de Catalunya<sup>5</sup>, d'ara endavant Idescat, trobem diferències molt significatives: d'una banda, durant el període 1999-2003, la població recollida a l'Idescat resulta molt superior a la registrada per l'Ajuntament. D'altra banda, a partir del 2003 la població registrada per l'Ajuntament és superior a la dada recollida per l'Idescat, la qual que es fonamenta en el recompte d'habitants del padró continu.

Les puntes de major creixement també són diferents: segons l'Ajuntament va ser als anys 2001 i 2004 quan menys va incrementar la població, mentre que segons l'Idescat, el 2004 va ser l'únic any amb una variació interanual lleugerament negativa. Els anys 2001, 2005 i 2006 serien, segons aquesta font, els de major creixement poblacional.

Segons les dades facilitades per l'Ajuntament de Roses, en el període 2000-2008, el municipi va experimentar un increment poblacional superior al 127%, mentre que segons l'Idescat aquesta variació es redueix a gairebé al 51%.

**Taula 3: comparació de les dades de població segons font d'informació.**

	Dades Ajuntament		Dades Idescat		Diferència de població a Roses
	Població*	Var. Interanual	Població	Var. Interanual	
2008	19.765	7,49%	19.463	7,30%	-302
2007	18.388	5,91%	18.139	5,63%	-249
2006	17.362	3,26%	17.173	10,54%	-189
2005	16.814	6,43%	15.535	5,77%	-1.279
2004	15.798	23,13%	14.687	-0,22%	-1.111
2003	12.830	9,89%	14.719	3,55%	1.889
2002	11.675	11,35%	14.214	4,56%	2.539
2001	10.485	20,81%	13.594	5,73%	3.109
2000	8.679	-	12.857	-	4.178
<b>Variació 1999-2008</b>	<b>127,7%</b>		<b>51,4%</b>		

\* S'ha considerat la població registrada per l'Ajuntament a 31/12 de l'any anterior.

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Idescat i de l'Ajuntament.

Considerant que Roses compta amb una superfície de 45,9km<sup>2</sup>, la tendència poblacional assenyalada es tradueix en un increment superior al 220% pel que fa a la densitat de població del municipi durant el període 1999 - 2007. Ara bé, recordem que les dades són amb data 31 de desembre, així que aquest increment és assimilable al període 2000 - 2008 amb data de variació 01 de gener.

**Taula: Densitat de població a Roses**

Any	Habitants	Densitat (hab./km <sup>2</sup> )
1999	8.679	189,08
2007	19.765	430,61

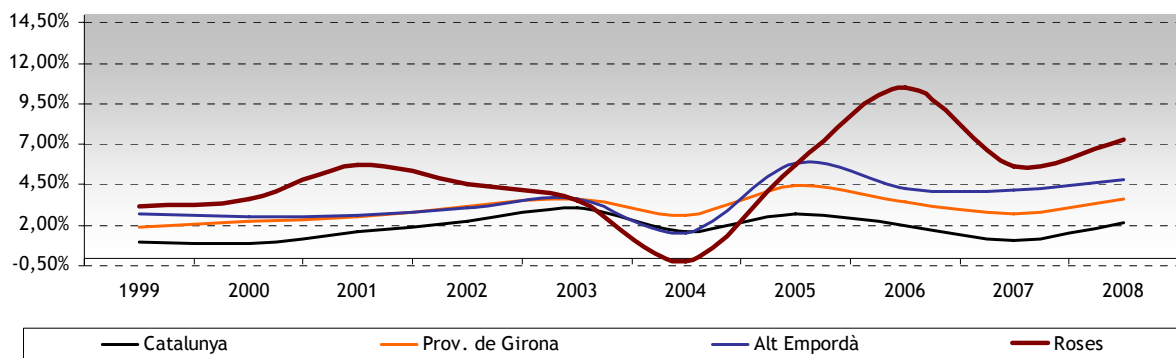
Font: elaboració pròpia a partir dades Ajuntament (a 31 de desembre).

<sup>5</sup> Per aquesta comparació s'ha regularitzat la dada facilitada per l'Ajuntament (data de variació 31/12) a 01/01 de l'any següent, considerant-la equivalent a la dada registrada a l'Idescat (data de variació a 01/01).

Si posem en relació la tendència de variació poblacional enregistrada a Roses amb la de la comarca, la província i la de Catalunya, trobem que és proporcionalment molt superior. Així, entre els anys 1998 i 2008, a Catalunya el creixement acumulat ha estat de tan sols un 18,6%, a Girona província del 32,3%, i a la comarca de l'Alt Empordà del 37,5%. Durant aquest mateix període l'increment poblacional a Roses va ésser superior al 52% (segons dades Idescat).

Com veurem en el gràfic següent, la tendència és similar per a tots els àmbits territorials de referència: hi ha similitud en les puntes de màxim decreixement entre els anys 2003 i 2005, i també al 2007. Pel que fa a les etapes de creixement poblacional, la tendència al municipi de Roses replica, amb una major amplitud de variació, la de l'Alt Empordà (molt similar a les que caracteritzaren Girona província i Catalunya). És també destacable el comportament poblacional que va caracteritzar la vila de Roses en el període 2001-2003: hi va haver una disminució quant al percentatge d'increment de població. Amb tot, Roses va experimentar, excepte per 2004, creixements de població superiors a la resta d'àmbits territorials.

**Gràfic 1: increments de població (1998-2008). Àmbits territorials de referència.**



Font: Idescat (padró continu amb data de variació 01 de gener).

Al 2003, quant a població en termes equivalents a temps complet any<sup>6</sup>, destaca una població estacional de 14.140 habitants (diferència entre les entrades de població no resident menys les sortides de la població resident). D'aquesta manera, la població total ETCA (veïns residents a Roses més la població estacional en termes equivalents a temps complet any) suma 28.859 persones, un 96% més que la població registrada a l'Idescat aquell mateix any.

**Taula 4: població en termes equivalents a temps complet any, 2003**

	Pob. No resident present ETCA	Pob. Resident no present ETCA	Pob. Estacional ETCA	Pob. Total ETCA
Roses	15180	1040	14140	28859

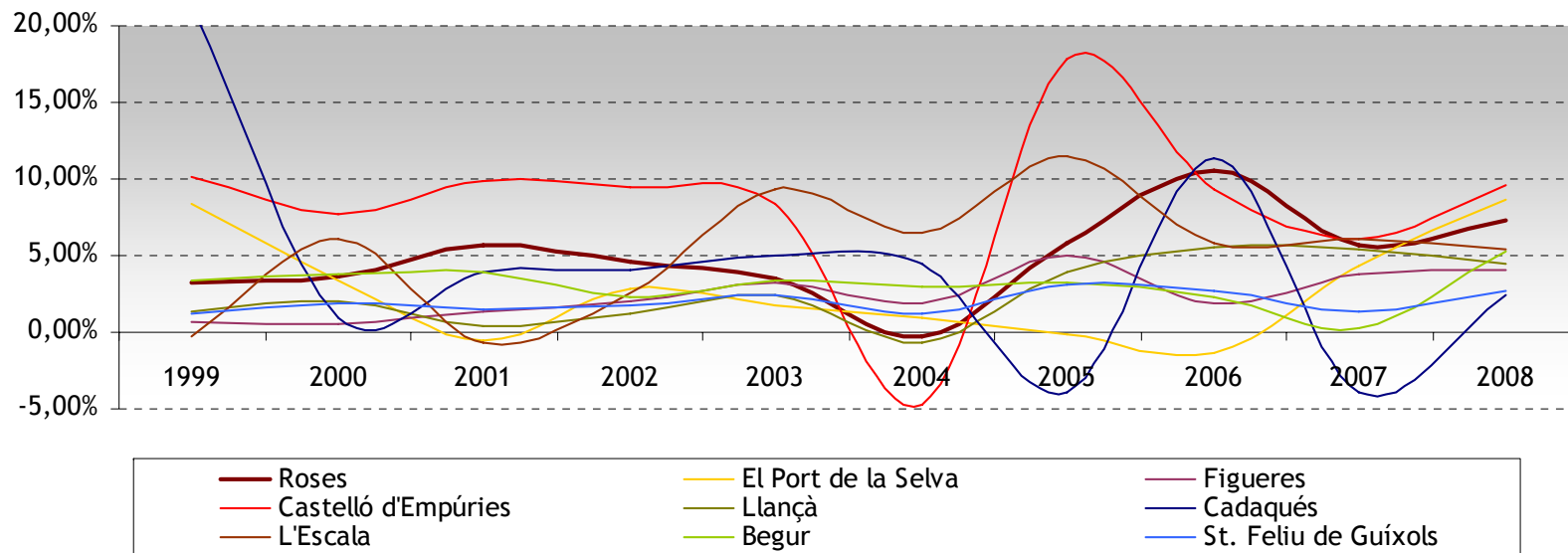
Font: Idescat, 2003

<sup>6</sup> Unitat de mesura que té en compte el nombre de persones a temps complet l'any.

Si tenim en compte els municipis del voltant<sup>7</sup> de Roses podem observar com, considerant les dades registrades a l'Idescat, la tendència és similar en els casos de Roses, Castelló d'Empúries i Cadaqués, aquests dos últims amb variacions més accentuades. Així, durant el període 1999-2004 Roses presenta una evolució pel que fa a percentatges de variació poblacional anàloga a l'experimentada a Castelló d'Empúries, mentre que durant el període 2006-2008 la tendència és la mateixa que a Cadaqués.

Al comparar els increments de població de Roses amb altres municipis amb qualificació turística observem, per una banda, com durant el període 1999-2003 la tendència a Roses va ser inversa a la de Llançà (tot i que ambdós municipis van romandre amb taxes d'increment poblacional positives); per altra, observem com durant el període 2006-2008 la tendència és similar a la de Begur.

**Gràfic 3: Incrementos de població (1998-2008). Entorn de Roses.**



Font: dades Idescat (data de variació 01 de gener).

<sup>7</sup> Per fer aquesta comparació intermunicipal hem pres com a referència els municipis propers a la vila de Roses i també altres municipis amb realitats semblants, tant a nivell poblacional (Sant Feliu de Guíxols), com a nivell turístic (Begur, poble amb la qualificació de municipi turístic).

En aquest sentit, també és interessant comparar l'increment acumulat entre els anteriors municipis i els àmbits territorials de referència al llarg del període 1998-2008 per veure diferències més importants quant a evolució de la població, com es pot observar a la taula següent. A excepció de Sant Feliu de Guíxols, les bones connexions viàries apareixen aquí com a determinants a l'hora d'explicar els forts increments poblacionals que caracteritzaren els municipis turístics durant el període analitzat.

**Taula 5: variació (1998-2008). Entorn de Roses i àmbits territorials de referència.**

MUNICIPI	Població 2008	Variació (1998 - 2008)
Castelló d'Empúries**	11.653	100,36%
L'Escala**	9.829	65,86%
Roses**	19.463	56,86%
Alt Empordà	135.413	37,47%
Prov. de Girona	731.864	32,26%
Begur**	4.304	30,90%
Llançà**	5.082	27,62%
Figueres*	42.809	26,57%
Cadaqués	2.873	26,01%
El Port de la Selva**	1.029	21,34%
St. Feliu de Guíxols**	21.726	20,25%
Catalunya	7.364.078	18,63%

\*Capital de comarca.

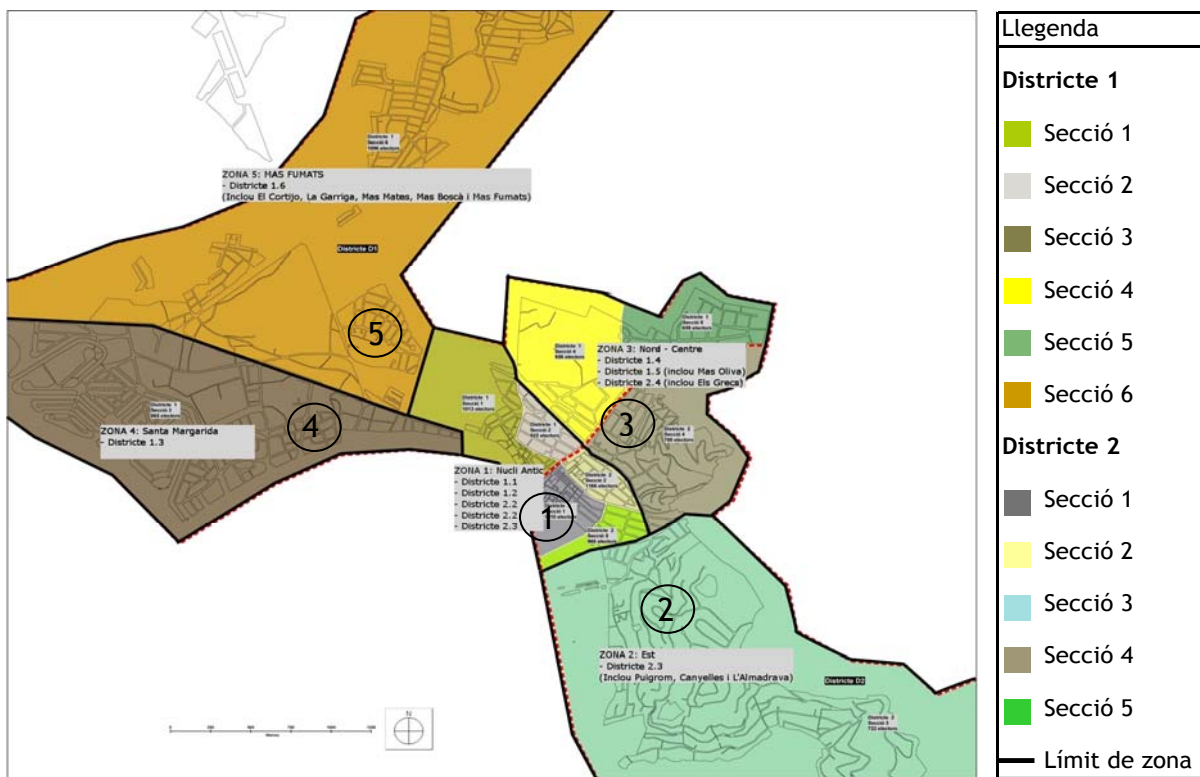
\*\*Municipi que ha sol·licitat i obtingut de la DGC la qualificació de municipi turístic.

Font: elaboració pròpia (a partir dades Idescat).

### 4.3.2 Variació de població per districtes administratius de Roses.

A continuació analitzarem la variació de població a nivell municipal per seccions. Per aquest motiu considerarem les dades facilitades per l'Ajuntament (data de variació 31/12). A efectes administratius, Roses es divideix en 2 districtes, els quals es subdivideixen en 6 i 5 seccions respectivament: les seccions 1 i 2 del districte 1, i les seccions 1, 2 i 5 del districte 2 conformen la part Centre del municipi, la qual comprèn el Nucli Antic i que anomenarem més endavant ZONA 1. La secció 3 del districte 2 constitueix tota la part Est (inclou els termes de Puigrom, Canyelles i L'Almadrava) i l'anomenarem ZONA 2. La part Nord - Centre està formada per les seccions 4 i 5 del districte 1, així com per la secció 4 del districte 2; ens referirem a aquesta part en tant que ZONA 3. Com a ZONA 4 ens referirem a la secció 3 del districte 1, la qual està ubicada al Sud - Oest del municipi i compren el terme de Santa Margarida. Finalment, la secció 6 del districte 1, al Nord - Oest de Roses està formada pels termes de El Cortijo, La Garriga, Mas Mates, Mas Boscà i Mas Fumats; ens hi referirem com a ZONA 5.

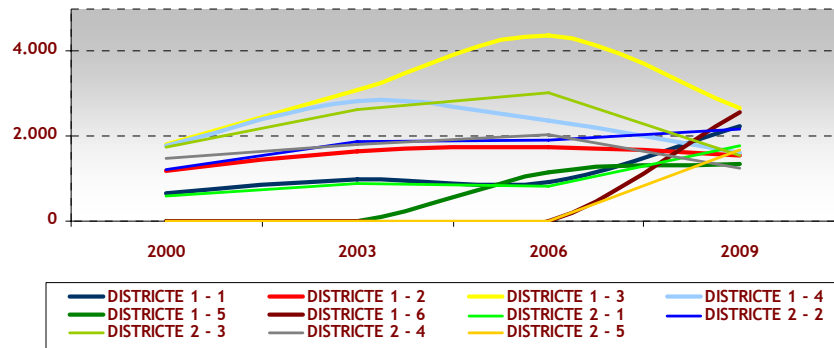
#### Plànol 4: agrupació en 5 zones de l'estructura administrativa de Roses.



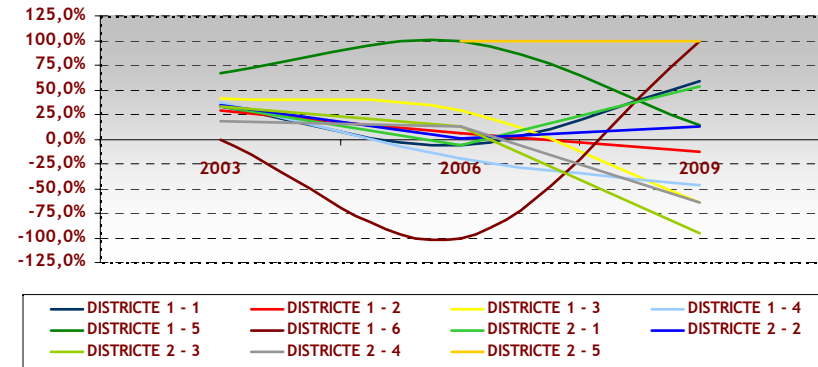
Font: elaboració pròpia a partir plànol facilitat per l'Ajuntament.

A la pàgina següent es presenten els principals resultats de l'anàlisi per districtes.

Gràfic 4: moviment de la població per districtes (2000-2009).



Gràfic 5: variació (%) de la població per districtes (2000-2009).



Font: dades Ajuntament (data de variació 31/12 excepte per 2009).

Font: dades Ajuntament (data de variació 31/12 excepte per 2009).

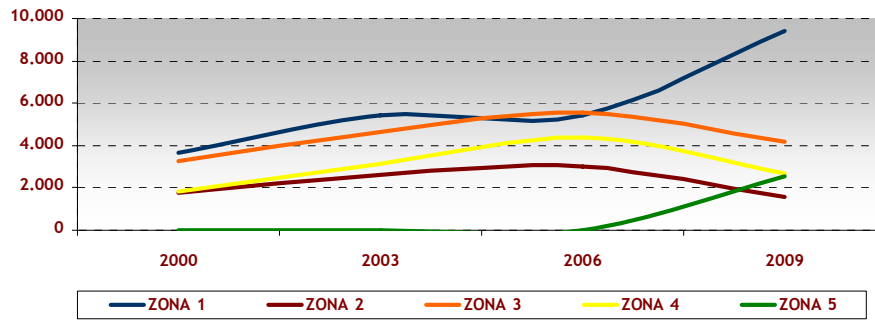
Taula 6: variacions 2000-2009 per districtes.

	DISTRICTE 1 - 1		DISTRICTE 1 - 2		DISTRICTE 1 - 3		DISTRICTE 1 - 4		DISTRICTE 1 - 5		DISTRICTE 1 - 6		DISTRICTE 2 - 1		DISTRICTE 2 - 2		DISTRICTE 2 - 3		DISTRICTE 2 - 4		DISTRICTE 2 - 5		
	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ	
2000	665	-	1.172	-	1.824	-	1.791	-	2	-	1	-	581	-	1.230	-	1.752	-	1.467	-			0
2003	994	33,1%	1.654	29,1%	3.106	41,3%	2.841	37,0%	6	66,7%	1		872	33,4%	1.891	35,0%	2.628	33,3%	1.805	18,7%			0
2006	936	-6,2%	1.756	5,8%	4.366	28,9%	2.365	-20,1%	1.145	99,5%	0		817	-6,7%	1.914	1,2%	3.033	13,4%	2.055	12,2%			1
2009	2.236	58,1%	1.556	-12,9%	2.661	-64,1%	1.616	-46,3%	1.335	14,2%	2.560		1.762	53,6%	2.187	12,5%	1.548	-95,9%	1.254	-63,9%			1.682

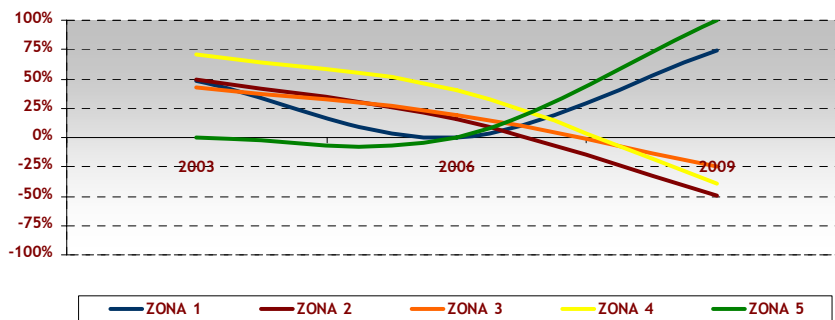
Font: dades Ajuntament (data de variació 31/12 excepte per 2009).

La primera conclusió que podem extreure és que les seccions 6 i 5 dels districtes 1 i 2 respectivament són zones molt recents que varen començar a captar residents passat 2006, concretament a partir de 2008. Així, d'una banda el creixement experimentat a la part Centre de Roses (ZONA 1) durant el període 2006-2009 s'explica pel fort increment de població a la secció 2-5 (va guanyar 1.681 habitants), així com pel creixement dels barris més cèntrics: seccions 1-1 (+58,1%), 2-1 (+53,6%) i 2-2 (+12,5%): l'única secció de la zona 1 que va perdre població durant el període 2006-2009 va ser la 1-2 (-12,9%), contràriament al període 2003-2006 en que va ser la única amb un creixement significatiu (+5,8%). D'altra banda, el fort increment registrat a la secció 1-6 (ZONA 5) es justifica per l'expansió d'urbanitzacions com Mas Mates, Mas Boscà o Mas Fumats entre d'altres.

Quant a la secció 2-4, destaca un creixement de la població més feble període rere període, fins arribar un decreixement al 2009 respecte 2006 de gairebé un 25%. Altres seccions van experimentar la mateixa tendència fins i tot de forma més acusada: es tracta de les seccions 4 i 3 dels districtes 1 i 2 respectivament. Ambdós àmbits es van veure afectats per un canvi de preferències cap a la secció 1-5 des de 2003, i cap a les seccions 1-1, 2-1, 2-2 i 2-5 a partir de 2006.

**Gràfic 6: moviment de la població per zones (2000-2009).**


Font: dades Ajuntament (data de variació 31/12 excepte per 2009).

**Gràfic 7: variació (%) de la població per zones (2000-2009).**


Font: dades Ajuntament (data de variació 31/12 excepte per 2009).

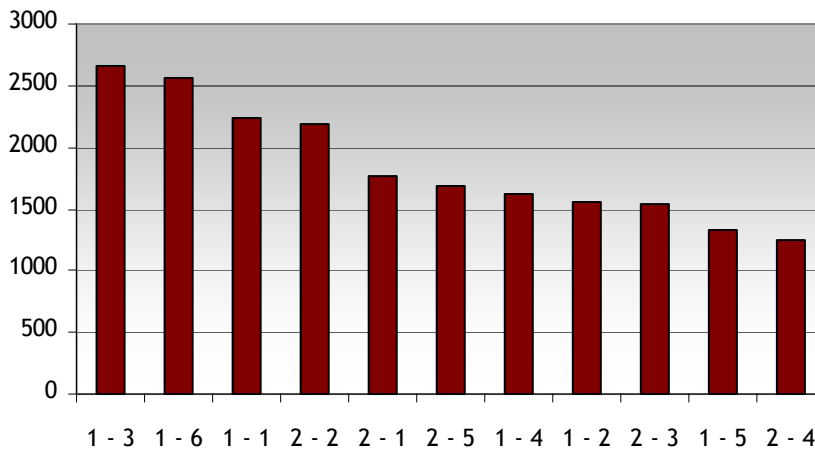
**Taula 7: variacions 2000-2009 per zones.**

	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3		ZONA 4		ZONA 5	
	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ	Població	Δ
<b>2000</b>	3.648		1.752		3.260		1.824		1	-
<b>2003</b>	5.411	48,3%	2.628	50,0%	4.652	42,7%	3.106	70,3%	1	-
<b>2006</b>	5.424	0,2%	3.033	15,4%	5.565	19,6%	4.366	40,6%	0	-
<b>2009</b>	9.423	73,7%	1.548	-49,0%	4.205	-24,4%	2.661	-39,1%	2.560	100,0%

Font: dades Ajuntament (data variació 31/12 excepte per 2009)

Si comparem l'evolució poblacional a nivell de les zones descrites anteriorment, observem com fins a 2003 tot el municipi de Roses va guanyar nombre d'habitants, especialment pel que respecte a l'extrem Sud - Oest del municipi: Santa Margarida (ZONA 4). Són però aquesta part junt amb la ZONA 2 (secció 2-3), les que varen registrar una major disminució durant el període 2006-2009.

S'identifiquen així dues tendències durant aquest període: les zones que han guanyat població amb increments superiors al 70% (ZONES 1 i 5), i les que n'han perdut: ZONA 2 (-49%), ZONA 3 (-24,4%) i ZONA 4 (-39,1%).

**Gràfic 8: distribució en nombres absoluts de la població per districtes, a 09/08/2009.**


Font: elaboració pròpia a partir dades Ajuntament.

També és rellevant posar de manifest el pes poblacional que tenen les seccions corresponents a Santa Margarida (1-3) i a tota la part Nord-Oest de Roses (1-6) en el conjunt de la població: entre les dues han acumulat al 2009 més del 25% dels residents: a data 09 d'agost van comptabilitzar 2.661 i 2.560 habitants respectivament.

### 4.3.3 Població nouvinguda

**Taula 8: distribució de la població nouvinguda per districtes, agost de 2009.**

	Població nouvinguda	% s/ Total nouvinguts	% s/ Total població
<b>Districte 1 - 3</b>	1.627	21,47%	7,98%
<b>Districte 1 - 6</b>	1.113	14,69%	5,46%
<b>Districte 1 - 1</b>	972	12,82%	4,77%
<b>Districte 2 - 2</b>	720	9,50%	3,53%
<b>Districte 2 - 3</b>	685	9,04%	3,36%
<b>Districte 2 - 1</b>	586	7,73%	2,87%
<b>Districte 2 - 5</b>	472	6,23%	2,31%
<b>Districte 1 - 5</b>	455	6,00%	2,23%
<b>Districte 1 - 2</b>	388	5,12%	1,90%
<b>Districte 2 - 4</b>	298	3,93%	1,46%
<b>Districte 1 - 4</b>	263	3,47%	1,29%
<b>Total</b>	<b>7579</b>	<b>100%</b>	<b>37,16%</b>

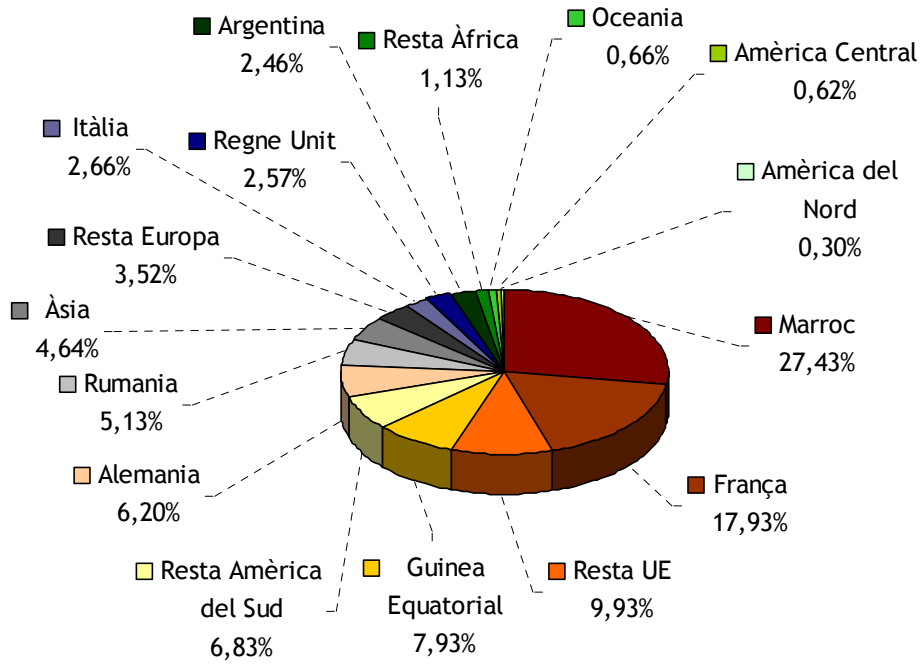
Font: dades Ajuntament (a 09/08/2009)

Concentrada principalment a la meitat Oest del municipi (seccions amb més habitants en termes absoluts), a principis del mes d'agost del 2009, la població d'origen estranger a Roses representava el 37,2% del total de la població resident.

La majoria dels estrangers provenen de la UE (44,42%), principalment de França (17,93%), mentre que el 64,78% és d'origen extracomunitari: el 36,49% prové d'Àfrica, majoritàriament del Marroc (27,43%), mentre que el 9,91% és d'origen Sud i Centreamericà. Per últim, el 5,3% prové d'Àsia i Oceania, i només el 0,3% té origen Nord-americà.



**Gràfic 9: procedència de la població estrangera de Roses, juny de 2009**



Font: dades facilitades per l'Ajuntament.

## 4.4 PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC: POBLACIÓ OCUPADA I ATUR

Segons dades de l'Idescat de l'any 2001, la població ocupada a Roses es concentrava al sector serveis i representava el 65,68% de les 5.461 persones amb feina aquell any. Aquesta xifra és gairebé idèntica a la de l'Alt Empordà (65,71%) i lleugerament superior a la de Catalunya (62%).

**Taula 9: població major de 16 anys en relació amb l'activitat a Roses, Alt Empordà i Catalunya, 2001.**

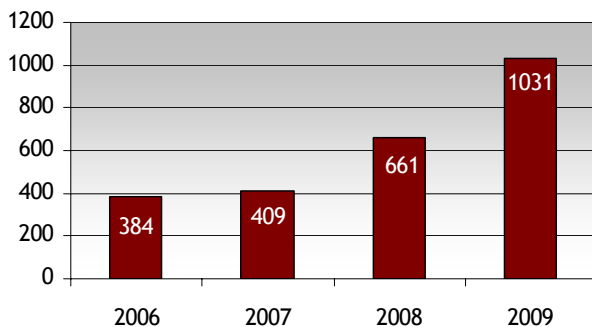
	Activa					% Població 16 anys i +	Inactiva	% Població 16 anys i +	Població 16 anys i +
	Ocupada	%	Desocupada	%	Total				
<b>Roses</b>	5.461	88%	760	12%	6.221	60,05%	4.139	39,95%	10.360
<b>Alt Empordà</b>	42.695	91%	4.256	9%	46.951	56,28%	36.466	43,72%	83.417
<b>Catalunya</b>	2.815.126	90%	318.935	10%	3.134.061	58,35%	2.236.888	41,65%	5.370.949

Font: IDESCAT, 2001 (recomptes segons CCO94)

Ara passem a analitzar les dades d'atur<sup>8</sup> a Roses. Per tal de poder garantir la coherència en la comparació hem escollit el mes d'agost com a referència: és l'últim mes de 2009 amb dades disponibles.

La tendència alcista és evident: al 2006 només es varen registrar 384 aturats (2,09% de la població censada per l'Ajuntament). Al 2007 aquest nombre va augmentar lleugerament, tanmateix el percentatge d'aturats es va reduir mínimament fins representar el 2,07% de la població. Al 2008 els aturats varen passar a representar el 3,24% dels residents a Roses, percentatge que al 2009 s'ha incrementat de nou fins el 5,05%. D'aquesta manera, en un període de 4 anys s'ha més que duplicat la taxa d'atur.

**Gràfic 10: Atur registrat a Roses a l'agost en els últims quatre anys.**



Font: dades Ajuntament.

<sup>8</sup> L'atur registrat, recordem, és el nombre de persones de 16 anys i més que busquen ocupació, hagin treballat amb anterioritat o no, registrades a les Oficines de Treball de la Generalitat o de l'INEM.

## 5 ANÀLISI DE L'OFERTA COMERCIAL A ROSES

### 5.1 INTRODUCCIÓ: ABAST DE L'ANÀLISI

En aquest capítol s'analitza l'oferta comercial de Roses des d'una perspectiva quantitativa per determinar el volum d'oferta tant en nombre d'establiments com en superfície. Així, es presenten dades i indicadors d'activitat per sectors d'activitat per conèixer el mix comercial del municipi i el pes de cadascun dels sectors amb relació als altres tant en nombre d'establiments com en superfície comercial. En aquest sentit, s'aporten indicadors que ens permeten conèixer el grau d'especialització del municipi, i de les zones comercials entre si, pel que fa als sectors quotidians i sectors no quotidians.

D'altra banda, hi ha una anàlisi per districtes i seccions administratives per valorar i quantificar la ubicació de l'oferta comercial en l'espai urbà del municipi i poder identificar i definir, d'aquesta manera, la dotació comercial per aquestes unitats poblacionals.

Amb tot, l'anàlisi que plantejarem va un pas més enllà amb la identificació de les zones comercials que responen a criteris tècnics de concentració comercial, de tipologia i format comercial, de qualitat de l'oferta i també, aquest aspecte fonamental, de tipus urbanístic (tipologia d'edificació, condicions de parcel·lació, condicions d'edificació i condicions d'ús). Tal i com veurem més endavant, l'agrupació de l'oferta comercial per zones es correspon a zones en sòl urbà (ja sigui zones senceres, agrupacions de parts de zones o parts d'una mateixa zona) per donar una orientació urbanística a aquesta anàlisi (part que es treballarà al corresponent capítol d'urbanisme comercial). Aquesta classificació també ens ha permès diferenciar els diferents àmbits comercials segons la seva funció en el conjunt del municipi. És a dir, com ja hem dit, la classificació d'àmbits comercials respon a criteris justificatius segons tipologia d'oferta i segons tipologia de sòl.

En aquest sentit, no podem oblidar que un dels objectius de l'estudi és determinar els pols d'activitat comercial i definir-ne les principals característiques, en aquest cas a nivell quantitatiu. Aquesta informació és fonamental per a la determinació del model comercial de Roses, que entre d'altres, té com a repte potenciar la funció comercial dels eixos i zones comercials del municipi.

Més endavant, aquesta informació quantitativa s'enriquirà amb una anàlisi qualitativa de les zones comercials i dels seus carrers, tant pel que fa a l'oferta comercial com a les condicions de context: urbanisme comercial, equipaments públics, etc.

Una de les virtuts de l'anàlisi que presentem a continuació és que ens permet ubicar les activitats dels carrers més comercials del municipi sobre plànol. Amb aquest objectiu, es presentarà una representació gràfica de la ubicació de les activitats sobre plànol que ens permetrà copsar la densitat comercial. D'aquesta manera, es poden identificar ràpidament les concentracions comercials a Roses.

En aquest capítol s'aporta igualment una relació detallada dels equipaments comercials amb una superfície de venda superior als 400 m<sup>2</sup> i la seva ubicació sobre el plànol del municipi. Igualment, per enriquir el treball es presenta una classificació dels comerços segons trams de superfície que ens permet obtenir una aproximació quantitativa al format d'establiment comercial predominant a Roses.

Amb igual objectiu i com a resposta als nous preceptes recollits al Decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'equipaments comercials, plantejarem una taula que agrupa les activitats comercials de Roses segons la nova classificació dels equipaments comercials, en funció de la seva superfície de venda i de la seva singularitat.

Classificació segons superfície de venda:

1. **Petits Establiments Comercials: PEC**  $\leq 800 \text{ m}^2$ .
2. **Mitjans Establiments Comercials: MEC**  $\geq 800$  i  $\leq 1.300 \text{ m}^2$ .
3. **Grans Establiments Comercials: GEC**  $\geq 1.300 \text{ m}^2 \leq 2.500 \text{ m}^2$ .
4. **Grans Establiments Comercials Territorial GECT**  $\geq 2.500 \text{ m}^2$ .

D'altra banda, per completar, l'anàlisi qualitativa de l'oferta comercial de Roses s'analitza, a grans trets, l'oferta dels serveis complementaris a l'activitat comercial; en aquest cas, serveis com els bars i restaurants, les entitats financeres, serveis a les empreses, serveis a la persona (perruqueries, centres d'estètica, clíniques, etc.) o agències de viatges.

En últim lloc, s'analitza el paper del mercat municipal de Roses i dels dos mercats de venda no sedentària.

Abans d'entrar a l'estudi però, cal fer una precisió metodològica important. Per fer l'anàlisi de l'oferta comercial de Roses es diferencien dos grans àmbit d'estudi, en virtut del que s'estableix a la normativa catalana sobre ordenació dels equipaments comercials:

- Activitat comercial en Trama Urbana Consolidada (TUC, d'ara en endavant): **Zona TUC**.
- Activitat fora de TUC (polígons industrials) i que no formen part d'una Concentració Comercial o d'un Gran Establiment Comercial: **Zona Fora TUC**.

Aquesta distinció ens permet analitzar el comerç urbà d'una banda i l'activitat comercial fora del nucli urbà d'altra. No oblidem, amb tot, que l'objectiu final del Pla Estratègic de Comerç de Roses és l'oferta comercial en el seu conjunt, però aquesta distinció és rellevant per valorar l'efecte que té la ubicació de la superfície comercial sobre el teixit comercial del municipi.

La inexistència de Centres Comercials o Concentracions Comercials Col·lectives al terme municipal de Roses, segons es pot observar al plànol de delimitació de TUC aprovada per la Generalitat de Catalunya, fa que aquesta categoria no formi part de l'anàlisi de l'oferta comercial de Roses.

## 5.2 NOTA METODOLÒGICA: LES FONTS D'INFORMACIÓ

L'anàlisi de l'oferta comercial de Roses es fonamenta en l'explotació del llistat d'activitats econòmiques de la taxa de recollida de residus urbans de 2009. Tanmateix, s'ha incorporat algun comerç i modificat alguna superfície gràcies a la col·laboració del Departament d'Activitats de l'Ajuntament, a través d'un llistat dels mitjans i grans formats comercials (tipologia autoserveis, superserveis i supermercats).

S'han eliminat igualment els comerços que es varen identificar com a definitivament tancats durant una prospectiva sobre el terreny els dies 15 i 29 d'octubre de 2009 (els establiments tancats per qüestions d'estacionalitat sí s'han considerat).

Igualment, per completar l'anàlisi s'han utilitzat, amb l'objectiu de fer una primera aproximació a l'anàlisi d'oferta i comparar amb municipis propers, les fonts d'informació següents:

- **Dades de l'Anuari Econòmic de la Caixa de 2009.** Aquestes dades s'han utilitzat per fer l'anàlisi de l'oferta i dotació comercial al municipi amb relació a d'altres àmbits territorials de comparació: municipis propers, conjunt de la Província de Girona i Catalunya. En aquest cas, però, advertim que la unitat de mesura no són les activitats com en el cas de la font de dades municipal, sinó que es tracta de llicències d'activitat. Aquest fet, és el que explica que les dades no siguin iguals entre ambdues fonts.
- **Dades de l'Idescat.** Aquestes dades s'han utilitzat per determinar la població dels diferents àmbits territorials amb que es compara la realitat de Roses.

En darrer lloc, posar de manifest que la classificació de sectors d'activitat que s'ha emprat per a l'anàlisi de les dades de la taxa de residus s'ha basat en l'agrupació i criteris establerts al PTSEC:

- Sector quotidià alimentari. Epígrafs 64 i 6524: fruita, verdura, hortalisses; carn i derivats, ocells, ous, conills, cacera i derivats; peix, pesca salada i altres; pa, pastisseria, confiteria, llet i productes làctics; vins i begudes de tota mena; tabac i articles de fumador; comerç al detall de productes d'alimentació i begudes en general; autoserveis; superserveis i supermercats; plantes i herbes en herbolaris.
- Sector quotidià no alimentari. Epígrafs 6521, 6522 i 6523: medicaments, productes sanitaris i d'higiene personal (farmàcies); productes de drogueria, perfumeria i cosmètica, neteja, pintures, papers i altres productes per a la decoració i productes químics; articles per a la higiene i neteja personal.
- Equipament de la llar. Epígrafs 6511, 653 i 6597: productes tèxtils, confeccions per a la llar; catifes, tapisseria; mobles (excepte els d'oficina); material i aparells elèctrics, electrodomèstics i altres aparells d'ús domèstic amb energia diferent de l'elèctrica i mobles de cuina; parament de la llar, ferreteria, adornament, regals; materials de construcció i articles i mobiliari de sanejament; portes, finestres i persianes, motlures i marcs, tarimes i parquet-mosaic, cistells i articles de suro; articles de bricolatge; altres articles per a l'equipament de la llar no classificats en altres llocs; llavors, flors, plantes i animals petits.
- Equipament de la persona. Epígrafs 6512, 6513, 6514, 6515, 6516, 6517, 6595 i 656: tota mena de peces de vestir i lligadures; llenceria i cotilleria; merceria; peces especials; calçat, articles de pell i d'imitació; confeccions de pelleteria; joieria, rellotgeria i bijuteria; béns usats.
- Automoció i carburants. Epígrafs 6541, 6542, 6543, 6544, 6546 i 655: vehicles terrestres; ; accessoris i recanvis per a vehicles terrestres; vehicles aeris; vehicles marítims i fluvials; comerç menor de rodes; combustibles, carburants i lubricants.
- Lleure i cultura. Epígrafs 657, 6591, 6593, 6594, 6596 i 6598: instruments musicals i accessoris; segells, monedes, medalles, obres d'art; aparells mèdics, ortopèdics, òptics i fotogràfics; llibres, diaris, papereria i belles arts; joguines, articles i roba d'esport, armes i pirotècnia.
- Comerç mixt. Epígrafs 6611, 6612, 6613, 6621 i 6622: grans magatzems; hipermercats; magatzems populars; economats i cooperatives de consum; comerç al detall de tota classe d'articles, incloent-hi l'alimentació i les begudes, en establiments no inclosos en els altres epígrafs d'aquest apartat.
- Altres. Epígrafs 6599, 6545 i 6592: altres productes al detall no especificats a excepció dels articles per a l'equipament de la llar no classificats en altres llocs; tota classe de maquinària; mobles d'oficina.
- Comerç ambulat. Epígraf 663: parades no sedentàries dedicades al comerç al detall alimentari i no alimentari. No s'hi inclouen les màquines expenedores (epígraf 664), ni el comerç al detall de productes diversos per correu o catàleg (665).

Pel que fa al treball de camp realitzat els dies **27 d'agost i 15 i 29 d'octubre de 2009**, s'ha fet un **anàlisi qualitatiu**: anàlisi de l'oferta comercial en termes d'imatge (marxandatge visual), anàlisi de continuïtats i discontinuïtats comercials, anàlisi de l'entorn urbà (urbanisme comercial) i anàlisi de problemàtiques específiques vinculades a l'oferta comercial o a l'entorn urbanístic.

## 5.3 DADES GENERALS SOBRE L'OFERTA COMERCIAL A ROSES

### 5.3.1 Principals dades de comerç i de restauració (segons dades de la Caixa).

Iniciem aquest apartat amb l'explotació de les dades extretes de l'Anuari Econòmic de la Caixa de 2009 amb l'objectiu de definir quina és la situació actual de Roses pel que fa l'activitat comercial minorista.

El quadre següent recull, de manera sintètica, les macromagnituds del comerç a Roses. La taula aporta informació de les llicències d'activitat comercial minorista amb relació als seus àmbits de referència: en primer lloc en relació amb els municipis comercials geogràficament més propers i en segon lloc en relació amb el total de la província de Girona i de Catalunya. Així, destaca que l'oferta comercial de Roses, amb **635 llicències comercials minoristes**, és força inferior a la de la capçalera comercial de la zona: Figueres (1.377). Tanmateix, la població en aquesta ciutat és més del doble de la població a la vila de Roses.

Així, si tenim en compte els dos índex de dotació comercial: nombre de llicència d'activitats comercials per cada 1.000 habitants i superfície mitjana per comerç podem analitzar comparativament les dades.

En primer indicador reflecteix la quantitat d'oferta comercial que hi ha a Roses i ens permet comparar si aquesta és alta o baixa en relació amb els municipis de context i els dos àmbits supramunicipals. Així, observem com **Roses té 32,6 llicències d'activitat per cada 1.000 habitants i és el 4rt municipi del seu entorn amb més llicències**; és a dir, només hi ha 3 municipis amb una dotació més alta que la de Roses: El Port de la Selva (52,5 comerços/1.000 habitants), Castelló d'Empúries (48,5) i Cadaqués (34,8). Figueres, la principal capçalera comercial de l'Alt Empordà, té una dotació igual (32,2).

Igualment, cal destacar que la dotació és superior a Roses que al conjunt de la província de Girona (26,7) i que al conjunt de Catalunya (26,7).

Pel que fa a la superfície comercial, podem observar com la mida mitjana dels establiments comercials minoristes de Roses és de 98,8 m<sup>2</sup> per sota de la mitjana de Girona i de Catalunya, fet que ens porta a pensar que la mida dels locals comercials a Roses és lleugerament inferior que en d'altres municipis. Amb tot, hem de tenir present que a Roses no hi ha cap centre comercial perifèric, encara que sí que té establiments de mitjà format i una de gran format.

**Taula 11: Indicadors de dotació comercial minorista a Roses en relació als municipis de la zona, Província de Girona i Catalunya.**

Indicadors comercials				
MUNICIPIS	Activ. Comercials Minoristes	Població	Establiments /1000 hab.	m <sup>2</sup> /n° comerços*
Port de la Selva (El)	54	1.029	52,5	151,3
Castelló d'Empúries	565	11.653	48,5	72,8
Cadaqués	100	2.873	34,8	112,2
Roses	635	19.463	32,6	98,8
Figueres	1.377	42.809	32,2	141,8
Palamós	570	17.766	32,1	72,9
Escala (L')	312	9.829	31,7	87,4
Sant Feliu de Guíxols	574	21.726	26,4	119,3
Llançà	133	5.082	26,2	98,9
Begur	84	4.304	19,5	88,0
<b>Total Prov. Girona</b>	<b>19.509</b>	<b>731.864</b>	<b>26,7</b>	<b>113,8</b>
<b>Total C.A. CATALUÑA</b>	<b>162.516</b>	<b>7.364.078</b>	<b>22,1</b>	<b>119,9</b>

\*NOTA: s'ha inclòs la superfície dels centres comercials.

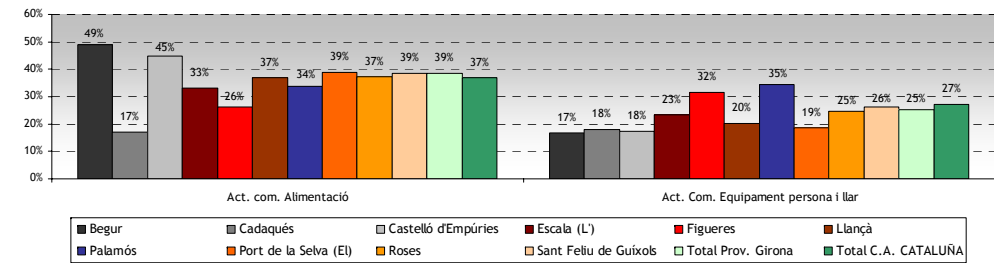
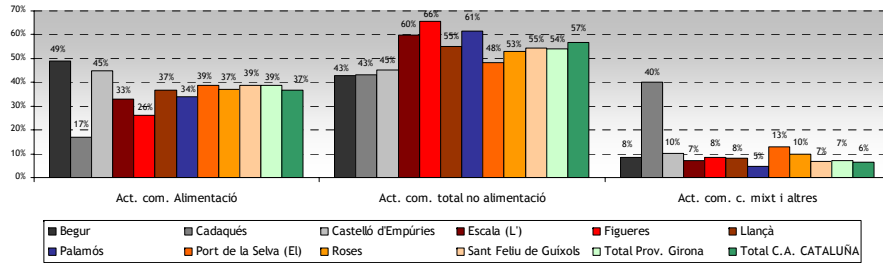
Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Anuari Econòmic de la Caixa 2009.

**Taula 12: Comparació de l'oferta comercial a Roses amb municipis de la zona, la província de Girona i Catalunya.**

Municipis, total Provincial i CC.AA.	Activitats comercials minoristes 2008	Act. com. Alimentació	Act. com. tradicional	Act. com. supermercats	Act. com. total no alimentació	Act. com. vestit i calçat	Act. com. Llar	Act. com. resta no alimentació	Act. com. c. mixt i altres	Act. Com. Grans Magatzems	Act. Com. Hipermercats	Act. com. Magatzems populars	Act. com. Ambulant	Act. com. altre comerç	Variació activitats comercials minoristes 03-08 (%)	Superfície-m2 activitats comercials minoristes	Superfície-m2 alimentació	Superfície-m2 total no alimentació	Superfície-m2 c. mixt i altres	Centres Comercials	m2 Centres Comercials (2007)	Activitats de restauració i bars	Variació activitats de restauració i bars 02-07 (%)	Oficines bancàries 2008	Variació oficines bancàries 03-08 (Absoluta)
Figueres	1.377	360	342	18	902	214	223	465	115	1	3	5	45	61	9,9%	186.970	31.393	122.793	32.784	1	8.486	339	10,8	51	4
Roses	635	236	215	21	336	82	74	180	63	0	1	6	16	40	18,7%	62.833	18.860	33.752	10.221	0	0	360	18,0	22	4
Sant Feliu de Guixols	574	222	205	17	313	73	78	162	39	0	1	2	15	21	4,0%	50.509	14.607	30.029	5.873	0	0	186	5,7	24	3
Palamós	570	193	178	15	350	103	94	153	27	0	0	0	9	18	8,2%	49.793	10.781	37.123	1.889	0	0	193	8,4	25	4
Castelló d'Empúries	565	253	240	13	255	38	61	156	57	0	0	3	22	32	51,5%	63.420	15.730	35.254	12.436	0	0	322	29,3	12	2
Escala (L)	312	103	93	10	187	37	36	114	22	0	1	2	5	14	-3,1%	30.824	6.502	17.872	6.450	0	0	200	11,1	14	-1
Llançà	133	49	43	6	73	8	19	46	11	0	0	0	1	10	-5,7%	9.694	2.715	5.645	1.334	0	0	72	4,3	8	-1
Cadaqués	100	17	11	6	43	8	10	25	40	0	0	0	0	40	26,6%	7.277	1.775	3.863	1.639	0	0	41	-18,0	5	0
Begur	84	41	38	3	36	6	8	22	7	0	0	0	3	4	-2,3%	12.711	1.269	11.292	150	0	0	53	-14,5	3	-1
Port de la Selva (EI)	54	21	18	3	26	6	4	16	7	0	0	1	2	4	-10,0%	6.443	679	4.994	770	0	0	19	-26,9	4	0
<b>Total Prov. Girona</b>	<b>19.509</b>	<b>7.534</b>	<b>6.932</b>	<b>602</b>	<b>10.556</b>	<b>2.456</b>	<b>2.446</b>	<b>5.654</b>	<b>1.419</b>	<b>4</b>	<b>17</b>	<b>53</b>	<b>305</b>	<b>1.040</b>	<b>8,3%</b>	<b>2.169.619</b>	<b>508.284</b>	<b>1.372.356</b>	<b>288.979</b>	<b>3</b>	<b>50.986</b>	<b>6.378</b>	<b>1,8</b>	<b>858</b>	<b>103</b>
<b>Total C.A. CATALUÑA</b>	<b>162.516</b>	<b>59.908</b>	<b>55.130</b>	<b>4.778</b>	<b>92.165</b>	<b>23.024</b>	<b>21.268</b>	<b>47.873</b>	<b>10.443</b>	<b>20</b>	<b>91</b>	<b>447</b>	<b>3.016</b>	<b>6.869</b>	<b>11,4%</b>	<b>18.289.215</b>	<b>3.938.525</b>	<b>12.096.761</b>	<b>2.253.929</b>	<b>51</b>	<b>1.196.080</b>	<b>46.627</b>	<b>2,4</b>	<b>8.098</b>	<b>872</b>

Font: elaboració pròpia a partir dades de l'Anuari Econòmic de la Caixa 2009 (dades 2008).

