

La seguretat i l'espai urbà són els aspectes més ben valorats segons l'enquesta de la segona i tercera onada de l'Observatori del Comerç

Tant turistes com excursionistes també remarquen l'atenció rebuda, l'accessibilitat i comoditat a més de la qualitat del producte

Andorra la Vella, 18 de desembre de 2024.- Excursionistes i turistes destaquen la seguretat i l'espai urbà com els dos aspectes més ben valorats del comerç a Andorra. Així ho recullen els resultats de les enquestes de la segona (de juny a setembre) i tercera (octubre-novembre) onada realitzades per l'Observatori del Comerç.

Es tracta d'una enquesta personal realitzada als principals eixos comercials o punts específics de quatre parròquies: Andorra la Vella, Escaldes-Engordany, La Massana i Sant Julià de Lòria. S'han entrevistat a 900 persones en la segona onada i 400 persones en la tercera onada.

L'objectiu d'aquestes enquestes és obtenir informació sobre la situació actual del teixit comercial del país i els hàbits de consum dels visitants a través de la recopilació, l'anàlisi i la difusió de dades sobre l'activitat comercial i turística d'Andorra.

Així ho han explicat avui a la tarda el president de la Cambra de Comerç, Josep Maria Mas, juntament amb el ministre de Turisme i Comerç, Jordi Torres, acompanyats per la directora de Cambra, Sol Rossell i el director del grup de recerca sociològica d'Andorra Recerca + Innovació, Joan Micó, qui ha estat l'encarregat d'exposar els resultats obtinguts en les dues onades.

Les compres, un atractiu del país. La gran majoria de turistes i excursionistes que visiten Andorra realitzen compres durant la seva estada. Un 79,8% així ho afirmen en la segona onada i un 85,8% en la tercera onada. A remarcar que entre els motius principals pels quals no s'ha comprat en les darreres dues onades, destaca sobretot la manca de temps. Les raons que indiquen els enquestats és que el motiu del viatge era un altre.

Les parròquies centrals, principals centres de compres. Escaldes-Engordany i Andorra la Vella es consoliden com els principals eixos comercials per realitzar compres sobretot

NOTA DE PREMSA

pels turistes. Així ho afirmen més d'un 80% dels enquestats. D'altra banda, a les zones frontereres de Sant Julià de Lòria (el 34,5% en segona onada i el 35,6% en la tercera onada) i Pas de la Casa (39,1% en segona onada i 32,7% en tercera onada) és on hi predominen els excursionistes.

Turistes interessats per la destinació i excursionistes atrets per les compres. Una altra de les diferències entre turistes i excursionistes és el motiu de visita. Els turistes afirmen, en una proporció més elevada (un 60,8% en la segona onada i un 54% en la tercera onada) que la seva principal motivació és gaudir de la destinació. En canvi, els excursionistes, en un 40,9% en la segona onada i un 45,3% en la tercera onada, consideren els preus com el principal motiu de visita tot i que després, un cop realitzada la compra, el preu no és l'aspecte més valorat.

La seguretat, el més destacat. Entre els turistes, la seguretat amb una puntuació de 9,3/10 i l'espai urbà amb 9,2/10 són els dos aspectes més ben valorats del comerç a Andorra. Destaquen també l'atenció rebuda, l'accessibilitat i comoditat i la qualitat del producte.

Per als excursionistes, la seguretat i l'espai urbà també ocupen les primeres posicions pel que fa a valoració positiva. En canvi, les marques atractives i, especialment, els preus tornen a ser els aspectes menys ben valorats.

Més despesa en compres per part dels excursionistes. La despesa realitzada tant per turistes com per excursionistes varia en funció de l'època de l'any. En la tercera onada (octubre-novembre) la despesa per excursionista va superar els 134€ mentre que la del turista es va situar en gairebé 100€, millorant la despesa realitzada de la segona onada (entre juny i setembre). Val a dir que aquesta xifra només té en compte la despesa en compres, i no s'hi inclou allotjament, dietes o altres qüestions.

Visitants que repeteixen i recomanen la destinació. La majoria del visitants recomanaria Andorra com a destinació de compres, especialment els excursionistes, que destaquen els preus i la varietat de l'oferta com a principals motius.

A destacar també els visitants fidels, que realitzen una mitjana anual d'unes quatre visites al Principat. Els excursionistes són els que repeteixen amb més freqüència en comparació amb els turistes, amb més de cinc visites a l'any de mitjana.

NOTA DE PREMSA

L'Observatori del Comerç, és un projecte liderat per la Cambra de Comerç i neix com una de les iniciatives incloses dins del Projecte Estratègic de Compres impulsat pel ministeri de Turisme i Comerç.

Un dels aspectes a destacar és que, amb l'obtenció d'aquesta informació, un cop realitzada la quarta onada prevista per al període de desembre a abril, ja es tancarà un cicle d'un any d'enquestes als visitants. D'aquesta manera, l'Observatori ja comptarà informació que servirà per disposar d'una base per comparar i analitzar com evolucionen els hàbits de compra dels visitants.

Per a més informació:

CAMBRA DE COMERÇ, INDÚSTRIA I SERVEIS D'ANDORRA

Tel. 00376-809292

www.ccis.ad