

EL CONTEXT EUROPEU I LOCAL

Situació del comerç en el marc europeu

Els serveis comercials a l'AMB

Situacions del comerç per municipis

Els centres comercials a l'AMB

Les diferents tipologies

SITUACIÓ DEL COMERÇ EN EL MARC EUROPEU

Per emmarcar el comerç de l'AMB dins del món europeu, hem de fer referència necessàriament a dades situades al nivell dels països i no de les àrees metropolitanes. El nivell de dotació per països de la Unió Europea, és el següent: (correspon a l'any 2007¹)

	Dades d'empreses				Dades de treballadors			
	Num. d'empreses	% d'empreses respecte a la UE-15	Població (milers)	Num. D'empreses / 1000 hab.	Num. de Treballadors	Num. Treballadors per empresa	Treballadors / 1000 habitants	Treballadors comerç al detall respecte del
Alemanya	270.220	10,37%	81.843.743	3,3	2.820.841	10,44	34,45	7,32%
Austria	40.583	1,56%	8.443.018	4,81	337.753	8,32	40,02	8,26%
Bèlgica	76.923	2,95%	11.041.266	6,97	314.268	4,09	28,51	7,07%
Dinamarca	22.994	0,88%	5.580.516	4,12	241.984	10,52	43,34	8,48%
Espanya	519.502	19,94%	46.196.276	11,25	1.804.206	3,47	39,04	8,91%
Finlàndia	23.379	0,90%	5.401.267	4,33	157.660	6,74	29,18	6,23%
França	443.936	17,04%	65.397.912	6,79	1.785.345	4,02	27,30	6,90%
Grècia	n.d.	n.d.	11.290.067	n.d.	538.016	n.d.	n.d.	11,80%
Irlanda	21.263	0,82%	4.582.769	4,64	220.591	10,37	48,12	10,50%
Itàlia	671.565	25,77%	60.820.764	11,04	1.892.717	2,82	31,13	8,09%
Luxemburg	2.929	0,11%	524.853	5,58	20.889	7,13	39,79	10,32%
Països Baixos	79.516	3,05%	16.730.348	4,75	784.543	9,87	46,88	9,13%
Portugal	176.172	6,76%	10.541.840	16,71	450.489	2,56	42,78	8,67%
Regne Unit	197.385	7,57%	62.989.550	3,13	3.086.024	15,63	48,92	10,51%
Suècia	59.460	2,28%	9.482.855	6,27	300.389	5,05	31,66	7,10%
UE-15	2.605.827	100,00%	400.867.044	6,5	14.755.715	5,66	37,94	8,62%

Taula 1. Dades d'empreses i treballadors de la Unió Europea. Informe del Comerç Català 2013 i elaboració pròpia.

Es pot observar que el nombre d'empreses és molt variable segons els diferents països. Les que són superiors a 10 empreses/1.000 habitants són Itàlia, Espanya i Portugal i no hi ha dades de Grècia. És a dir reflecteix un tipus de comerç més distribuït, amb més establiments, probablement fruit de la cultura mediterrània però també de l'endarreriment del procés de concentració empresarial que s'ha produït a la resta d'Europa.

La zona central entre 5 i 7 empreses el configuren Bèlgica, França, Suècia i Luxemburg i la mitjana de la Unió Europea, que és de 6,5. I els de la màxima concentració empresarial, entre 3 i 5, són Regne Unit, Alemanya, Dinamarca, Finlàndia, Irlanda, Països Baixos i Àustria. Si mirem el nombre de treballadors per empresa

els resultats s'inverteixen, Espanya té 3,47 treballadors per empresa i Alemanya 10,44 i Regne Unit 15,63.

Els resultats per nombre de treballadors per mil habitants (columna afegida en aquest estudi) mostra la incidència laboral segons el tipus de país. Els resultats ens donen que la mitjana és de 37,94 treballadors per mil habitants. Entre 30 i 40 treballadors s'hi troben Luxemburg, Espanya, Alemanya, Suècia e Itàlia, és a dir, hi han algunes petites diferències de nombre de llocs de treball, però no associades al tipus d'empreses que té cada país i, per tant, repartides entre països del nord i del sud. És a dir, petites empreses amb major nombre de llocs de treball per empresa, com per exemple Regne Unit que té 48,9 treballadors per cada mil habitants, quasi

bé equivalent a Portugal, amb moltes empreses i pocs llocs de treball per empresa, amb 42,78 treballadors per 1.000 habitants. El cas més extrem és França que ha produït un canvi empresarial molt fort amb poques empreses (6,02) pocs treballadors per empresa (4,02) i la xifra menor de treballadors per 1.000 habitants el 27,30, que és el 75% de la mitjana europea, és a dir llocs de treball molt eficients des del punt de vista productiu, però que podria ser amb serveis no especialment amables. Tan sols una enquesta sobre el servei comercial podria afegir dades sobre els diferents casos.

Sembla que els països del nord han fet processos de reducció del nombre d'empreses de comerç per cada mil habitants, vol dir establiments més grans i més concentrats. Alhora els països del sud, amb cultures de comerç més properes, amb més empreses, més petites i més distribuïdes, probablement un xic més cares i amb millor servei, però amb nombre de treballadors similars a les del nord.

És previsible un futur en que, malgrat mantenir-se la cultura mediterrània més propera al ciutadà amb establiments localitzats al carrer, es produeixi un procés de concentració en menors i més grans empreses, que poden demanar majors espais de venda i distribució, que caldria trobar dins de les nostres ciutats en els espais de centralitat.

