

Estudi Comerç Immigrant
Lleida 2010
Resum

Objectius de l'estudi

- Obtenir informació sobre els establiments comercials i de serveis
- Quina és la seva distribució, localització i especialització.
- Establir futures propostes de treball per aquests col·lectius

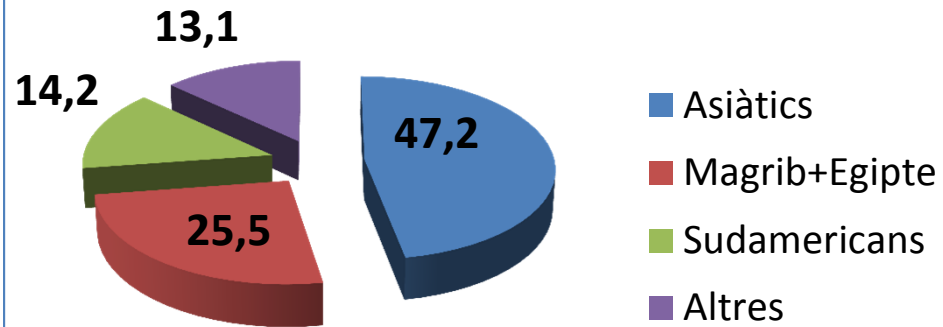
Metodologia

- Treball de camp de identificació de tots els establiments comercials i de serveis de Lleida (total: 302 –en plànols-)
- Enquestes per tal de conèixer les característiques dels establiments i propietaris (212 vàlides, 70%)

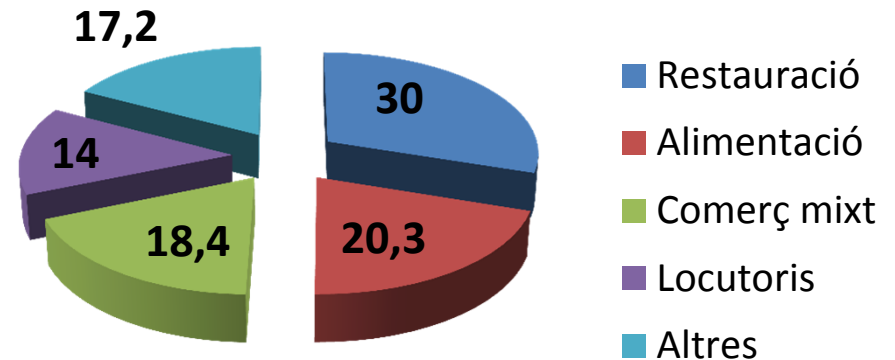
Distribució població immigrant

CODI	NOM BARRI	TOTAL POBLACIÓ PER BARRIS	PES DEL ESTRANGERS SOBRE CIUTAT
1	CENTRE HISTORIC	10.492	15,87%
2	RAMBLA FERRAN - ESTACIO	3.842	4,83%
3	UNIVERSITAT	11.996	9,65%
4	PRINCEP DE VIANA - CLOT	11.970	12,19%
5	INSTITUTS - TEMPLERS	7.407	5,14%
6	XALETS - HUMBERT TORRES	4.342	3,03%
7	CAMP D,ESPORTS	4.838	3,12%
8	JOC DE LA BOLA	3.356	0,58%
9	MARIOLA	11.742	9,76%
10	BALAFIA	13.442	9,96%
11	SECA DE SANT PERE	3.994	2,20%
12	PARDINYES	12.633	6,97%
13	CAPPONT	11.609	6,95%
14	LA BORDETA	12.849	6,52%
15	MAGRANERS	2.485	0,85%
16	CAPPONT-POLIGON-VILANOV.	2.431	1,30%
17	BUTSENIT	1.558	0,19%
18	TORRES DE SANUI	2.504	0,24%
19	BASSES D,ALPICAT	1.933	0,31%
20	LLIVIA	1.472	0,13%
21	RAIMAT - SUCHS	1.054	0,20%
	TOTALS	137.949	100,00%

