



Observatori del Comerç

6^a ONADA

JULIOL-SETEMBRE DE 2025

Metodologia

- L'estudi s'ha realitzat mitjançant **enquestes personals** als principals eixos comercials i en punts específics de diverses parròquies del Principat (Andorra la Vella, Escaldes-Engordany, Sant Julià de Lòria, el Pas de la Casa, Canillo i la Massana).
- **Durada mitjana de l'enquesta:** 8 minuts
- **Mostra:** 905 persones
- **Període de realització:** 1 de juliol de 2025 – 29 de setembre de 2025
- Aquesta metodologia permet captar una visió directa i actualitzada del comportament real dels visitants en context de compra.

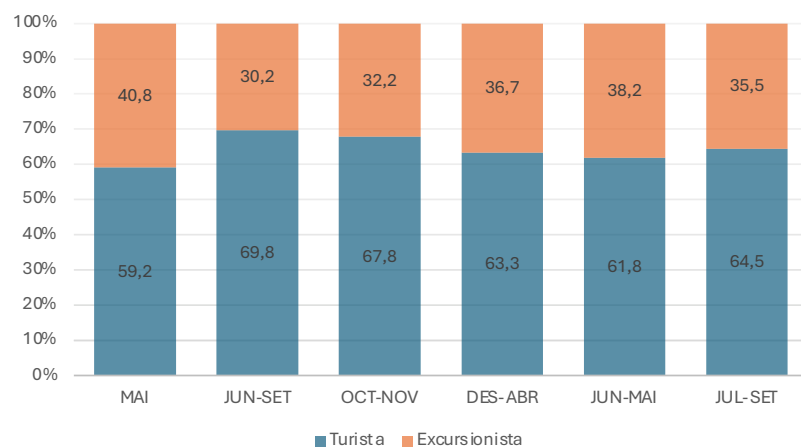
Detall de la mostra

	1a ONADA	2a ONADA	3a ONADA	4a ONADA	5a ONADA	6a ONADA
Període	Maig	Juny - Setembre	Octubre - Novembre	Desembre – Abril	Maig-juny	Juliol-Setembre
Mostra	N=200	N=900	N=400	N=904	N=241	N=905

Informació general de la mostra

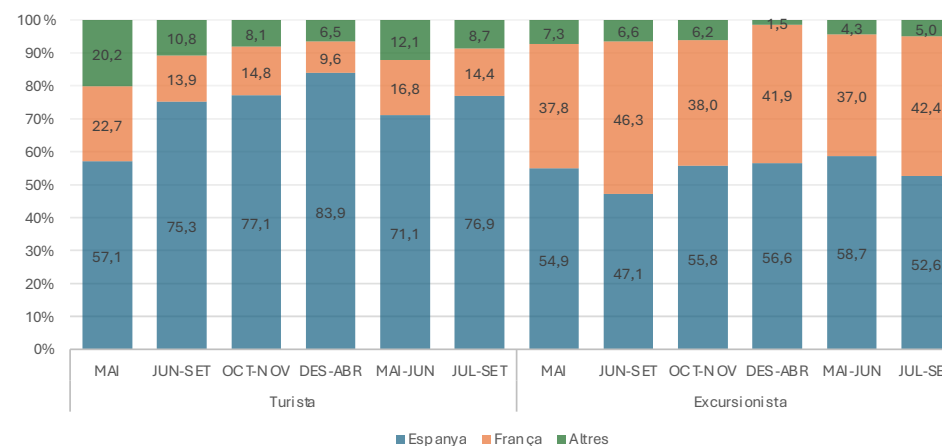
Perfil

Evolució dels visitants a Andorra segons el perfil. Andorra, 2024-2025.