Per al conjunt dels municipis de l'AMB veiem que les dades (16,76 elements² per mil habitants) son properes a les de l'estat espanyol (11,25 elements per mil habitants), però amb una lleugera diferència.

Aquesta diferència de 5,25, pot produir-se per ser una referència a nivell espanyol, o perquè parla d'empreses, diferents d'unitats de distribució o perquè les nostres dades fan referència a una àrea metropolitana amb major nombre de comerç.

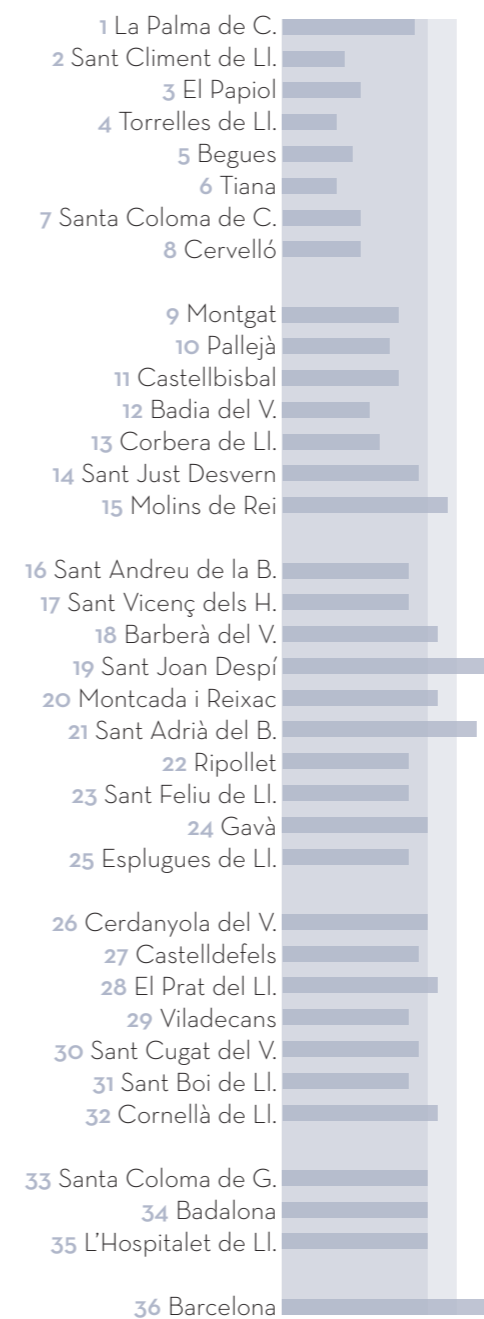
¹ Informe del Comerç Català 2013. Confederació de Comerç de Catalunya.

² Veure Taula 2 - Per a poder assimilar els valors amb els de l'estat espanyol, cal fer el càlcul sense tenir en compte les entitats financeres. És per això que prenem com a valor 16,76 enlloc dels 18 elements que apareixen com a resultat total a la taula 2.

ELS SERVEIS COMERCIALS A L'AMB

L'anàlisi quantitativa dels resultats, mesurats en nombre d'establiments comercial a tot el municipi, separats també per serveis financers, alimentari i no alimentari, i simultàniament el nombre d'establiments per 1.000 habitants, permet situar en paràmetres generals, unes primeres dades comparatives entre els municipis de l'AMB i entre tipus de municipis agrupats per la dimensió de la població:

	Indicadors de centralitat		Serveis Financers		Comerç Alimentari		Comerç NO Alimentari		Total Habitants	Comerç/10000 hab	
	Establiments	Respecte al total AMB	Oficines		Establiments		Establiments			Centralitat	
Palma de Cervelló, La	53	0%	2	4%	15	28%	36	68%	3.035	0%	17
Sant Climent de Ll.	31	0%	3	10%	10	32%	18	58%	3.819	0%	8
Papiol, El	38	0%	3	8%	13	34%	22	58%	3.937	0%	10
Torrelles de Ll.	40	0%	3	8%	13	33%	24	60%	5.526	0%	7
Begues	56	0%	2	4%	21	38%	33	59%	6.348	0%	9
Tiana	58	0%	5	9%	18	31%	35	60%	7.774	0%	7
Santa Coloma de C. Cervelló	77	0%	8	10%	21	27%	48	62%	7.845	0%	10
	89	0%	5	6%	27	30%	57	64%	8.566	0%	10
Molt petits <10000 hab	442	1%	31	7%	158	31%	273	62%	46.850	0%	9
Montgat	125	0%	9	7%	58	46%	58	46%	10.584	0%	12
Pallejà	120	0%	7	6%	46	38%	67	56%	11.263	0%	11
Castellbisbal	143	0%	9	6%	44	31%	90	63%	12.223	0%	12
Badia del Vallès	125	0%	4	3%	73	58%	48	38%	13.703	0%	9
Corbera de Ll.	135	0%	9	7%	37	27%	89	66%	14.000	0%	10
Sant Just Desvern	228	0%	22	10%	60	26%	146	64%	15.923	0%	14
Molins de Rei	406	1%	29	7%	107	26%	270	67%	24.236	1%	17
Petits de 10000 a 25000 hab	1.282	2%	89	7%	425	33%	768	60%	101.932	3%	13
Sant Andreu de la Barca	337	1%	23	7%	107	32%	207	61%	26.682	1%	13
Sant Vicenç dels Horts	364	1%	25	7%	127	35%	212	58%	28.024	1%	13
Barberà del Vallès	517	1%	46	9%	128	25%	343	66%	31.688	1%	16
Sant Joan Despí	740	1%	66	9%	214	29%	460	62%	32.338	1%	23
Montcada i Reixac	536	1%	37	7%	183	34%	316	59%	33.656	1%	16
Sant Adrià de Besòs	695	1%	39	6%	375	54%	281	40%	34.104	1%	20
Ripollet	469	1%	36	8%	131	28%	302	64%	37.151	1%	13
Sant Feliu de Ll.	576	1%	53	9%	159	28%	364	63%	43.112	1%	13
Gavà	701	1%	54	8%	225	32%	422	60%	46.383	1%	15
Esplugues de Ll.	615	1%	44	7%	194	32%	377	61%	46.649	1%	13
Mitjans de 25001 a 50000 hab	5.550	10%	423	8%	1.843	33%	3.284	59%	359.787	11%	15
Cerdanyola del Vallès	883	2%	66	7%	283	32%	534	60%	58.407	2%	15
Castelldefels	865	1%	56	6%	194	22%	615	71%	62.250	2%	14
Prat del Llobregat, El	1.041	2%	66	6%	312	30%	663	64%	63.434	2%	16
Viladecans	852	1%	74	9%	259	30%	519	61%	64.077	2%	13
Sant Cugat del Vallès	1.122	2%	82	7%	234	21%	806	72%	81.745	3%	14
Sant Boi de Llobregat	1.108	2%	84	8%	374	34%	650	59%	82.411	3%	13
Cornellà de Llobregat	1.379	2%	108	8%	505	37%	766	56%	87.240	3%	16
Grans de 50001 a 100000 hab	7.250	12%	536	7%	2.161	30%	4.553	63%	499.564	15%	15
Santa Coloma de G.	1.802	3%	99	5%	844	47%	859	48%	120.060	4%	15
Badalona	3.364	6%	200	6%	1.331	40%	1.833	54%	218.886	7%	15
Hospitalet de Llobregat, L'	3.978	7%	255	6%	1.389	35%	2.334	59%	258.642	8%	15
Molt grans >100001 hab	9.144	16%	554	6%	3.564	39%	5.026	55%	597.588	19%	15
Total AMB ↔ Barcelona	23.668	41%	1.633	7%	8.131	34%	13.904	59%	1.605.721	50%	15
Casc Antic (Ciutat Vella)	4.035	7%	115	3%	1.386	34%	2.534	63%	104.507	3%	39
Eixample	8.038	14%	643	8%	1.718	21%	5.677	71%	265.785	8%	30
Sarrià Sant Gervasi	4.010	7%	340	8%	867	22%	2.803	70%	144.537	4%	28
Gràcia	2.820	5%	159	6%	869	31%	1.792	64%	122.990	4%	23
Les Corts	1.738	3%	196	11%	378	22%	1.164	67%	82.883	3%	21
Sant Martí	3.818	7%	296	8%	1.186	31%	2.336	61%	230.133	7%	17
Sants - Montjuic	3.111	5%	195	6%	1.075	35%	1.841	59%	182.914	6%	17
Sant Andreu	2.173	4%	145	7%	683	31%	1.345	62%	146.844	5%	15
Nou Barris	2.400	4%	143	6%	950	40%	1.307	54%	167.949	5%	14
Horta Guinardó	2.256	4%	144	6%	846	38%	1.266	56%	170.795	5%	13
Barcelona	34.399	59%	2.376	7%	9.958	31%	22.065	64%	1.619.337	50%	21
Total AMB	58.067	100%	4.009	7%	18.089	31%	35.969	62%	3.225.058	100%	18



