



MEMORIA DE ACCIÓN 2019 EIX FORT PIENC



Eix Fort Pienc





ÍNDIX

A.	BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ENTIDAD.....	6
	NUESTROS VALORES	7
	LAS LÍNEAS DE ACCIÓN Y PRINCIPALES PROYECTOS.....	7
	DESTINATARIOS DEL PROYECTO	9
B.	OBJETIVOS, RESULTADOS Y ACTIVIDADES.....	10
C.	INDICADORES	12
D.	PROMOCIÓN ECONÓMICA Y DINAMIZACIÓN.....	17
1.	PLAN ESTRATÉGICO	17
2.	PLAN DE ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN	18
3.	EL SANT JORDI MÁS CREATIVO Y DIVERSO	23
4.	SORTEO DE SANT JORDI	25
5.	OFERTAS DE SANT JORDI.....	25
6.	QUINCENA DE LA SALUD, LA BELLEZA Y EL BIENESTAR.....	25
7.	BLACK DIVENDRES	28
8.	MUESTRA DE NAVIDAD DE JUEGOS, REGALOS Y ALIMENTACIÓN	28
9.	KITS DE FAROLILLOS	29
10.	TALLERES DE NAVIDAD.....	30
11.	CONCIERTO DE KOR RAVAL EVOLUTION.....	31
12.	TREN DE NAVIDAD	31
13.	SORTEO DE ENTRADAS PARA EL CIRCO DEL SOL.....	32
14.	SORTEO DE LA “GROSSA”	32
15.	CARTAS DE LOS REYES MAGOS, ETIQUETAS Y CHAPAS	32
16.	PONGAMOS EN VALOR EL COMERCIO Y LA ZONA DE GLÓRIAS	33
17.	INFORMACIÓN DE LAS AYUDAS, SERVICIOS Y NORMATIVAS DEL COMERCIO	34
18.	ASESORAMIENTOS	34
19.	ÓPERA EN EL COMERCIO.....	34
20.	SHOPPING AND SHOOTING	35
21.	L'ESTACIÓ ESCÈNICA.....	37
22.	JORNADA DE NETWORKING PARA JÓVENES ARTISTAS	44
23.	“SEIS MUJERES Y UN PÁJARO”	46
24.	GUÍA DE RUTAS DE FORT PIENC.....	47
25.	PLAN DE ACCIÓN SOSTENIBLE.....	47
26.	DONEM LA VOLTA A LA MODA. Me agrada, me agrado, yo decido!.....	48
27.	RADARS	49
28.	PROTAGONISTAS DEL MAÑANA.....	50
29.	PARTICIPACIÓN EN LA INAUGURACIÓN DE TRANSFORMADORS	50
30.	XEIX CELEBRACIÓN DEL NUEVO AÑO CHINO	51

31.	TRES MUJERES, TRES GENERACIONES TRES HISTORIAS. Oriente bajo el cielo de Barcelona.....	52
32.	RETAILS TOURS.....	52
33.	CONCIERTO DEL CORO INFANTIL DE SHANGAI HUA TONG	53
34.	EL ÁRBOL DE LA PAZ.....	54
E.	ASOCIACIONISMO	55
1.	PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	55
2.	ASSOCIA'T	56
3.	GRUPOS DE TRABAJO	59
4.	TRABAJO EN RED CON ASOCIACIONES DE COMERCIO	60
5.	REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL.....	61
6.	LA COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES DEL TERRITORIO.....	61
7.	GESTIÓN DE LA BASE DE SOCIOS.....	62
8.	ACTUALIZAR LA COMUNICACIÓN DE LOS SOCIOS	62
9.	SEGUIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE SOCIOS EN CAMPAÑAS.....	63
10.	GESTIÓN DE TESORERÍA	63
11.	GESTIÓN DE PROVEEDORES	64
12.	SEGUIMIENTO DE RESULTADOS.....	64
13.	CONTABILIDAD Y PRESENTACIÓN DE CUENTAS.....	65
14.	PRESUPUESTO ANUAL.....	65
15.	GESTIÓN CONTABLE Y FISCAL	65
16.	GESTIÓN DE SUBVENCIONES.....	66
17.	REUNIONES DE JUNTA.....	66
18.	REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL	66
F.	PROYECTOS DE MEJORA DE DIGITALIZACIÓN DEL COMERCIO	67
1.	ADECUACIÓN DE LA WEB Y LA ASOCIACIÓN A LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS.....	67
2.	CAMBIOS EN LA WEB.....	67
3.	CATÁLOGO DE SERVICIOS DIGITALES	67
4.	MICROSITES DE MULTIEVENTOS	68
5.	CREACIÓN DE CONTENIDOS	69
6.	CAMPAÑAS INFORMATIVAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL.....	70





A. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ENTIDAD

Año de Fundación 2011

Años de Actividad 7

La Asociación de Comerciantes Eix Fort Pienc nació en 2011, comenzando su actividad en abril de 2012 con el fin de potenciar el asociacionismo, para conseguir un comercio de proximidad próspero, fomentar la implantación de nuevos comercios de calidad, y desarrollar una imagen comercial de la zona, diferenciada y atractiva.

Desde sus inicios, la asociación se propuso ser un agente dinamizador territorial, colaborando con todas las entidades del barrio del Fort Pienc. En diciembre de 2019, la asociación contaba con 111 socios y 300 comerciantes del Mercat dels Encants. Podemos decir que nuestra Asociación es un agente de promoción económica y social del barrio aglutinando: comercios, empresas de servicios, el Mercado de los Encantes, equipamientos culturales (TNC, Auditorio,, ESMUC), centros sanitarios (Centro Médico Ausiàs Marc ...), centros educativos (Escuela China de Barcelona, Instituto de Cultura China, ESMUC, Eolia, el Timbal), centros deportivos (CEM Estación del Norte, Skating, Reebok Cross Fit), agentes sociales (ACCEM, Apunts, Fundación Hospital de Nens de Barcelona), otros agentes (Estació d'autobusos del Nord) y colaborando con un gran número de entidades del barrio (Centro Cívico, Biblioteca de Fort Pienc, Biblioteca Arus, las escuelas del barrio, Banc del Temps), de l'Eixample y también de Barcelona.

Nuestra Asociación se ha caracterizado por una elevada participación, gracias al contacto con socios potenciales y inclusión de diferentes tipologías de negocios.

L'Eix Fort Pienc ha desarrollado una identidad de Asociación culturalmente diversa integrando a los comerciantes asiáticos que hoy representan un 23 % de los socios. En el 2015 nuestro proyecto Xeix fué reconocido con el premio "Diversity Advantage Challenge" por la Comunidad Europea, lo que ha supuesto un importante aliciente para seguir en el trabajo de integrar los comerciantes recién llegados. También hemos potenciado desde nuestros inicios las artes escénicas, siendo merecedores en el 2017 del premio "Comercio Colaborativo" otorgado por la Dirección de Comercio.

Además de este premio, en 2018 La Asociación ganó el XXII Premi del jurat 8 de març- Maria Aurèlia Capmany, convocado por l'Ajuntament de Barcelona por el proyecto 'Donem-li la volta a la moda. M'agrada, m'agrado, jo decideixo!

El Eix Fort Pienc es miembro de la Fundació Barcelona Comerç y de Xarxa Eixample colaborando activamente con otras asociaciones de comercio.

NUESTROS VALORES

La proximidad

El comercio de proximidad proporciona desarrollo económico en el barrio, seguridad, cohesión social y compromiso con la vida del barrio.

La participación:

La Asociación se ha caracterizado por una elevada participación, gracias al contacto con socios potenciales y la inclusión de diferentes tipologías de negocios. Un 35% de los socios han participado en algún grupo de trabajo y más de 250 establecimientos no asociados han participado en alguna campaña de la Asociación. En 2019 ha habido cinco grupos de trabajo: la junta, el sector del cómic, l'Estació Escènica, la salud y Donem la Volta a la Moda. L'Eix Fort Pienc colabora y aglutina con un gran número de entidades del barrio para "hacer crecer la vida en el barrio". La Asociación trabaja también en red con otras asociaciones de comercio en proyectos de dinamización y mejora de la competitividad.

La diversidad y la convivencia

Desde su nacimiento, la Asociación trabaja por la participación de la comunidad asiática de la Asociación y transversalmente la diversidad en todos sus proyectos.

La iniciativa y la creatividad

La iniciativa y la creatividad generan innovación y permiten encontrar soluciones a los retos. Uno de los ejes de trabajo más importantes de la Asociación es la cultura, promocionando los sectores del libro y las artes escénicas, y dando apoyo a jóvenes con talento. Un 19% de nuestros miembros proceden del sector de la cultura. En 2013 la Asociación comenzó su proyecto de artes escénicas. El grupo de trabajo de este sector está compuesto por alumnos de las escuelas de artes escénicas.

LAS LÍNEAS DE ACCIÓN Y PRINCIPALES PROYECTOS

L'Eix Fort Pienc desarrolla medio centenar de actividades al año en seis líneas de acción. A continuación se describen los proyectos más importantes del plan 2019

1. CONVERTIRSE EN UN PROMOTOR SOCIOECONÓMICO DE FORT PIENC

Nuestra asociación ha diversificado integrando en la misma socios de sectores y tipologías diversas (comercios, equipamientos, mercados, empresas, ONG sociales) y colaborando con todos los agentes del territorio (escuelas, entidades, vecinos). La finalidad es convertir la Asociación y el comercio en eje vertebrador del territorio.

2. PROMOCIONAR LOS ESTABLECIMIENTOS DE FORT PIENC (COMERCIO, SERVICIOS, CULTURA, SOCIAL, EMPRESA)

La Asociación trabaja por sectores para dar a conocer la oferta comercial. Además trabaja en red con otras asociaciones de comercio (Xarxaeixample y Fundació Barcelona Comerç) para promocionar y mejorar la competitividad de los negocios.

3. MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS NEGOCIOS

Promoviendo la digitalización, la innovación y especialización para mantener la competitividad frente a otros formatos de comercio

XARXAEIXAMPLE (2012-2019)

Es un grupo de trabajo para la promoción del comercio en el que participa l'Eix Fort Pienc. Ha creado el portal Compraeixample.cat como plataforma de comunicación y promoción de las ofertas de los comercios asociados.

EL COMERCIO EN GOOGLE MY BUSINESS (2015-2016)

Es un proyecto para conseguir que todos los comercios estén en Google y poder ser localizados por cualquier persona.

Q DE CALIDAD (2017-2019)

Es un distintivo que tiene como objetivo identificar y hacer visible, aquellos comercios que, además de cumplir con los requisitos de calidad previstos por la normativa vigente, tienen un valor añadido que los hace merecedores de esta distinción .

EL CATÁLOGO DIGITAL Y LOS MICROSITES DE OFERTAS (2019)

Estos proyectos promueven la digitalización de los productos y servicios de los asociados y su difusión en internet

4. DESARROLLO DE UNA IDENTIDAD DEL BARRIO Y DEL COMERCIO CULTURALMENTE DIVERSA

XEIX (2012-2019)

El proyecto XEIX nació en 2012 de la necesidad de inclusión en el plan estratégico del Eix Fort Pienc, los numerosos comerciantes de orígenes culturales diversos que regentan negocios en este barrio.

Es un proyecto en continua evolución y se trata de un conjunto de actividades para acercar el asociacionismo y la participación a los comerciantes de origen diverso. Incluye actividades de carácter económico, de intercambio y promoción cultural, y de formación como pilares básicos.

5. ESTABLECER VÍNCULOS ENTRE COMERCIO Y CULTURA CON LAS ARTES ESCÉNICAS Y EL SECTOR DEL CÓMIC

L'Eix Fort Pienc tiene en su programa de trabajo una línea estratégica de construcción de identidad de barrio, que está vinculada al ocio, la cultura y el turismo; que intenta aprovechar la presencia en el barrio y la colaboración con la asociación de grandes operadores culturales; escuelas de música, danza y de arte dramático.

EL SANT JORDI MÁS CREATIVO Y DIVERSO (2012-2019)

La feria de San Jordi se celebra en el Paseo de San Juan desde 2012 y está especializada en el sector infantil y juvenil, presentándose como una alternativa en el Paseo de Gracia para todos los barceloneses.

L'ESTACIÓ ESCÉNIKA (2017- 2019)

L'Estació EscéniKa es un festival de microteatro que se estructura bajo el eje vertebrador de un concurso. La finalidad es impulsar las nuevas generaciones de artistas y fomentar el emprendedurismo artístico y de oficios relacionados.

Como antecedentes del Festival, destacamos la Feria de las Artes Escénicas (2013-2017).

Con estos proyectos pretendemos posicionar el barrio de Fort Pienc como el barrio de las artes escénicas y de los jóvenes talentos.

Por las artes escénicas y el proyecto Xeix la Asociación ha ganado el 2016 el premio "Comercio Colaborativo" otorgado por la dirección de comercio.

<http://ajuntament.barcelona.cat/eixample/ca/noticia/premis-a-leix-comercial-fort-pienc-iques>

CRÓNICAS DE FORT PIENC (2018)

Concurso de narración colaborativo en el que viajamos con la imaginación por el barrio.

ÓPERA EN EL COMERCIO (2019)

Espectáculos de ópera delante de los negocios creando un itinerario.

6. PROMOVER LA COMPRA DE PROXIMIDAD Y LOS VALORES DE UN COMERCIO SOSTENIBLE Y COMPROMETIDO

ÁRBOL DE LA PAZ (2017-2019)

Junto con la Escuela Ramon Llull (donde conviven alumnos de más de 25 nacionalidades del mundo) celebramos la Navidad la integración y la convivencia en el barrio con el encendido del "Árbol de la Paz".

LA MUJER (2017- 2019)

Dentro de las actividades de la ciudad de Barcelona para conmemorar el Día Internacional de la Mujer, organizamos con la Biblioteca Arús una charla y/o una exposición.

DEMOS LA VUELTA A LA MODA! (2018-2019)

El proyecto pretende repensar los cañones de belleza y estereotipos de género, y muestra buenas prácticas de moda sostenible y una moda más igualitaria en razón de género, edad, orientación sexual y origen.

DESTINATARIOS DEL PROYECTO

- Comercios y establecimientos, gastronomía, ocio, servicios, artesanía y cultura de Fort Pienc.
- Vecinos y vecinas de Barcelona.
- Trabajadores de los establecimientos.
- Jóvenes que viven o estudian en el barrio.
- Visitantes.
- Los equipamientos y Entidades del barrio.
- Empresas con sede en el barrio.
- Entidades culturales ligadas a los artes escénicas, del sector del cómic y el ocio
- Entidades chinas o vinculadas a Asia.