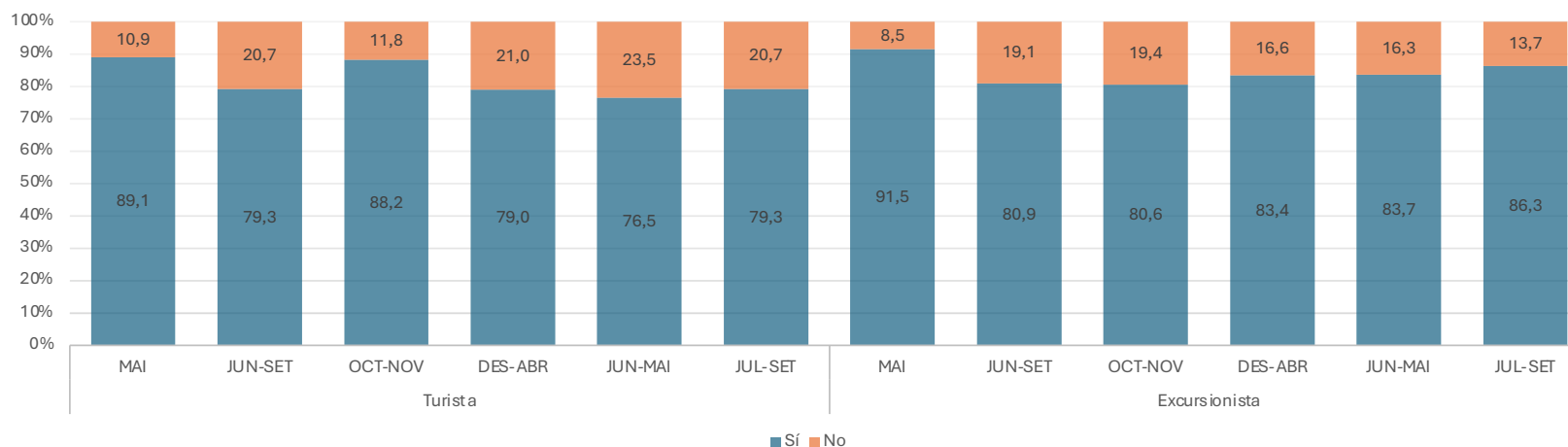
País de residència

Evolució dels països de residència dels visitants segons el perfil. Andorra 2024-2025.



Vostè o el seu grup de viatge ha comprat durant la seva estada a Andorra?

Evolució de la realització de compres segons el perfil. Andorra, 2024-2025

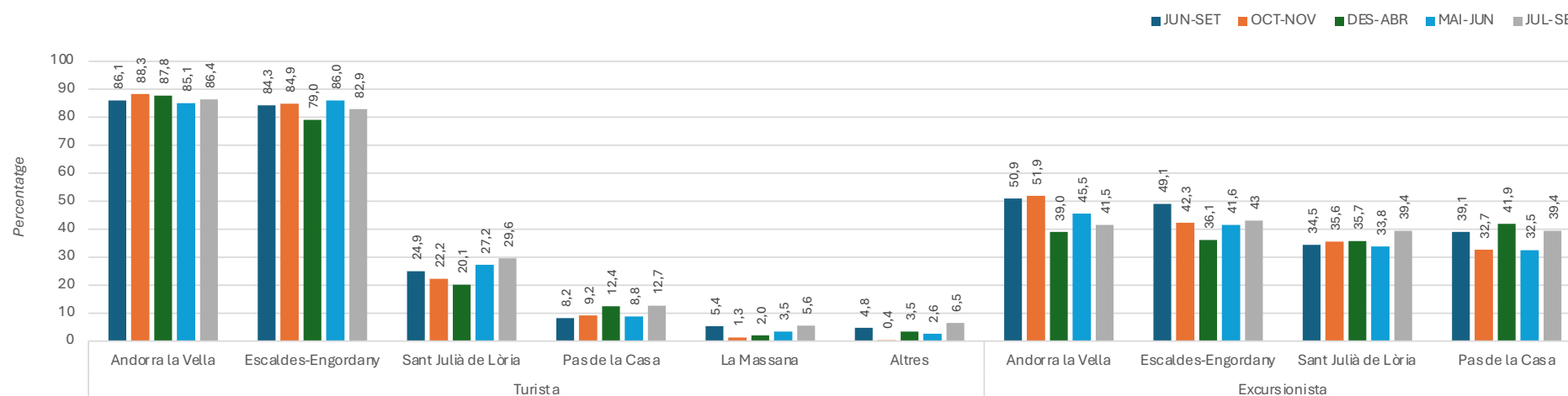


En el període de juliol a setembre, una majoria dels visitants (79,3% dels turistes i el 86,3% dels excursionistes) declara haver comprat o tenir previst fer-ho durant la seva estada a Andorra. Entre els principals motius pels quals no s'ha realitzat cap compra destaquen la manca de temps, el fet que el motiu principal del viatge fos un altre o no haver vist encara productes, tot i mantenir la intenció de comprar.

L'evolució de la realització de compres es manté relativament estable al llarg de les diferents onades, amb una lleugera variabilitat associada a la temporada.

En quines zones ha comprat?

Evolució de les zones on han comprat els visitants segons perfil. Andorra, 2024-2025.

