

**Estudi sobre l'impacte econòmic,
comercial i social del
Mercat Central de València
Presentació dels principals resultats
Juliol, 2015**



I. Objectius de l'estudi.



- ▶ **Analitzar el paper econòmic, comercial i social del Mercat Central de València, a través de l'estimació de les principals variables explicatives: volum de negoci, ocupació generada, quotes de mercat, afluències de visitants, impacte econòmic sobre altres sectors, impacte fiscal, etc.**
- ▶ **Analitzar el paper del Mercat com un equipament comercial singular, atractor turístic i dinamitzador de l'economia de la ciutat de València.**
- ▶ **Caracteritzar els operadors del Mercat i als seus clients habituals.**

II. Metodologia.

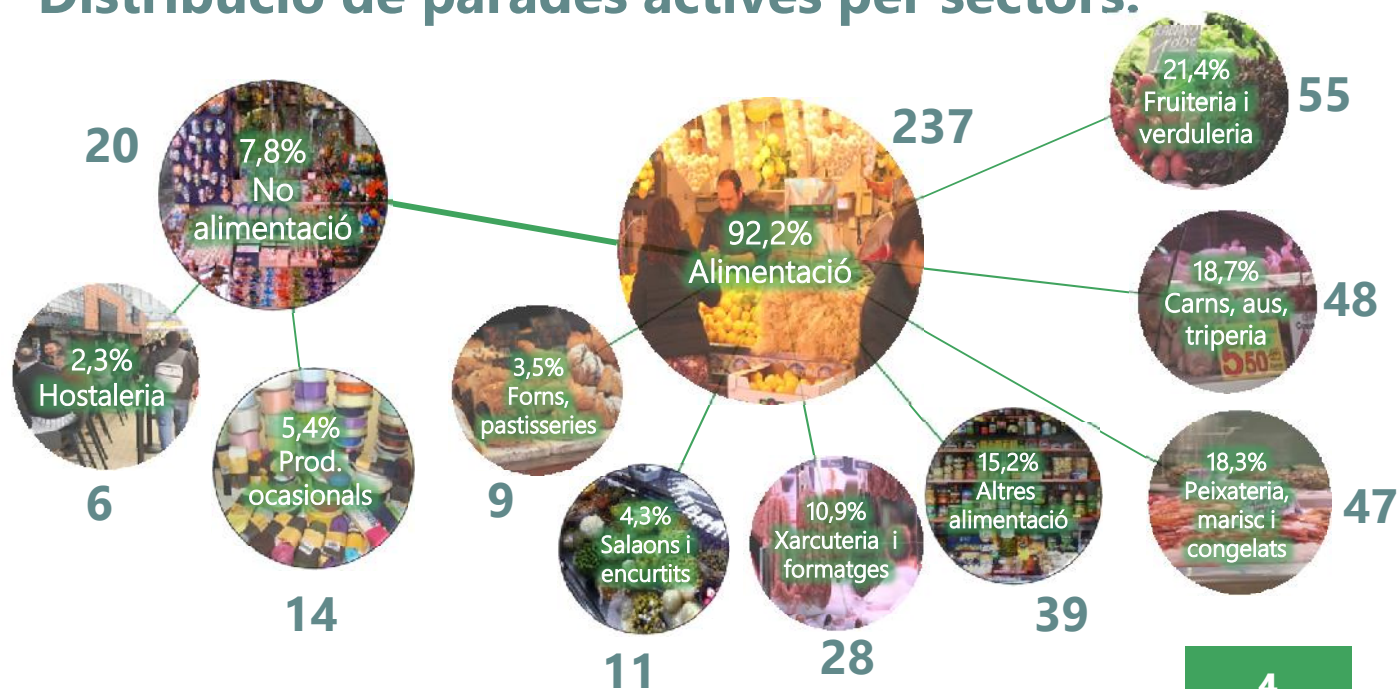


- ▶ **Enfocament des d'una triple dimensió: econòmica, comercial i social.**
- ▶ **Fonts d'informació:**
 - Informació facilitada per l'Associació de Venedors del Mercat.
 - Enquesta a operadors del Mercat (Setembre - Novembre 2014).
 - Censos d'activitats al Mercat i entorn urbà (Maig 2015).
 - Enquesta a clients habituals del Mercat (Maig 2015).
 - Recompte d'afluències de visitants (Novembre-Abril 2015).

