

INFORME ENQUESTA CLIMA COMERCIAL ZONA CENTRE

Girona, maig de 2005

A. INTRODUCCIÓ

1. Objectius

L'objectiu general de la realització d'aquest estudi ha estat obtenir dades concretes que ens permetin elaborar uns primers indicadors d'activitat comercial. L'anàlisi de resultats i la informació obtinguda de l'estudi han de permetre fer una aproximació a la situació del sector comercial de la ciutat, sector que es caracteritza per ser una de les activitats econòmiques més importants de Girona.

D'entre els diferents aspectes a tractar, l'estudi pretén analitzar la relació entre el comerç i el sector turístic de la ciutat, tenint en compte l'arribada de la companyia aèria de baix cost *Ryanair* a l'aeroport gironí de Vilobí d'Onyar, i els efectes o impactes que aquest fet pot haver provocat sobre el comerç de la ciutat de Girona.

Alhora, es pretén conèixer de primera mà la opinió dels comerciants al respecte del consumidor de nacionalitat estrangera, així com detectar les possibles dificultats amb que es troba el sector comercial per adaptar-se al turisme de compra procedent de l'estranger.

El present estudi s'ha elaborat també amb la finalitat d'obtenir informació sobre un seguit d'aspectes relacionats amb el clima comercial.

2. Metodologia

S'ha dut a terme un treball de camp consistent en la realització d'una enquesta als comerciants associats a l'Agrupació de Comerciants El Centre.

La recollida d'informació s'ha realitzat mitjançant el mètode d'entrevista personal a través d'un qüestionari format per 25 preguntes de diferent tipologia (introductòries, obertes, tancades, de resposta múltiple, d'opinió, etc.) agrupades en diferents blocs temàtics:

- Rebaixes
- Horaris comercials
- Personal ocupat
- Us de les noves tecnologies
- El comerç i el Turisme
- Evolució del negoci
- Dades personals

En total s'han enquestat 128 establiments associats a l'Agrupació de Comerç "El Centre".

El qüestionari, l'anàlisi de resultats i les conclusions del present estudi han estat elaborats per l'Àrea de Desenvolupament Local i Promoció de la Ciutat de l'Ajuntament de Girona.

3. Temporalització

Les enquestes s'han realitzat durant els 14,15 i 16 de març de 2005.

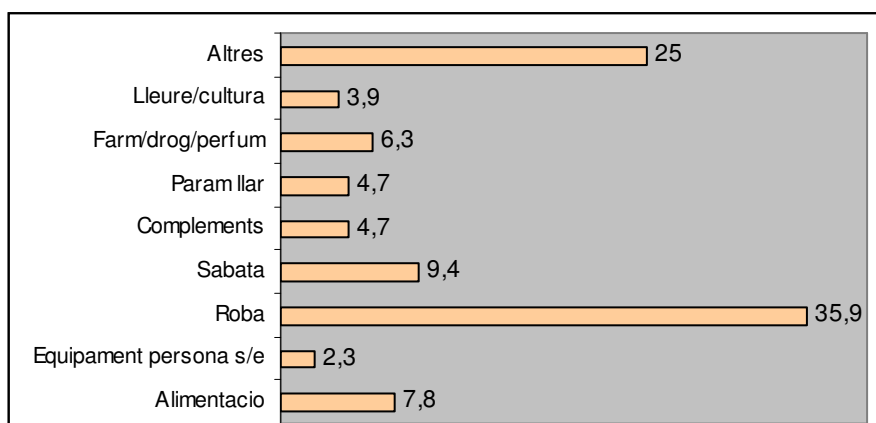
4. Dades establiments

Els 128 establiments comercials enquestats, es distribueixen en els següents sectors d'activitat:

Activitat	Nº establiments	%
Alimentació	10	7,8%
Equipament persona sense especificar	3	2,3%
Equipament persona:		
Roba	46	35,9%
Sabateria	12	9,4%
Complements	6	4,7%
Parament de la llar	6	4,7%
Farmàcia/drogueria/perfumeria	8	6,3%
Lleure/cultura	5	3,9%
Altres	32	25%
Total	128	100

Quant als establiments inclosos en el conjunt *altres*, destaquen sobretot les joieries i les òptiques, amb un total de 8 i 7 establiments respectivament.

