

Actualització del pla d'usos comercials i modernització del mercat

Crèdits

Actualització del pla d'usos comercials i modernització del mercat

J3B3 Consulting



Direcció:

Regidoria de Promoció Econòmica, Empresa, Comerç, Turisme i Consum de l'Ajuntament de Sant Andreu de Llavaneres

Col·laboració:

Gerència Serveis de Comerç Àrea Comerç, Consum i Salut Pública de la Diputació de Barcelona

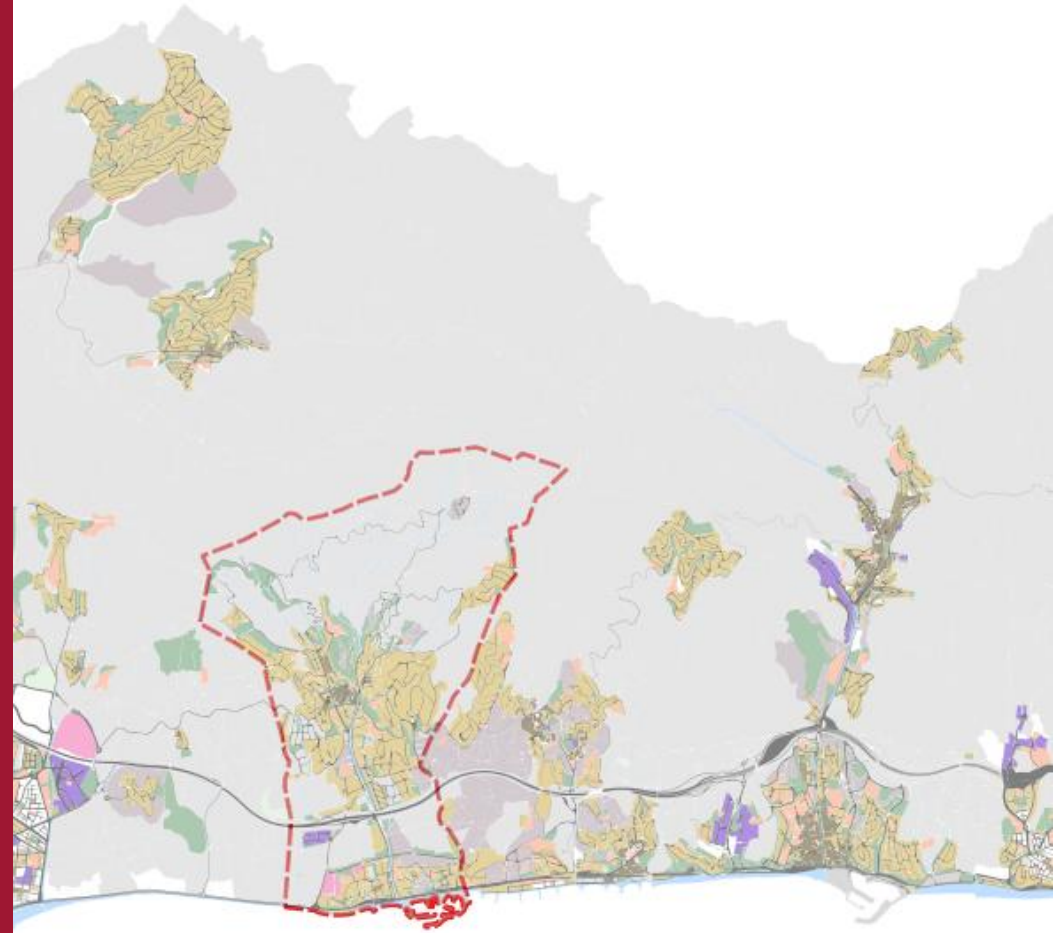
Índex

1. Context i antecedents
2. Planejament urbanístic i sectorial
3. Anàlisi del context territorial i socioeconòmic
4. Anàlisi del teixit comercial
5. Enquesta d'hàbits de consum
6. Pla parcial àmbit riera de Sant Andreu
7. Pla parcial àmbit Les Alzines
8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica
9. Conclusions



En un entorn privilegiat dins un municipi de caràcter predominantment residencial, **potenciar noves activitats comercials i econòmiques que reforcin una economia local dinàmica, sostenible i de proximitat, atraient inversions econòmiques que aportin valor afegit al territori i responguin a les necessitats dels seus habitants.**

Context i antecedents



Diputació
Barcelona



Ajuntament de
Sant Andreu de
Llavaneres

1. Context i antecedents

1.1 Estudi de pla d'usos comercial de Sant Andreu de Llavaneres, volum I i II (2010)

L'any 2010 es va encarregar un estudi de pla d'usos comercials que incloïa una enquesta sobre els hàbits de consum de les famílies de Sant Andreu de Llavaneres, així com una proposta de regularització basada en l'anàlisi i diagnosi realitzades. En aquell moment, el context justificava una estratègia centrada en la zonificació i la regulació d'usos comercials mitjançant restriccions específiques segons les diferents àrees del municipi.

A mode de síntesi, tot seguit es presenten **les principals propostes d'actuació i regulació derivades d'aquell estudi**:

Propostes d'actuació

- **De l'àmbit urbanístic:** l'estudi proposava realitzar una **reurbanització del nucli comercial** (Carrer de Munt i voltants), referent a pavimentació, eliminació de barreres arquitectòniques, il·luminació i accessibilitat. També una **millora de l'accessibilitat i mobilitat**, especialment en la senyalització de recorreguts comercials, aparcaments clarament indicats i optimitzats. I, connectar les zones comercials (Sant Pere, nucli i port) mitjançant recorreguts segurs i atractius per al vianant, i millora del transport públic.
- **De l'àmbit comercial:** l'estudi plantejava **diversificar l'oferta** a través d'impulsar la captació d'un supermercat i comerços d'equipament personal, **recuperar els locals buits** amb incentius fiscals, crear espais de coworking comercial o formats efímers estil pop-ups i, **dinamitzar el comerç** amb calendaris d'activitats comercials i culturals, mercats temàtics i promocions conjuntes.
- **De l'àmbit institucional i promocional:** es proposa **fomentar campanyes de fidelització** dirigides a nous residents i públic jove i **enfortir l'associació de comerciants** perquè sigui la plataforma de lideratge col·laboratiu.

1. Context i antecedents

1.1 Estudi de pla d'usos comercial de Sant Andreu de Llavaneres, volum I i II (2010)

L'any 2010 es va encarregar un estudi de pla d'usos comercials que incloïa una enquesta sobre els hàbits de consum de les famílies de Sant Andreu de Llavaneres, així com una proposta de regularització basada en l'anàlisi i diagnosi realitzades. En aquell moment, el context justificava una estratègia centrada en la zonificació i la regulació d'usos comercials mitjançant restriccions específiques segons les diferents àrees del municipi.

A mode de síntesi, tot seguit es presenten **les principals propostes d'actuació i regulació derivades d'aquell estudi**:

Propostes de regulació

L'objectiu de les propostes de regulació derivades d'aquell estudi són: **evitar la dispersió comercial i especialitzar la zona comercial**, també **definir un model comercial propi**, integrat urbanísticament i que s'adapti a la demanda real del municipi, i **fomentar la implantació de negocis complementaris** a l'oferta actual.

Per dur a terme aquests objectius es proposa les següents eines i mesures:

- **Revisió del POUM:** la delimitació de les **zones de prioritat comercial**, la previsió del **creixement comercial ordenat** al barri de Sant Pere i la integració dels usos comercials dins la planificació urbana global.
- **Zonificació comercial funcional:** nucli compacte per a compres completes i de proximitat, el barri de Sant Pere un comerç de convivència i la restauració, lleure i serveis turístics del Port.
- **Criteris d'implantació d'activitats:** la regulació de **dimensions mínimes dels locals**, la **priorització** de determinats **sectors comercials** (equipaments, alimentació) i **control de la densitat** de determinades activitats (bars o entitats bancàries).
- **Ordenances específiques:** l'adaptació de la normativa per fomentar els **usos mixtos**, els **incentius municipals** a activitats estratègiques (reduccions fiscals, ajuts) i la **normativa sobre horaris**, obertures en dies festius (municipi turístic).

1. Context i antecedents

1.2 La proposta d'estudi

L'encàrrec sorgeix de la **voluntat municipal de repensar l'estructura econòmica i comercial del municipi amb una mirada estratègica i de futur**, davant la necessitat d'adaptar-se a noves realitats i oportunitats. L'estudi pren com a punt de partida la documentació urbanística i econòmica anterior, especialment els documents del 2010 i una proposta prèvia de pla d'usos, que han quedat desfasats o no s'han executat plenament.

Des del primer moment es manifesta la intenció donar un nou enfoc a l'encàrrec: es volen **explorar noves activitats econòmiques i comercials que ajudin a impulsar el municipi**, especialment en espais estratègics com l'aparcament de l'antic camp de futbol i el Polígon d'Activitat Econòmica (PAE). També es posa èmfasi en les limitacions urbanístiques actuals i la necessitat de revisar-les per facilitar noves implantacions.

S'han mantingut diverses reunions amb els serveis tècnics municipals i la tècnica de promoció econòmica, amb l'objectiu d'identificar espais pendents de desenvolupament i analitzar com poden acollir nous usos.

L'estudi es planteja amb **una vocació transversal**, sense prioritzar cap subsector econòmic ni cap operador concret. Es vol garantir l'equitat entre els diferents sectors i activitats, amb una visió general que consideri el model de poble, la mobilitat, la sostenibilitat i la cohesió comercial.

Els **objectius principals** de l'estudi són:

- **Diagnosticar l'estructura comercial actual** del municipi i analitzar les seves mancances i potencialitats.
- Estudiar **les possibilitats d'introducció de nous usos i activitats terciàries** que puguin enriquir l'oferta local.
- **Valorar la implantació d'un operador comercial que actuï com a motor dinamitzador**, i els seus efectes sobre la mobilitat i el comerç local.
- Proposar **diferents escenaris de futur amb una anàlisi**.
- **Aportar una visió estratègica**, imparcial i rigorosa que serveixi de base per a futures decisions polítiques i urbanístiques.
- Aquest enfoc vol respondre a la necessitat de **redefinir el rol del municipi dins del context comarcal i metropolità**, millorant la seva capacitat d'atracció, la qualitat de vida de la ciutadania i la vitalitat del teixit econòmic i comercial.

1. Context i antecedents

1.3 La normativa de serveis

La **Directiva de serveis 2006/123/CE**, també coneguda com a directiva Bolkestein, és una normativa europea clau que afecta directament la regulació de les activitats econòmiques i comercials als estats membres. Té com a objectiu principal facilitar la llibertat d'establiment i la lliure prestació de serveis dins el mercat interior de la Unió Europea, reduint les barreres administratives injustificades.

Marc normatiu i transposició

A Catalunya, l'aplicació d'aquesta directiva s'ha fet a través de diverses normes estatals i autonòmiques, entre les quals destaca:

- **Llei 17/2009**, sobre el lliure accés a les activitats de serveis i el seu exercici (transposició estatal directa).
- **Llei 25/2009**, coneguda com la Llei Omnibus, que modifica nombroses lleis sectorials per adaptar-les a la directiva.
- A nivell català, es desenvolupen **criteris d'adaptació normativa sectorial** per part del Departament d'Empresa i Treball i altres departaments implicats.

Principis clau aplicables a Catalunya

- 1. Lliure establiment i exercici de serveis:**
S'elimina la necessitat de **llicència prèvia** per a moltes activitats comercials, substituint-la per **comunicació o declaració responsable**.
- 2. Proporcionalitat i no discriminació:**
Qualsevol requisit que es mantingui (per exemple, horaris, distàncies mínimes, característiques dels establiments) ha d'estar **justificat per raons d'interès general**, com la seguretat, la salut pública o la protecció del medi ambient, i ha de ser **proporcional i no discriminatori**.
- 3. Simplificació administrativa:**
L'administració ha d'oferir **punts únics d'informació i tramitació electrònica** (com el Canal Empresa o el portal EACAT), per facilitar als operadors l'accés a requisits, formularis i normatives.

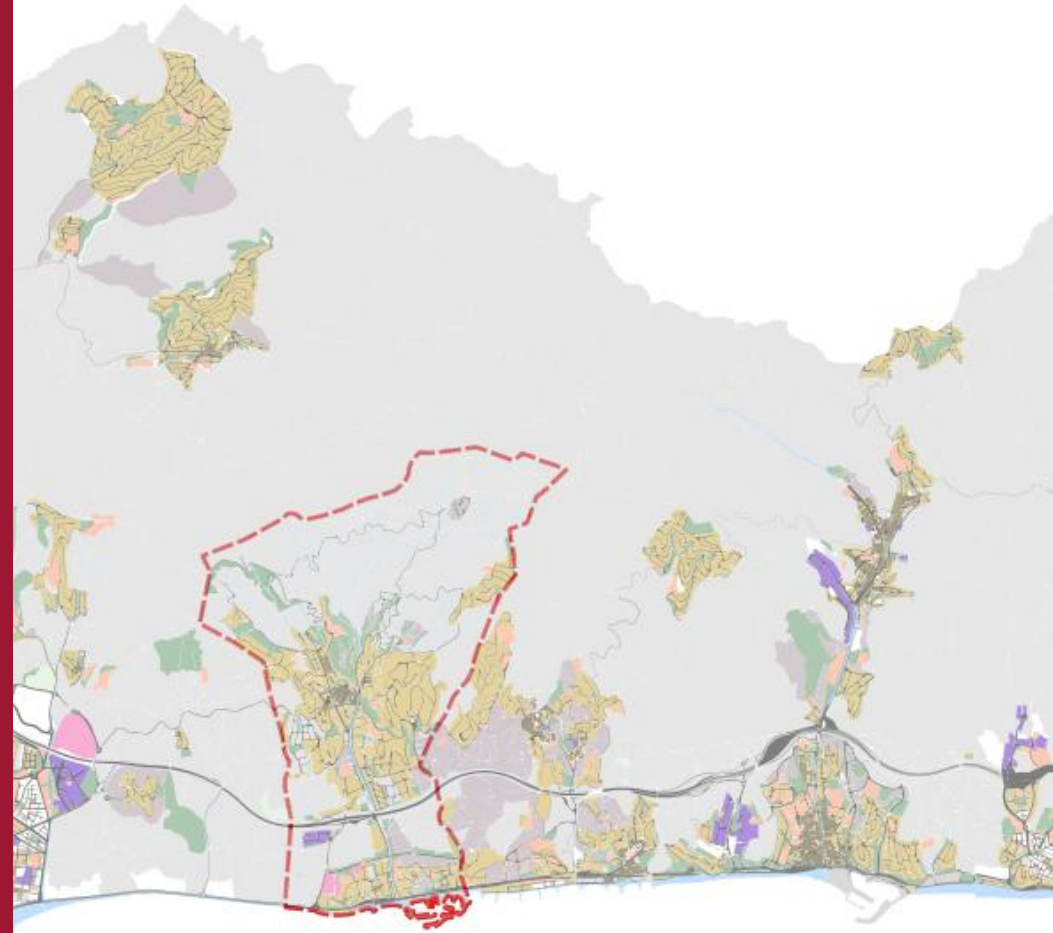
Impacte en urbanisme i planificació comercial

Els **ajuntaments** han hagut d'adaptar els seus **plans d'usos i normatives urbanístiques** per garantir que les limitacions a usos comercials siguin justificades.

Per exemple:

- No es poden limitar usos comercials per motius arbitraris o estètics.
- Les **zones d'exclusivitat** o els **topalls de superfície** han de basar-se en criteris tècnics o d'interès general (mobilitat, convivència veïnal, etc.).

Planejament urbanístic i sectorial



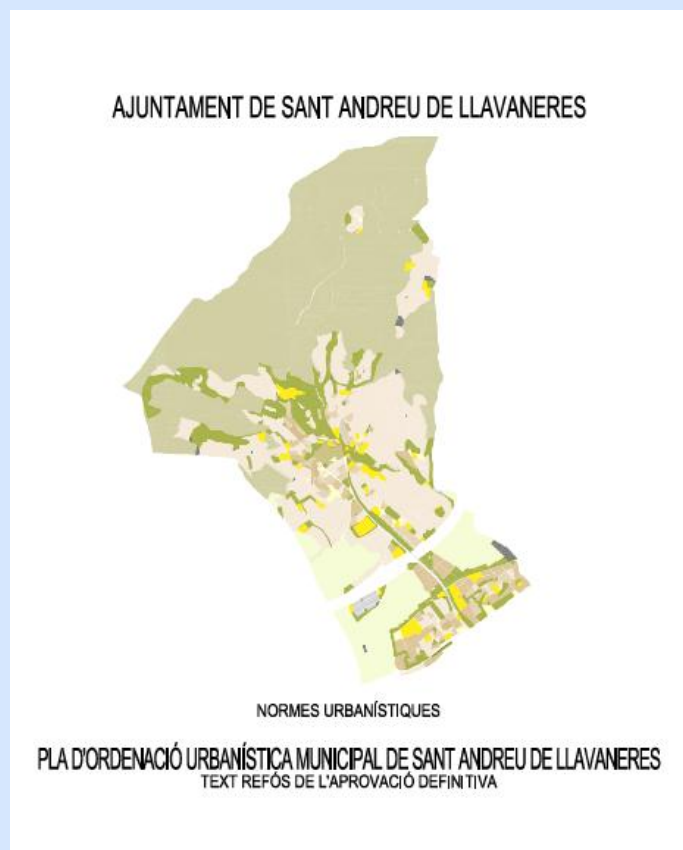
Diputació
Barcelona



Ajuntament de
Sant Andreu de
Llavaneres

2. Planejament urbanístic i sectorial

2.1 Planejament urbanístic general: POUM



Font: Pla d'Ordenació Urbanística Municipal

El **Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (POUM)** constitueix l'instrument de planejament urbanístic general vigent, aprovat definitivament el 25 de juliol de 2013, en substitució de les Normes Subsidiàries de 1995. El seu abast comprèn la totalitat del terme municipal i té per objecte definir l'estructura general del territori per mitjà de la classificació i qualificació del sòl, amb la finalitat última d'establir els criteris per al desenvolupament urbanístic del municipi.

El POUM determina la classificació del sòl en les categories de sòl urbà, sòl urbanitzable i sòl no urbanitzable, i en regula les condicions d'ús i edificació mitjançant paràmetres normatius específics. A més, fixa la reserva de sòl per a sistemes urbanístics i equipaments, així com per a habitatge amb protecció pública, d'acord amb el marc legal vigent.

En matèria d'**activitat econòmica**, el POUM estableix les bases per a la seva ordenació i localització dins el territori municipal, tot identificant àmbits aptes per a l'allotjament d'usos productius, comercials i terciaris. Aquesta planificació respon als objectius d'estructurar un model territorial equilibrat, afavorir la diversificació funcional del municipi i garantir la compatibilitat amb els usos residencials, ambientals i d'infraestructura.

El planejament es desenvolupa mitjançant instruments derivats —com plans parcials, plans de millora urbana o plans especials— i s'estructura en un cos normatiu, memòries justificatives i ambientals, catàleg patrimonial, fitxes normatives i plànols d'ordenació.

Tot i que s'han aprovat diverses modificacions puntuals, aquestes no alteren els principis estructurals ni el model territorial establert pel POUM.

2. Planejament urbanístic i sectorial

2.1 Planejament urbanístic general: PAE a l'entorn del Camí del Pla

En el context del model territorial definit pel POUM, i d'acord amb l'objectiu de garantir una ordenació funcional dels diferents usos del sòl, s'identifica una àrea específica destinada a l'allotjament d'**activitat industrial**. Aquesta zona respon a la necessitat de disposar d'espai adequadament regulat per al desenvolupament de petites i mitjanes activitats productives, compatibles amb l'estructura urbana i ambiental del municipi.

En aquest sentit, el planejament qualifica per a ús industrial el sector situat a l'entorn del Camí del Pla, al sud de la C-32. Aquest es divideix en subzones orientades a la implantació de petita indústria en règim aparellat (6b1a) o en renglera (6b1b i 6b2a).

En l'àmbit normatiu, aquestes subzones es regulen mitjançant paràmetres específics. A nivell de **parcel·lació**, la parcel·la mínima és de 500 m², amb un front mínim de 20 m i una fondària mínima de 25 m. L'ocupació màxima és del 50% del sòl, mantenint les separacions establertes, i es prohibeix l'ús residencial en aquestes zones.

Pel que fa a l'**edificació**, l'alçada reguladora és de fins a 8 m (6b1a i 6b1b) i 10 m (6b2a), amb un màxim de dues plantes (planta baixa + 1) i coberta que ha de ser plana, formada per panells sandvitx. No s'admeten construccions auxiliars, i s'estableixen normes específiques per a les façanes, que han d'utilitzar materials com formigó, metall o alumini, evitant els colors brillants



Font: Pla d'Ordenació Urbanística Municipal

2. Planejament urbanístic i sectorial

2.1 Planejament urbanístic general: Polígon d'Actuació Urbanística Les Alzines



Font: Pla d'Ordenació Urbanística Municipal

Entre els àmbits de desenvolupament que prioritza el POUM, se'n destaca el **Polígon d'Actuació Urbanística Les Alzines** com a peça estratègica de nova centralitat urbana. Els objectius d'ordenació plantegen una combinació d'usos residencials, comercials, espais lliures i equipaments, amb vocació de mixticitat funcional i densificació controlada.

Dels 9.977 m² de sostre edificable previst, 543 m² es reserven de forma específica a usos comercials, que es localitzen dins la subzona 3a4-hp, destinada a habitatge protegit. Aquesta configuració permet ubicar activitats comercials en planta baixa, mentre que les plantes superiors s'ocupen amb habitatge.

La resta del sostre edificable es destina a habitatge lliure i protegit (amb un màxim de 100 unitats), i es completa amb una ordenació que inclou una franja de vial privat amb servitud pública d'ús, contribuint a la permeabilitat i integració urbana del sector.

Així, el planejament articula un àmbit de creixement compacte i equilibrat, que incorpora l'**activitat comercial** com a part essencial de l'estructura funcional del nou teixit urbà.

2. Planejament urbanístic i sectorial

2.2 Planejament urbanístic derivat: Pla parcial sector turó de Sant Sebastià – Riera de Sant Andreu

El **Pla Parcial Urbanístic del Sector SUBd-1 Turó de Sant Sebastià – Riera de Sant Andreu** s'emmarca dins les previsions del POUM, que defineix aquest sector com un àmbit discontinu amb una superfície total de 291.654 m², dels quals 145.085 m² corresponen a l'àmbit de la Riera de Sant Andreu.

Pel que fa a l'ordenació urbanística de l'àmbit de la **Riera de Sant Andreu** respon a una estratègia d'integració urbana mitjançant la combinació de sòl residencial i activitats, amb l'objectiu de reforçar el corredor central de la riera i garantir un desenvolupament equilibrat i funcional. Aquesta dotació de sòl residencial comporta la incorporació prevista d'un nou gruix de població al municipi, la qual cosa genera la necessitat d'articular una oferta adequada de serveis, especialment en matèria de comerç quotidià.

Per donar resposta a aquesta demanda potencial, el planejament preveu un sostre total de 6.366,16 m² destinat a altres usos dins de parcel·les amb qualificació 3b9a i 3b9b, les quals admeten la implantació d'**activitat comercial en planta baixa**, de manera compatible amb l'ús residencial superior. Aquesta previsió es complementa amb la parcel·la 6, qualificada com a Ed (**equipament docent**), amb una superfície de 8.519 m², que per la seva condició d'equipament pot arribar a acollir usos terciaris compatibles, segons la regulació específica.

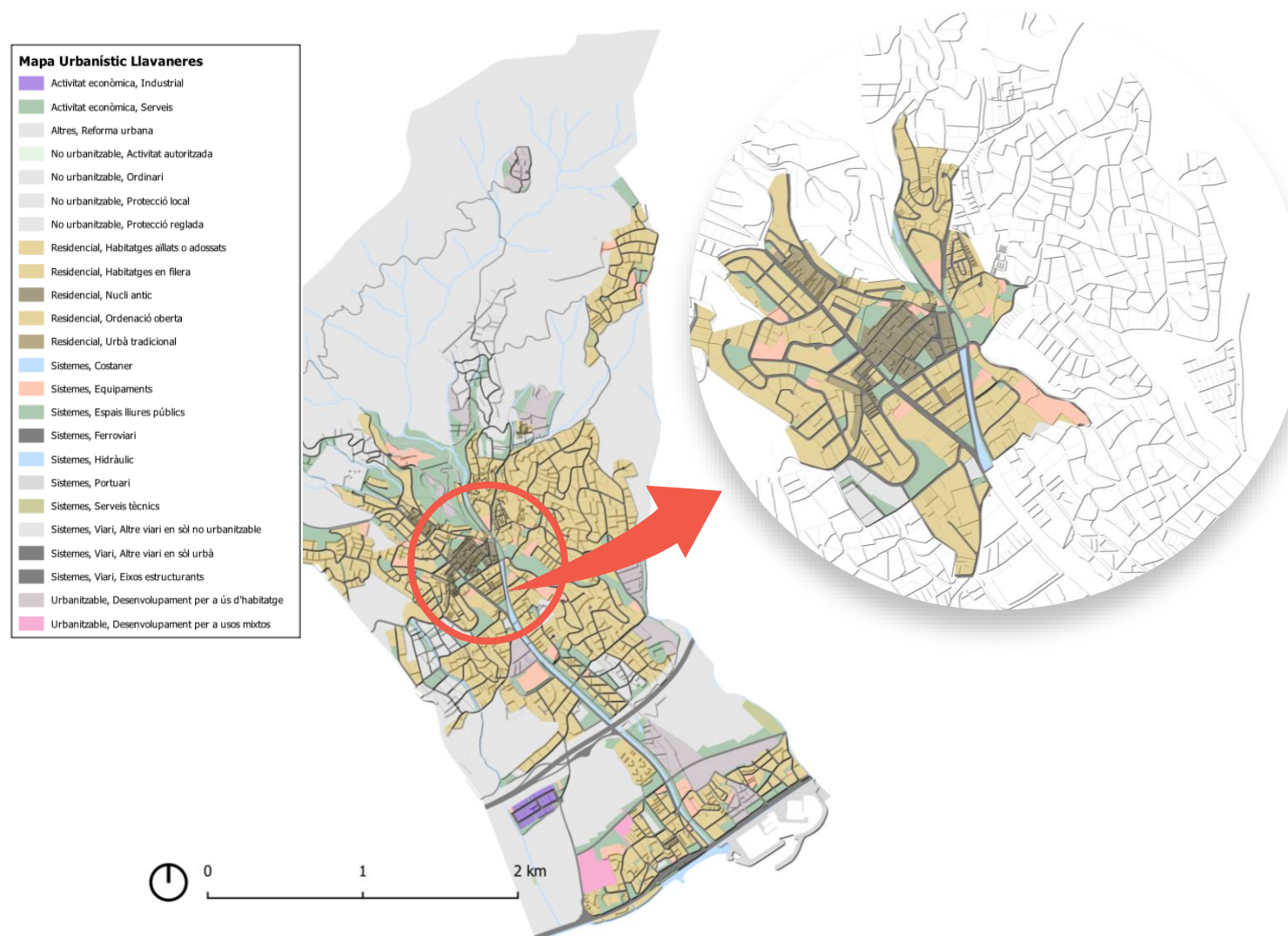
En conjunt, aquestes condicions permeten configurar un node de centralitat local vinculat al nou desenvolupament residencial, afavorint una implantació comercial ordenada i ajustada a les necessitats del futur veïnat.