Nacionalitats

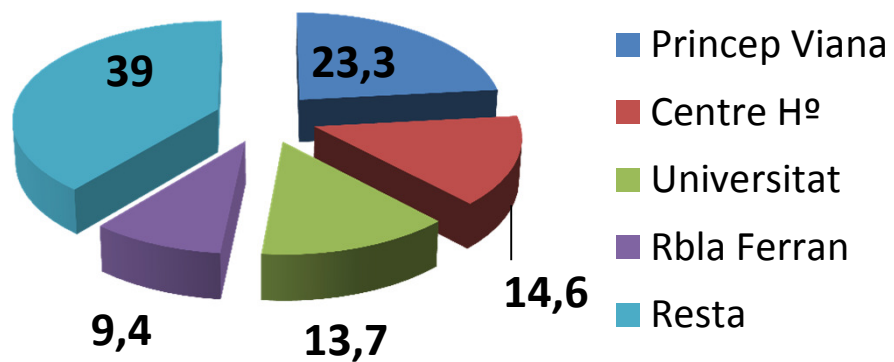


Activitat

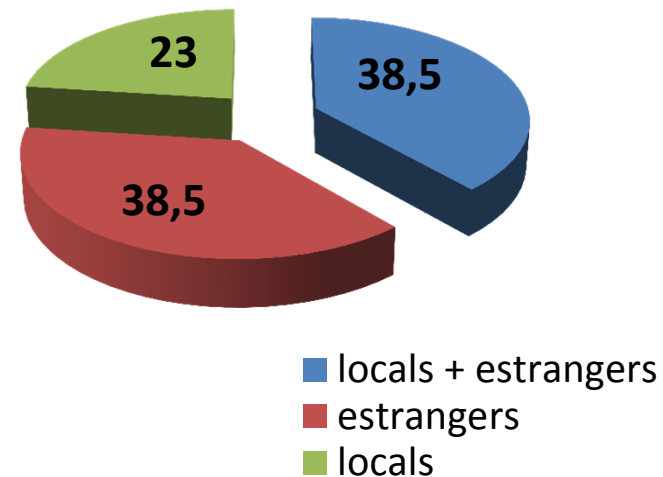