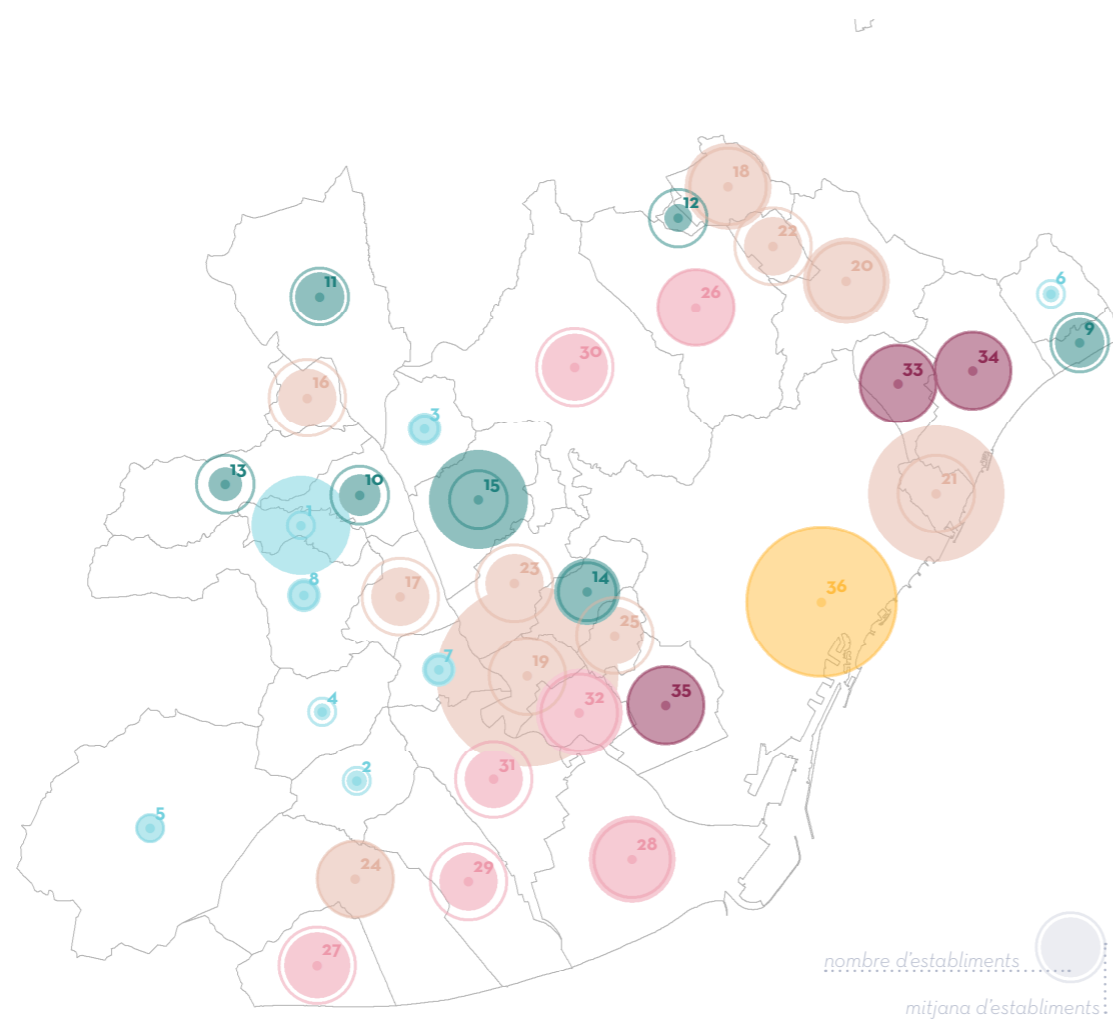
El nombre mitjà d'establiments comercials a l'AMB és de 18 unitats per 1.000 habitants. Barcelona en té 21 i la resta de l'àrea metropolitana 15 de mitjana. Els que tenen un major nombre d'establiments comercials són: el Prat de Llobregat, Cornellà i Montcada i Reixac (16), Molins de Rei i la Palma de Cervelló (17), Sant Adrià de Besòs (20) i Sant Joan Despí (23), i els que en tenen menys: Torrelles del Llobregat (7), Tiana (7), Sant Climent del Llobregat (8), Begues (9) i Badia del Vallès (9), tots ells municipis molt petits llevat de Badia.

L'explicació és diversa: els que tenen més establiments, per damunt de la mitjana de 15, són un municipi molt petit (la Palma) però on la seva carretera dona servei a poblacions situades més amunt, al Garraf; o petits però amb una forta tradició comercial (Molins de Rei), o mitjans amb estructura de barris dispersa, o amb molt comerç al carrer (Montcada, Sant Adrià, i Sant Joan Despí), o grans (el Prat i Cornellà) amb forta presència dels centres comercials, a més de Barcelona. Els que tenen un servei més reduït són municipis molt petits, i un de petit (Badia) que té un territori molt acotat i uns serveis, pocs, però molt assequibles.

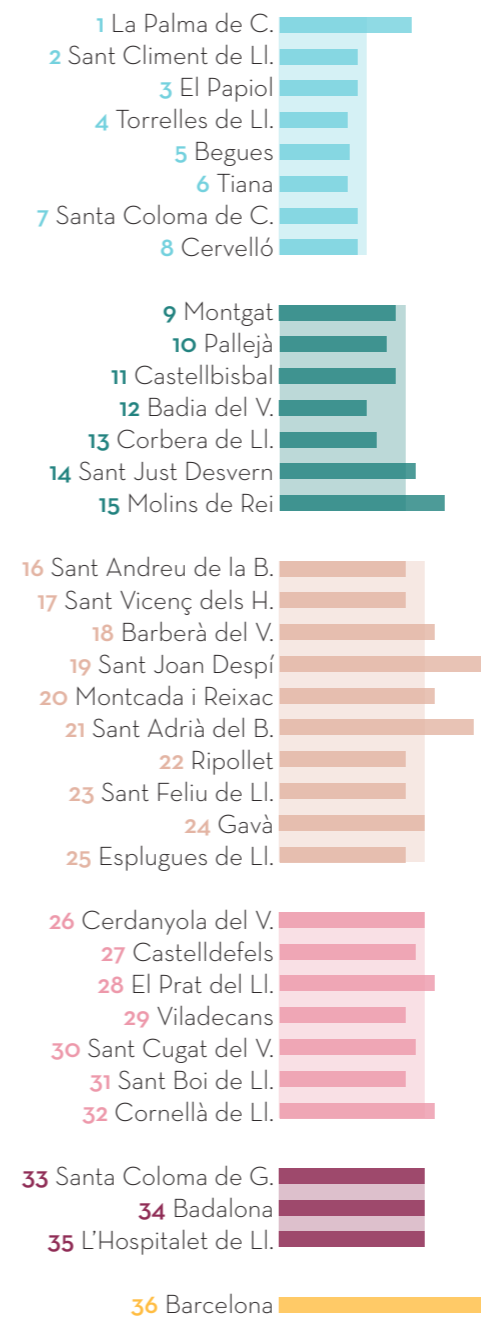
Taula 2. Indicadors de centralitat comercial a l'Àrea Metropolitana de Barcelona
Elaboració pròpia a partir de les dades de Camerdata.