**Gràfics 12 i 13: comparació de la distribució de l'activitat comercial minorista a Roses amb municipis de la zona, la província de Girona i Catalunya.**



Font: elaboració pròpia a partir dades de l'Anuari Econòmic de la Caixa 2009 (dades 2008).

Font: elaboració pròpia a partir dades de l'Anuari Econòmic de la Caixa 2009 (dades 2008).

Com ja s'ha esmentat, segons les dades de l'Anuari Econòmic de la Caixa de l'any 2009, Roses és el segon municipi de la comarca de l'Alt Empordà després de Figueres amb més llicències d'establiments de comerç minorista.

Si analitzem el pes percentual o relatiu dels diferents sectors comercials, observem com Roses es troba en un punt entremig amb relació als altres municipis tant pel que fa al comerç quotidià (alimentari i no alimentari), com pel que fa als sectors no quotidians (equipament de la persona i la llar).

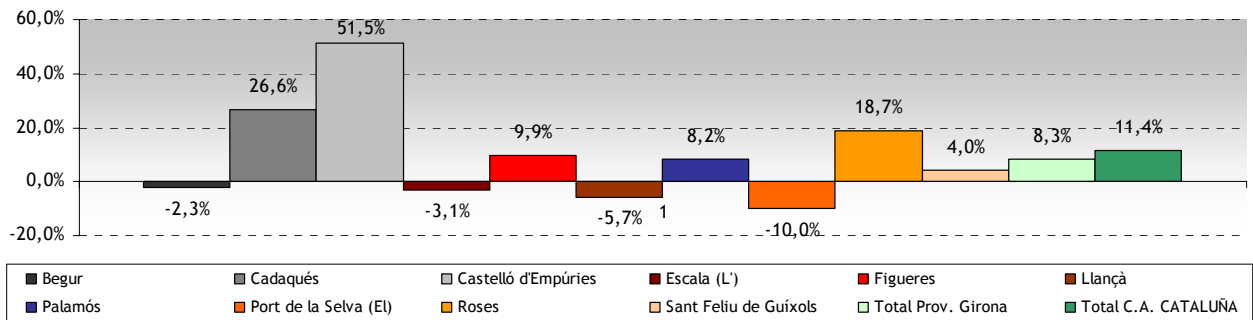
Ara bé si prenem com a referència al gràfic en què es compara les llicències d'activitat d'alimentació amb les d'equipament de la persona, observem com:

- **A Roses hi ha un pes lleugerament superior del sector quotidià alimentari amb relació als dos sectors no quotidians, 12 punts percentuals més alt.** Aquesta situació es dona a tots els municipis, a excepció de l'Escala i Palamós que tenen un percentatge més alt de persona i llar que no d'alimentació. Roses presenta una dotació d'alimentació igual a la mitjana de Catalunya (37%), 11 punts percentuals més alta que la de Figueres (26%).
- La proporció a Roses de llicències de comerços al detall dels subsectors **equipament de la persona i de la llar (26%)** és gairebé igual a la mitjana provincial (25%), però inferior a la de Figueres (32%) i Palamós (35%), que són els dos municipis amb més oferta no quotidiana de l'àmbit territorial de referència.

D'altra banda, a partir del gràfic següent, podem observar quina ha estat l'evolució del comerç minorista a Roses en relació amb la resta de municipis de la zona, de la Província de Barcelona i de Catalunya.

- Roses, durant el període 2003-2008, ha experimentat una **variació de llicències de comerç al detall** positiva del 18,7%, i se situa per sobre del creixement mitjà de Catalunya de la província de Girona. Només hi ha dos municipis amb un creixement més alt que Roses: Cadaqués (26,6%) i Castelló d'Empúries (51,5%).

**Gràfic 14: Comparació de la variació d'activitats comercials minoristes 2003-08 (%).**



Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Anuari Econòmic de La Caixa 2009.

Les dades, per tant, reflecteixen que **Roses (amb 635 llicències d'activitats de comerç al detall) és la segona vila amb més llicències comercials de la comarca, per darrera de Figueres (1.377), i amb una dotació comercial més alta que la de la Província de Barcelona i de Catalunya.**



## 5.4 ANÀLISI D'OFERTA COMERCIAL SEGONS FONTS MUNICIPALS

Ara passem a analitzar l'oferta comercial a partir d'una font d'informació primària, la base de dades de la taxa de residus urbans que com ja hem dit s'ha completat amb el llistat de grans i mitjans establiments comercials facilitat per l'Ajuntament i amb alguns establiments identificats durant una prospectiva sobre el territori que han permès fer algunes modificacions amb relació al la font base. Així els canvis produïts són:

- Incorporar a la base de dades del llistat de residus un **Schlecker** (comerç de Quotidià no alimentari) i la superfície de l'autoservei **Intermarché** (1.730,47m<sup>2</sup>), a partir del llistat de grans i mitjans establiments comercials facilitat per l'Ajuntament.
- Modificar la superfície de l'establiment **Bon Preu** situat al c/ Sant Pere Alt, núm. 10 (també conegut com a Super Nuri): en lloc de 30m<sup>2</sup> se n'han comptabilitzat **520,46m<sup>2</sup>**, igualment, a partir del llistat de grans i mitjans establiments comercials facilitat per l'Ajuntament.
- S'ha considerat el Carrefour Express de la Ctra. de Besalú a Roses (situat fora TUC) com a comerç de quotidià alimentari tot i comptar amb 2.637m<sup>2</sup> i haver de classificar-se, segons els criteris del PTSEC, com a comerç mixt (establiments de quotidià de més de 2.500 m<sup>2</sup>): l'objectiu és garantir la coherència metodològica en la comparació amb el Caprabo (2.352 m<sup>2</sup>, també fora TUC) i el Mercadona (2.398m<sup>2</sup>, inclòs a la TUC), els quals es troben situats al mateix eix viari i segons els criteris de classificació són tots ells menors de 2.500 m<sup>2</sup> i, per tant, del sector quotidià alimentar

### 5.4.1 Anàlisi per subsectors d'activitat comercial

#### Nombre d'activitats comercials

El municipi de Roses té actualment un total de **437** establiments comercials que es distribueixen, per subsectors d'activitat, segons s'especifica la taula següent:

**Taula : Nombre de comerços per subsectors d'activitat.**

Subsector	Total general		TUC		Fora TUC	
	Nombre	%	Nombre	% s/ Total Subsector	Nombre	% s/ Total Subsector
Equipament de la persona	155	35,47%	152	98,06%	3	1,94%
Quotidià alimentari	111	25,40%	94	84,68%	17	15,32%
Equipament de la llar	55	12,59%	52	94,55%	3	5,45%
Lleure i cultura	48	10,98%	42	87,50%	6	12,50%
Comerç Mixt	28	6,41%	27	96,43%	1	3,57%
Quotidià no alimentari	22	5,03%	21	95,45%	1	4,55%
Automoció	11	2,52%	9	81,82%	2	18,18%
Altres	7	1,60%	7	100%	0	0%
<b>Total general</b>	<b>437</b>	<b>100%</b>	<b>404</b>	<b>92,45%</b>	<b>33</b>	<b>7,55%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Urbans de l'Ajuntament de Roses.

En aquesta taula es recullen les dades generals de l'oferta comercial de Roses, tot distingint després entre l'oferta ubicada en Trama Urbana Consolidada de l'oferta ubicada fora de la TUC.

En primer lloc, veiem com el sector que **predomina** és el de **l'equipament de la persona** (roba i calçat), amb un **35%** de l'oferta del municipi. Aquesta dada representa, més del doble que la mitjana dels municipis de Catalunya (14,17%), i encara és superior que la mitjana de la província de Girona (12,6%). En canvi, els establiments del **subsector de quotidià alimentari** representen a

Roses (25% de l'oferta) un percentatge molt inferior al de la mitja dels municipis de Catalunya (36,9%), encara més respecte al de la província de Girona (38,65%).

Les dades pel que fa al conjunt de Catalunya i del a província de Girona es troben recollides a la taula següent.

**Taula : Pes dels diferents sectors i subsectors a Catalunya i a la Província de Girona, segons dades de la Caixa (llicències d'activitats comercials).**

Sectors	% Catalunya	% Prov. Girona
Quotidià alimentari	36,86%	38,62%
No alimentació	56,71%	54,11%
Equipament de la persona	14,17%	12,59%
Equipament de la llar	13,09%	12,54%
Altres	29,46%	28,98%
Comerç mixt i altres	6,43%	7,27%
Total	100%	100%

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Anuari Econòmic de la Caixa 2009 (dades 2008).

En aquest sentit, concloem que a Roses pel que fa a nombre d'establiments comercials, una altra cosa és la superfície comercial que veurem més endavant, té unes característiques diferents als àmbits supramunicipals de referència, amb un predomini del no quotidià sobre el quotidià. Així, **els 3 sectors no quotidians (persona, llar i lleure i cultura) aporten a l'estructura comercial de Roses gairebé un 60% de l'oferta.**

En segon lloc, observem com únicament el 7,55% dels establiments comercials minoristes es troben fora de la TUC, dels quals més de la meitat (17) són del sector quotidià alimentari.

Ara, passem a analitzar l'oferta comercial per poder determinar les possibles diferències si prenem com a unitat de mesura la superfície comercial en lloc de l'oferta.

### Superfície (M<sup>2</sup>) d'activitats comercials

A continuació, presentem una taula que recull les superfícies comercials en conjunt i sector per sector.

**Taula : Superfícies per subsectors d'activitat.**

Subsector	Total general		TUC		Fora TUC	
	m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup>	% r/ Total Subsector	m <sup>2</sup>	% r/ Total Subsector
Quotidià alimentari	24.527	43,74%	17.284	70,47%	7.243	29,53%
Equipament de la persona	10.471	18,67%	10.312	98,48%	159	1,52%
Equipament de la llar	7.568	13,50%	6.970	92,10%	598	7,90%
Lleure i cultura	6.008	10,71%	5.423	90,26%	585	9,74%
Comerç Mixt	3.261	5,82%	3.223	98,83%	38	1,17%
Quotidià no alimentari	1.973	3,52%	1.920	97,31%	53	2,69%
Automoció	1.805	3,22%	1.642	90,97%	163	9,03%
Altres	460	0,8%	460	100%	0	0%
<b>Superfície Total</b>	<b>56.073</b>	<b>100%</b>	<b>47.234</b>	<b>84,24%</b>	<b>8.839</b>	<b>15,76%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

En relació amb la superfície comercial, al conjunt del municipi s'han comptabilitzat aproximadament **56.073m<sup>2</sup> d'oferta comercial minorista**. Si tenim en compte, la superfície, per tant, podem observar com el sector predominant és el del quotidià alimentari amb un pes molt superior al de l'equipament de la persona, gairebé 25 punts percentuals superior. És a dir, l'anàlisi de l'oferta comercial segons superfície ens indica que l'alimentació té una presència molt elevada al municipi de Roses.

Ara bé, cal precisar que de la superfície total d'alimentació, n'hi ha un 15,76% que es corresponen als establiments fora de TUC, dels quals la pràctica totalitat pertanyen al sector del quotidià

alimentari: 7.243 m<sup>2</sup>, que representen gairebé el 82% de la superfície comercial fora TUC i gairebé el 30% de la superfície de quotidià alimentari de Roses.

Si continuem amb aquesta distinció entre TUC i no TUC, observem com gairebé el 85% de la superfície comercial actual a Roses es correspon amb l'oferta comercial ubicada en trama urbana, és a dir, amb la del comerç urbà. Amb tot, sí que observem com les diferències entre comerç en TUC i fora TUC disminueixen si prenem com a unitat de mesura la superfície.

Si tenim en compte la resta de subsectors veiem com hi ha canvis molt significatius: així, segons superfície, l'**equipament de la persona** té un pes molt inferior que en el cas de l'anàlisi de nombre d'establiments (18,67% de la superfície comercial) mentre que els sectors de l'**equipament de la llar i l'automoció guanyen representativitat**. El lleure manté, tot i representar segons superfície un percentatge lleugerament superior, la seva representativitat quant a superfície comercial respecte el nombre de comerços.

Així, a mode de conclusió, observem com el pes dels subsectors canvia significativament quan analitzem la superfície comercial enlloc d'analitzar el pes dels subsectors comercials segons nombre d'establiments de comerç.

**Taula : Pes dels diferents sectors i subsectors segons superfície comercial a Catalunya i a la província de Girona, segons dades de la Caixa.**

Sectors	Catalunya	Prov. Girona
	% sobre la superfície comercial total	% sobre la superfície comercial total
Quotidià alimentari	21,53%	23,43%
No alimentació	66,14%	63,25%
Equipament de la persona	10,01%	9,14%
Equipament de la llar	25,91%	22,08%
Altres	30,22%	32,04%
Comerç mixt i altres	12,32%	13,32%
Total	100%	100%

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Anuari Econòmic de la Caixa 2009 (dades 2008).

A partir d'aquesta taula, podem observar com el pes del sector alimentari és més de 20 punts percentuals superior a Roses (43,7%) que a la província de Girona (23,43%) i que a Catalunya (21,53%). Fet que contrasta notablement amb l'anàlisi que em fet per nombre d'establiments comercials.

Pel que fa als sectors no quotidians, la dotació comercial en equipament de la persona a Roses (18,67%) representa gairebé el doble del percentatge mitjà a Catalunya (10,01%), i més del doble de la superfície percentual d'aquest subsector a la província de Girona (9,14%).

En últim lloc, tal i com s'observa a la següent taula, presentem les superfícies mitjanes dels establiments comercials segons subsectors d'activitat.

Com és lògic, els establiments comercials amb una superfície de venda més elevada són els d'alimentació (183,87 m<sup>2</sup>) i, com és habitual en tots els municipis, en segon lloc apareixen els establiments de carburants (182,44 m<sup>2</sup>) que en superfície tenen un impacte molt més alt que en nombre d'establiments.

En canvi, veiem com l'equipament de la persona és el subsector comercial amb establiments de dimensions més petites (al marge dels establiments del sector altres), amb una mitjana de 67,84 m<sup>2</sup>. Tenint en compte que els establiments d'equipament de la persona representen el 35% dels establiments comercials de Roses i que la mitjana d'aquests locals és inferior als 70 m<sup>2</sup> podem concloure que la tipologia de local comercial que predomina als carrers comercials del municipi de Roses és de petit format.

Els establiments Fora TUC dels subsectors quotidià alimentari i equipament de la llar presenten superfícies mitjanes més elevades que els establiments del mateix subsector dins de Trama Urbana Consolidada.

**Taula : Superfície mitjana per subsector d'activitat dels establiments Fora TUC, TUC, i TUC + Fora TUC.**

Subsector	Superfície Mitjana (m <sup>2</sup> )		
	TUC + Fora TUC	TUC	Fora TUC
Quotidià alimentari	220,96	183,87	426,06
Automoció	164,09	182,44	81,50
Equipament de la llar	137,60	134,04	199,33
Lleure i cultura	125,17	129,12	97,50
Comerç Mixt	116,46	119,37	38,00
Quotidià no alimentari	89,68	91,42	53,00
Equipament de la persona	67,56	67,84	53,00
Altres	65,71	65,71	-
<b>Mitjana general</b>	<b>128,31</b>	<b>116,92</b>	<b>267,85</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

Ara, per tal de conèixer el format dels establiments comercials de manera més detallada, passem a analitzar el nombre de comerços i la superfície acumulada per trams de superfície segons 5 categories d'anàlisi.

**Taula : Superfície comercial segons trams, TUC + Fora TUC.**

Superfície TUC + Fora TUC	Comerços		Superfície acumulada	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Menys de 50 m <sup>2</sup>	166	37,99%	5.264	9,39%
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	151	34,55%	10.524	18,77%
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	73	16,70%	10.044	17,91%
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	27	6,18%	7.411	13,22%
Més de 400 m <sup>2</sup>	20	4,58%	22.831	40,72%
<b>Total</b>	<b>437</b>	<b>100%</b>	<b>56.073</b>	<b>100%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses i de la col·laboració del Departament d'Activitats.

**Taula : Superfície comercial segons trams, TUC.**

Superfície TUC	Comerços		Superfície acumulada	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Menys de 50 m <sup>2</sup>	158	39,11%	4.977	10,54%
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	140	34,65%	9.875	20,91%
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	65	16,09%	8.950	18,95%
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	24	5,94%	6.489	13,74%
Més de 400 m <sup>2</sup>	17	4,21%	16.944	35,87%
<b>Total</b>	<b>404</b>	<b>100%</b>	<b>47.234</b>	<b>100%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

**Taula : Superfície comercial segons trams, Fora TUC.**

Superfície Fora TUC	Comerços		Superfície acumulada	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Menys de 50 m <sup>2</sup>	8	24,24%	287	3,25%
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	11	33,33%	649	7,34%
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	8	24,24%	1.094	12,38%
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	3	9,09%	922	10,43%
Més de 400 m <sup>2</sup>	3	9,09%	5.887	66,60%
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>	<b>8.839</b>	<b>100%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus comercials de l'Ajuntament de Roses i de la col·laboració del Departament d'Activitats.

El format d'establiment comercial que predomina a Roses (en el seu conjunt) és el de menys de 50m<sup>2</sup> que amb 166 establiments, representa gairebé el 38% de l'oferta comercial actual, seguit pel de 50 a 99 m<sup>2</sup> (34,55% dels casos). Només 20 establiments (gairebé el 5% de l'oferta comercial minorista al municipi) superen els 400 m<sup>2</sup>, dels quals 17 comerços es troben Fora TUC.

En canvi, si tenim en compte l'acumulat per cada tram d'anàlisi, són els establiments de més de 400 m<sup>2</sup> els que tenen un pes més alt: aporten un 40,72% de la superfície comercial de Roses; mentre que els 166 establiments de menys de 50 m<sup>2</sup> i els 151 de 50 a 99 m<sup>2</sup> només en representen conjuntament el 28% de l'oferta.

En últim lloc, mostrem la distribució per trams de superfície sector per sector per reflectir la distribució modal dels sectors per tram de superfície. Destaca el nombre d'establiments de quotidià alimentari de més de 400 m<sup>2</sup>: són 13 establiments dels 20 que hi ha a Roses, els quals acumulen gairebé el 64% de la superfície comercial d'aquest sector i un 28% del total de superfície comercial minorista de Roses.

**Taula : Superfície comercial segons trams i subsector comercial a Roses.**

Superfície	Alimentari		No alimentari		Llar		Persona		Automoció		Lleure		Mixt		Altres		Total	
	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>
Menys de 50 m <sup>2</sup>	30	918	5	176	20	623	72	2.136	1	45	22	752	12	454	4	160	166	5.264
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	34	2.363	11	779	18	1.288	61	4.156	3	256	15	1.063	8	569	1	50	151	10.524
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	28	3.712	3	369	6	867	16	2.184	5	718	8	1.199	5	745	2	250	73	10.044
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	6	1.843	3	649	8	2.270	5	1.256	1	342	2	494	2	558	0	0	27	7.411
Més de 400 m <sup>2</sup>	13	15.691	0	0	3	2.521	1	740	1	444	1	2.500	1	935	0	0	20	22.831
<b>TOTAL</b>	<b>111</b>	<b>24.527</b>	<b>22</b>	<b>1.973</b>	<b>55</b>	<b>7.568</b>	<b>155</b>	<b>10.471</b>	<b>11</b>	<b>1.805</b>	<b>48</b>	<b>6.008</b>	<b>28</b>	<b>3.261</b>	<b>7</b>	<b>460</b>	<b>437</b>	<b>56.073</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses i de la col·laboració del Departament d'Activitats.

**Taula : Superfície comercial segons trams i subsector comercial, TUC.**

TUC	Alimentari		No alimentari		Llar		Persona		Automoció		Lleure		Mixt		Altres		Total	
	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>
Menys de 50 m <sup>2</sup>	26	769	5	176	20	623	71	2.127	0	0	21	706	11	416	4	160	158	4.977
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	29	2.102	10	726	17	1.238	59	4.006	3	256	13	928	8	569	1	50	140	9.875
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	24	3.140	3	369	6	867	16	2.184	4	600	5	795	5	745	2	250	65	8.950
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	5	1.469	3	649	6	1.722	5	1.256	1	342	2	494	2	558	0	0	24	6.489
Més de 400 m <sup>2</sup>	10	9.804	0	0	3	2.521	1	740	1	444	1	2.500	1	935	0	0	17	16.944
<b>TOTAL</b>	<b>94</b>	<b>17.284</b>	<b>21</b>	<b>1.920</b>	<b>52</b>	<b>6.970</b>	<b>152</b>	<b>10.312</b>	<b>9</b>	<b>1.642</b>	<b>42</b>	<b>5.423</b>	<b>27</b>	<b>3.223</b>	<b>7</b>	<b>460</b>	<b>404</b>	<b>47.234</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses i de la col·laboració del Departament d'Activitats.

**Taula : Superfície comercial segons trams i subsector comercial, Fora TUC.**

Fora TUC	Alimentari		No alimentari		Llar		Persona		Automoció		Lleure		Mixt		Total	
	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>	Nombre	m <sup>2</sup>
Menys de 50 m <sup>2</sup>	4	149	0	0	0	0	1	9	1	45	1	46	1	38	8	287
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	5	261	1	53	1	50	2	150	0	0	2	135	0	0	11	649
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	4	572	0	0	0	0	0	0	1	118	3	404	0	0	8	1.094
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	1	374	0	0	2	548	0	0	0	0	0	0	0	0	3	922
Més de 400 m <sup>2</sup>	3	5.887	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	5.887
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>7.243</b>	<b>1</b>	<b>53</b>	<b>3</b>	<b>598</b>	<b>3</b>	<b>159</b>	<b>2</b>	<b>163</b>	<b>6</b>	<b>585</b>	<b>1</b>	<b>38</b>	<b>33</b>	<b>8.839</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses i de la col·laboració del Departament d'Activitats.

## 5.4.2 Indicadors d'oferta comercial per habitant

A continuació, s'analitza l'oferta comercial (nombre d'establiments i m<sup>2</sup> de superfície comercial) amb relació a la població de Roses per obtenir indicadors de dotació comercial (nivell de servei que aquesta proporciona als consumidors/clients de Roses). Aquests indicadors informen de l'adequació entre oferta comercial i nombre d'habitants, i permet fer comparacions amb d'altres municipis, amb la resta de la província de Girona i amb Catalunya.

**Taula : Índex de dotació comercial i superfície per subsectors d'activitat, TUC + Fora TUC.**

Subsector	Nombre d'establiments comercials	Establ. per 1000 hab.	Superfície (m <sup>2</sup> )	Sup. per 1000 hab. (m <sup>2</sup> )
Equipament de la persona	155	7,60	10.471	513,37
Quotidià alimentari	111	5,44	24.527	1.202,47
Equipament de la llar	55	2,70	7.568	371,04
Lleure i cultura	48	2,35	6.008	294,56
Comerç Mixt	28	1,37	3.261	159,88
Quotidià no alimentari	22	1,08	1.973	96,73
Automoció i carburants	11	0,54	1.805	88,49
Altres	7	0,34	460	22,55
<b>Total</b>	<b>437</b>	<b>21,42</b>	<b>56.073</b>	<b>2.749,09</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses i de la col·laboració del Departament d'Activitats. Població facilitada per l'Ajuntament amb data 09/08/09.

Roses té una oferta comercial per cada 1.000 habitants de **21,42 establiments** i una superfície per cada 1.000 habitants de **2.749 m<sup>2</sup>**. Destaca un altre cop la dotació comercial en equipament de la persona com la (7,6 establiments per cada 1.000 habitants) així com l'índex de superfície comercial de quotidià alimentari (1.202,47 m<sup>2</sup> per cada 1.000 habitants). Pel que fa a l'automoció i carburants, és el subsector amb una major superfície mitjana per establiment (164,09 m<sup>2</sup>): aquest és un fet comú a la majoria de municipis.

Ara bé, per aportar més informació comparem les dades de dotació comercial amb la resta de la província de Girona i amb Catalunya. A més, incorporem el nombre d'habitants per establiment.

**Taula : Indicadors de dotació comercial a Roses, Província de Girona i Catalunya.**

Indicadors de dotació comercial	Roses	Província Girona	Catalunya
Nº Habitants per establiment	46,68 hab/establ.	37,51 hab/establ.	45,31 hab/establ.
Nº Establiments / 1.000 habitants	21,43 estab. /1000 hab.	26,66 estab. /1000 hab.	22,06 estab. /1000 hab.
Superfície comercial / 1.000 habitants	2.749,09 m <sup>2</sup> /1000 hab.	2.964,51 m <sup>2</sup> /1000 hab.	2.483,57 m <sup>2</sup> /1000 hab.

Font: elaboració pròpia a partir de l'Anuari Econòmic de la Caixa 2009 (dades 2008) i dades de l'Ajuntament de Roses.

A partir d'aquesta taula podem veure com la dotació comercial a Roses és, segons aquestes dades, lleugerament inferior que a la resta dels àmbits de comparació pel que fa al nombre d'establiments comercials per cada 1.000 habitants. Ara bé, recordem que l'índex de dotació comercial recollit a l'Anuari Econòmic de La Caixa 2009 es calcula en base a les llicències comercials concedides i no en el nombre d'establiments de cada subsector, de tal forma que podem concloure que la dotació comercial de Roses és força elevada.

Així, si analitzem la superfície per cada 1.000 habitants a Roses (2.749m<sup>2</sup>/1.000hab.), és lleugerament inferior al valor de la Província de Girona (2.964,5m<sup>2</sup>/1.000hab.) i superior al valor mitjà de Catalunya (2.483,6m<sup>2</sup>/1.000hab.). Tanmateix, Roses (46,68) compta amb més habitants per establiment que la mitjana provincial (37,51) i que Catalunya (45,31).

Ara, a partir d'una classificació senzilla entre sectors alimentari (quotidià alimentari), no alimentari (equipament de la persona i de la llar, lleure i cultura, i quotidià no alimentari), i comerç mixt i

altres (comerç mixt, automoció i carburants, i altres), proposem una comparació més detallada entre Roses, la província de Girona i Catalunya.

**Taula : Indicadors de dotació comercial per subsectors d'activitat a Roses, Província de Girona i Catalunya (comerços per 1.000 habitants i m<sup>2</sup> per 1.000 habitants).**

Subsectors	Roses		Província de Girona		Catalunya	
	Est. per 1.000 hab.	m <sup>2</sup> per 1.000 hab.	Est. per 1.000 hab.	m <sup>2</sup> per 1.000 hab.	Est. per 1.000 hab.	m <sup>2</sup> per 1.000 hab.
Activitats comercials d'alimentació	5,44	1.202,47	10,29	694,51	8,14	534,83
Activitats comercials de no alimentació	13,73	1.275,70	14,42	1875,15	12,52	1642,67
Activitats de comerç mixt i altres	2,26	270,92	1,94	394,85	1,42	306,07
Total (Activitats comercials al detall)	21,43	2.749,09	26,66	2964,51	22,07	2483,57

Font: elaboració pròpia a partir de l'Anuari Econòmic de la Caixa 2009 (dades 2008) i dades de l'Ajuntament de Roses.

A partir d'aquesta taula, podem observar com la dotació comercial per nombre d'activitats, amb excepció del comerç mixt i altres, és inferior a Roses. Així, la dotació en activitats comercials d'alimentació representa, quant a nombre d'establiments, gairebé la meitat de la mitjana a la Província de Girona i un 43,2% inferior a la mitjana de Catalunya. Ara bé, la superfície per cada 1.000 habitants que representa aquest subsector a Roses gairebé duplica la mitjana de la província i és un 66,6% superior al de la mitjana dels municipis de Catalunya. És a dir, a Roses hi ha menys establiments comercials d'alimentació però molta més superfície: hi ha molta oferta en alimentació però menys competència. Aquest fet s'explica per la tipologia dels establiments d'alimentació a Roses, i la important representació dels establiments de mitjà i gran format.

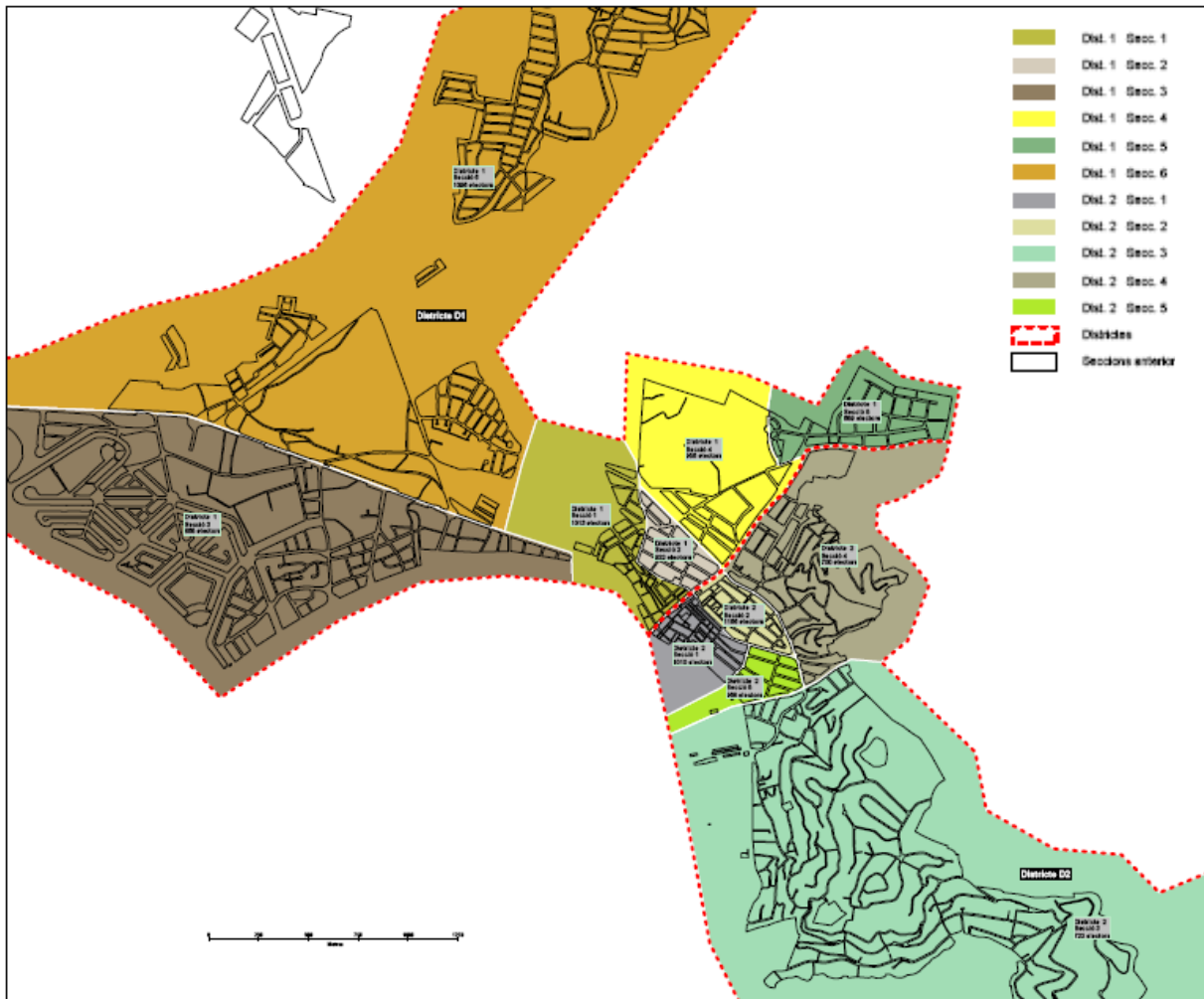
Pel que fa als altres sectors, destaca d'una banda el nombre d'establiments de **no alimentació** per cada 1.000 habitants a Roses, el qual és superior a la mitjana de Catalunya, però la superfície per cada 1.000 habitants n'és inferior. D'altra banda, la dotació en establiments de **comerç mixt i altres** per cada 1.000 habitants és superior que a la província de Girona, i també que a Catalunya, però disposa de menys superfície respecte a les respectives mitjanes d'aquests àmbits territorials.

Aquestes observacions corroboren el fet que, amb excepció del subsector quotidià alimentari, Roses compta amb un comerç de superfícies molt inferiors a les mitjanes tant provincial com de Catalunya. Per tant, es tracta d'un municipi amb bona oferta comercial del sector no alimentari, tanmateix es caracteritza per establiments de dimensions reduïdes.

## 5.5 ANÀLISI PER DISTRICTES DEL MUNICIPI

En aquest apartat de l'anàlisi ens centrem en els 2 districtes dividits en 6 i 5 seccions respectivament que conformen administrativament el municipi de Roses. Un dels objectius del Pla Estratègic de Comerç és obtenir les diferències entre zones amb relació a l'oferta comercial disponible, per determinar les necessitats específiques dels seus ciutadans. A partir d'aquests resultats, podrem analitzar quins són els barris que tenen una dotació adequada a la seva població i quins, si és el cas, presenten una infradotació comercial.

### Plànol: districtes i seccions censals de Roses



Font: Ajuntament de Roses.

Cal destacar que la secció 5 del districte 1 que inclou la zona de Mas Oliva no compta amb cap activitat de comerç al detall, motiu pel qual ha estat eliminada de l'anàlisi.



**Taula: Nombre d'establiments comercials per districte.**

Districte	Alim.	No Alim.	Equip. Llar	Equip. Pers.	Lleure-Cultura	Autom.	Mixt	Altres	Total	%
2.1	24	6	11	85	13	0	12	1	152	34,78%
1.1	9	6	15	34	8	0	4	1	77	17,62%
1.3	25	1	6	16	8	2	8	1	67	15,33%
1.2	21	2	4	6	4	4	3	3	47	10,76%
2.3	12	1	0	2	7	2	1	0	25	5,72%
2.5	5	2	6	6	2	1	0	1	23	5,26%
1.4	6	2	6	1	2	1	0	0	18	4,12%
2.2	4	2	4	4	3	0	0	0	17	3,89%
1.6	5	0	3	1	1	0	0	0	10	2,29%
2.4	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0,23%
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>22</b>	<b>55</b>	<b>155</b>	<b>48</b>	<b>11</b>	<b>28</b>	<b>7</b>	<b>437</b>	<b>100%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

En aquesta taula podem observar com la distribució de l'oferta comercial, pel que fa al nombre d'establiments comercials, és molt desigual a tot el municipi.

Així, destaquem que:

- El Nucli Antic i la zona del front de mar del nucli antic (districtes 2.1 i 1.1) engloben el 52,4% de l'oferta (34,78% i 17,62% respectivament).
- El segon àmbit més comercial és el de Santa Margarida (districte 1.3) que té el 15,33% de l'oferta de Roses.
- També destaquen, de manera conjunta, els districtes 2.2 i 1.2 sectors d'eixample (a dreta i esquerra de la Rambla de Ginjolers) que tenen 17 i 47 establiments respectivament i representen entre els dos sectors un 15% de l'oferta.

Hem de tenir en compte, com veurem més endavant, a través de la definició de zones comercials que es proposa per al municipi de Roses, que part de l'Eixample esquerra i dreta (a nivell urbanístic) estan inclosos als districtes 2.1 i 1.1, nucli antic i front de mar. Amb tot, com ja hem dit l'objectiu d'aquest apartat és analitzar la dotació comercial per districtes i seccions administratives.

Les altres seccions de Roses no arriben respectivament al 6% de l'oferta comercial del municipi. Els districtes 2.5 i 2.3 (situats a l'est del municipi) tenen conjuntament un 11% de l'oferta. El districte 1.4, ubicat al nord de la zona del Mercat Municipal, té 18 establiments.

A continuació donem un índex d'especialització comercial<sup>9</sup> per districtes. Tots els districtes que tenen valors per sobre d'1 és que tenen una certa especialització en els sectors assenyalats (quotidians, no quotidians i mixt) amb relació als altres sectors.

<sup>9</sup> Es tracta d'un índex sintètic que ens permet conèixer el subsector comercial predominant en cada districte. En aquest sentit, el valor 1 representa l'equilibri entre sectors, és a dir, la no especialització. D'altra banda, els valors superior a 1 ( $I > 1$ ) indiquen una especialització relativa en el districte amb relació als altres sectors. Sempre prenen com a referència el municipi (l'especialització és amb relació a la distribució entre sectors del municipi). Els valors inferiors a 1 ( $I < 1$ ) indiquen una subespecialització. L'indicador es calcula de la manera següent:

$$\text{Índex d'especialització comercial: } \frac{\text{Sector "x" del districte} / \text{Sector "x" del municipi}}{\text{Establiments districte} / \text{Establiments municipi}}$$

**Taula: Índex d'especialització en quotidià, no quotidià i mixt per districtes en relació al municipi, segons nombre d'establiments.**

Districte	Quotidià	No quotidià	Mixt
1.1	0,64	1,25	0,81
1.2	1,61	0,50	1,59
1.3	1,28	0,76	1,68
1.4	1,46	0,85	0,00
1.6	1,64	0,85	0,00
2.1	0,65	1,21	1,07
2.2	1,16	1,10	0,00
2.3	1,71	0,61	0,50
2.4	0,00	0,00	0,00
2.5	1,00	1,03	0,54

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

Observem com les seccions del Nucli Antic i front de mar del nucli antic (districtes 1.1 i 2.1) presenten especialització en comerç no quotidià (equipament de la persona, de la llar, i lleure i cultura) mentre que la zona de Santa Margarida (districte 1.3) presenta una especialització en comerç mixt.

El districte 1.4 (voltants del mercat) té una certa especialització en quotidià alimentari.

Per aportar un anàlisi més detallat de la distribució comercial per districtes presentem les dades tenint en compte la superfície comercial.

**Taula: Superfície comercial per districtes.**

Districtes	Alim.	No Alim.	Equip. Llar	Equip. Pers.	Lleure-Cultura	Autom.	Mixt	Altres	Total	%
1.3	10.048	75	1.723	1.305	2.938	440	491	50	17.069	30,44%
2.1	2.131	442	1.496	4.023	630	0	847	110	9.679	17,26%
1.2	4.987	191	483	1.179	514	464	688	216	8.722	15,55%
1.1	732	531	851	2.385	425	0	1.197	39	6.160	10,98%
1.4	2.921	174	810	205	128	190	0	0	4.428	7,90%
2.5	688	121	1.149	483	197	444	0	45	3.127	5,58%
2.2	618	386	460	733	287	0	0	0	2.483	4,43%
2.3	1.243	53	0	150	747	163	38	0	2.394	4,27%
1.6	1.160	0	598	9	142	0	0	0	1.909	3,40%
2.4	0	0	0	0	0	104	0	0	104	0,19%
<b>Total</b>	<b>24.527</b>	<b>1.973</b>	<b>7.568</b>	<b>10.471</b>	<b>6.008</b>	<b>1.805</b>	<b>3.261</b>	<b>460</b>	<b>56.073</b>	<b>100%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

Per una banda, la zona que té més superfície comercial és la secció 3ra del districte 1 amb 17.069 m<sup>2</sup> de superfície comercial, la qual representa aproximadament el 30% de la superfície de comerç al detall de Roses. Cal destacar que prop de 5.000 m<sup>2</sup> corresponen al Caprabo i al Carrefour de la Ctra. de Besalú a Roses, els quals es troben fora TUC i 2.398 m<sup>2</sup> al Mercadona, el qual sí que forma part de la TUC de Roses.

Per altra banda, el Nucli Antic i la zona del front de mar del nucli antic (districtes 2.1 i 1.1) engloba gairebé un altre 30% de la superfície comercial minorista del municipi (17,26% i 10,98% respectivament), mentre que la zona que engloba el mercat municipal (districte 1.2) compta amb el 15,55%.

Finalment, cal destacar que dels 2.394 m<sup>2</sup> de superfície comercial de la secció 2.3 (zona del Puigrom, Canyelles i l'Almadrava), la qual acull gairebé el 4,3% de la superfície comercial total del

municipi, 1.941 m<sup>2</sup> es troben fora TUC (representen el 81% de l'oferta de la zona i el 3,46% de la del municipi).

Quant a la secció 1.6, dels 1.909 m<sup>2</sup>, 898 m<sup>2</sup> corresponen al LIDL (representa el 47% de la superfície comercial minorista de la zona i gairebé el 1,6% de la de Roses). Recordem que tota la secció 1.6 es considera fora de TUC.

A continuació, presentem una taula amb l'índex d'especialització comercial per districtes segons la superfície comercial. D'aquesta manera podem veure si hi ha alguna variació amb relació al mateix índex calculat per nombre d'establiments.

**Taula: Índex d'especialització en quotidià, no quotidià i mixt per districtes amb relació al municipi, segons superfície.**

Districtes	Quotidià	No quotidià	Mixt
1.1	0,43	1,39	3,02
1.2	1,26	0,58	1,56
1.3	1,25	0,81	0,48
1.4	1,48	0,60	0,00
1.6	1,29	0,91	0,00
2.1	0,56	1,48	1,49
2.2	0,86	1,39	0,00
2.3	1,15	0,87	0,24
2.4	0,00	0,00	0,00
2.5	0,55	1,36	0,22

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses. Població facilitada per l'Ajuntament amb data 09/08/09.

A partir d'aquesta taula, veiem com hi ha hagut algunes puntualitzacions pel que fa a l'especialització comercial per districtes. Així, la zona Oest del Nucli Antic (districtes 1.1) i el districte 2.1 confirmen la seva especialització en els sectors no quotidians i el comerç mixt respectivament; mentre que els districtes 1.4, 1.6 i 2.3 confirmen la seva especialització en quotidià.

Tanmateix, també hi ha hagut modificacions: d'una banda, considerant la superfície comercial, la secció de Santa Margarida (districte 1.3) presenta una especialització en el sectors quotidians i no en comerç mixt. Aquest fet s'explica per la presència de mitjans i grans establiments comercials de producte quotidià (Carrefour, Mercadona i Caprabo).

Les seccions 2.1 i 2.5 tenen, prenent com a referència la superfície comercial, una certa especialització en les compres no quotidianes, mentre que la secció 2.3 es caracteritza per una especialització en compres quotidianes. Aquets fets no es constataren de manera nítida amb l'índex per nombre d'establiments.

Ara passem a analitzar la dotació comercial (establiments i superfície comercial) per habitant<sup>10</sup> amb l'objectiu d'analitzar la quantitat d'oferta comercial que hi ha disposició de cada habitant dels diferents districtes. En aquest sentit, podem distingir els districtes que tenen una dotació elevada i, per tant, una elevada concentració comercial.

<sup>10</sup> L'índex de dotació comercial per població és un indicador que posa en relació l'oferta comercial per districtes i per població, tot permetent establir comparacions entre el grau de dotació comercial dels diferents districtes. El valor 1 equival a una situació d'equilibri. Valors superiors a 1 ( $I > 1$ ) mostren concentració comercial en termes relatius al conjunt de l'oferta comercial del municipi i a la inversa, valors inferiors a 1 ( $I < 1$ ) indiquen manca de concentració comercial.

Índex de dotació comercial per població:  $\frac{\text{Comerç del districte} / \text{Comerç del municipi}}{\text{Població del districte} / \text{Població del municipi}}$

**Taula: Índex d'especialització en quotidià, no quotidià i mixt per districtes amb relació al municipi, segons població.**

Districtes	Índex de dotació comercial per població
1.1	1,50
1.2	1,32
1.3	1,10
1.4	0,49
1.6	0,17
2.1	3,76
2.2	0,34
2.3	0,70
2.4	0,03
2.5	0,60

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses. Població facilitada per l'Ajuntament amb data 09/08/09.

Els índex de dotació comercial per població (en termes d'establiments comercials) mostren com en 4 dels 11 districtes (recordem que el districte 1.5 no ha estat inclòs), el nivell de dotació és alt, sobretot pel que fa al Nucli Antic i a la zona del front de mar (1.1 i 2.1).

En canvi, les seccions 4, 5 i 6 del districte 1 i les seccions 2, 3, 4 i 5 del districte 2 presenten una dotació comercial insuficient, sobretot les seccions 2.4 (un sol comerç) i 1.5 (cap comerç): es tracta de les zones més allunyades del Nucli Antic i/o de la zona hotelera les quals no compten amb cap locomotora comercial.

A continuació, presentem unes taules resum amb les dades per barris segons nombre d'establiments i metres de superfície comercial en percentatges.

**Taula: Percentatge d'establiments comercials i superfície per sectors i per districtes I**

Subsectors	Alimentació		No Alimentació		Equip. Llar		Equip. Pers.		Lleure i cultura		Automoció		Mixt		Altres		Total	
	Nombre	m²	Nombre	m²	Nombre	m²	Nombre	m²	Nombre	m²	Nombre	m²	Nombre	m²	Nombre	m²	Nombre	m²
Districtes	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1.1	8,11%	2,99%	27,27%	26,90%	27,27%	11,24%	21,94%	22,78%	16,67%	7,08%	0,00%	0,00%	14,29%	36,71%	14,29%	8,48%	17,62%	10,98%
1.2	18,92%	20,33%	9,09%	9,68%	7,27%	6,38%	3,87%	11,26%	8,33%	8,56%	36,36%	25,71%	10,71%	21,10%	42,86%	46,96%	10,76%	15,55%
1.3	22,52%	40,97%	4,55%	3,80%	10,91%	22,76%	10,32%	12,46%	16,67%	48,90%	18,18%	24,38%	28,57%	15,06%	14,29%	10,87%	15,33%	30,44%
1.4	5,41%	11,91%	9,09%	8,82%	10,91%	10,70%	0,65%	1,96%	4,17%	2,13%	9,09%	10,53%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	4,12%	7,90%
1.6	4,50%	4,73%	0,00%	0,00%	5,45%	7,90%	0,65%	0,09%	2,08%	2,36%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	2,29%	3,40%
2.1	21,62%	8,69%	27,27%	22,40%	20,00%	19,77%	54,84%	38,42%	27,08%	10,49%	0,00%	0,00%	42,86%	25,97%	14,29%	23,91%	34,78%	17,26%
2.2	3,60%	2,52%	9,09%	19,58%	7,27%	6,07%	2,58%	7,00%	6,25%	4,78%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	3,89%	4,43%
2.3	10,81%	5,07%	4,55%	2,69%	0,00%	0,00%	1,29%	1,43%	14,58%	12,43%	18,18%	9,03%	3,57%	1,17%	0,00%	0,00%	5,72%	4,27%
2.4	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	9,09%	5,76%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,23%	0,19%
2.5	4,50%	2,81%	9,09%	6,13%	10,91%	15,18%	3,87%	4,61%	4,17%	3,28%	9,09%	24,60%	0,00%	0,00%	14,29%	9,78%	5,26%	5,58%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

Aquesta taula ens permet veure el percentatge de cada sector comercial segons districte, és a dir, el percentatge que aporta cada districte dins d'un mateix sector comercial.

Igualment, presentem una taula amb la distribució secció a secció per veure quin és el pes de cada sector comercial (en nombre d'establiments comercials i superfície). En aquest cas, en comptes d'analitzar els subsectors secció a secció, analitzem les seccions per subsector.

**Taula: Percentatge d'establiments comercials i superfície per sectors i per districtes II**

	1.1				1.2				1.3				1.4			
	Comerços		Superfície		Comerços		Superfície		Comerços		Superfície		Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m²	%	Nombre	%	m²	%	Nombre	%	m²	%	Nombre	%	m²	%
Quotidià Alim.	9	11,69%	732,3	11,89%	21	44,68%	4986,5	57,17%	25	37,31%	10047,5	58,86%	6	33,33%	2921	65,97%
Quotidià no Alim.	6	7,79%	530,7	8,62%	2	4,26%	191	2,19%	1	1,49%	75	0,44%	2	11,11%	174	3,93%
Equipament llar	15	19,48%	850,6	13,81%	4	8,51%	483	5,54%	6	8,96%	1722,6	10,09%	6	33,33%	809,5	18,28%
Equipament persona	34	44,16%	2384,9	38,72%	6	12,77%	1179	13,52%	16	23,88%	1304,8	7,64%	1	5,56%	205	4,63%
Lleure i cultura	8	10,39%	425,1	6,90%	4	8,51%	514	5,89%	8	11,94%	2938	17,21%	2	11,11%	128	2,89%
Automoció	0	0,00%	0	0,00%	4	8,51%	464	5,32%	2	2,99%	440	2,58%	1	5,56%	190	4,29%
Mixt	4	5,19%	1197	19,43%	3	6,38%	688	7,89%	8	11,94%	491	2,88%	0	0,00%	0	0,00%
Altres	1	1,30%	39	0,63%	3	6,38%	216	2,48%	1	1,49%	50	0,29%	0	0,00%	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>100%</b>	<b>6159,6</b>	<b>100%</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>	<b>8721,5</b>	<b>100%</b>	<b>67</b>	<b>100%</b>	<b>17068,9</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>4427,5</b>	<b>100%</b>

	1.6				2.1				2.2				2.3			
	Comerços		Superfície		Comerços		Superfície		Comerços		Superfície		Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m²	%	Nombre	%	m²	%	Nombre	%	m²	%	Nombre	%	m²	%
Quotidià Alim.	5	50,00%	1160	60,76%	24	15,79%	2130,5	22,01%	4	23,53%	618	24,89%	12	48,00%	1243	51,92%
Quotidià no Alim.	0	0,00%	0	0,00%	6	3,95%	442	4,57%	2	11,76%	386,3	15,56%	1	4,00%	53	2,21%
Equipament llar	3	30,00%	598	31,33%	11	7,24%	1496	15,46%	4	23,53%	459,5	18,50%	0	0,00%	0	0,00%
Equipament persona	1	10,00%	9	0,47%	85	55,92%	4023	41,57%	4	23,53%	732,6	29,50%	2	8,00%	150	6,27%
Lleure i cultura	1	10,00%	142	7,44%	13	8,55%	630	6,51%	3	17,65%	287	11,56%	7	28,00%	747	31,20%
Automoció	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	2	8,00%	163	6,81%
Mixt	0	0,00%	0	0,00%	12	7,89%	847	8,75%	0	0,00%	0	0,00%	1	4,00%	38	1,59%
Altres	0	0,00%	0	0,00%	1	0,66%	110	1,14%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	<b>1909</b>	<b>100%</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>	<b>9678,5</b>	<b>100%</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>	<b>2483,4</b>	<b>100%</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>	<b>2394</b>	<b>100%</b>

	2.4				2.5				Total			
	Comerços		Superfície		Comerços		Superfície		Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m²	%	Nombre	%	m²	%	Nombre	%	m²	%
Quotidià Alim.	0	0,00%	0	0,00%	5	21,74%	688	22,00%	111	25,40%	24526,8	43,74%
Quotidià no Alim.	0	0,00%	0	0,00%	2	8,70%	121	3,87%	22	5,03%	1973	3,52%
Equipament llar	0	0,00%	0	0,00%	6	26,09%	1149	36,74%	55	12,59%	7568,2	13,50%
Equipament persona	0	0,00%	0	0,00%	6	26,09%	483	15,45%	155	35,47%	10471,3	18,67%
Lleure i cultura	0	0,00%	0	0,00%	2	8,70%	197	6,30%	48	10,98%	6008,1	10,71%
Automoció	1	100,00%	104	100,00%	1	4,35%	444	14,20%	11	2,52%	1805	3,22%
Mixt	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	28	6,41%	3261	5,82%
Altres	0	0,00%	0	0,00%	1	4,35%	45	1,44%	7	1,60%	460	0,82%
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>	<b>3127</b>	<b>100%</b>	<b>437</b>	<b>100%</b>	<b>56073,4</b>	<b>100%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

En aquestes taules podem veure com el sector de l'equipament de la persona és el predominant en nombre d'establiments a les seccions 1.1 i 2.1 (nucli antic i front de mar del nucli antic), 1.3 (Santa Margarida) i 1.4.. A la 1.6 i a la 2.2 està representat pel mateix nombre de comerços que l'equipament de la llar i que l'equipament de la persona, respectivament.

