

Ajuntament de Castellar del Vallès

Actualitat

L'Ajuntament continuarà apostant per l'urbanisme i la dinamització comercial per potenciar que la població compri a la vila

Dimecres 18 de juny de 2008

Un estudi d'hàbits de compra elaborat per la Cambra de Comerç de Sabadell indica que aquesta són mesures oportunes per evitar fugues de compra a d'altres municipis

La Regidoria de Comerç i Indústria continuarà apostant per l'urbanisme i la dinamització comercial per potenciar que la població castellarenca compri a la vila. Aquestes són algunes de les mesures que recull l'estudi d'hàbits de compra dels consumidors de la demarcació de Sabadell, localitzats a Castellar del Vallès, elaborat per la Cambra de Comerç i Indústria de Sabadell el passat 2007. Precisament, la Cambra va presentar ahir al vespre els resultats d'aquest estudi, segons el qual els castellarencs es queden majoritàriament a la vila per fer les compres alimentàries però opten sovint per altres ciutats quan han de comprar productes no quotidians. En aquest sentit, 9 de cada 10 castellarencs realitzen les compres quotidianes al mateix municipi. El percentatge és del 90,6% en el cas de l'alimentació fresca (pa, carn, peix, fruita i verdura i xarcuteria) i del 92,4% pel que fa a l'alimentació seca o al quotidià no alimentari. En canvi, 2 de cada 3 castellarencs compren els productes no quotidians en altres ciutats. La compra al municipi d'equipament personal (perfumeria, vestit, calçat i altres complements) és del 37%, la d'equipament per la llar (mobles, electrodomèstics, parament de la llar, ferreteria, objectes de regal...) arriba al 29,3% i la d'oci i cultura (música, informàtica, articles d'esport, joguines, llibres, flors i plantes, vitatges...) es situa en el 27,7%. Respecte els resultats obtinguts en un estudi molt similar realitzat l'any 2000 per la mateixa institució, el nombre de castellarencs que compren el menjar al municipi s'ha recuperat en més de cinc punts. També ha crescut en un set per cent el nombre de vilatans que opten pel comerç de Castellar per abastir-se d'equipament personal. Per contra, el percentatge de compra al municipi d'equipament per a la llar i el d'oci i cultura s'ha reduït en 10 i 12 punts respectivament. L'estudi, elaborat amb la col·laboració de la Regidoria de Comerç i Indústria i l'Associació de Comerciants de Castellar (ACC), s'ha basat en la realització d'entrevistes domiciliàries i d'unes enquestes presencials en diverses zones d'atracció comercial, que es van fer el maig de 2007. A banda, també s'han fet entrevistes qualitatives a experts i reunions amb grups de consumidors. **Fugues a d'altres ciutats** Així, l'estudi indica que en el cas dels productes quotidians els percentatges de fuga de compra a d'altres ciutats són molt residuals, i es limiten a les grans superfícies comercials de Sabadell i comarca. En canvi, els fluxos de consumidors són molt importants en les compres d'equipament personal, equipament per a la llar i oci i cultura, i més del 50% dels compradors de tots tres grups es dirigeixen principalment a Sabadell per realitzar aquests tipus de compra. La capital vallesana ha experimentat, a més, un increment de les fugues respecte les dades obtingudes en un estudi molt similar realitzat l'any 2000 per la mateixa institució. Tot i que amb uns percentatges molt més modestos, Barcelona, Terrassa i Sant Quirze són altres poblacions receptores de consumidors