Establiments per sectors
(percentatges)



5. Dades de les persones enquestades

L'enquesta ha estat contestada per un **34,4%** d'homes i un **65,6%** de dones. Quant a l'edat de les persones enquestades, els trams més destacats d'edats els trobem entre **31 a 40 anys (30,5%)**, seguit del tram comprès entre **41 i 50 anys (24,2%)**. En tercer lloc destaca el conjunt d'edat entre **51 i 60 anys (20,3%)**:

de 21 a 30 anys	18,8%
de 31 a 40 anys	30,5%
de 41 a 50 anys	24,2%
de 51 a 60 anys	20,3%
més de 61 anys	5,5%
no sap/no contesta	0,8%

C. ANÀLISI DE RESULTATS

BLOC 1: REBAIXES

- *Participació dels establiments comercials en les campanyes de rebaixes*

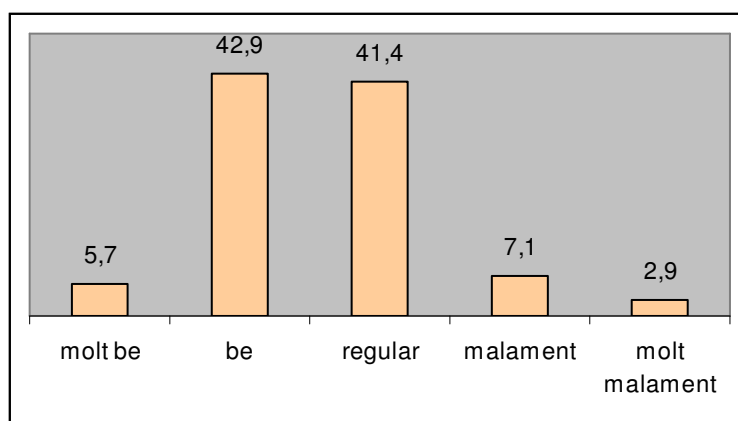
Pel que fa a la participació dels establiments en les campanyes de rebaixes, el **54,7 %** dels comerços enquestats afirmen participar en aquestes campanyes, davant el **45,3 %** restant que, per les característiques de la seva activitat i/o la tipologia de producte que comercialitzen, declaren no formar part d'aquestes campanyes comercials.

- *Com valoren els comerciants la temporada de rebaixes d'hivern 2005*

Davant la pregunta "com ha anat la campanya de rebaixes d'hivern 2005", un **5,7%** dels comerciants es mostren molt satisfets davant els resultats obtinguts, declarant que la campanya ha anat *molt bé*. També és una mostra d'optimisme el **42,9%** que ha contestat que la temporada els ha anat *bé*. Tot i aquestes valoracions positives, destaca un percentatge destacat de comerciants, el **41,4%**, que ha valorat els resultats de la darrera campanya amb el qualificatiu de *regular*. Pel que fa a les valoracions menys optimistes, un **7,1 %** ha declarat que la temporada ha anat *malament*, mentre que el **2,9%** restant ha afirmat que la campanya ha anat *molt malament*.

Valoració campanya rebaixes d'hivern 2005	Nº establiments	%
Molt be	4	5,7%
Be	30	42,9%
Regular	29	41,4%
Malament	5	7,1%
Molt malament	2	2,9%
Total	70	100%

Valoració campanya de rebaixes
(percentatges)

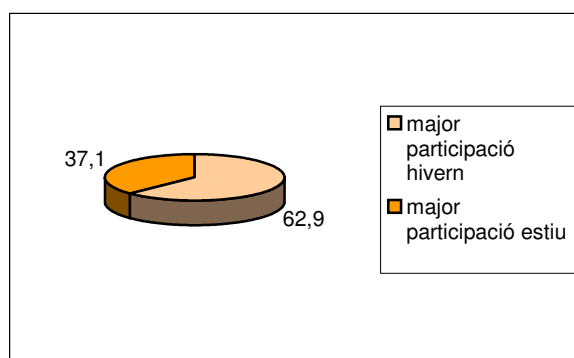


- *El grau de participació dels consumidors en les campanyes de rebaixes*

En quant a les dues temporades anuals de rebaixes, d'hivern i d'estiu, les dades mostren que els consumidors participen de forma més activa i per tant, realitzen més compres durant la campanya de rebaixes d'hivern. Concretament el **62,9 %** dels comerços enquestats ha contestat rebre una major participació durant el període de rebaixes d'hivern, mentre que el **37,1 %** restant manifesta rebre una major afluència de consumidors en la campanya d'estiu.

Participació consumidors rebaixes (percentatges)

Participació consumidors en campanyes de rebaixes	Nº establiments	%
major participació hivern	44	62,9%
major participació estiu	26	37,1%
Total	70	100%

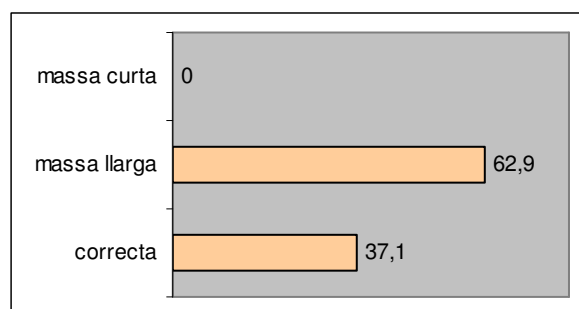


- *La opinió dels comerciants sobre la durada dels períodes de rebaixes*

Del total de comerços enquestats, destaca l'elevada xifra de respostes de comerciants que opinen que la durada de les campanyes de rebaixes és massa llarga. En concret, dels 70 comerços que han afirmat participar en aquestes campanyes comercials, 44 han declarat que la durada és *massa llarga* (el **62,9%**), 26 establiments consideren que la durada és la *correcta* (el **37,1%**), mentre que cap dels comerciants ha contestat que la durada sigui *massa curta*.