Font: Pla d'Ordenació Urbanística Municipal

2. Planejament urbanístic i territorial

2.3 Trama urbana consolidada (TUC)



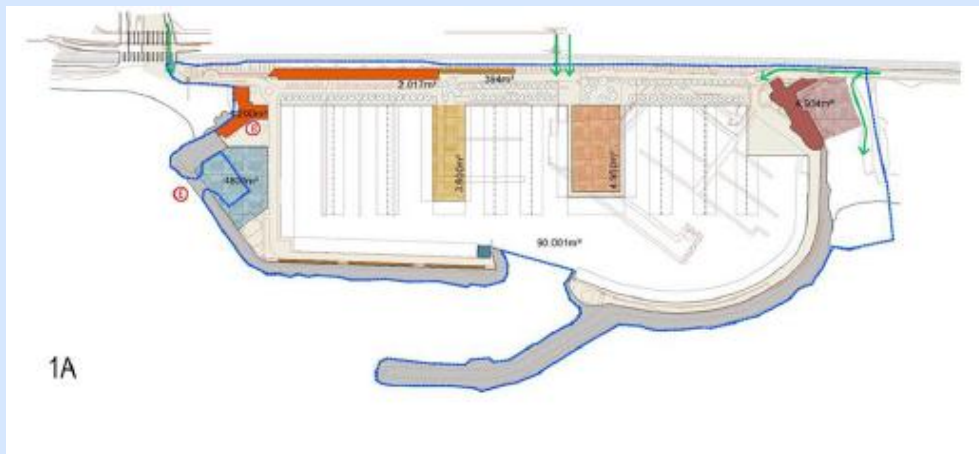
La **Trama Urbana Consolidada** (ara en endavant TUC), és una figura urbanística reconeguda per la Llei d'Urbanisme de Catalunya, i fa referència a les *àrees on majoritàriament viu la població, en les quals s'han d'implantar, amb caràcter general, els **establiments comercials***.

En el cas de Llaveneres, **el municipi no compta amb una TUC delimitada**, per tant, la normativa que s'aplica és el Pla d'Ordenació Urbanística Municipal (POUM), que regula:

- Els **usos admesos a cada zona**
- La **qualificació del sòl**
- Les **condicions d'implantació d'activitats comercials**, incloent:
 - Si són admeses, compatibles o prohibides
 - La superfície màxima
 - L'accessibilitat
 - La relació amb el tipus de sòl (urbà, urbanitzable, etc.)

2. Planejament urbanístic i territorial

2.4 Pla director urbanístic portuari de Port Balís



Font: Pla director urbanístic portuari de Port Balís

El Port Balís, es va construir el 1975 amb autorització del Consell de Ministres. Al llarg dels anys ha estat objecte d'ampliacions, especialment la de 1992.

Urbanísticament, s'ha regit pel POUM de 2011, que classificava l'espai com a sistema portuari (clau SP). Aquest planejament remetia a un Pla Especial que mai no es va redactar, fet que ha provocat un buit normatiu i de gestió.

El PDUP es proposa resoldre aquest buit mitjançant una ordenació integrada. La Llei 10/2019 de Ports estableix que els ports de competència autonòmica han de disposar d'un Pla Director Urbanístic específic, integrant la seva dimensió urbanística i portuària dins la planificació territorial i municipal.

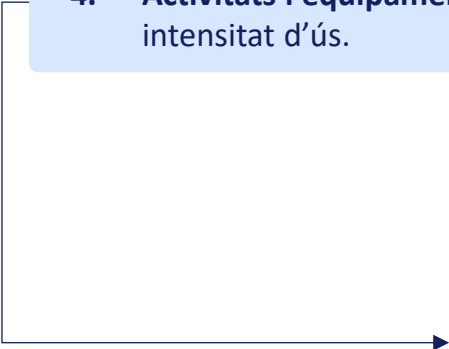
El document d'avanç del **PDUP té com a finalitat establir un marc clar per a l'ordenació del port, integrant-lo funcionalment i territorialment**. Es delimita la zona de servei portuari com a sistema general, es millora la connectivitat amb l'entorn i s'impulsa la integració urbana mitjançant la continuïtat del passeig marítim. A més, **es reorganitzen els usos amb criteris de funcionalitat, sostenibilitat i eficiència**.

2. Planejament urbanístic i territorial

2.4 Pla director urbanístic portuari de Port Balís

El PDUP planteja una reordenació integral de l'espai portuari amb l'objectiu d'optimitzar la funcionalitat, millorar la integració paisatgística i garantir la convivència d'usos diversos en un entorn coherent i eficient. S'organitza en quatre subsistemes principals:

- 1. **Defensa marítima** (21.150 m²): Inclou els elements estructurals de protecció davant la dinàmica marina.
- 2. **Vialitat i espais lliures** (34.696 m²): Comprèn la xarxa viària interna, els itineraris per a vianants i les àrees de transició, afavorint la connexió amb l'entorn urbà.
- 3. **Marítim – platja** (8.600 m²): Espai de contacte amb el front litoral, que manté usos vinculats al bany i les activitats de platja, integrat paisatgísticament amb els sistemes naturals.
- 4. **Activitats i equipaments** (30.399 m²): Àrees destinades a usos terciaris, esportius, operatius i de serveis, estructurades segons funcionalitat i intensitat d'ús.



Zona	Superfície (m²)	Usos prioritaris
Terciari 1	14.220	Restauració, activitats socials i d'oci
Terciari 2	12.340	Esports nàutics i serveis vinculats a la marina
Panyols i serveis	2.454	Magatzems, tallers i serveis logístics
Centre de control	1.385	Gestió portuària i serveis tècnics operatius

2. Planejament urbanístic i territorial

2.5 Plans de mobilitat i de seguretat viària

Sant Andreu de Llanerres ha impulsat diversos estudis per planificar la mobilitat urbana. Se'n destaquen tres:

- **Estudi de Mobilitat Urbana (2017):** Elaborat amb el suport de la Diputació de Barcelona, aquest estudi respon a una demanda municipal. Té com a objectiu reordenar la mobilitat local. Inclou propostes com la creació de zones de prioritat invertida i zones 30, la millora de la xarxa de vianants, l'adequació de les parades de transport públic, la reserva d'espais per a càrrega i descàrrega al nucli antic i la regulació de l'estacionament a l'entorn dels centres educatius.
- **Pla local de seguretat viària (2008):** Elaborat amb el suport de la Generalitat de Catalunya.
- **Estudi d'Avaluació de la Mobilitat Generada (2008):** Analitza l'impacte del desenvolupament del Pla Parcial núm. 2 – Turó d'en Bosc. Avaluja les necessitats de mobilitat associades a la construcció de 37 habitatges. Proposa solucions adaptades a l'orografia i planteja mesures d'accessibilitat i connexió amb el nucli urbà.

Marc normatiu vigent

La Llei 9/2003 de la mobilitat de Catalunya obliga a elaborar Plans de Mobilitat Urbana Sostenible (PMUS) als municipis amb més de 50.000 habitants, capitals de comarca o amb servei de transport col·lectiu urbà. La Llei estatal 7/2021 sobre canvi climàtic i transició energètica també estableix l'obligació de disposar d'un PMUS amb zones de baixes emissions abans de 2023 per als municipis amb més de 20.000 habitants i alts nivells de contaminació. Sant Andreu de Llanerres, amb una població inferior a aquests llindars, no està obligat legalment a elaborar un PMUS.

Compromís municipal

Tot i no tenir obligació legal, l'Ajuntament ha promogut actuacions per planificar la mobilitat urbana.

2. Planejament urbanístic i territorial

2.6 Pla territorial sectorial d'habitatge de Catalunya

D'acord amb el Pla Territorial Sectorial d'Habitatge de Catalunya, el municipi **de Sant Andreu de Llavaneres es troba classificat com a àrea de demanda forta i acreditada**, concretament dins de l'àmbit metropolità.

Aquesta classificació implica que **el municipi està subjecte al mandat de solidaritat urbana**, d'acord amb l'article 11.2 de la Llei 18/2007 del dret a l'habitatge. Això vol dir que **haurà de complir amb els objectius establerts de manera obligatòria pel que fa a la promoció d'habitatge destinat a polítiques socials**.

Condicionants per als municipis:

- **Objectiu del 15 % d'habitatge destinat a polítiques socials:** segons la taula d'indicadors per municipi, el municipi ha de destinar el 15 % del seu parc d'habitatges principals a polítiques socials abans del 2045.
- Planificació específica: en tant que municipi amb aquesta consideració, **està sotmès a una regulació més intensa en matèria d'habitatge, incloent-hi obligacions com reservar sòl per a habitatge protegit en noves planificacions urbanístiques**.
- Seguiment i control quinquennal: la seva situació serà revisada periòdicament per garantir el compliment dels objectius establerts en el Pla.
- Pertinença a una àrea urbana de Mataró: dins de la classificació del sistema urbà, forma part de l'àrea urbana de Mataró, considerant-se un subcentre amb un grau de centralitat alt.

Podem concloure que **és un municipi amb una càrrega significativa en termes de polítiques d'habitatge social, degut a la seva inclusió dins de les àrees amb alta demanda residencial**. Aquesta condició marcarà fortament les polítiques urbanístiques i socials del municipi durant les properes dècades.

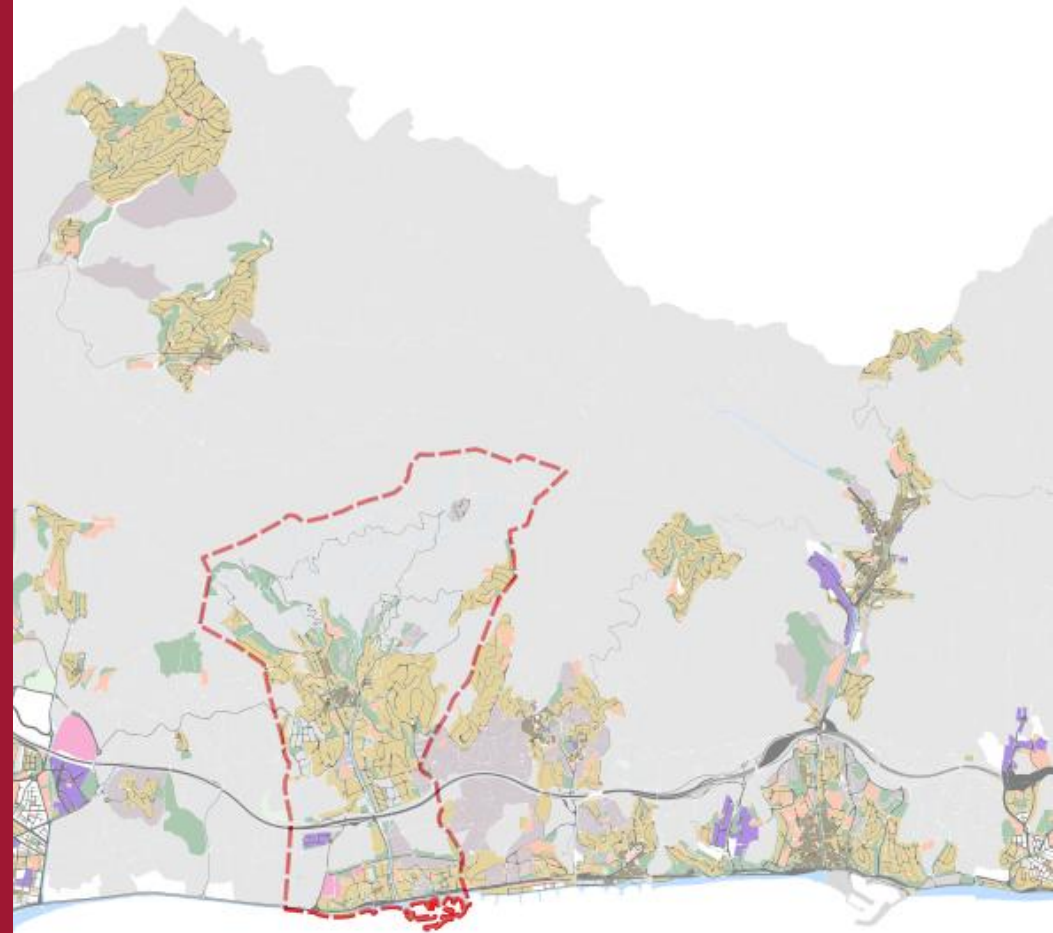
2. Planejament urbanístic i territorial

2.6 Pla territorial sectorial d'habitatge de Catalunya

Actualitat			1er quinquenni				2on quinquenni				3er quinquenni				4rt quinquenni			
Estimació habitatges principals	Habitatges existents destinats a polítiques socials	Ràtio d'habitatges destinats a polítiques socials	Projecció habitatges principals	Habitatges existents destinats a polítiques socials	Nous habitatges destinats a polítiques socials a promoure durant el primer quinquenni	Objectiu solidaritat primer quinquenni	Projecció habitatges principals	Habitatges existents destinats a polítiques socials	Nous habitatges destinats a polítiques socials a promoure durant el segon quinquenni	Objectiu solidaritat segon quinquenni	Projecció habitatges principals	Habitatges existents destinats a polítiques socials	Nous habitatges destinats a polítiques socials a promoure durant el tercer quinquenni	Objectiu solidaritat tercer quinquenni	Projecció habitatges principals	Habitatges existents destinats a polítiques socials	Nous habitatges destinats a polítiques socials a promoure durant el quart quinquenni	Objectiu solidaritat urbana del Pla (% respecte del total d'habitatges principals existents d'acord amb l'article 73.1 de la Llei 18/2007)
4.332	49	1,10%	4542	41	157	4,40%	4.826	31	288	9,90%	5.093	20	299	15%	5.328	13	43	15%

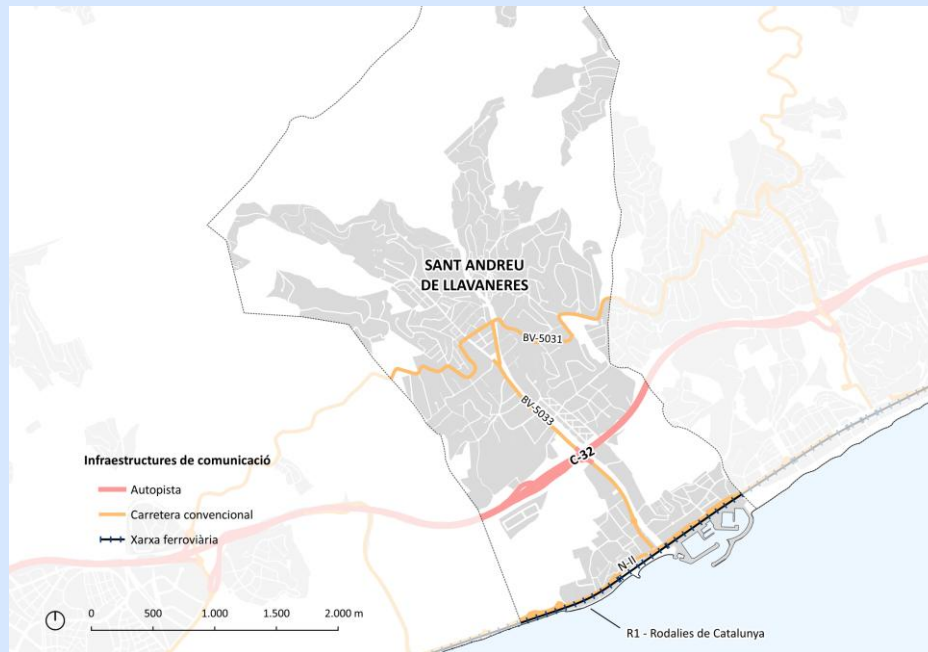


Anàlisi del context territorial i socioeconòmic



3. Anàlisi del context territorial socioeconòmic

3.1 Caracterització del municipi i condicionants de la mobilitat



Font: elaboració pròpia

Ubicació i estructura urbana

El municipi presenta una estructura territorial diferenciada en tres grans àmbits:

- **El centre urbà**, on es concentra la major part de serveis i comerç.
- **Les urbanitzacions i nuclis residencials** a les zones muntanyoses, que requereixen una mobilitat més dependent del vehicle privat.
- **La franja litoral**, que inclou l'estació de tren, el port esportiu i una part important d'activitat econòmica vinculada al turisme.

Condicionants físics i territorials

El municipi està limitat pel mar Mediterrani a l'est i per un relleu muntanyós a l'oest. Aquest fet genera dues conseqüències clau per a la mobilitat:

- La xarxa viària i ferroviària estan fortament condicionades per la disposició longitudinal del territori, seguint el corredor costaner.
- Les connexions internes entre el centre urbà i les urbanitzacions requereixen infraestructures específiques, amb carreteres de pendents pronunciades i dificultats per a la mobilitat activa.

3. Anàlisi del context territorial socioeconòmic

3.2 Evolució de la població. Sant Andreu de Llavaneres (1998 - 2024)

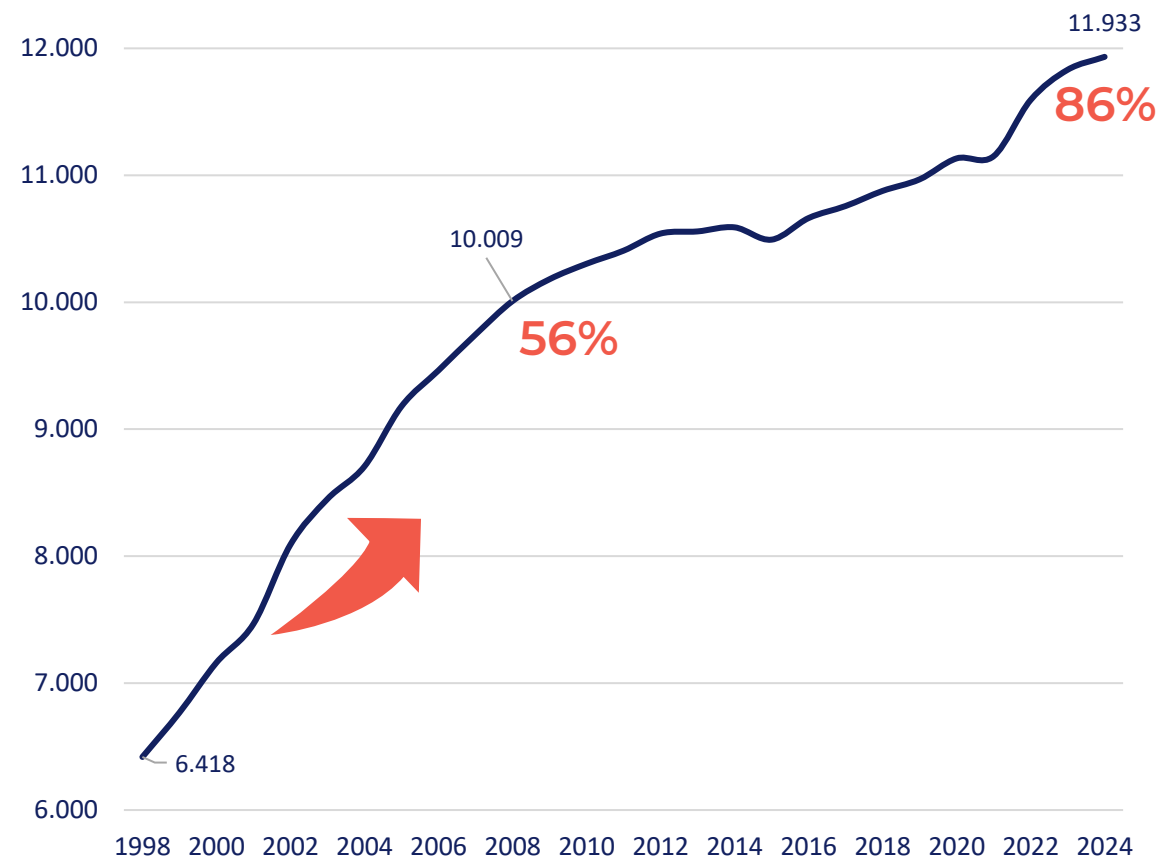
Sant Andreu de Llavaneres compta l'any 2024 amb **11.933 habitants** empadronats, fet que evidencia el seu creixement al llarg de les darreres dècades.

El municipi, situat a la comarca del Maresme i a poca distància de Barcelona, ha desenvolupat una doble identitat, d'una banda, conserva el seu **caràcter costaner**, i de l'altra, s'integra en un important **eix econòmic metropolità**.

A finals del segle XX, el municipi comptava amb menys de 10.000 habitants, el que el convertia en un nucli de petita escala. Una dècada més tard, l'any 2008, el municipi ja arribava als 10.000 habitants, incrementant un 56% la seva població. **El darrer any 2024**, el nombre d'habitants gairebé s'acosta als 12.000, el que suposa un **increment del 19% respecte 2008** i un **86% respecte 1998**.

Aquest creixement es pot atribuir a diversos factors, com l'arribada de **població estrangera** i la **captació de noves famílies**, atretes per un **entorn residencial tranquil**, alhora que **ben connectat amb l'àrea metropolitana de Barcelona** i amb una oferta de serveis àmplia i de qualitat.

La ubicació, que combina el mar i la muntanya, ha contribuït a elevar la qualitat de vida dels residents, també impulsat a finals dels 90 i principis dels 2000 pel desenvolupament urbanístic.



3. Anàlisi del context territorial socioeconòmic

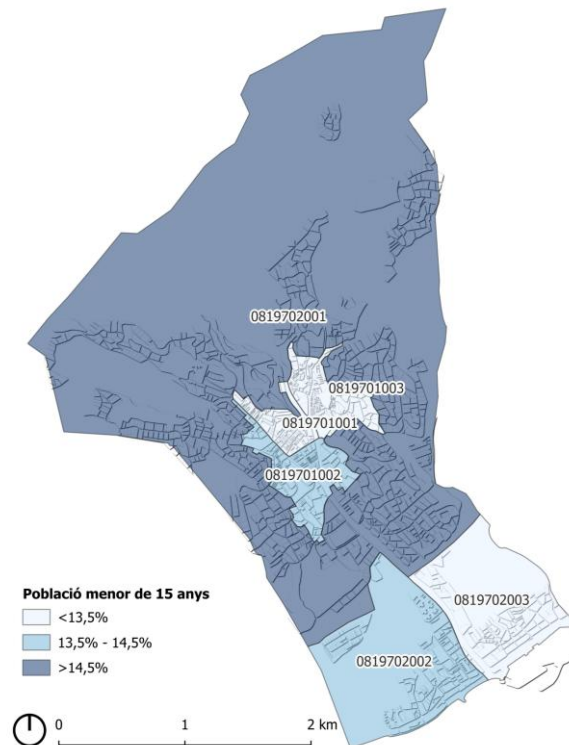
3.2 Distribució de la població segons grups d'edat. Sant Andreu de Llavaneres (2024)

La secció censal 02-001, situada al nord del municipi i la més gran d'extensió, presenta el percentatge més d'alt de població jove (15,7%) del municipi.

La segueixen la secció 01-002 i la 02-002, amb un 14,4% i un 14% respectivament.

Les seccions 01-001, 01-003, el centre del municipi i 02-003, que correspon a la zona de Port Balís, tenen el percentatge més baix de població jove (<13,5%).

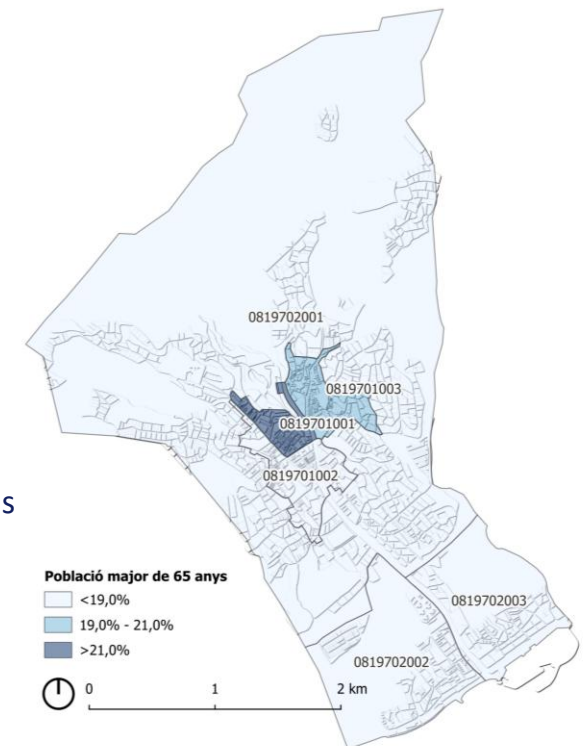
Tot i així, el percentatge de població menor de 15 anys és força igual entre les seccions censals, que oscil·la entre el 13 i el 16%



La població major de 65 anys es concentra al nucli antic del municipi, les seccions censal 01-001 (22,7%) i 01-003 (19,7%).

Contràriament, la secció 02-001 és la que menor percentatge de població gran presenta (17,0%).

Així com també passa amb la població menor de 15 anys, els valors de població gran tampoc disten tant entre seccions censals i oscil·len entre el 19 i 23%.



3. Anàlisi del context territorial socioeconòmic

3.3 Renda Familiar Disponible Bruta. Comparativa (2021)

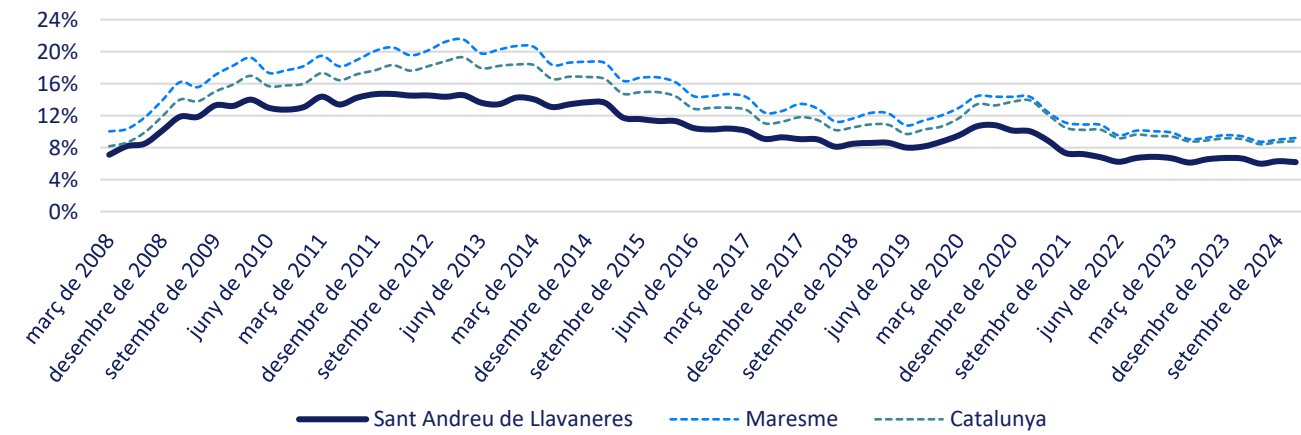
	Sant Andreu de Llavanes	Maresme	Catalunya
Valor (milions €)	249.684	8.492.189	142.363.357
Per habitant (€)	21.968	18.427	18.356
Per habitant (índex Catalunya=100)	119,7	100,4	100

La **renda familiar per habitant** de Sant Andreu de Llavanes (19.968€) es situa **per sobre de la mitjana comarcal** (18.427€) i **catalana** (18.356€), quasi un 20% superior.

Cal destacar que **el municipi ha augmentat un 15% la seva renda respecte l'any 2011**, un 4% més del que ho ha fet la mitjana comarcal (11,6%) i un 5% més que Catalunya (10,1%).

Aquestes dades reflecteixen una **situació econòmica favorable** del municipi en comparació amb els altres àmbits territorials.

3.3 Taxa d'atur registral. Comparativa (2008-2024)



L'evolució de l'**atur registral** entre 2008 i 2024 mostra que Sant Andreu de Llavanes ha mantingut, en general, unes **taxes per sota del Maresme i Catalunya**. Aquest comportament més favorable pot estar relacionat amb l'estructura econòmica local i el perfil sociolaboral de la població.

Tot i això, les tendències globals —com la crisi financera o la pandèmia— també hi han tingut impacte. L'anàlisi comparativa reforça la importància de monitoritzar els cicles econòmics per adaptar les estratègies locals d'ocupació.