II. Dades bàsiques del Mercat. Llocs i parades.



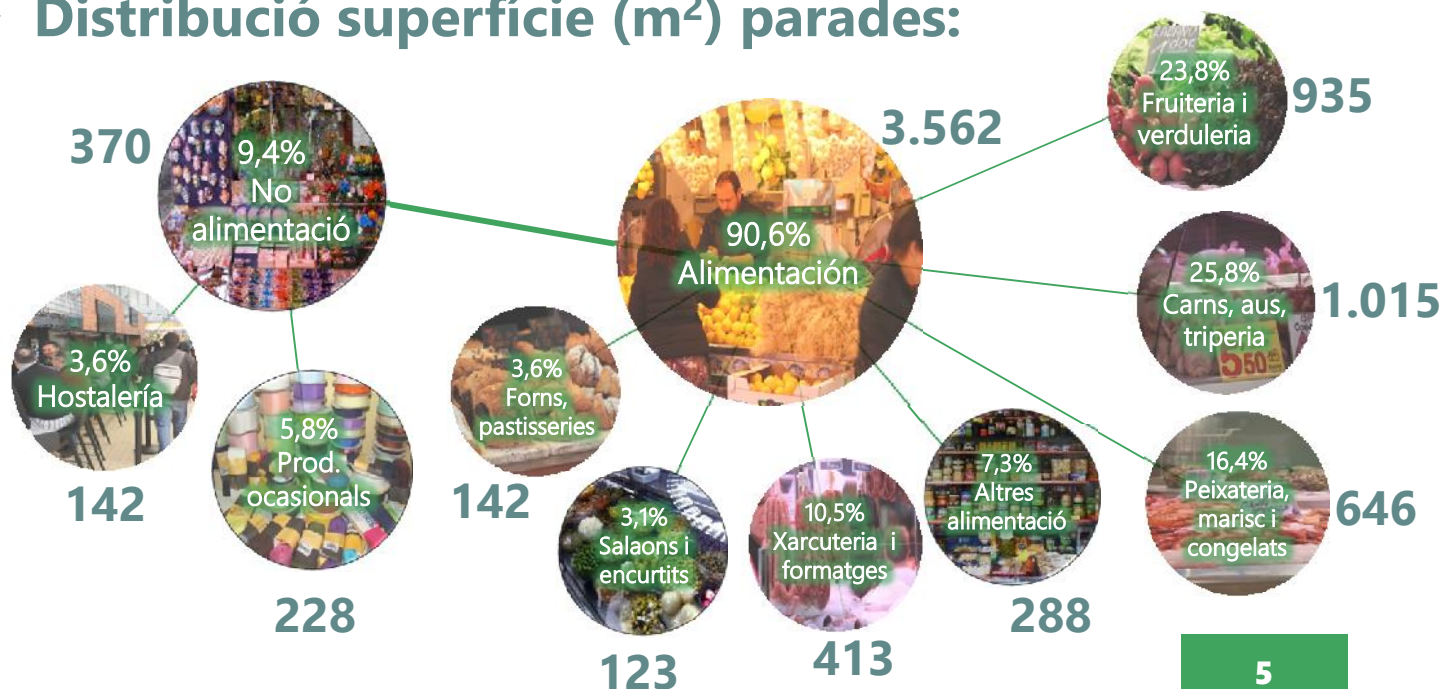
- ▶ **Nombre de llocs: 1.219.**
- ▶ **Nº de parades (cens març 2015): 270.**
 - ▶ Actives: 257 (95,2%).
 - ▶ Inactives: 13 (4,8%).
 - ▶ Mitja de llocs per parada: 4,5.
- ▶ **Distribució de parades actives per sectors:**



II. Dades bàsiques del Mercat. Superfícies.



- ▶ Superfície total: 15.850 m².
- ▶ Superfície zona comercial: 8.160 m².
- ▶ Superfície parades: 4.116,4 m².
 - ▶ Actives: 3.931,8 (95,2%). 15,3 m² /parada.
 - ▶ Inactives: 184,6 (4,8%).
- ▶ Distribució superfície (m²) parades:



III. L' impacte econòmic. Variables analitzades.



L' impacte econòmic.

- ▶ **Estimació del volum de negoci anual.**
- ▶ **Impacte del Mercat sobre altres activitats econòmiques.**
- ▶ **Impacte sobre l'ocupació.**
- ▶ **Impacte fiscal.**

III. L'impacte econòmic. Estimació del volum de negoci.

- ▶ S'ha estimat que el volum de negoci anual del Mercat se situa entre 56 i 70 milions d'euros.
- ▶ Això suposa una productivitat mitjana d'uns 250 mil euros per parada i de 149 mil euros per empleat.
- ▶ El 95% de les vendes les genera l'alimentació i d'aquesta el 89% l'alimentació fresca.