Opinió durada campanyes de Rebaixes	Nº establiments	%
Correcta	26	37,1%
Massa llarga	44	62,9%
Massa curta	0	0
Total	70	100%

Opinió durada rebaixes (percentatges)



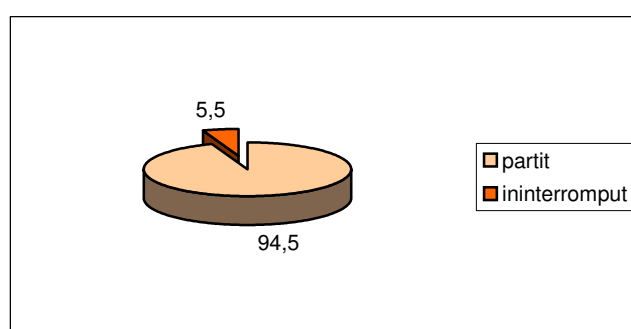
BLOC 2: HORARIS COMERCIALS

- *Horari d'obertura dels comerços*

Pel que fa a l'horari d'obertura dels establiments comercials, destaca el fet que el **94,5%** dels comerços enquestats fan "horari partit", és a dir, tanquen al migdia. Només el **5,5%** restant, obre de forma ininterrompuda.

Horari d'obertura comerços	Nº establiments	%
Horari partit	121	94,5%
Horari ininterromput	7	5,5%
Total	128	100%

Horaris comerços
(percentatges)



Analitzant de forma detallada els horaris d'obertura de cadascun dels comerços entrevistats, s'observa un destacat nombre de tipus d'horaris diferents, fet que denota que existeix una important manca d'unanimitat pel que fa als horaris d'obertura de les botigues.

D'entre les diferències observades, els horaris més comuns són:

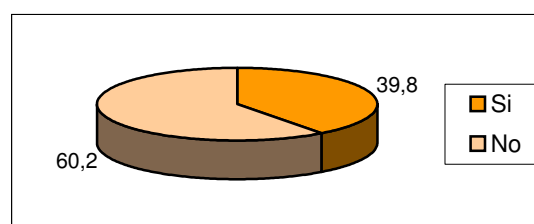
El **18%** obren de 10.00 – 13.30 i 16.30 – 20.30
El **14,1%** obren de 9.30 – 13.30 i 16.30 – 20.30
El **8,6 %** obren de 10.30 – 13.30 i 17.00 – 20.30

- *Tancat dilluns al matí*

La major part dels establiments enquestats no tanquen dilluns al matí, concretament el **60,2%**. En quant a la resta de comerços, un **39,8%** ha manifestat que els seus establiments tanquen durant la jornada matinal de dilluns.

Tancat dilluns matí (percentatges)

Tancat dilluns matí	Nº establiments	%
Si	51	39,8%
No	77	60,2%
Total	128	100%

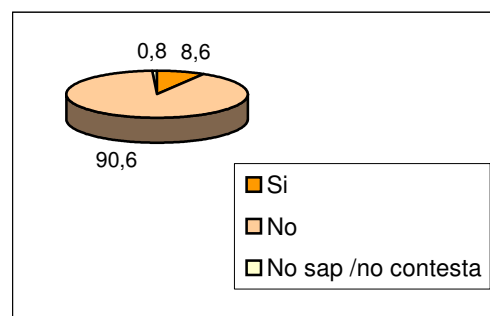


- *Obertura en diumenges i dies festius autoritzats de l'any 2005*

Del total de comerços enquestats, només 11 establiments, un **8,6%**, han manifestat que tenen previst obrir els 8 diumenges i festius d'obertura autoritzada per l'any 2005. Per altra banda, un **90,6%** ha contestat que no té pensat obrir tots els festius autoritzats.

Obertura tots els festius
(percentatges)

Obertura tots els festius autoritzats de l'any 2005	Nº establiments	%
Si	11	8,6%
No	116	90,6%
No sap /no contesta	1	0,8%
Total	128	100%



Pel que fa als comerços que tenen previst obrir en diumenges i en dies festius autoritzats, les dades mostren que la majoria opten per obrir en dies que coincideixen amb les campanyes comercials de Nadal i Reis, com són el *18 de desembre* amb un **64,1%** dels establiments i el *2 de gener*, amb un **53,9%**. A aquests festius, els segueixen els dies propers a l'inici de les compres nadalenques, com són l'*11 de desembre* amb un **27,3%**, i el *6* i el *8 de desembre* amb una participació prevista del **22,7%** i del **19,5%** respectivament.