3. Anàlisi del context territorial socioeconòmic

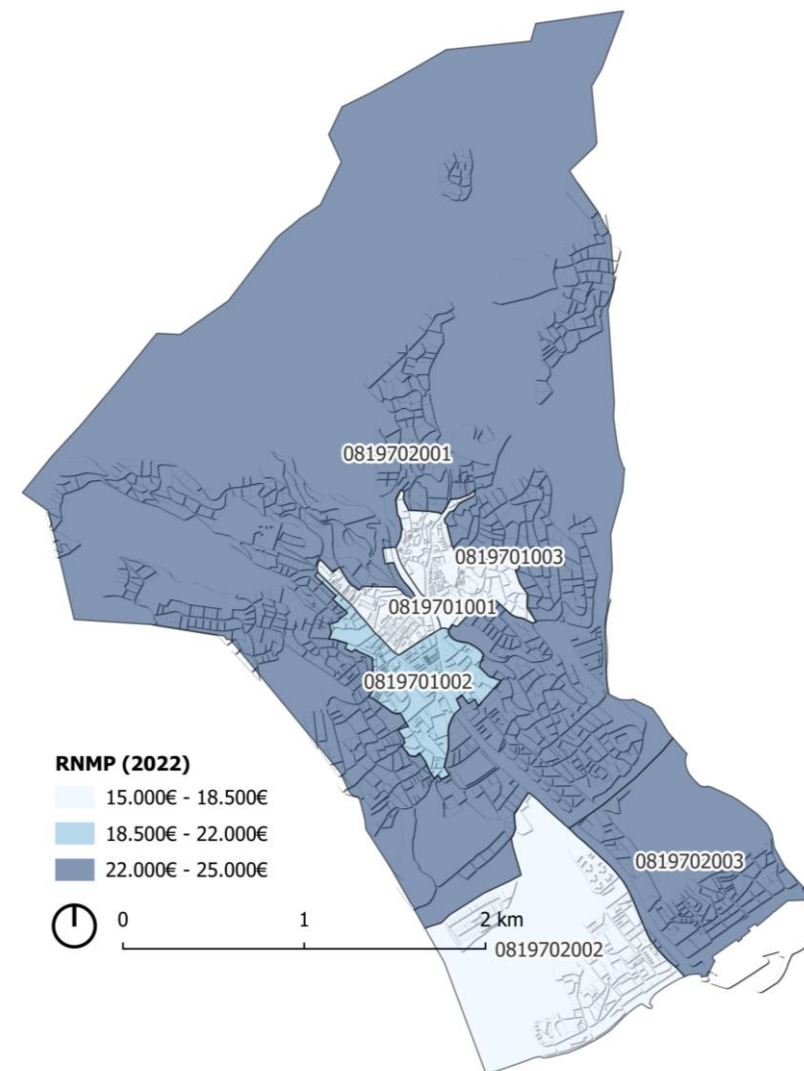
3.3 Distribució de la Renda Neta Mitjana per persona. (2022)

La **Renda Neta Mitjana per Persona** de Sant Andreu de Llavaneres es situa en els **19.240€**, tot i així el municipi presenta diferències entre les seves seccions.

Les **seccions censals 01-001 i 01-003** que corresponen al nucli antic del municipi són les que tenen **menor renda, entorn els 15.200€ – 15.400€**, les segueix la **secció censal 02-002** al sud del municipi a l'àrea costanera, i es situa lleugerament **per sobre dels 18.000€**.

La **secció censal 01-002** que pertany també al nucli urbà presenta una renda per sobre a les seccions censals contigües i a la mitjana del municipi, amb **19.754€**.

La **secció censal 02-003** al sud del municipi on es troba el club nàutic Port Balís, presenta la **segona renda més elevada del municipi** amb quasi **23.000€** i la **secció censal 02-001**, que engloba la major part del municipi, té la renda més elevada, arribant quasi als 25.000€, un **28% per sobre de la mitjana del municipi**.



3. Anàlisi del context territorial socioeconòmic

3.3 Producte Interior Brut. Comparativa (2022)

	Sant Andreu de Llavanes	Maresme	Catalunya
PIB (milions €)	203,4	10.689	269.505
PIB per habitant (€)	17.352	23.012	34.411
PIB per habitant (índex Catalunya=100)	50,4	66,9	100

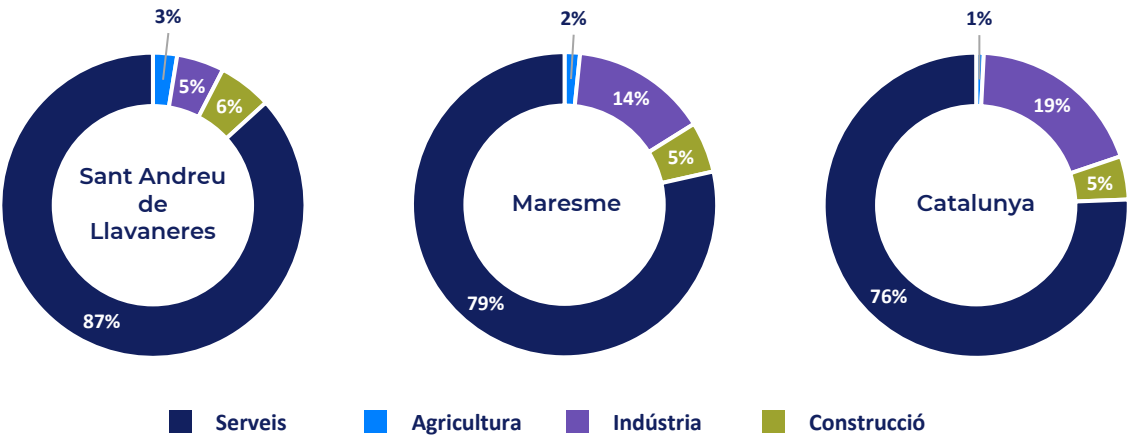
Font: IDESCAT

El PIB permet avaluar quina és l'aportació de les diferents branques productives del conjunt de l'economia, és a dir, comprèn els valors afegits bruts de les diferents activitats econòmiques del territori.

El **Producte Interior Brut per habitant** (PIB per habitant) de Sant Andreu de Llavanes representa la meitat de la mitjana catalana.

D'igual manera, es troba per sota (-16,5%) respecte la mitjana de l'àmbit comarcal.

3.3 Valor Afegit Brut (%). Comparativa (2022)



La distribució d'activitats productives a Sant Andreu de Llavanes denota un clar **predomini del sector serveis**. Respecte els àmbits territorials del Maresme i Catalunya, el pes de les activitats terciàries encara és major en el cas del municipi maresmenc.

En comparació amb els àmbits supramunicipals, destaca el menor pes de la indústria i el major protagonisme de serveis vinculats probablement a l'activitat residencial i comercial. Aquesta estructura condiciona l'estratègia de desenvolupament econòmic local.

Font: IDESCAT

3. Anàlisi del context territorial i socioeconòmic

3.4 Ocupació per sector econòmic (1r trim. 2025)

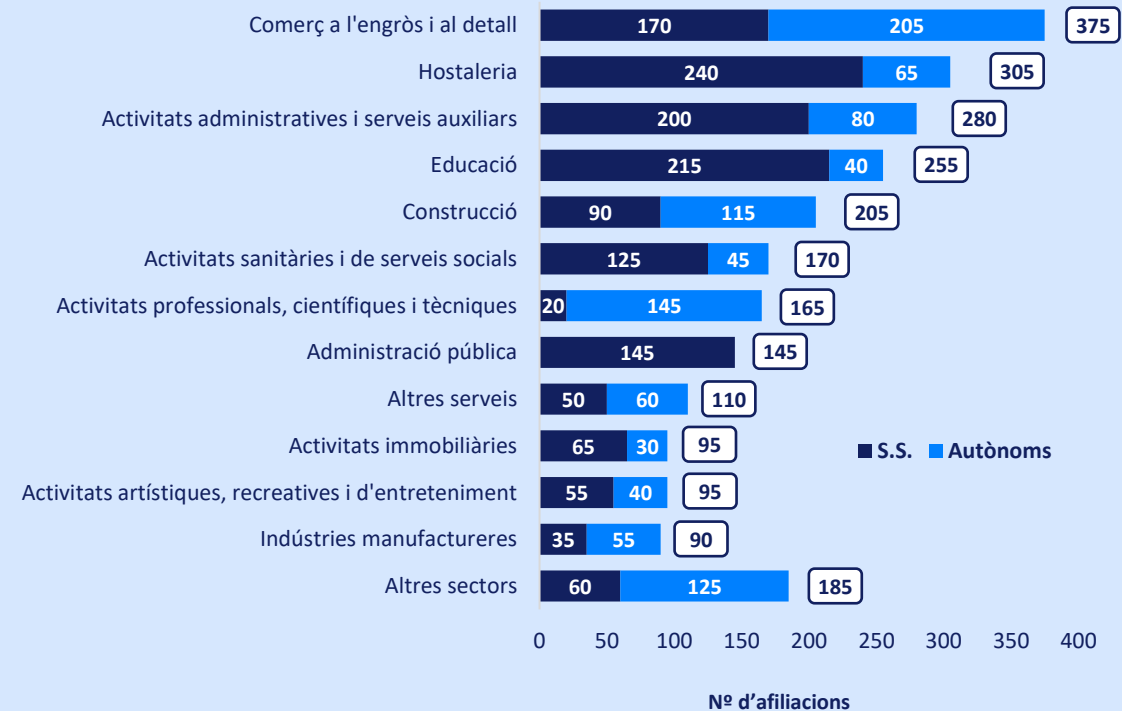
El **mercant de treball** de Sant Andreu de Llavaneres presenta un perfil clarament orientat als serveis, amb una presència destacada d'activitats vinculades al comerç, l'hostaleria i els serveis administratius. Aquesta estructura no és excepcional dins del context del Maresme, però sí que obliga a tenir en compte determinades implicacions en matèria d'estabilitat i qualitat de l'ocupació.

Pel que fa a l'**estructura ocupacional** del municipi, aquesta combina de manera destacada els règims d'assalariats i d'autònoms, configurant un mercat laboral on la dependència del treball per compte aliè conviu amb una activitat emprenedora significativa. Aquesta dualitat es fa especialment visible en sectors com el comerç i les activitats professionals, on el nombre d'autònoms representa una part rellevant del total d'afiliacions.

La presència d'autònoms no es limita a activitats tradicionals, sinó que també té pes en àmbits com els serveis artístics, la construcció o la indústria manufacturera. Aquesta realitat apunta cap a un teixit econòmic amb una base diversificada i amb una capacitat notable per generar ocupació des de l'àmbit de la iniciativa pròpia.

Font: IDESCAT

AFILIACIONS AL RÈGIM GENERAL DE LA SEGURETAT SOCIAL I AL RÈGIM ESPECIAL DE TREBALLADORS AUTÒNOMS



3. Anàlisi del context territorial i socioeconòmic

3.4 Contractacions per sector econòmic (2014-2024)

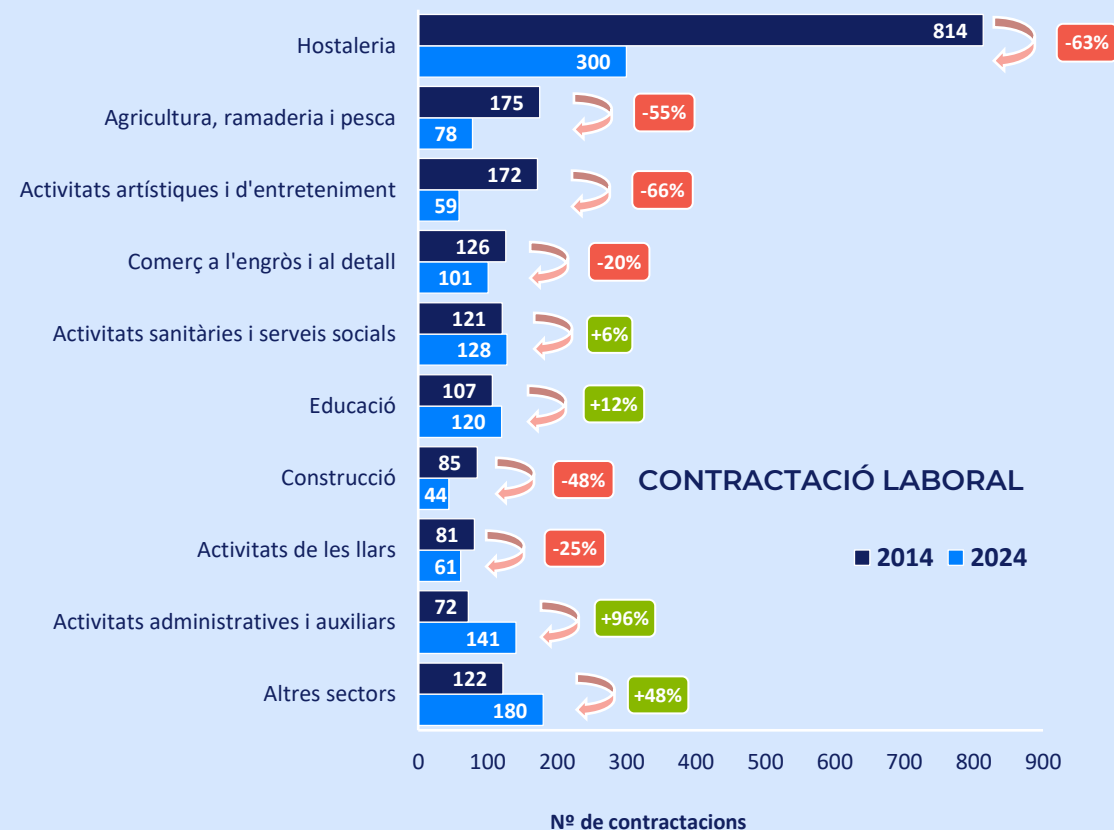
L'evolució de les contractacions per sectors econòmics a Sant Andreu de Llavaneres entre 2014 i 2024, posa de manifest una **transformació significativa del mercat de treball local**.

Es constata un descens notable en el sector de l'hostaleria entre el 2014 i el 2024 dins l'estructura econòmica local. Caldria analitzar si la reducció de contractacions en el sector de l'hostaleria respon a canvis en el model turístic local, a una reestructuració empresarial o a una transformació de les condicions de treball del sector.

Paral·lelament, augmenten les contractacions en sectors com les activitats administratives i auxiliars, l'educació i els serveis socials. Aquest fet denota una major presència de sectors relacionats amb els serveis a les persones i les tasques de suport a altres activitats econòmiques terciàries.

En conjunt, la redistribució de les contractacions aquí analitzada apunta cap a una major diversificació de l'activitat econòmica i una ocupació potencialment més estable.

Font: IDESCAT



3. Anàlisi del context territorial i socioeconòmic

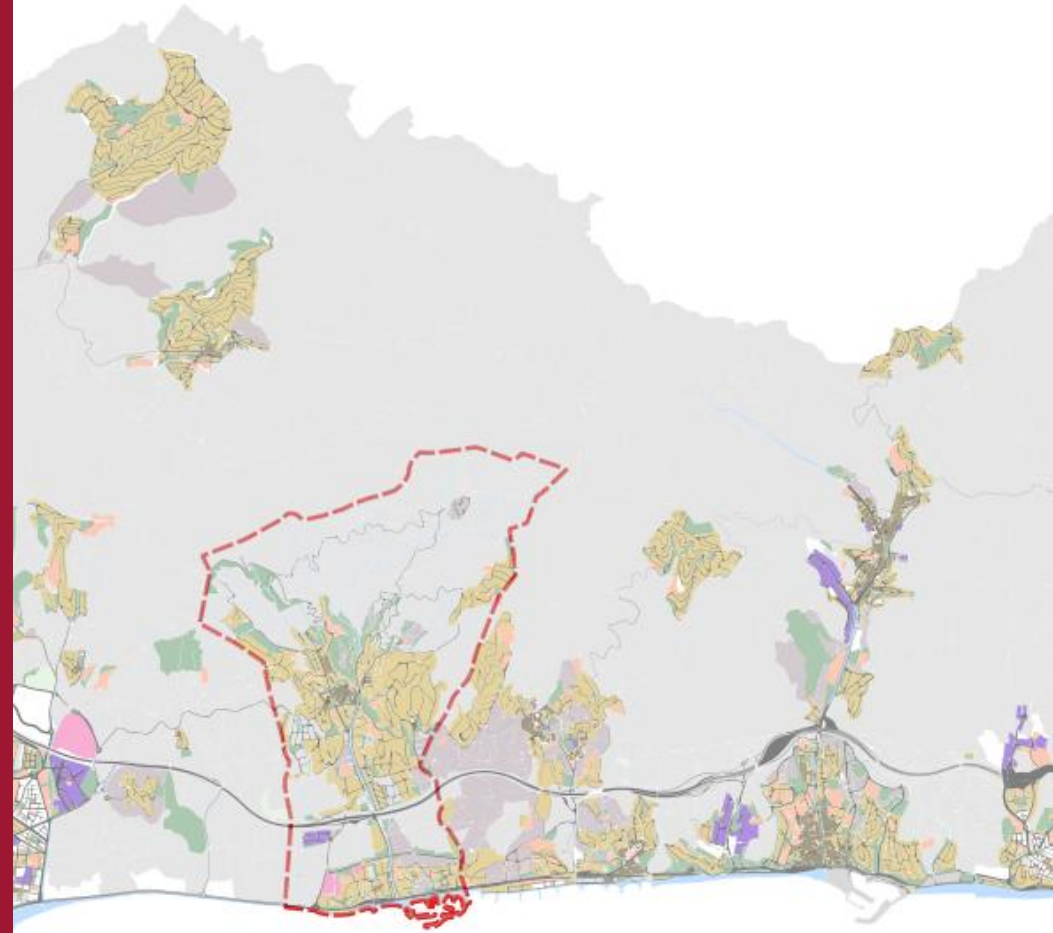
3.5 Ocupació i contractacions desglossats per sector econòmic

Ocupació per sectors econòmics	S.S	Autònoms	Total
Subministrament d'aigua i gestió de residus	5	0	5
Activitats de les llars	15	0	15
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	0	20	20
Activitats financeres i d'assegurances	5	30	35
Informació i comunicacions	10	45	55
Transport i emmagatzematge	25	30	55
Altres sectors	60	125	185
Indústries manufactureres	35	55	90
Activitats artístiques, recreatives i d'entreteniment	55	40	95
Activitats immobiliàries	65	30	95
Altres serveis	50	60	110
Administració pública	145	0	145
Activitats professionals, científiques i tècniques	20	145	165
Activitats sanitàries i de serveis socials	125	45	170
Construcció	90	115	205
Educació	215	40	255
Activitats administratives i serveis auxiliars	200	80	280
Hostaleria	240	65	305
Comerç a l'engròs i al detall	170	205	375
Total	1475	1010	2485

Contractacions per sectors econòmics	2014	2024	Variació
Activitats administratives i auxiliars	72	141	96%
Activitats de les llars	81	61	-25%
Construcció	85	44	-48%
Educació	107	120	12%
Activitats sanitàries i serveis socials	121	128	6%
Comerç a l'engròs i al detall	126	101	-20%
Activitats artístiques i d'entreteniment	172	59	-66%
Agricultura, ramaderia i pesca	175	78	-55%
Hostaleria	814	300	-63%
Aigua, sanejament i gestió de residus	25	14	-44%
Altres serveis	25	10	-60%
Indústries manufactureres	19	35	84%
Transport i emmagatzematge	15	15	0%
Activitats immobiliàries	11	14	27%
Activitats professionals i tècniques	11	12	9%
Adm. pública, Defensa i SS obligatòria	10	46	360%
Activitats financeres i d'assegurances	6	26	333%

Font: IDESCAT

Anàlisi del teixit comercial



Diputació
Barcelona



Ajuntament de
Sant Andreu de
Llavaneres

4. Anàlisi del teixit comercial

4.1 Metodologia aplicada al treball de camp



Data de realització: 16 d'abril de 2025



Dades recollides:

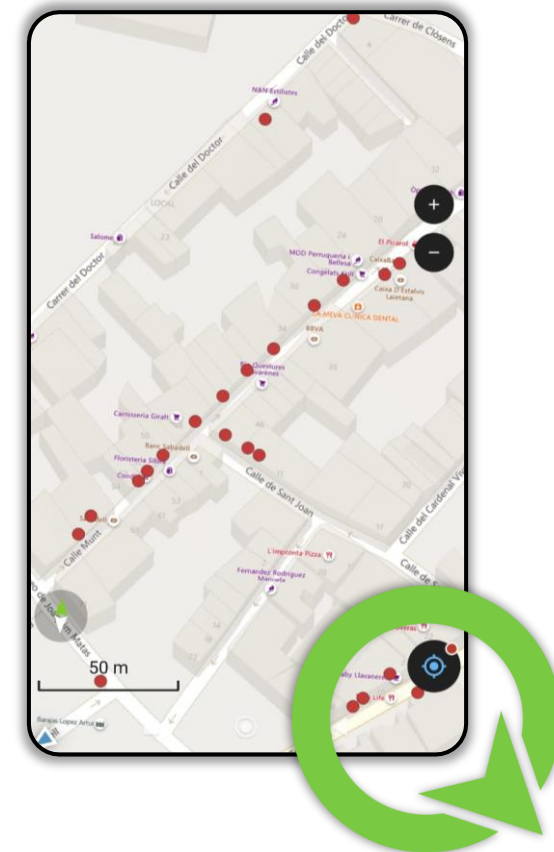
- Nom comercial
- Situació del local comercial (actiu / sense activitat)
- Activitat
- Subsector d'activitat
- Sector d'activitat (comerç / serveis / restauració)



Eines de suport: aplicació SIG de treball de camp - QField



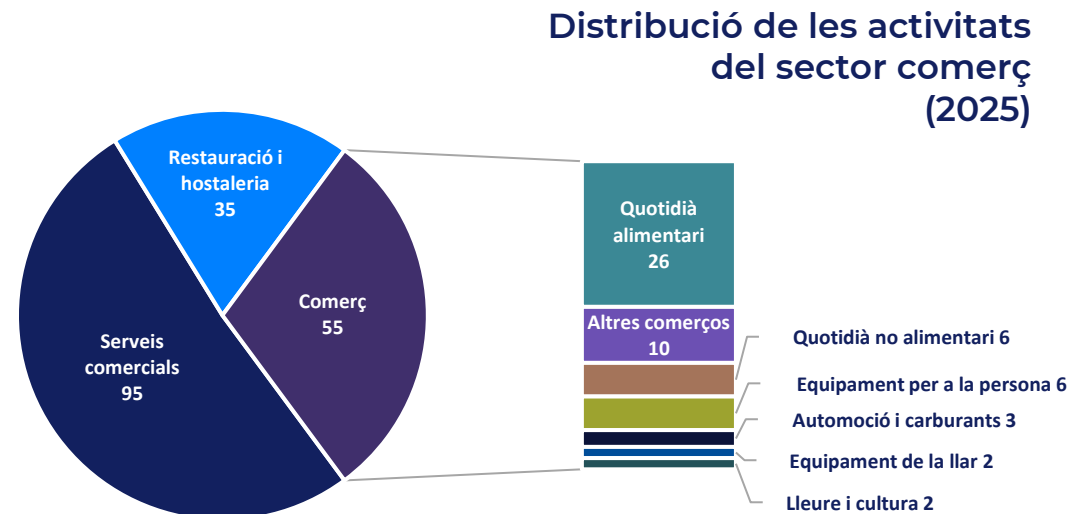
Mostra del cens: 195 establiments



4. Anàlisi del teixit comercial

4.2 Distribució d'activitats i indicadors de salut comercial (2025)

Sant Andreu de Llavaneres disposa d'un total de **185 activitats comercials actives**. El teixit comercial local es caracteritza per una presència destacada de serveis comercials i establiments de restauració, que juntament amb el comerç de proximitat configuren una oferta diversificada. Aquesta estructura és coherent amb el perfil d'un municipi amb una important activitat residencial i un cert atractiu turístic, on el comerç quotidià i els serveis de valor afegit tenen un pes rellevant en la vida econòmica i social.



Font: Cens comercial de Sant Andreu de Llavaneres (2025)

INDICADORS DE SALUT COMERCIAL

- L'Índex d'Aprofitament del Teixit Comercial (IATC) és de 94,9%, indicant un elevat ús dels locals comercials disponibles. Aquest valor reflecteix una activitat comercial consolidada, amb poca presència de locals buits (5,1%).
- L'Índex de Dotació Comercial (IDC) és d'1,6 comerços per cada 100 habitants, presentant una relació en equilibri en assegurar una cobertura adequada de les necessitats quotidianes sense necessitat de desplaçaments freqüents.
- L'Índex d'Atracció Comercial (IAC) és del 5,4%, el qual revela una capacitat moderada d'atreure persones de fora del municipi per consumir béns fora de l'àmbit de consum quotidià.

4. Anàlisi del teixit comercial

4.3 Indicadors comercials. Comparativa (2023)

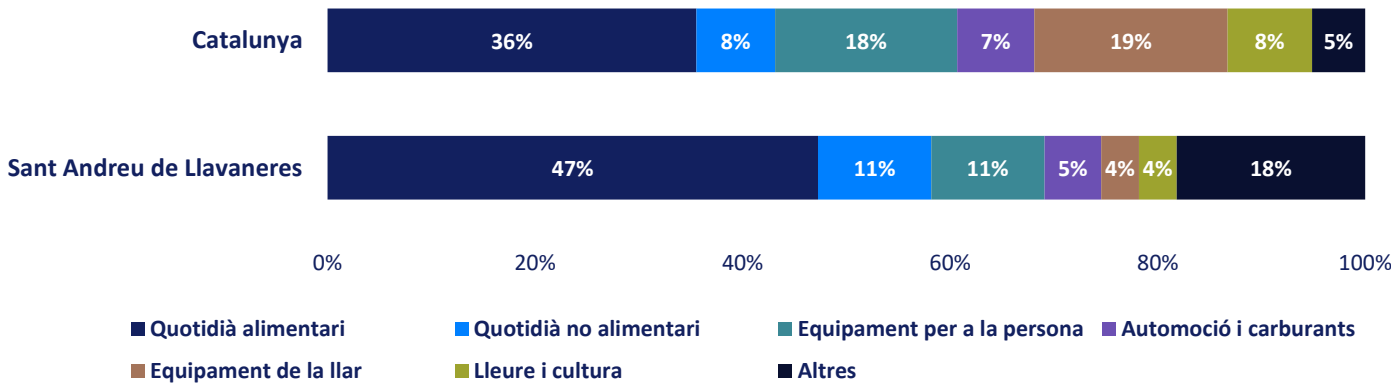
	Sant Andreu de Llanerres	Maresme	Catalunya
Població (habs.)	11.933	462.213	7.792.611
Densitat comercial (est./1.000 habs.)	8,28	10,35	11,16
Densitat comercial (m²/1.000 habs.)	849	1.320	1.558
Superfície mitjana per establiment (m²)	103	128	140

Font: CCAM (2023)

Comparant Sant Andreu de Llanerres amb altres àmbits territorials de referència, aquest presenta una **densitat comercial inferior**.

D'igual forma, la **superfície mitjana destinada per establiment és menor** que els altres àmbits analitzats, fet que suggereix un comerç més atomitzat i de proximitat.