B.**OBJETIVOS, RESULTADOS Y ACTIVIDADES**

PROMOCIÓN ECONÓMICA Y DINAMIZACIÓN	
R4	Conocimiento de la oferta comercial
R5	Generar afluencia de público
R6	Fidelizar al consumidor
1	Plan estratégico
2	Plan de comunicación externa
3	Sant Jordi más creativo y diverso
4	Sorteo de Sant Jordi
5	Ofertas de Sant Jordi
6	Quincena de la salud y la belleza
7	Black divendres
8	Muestra de Navidad de juegos, regalos y alimentación
9	Kits de farolillos
10	Talleres de Navidad
11	Concierto de Kor Raval Evolution
12	Trencito de Navidad
13	Sorteo de entradas para el Circo del Sol
14	Sorteo de la Grossa
15	Cartas de los Reyes Magos, etiquetas y chapas
16	Pongamos el valor el comercio y la zona de Glorias!
R7	Modernización de los negocios
R8	Mejorar la presencia digital de los establecimientos
17	Información de las ayudas, servicios y normativas del comercio
18	Asesoramientos
OBJETIVO	POTENCIAR LOS VÍNCULOS ENTRE COMERCIO Y CULTURA (ARTES ESCÉNICAS /SECTOR DEL COMIC)
R11	Mejorar el atractivo y conocimiento del barrio y de la zona
R12	Mejorar la imagen y la actitud de la ciudadanía hacia el comercio
19	Ópera en el comercio
20	Shopping and Shooting
21	L'Estació Escènica
22	Jornada de networking
23	Seis mujeres y un pájaro
24	Rutas de Fort Pienc
OBJETIVO	PROMOVER LA COMPRA DE PROXIMIDAD Y LOS VALORES DE UN COMERCIO SOSTENIBLE Y COMPROMETIDO
R14	Extender el comercio de los productos locales
25	Plan de acción sostenible
26	"Donem la Volta a la Moda"
27	Radars
28	Protagonistas del mañana
29	Participación en la inauguración de "Transformadors"
OBJETIVO	DESARROLLAR UNA IDENTIDAD DE BARRIO Y COMERCIO CULTURALMENTE DIVERSO
R9	Participación del colectivo chino en las actividades de la Asociación
R10	Aumento del conocimiento de un comercio y barrio inclusivo y que cohesionan
30	Celebración del nuevo año chino
31	Tres mujeres, tres generaciones, tres historias. Oriente bajo el cielo de Barcelona
32	Retails Tours
33	Concierto del coro infantil "Shangai Hua Tong"
34	El árbol de la paz

POTENCIAR EL ASOCIACIONISMO	
R1	Aumento del conocimiento de la asociación, sus beneficios y actividades,
1	Plan de comunicación interna
R2	Aumentar el número de socios
2	Associa't
R3	Mejora de la participación y el networking
3	Grupos de trabajo (Sant Jordi, L'Estació Escènica, Quincena Salut, Donem la volta)
4	Trabajo en red con asociaciones de comercio (Xarxa Eixample, Fundació Barcelona Comerç)
5	Representación institucional
6	Colaboración con otras entidades del territorio y de Barcelona

OBJETIVO 2 ESTRUCTURA: ASEGURAR UNA GESTIÓN EFICAZ	
R4	Mantener actualizada la información de socios y prospectos
7	Gestión de la base de socios
8	Actualizar la comunicación de los socios
9	Seguimiento de la participación de los socios en campañas
R5	Mantener al día las cuentas y gestión económica
10	Gestión de tesorería
11	Gestión de proveedores
R6	Gestión económica transparente
12	Seguimiento de resultados
13	Contabilidad y presentación de cuentas
14	Presupuesto anual
15	Gestión contable y fiscal
R7	Conseguir recursos económicos
16	Gestión de subvenciones
R8	Asegurar una buena toma de decisiones
17	Reuniones de junta
R9	Defender los intereses y la reputación de la Asociación
18	Representación institucional

MEJORA DE DIGITALIZACIÓN DEL LOS COMERCIOS	
R1	Mejora de la presencia digital de los comercios
1	Adecuación de la web y la Asociación a la Ley de Protección de Datos
2	Cambios en la web
3	Catálogo de servicios digitales
4	Microsites de eventos
5	Creación de contenidos
6	Campañas informativas para la transformación digital

C.

INDICADORES

R1

Aumento del conocimiento de la asociación, sus beneficios y actividades, por parte de los establecimientos de Fort Pienc.

IMPACTO DE LA INFORMACIÓN	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nº de establecimientos impactados por la comunicación de la Asociación	>400	>416	>500	>600	>700	>700	>700

EVOLUCIÓN DE LAS VISITAS	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nº de campañas con visitas	5	12	20	20	21	24	23	24
Nº de establec visitados por primera vez	333	164	206	243	23	57	189	35
Nº de establec visitados más de una vez	365	231	285	343	128	163	343	202
Nº de visitas más de	633	968	1786	2243	2165	2601	3600	3096
promedio de visitas	1,73	4,19	6,27	6,54	16,9	16,0	10,5	15,3

Nº ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Newsletter comercios		16	19	56	45	62	54	52
Noticias y actividades en la web		21	12	13	13	3	107	342
Reportajes de socios en la web							6	8
Ofertas/productos				36	35	73	27	103
Facebook (post)	11	12	49	40	94	73	134	179
Facebook (Escènika)						27	11	75
Campañas mailing consumidores			1	4	12	12	12	12
Vídeos	0	1	3	1	2	1	3	2
Carpeta	1	1	1	1	1	1	2	1
Carteles	16	25	7	9	4	12	13	14
Folletos	2	2	9	10	3	12	10	13
Revistas	1	2	2	1	1		1	1
Circulares	3	6	6	8	9	9	10	11
Formularios			3	4	4	9	7	8
Notas de prensa		1	3	3	2	5	4	7
	34	87	149	125	225	272	410	795

Nº de noticias publicadas en medios de comunicación

2018	2019
27	44

Evolución de las actividades

EVOLUCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nº de actividades	11	38	42	48	51	56	57	56

R2

Fidelizar a los socios actuales y conversión en nuevos socios de los comercios no asociados que participan

Evolución de la participación en actividades

Evolución	2016	2017	2018	2019
Nº socios	115	118	119	120
Nº socios que participan en campañas	82	93	98	96
%	61%	79%	82%	80%

Participación	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%
Socis	100	46%	102	76%	93	69%	98	39%	96	43%
Comercios no asociados	117	54%	33	24%	41	31%	83	33%	56	25%
Entidades colaboradoras							70	28%	70	32%
Total	217	100%	135	100%	134	100%	251	100%	222	100%

Del 2015 al 2017 no están separados los comercios de las entidades colaboradoras

Nº de establecimientos participantes en grupos de proyecto

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Junta	4	6	8	7	7	7	5	5
Sant Jordi	2	7	10	8	5	13	7	7
Quinzena Salut	7	7	7	9	12	8	9	13
Arts Escèniques	0	6	8	8	6	7	6	7
Donem la volta a la moda						9	4	8
Comunicación	0	0	5	4	4		0	
Total Voluntarios	13	26	38	36	34	41	31	40

Inscripciones de socios en actividades

Inscripciones en actividades	2017	2018	2019
Sant Jordi	18	14	13
Acción Sostenible	51	43	19
Quincena de la salud	28	38	35
L'Estació Escènica	2	3	5
Ofertas	25	28	44
Luces de Navidad	56	45	41
Black Friday	8	42	16
Q Calidad	5	18	18
"Radars"		13	24
Total	92	98	98

Evolución de la Feria de Sant Jordi

EVOLUCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Miembros del grupo de proyecto	2	3	11	8	8	13	11	7
Nº participantes	2	7	27	29	23	20	24	21
Nº entidades colaboradoras						11	18	9
Nº carpas	9	17	43	56	43	38	44	43
Nº actividades	3	4	14	37	31	26	10	17
Nº actuaciones/espectáculos			6	11	10	14	21	1
Nº de escuelas que visitan la feria		2	6	8	2	0	5	5

<p>* Celebración del Salón de la Escritura</p> <p>Evolución de la participación en Luces de Navidad</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2012</th> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nº de establecimientos</td> <td>20</td> <td>40</td> <td>45</td> <td>52</td> <td>46</td> <td>56</td> <td>48</td> <td>43</td> </tr> </tbody> </table> <p>Quincena de la salud</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>SALUD</th> <th>2012</th> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Revista tirada</td> <td>4000</td> <td>6000</td> <td>6000</td> <td>6000</td> <td>6000</td> <td>15000</td> <td>6000</td> <td>5000</td> </tr> <tr> <td>Revista páginas</td> <td>12</td> <td>30</td> <td>30</td> <td>32</td> <td>32</td> <td>2</td> <td>36</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>Actividades</td> <td>22</td> <td>31</td> <td>17</td> <td>15</td> <td>16</td> <td>7</td> <td>29</td> <td>26</td> </tr> <tr> <td>Feria participantes</td> <td>9</td> <td>15</td> <td>17</td> <td>16</td> <td>14</td> <td>28</td> <td>12</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Revista participantes</td> <td>23</td> <td>55</td> <td>49</td> <td>48</td> <td>44</td> <td>0</td> <td>38</td> <td>43</td> </tr> <tr> <td>Sorteo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>16</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>24</td> <td>55</td> <td>53</td> <td>52</td> <td>45</td> <td>28</td> <td>39</td> <td>39</td> </tr> </tbody> </table>											2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Nº de establecimientos	20	40	45	52	46	56	48	43	SALUD	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Revista tirada	4000	6000	6000	6000	6000	15000	6000	5000	Revista páginas	12	30	30	32	32	2	36	40	Actividades	22	31	17	15	16	7	29	26	Feria participantes	9	15	17	16	14	28	12	8	Revista participantes	23	55	49	48	44	0	38	43	Sorteo							16		Total	24	55	53	52	45	28	39	39
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019																																																																																											
Nº de establecimientos	20	40	45	52	46	56	48	43																																																																																											
SALUD	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019																																																																																											
Revista tirada	4000	6000	6000	6000	6000	15000	6000	5000																																																																																											
Revista páginas	12	30	30	32	32	2	36	40																																																																																											
Actividades	22	31	17	15	16	7	29	26																																																																																											
Feria participantes	9	15	17	16	14	28	12	8																																																																																											
Revista participantes	23	55	49	48	44	0	38	43																																																																																											
Sorteo							16																																																																																												
Total	24	55	53	52	45	28	39	39																																																																																											
R3	<p>Aumentar el número de socios</p> <p>EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE SOCIOS</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2012</th> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> <th>2019</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nº socios diciembre</td> <td>55</td> <td>67</td> <td>84</td> <td>100</td> <td>101</td> <td>105</td> <td>108</td> <td>111</td> <td>111</td> </tr> <tr> <td>Crecimiento</td> <td>55</td> <td>12</td> <td>17</td> <td>16</td> <td>1</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>111</td> </tr> <tr> <td>Altas</td> <td>58</td> <td>33</td> <td>22</td> <td>29</td> <td>20</td> <td>21</td> <td>10</td> <td>10</td> <td>203</td> </tr> <tr> <td>Bajas</td> <td>3</td> <td>21</td> <td>5</td> <td>13</td> <td>19</td> <td>17</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>92</td> </tr> </tbody> </table> <p>Adhesiones de grandes entidades</p> <p>2013 Grandes equipamientos culturales: TNC, Auditori, ESMUC, Escola Xinesa, CEM</p> <p>2014 Hospital de Nens de Barcelona, Skating</p> <p>2015 Institut Cultura Xinesa, Mercat dels Encants (soci colaborador) 300 paradistas</p> <p>2016 Endesa, Eolia, El Timbal, Moz-Art</p> <p>2017 Random House, Hotel Ayre, Mescladis, Eòlia</p> <p>2018 Adhesión de: Fundació Pere Claver y BSM</p>										2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	TOTAL	Nº socios diciembre	55	67	84	100	101	105	108	111	111	Crecimiento	55	12	17	16	1	4	3	3	111	Altas	58	33	22	29	20	21	10	10	203	Bajas	3	21	5	13	19	17	7	7	92																																								
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	TOTAL																																																																																										
Nº socios diciembre	55	67	84	100	101	105	108	111	111																																																																																										
Crecimiento	55	12	17	16	1	4	3	3	111																																																																																										
Altas	58	33	22	29	20	21	10	10	203																																																																																										
Bajas	3	21	5	13	19	17	7	7	92																																																																																										
R4	<p>Mejora de la participación y la democracia interna</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Grupos de trabajo</th> <th>2012</th> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Junta</td> <td>4</td> <td>6</td> <td>8</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>5</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Sant Jordi</td> <td>2</td> <td>7</td> <td>10</td> <td>8</td> <td>5</td> <td>13</td> <td>7</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Quinzena Salut</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>9</td> <td>12</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>Arts Escèniques</td> <td>0</td> <td>6</td> <td>8</td> <td>8</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>6</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Donem la volta a la moda</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>9</td> <td>4</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Comunicación</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>4</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Total Voluntarios</td> <td>13</td> <td>26</td> <td>38</td> <td>36</td> <td>34</td> <td>41</td> <td>31</td> <td>39</td> </tr> </tbody> </table>									Grupos de trabajo	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Junta	4	6	8	7	7	7	5	5	Sant Jordi	2	7	10	8	5	13	7	6	Quinzena Salut	7	7	7	9	12	8	9	13	Arts Escèniques	0	6	8	8	6	7	6	7	Donem la volta a la moda						9	4	8	Comunicación	0	0	5	4	4		0		Total Voluntarios	13	26	38	36	34	41	31	39																		
Grupos de trabajo	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019																																																																																											
Junta	4	6	8	7	7	7	5	5																																																																																											
Sant Jordi	2	7	10	8	5	13	7	6																																																																																											
Quinzena Salut	7	7	7	9	12	8	9	13																																																																																											
Arts Escèniques	0	6	8	8	6	7	6	7																																																																																											
Donem la volta a la moda						9	4	8																																																																																											
Comunicación	0	0	5	4	4		0																																																																																												
Total Voluntarios	13	26	38	36	34	41	31	39																																																																																											