A les seccions del Nucli Antic i front de mar del nucli antic (1.1 i 2.1) i a la secció 2.5 és l'equipament de la persona el subsector més important, fet significatiu que provoca que el mix comercial de Roses estigui format en un 35,5% per establiments orientats a l'equipament de la persona i en un 25,4% per establiments d'alimentació.

En últim lloc, i abans de passar a analitzar l'oferta comercial als principals carrers del municipi presentem un quadre que recull 3 indicadors de dotació comercial. Aquest quadre ens dona informació sobre la dotació comercial de Roses, per seccions, en relació a la província de Girona i Catalunya.

**Taula: Indicadors de dotació comercial a Roses, província de Girona i Catalunya.**

	Indicadors de dotació comercial											Roses	Província Girona	Catalunya
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.6	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5				
Nombre d'habitants per establiment	29,04	33,11	39,72	89,78	256,00	11,59	128,65	61,92	1.254,00	73,13	46,68	37,51	45,31	
Nombre d'establiments / 1.000 habitants	34,44	30,21	25,18	11,14	3,91	86,27	7,77	16,15	0,80	13,67	21,42	26,66	22,07	
Superfície comercial / 1.000 habitants	2.754,74	5.605,08	6.414,47	2.739,79	745,70	5.492,91	1.135,53	1.546,51	82,93	1.859,10	1.021,42	2.964,51	2.483,57	

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses, l'Anuari Econòmic de la Caixa 2009 i l'Idescat (població de Girona Província i Catalunya (amb data 1/01/08).

Aquesta taula ens mostra com les seccions 2.1, 1.1 i 1.2 són les que tenen una major dotació comercial: en la secció 2.1 (Est del Nucli Antic) se superen els 86 establiments per cada 1.000 habitants, en la 1.1 (Oest del Nucli Antic) hi ha gairebé 34,5 comerços per cada 1.000 habitants i en la 1.2 se superen els 30 establiments per cada 1.000 habitants.

## 5.6 ANÀLISI DELS PRINCIPALS CARRERS COMERCIALS

A continuació, es caracteritzen des d'un punt de vista comercial els principals carrers comercials de Roses pel que fa al nombre de comerços i a la superfície comercial..

**Taula: Principals carrers de Roses per nombre de comerços i superfície comercial.**

Carrers amb més oferta comercial				
Nom del carrer	Comerços		Superfície	
	Nº comerços	%	Superfície (m²)	%
C. Doctor Pi i Sunyer	28	6,41%	3.053	5,44%
C. Sant Sebastià	27	6,18%	992	1,77%
C. Mairó	25	5,72%	1.266	2,26%
Gv. Pau Casals	24	5,49%	4.362	7,78%
Avda. Gola de l'Estany	18	4,12%	1.319	2,35%
Avda. Jaume I	18	4,12%	2.707	4,83%
C. Joan Badosa i Compte	18	4,12%	769	1,37%
C. Sant Elm	17	3,89%	600	1,07%
C. Castell de la Trinitat	16	3,66%	663	1,18%
Avda. Mare de Deu de Montserrat	12	2,75%	1.944	3,47%
C. Cap Norfeu	12	2,75%	1.394	2,49%
C. Puigrom	10	2,29%	496	0,88%
Avda. Platja	9	2,06%	1.252	2,23%
C. Moll Comercial	9	2,06%	603	1,08%
Avda. Rhode	8	1,83%	526	0,94%
C. Benet Falp i Matas	8	1,83%	2.298	4,10%
C. Riera Ginjolers	8	1,83%	569	1,01%
<b>Subtotal</b>	<b>267</b>	<b>61,10%</b>	<b>24.813</b>	<b>44,25%</b>
Resta carrers	170	38,90%	31.260	55,75%
<b>TOTAL</b>	<b>437</b>	<b>100%</b>	<b>56.073</b>	<b>100%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

Si ens fixem en la taula anterior observem com els principals carrers comercials es corresponen amb el c/ Dr. Pi i Sunyer, el c/ Sant Sebastià i el c/ Mairó, que amb 28, 27 i 25 establiments comercials representen aproximadament un 18% de l'oferta comercial. Tanmateix només aporten un 9,5% de la superfície comercial municipal. Aquestes tres vies conformen un continu urbà en forma de "Z", i, per tant, podem afirmar que aquest és un dels principals circuits comercials del municipi: circuit del Nucli Antic, el qual es veu complementat pel c/ Joan Badosa i Compte (18 comerços) i c/ Sant Elm (17 establiments de comerç al detall).

El quart carrer comercial és la Gran Via Pau Casals, que amb 24 establiments és la principal via comercial de la part Nord del Nucli Antic; tot i que com veurem més endavant la continuïtat comercial és inferior que la dels carrers del nucli antic.

Pel que fa a la zona de Santa Margarida, l'avinguda Gola de l'Estany, amb 18 establiments comercials configura el principal eix comercial de la zona.

Pel que fa a la zona d'eixample urbà, destaca l'avinguda Jaume I amb 18 comerços que juntament amb l'avinguda de Mare de Deu de Montserrat i el carrer cap Norfeu configuren la principal zona comercial de l'Eixample Dret de Roses.

Al sector est de l'eixample destaca el carrer Benet Falp i Matas amb 8 establiments comercials.

En resum, el Roses concentra 267 establiments comercials en 17 carrers, que representen un 61,10% de l'oferta municipal. Aquests 17 carrers aporten un 44,25% de la superfície comercial del municipi.

En la següent taula ubiquem cada carrer a la o a les secció/s a què pertanyen per tenir una aproximació a la seva importància des d'un punt de vista de concentració comercial. Amb tot, cal observar com la majoria de carrers pertanyen a més d'un districte. Més endavant, ja es proposa una

anàlisi, segons zones comercials, per extreure conclusions més exactes sobre la configuració de pols comercials a Roses.

**Taula: Seccions dels principals carrers comercials de Roses.**

Nom del carrer	Secció
C. Doctor Pi i Sunyer	1.1
C. Sant Sebastià	2.1
C. Mairó	2.1
Gv. Pau Casals	1.4 , 2.2 i 2.4
Avda. Gola de l'Estany	1.3
Avda. Jaume I	2.1 i 2.5
C. Joan Badosa i Compte	2.1
C. Sant Elm	2.1
C. Castell de la Trinitat	1.1
Avda. Mare de Deu de Montserrat	2.1 , 2.2 i 2.5
C. Cap Norfeu	2.1 i 2.5
C. Puigrom	2.1 i 2.5
Avda. Platja	1.3
C. Moll Comercial	2.3
Avda. Rhode	1.1, 1.6 , 2.1 i 2.3
C. Benet Falp i Matas	1.2
C. Riera Ginjolers	1.1, 1.4 i 2.1

Font: elaboració pròpia.

**Taula: Secció dels principals carrers comercials de Roses, freqüència.**

Secció	Freqüència
2.1	10
1.1	4
2.5	4
1.4	2
2.2	2
1.3	2
2.3	2
2.4	1
1.6	1
1.2	1

Font: elaboració pròpia.

Una vegada ubicats, segons districtes, passem a analitzar el mix comercial als principals carrers comercials, tant pel que fa a nombre d'establiments comercials com a superfície.

**Taula: Mix comercial dels principals carrers comercials de Roses.**

MIX COMERCIAL	C. Doctor Pi i Sunyer			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidiana Alim.	2	7,1%	101	3,3%
Quotidiana no Alim.	4	14,3%	248	8,1%
Equipament llar	0	0,0%	0	0,0%
Equipament persona	20	71,4%	1.591	52,1%
Lleure i cultura	1	3,6%	178	5,8%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	1	3,6%	935	30,6%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	<b>3.053</b>	<b>100%</b>
MIX COMERCIAL	C. Sant Sebastià			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidiana Alim.	2	7,4%	59	5,9%
Quotidiana no Alim.	1	3,7%	65	6,6%
Equipament llar	1	3,7%	19	1,9%
Equipament persona	18	66,7%	681	68,6%
Lleure i cultura	2	7,4%	49	4,9%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	3	11,1%	119	12,0%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>992</b>	<b>100%</b>
MIX COMERCIAL	C. Mairó			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidiana Alim.	1	4,0%	50	3,9%
Quotidiana no Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Equipament llar	3	12,0%	104	8,2%
Equipament persona	17	68,0%	934	73,8%
Lleure i cultura	1	4,0%	28	2,2%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	3	12,0%	150	11,8%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>	<b>1.266</b>	<b>100%</b>
MIX COMERCIAL	Gv. Pau Casals			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidiana Alim.	8	33,3%	2.556	58,6%
Quotidiana no Alim.	3	12,5%	348	8,0%
Equipament llar	5	20,8%	519	11,9%
Equipament persona	3	12,5%	500	11,5%
Lleure i cultura	3	12,5%	145	3,3%
Automoció	2	8,3%	294	6,7%
Mixt	0	0,0%	0	0,0%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	<b>4.362</b>	<b>100%</b>
MIX COMERCIAL	Avda. Gola de l'Estany			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidiana Alim.	6	33,3%	607	46,0%
Quotidiana no Alim.	1	5,6%	75	5,7%
Equipament llar	1	5,6%	31	2,4%
Equipament persona	6	33,3%	423	32,1%
Lleure i cultura	1	5,6%	47	3,6%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	3	16,7%	136	10,3%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>1.319</b>	<b>100%</b>



MIX COMERCIAL	Avda. Jaume I			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidià Alim.	4	22,2%	602	22,2%
Quotidià no Alim.	1	5,6%	60	2,2%
Equipament llar	2	11,1%	1.260	46,5%
Equipament persona	6	33,3%	487	18,0%
Lleure i cultura	4	22,2%	251	9,3%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	1	5,6%	47	1,7%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>2.707</b>	<b>100%</b>

MIX COMERCIAL	C. Joan Badosa i Compte			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidià Alim.	1	5,9%	14	1,8%
Quotidià no Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Equipament llar	1	5,9%	28	3,6%
Equipament persona	11	64,7%	523	68,0%
Lleure i cultura	3	17,6%	143	18,6%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	1	5,9%	61	7,9%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>	<b>769</b>	<b>100%</b>

MIX COMERCIAL	C. Sant Elm			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidià Alim.	3	17,6%	175	29,2%
Quotidià no Alim.	1	5,9%	19	3,2%
Equipament llar	0	0,0%	0	0,0%
Equipament persona	11	64,7%	335	55,8%
Lleure i cultura	1	5,9%	33	5,5%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	1	5,9%	38	6,3%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>	<b>600</b>	<b>100%</b>

MIX COMERCIAL	C. Castell de la Trinitat			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidià Alim.	3	18,8%	80	12,1%
Quotidià no Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Equipament llar	3	18,8%	122	18,4%
Equipament persona	6	37,5%	315	47,5%
Lleure i cultura	1	6,3%	28	4,2%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	2	12,5%	79	11,9%
Altres	1	6,3%	39	5,9%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>	<b>663</b>	<b>100%</b>

MIX COMERCIAL	Avda. Mare de Deu de Montserrat			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidià Alim.	2	16,7%	194	10,0%
Quotidià no Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Equipament llar	3	25,0%	415	21,4%
Equipament persona	4	33,3%	674	34,7%
Lleure i cultura	2	16,7%	217	11,2%
Automoció	1	8,3%	444	22,8%
Mixt	0	0,0%	0	0,0%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>	<b>1.944</b>	<b>100%</b>

MIX COMERCIAL	C. Cap Norfeu			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidiana Alim.	7	58,3%	909	65,2%
Quotidiana no Alim.	2	16,7%	261	18,7%
Equipament llar	2	16,7%	87	6,2%
Equipament persona	0	0,0%	0	0,0%
Lleure i cultura	0	0,0%	0	0,0%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	1	8,3%	137	9,8%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>	<b>1.394</b>	<b>100%</b>
MIX COMERCIAL	C. Puig Rom			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidiana Alim.	1	10,0%	28	5,6%
Quotidiana no Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Equipament llar	2	20,0%	116	23,4%
Equipament persona	5	50,0%	241	48,6%
Lleure i cultura	1	10,0%	66	13,3%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	0	0,0%	0	0,0%
Altres	1	10,0%	45	9,1%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	<b>496</b>	<b>100%</b>
MIX COMERCIAL	Avda. Platja			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidiana Alim.	4	44,4%	927	74,0%
Quotidiana no Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Equipament llar	1	11,1%	89	7,1%
Equipament persona	2	22,2%	137	10,9%
Lleure i cultura	1	11,1%	50	4,0%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	0	0,0%	0	0,0%
Altres	1	11,1%	50	4,0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>	<b>1.252</b>	<b>100%</b>
MIX COMERCIAL	C. Moll Comercial			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidiana Alim.	5	55,6%	246	40,8%
Quotidiana no Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Equipament llar	0	0,0%	0	0,0%
Equipament persona	1	11,1%	70	11,6%
Lleure i cultura	2	22,2%	242	40,1%
Automoció	1	11,1%	45	7,5%
Mixt	0	0,0%	0	0,0%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>	<b>603</b>	<b>100%</b>
MIX COMERCIAL	Avda. Rhode			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidiana Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Quotidiana no Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Equipament llar	1	12,5%	68	12,9%
Equipament persona	3	37,5%	150	28,5%
Lleure i cultura	4	50,0%	308	58,6%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	0	0,0%	0	0,0%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>	<b>526</b>	<b>100%</b>

MIX COMERCIAL	C. Benet Falp i Matas			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidià Alim.	3	37,5%	1.093	47,6%
Quotidià no Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Equipament llar	2	25,0%	159	6,9%
Equipament persona	1	12,5%	740	32,2%
Lleure i cultura	0	0,0%	0	0,0%
Automoció	2	25,0%	306	13,3%
Mixt	0	0,0%	0	0,0%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>	<b>2.298</b>	<b>100%</b>

MIX COMERCIAL	C. Riera Ginjolers			
	Comerços		Superfície	
	Nombre	%	m <sup>2</sup>	%
Quotidià Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Quotidià no Alim.	0	0,0%	0	0,0%
Equipament llar	2	25,0%	81	14,2%
Equipament persona	4	50,0%	374	65,7%
Lleure i cultura	2	25,0%	114	20,0%
Automoció	0	0,0%	0	0,0%
Mixt	0	0,0%	0	0,0%
Altres	0	0,0%	0	0,0%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>	<b>569</b>	<b>100%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses i de la col·laboració del Departament d'Activitats.

Principals conclusions sobre el mix comercial als carrers més comercials de Roses:

- Els tres principals carrers del nucli antic, que es corresponen amb els més comercials de Roses, tenen un clar predomini de l'oferta no quotidiana i concretament d'equipament de la persona, que representa en cada cas aproximadament un 70% de l'oferta.
- Els altres carrers més comercials del nucli antic: Joan Badosa, Sant Elm, Castell de la Trinitat i la riera de Ginjolers presenten en tots els casos un predomini de l'equipament de la persona però també, a excepció de Joan Badosa i la riera, d'un pes més alt del quotidià alimentari, al voltant del 20%.
- A la Gran Via de Pau Casals predomina el quotidià alimentari, amb la qual cosa es demostra que és un eix amb vocació de proximitat per als residents al municipi.
- A Santa Margarida, l'avinguda de la Gola de l'Estany presenta un mix comercial amb predomini del quotidià alimentari i de l'equipament de la persona, que representen un terç de l'oferta respectivament.
- A l'Eixample dret, destaca en primer lloc que el principal carrer comercial, l'Avinguda de Jaume I és el que té major concentració comercial i hi predomina l'equipament de la persona (un terç del l'oferta), amb un pes important, igualment, de l'alimentació i del lleure i la cultura. Aquest és un eix amb vocació de centralitat per als residents del municipi per l'amplitud i diversitat de l'oferta. Aquesta oferta és complementa amb la de l'avinguda de Montserrat i Puig Rom, on també predomina l'equipament de la persona i Cap Norfeu on predomina l'equipament de la persona.

A continuació, presentem la distribució de l'oferta comercial als principals carrers comercials de Roses per trams de superfície comercial .

**Taula: Principals carrers comercials de Roses per trams de superfície comercial.**

<b>C. Doctor Pi i Sunyer</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m<sup>2</sup>)</b>	
Menys de 50 m <sup>2</sup>	9	32%	334	11%
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	13	46%	980	32%
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	4	14%	564	18%
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	1	4%	240	8%
Més de 400 m <sup>2</sup>	1	4%	935	31%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>	<b>3.053</b>	
<b>C. Sant Sebastià</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m<sup>2</sup>)</b>	
Menys de 50 m <sup>2</sup>	24	89%	770	78%
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	3	11%	222	22%
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
Més de 400 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>27</b>	<b>100%</b>	<b>992</b>	
<b>C. Mairó</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m<sup>2</sup>)</b>	
Menys de 50 m <sup>2</sup>	15	60%	401	32%
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	8	32%	512	40%
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	2	8%	353	28%
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
Més de 400 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>	<b>1.266</b>	
<b>Gv. Pau Casals</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m<sup>2</sup>)</b>	
Menys de 50 m <sup>2</sup>	4	17%	141	3%
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	9	38%	626	14%
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	6	25%	779	18%
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	3	13%	675	15%
Més de 400 m <sup>2</sup>	2	8%	2.141	49%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>	<b>4.362</b>	
<b>Avda. Gola de l'Estany</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m<sup>2</sup>)</b>	
Menys de 50 m <sup>2</sup>	8	44%	275	21%
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	5	28%	303	23%
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	4	22%	541	41%
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	1	6%	200	15%
Més de 400 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>1.319</b>	
<b>Avda. Jaume I</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m<sup>2</sup>)</b>	
Menys de 50 m <sup>2</sup>	4	22%	158	6%
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	8	44%	546	20%
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	3	17%	348	13%
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	2	11%	645	24%
Més de 400 m <sup>2</sup>	1	6%	1.010	37%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>2.707</b>	
<b>C. Joan Badosa i Compte</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m<sup>2</sup>)</b>	
Menys de 50 m <sup>2</sup>	11	61%	331	43%
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	7	39%	438	57%
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
Més de 400 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>769</b>	
<b>C. Sant Elm</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m<sup>2</sup>)</b>	
Menys de 50 m <sup>2</sup>	13	76%	331	55%
De 50 a 99 m <sup>2</sup>	4	24%	269	45%
De 100 a 199 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
De 200 a 400 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
Més de 400 m <sup>2</sup>	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>	<b>600</b>	

<b>C. Castell de la Trinitat</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m²)</b>	
Menys de 50 m²	12	75%	362	55%
De 50 a 99 m²	4	25%	301	45%
De 100 a 199 m²	0	0%	0	0%
De 200 a 400 m²	0	0%	0	0%
Més de 400 m²	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>	<b>663</b>	
<b>Avda. Mare de Deu de Montserrat</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m²)</b>	
Menys de 50 m²	2	17%	96	5%
De 50 a 99 m²	4	33%	288	15%
De 100 a 199 m²	3	25%	446	23%
De 200 a 400 m²	2	17%	670	34%
Més de 400 m²	1	8%	444	23%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>	<b>1.944</b>	
<b>C. Cap Norfeu</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m²)</b>	
Menys de 50 m²	3	25%	88	6%
De 50 a 99 m²	4	33%	267	19%
De 100 a 199 m²	3	25%	410	29%
De 200 a 400 m²	1	8%	200	14%
Més de 400 m²	1	8%	429	31%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>	<b>1.394</b>	
<b>C. Puigrom</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m²)</b>	
Menys de 50 m²	5	50%	174	35%
De 50 a 99 m²	5	50%	322	65%
De 100 a 199 m²	0	0%	0	0%
De 200 a 400 m²	0	0%	0	0%
Més de 400 m²	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	<b>496</b>	
<b>Avda. Platja</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m²)</b>	
Menys de 50 m²	1	11%	23	2%
De 50 a 99 m²	6	67%	422	34%
De 100 a 199 m²	1	11%	114	9%
De 200 a 400 m²	0	0%	0	0%
Més de 400 m²	1	11%	694	55%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>	<b>1.252</b>	
<b>C. Moll Comercial</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m²)</b>	
Menys de 50 m²	2	22%	91	15%
De 50 a 99 m²	6	67%	351	58%
De 100 a 199 m²	1	11%	161	27%
De 200 a 400 m²	0	0%	0	0%
Més de 400 m²	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>	<b>603</b>	
<b>Avda. Rhode</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m²)</b>	
Menys de 50 m²	3	38%	105	20%
De 50 a 99 m²	4	50%	279	53%
De 100 a 199 m²	1	13%	142	27%
De 200 a 400 m²	0	0%	0	0%
Més de 400 m²	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>	<b>526</b>	
<b>C. Benet Falp i Matas</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m²)</b>	
Menys de 50 m²	0	0%	0	0%
De 50 a 99 m²	3	38%	244	11%
De 100 a 199 m²	3	38%	455	20%
De 200 a 400 m²	0	0%	0	0%
Més de 400 m²	2	25%	1.599	70%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>	<b>2.298</b>	
<b>C. Riera Ginjolers</b>	<b>Comerços</b>	<b>%</b>	<b>Superfície acumulada (m²)</b>	
Menys de 50 m²	4	50%	113	20%
De 50 a 99 m²	3	38%	214	38%
De 100 a 199 m²	0	0%	0	0%
De 200 a 400 m²	1	13%	242	43%
Més de 400 m²	0	0%	0	0%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>	<b>569</b>	

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

Principals conclusions sobre el mix comercial als carrers més comercials de Roses:

- Als principals carrers comercials del nucli antic de Roses predominen els locals comercials de menys de 50 m<sup>2</sup> (tenen entre un 60 i un 90% de locals en aquest tram de superfície), a excepció de Pi i Sunyer en què predominen els de 50 a 99 m<sup>2</sup>.
- A la Gran Via de Paus Casals predominen els locals de 50 a 99 m<sup>2</sup> i de 100 a 199 m<sup>2</sup>, conjuntament representen un 61% de la superfície total de la via.
- A Santa Margarida, l'avinguda de la Gola de l'Estany presenta majoritàriament locals de petites dimensions, els locals de 50 a 99 m<sup>2</sup> i de 100 a 199 m<sup>2</sup> representen conjuntament un 72% de la superfície total de l'avinguda.
- L'avinguda de Jaume I, presenta una estructura de locals similar a la de la Gran Via en què aproximadament un 66% dels locals tenen de 50 a 99 m<sup>2</sup> i de 100 a 199 m<sup>2</sup>.
- H hi ha 6 carrers que tenen algun establiment de més de 400 m<sup>2</sup>: Pi i Sunyer, Pau Casals (2), Jaume I, Montserrat, Cap Norfeu i Avinguda de la Platja.

## 5.7 OFERTA COMPLEMENTÀRIA A ROSES: SERVEIS I RESTAURACIÓ

Un cop definit el mix comercial del municipi, per zones i per carrers més significatius, cal analitzar quina és la oferta complementària pel que fa als allotjaments, bars, restaurants i serveis<sup>11</sup>: quina proporció representa respecte el comerç? On es localitza?

Així, dels 1.269 establiments on es desenvolupen activitats econòmiques a la Vila de Roses, el 34,4% representen establiments de comerç al detall (437), el 30,3% representen establiments d'allotjament i/o restauració (385), i el 35,2% són serveis (447). A continuació analitzem la presència de l'oferta complementària i la seva relació amb l'activitat comercial.

En primer lloc, presentem dues taules que recullen els carrers amb més oferta complementària en el sector des restauració i hoteleria i els carrers amb més oferta de serveis en planta baixa (més de 10 establiments en cada cas).

Taula: Principals carrers de Roses pel que fa a establiments de restauració i hoteleria.

CARRER	TOTAL COMERÇ	RESTAURACIÓ I HOTELERIA	TOTAL SERVEIS	Oficines	Serveis financers (entitats financeres i assegurances)	Perruqueria i estètica	Fusteria, lampisteria, serralleria, taller	Altres serveis	Total d'establiments amb activitat econòmica
AVDA. RHODE	8	28	22	16	3	1	0	2	58
C. SANT SEBASTIA	27	18	3	0	1	2	0	0	48
AVDA. PLATJA	9	17	15	10	0	3	0	2	41
AVDA. GOLA DE L'ESTANY	18	16	18	11	2	1	0	4	52
C. JOAN BADOSA I COMPTE	18	15	1	0	0	0	0	1	34
C. CASTELL DE LA TRINITAT	16	15	8	1	0	5	0	2	39
PG. MARITIM	7	15	1	0	0	0	0	1	23
AVDA. JOSE DIAZ PACHECO	2	12	2	2	0	0	0	0	16
GV. PAU CASALS	16	10	22	5	2	3	6	6	56

Font: elaboració pròpia a partir dades de l'Ajuntament.

<sup>11</sup> Activitat econòmica que no produeix directament béns materials de consum.

**Taula: Principals carrers de Roses pel que fa a establiments de serveis.**

CARRER	TOTAL SERVEIS	Oficines					RESTAURACIÓ I HOTELERIA	Total d'establiments amb activitat econòmica
		Oficines	Serveis financers (entitats financeres i assegurances)	Perruqueria i estètica	Fusteria, lampisteria, serralleria, taller	Altres serveis		
AVDA. RHODE	22	16	3	1	0	2	28	58
GV. PAU CASALS	22	5	2	3	6	6	10	56
C. PUIG ROM	19	4	0	3	3	9	6	35
AVDA. GOLA DE L'ESTANY	18	11	2	1	0	4	16	52
C. CAP NORFEU	16	10	1	4	1	0	5	33
AVDA. PLATJA	15	10	0	3	0	2	17	41
C. FRANCESC MACIÀ	13	1	1	6	2	3	3	23
C. ARQUITECTE ANTONI GAUDI	13	6	0	1	2	4	1	17
RB. RIERA GINJOLERS	12	3	1	1	2	5	2	22
C. DOCTOR ALEXANDER FLEMING	11	1	0	0	3	7	3	21
AVDA. NORD	11	5	1	0	4	1	2	17
AVDA. JAUME I	10	4	5	1	0	0	4	32
C. MOLL COMERCIAL	10	4	0	0	0	6	4	23
C. JOSE DE ESPRONCEDA	10	3	0	2	2	3	0	11
AVDA. MARE DE DEU DE MONSERRAT	10	4	0	1	2	3	1	11

Font: elaboració pròpia a partir dades de l'Ajuntament.

#### Conclusions:

- La via amb més establiments d'allotjament i restauració i de serveis del municipi és **l'Avinguda de Rhode**, la qual compta amb 28 establiments de restauració i/o hoteleria i 22 establiments de serveis, amb un clar predomini, en aquesta segona categoria, de les oficines (el 63,6%, és a dir, 14 establiments són Agències de la Propietat Immobiliària).
- L'Avinguda Platja** i el **Passeig Marítim** presenten una clara especialització en restauració i hoteleria, com en el cas de l'Avinguda de Rhode, vies que conformen un continu urbà. Tal i com passa a l'avinguda Rhode tampoc tenen gairebé establiments comercials (9 i 7 respectivament) i presenten una dotació en restauració i hoteleria superior o igual als 15 establiments: 17 en el cas de l'Avinguda Platja (41,5% dels establiments amb activitat econòmica) i 15 en el cas del Passeig Marítim (65,2%). Cal remarcar, igualment, que al Passeig Marítim només trobem 1 servei mentre que al Passeig Marítim hi ha 10 oficines (de les quals 3 són API i 3 són serveis de lloguer) i 3 perruqueries.
- El carrer amb més oferta de restauració, després de l'Avinguda de Rhode, és el **c/ Sant Sebastià**, segon carrer més comercial de Roses, on hi trobem una clara complementaritat entre els establiments de venda al detall i els de restauració. Així, dels establiments amb activitat econòmica, 27 són comerços (56,3%, representant l'equipament de la persona més de la meitat), 18 són establiments de restauració i hoteleria (37,5%), i només 3 són serveis.
- Destaquem, igualment, el **c/ Joan Badosa i Compte** que presenta característiques semblants al carrer Sant Sebastià (18 comerços dels quals 12 són d'equipament de la persona, 15 establiments de restauració i/o hoteleria i 1 servei).
- A Santa Margarida, **l'Avinguda Gola de l'Estany** (18 comerços, 18 serveis i 16 activitats de restauració i hoteleria) presenta una dotació alta d'activitats econòmiques (52 establiments, el 4% del total del municipi);
- El **c/ Castell de la Trinitat**, 9è carrer més comercial del municipi amb 16 comerços, és el 6è carrer amb més oferta de restauració i hoteleria de la Vila de Roses, amb el mateix nombre d'establiments d'aquesta activitat que el Passeig Marítim (15), nombre que representa el 38,5% del total d'establiments amb activitat econòmica d'aquest carrer.

- L'**Avinguda José Diaz Pacheco**, amb només 2 establiments de venda al detall i 2 de serveis (que són de lloguer), té 12 establiments de restauració i hoteleria (75% del total d'establiments amb activitat econòmica de la via). Es posa així en evidència la seva vessant clarament residencial-turística (hi comptem 4 allotjaments hotelers) amb una alta oferta complementària de restauració.
- Finalment, la **Gran Via Pau Casals** té 10 establiments de restauració i hoteleria (17,8% del total d'establiments amb activitat econòmica) i té 22 serveis en planta baixa (39% del total d'establiments) i és conjuntament a l'Avinguda de Rhode, la via amb més activitats de serveis en planta baixa de Roses. Destaquem que hi ha 6 serveis de construcció (fusteries, lampisteries, serralleries i/o tallers de construcció), 5 oficines (2 assessories, 1 associació, 1 gestoria i 1 oficina sense identificar), 3 perruqueries, 2 entitats financeres.
- Els carrers **Puigrom, Cap Norfeu, Francesc Macià, Arquitecte Gaudí, Jaume I i Montserrat** els quals formen part d'un mateix entorn urbà i comercial presenten una elevada presència de serveis, els 4 carrers tenen 81 serveis en planta baixa.
- Finalment, la **Rbla. Riera Ginjolars**, amb 12 serveis (54,5% dels establiments amb activitat econòmica de la rambla), esdevé, avui dia, una via destinada més a serveis que no pas a activitats comercials.

D'altra banda, presentem una taula amb els carrers més comercials (aquells que tenen més de 10 establiments comercials), per veure quina és la complementarietat entre els dos tipus d'oferta. Hem afegit un rang on es pot identificar la proporció que representen els establiments de restauració (i hoteleria) i els de serveis respecte el total d'establiments amb activitat econòmica de la via. Els valors inferiors a un 10% es troben emmarcats en verd i els superiors al 30% figuren emmarcats en vermell. A més podem observar quins dels carrers més comercials de Roses tenen més o menys d'un 50% dels establiments en planta baixa destinats a activitats comercials.

**Taula: Principals carrers de Roses pel que fa a establiments de comerç.**

CARRER	TOTAL COMERÇ										RESTAURACIÓ I HOTELERIA		TOTAL SERVEIS		Altres							Total d'establiments amb activitat econòmica
	Quotidià alimentari	Quotidià no alimentari	Equipament de la llar	Equipament de la persona	Lleure i cultura	Automoció	Comerç Mixt	Altres	% s/ Total establiments	% s/ Total establiments	Oficines	Serveis financers (entitats financeres i assegurances)	Perruqueria i estètica	Fusteria, lampisteria, serralleria, taller	Altres serveis							
C. DOCTOR PI I SÚNYER	28	2	4	2	18	1		1	82%	5	15%	1	3%	1	0	0	0	0	34			
C. SANT SEBASTIA	27	2	1	1	18	2	3		56%	18	38%	3	6%	0	1	2	0	0	48			
C. MAIRO	25	1		3	17	1	3		64%	7	18%	7	18%	3	0	4	0	0	39			
AVDA. GOLA DE L'ESTANY	18	6	1	1	6	1	3		35%	16	31%	18	35%	11	2	1	0	4	52			
AVDA. JAUME I	18	4	1	2	6	4	1		56%	4	13%	10	31%	4	5	1	0	0	32			
C. JOAN BADOSA I COMPTE	18	1		1	12	3	1		53%	15	44%	1	3%	0	0	0	0	1	34			
C. SANT ELM	17	3	1		11	1	1		68%	3	12%	5	20%	2	3	0	0	0	25			
GV. PAU CASALS	24	8	3	5	3	3	2		43%	10	18%	22	39%	5	2	3	6	6	56			
C. CASTELL DE LA TRINITAT	16	3		3	6	1	2	1	41%	15	38%	8	21%	1	0	5	0	2	39			
C. CAP NORFEU	12	7	2	2			1		36%	5	15%	16	48%	10	1	4	1	0	33			
AVDA. MARE DE DEU DE MONTSERRAT	12	2		3	4	2	1		52%	1	4%	10	43%	4	0	1	2	3	23			

Font: elaboració pròpia a partir dades de l'Ajuntament.

A partir d'aquesta taula, plantegem les conclusions generals següents:

- Els carrers més comercials del nucli antic (Pi i Sunyer, Sant Sebastià, Mairó, Joan Badosa, Sant Elm i Castell de la Trinitat) tenen més presència d'establiments de restauració que no pas de serveis. Amb tot, l'activitat principal en planta baixa és la principal. Destaca el carrer Pi i Sunyer en què l'activitat comercial representa un 82% de les activitats, indicador clar de l'elevada concentració d'aquest eix.



- Els carrers Cap Norfeu, Montserrat i Jaume I que conformen part d'un mateix entorn comercial tenen una presència molt elevada de serveis en planta baixa. En aquest entorn comercial, la presència de la restauració és menor.
- Els establiments en planta baixa del carrer més comercial de la secció de Santa Margarida, l'Avinguda Gola de l'Estany, són majoritàriament de restauració (31%) i de serveis (35%).
- La Gran Via Pau Casals té menys d'un 50% d'activitats comercials amb relació al total d'activitats i hi predominen els serveis, molt per sobre que la restauració, que és l'activitat menys nombrosa.

## 5.8 RELACIÓ D'ESTABLIMENTS COMERCIALS DE MÉS DE 400 M<sup>2</sup> DE SUPERFÍCIE DE VENDA

En aquest apartat aportem la relació detallada de tots els equipaments comercials de més de 400m<sup>2</sup> de superfície de venda. A continuació, s'analitza:

- La seva ubicació segons secció del municipi.
- El tipus d'activitat comercial d'aquests establiments; subsector comercial.

El supermercat SPAR disposa de 395 m<sup>2</sup> i ha estat afegit al llistat següent per tal de copsar millor l'oferta d'aquest tipus d'establiments al centre del municipi: es troba a l'avinguda Jaume I, relativament a prop del supermercat Orangutan de 429 m<sup>2</sup> del c/ Cap Norfeu.

**Taula: Relació dels establiments comercials amb superfície de venda superior als 400 m<sup>2</sup>.**

Nom	Adreça	Districte i secció	Superfície (m <sup>2</sup> )	Subsector comercial
CARREFOUR	CTRA. BESALU A ROSES, 110	1.3	2.637	Quotidià alimentari
NAUTICA	AVDA. NORD, 93	1.3	2.500	Lleure i cultura
SUPERMERCAT MERCADONA	CTRA. BESALU A ROSES, 155	1.3	2.398	Quotidià alimentari
SUPER CAPRABO	CTRA. BESALU A ROSES, 87	1.3	2.352	Quotidià alimentari
SUPERMERCAT: INTERMARCHE	C. DOCTOR IGNASI BARRAQUER, 10	1.2	1.730	Quotidià alimentari
SUPER: CONDIS	GV. PAU CASALS, 170	1.4	1.540	Quotidià alimentari
COMERC. LLEVANT	AVDA. JAUME I, 33	2.1	1.010	Equipament de la llar
GALERIES BIELS	C. DOCTOR PI I SUNYER, 1	1.1	935	Comerç Mixt
SUPERMERCAT LIDL	CTRA. BESALU A ROSES, 126	1.6	898	Quotidià alimentari
VENDA DE MOBLES	PG. MARITIM, 22	1.3	888	Equipament de la llar
SUPER CAPRABO	C. BENET FALP I MATAS, 2	1.2	859	Quotidià alimentari
ROBA I SABATES: NIL	C. BENET FALP I MATAS, 22	1.2	740	Equipament de la persona
SUPERMERCAT ALDI	AVDA. PLATJA, 66-68	1.3	694	Quotidià alimentari
MOBLES GAUDI	C. ARQUITECTE ANTONI GAUDI, 45	2.5	623	Equipament de la llar
WINE PALACE	GV. PAU CASALS, 210	1.4	601	Quotidià alimentari
BON PREU	C. SANT PERE ALT, 10	2.1	520	Quotidià alimentari
FRUITERIA ENGROS	C. DOCTOR ALEXANDER FLEMING, 62	1.4	520	Quotidià alimentari
SUPERMERCAT DIA	C. DOCTOR HEMENEGILD ARRUGA, 2	1.2	512	Quotidià alimentari
AUTOMO. CITROEN	AVDA. MARE DE DEU DE MONTSERRAT, 34	2.5	444	Automoció
SUPERMERCAT ORANGUTAN	C. CAP NORFEU, 55	2.5	429	Quotidià alimentari
SUPERMERCAT SPAR	AVDA. JAUME I, 5	2.1	395	Quotidià alimentari

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

Com podem veure hi ha actualment, 20 establiments comercials amb més de 400 m<sup>2</sup> i un que gairebé té aquesta superfície. Pel que fa la ubicació al municipi i al sector d'activitat destaquem que:

- La majoria d'aquests establiments estan ubicats al districte 1.3. (Santa Margarida), concretament a la Carretera de Besalú a Roses. També hi ha un establiment comercial ubicat al districte a la Carretera, però que pertany al districte 1.6.
- 14 dels 20 establiments són comerços de quotidià alimentari, en format superservei o supermercat.

## 5.9 RELACIÓ D'ESTABLIMENTS SEGONS NOVA TIPOLOGIA DEL DECRET LLEI 1/2009 D'ORDENACIÓ DELS EQUIPAMENTS COMERCIAL

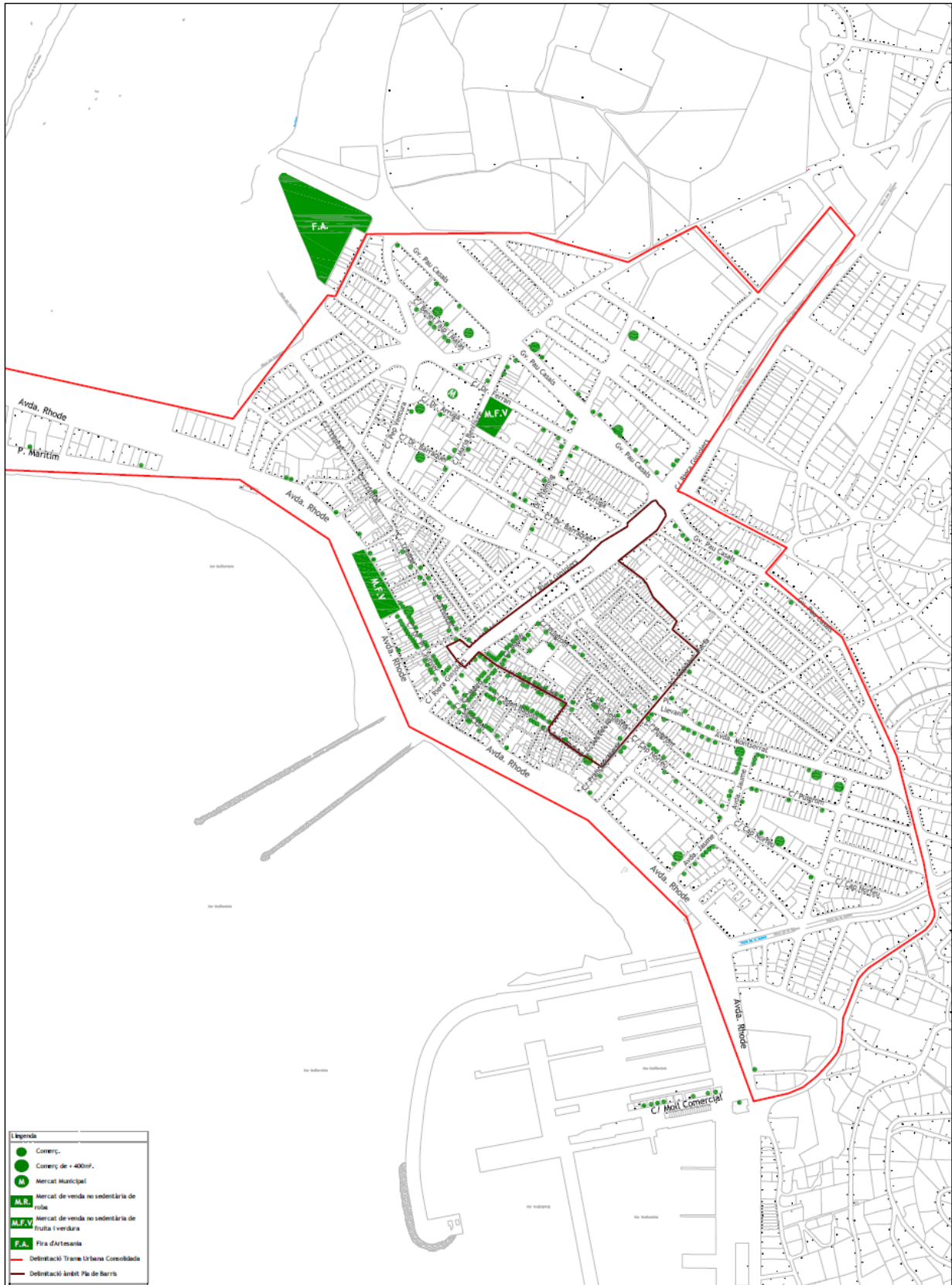
A continuació presentem la classificació dels establiments comercials de Roses segons les noves categories d'establiment, en funció de la superfície de venda, que estableix del Decret Llei 1/2009 d'ordenació dels equipaments comercials. Aquests són els formats comercials que queden recollits i regulats a la nova llei d'equipaments comercials de Catalunya, com ja hem vist a la introducció al pla estratègic.

**Taula: Relació dels establiments comercials segons classificació de Decret Llei 1/2009.**

Format	Nom	Adreça	Districte i secció	Superfície (m <sup>2</sup> )	Subsector comercial
Gran Establiment Comercial Territorials (GECT): més de 2.500 m <sup>2</sup>	CARREFOUR	CTRA. BESALU A ROSES, 110	1.3	2.637	Quotidià alimentari
Establiment Comercial Singular (ECS)	NAUTICA	AVDA. NORD, 93	1.3	2.500	Lleure i cultura
Grans Establiments Comercials (GEC): entre 1.300 i 2.500 m <sup>2</sup> .	SUPERMERCAT MERCADONA	CTRA. BESALU A ROSES, 155	1.3	2.398	Quotidià alimentari
	SUPER CAPRABO	CTRA. BESALU A ROSES, 87	1.3	2.352	Quotidià alimentari
	SUPERMERCAT: INTERMARCHE	C. DOCTOR IGNASI BARRAQUER, 10	1.2	1.730	Quotidià alimentari
	SUPER: CONDIS	GV. PAU CASALS, 170	1.4	1.540	Quotidià alimentari
Mitjans Establiments Comercials (MEC): entre 800 i 1.300 m <sup>2</sup> .	COMERC. LLEVANT	AVDA. JAUME I, 33	2.1	1.010	Equipament de la llar
	GALERIES BIELS	C. DOCTOR PI I SUNYER, 1	1.1	935	Comerç Mixt
	SUPERMERCAT LIDL	CTRA. BESALU A ROSES, 126	1.6	898	Quotidià alimentari
	VENDA DE MOBLES	PG. MARITIM, 22	1.3	888	Equipament de la llar
	SUPER CAPRABO	C. BENET FALP I MATAS, 2	1.2	859	Quotidià alimentari

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Taxa de Recollida de Residus Comercials de l'Ajuntament de Roses.

**Plànols dels carrers amb més activitat/concentració comercial i localització dels establiments comercials de més de 400 m<sup>2</sup>.**





## 5.10 ZONES COMERCIALS A ROSES: APROXIMACIÓ QUANTITATIVA

En aquest apartat aportem una justificació tècnica quantitativa de les concentracions comercials a Roses per àmbits urbans a partir de les qual definirem, des d'un punt de vista qualitatiu, les zones comercials segons la seva funció comercial dins de l'estructura del municipi; ja siguin aquestes de centralitat o de proximitat.

Així, la justificació que s'han fet servir per agrupar l'oferta comercial segons zones respon als criteris tècnics següents:

- **Entorn urbà:** en funció de la clau urbanística a la qual pertanyen i, per tant, segons les característiques urbanístiques que els caracteritza. S'ha agrupat l'oferta comercial segons les zones en sòl urbà que, des d'un punt de vista urbanístic (morfologia urbana, tipologia d'edificació, etc.), tenen característiques similars. En aquest sentit, es valora la funció urbana dels eixos comercials i el seu context.
- **Concentració comercial.** Aquest és un factor fonamental per identificar les zones comercials. La concentració comercial, sense entrar en més detall, es determina per l'existència d'establiments (comerços i determinats serveis) en una distància relativament propera uns dels altres. És a dir, com menys calgui caminar per anar d'un establiment a un altre, més continuïtat comercial hi haurà en aquell espai comercial.
- **Amplitud de l'oferta i varietat comercial:** En funció de la tipologia d'oferta comercial i de la seva qualitat. Les zones definides es corresponen amb zones que tenen característiques més o menys homogènies pel que fa a la tipologia d'oferta. En aquest sentit es valora la profunditat i amplitud de l'oferta comercial.

A partir d'aquests criteris d'agrupació de l'oferta comercial hem definit els àmbits comercials, amb una determinada configuració espacial (zones comercials, eixos comercials, o trams d'eixos viaris amb oferta), següents:

- **Àmbit 1: Nucli Antic - Façana Marítima.** Zona en TUC que es correspon a claus urbanístiques 1 i 2: Front de Mar Nucli Antic i Casc Antic).
- **Àmbit 2: Eixample Esquerra.** Zona en TUC entre la Riera Ginjolars i La Ciutadella que es correspon a claus urbanístiques 3 i 4: Eixample Urbà i Eixample Suburbà).
- **Àmbit 3: Eixample Dreta.** Zona TUC entre la Riera Ginjolars fins a l'Avinguda de la Cuana que es correspon a claus urbanístiques 3 i 4: Eixample Urbà i Eixample Suburbà).
- **Àmbit 4: Carretera de Besalú.** Inclou els establiments de la Carretera de Besalú a Roses i els de l'Avinguda Nord de Santa Margarida. Aquests establiments es troben en part en TUC i en part fora de TUC.
- **Àmbit 5: Santa Margarida.** Establiments comercials ubicats a San (exclou l'Avinguda Nord i la Carretera de Besalú a Roses) i es corresponen a baixos comercials de claus urbanístiques 8: habitatge plurifamiliar aïllat.
- **Àmbit 6: Resta del municipi:** resta d'establiments, es trobin o no dins de trama urbana que no pertanyin a alguna de les zones anteriorment definides.

A continuació passem a analitzar l'oferta comercial segons subsectors d'activitat per a cadascun dels àmbits comercials definits amb l'objectiu de determinar les diferències, a nivell quantitatiu, tant pel que fa a nombre d'establiments comercials com a superfície comercial.