4.3 Mix comercial. Comparativa



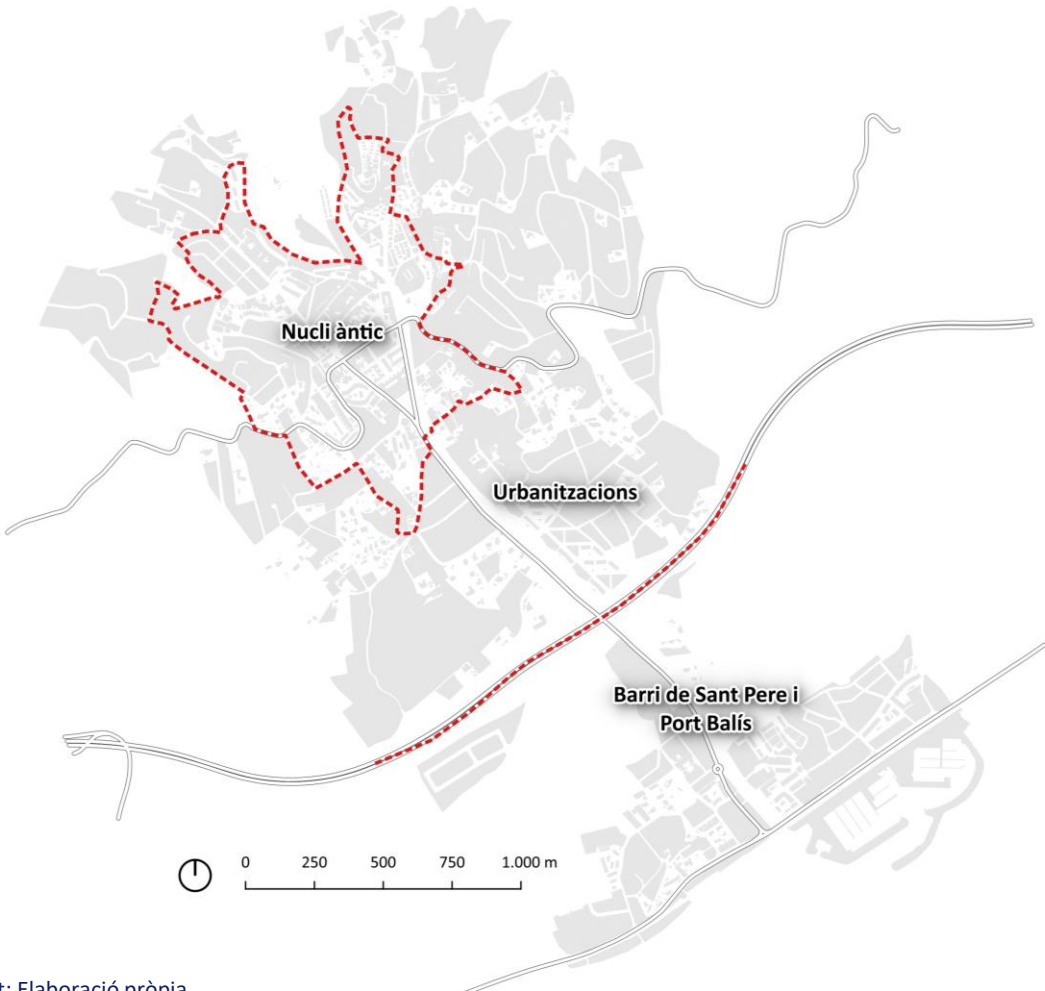
Sant Andreu de Llanerres presenta una **estructura comercial** amb algunes divergències respecte la mitjana catalana.

El pes relatiu de la compra quotidiana és ostensiblement major en el cas del municipi maresmenc. Per contra, sectors d'activitat comercial com l'equipament per a la persona i de la llar i el lleure i la cultura ocupen una porció significativament menor respecte el cas català.

Font: CCAM (2023) i cens comercial de Sant Andreu de Llanerres (2025)

4. Anàlisi del teixit comercial

4.4 Estructura del teixit comercial: Nucli urbà



El municipi de Sant Andreu de Llaneres es divideix en tres àmbits: el **nucli antic**, que exerceix de centre històric i comercial principal; el **barri de Sant Pere i l'àmbit del Port Balís**, amb una activitat orientada al lleure i al litoral; i les **urbanitzacions**, de caràcter predominantment residencial.

Aquesta distribució territorial condiona l'estructura del teixit comercial, amb una clara concentració d'activitats en els dos primers àmbits.

A continuació, es detallen les característiques principals de cadascun d'ells.

	Locals ocupats		Locals buits		Total locals	
Nucli urbà	151	81,6%	10	100,0%	161	82,6%
Sant Pere i port Balís	29	15,7%	0	0,0%	29	14,9%
Urbanitzacions	5	2,7%	0	0,0%	5	2,6%
Sant Andreu de Llaneres	185		10		195	

Font: Elaboració pròpia

Font: Cens comercial de Sant Andreu de Llaneres (2025)

4. Anàlisi del teixit comercial

4.4 Estructura del teixit comercial: Nucli urbà



El **centre urbà** concentra el 81,6% de les activitats terciàries del municipi, consolidant-se com l'àmbit amb més densitat d'activitat econòmica. Aquesta elevada concentració respon a la funció central que exerceix dins l'estructura urbana, on es combinen comerços, serveis i restauració en un entorn de gran accessibilitat per a la població resident.

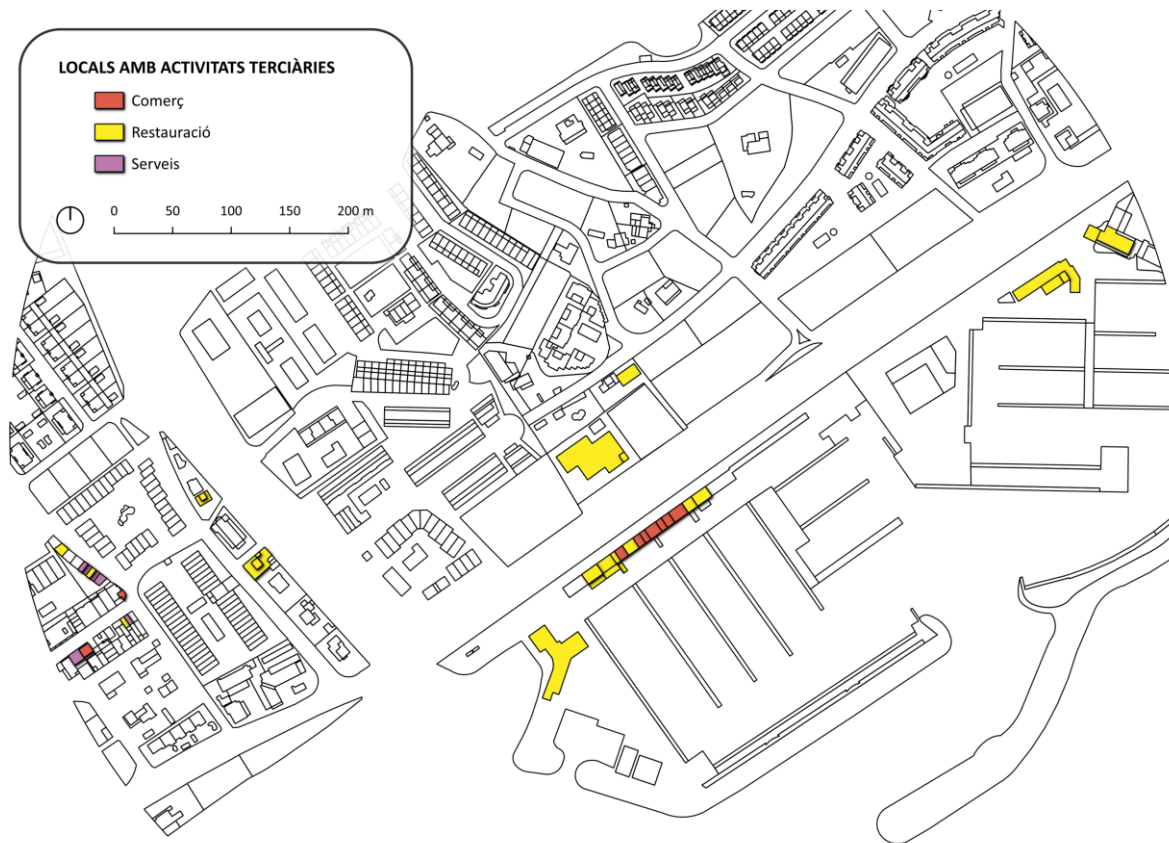
La configuració urbana d'aquesta zona afavoreix la mobilitat a peu i la connexió directa entre diferents serveis, cosa que incentiva la freqüentació i l'ús quotidià dels establiments. Aquesta compacitat també genera sinergies positives entre les activitats, facilitant la diversificació de l'oferta i la fidelització de la clientela local.

Aquesta centralitat funcional és pròpia de municipis amb un **pes destacat del comerç de proximitat**, on la dimensió humana de l'espai urbà juga un paper clau en la dinamització econòmica. Alhora, aquest model reforça la cohesió social i contribueix a la vitalitat del centre, afavorint la permanència d'activitats econòmiques i la qualitat de vida dels residents.

Font: Cens comercial de Sant Andreu de Llavaneres (2025)

4. Anàlisi del teixit comercial

4.4 Estructura del teixit comercial: Barri de Sant Pere i Port Balís



El **barri de Sant Pere i l'àmbit del Port Balís** concentren el **15,7%** de les activitats terciàries de Sant Andreu de Llavaneres. Es tracta d'un espai amb una oferta centrada principalment en la **restauració i els serveis**, vinculada tant a la població resident com als visitants i usuaris de l'àrea portuària. Aquesta configuració respon a una funció complementària respecte al nucli antic, amb una **orientació més marcada cap al lleure i el turisme**.

L'activitat econòmica en aquesta zona es distribueix en diversos punts: el passeig marítim, l'interior del port esportiu i l'entorn del barri de Sant Pere. Aquesta dispersió relativa permet donar servei a diferents perfils de demanda i afavoreix una oferta diversa i especialitzada. A més, la proximitat al litoral i a equipaments nàutics genera oportunitats per a establiments vinculats al turisme actiu i de temporada.

Aquest espai juga un paper estratègic en la complementarietat del teixit comercial municipal, especialment durant els mesos d'estiu, quan l'activitat s'intensifica notablement.

Font: Cens comercial de Sant Andreu de Llavaneres (2025)

4. Anàlisi del teixit comercial

4.5 La balança comercial

La Renda Neta Mitjana per Persona de Sant Andreu de Llvaneres es situa l'any 2023 en 19.240€. Per elaborar la següent taula s'ha partit de les dades de l'Enquesta de Pressupostos Familiars, concretament de la distribució de la despesa mitjana del quintil 4 del conjunt d'Espanya que es situa als 16.086€.

S'observa que a Sant Andreu de Llvaneres **els consumidors demanden més productes d'alimentació, lleure i cultura, equipament per la llar i equipament per a la persona.**

En contraposició, està **la restauració i hostaleria que mostra un petit excés d'oferta.**

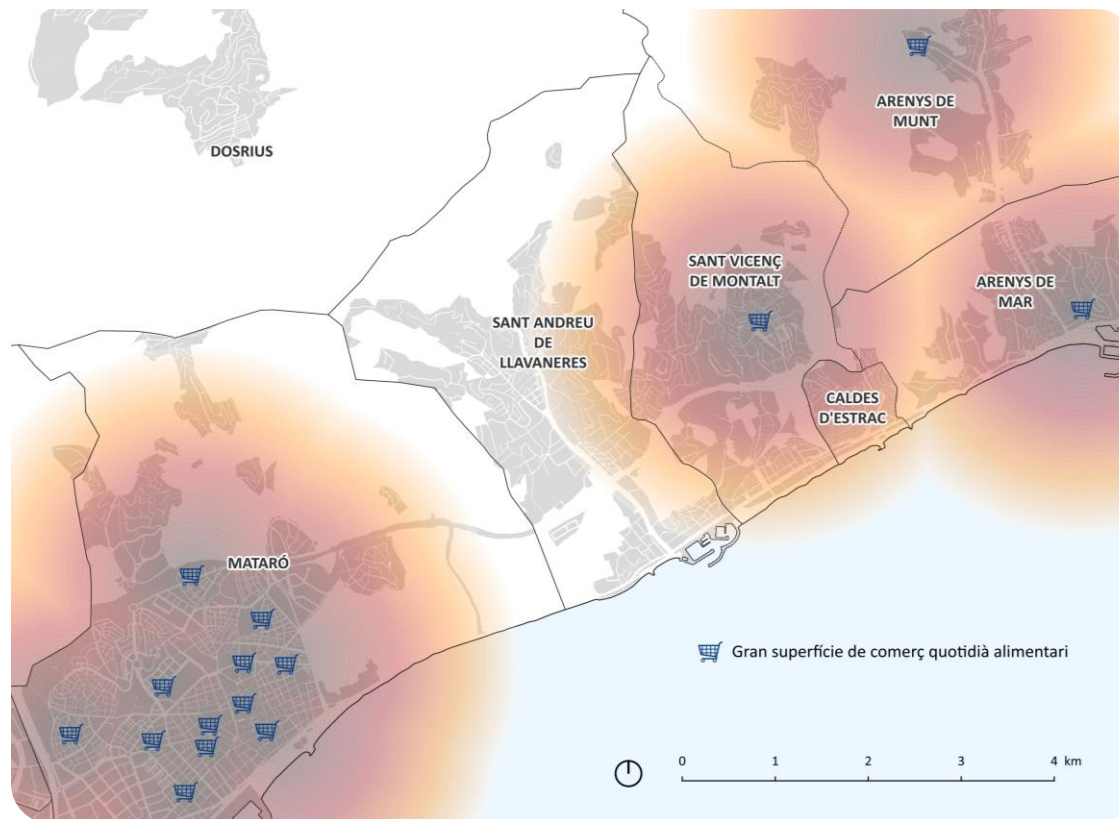
Aquestes dades mostren que els habitants de Sant Andreu de Llvaneres els falta cobertura en lleure i cultura i han d'anar fora del municipi, d'igual manera passa amb l'alimentació i l'equipament per la llar. D'altra banda, si que tenen oferta d'equipament personal i restauració dins del municipi.

	Despesa mensual	Pes de la despesa	Presència al municipi	Diferencial
Alimentació	220,17 €	16,4%	12,9%	-3,5%
Restauració i hostaleria	148,23 €	11,1%	14,8%	3,8%
Lleure i cultura	67,49 €	5,0%	2,0%	-3,1%
Equipament per a la llar	53,20 €	4,0%	2,0%	-2,0%
Equipament per a la persona	56,58 €	4,2%	3,5%	-0,7%

Font: IDESCAT

4. Anàlisi del teixit comercial

4.6 Comerç del sector quotidià. Comparativa entre territoris de les grans superfícies



Sant Andreu de Llavaneres destaca per la seva **posició perifèrica respecte als principals focus d'atracció comercial**. El municipi apareix com una àrea amb **una cobertura comercial més limitada en les grans superfícies de quotidià alimentari**. Hi ha absència de nuclis densos de gran distribució en el seu propi terme i una influència comercial que prové, majoritàriament, dels **municipis veïns com Mataró, Sant Vicenç de Montalt i Caldes d'Estrac**.

Aquest posicionament genera una doble lectura: d'una banda, indica una **dependència funcional respecte a l'oferta comercial externa**; de l'altra, representa **una oportunitat estratègica per desenvolupar una oferta pròpia** que pugui cobrir les necessitats locals i reduir la fugida de consum.

En aquest sentit, les previsions de creixement comercial i residencial al municipi —com es reflecteix en altres documents del planejament— permeten intuir **un escenari favorable per implantar comerç de proximitat complementari**, amb criteris de sostenibilitat i adaptació a la demanda real.

4. Anàlisi del teixit comercial

4.6 Comerç del sector quotidià. Formats comercials (2021)

Format comercial	Superfície mitjana (m²)	Rendiment mitjà (€ / m²)	Percentatge de franquícies	Percentatge d'oferta quotidiana
Hipermercats i grans magatzems	3.486	5.649	0%	59,3%
Supermercats (400 - 2.499 m²)	912	6.058	11%	96,4%
Superserveis (150 – 399 m²)	252	4.092	75%	99,1%
Autoserveis (fins a 149 m²)	106	3.824	67%	99,6%
Especialistes	168	5.964	31%	100%

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Anuari de la distribució comercial a Catalunya. Sector quotidià en règim d'autoservei. Any 2021

Els formats comercials es diferencien per mida, rendiment i model de gestió.

Els hipermercats tenen grans superfícies (3.486 m²) però una oferta quotidiana limitada (59,3%). En canvi, **els supermercats (400 - 2.499 m²) són més eficients, amb un rendiment alt (6.058 €/m²) i una forta oferta quotidiana.**

Els superserveis i autoserveis, més petits, tenen una oferta gairebé totalment quotidiana (99%), però amb un rendiment més baix (3.824 €/m² en autoserveis). A més, **el 75% dels superserveis i el 67% dels autoserveis són franquícies, reflectint un model d'expansió basat en tercers.**

Finalment, **els comerços especialistes combinen alta rendibilitat (5.964 €/m²) i menys franquícies (31%), destacant pel seu enfocament en nínxols de mercat.** Això confirma una tendència cap a models de proximitat i especialització, en contrast amb els formats tradicionals de gran superfície.

4. Anàlisi del teixit comercial

4.6 Comerç del sector quotidià. Comparativa entre territoris (2021)

Indicador	Sant Andreu de Llavaneres	Maresme	Província de Barcelona	Catalunya
Població	11.178	453.212	5.743.402	7.722.203
Superfície de venda (m2)	1.200	135.192	1.595.923	2.508.131
Dotació comercial (m2/1.000 hab.)	107	298	278	325
Rendiment mitjà (€ / m2)	5.600	5.719	5.710	5.658
Persones ocupades en el sector	80	3.871	58.182	72.841

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Anuari de la distribució comercial a Catalunya. Sector quotidià en règim d'autoservei. Any 2021

Amb una dotació comercial per habitant molt per sota de la mitjana del Maresme i de Catalunya, **el municipi té una dependència estructural d'altres poblacions per cobrir les compres quotidianes**. Aquesta realitat no només representa una oportunitat perduda per als comerciants locals, sinó que també redueix la capacitat de generar ocupació i consolidar un teixit econòmic més robust i autosuficient. Tanmateix, el comerç de Llavaneres no està exempt de potencial. Els establiments existents mostren un rendiment comercial competitiu, prova que hi ha demanda i capacitat de despesa.

Això suggereix que, amb una estratègia adequada, es podria reforçar l'oferta comercial, apostant per un model de proximitat basat en la qualitat, la diferenciació i l'experiència de compra. **Potenciar la implantació de nous establiments, impulsar iniciatives de dinamització comercial i aprofitar les tendències del comerç digital** podrien ser vies efectives per revitalitzar el sector i oferir als veïns una alternativa real a la mobilitat comercial obligada.

4. Anàlisi del teixit comercial

4.6 Comerç del sector quotidià. Comparativa entre municipis veïns dels establiments dels grups empresarials (2021)

Indicador	Sant Andreu de Llanerres	Arenys de Munt	Argentona	Sant Vicenç de Montalt	Mataró	Caldes d'Estrac	Canet de Mar
Població	11.178	8.977	12.637	6.639	129.120	3.092	14.668
Grups empresarials	2	3	7	4	84	1	6
Superfície de venda (m2)	305	685	1.281	1587	41.123	280	2.500
Dotació comercial (m2/1.000 hab.)	27	76	101	239	319	91	170
Rendiment mitjà (€ / m2)	5.600	5.700	5.750	5.650	5.800	5.500	5.700
Persones ocupades en el sector	80	120	150	90	2.500	40	200

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Anuari de la distribució comercial a Catalunya. Sector quotidià en règim d'autoservei. Any 2021

Sant Andreu de Llanerres presenta una oferta comercial limitada en comparació amb els municipis veïns, amb una dotació comercial de només 27 m² per cada 1.000 habitants, molt inferior a la de Sant Vicenç de Montalt (239 m²/1.000 hab.) o Canet de Mar (170 m²/1.000 hab.).

Aquesta situació implica una forta dependència d'altres localitats per a les compres quotidianes i una pèrdua d'oportunitats econòmiques per al municipi. Tot i això, el rendiment comercial de 5.600 €/m² es manté competitiu, fet que indica **un potencial de mercat infrautilitzat**.

L'ocupació en el sector també és reduïda, amb només 80 persones treballant en el comerç local, molt per sota de municipis similars. Per revertir aquesta tendència, cal incentivar la implantació de nous establiments i fomentar una oferta comercial més especialitzada, aprofitant el perfil de consum del municipi. A més, la digitalització i la millora de l'accessibilitat poden contribuir a retenir i atraure clientela, evitant la fuga de consum cap a Mataró i altres grans nuclis.

4. Anàlisi del teixit comercial

4.7 Comerç del sector quotidià. Balanç econòmic

Demanda		Oferta	
RFDB per habitant	21.968,00 €	Rendiment €/m2	5.600,00
Habitants	11.942,00	m2 totals	1.200,00
Total RFDB	262.341.856 €		
% per càpita assignat a aliments i begudes ni alcohòliques	16,35		
Despesa total en alimentació	42.892.893,46 €	Rendiment total	6.720.000 €
Balanç	-36.172.893,46 €		

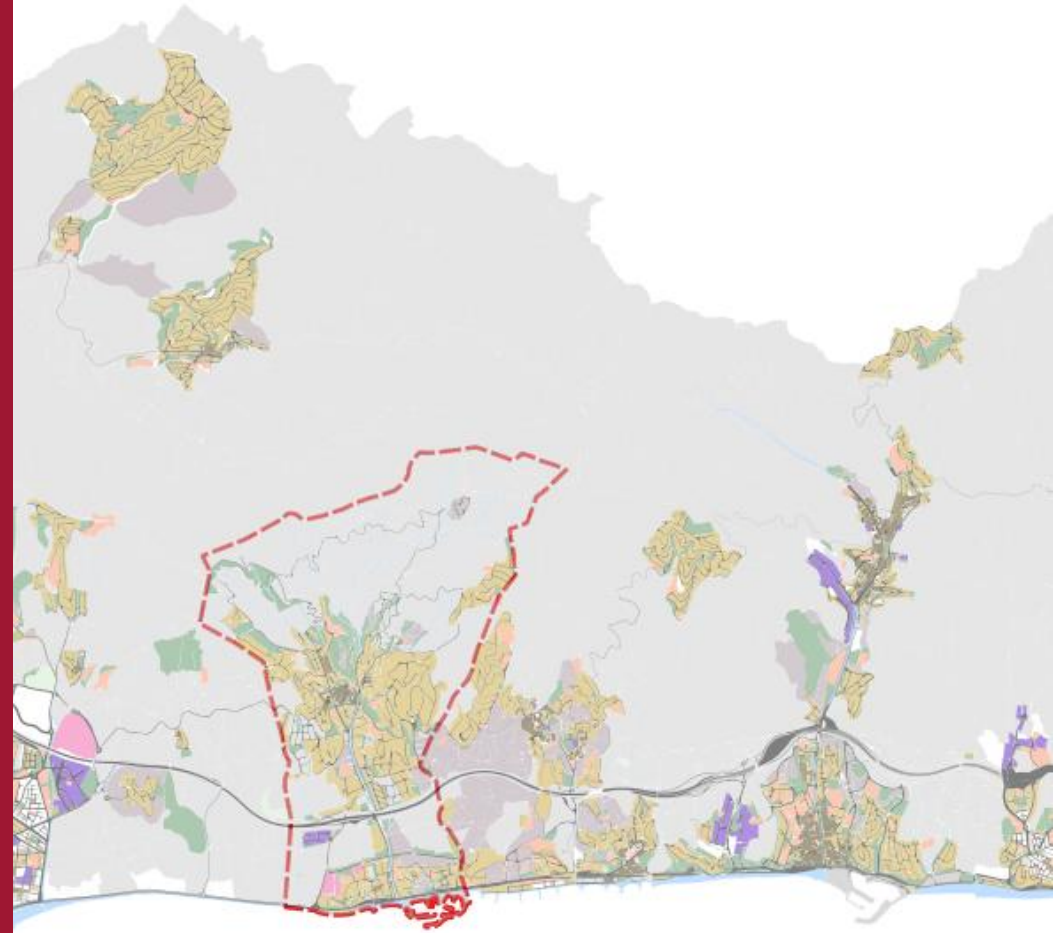
Font: Elaboració pròpia a partir de l'Anuari de la distribució comercial a Catalunya 2021, INE i IDESCAT.

La balança del sector quotidià es calcula a partir del saldo que hi ha entre l'oferta comercial i la demanda. L'oferta es calcula sobre el: rendiment m2 dels establiments existents. La demanda, es calcula a partir del nombre d'habitants, la renda familiar disponible bruta del municipi per habitant i el percentatge per càpita destinat a la compra quotidiana.

La despesa total en alimentació al municipi ascendeix a gairebé 43 milions d'euros, mentre que la facturació total dels establiments locals és d'aproximadament 7 milions. Això genera un **saldo negatiu de 36 milions d'euros, que representen la fuga comercial cap a altres municipis.**

Aquesta situació confirma la necessitat d'enfortir el teixit comercial local per reduir la dependència de l'oferta externa, evitar la mobilitat obligada per a la compra de productes quotidians i captar part d'aquest negoci potencial.

Enquesta d'hàbits de consum



Diputació
Barcelona

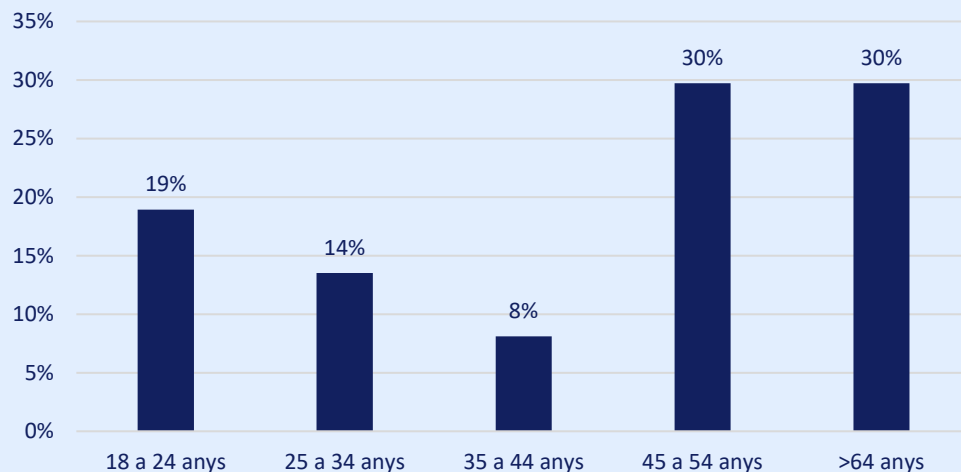


Ajuntament de
Sant Andreu de
Llavaneres

5. Enquesta d'hàbits de consum a peu de carrer



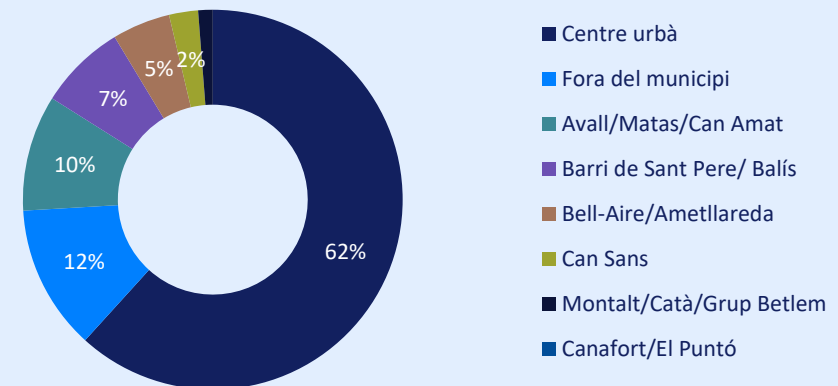
Franja d'edat de la persona enquestada



De les 81 persones enquestades, el 60% es troba entre els 45 i els 64 anys. També s'han enquestat aproximadament un 20% de persones menors de 24 anys, un 14% al voltant dels 20 i 30 anys i un 8% entre els 30 i 40 anys.



A on resideix?

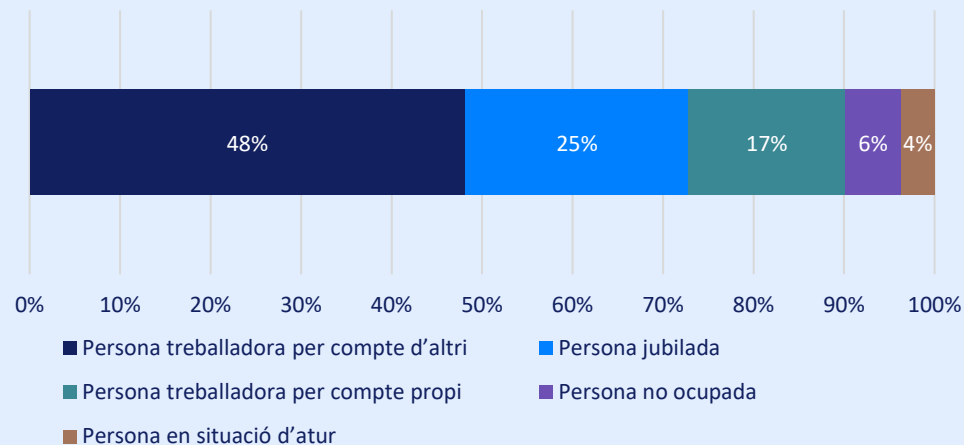


Les majoria dels enquestats provenen del centre urbà de la ciutat, un altre 12% de fora del municipi i la resta d'altres barris.