SITUACIÓ DEL COMERÇ PER MUNICIPIS

Si analitzem el comportament dels municipis de l'AMB distingits entre **molt petits** (menor de 10.000 habitants), **petits** (10.000 a 25.000), **mitjans** (25.000 a 50.000), **grans** (50.000 a 100.000), **molt grans** (100.000 a 300.000) i **Barcelona**, veurem les dades següents:



Mapa 1. Número d'establiments per a cada 1.000 habitants i la seva mitjana segons el nombre d'habitants de cada municipi.



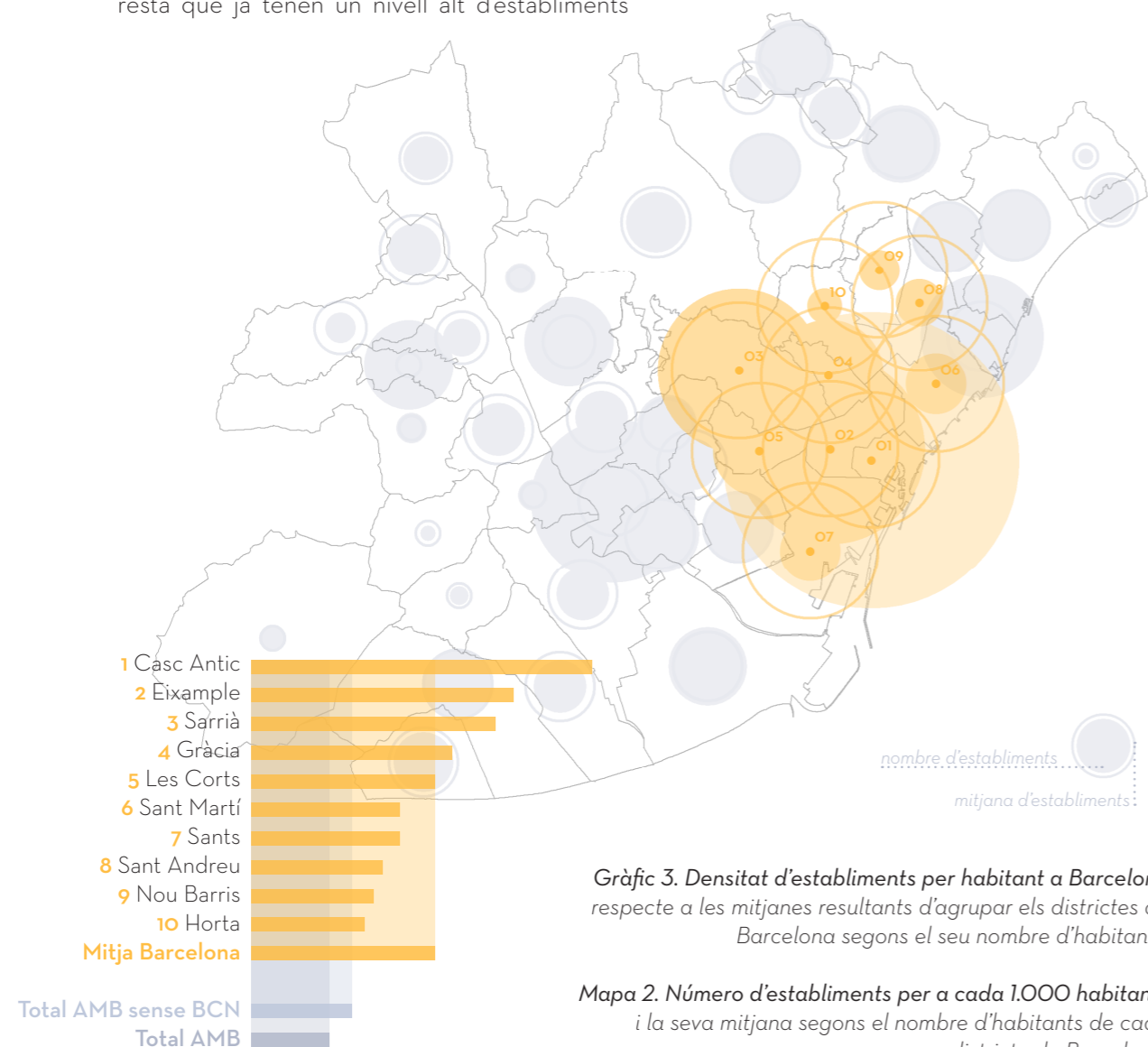
Barcelona té la mateixa població que la resta de l'AMB però disposa del 59% dels establiments comercials. Vol dir que disposa d'un 45% més que la resta de municipis de l'AMB. Aquest fet subratlla dos aspectes principals, el seu paper de centre de l'AMB i també el paper de centre comercial per al turisme que visita la ciutat.

El conjunt de la resta de municipis de l'AMB tenen, llevat dels casos extrems mencionats abans, d'una certa homogeneïtat d'oferta comercial, independent de la seva població. Cal subratllar que els municipis superiors a 25.000 habitants tenen una mitjana de 15 establiments, que disminueixen a 13 en els de 10.000 a 25.000 i a 9 els inferiors a 10.000. Tan sols cinc municipis tenen una oferta inferior a 10 establiments per 1.000 habitants, essent la mitjana de tots ells de 15 establiments.