**Taula: Nombre d'establiments i superfícies comercials dels carrers del "Nucli Antic - Façana Marítima".**

Nom del carrer	Comerços			Superfície		
	Nombre	% s/ total zona	% s/ total Roses	m <sup>2</sup>	% s/ total zona	% s/ total Roses
C. DOCTOR PI I SUNYER	28	14,58%	6,41%	3.053	26,53%	5,45%
C. SANT SEBASTIA	27	14,06%	6,18%	992	8,62%	1,77%
C. MAIRO	25	13,02%	5,72%	1.266	11,00%	2,26%
C. JOAN BADOSA I COMPTE	18	9,38%	4,12%	769	6,68%	1,37%
C. SANT ELM	17	8,85%	3,89%	600	5,21%	1,07%
C. CASTELL DE LA TRINITAT	16	8,33%	3,66%	663	5,76%	1,18%
AVDA. RHODE	8	4,17%	1,83%	526	4,57%	0,94%
C. RIERA GINJOLERS	6	3,13%	1,37%	410	3,56%	0,73%
PL. CATALUNYA	6	3,13%	1,37%	487	4,23%	0,87%
C. PUIG ROM	5	2,60%	1,14%	246	2,14%	0,44%
C. SANT ISIDRE	5	2,60%	1,14%	319	2,77%	0,57%
C. GIRONA	4	2,08%	0,92%	247	2,15%	0,44%
C. PESCADORS	3	1,56%	0,69%	176	1,53%	0,31%
C. SANT PERE ALT	3	1,56%	0,69%	599	5,20%	1,07%
C. TRAGINERS	3	1,56%	0,69%	243	2,11%	0,43%
PL. ESGLÉSIA	3	1,56%	0,69%	181	1,57%	0,32%
C. ARAGO	2	1,04%	0,46%	51	0,44%	0,09%
C. SANT JOSEP	2	1,04%	0,46%	58	0,50%	0,10%
C. FRANCESC MACIÀ	1	0,52%	0,23%	40	0,35%	0,07%
PL. LLEVANT	1	0,52%	0,23%	55	0,48%	0,10%
C. TARRAGONA	1	0,52%	0,23%	40	0,35%	0,07%
C. ALMIRALL FEDERICO GRAVINA	1	0,52%	0,23%	98	0,85%	0,17%
C. FIGUERES	1	0,52%	0,23%	123	1,07%	0,22%
C. SANT PERE BAIX	1	0,52%	0,23%	28	0,24%	0,05%
C. NOU	1	0,52%	0,23%	38	0,33%	0,07%
PDA. ESCORXADOR	1	0,52%	0,23%	78	0,68%	0,14%
C. ESGLÉSIA	1	0,52%	0,23%	47	0,41%	0,08%
C. ESPERANÇA	1	0,52%	0,23%	13	0,11%	0,02%
C. PERALADA	1	0,52%	0,23%	63	0,55%	0,11%
<b>Eix "Nucli Antic - Façana marítima"</b>	<b>192</b>	<b>100%</b>	<b>43,94%</b>	<b>11.508</b>	<b>100%</b>	<b>20,52%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

**Taula: Nombre d'establiments i superfícies comercials dels carrers de l'"Eixample Esquerra".**

Nom del carrer	Comerços			Superfície		
	Nombre	% s/ total zona	% s/ total Roses	m <sup>2</sup>	% s/ total zona	% s/ total Roses
GV. PAU CASALS	16	22,22%	3,66%	3.741	26,38%	6,67%
C. BENET FALP I MATAS	8	11,11%	1,83%	2.298	16,20%	4,10%
C. DOCTOR ALEXANDER FLEMING	7	9,72%	1,60%	1.232	8,69%	2,20%
C. MARIA BENLLIURE	6	8,33%	1,37%	419	2,95%	0,75%
C. DOCTOR HEMENEGILD ARRUGA	6	8,33%	1,37%	1.237	8,72%	2,21%
C. DOCTOR IGNASI BARRAQUER	5	6,94%	1,14%	2.068	14,58%	3,69%
C. TARRAGONA	4	5,56%	0,92%	829	5,84%	1,48%
C. DOCTOR JAUME FERRAN	4	5,56%	0,92%	392	2,76%	0,70%
C. MADRID	3	4,17%	0,69%	323	2,28%	0,58%
C. PEP VENTURA	3	4,17%	0,69%	546	3,85%	0,97%
CTRA. ARENES	2	2,78%	0,46%	237	1,67%	0,42%
CTRA. MAS OLIVA	2	2,78%	0,46%	156	1,10%	0,28%
C. DOCTOR SANTIAGO RAMON Y CAJAL	1	1,39%	0,23%	180	1,27%	0,32%
C. JOSE DE ESPRONCEDA	1	1,39%	0,23%	146	1,03%	0,26%
C. LLUIS COMPANYS	1	1,39%	0,23%	80	0,56%	0,14%
C. JOSEP ROMAÑACH I SERRATS	1	1,39%	0,23%	186	1,31%	0,33%
C. TIRSO DE MOLINA	1	1,39%	0,23%	50	0,35%	0,09%
C. SEVILLA	1	1,39%	0,23%	64	0,45%	0,11%
<b>Eix "Eixample Esquerra"</b>	<b>72</b>	<b>100%</b>	<b>16,48%</b>	<b>14.184</b>	<b>100%</b>	<b>25,29%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

**Taula: Nombre d'establiments i superfícies comercials dels carrers de l'“Eixample Dreta”.**

Nom del carrer	Comerços			Superfície		
	Nombre	% s/ total zona	% s/ total Roses	m <sup>2</sup>	% s/ total zona	% s/ total Roses
AVDA. JAUME I	18	25,35%	4,12%	2.707	29,84%	4,83%
C. CAP NORFEU	12	16,90%	2,75%	1.394	15,37%	2,49%
AVDA. MARE DE DEU DE MONTSERRAT	12	16,90%	2,75%	1.944	21,42%	3,47%
GV. PAU CASALS	8	11,27%	1,83%	621	6,84%	1,11%
C. FRANCESC MACIÀ	6	8,45%	1,37%	550	6,06%	0,98%
C. PUIG ROM	5	7,04%	1,14%	250	2,76%	0,45%
PL. LLEVANT	5	7,04%	1,14%	619	6,82%	1,10%
C. ARQUITECTE ANTONI GAUDI	2	2,82%	0,46%	718	7,91%	1,28%
C. LLOTJA	2	2,82%	0,46%	171	1,88%	0,30%
AVDA. RIERA DE LA CUANA	1	1,41%	0,23%	99	1,09%	0,18%
<b>Eix "Eixample Dreta"</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>	<b>16,25%</b>	<b>9.072</b>	<b>100%</b>	<b>16,18%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

**Taula: Nombre d'establiments i superfícies comercials dels carrers de “Santa Margarida”.**

Nom del carrer	Comerços			Superfície		
	Nombre	% s/ total zona	% s/ total Roses	m <sup>2</sup>	% s/ total zona	% s/ total Roses
AVDA. GOLA DE L'ESTANY	18	30,51%	4,12%	1.319	21,52%	2,35%
AVDA. PLATJA	9	15,25%	2,06%	1.252	20,44%	2,23%
PG. MARITIM	7	11,86%	1,60%	1.168	19,05%	2,08%
C. PUNTA DE LA FIGUERA	7	11,86%	1,60%	479	7,82%	0,85%
C. PORT DE REIG	5	8,47%	1,14%	357	5,83%	0,64%
C. CAP DE PONENT	2	3,39%	0,46%	204	3,33%	0,36%
C. ROCA NEGRA	2	3,39%	0,46%	172	2,81%	0,31%
C. ROCA GROSSA	2	3,39%	0,46%	208	3,39%	0,37%
AVDA. SALATAR	1	1,69%	0,23%	98	1,60%	0,17%
C. ROCA LLARGA	1	1,69%	0,23%	150	2,45%	0,27%
AVDA. NAUTILUS	1	1,69%	0,23%	151	2,46%	0,27%
C. CALA NANS	1	1,69%	0,23%	145	2,37%	0,26%
C. SANT PAU	1	1,69%	0,23%	41	0,67%	0,07%
AVDA. CLOT DELS FRANQUETS NORD	1	1,69%	0,23%	286	4,67%	0,51%
AVDA. PORT CANIGO	1	1,69%	0,23%	98	1,60%	0,17%
<b>Eix "Santa Margarida"</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>	<b>13,50%</b>	<b>6.128</b>	<b>100%</b>	<b>10,93%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

**Taula: Nombre d'establiments i superfícies comercials de la “Carretera”.**

Nom del carrer	Comerços			Superfície		
	Nombre	% s/ total zona	% s/ total Roses	m <sup>2</sup>	% s/ total zona	% s/ total Roses
CTRA. BESALU A ROSES	6	60%	1,37%	8.875	73,4%	15,83%
AVDA. NORD	4	40%	0,92%	3.212	26,6%	5,73%
<b>Eix "Carretera"</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>	<b>2,29%</b>	<b>12.087</b>	<b>100%</b>	<b>21,56%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

**Taula: Nombre d'establiments i superfícies comercials de la “Resta” de carrers.**

Nom del carrer	Comerços			Superfície		
	Nombre	% s/ total zona	% s/ total Roses	m <sup>2</sup>	% s/ total zona	% s/ total Roses
C. MOLL COMERCIAL	9	27,27%	2,06%	603	19,49%	1,08%
CTRA. FAR	5	15,15%	1,14%	637	20,59%	1,14%
C. PUJADA DEL PUIG ROM	3	9,09%	0,69%	271	8,76%	0,48%
C. RIERA GINJOLERS	2	6,06%	0,46%	159	5,14%	0,28%
AVDA. JOSE DIAZ PACHECO	2	6,06%	0,46%	99	3,20%	0,18%
C. ESPANYA	2	6,06%	0,46%	34	1,10%	0,06%
C. MERCE RODOREDA	2	6,06%	0,46%	181	5,85%	0,32%
CTRA. ROSES A CADAQUÉS	2	6,06%	0,46%	459	14,84%	0,82%
C. ARQUITECTE ANTONI GAUDI	1	3,03%	0,23%	100	3,23%	0,18%
C. GUILLERIES	1	3,03%	0,23%	38	1,23%	0,07%
C. PUIG SACALM	1	3,03%	0,23%	50	1,62%	0,09%
C. DRASSANES	1	3,03%	0,23%	49	1,58%	0,09%
C. MONTSIÀ	1	3,03%	0,23%	40	1,29%	0,07%
C. SANLUCAR LA MAJOR	1	3,03%	0,23%	374	12,09%	0,67%
<b>"Resta"</b>	<b>33</b>	<b>100%</b>	<b>7,55%</b>	<b>3.094</b>	<b>100%</b>	<b>5,52%</b>

Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

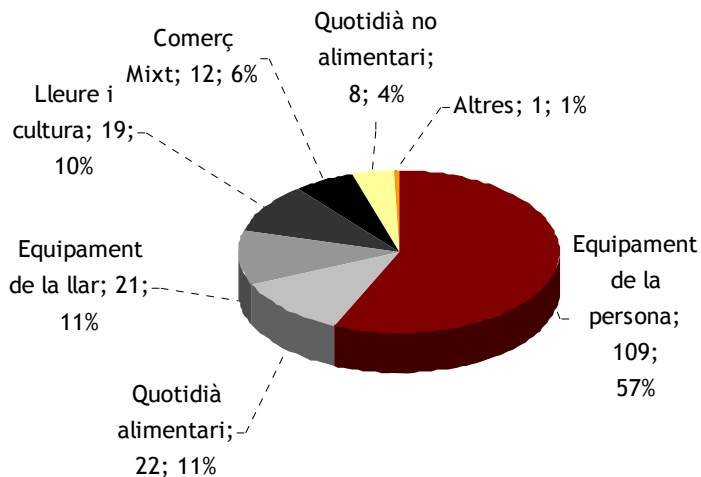
Les taules que hem vist ens serveixen per posar de manifest les conclusions següents:

- **Àmbit 1: Nucli Antic- Façana marítima.** La zona del nucli antic configura l'eix comercial més important de Roses amb un total de 192 comerços, que representa gairebé la meitat de l'oferta comercial del municipi (43,94% de l'oferta de Roses). L'oferta comercial de l'eix del nucli antic-façana marítima es concentra bàsicament al voltant de 6 carrers: **Doctor Pi i Sunyer, Sant Sebastià, Mairó, Joan Badosa i Compte, Sant Elm i Trinitat**, els quals concentren 131 establiments comercials. Per tant, estem parlant d'una zona amb elevada concentració comercial. En general, els carrers de la zona tenen uns establiments comercials amb superfícies de venda molt inferiors a la mitjana del municipi. Així, els 29 carrers que configuren l'eix només representen el 20,52% de la superfície comercial del municipi.
- **Àmbit 2: Eixample Esquerra.** És la segona zona comercial pel que fa al nombre de comerços (72) i la primera pel que fa a superfície de venda (14.184 m<sup>2</sup>). És a dir, aquesta zona engloba el 16,48% dels establiments de comerç al detall de Roses i el 25,29% de la seva superfície comercial. La presència d'operadors d'alimentació com Intermarché o Caprabo i la influència del **Mercat Municipal** (locomotora comercial) expliquen aquest fet. Amb tot, volem posar de manifest que es tracta d'una zona comercial amb una concentració comercial baixa, com demostra el fet que només hi ha un carrer amb més de 10 establiments comercials: la **Gran Via de Pau Casals**. Per tant es tracta d'una zona amb força dispersió comercial ubicats de manera separada uns dels altres sense arribar a configurar un eix comercial central. La zona té **2 pols comercials** que són els que, ara per ara, la caracteritzen: el **Mercat Municipal** i el pol del **Caprabo i els cinemes**. Per tant, es tracta d'una zona que creix més per l'efecte de pols d'activitat comercial que no pas per l'existència d'eixos viaris amb concentració comercial.
- **Àmbit 3: Eixample Dreta.** Amb 71 establiments de venda al detall, és a dir, un establiment menys que l'eixample esquerra, aquest àmbit té una concentració comercial molt més elevada que la de l'altre vessant de l'eixample. La concentració comercial d'aquesta zona es localitza al voltant de l'**Avinguda Jaume I** (representa el 25,35% del comerç de la zona) i al carrer **Cap Norfeu** i avinguda de **Montserrat**, tot configurant una zona comercial en forma de triangle. La major concentració comercial fa que aquesta sigui l'altre espai urbà amb vocació de referència comercial. Els comerços presenten superfícies de venda adients: la zona té el 16,25% dels comerços de Roses i representa el 16,18% de la seva superfície comercial.
- **Àmbit 4: Santa Margarida:** La zona comercial de Santa Margarida es concentra bàsicament al voltant de dos Avingudes: **Gola de l'Estany** (engloba el 30,51% de l'oferta comercial i el 21,52% de la superfície de la zona) i **Platja** (comprèn el 15,25% del comerç i el 20,59% de la superfície comercial de l'eix), tot formant un espai comercial en forma de creu.
- **Àmbit 5: La Carretera.** És la principal via d'accés a Roses i configura la zona comercial amb més superfície destinada a la venda de tot el municipi: engloba el 21,5% de superfície, mentre que per l'oferta representa, aproximadament, un 2,3% del total d'establiments de comerç minorista de Roses. Com ja hem vist, aquest fet s'explica per la mida dels establiments de la zona, molt superior a la mitjana del terme municipal. Es tracta per la seva ubicació i funció comercial d'una zona perifèrica-poligonal.
- **Àmbit 6: Resta del municipi.** Amb excepció del c/ Moll Comercial, la resta de carrers amb presència d'establiments de comerç minorista no configuren en cap cas nuclis o pols de concentració comercial, en el seu conjunt aquest àmbit representa només el 7,55% dels comerços de Roses i el 5,52% de la seva superfície comercial.

### 5.10.1 Distribució de l'oferta comercial per subsectors i per àmbits d'anàlisi.

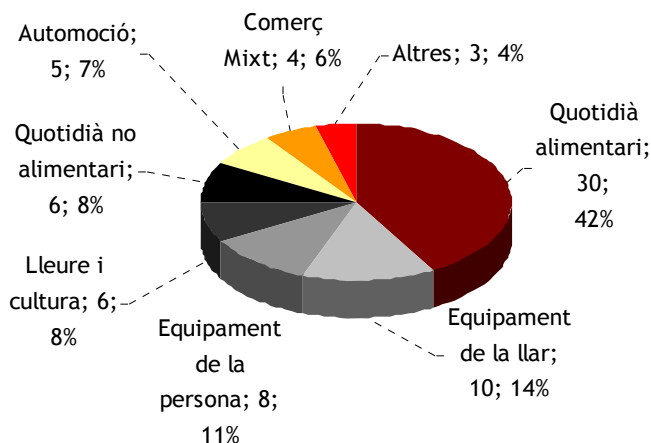
En aquest punt presentem la distribució dels establiments de cada àmbit per subsectors d'activitat per tal de copsar el pes que té cadascun i realitzar una aproximació a les diferències entre zones.



**Gràfic: Pes de cada subsector al “Nucli Antic - façana marítima”.**


Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

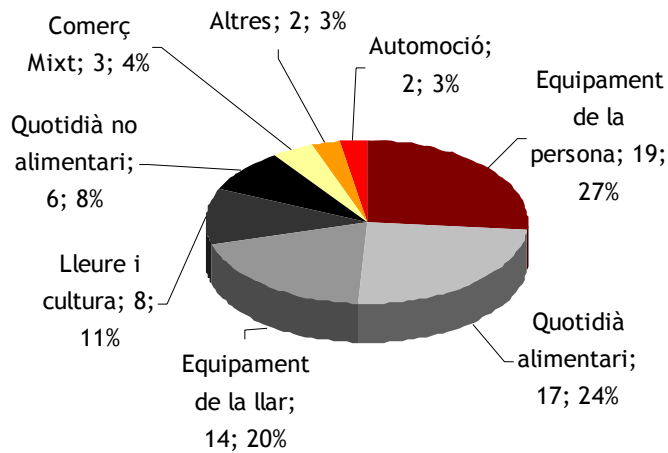
El Nucli Antic - façana marítima presenta un mix comercial molt orientat al turista amb establiments de mides generalment molt reduïdes. L'equipament de la persona és el principal sector comercial de la zona, el qual representa el 57% de l'oferta comercial de la zona mentre que els sectors quotidians tenen una presència molt baixa (15% del conjunt de l'oferta). L'equipament de la llar i el lleure i cultura, representen conjuntament un 21% de l'oferta que sumats al 57% del pes de l'equipament de la persona dóna un total del 78% de l'oferta de l'eix. Per tant, es tracta clarament d'una zona amb vocació de zona de centralitat comercial dirigida a atraure als turistes i visitants del municipi.

**Gràfic: Pes de cada subsector a “l'Eixample Esquerra”.**


Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

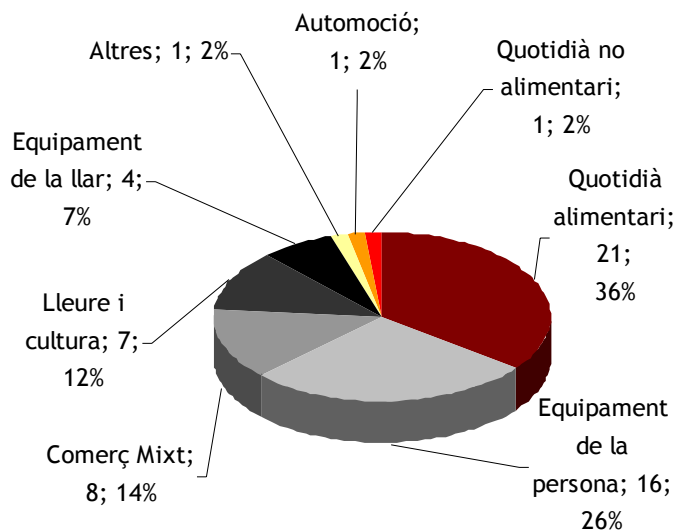
L'Eixample Esquerra presenta una clara especialització en quotidià alimentari (42%); fet que s'explica, com ja hem vist, per la presència del Mercat Municipal i d'operadors com Caprabo o Intermarché que actuen com a locomotores comercials de la zona.

Els sectors quotidians tenen molt poca presència a la zona, així l'equipament de la persona tan sols representa un 11% de l'oferta.

**Gràfic: Pes de cada subsector a "l'Eixample Dret".**


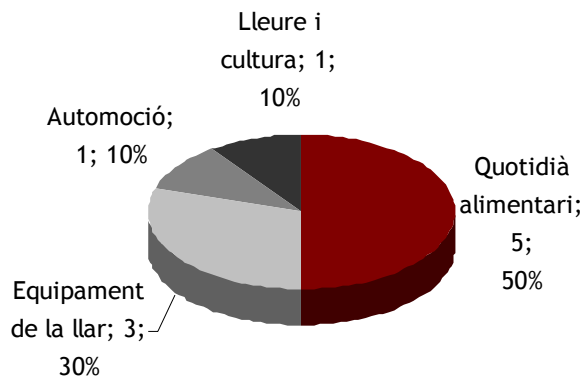
Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

A l'àmbit de l'Eixample Dret, el mix comercial és similar al del conjunt del municipi, excepte pel que fa al subsector quotidià no alimentari (8%) i comerç mixt (4%): respectivament, representen 3 punts més i 2 punts menys respecte la distribució percentual de cada subsector al conjunt de Roses. L'equipament de la persona i el quotidià alimentari són els principals sectors comercials de la zona amb valors molt similars (27 i 24% respectivament). Aquesta dada ens explica que es tracta d'una zona comercial que té una oferta molt ampla i variada i que està dirigida a resoldre les necessitats de compra completa dels residents del municipi. Efectivament, és una zona que permet fer en un espai urbà relativament petit diferents tipus de compres. A més, com hem vist anteriorment, és una zona amb una elevada presència de serveis en planta baixa.

**Gràfic: Pes de cada subsector a Santa Margarida.**


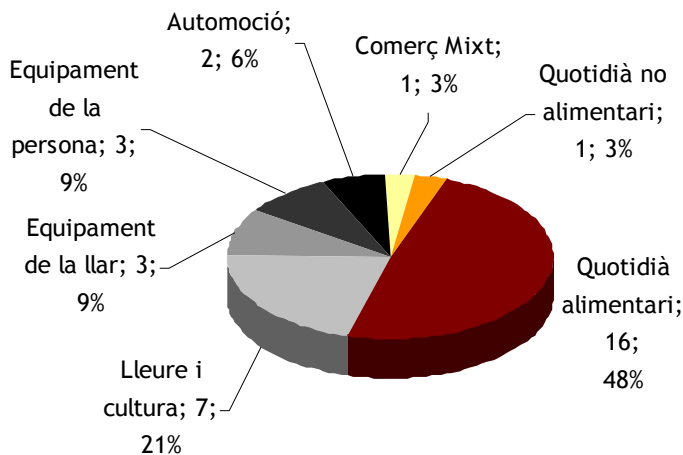
Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

A Santa Margarida (s'exclouen la Ctra. de Besalú a Roses i l'Avda. Nord), igual que a la zona del Nucli Antic, té una oferta molt orientada al turista: l'equipament de la persona engloba el 26% dels comerços de la zona i el Comerç mixt el 14%. El quotidià alimentari, però, és el subsector més nombrós: comprèn el 36% dels establiments de comerç al detall de la zona. Ara bé, s'ha identificat un grau molt alt d'estacionalitat de l'oferta: molts comerços limiten la seva obertura a la temporada turística (maig-setembre).

**Gràfic: Pes de cada subsector a “La Carretera”.**


Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

Observem com el Quotidià alimentari és el subsector predominant (50% de l'oferta), seguit de l'equipament de la llar (30%). Com ja hem dit es tracta d'una zona perifèrica amb presència d'operadors comercials de mitjà i gran format comercial amb l'objectiu de resoldre les necessitats de compra quotidiana de la ciutadania del municipi i també dels turistes

**Gràfic: Pes de cada subsector a la “Resta”.**


Font: elaboració pròpia a partir de dades de l'Ajuntament de Roses.

És interessant veure com a la resta de carrers del municipi, classificats dins la zona “Resta”, hi ha gairebé un 50% d'establiments de quotidià alimentari: es tracta doncs d'un comerç principalment de proximitat que cerca respondre a les necessitats dels veïns i de les veïnes que viuen prop de l'establiment.

## 5.11 EL MERCAT MUNICIPAL DE ROSES I MERCATS DE VENDA NO SEDENTÀRIA

### 5.11.1 El Mercat Municipal de Roses.

El mercat municipal de Roses es va inaugurar l'any 1.986, és a dir, aproximadament fa 25 anys i es troba ubicat a l'eixample esquerra, concretament al carrer Doctor Ferran número 2 i és una edificació aïllada que ocupa una superfície construïda de 2.062 m<sup>2</sup>.

El mercat disposa d'una zona d'aparcament annex a l'edifici amb 40 places i manca aparcament, en general, però sobretot a la temporada d'estiu. La zona més propera al mercat no disposa de zona d'aparcament amb limitació horària (tipus zona blava) ni tan sols a l'estiu.

#### Ubicació del Mercat Municipal de Roses:



#### Fotografies de l'equipament:



Font: Elaboració pròpia.

El mercat de Roses té un total de 22 parades que ocupen una superfície de venda de 908 m<sup>2</sup>, 1 de les quals està tancada i 4 parades s'utilitzen com a magatzem. Les principals mancances pel que fa a oferta comercial són:

- Premsa, pastisseria o forn i floristeria.
- No es detecta manca d'oferta d'alimentació però sí que manca una oferta més especialitzada. El sector de la fruita i les verdures és el predominant i ocupa gairebé la meitat de la superfície de venda.

- El mercat té un operador comercial a les seves instal·lacions: el supermercat summa.

Els comerciants del mercat consideren que part de la modernització de l'oferta passa per una major diferenciació dels operadors.

La gestió del mercat és 100% directa i recau en mans del Departament de Serveis Territorials de l'Ajuntament de Roses i les concessions d'exploració de les parades del Mercat finalitzen l'any 2017.

El mercat funciona per un sistema associatiu però, a efectes legals no estan encara associats ni registrats al registre d'associacions del Departament de Justícia de la Generalitat de Catalunya.

Els paradistes a títol individual participen de les accions de dinamització que promou l'ACOR (associació de comerciants de Roses) però no es fan campanyes conjuntes entre Mercat i associació.

Els concessionaris paguen, aproximadament una quota de 120 euros/m<sup>2</sup> a l'any.

Anàlisi de funcionament del mercat:

1. Actualment, tot i la inversió de 60.000 euros que es va fer fa un any (assumida al 50% pels propis paradistes), el Mercat té importants deficiències a nivell estructural que aquesta inversió no ha resolt i que fa necessari plantejar una reforma, ja sigui parcial o total, de les instal·lacions. Així, destaca que:
  - El mercat no té magatzems ni cambres comunes.
  - Hi ha mala climatització, fet que afecta negativament l'afluència de clients.
  - Les portes no són automàtiques i, per tant, l'accessibilitat a l'establiment no està resolta.
  - Els lavabos no estan adaptats per a persones amb mobilitat reduïda.
  - La zona de càrrega i descàrrega és insuficient per donar resposta a les necessitats dels paradistes i no hi ha mitjans d'elevació de mercaderies.
2. El Mercat municipal té un reglament de funcionament intern molt adequat i poc adaptat a les necessitats de gestió d'un espai comercial modern i professionalitzat.
3. Des d'un punt de vista comercial el mercat, com no actua com una veritable locomotora comercial de la zona sobre la que té l'àmbit d'influència. Actualment, el nombre de comerços al voltant immediat del mercat és molt reduït.

El mercat de Roses ha entrat el passat mes de juliol a la recentment creada xarxa de mercats sedentaris de la província de Girona (XMG) de la Diputació de Girona, formada per 8 mercats més de Girona, Salt, Olot, Palamós, Sant Feliu de Guíxols, Lloret de Mar, Portbou i Palafrugell. L'objectiu de la xarxa és optimitzar els recursos existents en matèria de mercats sedentaris i donar suport econòmic, tècnic i metodològic a ajuntaments i associacions de comerciants.

Els concessionaris del Mercat de Roses veuen amb bon ulls tan una proposta de construir un edifici nou per ubicar el mercat com fer una remodelació important que impliqui millores notables de l'edifici i dels espais destinats a serveis comuns (magatzems, zona de recollida de residus. Estarien disposats a assumir part del cost de l'obra sempre i quan hi hagués la voluntat de renovar les concessions i es destinés un espai provisional amb una carpa per seguir operant.

Una de les qüestions que cal resoldre és la redacció i aprovació d'estatuts dels concessionaris del Mercat Municipal de Roses per constituir-se com associació i escollir una junta.

### 5.11.2 Els mercats de venda no sedentària de Roses.

Actualment, a la Vila de Roses se celebren dos mercats de venda no sedentària:

- El mercat de la roba ubicat al solar (destinat habitualment a zona d'aparcament) que hi ha entre la Gran Via de Pau Casals, la Ronda Miquel Oliva Prat i el carrer València. Antigament

aquest mercat se celebrava al costat del mercat municipal de Roses. Però per una qüestió d'espai es va decidir traslladar-lo a aquest indret per una qüestió de logística i d'accessibilitat.

- El mercat de fruita i verdura que se celebra al costat del mercat municipal. Aquest mercat té un impacte positiu en el funcionament del mercat municipal, com els propis comerciants reconeixen.

L'actual ubicació del mercat no sedentari de roba, el que genera una major afluència de visitants i de compradors/es, no afavoreix una òptima interrelació amb el comerç local.

## 6 DINAMITZACIÓ COMERCIAL AL MUNICIPI DE ROSES

En aquest apartat passem a analitzar la dinamització comercial del municipi a través dels agents que actualment estan desenvolupant aquest paper a la vila de Roses:

- L'associació de comerciants de Roses (ACOR).
- L'Àrea de Promoció Econòmica, Turisme i Comerç de l'Ajuntament de Roses.

En primer lloc, presentem els resultats d'una dinàmica de grup amb representants de la junta de l'ACOR. En segon lloc, recollim les principals actuacions que desenvolupa l'ACOR en el marc del pla de dinamització que impulsa des de fa, aproximadament, 10 anys. En tercer i, últim lloc, repassarem el paper de l'Ajuntament en la dinamització comercial de la vila i els objectius que vol assolir en el futur.

### 6.1 L'ASSOCIACIÓ DE COMERCIANTS DE ROSES (ACOR)

El dia 30 d'octubre de 2009 es va realitzar una dinàmica de grup amb l'associació de comerciants de Roses (ACOR) amb un doble objectiu:

- Donar a conèixer el procés d'elaboració i redacció del Pla Estratègic de Comerç de Roses.
- Recollir l'opinió dels comerciants sobre l'estructura comercial del municipi i identificar aquelles problemàtiques que preocupen al sector.
- Conèixer el funcionament de l'associació de comerciants, en tant que entitat que haurà d'impulsar part de les actuacions que es derivaran del pla.

Per aquest motiu presentem a continuació un resum de la dinàmica de grup. En primer lloc, presentem un quadre en què es recullen les principals problemàtiques detectades.

Temàtica	Comentaris expressats
<b>Oferta comercial</b>	<p>L'oferta comercial de Roses té com a principal característica que és una oferta excessivament estacionalitzada degut al fort impacte que té el turisme en l'economia del municipi. Així, distingeixen clarament dues situacions pel que fa a l'estructura comercial de la vila de Roses:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Oferta de temporada i dirigida als turistes que implica un augment molt alt de l'activitat però que genera problemes sobre l'ús de la via pública als principals carrers comercials del casc antic.</li> <li>▪ Oferta comercial de proximitat dirigida a la població resident del municipi i que és estable al llarg de l'any.</li> </ul> <p>Aquesta estacionalització de l'oferta implica que part de l'oferta comercial de Roses, sobretot al casc antic, romangui tancada a la temporada d'hivern amb el marcat efecte negatiu que té aquesta situació per al conjunt de l'espai comercial i per als residents al barri i al municipi en el seu conjunt.</p>
<b>Regulació/ordenació comercial</b>	<p>Els comerciants estan totalment a favor d'ordenar l'activitat comercial i terciària al municipi amb l'objectiu d'evitar l'ús abusiu que es fa de la via pública.</p> <p>Igualment, creuen que és important ordenar l'activitat comercial amb</p>

	<p>l'objectiu de promoure, sobretot als eixos comercials, una oferta de més qualitat i evitar l'aparició d'activitat que tenen impacte negatiu.</p> <p>La qualitat de l'oferta comercial és una de les principals apostes de futur per millorar i modernitzar els establiments i donar resposta a demandes no satisfetes actualment.</p>
<b>El turisme</b>	<p>Des del sector comercial estan plenament convençuts que el canvi de model comercial passa per un canvi de model turístic. En aquest sentit, la millora de l'oferta i els productes turístics ha d'implicar canvis en l'estructura comercial.</p>
<b>La venda il·legal.</b>	<p>Una de les qüestions que preocupen al sector comercial és l'aparició de nuclis en què es practica la venda al carrer il·legal (sense permís de venda). Aquesta situació implica una clara competència deslleial al sector i creuen que cal prendre mesures al respecte.</p>
<b>Els locals comercials.</b>	<p>Es posa l'accent en què els locals comercials que no estan ocupats i que estan en lloguer o en venda estan en molt males condicions de conservació, fet que dificulta la seva comercialització.</p> <p>Es considera necessari reactivar la comercialització de locals tancats.</p>
<b>Urbanisme comercial</b>	<p>Els comerciants tot i que reconeixen que s'han fet millores al nucli antic i que el Pla de Barris serà positiu per a la zona, consideren que fa falta més inversió per millorar els carrers comercials del municipi. Així, concretament consideren que calen millores en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Il·luminació.</li> <li>▪ Millores en les voreres.</li> <li>▪ Millores en el mobiliari urbà.</li> </ul> <p>D'altra banda, creuen que un dels aspectes que cal resoldre és el de l'aparcament. Són conscients que la reurbanització i, per tant, millora urbana dels carrers pot implicar pèrdua de places d'aparcament.</p> <p>Creuen que la política en matèria de construcció d'aparcaments soterrats ha de ser una prioritat per a l'equip de govern, sobretot de cara a donar resposta a l'alta demanda d'aparcament que hi ha a l'estiu.</p> <p>Pel que fa a la implantació de més zones d'estacionament limitat, des de l'associació de comerciants, estan plenament d'acord amb la mesura però sempre i quan estiguin resoltes les necessitats d'aparcament del veïnat.</p> <p>En últim lloc, consideren fonamental la millora urbana de la riera Ginjolers per la seva posició de centralitat i pel que pot implicar des d'un punt de vista de la consolidació del comerç al nucli antic.</p>
<b>Actuacions de dinamització</b>	<p>L'ACOR té un pla de dinamització propi des de l'any 2001 i participa del programa d'incentius de la Generalitat de Catalunya, concretament al programa ciutat. En aquest projecte de dinamització comercial també hi participa l'Ajuntament de Roses, a través de l'àrea de Promoció Econòmica, Turisme i Comerç de l'Ajuntament de Roses.</p> <p>Els gairebé 10 anys de projecte de dinamització comercial ha permès desenvolupar un pla de treball força consolidat amb importants serveis als</p>



	associats i associades.
<b>Relació de l'ACOR i l'Ajuntament de Roses (Àrea de Promoció Econòmica, Turisme i Comerç).</b>	<p>Estan totalment a favor de promoure el projecte d'Estació Nàutica i de formalitzar entitats públic-privades per impulsar projectes de ciutat comuns. En aquest sentit, es mostren d'acord en col·laborar-hi i participar-hi de manera activa.</p> <p>Consideren que el nou equip de govern té bona predisposició per dinamitzar el comerç de Roses però que cal arribar a mecanismes de treball i coordinació més estables. En aquest sentit, expressen la voluntat de signar futurs convenis de col·laboració per impulsar, a través d'un projecte i pressuost comú, un projecte col·lectiu de dinamització comercial.</p> <p>Es dóna molta importància a la idea de formalitzar les relacions entre comerciants i Ajuntament.</p>

## 6.2 EL PROJECTE DE DINAMITZACIÓ COMERCIAL DE L'ACOR

L'Associació de comerciants de Roses l'ACOR es va constituir com a associació el juny de l'any 2001 i ja des d'aquell any impulsa actuacions de dinamització comercial amb l'objectiu d'afavorir la modernització comercial de la ciutat i donar resposta a les necessitats dels compradors i a les necessitats dels i les comerciants del municipi.

Actualment, l'ACOR té aproximadament 150 associats i està impulsant un pla de dinamització comercial que rep un incentiu econòmic del programa comerç ciutat de la Generalitat de Catalunya.

Igualment, l'ACOR pertany a la Federació Altempordanesa d'Empresaris, organització de caràcter associatiu i sense ànim de lucre, que representa, coordina, dona servei i defensa les diferents organitzacions sectorials o gremials i a les empreses, en el qual hi ha representades les associacions de comerciants de Figueres, Escala, Llançà, Castelló d'Empúries, Empuriabrava i Roses. L'objectiu comú d'aquests municipis és fer actuacions i assentar les bases per desestacionalitzar l'oferta comercial. En aquest sentit, impulsen paquets de campanyes conjuntes per dinamitzar comercialment i turísticament la comarca de l'Alt Empordà.

A continuació presentem les principals actuacions que impulsa l'ACOR en el marc del Pla de Dinamització Comercial:

- Assessorament, informació i tramitar subvencions per modernitzar els establiments comercials del municipi.
- Accions de formació i sensibilització comercial.
- Difusió i comunicació de l'oferta comercial:
  - Guia comercial de Roses en què hi ha un directori de comerços i serveis d'interès per a la ciutadania i un plànol del municipi.
  - Senyalització comercial: Més de 10 tòtems ubicats al municipi amb informació dels establiments comercials associats.
  - Pàgina Web amb informació de l'associació i serveis per als associats.
- Borsa de treball.
- Targeta comerç Empordà de "la Caixa" per als clients del comerç associat a l'ACOR que ofereix d'avantatges tant financeres com d'accés a promocions comercials. Es tracta d'una targeta gratuïta sense quotes d'alta ni de manteniment. A més, la voluntat de l'ACOR és omplir de contingut la targeta a través de:

- L'accés a serveis municipals (teatre, museus, pavellons esportius, aparcament, etc.).
- Oferir recursos a les activitats solidàries que promouen les entitats locals del municipi.
- Accions de promoció comercial:
  - Sorteigs permanents trimestrals vinculats a l'ús de la targeta comerç.
  - Fira Rebaixa que se celebra anualment a la plaça de Catalunya.
  - Mostra floral en què es fa promoció de l'activitat comercial però també gastronòmica i turística de Roses.
  - Campanya de Nadal.
- Accés a serveis a preus avantatjosos (entitats financeres, telefonia, autopistes, alarmes i seguretat, premsa, contractació de publicitat a emissores de ràdio).

L'objectiu de l'ACOR és potenciar el projecte de dinamització comercial amb un programa de treball comú i estable amb l'Ajuntament de Roses.

### 6.3 L'ÀREA DE PROMOCIÓ ECONÒMICA, TURISME I COMERÇ

L'Àrea de Promoció Econòmica, Turística i Comerç (APETC) de l'Ajuntament de Roses és una àrea de nova creació, oficialment es constitueix l'1 de gener de 2009, la qual té encarregada la promoció i dinamització de l'activitat comercial.

Els objectius estratègics de l'àrea passen per:

- Revitalitzar i redefinir el model de ciutat turística a través de nous productes de més qualitat i d'una gestió més professionalitzada.
- Establir mecanismes de cooperació públic-privats en tots els àmbits econòmics del municipi per millorar en eficiència i disposar d'un projecte comú per dinamitzar el municipi.
- Modernitzar l'activitat econòmica i millorar-ne la competitivitat

Per tant, resumint, l'objectiu estratègic de l'Ajuntament és promoure un canvi de model econòmic i turístic que passi per un projecte de cooperació públic-privat comú que permeti una major professionalització i una major eficiència en la gestió dels recursos destinats a la promoció de la vila de Roses.

Pel que fa a l'àmbit concret de la promoció i dinamització comercial de Roses, l'APETC té com a principals objectius:

- Definir un pla d'actuacions per als pròxims anys.
- Establir un marc de col·laboració estable amb l'associació de comerciants de Roses.
- Impulsar el mercat municipal i els mercats de venda no sedentària del municipi de Roses com a locomotores comercials i com a pols d'atracció.
- Fomentar un creixement ordenat de l'activitat comercial.

## 7 ESTUDI DE DEMANDA COMERCIAL A ROSES: HÀBITS DE COMPRA I CONSUM

### 7.1 INTRODUCCIÓ: OBJECTIUS DE L'ESTUDI DE DEMANDA

L'objectiu principal de l'estudi de demanda comercial de Roses és conèixer els hàbits de compra i consum dels residents a la vila (també de segones residències) i d'aquelles persones que per diferents motius es troben al municipi i poden esdevenir potencials usuaris dels seu comerç (no residents i turistes). En aquest sentit, per tant, un dels reptes de l'estudi és determinar el comportament de compra i consum al municipi i veure quines poden ser les principals mancances i, per tant, les oportunitats de millora per al futur. Lògicament, amb les dades de l'estudi podrem conèixer, entre d'altres qüestions, els resultats següents:

- El percentatge del volum de compra que les persones residents al municipi fan al propi municipi.
- Quantificació, per sectors de compra, de l'evasió de despesa a d'altres municipis i identificació de formats comercials més utilitzats fora del municipi.
- Anàlisi del comportament distingint diferències en el perfil d'usuari a raó de:
  - Sexe.
  - Edat.
  - Lloc de residència.
  - Nivell econòmic de la família.
- Despesa comercial realitzada al municipi per sectors.
- Format comercial més utilitzat a Roses per fer les compres.

D'altra banda, com hem dit anteriorment, un dels reptes de l'estudi és avaluar la conducta de compra a Roses de totes les persones que no són residents al municipi. Per fer aquesta anàlisi s'ha creat la següent tipologia de no residents:

- Tipus 1: persones no residents (sovint de localitats properes a Roses) que per motiu treball/estudi o gestions/visita/compres es troben en el moment de l'enquesta al municipi de Roses.
- Tipus 2: turistes, és a dir, totes aquelles persones que es troben a Roses pernoctant a un hotel/hostal o similar per motiu d'oci i visita i que, tal i com hem dit en el cas anterior, es troben a Roses en el moment d'enquesta.

De la suma dels dos tipus de no residents obtindrem la població total no resident a Roses que ens indicarà, en termes agregats, quina és la capacitat d'atracció comercialitzable del municipi, aspecte molt important de cara a l'anàlisi de la potència comercial del municipi. Per tant, a partir d'aquestes dades coneixerem la capacitat d'atracció de Roses i podrem, igualment, quantificar l'impacte que aquesta capacitat té sobre l'estructura comercial en termes de generació de vendes.

Igualment, de la població turística ens interessa conèixer una valoració diferent a la de la resta de perfils d'enquesta. Ens interessa sobretot una informació de tipus qualitatiu per determinar quin és el seu hàbit de compra al municipi i quina n'és la seva valoració.

És per aquest motiu, com veurem més detalladament a continuació, que es determina un doble procés d'enquestació:

- Un de comú dirigit a població resident i no resident.
- Un d'específic dirigit a població turística.

No podem obviar que Roses és un municipi amb un important interès turístic explicat, en bona mesura, per l'entorn natural i paisatgístic.

Tornant a l'objecte de l'estudi, aquest recull aspectes de tipus qualitatiu per conèixer quines són les principals debilitats del comerç de Roses des de l'òptica dels consumidors ja siguin aquests residents com no residents.

Per tots aquests motius que passarem a analitzar en deteniment a continuació, aquesta eina i els resultats de l'estudi d'hàbits de compra i consum a Roses són una font molt valuosa per determinar l'adequació entre l'oferta comercial existent al municipi i la seva demanda (actual i potencial).

La tendència d'aquesta relació és un element crític de cara a la presa de decisions en matèria de promoció i dinamització comercial, en tant que ens dona inputs sobre els desajustaments entre oferta i demanda. En aquest sentit, aquest estudi ha de permetre, al municipi de Roses, endegar una estratègia proactiva, amb la implicació tant del sector públic com dels agents privats (a títol individual però també associatiu), per millorar l'oferta actual i adaptar-la als canvis constants en les pautes de consum i en els hàbits de compra de la població.

Roses és una població amb un important atractiu turístic, que compta a més amb una important taxa de residents. És per això que l'estudi que ara presentem s'ha dissenyat en un moment en què encara queden part dels turistes que visiten la vila i de les persones que tenen la segona residència a Roses i que esdevenen -o poden esdevenir- potencials compradors del comerç local.

## 7.2 METODOLOGIA DE TREBALL

### 7.2.1 Decisió 1: On realitzar l'enquesta

Un dels reptes de l'estudi és garantir la representativitat dels resultats i assegurar la seva aleatorietat. Per aquest motiu s'han definit, de cara a la recollida d'informació, sis punts d'enquesta, que es corresponen amb les zones amb més atractiu comercial o amb els emplaçaments amb un nombre més important de flux de persones. Aquesta aproximació ens permet assolir el doble repte de representativitat i aleatorietat. Així, els punts d'enquesta són els següents:

- Zona de l'Eixample Esquerra:
  1. Mercat Municipal i voltants.
  2. Mercat ambulant de fruita del diumenge.
  3. Mercat ambulant de roba del diumenge.
- Zona del Nucli Antic - Façana marítima (zona vianantitzada)
  4. Plaça Catalunya i voltants del c/ Pi i Sunyer (carrer més comercial de Roses).
- Zona de l'Eixample Dreta:
  5. Avinguda Jaume I i Avinguda Verge de Montserrat
- Zona de Santa Margarida:
  6. Avinguda de la Platja i Gola de l'Estany i voltants dels supermercats de la carretera.

### 7.2.2 Decisió 2: Quan realitzar l'enquesta

Un altre aspecte metodològic fonamental a l'hora de definir el procés d'enquesta és la decisió del moment en què es fa el treball de camp. Les entrevistes es van realitzar els dies 18, 19 i 20 de setembre de 2009, coincidint amb el cap de setmana (divendres, dissabte i diumenge). En l'origen d'aquesta decisió hi ha, al marge de les consideracions pròpies per garantir una mostra heterogènia, els següents objectius:

- Assegurar que podem mesurar l'impacte dels mercats de venda no sedentària en tant que locomotores del comerç urbà de Roses. Per aquest motiu part de les enquestes es realitzen en diumenge (coincidint amb la celebració d'ambdós mercats).
- Assegurar que hi ha representada la població que compra a Roses durant el cap de setmana (divendres tarda i dissabte, és a dir, en horaris comercials) i, per tant, entre d'altres les persones que es desplacen a Roses per fer part de les compres o per altres motius (oci, turisme, visita, etc).

### 7.2.3 Decisió 3: La mostra de l'enquesta

Tal i com hem dit a la introducció de l'estudi un dels objectius és conèixer l'opinió de les persones no residents al municipi i valorar la seva conducta amb relació al comerç de Roses. Així, una de les dimensions bàsiques d'aquest anàlisi passa per la necessitat de conèixer la valoració i hàbits de compra de la població turística, és a dir, de totes aquelles persones que es troben a Roses pernoctant a un hotel/hostal o similar per motiu d'oci i/o visita.

Per aquest motiu no sempre comú a la resta de municipis (hi ha municipis on el fet turístic és gairebé inexistent), el disseny de l'enquesta es va plantejar en els termes següents:

- En tot cas, calia garantir que l'enquesta tingués una mostra real, és a dir, d'enquestes vàlides, de 400 casos per tenir la significativitat necessària per extrapolar les dades de la mostra a les del conjunt de població.
- Les primeres 400 enquestes, per tant, havien de ser aleatòries per poder mesurar la capacitat d'atracció del municipi.

Així, en tot cas les primeres 400 enquestes s'havien de correspondre a persones residents, segones residències i persones no residents (sense incloure turistes). A partir d'aquesta mostra ja es podria analitzar la capacitat d'atracció.

D'altra banda, un cop assolit aquest primer objectiu l'objectiu era continuar el procés d'enquestació fins assolir un mínim d'enquestes a turistes (es va fixar un objectiu de 50 enquestes vàlides).

Per tant, el resultat de l'estudi s'hauria de correspondre amb dues mostres:

- Una mostra d'un mínim de 400 enquestes vàlides a població resident i no resident per analitzar els hàbits de compra i consum a Roses (volum de compra a Roses).
- Una mostra d'un mínim de 50 turistes.

Un cop realitzat l'estudi els resultats del treball de camp són els següents:

- S'han realitzat un total de 462 enquestes vàlides que inclouen enquestes als diferents grups de població comentats. Concretament:
  - Un total de 409 enquestes a població resident (i segones residències) i població no resident (sense incloure turistes). Representa un 88,5% de la mostra.
  - Un total de 53 enquestes a turistes. Representa un 11,5% de la mostra.

Per tant, el resultat és que el conjunt de la mostra (n=462) és aleatòria i, per tant, els resultats d'atracció de població són vàlids sobre el conjunt de la mostra, tal i com analitzarem seguidament en l'apartat de resultats de l'estudi.

Així, la selecció de la mostra és va fer “a l'atzar”, entrevistant a les persones que es trobaven als punts d'enquesta assenyalats i que van accedir a respondre el qüestionari. Com a únic filtre és demanava que fossin persones encarregades d'una part important de les compres de la llar, és a dir, que participessin en aquesta tasca, de forma habitual o, com a molt compartida al 50% amb altres membres de la unitat familiar.

#### 7.2.4 Dos models d'enquesta: Mostra general i mostra de turistes

Com hem dit el qüestionari conté una doble aproximació:

- Una de comuna a la població resident i no resident (sense incloure la població turística) per conèixer l'evasió de despesa i la capacitat d'atracció per sectors, així com el comportament de compra a Roses.
- Una d'específica dirigida als turistes amb l'objectiu de conèixer, a part de les dades de perfil sociodemogràfic, quin és el tipus de comerç que troben a faltar a Roses i quina n'és la seva valoració.

#### 7.2.5 Tècnica d'anàlisi dels resultats

La tècnica utilitzada ha estat la de l'entrevista personal centrada, mitjançant un qüestionari semi-estructurat de tipus lineal (veure annex).

Aquest tipus de qüestionari, tenint en compte la simplicitat i la rapidesa d'execució, és una eina idònia per als estudis a peu de carrer, perquè s'obté informació de qualitat i ben estructurada. Al mateix temps, aquest tipus d'instrument permet copsar respostes espontànies amb relació als hàbits de compra, fet molt important per obtenir informació de caire qualitatiu.

Les variables que s'han tingut en compte per l'anàlisi estadístic (prova de significativitat) dels resultats són:

- **Dia de l'entrevista:** laborable (divendres al matí) o cap de setmana (divendres tarda, dissabte tot el dia i diumenge al matí).
- **Lloc d'entrevista:** Mercat Municipal, Mercat de venda no sedentària diumenge (roba i fruita), Plaça Catalunya (zona de vianants del Centre), Avinguda de Jaume I/Verge de Montserrat i Santa Margarida.
- **Vinculació amb el municipi de Roses:** Resident, segona residència, no resident i turista.
- **Zones en què viuen els/les residents i segona residències:**
  - Z1 (Centre: Nucli antic),
  - Z2 (Est: Puigrom, Canyelles, L'Almadrava),
  - Z3 (Els Grecs, Mas Oliva i zona nord del Centre),
  - Z4 (Salatar i Santa Margarida) i
  - Z5 (Mas Mates, El Cortijo, La Garriga, Mas Boscà, El Cardo, Mas Fumats, etc).
- **Edat:** Menys de 30 anys, de 31 a 45, de 46 a 65 i més de 65 anys.
- **Activitat:** Mestressa de casa (no treballa), treball remunerat o aturat/da.

- **Ingressos mensuals familiars nets de la llar:** menys de 600 €, de 601 a 1500 €, de 1501 a 3000 €, més de 3001 euros mensuals o no sap / no contesta.
- **Nombre de persones que viuen a la llar:** una (viu sol/sola), dos, tres o quatre i cinc o més.
- **Persones que compren roba a fora de Roses.**

En el moment de fer les tabulacions verticals, s'ha aplicat la prova estadística de "Xi quadrat" que determina la significació dels resultats obtinguts per a cada segment analitzat, de manera que si en un grup s'obtenen diferències significatives, podem establir amb un nivell de confiança mínim del 95% que aquesta resposta/conducta és més habitual i, per tant, característica i diferencial d'aquest segment concret de població.

L'error mostral calculat per a aquesta mostra -462 individus- amb un nivell de confiança del 95%, segons la fórmula per a una població infinita, en el supòsit de màxima indeterminació ( $p=q=50\%$ ), és de: +/- 4,65%.

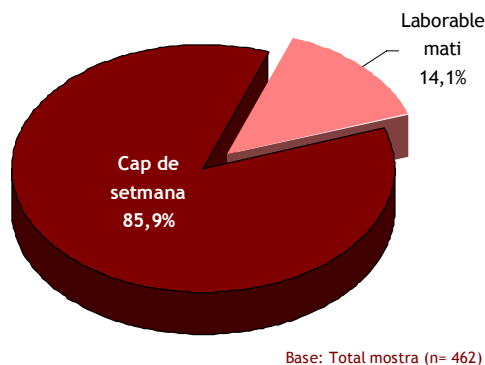
## 7.3 CARACTERISTIQUES DE LA MOSTRA: PERFIL DEL/A COMPRADOR/A

En aquest primer apartat aportem totes les dades pel que fa a les qüestions principals de la mostra i del perfil de persona enquestada i, per tant, del perfil de comprador/a al municipi de Roses.

### 7.3.1 Moment de l'enquesta

S'han fet 462 entrevistes a potencials usuaris del comerç de Roses, 65 el divendres al matí (laborable) i 397 durant el cap de setmana, sempre dins de l'horari comercial: de 10 a 14h i de 16 a 20,30h). El diumenge és va fer treball de camp només al matí (de 9,30h a 14h) i als dos mercats de venda no sedentària que se celebren a la vila de Roses.

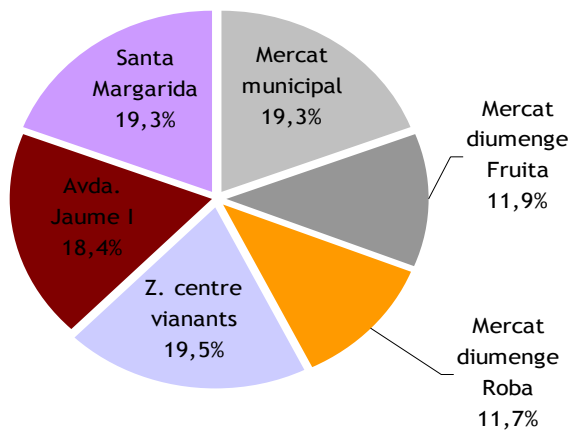
#### Distribució de la mostra per moment de l'entrevista



### 7.3.2 Lloc d'entrevista

Les entrevistes s'han fet de manera homogènia i d'acord amb el disseny de recerca de l'estudi s'han fet aproximadament 75 entrevistes a cadascun dels 6 punts d'enquesta fixats. D'aquesta manera es maximitza la informació que s'extreu de cada zona.

### Distribució de la mostra per lloc d'entrevista.



Base: Total mostra (n= 462)

Al mercat municipal es van fer en total 89 entrevistes (10 a turistes). En aquest punt es troben representats tots els grups analitzats i no s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

55 entrevistes, 11,9% del total de la mostra, es van fer al mercat de fruita del diumenge. Els principals usuaris d'aquest tipus de comerç són:

- Persones que tenen la segona residència a Roses: 20%
- Majors de 65 anys: 20,7%
- Llars on viuen dues persones: 18%

La mostra d'entrevistats al mercat ambulant de roba que se celebra els diumenges al matí (11,7%), està formada amb més freqüència per:

- No residents a Roses: 35,3%.
- Aturats/des: 28,3%.
- Persones de 31 a 45 anys: 17,6%.

A la Zona de vianants del Centre propera a Plaça Catalunya, es van fer el 19,5% de les entrevistes (90, dels quals 13 són turistes). En aquest punt és on menys no residents es van entrevistar: 8,8%.

La mostra de l'avinguda Jaume/Verge de Montserrat, representa el 18,4% del total d'entrevistats/des i està formada amb més freqüència per:

- Residents: 22,4%.
- Les persones que viuen a la Z3 (Els Grecs i Mas Oliva i zona centre nord): 30,8%.