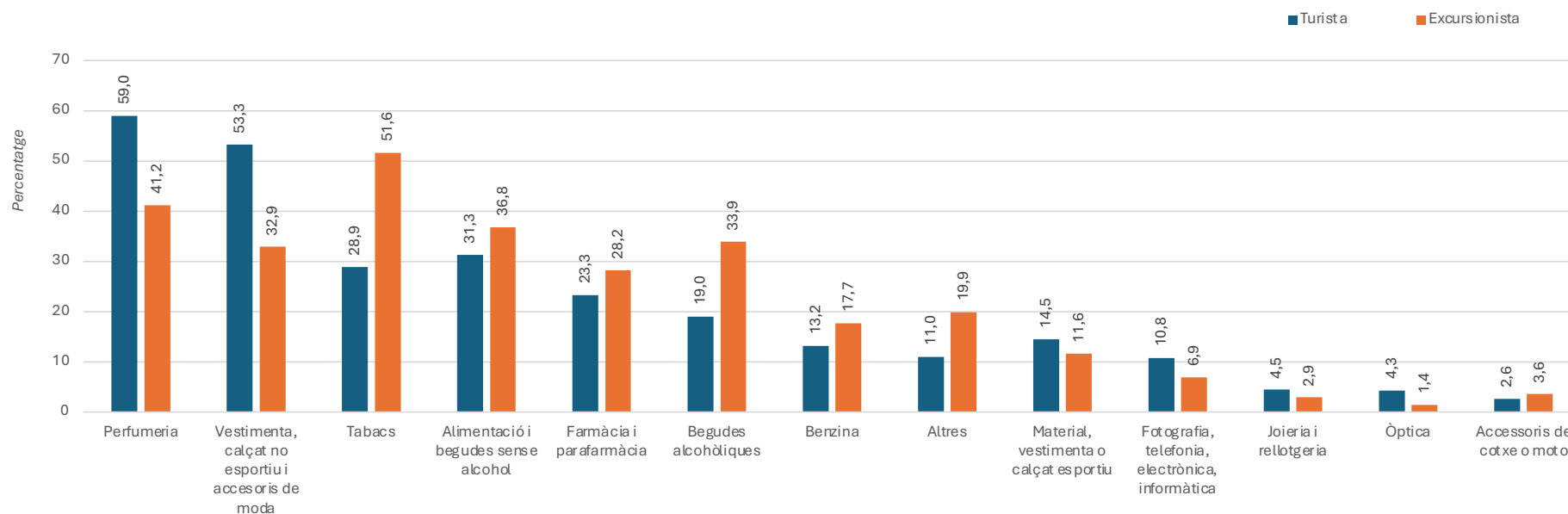


Escaldes-Engordany i Andorra la Vella es consoliden com els principals eixos comercials del país, tant pel volum com per la diversitat de compradors. A les zones frontereres, com el Pas de la Casa, predominen clarament els excursionistes, mentre que a les zones centrals es registra una major presència de turistes.

Des del punt de vista estacional, s'observa que a l'hivern augmenta la proporció d'excursionistes que realitzen les seves compres al Pas de la Casa, alhora que disminueix el pes relatiu de les compres a les zones centrals.

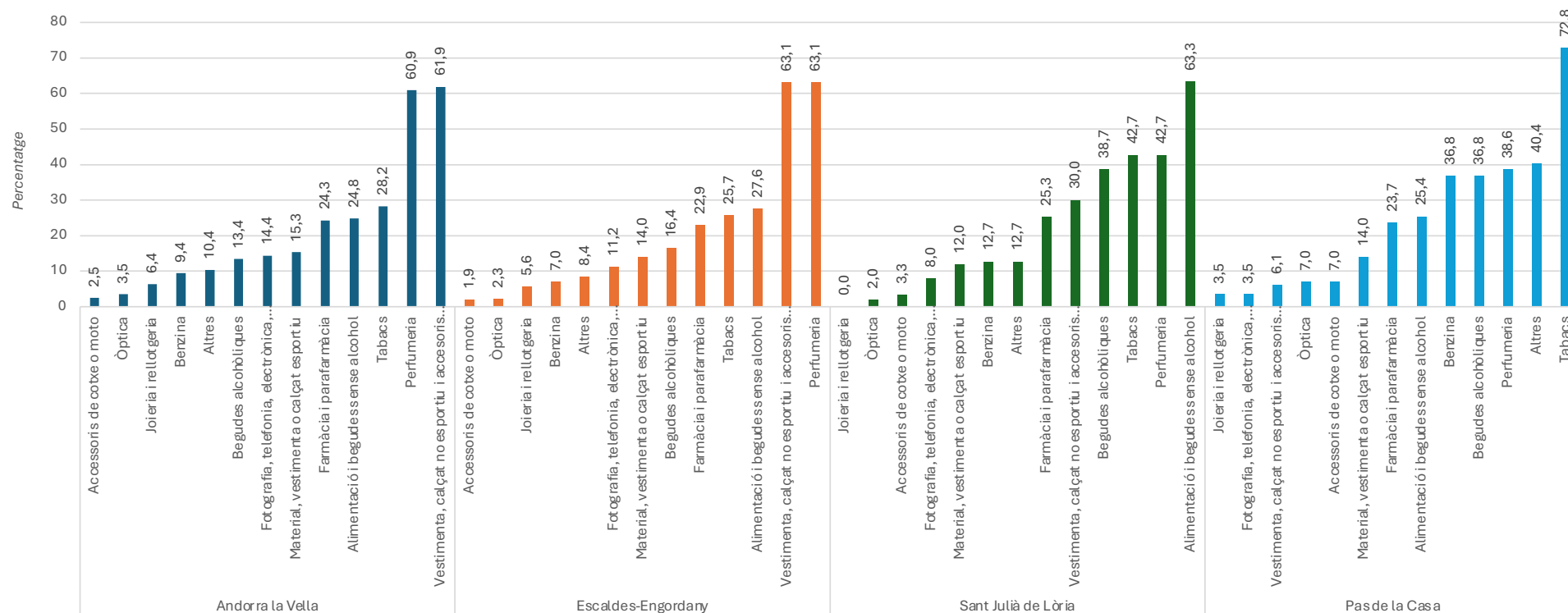
Quina tipologia de productes ha comprat o té previst comprar?