R5	<p>Mejorar la presencia de los comercios en Internet</p> <table border="1" data-bbox="280 353 1024 622"> <thead> <tr> <th>Elementos publicados de los socios</th> <th>2018</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Noticias actividades de socios en la web</td> <td>46</td> <td>119</td> </tr> <tr> <td>Ofertas socios</td> <td>27</td> <td>44</td> </tr> <tr> <td>Productos del catálogo</td> <td></td> <td>69</td> </tr> <tr> <td>Post Facebook</td> <td>56</td> <td>97</td> </tr> <tr> <td>Reportajes web</td> <td>6</td> <td>8</td> </tr> </tbody> </table>	Elementos publicados de los socios	2018	2019	Noticias actividades de socios en la web	46	119	Ofertas socios	27	44	Productos del catálogo		69	Post Facebook	56	97	Reportajes web	6	8																																																
Elementos publicados de los socios	2018	2019																																																																	
Noticias actividades de socios en la web	46	119																																																																	
Ofertas socios	27	44																																																																	
Productos del catálogo		69																																																																	
Post Facebook	56	97																																																																	
Reportajes web	6	8																																																																	
R6	<p>Conocimiento de la oferta comercial</p> <p>Estadísticas web compraexemple</p> <table border="1" data-bbox="443 837 1310 925"> <thead> <tr> <th></th> <th>2015</th> <th>D</th> <th>2016</th> <th>D</th> <th>2017</th> <th>D</th> <th>2018</th> <th>D</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nº Usuarios</td> <td>11600</td> <td>112%</td> <td>24604</td> <td>0%</td> <td>24.612</td> <td>19%</td> <td>29.318</td> <td>52%</td> <td>44.439</td> </tr> </tbody> </table> <p>Estadísticas web Eix Fort Pienc</p> <table border="1" data-bbox="635 1048 1121 1117"> <thead> <tr> <th></th> <th>2018</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Usuarios</td> <td>1.018</td> <td>5.137</td> </tr> </tbody> </table> <p>Estadísticas de redes sociales Eix Fort Pienc</p> <table border="1" data-bbox="480 1267 1278 1556"> <thead> <tr> <th>Nº ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Post Facebook Eix Fort Pienc</td> <td>94</td> <td>73</td> <td>134</td> <td>179</td> </tr> <tr> <td>Post Facebook (Escènika)</td> <td></td> <td>27</td> <td>11</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>Instagram (Escènika)</td> <td></td> <td></td> <td>20</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>Seguidores facebook Eix Fort Pienc</td> <td>462</td> <td>475</td> <td>538</td> <td>647</td> </tr> <tr> <td>Seguidores Facebook Escènika</td> <td></td> <td></td> <td>240</td> <td>450</td> </tr> <tr> <td>Seguidores instagram</td> <td></td> <td></td> <td>240</td> <td>454</td> </tr> <tr> <td>Campañas de mailing a consumidores</td> <td>12</td> <td>12</td> <td>12</td> <td>12</td> </tr> </tbody> </table>		2015	D	2016	D	2017	D	2018	D	2019	Nº Usuarios	11600	112%	24604	0%	24.612	19%	29.318	52%	44.439		2018	2019	Usuarios	1.018	5.137	Nº ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN	2016	2017	2018	2019	Post Facebook Eix Fort Pienc	94	73	134	179	Post Facebook (Escènika)		27	11	75	Instagram (Escènika)			20	42	Seguidores facebook Eix Fort Pienc	462	475	538	647	Seguidores Facebook Escènika			240	450	Seguidores instagram			240	454	Campañas de mailing a consumidores	12	12	12	12
	2015	D	2016	D	2017	D	2018	D	2019																																																										
Nº Usuarios	11600	112%	24604	0%	24.612	19%	29.318	52%	44.439																																																										
	2018	2019																																																																	
Usuarios	1.018	5.137																																																																	
Nº ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN	2016	2017	2018	2019																																																															
Post Facebook Eix Fort Pienc	94	73	134	179																																																															
Post Facebook (Escènika)		27	11	75																																																															
Instagram (Escènika)			20	42																																																															
Seguidores facebook Eix Fort Pienc	462	475	538	647																																																															
Seguidores Facebook Escènika			240	450																																																															
Seguidores instagram			240	454																																																															
Campañas de mailing a consumidores	12	12	12	12																																																															
R7	<p>Mejorar el atractivo de la zona comercial y el conocimiento de Fort Pienc y de la Asociación</p> <p>R8 Mejorar la imagen y la actitud de la ciudadanía hacia el comercio del barrio</p> <p>R9 Eventos noticiables</p> <table border="1" data-bbox="280 1787 1406 1962"> <thead> <tr> <th>Impacto en consumidores</th> <th>2014</th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nº de eventos noticiables</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>6</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Nº de noticias publicadas en medios externos</td> <td>7</td> <td>12</td> <td>6</td> <td>10</td> <td>27</td> <td>43</td> </tr> <tr> <td>Nº de visitantes en las ferias</td> <td>3000</td> <td>4000</td> <td>4000</td> <td>4000</td> <td>4000</td> <td>4000</td> </tr> <tr> <td>Nº de revistas de la quincena de la salud</td> <td>6000</td> <td>6000</td> <td>6000</td> <td>-</td> <td>6000</td> <td>6000</td> </tr> </tbody> </table>	Impacto en consumidores	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Nº de eventos noticiables	3	4	5	6	6	6	Nº de noticias publicadas en medios externos	7	12	6	10	27	43	Nº de visitantes en las ferias	3000	4000	4000	4000	4000	4000	Nº de revistas de la quincena de la salud	6000	6000	6000	-	6000	6000																															
Impacto en consumidores	2014	2015	2016	2017	2018	2019																																																													
Nº de eventos noticiables	3	4	5	6	6	6																																																													
Nº de noticias publicadas en medios externos	7	12	6	10	27	43																																																													
Nº de visitantes en las ferias	3000	4000	4000	4000	4000	4000																																																													
Nº de revistas de la quincena de la salud	6000	6000	6000	-	6000	6000																																																													

R10	<p>Presencia de la comunidad asiática y participación en las actividades de la Asociación</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2012</th> <th>2013</th> <th>2014</th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> <th>2019</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nº de socios asiáticos</td> <td>2</td> <td>11</td> <td>18</td> <td>27</td> <td>29</td> <td>30</td> <td>29</td> <td>25</td> </tr> <tr> <td>%</td> <td>4%</td> <td>16%</td> <td>21%</td> <td>27%</td> <td>28%</td> <td>28%</td> <td>27%</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>Total asociados</td> <td>56</td> <td>68</td> <td>84</td> <td>100</td> <td>102</td> <td>106</td> <td>108</td> <td>111</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2"></th> <th colspan="3">2018</th> <th colspan="3">2019</th> </tr> <tr> <th>Nº</th> <th>Particip</th> <th>%</th> <th>Nº</th> <th>Particip</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Autóctonos</td> <td>85</td> <td>69</td> <td>81%</td> <td>92</td> <td>77</td> <td>84%</td> </tr> <tr> <td>Asiáticos</td> <td>33</td> <td>30</td> <td>91%</td> <td>30</td> <td>21</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>118</td> <td>98</td> <td>83%</td> <td>122</td> <td>98</td> <td>80%</td> </tr> </tbody> </table>		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Nº de socios asiáticos	2	11	18	27	29	30	29	25	%	4%	16%	21%	27%	28%	28%	27%	23%	Total asociados	56	68	84	100	102	106	108	111		2018			2019			Nº	Particip	%	Nº	Particip	%	Autóctonos	85	69	81%	92	77	84%	Asiáticos	33	30	91%	30	21	70%	TOTAL	118	98	83%	122	98	80%
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019																																																															
Nº de socios asiáticos	2	11	18	27	29	30	29	25																																																															
%	4%	16%	21%	27%	28%	28%	27%	23%																																																															
Total asociados	56	68	84	100	102	106	108	111																																																															
	2018			2019																																																																			
	Nº	Particip	%	Nº	Particip	%																																																																	
Autóctonos	85	69	81%	92	77	84%																																																																	
Asiáticos	33	30	91%	30	21	70%																																																																	
TOTAL	118	98	83%	122	98	80%																																																																	
R11	<p>Hacer un comercio y un barrio más sostenible y responsable Estimación del ahorro para colaboración en proyectos = 16000 €</p>																																																																						

D. PROMOCIÓN ECONÓMICA Y DINAMIZACIÓN

1. PLAN ESTRATÉGICO

Descripción

Para elaborar el plan estratégico hemos hecho un proceso de reflexión analizando la situación del comercio y de la Asociación, marcando objetivos y las actividades para 2019. L'Eix Fort Pienc elabora un plan de acción y una memoria de resultados desde sus inicios. El plan actual está basado en las líneas estratégicas de 2016-2019

Fecha: Enero 2019

Objetivos: Promover el asociacionismo y la dinamización del comercio de proximidad

Resultados: Construir una asociación con capacidad de representación y dinamización del tejido económico, social y cultural de Fort Pienc

Hemos realizado todas las actividades planificadas excepto una jornada de networking en el sector de la moda y una campaña de reducción de bolsas. Por otro lado, hemos realizado las siguientes actividades no planificadas:

- Tres mujeres, tres generaciones, tres historias
- Protagonistas del mañana
- Ópera en la calle
- Asesoramiento sobre consumo energético
- Representaciones ganadores de L'Estació Escènica"

Indicadores:

Nº de actividades con respecto al plan = +3

Grado de cumplimiento del plan 98 %

Evolución de las actividades

EVOLUCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nº de actividades	11	38	42	48	51	56	57	56

Personas involucradas: Gerente y la junta con la colaboración de los grupos de trabajo

Perspectiva de género: Participación equilibrada de hombres y mujeres en la toma de decisiones

Comunicación: Informe del plan estratégico y la memoria del plan

2. PLAN DE ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN

Descripción

El número de elementos de comunicación ha crecido notablemente en los tres últimos años, debido fundamentalmente a la creación de noticias en la web y en el Facebook.

En 2019 hemos creado un catálogo en la web y hemos hecho cuatro “microsites” con cuatro eventos de la Asociación: Sant Jordi, l’Estació Escènica, la Quincena de la Salut y el programa de actividades de Navidad en Fort Pienc, incluyendo en éstos las actividades y las ofertas de los socios.

Por otro lado hemos contactado con los socios para publicar de manera sistemática sus noticias en el Facebook y reportajes en la web. Hemos hecho 8 reportajes de socios. Las publicaciones de los socios han aumentado sustancialmente llegando a representar un 43 % de las publicaciones.

Hemos enviado 7 notas de prensa y el número de noticias publicadas en medios de comunicación externos ha sido de 43

Además hemos publicado un video del proyecto L’Estació Escènica y un reportaje fotográfico por el proyecto “Donem la Volta la Moda”

Indicadores

Nº de elementos de comunicación

Nº ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Newsletter comercios		16	19	56	45	62	54	52
Noticias y actividades en la web		21	12	13	13	3	107	342
Reportajes de socios en la web							6	8
Ofertas/productos				36	35	73	27	103
Facebook (post)	11	12	49	*40	94	73	134	179
Facebook (Escènica)								
Campañas mailing consumidores			1	4	12	12	12	12
Vídeos	0	1	3	1	2	1	3	2
Carpeta	1	1	1	1	1	1	2	1
Carteles	16	25	7	9	4	12	13	14
Folleto	2	2	9	10	3	12	10	13
Revistas	1	2	2	1	1		1	1
Circulares	3	6	6	8	9	9	10	11
Formularios			3	4	4	9	7	8
Notes de prensa		1	3	3	2	5	4	7
	34	87	149	125	225	272	410	795

Nº de noticias de socios

Las noticias de socios publicadas representan un 43 % de las noticias publicadas en la web y un 42 % de las noticias publicadas en el Facebook

Elementos publicados socios	2018	2019
Noticias actividades socios web	342	239
Ofertas	44	44
Catálogo		69
Post Facebook	56	97
Reportajes web	6	8

Impacto en consumidores

El número de noticias publicadas en medios externos también ha sido mucho más elevado que en años anteriores debido en parte gracias a las entidades colaboradoras.

Impacte en consumidores	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nº de eventos noticiables	3	4	5	6	6	6
Nº de noticias publicadas en medios	7	12	6	10	27	43
Nº de visitantes en las ferias	3000	4000	4000	4000	4000	4000
Nº de revistas de la quincena de la salud	6000	6000	6000		6000	5000
Nº programa cultural de Navidad					4000	6000

LINKS A PUBLICACIONES EXTERNAS**Sant Jordi en medios de comunicación**

- <https://irbarcelona.com/fiestas-y-tradiciones/dia-de-sant-jordi/>
- https://www.elnacional.cat/es/cultura/passeig-sant-joan-jordi_377341_102.html
- <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20190423/que-hacer-hoy-barcelona-martes-23-abril-2019-7414626>
- https://ajuntament.barcelona.cat/eixample/ca/noticia/el-sant-jordi-mes-jove-i-divers-torna-al-passeig-sant-joan_801250
- Beteve 23/04/2019
<https://beteve.cat/agenda/sant-jordi-2019-barcelona-activitats/>

Quincena de la Salud

- Web de l' Ajuntament de Barcelona
https://ajuntament.barcelona.cat/eixample/ca/noticia/festa-de-la-salut-i-el-medi-ambient-al-fort-pienc_876362

“Opera al comerç”

- Ajuntament de Barcelona. Barcelona Comerç 18/04/2019
http://www.eixosbcn.org/es/eventos/Opera_al_Comerc_II_edicion/917.html#.XdvRp-hKiUk

Shopping and Shooting

- <https://beteve.cat/economia/ipsium-barcelona-shopping-shooting/>

I’Estació Escènica

- <https://www.salaversusglories.cat/ca/actualitat/13-collaborem-amb-el-festival-lestacio-escenika-.html>
- <https://www.fortpienc.org/2019/04/25/estacio-escenika/>
- <https://www.eolia.cat/participa-al-festival-darts-esceniques-lestacio-escenika/lestacio-escenika-banner-2019/>
- https://ajuntament.barcelona.cat/eixample/ca/noticia/lestacio-escenika-de-fort-pienc-un-trampoli-per-als-joves-artistes_832125
- https://craibcn.cat/ajuts_premis_subven/concurs-per-a-participar-al-festival-lestacio-escenika/
- <http://www.laculturanovalres.com/festival-lestacio-escenika-divendres-28-de-juny-barcelona/>
- <https://www.soloactores.com/listing/inscripciones-obertes-pel-festival-lestacio-escenika-bcn/>
- <http://www.espectaculosbcn.com/festival-lestacio-escenika/>
- https://nauivanow.com/es/viver_de_creadors/convocatorias-internacionales-2019/
- <https://www.picuki.com/tag/lestacioescenika>

Jornada de Networking Arts

- <https://www.teatral.net/comercat-de-les-arts-esceniques-una-sessio-de-networking-amb-professionals-de-les-arts-esceniques/>
- http://www.fundacionsgae.com/es-ES/SitePages/Programacion_Taller.aspx?i=1455&s=4
- <https://www.facebook.com/events/sgae-barcelona/networking-de-les-arts-esc%C3%A8niques-amb-barcelonaactiva/746500849095148/>

Guía de rutas de Fort Pienc

- <https://beteve.cat/historia/guia-ruta-fort-pienc-districte-eixample/>

- https://ajuntament.barcelona.cat/eixample/ca/noticia/rutes-per-coneixer-el-barri-del-fort-pienc_807345

-

“Donem la volta a la moda”

- Web del fashion revolution Abril 2019
- <https://www.fashionrevolution.org/events/> Altres 4 Ja no esta disponible, els esdeveniments es van actualitzant automaticament
- Diari Ara 24/04/2019
https://www.ara.cat/estils/Alternatives-moda-responsable-sostenible_0_2222177884.html
- https://cat.elpais.com/cat/2019/04/22/estilo/1555927892_257256.html

El árbol de paz

- <http://escolaramonlullbcn.cat/index.php/2-uncategorised/421-festa-de-nadal-arbre-de-la-pau>

Xeix

- https://elpais.com/ccaa/2019/04/21/catalunya/1555866523_731205.html

Nuevo año chino

- Web AMPA Fort Pienc Gener 2019
<http://www.ampafortpienc.org/blog/2019/01/>
- Blog AMPA Fort Pienc Gener 2019
<http://www.ampafortpienc.org/blog/lescola-fort-pienc-participa-per-segon-any-a-la-rua-de-lany-nou-xines/>
- Blogspot AMPA Fort Pienc Gener 2019
<http://ampafortpienc.blogspot.com/2019/01/dissabte-2-febrer-any-nou-xines-2019.html>
- <https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20190202/celebracion-ano-nuevo-chino-barcelona-fort-pienc-7282483>

Tres mujeres

- <https://www.youtube.com/watch?v=7V6nrvrZ5s>
- Web de Casa Asia 21/02/2019
<https://www.casaasia.es/actividad/detalle/220982-mesa-redonda-tres-mujeres-tres-generaciones-tres-historias-oriental-bajo-el-cielo-de>



- Video en Youtube de la Fundació Institut Confuci de Barcelona 08/03/2019
<https://www.youtube.com/watch?v=7V6nrpVrZ5s>
- Web de la Fundació Institut Confuci de Barcelona 27/02/2019
<https://www.confucioabarcelona.es/index.php/actividades/cultura/cultura?start=14>
- Sociedad asiática 25/02/2019
http://sociedadasiatica.blogspot.com/2019/02/boletin-de-actividades-visualiza-este_25.html?m=1
- @confuci 07/03/2019
<https://www.picbear.org/media/But5bM8g4KN>
-

Retail Tours

- **El País 22/04/2019**
https://elpais.com/ccaa/2019/04/21/catalunya/1555866523_731205.html

Coro Hua Tong

- Casa Asia. Xarxes socials 20 juny 2019
<https://www.casaasia.cat/actividad/detalle/221382-concert-del-cor-infantil-de-xangai-hua-tong>
- Federació d'Entitats Corals de Catalunya 8 juliol 2019
<http://fcec.cat/noticies/54FICC/54FICCProgramaCat.pdf>
- Ajuntament de Barcelona
http://ajuntament.barcelona.cat/programesmemoria/ca/esdeveniment/concert-del-cor-infantil-de-xangai-hua-tong_99400631384/



3. EL SANT JORDI MÁS CREATIVO Y DIVERSO



Descripción:

La feria de San Jordi se celebra en el Passeig de San Juan y está especializada en el sector infantil y juvenil, presentándose como una alternativa en el Paseo de Gracia para todos los barceloneses.