Resultats estudi

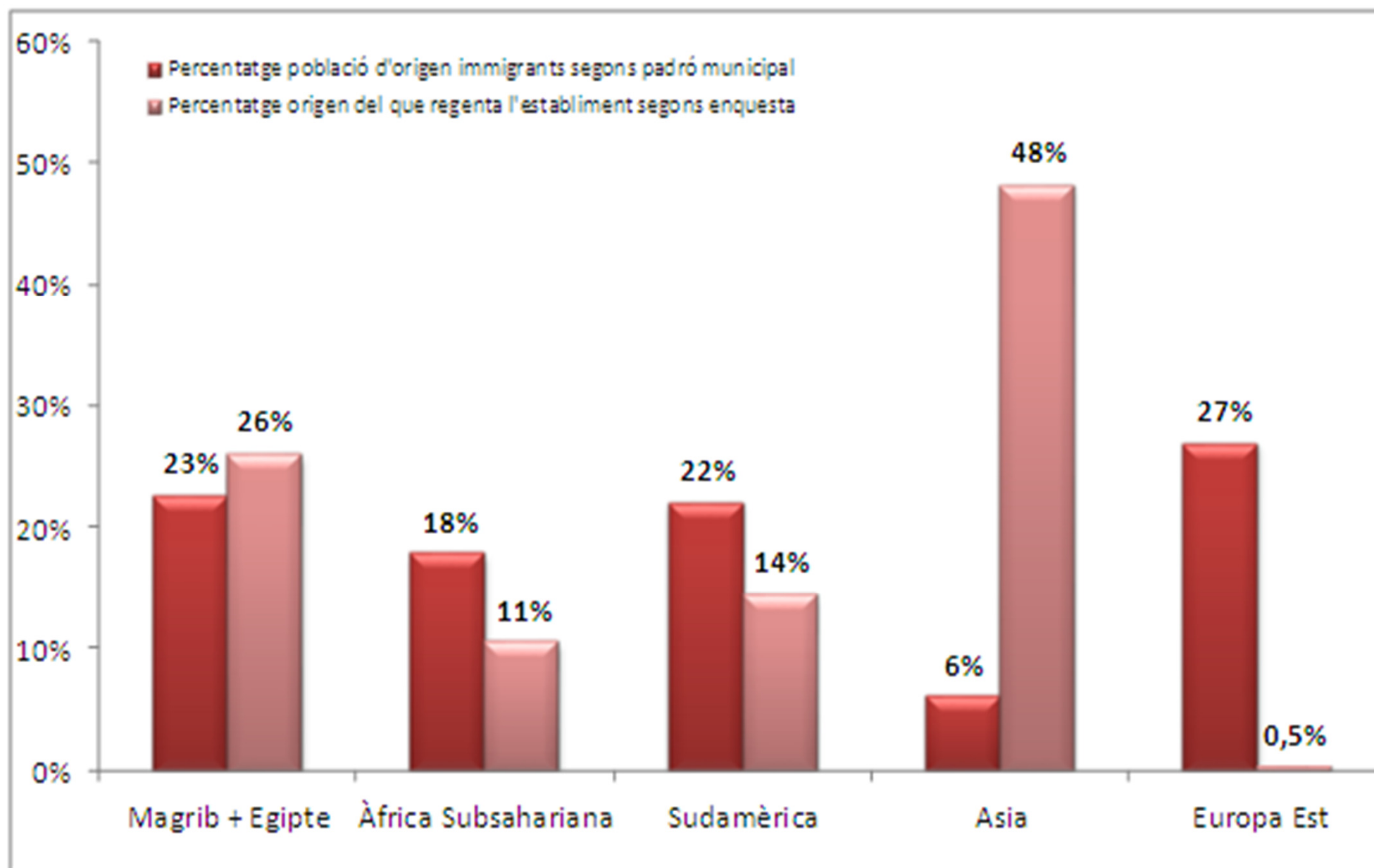
Barris



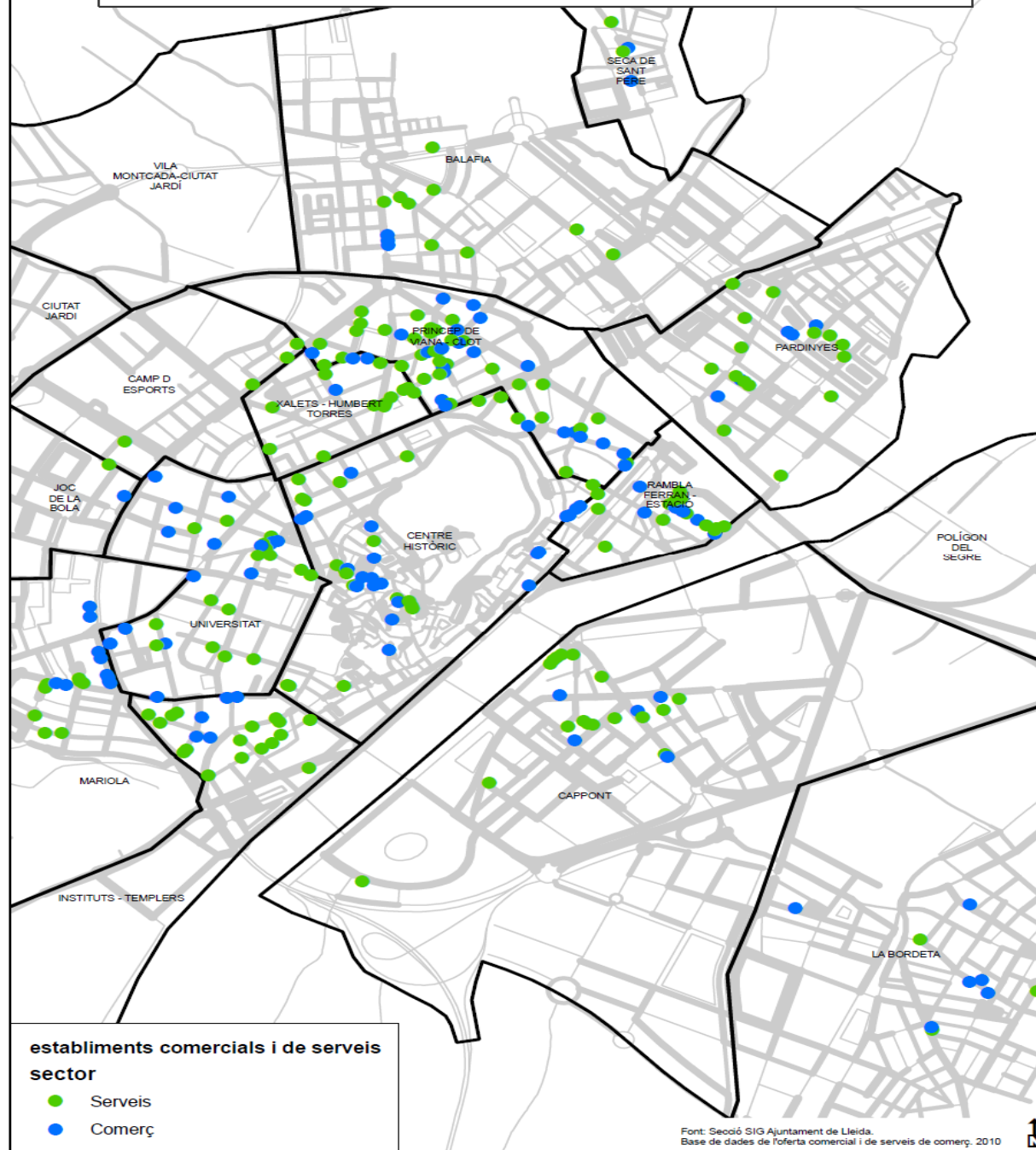