Tipologia de productes adquirits segons el perfil dels visitants. Andorra, 2025.



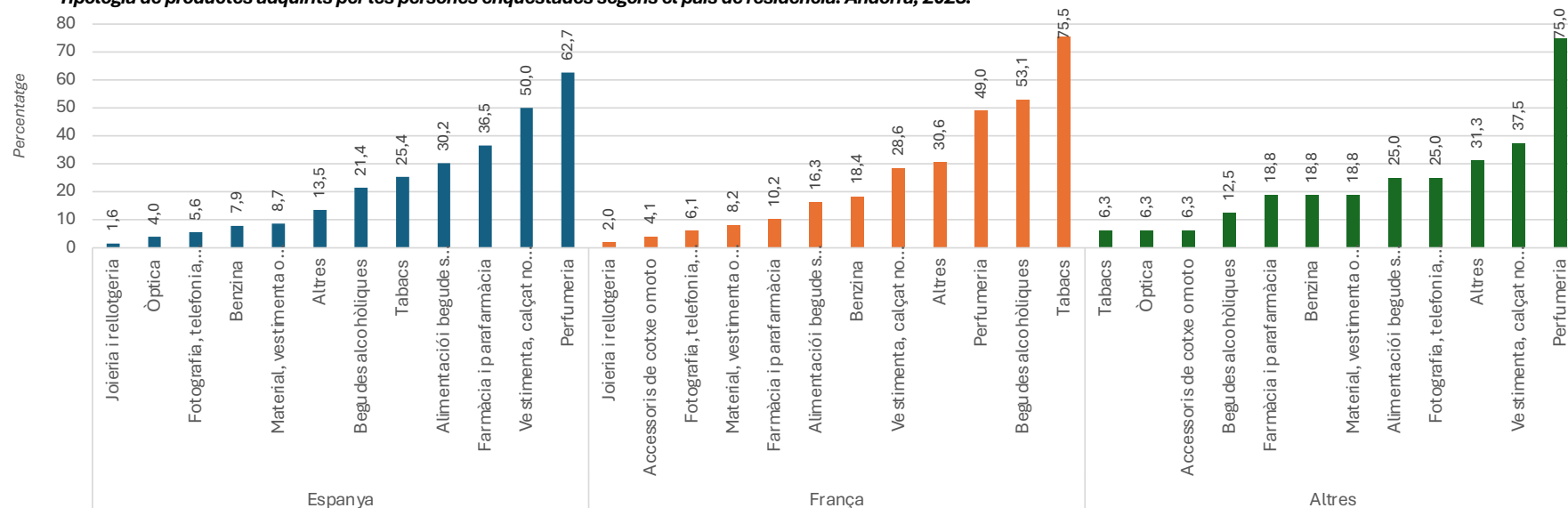
Quina tipologia de productes ha comprat o té previst comprar?

Tipologia de productes adquirits segons el lloc de realització de l'enquesta. Andorra, 2025.



Quina tipologia de productes ha comprat o té previst comprar?