La feria ha sido visitada por las escuelas de la zona como ya es habitual. Además, este año hemos organizado en la Biblioteca Arús dos master class de Comics para los alumnos de secundaria las escuelas del barrio (Instituto Fort Plus y Escuela Mireia).

Programa de actividades

- Firma de autores: Caligrama, Gigamesh, Norma Còmics
- Juegos
 - Demostraciones del juego “Magic. The Gathering”..
 - Demostraciones de juegos de mesa
- Talleres
 - Taller de escritura creativa
 - Talleres de manualidades
 - Taller de rosas de tela y cartón
 - Taller de caligrafía china
 - Taller de escritura china
 - Taller de versos de poemas chinos de amor
 - Taller de libros de artista: libro zig-zag
 - Master Class “Cómo crear un manga”
 - Taller de creación de personajes de cómic

- Exposición de cuentos chinos
- Poesía Urbana, Slam (Recital de poesía oral urbana, otra manera de hacer crítica social)



Fecha y Lugar: 23 de abril, Paseo de San Juan

Objetivos:

- Mejorar el atractivo de la zona comercial y el conocimiento de Fort Pienc y de la Asociación (Convertir el Paseo de San Juan en un espacio emblemático del cómic, el libro juvenil e infantil de Barcelona).
- Dinamizar los comercios culturales, de juegos, talleres artesanales y floristerías de Fort Pienc.

Comunicación:

- Carteles
- Reuniones con escuelas
- Redes sociales de la Asociación / todas las tiendas, en su página web y medios sociales/ mailing.
- Artículo en el diario del distrito.
- Boletín electrónico al comercio.
- Noticia / evento de facebook por los consumidores.
- Banner para campaña de links, a editoriales y tiendas de cómics.

Publicaciones de Sant Jordi en medios de comunicación

<https://irbarcelona.com/fiestas-y-tradiciones/dia-de-sant-jordi/>

<https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20190423/que-hacer-hoy-barcelona-martes-23-abril-2019-7414626>

https://www.elnacional.cat/es/cultura/passeig-sant-joan-jordi_377341_102.html

Indicadores

EVOLUCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Miembros del grupo de proyecto	2	3	11	8	8	13	11	7
Nº participantes	2	7	27	29	23	20	24	21
Nº entidades colaboradoras						11	18	9
Nº carpas	9	17	43	56	43	38	44	43
Nº actividades	3	4	14	37	31	26	10	17
Nº actuaciones/espectáculos			6	11	10	14	21	1
Nº de escuelas que visitan la feria		2	6	8	2	0	5	5

4. SORTEO DE SANT JORDI

Descripción: Hemos sorteado 8 lotes de libros de las librerías de Fort Pienc, este año el sorteo lo hemos hecho por primera vez a través de las redes sociales. Lamentablemente los premios han quedado desiertos por no responder ningún ganador a la publicación de su premio

Fecha: Abril.

Objetivo: Promocionar el comercio

Resultado: Conocimiento de la oferta comercial y crear base de datos de consumidores.

Comunicación: redes sociales

5. OFERTAS DE SANT JORDI

Descripción: Hemos creado en la web un microsite para comunicar las actividades y ofertas. Hemos publicado 11 ofertas y 16 actividades de 9 establecimientos

Fecha: abril

Objetivo: Promocionar el comercio

Resultado: Conocimiento de la oferta comercial, Generar más y nuevo tráfico, fidelizar al consumidor, crear base de datos de consumidores.

Comunicación: redes sociales

6. QUINCENA DE LA SALUD, LA BELLEZA Y EL BIENESTAR

Descripción:

Este año ha sido la octava edición que l'Eix Fort Pienc organiza la Quincena de la Salud y la Belleza en el barrio "La Quincena" ha comenzado con la tradicional feria en la Plaza del Fort Pienc el pasado 9 de noviembre de 2019. El objetivo de esta campaña es fomentar tanto la prevención médica, como las actividades que favorecen una mejora en la calidad de la salud, el bienestar y la belleza de las

personas. Del 9 al 24 de noviembre, los comercios, profesionales y equipamientos del barrio han realizado, charlas, talleres y varias ofertas para promover la salud y la calidad de vida.

El tema de la Quincena de la Salud elegido en 2019 ha sido “La salud y el medio ambiente”. La salud y el bienestar de todos están estrechamente relacionados con el medio ambiente que nos rodea. Las conductas individuales, colectivas y empresariales, que potencian un desarrollo responsable, repercuten en una mejor salud de las personas, y de la comunidad, al tiempo que propician la sostenibilidad del planeta.



Una de las actividades realizadas ha sido la creación de un huerto urbano en el que ha colaborado el paradista del Mercado de Fort Pienc “Verd Pujol”. Con la creación de este huerto queríamos reivindicar una ciudad más verde, dar a conocer las propiedades de las plantas y los hábitos de un consumo responsable. El huerto ha sido cuidado por l’Herbolari Margarida y los vecinos. Además hemos hecho talleres educativos con los alumnos de la Escuela Sagrat Cor y hemos repartido plantones para que los vecinos y vecinas puedan cultivar plantas de huerto de temporada en su casa

Uno de los objetivos de “la Quincena”, ha sido la colaboración entre entidades. Así por ejemplo: Espai Psikos ha organizado una conferencia con la escuela Fort Pienc y otra con la Biblioteca, Niramaya Ayurveda ha hecho un taller en el Centro Cívico y la Fundació Hospital de Nens ha organizado una charla en la escuela Ramón Llull.

En la Quincena de la Salud de 2019 han participado, además de los socios de Fort Pienc, entidades del barrio como la Escuela Ramon Llull, La Escuela Fort Pienc, El Instituto Fort Pius, la Escuela Ramón Llull, la Escuela Sagrat Cor, la Biblioteca, L’ Espai de Gent Gran, el Centro Cívico y el Mercado de Fort Pienc.

Objetivos:

- El conocimiento de los establecimientos y la promoción de la oferta comercial de salud del barrio.
- Sensibilización de la ciudadanía sobre temas de salud.

Comunicación:



Para comunicar las actividades hemos editado una revista de un tamaño A6 y 40 páginas con información de los establecimientos y sus propuestas para la quincena. Este año también hemos creado un microsite en la web con todas las ofertas, las actividades de la quincena y la agenda. Además hemos creado carteles, post en Facebook y hemos enviado la información a diversos medios

Links

https://ajuntament.barcelona.cat/eixample/ca/noticia/festa-de-la-salut-i-el-medi-ambient-al-fort-pienc_876362

Indicadores:

Participantes en la Feria

Feria de la salud	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Entidades	14	19	20	16	14	28	12	8
Carpas	15	20	22	20	20	33	10	9

El número de participantes en la quincena es el más bajo desde sus inicios, algunos de los socios que participan regularmente en el grupo de trabajo han dejado de participar por falta de resultados, sin embargo otros lo ven como una oportunidad para dar a conocer sus negocios, por lo que la Feria ha continuado realizándose. El evento se ha convertido sobre todo en un acto lúdico, así nos han visitado los usuarios del Centre Vincles que han bailado un pasodoble.

Por otro lado la implicación del barrio ha ido en aumento, colaborando en la campaña 4 escuelas y los principales equipamientos.

SALUD	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Revista tirada	4000	6000	6000	6000	6000	15000	6000	6000
Revista páginas	12	30	30	32	32	2	36	40
Actividades	22	31	17	15	16	7	29	26
Feria participantes	9	15	17	16	14	28	12	8
Revista participantes	23	55	49	48	44	0	38	43
Sorteo							16	
Total	24	55	53	52	45	28	39	43



El número de actividades ha seguido siendo muy elevado, en total se han hecho 26. Los talleres han tenido una buena afluencia de público. Así, en el taller de pranayoga han participado 40 personas, en el taller de taller de educación emocional y ambiental han participado 7 niños, en el taller del huerto urbano han participado 25 niños. Sin embargo en las charlas la afluencia de público ha sido baja.

7. BLACK DIVENDRES

Descripción: Algunos comercios se han adherido a la tendencia de hacer descuentos durante el llamado “Black Friday” aprovechado por muchos consumidores para comprar sus regalos navideños. La Asociación ha proporcionado carteles y globos producidos por la Fundació Barcelona Comerç a los socios que celebran el Black Friday

Fecha: noviembre 2019

Objetivo: Dinamizar el comercio

Indicadores:

	2017	2018	2019
Nº de comercios participantes	8	41	19

8. MUESTRA DE NAVIDAD DE JUEGOS, REGALOS Y ALIMENTACIÓN



Descripción: Hemos hecho un mercado de Navidad en el Paseo de Sant Joan con puestos de libros, juegos, artesanía y alimentación para todas las edades y bolsillos.

Objetivos: promover la compra de proximidad en el periodo navideño

Fecha: 13 y 14 de diciembre

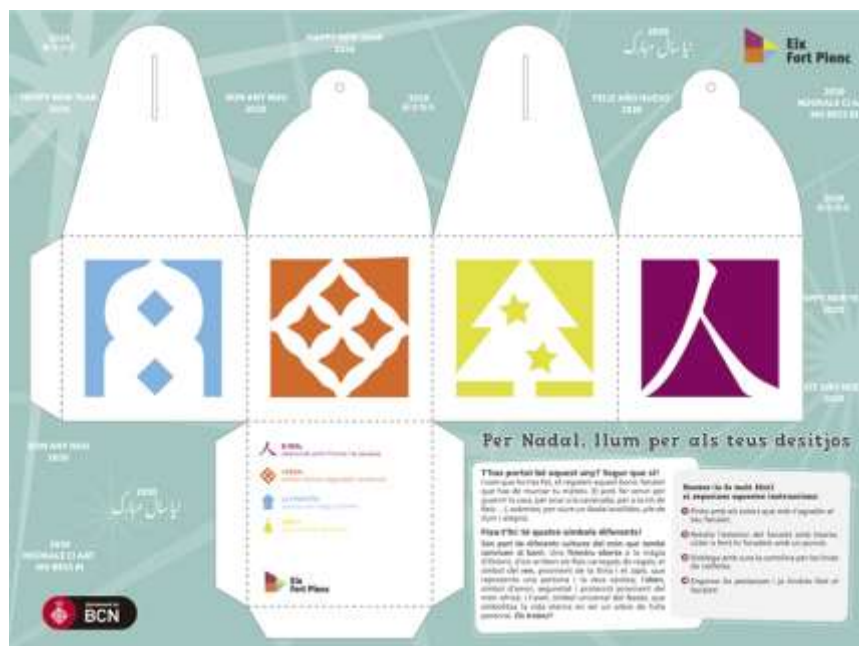
Comunicación: Carteles, guía de actividades de Navidad, microsite web, redes sociales.



Indicadores:

2019	establecimientos	carpas
Nº de comercios participantes socios	6	9
Nº de comercios participantes no socios	8	10

9. KITS DE FAROLILLOS



Descripción: Los comercios han repartido 3000 recortables para que los niños pudieran crear farolillos de Navidad.

La campaña se basa en una tradición de aquí pero se introduce la diversidad cultural y el espíritu acogedor del barrio y del comercio.

Así la decoración de los farolillos tiene mensajes de felicitación en catalán, español, inglés, senegalés, chino y urdú. Se introducen 4 símbolos que forman parte de las diferentes culturas del mundo que también conviven en el barrio. Una ventana abierta a la magia de Oriente, de donde llegan los Reyes cargados de regalos; el símbolo del Ren, proveniente de China y Japón, que representa una persona y su sabiduría; el ébano, símbolo de amor, seguridad y protección proveniente de África; y el abeto de Navidad, más ligado al mundo anglosajón, que simboliza la vida eterna al ser un árbol de hoja perenne.

Hemos informado a las escuelas que los niños podían recoger los recortables en los comercios dando un motivo a las familias para que visitasen las tiendas.

Objetivos: Promover la visita a los comercios para recoger los recortables

Fecha: 1 de diciembre -5 de enero

Comunicación: Carteles, guía de actividades de Navidad, microsite web, redes sociales.

Indicadores: Nº de farolillos repartidos = 3000 unidades

10. TALLERES DE NAVIDAD



Descripción: Hemos organizado dos talleres

Taller de farolillos

El taller se ha realizado durante el encendido árbol de la paz. Los niños han decorado los farolillos, los han montado acompañados de sus padres. Al finalizar muchos niños han colgado en el "Árbol de la Paz"

Taller de palmeras

Durante una semana las familias han traído al colegio botellas de agua para reciclar. Con ellas hemos creado palmeras como elemento decorativo, una elección sugerente y divertida, además de estar vinculada al paisaje navideño de las personas de otros orígenes culturales presentes en el barrio, como son aquellas de África o Asia Meridional

Indicadores

Nº de participantes en los talleres= 60 niños acompañados de sus padres.

11. CONCIERTO DE KOR RAVAL EVOLUTION



Descripción: El 21 de diciembre hicimos un concierto del Coro Kor Raval Evolution con temas contemporáneos en la plaza de Fort Pienc

Indicadores:

Nº de personas asistentes = 100

12. TREN DE NAVIDAD



Descripción: Hemos puesto un tren de Navidad que hacía un recorrido por el barrio. Los tiquets se han repartido en los comercios y en la feria de Navidad.