III. L'impacte econòmic. Efectes sobre altres activitats econòmiques.



- ▶ L'activitat comercial del Mercat genera efectes econòmics en diferents sectors de l'economia que es poden traduir en impactes monetaris.
- ▶ Això supose un augment de la demanda dels sectors proveïdors de béns i serveis amb el consegüent efecte sobre l'increment de rendes i creació d'ocupació.
- ▶ L'any 2014 s'ha estimat que l'efecte o impacte econòmic del Mercat es va situar al voltant dels 98 milions d'euros.
- ▶ Per cada euro que es va vendre al Mercat es van generar 0,45 euros addicionals d'impacte en l'economia.

III. L'impacte econòmic. Efectes de dinamització de l'entorn.



- ▶ Al Barri del Mercat es localitzen 1.316 activitats econòmiques, de les que 816 són del sector comercial i de l'hostaleria que operen a peu de carrer.
- ▶ Un important conjunt d'activitats es beneficien de la seva proximitat al Mercat: 477 negocis es localitzen en una àrea de 5', dels quals 291 són comerços. Aquests negocis podrien estar generant uns 600 llocs de treball directes.
- ▶ 141 es localitzarien en l'entorn més proper (carrers veïns), amb una activitat íntimament lligada als fluxos de visitants i compradors. Generen uns 260 llocs de treball directes.

III. L'impacte econòmic. Generació d'ocupació.



Ocupació directa:
455 llocs de treball

+

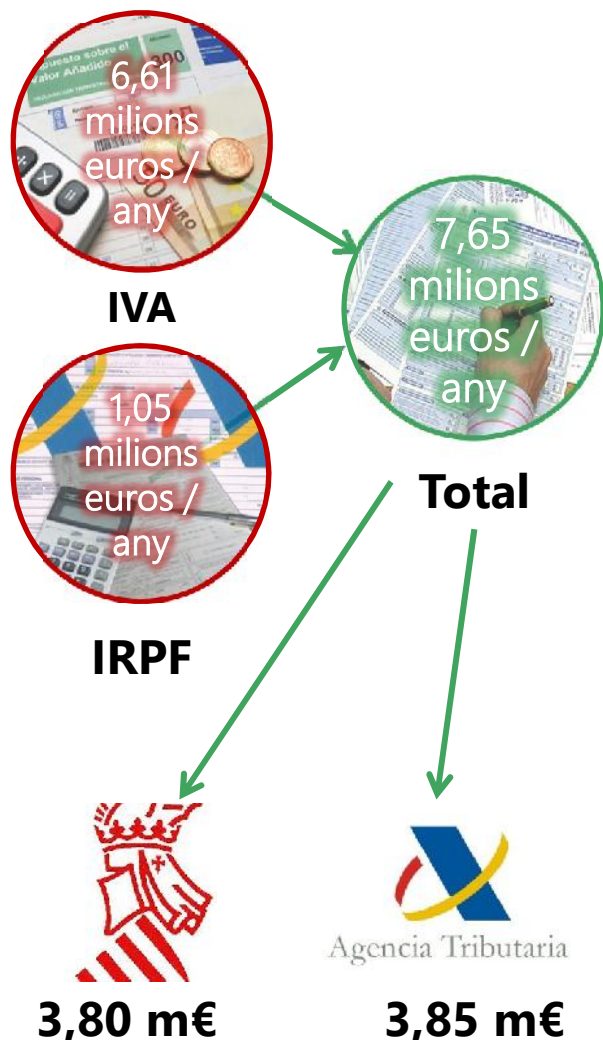


Total ocupació indirecta i induït:
560-760 llocs de treball

**Total:
1.015- 1.215 llocs d.t.**

- ▶ Globalment, el Mercat estaria generat entre 1.000 i 1.200 llocs de treball, dels quals al voltant de 450 serien llocs de treball directes.
- ▶ Això suposa una mitjana de 1,8 llocs de treball directes per parada.
- ▶ El Mercat és un dels principals centres de treball en el sector de la distribució comercial a la ciutat de València i de la Comunitat.
- ▶ El Mercat és més intensiu en la creació d'ocupació directa que altres fórmules comercials: crea 1 ocupació per cada 18 m² de superfície de venda davant l'1 per cada 34 m² de mitjana en el sector valencià.