5. Enquesta d'hàbits de consum a peu de carrer



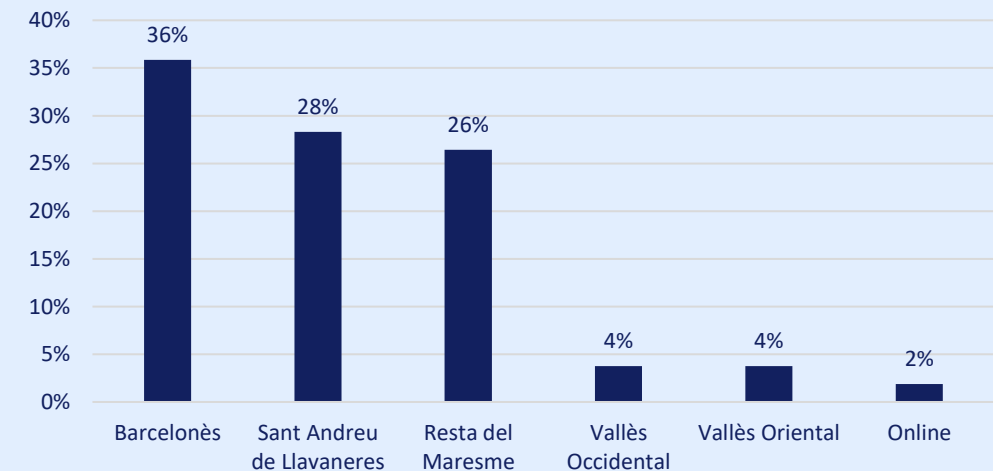
Dins del mercat de treball, en quina situació es troba?



Més de la meitat de persones enquestades estan actives al mercat laboral, ja sigui per compte aliè o propi i també hi ha un 25% important de persones jubilades.



Quin és el municipi o comarca on s'ubica el seu lloc de treball?

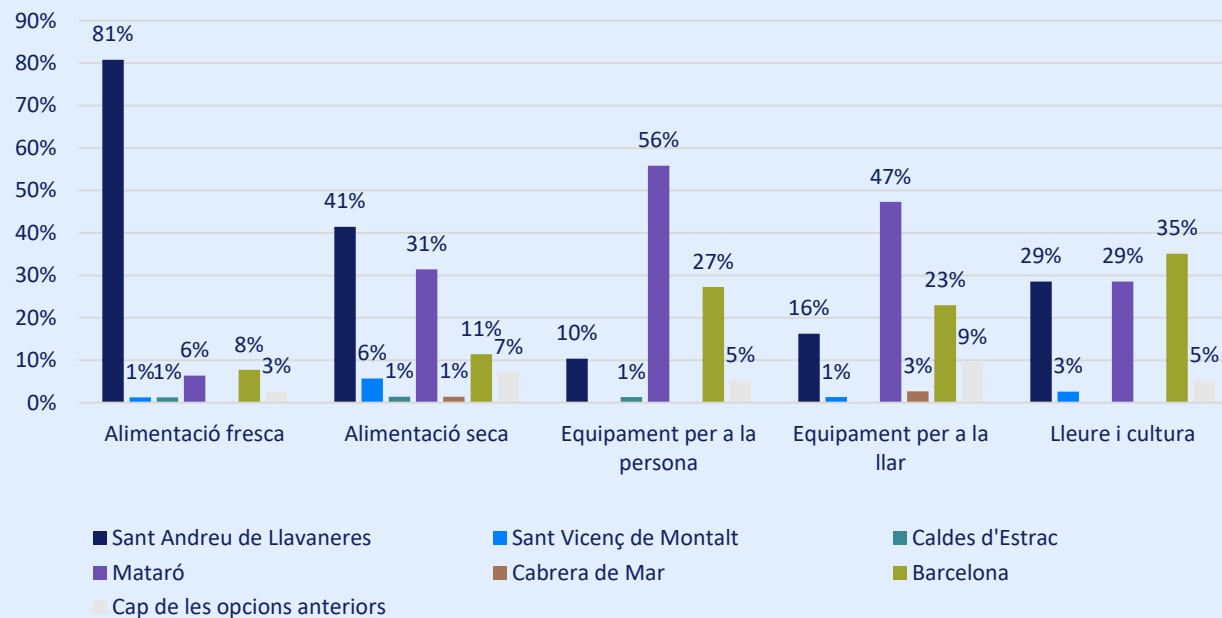


De les persones enquestades que treballen, un 36% ho fa al Barcelonès ja que exerceix de pol d'atracció laboralment, tot i així quasi un 30% ho fa dins del municipi i un altre 26% a altres municipis del Maresme.

5. Enquesta d'hàbits de consum a peu de carrer



A quin municipi sol realitzar la compra dels següents tipus de productes?



Els enquestats destaquen Llaveneres per la compra en alimentació fresca (81%) per sobre dels altres municipis.

Els següents productes més comprats al municipi són l'alimentació seca (41%) i el lleure i cultura (29%). En menor mesura els enquestats compren l'equipament per la llar (16%) i l'equipament per la persona (10%).

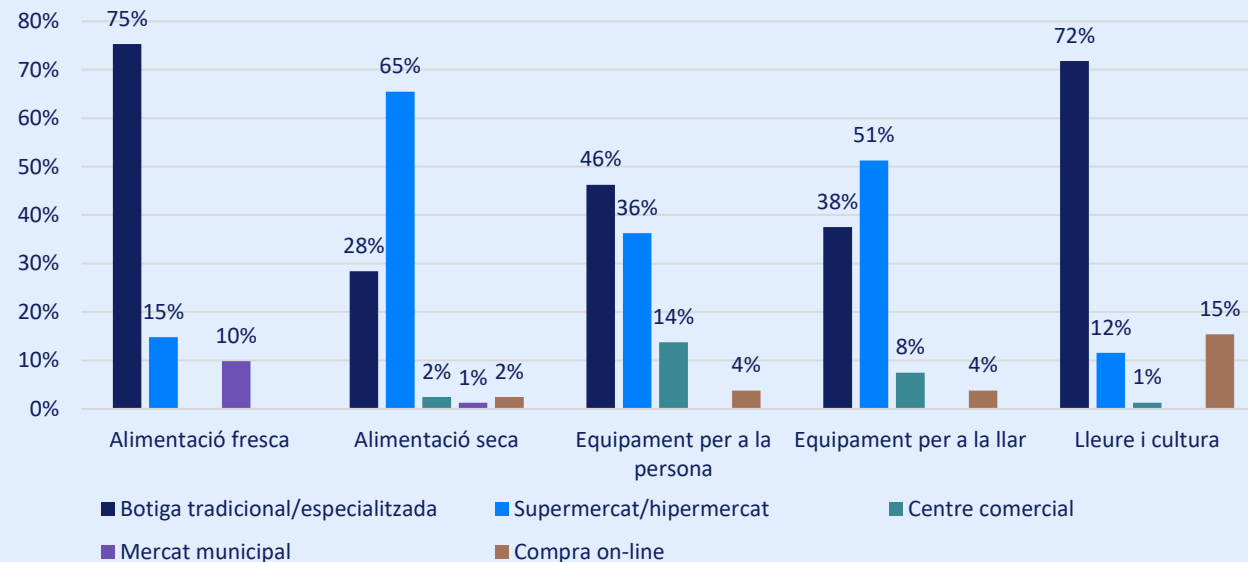
Aquests productes d'equipament per la persona i per la llar, que es veuen eclipsats pels municipis de Mataró i Barcelona.

L'alimentació fresca és un dels punts forts de la compra dels consumidors al municipi.

5. Enquesta d'hàbits de consum a peu de carrer



En quin tipus d'establiment realitza la compra de cada producte?



L'alimentació fresca és el producte estrella de les persones que compren al municipi, i aquests ho fan principalment en botigues tradicionals/especialitzades (75%).

L'alimentació seca es compra majoritàriament al supermercat (65%) i la compra d'equipament per la persona compren entre botigues especialitzades i hipermercat.

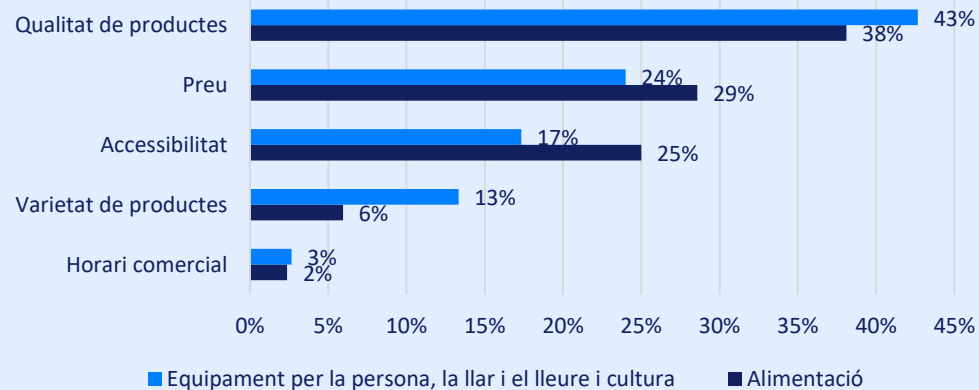
L'equipament per la llar, més de la meitat dels enquestats ho compren al supermercat/hipermercat i sinó a botigues especialitzades.

I, el lleure i cultura, en gran part es consumeix en botigues especialitzades o online.

5. Enquesta d'hàbits de consum a peu de carrer



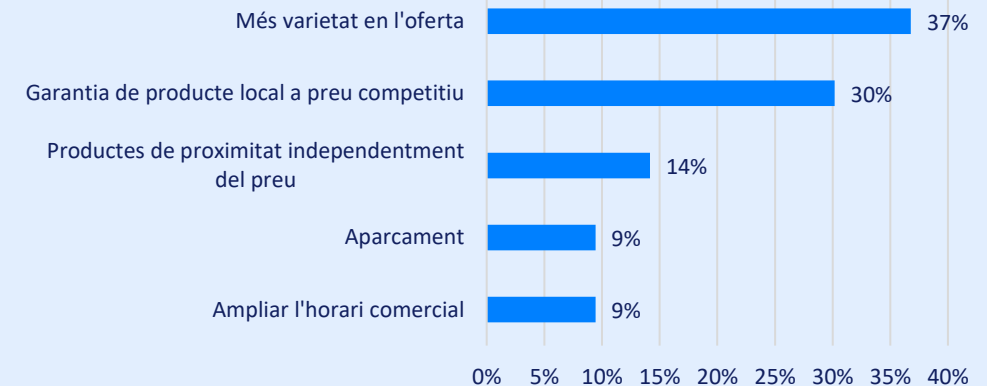
Quins elements té en consideració a l'hora de comprar productes a Sant Andreu de Llavaneres?



A l'hora de comprar tant alimentació com equipament els enquestats tenen en compte criteris similars. La qualitat dels productes és un factor indispensable, el preu i l'accessibilitat és més important quan es compra alimentació que equipament però tot i així són el segon i tercer elements més valorats. Per últim, la varietat dels productes, té cert pes quan es compra equipament, així com també l'horari dels establiments.



Què podria fer que comprés (o comprés més) a Sant Andreu de Llavaneres?

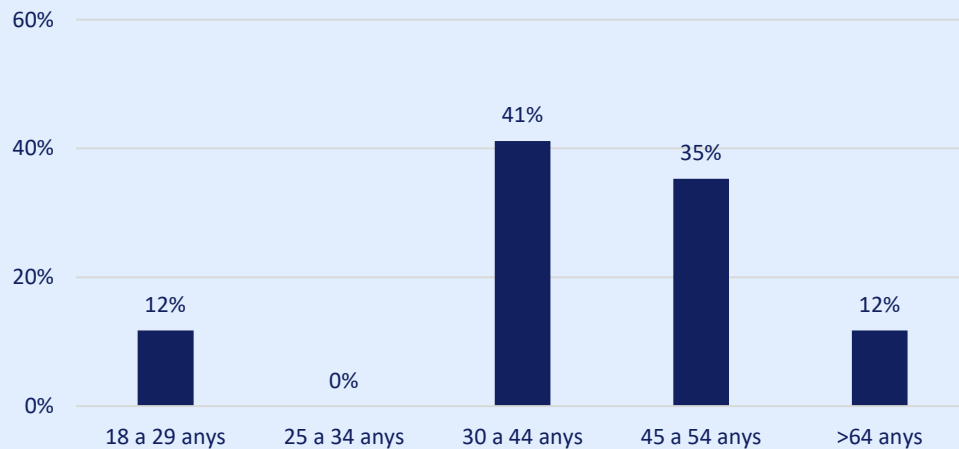


Els criteris més importants que poden fer o fan que comprin més al municipi són en primer lloc tenir més varietat en l'oferta, un fet que si manca fa que vagin a altres municipis a comprar. També tenir preus competitiu, productes de proximitat, un bon aparcament i un horari comercial ampli.

5. Enquesta d'hàbits de consum on-line



Franja d'edat de la persona enquestada

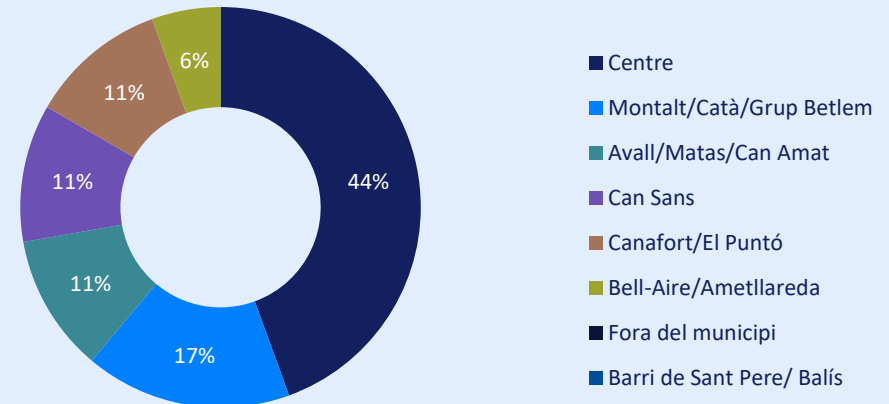


De les 18 persones enquestades via online, quasi el 80% es troba entre els 34 i 54 anys.

Els altres grups que han contestat l'enquesta han estat de 18 als 29 anys i majors de 64 anys.



A on resideix?



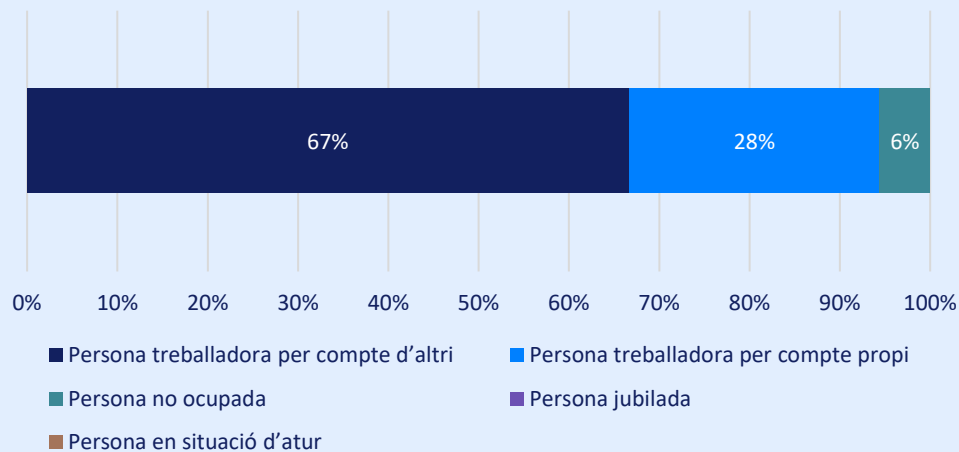
Quasi la meitat dels enquestats viuen al centre del municipi (44%), seguit dels barris de Montalt, Catà i Grup Betlem (17%).

En aquesta enquesta no hi ha cap persona enquestada de fora del municipi.

5. Enquesta d'hàbits de consum on-line



Dins del mercat de treball, en quina situació es troba?

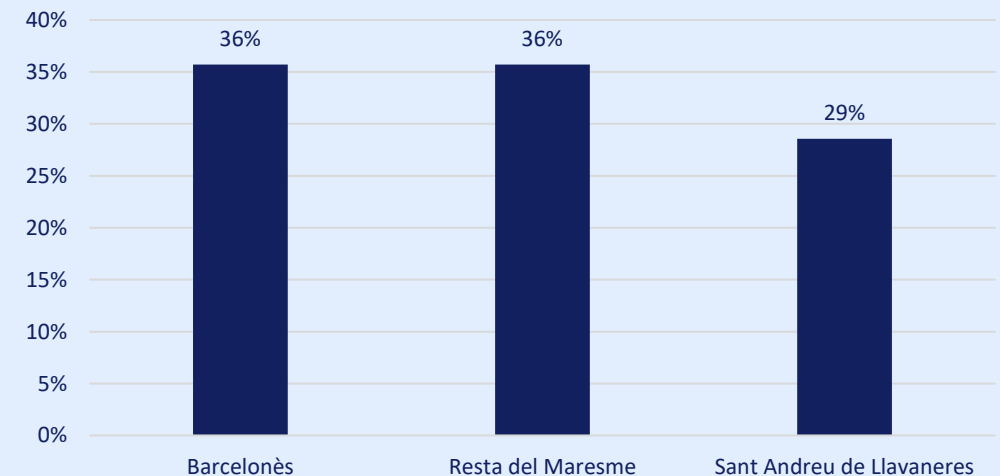


El 94% dels enquestats són persones actives al mercat laboral, ja sigui per compte d'altri o propi.

La resta de persones enquestades han estat persones no ocupades (6%).



Quin és el municipi o comarca on s'ubica el seu lloc de treball?

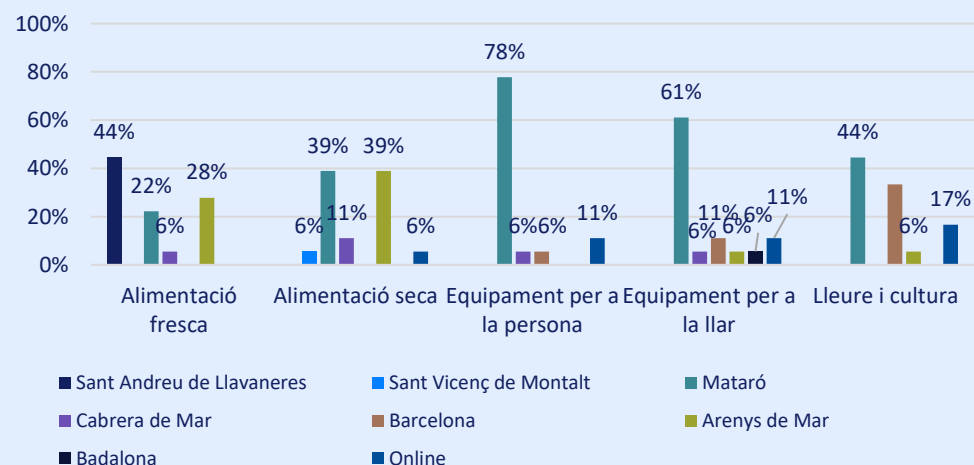


De les persones enquestades que treballen, un 36% ho fa al Barcelonès, molt similar a l'enquesta que es va realitzar a peu de carrer, un 36% ho fa a altres municipis del Maresme i un 29% al dins del municipi.

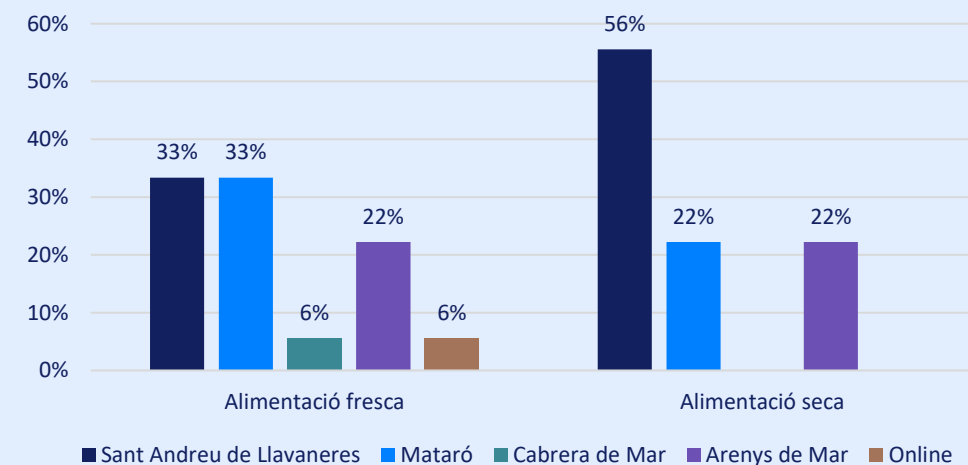
5. Enquesta d'hàbits de consum on-line



Quin és el lloc principal per a realitzar la compra? Quin és el lloc secundari on realitza la compra?



Els enquestats posicionen Llavaneres com a primera opció per la compra en alimentació fresca (44%) però, destaquen altres municipis com a primera opció de compra d'altres tipus de productes.

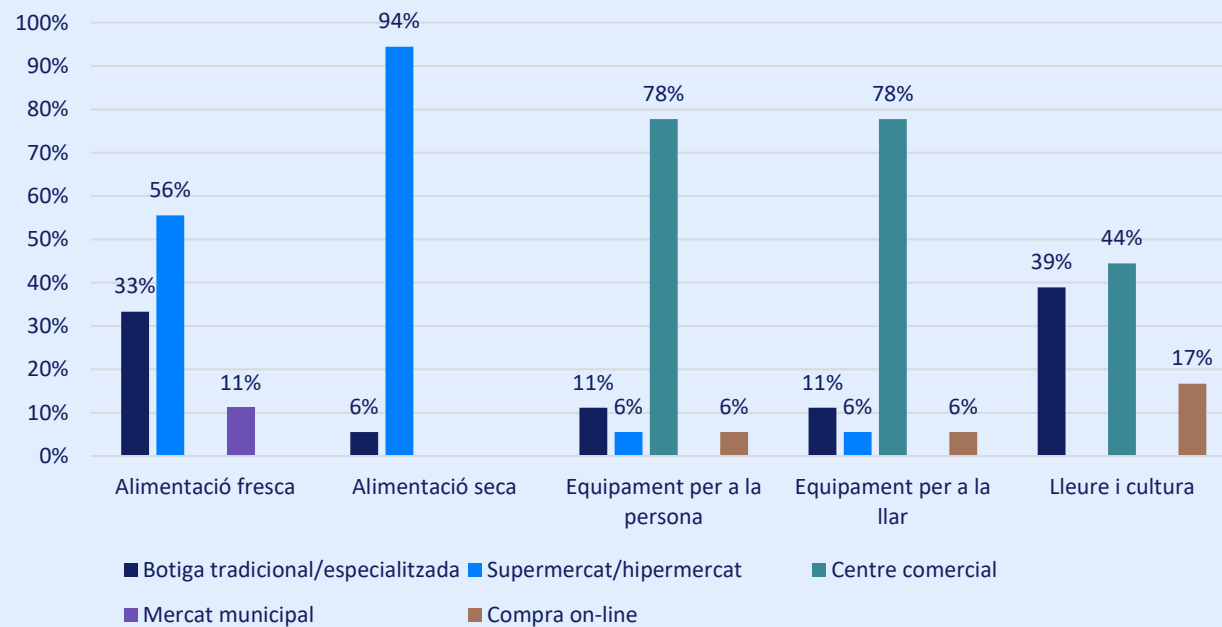


Com a lloc secundari per anar a comprar productes d'alimentació fresca i seca, posicionen com a primera opció Llavaneres, especialment en alimentació seca, tot i així, també destaca Mataró o Arenys de Mar.

5. Enquesta d'hàbits de consum on-line



En quin tipus d'establiment realitza la compra de cada producte?



L'alimentació fresca es compra més en supermercat o hipermercat, seguit de botigues més tradicionals o especialitzades.

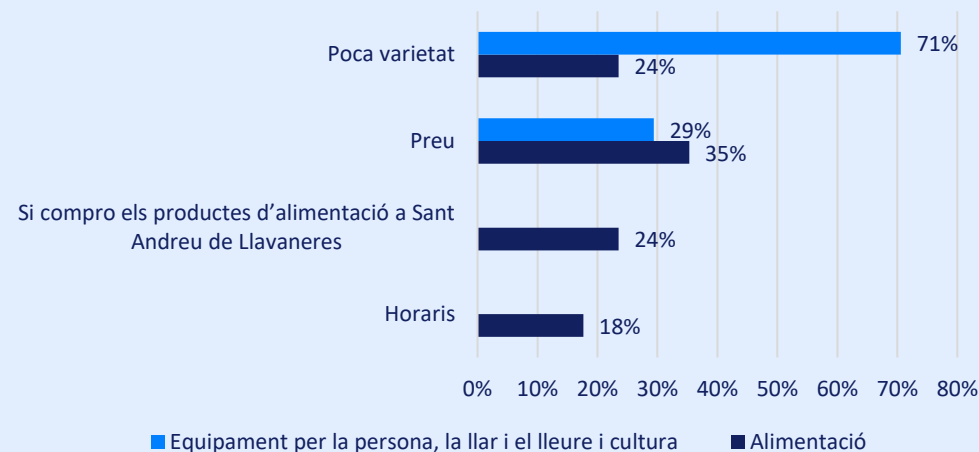
L'alimentació seca es compra majoritàriament al supermercat (65%) i la compra d'equipament per la persona i la llar es compra en gran part al centre comercial.

I, pel lleure i cultura, hi ha més diversitat a l'hora de comprar i els enquestats ho fan entre centre comercials, botigues especialitzades i online.

5. Enquesta d'hàbits de consum on-line



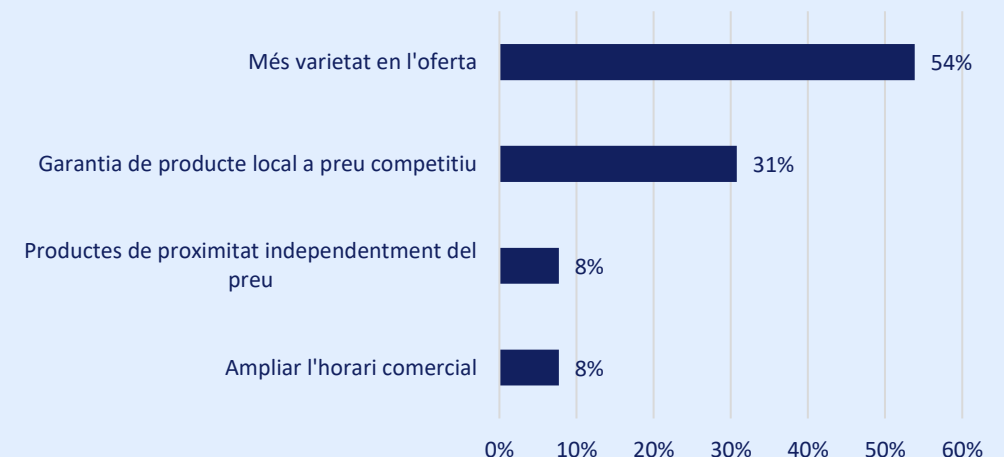
Motius pels quals NO compra els productes a Sant Andreu de Llavaneres?



Els principals motius pel qual els enquestats no compren productes d'equipament al municipi és per la poca varietat (71%) i en el cas de l'alimentació pel preu (35%).