Objetivos: Promover la visita a los comercios para recoger los tiquets para el trenecito

Fechas: 13 y 14 de diciembre

Comunicación: Carteles, guía de actividades de Navidad, microsite web, redes sociales.

13. SORTEO DE ENTRADAS PARA EL CIRCO DEL SOL

Descripción: Sorteo de 100 entradas dobles para el espectáculo del Circo del Sol dedicado a Leo Messi para la función del 15 de diciembre.

Objetivos: Ofrecer un incentivo para los clientes

Fechas: Del 28 de noviembre al 8 de diciembre.

Comunicación: carteles, vales del sorteo, web, redes sociales, visitas



14. SORTEO DE LA “GROSSA”



Descripción: Durante las Navidades hemos regalado boletos numerados por cada una de las compras realizadas en las tiendas asociadas. El vale ganador ha sido el 26845 que ha coincidido con el primer premio de “la Grossa”. El premio ha sido repartido por Factotum y ha consistido en un talonario de vales por un importe total 500 euros para gastar en los establecimientos del barrio

15. CARTAS DE LOS REYES MAGOS, ETIQUETAS Y CHAPAS



Descripción: Durante las Navidades hemos repartido 2500 cartas para los Reyes Magos, etiquetas, chapas y folletos para que los comercios los entregaran a sus clientes

16. PONGAMOS EN VALOR EL COMERCIO Y LA ZONA DE GLÓRIAS

Descripción:



La finalidad de este proyecto, impulsado por el Distrito de l'Eixample, es dinamizar el comercio de la zona del entorno de Glorias. Esta zona está afectada por obras de larga duración y se caracteriza por una baja densidad comercial un gran número de locales vacíos y muchos establecimientos de servicios industriales que no dependen del consumo de proximidad.

Talonario de ofertas de los comercios para trabajadores y clientes

Se han creado 8000 talonarios con 74 ofertas de 53 comercios y establecimientos de restauración

Los talonarios se han repartido en los 53 establecimientos participantes y además en empresas y equipamientos (TNC, Auditori, Versus Teatre, ESMUC... para sus trabajadores).

La validez de las ofertas son de 6 meses (de febrero a julio 2020)

Actividades culturales gratuitas

Además participan en el talonario l'Auditori i Esmuc con 1 y 17 actividades musicales abiertas al público.

Objetivos

Los principales objetivos de la campaña han sido:

- Promover la compra en los comercios y restauración de los trabajadores y visitantes de la zona
- Crear sinergias con los equipamientos culturales del barrio

Comunicación

El lema de la campaña "Comprar en el comercio de proximidad es dar vida al barrio y beneficia a todos" pretende sensibilizar sobre la importancia del consumo en el comercio local.

Para comunicar la campaña se han creado los siguientes elementos: hoja de presentación, formulario de inscripción, cartel, folletos actividades de Navidad, talonarios de ofertas en el barrio.

Indicadores:

Nº de establecimientos que ponen oferta) = 53

Nº de establecimientos a los que se deja la documentación = 92

Nº de ofertas = 74

Nº de talonarios = 8000

17. INFORMACIÓN DE LAS AYUDAS, SERVICIOS Y NORMATIVAS DEL COMERCIO

Descripción: Hemos recogido las noticias de ayudas, servicios y novedades del comercio y las hemos publicado en la web y enviado boletines

Objetivo: Mejora de la competitividad del comercio

Temporalización: Junio a diciembre

Comunicación: Web, boletines electrónicos y circulares impresas

Indicadores:

Nº de boletines = 6

Nº de noticias en la web =35

Circulares =2

18. ASESORAMIENTOS

Objetivo: Mejora de la competitividad del comercio

Descripción:

Hemos promocionado un servicio de asesoramiento ofrecido por el Districte de l'Eixample a los comercios.

Barcelona activa ha realizado tres asesoramientos de 12 horas en los socios: Herbolari Margarida, Fruits, Dador y Freatic

Indicadores:

Nº de comercios presentados =9

Nº comercios participantes en los asesoramientos= 3.

En dos de los casos se ha trabajado la decoración en general, la disposición de los productos en el espacio, la cartelería y la señalética

En un caso el asesoramiento se ha centrado en el ecommerce.

19. ÓPERA EN EL COMERCIO



Descripción: 10 tiendas de l'Eix Fort Pienc han sido los escenarios donde los cantantes de ópera han interpretado 10 arias y canciones napolitanas. Esta actividad se hace en colaboración con, Barcelona Comerç y **Ópera Jove de Catalunya**, entidad integrada por personas vinculadas al mundo de la lírica desde ámbitos muy diversos y que trabaja en la difusión de la ópera en nuestro país, potenciando, de forma destacada, el nuevo talento lírico catalán.

Objetivo: Ópera al Comerç quiere acercar este género lírico a todos los ciudadanos de la ciudad, además de reforzar el conocimiento del comercio de proximidad de Barcelona.

Fecha: 30 de mayo

Comunicación: carteles, folletos, roll-up, nota de prensa, web, redes sociales

http://www.eixosbcn.org/es/eventos/Opera_al_Comerc_II_edicion/917.html#.Xk5xB2hKjIV

20. SHOPPING AND SHOOTING

Descripción:



Concurso de cortometrajes que trata de unir dos mundos apasionantes: el cine y el comercio. Barcelona Shopping & Shooting es un concurso exprés, en el que los equipos tienen sólo cinco días para rodar y producir sus trabajos. Las historias, obligatoriamente deben tener como uno de sus escenarios, un comercio de proximidad de los 21 Ejes Comerciales de Fundació Barcelona Comerç. (L'Eix Fort Pienc es uno de los 21 Ejes Comerciales que participan).

En esta sexta edición de Barcelona Shopping & Shooting, la organización ha recibido un total de 30 cortometrajes, 19 rodados en Barcelona y que participan en la categoría nacional y 11 rodados en el extranjero (Taiwán, Ecuador, Italia,) que optarán los premios internacionales del concurso.

Los Premios:

Categorías de Mejor Corto, y al Talento Joven dotados con 2.000€

Mejor Director y tienda más "cinematográfica" dotados con 1.000€

Servicio a la Comunidad 1000€.

Galardones para: el Mejor Guión, Mejores Actriz y Actor, Mejor Fotografía y al Corto más votado por el público.

En el apartado internacional, Premio Vitrines d'Europe, al Mejor Cortometraje, dotado con un trofeo y 1.500€.

Donativo solidario

Se han recaudado 8620€ para el proyecto de la construcción del Parque de Atenciones Médicas del Vall d'Hebron.

Participación de l'Eix Fort Pienc

Se han presentado al concurso tres establecimientos de l'Eix Fort Pienc: Natural Quiropràctic, Kaburi y el Mercado de los Encantos. Finalmente los equipos de rodaje han elegido Natural Quiropràctic y la localización "Arco de Triunfo" para rodar un corto, Ipsum, de l'equip Iluminatis sin bombilla.

Este corto ha conseguido el premio a la mejor fotografía.

<https://www.bcshoppingandshooting.cat/curt-2019/ipsum/>

Objetivos:

Fomentar la creación cultural audiovisual en Barcelona con la participación y vinculación directa y de calidad del comercio de proximidad mediante una propuesta dinámica, atractiva y solvente.

Fechas: Del 01/03/2019 al 11/05/2019

Comunicación: Web Shopping and Shooting, web eix Fort Pienc, redes sociales, prensa, boletín informativo, llamadas telefónicas

<https://beteve.cat/economia/ipsum-barcelona-shopping-shooting/>

Indicadores:

Nº de asociaciones participantes=21

Nº de tiendas participantes = 146

Nº de cortometrajes rodados 30

21. L'ESTACIÓ ESCÈNICA



Foto participantes segunda edición Festival l'Estació Escènica

Objetivos del proyecto:

La finalidad es impulsar las nuevas generaciones de artistas, dando el espacio, las herramientas, la libertad a jóvenes creadores y actores para que utilicen su voz y expresen su opinión y visión del mundo. Por otro lado queremos acercar las artes escénicas al público joven, ofreciendo una visión atractiva, para la mayoría desconocida, de la cultura. Además llevada a cabo por gente de su generación. Así como ofrecer una proyección de la cultura fuerte e inclusiva que resulte interesante al público joven, y refleje la diversidad del barrio de Fort Pienc y de Barcelona.

- Crear un evento con notoriedad y único que atraiga visitantes al Fort Pienc.
- Fomentar la identidad cultural del barrio.
- Ser un referente cultural transversal abierto a propuestas.
- Crear sinergias entre los centros y entidades artísticas de Barcelona y cercanías.
- Crear una plataforma artística que dé voz a jóvenes creadores, darles proyección y que incentive el cambio social.
- Hacer pedagogía social para hacer que los jóvenes participen del mundo teatral a lo largo de toda su vida.

Destinatarios del proyecto

Los destinatarios del proyecto han sido:

- Jóvenes menores de 30 años con proyectos de artes escénicas para mostrar o en fase de creación.

- Escuelas de artes escénicas y centros de formación actoral de Barcelona que han difundido el concurso y el posterior festival.
- Centros Cívicos, Casales de Jóvenes, Ateneus, Puntos de Información Juvenil y Asociaciones de Artes Escénicas de Barcelona, así como los jóvenes que hacen actividades en ellos.
- Equipamientos culturales del Fort Pienc que también han difundido el proyecto.
- Vecinos y vecinas de Barcelona y de la zona de Fort Pienc.

Descripción: L'Estació Escènika es un concurso de teatro para jóvenes talentos.

El festival en su segunda edición éste 2019 ha incluido:

- Un concurso de obras de teatro de nuevo formato con mezcla de lenguajes escénicos, de 15-20 minutos de duración, donde los y las creadoras han podido ofrecer sus visiones sobre el arte y la vida.
- 5 Espectáculos de artes escénicas (de arte dramático, teatro de gesto, teatro cómico, música, y poesía) en dos espacios diferentes del parque.
- Realización del Festival en el Parque de la Estación de Norte (dentro del Fort Pienc), un espacio abierto y polivalente que permite ir combinando espacios dentro de él para el desarrollo de las piezas.
- Una instalación artística, que consistía en un teatro dentro de una caja para ser visto por 1 solo espectador/a.

El espacio se ha dinamizado mediante:

- Los espectáculos de las compañías seleccionadas.
- Una presentadora, que presentaba las compañías que han actuado, los nombres de sus espectáculos, explicaba al público donde tenía que ir para ver el siguiente espectáculo, y amenizaba la noche.
- Música de ambiente y catering.

Novedades

A esta edición se le ha querido dar un empujón al proyecto inicial y se han incorporado algunas novedades:

- Revisión y mejoras en las bases de participación.
- Creación de un grupo de trabajo con perfiles y roles necesarios para la ejecución del Festival.
- Diseño nuevo de la página web del Festival.
- Vías nuevas para aumentar la participación en el concurso.
- Nuevas sinergias entre entes del sector.
- Ampliación de la base de datos de contactos de Artes Escénicas.
- Involucración de un Jurado perteneciente a diferentes Festivales de Artes Escénicas de Catalunya.
- Replanteamiento de los premios a las compañías ganadoras del Festival y adecuación a las demandas del sector.
- Mayor visibilidad en redes sociales.

Grupo de trabajo

El grupo de trabajo para esta edición ha estado formado por 7 jóvenes de escuelas de artes escénicas. Dos de ellos han participado en concepto de prácticas curriculares dentro de sus formaciones artísticas.

Las tareas generales del grupo han sido:

- Fomentar la participación de los concursantes en el festival de manera activa tanto en su escuela de formación como las demás escuelas, y hacerlo también mediante las redes sociales.
- Producir y comunicar el Festival

Agentes involucrados

- Los jóvenes del Grupo de Trabajo
- Las Asociaciones de Artes Escénicas APDC (Danza), APCC (Teatro), AADPC (Circo) APGCC (Gestión)
- Las Escuelas o Centros de Formación de Artes Escénicas de la ciudad de Barcelona
- La Nau Ivanow
- Fira Tàrrega
- La Sala Versus Glòries
- Las propias compañías seleccionadas
- El Centro Cívico Parc Sandaru
- El Centro Cívico del Fort Pienc
- Los ‘Espais Joves’ de Barcelona
- Los Puntos de información juvenil de la ciudad de Barcelona
- Los ‘Casals de Joves’ de la ciudad
- Los ‘Ateneus joves’ de la comarca del Barcelonés
- Las Asociaciones jóvenes de teatro
- La Asociación de escuelas de teatro de Catalunya
- La Asociación de compañías de teatro amateur de Catalunya
- Los Medios de comunicación
- Las Revistas del sector
-

Este año los premios han constado de:

- El primer premio: 1000 euros.
- Los grupos ganadores del primer, segundo y tercer premio: han exhibido sus piezas en la Sala Versus Glòries de Barcelona, ubicada en el mismo barrio del Fort Pienc, durante 2 días. Previamente a los primeros y segundos ganadores se les facilitó un espacio de ensayo gratuito para su puesta a punto.
- Se ha hecho entrega, en formato digital, del vídeo que se ha realizado del Festival en formato de Making Off a todos los grupos participantes.
- Entrada profesional para el Festival Fira Tàrrega 2019 para las 6 compañías participantes en el Festival l’Estació Escènica (15 entradas en total).
-



Compañía ganadora del 1r premio del Festival

Jurado

El jurado de esta segunda edición ha estado formado por hombres y mujeres profesionales del sector con los siguientes perfiles:

Programador del Teatre Tantarantana (teatro especializado en teatro para jóvenes con programación regular para ellos/as)- Roberto Romei.

Programadora del Festival Grec Jove, productora de festivales y de espectáculos- Clara Matas Vidal.

Director artístico adjunto de Fira Tàrrega- Mike Ribalta.

Programadora y Directora del Festival RBL (festival para jóvenes)- Carme Tierz.

Fechas: De enero a noviembre

El Festival tuvo lugar el viernes 28 de junio de 22h a 01 h de la madrugada en el Parc de l'Estació del Nord de Barcelona.

Indicadores

- Nº de participantes en el grupo de trabajo= 6
- Nº de obras presentadas: **32**
En ésta edición se han presentado al concurso 32 grupos de jóvenes emergentes. Todos los participantes eran estudiantes o recién licenciados, menores de 30 años. Algunos de ellos provenían de escuelas de artes escénicas de Barcelona (El Timbal Centre de Formació actoral, Eòlia, Institut del Teatre, Col·legi del Teatre de Barcelona, Nanci Tuñón, ESART) o de Asociaciones de Profesionales del Sector.
- Nº de jóvenes participantes en el concurso: **102**
- Nº de obras participantes en el festival: **5**
- Compañías ganadoras: **3**
- Escuelas profesionales participantes en el concurso: **6**
- Compañías que no pertenecían a ninguna escuela profesional: **12**
- Asociaciones profesionales participantes en el concurso: **2**

- Nº de medios de comunicación especialistas del sector que publican la información 4
- La red social Instagram, base de las comunicaciones en el target del festival, ha subido los últimos meses, de 240 seguidores, a 454 actualmente.
- La segunda edición del Festival reunió a 150 personas (50 más que en la edición anterior).