de Castellar. L'alcalde de Castellar, Ignasi Giménez, va assenyalar durant la presentació de l'estudi la importància **"del comerç de proximitat i del treball conjunt entre l'Associació de Comerciants de Castellar (ACC) i l'Ajuntament perquè aquest tipus de comerç sigui una realitat"**. Giménez va afegir que **"el centre de Castellar és un eix comercial que s'ha de potenciar per teixir una xarxa de comerç urbà a la vila"**. És en aquest sentit que l'Ajuntament aposta per les zones de vianants, que conviden a realitzar compres per impuls, relacionades generalment amb l'equipament de la persona i la llar, que es fan principalment en zones on es pugui passejar, en entorns agradables. **El perfil del consumidor** Si fem un retrat robot del comprador castellarenc, els resultats de les enquestes realitzades a les llars ens indiquen que un 88% dels consumidors són dones, mentre tan sols un 12% són homes. La població compradora es concentra majoritàriament en la franja d'edat de 45 a 54 anys, seguida per la de 35 a 44 anys. Amb tot, s'observa una tendència d'increment en les franges dels menors de 35 anys i dels majors de 54 anys. **Tipus d'establiments i altres sistemes de compra** Segons el mateix estudi, la botiga especialitzada és el tipus d'establiment preferits pels consumidors. Els castellarencs prefereixen aquesta opció tant pel que fa a l'equipament per a la llar (79,2%), com en oci i cultura (74,7%) i equipament personal (63,9%). Aquests resultats estan relacionats amb els atributs més valorats per part dels consumidors en aquest tipus d'establiments, com són l'especialització, la confiança, el tracte personal i la relació qualitat/preu. Pel que fa a l'alimentació fresca, la botiga especialitzada suposa un 51,8% en les preferències dels consumidors, però l'autoservei o el supermercat també tenen un pes significatiu amb un 36,6%. Excloent la compra del pa, el pes de la botiga baixa fins al 44,9% i el del supermercat arriba al 41,0%. A diferència de l'alimentació fresca, l'alimentació seca s'adquireix majoritàriament (78,3%) en els supermercats o autoserveis, mentre que la resta d'establiments tenen poca incidència. Cal destacar que en el moment de fer l'estudi, el maig del 2007, el percentatge de persones que compraven al Mercat municipal s'havia reduït al 9,6%, sent el tercer establiment de compra, mentre que l'any 2000 era el segon establiment de compra, amb un percentatge del 24,2%. Aquest fet obeeix a la incidència negativa que van tenir les obres de la plaça Major. Els autors de l'estudi preveuen que, amb el temps, el nou Mercat municipal recuperarà i, fins i tot, incrementarà el percentatge de clients que tenia fa set anys. D'altra banda, l'estudi també deixa constància de la utilització, encara que de forma tímida, de sistemes de compra a distància. D'entre els sistemes no presencials, els més utilitzats pels castellarencs són Internet –pels viatges (10,8%) i llibres, discs i materials esportiu (6%)–, el servei a domicili –per l'alimentació (9,6%) i llibres i discs (6%)– o els catàlegs –per llibres i discs (10,8%) i roba i calçat (4,8%)–. **Mobilitat de compra** El cotxe continua sent el mitjà de transport més utilitzat per anar a tots els establiments (entre el 45 i el 70%), exceptuant el cas de la botiga tradicional, on predominen en un 53% els consumidors que hi van a peu. L'estudi també deixa palès que l'ús del transport públic per anar a comprar és molt limitat (inferior al 4% en tots els casos). En relació a l'aparcament, l'estudi és poc aclaridor ja que es va fer en un moment que s'estaven executant els treballs de reforma de la plaça Major, quan encara no estava en funcionament el nou aparcament soterrat i l'aparcament en rotació estava afectat de manera important per les obres. **Valoració de l'oferta comercial** En relació a l'opinió sobre l'oferta comercial existent al municipi, els castellarencs es mostren en general molt satisfets dels comerços on van a comprar, ja que al voltant del 92% dels consumidors no troben cap factor negatiu. Els aspectes que tenen una valoració positiva són: l'atenció que es rep per part del comerciant, una oferta comercial còmoda i moderna i les mesures que s'estan duent a terme per afavorir un urbanisme comercial. D'entre els aspectes negatius, destaca que el transport públic no és útil per anar a comprar, la poca facilitat d'aparcament, o els preus i la manca de diversitat de les botigues. Els aspectes més ben valorats a l'hora de fer una compra

són la varietat (26,6%), la proximitat (15,5%) i la qualitat (13,6%,). Pel que fa als factors negatius, el més importants són que els productes siguin cars (4%), seguit per la manca d'aparcament (1,3%) En general, la qualitat, el tracte dels venedors, la varietat i el preu són aspectes de molta importància per als compradors. També ho són la proximitat, la disponibilitat d'aparcament i l'horari. El pagament amb targeta de crèdit o al rapidesa de la compra són aspectes més complementaris.

- [Avís legal](#)
- [Sobre el web](#)
- [Accessibilitat](#)
- [Mapa web](#)

Ajuntament de Castellar del Vallès · Passeig Tolrà, 1 | 08211 Castellar del Vallès |
Tel. 93 714 40 40