III. L'impacte econòmic. L'impacte fiscal.



- ▶ L'estimació de l'impacte fiscal s'ha centrat en dos dimensions: l'IVA per l'activitat comercial del Mercat i estimació dels ingressos generats per l'IRPF dels empleats i professionals.
- ▶ Per l'IVA s'estimen uns ingressos fiscals de 6,61 m€ i per IRPF, 1,05 m€ anuals. En total es generen uns ingressos fiscals al voltant dels 7,65 m€ anuals, dels quals 3,85 m€ anirien a les arques estatals (50,4%) i 3,80 m€ a les autònòmiques (49,6%).
- ▶ A aquestes quanties caldria afegir altres taxes o impostos de caràcter local, relacionades amb els subministraments (aigua, sanejament, electricitat, gas), així com altres taxes o imposicions fiscals de menor quantia.

IV. L'impacte comercial. Variables analitzades.

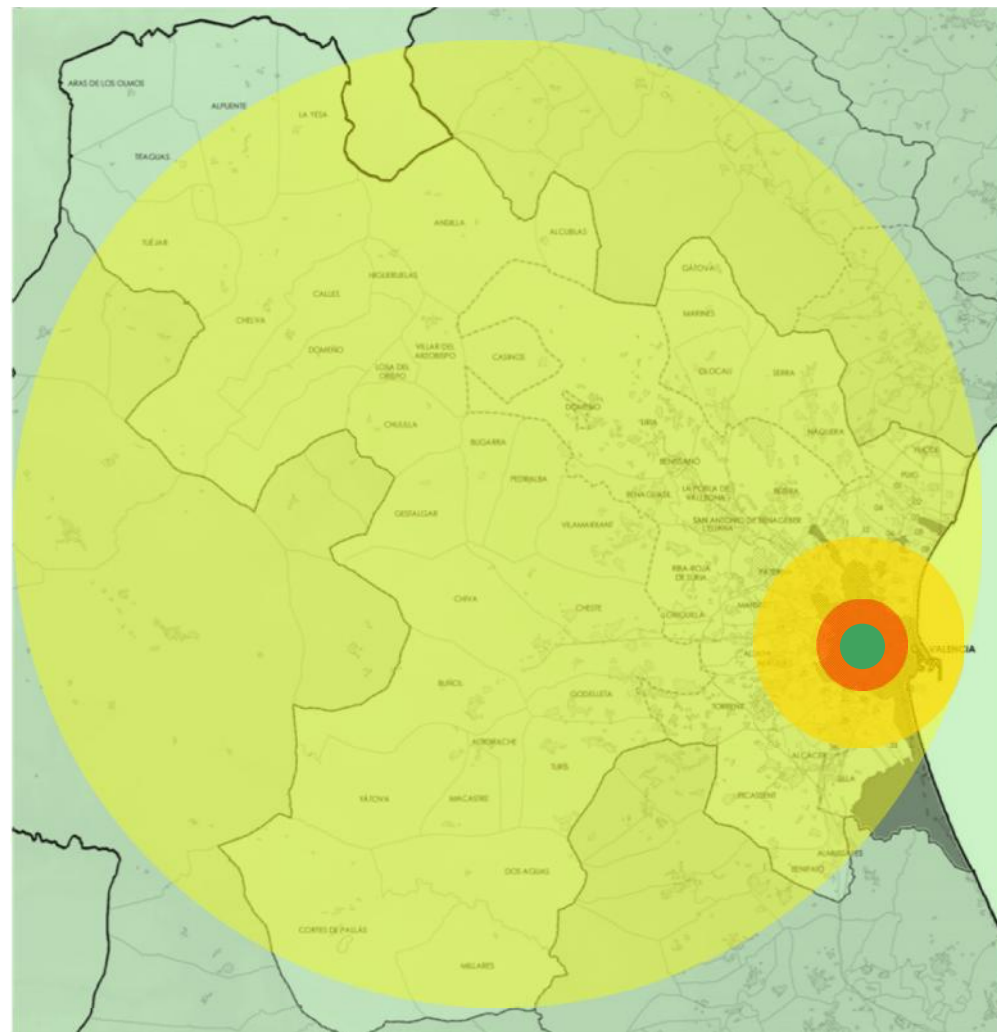


L'impacte comercial.

- ▶ Àrea d'influència del Mercat.
- ▶ Afluència de visitants.
- ▶ Perfil del comprador habitual del Mercat.
- ▶ Quota de mercat estimada.