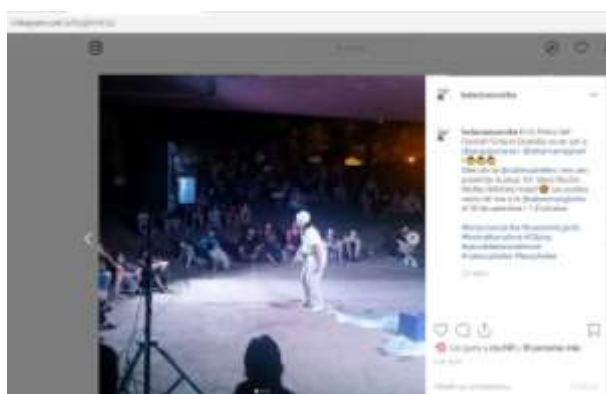
Comunicación

- Elementos de comunicación del concurso: cartel, newsletter, nueva web, las bases del concurso, formulario de inscripción, y un documento del Festival para los centros de formación, asociaciones de profesionales, centros cívicos y otros.
- Elementos de comunicación del Festival: video, web, facebook instagram, cartel y programas. El programa se ha distribuido a través de los comercios, equipamientos, y escuelas.

Página web actualizada y reformada para la edición 2019.



Comunicados en Facebook e instagram



Carteles promocionales del Concurso y del Festival



Vídeo Resumen del Festival l'Estació Escènica 2019



Programa del Festival y Programa de la Mostra



Links a publicacions externes

Comunicado de la Sala versus Glòries de la colaboración con el Festival

<https://www.salaversusglories.cat/ca/actualitat/13-collaborem-amb-el-festival-lestacio-escenika-.html>

Comunicado del Ayuntamiento de Barcelona del Festival en su segunda edición:

https://ajuntament.barcelona.cat/eixample/ca/noticia/lestacio-escenika-de-fort-pienc-un-trampoli-per-als-joves-artistes_832125

Comunicado de le Escuela Eòlia a su alumnado

<https://www.eolia.cat/participa-al-festival-darts-esceniques-lestacio-escenika/lestacio-escenika-banner-2019/>

<https://www.eolia.cat/participa-al-festival-darts-esceniques-lestacio-escenika/>

Comunicado en la web de actores de referencia para el sector SoloActores.com

<https://www.soloactores.com/listing/inscripciones-obertes-pel-festival-lestacio-escenika-bcn/>

Comunicado de la web La Cultura no val Res

<http://www.laculturanovalres.com/festival-lestacio-escenika-divendres-28-de-juny-barcelona/>

Comunicado de la revista de teatro EspectaculosBcn

<http://www.espectaculosbcn.com/festival-lestacio-escenika/>

Comunicado de las Bibliotecas de la Diputación de Barcelona

<https://bibliotecavirtual.diba.cat/es/arts-esceniques/festivals-de-teatre-estiu>



Público asistente al Festival

22. JORNADA DE NETWORKING PARA JÓVENES ARTISTAS



Descripción:

Se trata un espacio donde encontrarse con otras personas emprendedoras, hacer cocreación /coworking . La sesión de Networking ha sido guiada por un experto en el ámbito del emprendimiento y de las artes escénicas y ha reunido 4 perfiles profesionales del sector: intérpretes, directores, productores/gestores y profesionales técnicos

El proyecto ha conseguido formar parte del programa Chebec

(<https://emprenedoria.barcelonactiva.cat/emprenedoria/cat/programes/chebec.jsp>); un programa europeo para apoyar a proyectos artísticos y culturales que en la ciudad condal, que Barcelona Activa hace en colaboración con la ICUB.

Agentes involucrados

- Barcelona Activa, que ha aportado el modelo de emprendimiento CoMercat, la herramienta digital Meetmaps, y el ponente que guió la jornada
- La Fundación SGAE que ha cedido el espacio para la sesión de Networking

Objetivos:

La finalidad principal de la jornada de *Networking* es crear sinergias entre profesionales de los sectores de artes escénicas

Algunos de los objetivos concretos son:

- Generar red entre los profesionales de las Artes Escénicas de Barcelona y cercanías.
- Dar el espacio y el tiempo para que con el encuentro de diferentes profesionales acontezcan nuevos proyectos relacionados con las artes escénicas,
- Dar a conocer la implicación de l'Eix Fort Pienc con los sectores cultural y artístico de la ciudad, así como su voluntad para que crezca su actividad.

Fechas: De junio a octubre

El encuentro ha sido el 28 de octubre del 2019

Comunicación



Cartel, nota de prensa, publicaciones a las redes sociales, publicaciones en revistas del sector teatral, páginas web de: el Eje Fort Pienc, Barcelona Activa y de la Fundación SGAE, y newsletters de las entidades colaboradoras en la difusión.

Links de publicaciones

La revista de Artes Escénicas Teatralnet publicó la sesión en su página web: <https://www.teatral.net/comercat-de-les-arts-esceniques-una-sessio-de-networking-amb-professionals-de-les-arts-esceniques/>

La Fundación SGAE, colaboradora con el proyecto también publicó el encuentro en su página web: http://www.fundacionsgae.org/es-es/sitepages/programacion_taller.aspx?i=1455&s=4

Indicadores

- Inscripciones: 67 personas.
- Número de plazas disponibles: 60.
- Asistencia: 55 personas.
- Nº de entidades colaboradoras en la organización: 2 (Barcelona Activa, SGAE)
- Nº de entidades colaboradoras en la difusión 28

23. “SEIS MUJERES Y UN PÁJARO”



Descripción

Creación de la obra de teatro genuina “Seis mujeres y un pájaro” construida con las experiencias y emociones de personas mayores del barrio. Un espectáculo honesto y vibrante.

El proyecto se ha hecho en colaboración con la escuela Ramón Llull de Fort Pienc, que trabaja el teatro como una herramienta pedagógica y de motivación.

El proceso de preparación de la obra, ha consistido en 20 sesiones, que ha permitido a las personas mayores, a menudo aisladas, sentirse útiles, mantener relación con otras personas y dar relevancia a su vida diaria. El grupo de está compuesto por 6 mujeres, abuelas de niños de la escuela del Ramon Llull. A partir de juegos teatrales y de propuestas de juegos diversos se han estimulado sus recuerdos y han aprendido las bases para comunicar con el público.

El proyecto ha sido dirigido por **Mercè Mariné**. Actriz y docente desde hace 20 años del Institut del Teatre.

Comunicación

Redes sociales AMPA Ramón Llull

Cartel

Web y Facebook

Objetivos:

Dar voz y relevancia a las personas mayores

Resultados:

Fomento de la responsabilidad social en el comercio



24. GUÍA DE RUTAS DE FORT PIENC



Descripción: Hemos repartido 3000 ejemplares del plano guía del Fort Pienc que ha editado el Distrito del Eixample y contiene dos itinerarios del patrimonio artístico y cultural del barrio.

La primera lleva por título Del Fuerte Pío en el siglo XXI y hace un recorrido por la parte del barrio que siglos antes ocupaban humedales, arroyos y charcas y donde más tarde se construyó el Rec Comtal para abastecer de agua la ciudad. Una zona de paso por la antigua vía romana que en 1714 fue ocupada por trincheras durante el asedio de Felipe V y donde un año más tarde se construyó la fortaleza Fort Píus. La ruta se detiene en 17 puntos del barrio, como el parque de la Estación del Norte, el Archivo de la Corona de Aragón, la plaza Tetuán o el asilo de las Hermanitas de los Pobres.

El segundo itinerario, consta de otros 17 espacios como los Encants Vells, la parroquia de la Virgen del Rosario, la plaza de las Artes, los jardines de Anaïs Napoleón o la Monumental. Es la ruta del Fort Pienc, a escena!, que recorre algunos de los equipamientos culturales más importantes de la ciudad, como el TNC y l'Auditori. Una zona donde décadas atrás todavía convivían fábricas, descampados y grandes talleres ferroviarios.

Fechas: Del 01/01/2019 al 31/12/2019

Comunicación: Medios, plano y web

<https://beteve.cat/historia/guia-ruta-fort-pienc-districte-eixample/>

https://ajuntament.barcelona.cat/eixample/ca/noticia/rutes-per-coneixer-el-barri-del-fort-pienc_807345

Indicadores: Nº de planos repartidos =3.000

25. PLAN DE ACCIÓN SOSTENIBLE

Descripción

Incorporar en el formulario de alta de nuevos socios un apartado de comercio sostenible para adherirlos al compromiso ciudadano por la sostenibilidad y para incorporar la información sistemáticamente en la web de la Asociación.

Temporalización: Junio 2019

Comunicación: Formulario de alta, visitas

26. DONEM LA VOLTA A LA MODA. Me agrada, me agrado, yo decido!



Descripción:

“Donem la volta a la moda” es una campaña para sensibilizar sobre moda sostenible, el consumo responsable y los estereotipos de género.

Las actividades realizadas han sido:

- Gran desfile de moda con:
 - Moda sostenible, vintage, upcycling (diseños a partir de materiales reciclados) y genderfluid. Ropa diseñada para profesionales de la moda Upcycling.
 - Ropa tradicional de algunos de los países donde la gran industria de la moda produce con el objetivo de sensibilizar sobre el impacto humano y ambiental de la moda a nivel global. Con la participación de entidades de personas de origen asiático de Barcelona.

Los modelos eran personas reales: delgadas, altas, bajas, plus-size, chicos, chicas, trans, genderfluid, joven, ya no tan joven y de origen diverso. Han participado: vecinos y vecinas pertenecientes a diversas entidades del barrio y de la ciudad como la asociación de comerciantes, el Centro de Día Vincles, ACCEM (refugiados), ACATHI (colectivo LGTBI), Fundación Mescladís (colectivo en riesgo de exclusión social), entre otros.

- Muestra de artesanía textil de economía social y solidaria

Objetivos:

- Generar un espacio de reflexión para jóvenes y público en general, y profesionales y estudiantes del mundo de la moda en particular, sobre los estereotipos de género y la discriminación por razones de género, apariencia física, edad y procedencia: la belleza es patrimonio de todos.
- Sensibilizar sobre moda sostenible, consumo responsable y los estereotipos de género: ¿cuál es la procedencia de la ropa que compramos, en qué condiciones se fabrican y qué podemos hacer para conseguir que esta industria sea más sostenible, tenga un menor impacto ambiental, respete los derechos humanos, no reproduzca estereotipos de género vez en el proceso de fabricación como en el diseño de la indumentaria.

- Fomentar la creatividad de los niños en relación a los códigos de vestimenta segregados por género y sensibilizar a los niños y sus familias sobre el reciclaje de la ropa, en un espacio lúdico y de confianza.
- Generar un espacio de debate para adolescentes sobre el poder de la moda y cómo poder cuestionar los cánones de belleza e imagen establecidos, y darles pautas de orientación psicológica, de uso de las redes sociales y de consumo responsable.
- Favorecer la participación de personas de origen diverso en las diferentes fases de diseño y realización del proyecto (equipo de creación del proyecto, talleres, artesanos, modelos del desfile, público) para promover el acceso a los espacios de coproducción, la interacción positiva y el trabajo en red en el ámbito de la moda sostenible y libre de estereotipos de género.
- Consolidar el trabajo sobre sostenibilidad e igualdad de género dentro de la asociación de comerciantes del barrio mediante la creación de un grupo de trabajo propio.

Calendario: 23 de abril – 6 de mayo

Comunicación: carteles, prensa, web, redes sociales, newsletter, vídeo

https://ajuntament.barcelona.cat/eixample/ca/noticia/dona-la-volta-a-la-moda_802717

<https://www.fashionrevolution.org/events/>

https://www.ara.cat/estils/Alternatives-moda-responsable-sostenible_0_2222177884.html

<https://www.eixfortpienc.com/cat/noticia/donem-la-volta-a-la-moda-trenca-amb-tots-els-estereotips>

https://cat.elpais.com/cat/2019/04/22/estilo/1555927892_257256.html

Indicadores:

- Nº de participantes = 27
- Nº socios = 5
- Nº no socios = 22

27. RADARS

Descripción:

Radar es un proyecto comunitario impulsado por Servicios Sociales del Ayuntamiento de Barcelona para paliar los efectos de la soledad no deseada y prevenir situaciones de riesgo de las personas mayores.

Durante 2019 hemos acompañado a voluntarios para conseguir la adhesión de los comerciantes al proyecto.

Comunicación: Folleto y visitas

Indicadores:

	2018	2019
Nº de comercios adheridos	16	32

28. PROTAGONISTAS DEL MAÑANA

Descripción:

La finalidad del concurso es premiar jóvenes en el último curso de estudios de secundaria (bachillerato, ciclos grado medio y enseñanzas deportivas grado medio) que hayan destacado en tres aspectos de su proceso formativo. En primer lugar, en la vertiente académica, los candidatos deben tener un buen expediente académico. Con la misma importancia, se valorará el compromiso social solidario de los candidatos, entendido en un sentido amplio de servicio altruista a terceros. El tercer aspecto que se valorará es la creatividad y el empuje o iniciativa para diseñar, desarrollar y liderar cualquier tipo de proyecto.

Se han dado cuatro premios, consistentes en siete becas de 1.000 € para cubrir el pago del precio de la matrícula universitaria en estudios de grado o equivalente. Nuestra asociación ha dado uno de los premios

Objetivos: Reconocer los comportamientos que capacitan para la construcción de un mundo mejor

Resultado: Fomento de la responsabilidad social en el comercio

Colaboración:

Rotary Club de Barcelona Eixample, Rotaract Club Barcelona '92, Cor Eixample, Eix Comercial Sagrada Família i Associació de Comerciants Eix Fort Pienc.

Comunicación: carteles, web

29. PARTICIPACIÓN EN LA INAUGURACIÓN DE TRANSFORMADORS



Descripción: Hemos asistido a varias reuniones para la definición del nuevo espacio comunitario "Transformadors". Así mismo hemos creado una caja decorada con nuestros valores para la inauguración, participando en la misma para conocer el espacio y pensar en las posibles sinergias de la Asociación con este nuevo equipamiento del barrio.

Fecha: 28- 09 – 2019

Objetivos: Crear red con entidades del barrio

Comunicación: Caja decorada con los valores que definen a la Asociación.

30. XEIX CELEBRACIÓN DEL NUEVO AÑO CHINO



Descripción:

La celebración del Año Nuevo Chino es un evento de ciudad en el que colabora la escuela Fort Pius y los grupos de “Correfocs” de Fort Pienc. La organiza el Ayuntamiento de Barcelona con el proyecto Xeix y la Asociación colabora con los talleres y los grupos de “correfocs”

La Celebración del Año Nuevo chino, en 2019 dedicada al cerdo, ha tenido como plato fuerte un desfile por las calles del barrio de Fort Pienc, a la que siguieron un conjunto de actuaciones musicales y folclóricas a cargo de las principales federaciones y entidades chinas en la ciudad, y también de algunas entidades catalanas que han sido invitadas.