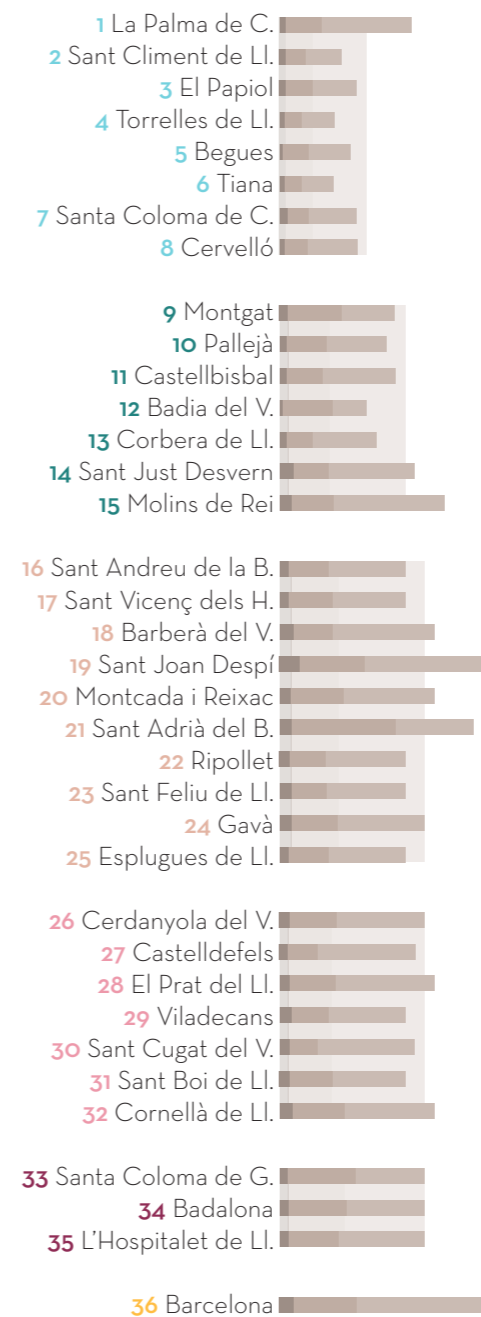
Gràfic 2. Densitat d'establiments per habitant a l'Àrea Metropolitana de Barcelona respecte a les mitjanes resultants d'agrupar els municipis segons el seu nombre d'habitants.

Barcelona té una proporció de 21 establiments però la distribució és més irregular. Hi ha només dos districtes amb nivell d'establiments de 13 i 14, inferiors a 15 però relativament proper, són Horta - Guinardó i Nou Barris. N'hi ha tres, Sant Andreu (15), Sant Martí (17) i Sants - Montjuic (17) que estan per sota de 20 establiments, i la resta que ja tenen un nivell alt d'establiments

comercials, des de les Corts (21), Gràcia (23) i Sarrrià - Sant Gervasi (28) i dos de molt alts, més del doble de la mitjana de 15 dels municipis metropolitans; son Eixample (30) i Ciutat Vella (39).



TIPUS D'ESTABLIMENTS COMERCIALS

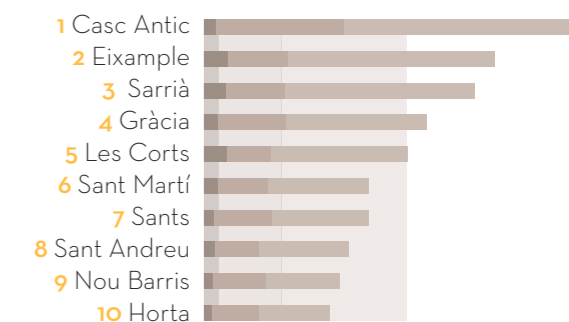


Pel que fa al tipus d'establiments comercials, aquests s'han dividit en:

Establiments financers associats als establiments comercials. El percentatge d'aquests establiments respecte del total es situa al voltant del 7% de mitjana i oscil·la entre el 3% a Badia per baix i el 10% (Sant Just Desvern, Sant Climent i - Santa Coloma de Cervelló) per dalt, estant Barcelona en el 9%.

Establiments d'alimentació. La proporció mitjana d'aquests establiments respecte de la resta és del 31%, que seria del 34% sense Barcelona, oscil·lant entre el 21% de Sant Cugat del Vallès per baix i Badia del Vallès (58%) i Sant Adrià del Besòs (54%) per alt. Barcelona està al 29%.

Establiments de comerç no alimentari que tenen una mitjana del 62%, que es redueix al 59% si no hi comptem Barcelona. Oscil·len entre el 38% de Badia del Vallès per baix i els 72% de Sant Cugat del Vallès i el 71% de Castelldefels. Barcelona es troba en el 64%.



Gràfics 4 i 5. Densitat d'establiments per habitant i per tipus a l'Àrea Metropolitana de Barcelona per municipi o districte de Barcelona.

ELS CENTRES COMERCIALS A L'AMB

Més enllà del comerç tradicional i de les variables històriques que han intervingut en la seva localització, que hem pogut veure a l'apartat anterior, a partir dels anys 1970 apareix un altre element clau en la distribució del comerç: el desplegament dels centres comercials i dels grans magatzems a l'àmbit metropolità. Concretament, són 27 centres comercials existents actualment, començant per l'obertura del primer Carrefour al Prat de Llobregat l'any 1974 i terminant per les Arenas de Barcelona l'any 2011.