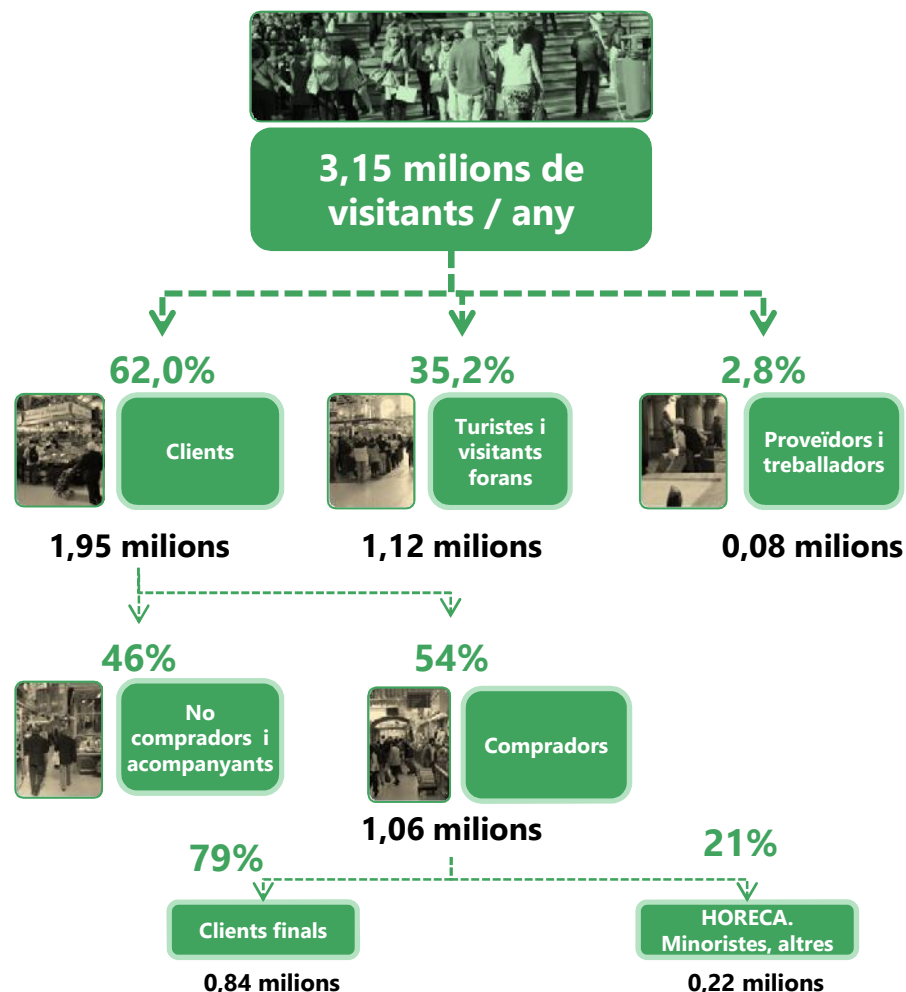
IV. L'impacte comercial. Àrea de influència del Mercat.

- ▶ **Àrea d'influència primària:**
districtes de Ciutat Vella i
Extramurs (74.523 persones).
- ▶ **Àrea d'influència secundària:**
resta de la ciutat de València
(712.778 persones).
- ▶ **Àrea d'influència terciària:**
Àrea Metropolitana d'IC de
València (AFC): 53 municipis i
895.634 hab.
- ▶ **Població total de l'àrea
d'influència: 1,68 milions de
persones (2014).**