Obertura en festius	2 gener	9 gener	3 juliol	6 novembre	6 desembre	8 desembre	11 desembre	18 desembre
Si pensen obrir	53,9%	26,6%	6,3%	1,6%	22,7%	19,5%	27,3%	64,1%
No pensen obrir	45,3%	72,7%	93%	97,7%	75,8%	79,7%	71,9%	35,9%
No sap/no contesta	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	1,6%	0,8%	0,8%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Pel que fa als festius que coincideixen amb l'inici de les campanyes de rebaixes, s'observa un percentatge força baix pel que fa al nombre de comerços que tenen previst obrir el *3 de juliol*, un **6,3%**. Per altra banda, el *9 de gener*, tret de sortida de les rebaixes d'hivern, es preveu un percentatge d'obertura més elevat, un **26,6%**. Per últim, el dia *6 de novembre* destaca per ser el festiu en el que una minoria de comerços preveu tenir obert, en concret un **1,6%**.

En quant als establiments que han contestat que no obriran *cap* dels diumenges ni dies festius autoritzats de l'any 2005, aquests representen un **19,5%** del total dels comerços enquestats. La resta, formen part del conjunt de comerciants que declaren tenir previst obrir *tots els dies* o *alguns dels dies*.

BLOC 3: PERSONAL OCUPAT

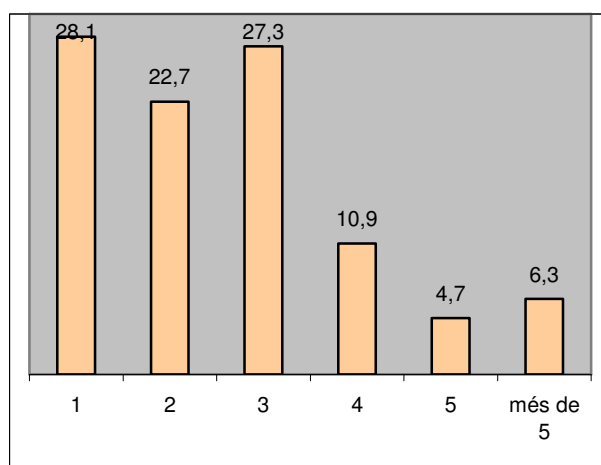
- *Nombre d'empleats de l'establiment*

Les dades de l'estudi mostren que la major part dels establiments enquestats tenen 1 (**28,1%**) i 3 treballadors (**27,3%**). Seguidament trobem els comerços que tenen 2 empleats, xifra que representa un **22,7%** del total.

Pel que fa a la resta, un **10,9%** ha manifestat tenir 4 persones contractades, un **4,7%** afirma que al seu establiment hi treballen 5 persones, i un **6,3%** dels comerços tenen més de 5 empleats treballant a la botiga.

Nombre de treballadors
(percentatges)

Nº empleats	Nº establiments	%
1	36	28,1%
2	29	22,7%
3	35	27,3%
4	14	10,9%
5	6	4,7%
més de 5	8	6,3%
Total	128	100%

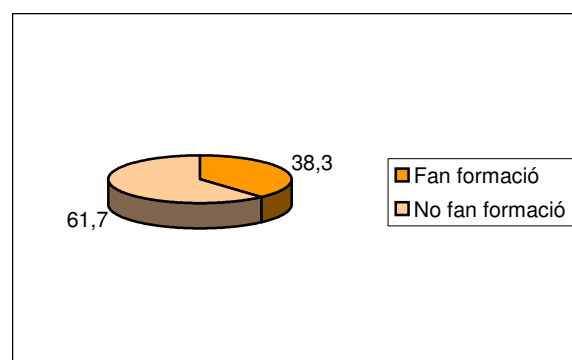


- *Formació del personal de l'establiment*

En quant a la formació del personal, el **61,7%** dels comerciants enquestats afirmen que els seus treballadors no realitzen cursos de formació o reciclatge. Per altra banda, el personal de la resta d'establiments, el **38,3%**, sí que participen en activitats formatives o de reciclatge.

Cursos formació/reciclatge
(percentatges)

El personal fa cursos de formació/reciclatge	Nº establiments	%
Si	49	38,3
No	79	61,7
Total	128	100



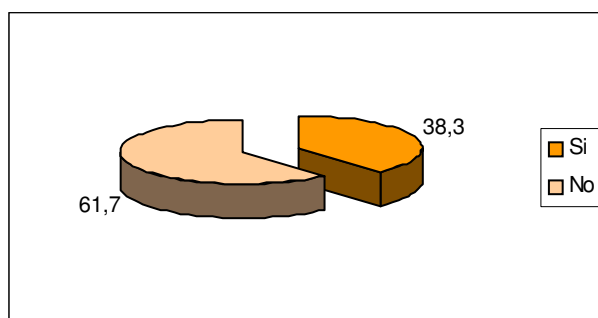
BLOC 4: US DE LES NOVES TECNOLOGIES

- *Gestió informatitzada del negoci*

Quant a la gestió del negoci, una elevada xifra de comerciants, un **77,3%** ha manifestat que gestiona el seu establiment de manera informatitzada. La resta, el **22,7%**, ha declarat no fer-ho d'aquesta manera.