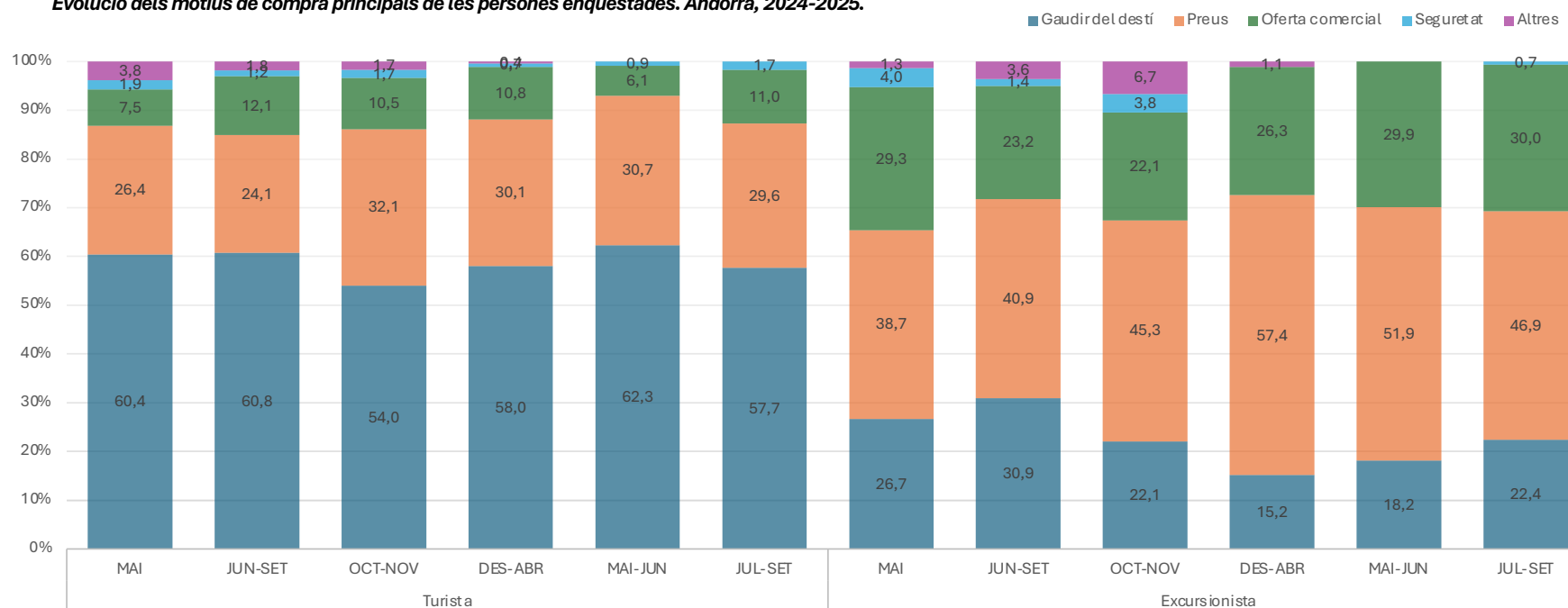
Tipologia de productes adquirits per les persones enquestades segons el país de residència. Andorra, 2025.



La tipologia de productes adquirits varia segons el perfil del visitant, la motivació del viatge, el temps d'estada i la zona on es compra. Els visitants francesos se centren principalment en tabac, begudes alcohòliques i perfumeria, mentre que els espanyols i els d'altres països opten més per perfumeria, vestimenta i productes de farmàcia, amb una compra més orientada a productes de valor afegit i a l'experiència.

Quin ha estat el motiu principal de les seves compres?

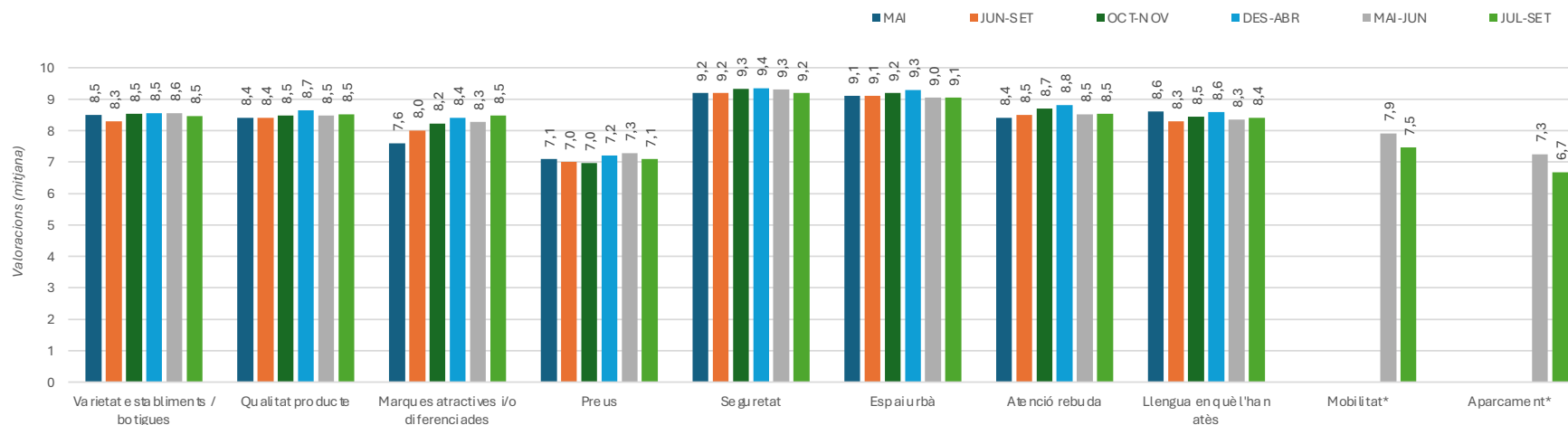
Evolució dels motius de compra principals de les persones enquestades. Andorra, 2024-2025.



Els turistes entenen la compra com una part més de l'experiència global de la seva estada a Andorra, vinculada al lleure, la descoberta i el gaudi de la destinació. En canvi, els excursionistes tenen un comportament de compra més funcional i racional, en què el preu i l'oferta comercial esdevenen els factors principals.