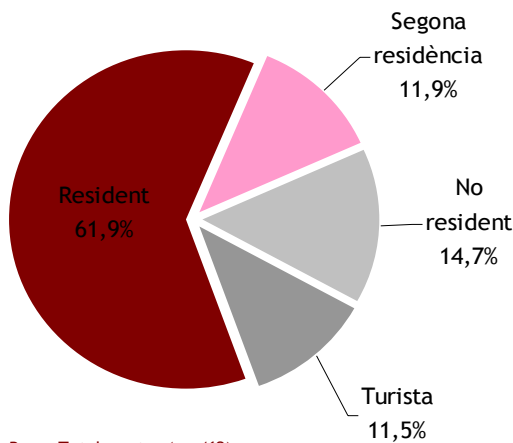
A Santa Margarida es varen fer el 19,3% de les entrevistes (89 individus), són principalment segones residències (22,4%) que tenen la seva residència a la zona de Sant Margarida (61,4%), tot i que són freqüents els desplaçaments a aquesta zona, donada la concentració de supermercats i hipermercats que es concentren a la part de la carretera.

### 7.3.3 Vinculació amb Roses

El 61,9% de la mostra són residents a Roses i un 11,9% són persones que tenen la segona residència al municipi, per tant, un 26,2% de la mostra són persones no residents al municipi.



### Distribució per vinculació amb Roses.

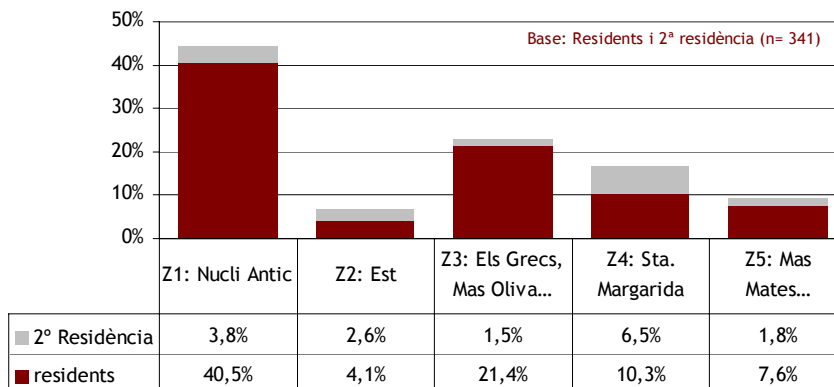


Base: Total mostra (n= 462)

### 7.3.4 Població resident: distribució per barris de procedència

La distribució per barri de residència dels 286 residents i de les 55 segones residències que componen la mostra, és la que podem veure al gràfic següent, on destaca el percentatge de residents al Nucli Antic i Santa Margarida, que és el punt on més segones residències es concentren.

#### Distribució per barri de residència dels residents i segones residències



El 44,3% dels/les 341 entrevistats/des que tenen un habitatge a Roses (ja sigui la habitual, ó la segona residència) viuen al Nucli Antic i amb més freqüència presenten el següent perfil:

- Persones entrevistades al Mercat Municipal: 58,1%.
- Viuen a Roses tot l'any, són residents: 48,3%.

El 6,7% resideixen a la *Zona Est: Puigrom, Canyelles o L'Almadrava (Districte 2.3)*, en aquest grup augmenta significativament el percentatge de llars on viuen dues persones (12.6%).

La segona zona més poblada per la mostra es la Z3: *zona Centre /Nord i Els Grecs, Mas Oliva, etc.* (Districtes 1.4, 1.5 i 2.4), que representa el 22,9% dels/ les entrevistats/des. Aquest grup esta format principalment per:

- Entrevistats/des a l'avinguda Jaume I: 33,8%
- Residents: 25,5%
- Llars on viuen tres o quatre persones: 30,9%

Amb menys freqüència son llars amb ingressos superiors a 3000 € mensuals: nomes el 7,5% dels residents en aquesta zona.

Tenen la seva residència a *Santa Margarida i Salatar* (Districte 1.3) el 16,7% dels/les residents i segones residències entrevistats/des, aquest grup amb més freqüència esta format per:

- Segones residències: 40%
- Entrevistats/des a Santa Margarida: 52,2%
- Majors de 65 anys: 27,3%
- Llars on viuen dues persones: 24,4%.

El 9,4% tenen l'habitatge a la Zona 5 - Nord Oest: *Mas Mates, El Cortijo, La Garriga, Mas Boscà, El Cardo, Mas Fumats, etc.* (Districte 1.6) i en aquesta zona s'observa una concentració de llars que ingressen de 1501 a 3000 euros al mes (15.1%).

### 7.3.5 Població no resident: distribució per municipis d'origen

El 14,7% són no residents i a la majoria dels casos viuen a poblacions properes a Roses, les més freqüents són Palau de Saverdera (16,25) i Figueres (14,7%):

NO RESIDENTS			
POBLACIÓ DE RESIDÈNCIA	Freqüència	% No residents	% TOTAL MOSTRA
Palau Saverdera	11	16,2%	2,4%
Figueres	10	14,7%	2,2%
Empuriabrava	7	10,3%	1,5%
Castelló d'Empuries	7	10,3%	1,5%
Olot	6	8,8%	1,3%
Vilajuiga	4	5,9%	0,9%
Cadaqués	3	4,4%	0,6%
Barcelona	2	2,9%	0,4%
Girona	2	2,9%	0,4%
Llançà	1	1,5%	0,2%
Peralada	1	1,5%	0,2%
Vilobi d'Onyar	1	1,5%	0,2%
Pau	1	1,5%	0,2%
Culera	1	1,5%	0,2%
Banyoles	1	1,5%	0,2%
Centelles (Osona)	1	1,5%	0,2%
Ordis	1	1,5%	0,2%
Navata	1	1,5%	0,2%
Cabanes	1	1,5%	0,2%
Ribes de Freser	1	1,5%	0,2%
Bàscara	1	1,5%	0,2%
Espolla	1	1,5%	0,2%
Badalona	1	1,5%	0,2%
Sabadell	1	1,5%	0,2%
Manlleu	1	1,5%	0,2%
<b>Base:</b>		68	462

## TURISTES: POBLACIÓ O PAIS DE RESIDÈNCIA

Entre els 53 turistes entrevistats (que representen el 11,5% del total de la mostra), aproximadament el 80% estrangers, principalment francesos:

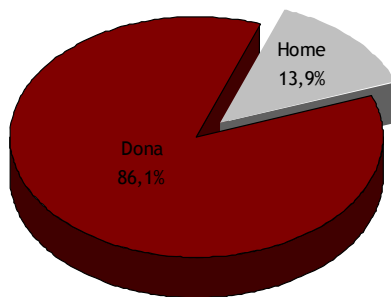
TURISTES			
PAIS DE RESIDÈNCIA	Fr-qüència	% Turistes	% TOTAL MOSTRA
Figueres	2	3,8%	0,4%
Barcelona	3	5,7%	0,6%
Girona	1	1,9%	0,2%
Tàrrrega	1	1,9%	0,2%
Alicante	1	1,9%	0,2%
Galícia	1	1,9%	0,2%
Burgos	1	1,9%	0,2%
<b>França</b>	<b>37</b>	<b>69,8%</b>	<b>8,0%</b>
Bèlgica	1	1,9%	0,2%
Alemanya	2	3,8%	0,4%
Anglaterra	1	1,9%	0,2%
Rússia	1	1,9%	0,2%

Base: 53 462

### 7.3.6 Distribució per gènere

Donat que per poder respondre l'entrevista és imprescindible que la persona que respon *faci la part més important de les compres de la llar*, no es d'estranyar que el 86,1% de la mostra siguin dones, ja que aquesta es una tasca feta principalment per aquest segment, tot i que en alguns casos es compartida amb la parella.

#### Distribució de la mostra per gènere



Base: Total mostra (n= 462)

El grup de dones entrevistades, esta format principalment per residents (90,25), que viuen al Nucli Antic (91,4%).

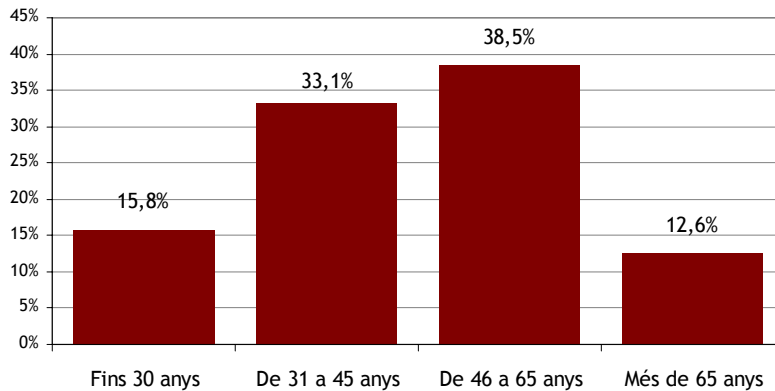
Es va entrevistar a 64 homes (13,9% del total de la mostra), que presenten amb més freqüència el següent perfil:

- Persones que tenen més de 65 anys: 22,4%.
- Entrevistats/des a Santa Margarida: 23,6%.
- Tenen la seva residència a Santa Margarida (22,8%).
- Són turistes (26,4%).

### 7.3.7 Distribució per edat

L'edat mitjana de la mostra es de 46,51 anys. La mostra de residents a Roses te una mitjana d'edat inferior a la de les persones que tenen la segona residència (44,63 i 57,16 anys respectivament). La mitjana dels/les no residents entrevistats és de 41,28 anys i la dels turistes de 52,30 anys. Els grups més envellits son: llars amb ingressos inferiors a 600 € (59,19 anys), i persones que viuen soles (56,56 anys).

#### Distribució de la mostra per grups d'edat



El 15,8% tenen *menys de 30 anys* i representen el 17,8% dels/les residents entrevistats/des. Aquest grup és caracteritzen per:

- Són llars on viuen tres o quatre persones: 20,4%.
- La persona entrevistada esta aturada: 37%.
- Compra la roba a altres poblacions: 20,4%.

El 33,1% tenen entre *31 i 45 anys* i amb més freqüència són:

- Són llars on viuen tres o quatre persones: 44,3% (normalment son famílies amb dos fills).
- Llars on viuen cinc o més persones: 52,2%.
- Treballen: 44,6%.
- Compren la roba a altres poblacions: 37,1%.

El grup més nombrós esta a la franja d'edat *entre 46 i 65 anys* (38,5%) i esta format principalment per:

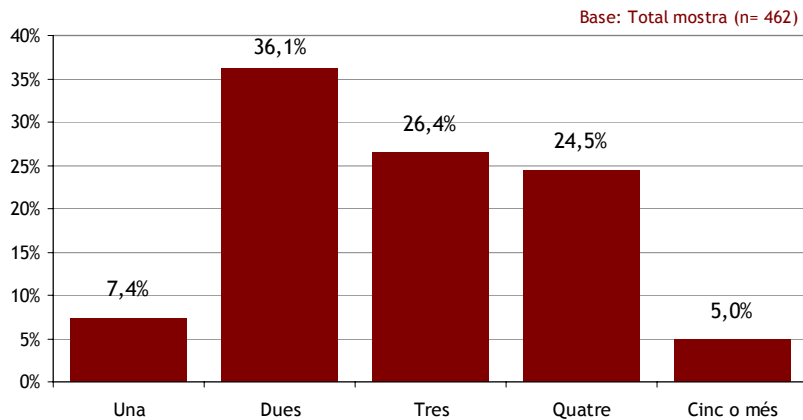
- Persones que tenen la segona residència a Roses: 54,5%.
- Llars on viuen dues persones: 48,5%.
- Mestresses de casa: 52,1%.

El 12,6% son *majors de 65 anys* i amb més freqüència presenten en següent perfil:

- Tenen la segona residència a Roses (25,5%).
- La seva llar esta a Santa Margarida (21,1%).
- Són turistes (24,5%).
- Llars on viuen dos persones (23,4%).

### 7.3.8 Nombre de persones que viuen a la llar

Entre la mostra analitzada, s'obté una mitjana de 2,85 persones per llar. Les llars més freqüents són les que viuen dues persones:



El 7,4% *viuen sols/les*, percentatge que augmenta entre les llars que ingressen entre 601 i 1500 € (11,9%) o menys de 600€ mensuals: 56,3%.

El 36,1% són unitats familiars on viuen *dues persones*, i aquesta situació es més habitual entre:

- Majors de 65 anys: 67,2%.
- Els/les que tenen de 46 a 65 anys: 45,5%.
- Tenen la segona residència a Roses: 63,6% o són turistes: 56,6%.
- Viuen a la zona 2 (Est, districte 2.3): 65,2% o a Santa Margarida: 50,9%.
- Mestresses de casa: 44,8%.

Les llars on viuen *tres persones* (26,4%), presenten amb més freqüència les següents característiques:

- Menors de 30 anys: 41,1%
- Treballen: 31,9%
- Compren la roba a altres poblacions: 31,6%.

El 24,5% dels/les entrevistats/des viuen a llars de *quatre membres* i presenten amb més freqüència el següent perfil:

- Persones que tenen de 31 a 45 anys: 38,6%
- Residents: 28,7%
- Viuen a la zona 3 (Centre zona Nord): 38,5%.

Les llars amb *cinc o més persones* són poc freqüents (5%) i és caracteritzen per:

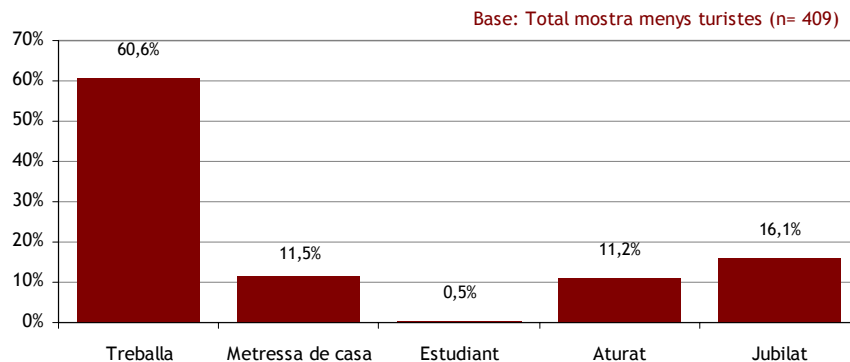
- Tenen de 31 a 45 anys: 7,8%.
- Es van entrevistar al mercadet dels diumenges: 9,2%.

### 7.3.9 Activitat de l'entrevistat

El 60,6% del total de la mostra *treballen*, percentatge que augmenta entre:

- Entrevistats/des de 31 a 45 anys: 78%.
- Llars on viuen tres o quatre persones: 67,6%.
- Llars amb ingressos mensuals superiors a 3000 €: 79,2% (tenint en compte que la majoria de la mostra són dones, és tracta principalment de llars on treballen dues persones)
- Compren al roba a fora de Roses: 67,3%.
- Són no residents: 72,1%.

### Distribució de la mostra per activitat



El 11,5% són *mestresses de casa* que tenen menys de 65 anys i no treballen a fora de la llar. Aquest grup esta format amb més freqüència per entrevistades de 46 a 65 anys: 18,6%. En aquest grup augmenta el percentatge d'entrevistats/des que no responen al nivell d'ingrés de la llar (24%).

Només el 0,5% de la mostra són *estudiants*, tots són menors de 30 anys i no s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

El 11,2% són *aturats/des*, aquest grup esta format amb més freqüència per:

- Persones entrevistades menors de 30 anys: 25,4%
- Llars que ingressen entre 601 i 1500 € mensuals: 17,4%
- Residents: 13,6%.

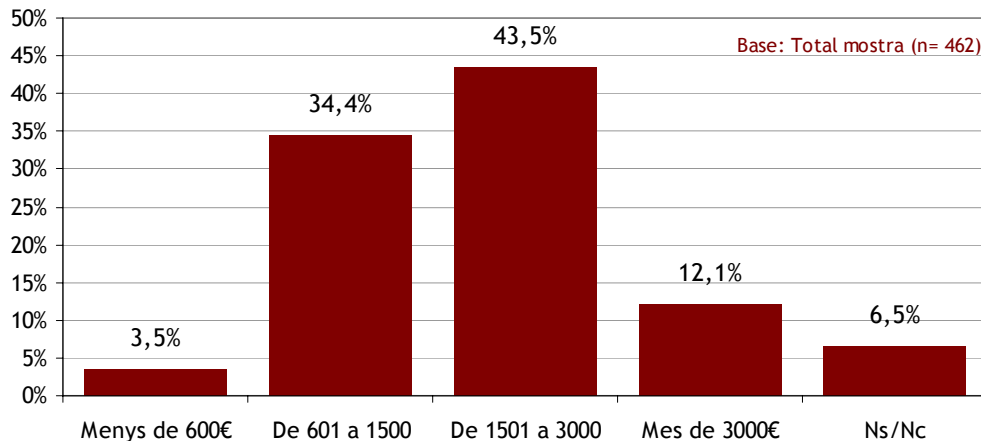
El 16,7% estan *jubilats*, aquest grup esta format pricipalment per majors de 65 anys (97,85) i també per:

- Segones residències (49,1%).
- Resideixen a Santa Margarida (33,3%).
- Viuen sols/les (37,5%) o en parella (32,1%).

### 7.3.10 Ingréns mensual net de la llar

El nivell d'ingrés mig aproximat de la mostra, és troba entorn 1900 €. La distribució de la mostra, en funció dels ingressos mensuals nets de la llar, és la que presentem al gràfic següent.

### Distribució de la mostra per ingrés net mensual de la llar



Només el 3.5% dels/les entrevistats/des tenen ingressos *inferiors a 600 €* al mes. Tot i que no s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions de la mostra, podem destacar que el 26,5% de les persones que viuen soles, tenen aquest nivell d'ingrés.

El 34,4% de les llars tenen uns ingressos mensuals *entre 601 i 1500 €*, aquest grup esta format amb més freqüència per:

- Persones que viuen soles: 55,9%.
- Aturats/des: 54,3%.
- Jubilats/Majors de 65 anys: 37,9%.
- Residents: 38,1%.
- Viuen al Nucli Antic: 41,1%.

La franja d'ingrés més freqüent es de *1.501 a 3.000 €* (43.5%) i augmenta en els següents segments:

- No residents: 55,9%.
- Residents a la Z5 (Nord Oest, districte 1.6): 48,9%.
- Llars on viuen tres o quatre persones: 48,9%.
- L'entrevistat/da treballa: 49,4%.
- Compren la roba a altres poblacions: 48,3%.

El percentatge de llars amb ingressos *superiors a 3000 €* (12.1%), augmenta entre els/les que tenen la segona residència a Roses (27.3%) i els/les entrevistats/des que treballen: 15,5%.

El 6,5% *no sap o no contesta al nivell d'ingrés* mensual net de la llar. Tot i que no s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions de la mostra, aquesta opció de resposta tendeix a augmentar entre:

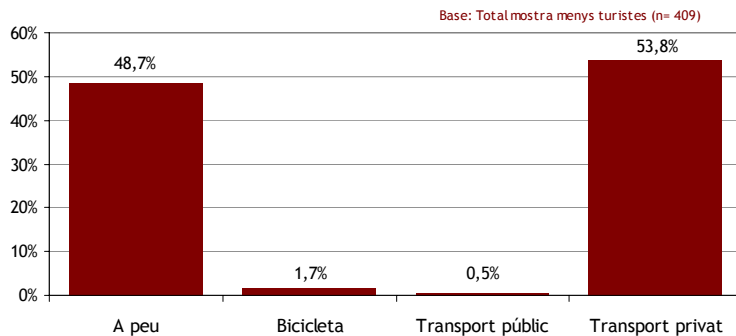
- Persones majors de 65 anys: 12,1%
- Mestresses de casa: 10,4%

## 7.4 ANÀLISI DELS PRINCIPALS HÀBITS DE COMPRA I CONSUM

### 7.4.1 Mitja de transport

El mitjà de transport més utilitzat per arribar al punt comercial d'entrevista es el *transport privat* (53,8%), principalment el cotxe. Hàbit que augmenta entre: entrevistats/des durant el cap de setmana (57,7%), entrevistats/des a Santa Margarida (85,9%), no residents (89,7%), o tenen l'habitatge a la Z2- Est (82,6%) i a Santa Margarida (68,4%), l'entrevistat/da treballa (60,9%), compra la roba a fora de Roses (60,5%) i llars que ingressen entre 1.501 i 3.000 € al mes (60,5%).

#### Distribució per mitjà de transport utilitzat fins el punt de l'entrevista



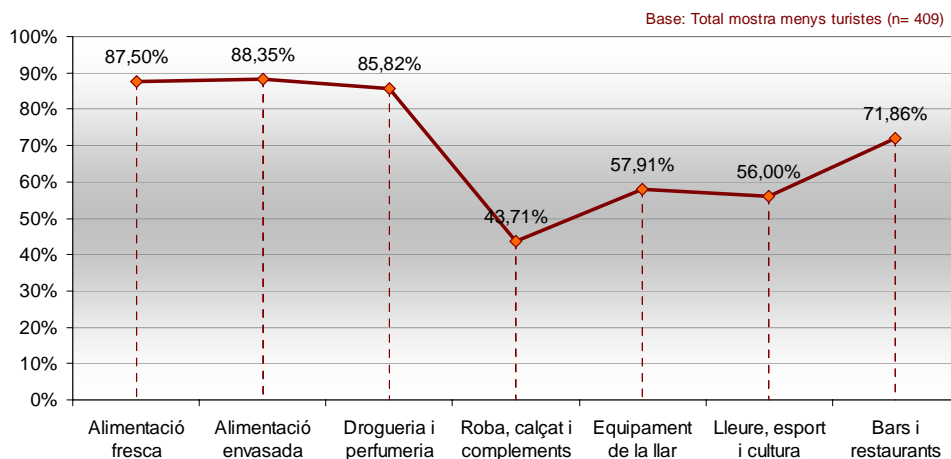
El 48,7% dels/les entrevistats/des han arribat al punt d'entrevista *a peu*, resposta que augmenta entre:

- Residents: 59,4%.
- Mestresses de casa: 66%.
- Entrevistats/des a l'avinguda Jaume I: 72,4%.
- Entrevistats/des el divendres al matí: 70,2%.

L'1,7% van en *bicicleta* i només el 0,5% han utilitzat el *transport públic*. No s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

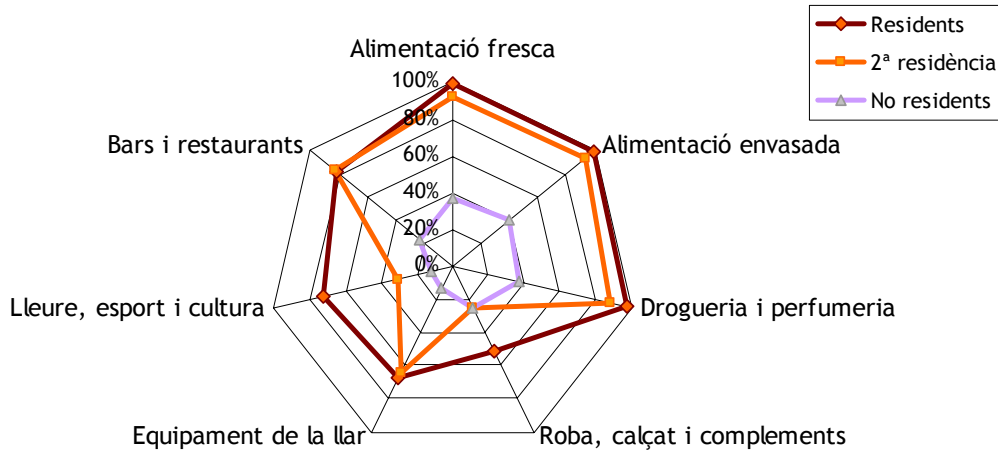
### 7.4.2 Volum de les compres fetes a Roses

Com podem veure en el gràfic de la pàgina següent, les compres quotidianes de la llar obtenen percentatges de compra al comerç local força importants. La mostra compra aproximadament 87,50% del total consumit d'alimentació fresca, el 88,35 dels aliments no frescos i el 85,20% de drogueria i perfumeria. En les compres de roba i calçat, equipament de la llar i lleure, esport i cultura decau el percentatge de compres al comerç local:



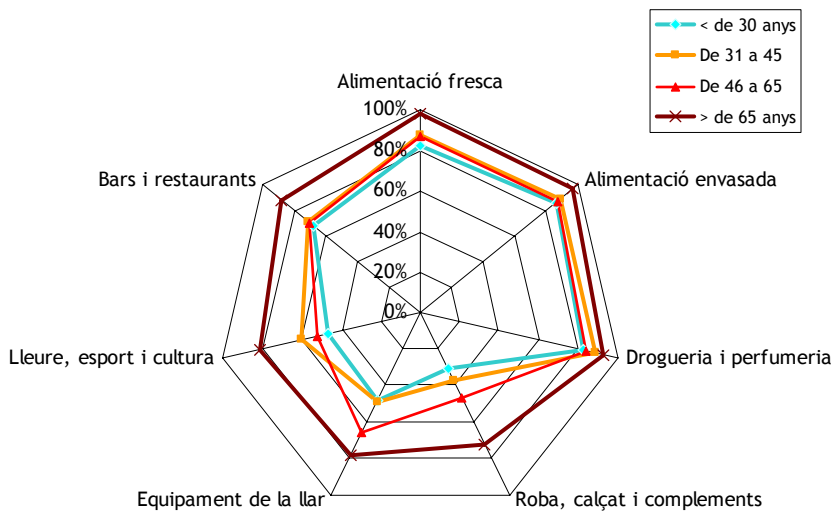


Els residents a Roses són els principals compradors al comerç local, obtenint mitjanes de percentatge de compra superiors als dels altres grups en quasi tots els apartats. Els articles d'equipament de la persona i pel lleure, són els que amb menys freqüència compren a Roses els/les entrevistats/des que tenen aquí la segona residència. Els/les no residents es desplacen a Roses per comprar principalment els productes de consum quotidià:



Com a la majoria de municipis la mostra més envellida, que normalment es la que disposa de menys recursos econòmics són els compradors més fidels (en molts casos donat que no tenen cotxe).

#### % de compra al comerç de Roses en funció del tram d'edat:

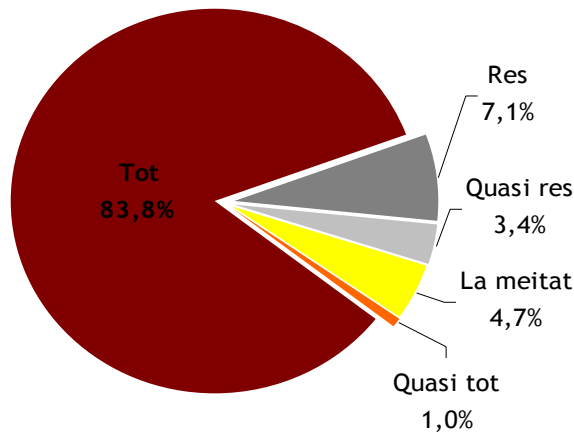


### 7.4.3 Alimentació fresca

El 83.6% dels/les entrevistats/des compren *tota l'alimentació fresca que consumeixen al comerç de Roses*, aquest hàbit augmenta de forma significativa entre:

- Residents: 97.6%.
- Entrevistats/des divendres al matí: 96.5%.
- Viuen al Nucli Antic (99.3%) o a la Z3-Centre Nord: 94.9%.
- Majors de 65 anys: 95.6%.
- Llars que ingressen entre 601 i 1.500 € al mes: 88.9%.

### Part comprada a Roses d'alimentació fresca:



Base: Total mostra menysturistes (n=409)

Només el 1% afirma que ho compra quasi tot (entre un 60 i un 99% del total consumit), sense que obtinguem diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

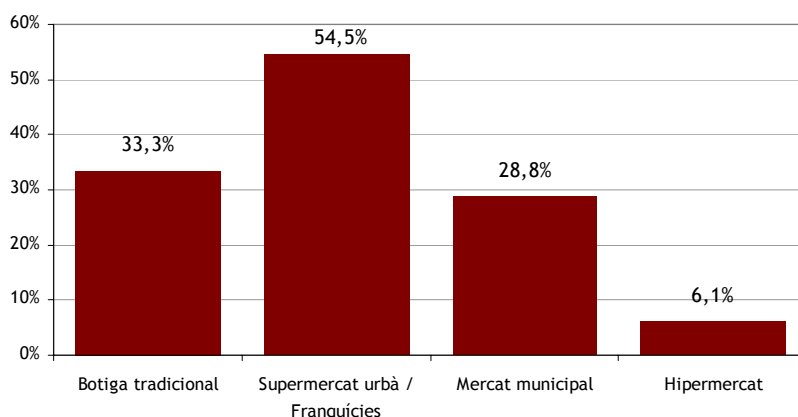
El 19,1% dels/les no residents compren aproximadament *la meitat* de la alimentació fresca a Roses (entre el 40% i el 59%).

El 39,7% dels/les no residents entrevistats/des, no compren res d'alimentació fresca a Roses.

El tipus d'establiment més utilitzat per les compres d'alimentació fresca realitzades a fora de Roses, és el supermercat urbà o les franquícies (54,5%), percentatge que augmenta entre els/les entrevistats/des al mercat ambulant dels diumenges (76,7%) i obté percentatges similars a la resta de grups.

### Alimentació fresca- Tipus d'establiment en què es realitza la compra d'alimentació fresca fora de Roses

El 33,3% de les compres que no es fan a Roses, provenen de botigues tradicionals i el 28,8% compren a Mercats Municipals d'altres poblacions. No s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions, donat el reduït nombre d'aquest mostra (66 entrevistats/des).



Base: compren a altres municipis (n= 66)  
No sumen 100%, donat que la pregunta es multiresposta

### LLOC DE COMPRA ALTERNATIU

Dels 66 entrevistats/des que compren alimentació fresca a altres poblacions, el 69,7% ho fan a la seva població de residència (73.6% dels/les no residents). Figueres es el municipi amb més atractivitat per aquestes compres.

### Alimentació fresca- Població de compra alternativa

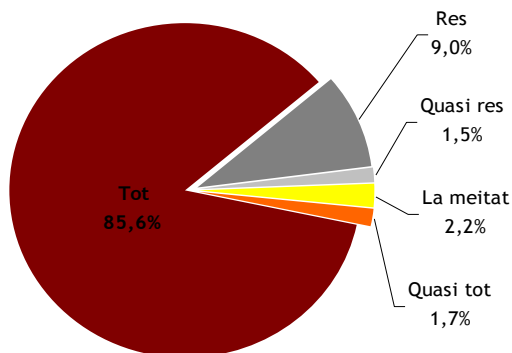
ALIMENTACIÓ FRESCA			
LLOC DE COMPRA ALTERNATIU	Freqüència	% Compren a fora	% TOTAL MOSTRA
Figueres	14	21,2%	3,4%
Empuriabrava	5	7,6%	1,2%
Lloc de residència	46	69,7%	11,2%
Base:		66	409

#### 7.4.4 Alimentació envasada

El 85,6% dels/les entrevistats/des afirmen que compren *tota la alimentació envasada* que consumeixen al comerç de Roses, resposta que augmenta entre:

- Residents: 99%
- Entrevistats/des a l'avinguda Jaume I: 94,7%
- Entrevistats/des divendres al matí: 96,5%
- Majors de 65 anys: 95,6%

#### Part comprada a Roses d'alimentació envasada.



Base: Total mostra menys turistes (n= 409)

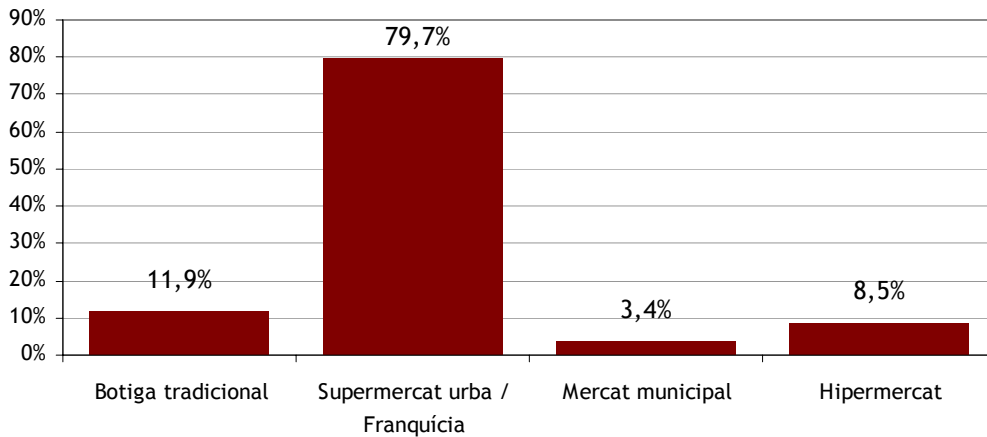
El 1,7% compren *entre el 60 i el 99%* del total consumit (quasi tot) a Roses, el 2,2% entre el 59 i el 40% (la meitat) i un 1,5% quasi res (entre el 1 i el 39% del total consumit), amb percentatges similars a tots els grups analitzats.

El 9% afirmen *que no compren res a Roses*, resposta que augmenta entre no residents (50%) i entrevistats/des al mercat dels diumenges (26,3%) i llars que ingressen entre 1.501 i 3.000 € mensuals (13%).

#### Tipus d'establiment més habitual a les compres que no es fan a Roses:

Com a l'alimentació fresca, *el supermercat urbà i les franquícies* són l'alternativa més utilitzada per aquestes compres (79,7%), amb percentatges similars a tots els grups:

### Alimentació envasada- Tipus d'establiment en què es realitza la compra a fora de Roses



Base: compren a altres municipis (n= 59)

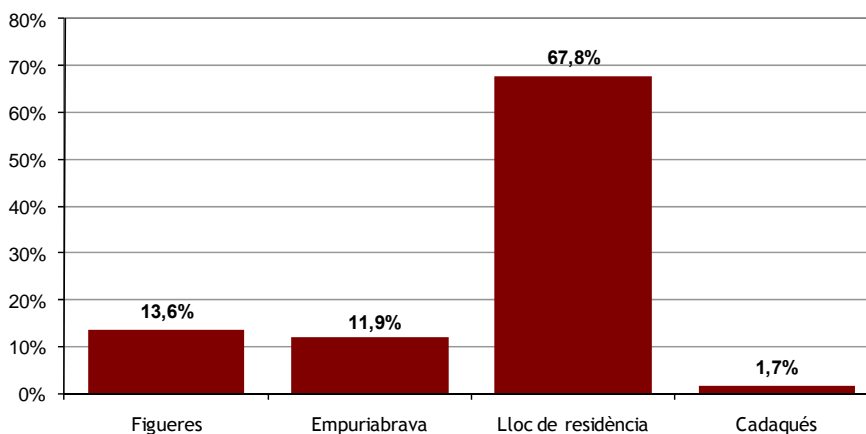
Els percentatges no sumen 100% donat que pot ser multiresposta

La resta d'opcions de llocs de compra, tenen molt poca incidència i no hi ha diferències significatives entre les segmentacions de la mostra, degut al reduït nombre de compradors a altres municipis (n=59).

El preu i la comoditat en el moment de fer les compres d'alimentació envasada, son els factors determinants per la elecció del **lloc de compra alternatiu**. El 67,3% dels/les no residents, compren a la seva població de residència.

Figueres es el lloc amb més atractiu per la compra d'alimentació envasada (13,6%) i Empuriabrava el segon amb un 11,9%, sense diferències entre les segmentacions de la mostra.

### Alimentació envasada- Població de compra alternativa



Base: compren a altres municipis (n= 59)

## 7.4.5 Drogueria i perfumeria

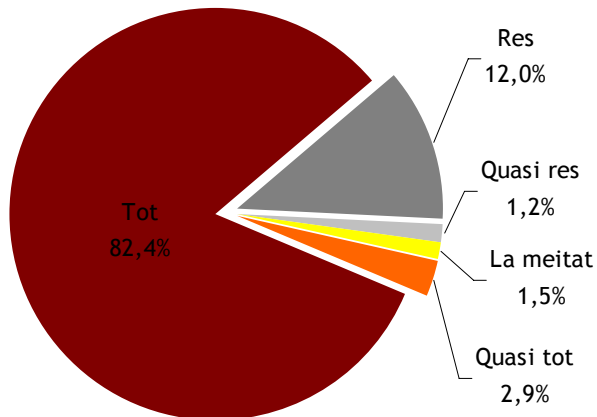
Els paràmetres de conducta son molt similars als anteriors, ja que exceptuant la compra de productes de perfumeria personal i cosmètica, els articles de neteja i higiene es compren normalment al mateix tipus d'establiment que la alimentació envasada.

Com a mitjana, la mostra compra el 85,82% del total consumit d'aquest apartat a Roses. El 82,4% dels/les entrevistats/des *compren tots* els productes de drogueria i perfumeria al comerç local, resposta que augmenta entre:

- Residents: 96,2%

- Tenen l'habitatge al Nucli Antic (94%) o a la Z3 (Centre Nord: 96,2%)
- Persones que viuen soles: 96,9%
- Tenen de 46 a 65 anys: 78,6%
- Llars que ingressen entre 601 i 1.500 € mensuals: 88,2%.

### Drogueria i perfumeria - Part comprada al comerç de Roses



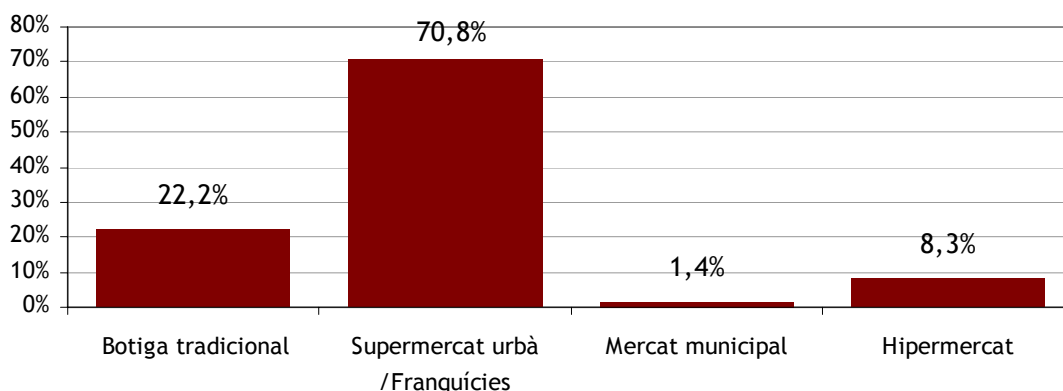
Base: Total mostra menys turistes (n= 409)

El 12% no compren *cap* article de drogueria i perfumeria a Roses, resposta que augmenta entre els/les no residents (54,4%), que es van entrevistar amb més freqüència al mercat ambulant del diumenge (27,3%).

La resta de respostes tenen poca incidència i no s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions de la mostra. Cal tenir en compte que només 59 entrevistats/des compren drogueria i perfumeria a altres municipis.

El *supermercat urbà* es també el tipus d'establiment més utilitzat per aquestes compres, principalment pels no residents (79,6%).

### Drogueria i perfumeria - Tipus d'establiment més habitual a les compres a fora de Roses



Base: compren a altres municipis (n= 72)

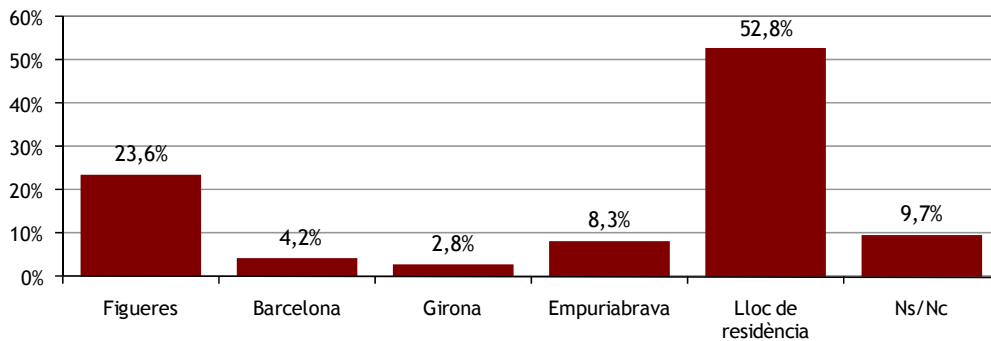
No sumem 100% donat que pot ser multiresposta

La *botiga tradicional* es el establiment més habitual pel 22,2% dels/les entrevistats, les llars on viuen tres o quatre persones són les que menys hi compren (10,8%).

La resta d'opcions de llocs de compra, tenen molt poca incidència i no hi ha diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

**Població de compra alternativa:** El 63,3% dels/les no residents, compren la drogueria i perfumeria a la seva població de residència.

#### Drogueria i perfumeria - Població de compra a fora de Roses



Base: compren a altres municipis (n= 72)  
No sumem 100% donat que pot ser multiresposta

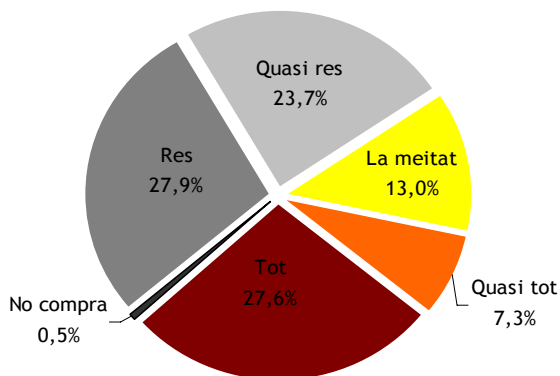
Com a la resta d'apartats, *Figueres* es la població amb més atractiu (23,6% dels/les que compren a altres municipis), percentatge que augmenta entre les llars que ingressen entre 1.501 i 3.000 € al mes (33,3%).

La resta de poblacions tenen poca incidència i no s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

#### 7.4.6 Roba, calçat i complements

Es la categoria de producte amb el percentatge de compra més baix al comerç local: 43,71% del total de la mostra, 51,4% entre els residents, 25,4% entre les segones residències i 25,62% entre els/les no residents.

#### Roba, calçat i complements - Part comprada al comerç de Roses



Base: Total mostra menys turistes (n= 409)

Només el 27,6% de la mostra, *compren tota la roba i el calçat al comerç de Roses* i els/les que més tenen aquesta costum son la mostra amb menys recursos i de més edat:

- Majors de 65 anys: 62,2%.
- Viuen sols/es: 43,8%.
- Llars que ingressen menys de 600 € (53,3%) o de 601 a 1500: 37,5%.

- Entrevistats/des divendres al matí: 40,4%.
- Residents: 33,9%.

El 7,3% compren *quasi tot* (entre el 60% i el 99%), resposta que és més habitual entre els/les entrevistats/des a la Avinguda Jaume I (15,8%).

El 13% afirmen que compren aproximadament *la meitat* (entre el 40% i el 59%) i els/les que més donen aquesta resposta, són:

- Residents: 16,4%.
- Entrevistats/des al mercat ambulant del diumenge: 20,2%.

Compren entre el 1% i el 39% a Roses, *quasi res* el 23,7% dels/les entrevistats, percentatge que augmenta entre:

- Els/les que tenen la segona residència a Roses: 49,1%.
- No residents: 36,8%.
- Entrevistats/des al mercat ambulant del diumenge: 32,3%.
- Llars amb ingressos superiors a 3000 €: 39,6%.

El 29,9% afirmen que *no compren res* per l'equipament de la persona al comerç de Roses i els/les que més donen aquesta resposta, són:

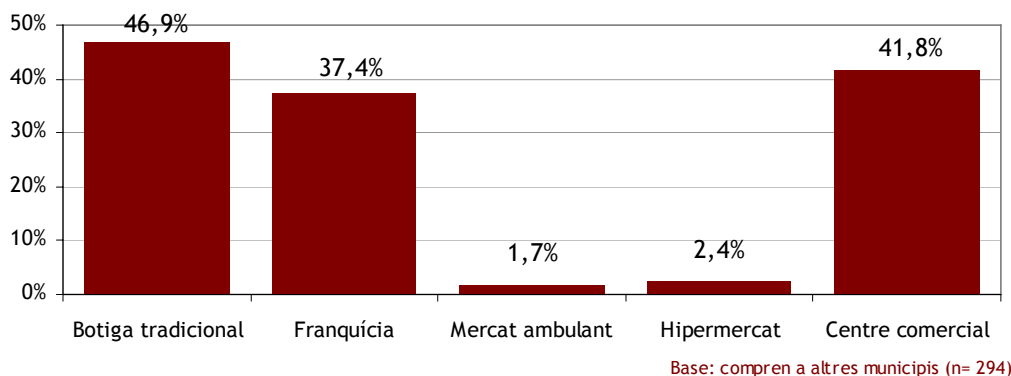
- Menors de 30 anys: 43,3%.
- No residents: 38,2%.
- Entrevistats/des durant el cap de setmana: 29,8%.

La *botiga tradicional*, és el tipus d'establiment més habitual per les compres de roba, calçat i complements que és fan a altres municipis (46,9%), aquest establiment és el més habitual pels/les que tenen la segona residència a Roses (60,9%) i la mostra de 46 a 65 anys (63,9%).

El 41,8% dels 294 entrevistats/des que compren roba a altres poblacions, compren a *Centres Comercials*, i presenten el següent perfil:

- Tenen de 31 a 45 anys (51,4%).
- Entrevistats/des durant el cap de setmana (44,2%).
- Residents a la Z3 - Centre Nord (55,6%).

### Roba, calçat i complements - Tipus d'establiments a les compres a fora de Roses.



Les *franquícies* (37,4%) són la tercera opció més usual entre la mostra, resposta que augmenta entre les famílies més joves:

- La mostra de 31 a 45 anys (46,8%).
- Llars on viuen tres o quatre persones (43%).
- L'entrevistat/da treballa (41,4%).
- Llars que ingressen entre 1.501 i 3.000 € mensuals (44,4%).
- Entrevistats/des al mercat ambulant dels diumenges (54,9%).
- Residents (42,3%).
- Viuen al Nucli Antic (47,1%).

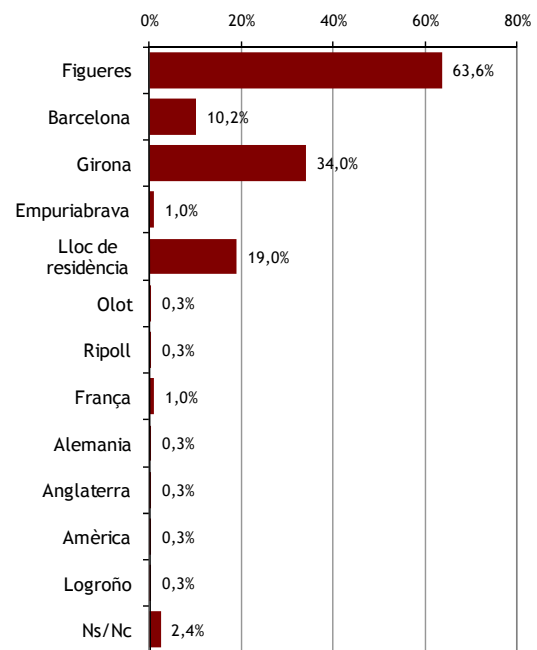
La resta de tipus d'establiment tenen menys importància (1,7% altres mercats ambulants i 2,4% hipermercats) i no s'obtenen diferències significatives entre els grups analitzats.

Les compres de roba, calçat i complements, no segueixen les mateixes pautes de conducta de les adquisicions quotidianes (alimentació i drogueria / perfumeria), la proximitat perd importància i la recerca de varietat, i en molts casos millor preu, son una constant.

Les poblacions amb més atractivitat per aquestes compres són Figueres (63,6%), Girona (34%) i Barcelona (10,2%):

#### Roba, calçat i complements - Població de compra a fora de Roses

ROBA, CALÇAT I COMPLEMENTS			
LLOC DE COMPRA ALTERNATIU	Freqüència	% Compren a fora	% TOTAL MOSTRA
<b>Figueres</b>	<b>187</b>	<b>63,6%</b>	<b>45,7%</b>
Barcelona	30	10,2%	7,3%
<b>Girona</b>	<b>100</b>	<b>34,0%</b>	<b>24,4%</b>
Ampuriabrava	3	1,0%	0,7%
Lloc de residència	<b>56</b>	<b>19,0%</b>	<b>13,7%</b>
Olot	1	0,3%	0,2%
Ripoll	1	0,3%	0,2%
França	3	1,0%	0,7%
Alemania	1	0,3%	0,2%
Anglaterra	1	0,3%	0,2%
Amèrica	1	0,3%	0,2%
Logroño	1	0,3%	0,2%
Ns/Nc	7	2,4%	1,7%
Base:		294	409



Els compradors d'equipament de la persona a *Figueres* (63,6%), presenten el següent perfil:

- Entrevistats/des divendres al matí (79,4%).
- Entrevistats/des al Mercat Municipal (77,6%).
- Residents (79,4%).
- Viuen al Nucli Antic (74,5%).
- Llars on viuen tres o quatre persones (68,6%).



Girona es la segona població amb més atractivitat per aquestes compres (34%) i aquest grup està format principalment per:

- El 45% dels/les menors de 30 anys.
- El 42,9% dels/les residents.
- El 42,2% dels/les entrevistats/des que viuen al Centre Antic.
- El 39% de les llars on viuen tres o quatre persones.

Barcelona es la tercera població més citada (10,2%), especialment pels/les entrevistats/des a la zona de vianants -Plaça Catalunya: 23,2%

El 19% compren a la seva població de residència habitual: 82,6% dels/les que tenen la segona residència i 30,5% dels/les no residents.

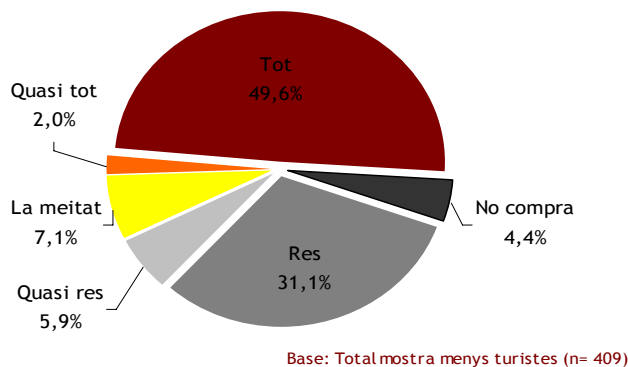
La resta de poblacions obtenen freqüències molt petites i no hi ha diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

El 2,4% que no saben o no contesten, afirmen en molts casos que no tenen un lloc concret de compra de roba, calçat i complements.

### 7.4.7 Equipament de la llar

Com a mitjana, la mostra compra el 57,91% dels articles d'aquesta categoria al comerç de Roses. E 4,4% afirmen que *no compren cap* article d'aquesta categoria, resposta que prové principalment del 26,7% de les llars amb ingressos inferiors a 600€ al mes.

#### Equipament de la llar - Part comprada a Roses



El 49,6% afirmen que compren *tots* els articles per la llar a Roses, resposta que és més habitual entre:

- Residents: 58%.
- Viuen al Nucli Antic: 61,6%.
- De 46 a 65 anys (58,3%) o majors de 65 anys: 60%.
- Llar on viuen dues persones: 56,9%.
- Llar que ingressen entre 601 i 1.500 € mensuals: 59,7%.

Entre els/les que compren roba a altres poblacions, augmenta també el percentatge de compradors de la *meitat* a fora (8,8%) o dels que no compren *quasi res* a Roses (7,8%). Però no s'obtenen

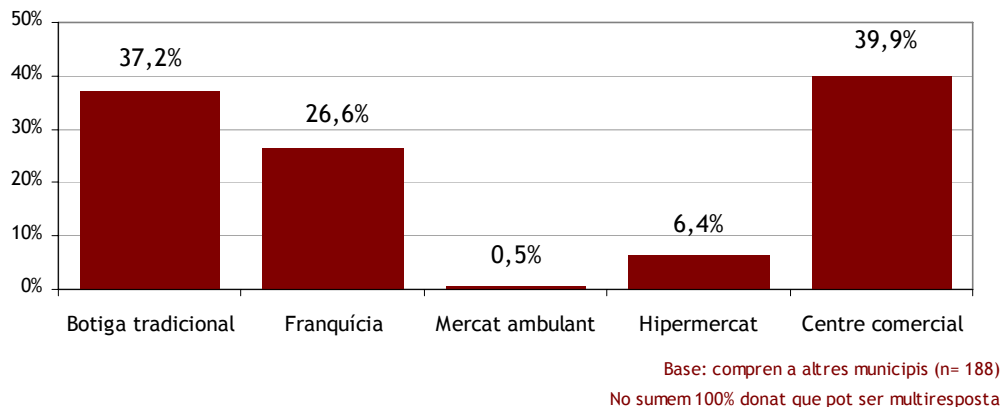
diferències significatives a la resta de segmentacions de la mostra, donat que són respostes amb poca incidència.