Clientela



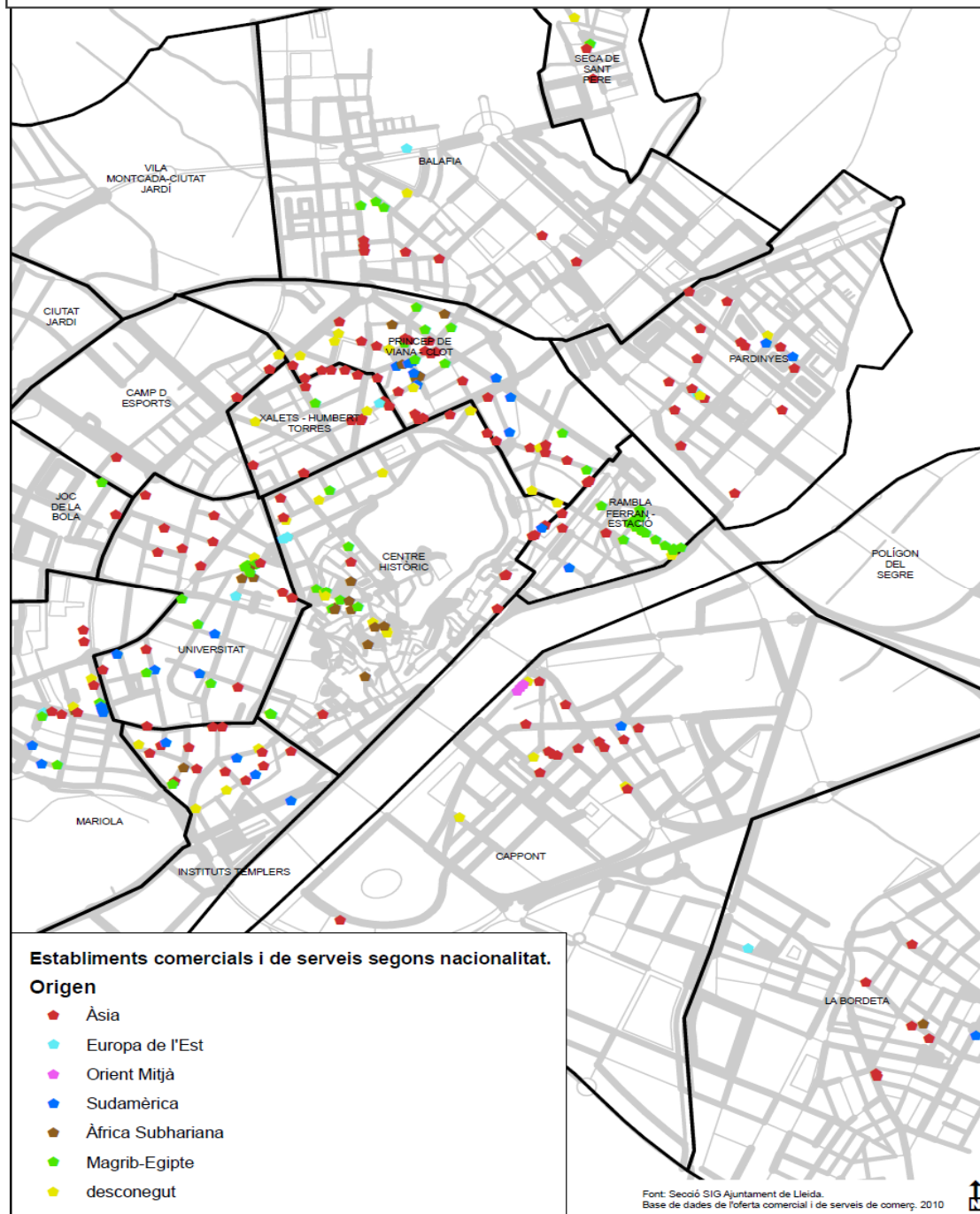
Comparativa % origen immigrants (padró/enquesta)