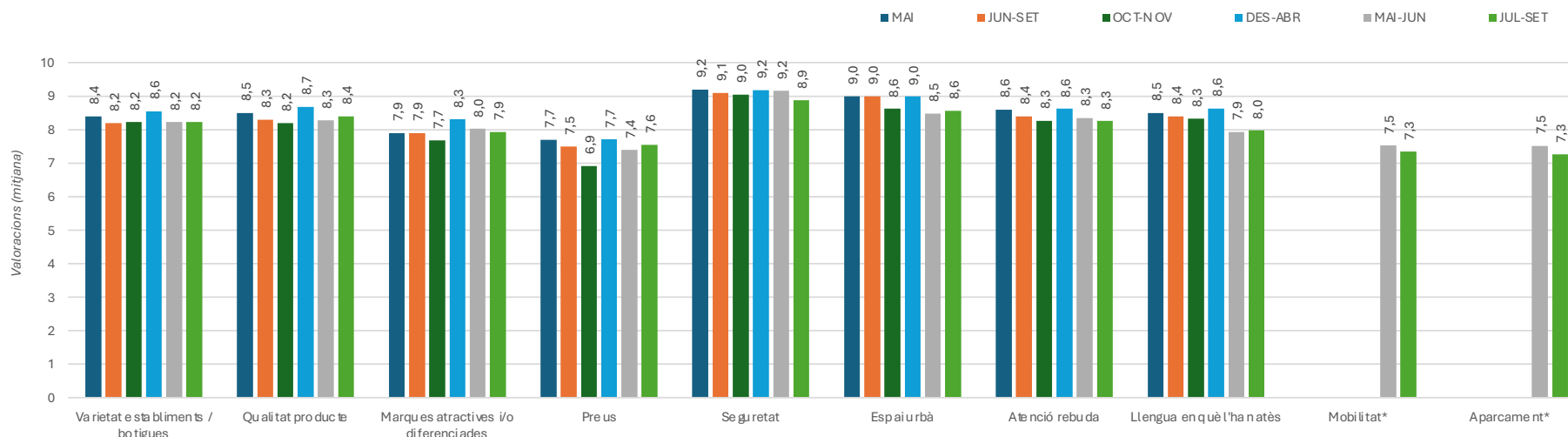
Quina és la seva valoració per cadascun dels següents aspectes del comerç a Andorra, essent 0 la valoració més baixa i 10, la més alta?

*Evolució de les valoracions expressades pels **TURISTES** enquestats envers diferents aspectes del comerç. Andorra, 2024-2025.*



Quina és la seva valoració per cadascun dels següents aspectes del comerç a Andorra, essent 0 la valoració més baixa i 10, la més alta?

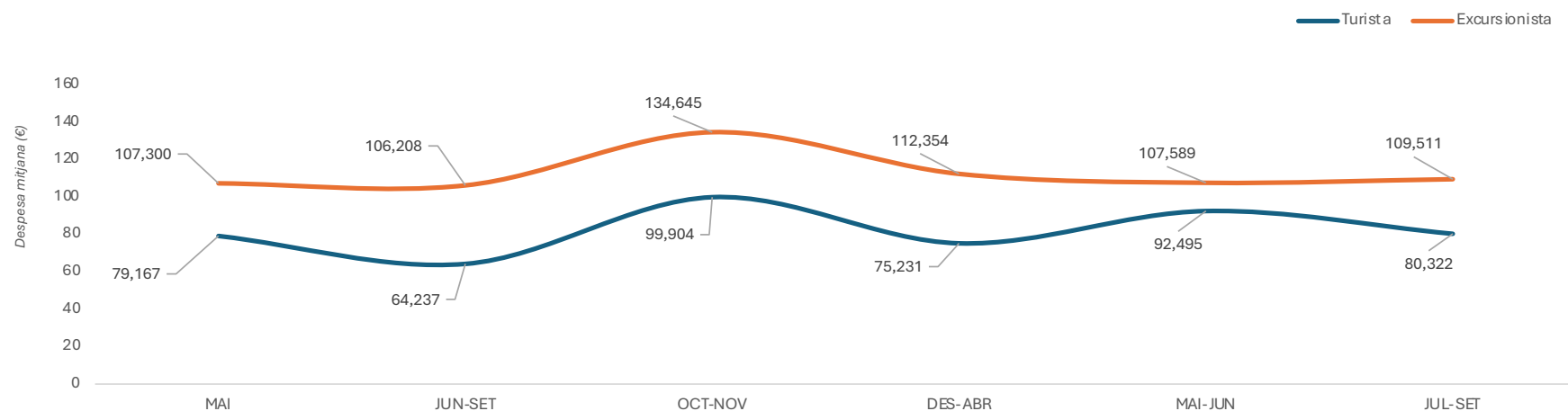
Evolució de les valoracions expressades pels EXCURSIONISTES enquestats envers diferents aspectes del comerç. Andorra, 2024-2025.