Gestió del negoci de manera informatitzada	Nº establiments	%
Si	99	77,3%
No	29	22,7%
Total	128	100%

Gestió del negoci de manera informatitzada (percentatges)

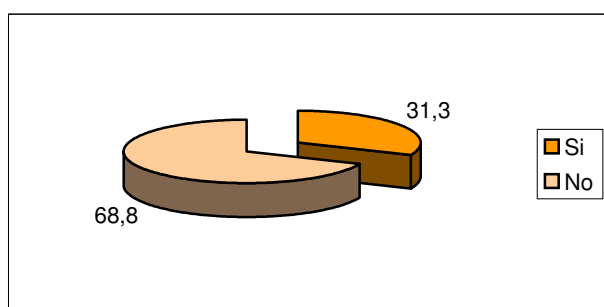


- *Plana web als comerços*

Pel que fa a Internet, només el **31,3%** dels comerços enquestats disposen de plana web pròpia. La resta, és a dir, el **68,8%** ha manifestat que el seu establiment no té pàgina web.

Disposa de web pròpia	Nº establiments	%
Si	40	31,3%
No	88	68,8%
Total	128	100%

Plana web als comerços (percentatges)



BLOC 5: EL COMERÇ I EL TURISME

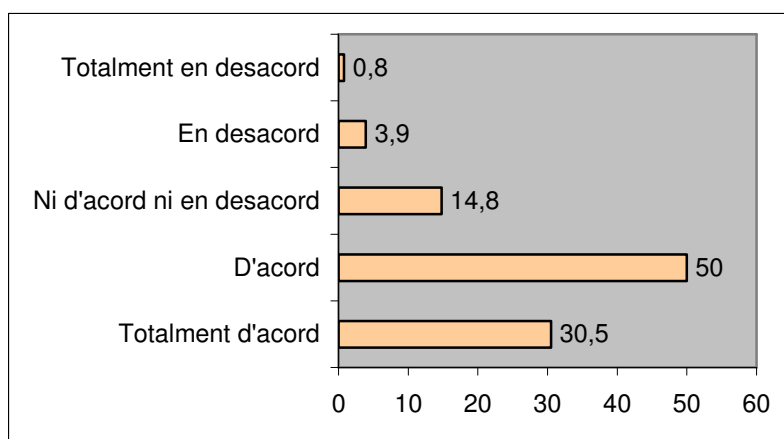
- *Opinió dels comerciants al respecte de l'afirmació: "El comerç i el turisme són sectors complementaris l'un de l'altre".*

Quant a la opinió sobre la complementarietat dels sectors comerç i turisme, destaca l'elevada xifra de comerciants que es mostren *totalment d'acord* (un **30,5%**) i *d'acord* (el **50%**) amb aquesta afirmació, fent que la balança es decanti més cap la conformitat al respecte de l'afirmació que se'ls plantejava, que cap a la disconformitat.

Seguidament trobem un **14,8%** dels enquestats que es mostren neutres davant l'afirmació, manifestant estar *ni d'acord ni en desacord*. Per últim, trobem un nombre reduït de comerciants que ha manifestat estar *en desacord*, un **3,9%**, i els que consideren estar *totalment en desacord* amb l'afirmació, en concret el **0,8%** del total dels enquestats.

"El comerç i el turisme: sectors complementaris l'un de l'altre"	Nº establiments	%
Totalment d'acord	39	30,5%
D'acord	64	50%
Ni d'acord ni en desacord	19	14,8%
En desacord	5	3,9%
Totalment en desacord	1	0,8%
Total	128	100%

Opinió Comerç – Turisme: sectors complementaris (percentatges)



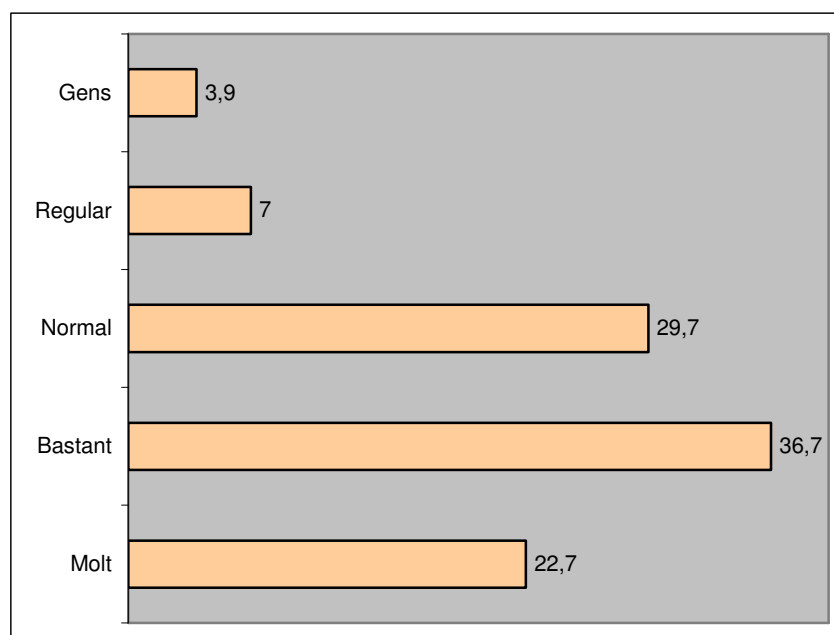
- *El benefici del turisme sobre el sector comercial de la ciutat*

