



EL SECTOR HOTELER DE L'AMB MOSTRA PERSPECTIVES POSITIVES PER AL TERCER TRIMESTRE DE L'ANY

- L'informe "Clima empresarial a l'Àrea Metropolitana de Barcelona. Situació del segon trimestre i perspectives del tercer trimestre de 2011" s'ha presentat avui per primera vegada

El tercer trimestre de l'any presenta unes perspectives positives al sector hotelier en l'àrea metropolitana, segons l'informe "Clima empresarial a l'Àrea Metropolitana de Barcelona. Situació del segon trimestre i perspectives del tercer trimestre de 2011", presentat avui pel president de la Cambra de Comerç de Barcelona, Miquel Valls, i la tinent d'alcalde d'Economia, Empresa i Ocupació de l'Ajuntament de Barcelona, Sònia Recasens.

L'objectiu d'aquest informe, elaborat per la Cambra de Comerç de Barcelona amb el suport de l'Ajuntament de Barcelona, és conèixer trimestralment de manera ràpida la situació de les empreses i les seves perspectives a l'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB). Es tracta d'una informació única i que amplia les dades disponibles per aquesta àrea. L'informe analitza l'evolució de les principals variables empresarials als sectors de la indústria, la construcció, el comerç al detall, l'hoteleria i els serveis a les empreses de l'AMB. La font d'informació és l'Enquesta de Clima Empresarial de la Cambra de Comerç de Barcelona i l'IDESCAT i la metodologia està explicada a <http://www.idescat.cat/pub/?id=clem&m=m>.

Evolució al segon trimestre

En quant als resultats, destaca especialment **el comportament del sector hotelier amb relació a la resta de sectors analitzats**, com a conseqüència de la bona temporada de setmana santa i del començament de l'estiu. El sector hotelier està creant llocs de treball, registra un augment de la facturació i la inversió, i evoluciona més favorablement que al conjunt de Catalunya.

D'altra banda, cal subratllar que **la caiguda de la inversió s'ha vist frenada** després de la forta davallada que ha sofert des del començament de la crisi. Aquesta millora ha estat afavorida pel creixement de la inversió al sectors industrial i turístic.

Perspectives per al tercer trimestre

La indústria i els hotels presenten perspectives de millora de la marxa de negoci per al tercer trimestre, sobretot el segon sector.

En concret, el **sector hotelier** ha registrat un percentatge de respostes positives del 32% enfront el 14% de respostes negatives. Així mateix, el sector preveu un creixement de la facturació per segon trimestre consecutiu.

Les perspectives a la **indústria**, en general, han millorat respecte a un any enrere. Destaca la lleugera millora de les perspectives de la marxa dels negocis per al tercer trimestre: el percentatge de



respostes positives ha estat del 26% enfront el 21% de negatives, percentatges millors que els d'un any enrere (del 19% i del 17%, respectivament).

Així mateix, les **perspectives d'exportació** a la indústria són lleugerament positives, amb un 21% de respostes que assenyalen que les exportacions augmentaran, superior al 18% que assenyalen un descens per al tercer trimestre.

Factors que limiten la bona marxa dels negocis

La dificultat més important que afronten les empreses a l'AMB és la **feblesa de la demanda**, encara que es manté estable i no és tan rellevant com ho va ser durant el 2009, moment àlgid de la crisi.

L'**augment de la competència** és el segon factor més assenyalat com a limitador de la marxa dels negocis a l'AMB. A més guanya rellevància i se situa en un màxim des del començament de la crisi, ja que és assenyalat pel 47% de les empreses el segon trimestre. Els sectors més afectats per l'augment de la competència són els hotels i la construcció.

Les **dificultats de finançament** és el tercer factor més rellevant com a limitador de la marxa dels negocis tot i que perden una mica de pes continuen sent importants. Passa de ser assenyalat pel 34% de les empreses de l'AMB el primer trimestre a ser-ho pel 31% el segon. El sector més afectat continua sent el de la construcció, on afecta al 41% de les empreses.

L'**augment dels costos de la producció** pràcticament s'equipara en rellevància a les dificultats de finançament. És assenyalat pel 30% de les empreses el segon trimestre.

Creació de l'Agència de Desenvolupament Econòmic a l'Àrea Metropolitana

Amb l'aprovació de la llei metropolitana l'agost de 2010, l'Àrea Metropolitana de Barcelona assumeix com a competències pròpies les activitats i serveis necessaris per a fomentar les activitats econòmiques, promoure l'ocupació i la creació d'empreses en els camps de la indústria, el comerç, els serveis i els recursos turístics. Tot això amb la participació dels agents econòmics, socials i institucionals per tal d'afavorir la modernització, la recerca i la innovació. És per aquest motiu, i per la necessitat de buscar respostes a l'actual situació de crisi, que el Consorci de l'AMB es marca com a estratègia treballar en l'impuls de **polítiques coordinades de promoció econòmica**, creant sinèrgies entre administracions locals, provincials, Generalitat i sector privat.

Per acomplir aquest objectiu, es planteja la creació d'una Oficina tècnica especialitzada, que serà l'embrió de l'Agència de Desenvolupament Econòmic de l'àrea metropolitana de Barcelona.

Es busca una política d'orientació compartida entre les que ja formen part la promoció econòmica de Barcelona i les treballades a través del Pla Estratègic Metropolità. Es tracta de sumar sinèrgies entre una capital com Barcelona, que vol aprofitar la tasca executiva de la seva promoció econòmica i posar-la al servei també del seu entorn, conjuntament amb la definició estratègica treballada des de el Pla.



L'Agència de Desenvolupament Econòmic de l'Àrea Metropolitana s'hauria de centrar en els següents focus d'actuació:

- ✓ **Promoció exterior** i internacional de l'economia de Barcelona i els seus entorns oferint **oferta competitiva de sòl, infraestructures i actius metropolitans** capaços d'atraure **inversió. Internacionalització** de les empreses de l'AMB i suport a l'obertura de nous **mercats internacionals**.
- ✓ **Promoció econòmica interior** (promoció, comerç i emprenedoria): l'Oficina hauria d'assumir un rol de coordinació i millorar la coherència de les polítiques locals, així com i proporcionar un pla estratègic de desenvolupament econòmic.

L'Agència tindrà com a principals funcions:

- ✓ Fomentar la coordinació de les polítiques de promoció econòmica per evitar duplicitats i aprofitar recursos (coordinació inter-administrativa)
- ✓ Donar impuls a la col.laboració público-privada
- ✓ Fer estratègia i planificació
- ✓ Realitzar el seguiment de les polítiques o mesures implantades
- ✓ Coordinació i implementació del Pla Estratègic Metropolità i del desenvolupament i estratègia de màrqueting de la marca Barcelona.