La valoració presenta patrons molt similars entre turistes i excursionistes, ja que en ambdós casos els aspectes més ben valorats són la seguretat i l'espai urbà. Pel que fa als turistes, en l'onada Juliol-Setembre destaquen les bones valoracions de l'atenció rebuda i de la qualitat del producte. En aquest context, els preus i l'aparcament continuen sent els elements menys ben valorats. Entre els excursionistes, es manté una percepció positiva de la qualitat del producte, però els preus, la mobilitat i l'aparcament es consoliden com els principals punts febles.

Quant ha gastat o pensa que gastarà durant la seva estada a Andorra?

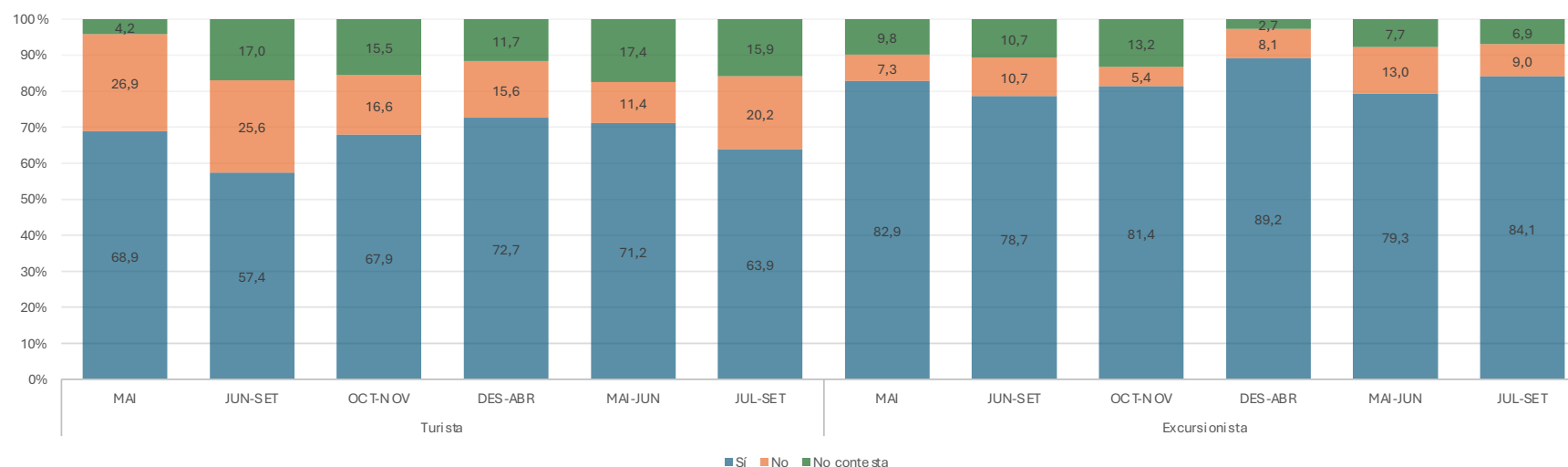
Evolució de la despesa per persona i dia en compres de les persones enquestades segons el perfil. Andorra, 2024-2025.



La despesa mitjana per persona i dia en compres disminueix a l'hivern en comparació amb la tardor, que registra els valors més elevats de l'any, mentre que se situa per sobre dels nivells observats a l'estiu, tant en el cas dels turistes com dels excursionistes. En aquesta sisena onada (Juliol-Setembre), la despesa es manté força estable en el cas dels excursionistes i disminueix en el cas del turistes

Recomanaria Andorra com a destinació de compres?