Els centres comercials, tal com s'explica en l'article elaborat per Miquel Sodupe i annex a aquest atlas, són propostes de desplegament i construcció d'un nou centre comercial a partir d'un projecte previ que defineix el tipus de centre que cal construir en funció del seu paper en la ciutat, pactat amb els principals operadors i amb les administracions que l'autoritzen, per assolir en un termini breu una oferta comercial ja definida, que finançarà, via lloguers en el temps, tots els costos del projecte (sol, construcció, finançament, vigilància, manteniment i el benefici

Centre Comercial	Municipi	Obertura	SBA ³	Num comerços	Principal Mercat	Comerç	Oci Restauració
Carrefour	El Prat de Ll.	1973	24.368	16	Carrefour	96%	4%
Baricentro	Barberà del Vallès	1980	62.430	150	Carrefour	80%	20%
Alcampo	Sant Adrià de Besòs	1987	14.490	43	Alcampo		
Pedralbes Center	Barcelona	1989	5.400	58		70%	30%
Montigalà	Badalona	1991	35.545	61	Carrefour	86%	14%
L'Illa Diagonal	Barcelona	1993	35.000	172	Caprabo		
Llobregat Centre	Cornellà	1994	35.000	118	Eroski	80%	20%
Glories	Barcelona	1995	56.300	193	Carrefour	75%	25%
Barnasud	Gavà	1995	43.600	81	Carrefour	76%	24%
Moll d'Espanya	Barcelona	1995	21.987	86		42%	58%
Sant Cugat	Sant Cugat del Vallès	1996	42.487	102	Eroski	90%	10%
El centre de la Vila	Barcelona	1996	17.600	86	Cosum	48%	52%
La Farga	L'Hospitalet del Ll.	1996	17.803	83	Caprabo	75%	25%
Alcampo	Sant Boi del Ll.	1997	42.553	70	Alcampo		
El Triangle	Barcelona	1998	14.129	21		95%	5%
La Maquinista	Barcelona	2000	91.000	220	Carrefour	85%	15%
Diagonal Mar	Barcelona	2001	87.805	190	Alcampo	75%	25%
Heron City	Barcelona	2001	36.358	51		16%	84%
Gran Via	L'Hospitalet del Ll.	2002	54.000	197	Carrefour	83%	17%
Anec Blau	Castelldefels	2005	27.421	23	Mercadona	77%	23%
Magic	Badalona	2008	43.208	91	SuperRio	49%	51%
Vila Marina	Viladecans	2009	31.587	90	Mercadona		
Splau	Cornellà	2010	55.100	146	Mercadona	60%	40%
Arenas	Barcelona	2011	31.000	112	Mercadona	40%	60%
			906.642	2.381			

Taula 3. Els Centres Comercials a l'Àrea Metropolitana de Barcelona
Marsal Tarragó a partir de les dades de la "Agrupación Española de Centros Comerciales"

dels promotors i gestors del projecte).

Cada projecte neix amb uns paràmetres determinats associats a les visions del moment en que es va construir i amb diferents objectius a assolir per aportar servei comercial o de lleure al ciutadà. Es tracta de construir un espai de trobada per als ciutadans que tingui èxit i permeti retornar els ingressos efectuats per la seva realització. Les condicions finals per a la seva construcció les han de fixar les administracions públiques.

Els projectes construïts tenen propostes comercials diferents, ja que a més del centre alimentari bàsic, i de les botigues complementaries, algunes amb dimensions importants, assumeixen també propostes de restauració (bars i petits restaurants), en altres casos propostes de lleure (grups de cines i petits equipaments d'oci), també serveis domèstics i finalment serveis bancaris i de comunicacions.

Son edificis de grans dimensions, amb una Superfície Bruta Llogable (SBA) de 90.000 m² i

220 elements comercials (unes 190 botigues) en el més gran, la Maquinista; i 15.000 m² de SBA i 43 botigues, a Alcampo a Sant Adrià de Besòs, el més petit. Cal situar per tenir una idea de referència, que el Carrer Gran de Gràcia, entre Diagonal i Plaça Lesseps té unes 220 botigues comercials, un xic superior a la Maquinista.

Es poden trobar les dades en la taula adjunta, elaborada a partir de les informacions subministrades per Marsal Tarragó, a partir de les dades de la "Agrupación Española de Centros Comerciales".

No s'han introduït dins d'aquesta reflexió els elements del mercat majorista (Mercabarna i Mercat de la Flor) doncs tenen un paper diferent dins del món comercial, tampoc els vinculats als sistemes de transport (Estació de Sants i Terminals 1 i 2 de l'Aeroport), doncs funcionen internament sense gran contacte amb l'exterior, i tampoc s'han introduït els Encants per la seva singularitat.