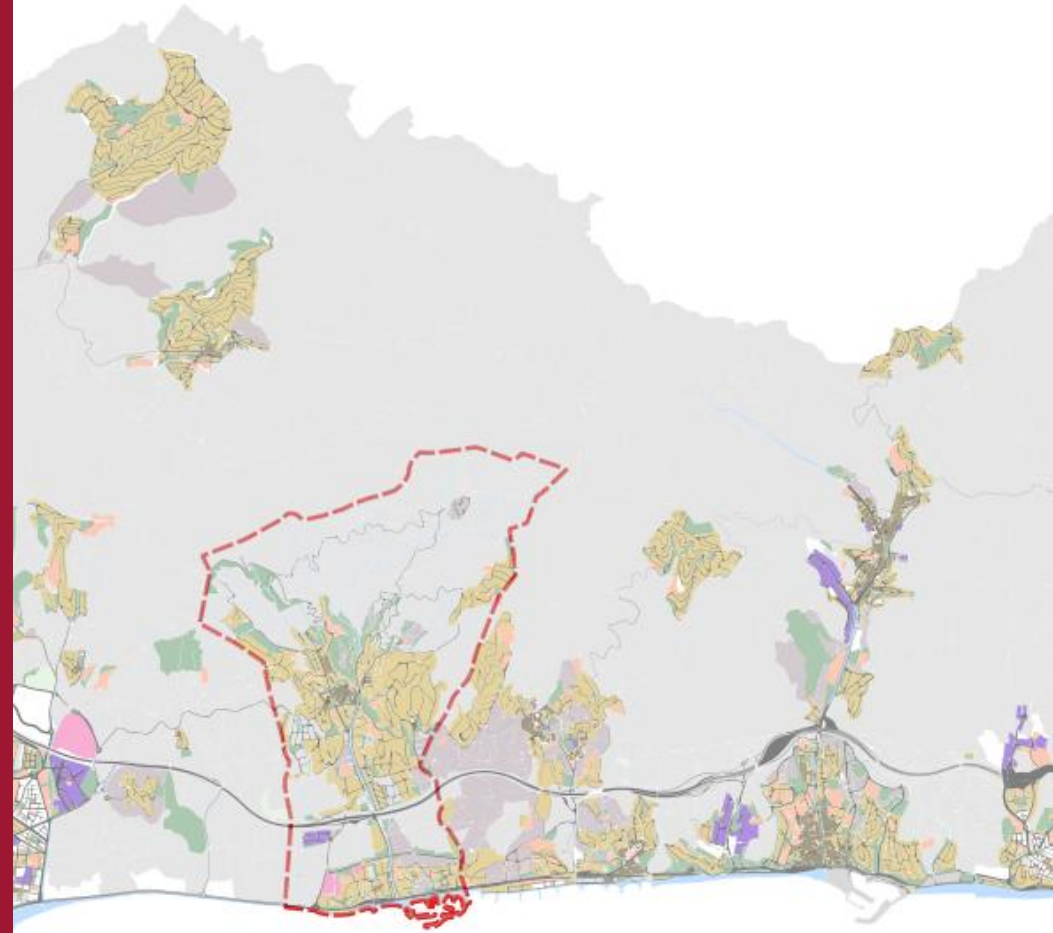


Què podria fer que comprés (o comprés més) a Sant Andreu de Llavaneres?



Les variables o característiques que creuen els enquestats que afavoreixen més la compra del municipi són en primer lloc incorporar més varietat en l'oferta (54%) i garantir un producte de proximitat però amb un preu competitiu (31%).

Pla parcial àmbit riera de Sant Andreu



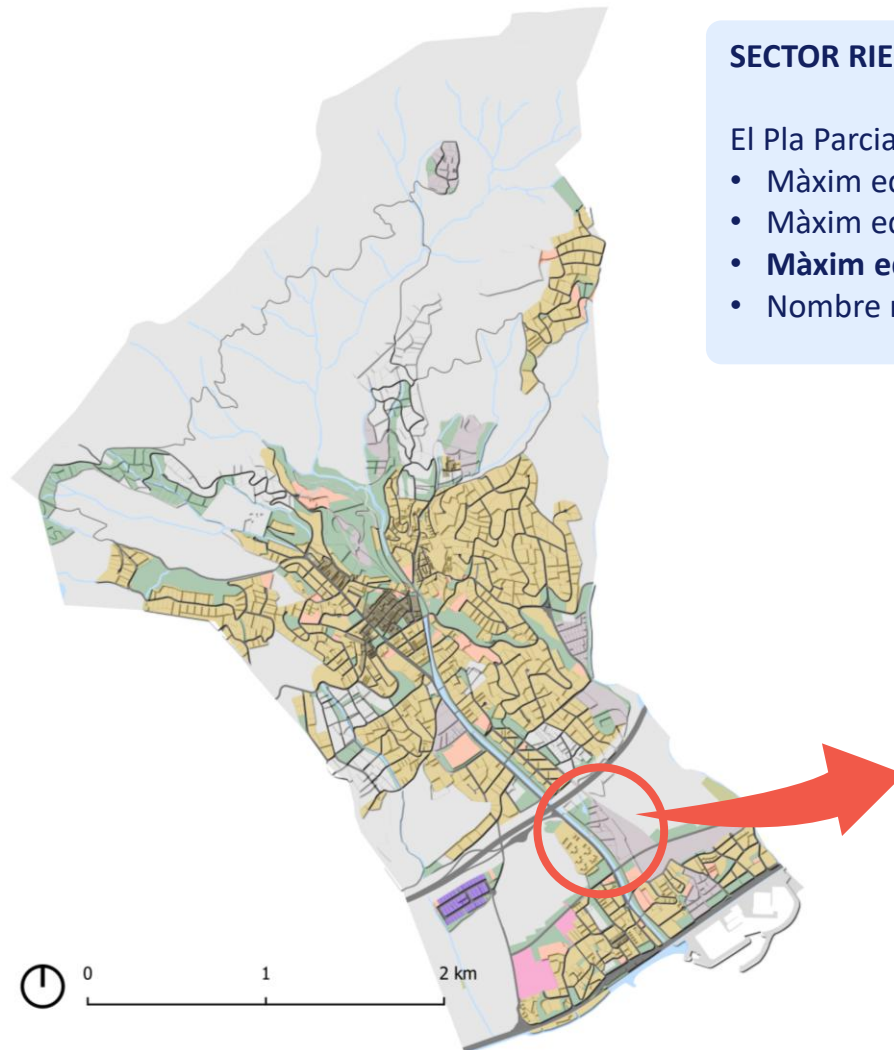
Diputació
Barcelona



Ajuntament de
Sant Andreu de
Llavaneres

6. Àmbit riera de Sant Andreu

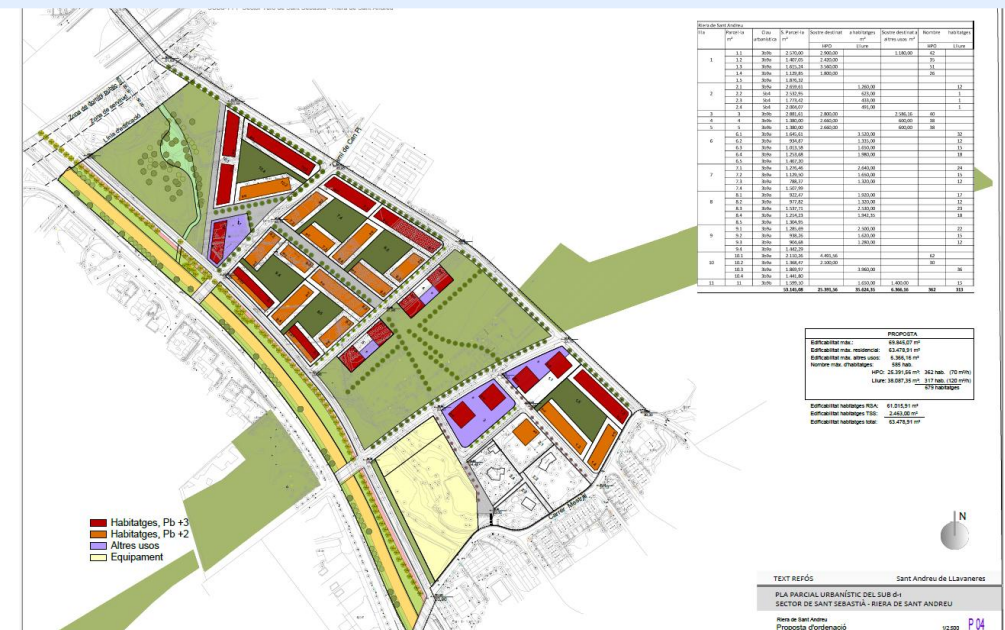
6.1 Localització i encaix urbanístic: Riera de Sant Andreu



SECTOR RIERA DE SANT ANDREU

El Pla Parcial dels subsector del Turó de San Sebastià i la Riera de Sant Andreu, proposa:

- Màxim edificabilitat de 69.845,07m²
- Màxim edificabilitat residencial de 63.478,91m²
- **Màxim edificabilitat altres usos de 6.366,16m²**
- Nombre màxim d'habitatges 585



Font: Pla Parcial subsector del Turó de San Sebastià i la Riera de Sant Andreu

6. Àmbit riera de Sant Andreu

6.2 Identificació de sectors estratègics i activitats idònies

Model 1

COMERÇ LOCAL I SERVEIS DE PROXIMITAT

*Model de barri més autosuficient que prioritza el **comerç local i els serveis quotidians** (supermercats petits, forns, farmàcies, botigues, centre mèdic, etc.).*



Oportunitat

- Integra el **comerç** amb la vida diària del veïnat.
- **Escalable** a mesura que creix el barri.
- Foment de xarxa veïnal i el **dinamisme urbà**.



Debitat

- **Menor impacte econòmic** a escala municipal.
- **Dificultat** per **consolidar-se** si no hi ha una massa crítica de residents.

Model 2

OPERADOR MOTOR

*Model de barri més passiu orientat a **establiments de grans superfícies**, pensat perquè gent de fora del barri també vagi a comprar (supermercats 2.500m2, restauració franquícies, zones de pàrquing, etc.).*



Oportunitat

- Major **atracció d'inversió privada** i cadenes comercials.
- Major **atracció de clientela** de tot el municipi.



Debitat

- Alta dependència del **vehicle privat**.
- Escassa connexió amb la vida de barri.
- **Desplaça el comerç local**.

Model 3

HÍBRID

*Model de barri equilibrat que combina **comerç de barri amb petits supermercats**, centres mèdics, serveis de benestar, etc.*



Oportunitat

- **S'adapta** a la evolució de la demanda.
- **Equilibra** activitat econòmica amb serveis útils.



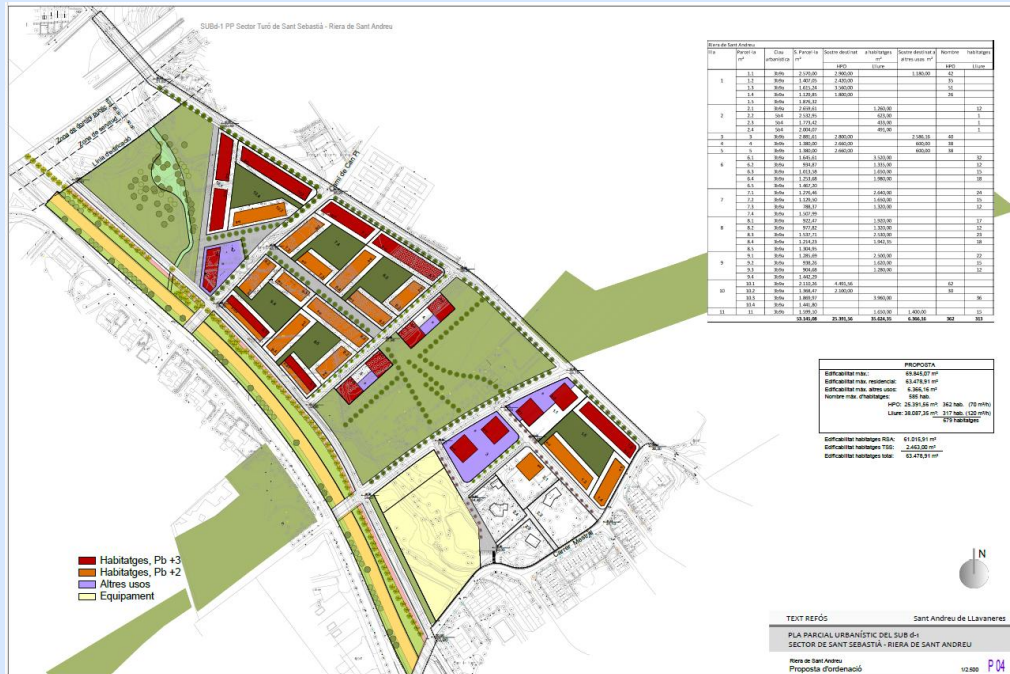
Debitat

- Cal una bona **planificació d'usos**.
- **Pot necessitar de regulació especial (horaris, convivència)**.

6. Àmbit riera de Sant Andreu

6.2 Identificació de sectors estratègics i activitats idònies

MODEL 1: COMERÇ LOCAL I SERVEIS DE PROXIMITAT



Aquest model planteja una ordenació dels usos terciaris basada exclusivament en el **comerç local de proximitat**, amb establiments de petit format destinats a cobrir les necessitats bàsiques i quotidianes de la futura població resident.

En aquest escenari, els 6.366 m² de sostre edificable per a altres usos es conceben com una extensió de la vida comunitària del barri: espais de relació, d'intercanvi i de serveis essencials que no només abasteixen, sinó que **construeixen identitat de lloc**.

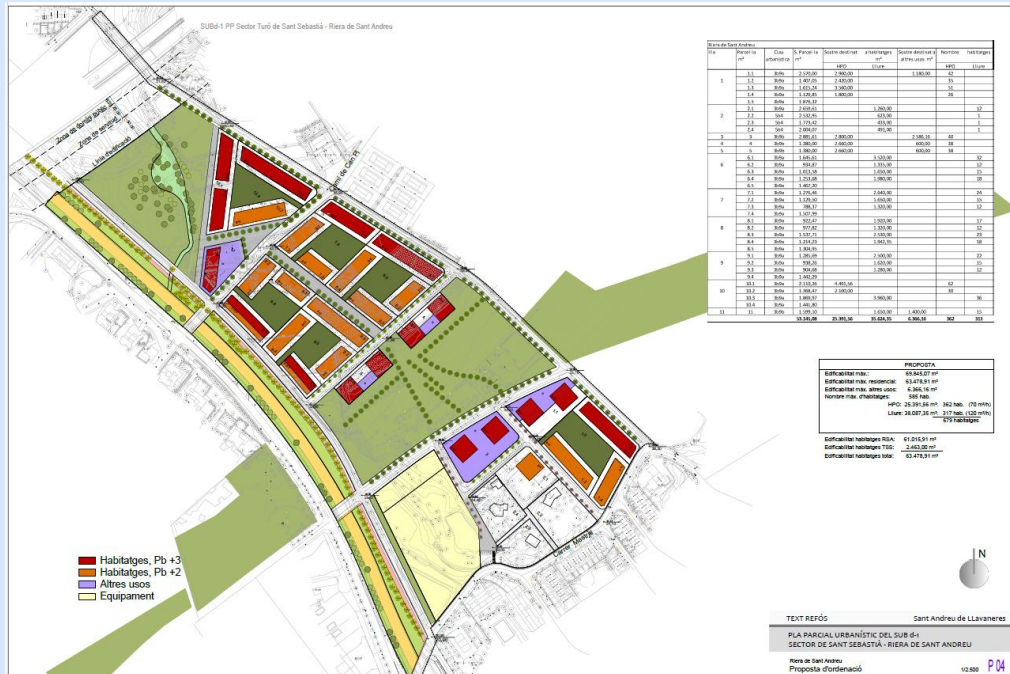
Aquest tipus de comerç, que inclou des de la fleca, la farmàcia, la papereria, la fruiteria o el cafè de barri, esdevé un motor de **cohesió social** i de **mobilitat sostenible**, ja que s'hi accedeix a peu, sense necessitat de vehicle. En un context de barri nou, aquest model s'alinea plenament amb els objectius de ciutat saludable, resiliència i pròxima.

Tanmateix, la consolidació d'un teixit comercial local és progressiva i sovint depèn de la maduresa residencial del barri. El valor d'aquest model no està en la immediatesa econòmica, sinó en el **valor social que genera amb el temps**.

6. Àmbit riera de Sant Andreu

6.2 Identificació de sectors estratègics i activitats idònies

MODEL 2: OPERADOR MOTOR



Aquest model aposta per **concentrar l'edificabilitat terciària en un sol operador d'escala mitjana o gran**, com podria ser un supermercat, un gimnàs de cadena o una gran botiga especialitzada.

Aquesta estratègia respon a una voluntat de garantir una **implantació ràpida, funcional i econòmicament solvent** d'un servei clau que cobreixi les necessitats bàsiques de consum dels futurs residents.

Aquest model és habitual en desenvolupaments urbans recents que busquen dinamitzar l'activitat del barri fins i tot abans que aquest estigui plenament habitat. La presència d'un operador tractor pot generar activitat des del primer moment, actuar com a pol d'atracció de serveis complementaris i crear una mínima centralitat en l'espai urbà.

Ara bé, cal ser conscients que la **centralització d'ús en un sol actor** pot condicionar el futur creixement de la diversitat comercial i limitar la capacitat d'adaptació a les demandes reals del veïnat.

És, per tant, un model que aporta un **rendiment immediat**, però que pot requerir accions correctores si es vol preservar la diversitat a llarg termini.

6. Àmbit riera de Sant Andreu

6.3 Exemple real: la Miralda d'Alella

El projecte de desenvolupament del sector de La Miralda, situat al municipi d'Alella, constitueix **una actuació urbanística d'escala mitjana amb un fort component estratègic**.

La darrera proposta del Pla Parcial de La Miralda reflecteix una transformació orientada **a l'equilibri entre espais verds, habitatge, activitat econòmica i equipaments**. En comparació amb el planejament vigent del 2014, es detecten canvis substancials. Aquestes variacions indiquen una aposta clara per la multifuncionalitat del sector i una redistribució eficient del sòl urbanitzable.

La proposta final posiciona La Miralda com un espai estratègic que combina innovació, qualitat urbanística i sostenibilitat. A nivell d'usos, el nou barri preveu habitatge lliure i protegit, equipaments públics, **una reserva d'activitat econòmica enfocada a l'àmbit sociosanitari i un parc metropolità integrat**. El suport institucional de cinc agents impulsors (entre ells TecnoCampus, Can Ruti i l'Ajuntament) garanteix un enfocament vinculat a la recerca, la formació i l'emprenedoria.

Aquest plantejament no només respon a les necessitats locals, sinó que projecta una nova centralitat amb capacitat de generar valor afegit, serveis de proximitat i cohesió social dins el territori.

SÒL (m²)	POUM VIGENT 2014		MODIFICACIÓ POUM 2024		VARIACIÓ
Cessions públiques	80.597m²	71,53%	93.535,21	80,13%	16,05%
Zones verdes	36.342m²	32,26%	55.758,46	47,77%	53,43%
Carrers	21.999m²	19,53%	14.900,12	12,77%	-32,27%
Equipaments	5.821m²	5,17%	12.978,51	11,12%	122,96%
Sostre (m²)	33.126m²		30.550,00		-7,78%
Activitat econòmica (m²)	27.026m²		13.450,00		-50,23%
Habitatge lliure (unitats)	40		63		32,50%
Habitatge protecció (unitats)	26		77		196,15%
	66		140		96,97%



6. Àmbit riera de Sant Andreu

6.3 Exemple real: la Plaça Nova de les Dones del Tèxtil, Masnou

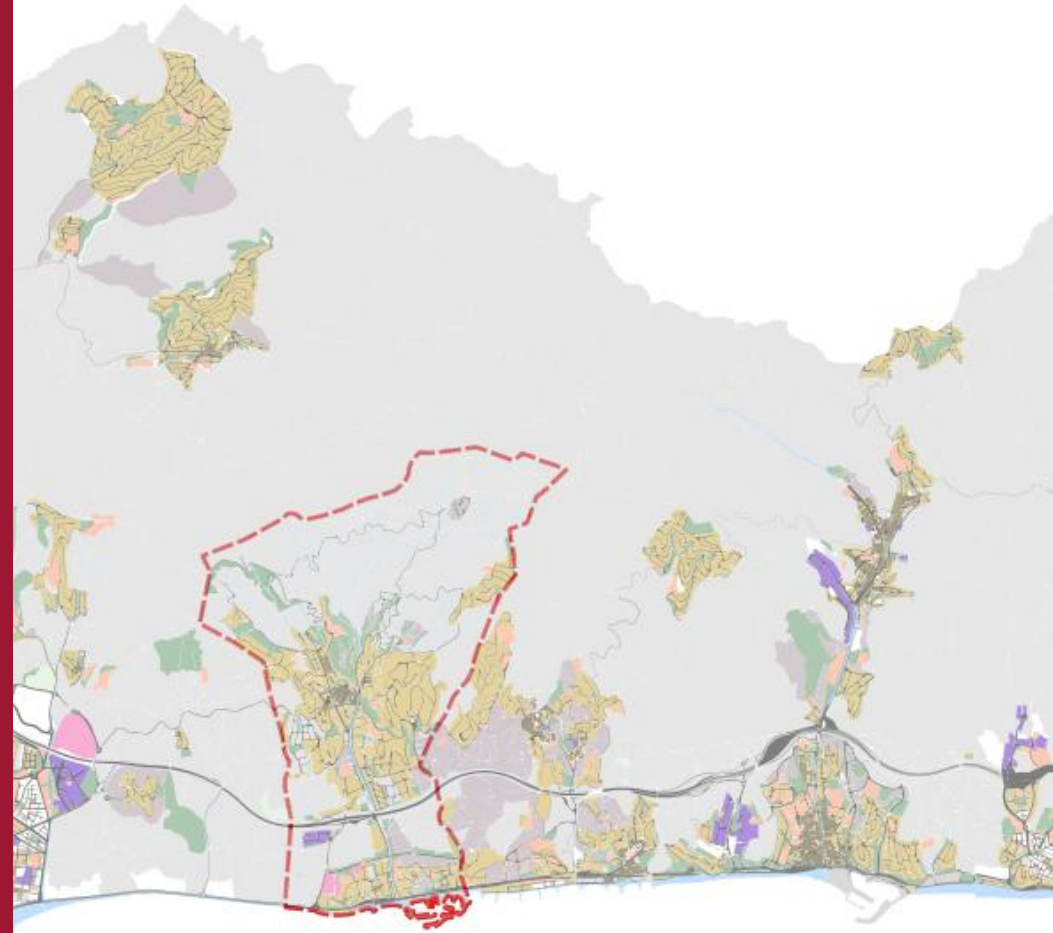
La Plaça Nova de les Dones del Tèxtil del Masnou representa un cas paradigmàtic de regeneració urbana que transforma un antic àmbit industrial en un espai integrador, multifuncional i adaptat a les necessitats del teixit urbà contemporani. Situada en una localització estratègica del municipi, aquesta nova centralitat emergeix com una peça clau en la consolidació d'un model de ciutat compacta i cohesionada. **La intervenció combina habitatge protegit, espai públic de qualitat i una nova estructura de comerç de proximitat, tot recuperant l'esperit comunitari i fomentant un ús intensiu i divers de l'espai urbà.**

Pel que fa a la superfície comercial, el planejament modificat l'any 2023 va suprimir la limitació del 30% del sostre edificable destinat a usos compatibles, fet que **ha permès una implantació més flexible de comerç i serveis a les plantes baixes dels edificis, superant els 5.000m2 destinat a comerç.** Aquesta mesura ha estat clau per **garantir l'activació econòmica de la plaça i el seu entorn immediat.** El nou teixit comercial no només cobreix la demanda local amb productes i serveis essencials, sinó que contribueix a generar activitat durant tot el dia, afavorint la seguretat i la vida urbana contínua.

Es tracta, doncs, **d'una superfície comercial amb una escala de barri, però amb un impacte estructural en la connectivitat i dinamització del municipi.** Aquesta vocació comercial, combinada amb la residència, l'aparcament subterrani i els espais d'estada, posiciona la plaça com un node multifuncional capaç d'absorbir fluxos de consum local i de proximitat. En conjunt, el projecte exemplifica com una intervenció urbanística pot contribuir a l'equilibri entre sostenibilitat, funcionalitat i cohesió social, dotant el Masnou d'un espai renovat que actua com a referent de qualitat urbana i activació econòmica.



Pla parcial àmbit les Alzines



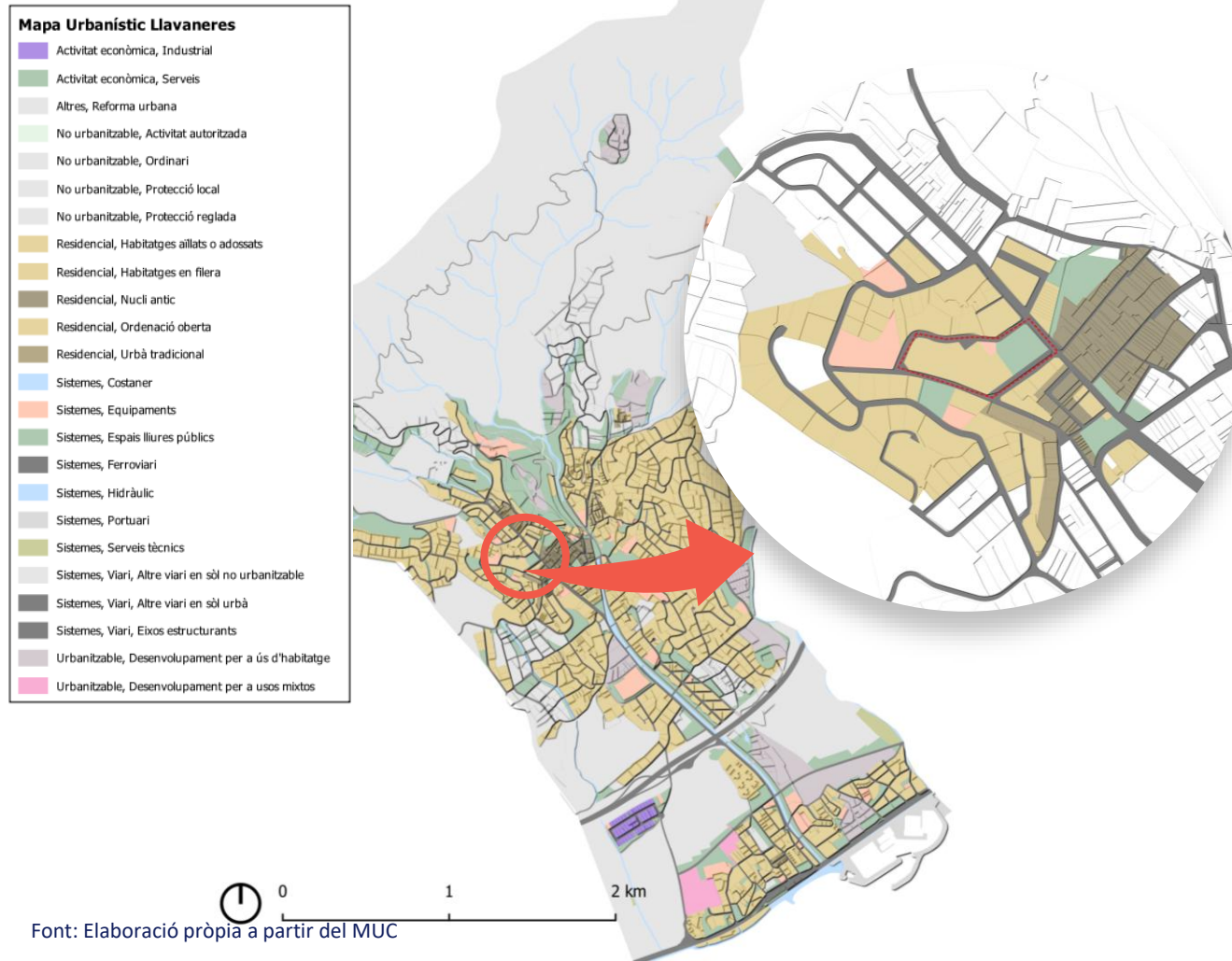
Diputació
Barcelona



Ajuntament de
Sant Andreu de
Llavaneres

7. Àmbit les Alzines

7.1 Localització i encaix urbanístic: PAU Les Alzines



POLÍGON D'ACTUACIÓ URBANÍSTICA LES ALZINES

El Pla Parcial compren des del passeig de les Alzines, el carrer Contrabandistes i l'Avinguda Can Amat.