IV. L'impacte comercial. Afluència de visitants.

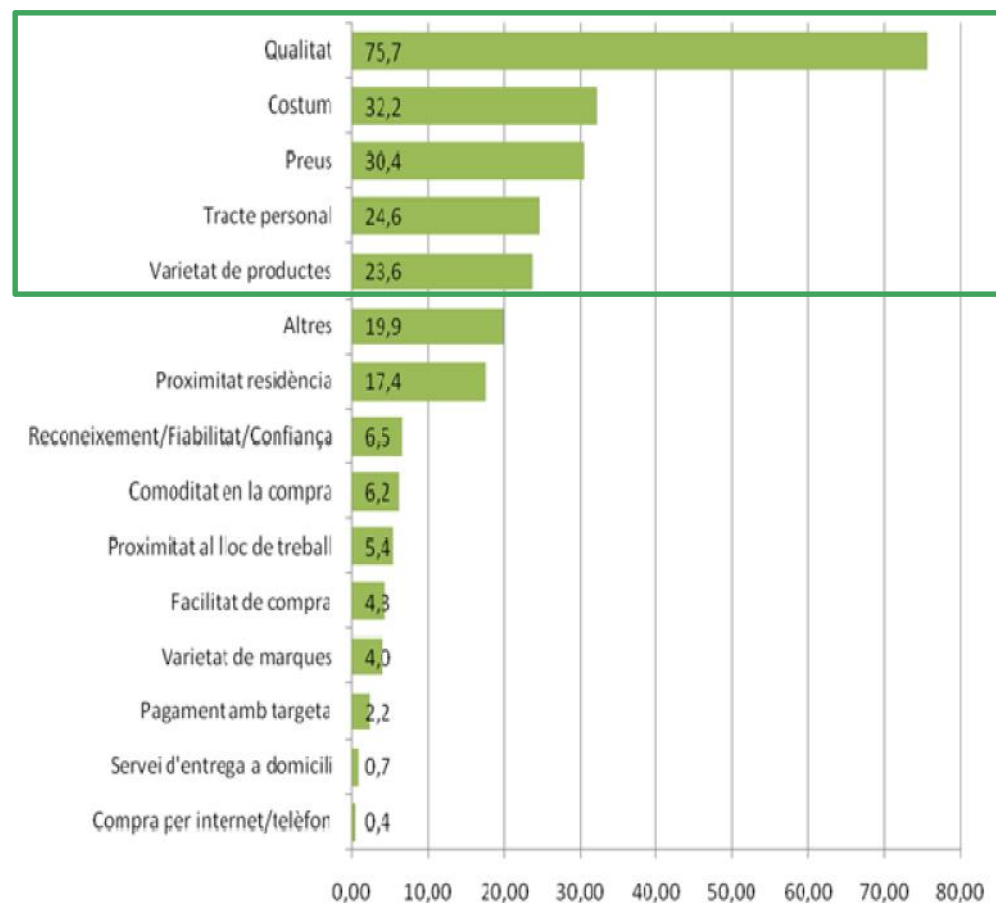
- ▶ El Mercat rep 3.150.000 de visites anuals, amb una mitjana setmanal al voltant de 60.000 visites.
- ▶ D'aquests, 1.950.000 (62%) són clients o acompanyants. El 54% realitzen alguna compra al Mercat.
- ▶ El Mercat compta amb 840.000 clients finals i 220.000 clients del sector HORECA, minoristes i altres.
- ▶ Rep 1,12 milions de turistes o visitants no procedents de l'AIC.
- ▶ 41% dels visitants en els últims 4 mesos de l'any.



IV. L'impacte comercial. Perfil del comprador habitual.

- ▶ Edat mitjana: 53 anys. 32% menys de 44 anys / el 38% 60+ anys.
- ▶ Dones (56,5%) / Homes (43,5%).
- ▶ El 74% inactius (jubilat, mestressa de casa, aturats, estudiants). Mida mitjana del llar: 2,7 persones.
- ▶ **Fidelitat:** 48% compra dos o més vegades per setmana. Un altre 37% una vegada a la setmana. 57% compra sempre en les mateixes parades.
- ▶ **Proximitat:** 85% resideixen a València. 52% vénen caminant / 34% en transport públic. 25% en cotxe.
- ▶ **Dimarts i dijous dies preferits (21,4%).** El 31% sense dia preferit de compra. Hora preferida: 9 - 11 hores (35,1%). Només un 5% prefereix entre les 7 i les 9 hores.
- ▶ Tiquet mig de compra: 52,7 €.
- ▶ **Alta satisfacció:** 4,1 / 5.
- ▶ **El millor:** Atenció, neteja, horari i preus.
- ▶ **El pitjor:** Promocions, temperatura, circulació interior i accessos.

▶ Motius per a comprar al Mercat:



IV. L'impacte comercial. Quota de mercat estimada.

- ▶ 2.469 comerços d'alimentació especialitzada en la ciutat de València (2014).
- ▶ Quota en superfície: 3,3% de l'oferta d'alimentació fresca a la ciutat i el 37,5% al districte de Ciutat Vella.
- ▶ Despesa en alimentació i begudes dels valencians: 1.297 m€ (2013). Despesa per càpita: 1.607 €/any.
- ▶ Quota de mercat a la ciutat: 3,3%-5,2% i en l'AIC (inclou la ciutat de València): 1,6-2,5%.



1er operador per punts de venda agrupats

3,3%
superfície comercial d'alimentació



3,3%- 5,2%
demanda comercial

V. L'impacte social. Variables analitzades.



L' impacte social.

- ▶ Posició respecte a altres mercats.
- ▶ El Mercat com a recurs turístic.
- ▶ Impacte en la producció local.
- ▶ Gastronomia i consum responsable.
- ▶ Impacte com equipament de proximitat.
- ▶ Impacte en xarxes socials.

V. L'impacte social. Posicionament respecte a altres mercats.



Mercat Central. València.



Mercat de la Boqueria. Barcelona.



Mercat Central. Alacant.



Mercado de Atarazanas. Málaga.



Mercado Las Verónicas. Murcia.



Mercado La Plaza. Almeria.



Mercado de Abastos. Compostela.



Merc. Central Lanuza. Zaragoza.



Mercado de la Ribera. Bilbao.