Destaca el 31,1% de la mostra que afirma que *no compren res* per equipar la casa a Roses, resposta que es més habitual entre la població més jove i amb més recursos:

- No residents: 77,9%
- Menors de 30 anys: 44,8%
- Compren la roba a altres poblacions: 40,8%
- Llars que ingressen de 1.501 a 3.000 € al mes: 38,4%
- Treballen: 36,7%
- Entrevistats/des durant el cap de setmana: 33,8%.

188 entrevistats/des compren articles d'equipament de la llar a altres poblacions. En aquestes compres, els centres comercials són el tipus d'establiment més utilitzat (39,9%) junt amb la botiga tradicional (37,2%).

### Equipament de la llar - Tipus d'establiment a les compres a fora de Roses



L'hàbit de comprar equipament de la llar a *centres comercials* a fora de Roses (39,9% dels/les 188 usuaris que compren a altres poblacions) augmenta entre:

- La mostra de 31 a 45 anys: 49,4%.
- També compren roba a fora de Roses: 42%.
- Entrevistats/des a la Avinguda Jaume I: 60%.

El 37,2% dels que fan la despesa a altres municipis, compren a *botigues tradicionals* i els grups que més utilitzen aquest tipus d'establiment són:

- Entrevistats/des al Mercat Municipal: 51,4%
- Entrevistats/des al mercadet dels diumenges: 51,1%
- Tenen de 46 a 65 anys: 51,7%.

Compren a *supermercats urbans o franquícies* el 26,6% dels/les compradors que es desplacen a altres municipis per adquirir equipament de la llar, aquest grup esta format principalment per les llars on viuen tres o quatre persones (31,9%) i llars que ingressen entre 1501 i 3.000 € mensuals (33,3%).

No hi ha diferències significatives entre els/les que compren a altres *mercats ambulants* (0,5%) i *hipermercats* (6,4%) que ens permetin fer un perfil d'aquests compradors.

**Lloc de compra alternatiu:** Cal destacar que aproximadament el 24% dels/les que compren a altres poblacions, citen dos alternatives. El 57,1% dels/les que tenen la segona residència i el 37,9% dels/les no residents, compren els articles d'equipament de la llar a la seva *població de residència*.

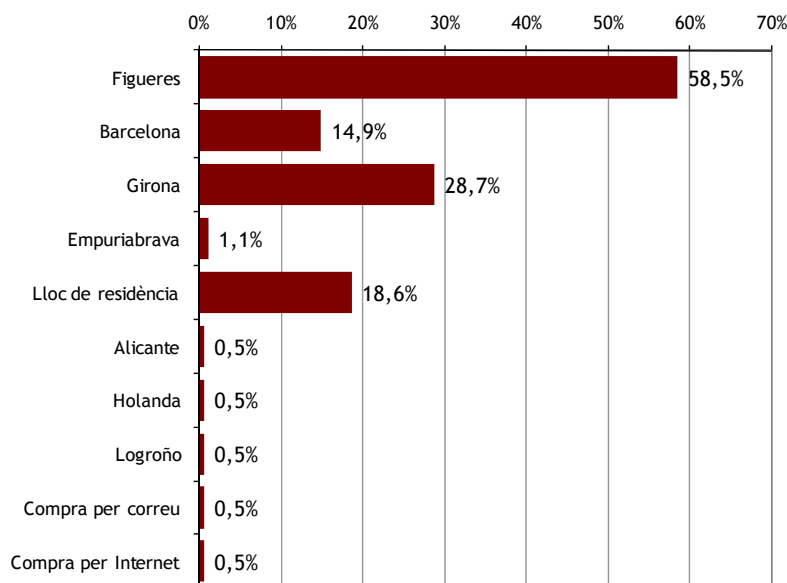
El 58,5% dels/les que compren a fora, van a *Figueres*, que esdevé la ciutat amb més atractiu per aquestes compres. Els/les que més donen aquesta resposta, són els/les residents (76,1%) i principalment els/les que viuen al Nucli Antic (70,6%).

*Girona* es la segona població més citada per la mostra (28,7%), resposta que també augmenta entre els/les residents (34,9%).

*Barcelona* (14,9%) ocupa el tercer lloc en atractivitat per aquestes compres, amb percentatges similars a tots els grups analitzats.

No hi ha diferències a la resta de municipis, que obtenen percentatges molt inferiors.

### Equipament de la llar - Població de compra alternativa.



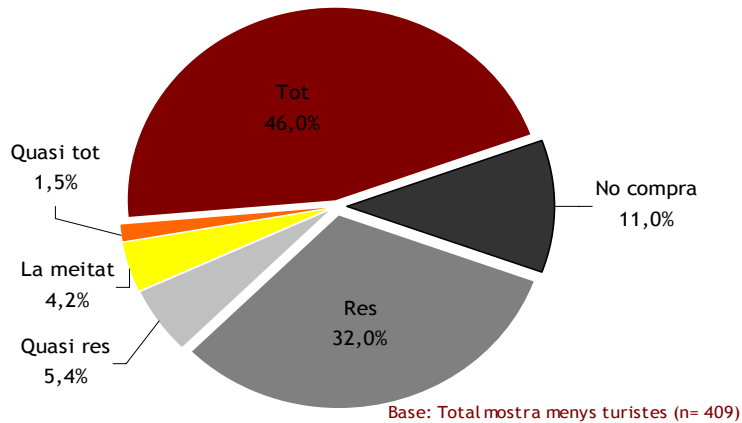
Base: compren a altres municipis (n= 188)  
No sumem 100% donat que pot ser multiresposta

### 7.4.8 Lleure, esport i cultura

La mostra compra aproximadament el 56% dels articles d'aquesta categoria al comerç de Roses. Els/les residents compren el 71,63% al comerç local.

Quasi la meitat de la mostra (46%) compren *tot l'equipament* pel lleure, esport i cultura a Roses i els/les que més donen aquesta resposta, són:

- Residents (59,8%), principalment al Nucli Antic (53,6%) i a la zona 3 (centre nord): 65,4%.
- Entrevistats/des a la zona Centre de Vianants (59,7%) o a la Avinguda Jaume I: 57,9%.
- De 31 a 45 anys: 53,9%.

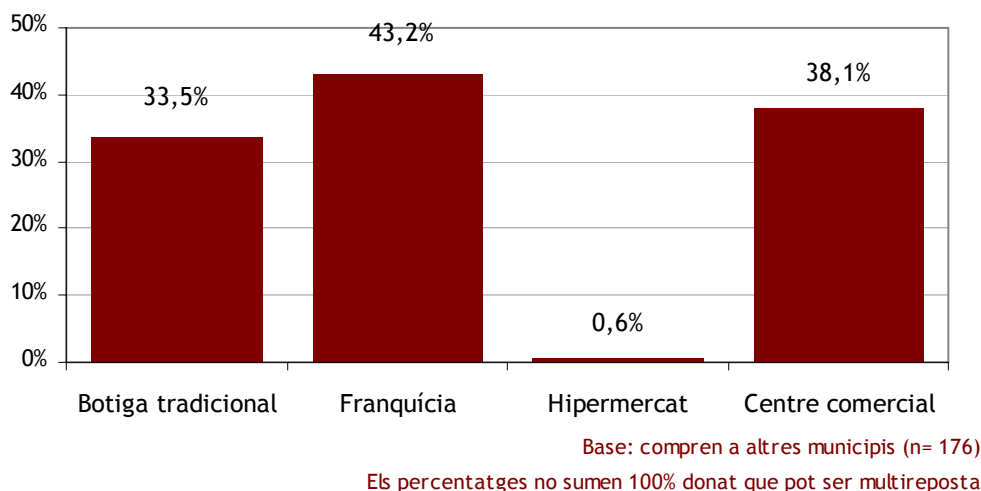
**Lleure, esport i cultura - Part comprada al comerç de Roses.**


El 32% afirmen que *no compren cap* article d'aquesta categoria a Roses, resposta que augmenta entre:

- Menors de 30 anys: 46,3%.
- També compren la roba a fora de Roses: 40,1%.
- Entrevistats/des durant el cap de setmana: 34,7%.
- Entrevistats/des a Santa Margarida: 48,7%.
- Tenen la segona residència a Roses: 43,7%.
- No residents: 77,9%.

Entre els/les que compren roba a fora de Roses, augmenta el percentatge dels/les que afirmen que compren *quasi res* a Roses (7,5%). No hi ha diferències significatives a la resta d'opcions, que obtenen percentatges molt inferiors.

El 11% *no compren* aquest tipus de producte, circumstància que augmenta entre els/les entrevistats/des el divendres al matí (22,8%), a laavinguda Jaume I (18,4%).

**Lleure, esport i cultura - Tipus d'establiment més habitual a les compres a altres poblacions**


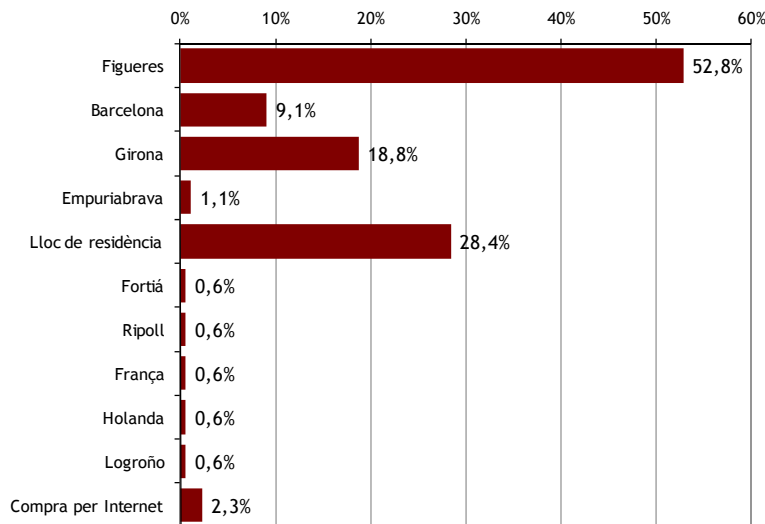
Les *cadena/franquícies* (principalment Decathlon) es la opció més habitual (43,2%), principalment per les famílies joves: mostra de 31 a 45 anys (55%), llars on viuen tres o quatre persones (53,8%), l'entrevistat/da treballa (48,7%) i residents (52,4%).

Els *Centres comercials* ocupen un segon lloc (38,1%), amb percentatges similars a tots els grups analitzats.

La *botiga tradicional* te també força importància (33,5% dels/les que compren a altres poblacions), els seus principals usuaris pertanyen a llars que ingressen més de 3.000 € al mes (51,7%).

*Figueres* (52,8%) i *Girona* (18,8%) són les poblacions amb més atractiu per aquestes compres. L'hàbit de comprar a *Figueres* (52,8%) augmenta entre residents (73,8%), especialment els/les que viuen al Nucli Antic (70,8%) i els/les que actualment es troben a l'atur (76,2%).

#### Lleure, esport i cultura - Població de compra alternativa



Base: compren a altres municipis (n= 176)  
Els percentatges no sumen 100% donat que pot ser multireposta

*Girona* absorbeix el 18,8% de les compres que no es fan a Roses. Els principals compradors són les llars on viuen tres o quatre persones (24,7%).

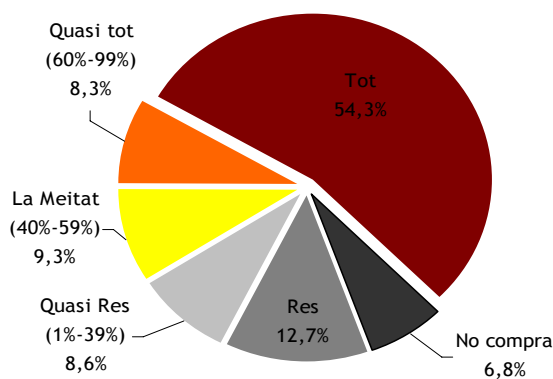
El 77,1% dels/les que tenen la segona residència a Roses i el 40,4% dels/les no residents compren els articles de lleure, esport i cultura al seu lloc de *residència habitual*.

La resta de poblacions tenen poca incidència i no s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

#### 7.4.9 Bars i restaurants

El 71,86% de la despesa total en bars i restaurants es fa a Roses. Els més fidels són els/les residents, que consumeixen el 81,5%, els/les que tenen la segona residència el 82,45% i els/les no residents el 23,39%.

#### Bars i restaurants - Percentatge de despesa als establiments locals



Base: Total mostra menys turistes (n= 409)

El 54,3% fan *tot el consum* de restauració dins l'oferta de Roses, hàbit que augmenta entre:

- Residents: 62,2%.
- Segones residències: 67,3%.
- Els/les que tenen l'habitatge a Santa Margarida (66,7%) o a la zona 3 (Centre Nord -Greus): 73,1%.
- Majors de 65 anys: 68,9%.
- Llars que ingressen de 601n a 1.500 € al mes: 63,2%.

Només el 12,7% *no consumeixen res* a Roses i aquest grup esta format per no residents (41,2%) que es van entrevistar al mercadet del diumenge (21,2%).

També dins aquets segments augmenta el percentatge dels/les que afirmen que consumeixen entre el 1% i el 39% (quasi res): 8,6% del total de la mostra, 15,2% d'entrevistats/des al mercadet i 27,9% de no residents.

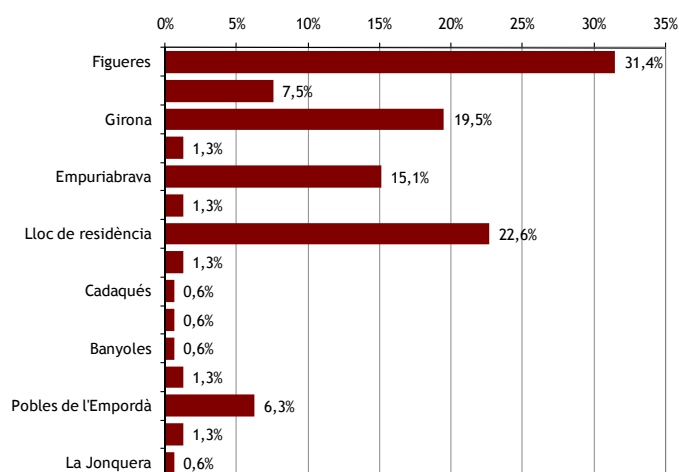
No hi ha diferències significatives entre les segmentacions a la resta d'interval de consum a Roses.

El 6,8% del total de la mostra afirma *que mai va a bars o restaurants*, percentatge que augmenta de forma significativa entre els/les entrevistats /des al mercat municipal (15,2%). El 26,7% de les llars que ingressen menys de 600 € també donen aquesta resposta.

Com a **lloc de consum alternatiu**, el 6,3% del total de la mostra respon que consumeix a altres municipis del Empordà, sense que hi hagi un de concret i amb percentatges similars a totes les segmentacions de la mostra. Els llocs més habituals són:

- **Figueres (31,4%)**, amb percentatges similars a totes les segmentacions de la mostra.
- **Lloc de residència (22,6%)**, percentatge que augmenta entre els/les no residents (50,9%) i també entre els/les que tenen la segona residència a Roses (42,95).
- **Girona (19,5%)**, es el lloc de consum alternatiu habitual més freqüent pels/les entrevistats a Santa Margarida (38,5%) i la mostra de 31 a 45 anys (28,6%).
- **Empuriabrava (15,1%)**, amb percentatges similars a totes les segmentacions de la mostra.
- **Barcelona (7,5%)** també sense que s'obtinguin diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

### Bars i restaurants - Població de consum alternatiu



Base: compren a altres municipis (n= 159)  
Els percentatges no sumen 100% donat que pot ser multireposta

## 7.5 DESPESA MENSUAL DE LA LLAR

Determinar el nivell de despesa mitjana de les llars es un dels objectius de l'estudi que implica més dificultat, ja que en la majoria dels casos, la mostra no té prèviament comptabilitzat l'import de la despesa, per cada categoria de producte. A més alguns presenten un nivell de dispendi variable en funció dels mesos o de les èpoques de l'any. No obstant això s'han obtingut dades aproximades dels costos de la llar de la mostra, a partir de la següent escala d'interval.

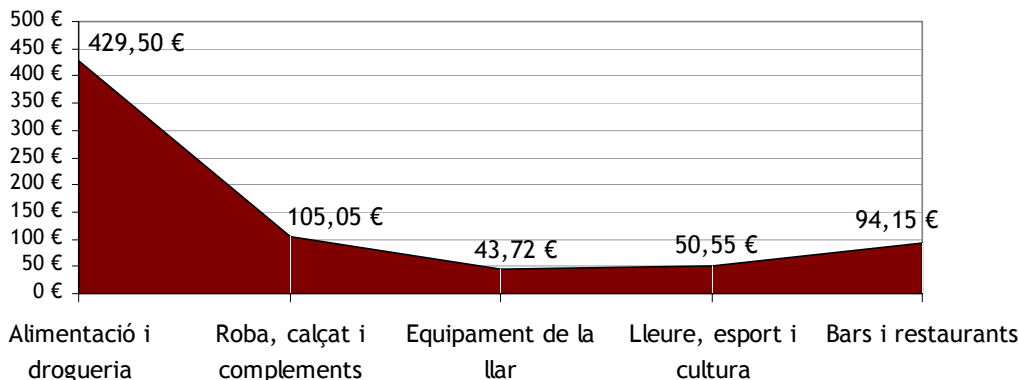
### Quadre d'interval utilitzat per calcular la despesa mensual de la llar

No compra res	0
Fins a 30 €	1
De 31 a 60 €	2
De 61 a 100 €	3
De 101 a 200 €	4
De 201 a 400 €	5
De 401 a 600 €	6
De 601 a 800 €	7
Més de 800	8

Per tal de calcular la despesa mitjana per cada una de les categories de producte, s'ha pres el valor mitjà de cada interval, en el superior s'ha donat un valor mitjà de 900 euros mensuals i de 15 euros pel interval de menys de 30 €.

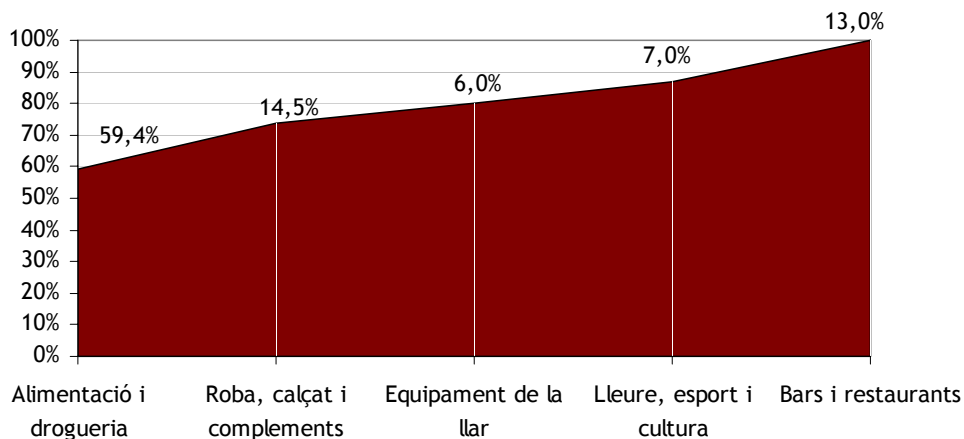
A les mitjanes obtingudes, podem veure que la despesa en alimentació és la més elevada, amb 429,50 € de mitjana al mes, que representa el 59,4% de la despesa total de les llars en els apartats contemplats en aquest estudi. L'equipament personal i bars /restaurants, amb una despesa entorn a 100 € al mes, ocupen una posició mitjana. Equipament de la llar i lleure, obtenen una despesa mensual més baixa, inferior a 60 € i que suposen només el 13% del total gastat per les llars analitzades.

### Despesa mitjana aproximada de la llar



La despesa total de les compres de les llars a tots els apartats analitzats a l'estudi, és aproximadament de 723 €.

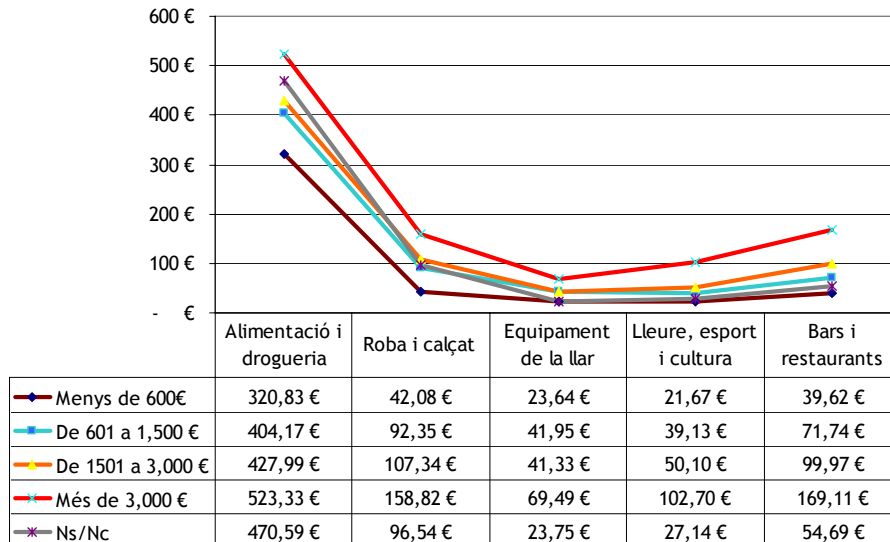
### Percentatge de despesa per cada categoria



El nivell de despesa correlaciona amb quatre variables principalment: ingressos de la llar, edat del/la entrevistat/da, activitat i nombre de persones que viuen a la llar:

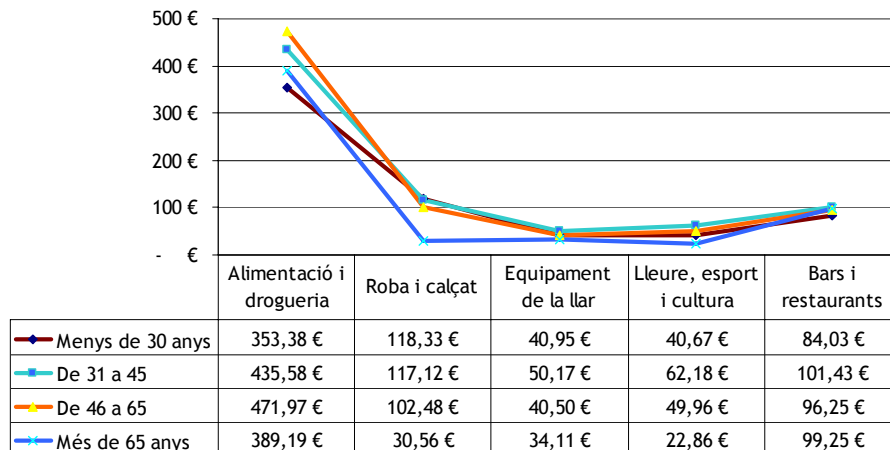
Les llars amb ingressos superiors, obtenen també mitjanes superiors a tots els apartats.

### Despesa mitjana de la llar, per nivell d'ingrés.



Els/les menors de 30 anys gasten més en roba. Els/les que més gasten de mitjana total tenen entre 31 i 65 anys. Els majors de 65 anys, gasten més en alimentació i bars i restaurants (2º residència i no residents) i menys a la resta d'apartats.

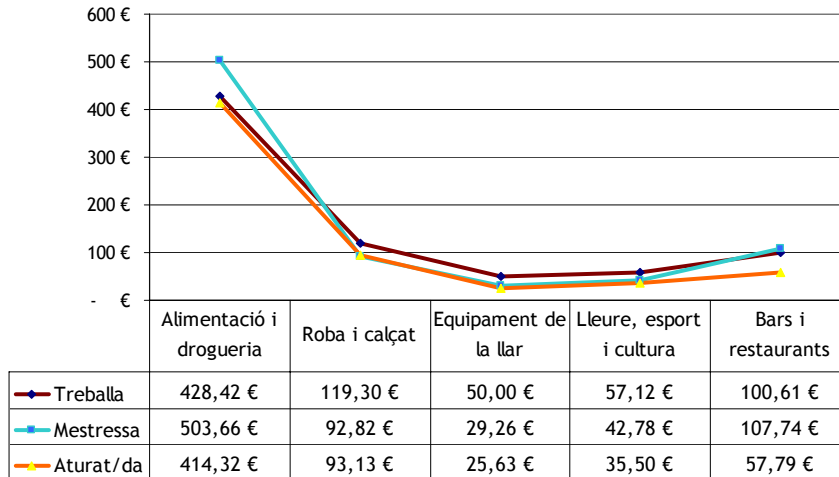
### Despesa mitjana de la llar, per grup d'edat del/la entrevistat/da



Les mestresses són les que més gasten en alimentació i bars i restaurants. Els/les que treballen gasten més en equipament personal, de la llar i lleure i els/les aturats/des són els que menys gasten a tots els apartats.

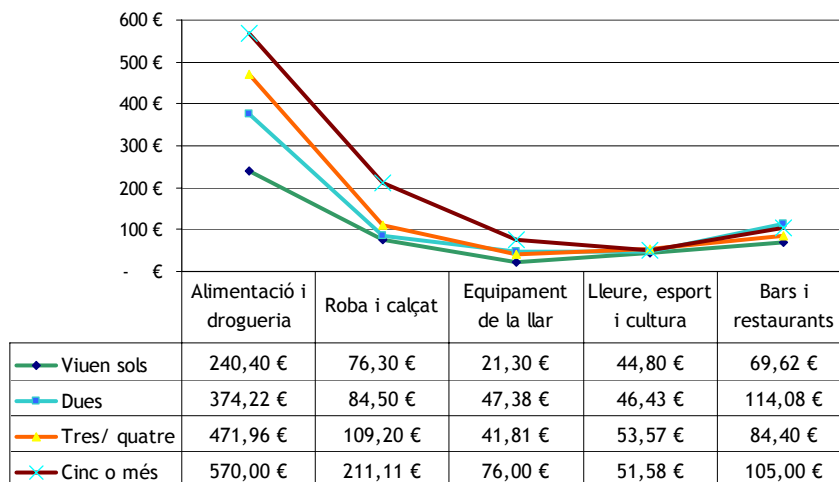


### Despesa mitjana de la llar per activitat del/la entrevistat/da



Les despeses mitjanes en alimentació i equipament de la persona, augmenten al augmentar el nombre de persones que viuen a la llar. Els/les que viuen en parella, gasten més en bars i restaurants que la resta.

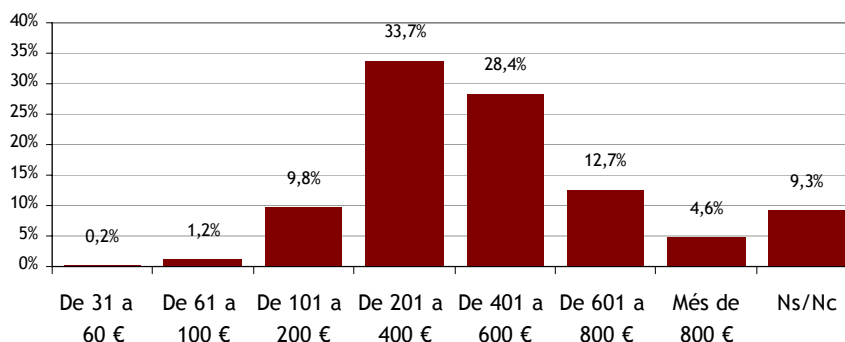
### Despesa mitjana de la llar per nombre de persones que hi viuen



### 7.5.1 Despesa en alimentació i drogueria / perfumeria

La franja més freqüent de despesa mensual mitjana en alimentació, drogueria i perfumeria, es situa entre 201 i 400 euros (33.7%), els/les que més donen aquesta xifra són els/les menors de 30 anys (49,3%) i residents a la zona 5 (Mas Mates, etc.): 53,1%.

### Despesa mensual en alimentació i drogueria/perfumeria



El 28,4% tenen una despesa en quotidià de la llar de 401 a 600 € i aquesta és la despesa més habitual de les llars on viuen tres o quatre persones (35,6%) i residents a la zona 3 (centre nord): 41%.

Les llars que destinen entre 601 i 800 € per aquest apartat (12,7%), són més freqüents entre les llars amb ingressos superiors a 3.000 euros (25%) i les llars on viuen tres o quatre persones (16%).

Els/les residents al Nucli Antic, són els que més gasten més de 800 € en aquest apartat (7.9%).

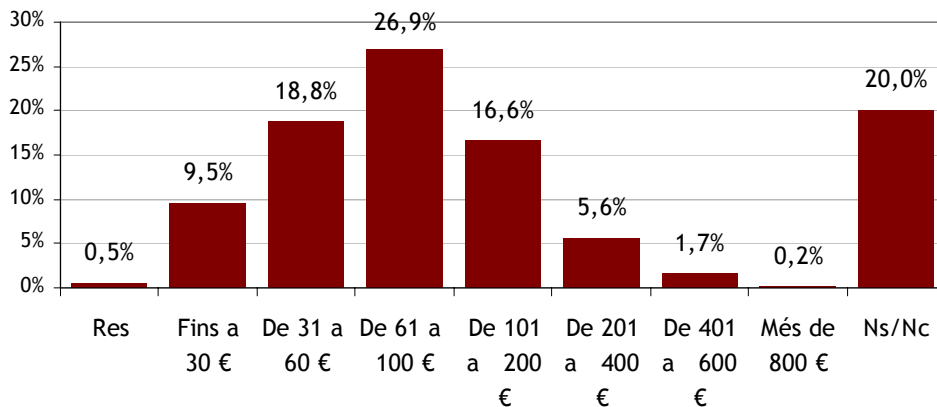
No saben quan gasten en alimentació i drogueria el 9.3% de la mostra, situació que augmenta entre els/les que tenen de 46 a 65 anys: 15,4%.

No hi ha diferències significatives a la resta de nivells de despesa.

## 7.5.2 Roba, calçat i complementos

El 20% no sap quan gasta en roba, calçat i complementos i aquesta situació és més habitual entre la mostra de 46 a 65 anys (26,3%), les llars on viuen dues persones (27,7%), que tampoc responen al nivell d'ingrés de la llar (48%) i tenen la segona residència a Roses (40%).

### Despesa mensual de les llars en equipament de la persona



El nivell de despesa més freqüent es de 61 a 100 € mensuals, resposta que augmenta entre:

- La mostra de 31 a 45 anys: 35,5%.
- Llars que ingressen entre 1501 i 3000 € mensuals: 33,3%.
- Entrevistats/des al mercat ambulant del diumenge: 35,4%.
- Residents a la zona 5 (Mas Mates, etc): 43.8%.

Els/les residents, són els que amb més freqüència gasten entre 31 i 60 € al mes en roba, calçat i complementos (21,3%).

El 16,6% fixen la seva despesa entre 101 i 200 €, resposta que augmenta entre:

- Menors de 30 anys: 26,9%.
- De 31 a 45 anys: 22,7%.
- Llars on viuen tres o quatre persones: 22,8%.
- L'entrevistat/da treballa: 20,6%.
- Compren la roba a altres poblacions: 19%.

Entre els/les que tenen l'hàbit desplaçar-se per comprar roba i calçat augmenta el percentatge dels/les que gasten entre 201 i 400 € (7,1%).

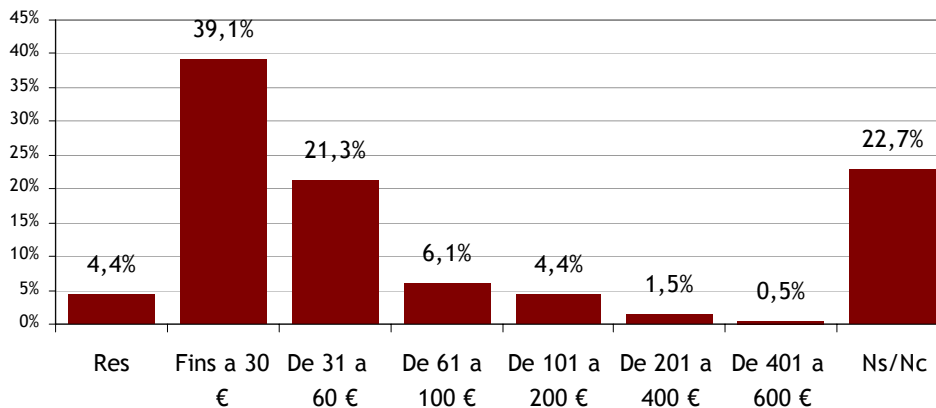
A les llars amb menys ingressos augmenta el percentatge de *despesa inferior a 30 €*: 46,7% de llars amb menys de 600 € i 15,3% de les que ingressen entre 601 i 1500 €.

No hi ha diferències a la resta de nivells de despesa.

### 7.5.3 Equipament de la llar

Es la despesa menys important de les llars analitzades, 43,72 € de mitjana. El 22,7% *no saben quant gasten*, situació que augmenta entre la mostra de 46 a 65 anys (30,1%), majors de 65 anys (37,8%) i els/les que no responen al nivell d'ingrés de la llar (52%).

#### Despesa mensual en equipament de la llar



El 39,1% afirmen que gasten *menys de 30 € al mes*, resposta que augmenta entre:

- Entrevistats/des al mercat ambulant del diumenge: 48,5%.
- Residents al Nucli Antic: 47,7%.
- Aturats/des: 56,5%.

Gasten entre 31 i 60 euros mensuals en equipament de la llar el 21,3% de la mostra i aquest nivell de despesa és més habitual entre els/les que compren la roba a fora de Roses: 24,8%.

El percentatge dels/les que afirmen que *no compren res*, augmenta a les llars amb menys recursos: 7,6% dels/les que ingressen entre 601 i 1.500 € i 13,3% de les llars amb ingressos inferiors a 600 € mensuals.

Entre els/les que treballen, augmenta el percentatge de despesa entre 61 i 100 € (8,1%) i de 101 a 200 € (6%).

No hi ha diferències significatives a la resta de respostes.

### 7.5.4 Lleure, esport i cultura

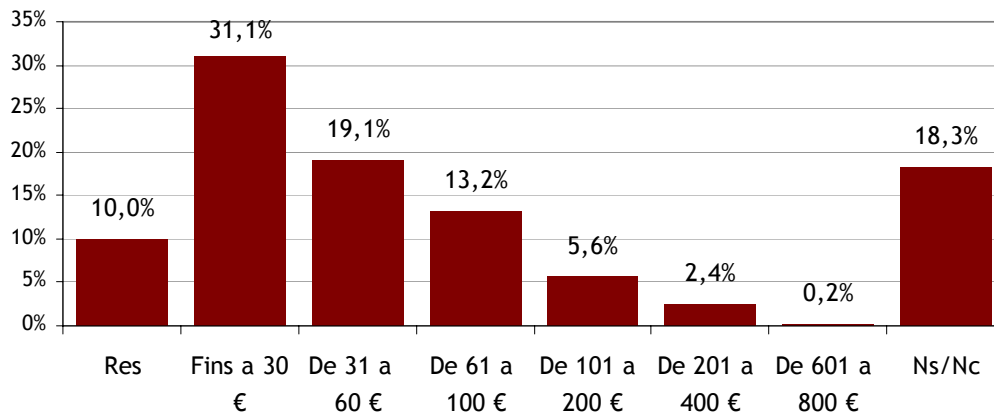
El 10% *no compren aquest tipus d'article*, resposta que és més habitual entre els/les que tenen l'habitatge al Nucli Antic (13,9%).

El 18,3% *no saben o no poden calcular la despesa* en aquest apartat, situació que és més freqüent entre:

- Majors de 65 anys: 37,8%

- Entrevistats/des a la Avinguda Jaume I: 28,9%
- Residents a la zona 3 (Centre Nord): 26,9%.

### Despesa mensual el lleure, esport i cultura



El 31,1% gasten *menys de 30 €* de mitjana al mes en lleure, esport i cultura, aquesta resposta augmenta entre les llars que ingressen de 601 a 1500 € mensuals: 36,6%

Gasten entre 31 i 60 € el 19,1% dels/les entrevistats/des, resposta que augmenta entre:

- Entrevistats/des a la zona centre de vianants: 27,3%.
- Menors de 30 anys: 28,4%.
- De 31 a 45 anys: 25,5%.
- Llars on viuen tres o quatre persones: 23,3%.
- Treballen: 22,2%.
- Aturats/des: 32,6%.
- Llars que ingressen de 1500 a 3000 €: 25,4%.

Augmenta de forma significativa, el percentatge de llars que gasten entre 61 i 100 € (13,2%) en els/les que compren roba a altres poblacions (15,3%).

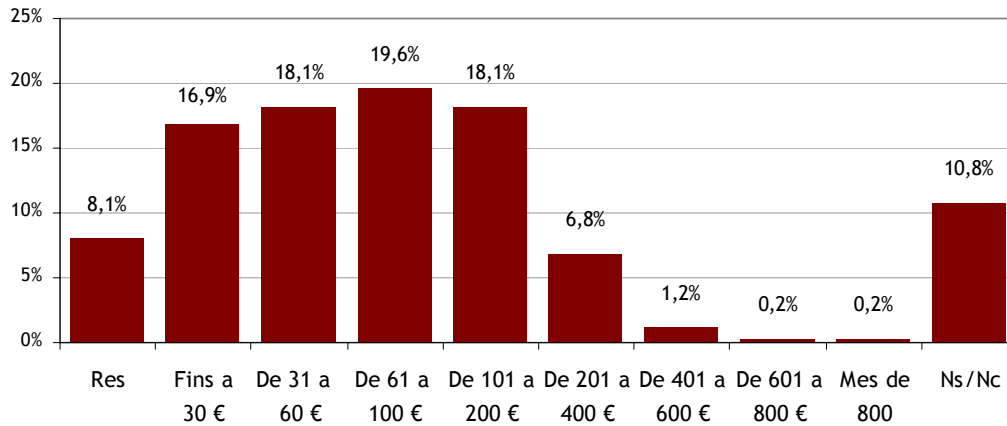
Els/les que amb més freqüència gasten entre 101 i 200 € al mes (5,6%), tenen de 31 a 45 anys (11,3%) i les llars on viuen tres o quatre persones: 8,7%.

### 7.5.5 Bars i restaurants

El 8,1% *no gasten res* en bars i restaurants, tal com apuntàvem a apartats anteriors, els grups on més es dona aquesta circumstància són residents (10,1%) i entrevistats/des al mercat ambulant dels diumenges: 16,5%.

Es l'apartat amb més dispersió de respostes.

### Despesa mensual en bars i restaurants



El 16,9% gasten *menys de 30 € al mes* en bars i restaurants, aquesta despesa es més freqüent en els següents grups:

- Mestressa de casa: 27,7%.
- Aturats/des: 28,3%.
- Entrevistats/des divendres al matí: 26,3%.
- Entrevistats/des al mercat municipal: 25,3%.
- Residents a la zona 3 (centre Nord): 24,4%.

El 18,1% quantifiquen la seva despesa entre *31 i 60 € mensuals* i aquesta es la resposta més habitual entre residents (21%) i llars on viuen tres o quatre persones: 23,3%.

Gasten entre *61 i 100 € al mes* el 19,6% dels/les entrevistats/des i aquest grup esta format principalment per:

- El 30,9% dels/les que tenen la segona residència.
- El 28,4% dels/les menors de 30 anys.

El 18,1% gasten en bars i restaurants entre *101 i 200 €*, despesa que és més habitual entre:

- Llars que ingressen més de 3.000 € al mes: 29,2%.
- L'entrevistat/da treballa: 21,4%.
- Entrevistats/des a la zona centre de vianants: 26%.

Les despeses superiors, són poc freqüents i no s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

## 7.6 TIPUS D'ESTABLIMENT A LES COMPRES A ROSES

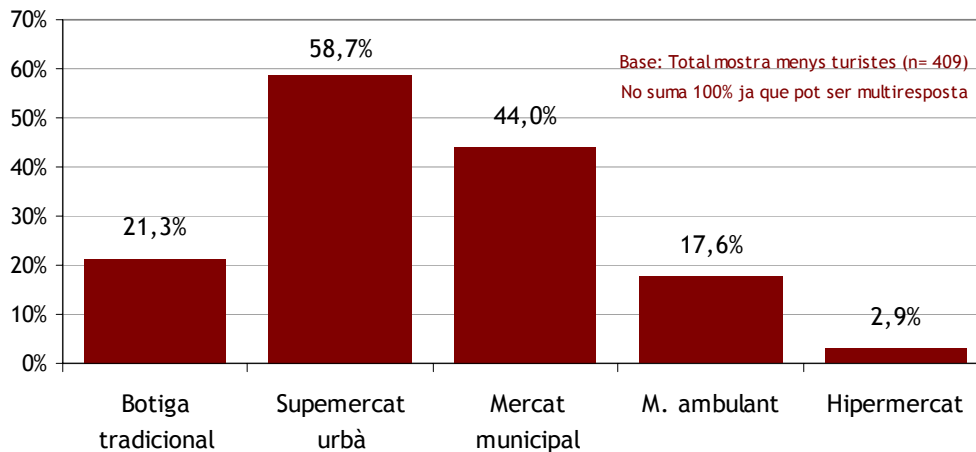
### 7.6.1 Alimentació fresca

El *supermercat urbà i les franquícies* són el tipus d'establiment més utilitzats per les compres d'alimentació fresca (58,7%) i els seus principals usuaris són:

- Entrevistats/des a Santa Margarida (on es concentren aquests establiments, especialment el Mercadona): 87,2%.
- Residents a Santa Margarida: 82,5%.
- Residents: 56,4%.
- Llars que ingressen entre 601 i 1.500 € mensuals: 66,7%.

Compren al *mercat municipal* el 44% de la mostra, amb percentatges similars a totes les segmentacions de la mostra.

#### Establiment més habitual per les compres d'alimentació fresca a Roses



El 21,3% compren a *botigues tradicionals* l'alimentació fresca, resposta que augmenta entre:

- Entrevistats/des el divendres al matí: 31,6%.
- Entrevistats/des a Jaume I: 48,7%.
- Majors de 65 anys: 37,8%.
- Residents al Nucli Antic: 31,1%.
- Residents a Roses: 25,9%.

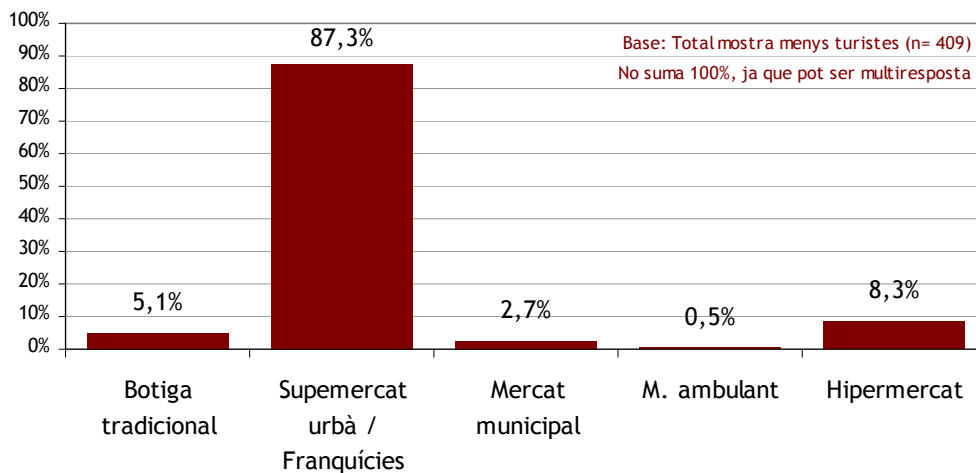
El *mercat del diumenge de fruita* absorbeix el 17,6% de la mostra. Els principals usuaris responen al següent perfil:

- Tenen de 46 a 65 anys (23,1%).
- Llars on viuen dues persones (24,1%).
- El 54,5% dels/les entrevistats al mercadet del diumenge, hi compren alimentació.

#### 7.6.2 Alimentació envasada i drogueria / perfumeria

El *supermercat urbà i les franquícies*, són establiments més utilitzats per aquestes compres (87,3%), els principals usuaris són residents (97,2%) i més els/les que viuen a Santa Margarida (98,2%).

### Establiment més habitual per les compres d'alimentació envasada i drogueria a Roses.



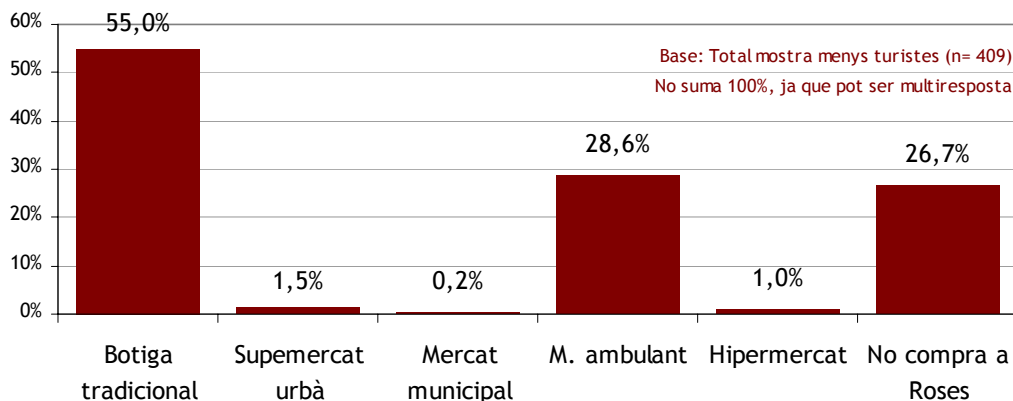
El percentatge de compradors/es a *hipermercats* de Roses (8,3%), augmenta entre els/les entrevistats/des al mercat municipal (16,5%).

La resta de tipus d'establiment obtenen percentatges molt inferiors i ni hi ha diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

### 7.6.3 Roba, calçat i complementos

El 55% del total de la mostra (i el 75% dels/les compradors/res al comerç de Roses), adquireixen la roba, el calçat i els complementos a *botigues tradicionals*, hàbit que és més freqüent entre els/les que tenen l'habitatge al Nucli Antic (67,5%) i entrevistats/des a Jaume I: 71,1%.

### Establiment més habitual per les compres d'alimentació envasada i drogueria a Roses



El *mercat ambulat* dels diumenges, es la segona opció més habitual (28,6% del total de la mostra i 39% dels/les que compren a Roses). El perfil més freqüent d'aquests compradors és:

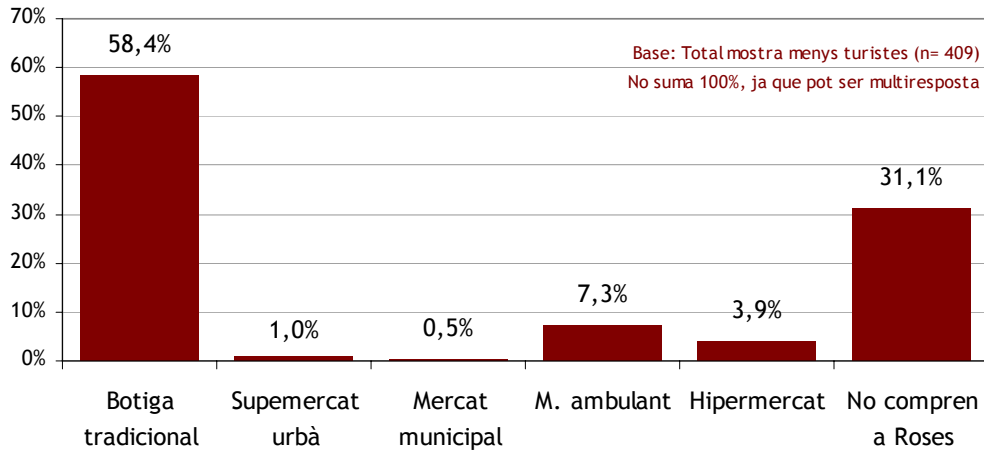
- Llars on viuen cinc o més persones (57,1%).
- Aturats/des (41,3%).
- Entrevistats/des al mercat del diumenge (55,6%).

La resta de tipus d'establiment tenen poca incidència i no s'obtenen diferències significatives entre els grups analitzats.

### 7.6.4 Equipament de la llar

També en equipament de la llar, la *botiga tradicional* esdevé la principal proveïdora (58,4% del total de la mostra i 84,8% dels/les que compren a Roses), com a l'apartat anteriors, augmenta el percentatge de compradors a botigues entre els/les que tenen l'habitatge al Nucli Antic (72,2%) i entrevistats/des a Jaume I: 72,4%.

#### Establiment més habitual per les compres d'equipament de la llar a Roses



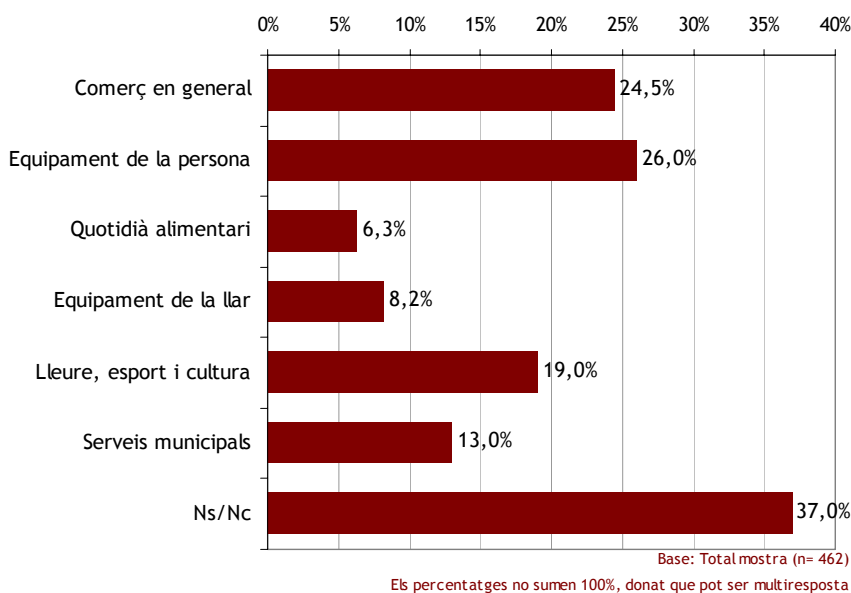
Amb freqüències molt inferiors compren al *mercat ambulat* (7,3%), resposta que augmenta entre els/les residents (9,1%).

No hi ha diferències a la resta de tipus d'establiment.

## 7.7 TIPUS DE COMERÇ QUE TROBEN A FALTAR A ROSES

Les respostes espontànies de la mostra, s'han agrupat, obtenint la següent distribució, on podem veure que les demandes més freqüents fan referència al comerç d'equipament de la persona (26%), que es la categoria de producte que amb més freqüència compren a altres poblacions, comentaris sobre millores del comerç en general (24,5%) i també al de lleure, esport i cultura (19%):

#### Categories de tipus de comerç que manquen a Roses





El percentatge dels/les que *no responen* (37%) augmenta entre turistes (73,6%), no residents (55,9%) i els/les que tenen la segona residència a Roses (50,9%) i també entre mestresses de casa (56,3%), llars on viuen dues persones (43,1%) i majors de 65 anys (55,2%). El 81,6% dels/les que no responen, afirmen que *no troben a faltar cap tipus de comerç, hi ha de tot*.