Condicions d'ordenació, edificació i ús:

- L'edificabilitat màxima del polígon d'actuació serà 9.977 m². D'aquesta edificabilitat 9.434 m² es destinaran a habitatge i la resta a **usos comercials** ($9.977 - 9.434 = 543\text{m}^2$)
- Nombre màxim d'habitatges 100. D'aquests habitatges, 70 es destinaran a habitatge lliure, 24 a habitatge protegit en règim general i 6 a habitatge protegit en règim concertat.
- Es generen nous espais públics que poden condicionar i/o afavorir la tipologia comercial o d'ús que podrien tenir els espais comercials.
- Les superfícies i els percentatges de cessió obligatòria i gratuïta per a cada tipus de sistemes, així com les superfícies i el percentatge de sòl d'aprofitament privat d'aquest polígon d'actuació seran els següents:
 - RESERVES SÒL PÚBLIC Viari 2.871 m² 18 %
 - Espais lliures 3.760 m² 23 %
 - Equipament 362 m² 2 %
 - SÒL PÚBLIC 6.993 m² 43 %
 - SÒL D'APROFITAMENT PRIVAT
 - Residencial 9.185 m² 57 %
 - SÒL PRIVAT 9.185 m² 57 %

7. Àmbit les Alzines

7.2 Identificació de sectors estratègics i activitats idònies

Model 1

COMERÇ LOCAL QUOTIDIÀ

Model de 3-5 locals comercials que acullen activitats com una **fleca**, restauració amb terrassa, una **fruiteria** o **petit autoservei**, una **farmàcia**/parafarmàcia i un espai de serveis (perruqueria o papereria).



Oportunitat

- Alta **adaptació a la demanda local** i als hàbits de consum quotidians.
- Redueix els desplaçaments motoritzats.
- Fàcil **captació de llicències** i baixos requeriments d'inversió inicial per a inversors.



Debilitat

- Menor rendibilitat per m² si el consum local és limitat.
- Dependència elevada de la població resident (no genera atracció externa).
- Pot haver-hi solapament amb l'oferta del nucli antic proper.

Model 2

MIX DE SERVEIS I RESTAURACIÓ

Model d'un **establiment principal** tipus cafè o restauració cowork o cafè cultural amb terrassa + **1-2 locals annexos** per a **serveis** (fisioteràpia, gestoria, consultoria o estètica).



Oportunitat

- Pot actuar com a **pol de dinamització** i identitat del barri.
- **Atrau públic de fora del barri.**
- **Major marge de benefici** per superfície per usos de valor afegit.



Debilitat

- Inversió inicial més elevada, per a l'adequació dels espais i per a la posada en marxa.
- Risc d'infrautilització si no hi ha una comunitat activa o demanda clara.
- Més complexitat administrativa (permisos, seguretat alimentària, llicències especials).

Model 3

OPERADOR MOTOR

Model d'implantació de **1 o 2 empreses de serveis** o alimentació.



Oportunitat

- Pot actuar com a **reclam** per a altres **inversors** i generar trànsit.
- Major capacitat de negociació i **inversió** en adequació de l'espai.



Debilitat

- Baixa adaptació al teixit comercial local (pot afectar negativament el comerç tradicional).
- Pot requerir condicions contractuals exigents (durada llarga, rendes mínimes, exclusivitats) i una demanda de superfície que pot ser limitada per l'espai.

7. Àmbit les Alzines

7.2 Identificació de sectors estratègics i activitats idònies

MODEL 1: COMERÇ LOCAL QUOTIDIÀ



Font: Mapa Urbanístic de Catalunya

Aquest primer escenari aposta per una solució funcional, adaptada i de baixa complexitat per ocupar els 543 m² de sostre comercial amb una proposta de **comerç de barri**.

Es tractaria d'implantar entre tres i cinc petits locals amb activitats molt pròximes a la quotidianitat dels futurs residents: una fleca, una fruiteria o petit autoservei, una farmàcia o parafarmàcia, i algun espai per serveis com una perruqueria, papereria o gestoria. **La creació d'un nou espai públic tipus plaça també pot condicionar i/o afavorir l'ús de restauració d'oci amb terrassa.**

Aquest model respon a la voluntat de **garantir autosuficiència al barri sense generar grans dinàmiques d'atracció externa**, i prioritzar la proximitat, la simplicitat de gestió i una relació directa amb la comunitat.

És un model d'escala petita, però **essencial per articular la vida diària** i reduir la dependència de desplaçaments motoritzats. La seva implantació no requereix de grans inversions ni condicionants complexos, però sí d'una estratègia ben plantejada per evitar la competència directa amb el comerç del nucli antic, que es troba relativament proper.

7. Àmbit les Alzines

7.2 Identificació de sectors estratègics i activitats idònies

MODEL 2: MIX DE SERVEIS I RESTAURACIÓ



Font: Mapa Urbanístic de Catalunya

En aquest escenari planteja una proposta més ambiciosa i dinàmica, amb **una activitat central d'atracció, com un cafè cowork, un espai cultural o una cafeteria**, acompanyada de petits locals adjacents per serveis especialitzats: estètica, fisioteràpia, consultoria, etc.

El valor d'aquest model és la seva **capacitat de generar identitat i activitat al barri més enllà del consum domèstic**, ja que pot actuar com a espai de trobada, lloc de pas o punt de relació per als residents, però també pot atreure perfils de fora si es gestiona amb un enfocament singular. **La creació d'un nou espai públic tipus plaça també pot condicionar i/o afavorir l'ús de restauració d'oci amb terrassa.**

Aquesta aposta requereix més inversió, planificació i una comunitat mínimament activa, però a canvi ofereix **versatilitat, dinamisme i major retorn social i econòmic.**

És especialment interessant per a perfils d'emprenedoria local o fórmules de concessió pública-privada en entorns de barri.

7. Àmbit les Alzines

7.2 Identificació de sectors estratègics i activitats idònies

MODEL 3: OPERADOR MOTOR



Font: Mapa Urbanístic de Catalunya

Aquest tercer escenari concentra els 543 m² de sostre comercial en **una o dues empreses de serveis o d'alimentació amb capacitat inversora i implantació estable.**

És una fórmula que busca estabilitat, trànsit garantit i professionalització del servei, i es pot concretar en un petit supermercat, una franquícia o un servei especialitzat que cobreixi una necessitat bàsica del barri.

Un model així, té l'avantatge de facilitar una posada en marxa ràpida, amb capacitat de negociació i recursos per adequar l'espai, però pot suposar una **baixa cohesió amb l'entorn comercial tradicional i una oferta menys arrelada a l'escala de barri.** És una proposta eficient i viable, però aporta menys valor en l'aspecte social del barri.

Resulta especialment útil en barris on no s'ha consolidat encara el teixit comercial o on es vol garantir un servei immediat mentre es desenvolupa la resta de l'àrea residencial.

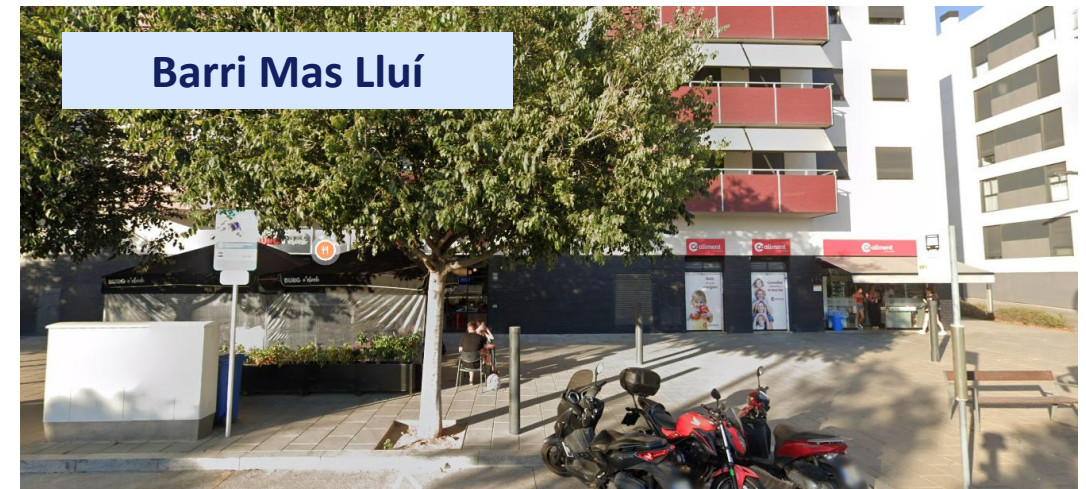
7. Àmbit les Alzines

7.3 Exemple real: Barri Can Mates (Sant Cugat del Vallès) i Barri Mas Lluí (Sant Just Desvern)

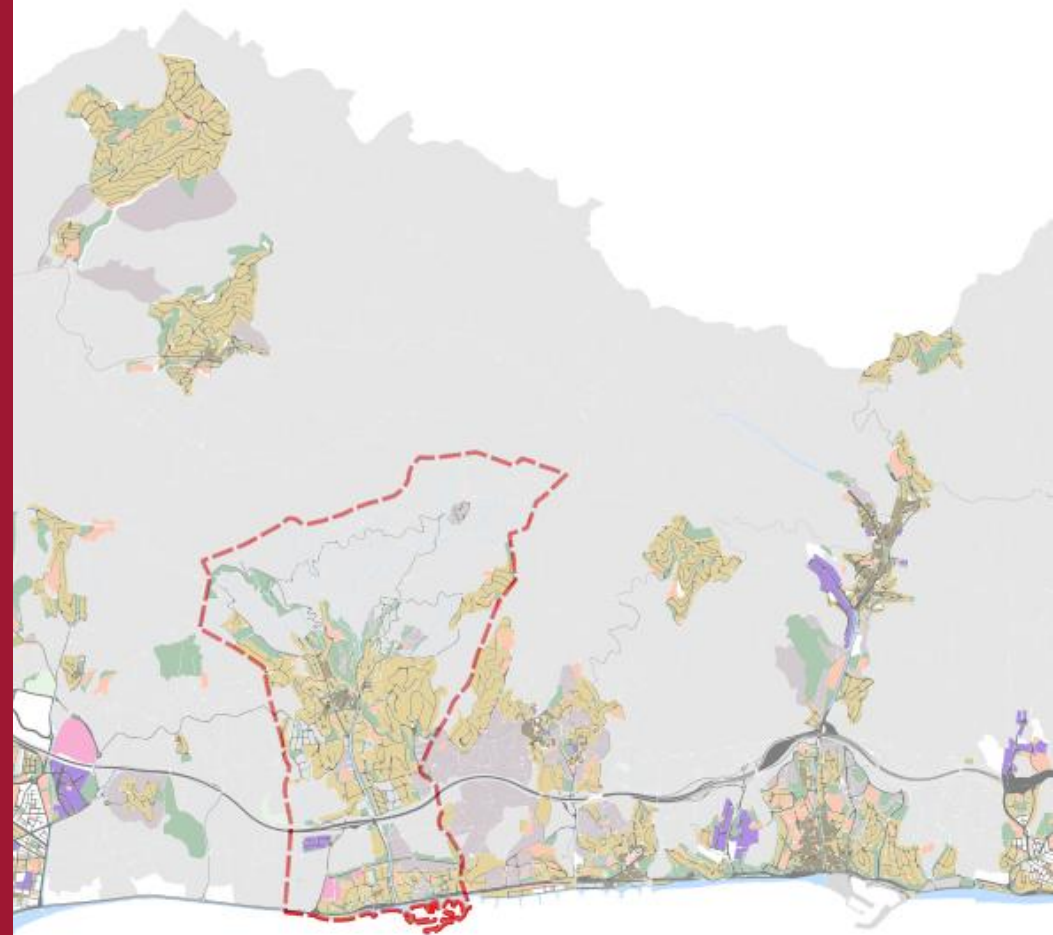
Un dels models més efectius per a barris residencials de nova creació és el que combinen **habitatge plurifamiliar amb locals comercials en planta baixa**, en una escala petita, però amb una gran capacitat de servei i dinamització urbana. Aquest enfocament ha tingut èxit a **Can Mates (Sant Cugat)** o **Mas Lluí (entre Sant Just Desvern i Sant Feliu)**, dues zones que, tot i el seu caràcter perifèric, han aconseguit **generar vida urbana i serveis de proximitat** gràcies a la implantació de petits locals ben distribuïts a la planta baixa dels edificis.

En aquests barris, la planta baixa no queda inactiva o infrautilitzada, sinó que es destina a **usos comercials i de serveis**, generalment amb **2 a 4 locals per edifici**. La presència de **forns amb degustació, cafeteries, petits supermercats, perruqueries, centres mèdics, veterinaris o botigues especialitzades** fa que l'espai urbà sigui viu, funcional i adaptat a les necessitats reals dels veïns.

Aplicar aquest model a **Les Alzines**, amb una edificabilitat comercial reduïda (uns 543 m²), permet evitar grans operadors únics i optar per una **diversificació funcional** com un local per a serveis (ex. fleca-cafeteria), un petit supermercat o botiga de conveniència, i un o dos locals més de comerç o serveis essencials. Aquesta combinació **reforça la vida de carrer, evita locals buits i afavoreix el comerç local o l'emprenedoria de proximitat**.

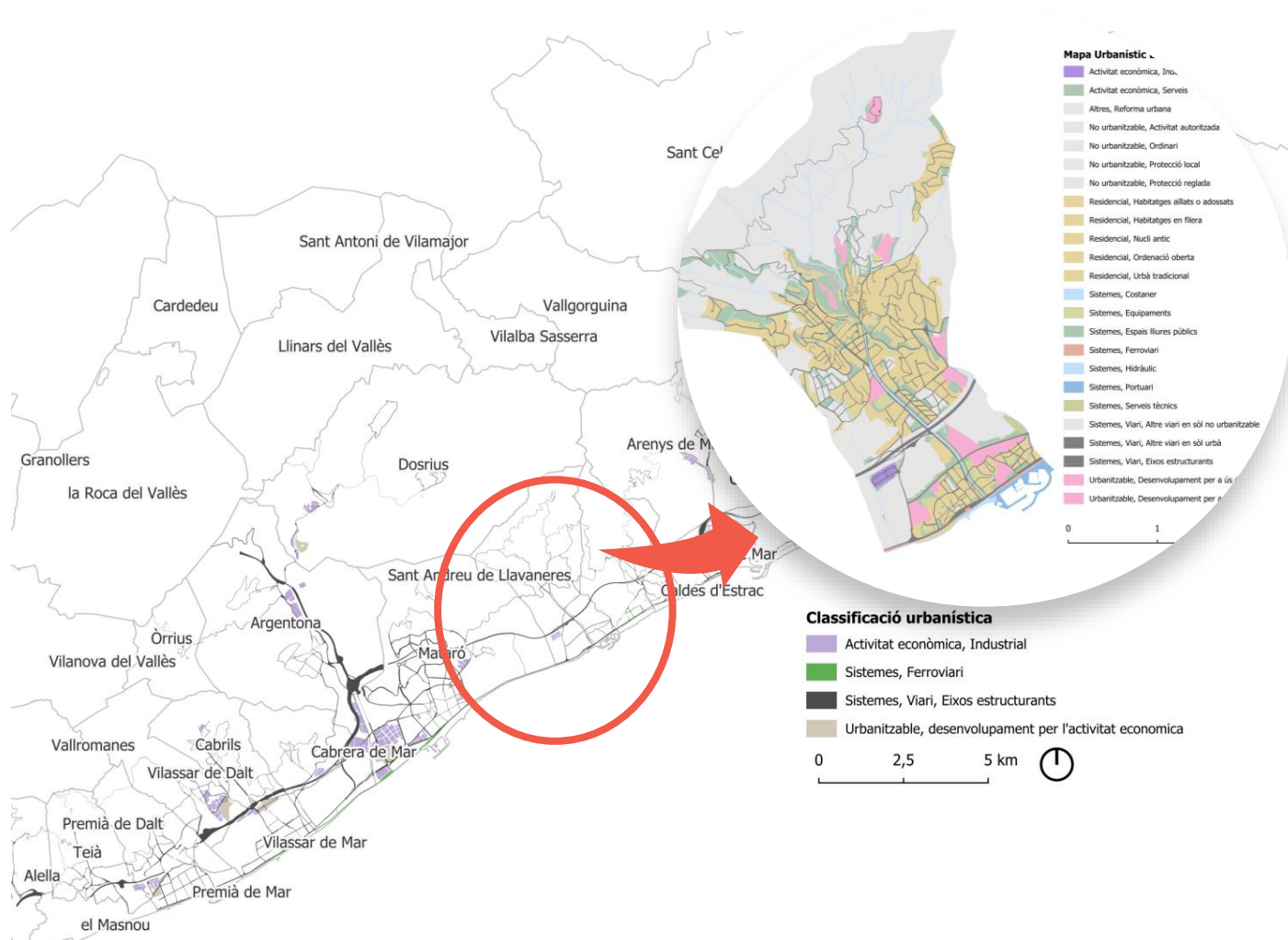


Àmbit Polígon d'activitat econòmica



8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.1 Localització i encaix urbanístic: Maresme



ELS POLÍGONS D'ACTIVITAT ECONÒMICA DEL MARESME

Sant Andreu de Llorenç del Nou Vallès pertany al 40% dels municipis del Maresme que no tenen desenvolupats polígons d'activitat econòmica al seu territori.

El sector de la indústria representa el 14% del valor afegit de la comarca, tot i així, el municipi no té un desenvolupament industrial potent (5%).

Municipis com Mataró, Cabrera de Mar i Vilassar de Dalt reuneixen el 65% de les empreses als seus polígons d'activitats econòmica, d'altres municipis com Palafolls tenen una gran superfície d'hectàrees classificades com a PAEs però no arriben al 3% d'empreses.

Sant Andreu de Llorenç del Nou Vallès té classificat 4,2 ha del municipi com a activitat econòmica industrial, una zona situada al sud del Club de Golf Llorenç del Nou Vallès i de l'autopista C-32.

Llorenç del Nou Vallès està envoltat de municipis amb un sector industrial desenvolupat i potent, com pot ser el Tecnocampus de Mataró, per tant, cal tenir en compte la localització privilegiada del municipi, amb bones connexions per carretera (C-32) i ferroviàries (R1), per desenvolupar un centre econòmic d'innovació.

Font: Elaboració pròpia a partir del MUC

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

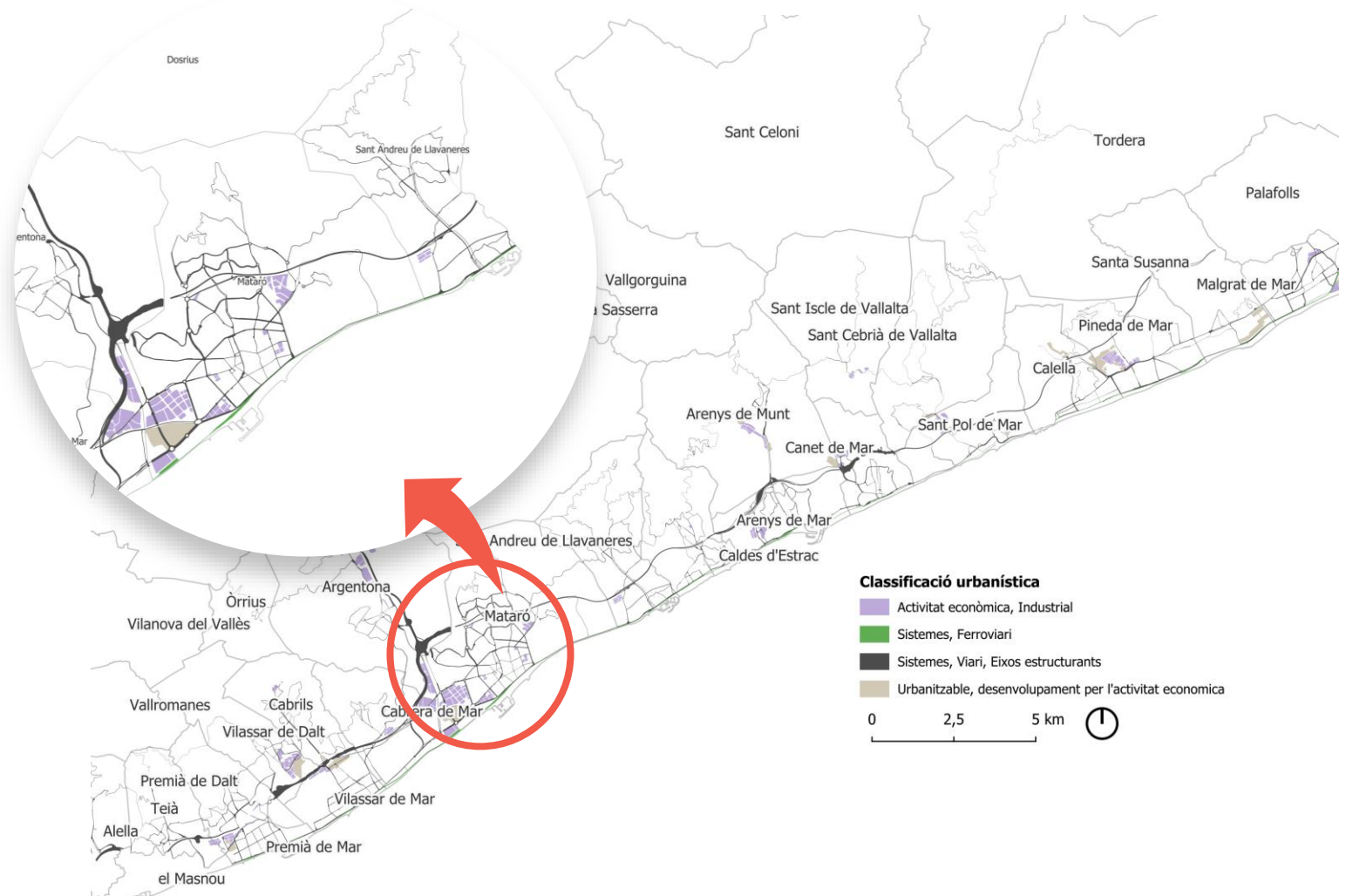
8.1 Localització i encaix urbanístic: Mataró

ELS POLÍGONS D'ACTIVITAT ECONÒMICA DE MATARÓ

El municipi de Mataró, veí de Sant Andreu de Llobaneres, és on es concentra major activitat industrial de la comarca, a més el Tecnocampus de Mataró que a part de ser un campus universitari, funciona com un HUB empresarial.

A nivell industrial, el municipi de Mataró està enfocat al **sector tèxtil** ja que hi ha una alta concentració d'empreses que es dediquen a activitats relacionades amb la confecció, tot i així també hi ha indústria del metall, paper, alimentació, construcció i químics.

Pel que fa a nivell de HUB tecnològic i universitari, la universitat està vinculada a la Universitat Pompeu Fabra, que combina **formació, recerca i emprenedora** i, els sectors principals són: les **TIC** (desenvolupament de software, apps, IA, altres), **salut i tecnologia mèdica** (biotech, eHealth, altres), **incubadora d'empreses startups i PIMES tecnològiques**, **espais coworking**, **serveis de suport per empreses emergents** (mentoratge, accés a finançament), **indústria 4.0 i educació superior i FP**.



Font: Elaboració pròpia a partir del MUC

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.1 Localització i encaix urbanístic: Sant Andreu de Llavaneres

D'acord amb el POUM, publicat definitivament el 2013, es va qualificar diverses parcel·les amb la clau 6, corresponent a **zones d'indústria agrupada**, amb l'objectiu de consolidar espais destinats a l'activitat econòmica i industrial.

En concret, es defineixen les subzones 6b1a, 6b1b i 6b2a, situades al sud-oest del municipi, a l'àrea del Camí del Pla, al sud de la C-32. Aquestes subzones estan orientades a la implantació de petita indústria en règim aparellat (6b1a) o en renglera (6b1b i 6b2a), i responen a un model d'ordenació racional i compatible amb l'entorn urbà i paisatgístic.

En l'àmbit normatiu, aquestes subzones es regulen mitjançant paràmetres específics. A nivell de **parcel·lació**, la parcel·la mínima és de 500 m², amb un front mínim de 20 m i una fondària mínima de 25 m. L'ocupació màxima és del 50% del sòl, mantenint les separacions establertes, i es prohibeix l'ús residencial en aquestes zones.

Pel que fa a l'**edificació**, l'alçada reguladora és de fins a 8 m (6b1a i 6b1b) i 10 m (6b2a), amb un màxim de dues plantes (planta baixa + 1) i coberta que ha de ser plana, formada per panells sandvitx. No s'admeten construccions auxiliars, i s'estableixen normes específiques per a les façanes, que han d'utilitzar materials com formigó, metall o alumini, evitant els colors brillants



Font: Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Sant Andreu de Llavaneres

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.1 Localització i encaix urbanístic: Sant Andreu de Lllaneres



Informació del punt			
Municipi	08197 Sant Andreu de Llanerres		RPUC:  
Classificació			
Codi Ajuntament	SNU	Sòl no urbanitzable	
Codi MUC	SNU	Sòl no urbanitzable	
Qualificació			
Codi Ajuntament	10c1	Plana agrícola de la costa tipus 1	
Codi MUC	N3	No urbanitzable, Protecció reglada	

Font: Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Sant Andreu de Lllaneres

La plana agrícola de la costa, tal com s'indica al POUM de Sant Andreu de Lllaneres constitueix un **espai estratègic d'alt valor mediambiental**, paisatgístic i productiu.

Aquest àmbit, **classificat com a sòl no urbanitzable**, està destinat prioritàriament al conreu agrícola. Els objectius principals, segons la normativa són: **mantenir la superfície agrícola activa**, evitar la transformació del sòl, **protegir el seu valor ambiental** i fomentar activitats agràries tradicionals.

S'indica d'aquesta manera que, qualsevol estratègia de desenvolupament a l'àrea industrial ha de contemplar aquesta franja com a límit ambiental protegit.

Les activitats conflictives:

- Activitats logístiques de gran volum
- Indústries contaminants o amb emissions
- Activitats molt intensives en soroll, fum, vibracions o moviment mecànic

Activitats compatibles:

- Indústria neta o lleugera
- Activitats de transformació alimentària de petita escala
- Activitats vinculades a bioeconomia o sostenibilitat
- Logística verda o digitalitzada
- Espais coworking, formació tècnica o serveis empresarials

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.2 Identificació de sectors estratègics i activitats idònies

Model 1

ÚS INDUSTRIAL (A1)

Activitat industrial clàssica (producció, logística, tallers, magatzems).



Oportunitat

- Major simplicitat administrativa.
- Temps curt d'implementació.
- Costos d'administració baixos.
- Adequat per PIMEs amb activitats consolidades..



Debilitat

- Menor integració amb l'entramat urbà del municipi.
- La capacitat de generar sinergies és limitada.
- Major risc d'infraocupació, mercat poc atractiu per les noves generacions i perfils menys qualificats.

Model 2

ÚS SERVEIS (A2)

Activitat econòmica enfocada als serveis i al comerç (oficines, comerç, oci, restauració).



Oportunitat

- Hi ha major flexibilitat d'activitats, tot i així, no es contemplen activitats industrials.
- L'atracció d'empreses innovadores és alta (startups, serveis avançats).
- Hi ha major integració amb la ciutat, ja que s'hi troben serveis per la ciutadania.



Debilitat

- La capacitat productiva d'aquest espai és nul·la ja que no es pot produir o emmagatzemar.
- Existeix cert risc perquè depèn molt de la demanda local.
- **Caldria fer una modificació urbanística en el POUM a un ús terciari (serveis A2).**

Model 3

DESENVOLUPAMENT MIXT (D3)

Activitat econòmica mixta, indústria lleugera, recerca, serveis, coworking i oci.