Mercado Central Salamanca.

- ▶ **El Mercat Central ocupa els primers llocs del rànquing de Mercats nacionals.**
- ▶ **Lidera el conjunt de mercats caracteritzats per ser centrals, ubicats en edificis històrics i que mantenen una oferta centrada en l'alimentació fresca.**

V. L'impacte social. Posicionament respecte a altres mercats.

- El Mercat es troba entre els primers mercats d'alimentació d'Europa. Encara que hi ha diferències notables entre ells pel que fa a l'antiguitat, posicionament, dimensions o mix comercial, tots són llocs de referència en l'àmbit comercial i gastronòmic en les seves respectives ciutats i pols d'atracció tant per a residents com per els visitants.



**Borough Market.
Londres.**



**Mercado Central.
Budapest.**



**Torvehallerne.
Copenhague.**



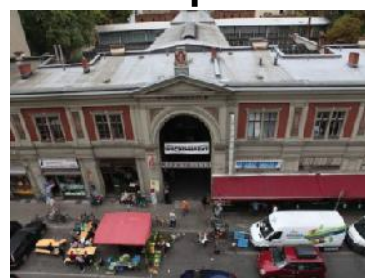
**Les Halles.
Lyon.**



**Markthal.
Rotterdam.**



**Naschmarkt.
Viena.**



**Markthalle Neun.
Berlín.**



**Le March  des
Enfants Rouges.
Paris.**



**Mercato Centrale.
Firencia.**



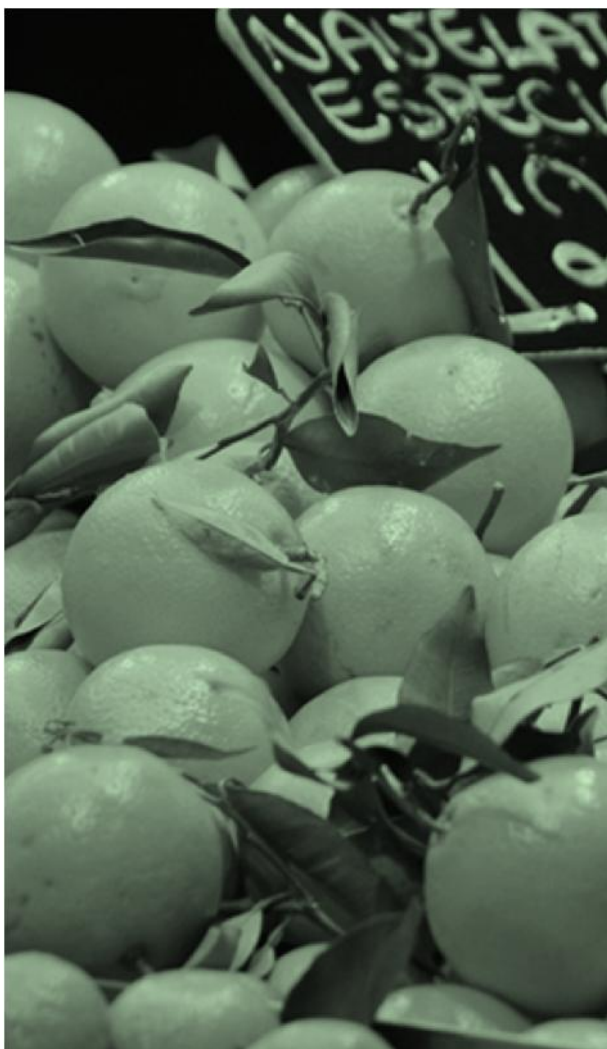
**Feskekorka.
Gothemburg.**

V. L'impacte social. El Mercat com a recurs turístic.



- ▶ El Mercat Central és un dels principals atractius turístics de la ciutat de València, amb 1,12 milions de turistes i visitants forans:
 - ▶ Rep m s de 92.000 turistes mensualment.
 - ▶ Amb 3,15 milions de visites, rep m s visites que el Museu de les Ciències Príncep Felipe (1,6 m.) , L' Oceanogràfic (1,0 m.) , El Bioparc (0,52 m.) , la Llotja (0,49 m.) ...
 - ▶ El 50,6% dels turistes que van visitar la ciutat de València afirmen que han visitat o visitaran el Mercat.
 - ▶ El 54% dels turistes coneixen els productes gastronòmics tradicionals de València.
 - ▶ Major propensió a comprar per part dels turistes que viatgen de forma lliure.

