



Mercats de Barcelona

INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS DE BARCELONA

INNOVACIÓ EN L'ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES EN BENEFICI DEL CIUTADÀ

Alguna vegada va necessitar a última hora aquell rap fresc o aquells mangos madurs que sempre compra al mercat municipal del seu barri i es va trobar amb les parades tancades? Potser, llavors, va coincidir amb moltes altres persones, amb un horari tan difícil com el seu, que deambulaven també a la recerca d'una parada oberta a darrera hora de la tarda. I segur que va pensar que aquestes parades no haurien tancat si haguessin sabut la quantitat de clients que estaven perdent. Amb la missió de conèixer i atendre millor les necessitats dels més de 40 milions de visitants anuals que reben els 46 mercats municipals de Barcelona, l'Institut Municipal de Mercats hi està implementant una senzilla solució tecnològica que permetrà conèixer-ne millor les respectives aflluències i els hàbits de compra. Una eina TIC —desenvolupada per una empresa barcelonina— que, per primera vegada al món, s'utilitza per a dissenyar amb més precisió la política comercial d'una xarxa de mercats municipals. Un clar exemple d'innovació per a promoure l'economia i les empreses locals des del mateix Ajuntament; innovació que no rau només en l'eina tecnològica, sinó l'ús de les seves possibilitats.

INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS DE BARCELONA (IMMB)

www.mercatsbcn.cat

Adreça: Av. Icària, 145-147, planta 4a

Tel: 934.132.852





EL REPTE: unes estadístiques fonamentals

“Vam iniciar tot aquest projecte l’any 2004, arran de la necessària renovació de les instal·lacions dels nostres mercats, quan vam constatar també la necessitat d’obtenir estadístiques fiables del nombre de visitants per a poder avaluar la nostra posició en relació amb la competència”, explica Jordi Torrades, gerent de l’Institut de Mercats Municipals de Barcelona (IMMB).

“Aquestes dades són fonamentals”, hi afegeix, “perquè, per exemple, ni el mercat de la Barceloneta, ni el de Sant Antoni o el de Sant Andreu tenen el mateix perfil de visitants ni el mateix nombre de parades, de manera que tant la seva ubicació com les graelles horàries s’haurien de poder adequar a les característiques específiques de cada cas.” Comptar amb les xifres exactes de visitants pels diferents accessos també resulta clau, per exemple, per a configurar el plànol de quines són les *zones fredes* i *calentes* d’un mercat (és a dir, aquelles amb menys o més aflluència de compradors) i, d’aquesta manera,



Jordi Torrades, gerent de l’Institut de Mercats Municipals de Barcelona (IMMB)





reubicar estratègicament, quan calgui, les parades que atrauen més clientela.

El problema era que, fins ara, l'única manera d'obtenir aquestes dades era contractant una empresa de serveis que ubiqüés una sèrie de persones als diferents accessos per tal de fer un recompte manual. Un sistema molt costós, no sostenible a la llarga, i amb una fiabilitat força discutible.

EL PROCÉS: saber innovar, tot cercant solucions existents en altres àmbits



Detectada i definida la necessitat, es va iniciar la recerca per a trobar el sistema més fiable i perdurable en el temps, que s'aplicaria prioritàriament als mercats remodelats o en fase de remodelació. Durant aquest procés d'estudi de les possibles solucions existents, els Serveis Tècnics i de Serveis de Mercats de l'IMMB es van posar en contacte amb les empreses que havien proveït els grans centres comercials, que els van recomanar diferents solucions, en relació amb les quals es va comprovar que el sistema idoni, per la seva robustesa, facilitat de manteniment





i una inversió relativament baixa era un comptador digital basat en una sèrie de càmeres fotogràfiques que detecten el pas de les persones, com el que ja utilitzaven algunes grans superfícies comercials.

La qüestió era que, mentre que en les superfícies esmentades n'hi havia prou a situar aquests comptadors a la línia de les caixes registradores, els mercats municipals tenen un major nombre d'accessos tant d'entrada com de sortida, situats en punts bastants distants entre si.

El repte, aleshores, va ser saber adaptar i implementar aquest sistema pensant en una xarxa de mercats municipals on cada instal·lació té les seves pròpies característiques, i poder enviar tots aquests registres a una base de dades centralitzada perquè poguessin ser consultades de manera remota, gràcies a un programari fet a mida. Tal i com es va constatar als estudis previs, es va tractar d'una experiència capdavantera, perquè cap altre servei de mercats municipals del món ho havia fet.