Oportunitat

- Potencial d'atracció empresarial (indústria lleugera i serveis).
- Alta adequació als fons europeus (NextGen, Green Deal, Economia Blava).
- Alt valor afegit d'activitats i d'ocupació.



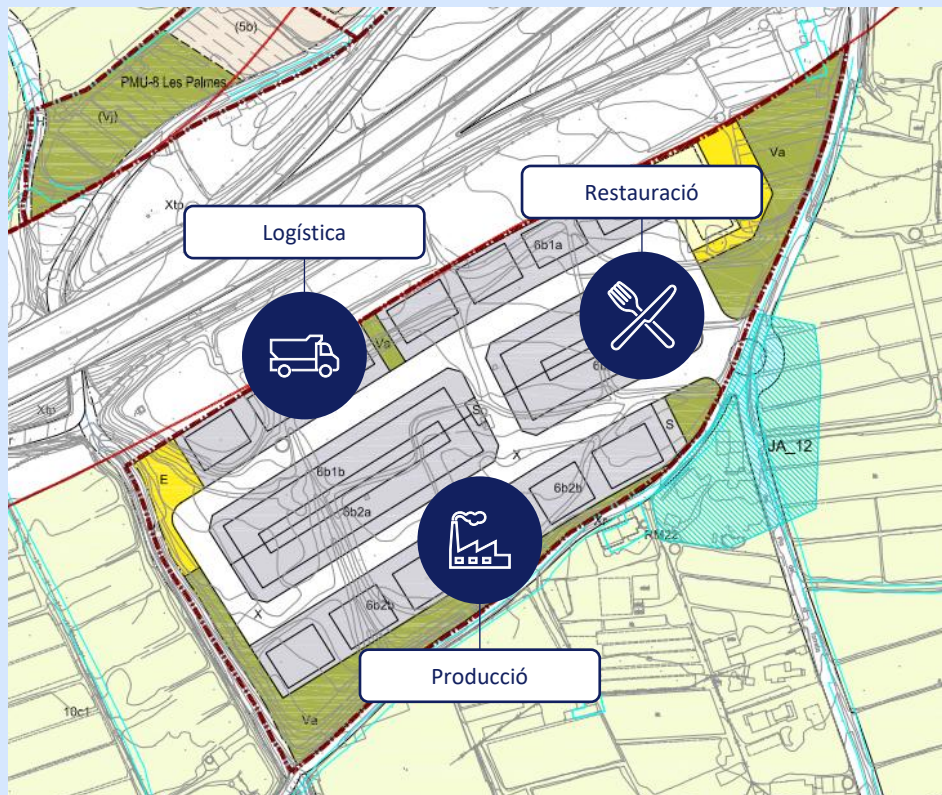
Debilitat

- Els terminis d'implementació són més llargs.
- Requereix consens institucional i tècnic.
- Cost d'inversió inicial més elevat.
- **Caldria fer una modificació urbanística en el POUM a un desenvolupament mixt (D3).**

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.2 Identificació de sectors estratègics i activitats idònies

MODEL 1: ZONA INDUSTRIAL(A1)



Font: Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Sant Andreu de Llaneres

El desenvolupament d'un polígon industrial tradicional és una opció coneguda, operativament eficient i ràpida de desplegar.

Es tracta d'aprofitar el sòl delimitat per acollir empreses vinculades a la **producció**, la **logística**, la **transformació de materials** o la **manufatura lleugera**.

És una fórmula que ofereix **simplicitat administrativa**, **costos baixos d'urbanització** i una **implementació directa**, ja que no requereix modificacions urbanístiques profundes.

Ara bé, aquest model presenta certes **limitacions a l'hora de atraure empreses innovadores**, ja que la indústria clàssica no genera sinergies amb altres sectors, així com tampoc afavoreix la integració urbana. A més, l'ocupació que produeix sovint no es correspon amb els perfils que demanden les noves generacions.

Per tant, si bé és una opció viable i clara a curt termini, cal ser conscients que pot acabar limitant el potencial transformador del municipi i generant un espai funcional però desconnectat del seu entorn social, econòmic i ambiental.

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.2 Identificació de sectors estratègics i activitats idònies

MODEL 2: ZONA DE SERVEIS (A2)



Font: Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Sant Andreu de Llanerres

Els polígons industrials clàssics han estat tradicionalment concebuts com a espais exclusivament destinats a la producció, la logística i el magatzematge.

Aquest model, però, s'ha anat esgotant amb el temps, especialment en entorns comarcals o costaners com el de Llanerres, on l'evolució econòmica i social exigeix espais d'activitat més adaptats a les noves necessitats del territori.

Avui dia, els polígons estan en plena reconversió cap a un **model mixt i contemporani**, on conviuen empreses del sector serveis, activitats esportives, restauració, comerç especialitzat, cultura, i indústria neta.

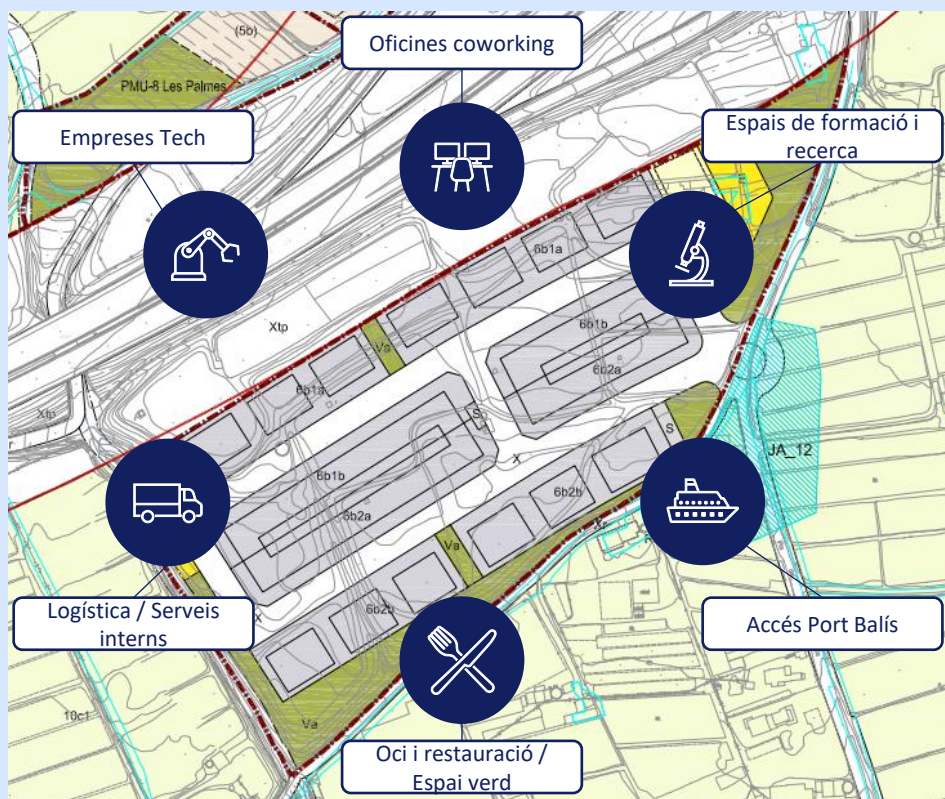
Aquesta transformació no és circumstancial, sinó una tendència estructural arreu de Catalunya, impulsada per la digitalització, l'emergència de nous estils de vida, la flexibilitat laboral i l'aposta per entorns més sostenibles i cohesionats.

En un municipi com aquest, amb una **posició geogràfica privilegiada**, té sentit que el sòl d'activitat econòmica evolucioni cap a un model més obert, diversificat i integrador.

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.2 Identificació de sectors estratègics i activitats idònies

MODEL 3: ZONA DE DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC MIXT (D3)



Font: Pla d'Ordenació Urbanística Municipal de Sant Andreu de Llaneres

Aquest enfocament parteix d'un **model flexible**, on poden conviure **empreses tecnològiques, espais de formació i coworking, laboratoris, startups, logística intel·ligent i serveis avançats**, tot això en un entorn que també pot acollir restauració, zones verdes i activitats complementàries.

Aquest model **encaixa amb l'evolució que han fet els polígons**, on el valor ja no prové de la producció massiva, sinó de la capacitat per generar talent, intercanvi i innovació. Llavaneres, per la seva ubicació, pot convertir-se en un **node perifèric intel·ligent dins l'àrea metropolitana**, complementari amb altres ecosistemes com el TecnoCampus de Mataró, però amb una identitat pròpia.

La proximitat amb el Port Balís, i l'accessibilitat terrestre, fan d'aquest espai un **lloc privilegiat per a la implantació d'un hub tecnològic**, sigui en economia blava, TIC, serveis tècnics, logística sostenible, bioindústria, etc.

Aquest model permet accedir a finançament europeu, crear ocupació qualificada i posicionar el municipi com a ciutat innovadora.

Tot plegat, **implica una planificació més complexa i un temps d'implementació més llarg**, però a canvi, ofereix **un model d'activitat econòmica més resilient, sostenible i alineat amb els reptes del futur**.

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.3 Exemple real: Zona d'ús industrial

Polígon industrial Riera de Caldes – Palau-solità i Plegamans



Tot i les noves tendències de reconversió dels polígons, molts municipis continuen apostant per un **model industrial tradicional**, orientat principalment a activitats productives, logístiques o vinculades a serveis empresarials bàsics.

Una de les opcions per al desenvolupament del sector A1 de Llanerres és apostar per un **model de polígon industrial tradicional**, centrat en **activitats productives, logístiques i de magatzematge**. Aquest model, estès en molts municipis com Palafolls o Santa Perpètua de Mogoda, es basa en la **funcionalitat**, amb parcel·les àmplies, edificacions simples i serveis bàsics.

Llanerres disposa de **bones connexions amb la C-32**, fet que facilita la mobilitat de mercaderies i treballadors, i podria captar **empreses locals, tallers, logística de proximitat o petites indústries**. És una opció viable per **generar activitat econòmica i ocupació directa** sense grans inversions inicials ni dependència d'operadors especialitzats.

Tanmateix, és un model amb **menor capacitat d'innovació i valor afegit**, menys adaptable a les noves demandes del territori i més exposat a dinàmiques de baixa rendibilitat si no es combina amb criteris de sostenibilitat o modernització.

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.3 Exemple real: Zona d'ús de serveis i oci

Parc Vallès - Terrassa



A diferència dels polígons industrials convencionals, pensats exclusivament per a la producció o la logística, el model proposat s'inspira en zones com el **Parc Vallès**, que aposta per un **espai obert, accessible i integrat a la vida urbana**. Lluny d'un espai tancat i monofuncional, aquest tipus de polígon es concep com un **centre d'activitat viva i quotidiana**, on conviuen serveis, comerç, restauració i lleure.

Un desenvolupament d'aquest tipus, genera un **pol d'atracció local i comarcal**, amb capacitat per dinamitzar l'economia del municipi, l'ocupació i l'oferta de serveis complementaris a la població resident i visitant.

La ubicació del municipi, amb accés directe a la C-32 i la línia R1 de Rodalies, i a tocar del Port Balís, reforça encara més la idoneïtat d'aquest model. Aquesta xarxa de connectivitat **potencia el valor estratègic d'un parc comercial i d'oci ben planificat**, atractiu tant per a residents com per a visitants de la comarca.

Les activitats que s'hi poden implantar són diverses i complementàries: centres esportius com pàdel o gimnasos, establiments de restauració, supermercats o comerç especialitzat, empreses de lleure per a infants i famílies, i espais oberts a l'exterior.

La finalitat ha de ser crear un **entorn actiu, flexible i amb alta capacitat de generar trànsit i retorn econòmic**, que encaixi plenament amb les noves demandes de consum i estil de vida.

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.3 Exemple real: Zona d'ús de serveis i oci

La Roca Village – La Roca del Vallès



Aquest model proposa transformar el polígon de Llanerers en **un destí comercial i d'experiència** enfocat a la qualitat, l'estètica i la vivència del consum com a activitat lúdica i cultural. No es tracta només d'oferir serveis, sinó de crear un espai de visita atractiu i singular, que combini botigues, gastronomia, entorns cuidats i una narrativa de marca orientada al turisme comercial.

La zona esdevé un punt de referència per a un **públic que busca una experiència diferent**, amb entorns urbans cuidats, recorreguts per a vianants, restauració tematitzada i marques reconegudes que operen sovint en format outlet o boutique. L'objectiu és **atreure visitants tant del Maresme com de zones properes del Vallès i fins i tot de Barcelona**, aprofitant la bona accessibilitat per carretera (C-32), l'estació de tren R1 i la proximitat del port esportiu.

La tipologia d'empreses que s'hi poden implantar inclou **marques de moda i complements de gamma mitjana i alta**, franquícies de **restauració, serveis especialitzats** (des de zones de jocs fins a espais de degustació), així com operadors que busquen entorns singulars.

En definitiva, aquest model aposta per la transformació del sòl industrial en un espai d'atracció recreativa i comercial especialitzada, amb una proposta que combina valor econòmic, identitat territorial i capacitat de posar Llanerers al mapa dels destins comercials singulars del territori.

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.3 Exemple real: Zona de Desenvolupament econòmic mixt

Can Sant Joan – Sant Cugat del Vallès



El desenvolupament d'un **parc econòmic mixt i diversificat** a Llanerres permet configurar un espai pensat per a empreses de base tecnològica, serveis avançats, indústria neta i logística lleugera, amb capacitat d'adaptació i evolució dins un entorn metropolità en transformació. A diferència d'altres models més especialitzats, aquest escenari aposta per una **estructura flexible**, que doni cabuda a una varietat d'activitats.

Poden conviure empreses de les **TIC, enginyeries, startups**, la intel·ligència artificial o l'smart tech, però també **serveis empresarials, consultories**, etc. No es tracta només d'innovació tecnològica, sinó de diversitat funcional i capacitat d'escala, amb espai per empreses petites, mitjanes i alguna implantació motora.

Llanerres compleix tots els requisits **d'infraestructura estratègica** per acollir aquest model: connexió directa amb la C-32, estació de tren a escassos minuts del sector, i una ubicació privilegiada dins l'eix litoral, pròxima a Barcelona.

Aquest model encaixa amb les **tendències actuals de descentralització d'activitat econòmica de valor afegit fora de les grans capitals**, i permetria posicionar-se dins la xarxa d'innovació metropolitana sense necessitat d'especialitzar-se en un sector concret.

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.3 Exemple real: Zona de Desenvolupament econòmic mixt

Blue Tech Port Innovation – Barcelona



El model Blue Tech planteja un **parc empresarial especialitzat en indústries marines, sostenibles i circulars**. Aquest enfocament aposta per un desenvolupament que integra tecnologia marina, sostenibilitat costanera i innovació portuària, en sintonia amb els objectius europeus de transició verda i digital.

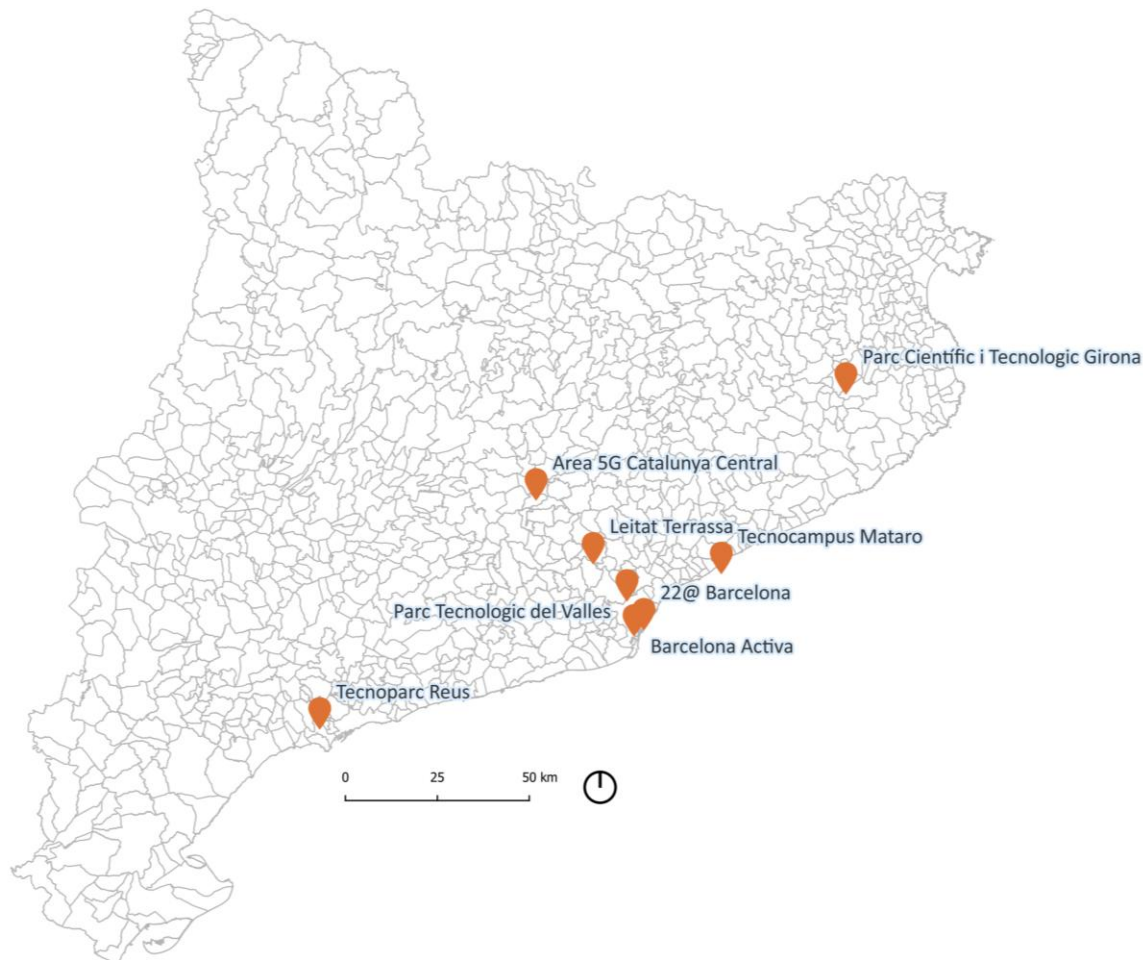
Llavaneres presenta unes condicions òptimes per acollir aquest model, gràcies a la seva **proximitat al mar**, la **presència del Port Balís** i la bona connexió viària i ferroviària. Aquests elements el posicionen com un node ideal per a activitats nàutiques avançades i per a empreses vinculades a l'economia blava, amb capacitat de captar projectes d'alt valor afegit sense competir directament amb el Tecnocampus de Mataró, sinó complementant-lo sectorialment.

Un parc Blue Tech pot acollir **startups nàutiques**, empreses dedicades a la **robòtica submarina**, la **tecnologia marina**, la **bioeconomia blava**, o iniciatives emmarcades dins del programa Ports 4.0, així com laboratoris d'R+D aplicats al medi marí. Aquesta especialització potencia l'activitat empresarial local i, consolida una identitat territorial pròpia, basada en el coneixement, la innovació i la relació activa amb el mar.

Lluny de ser un polígon convencional, **aquest model transforma el territori** en un centre referent en innovació blava, amb capacitat per generar talent, **ocupació qualificada** i **posicionament estratègic** dins de la xarxa de nodes marítims del Mediterrani.

8. Àmbit Polígon d'activitat econòmica

8.4 Hubs empresarials de Catalunya



Font: Elaboració pròpia

Un hub empresarial és un **ecosistema** que integra **serveis**, **infraestructures** i **comunitat** per afavorir la creació de valor, innovació i creixement econòmic d'aquell entorn.

Un hub és un espai on hi conviuen diverses **empreses**, **startups**, **serveis** i **laboratoris**, on hi ha un vincle estret amb universitat, centres de recerca i formació tècnica, pot ser **especialitzat** (TIC, salut, blue tech, etc.) o pot ser **multisectorial**, té una alta integració amb el territori i les xarxes de mobilitat i és un referent de sostenibilitat.

Tipus de HUBs:

- **HUB d'innovació** (tecnologia, IA, Big Data)
- **HUB industrial** (indústria 4.0)
- **HUB sectorial** (blue tech, agroalimentari, salut)
- **HUB social i emprenedor** (economia social, serveis comunitaris)
- **HUB logístic** (distribució, mobilitat, e-commerce)

A Catalunya hi ha diversos hubs empresarials, i representen ecosistemes diversos:

A **Barcelona** hi ha dos hubs importants com ho són el **22@** i **Barcelona Activa**, el primer és un **ecosistema multisectorial** on hi ha sectors TIC, media, energia, disseny o salut i compren empreses, universitats, coworkings. El segon està enfocat en una **incubadora d'empreses** orientades a la sostenibilitat social i urbana.

A Cerdanyola hi ha el Parc Tecnològic del Vallès enfocat a l'enginyeria, biotecnologia i energia, a Girona el Parc Científic i Tecnològic hi ha sector de la salut, medi ambient, agroalimentari i TIC, a Manresa s'hi troben sector de la indústria 4.0, robòtica, 5G i altres.

Conclusions

9. Conclusions

9.1 Conclusions generals

L'estudi realitzat permet concloure que **Sant Andreu de Llavaneres disposa de diverses àrees amb alt potencial de transformació**, tant en l'àmbit econòmic com en el residencial. Aquestes zones, distribuïdes entre el sector A1 (ús industrial), la riera i el pla parcial Les Alzines, ofereixen l'oportunitat de redefinir el paper del municipi dins la xarxa territorial del Maresme, en un moment clau per a la transició cap a models urbans més sostenibles, diversos i integradors.

En aquest marc, s'ha posat especial atenció a l'**anàlisi del teixit comercial existent**, l cens elaborat durant el projecte ha posat en relleu un **elevat grau de concentració de l'activitat comercial al nucli urbà**, deixant altres sectors del municipi amb poca o nul·la oferta. Aquest desequilibri limita l'accessibilitat als serveis de consum bàsic per part de la població dispersa i representa una oportunitat clara per repensar la localització de comerços, serveis i activitats complementàries.

Aquesta realitat sentit a les estratègies plantejades en els diferents àmbits d'estudi. En el **sector industrial A1**, s'han contemplat tres models diferenciats: Un desenvolupament **industrial tradicional**, orientat a empreses de producció i logística, un model de **serveis i oci** d'escala supramunicipal, i un enfocament **mixt d'innovació i tecnologia**, amb vocació de convertir-se en un hub emergent. Cada opció busca oferir respostes diferents davant les necessitats locals i la visió de futur que es vulgui projectar.

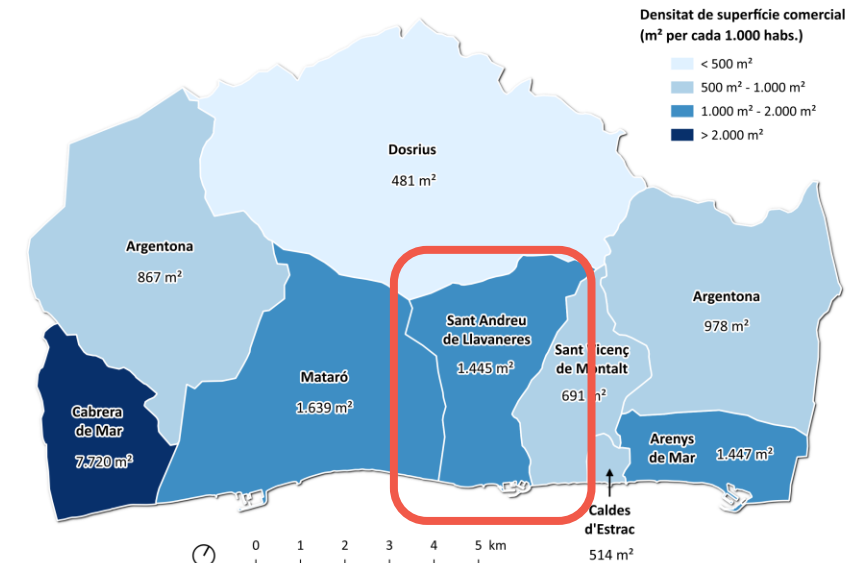
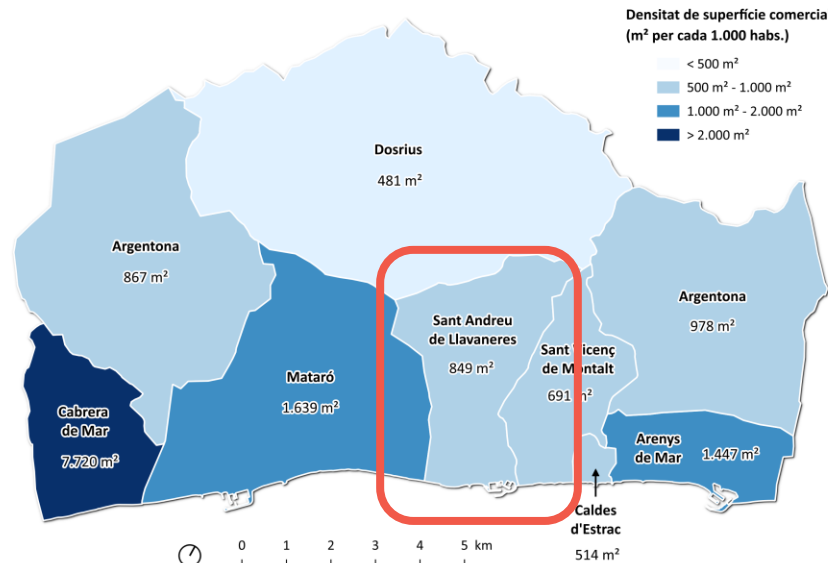
En paral·lel, l'àmbit de la **riera de Sant Andreu**, amb més de 6.000 m² de sostre edificable per a usos comercials, esdevé clau per desconcentrar l'activitat del centre i **oferir serveis a nous barris residencials**. Les tres alternatives estudiades són: un model local, operador motor i opció híbrida, que permeten escalar el projecte a les necessitats reals de la població futura i les dinàmiques de consum contemporani.

Finalment, en l'àmbit de **Les Alzines**, la proposta de planta baixa activa amb 2-3 locals comercials consolida un **model de barri de proximitat**, inspirat en exemples com Can Mates (Sant Cugat) o Mas Lluí (Sant Just Desvern), on serveis com una cafeteria, un petit supermercat o botigues bàsiques reforcen la qualitat de vida quotidiana.

En conjunt, les propostes plantejades en aquest informe apunten cap a una estratègia territorial intel·ligent, capaç de **redistribuir l'activitat econòmica i comercial, millorar la cohesió urbana i posar en valor el sòl disponible** per donar resposta a les noves demandes socials i econòmiques de Llavaneres. Amb una bona planificació, el municipi pot consolidar un model propi, sostenible i ben connectat, sense renunciar a la seva escala ni al seu caràcter.

9. Conclusions

9.2 Escenaris de desenvolupament: Densitat comercial actual i futur



Font: Elaboració pròpia

Densitat de superfície comercial actual, 2025

Densitat de superfície comercial futur

L'anàlisi permet identificar **un increment rellevant en la densitat de superfície comercial a Sant Andreu de Llovaneres** com a conseqüència directa del desenvolupament dels dos plans parcials pendents. Aquesta transformació comporta un salt qualitatiu dins el municipi, que passarà d'una densitat de 849 m²/1.000 habitants el 2025 a una densitat futura de 1.445 m²/1.000 habitants, **posicionant-se en el mateix rang que altres municipis costaners amb forta activitat comercial, com Arenys de Mar.**

Aquest augment anticipa **un canvi d'escala en el rol comercial de Sant Andreu de Llovaneres dins el conjunt territorial**. L'efecte agregat del desenvolupament urbanístic no només **intensificarà l'activitat econòmica local**, sinó que també pot generar **una redistribució dels fluxos de consum dins el Maresme central**. En conseqüència, caldrà preveure'n l'impacte en la mobilitat, la convivència amb el comerç de proximitat i la capacitat d'atracció de demanda externa, amb l'objectiu de garantir un desenvolupament equilibrat i sostenible.

EQUIP REDACTOR

Jordi Bacaria. Economista

Albert Alfaro. Geògraf

Pau Gabara. Geògraf

Aina Lasauca. Geògrafa