Este año por segunda vez han participado los alumnos de la escuela Fort Pienc en el desfile y en dos talleres. En el taller de decoración se han decorado abanicos con motivos referentes al año del cerdo y con escritura de buenos deseos para el nuevo año. También se prepararon bandas con el nombre de la escuela. En el taller de baile intercultural se ha realizado una coreografía entre los gigantes de La Escuela, un león y un dragón chinos.

Entidades participantes: En este evento de ciudad participan 78 entidades

Objetivo: Promover la participación y la expresión de la cultura china en totes las actividades de la Asociación.

Resultado: Mejora de la convivencia.

Comunicación: Boletín electrónico, carteles, folleto, visitas personales, prensa

Indicadores

Nº de participantes de la organización = 1919

Nº de público asistente = 5970 personas

31. TRES MUJERES, TRES GENERACIONES TRES HISTORIAS. Oriente bajo el cielo de Barcelona



Descripción

Mesa redonda y exposición con motivo del día de la mujer organizadas conjuntamente con la Biblioteca Arús, Casa Asia, Instituto Confucio,

En la mesa participaron Xia Zumei, Annie Zhang y Gu Zheyun, tres mujeres que compartieron sus trayectorias y experiencias de vida, entre dos culturas.

La exposición "Literatura china en femenino" contó con una amplia selección de las obras más destacadas del panorama literario femenino chino, provenientes del fondo de la biblioteca de la FICB y de Casa Asia.

Objetivos: Reivindicar el papel de la mujer en la sociedad

Calendario: Del 7 de marzo hasta el 26 de abril

Comunicación: carteles, web, Facebook, video

<https://www.youtube.com/watch?v=7V6nrpVrZ5s>

Colaboran: El Instituto Confucio y la Biblioteca Arús

32. RETAILS TOURS

Descripción:

Hemos realizado cuatro "Retail Tours" por el barrio visitando los establecimientos

- Retail tour con Universitat Autònoma de Barcelona (Doctorando de contexto cultural japonés realizando estudio sobre inmigración china en Cataluña)
- Retail tour con Toyo University, Tokio (Doctora de Japón, estudiosa de la inmigración China en Europa)
- Retail tour con Lingua Pax (Dentro del programa "Intercanvi juvenil sobre diversitat lingüística" de Lingua Pax, 23 jóvenes de Italia, Portugal, Bélgica y Cataluña visitan el barrio del Fort Pienc para conocer la forma de

trabajar la interculturalidad en el barrio y la inclusión de los comerciantes de contexto cultural chino, paquistaní y de la India en el EIX Fort Pienc)

- Retail tour con periodista del País

Objetivos:

- Promover la diversidad cultural y darle un perfil positivo
- Mostrar las características del territorio y del comercio y el proyecto de nuestra Asociación

Comunicación:

https://elpais.com/ccaa/2019/04/21/catalunya/1555866523_731205.html

Web de l'ajuntament 17/04/2019

https://ajuntament.barcelona.cat/eixample/ca/noticia/dona-la-volta-a-la-moda_802717

Web del fashion revolution Abril 2019

<https://www.fashionrevolution.org/events/>

Diari Ara 24/04/2019

https://www.ara.cat/estils/Alternatives-moda-responsable-sostenible_0_2222177884.html

Web de l'Eix Fort Pienc 27/04/2019

<https://www.eixfortpienc.com/cat/noticia/donem-la-volta-a-la-moda-trenca-amb-tots-els-estereotips>

Indicadores

- Nº de asistentes= 56
- Nº socios participantes = 12

33. CONCIERTO DEL CORO INFANTIL DE SHANGAI HUA TONG



Descripción:

El coro infantil Hua Tong de Shanghai actuó en la Plaza Fort Pienc en Barcelona en el marco del 54º Festival Internacional de Canto Coral de Barcelona. El coro estaba formado principalmente por alumnos de entre 8 y 14 años.

Este concierto se enmarca en el programa "Asia a Escena" de Casa Asia y está organizado conjuntamente con la Federación de Entidades Corales de Cataluña y l'EIX FORT PIENC.

Los alumnos de la escuela Moz-Art dieron la bienvenida al coro de Shanghai

Fecha 11 de julio

Comunicación: web, redes sociales, cartel

<https://www.casaasia.cat/actividad/detalle/221382-concert-del-cor-infantil-de-xangai-hua-tong>

<http://fcec.cat/noticies/54FICC/54FICCProgramaCat.pdf>

<https://www.eixfortpienc.com/cat/activitat/concert-del-cor-infantil-de-xangai-hua-tong>

34. EL ÁRBOL DE LA PAZ



Descripción:

Durante las Navidades colaboramos con la escuela y el AMPA Ramón Llull, en la que conviven niños de más de 25 nacionalidades, en el encendido del "Árbol de la paz" que simboliza la convivencia de las diferentes culturas que viven en el barrio.

Durante el encendido. Tres mujeres miembros de nuestra Asociación de origen hispanoamericano, chino e iraní han leído felicitaciones en sus lenguas maternas.

También ha participado el Instituto de Cultura China con una actuación musical

Objetivos: Reconocer otras culturas

Resultado: Mejora de la convivencia.

Temporalización: Las Navidades

Proyecto en colaboración con la Escuela Ramón Llull

Comunicación: cartel, folleto, web, medios, kit de farolillo, redes sociales

<https://www.eixfortpienc.com/cat/activitat/festa-de-larbre-de-la-pau-1>

<http://escolaramonllullbcn.cat/index.php/2-uncategorised/421-festa-de-nadal-arbre-de-la-pau>

E.

ASOCIACIONISMO

Desde sus inicios, l'Eix Fort Pienc se propuso ser un agente dinamizador social y económico del barrio, colaborando con entidades locales de comercio y sociales. Para ello se apostó por la profesionalización de nuestra asociación, la captación de socios y recursos y el trabajo en red.

La estructura de gestión de la asociación está integrada por profesionales (un gerente, un comercial, un administrativo y una persona de comunicación), una junta compuesta por cinco miembros. L'Eix Fort Pienc trabaja en red con 6 Asociaciones de comercio de l'Eixample y 24 Asociaciones de la Fundació Barcelona Comerç y colabora con una gran parte de las entidades de Fort Pienc.

Hemos trabajado las cinco líneas de acción planteadas en el plan de acción:

1. El conocimiento de la Asociación y sus actividades (presentación en la Asamblea anual, memoria interna, elementos de comunicación de campañas y visitas)
2. La promoción del asociacionismo (captación de socios, propuesta de valor, representación institucional y reuniones, gestión administrativa y financiera)
3. Participación de los socios (comunicación interna y grupos de trabajo)
4. El trabajo en red con entidades de comercio, del territorio, culturales y sociales (grupos de trabajo Compraeixample y Fundació Barcelona Comerç)
5. La colaboración con otras entidades del territorio y equipamientos (equipamientos del barrio, entidades interculturales y diversidad, y entidades de artes escénicas). L'Eix Fort Pienc realiza una parte importante de sus proyectos en colaboración con otras entidades.

1. PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

Descripción

El plan de actividades de comunicación interna promueve el conocimiento de la Asociación, los beneficios de participar y la transparencia. Durante 2019 hemos enviado la memoria de actividades de 2018 a todos los socios y hemos hecho más de 3000 visitas para explicar las campañas.

Fecha: Enero-Diciembre 2019

Objetivo: Potenciar y consolidar el asociacionismo

Resultado 1: Aumento del conocimiento de la Asociación, sus beneficios y actividades por los establecimientos y consumidores.

Elementos de Comunicación:

- Memoria de actividades de 2018 que se envía por correo electrónico a todos los socios
- Informe del comercio de las diferentes zonas del territorio. Retos y oportunidades.
- Visitas personales

- Newsletter
Envío de las novedades del comercio y las actividades de la Asociación
- Circulares impresas
Entrega mediante visita personal newsletter explicativas de las actividades
- Atención telefónica

Indicadores

Nº visitas	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nº de campañas con visitas	5	12	20	20	21	24	23	24
Nº de establecimientos visitados por primera vez	333	164	206	243	23	57	189	35
Nº de establecimientos visitados más de una vez	365	231	285	343	128	163	343	202
Nº de visitas más de	633	968	1786	2243	2165	2601	3600	3096
promedio de visitas	1,73	4,19	6,27	6,54	16,9	16,0	10,5	15,3

Nº ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Newsletter comercios		16	19	56	45	62	54	52
Circulares	3	6	6	8	9	9	10	11
Formularios			3	4	4	9	7	8

2. ASSOCIA'T



Objetivos: Potenciar y consolidar el asociacionismo

Descripción:

La Asociación presenta una tendencia creciente moderada. En 2019 hemos captado 10 nuevos socios y tenido 7 bajas, 3 de ellas por cierre del establecimiento

Para fidelizar a los socios actuales realizamos un gran número de actividades que nos permiten un contacto continuo. En total hemos hecho 56 actividades. El envío de información también ha sido muy elevado, en 2019 hemos hecho 44 Newsletters, 10 circulares impresas y 7 formularios de participación.

En 2012 la Asociación comenzó el proyecto Xeix para incorporar en la Asociación y promover la participación activa de los comerciantes asiáticos. Aproximadamente un tercio de los socios son de origen asiático.

TIPOLOGÍAS DE SOCIOS

L'Eix Fort Pienc, además de comercios, aglutina entidades representativas del tejido socioeconómico de Fort Pienc: comercios, empresas de servicios, equipamientos culturales, entidades sociales, grandes empresas

2012 Captación a través de actividades sectoriales: cómic, deportes y salud / (comercios y servicios)

2013: Adhesión grandes equipamientos culturales (TNC, Auditori de Barcelona, ESMUC, Escuela China de Barcelona). Colaboración con Endesa y Novartis.

2014 Adhesión de la Fundació Hospital de Nens de Barcelona y el Skating

2015: Adhesión Mercado dels Encants (socio colaborador) (300 paradas), Incorporación de entidades sociales (ACCEM), adhesión del Instituto de Cultura China.

2016 Adhesión de grandes empresas "Random House", Endesa (socio colaborador)

2017: Adhesión del Hotel Ayre y Mescladis (ONG)

2018: Adhesión de BSM y Fundació Sant Pere Claver

ESTRATEGIA DE CAPTACIÓN

- Captación a través de actividades sectoriales: sector cómic, sector salud, sector cultura y artesanía
- Participación de socios potenciales en actividades de la asociación para que puedan conocerla y probarla. Los comercios pueden participar en grupos de trabajo, ferias etc.
- Modalidad, socio colaborador: para establecimientos agrupados (mercados), grandes empresas.
- Tipología de socios: comercios, establecimientos de servicios, grandes equipamientos culturales, escuelas chinas del barrio.
- Generar oportunidades de networking para ofrecer más valor al socio
- Ofrecer herramientas de prestigio y mejora de la calidad del servicio Q de calidad y Defensor del Cliente.

ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN

- Díptico y carpeta *Associa't*, newsletter, boletín electrónico, materiales de campañas ...
- Díptico *Associa't* en: chino, indio, urdú e inglés; visitas personales

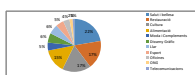
INDICADORES

EVOLUCIÓN IMPACTO COMUNICACIÓN	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nº de establecimientos impactados por la comunicación de la Asociación	>400	>416	>500	>600	>700	>700	>700

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	TOTAL
Nº socios diciembre	55	67	84	100	101	105	108	111	111
Crecimiento	55	12	17	16	1	4	3	3	111
Altas	58	33	22	29	20	21	10	10	203
Bajas	3	21	5	13	19	17	7	7	92

Socios	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Asiáticos	2	11	18	27	29	30	29	25
%	4%	16%	21%	27%	29%	29%	27%	23%
Total socios	55	67	84	100	101	105	108	111

Composición actual del Eix Fort Pienc por sectores



Actividades

El número de actividades es muy elevado superando las 50

EVOLUCIÓN ACTIVIDADES	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Nº de actividades	11	38	42	48	51	56	57	56

Participación en las actividades

La participación es muy elevada, un 80 % de los socios han participado en alguna campaña

Evolución	2017	2018	2019
Nº socios	118	119	120
Nº socios que participan en campañas	93	98	96
%	79%	82%	80%

Participación de socios y no socios en campañas

El número de comercios no asociados que han participado en campañas en 2019 es muy elevado debido a la campaña “Compro aquí y doy vida al barrio” promovida por el Ayuntamiento en la zona Glorias.

El número de entidades colaboradoras en Campañas (solo está desglosado) desde 2018 es muy elevado.

Participación	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%
Socis	100	46%	102	76%	93	69%	98	39%	96	43%
Comercios no asociados	117	54%	33	24%	41	31%	83	33%	56	25%
Entidades colaboradoras							70	28%	70	32%
Total	217	100%	135	100%	134	100%	251	100%	222	100%

Participación de los socios en campañas según el origen

La participación en campañas de los socios de origen autóctono es superior a la de socios de origen asiático. Esto es debido a que la mayoría de socios asiáticos son de un sector, la restauración, mientras que los socios de origen autóctonos pertenecen a sectores diversos y tienen más oportunidades de participación en campañas sectoriales (Quincena de la Salud, Sant Jordi..)

2019	Total	Asiáticos	Autóctonos
Nº socios	122	30	92
Nº socios que participan en campañas	98	21	77
%	80%	70%	84%

3. GRUPOS DE TRABAJO

Descripción:

Como ya es habitual los socios participan en grupos de trabajo para poner en marcha las campañas y actividades de la asociación (Sant Jordi, l'Estació Escènica, Salud).

La participación en grupos de trabajo es muy elevada desde el inicio de la Asociación. Un tercio de los socios han participado en algún grupo de trabajo para definir las principales actividades. Durante 2019 han participado 39 personas en grupos de trabajo.

Objetivos:

- Promoción de la participación y la democracia interna
- Fidelizar los socios
- Ofrecer oportunidades de participación a colaboradores y socios potenciales

Resultados

- Aumento del conocimiento de la Asociación, sus beneficios y actividades, por parte de los establecimientos de Fort Pienc
- Fidelizar a socios actuales y conversión en nuevos socios los comercios no asociados que participan.
- Aumentar el número de socios.
- Mejora de la Participación y la democracia interna.

Comunicación: Visitas personales, boletín y circulares informativas, llamadas telefónicas

Fecha: Entre 01/01/2018 y 31/12/2019

Indicadores

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Junta	4	6	8	7	7	7	5	5
Sant Jordi	2	7	10	8	5	13	7	7
Quinzena Salut	7	7	7	9	12	8	9	13
Arts Escèniques	0	6	8	8	6	7	6	7
Donem la volta a la moda						9	4	8
Comunicación	0	0	5	4	4		0	
Total Voluntarios	13	26	38	36	34	41	31	40

4. TRABAJO EN RED CON ASOCIACIONES DE COMERCIO

Descripción;

L'Eix Fort Pienc colabora con el grupo Xarxa Eixample y la Fundació Barcelona Comerç para poner en marcha proyectos conjuntos

Campañas realizadas con Compraeixample:

- Asesoramiento comercios
- Catálogo digital

Campañas realizadas con la Fundació Barcelona

- “Ópera al carrer”
- “Black Friday”
- “Shopping and Shooting”
- Q de calidad
- El defensor del cliente
- Premios Fundació Barcelona Comerç

Objetivos:

- Ampliar el alcance de la comunicación y la acción
- Compartir costes

Calendario: Todo el año

Comunicación: Informes internos

Indicadores:

- Nº de Asociaciones de comercio con las que colaboramos = 29
- Nº de campañas realizadas en colaboración = 8
- Nº de reuniones =24

5. REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL

Descripción:

Las actividades de representación institucional suponen una importante dedicación, ya que mantenemos relaciones con diversos departamentos del Ayuntamiento y entidades del territorio.