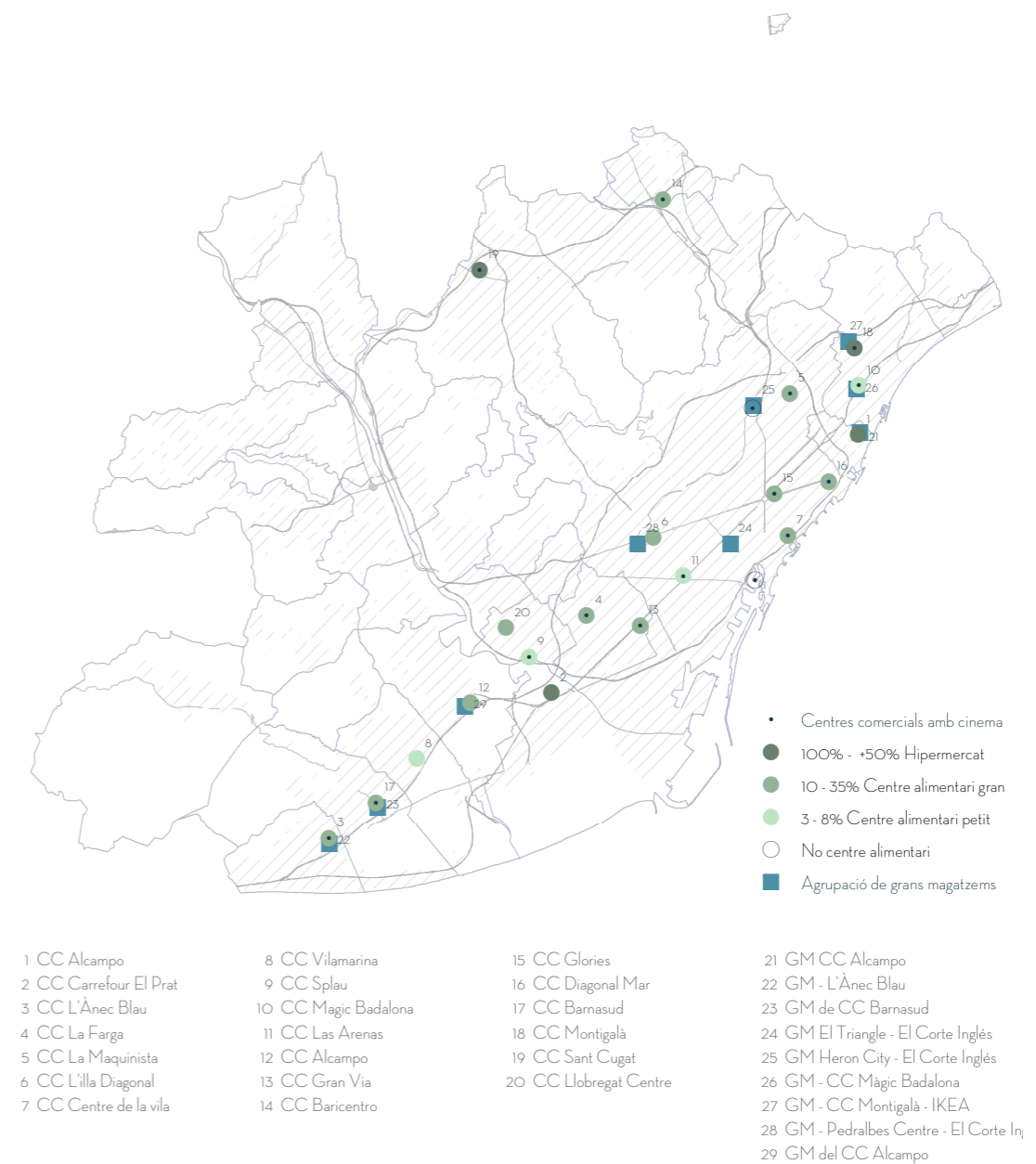
³ SBA Superfície Bruta Llogable

LES DIFERENTS TIPOLOGIES

Cal analitzar la proposta de cada un d'ells per distingir el paper que tenen els diferents elements que constitueixen el centre comercial i en especial del centre alimentari com un gran hipermercat a l'interior³:

- El Carrefour del Prat i l'Alcampo de Sant Adrià es poden considerar estrictament Hipermercats, amb un gran element alimentari bàsic que ocupa més del 90% de la SBA i la resta són petits serveis i botigues complementàries. L'Eroski de Sant Cugat i el Carrefour de Badalona-Montigalà tenen un establiment alimentari tipus híper però només ocupa una mica més del 50% de la seva SBA, i incorporen un major nombre de botigues complementàries.
- La tipologia que més domina, 7 casos, és aquella en que l'element tractor ocupa entre el 25 i el 35% de la seva SBA. Son en general grans entre 35.000 m² i 90.000 m² de Superfície Bruta Llogable (SBA), i per tant tenen un primer element alimentari formant híper de dimensions generoses, però, per la seva dimensió gran, creixen alhora el nombre de botigues complementàries que ocupen més del 50% de la superfície (Glories (BCN), Diagonal Mar (BCN), l'Alcampo de Sant Boi, Barnasud a Gavà, Baricentro a Barberà, Llobregat Centre a Cornellà i Gran Via 2 a l'Hospitalet).
- Els casos en que l'element alimentari és de petites dimensions, inferior a 5.000 m², llevat de Maquinista, i per tant representa només entre el 10 i el 21% de la seva SBA són 5: Centre de la Vila (BCN), La Maquinista (BCN), La Farga a l'Hospitalet, l'Illa Diagonal (BCN) i l'Ànec Blau a Castelldefels. Finalment n'hi ha 4 que només tenen un centre alimentari petit, entre el 3 i el 8% de la SBA del total, sense significació diferenciada. Son els de Vila Marina a Viladecans, les Arenes (BCN), l'Splau a Cornellà i el Màgic a Badalona). Aquests centres comercials tenen altres arguments diferents que el centre alimentari.
- I finalment n'hi ha dos que no tenen element alimentari, són Heron City a Barcelona i el Moll d'Espanya al Port de Barcelona. Bàsicament estan centrats en lleure i restauració.
- Cal pensar que d'aquests centres comercials que analitzem, 16 aporten sales de cines als municipis i barris d'on es troben, tan sols 6 d'ells no aporten oferta cinematogràfica pel tipus de proposta que fan o perquè el barri té el servei de cines cobert (l'Illa Diagonal, Vilamarina, Llobregat Centre, els dos Alcampo i un Carrefour).

³ L'experiència europea a França mostra que abans dels centres comercials apareix l'hipermercat, com un gran centre que ofereix aliment, roba, esport, electrodomèstics, complements de casa, etc. amb preus assequibles. Amb posterioritat comencen els centres comercials que inclouen a més del hipermercat altres magatzems i botigues constituint un centre comercial més complex i interessant.



Mapa 3. Tipologies de centres comercials de l'AMB segons els elements que els formen; hipermercats, comerç no alimentari i cinemes.