En primer lloc destaquen els comerciants que afirmen que el turisme beneficia *bastant* al sector comercial, en concret dels 128 comerços entrevistats, **47** es mostren favorables a aquesta opinió, fet que representa un **36,7%** respecte el total. Seguidament trobem un total de **38** comerciants, amb un percentatge del **29,7%**, que han qualificat de *normal* el benefici del turisme sobre el comerç.

D'altra banda, un **22,7%** dels enquestats, o el que és el mateix **29** dels establiments, han manifestat que el turisme beneficia *molt* el comerç de la ciutat. Per últim comentar les opinions menys optimistes, el **7%** que ha qualificat el benefici del turisme sobre el comerç com a *regular*, i el **3,9%** que consideren que el sector turístic no beneficia *gens* al sector comercial de la ciutat.

Benefici del turisme sobre el comerç	Nº establiments	%
Molt	29	22,7%
Bastant	47	36,7%
Normal	38	29,7%
Regular	9	7%
Gens	5	3,9%
Total	128	100%

Benefici del turisme sobre el comerç
(percentatges)

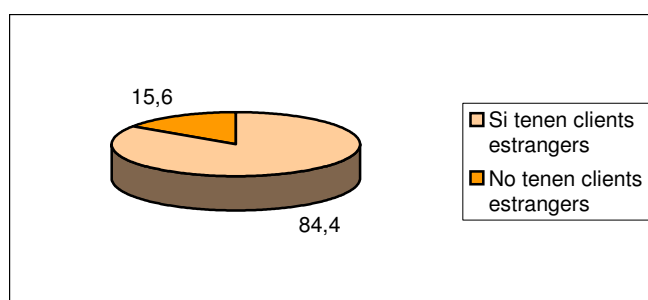


- *Turistes estrangers entre els clients de l'establiment*

Del total de comerços enquestats, el **84,4%** afirma que entre els seus clients s'hi troben turistes estrangers, mentre que el **15,6%** restant ha manifestat que el seu establiment no compta amb clientela estrangera.

Turistes estrangers entre els clients
(percentatges)

Turistes estrangers entre els clients	Nº establiments	%
Si tenen clients estrangers	108	84,4%
No tenen clients estrangers	20	15,6%
Total	128	100%

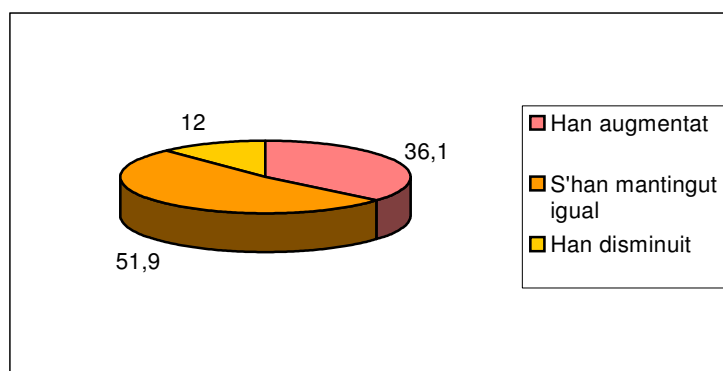


- *Evolució de les compres dels turistes estrangers. Any 2004 respecte 2003*

Quant als comerciants que han manifestat tenir turistes estrangers entre els clients del seu establiment, més de la meitat dels enquestats, un **51,9%** ha afirmat que les compres realitzades pels turistes estrangers s'han *mantingut igual* el 2004 respecte de l'any anterior. Seguidament, un **36,1%** ha declarat que les vendes a clients estrangers *han augmentat* d'un any per l'altre. El **12%** restant, ha manifestat que les compres realitzades per turistes estrangers *han disminuït* l'any 2004 respecte el 2003.