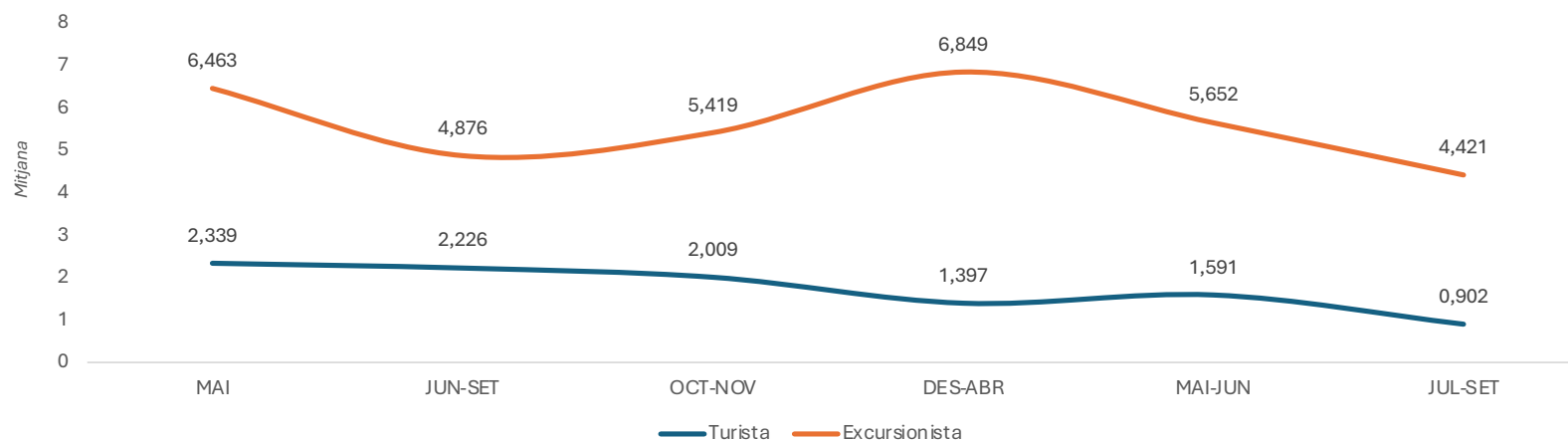
Evolució de les recomanacions d'Andorra com a destinació de compres segons el perfil. Andorra, 2024-2025.



La gran majoria dels visitants recomanaria Andorra com a destinació de compres, amb un paper especialment destacat dels excursionistes, que es mostren com els principals prescriptors i valoren sobretot els preus i la varietat de l'oferta. Els nivells de recomanació assoleixen els seus valors més elevats durant l'hivern. En canvi, entre les persones que no recomanarien la destinació, el principal motiu es relaciona amb la percepció d'un augment dels preus.

Sense comptar aquesta estada, quantes vegades ha comprat a Andorra en els darrers 12 mesos?

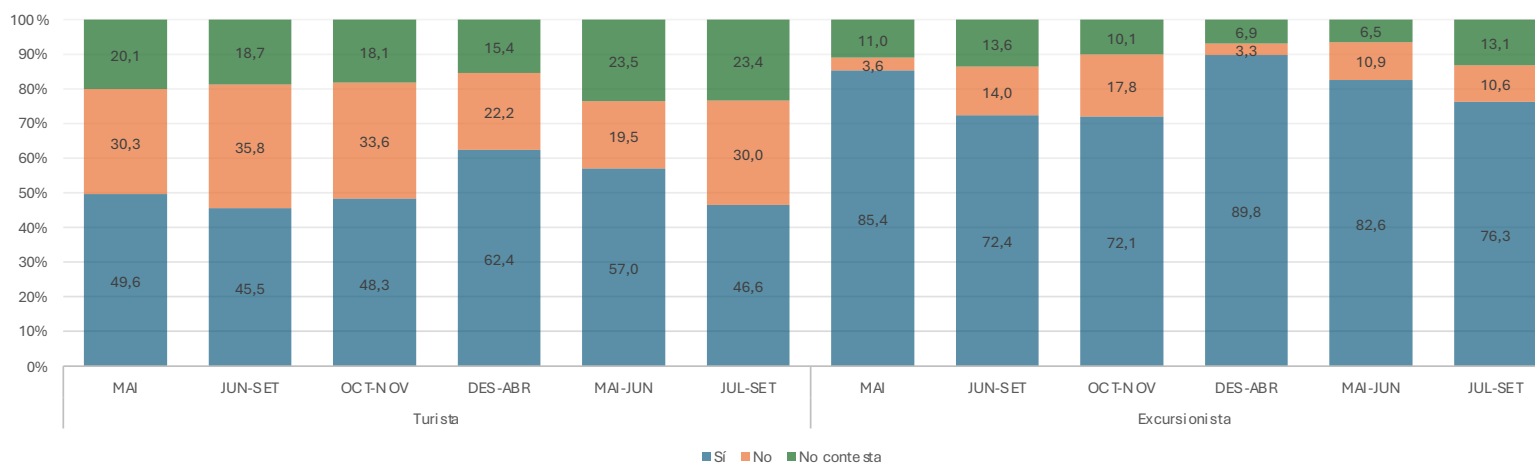
Evolució de la mitjana de vegades que les persones enquestades han vingut per comprar a Andorra durant els darrers 12 mesos segons perfil. Andorra, 2024-2025.



La mitjana de visites per comprar en els darrers dotze mesos és més elevada entre els excursionistes, mentre que els turistes registren la mitjana més baixa, un fet coherent amb un perfil de visita menys recurrent.

Pensa tornar a Andorra de compres en els propers 12 mesos?

Evolució de les intencions de retorn de les persones enquestades segons el perfil. Andorra, 2024-2025.



Pel que fa a la intenció de retorn, els excursionistes mostren una predisposició més elevada a tornar en totes les onades. Tant turistes com excursionistes presenten una intenció més gran de tornar durant els períodes de primavera i d'hivern.

Moltes gràcies

