

L'estudi sobre els hàbits i consum del comerç d'Olot puntua amb un 7'3 l'oferta comercial de la ciutat

OLOT 'Ciutat dels Detalls' | 31-07-2019 | 22:43



Estudi Comerç

El comerç constitueix una de les principals activitats econòmiques, socials i turístiques de la ciutat per la seva contribució a la generació de llocs de treball i pel pes que representa en l'estructura productiva. Segons dades de l'Observatori Econòmic Social i Medi Ambiental de la Garrotxa, 13.228 persones (53,9%) treballa en el sector serveis a la comarca dels quals 4.161 (17%) dins del sector comerç.

L'Ajuntament d'Olot amb la col·laboració de l'Associació de Comerciants han impulsat l'elaboració d'un estudi que, a més de conèixer la percepció dels consumidors sobre el comerç local, permet disposar d'una diagnosi sobre costums i preferències de compra.

L'estudi -a càrrec de l'empresa Psyma Team- s'ha elaborat a partir d'un qüestionari realitzat entre principis de març i principis d'abril a 700 persones. S'han enquestat veïns i veïnes d'Olot i la Garrotxa de més de 18 anys (un 60% de les enquestes s'han fet sobre el terreny i un 40% mitjançant una enquesta telefònica).

Els enquestats puntuen l'oferta comercial d'Olot amb 7'3 (sobre un màxim de 10). Pel que fa a l'experiència de compra un 72'3% la considera satisfactòria, especialment pel bon tracte 33'2% i per la varietat, amb un 24'2%. Pel que fa als usuaris que creuen que l'oferta podria millorar (8'7% d'enquestats) ho atribueixen al preu d'alguns productes i a la manca de determinada oferta (sobretot botigues de roba, roba esportiva i franquícies). Tot i això, la meitat dels enquestats considera que el comerç d'Olot ha millorat els últims anys perquè hi ha més oferta i varietat dels negocis, a més de nous establiments i franquícies.

Si ens fixem en la tipologia d'establiment on es compra habitualment, l'enquesta destaca que:

Els productes d'alimentació i els quotidians no alimentaris (drogueria, perfumeria i farmàcia) es compren en un 35% en el comerç tradicional, en el mercat municipal i el mercat setmanal mentre un 64% al supermercat.

Els productes d'equipament personal, parament de la llar i productes d'oci s'adquireixen en un 52'8% al comerç tradicional i un 33% a franquícies d'Olot o bé de fora de la ciutat, als centres comercials o mitjançant internet.

Si ens fixem en l'edat de la persona enquestada, un 78% dels joves de 18 a 29 anys compra l'equipament personal (roba, calçats, complements...) en franquícies d'Olot o de fora la ciutat, centres comercials i internet i un 18'7% al comerç tradicional. En el parament de la llar, els joves compren un 30'3% a franquícies, centres comercials i internet i un 52'2% les fan al comerç de proximitat. Pel que fa als productes d'oci i cultura, el 48% ho fan amb les botigues més properes i un 46% a franquícies, internet i centres comercials.

L'enquesta també es fixa en la localització dels establiments on es fan habitualment les compres. En aquest sentit, pràcticament tots els residents a Olot enquestats compren a la ciutat els productes d'alimentació (98,6%), el quotidià no alimentari (96,4%) i els serveis (91,7%). Val a destacar que de les persones consultades prop de la meitat aposta per la compra de productes alimentaris (45'8%) al mateix barri on viu. Per a la resta de categories de productes, més de la meitat de la població hi compra l'equipament personal (50,8%), els productes d'oci i cultura (69,9%) o el parament de la llar (58,7%).

Pel que fa als residents a la resta de municipis de la Garrotxa, un 45% ve a comprar a Olot. Tot i ser un percentatge de compra important, es percep com una oportunitat de consolidar l'atractiu comercial de la ciutat.

En relació als dies de més aflluència de compres són el dissabte i els dilluns. I pel que fa a l'horari, la franja més habitual dels productes d'alimentació és fins a les 12h del migdia. No obstant, l'horari en què es compra més habitualment està fortament condicionada per l'edat de l'entrevistat/da: en el segment de 18 a 49 anys la franja de tarda és la més habitual per a comprar qualsevol mena de producte mentre que per als de 65 i més anys ho és el matí (i l'horari indiferent).

La freqüència de compra més habitual per als productes d'alimentació és de 2-3 cops per setmana. La freqüència de compra més habitual per al quotidià no alimentari és d'1 cop al mes. En tots dos casos, les persones de 65 o més anys tenen tendència a comprar més sovint que els més joves, de 18 a 29 anys. En canvi, a les categories d'equipament personal, oci i cultura i, especialment, parament de la llar, la freqüència de compra és molt més espaiada en el temps (entre 3 i 6 mesos o menys sovint) encara que els més joves tendeixen a comprar aquests productes amb una freqüència més gran que els entrevistats de 65 i més anys.

A partir dels resultats de l'estudi, DinàmiG i l'Associació de Comerciants comencen a impulsar diferents accions:

1- Una campanya que permeti continuar augmentant l'atractiu de la ciutat per a les compres, especialment, entre els veïns i veïnes de la resta de municipis de la comarca.

2- L'aposta per la digitalització per l'augment a l'alça de les compres per internet

3- La creació d'una campanya que posi en valor el comerç de proximitat.

Segons es desprèn de l'enquesta, els joves tenen en compte el foment del comerç i la producció local a l'hora d'escollir la seva opció de compra. Ho asseguren un 8'3% dels enquestats d'entre 18 i 49 anys. En canvi les franges de més edat, a partir de 50 anys, només ho subratllen el 3% dels enquestats (prevalen la varietat de productes i el costum).

4- Fer els possibles per augmentar la varietat dels comerços amb l'obertura de nous establiments.

5- Implementar a Olot les APEUS les Àrees de Promoció Econòmica i Urbana d'acord amb l'Associació de Comerciants i la Generalitat.

Els resultats de l'estudi d'hàbits de compra i de consum a Olot s'ha presentat aquest dimecres 31 de juliol a Can Trincheria en un acte dirigit als comerciants de la ciutat. La directora general de Comerç de la Generalitat de Catalunya, Muntxa Vilalta, ha presidit la presentació, que ha comptat amb l'assistència d'Estanis Vayreda, regidor de Promoció de la Ciutat, Gemma Canalias, regidora d'Empresa i Comerç i Jordi Rovira, president de l'Associació de Comerciants d'Olot.

Autor: Redacció