Evolució de les compres turistes estrangers el 2004 respecte el 2003	Nº establiments	%
Han augmentat	39	36,1%
S'han mantingut igual	56	51,9%
Han disminuït	13	12%
Total	108	100%

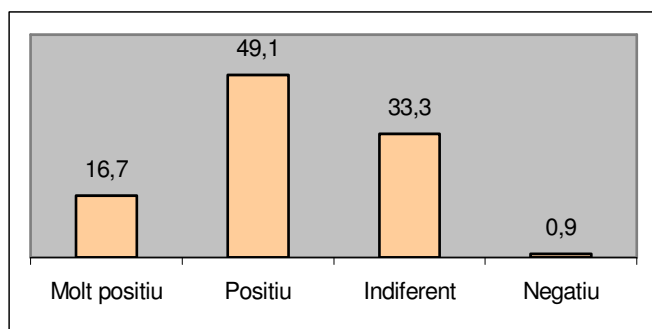
Evolució de les compres turistes estrangers
2004 respecte 2003 (percentatges)



- *Impacte de Ryanair sobre el comerç de “El Centre”*

Quant a l'arribada de la companyia aèria de baix cost *Ryanair* a l'aeroport de Vilobí d'Onyar, quasi la meitat dels comerços enquestats, un **49,1%**, ha manifestat que aquest fet ha estat *positiu* per al comerç de “El Centre”. La valoració més optimista representa el **16,7%** del total de comerciants entrevistats, que han afirmat que *Ryanair* ha resultat *molt positiu* per als establiments de “El Centre” de la ciutat. D'altra banda, un **33,3%** consideren que l'efecte dels vols de baix cost ha estat *indiferent* per al sector comercial, mentre que el **0,9%** restant consideren que l'impacte ha estat *negatiu*.

Impacte de Ryanair sobre el comerç de “El Centre”
(percentatges)



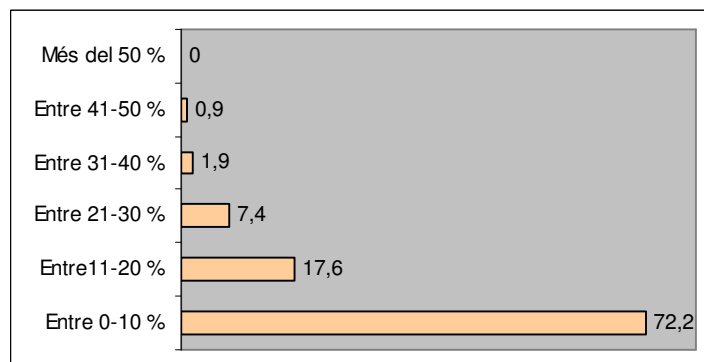
Impacte de <i>Ryanair</i> sobre el comerç de “El Centre”	%
Molt positiu	16,7%
Positiu	49,1%
Indiferent	33,3%
Negatiu	0,9%
Total	100%

- *Els clients estrangers respecte la resta de clients de l'establiment*

Per la gran majoria dels establiments que compten amb turistes estrangers entre els seus clients, concretament pel **72,2%** dels comerciants, els clients estrangers representen *menys del 10%* del total de consumidors que compren a l'establiment. Tot seguit, un **17,6%** ha manifestat que els turistes estrangers els representen entre l'*11 i un 20%* dels seus clients. A continuació trobem un **7,4%** dels comerciants que afirmen que els clients estrangers es troben entre el *21 i el 30%* del total dels seus clients. Per l'**1,9%** la xifra de clients estrangers de l'establiment es mou entre el *31 i el 40%*, mentre que per un una minoria, en concret pel **0,9%** dels comerciants, aquesta xifra es situa entre el *41 i el 50%*.

% de clients estrangers respecte la resta de clients (percentatges)

% de clients estrangers	Nº establiments	%
Entre 0-10 %	78	72,2%
Entre 11-20 %	19	17,6%
Entre 21-30 %	8	7,4%
Entre 31-40 %	2	1,9%
Entre 41-50 %	1	0,9%
Més del 50 %	0	0%
Total	108	100



- *Nacionalitats que realitzen més compres*

Quant als turistes que realitzen més compres, dels 108 comerciants que han manifestat tenir clients estrangers, **91** afirmen que els *francesos* és la nacionalitat que fa més compres, fet que representa un **84,3%** respecte el total d'establiments. A continuació destaquen els *anglesos*, considerada per **54** dels comerciants enquestats, o el que és el mateix, pel **50%** del total, com la segona nacionalitat que realitza més compres.

Els *italians* i els *alemanys* es situen en tercer lloc, amb un total de **23** establiments en ambdós casos (un **21,3%** del total). Després, i en aquest ordre, destaquen els *holandesos* (**18** establiments), els *belgues* (**11** establiments), els clients d'*altres* nacionalitats (**7** establiments), *USA* (**6** establiments), els turistes procedents de *resta d'Amèrica* (**2** establiments) i els *asiàtics* (**2** establiments).