El 24,5% demanen **millores del comerç en general**, que són més freqüents entre els/les residents (31,8%), la mostra de 31 a 45 anys (32,7%), llars on viuen tres o quatre persones (28,9%), entrevistats/des que treballen (30,7%) o estan a l'atur (41,3%) i que compren la roba a altres poblacions (30,6%). Les millores englobades en aquest grup, són les següents:

### Mancances que fan referència al comerç en general

TIPUS DE COMERÇ QUE MANCA A ROSES			
COMERÇ EN GENERAL	Fre- qüència	% Residents	% TOTAL MOSTRA
TOTAL COMERÇ EN GENERAL	113	31,8%	24,5%
.Més varietat en general	15	4,9%	3,2%
.Centre comercial	47	14,0%	10,2%
.Més comerç pels residents	15	3,8%	3,2%
.Comerç de més qualitat	13	3,1%	2,8%
.Comerç més econòmic	14	4,2%	3,0%
.Botigues obertes tot l'any	10	2,8%	2,2%
.Botiga 24 hores oberta	1	0,3%	0,2%
.Botiga 2º ma	1	0,3%	0,2%
.Comerços amb informació en castellà	1	0,0%	0,2%
.Botigues de serveis	2	0,3%	0,4%
.Potenciar petit comerç	4	0,0%	0,9%
.Menys comerç de xinesos	1	0,0%	0,2%

Base: 286 462

El 10,2% demanen un centre comercial al municipi, resposta que augmenta als mateixos grups:

- Residents (14%).
- Mostra de 31 a 45 anys (15,7%).
- Llars on viuen tres o quatre persones (15,3%).
- Treballen (12,7%).
- Compren la roba a altres poblacions (13,3%).
- Tenen l'habitatge a la zona 3 (Centre Nord): 19,2%.

Augmenta el percentatge dels/les que demanen més comerç pels residents (no per turistes) entre les llars que ingressen entre 1501 i 3.000 € (6%) , que compren roba a altres poblacions (4,8%) i treballen (4,8%).

També entre els residents augmenta el percentatge dels/les que demanen més varietat de comerç: 4,9%.

A la resta de respostes no s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions de la mostra.

Les demandes més freqüents fan referència al **comerç d'equipament de la persona** (26% del total de la mostra i 34,3% dels/les residents entrevistats/ des), les respostes d'aquest grup provenen principalment de: residents que tenen l'habitatge al Nucli Antic (35,8%), la mostra de 31 a 45 anys (35,9%), que treballen (32,3%) i compren roba a altres poblacions (34,4%). La demanda més freqüent es *més varietat en roba en general* (12,6%), que augmenta als mateixos grups:

### Mancances del sector d'equipament de la persona

TIPUS DE COMERÇ QUE MANCA A ROSES			
EQUIPAMENT DE LA PERSONA	Fre- quència	% Residents	% TOTAL MOSTRA
TOTAL EQUIPAMENT DE LA PERSONA	120	34,3%	26,0%
.Roba en general	58	16,8%	12,6%
.Roba jove (franquícies)	33	9,4%	7,1%
.Roba de senyora/talles grans	7	2,1%	1,5%
.Roba de preu mig	17	4,9%	3,7%
.Més varietat en roba	3	1,0%	0,6%
.Roba de nens/complements	14	4,5%	3,0%
.Cotilleria	5	1,4%	1,1%
.Calçat	11	2,4%	2,4%
.Roba més moderna	1	0,3%	0,2%
.Roba per home	3	1,0%	0,6%
.Merceria	4	1,4%	0,9%
.Bijuteria i complements	3	0,7%	0,6%
Base:		286	462

El 7,1% troben a faltar *franquícies* de roba jove, resposta que a més dels residents, també augmenta entre:

- La mostra de 31 a 45 anys: 11,1%
- Llars on viuen tres o quatre persones: 10,6%
- Es desplacen a altres municipis per comprar roba: 9,5%.

Entre les llars on viuen tres o quatre persones, demanen amb més freqüència *roba infantil i de nadó* (4,7%).

No hi ha diferències significatives a la resta de respostes.

El grup de demandes referides a **quotidià alimentari**, son menys freqüents i obtenen percentatges similars a tots els grups analitzats; engloben les respostes que presentem al quadre de la pàgina següent i entre les que no s'obtenen diferències significatives entre les segmentacions de la mostra, ja que obtenen freqüències molt petites.

### Mancances del sector quotidià alimentari

TIPUS DE COMERÇ QUE MANCA A ROSES			
QUOTIDIÀ ALIMENTARI	Fre- quència	% Residents	% TOTAL MOSTRA
TOTAL QUOTIDIÀ ALIMENTARI	29	4,9%	6,3%
.Menjar vegetarià	4	1,4%	0,9%
.Menjar ecològic	2	0,7%	0,4%
.Alimentació més econòmica	1	0,3%	0,2%
.Carnisseria Marroquí	1	0,3%	0,2%
.Productes de la zona	3	0,0%	0,6%
.Parada de degustació al mercat	1	0,0%	0,2%
.Area de Guissona	2	0,0%	0,4%
.Peixateria tot l'any	4	0,7%	0,9%
.Mercadona al casc urbà	4	0,7%	0,9%
.Menjars preparats	2	0,7%	0,4%
.Delicatessen	3	0,7%	0,6%
.Carnisseries	3	0,0%	0,6%
.Productes francesos d'alimentació	1	0,0%	0,2%
.Sucs naturals	1	0,0%	0,2%
.Posar preus als comerços d'alim.	1	0,0%	0,2%
.Forn de pa	1	0,0%	0,2%
.Fruiteria	1	0,3%	0,2%
Base:		286	462

Troben a faltar **comerços d'equipament de la llar** el 8,2% del total de la mostra i el 10,8% dels/les residents i també augmenten entre:

- Els/les que tenen l'habitatge al Nucli Antic (12,6%).
- Entrevistats/des al mercat municipal (16,9%).
- Tenen de 46 a 65 anys (11,8%).
- Treballa (11,6%).

### Mancances del sector d'equipament de la llar

TIPUS DE COMERÇ QUE MANCA A ROSES			
EQUIPAMENT DE LA LLAR	Fre- quència	% Residents	% TOTAL MOSTRA
<b>TOTAL EQUIPAMENT DE LA LLAR</b>	<b>38</b>	<b>10,8%</b>	<b>8,2%</b>
.Electrodomèstics	3	1,0%	0,6%
.Roba per la casa/teles a metres	7	2,1%	1,5%
.Bricolatge	2	0,7%	0,4%
.Centre de venda de Butano	2	0,3%	0,4%
<b>.Equipament de la llar i decoració</b>	<b>16</b>	<b>4,5%</b>	<b>3,5%</b>
.Ikea	9	2,8%	1,9%
.Electrònica	1	0,3%	0,2%
.Informàtica	1	0,0%	0,2%
.Mobles	3	1,0%	0,6%

Base: 286 462

No s'obtenen diferències significatives a la resta de respostes d'aquest grup.

Les inquietuds respecte a la millora de l'oferta de **lleure, esport i cultura** (19%), son més habituals entre:

- Residents: 23,4%
- Menors de 30 anys: 27,4%
- De 31 a 45 anys: 25,5%
- Treballen: 25,1%
- Compren roba a altres municipis: 24,5%
- Llars que tenen ingressos mensuals superiors a 3000 €: 30,4%
- Entrevistats/des durant el cap de setmana: 20,7%
- Tenen l'habitatge a la zona 3 (Centre Nord): 28,2%.

La oferta de lleure a Roses es, en opinió de la mostra, molt limitada especialment pels joves i a les nits. La demanda de *locals de lleure juvenil*, augmenta entre els/les residents (7,3%) i més entre la mostra de 31 a 45 anys (7,8%) en molts casos preocupats per la necessitat dels joves d'anar a altres municipis durant el seu temps de lleure:

### Mancances en lleure, esport i cultura

TIPUS DE COMERÇ QUE MANCA A ROSES			
LLEURE, ESPORT I CULTURA	Fre- quència	% Residents	% TOTAL MOSTRA
<b>TOTAL LLEURE, ESPORT I CULTURA</b>	<b>88</b>	<b>23,4%</b>	<b>19,0%</b>
.Lleure pels joves	23	7,3%	5,0%
.Oci nocturn (Pubs/cocteleries)	19	4,9%	4,1%
.Discoteques	5	0,7%	1,1%
.Llibreria gran (internacional)	19	4,5%	4,1%
.Botiga d'esports (decatlhon)	9	2,8%	1,9%
.Menjars ràpids (McDonalds)	3	0,7%	0,6%
.Restaurants de qualitat	7	1,7%	1,5%
.Música, discos	6	1,7%	1,3%
.Quiosc de premsa	5	1,0%	1,1%
.Lleure en general	8	2,4%	1,7%
.Centres ludics/club social	5	1,4%	1,1%
.Activitats i lleure pels nens	5	1,4%	1,1%
.Happy parck	1	0,3%	0,2%
.Cursos ball, ceràmica	1	0,3%	0,2%
.Més oferta cultural	4	0,7%	0,9%
.jogueteria	1	0,3%	0,2%

Base: 286 462

Des del punt de vista comercial, la manca d'una *llibreria gran* i també amb oferta internacional, es una de les demandes més freqüents, amb percentatges similars a totes les segmentacions de la mostra.

No hi ha diferències significatives a la resta de respostes, que obtenen freqüències més petites.

També s'obtenen respostes referents a **millores dels serveis públics municipals** (13%) i que són més freqüents entre els/les residents (16,4%) i la mostra de 31 a 45 anys (18,3%). Les respostes agrupades en aquesta categoria són:

### Mancances i millores de serveis municipals citats per la mostra

TIPUS DE COMERÇ QUE MANCA A ROSES			
SERVEIS MUNICIPALS	Fre- quència	% Residents	% TOTAL MOSTRA
<b>SERVEIS MUNICIPALS</b>	<b>60</b>	<b>16,4%</b>	<b>13,0%</b>
.Residència 3º edat	2	0,7%	0,4%
.Més transport públic	5	1,4%	1,1%
.Més aparcament	15	3,8%	3,2%
.Més parcs pels nens/es	7	1,7%	1,5%
.Millor atenció al CAP	1	0,3%	0,2%
.Lavabos públics	4	1,0%	0,9%
.Tanatori	1	0,3%	0,2%
.Hospital	11	3,1%	2,4%
.Pipican	3	1,0%	0,6%
.Guarderies	6	2,1%	1,3%
.Més treball pels residents	4	1,4%	0,9%
.Arreglar voreres	1	0,0%	0,2%
.Més neteja als carrers	3	0,7%	0,6%
.Millorar el trànsit a l'estiu	1	0,3%	0,2%
.Ajuda a domicili per 3º edat	3	1,0%	0,6%
.Més horari of. Turisme Sta.M	2	0,3%	0,4%
.Control velocitat al casc	1	0,0%	0,2%
.Colegis	2	0,7%	0,4%
.Papereres	1	0,0%	0,2%
.Més il·luminació viària	1	0,3%	0,2%

Base: 286 462

## 7.8 PERFIL DELS TURISTES

S'han entrevistat 53 turistes. Tot i que la mostra es petita, el perfil més habitual d'aquest grup, el podem definir de la següent manera:

- Es van entrevistar durant el cap de setmana (84,9%)
- Els punts on més vegades es van entrevistar són: zona centre de vianants (24,5%), Santa Margarida (20,8%) i mercat municipal (18,9%)
- El 69,8% son francesos/as.
- El 73,6% dels/les turistes entrevistats/des són dones .
- Tenen una edat mitjana de 52,30 anys. El 41,5% tenen entre 46 i 65 anys i el 24,5% són majors de 65 anys.
- El 56,6% viuen en parella. La mitjana de persones per llar es de 2,56
- La mitjana aproximada d'ingrés de la llar és de 2.046 € (superior a la dels residents: 1.790 € mensuals)
- El 73,6% dels/les turistes no troben a faltar cap tipus de comerç o no saben/no contesten.

## 7.9 RESUM I CONCLUSIONS

- S'han fet 462 entrevistes amb potencials usuaris del comerç de Roses a sis punts d'interès comercial. 53 són turistes.
- L'atractivitat comercial de Roses és relativa: només el 14,7% de la mostra són no residents, que provenen de poblacions properes a Roses, amb menys equipament comercial: Palau Saverdera (16,2%), Castelló d'Empúries (10,3%) i Empuriabrava (10,3%). El 14,7% viuen a Figueres.
- El 61,9% viuen a Roses i l'11,9% tenen la segona residència. El 44,3% tenen l'habitatge al Nucli antic, el 22,9% a la zona Centre - Nord, el 16,7% a Santa Margarida. Las zones menys representades en aquesta mostra són la zona 2 -Puigrom, Canyelles, L'Almadrava- amb un 6,7% i la zona 5 -Mas Mates, El Cortijo, Mas Boscà, El Cardo, Mas Fumats- (9,4%).
- El 69,8% dels/les turistes són francesos/as.
- El 86,1% de la mostra són dones. El 53,8% de les dones entrevistades treballen a fora de la llar i el 10,3% estan aturades. El 20,9% s'ocupen de la llar.
- L'edat mitjana de la mostra és de 46,51 anys. El 38,5% tenen entre 46 i 65 anys i el 33,1% entre 31 i 45 anys i és el grup on hi ha més unitats familiars de quatre membres. L'edat mitjana dels/les residents és de 44,63 anys. Els/les que tenen la segona residència i els/les turistes tenen mitjanes superiors: 57,16 anys i 52,30 anys respectivament.
- De mitjana, a les llars dels/les entrevistats/des hi viuen 2,85 persones.
- El 60,6% tenen treball remunerat, ell 11,5% són mestresses de casa, l'11,2% aturats/des i el 16,1% estan jubilats/des.
- El 48,7% han arribat a peu fins a la zona comercial on s'han fet les entrevistes i el 53,8% en transport privat.
- El 87,5% del total de l'alimentació fresca consumida per la mostra i el 98,77% de la dels/les residents, prové del comerç local. A les compres fetes a fora de Roses, el supermercat urbà i les franquícies són el tipus d'establiment més utilitzats (54,5%), junt amb la botiga tradicional (33,3%). Figueres és la població de compra alternativa més citada. A les compres

dins el comerç local, el supermercat urbà (58,7%) i el mercat municipal (44%) són els més utilitzats.

- De mitjana, la mostra compra el 88,35% de l'alimentació envasada a Roses (els/les residents compren el 99,13%). Només 66 entrevistats/des, 53 no residents i 6 residents) compren a altres poblacions. El 79,7% a supermercats urbans. El 67,8% compren a la població de residència, el 13,6% a Figueres i el 11,9% a Empuriabrava. A les compres a Roses, el supermercat urbà és l'establiment més habitual (87,3%) per les compres d'alimentació envasada i drogueria/perfumeria.
- La mostra compra a Roses el 85,82% del total consumit en drogueria i perfumeria (el residents compren el 97,20%). Només el 17,6% compren a altres poblacions, on el supermercat urbà o les franquícies (70,8%) i la botiga tradicional (22,2%), són els establiments més habituals. Figueres és la població amb més atractivitat (23,6%).
- El percentatge de compra de roba i calçat al comerç de Roses és de les més baixes de tots els segments analitzats: 43,71% del total de la mostra i 51,40% entre els/les residents. A les compres a altres municipis, la botiga tradicional (46,9%), els centres comercials (41,8%) i les franquícies (37,4%) són els més atractius per aquestes compres. Figueres (63,6%), Girona (34%) i Barcelona (10,2%) són les població amb més atractivitat per aquestes compres. Les compres a Roses es fan a botigues tradicionals (55%) i al mercat ambulant dels diumenges (28,6%) principalment.
- En equipament de la llar, el 57,91% del total de la despesa es fa al comerç local (67,47% en el cas de residents). A les compres a altres poblacions, els establiments més utilitzats per la mostra són els centres comercials (39,9%) i les botigues tradicionals (37,2%). Figueres (58,5%), Girona (28,7%) i Barcelona (14,9%) són les poblacions amb més atractivitat. Les compres a Roses es fan a botigues tradicionals (58,4%) o al mercat ambulant (7,3%).
- La mostra compra a Roses el 56% dels articles de lleure, esport i cultura (71,63% entre els/les residents). Quan es desplacen a altres municipis, amb més freqüència a Figueres (52,8%) o Girona (18'8%), Els tipus d'establiment més habituals són les cadenes/franquícies (43,2%), el centre comercial (38,1%) i la botiga tradicional (33,5%).
- L'oferta de bars i restaurants de Roses està força assolida: el 71,86% del consum es fa dins el municipi (81,5% en els/les residents). Figueres (31,4%), Girona (19,5%) i Empuriabrava (15,1%), son els destins més habituals per fer aquest consum.
- La mitjana de despesa en les compres quotidianes (alimentació i drogueria i perfumeria) és de 429,50 € al mes (431,40€ entre els/les residents). Els/les que més gasten en comprar menjar són les llars amb quatre o més membres, les mestresses de casa que no treballen, el grup de 46 a 65 anys i les llars amb ingressos superiors a 3.000 € al mes.
- La despesa a la resta de segments de consum és molt inferior: 105,05€ en roba i calçat; 43,72€ en equipament de la llar; 50,55 € en lleure, esport i cultura i 94,15 € en bars i restaurants.
- La mitjana estimada d'ingrés net mensual per llar és de 1.904€ i és superior entre els/les que tenen la segona residència (2.206 €), que entre els residents (1.790€). La franja més freqüent és de 1501 a 3000 € (43.5%). El 34,4% ingressen entre 601 i 1500 € i el 12,1% més de 3000 €.
- La mostra troba a faltar a Roses principalment comerç d'equipament de la persona (que és la categoria on amb més freqüència es desplacen a altres municipis buscant més varietat i millors preus. Amb freqüència es demana un centre comercial (establiment més usual a les compres a altres poblacions) i més oferta en lleure. El 32,6% de la mostra opinen que a Roses no manca cap tipus de comerç, opinió que augmenta entre els/les no residents, segones residències i turistes.

**En general, i com passa a la majoria de municipis, la població més jove i amb més recursos és la que es manifesta menys fidel al comerç local, ja que en molts casos, busquen més varietat,**

comoditat i preu, en un entorn que aporti també un component lúdic. Figueres és la població amb més atractivitat per totes les compres a fora de Roses, la concentració de botigues al centre és ben valorada per la mostra. Girona és la segona i la seva atractivitat radica en molts casos en els centres comercials amb grans cadenes i franquícies.

És evident que el comerç més quotidià està ben assentat a Roses, però seria necessària la creació d'un entorn comercial més actual i menys centrat en el turisme, per tal de recuperar les despeses que els residents fan a d'altres poblacions.

## 8 CÀLCUL DEL BALANÇ COMERCIAL

### 8.1 CÀLCUL DE LA POBLACIÓ EQUIVALENT

- Població equivalent anual = Població resident + Població segona residència + Població atreta.
- Població resident= 19.765 habitants.
- Població equivalent no resident que compra a Roses= 4.699 habitants (traslladats a població anual).
  - Capacitloat d'atracció calculada (segons aquest mètode) = 16,63%.
- Població equivalent en segona residència que compra a Roses= 3.801 habitants (traslladats a població anual).
  - Capacitat d'atracció calculada (segons aquest mètode) = 13,45%.
- Els/les turistes a Roses representen un 11,5% de les persones enquestades, fet que ens indica que la població equivalent és superior, però a efectes de volum de compra no els hem pogut incloure per la dificultat metodològica d'estimar el volum de compra anual que fan al municipi en els diferents sectors comercials.

	TOTAL			POBLACIO EQUIVAL.
	POBL	MOSTRA	% M/P	
TOTAL		409		24.464
Roses	19.765	286	1,45%	19.765
2a residència		55		3.801
Població atreta		68		4.699
Total		409		24.464

Palau-Saverdera (16,2%)  
 Figueres (14,7%)  
 Ampuriabrava (10,3%)  
 Castelló d'Ampuries (10,3%)  
 Olot (8,8%)

Turistes (11,5%)

Mostra	
No residents	16,63%
2a residència	13,45%
Residents	69,93%
Total	100,00%



## 8.2 BALANÇ COMERCIAL

- Oferta agregada:  $OA=f(\text{facturació corregida per sector})$ .
- Demanda agregada:  $DA=f(\text{despesa corregida per sector; \% atractivitat per sector i tipus de comprador per població equivalent})$ .
- Dimensionat comercial màxim (balanç comercial) =  $(DA-OA)/\text{facturació unitària m}^2$ .
- Dos nivells de “balanç comercial”:
  - Situació actual.
  - Situació prevista a mitjà termini (període de vigència del Pla Estratègic de Comerç):
    - Recuperació de tota l’evasió de despesa per als sectors quotidians.
    - Recuperació del 20% de l’evasió de despesa per als no quotidians.

## 8.3 METODOLOGIA DE CÀLCUL

### 8.3.1 Despesa mitjana anual per sector

- Dades obtingudes a partir de l’Estudi d’hàbits de compra i consum i d’atractivitat del Pla Estratègic de Comerç de Roses.
- Dades coherents amb les utilitzades, per exemple, per l’Anuari Econòmic de la Caixa de l’any 2007 per a Roses.
- No s’ha considerat el sector “automoció i carburants”.

DESPESA MITJANA ANUAL	€/pers/any
COMERCIALITZABLE	Roses
Quotidià alimentari	1.573,33 €
Quotidià no alimentari	235,09 €
Equipament de la llar	184,08 €
Equipament de la persona	442,32 €
Automoció i carburants	460,88 €
Lleure i cultura	212,84 €
Altres	- €
<b>Total despesa comercialitzable (exc.automoc.i carburants)</b>	<b>2.647,66 €</b>

### 8.3.2 Superfície per sector (m<sup>2</sup>)

La font base de dades és el llistat de la taxa de residus urbans i aquesta s’ha completat amb el llistat de grans i mitjans establiments comercials facilitat per l’Ajuntament. A efectes del present anàlisi és rellevant recordar que s’ha considerat el Carrefour Express de la Ctra. de Besalú a Roses (situat fora TUC) com a comerç de quotidià alimentari tot i comptar amb 2.637m<sup>2</sup> i haver de classificar-se, segons els criteris del PTSEC, com a comerç mixt (establiments de quotidià de més de 2.500 m<sup>2</sup>): l’objectiu és garantir la coherència metodològica en la comparació amb el Caprabo (2.352 m<sup>2</sup>, també fora TUC) i el Mercadona (2.398m<sup>2</sup>, inclòs a la TUC), els quals es troben situats al

mateix eix viari i segons els criteris de classificació són tots ells menors de 2.500 m<sup>2</sup> i, per tant, del sector quotidià alimentari.

SECTOR	Superfície per sector (m <sup>2</sup> )
Quotidià alimentari	24.527
Quotidià no alimentari	1.973
Equipament de la llar	7.568
Equipament de la persona	10.471
Lleure i cultura	6.008
Altres	460
Comerç mixt	3.261
<b>Total</b>	<b>54.268</b>

## 8.4 CÀLCUL DEL BALANÇ COMERCIAL

### 8.4.1 Facturació i despesa captada per sector

- A partir de les dades de l'estudi de demanda (en el qual s'obté la compra efectiva realitzada, a Roses, per a cada sector), calculem la "despesa captada per sector".
- Igualem la "facturació per sector" amb la "despesa captada per sector" i obtenim la "facturació per m<sup>2</sup>" anteriorment assenyalada.

SECTOR	Superfície per sector (m <sup>2</sup> )	Facturació per m <sup>2</sup>	Facturació per sector	Despesa capt. per sector
Quotidià alimentari	24.527	1.594,52 €	39.108.840,28 €	39.108.840,28 €
Quotidià no alimentari	1.973	2.890,46 €	5.702.877,56 €	5.702.877,56 €
Equipament de la llar	7.568	398,96 €	3.019.365,59 €	3.019.365,59 €
Equipament de la persona	10.471	520,79 €	5.453.149,03 €	5.453.149,03 €
Lleure i cultura	6.008	520,37 €	3.126.373,49 €	3.126.373,49 €
Altres	460	1.185,02 €	545.109,30 €	545.109,30 €
Comerç mixt	3.261	1.185,02 €	3.864.350,92 €	3.864.350,92 €
<b>Total</b>	<b>54.268</b>		<b>60.820.066,16 €</b>	<b>60.820.066,16 €</b>

Explicació del balanç comercial:

1. Partim de la hipòtesi de situació d'equilibri, és a dir, que l'oferta agregada és igual a la demanda agregada (OA=DA).
2. Aquesta hipòtesi ens dona una situació de balanç comercial=0.
3. Podem observar però com hi ha situacions de risc: tant pel sector de l'equipament de la llar com per al conjunt dels sectors no quotidians la facturació/m<sup>2</sup> és inferior al raonable.

### 8.4.2 Balanç comercial escenari: "recuperació evasió de despesa població resident"

- En un escenari raonable de futur per als PROPERS 4 ANYS, es recupera:

- 100% de l'evasió de despesa dels residents en sectors de compra quotidiana.
- 20% de l'evasió de despesa dels residents per a la resta dels sectors no quotidians.

SECTOR	Evasió desp. Roses	Evasió desp.rectif. ROSES	OA-DA (amb EDC)	DIM.MAX. (amb EDC)
Quotidià alimentari	326.516,34 €	326.516,34 €	- 326.516,34 €	-205
Quotidià no alimentari	130.106,13 €	130.106,13 €	- 130.106,13 €	-45
Equipament de la llar	1.183.579,46 €	236.715,89 €	- 236.715,89 €	-593
Equipament de la persona	4.248.792,59 €	849.758,52 €	- 849.758,52 €	-1.632
Lleure i cultura	1.193.476,03 €	238.695,21 €	- 238.695,21 €	-459
Altres	- €	- €	- €	0
Comerç mixt	- €	- €	- €	0
<b>Total</b>	<b>7.082.470,55 €</b>	<b>1.781.792,09 €</b>	<b>- 1.781.792,09 €</b>	<b>-2.934</b>

A partir d'aquesta taula on es parteix dels dos supòsits de futur plantejats anteriorment, observem com les possibilitats de creixement en la majoria de sectors són força reduïdes i, per tant,.

En aquest sentit, només equipament de la persona tindria el marge suficient per a desenvolupar fins a un establiment comercial de dimensions mitjanes o petites.

Amb tot, volem posar de manifest les conclusions següents:

- Tenint, un escenari més o menys raonable de recuperació d'evasió de despesa no sembla justificat aparentment, ara per ara, la implantació de noves localitzacions en gran format comercial al municipi de Roses.
- Els sectors de compra no quotidiana tenen facturacions molt baixes que els situa en una posició de cert risc, la seva facturació és inferior a la raonable (observar les grans diferències entre sectors quotidians i no quotidians), que implica que cal fer una clara aposta per la millora de l'oferta d'aquests sectors. Per tant, considerem que la manca d'oferta no es tan un problema de quantitat sinó de qualitat de l'oferta, tenint, això sí, en compte que sí que es pot produir algun creixement.

## 9 URBANISME COMERCIAL A ROSES

### 9.1 INTRODUCCIÓ: EL PLANEJAMENT URBÀ I EL COMERÇ

En aquest apartat, s'analitzarà la situació del planejament vigent i en tramitació que afecten la configuració de l'entorn urbà del municipi de Roses en general i dels carrers comercials de manera específica. En aquest sentit, el diagnòstic parteix de les fonts d'informació següents:

- **Anàlisi de normativa urbanística:**
  - El Pla General d'Ordenació Urbana (PGOU), concretament la *Revisió del PGOU text refós de 1.993*. Així mateix es revisen les modificacions puntuals del Pla General i, per tant, dels nous projectes urbanístics que puguin afectar de manera directa el desenvolupament de l'oferta comercial al municipi. És a dir, l'anàlisi de la capacitat del municipi per a futures implantacions comercials en els baixos dels nous edificis.
  - El Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (POUM) de Roses, actualment aprovat provisionalment el passat 22 de desembre de 2009 en l'últim ple extraordinari de l'Ajuntament de Roses. El 30 de maig de 2005 "es va acordar, amb la finalitat d'estudiar la redacció del POUM, la suspensió de la tramitació d'instruments de planejament i de gestió, així com de l'atorgament de llicències bàsicament en l'àmbit del sòl urbà i del sòl no urbanitzable"<sup>12</sup>. El POUM de Roses té, a grans trets, els objectius següents:
    - Adaptar el planejament de Roses al text refós de la Llei d'Urbanisme de Catalunya de 2005.
    - Afrontar la problemàtica urbanística del municipi i elaborar un text més comprensible i que impliqui una síntesi de la normativa i documentació gràfica.
  - Altre normativa, ordenances municipal, que afectin la utilització de la via pública des d'un punt de vista de l'activitat comercial.
- **Anàlisi urbanístico- comercial de les zones comercials de Roses**
  - Treball de camp dels principals eixos i carrers comercials de Roses a partir d'un recorregut visual amb fotografies per identificar els punts crítics de la ciutat des de l'òptica de l'urbanisme comercial. En aquest cas, es caracteritzaran les zones comercials, a partir de fitxes, tot tenint en compte l'estat dels vials però també dels elements urbans, tan importants a l'hora de crear les condicions òptimes de compra i consum en un entorn urbà.
  - Anàlisi de les condicions d'accés i mobilitat als carrers comercials del municipi a partir de fonts primàries aportades per l'Ajuntament de Roses o del treball de camp realitzat per l'equip redactor del Pla Estratègic de Comerç.

---

<sup>12</sup> Memòria descriptiva del POUM de Roses.

### 9.1.1 ANÀLISI DE NORMATIVA URBANÍSTICA: EL PLANEJAMENT URBANÍSTIC DE ROSES I ELS USOS COMERCIALS

En primer lloc, tal i com fèiem esment anteriorment, ens atndrem a les determinacions generals recollides a les normes urbanístiques del PGOU i del nou POUM per identificar les referències als usos comercials.

Per realitzar aquest anàlisi presentem una taula resum que recull la regulació dels usos comercials que hi ha al PGOU (planejament general vigent) en comparació amb la nova regulació dels usos comercials proposada al POUM (en fase d'aprovació).

	PGOU	POUM
Definició règim d'ús comercial	<p><u>Article. 203 Ús comercial</u></p> <p>És el que correspon a l'activitat pròpia de locals oberts al públic destinats a la <b>venda a l'engròs o al detall</b>, o a la prestació de <b>serveis personals</b>.</p> <p>S'admet generalment en sòl urbà i en certs sectors de l'urbanitzable.</p>	<p><u>Art. 329 Ús comercial</u></p> <p>1. És el que consisteix a <b>posar a disposició del mercat béns</b>, productes o mercaderies, fins i tot en aquells supòsits de mercaderies sotmeses a processos de transformació, tractament o condicionament que són usals en el comerç, que inclou també aquells establiments de venda d'accessoris d'automòbil. Aquesta activitat es desenvolupa <b>al detall</b>.</p> <p>2. Les distintes tipologies d'establiments comercials seran les que en cada moment fixi la legislació sectorial que reguli els equipaments comercials. En qualsevol cas, la implantació en formats de mitjans i grans establiments comercials s'adequarà al que determini el Pla territorial sectorial d'equipaments comercials vigents.</p> <p>3. Tipologies d'establiments comercials, segons la llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials:</p> <p>a) Són <b>grans establiments comercials ( c1 )</b>:</p> <p>-Els establiments individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 1.300 m2.</p> <p>-Els establiments individuals dedicats essencialment a la venda d'automòbils, embarcacions i altres vehicles, maquinària, materials per a la construcció i articles de sanejament, mobles articles de ferreteria i bricolatge i també els centres de jardineria, si tenen una superfície de venda superior a 2.500 m2. En el supòsit que aquests establiments, sense superar individualment els 2.500 m2 de superfície de venda, formin un establiment col·lectiu, aquest és considerat un gran establiment si el conjunt supera els 5.000 m2 de superfície de venda.</p> <p>b) Són <b>establiments comercials mitjans ( c2 )</b> els establiments individuals o col·lectius amb una superfície de venda igual o superior a 600 m2.</p>

		<p>c) Són <b>establiments comercials petits ( c3 )</b>, la resta d'implantacions comercials que no responen a cap de les categories anteriors.</p> <p>4. Els locals comercials de nova construcció, que tingui una superfície construïda superior a 400 m2 hauran de disposar d'un espai destinat exclusivament a càrrega i descàrrega dins del propi local, dipòsits de residus i disposar de les places d'aparcament dins del mateix edifici o parcel·la.</p> <p>5. No es podran instal·lar punts de venda a l'exterior dels edificis comercials.</p>
<p>Zones</p>	<p><b>CAPÍTOL TERCER. RÈGIM DE SÒL URBÀ.</b></p> <p><b><u>Secció 3a. Disposicions relatives a la vila:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Zona 1: Edificis i jardins privats protegits:</u></li> </ul> <p>Art.72 Definició i objecte</p> <p>Comprèn aquelles edificacions de gran valor històric i/o artístic que conjuntament amb els seus elements auxiliars i zones enjardinades, són objecte d'especial protecció pel Pla.</p> <p>Art.74 Usos admesos</p> <p>La modificació de l'ús de l'edifici o dels jardins, està subjecte a <b>prèvia llicència municipal</b>. L'ús que s'assigni als edificis o jardins serà en tot cas acord amb el seu caràcter històric o artístic, <b>prohibint-se expressament els usos industrials i de garatge públic</b>.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Zona 2: Casc Antic.</u></li> </ul> <p>Els articles 76 al 86 (ambdós inclosos) han estat substituïts per allò que s'estableix a les Modificacions del <b>Pla general núm. 20, 21 i 27</b> aprovades definitivament per la Comissió d'Urbanisme de Girona en les sessions de data 7 de juny de 2000, 13 de setembre de 2000 i 11 de juliol de 2000,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Zona de front de mar del casc antic (Clau 1)</u></li> </ul> <p>Art. 141 Definició</p> <p>Comprèn els sòls de <b>l'àmbit de nucli tradicional, situats al front de mar</b>, amb una façana homogènia i en tipologia d'edificació d'alineació de vial i entre mitgeres, afectada parcialment per la servitud de protecció de la Llei de costes.</p> <p>Art. 146 Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos compatibles: Comercial (c2 i c3), només en planta baixa.</li> <li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1).</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Zona General Prim (clau 2a)</u></li> </ul> <p>Art. 150 Definició</p> <p>Comprèn principalment el <b>teixit urbà entre els carrers Nou, d'en Mairó, Francesc Macià i Gravina</b>, en el qual la plaça General Prim ocupa un lloc central i el carrer Capità Ariza i part del carrer Barcelona.</p> <p>Art. 153 Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos compatibles: Comercial (c3), només en planta baixa.</li> </ul>

<p>respectivament, la normativa de les quals consta en els Annexos IV (Modificació puntual núm. 20), V (Modificació puntual núm. 21) i VI (Modificació puntual núm. 27) de les actuals normes urbanístiques.</p> <p><u>Article 34 (Annex V). Retolació comerços i rètols publicitaris.</u></p> <p>1. La retolació dels negocis i comerços només es permet a la planta baixa i es col·locarà a l'interior de les obertures de l'edifici, sense sobresortir del pla de façana. El suport dels rètols podrà ser de vidre transparent o l'àcid; metacrilat transparent incolor; llautó, bronze o coure; fusta, ferro o alumini esmaltats o lacats.</p> <p>2. Son excepció d'aquest apartat les banderoles de lona, sempre que no tinguin una mida superior a 50 cm. d'amplada per 1,20 mts. d'alçada.</p> <p><u>Article 36 (Annex V). Il·luminació de Rètols i aparadors.</u></p> <p>L'il·luminació dels rètols dels negocis i comerços es podrà fer amb llampares incandescents, halògenes o neons, però sempre hauran de produir la llum de forma indirecta o difusa.</p> <p><u>Article 40 (Annex V). Usos en edificis de zones</u></p> <p>Es manté el mateix criteri de definició d'usos previst en el PGOU, a excepció de:</p> <p>1) L'ús recreatiu, que es divideix en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Jocs i atraccions</li> <li>- Musicals</li> <li>- Restauració</li> <li>- Culturals i socials</li> <li>- Audiovisuals</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).</li> <li>▪ <u>Subsecció 1-2. Zona Joan Badosa (clau 2b)</u></li> </ul> <p>Art. 155 Definició</p> <p>Comprèn principalment el <b>teixit urbà que s'articula al llarg del carrer Joan Badosa</b>, situat al centre del casc històric, i que per les seves característiques d'amplada de carrer i usos en planta baixa el fa diferent de la resta dels carrers del casc antic.</p> <p>Art. 158 Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos compatibles: Comercial (c3).</li> <li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).</li> <li>▪ <u>Zona casc antic centre (clau 2c)</u></li> </ul> <p>Art. 160 Definició</p> <p>Comprèn principalment el <b>teixit urbà que ocupa el centre del casc antic i a les dues bandes de la riera Ginjolers, per sota del carrer Nou i el carrer Tarragona i fins el carrer Francesc Macià i el carrer Lluís Companys, respectivament.</b></p> <p>Art. 163 Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos compatibles: Comercial (c1), només en carrers d'amplada superior a 8 m i en tot l'edifici, <b>prohibint-se el comerç alimentari.</b></li> <li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1, c2, c3) llevat dels casos permesos.</li> <li>▪ <u>Zona Biblioteca (clau 2d)</u></li> </ul> <p>Art. 165 Definició</p> <p>Correspon al sector construït unitàriament en base a previ projecte de</p>
--	---



- Altres

Usos permesos en planta Soterrani:	- Garatges - Magatzems vinculats als usos de planta baixa
Usos permesos en planta Baixa:	- Comercial (limitada la superfície de venda de productes alimentaris a 200 m2) - Restauració - Audiovisuals - Jocs i atraccions - Oficines - Sanitari (excepte allotjament de malalts) - Cultural i social - Docent - Administratiu - Tallers artesanals (fins un màxim de potència motriu de 5 Kw., un soroll interior inferior a 80 db i un soroll màxim

- Zona 3: Eixample urbà.

#### Art.87 Definició i objecte

1. Correspon a les illes d'edificació residencial entre mitgeres i pati interior, situades en els sectors d'eixample més regulars i amb major superfície de sòl destinat a vial, desenvolupats al llarg dels anys seixanta i setanta com a extensió residencial del casc antic de la vila. L'objectiu del Pla en aquesta zona és de millorar els nivells d'urbanització dels carrers i de dotació d'equipaments, jardins urbans, espais per a aparcaments i serveis públics. També es sistematitza el tipus edificatori residencial, unificant les ordenances dels antics plans parcials "Polígon I" i "Mas de les Figueres".

#### Art.91 Usos

S'admet l'ús residencial unifamiliar i plurifamiliar, comercial, oficines, equipaments, magatzems, garatge, hotelier i recreatiu. L'ús industrial s'admet per a les activitats compatibles amb l'habitatge, en edifici exclusiu o planta baixa d'edifici residencial, amb un màxim de potència instal·lada de 25 Cv i sorolls menors de 45 dbs.

- Subsecció 3a. Zona 3: Eixample urbà.

distribució i ordenació volumètrica de l'edificació, definició dels espais lliures o enjardinats al voltant de la biblioteca municipal i entre els carrers Barcelona, Tarragona i Lleida.

Art. 168 Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

- Usos compatibles: Comercial (c3), només en planta baixa.
- Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).

- Zona Riera Ginjolers (clau 2r)

Art. 170 Definició

Comprèn principalment aquelles illes o parcel·les que limiten amb la riera Ginjolers en el tram comprès entre el carrer d'en Mairò fins al carrers Puig Rom, Dr. Barraquer, Aragó i l'avinguda de Rhode.

Art. 173 Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

- Usos compatibles: Comercial (c3), només en tot l'edifici, prohibint-se el comerç alimentari.

Comercial (c2 i c3), només en planta baixa, i excepcionalment en planta primera si es'ta vinculada amb la planta baixa.

- Usos prohibits: Comercial (c1).

- Eixample urbà (Clau 3)

Art. 175 Definició

Correspon a illes d'edificació residencial entre mitgeres i pati interior, situades en els sectors d'eixample més regulars i amb major superfície de sòl destinat a vial, desenvolupats des de l'any seixanta com a extensió residencial del casc antic de la vila. Correspon a la clau 3: Eixample urbà.

Art. 178 Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al

<p><u>Art.92 Definició i objecte</u></p> <p>1. Correspon a les illes d'edificació residencial entre mitgeres i pati interior, situades en sectors d'extensió urbana del casc o en certes urbanitzacions exteriors de la vila, normalment amb insuficiència de sòl destinat a vial, aparcament i espais lliures, desenvolupades amb gran fraccionament del parcel·lari i tipus arquitectònics de façana estrets.</p> <p><u>Art.96 Usos</u></p> <p>1. S'admet l'ús residencial unifamiliar i plurifamiliar, comercial, oficines, equipaments, magatzems, garatge, hotelier i recreatiu. L'ús industrial s'admet per a les activitats compatibles amb l'habitatge, en edifici exclusiu o planta baixa, amb un màxim de potència instal·lada de 25 CV i sorolls menors de 45 dbs.</p> <p>2. A les zones situades fora de l'àmbit de la vila s'admet també l'ús de taller o industrial en edifici o planta baixa exenta, amb separació mínima de 1 metre respecte les edificacions d'ús residencial contigües, amb un màxim de potència instal·lada de 50 CV i sorolls menors de 65 dbs.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Zona 5: Polígons d'habitatges.</u></li> </ul> <p><u>Art.97 Definició i objecte</u></p> <p>Correspon a sectors construïts unitàriament en base a previ projecte de distribució i ordenació volumètrica de l'edificació, definició dels espais lliures o enjardinats i, en el seu cas, dels edificis destinats a equipament col·lectiu. En aquesta zona el Pla General manté les característiques de l'ordenació anterior, pel que fa a ocupació i ús del sòl, edificabilitat, nombres d'habitatges, alçades d'edificació, espais lliures i equipaments, i propugna la millora progressiva de la urbanització, l'enjardinat i acondicionament dels espais lliures i la millora de la qualitat de les edificacions.</p>	<p>comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos compatibles: Comercial (c1, c2, c3), només en planta baixa o en tot l'edifici.</li> <li>▪ <u>Eixample suburbà (Clau 4)</u></li> </ul> <p>El Pla estableix dues subzones:</p> <p style="padding-left: 40px;">Clau 4a: subzona d'eixample suburbà</p> <p style="padding-left: 40px;">Clau 4b: subzona de l'Illa d'Ithaka</p> <p><u>Art. 182 Definició</u></p> <p>Correspon bàsicament a l'àmbit que envolta l'eixample urbà, amb una topografia més o menys planera, configurant illes tancades pròpies d'eixample.</p> <p><u>Art. 185 Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos compatibles: Comercial (c1, c2, c3), només en planta baixa o en tot l'edifici.</li> <li>▪ <u>Illa d'Ithaka (Clau 4b)</u></li> </ul> <p><u>Art. 187 Definició</u></p> <p>Correspon a l'àmbit de l'antiga Unitat d'actuació Illa d'Ithaka, que comprèn les illes situades entre les carreteres de les Arenes i Mas Oliva i el carrer Ponent amb una topografia més o menys planera, configurant illes tancades pròpies d'eixample.</p> <p><u>Art. 190 Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos compatibles: Comercial (c1, c2, c3), només en planta baixa o en tot l'edifici.</li> <li>▪ <u>Conjunts d'ordenació volumètrica consolidats: subzones 5a i 5b (Clau</u></li> </ul>
--	---

<p><b><u>Secció 4a. Disposicions relatives als desenvolupaments turístics i residencials.</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Zona 9: Conjunts d'ordenació específica.</u></li> </ul> <p><u>Art.130 Definició i objecte</u></p> <p>Correspon a sectors, normalment en <b>procés d'Urbanització i/o edificació, o no edificats</b>, per als quals el Pla General proposa, considerades les especials condicions urbanístiques que hi concorren, una ordenació específica dels espais urbans lliures i edificables, ja sigui directament a través de les indicacions contingudes als plànols d'ordenació, ja sigui a través de la delimitació de sectors de plantejament especial, polígons o unitats d'actuació.</p> <p><u>Art.133 Condicions d'edificació</u></p> <p>c) S'admet l'ús residencial unifamiliar i plurifamiliar, equipaments, <b>comercial</b>, garatge privat i hotelier.</p> <p><b>CAPÍTOL QUART. RÈGIM DE SÒL URBANITZABLE.</b></p> <p><b><u>Secció 2a. Sòl urbanitzable programat.</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Zona 11. Desenvolupament terciari.</u></li> </ul> <p><u>Art.161 Definició</u></p> <p>Comprèn el sector de <b>planejament parcial (UP 8)</b> previst al llarg de la carretera de Castelló d'Empuries per tal d'oferir condicions de localització, infraestructura, ordenació urbana i accessibilitat òptimes a la instal·lació dels usos de caràcter comercial, turístic, recreatiu o d'equipament que requereixin, gran espai d'instal·lació i previsió d'accés i aparcament propi. S'admet també l'ús residencial en la proporció regulada pels índexs d'edificabilitat establerts.</p> <p><u>Art.165 Usos</u></p>	<p>5)</p> <p>Art. 194 Subzona 5a</p> <p>1.1 Es tracta de <b>conjunts construïts en base a un projecte anterior de distribució i ordenació volumètrica</b> de l'edificació, en tipologia majoritàriament de <b>vivenda unifamiliar aïllada</b>. En aquestes illes, el POUM propugna la millora de la qualitat de les edificacions sense augmentar la densitat.</p> <p>2. Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1, c2, c3).</li> </ul> <p>Art. 195 Subzona 5b</p> <p>1.1 En aquesta zona el POUM manté les característiques de l'ordenació anterior pel que fa a l'ocupació i ús del sòl, edificabilitat, nombre d'habitatges, alçades d'edificació, espais lliures i equipaments.</p> <p>2. Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1, c2, c3).</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <u>Conjunts de nova ordenació: subzones 5c i 5d (Clau 5)</u></li> </ul> <p>Art. 196 Subzona 5c</p> <p>1.3 Aquesta subzona ordena les <b>promocions unitàries</b> de grups d'habitatges <b>unifamiliars</b> amb jardí i serveis comuns.</p> <p>4. Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1, c2, c3).</li> </ul> <p>Art. 197 Subzona 5d</p> <p>Definició1.1. Aquesta subzona ordena les composicions en tipologia de <b>bloc plurifamiliar dins d'una única parcel·la</b> amb jardí i serveis comuns.</p>
---	---

En aquesta zona s'admeten els usos referits a oficines, **supermercats**, pavellons de venda, **nàutiques**, serveis tècnics, tallers d'inspecció o reparació de vehicles, **gasolineres**, discoteques, sales de festes, espectacles, jocs, esports, casinos, centres culturals, centres socials i representatius, magatzems, hotels, restaurants, serveis turístics i similars, així com el residencial, en les proporcions establertes per als respectius coeficients d'edificabilitat.

4. Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

➤ Usos prohibits: Comercial (c1, c2, c3).

▪ Zona d'habitatge unifamiliar aïllat (Clau 6)

Art. 198 Definició

Comprèn els sòls urbans en els que l'edificació, de tipus **unifamiliar**, es defineix per a cada parcel·la en funció de la seva superfície, forma i dimensions (...).

Art. 200 Clau 6a: subzona de la Plana

1. Definició

Comprèn els terrenys de la Plana de pendent normalment inferior al 20%.

4. Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

➤ Usos compatibles: Comercial (c3), només en Salatà en el tram entre la riera Trencada i la plaça de les Botxes.

➤ Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).

Art. 201 Clau 6b: subzona de Santa Margarida

1. Definició

Inclou terrenys situats a Santa Margarida i al Salatà.

4. Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

➤ Usos prohibits: Comercial (c1, c2 i c3).

Art. 202 Clau 6c: subzona de muntanya

1. Definició

1.1. Inclou els terrenys situats en muntanya i compresos en els àmbits del Mas Fumats, Muntanyeta, Puig Rom, Canyelles i Almadrava.

		<p>5. Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).</li><li>➤ L'ús Comercial c3 no queda regulat.</li></ul> <p>Art. 203 <u>Clau 6d: subzona de muntanya</u></p> <p>1. Definició</p> <p>1.1. Inclou els terrenys situats en muntanya i compresos en els àmbits del <b>Mas Fumats, Muntanyeta, Puig Rom, Canyelles i Almadrava i els situats a primera línia de mar a la platja de l'Almadrava i al voltant de la casa Rozes.</b></p> <p>4. Condicions d'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).</li><li>➤ L'ús Comercial c3 no queda regulat.</li></ul> <p>Art. 204 <u>Clau 6e: subzona de muntanya</u></p> <p>1. Definició</p> <p>1.1. Inclou els terrenys en muntanya compresos en els àmbits del <b>Mas Fumats, Muntanyeta, Puig Rom, Canyelles i Almadrava i els situats a primera línia de mar a la platja de l'Almadrava i al voltant de la casa Rozes.</b></p> <p>4. Condicions d'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).</li><li>➤ L'ús Comercial c3 no queda regulat.</li></ul> <p>Art. 205 <u>Clau 6f: subzona Els Grecs</u></p> <p>1. Definició</p> <p>Inclou els terrenys compresos en l'àmbit de l'antic Pla parcial Els Grecs II</p>
--	--	---

situats entre el marge esquerre de la riera Ginjolers, la Gran Via i la Muntanyeta.

4. Condicions d'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

- Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).
- L'ús Comercial c3 no queda regulat.

▪ Zona d'habitatge unifamiliar en filera (Clau 7)

Art. 206 Definició

Correspon als conjunts de **vivendes unifamiliars** entre mitgeres i amb jardins individuals, construïdes de forma fraccionada o conjunta, en els que es pretén mantenir una regularitat en la definició de la tipologia de les edificacions i dels jardins.

Art. 207 Subzones

El Pla estableix dues subzones:

Clau 7a: subzona d'àmbit general

Clau 7b: subzona Els Grecs II

Art. 210 Condicions d'ús

- Usos prohibits: Comercial (c1, c2 i c3).

Art. 211 Subzona Els Grecs II (Clau 7b)

1. Definició

Correspon a l'àmbit de l'antic Pla parcial Els Grecs II i que comprèn les illes situades entre la riera Ginjolers i els carrers Roger de Llúria, Bernat Desclot i Pere III, amb una topografia relativament planera.

4. Condicions d'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

- Usos prohibits: Comercial (c1, c2 i c3).

▪ Zona d'habitatge plurifamiliar aïllat (Clau 8)

Art. 212 Definició

Comprèn els sòls urbans en els que l'edificació, de tipus plurifamiliar, es defineix per a cada parcel·la en funció de la seva superfície, forma i dimensions. La definició de l'edificació plurifamiliar aïllada es fa a través dels índex d'intensitat neta per parcel·la i dels paràmetres i gàlils que estableixen la posició de les edificacions a la parcel·la, l'alçada i les relacions amb l'espai públic i amb les edificacions veïnes.

Art. 214 Subzona de Santa Margarida (Clau 8a)

1. Definició

Inclou els terrenys sense pendent compresos en els àmbits del Salatà i Santa Margarida.

4. Condicions d'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

- Usos compatibles: Comercial (c3).
- Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).

Art. 215 Subzona de la plana i muntanya (Clau 8b)

1. Definició

Inclou els terrenys situats a la plana (Mas Oliva i Mas Matas) i els situats en muntanya compresos en els àmbits de la **Muntanyeta, Puig Rom i Canyelles Petites**.

4. Condicions d'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

- Usos compatibles: Comercial (c3).
- Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).

Art. 216 Subzona de Canyelles Grosses i l'Almadrava (Clau 8c)

1. Definició

		<p>Inclou els terrenys de pendent inferior al 30% i compresos en el front de mar de Canyelles Grosses (l'Almadrava).</p> <p>4. Condicions d'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos compatibles: Comercial (c3).</li> <li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).</li> </ul> <p>Art. 216 <u>Subzona de Canyelles Grosses i l'Almadrava (Clau 8c)</u></p> <p>1. Definició</p> <p>Inclou els terrenys de <b>pendent inferior al 30%</b> i compresos en el front de mar de <b>Canyelles Grosses</b> (l'Almadrava).</p> <p>4. Condicions d'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Usos compatibles: Comercial (c3).</li> <li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).</li> </ul> <p>Art. 217 <u>Subzona marítima del Far i fronts carretera de Figueres (Clau 8d)</u></p> <p>1. Definició</p> <p>Comprèn els terrenys situats en front de la <b>carretera de Figueres a l'entrada de Santa Margarida</b> i els situats en la <b>façana marítima entre el far de Roses i Canyelles Petites</b>.</p> <p>2. Subzones</p> <p>Es defineixen dues subzones en funció de la seva topografia:</p> <p style="padding-left: 40px;">Clau 8d1: subzona en front de la carretera de Figueres</p> <p style="padding-left: 40px;">Clau 8d2: subzona façana marítima entre el far de Roses i Canyelles Petites</p> <p>5. Condicions d'ús [només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Clau 8d1.</b> Usos compatibles: Comercial (c1, c2 i c3)</li> </ul>
--	--	---



- Clau **8d2**. Usos prohibits: Comercial (c1, c2 i c3).