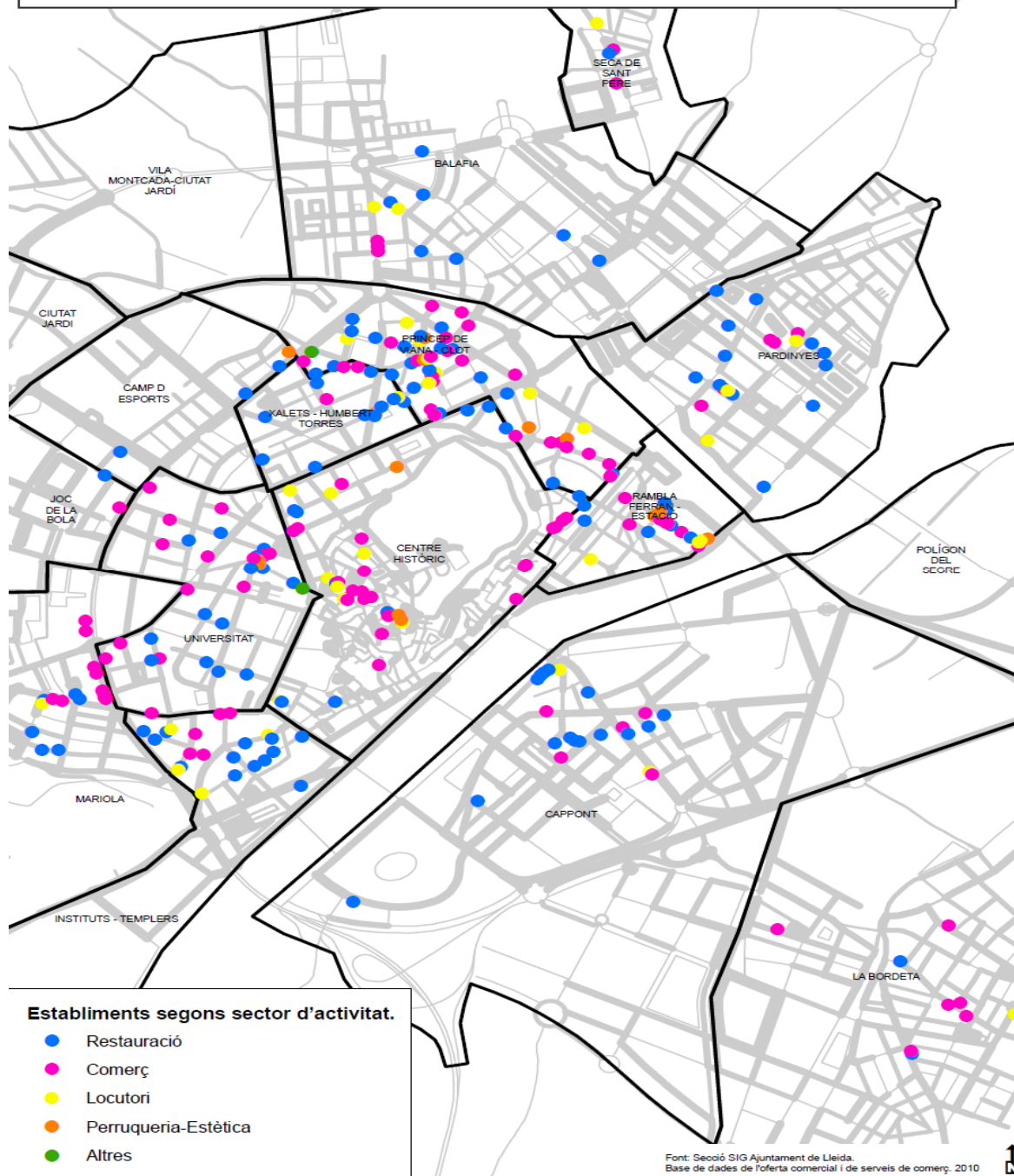
LOCALITZACIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL I DE SERVEIS REGENTADA PER IMMIGRANTS EN EL MUNICIPI DE LLEIDA SEGONS SECTOR. ANY 2010