Participación en los foros del barrio

En 2019 hemos participado en diversos los foros del barrio como: Transformadors, Radars , Mesa de Salud.

Colaboración con las escuelas del barrio:

Hemos realizado actividades con las siguientes escuelas: Ramon Llull, Escuela Fort Pius, Instituto Fort Pius, Escuela Mireia, Sagrat Cor, entre otras.

Reuniones de la Dirección de Comercio, el Distrito y la CCAM

Hemos participado en diversas reuniones: campaña de Navidad, planes de Distritos, “Impulsem el que fas”, subvenciones, actos de premios del comercio, “Consells de Comerç”, presentación del proyecto de ley APEUS... También hemos hecho una visita al salón Retail & Brand Experience World Congress y al Salón de la Logística.

Reuniones con guardia urbana y servicios de limpieza

Hemos participado en varias reuniones de seguridad

Reuniones con entidades Asiáticas

Para la preparación del nuevo año chino hemos realizado varias reuniones de coordinación con las entidades asiáticas

Indicadores

Nº reuniones institucionales = 39

6. LA COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES DEL TERRITORIO

Descripción:

A través de la interacción con diferentes entidades, trabajamos como un agente cohesionador para la mejora económica y social del territorio. En 2019 ha habido un incremento del número de acciones realizadas y hemos colaborado con nuevas entidades: Vincles, Radars, el Rotari Club, Acahtí...

En 2019 hemos colaborado con 70 entidades en 14 actividades de la Asociación. Hay proyectos como Sant Jordi, la Quincena de la Salud, Donem la Volta a la Moda, l'Estació Escènica o el Nuevo Año Chino en los que habitualmente colaboramos con otras entidades

Nº de entidades colaboradoras en diferentes proyectos de la Asociación.

2019	Colaboradores
Donem la volta a la moda	48
L'Estació Escènica	18
Sant Jordi	12
Año Nuevo Chino	11
Día de los juegos	8
Quincena de la salud	5
Shangai Choir	3
Radars	3
Día de la mujer	3
TOTAL ENTIDADES DIFERENTES	70

7. GESTIÓN DE LA BASE DE SOCIOS

Descripción: Hemos mantenido al día la base de datos actualizando las altas y bajas con sus fechas, y los datos de contacto y el listado de cuentas de socios en el banco.

Agentes involucrados: Equipo de gestión y los socios

Fechas: 01/01/2019 – 31/12/ 2019

Objetivo: Gestión eficiente de socios

Resultado: Mantener constantemente actualizada la base de socios

Indicadores: Nº de altas y bajas

Comunicación: Mail y teléfono, fichas de alta

8. ACTUALIZAR LA COMUNICACIÓN DE LOS SOCIOS

Descripción:

Las tareas realizadas han sido:

- Recopilar la información de la descripción de los comercios y sus productos así como imágenes
- Clasificar la actividad

- Enviar la información al Community Manager
- Redactar la descripción en la web y traducirla a tres idiomas
- Introducir la información en la web, en la base de envío de newsletter

Agentes involucrados: Equipo de gestión y agencia de comunicación

Fechas: 01/01/2019 – 31/12/ 2019

Objetivo: Gestión eficiente de socios

Resultado: Mantener constantemente actualizada la base de socios

Indicadores: Nº de altas y bajas

Comunicación: Mail y telefónica, fichas de alta

9. SEGUIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE SOCIOS EN CAMPAÑAS

Descripción:

Hemos realizado un seguimiento de la participación de socios en campañas, esto implica:

- La creación de formularios de inscripción y explicación de las condiciones
- Realización de listados incluyendo sus necesidades logísticas
- Análisis de los listados para la creación de indicadores

Agentes involucrados: equipo de gestión

Fechas: 01/01/2019 – 31/12/ 2019

Objetivo: Control de los resultados de campañas y crear remesas de cobros en caso que la actividad tenga algún coste

Resultado: Tener información adecuada para campañas

Indicadores: Nº de participantes en campañas, Nº de socios activos, Nº de campañas, evolución de las actividades

10. GESTIÓN DE TESORERÍA

Descripción:

El trabajo realizado ha sido:

- Enviar remesas de cobro a los comercios

- Enviar pagos de proveedores para firma del presidente y comprobar el pago efectivo
- Repasar el banco
- Descargar listado de impagados y hacer llamadas y visitas para recobrar

Agentes involucrados: equipo de gestión

Fechas: 01/01/2019 – 31/12/ 2019

Objetivo: Mantener al día las finanzas de la Asociación

Resultado: Gestión económica eficiente

11. GESTIÓN DE PROVEEDORES

Descripción

Las tareas realizadas han sido:

- Hacer presupuesto de campañas
- Solicitar presupuesto a proveedores
- Introducir pagos a proveedores en la cuenta de explotación
- Comparar presupuesto con gasto real

Agentes involucrados: equipo de gestión

Fechas: 01/01/2019 – 31/12/ 2019

Objetivo: Mantener al día las finanzas de la Asociación

Resultado: Gestión económica eficiente

12. SEGUIMIENTO DE RESULTADOS

Descripción:

Las tareas realizadas han sido:

- Hacer las previsión de la cuenta de resultados versus el presupuesto
- Analizar desviaciones

Agentes involucrados: equipo de gestión

Fechas: 01/01/2019 – 31/12/ 2019

Objetivo: Mantener al día las finanzas de la Asociación

Resultado: Gestión económica eficiente

13. CONTABILIDAD Y PRESENTACIÓN DE CUENTAS

Descripción:

Las tareas realizadas han sido:

- Enviar las cuentas de resultados, las remesas de cobro, las facturas y los movimientos del banco a la gestoría para la gestión contable
- Enviar los IRPF para el pago trimestral
- Presentación de cuentas

Agentes involucrados: equipo de gestión y gestoría contable

Fechas: 01/01/2019 – 31/12/ 2019

Objetivo: Mantener al día las finanzas de la Asociación

Resultado: Gestión económica eficiente

14. PRESUPUESTO ANUAL

Descripción:

Las tareas realizadas han sido:

- Hacer el presupuesto anual
- Hacer informes de evolución del presupuesto con respecto a años anteriores
- Hacer seguimiento del presupuesto

Agentes involucrados: equipo de gestión y junta

Fechas: 01/01/2019 – 31/12/ 2019

Objetivo: Mantener al día las finanzas de la Asociación

Resultado: Gestión económica eficiente

15. GESTIÓN CONTABLE Y FISCAL

Descripción: Realización de la contabilidad y presentación de IRPF y cuentas anuales

Agentes involucrados: gestoría contable

Fechas: 01/01/2019 – 31/12/ 2019

Objetivo: Mantener al día las finanzas de la Asociación

Resultado: Gestión económica eficiente

16. GESTIÓN DE SUBVENCIONES

Descripción:

Las tareas realizadas han sido:

- Plan anual
- Solicitud y justificación de subvenciones
- Memoria anual

Agentes involucrados: equipo de gestión y junta

Fechas: 01/01/2019 – 31/12/ 2019

Objetivo: Mantener al día las finanzas de la Asociación

Resultado: Gestión económica eficiente

17. REUNIONES DE JUNTA

Descripción:

Las tareas realizadas han sido:

- Preparar la información
- Convocar reuniones para la toma de decisión con la junta y los socios
- Hacer informes

Agentes involucrados: equipo de gestión, junta y socios

Fechas: 01/01/2019 – 31/12/ 2019

Objetivo: Mantener al día las finanzas de la Asociación

Resultado: Gestión económica eficiente

18. REPRESENTACIÓN INSTITUCIONAL

Descripción:

Las tareas realizadas han sido:

- Apoyar a la junta y al presidente en las reuniones institucionales
- Mantener relaciones con todos los grupos de interés de la Asociación

Resultado:

- Representar los intereses y mantener una buena reputación de la Asociación con todos sus grupos de interés

1. ADECUACIÓN DE LA WEB Y LA ASOCIACIÓN A LA LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS

Descripción:

Hemos contratado los servicios de una empresa para adecuar la Asociación a la nueva ley de protección de datos la web, correos, fichas de socios.

Fecha: Junio 2019

2. CAMBIOS EN LA WEB

La web asegura una mejor presencia de nuestra Asociación en Internet, favoreciendo la comunicación e información de nuestra actividad y la de nuestros socios. En 2018 creamos una nueva web

2018

- Renovación de la web
- Creación de la herramienta multieventos
- Creación de la herramienta catalogo digital

2019

- Adecuación de la Asociación al nuevo “Reglamento de Protección de Datos”
- Creación del catálogo digital
- Creación del microsite l’Estació Escènica
- Creación del microsite Sant Jordi
- Creación del microsite de la “Quincena de la Salud”
- Creación del microsite “Programa de actividades culturales de Navidad”

3. CATÁLOGO DE SERVICIOS DIGITALES

Descripción: Hemos creado un catálogo digital de los productos y servicios de los comercios asociados en las páginas web de:

- Eix Fort Pienc <https://www.eixfortpienc.com/cat/cataleg.html>

- Compra Eixample <https://www.compraeixample.cat/cat/outlet.html>

Las dos páginas se sincronizan al cargar la información. La información puede ser introducida por el propio establecimiento.

El catalogo cuenta con:

- **Una página inicial** que incluye una muestra de fotografías y descripciones resumidas, así como un listado de comercios por tipologías.
- **Catálogo del establecimiento:** El catalogo permite visualizar los productos de una tienda. Cada tienda puede publicar tantos productos como quiera.
- **Ficha de descripción:** La ficha de descripción del artículo incluye la fotografía, texto descriptivo, precio. También es posible poner descuentos y reservar el artículo que posteriormente se recoge en la tienda.

Las actividades realizadas han sido:

- La digitalización de los productos
- La creación de contenidos de los productos
- La subida a las web de Gaudí Shopping y Compraeixample
- La publicación de noticias en redes sociales
- La creación de la descripción de los comercios para la creación de tarjetas

Fechas: Del 01/01/2019 al 31/12/2019

Comunicación: Circular, Newsletter, visitas personales, web, redes sociales

Indicadores:

- Nº de comercios que participan en el catálogo: 12
- Nº de productos digitalizados: 69
- Páginas visitas enero-noviembre 2019 (Compraeixample) =5883
- Usuarios únicos enero-noviembre 2019 (Compraeixample) =44.439

4. MICROSITES DE MULTIEVENTOS

Descripción:

Los multieventos son microsites dentro de la web con navegación propia que eliminan la necesidad de crear webs satélites para dar visibilidad a proyectos con entidad singular. Este año hemos creado un nuevo multievento “l’Estació Escènika” lo que nos ha permitido eliminar la antigua web. El microsite “l’Estació Escènika” tiene una estructura singular, diferente a otros multieventos.

Hemos creado cuatro microsites con ofertas y actividades

- Feria de Sant Jordi:
Este microsite cuenta con los apartados: inicio, promociones, actividades y mapa. Hemos publicado 12 ofertas y 21 actividades

- L’Estació Escènica: Hemos eliminado la web l’Estació Escènica integrándola en la web de de l’Eix Fort Pienc para un mejor mantenimiento. Este microsite mejora la navegación, la estructura, los contenidos y la experiencia para el usuario.

Cuenta con los apartados: inicio, concurso, histórico, el festival y galería de foto. Hemos publicado un vídeo, 7 actividades y 23 noticias.

- La Quincena de la Salud:

Este microsite cuenta con los apartados: inicio, programación, actividades, promociones y establecimientos. Hemos publicado 15 actividades y 32 ofertas

- Programa de actividades de Navidad:

Este microsite cuenta con Actividades y programación

Hemos publicado 48 actividades

5. CREACIÓN DE CONTENIDOS

Hemos enriquecido la web con nuevos contenidos

- Logotipos y fotografías en 48 fichas de socios
- Creación de 10 nuevas fichas de asociados en la web
- Publicación de noticias, actividades y productos

El número de publicaciones en la web y en redes sociales crece año a año. Durante 2019 el número de publicaciones en la web se ha prácticamente duplicado

Nº ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	####	2018	2019
Vídeos	0	1	3	1	2	1	3	2
Reportajes fotográficos actividades								1
Nuevas fichas socios							100	10
Noticias y actividades		21	12	13	13	3	107	342
Ofertas/productos				36	35	73	27	113
Reportajes de socios en la web							6	8
Newsletter comercios		16	19	56	45	62	54	52
Facebook Eix Fort Pienc (post)	11	12	49	*40	94	73	134	179
Facebook (Escènica)						27	11	75
Instagram (Escènica)							20	42
Campanyes Mailing consumidors			1	4	12	12	12	12
	11	50	84	110	201	251	474	836

La web cuenta con **una agenda de las actividades culturales del barrio** con importación automática de eventos desde las webs de las principales entidades e instituciones del territorio. La agenda se nutre de las actividades y eventos programados por nosotros y otras entidades culturales del barrio, centralizando, así, en un único espacio web toda la agenda de actividad cultural y de ocio del barrio. El número de actividades publicadas en la agenda cultural en 2019 ha sido de 124.

Elementos publicados socios	2018	2019
Noticias actividades socios web	46	239
Reportajes de socios en la web	6	8
Ofertas de socios	27	44
Productos catálogo		69
Post de socios Facebook	56	97

Estadísticas

Tenemos tres redes sociales y una web que creamos en 2018, pero además publicamos contenidos en la web Compraeixample que pertenece a 6 asociaciones del Eixample.

Las redes sociales han crecido en usuarios de forma orgánica y la web ha crecido considerablemente en usuarios de 2019.

Estadísticas de las redes sociales	2016	2017	2018	2019
Seguidores Instagram l'Estació Escènica			240	454
Seguidores facebook l'Estació Escènica			181	217
Seguidores facebook Eix Fort Pienc	462	475	538	647

Estadísticas web compraixample	2015	Δ	2016	Δ	2017	Δ	2018	Δ	2019
Nº de visitas totales	15900	69%	26912	12%	30.088	14%	34.249	28%	43.851
Nº Usuarios únicos	11600	112%	24604	0%	24.612	19%	29.318	32%	38.579

Estadísticas de la Web Eix Fort Pienc	2018	Δ	2019
	4222	313%	17455
Usuarios únicos	1018	405%	5137

6. CAMPAÑAS INFORMATIVAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Descripción:

Hemos hecho 4 campañas informativas para promover la transformación digital de los comercios

- Campaña para informar de las subvenciones del Ayuntamiento
- Campaña para informar de las subvenciones de la Generalitat
- Campaña para informar sobre el programa “Digitalitza”
- Campaña para informar de la formación Oberts al Futur
- Campañas para la adhesión al catálogo digital

Temporalización: Mayo y diciembre

Comunicación: Newsletter, llamadas y visitas