“De tota manera, el més significatiu d’aquesta experiència —per la qual ja s’estan interessant altres ciutats en els congressos on l’hem presentada— és que la innovació no és tant una qüestió de desenvolupament tecnològic com la seva aplicació conceptual en una xarxa sencera d’equipaments públics comercials”, subratlla el gerent de l’IMMB.

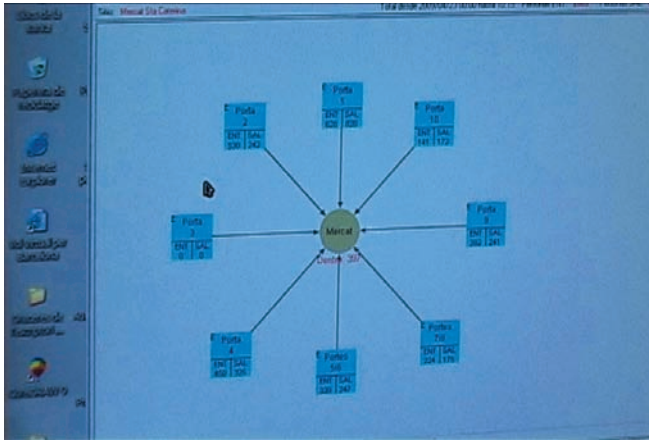
L’experiència pilot es va fer primer al 2005, al mercat de la Concepció, en col·laboració amb l’empresa basca Enkoa, i posteriorment al mercat de Santa Caterina amb l’empresa Barcelona Tecnologia, tot i que després, degut a la llunyania geogràfica de la primera i la desaparició de la segona, es va convocar un concurs negociat que va guanyar la barcelonina Quadrex, S.L. “Una bona mostra de com des de l’Ajuntament podem impulsar les empreses locals a través de la compra pública innovadora”, apunta Torrades.

Degut als bons resultats, el procés d’implementació va continuar als mercats de la Barceloneta (2007) i de Les Corts (2008). El del mercat de la Llibertat s’ha fet l’any 2009, i el seguirà la resta de mercats municipals a mesura que es vagin portant a terme les seves respectives obres de remodelació.





Per animar tots aquells que vulguin engegar tota mena d'iniciatives innovadores, “s'ha de dir que, com passa sovint en aquests processos d'innovació, el més difícil té lloc quan es fan les primeres proves pilot —com vam comprovar al mercat de la Concepció— però després tot ha estat ja bastant més senzill”, comenta el gerent de l'IMMB.



CONCLUSIONS: no tota innovació implica un nou desenvolupament tecnològic

“La valoració està sent molt positiva, ja que aquestes dades, classificades per dies i setmanes, tal com ens permet fer aquest sistema i el seu *software*, seran molt valuoses per a poder planificar les grans campanyes conjuntes o actes promocionals puntuals, que anirem portant a terme amb la col·laboració dels comerciants, i en funció dels mercats i de les dates que registrin una major o menor afluència”, assenyala Jordi Torrades.

Un exemple clar de com aquest sistema ja està ajudant a millorar la gestió dels mercats va ser quan es va plantejar tancar a les





tardes el mercat de la Concepció. “Amb aquestes estadístiques a la mà, els comerciants van comprendre la importància de mantenir obert, i això, evidentment, ja ha redundat en benefici del ciutadà”, remarca.

“El que hem demostrat amb aquesta experiència és que des de l'Ajuntament hem d'estar molt atents a l'evolució del nostre entorn empresarial i de les noves tecnologies, per tal de saber-les adaptar i innovar en la nostra gestió per fer-la més eficient i competitiva, convertint-nos així també en impulsors de l'economia local”, conclou.

IDEES FORÇA

- L'any 2004 l'Institut Municipal de Mercats (IMMB) va detectar la necessitat d'obtenir dades fiables sobre el nombre de visitants i les seves franges horàries, per poder establir millor les seves polítiques comercials, i va aprofitar la renovació dels mercats per a implantar-hi la solució tecnològica.
- Després dels pertinents estudis previs, els tècnics de l'IMMB van detectar que la millor solució era la implementació d'un dispositiu TIC com el que utilitzaven les grans superfícies comercials, però adaptat a les particularitats dels mercats municipals, segons un model que no s'havia fet enlloc.
- Els resultats estan sent tant positius que aquest sistema ja s'ha implementat a tres mercats municipals, i es farà també a la resta a mesura que es vagin fent les seves respectives obres de rehabilitació, consolidant-se com un innovador sistema que està despertant un gran interès a altres ciutats.

