

## **L'Observatori del Comerç presenta els primers estudis que analitzen la situació del sector comercial a Andorra**

**Ofereixen dades rellevants sobre quin ha estat el comportament del client respecte les compres realitzades al país i també, recull les principals conclusions sobre l'evolució del comerç en trama urbana des del 2015 fins l'actualitat**

*Andorra la Vella, 31 de juliol de 2024.*- La Cambra de Comerç, Indústria i Serveis d'Andorra ha presentat avui els resultats dels primers estudis que serviran de base a l'Observatori del Comerç per donar resposta als reptes que actualment té el sector comercial del país.

S'ha volgut analitzar el sector tant des del punt de vista de la demanda com de l'oferta. Per una banda, tenint en compte l'oferta, s'ha presentat l'estudi "El comerç de trama urbana a Andorra (2015-2024)" que exposa com ha anat evolucionant el sector comercial del país.

D'altra banda, respecte la demanda, s'han presentat els resultats de l'enquesta específica que mostra quin ha estat el comportament del client respecte a les compres. A aquesta enquesta li seguiran altres onades i això permetrà disposar d'informació complementària per prendre decisions sobre l'estratègia a seguir.

Així ho han explicat avui al matí la directora de la Cambra, Sol Rossell, acompanyada de Maria Segarra, directora de l'empresa Intueri Consulting i Joan Micó, director del Grup de Recerca Sociològica d'Andorra Recerca + Innovació que han presentat els resultats d'ambdós estudis.

### **Anàlisi sobre l'evolució de l'activitat comercial de trama urbana**

L'estudi recull l'evolució històrica del comerç urbà des del 2015 fins el 2024 i apunta les tendències futures.

S'han analitzat un total de 2.262 establiments dels quals, 979 són comerços.

## NOTA DE PREMSA

Andorra continua sent una destinació de compres. De fet, un 78% del comerç en trama urbana es concentra a Andorra la Vella (Avinguda Meritxell), Escaldes-Engordany (Avinguda Carlemany) i el Pas de la Casa (carrer Major i avinguda d'Encamp).

Respecte el dinamisme del comerç, existeix una millora de l'experiència urbana amb intervencions en l'espai urbà. També s'ha produït un increment de les obertures de nous comerços o la reforma dels existents.

A més, l'estudi indica que apareixen formats orientats a preu i descompte i d'altres, que es centren en l'experiència de marca. Al llarg d'aquesta anys ha augmentat la presència de les botigues amb marca de fabricant i franquícies.

Un altre dels aspectes a destacar és el creixement de *concept stores* destinats a un client prèmium i l'aparició de comerços on la gastronomia és també, una experiència comercial. L'esport i l'automoció han augmentat la seva especialització i ofereixen una experiència de 360 graus. Els sectors potencials són la bellesa i el benestar.

Pel que fa a la resta de parròquies, es fa palesa la seva consolidació com a centres de serveis amb un augment generalitzat del comerç de quotidià. També la seva proximitat als entorns d'experiència propers es defineix com una oportunitat de creixement futur.

En l'actualitat, el comerç andorrà està pendent de les diferents intervencions urbanístiques que afectaran la configuració de l'experiència comercial i urbana sobretot de l'eix central. Existeix també el repte de la polarització del consum i els efectes de les noves propostes comercials, la diversificació de producte, l'orientació comercial, la innovació i la necessitat de disposar de més indicadors per fer seguiment de l'evolució de l'activitat comercial.

### **Enquestes recurrents a visitants per avaluar l'experiència de compra al país**

Durant el mes de maig es va realitzar la primera enquesta per conèixer l'opinió dels visitants a càrrec de l'AR+I. Aquestes enquestes s'aniran repetint en quatre onades que cobriran tots els mesos de l'any.

L'objectiu és obtenir el màxim d'informació possible sobre les motivacions de compra i quins productes i serveis són interessants per als visitants.

## NOTA DE PREMSA

En aquest sentit, l'estudi mostra que un 90% dels visitants enquestats van comprar durant la seva estada al país i la majoria d'aquests, ho van fer a les parròquies d'Andorra la Vella i Escaldes-Engordany.

Entre els articles més comprats destaquen els productes de material esportiu (38,7%), la perfumeria (38,1%), tabacs (32%) i alimentació i begudes sense alcohol (22,7%). De fet, un 46,4% dels enquestats afirma que les compres formen part de l'experiència de la seva estada del país.

Els turistes són els que més pressupost destinen a les compres durant la seva estada. Es gasten 190€ de mitjana mentre que els excursionistes 107,30€ de mitjana.

L'oferta comercial d'Andorra està molt ben valorada. Un 74,6% dels enquestats recomanaria el Principat com a destinació de compres. L'oferta variada, els preus, l'entorn agradable i la seguretat són els aspectes més destacats per les persones que sí recomanarien Andorra per comprar; mentre que entre els que no recomanarien el país com a destinació de compres, un 68,4% afirma que els preus ja no són atractius.

El projecte de l'Observatori del Comerç, liderat per la Cambra, neix com una de les iniciatives incloses dins del Projecte Estratègic de Compres amb la intenció de donar continuïtat al nou Pla de Comerç presentat per Govern durant el mes de maig.

La voluntat de l'Observatori és crear un espai d'anàlisi i reflexió sobre el sector de venda al detall del país, donar resposta a les necessitats de coneixement i realitzar un seguiment continuat dels aspectes estructurals del sector. Així mateix, disposar d'indicadors que analitzin l'evolució de les tendències a més d'oferir a les empreses i als operadors informació clau per a la seva gestió.

---

### Per a més informació:

CAMBRA DE COMERÇ, INDÚSTRIA I SERVEIS D'ANDORRA  
Tel. 00376-809292  
[www.ccis.ad](http://www.ccis.ad)