V. L'impacte social. Impacte en la producció local.



- ▶ El Mercat contribueix a mantenir l'activitat agrícola a petita escala en l'entorn (l' Horta) i ajuda a promocionar i donar a conèixer els productes locals entre els consumidors.
- ▶ Un 32,2% dels venedors ofereixen algun producte local entre les seves referències.
- ▶ Un 12,8% dels operadors ofereixen principalment productes de producció pròpia.
- ▶ Un 23,6% realitza la compra dels principals productes a menuts empresaris productors de l'entorn, incloent l'adquisició a cooperatives de producció local.
- ▶ L'oferta de productes locals garanteix al consumidor una major qualitat dels productes, una alimentació d'acord al cicle natural del mateix i un menor impacte ecològic: menys transport, manipulació, envasos,...

V. L'impacte social. El consum responsable i la gastronomia.



- ▶ **El Mercat ofereix un ampli assortiment de productes: S'ha estimat que més de 6.500 referències:**
 - ▶ Un 35,7% de les parades del Mercat disposa de productes d'una qualitat alta. Un 24,7% de paradistes ofereix productes gourmet.
 - ▶ Un 11,0% de parades ven algun producte certificat amb DO (Denominació d'Origen).
 - ▶ Un 15,1% ofereix productes de producció ecològica.
 - ▶ Un 13,7% ofereix productes exòtics.
- ▶ **S'estima que el 15% dels compradors procedeixen del canal Horeca (hotels, restaurants i cafeteries).**
- ▶ **El Mercat dona a conèixer receptes típiques valencianes on s'incorporen productes típics locals, sobretot fruites i verdures, mariscs i peixos i embutits de la zona.**

V. L'impacte social. El Mercat com a equipament de proximitat.



- ▶ El Mercat exerceix una funció significativa com a equipament de proximitat, per als barris del Mercat-El Pilar / Velluters i Carne.
- ▶ Això és especialment important per a la població més gran que té més dificultats per accedir a altres ofertes comercials:
 - ▶ Població resident en aquests barris: 14.292 habitants (2014). 19,5% de la població de 65+ anys (2.786 persones).
 - ▶ 17,4% compra al Mercat per la proximitat al domicili.
 - ▶ 38% del comprador habitual del Mercat de 60+ anys.
 - ▶ 56,2% dels compradors de 60+ compren dues o més vegades per setmana.
 - ▶ 13% compradors resideixen en llars unipersonals. El 21,9% en el cas dels 60+ anys.
 - ▶ 35,1% dels compradors són jubilats.

V. L'impacte social. El Mercat a les xarxes socials.

Mercado Central
●●●●● 2.830 Opiniones | N.º 1 de 224 cosas que
Edificios con valor arquitectónico, Mercadillos, Compras, Monum

Resumen Opiniones (2.830) Preguntas y respues



Experiencias destacadas del colaborador

Calificación de los visitantes

Excelente	1748
Muy bueno	905
Normal	154
Malo	16
P�simo	7

- ▶ El posicionament d'una web en els principals motors de recerca és fonamental en la imatge de marca d'un negoci empresa.
- ▶ El Mercat té un bon posicionament en les xarxes socials i un ampli recorregut de millora:
 - ▶ 671.000 resultats en recerca de Google.
 - ▶ 122 ressenyes a Google.
 - ▶ 2.840 opinions en Tripadvisor (Certificat d'Excel·lència).
 - ▶ Presència en Wikipedia i Instagram.
 - ▶ 7.628 seguits a Facebook. 13.807 visites.
 - ▶ 2.093 seguidors a twitter (3.953 tweets des de 2012).
 - ▶ 15 vídeos a Youtube. 18 subscripcions i 2.997 visualitzacions des de 2013.

V. L'impacte social. El Mercat a les xarxes socials.

Mercado Central
●●●●● 2.830 Opiniones | N.º 1 de 224 cosas que
Edificios con valor arquitectónico, Mercadillos, Compras, Monum

Resumen | Opiniones (2.830) | Preguntas y respues



Experiencias destacadas del colaborador

Calificación de los visitantes

Excelente	1748
Muy bueno	905
Normal	154
Malo	16
Pésimo	7

- Posicionament favorable dels visitants (Tripadvisor):

“Una alegría para los sentidos”

“Me encanta”

“Sin dudas un imperdible de valencia”

“Bonito mercado con grandes propuestas”

“No es sólo un mercado!!”

“Estupendo”

“Un mercado auténtico, uno de los que ya no quedan”

“Mercado con sabor y olor :-)”

“Mercado Central una maravilla”

“Precioso”

**Estudi sobre l'impacte econòmic,
comercial i social del
Mercat Central de València
Presentació dels principals resultats
Juliol, 2015**

David Forés Marzá
pateco@camarascv.org