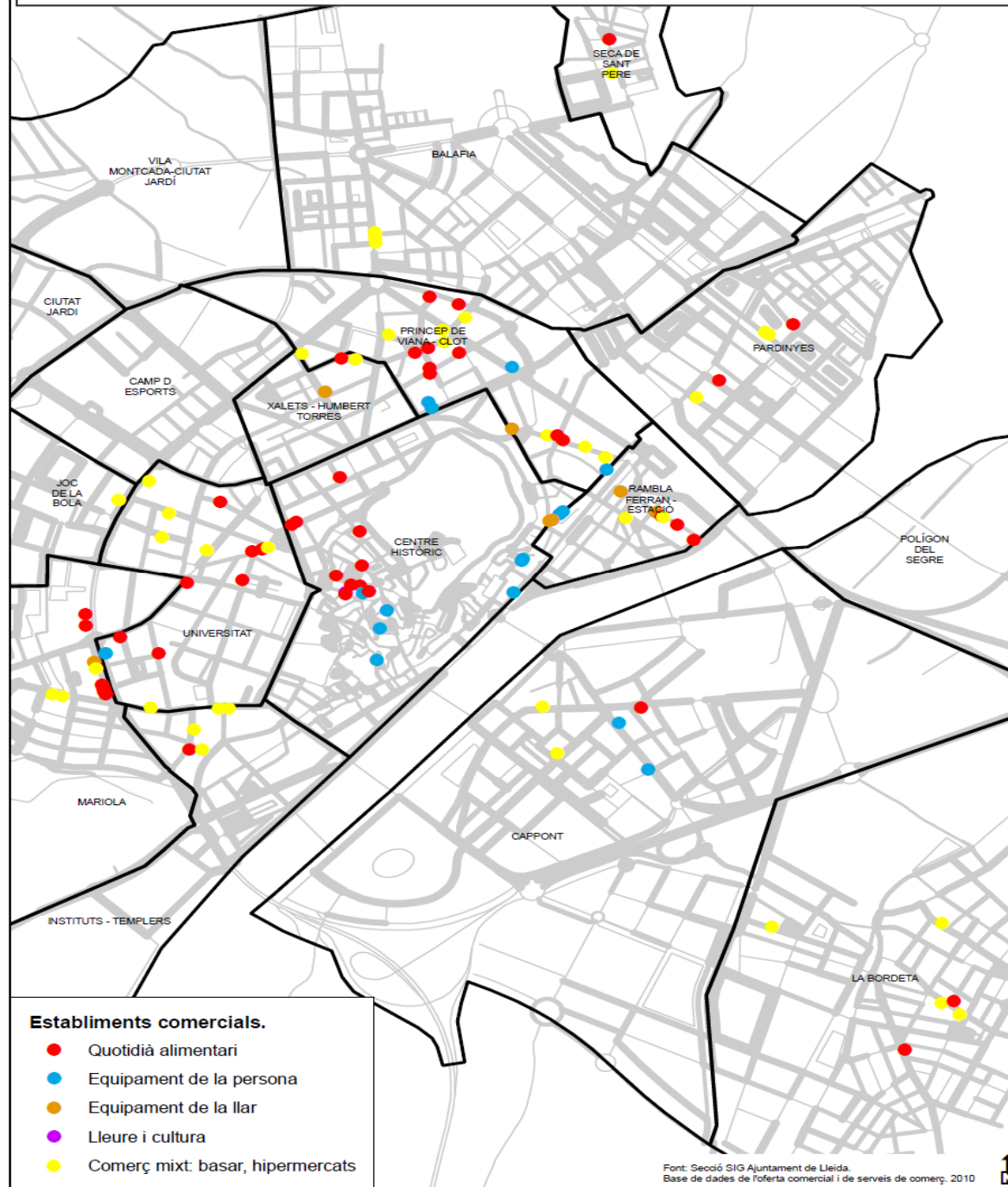
**LOCALITZACIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL I DE SERVEIS REGENTADA PER IMMIGRANTS EN EL MUNICIPI DE LLEIDA
SEGONS NACIONALITAT. ANY 2010.**