Art. 218 Subzona PERI Granja Sant Josep (Clau 8e)

1. Definició

Comprèn els terrenys que formen l'antic **PERI Granja Sant Josep** situats entre la riera Ginjolers i el cementiri municipal.

4. Condicions d'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

- Usos compatibles: Comercial (c3).
- Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).

Art. 219 Subzona Els Grecs II II (Clau 8f)

1. Definició

Comprèn els terrenys que formen part de l'antic Pla parcial Els Grecs II situats entre la riera Ginjolers I Els Grecs-Muntanyeta.

4. Condicions d'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

- Usos compatibles: Comercial (c3).
- Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).

Art. 220 Subzona dels hotels (Clau 8H)

1. Definició

Comprèn aquells hotels consolidats en parcel·les ubicades en un entorn on predomina la vivenda aïllada, procedents de parcel·les destinades a aquest ús exclusiu i que el POUM manté.

4. Condicions d'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:

- Usos prohibits: la resta d'usos (que no siguin l'hoteler h, els recreatius rc1 i rc2, l'esportiu d3 i el sanitari i assistencial, d4).

Art. 221 Subzona Sta. Margarida Nord(Clau 8g)

		<p>1. Definició</p> <p>Inclou els terrenys sense pendent compresos en el sector nord de Santa Margarida.</p> <p>4. Condicions d 'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Usos compatibles: Comercial (c3).</li><li>➤ Usos prohibits: Comercial (c1 i c2).</li><li>▪ <u>Terciari (Clau 9)</u></li></ul> <p>Art. 222 Definició</p> <p>1.- Correspón a sectors, normalment en procés d'Urbanització i/o edificació, o no edificats destinats a la instal·lació dels usos de caràcter industrial, de magatzem, d' oficines i serveis i comercial dins dels límits del PTSEC.</p> <p>2.-Correspon a les tres illes situades amb front a la carretera de Figueres, al llarg de l'avinguda Nord entre el Grao i l'avinguda Santa Margarida, el polígon industrial situat a la carretera de Vilajuïga, identificades amb la Clau 9.</p> <p>Art. 224.4, 225.4 <u>(claus 9a i 9b)</u></p> <p>4. Condicions d 'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Usos principals: Comercial (c1, c2 i c3), dins dels límits del PTSEC.</li></ul> <p>Art. 226.4, 227.4, 228.4 i 229.4 <u>(claus 9 Ind.A, 9 Ind B i 9 Ind M i 9 Ind.N)</u></p> <p>4. Condicions d 'ús[només s'han transcrit les que afecten al comerç]:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Usos principals: Comercial (c1, c2 i c3).</li></ul>
--	--	--

Principals conclusions amb relació als usos comercials a Roses:

1. La definició dels usos comercials proposada al POUM de Roses s'ha realitzat en funció del que s'estableix a la llei 18/2005, de 27 de desembre, d'equipaments comercials. Aquesta llei, com hem dit a la introducció del pla estratègic, ha estat derogada recentment pel Decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials. Aquest fet, implica que el POUM regula l'ús comercial a partir d'una classificació d'equipaments comercials que no és la vigent.

La nova classificació d'establiments comercials és la següent:

<b>Classificació dels establiments comercials (art.6) del Decret llei 1/2009 d'ordenació dels equipaments comercials</b>	<p><b><u>Criteri 1- Superfície de venda:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Petits establiments comercials (<b>PEC</b>) ≤ 800 m<sup>2</sup>.</li> <li>▪ Mitjans Establiments Comercials (<b>MEC</b>) ≥ 800 m<sup>2</sup> i ≤ 1.300 m<sup>2</sup>.</li> <li>▪ Grans Establiments Comercials (<b>GEC</b>) ≥ 1.300 m<sup>2</sup> i ≤ 2.500 m<sup>2</sup>.</li> <li>▪ Grans Establiments Comercials Territorials (<b>GECT</b>) ≥ 2.500 m<sup>2</sup>.</li> </ul> <p>Aquests formats comercials poden tenir caràcter <b>individual</b> o <b>col·lectiu</b>.</p> <p><b><u>Criteri 2- Singularitat:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Establiments Comercials Singulars (<b>ECS</b>): Establiments de venda d'automoció i carburants, d'embarcacions i altres vehicles, de maquinària, de materials per a la construcció i articles de sanejament, i els centres de jardineria i vivers.</li> <li>▪ Establiments Comercials no singulars (<b>ECNS</b>): la resta.</li> </ul> <p>Aquests formats comercials poden tenir caràcter <b>individual</b> o <b>col·lectiu</b>.</p>
--	--

2. Caldrà tenir en compte que per a la futura implantació d'establiments comercials de més de 1.300 m<sup>2</sup> i, sobretot, els de més de 2.500 m<sup>2</sup>, hauran de complir noves condicions de regulació derivades de l'aplicació Decret llei 1/2009 i del futur decret de desplegament d'aquesta llei.

<b>Intervenció administrativa (Títol III art. 11 a 22)</b>	<p><b><u>Principis generals d'intervenció administrativa:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Els que s'estableixen al Directiva Europea de Serveis.</li> <li>▪ Correspon a les persones físiques o jurídiques promotores o titulars dels establiments comercials la formalització de les comunicacions i l'obtenció, en el seu cas, de la corresponent llicència comercial.</li> <li>▪ Els EC col·lectius estan sotmesos a un únic règim d'intervenció administrativa.</li> <li>▪ Ens que trameten i resolen els procediments administratius: Ajuntaments i Direcció General competent en matèria comercial.</li> <li>▪ Cal iniciar les mesures necessàries per tal que els tràmits previstos en el Decret llei puguin ser formalitzats per mitjans electrònics.</li> </ul> <p><b><u>Règims d'intervenció administrativa:</u></b></p>
--	---

- Règim (simplificat) de comunicació.
- Règim de llicència comercial

#### Règim de comunicació:

- EC subjectes al règim de comunicació:
  - Noves implantacions, ampliacions i canvis d'activitat de:
    - **PEC individual o col·lectius entre 400 i 800 m<sup>2</sup>.**
    - **MEC individuals o col·lectius en TUC**, no estan incloses les implantacions fora TUC reconegudes com a excepcions.
  - Canvis de titular i remodelacions de:
    - **PEC ≥ 400 m<sup>2</sup>.**
  - Noves implantacions i els canvis d'activitat de:
    - **ECS individuals o col·lectius entre 400 m<sup>2</sup> i 5.000 m<sup>2</sup>.**
- Documentació amb relació a la comunicació:
  - Pel que fa noves implantacions, ampliacions i canvi d'activitat d'EC individuals i col·lectius ≤ 1.300 m<sup>2</sup> segons el mateix procediment en matèria de prevenció i control de les activitats. En el termini d'un mes des de la comunicació l'Ajuntament ha de trametre còpia a la direcció general competent en matèria de comerç.
  - Pel que fa a les noves implantacions, ampliacions i canvi d'activitat d'EC individuals i col·lectius entre 1.300 m<sup>2</sup> i 2.500 m<sup>2</sup> caldrà presentar, a més, una **declaració responsable** signada pel promotor del projecte, titular de l'activitat o persona que el representi i en què ha de constar com a mínim la **categoria (comercial) de l'establiment**, que es du a terme en una **localització adient** i compta amb l'**aparcament necessari**. S'ha de formalitzar en el moment de la sol·licitud de la llicència d'obres municipal. S'ha de presentar a l'Ajuntament o bé a qualsevol punt de la xarxa d'oficines de gestió empresarial (OGE) i després s'ha d'adreçar a la direcció general competent en matèria de comerç. En els casos en què no hi hagi projecte d'obres caldrà presentar la declaració responsable directament a qualsevol punt de les OGE.
  - Pel que fa als canvis de titularitat les comunicacions han d'anar acompanyades d'una **declaració responsable relativa al canvi de titular** adreçada a la direcció general competent en matèria de comerç i s'ha de presentar a l'Ajuntament o bé a qualsevol punt de la xarxa d'OGE.

#### Règim de llicència comercial:

- EC subjectes al règim de llicència comercial:
  - Noves implantacions i canvis d'activitat d'EC individuals i col·lectius ≥ 2.500 m<sup>2</sup> en TUC.

- Noves implantacions i canvis d'activitat d'EC individuals i col·lectius entre 800 m<sup>2</sup> i 2.500 m<sup>2</sup> fora TUC sempre i quan s'adeqüin a les excepcions previstes.
- Noves implantacions i canvis d'activitat d'ECS individuals i col·lectius  $\geq 5.000$  m<sup>2</sup>.
- Documentació amb relació a la comunicació:
  - Presentar formulari normalitzat adreçat a la direcció general competent en matèria de comerç.
  - Documentació:
    - Projecte bàsic redactat per una persona professional qualificada (segons el que s'estableix al Codi Tècnic d'edificació) i incorporar els paràmetres necessaris per verificar que la localització és correcta, que s'adequa als paràmetres urbanístics vigents i que s'han incorporat els criteris d'ecoeficiència necessaris.
    - Memòria i plànols generals d'emplaçament, accessos i aparcament, i també de plantes, alçats i seccions, així com la distribució de l'oferta, especificant la superfície dels locals.
    - Declaració responsable en què es declari que s'ha pagat la primera fracció de la taxa.
    - Acreditació de disponibilitat de terrenys o de l'edificació on es vol desenvolupar el projecte.
    - Acreditació si s'escau de compliment de requisits per implantar-se fora de TUC.
    - Documentació sobre impacte del projecte en la mobilitat generada.
    - Documentació sobre impacte i integració paisatgística.

#### Criteris de valoració per a l'atorgament de llicència comercial:

##### Criteris de valoració del projecte:

- **Adequació** del projecte al **planejament urbanístic** vigent (caldrà informe del departament competent).
- **Localització** en àrees territorials on estigui admès l'ús comercial (TUC).
- Estudi de **mobilitat generada** per als projectes de GECT (caldrà informe del departament competent).
- **Incidència ambiental** del projecte.
- **Impacte i integració paisatgística del projecte** (caldrà informe del departament competent).
- **Anàlisi de previsions d'aparcament, mobilitat generada, accessibilitat, zones de càrrega i descàrrega i en matèria ambients per als GEC.** Aquests requisits es desenvoluparan reglamentàriament.

### 9.1.2 Sectors de planejament amb previsió de desenvolupament urbà

La següent part d'anàlisi urbanístic està vinculat amb els futurs creixements urbans del municipi i la seva vinculació amb l'aparició de nous sectors urbans amb usos comercials ja sigui en règim de compatibilitat d'ús o ja sigui com a ús principal. Així cal analitzar:

- Previsions o actuacions per consolidar el **sòl urbà** a:
  - Al casc urbà de Roses:
    - El nucli antic del municipi.
    - La trama d'eixample urbana que hi ha al voltant del nucli històric.
    - Zona de Santa Margarida.
  - Actuacions de zones urbanes en sòl urbà o en sòl urbanitza.
- Possibilitats de desenvolupament del **sòl urbanitzable delimitat** i de localització de nous establiments/equipaments comercials.

En aquest sentit, l'interès rau en conèixer el desenvolupament del municipi i la identificació de localitzacions urbanes existents o futures que puguin determinar la implantació i, per tant, la ubicació de nous equipaments comercials al terme municipal de Roses.

Donat que aquest element és clau per al futur del municipi, en tant que és la base del futur desenvolupament i creixement de Roses, aquest apartat l'hem introduït al 2n bloc del pla estratègic, el destinat a la definició del model comercial. En aquest document entre d'altres coses s'analitzen les determinacions del POUM de Roses pel que fa a les propostes d'intervenció sobre sectors urbans de cara al desenvolupament urbà de sòl i la futura localització d'usos comercials. En aquest sentit, ens remetem al que s'analitza a l'apartat 3.7 del document 2 del Pla Estratègic de Comerç de Roses.

A més a més, en el document analitzat s'aporta informació de projectes de millora urbana (PAM o Pla d'Intervenció Integral al Casc Antic de Roses) que són elements determinants de cara a la definició del model comercial del municipi de Roses.

### 9.1.3 L'ordenança reguladora de l'ocupació del domini públic municipal en l'activitat hostalera i comercial de Roses

El mes de gener de 2010 ha entrat en vigor l'ordenança reguladora de l'ocupació del domini públic municipal en l'activitat hostalera i comercial de Roses amb l'objectiu de regular l'ocupació de la via pública per part de les activitats comercials i hoteleres implantades al municipi de Roses.

Aquesta ordenança neix com a resultat de l'excessiva ocupació de la via pública per part d'activitats comercials i hoteleres al nucli antic. Aquest aspecte, que recollim en el següent apartat, limita l'atractiu comercial de determinats carrers comercials del municipi, tot limitant el pas real de vianants, entorpint la circulació de persones i dificultant una correcta exposició de producte.

En aquest sentit, l'ordenança té per objectiu millorar l'entorn urbà en què es produeix l'activitat comercial i crear unes condicions més òptimes per ordenar l'ocupació de l'espai públic per part de les activitats regulades.

## 9.2 ANÀLISI URBANÍSTIC-COMERCIAL

En aquest apartat analitzem des d'una perspectiva micro aquells elements de l'entorn urbà que poden afavorir, o en el seu defecte, entorpir el bon funcionament del comerç urbà de la vila de Roses.

És per aquest motiu que l'anàlisi que presentem a continuació parteix, en algunes de les seves parts, d'un treball qualitatiu a peu de carrer fet als diferents barris del municipi i, concretament, als principals eixos comercials amb l'objectiu de detectar aquelles situacions que afecten, de manera positiva o negativa, en l'ús quotidià de l'espai públic, aspecte fonamental per conèixer i valorar l'accessibilitat al comerç urbà. Així, per accessibilitat entenem aquell requisit que ha de garantir que els/les ciutadans/es poden anar a fer les seves compres de manera còmode, agradable, segura i amb la possibilitat de desplaçar-se sense problemes per la ciutat. És a dir, tots aquells elements que han de permetre la continuïtat comercial.

En aquest sentit, a continuació presentem una valoració de la mobilitat pels carrers de Roses, de la circulació en vehicle, de l'oferta d'aparcament rotatori, del mobiliari urbà (senyalització comercial), les formes d'ús de les diferents possibilitats de vianantització i, en últim lloc, de la continuïtat comercial.

L'objectiu d'aquesta anàlisi és tenir conèixer la relació que hi ha entre l'activitat comercial al municipi de Roses amb l'entorn urbà per detectar aquelles situacions que en poden restar atractiu i, per tant, que actuen com elements, de context, clarament negatius per a l'activitat comercial.

Els factors d'anàlisi que es recullen són els que es descriuen a continuació:

- Àmbit d'anàlisi: zona comercial.
- Dades bàsiques sobre activitat comercial:
  - Número de comerços i % de comerços del municipi.
  - Superfície de venda i % de comerços del municipi.
  - Locomotores comercials.
  - Imatge global i específica per subsectors del comerç.
- Altres activitats terciàries de la zona.
- Equipaments municipals o privats ubicats a la zona.
- Tipus de carrers, voreres i paviments.
- Accessibilitat i mobilitat a la zona.
- Connectivitat urbana i punts de conflicte.
- Elements urbans.
- Plànol d'ubicació.
- Fotografies d'imatge comercial i d'entorn urbà.

L'anàlisi que presentem és en forma de fitxa per cadascuna de les zones analitzades a l'apartat d'oferta comercial:

- **Àmbit 1: Nucli Antic - Façana marítima.**
- **Àmbit 2: Eixample Dreta.**
- **Àmbit 3: Eixample Esquerra.**

- Àmbit 4: Carretera de Besalú.
- Àmbit 5: Santa Margarida.
- Àmbit 6: Resta del municipi.



## 1. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Nucli Antic-Façana marítima

### Descripció comercial:

- Comerços: 192 activitats (44%).
- Superfície 11.508 m<sup>2</sup> (20,5%).
- 6 carrers tenen més de 10 establiments comercials, 3 dels quals més de 29.
- El Passeig marítim no té oferta comercial: l'Avinguda de Rhode no té més de 10 activitats comercials. La majoria d'establiments són de restauració i hoteleria i de serveis.

### Altres activitats:

- Fira d'Artesans a la Plaça de Catalunya.
- Oferta àmplia de bars i restaurants.
- Presència d'hotels i hostals.
- No hi ha molts locals tancats.
- Futura implantació d'un equipament cultural al carrer de la Trinitat amb riera de Ginjolers.
- Ajuntament de Roses.

### Imatge comercial:

- Establiments comercials de petites dimensions.
- Predomini de l'equipament de l'equipament de la persona: 57%.
- Sectors quotidians: 25% de l'oferta.
- Oferta, tret d'algunes excepcions, excessivament dirigida al turisme i en bona mesura estacionalitzada.
- Excés d'exposició de producte a la via pública sovint en carrers amb una secció molt estreta que genera una imatge poc ordenada i òptima per a una bona exposició del producte. Molts establiments comercials queden tapats pels expositors i/o elements de tancament que fan servir els comerços i els bars/restaurants.
- Manca d'imatge de centre comercial de nucli antic. La única excepció és el carrer Pi i Sunyer entre la Plaça de Catalunya i la riera Ginjolers que presenta una imatge modernitzada i d'espai comercial urbà.
- Existència de 2 contextos comercials diferenciats:
  - Carrer Dr. Pi i Sunyer amb més presència de productes de marca i una oferta més modernitzada.
  - Conjunt de carrers ubicats al nucli antic (C/Sant Elm, c/Joan Badosa i Sant Sebastià).
- Presència d'alguns establiments amb una imatge antiquada i poc atractiva.



## 1. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Nucli Antic - Façana marítima

### Configuració urbana i elements d'espai públic:

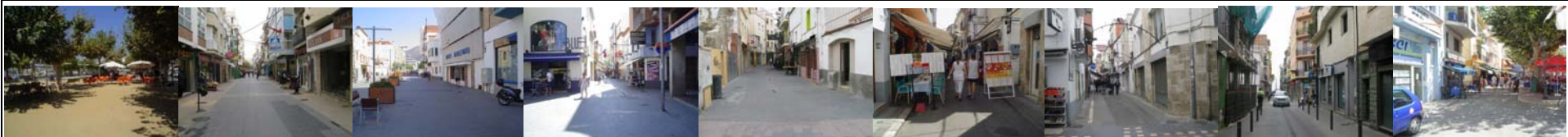
- 2 àmbits urbans diferenciats:
  - **Façana marítima** que es caracteritza per una manca de continuïtat clara al llarg dels diferents trams del passeig marítim al port.
  - **Casc Antic:** els carrers del casc antic són, majoritàriament, estrets i la majoria d'ells són d'ús exclusiu per a vianants, fet que genera força problemes d'accessibilitat per als vehicles a determinades zones.
- La configuració de carrers és la pròpia d'un nucli antic amb carrers molt estrets i amb voreres molt estretes. Molts carrers encara conserven una petita vorera que limita el pas dels vianants i genera un efecte esglaó per als comerços de la zona. L'estat de les voreres i la calçada dels carrers és regular.
- Manca d'homogeneïtat d'elements urbans que no afavoreix la idea de comerç de centre urbà. Hi ha força elements de mobiliari urbà que estan en mal estat (papereres).

### Accessibilitat i mobilitat:

- Dificultats d'accés al casc antic amb vehicle. La circulació en vehicle es produeix en forma circular a través de l'anella Avinguda de Rhode, Francesc Macià, carrer Nou i Tarragona i Lluís Companys. Es tracta d'una anella concèntrica a la principal anella de circulació al municipi de Roses que és a través de l'avinguda de Cuana i la Gran Via Pau Casals.
- Dèficit d'aparcaments públics a la zona: aparcament del moll.
- Previsió d'un aparcament soterrani a la plaça de Catalunya.
- Manca d'aparcaments de rotació en calçada (zona blava) a l'àmbit perimetral de la zona o illa de vianants del casc antic. L'aparcament és lliure.
- Al Casc antic hi ha la única illa de vianants del municipi de Roses. Aquesta s'ampliarà en el marc del pla d'intervenció integral. Molts dels carrers, però, no són de plataforma única.

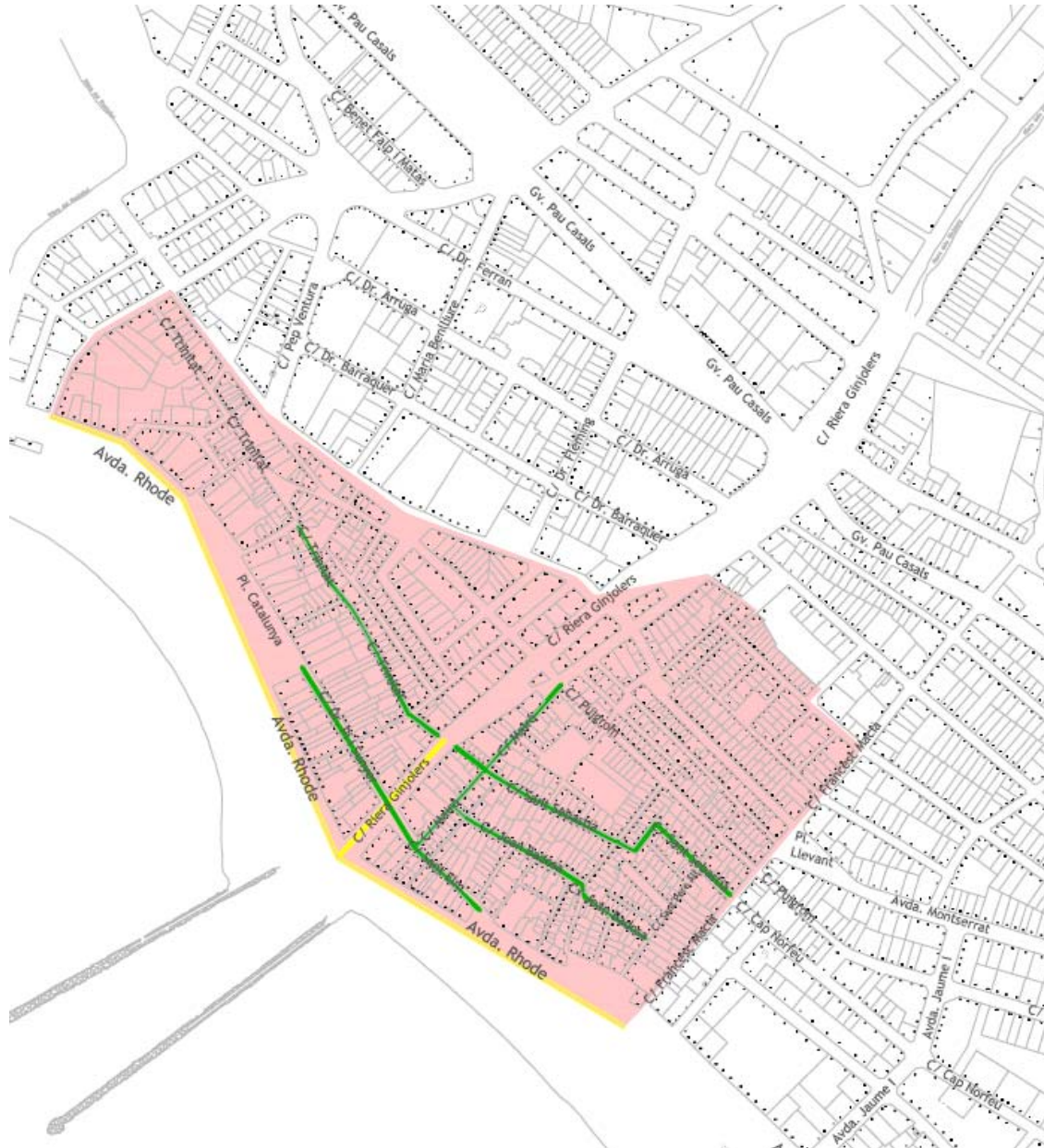
### Connectivitat i punts de conflicte:

- La façana marítima no configura un continu urbà en tota la seva extensió (entre l'avinguda Jaume I i la rotonda del Port).
- La configuració actual de la plaça de Catalunya resta atractiu a la façana marítima i no genera des d'un punt de vista urbanístic un continu urbà entre l'avinguda Rhode i el carrer del Doctor Pi Sunyer.
- La Riera Ginjolers, de moment, no connecta les diferents parts del casc antic ni esdevé una porta d'accés atractiva en cap dels dos punts on ho podria fer: Gran Via de Pau Casals i l'Avinguda de Rhode.
- L'ús excessiu de l'espai públic per part de les activitats comercials dificulta el pas dels vianants pels carrers més comercials.
- La plaça de Sant Pere, com en el cas de la de Catalunya, no és un espai de qualitat.



**1. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Nucli Antic - Façana marítima**

Plànol de situació i de carrers de màxima concentració comercial:



## 2. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Eixample Dreta

### Descripció comercial:

- Comerços: 71 activitats (16,25%).
- Superfície 9.072 m<sup>2</sup> (16,18%).
- 3 carrers tenen més de 10 establiments comercials.
- L'avinguda Jaume I és el principal carrer comercial de la zona.
- El tram més comercial és el que s'estructura en forma d'anella al voltant de les avingudes Jaume I, Montserrat i els carrers Francesc Macià i Norfeu.
- Es detecta una major presència de locals tancats.

### Altres activitats:

- Es tracta d'una zona sense equipaments públics.
- Hi ha una presència elevada de serveis financers i oficines en planta baixa ubicades als principals carrers de la zona, sobretot a l'avinguda de Jaume I. Bona part de les entitats financeres del municipi es troben en aquesta zona.
- Hi ha una oferta ample de bars i restaurants dirigits a la població resident.

### Imatge comercial:

- Es tracta d'una zona comercial clarament diferenciada de la zona del nucli antic-port. El carrer Francesc Macià és el carrer que marca la frontera entre un àmbit i un altre, la vorera oest és del nucli antic i l'est de l'eixample dreta.
- Els locals comercials són de dimensions més grans que en el cas del nucli antic i són en la majoria de casos més nous, motiu pel qual ofereixen una imatge més actualitzada.
- L'oferta comercial d'aquesta zona està dirigida a la població resident del municipi amb gamma d'oferta de productes quotidians i no quotidians. L'equipament de la persona i el quotidià alimentari són els dos sectors predominants: 27% i 24%, respectivament.
- Tot i que el nucli comercial és el format pel triangle Jaume I, Avinguda de Montserrat i Norfeu (Francesc Macià), no hi ha sensació d'espai urbà comercial per una presència elevada de serveis i oficines que trenquen la sensació de continuïtat comercial.
- Zona amb concentració comercial en un espai urbà de dimensions reduïdes. A diferència de l'eixample esquerra que té una dispersió comercial més alta.
- Es detecta una implantació creixent d'establiments comercials regentats per persones nouvingudes (basars, tot a 100, o similars).
- L'avinguda de Montserrat presenta una oferta comercial modernitzada i amb productes de marca.
- S'estan obrint establiments tipus basar regentats per persones nouvingudes.



## 2. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Eixample Dreta

### Configuració urbana i elements d'espai públic:

- Es tracta d'una zona que es configura amb illes d'edificació residencial entre mitgeres i pati interior, situades en sectors d'eixample desenvolupats com a extensió residencial del casc antic.
- L'ús principal és el residencial compatible amb activitats econòmiques en planta baixa i altres serveis.
- No hi ha elements urbans que ajudin a configurar un espai més amable amb els vianants: es detecta una manca d'elements de repòs i d'elements de jardineria que millorin la qualitat dels carrers.
- Predomina la farola amb il·luminació directa a la calçada, poc adequat per al comerç.
- Hi ha un espai destinat a l'oci d'infants a l'espai cobert continu a l'aparcament de la plaça Frederic Rahola.
- La plaça de Llevant és un espai rehabilitat que ofereix una imatge força moderna.

### Accessibilitat i mobilitat:

- Els carrers, normalment, tenen aparcament lliure a ambdues bandes de la calçada.
- Hi ha una zona habilitada específicament per a aparcament públic no vigilat ubicat a la plaça Frederic Rahola. Igualment, hi ha un solar que està provisionalment destinat a aparcament. La zona d'aparcament està senyalitzada des del carrer Jaume I.
- Les voreres als principals carrers comercials són més amples que a la resta de carrers dels voltants. Hi ha alguns carrers que tenen les voreres en força mal estat. El mateix succeeix amb la calçada.
- El paviment de les voreres de Jaume I és força antiquat i poc adaptat a les noves tendències.
- El predomini del vehicle sobre el vianant és notòria a tota la zona. Hi ha zones on el pas real per als vianants fa un metre escàs.
- Els passos de vianants sovint estan desdibuixats.

### Connectivitat i punts de conflicte:

- El Carrer Jaume I, de plataforma única, és el que connecta la zona de l'eixample dreta amb el Nucli antic. La connexió amb el nucli antic és força bona per la plaça Llevant i està en pitjors condicions per la part sud: els carrers Cap Norfeu i Pescadors tenen voreres estretes i en alguns trams en força mal estat.
- L'encreuament entre l'avinguda de Jaume I i l'avinguda de Montserrat és sovint un punt de conflicte per l'elevat pas de vehicles.
- L'Avinguda de Montserrat té una elevada concentració comercial en el tram entre Jaume I i la plaça de Llevant. Aquesta continuïtat es perd al carrer nou, on l'ús en planta baixa predominant és el residencial. Aquesta situació limita les possibilitats de connexió comercial.



## 2. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Eixample Dreta

Plànol de situació i de carrers de màxima concentració comercial:



### 3. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Eixample Esquerra

#### Descripció comercial:

- Comerços: 72 activitats (16,5%).
- Superfície: 14.184 m<sup>2</sup> (25,29%).
- La Gran Via de Pau Casals (entre la rotonda d'accés a Roses fins a la riera Ginjolers) és l'únic carrer de la zona que té més de 10 establiments comercials. Aquest carrer és un nucli d'activitat comercial i d'oci, que actua com a locomotora de la zona,
- El mercat municipal de Roses és la locomotora comercial de la zona. Amb tot, el seu impacte en nombre d'establiments comercials al seu voltant no és molt significatiu.
- Presència elevada de locals tancats.
- La presència d'operadors comercials de format mitjà: Intermarché i Caprabo.

#### Altres activitats:

- Se celebren els dos mercats de venda no sedentària de Roses; un de roba i calçat i l'altre d'alimentació.
- Centre d'oci al voltant dels cinemes de Gran Via que pot esdevenir un veritable pol d'activitat per la zona. Ara per ara, encara hi ha locals tancats als seus voltants, fet que demostra que no està suficientment explotat.

#### Imatge comercial:

- Tot i tenir dos pols d'activitat clarament delimitats: la zona del Caprabo i els cines i la zona del mercat municipal es tracta d'un espai urbà que tot i tenir oferta no ha desenvolupat una personalitat pròpia, a diferència del que passa amb el nucli antic- port i l'eixample dreta. En aquest sentit, podem dir que és una zona comercial que encara no sap què vol ser la qual ha anat configurant-se a partir de pols d'activitat concrets però sense crear una estructura comercial sòlida.
- Els nivells de continuïtat comercial són molt baixos en tots els carrers de la zona i, fins i tot, al voltant del mercat del cinema o del mercat hi ha locals tancats.
- Presència de locals comercials nous al carrer Pep Ventura que poden contribuir a consolidar la zona comercial, a través d'una major connexió entre el mercat i el carrer Tarragona.
- El carrer Tarragona com en el cas de Montserrat/Nou té una zona amb força concentració comercial, la que hi ha entre la Riera i el teatre, però a partir d'aquest equipament s'acaba.
- Presència de locutoris i de locals de basar regentats per comerciants nouvinguts.



### 3. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Eixample Esquerra

#### Configuració urbana i elements d'espai públic:

- Es tracta d'una zona que es configura amb illes d'edificació residencial entre mitgeres i pati interior, situades en sectors d'eixample desenvolupats com a extensió residencial del casc antic i amb illes tancades pròpies d'eixample. Hi ha dos àmbits diferenciats:
  - Zona d'eixample urbà proper a la zona de casc antic ubicada entre els carrers Gran Via, carretera Mas Oliva, Lluís Companys, Tarragona i riera Ginjolers.
  - Zona d'eixample Suburbà al per sobre la Gran Via on hi ha els cines i el Caprabo.
- L'ús principal és el residencial compatible amb activitats econòmiques en planta baixa i altres serveis.
- Hi ha elements de senyalització moderns que indiquen el Mercat
- El sistema d'il·luminació és sobre calçada.
- Les voreres en general són força amples i renovades, amb l'excepció de l'avinguda de Tarragona.

#### Accessibilitat i mobilitat:

- La Gran Via de Pau Casals (2 sentits de circulació) i l'avinguda de Tarragona (sentit oest-est) són les dues principals vies de circulació en vehicle per la zona. Són les dues vies que connecten l'eixample dreta i esquerra.
- El carrer Pep Ventura presenta una configuració adequada pels desplaçaments a peu per la zona i és un carrer que connecta el nucli antic amb la zona del mercat municipal i de la zona dels cinemes i el Caprabo.
- És la zona amb major oferta d'aparcaments del municipi de Roses. Alguns d'ells tenen una clara funció dissuasòria, com el de l'espai ubicat entre Miquel Oliva i Gran Via (espai on se celebra el mercadet de diumenge). Amb tot, les percepcions de les distàncies i la manca d'un itinerari urbà clar, fa que no sempre compleixin amb aquesta funció.
- El mercat i el teatre municipal tenen un zona d'aparcament.

#### Connectivitat i punts de conflicte:

- El Carrer Tarragona entre la Plaça de l'Empordà i el carrer Pep Ventura és un punt de conflicte important que limita les possibilitats de connexió amb el casc antic.
- A més, hem de tenir en compte que el carrer Tarragona és la principal via de comunicació entre l'eixample dreta i l'eixample esquerra a través de la riera Ginjolers, al marge de la Gran Via.







#### 4. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Santa Margarida

##### Descripció comercial:

- Comerços: 59 (13,5%).
- Superfície: 6.128 m².
- Només hi ha un carrer amb més de 10 establiments comercials: l'avinguda de la Gola de l'Estany. Amb tot, l'avinguda de la Platja, amb 9 establiments comercials, és el que té una major concentració comercial.
- L'activitat comercial, de serveis i d'activitats dirigides als turistes es concentra en la franja urbana més propera al mar, concretament a l'avinguda Gola de l'Estany, paral·lela al front marítim, i en algunes vies que el traspassen perpendicularment, on destaca l'avinguda de la platja.

##### Altres activitats:

- Les principals activitats econòmiques de la zona de Santa Margarida són les vinculades amb el turisme:
  - Oferta hotelera i de càmpings important.
  - Oferta de bars i restaurants de “temporada”, bàsicament dirigits als turistes.
  - També hi ha serveis dirigits a organitzar activitats d'oci per als turistes: centres turístics.

##### Imatge comercial:

- L'oferta comercial de Santa Margarida està gairebé dirigida de manera exclusiva a la població turística. Bona part de l'oferta comercial, i també de l'oferta complementària, obre només en les temporades més fortes a nivell turístic. En aquest sentit, l'impacte de l'efecte de l'estacionalització de l'oferta per als residents és major que en d'altres indrets del municipi. Durant la temporada d'hivern hi ha força locals tancats.
- El quotidià alimentari i l'equipament de la persona són els dos sectors predominants d'aquesta zona, amb un 36 i 26% de l'oferta respectivament. Amb tot, bona part de l'oferta, com ja hem dit, es dirigeix a la població turística.
- La façana marítima es caracteritza per tenir molt pocs serveis i activitats terciàries i la relació amb el carrer comercial (avinguda de la Gola), és molt baixa, sovint connectada per zones d'aparcament.
- Sovint els establiments comercials tenen una imatge poc modernitzada i amb un punt de venda poc ordenat des d'un punt de vista de l'exposició de producte.



#### 4. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Santa Margarida

##### Configuració urbana i elements d'espai públic:

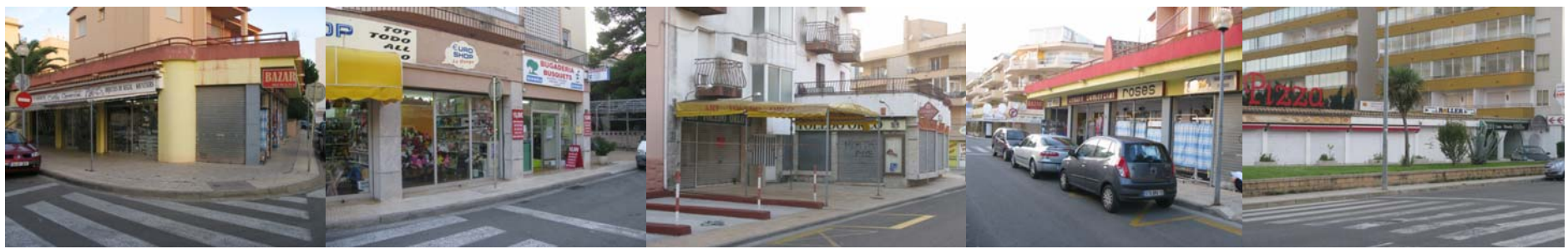
- Es tracta d'una zona d'habitatge plurifamiliar aïllat en què l'ús dominant és el residencial i l'ús comercial només està permès en la categoria de petit establiment comercial.
- Santa Margarida i Salatà és una zona amb predominància d'usos de segona residència (residencial plurifamiliar) i turístics (ús hotel·ler).
- El sector del Salatà és on es concentra l'activitat terciària i va ser el primer en desenvolupar-se urbanísticament.
- A excepció de la façana marítima, hi ha una manca clara d'espais lliures per fomentar activitats a peu de carrer i les interrelacions.
- Els elements urbans són escassos i sovint de poca qualitat.

##### Accessibilitat i mobilitat:

- La principal via d'accés a Santa Margarida i, concretament, al sector del Salatà i la zona més comercial és a través de l'Avinguda de la Platja. L'avinguda de la Gola de l'estany, l'Avinguda de la Bocana i l'avinguda de la platja permeten fer el circuit al voltant de l'àmbit comercial.
- Les zones d'aparcament estan habilitades en tres carrers que donen accés directe a la platja de Santa Margarida. La zona que manté una major interrelació amb l'activitat comercial és la ubicada a l'avinguda de la platja. La resta de carrers tenen aparcament lliure a banda i banda de carrer.
- Els principals problemes d'estacionament es produeixen d'una manera molt accentuada en les èpoques de més afluència de turistes.
- Manca de carrers pensats per al vianant i que fomentin un circuit de passeig al llarg de l'àmbit. Les voreres sovint són molt estretes.

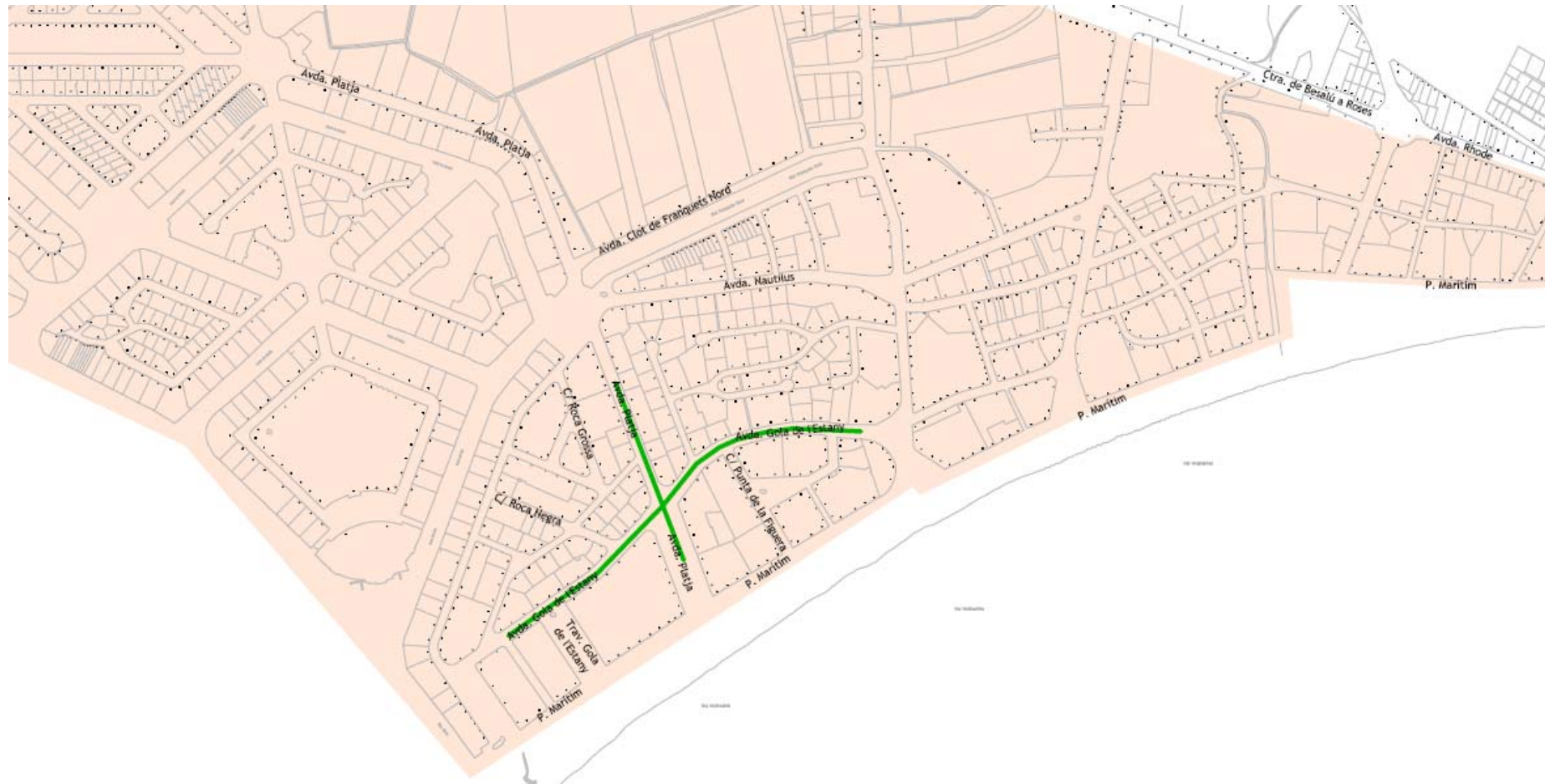
##### Connectivitat i punts de conflicte:

- La façana marítima a Santa Margarida s'ha consolidat sense un projecte comú i vertebrador i s'ha desenvolupat en paral·lel a l'aparició de les diferents urbanitzacions turístiques. Avui dia encara no té una urbanització de qualitat.
- Baixa relació entre l'avinguda Gola de l'Estany i la façana marítima des d'un punt de vista de l'urbanització i de la connexió urbana.



#### 4. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Santa Margarida

Plànol de situació i de carrers amb més concentració comercial:



## 5. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Carretera

### Descripció comercial:

- 10 establiments comercials (2,3%).
- Superfície: 12.087 m<sup>2</sup> (21,5%).
- Es tracta, en bona mesura, d'establiments comercials de gran format comercial

### Altres activitats:

- Hi ha activitats vinculades amb l'oci i la nàutica.

### Imatge comercial:

- Es tracta d'una zona comercial amb una configuració pròpia d'establiments comercials ubicats en sectors reservats per a usos d'activitats terciàries o de zona de polígon: zona perifèrica-poligonal.
- Hi ha 5 establiments dels 21 establiments comercials de més de 400 m<sup>2</sup> de la vila de Roses.
- 4 d'aquests establiments es corresponen a establiments de quotidià alimentari. Segons la nova tipologia d'establiments comercials del Decret llei 1/2009, de 22 de desembre, d'ordenació dels equipaments comercials, aquests es classifiquen de la manera següent:
  - 3 establiments són de gran format comercial entre 1.300 m<sup>2</sup> i 2.500 m<sup>2</sup>: Mercadona, Caprabo i Lidl.
  - 1 establiment de gran format comercial territorial > 2.500 m<sup>2</sup>: Carrefour.



## 5. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Carretera

### Configuració urbana i elements d'espai públic:

- Es tracta d'una zona comercial ubicada a la principal via d'accés del municipi de Roses: la carretera de Besalú a Roses. Per tant, es tracta d'una zona comercial perifèrica-poligonal que s'estructura al voltant de la carretera. Des d'un punt de vista de sectors urbans, la zona pertany a dos àmbits diferenciats:
  - Sector al sud de la carretera que es correspon al **sector Santa Margarida i Salatà** en què hi ha sòl urbà amb ús terciari i sòl urbanitzable delimitat (SUD 10), i zona residencial propera (habitatge d'ordenació específica i plurifamiliar).
  - Sector al nord de la carretera que es correspon al **sector del Cortijo** en que hi ha un polígon d'actuació (on s'ubica actualment dues superfícies comercials-PA 10) i dos sectors de sòl urbanitzable delimitat (SUD 14 i 15).
- Es tracta per raons òbvies d'una zona amb configuració de carretera i, per tant, sense elements urbans característics d'una zona comercial urbana. Són els propis establiments comercials els que se n'encarreguen de configurar un espai comercial als seus voltants: amb elements de senyalització o il·luminació propis.

### Accessibilitat i mobilitat:

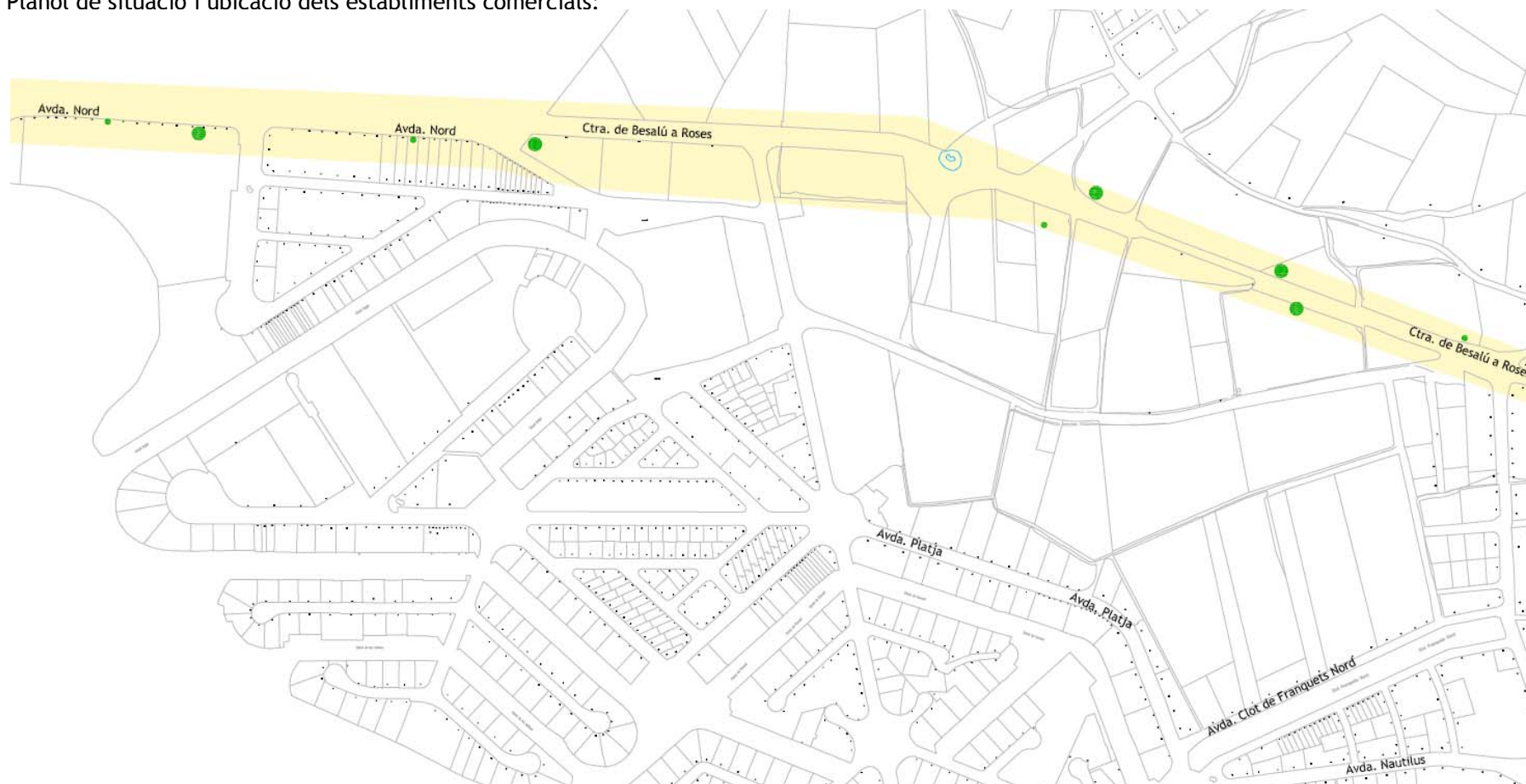
- És una zona comercial ubicada al principal accés viari al municipi de Roses des de Girona-Figueres.
- Els diferents establiments comercials tenen habilitades zones pròpies d'aparcament reservades per als clients.

### Connectivitat i punts de conflicte:

- Es tracta d'una zona, ara per ara, totalment desconnectada des d'un punt de vista urbà amb el sector de la vila.

## 5. ANÀLISI URBANÍSTICO COMERCIAL: Zona Carretera

Plànol de situació i ubicació dels establiments comercials:



### 9.3 CONDICIONS DE MOBILITAT I ACCESSIBILITAT A LES ZONES COMERCIALS

Segons consta al POUM de Roses i en diversos documents de l'Ajuntament de Roses, l'aparcament al municipi de Roses és una de les principals problemàtiques degut a la saturació d'oferta de places d'aparcament sobretot al casc urbà.

A aquest fet se li suma el comportament estacionalitzat de la demanda d'aparcament a les èpoques de l'any amb més aflluència de turistes.

D'altra banda, la mobilitat interna a peu per les zones comercials del municipi de Roses presenta una situació doble:

- D'una banda hi ha carrers que actualment estan vianantitzats o que tenen prioritat de pas de vianants ubicats al nucli antic i a la façana marítima del municipi, els quals encara que tinguin ara per ara alguna mancança presenten unes condicions força òptimes per al pas de vianants.
- D'una altra banda, la resta de carrers no vianantitzats del casc urbà i de la zona de Santa Margarida (allà on hi ha més activitat comercial) els carrers presenten les característiques següents:
  - Voreres estretes
  - Manca de guais de vianants i passos de vianants inexistents o mal pintats amb la sensació d'inseguretat que això comporta.
  - Manca de mobiliari urbà i sovint mal emplaçat.
  - Ocupació excessiva de l'espai públic per part dels vehicles.

Pel que fa a la millora urbana de carrers, com veurem al document 2 del pla estratègic de comerç, la zona del casc antic té un pla d'intervenció integral que implicarà la millora urbana de molts carrers de la zona i l'ampliació de l'actual xarxa de carrers vianantitzats. Igualment, el PAM contempla la millora urbana de tres carrers molt importants des de l'òptica comercial:

- El projecte de reurbanització del carrer Sant Sebastià.
- La urbanització del tram superior de la Riera Ginjolars.
- Finalització del passeig marítim i reordenació tant pel que fa a vialitat com a zones d'aparcament.

A la següent pàgina presentem la representació gràfica de les principals condicions d'accés al municipi a les zones comercials de Roses, les zones habilitades per a aparcament (distingint categories d'aparcament), els principals carrers de mobilitat interna i els carrers existents pel que fa a carrers per a vianants.



Plànol de condicions de mobilitat i accessibilitat al municipi de Roses.