LOCALITZACIÓ DE LES ACTIVITATS COMERCIALS I DE SERVEIS REGENTADES PER IMMIGRANTS EN EL MUNICIPI DE LLEIDA SEGONS SECTOR D'ACTIVITAT. ANY 2010.



**LOCALITZACIÓ DE LES ACTIVITATS COMERCIALS REGENTADES PER IMMIGRANTS EN EL MUNICIPI DE LLEIDA.
ANY 2010.**



Resum àmbit comerç

- La major part de les activitats comercials són establiments d'alimentació, queviures i supermercats adreçats a una clientela ètnica i no pas generalista, especialment els regentats per magribins.
- En el sector comercial, no s'estableix una correlació entre el tipus d'activitat i el barri de residència, si bé es cert que trobem zones amb una elevada concentració de comerços que tenen una especial vocació d'atenció a les necessitats dels clients de la seva comunitat-.
- En els darrers 2 anys s'ha produït una “occidentalització” de l'estètica de alguns establiments. especialment de mitjanes superfícies especialitzades en equipament de la persona (roba i calçat).
- En els darrers anys hi ha hagut un retrocés dels basars en benefici dels establiments especialitzats en equipament de la persona (roba i calçat, especialment).

Resum àmbit serveis

- El sector predominant és el de restauració (63%) , seguit dels locutoris (28%), perruqueries i estètiques (9%).
- Les activitats de serveis com locutoris telefònics combinen l'activitat amb serveis d'Internet o enviament de remeses.
- Les perruqueries ètniques treballen amb una vocació de clientela global (no té perquè ser de la seva mateixa comunitat), a l'igual que passa en altres activitats les seves tarifes reduïdes atrauen a una clientela autòctona i generalista.

Conclusions

- El col·lectiu immigrant compra en establiments locals productes d'abastiment quotidià.
- Els establiments de comerç alimentari , ofereixen una activitat comercial, especialitzada, que es dirigeix a una demanda local (estrangera).
- Domini del sector serveis, especialment el de restauració sobre el conjunt de les activitats econòmiques regentades per estrangers.
- En general, la integració de les activitats econòmiques regentades per estrangers és positiva, no ha produït cap tipus de conflicte.
- En els darrers anys, la creació de moltes empreses obeeix a la necessitat de via de sortida de subsistència de forma de guanyar-se la vida.
- Majoria de les activitats econòmiques de l'estudi tenen un empresari autònom sense assalariats.
- El públic es en molts casos estranger; amb tendència al local per preu.
- Els establiments comercials regentats per estrangers són botigues de “barri”, amb una funció de comerç de proximitat.
- Comerciants no afiliats a les associacions de comerciants dels barris.
- Sistemes de finançament: recursos propis/recursos informals.