Nacionalitats que fan més compres	Anglesos	Francesos	Alemanys	Holandesos	Italians	Belgues	USA	Resta Amèrica	Asiàtics	Altres
Nº establiments	54	91	23	18	23	11	6	2	2	7
Total establiments	108	108	108	108	108	108	108	108	108	108
% respecte total	50%	84,3%	21,3%	16,7%	21,3%	10,2%	5,6%	1,9%	1,9%	6,5%

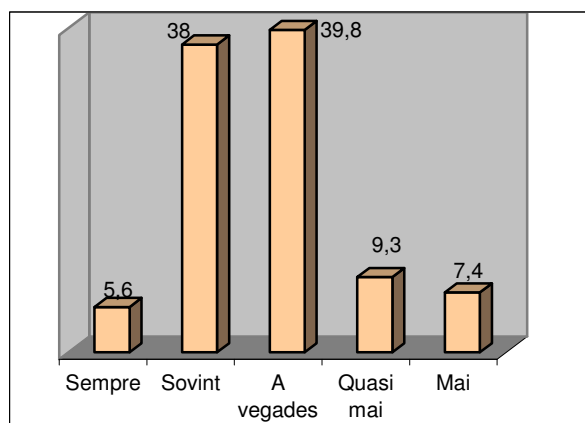
- *Demanda d'informació turística de la ciutat per part dels clients estrangers*

Al respecte de consultes sobre informació turística de la ciutat, un **39,8%** dels comerciants afirmen que els clients estrangers *a vegades* els demanen informació turística. Tot seguit, trobem un **38%** que manifesten que els turistes estrangers que compren a l'establiment *sovint* també els fan consultes turístiques de la ciutat. Una xifra reduïda de comerciants, en concret un **5,6%**, declaren rebre *sempre* consultes turístiques per part dels clients estrangers.

Per altra banda trobem un **9,3%** dels establiments que comenten que *quasi mai* els demanen aquest tipus d'informacions, i un **7,4%** que manifesten que els turistes estrangers *mai* els fan consultes turístiques de la ciutat.

Demanda d'informació turística de la ciutat	Nº establiments	%
Sempre	6	5,6%
Sovint	41	38,0%
A vegades	43	39,8%
Quasi mai	10	9,3%
Mai	8	7,4%
Total	108	100%

Consultes turístiques (percentatges)



- *Productes que més compren els turistes estrangers*

Quant als productes que més compren els turistes estrangers als establiments associats a “El Centre”, destaca en primer lloc la **roba (24,1%)**, seguit dels **complements (16,1%)**, el **calçat (13,8%)** i el **lleure (8%)**.

Producte més comprat	Nº establiments	%
Roba	21	24,1%
Complements	14	16,1%
Calçat	12	13,8%
Lleure	7	8%
Alimentació	6	6,9%
Productes per la llar	6	6,9%
Joies	5	5,7%
Rellotges	4	4,6%
Perfum	4	4,6%
Souvenirs	3	3,4%
Altres	5	5,7%
Total	87	100%

Després es compren **productes alimentaris (6,9%)** i per la **llar (6,9%)**, **joies (5,7%)**, **rellotges (4,6%)** i **perfum (4,6%)**. Per últim, el turista estranger compra **souvenirs** o records de la ciutat (**3,4%**) entre d'**altres** articles (**5,7%**).

Pel que fa a les nacionalitats, els turistes **francesos** són els que realitzen més compres.

De la relació anterior de productes més comprats pels estrangers i en aquest ordre d'importància trobem que la **roba**, seguit dels **complements**, el **calçat** els **articles per la llar** i els **productes alimentaris**, són els més demandats i comprats pels clients **francesos**.

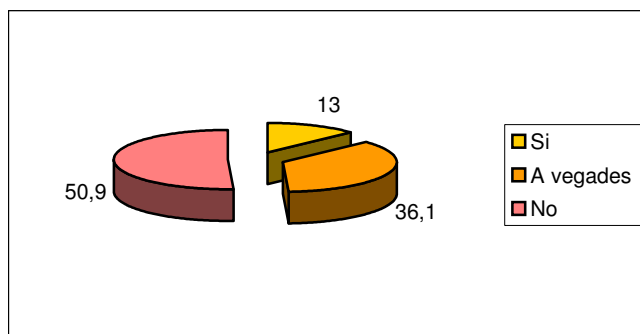
La segona nacionalitat que fa més compres és l'**anglesa**. El turista anglès destaca per ser la nacionalitat que realitza més compres en quant a productes de **lleure**. En segon lloc, també són destacades les seves compres en **roba**, tot i que en menys importància que el turista francès.

- *Les diferències idiomàtiques*

Quant a la pregunta formulada “les diferències idiomàtiques els representen algun problema?”, destaca el fet de que més de la meitat dels comerciants que han afirmat tenir clients estrangers, un **50,9%**, ha manifestat que la diferència d’idiomes *no* els suposa cap problema. Seguidament trobem el grup de comerços, un **36,1%** del total, en que les diferències idiomàtiques amb els clients *a vegades* els representen problemes. Pel que fa al **13%** restant, correspon als establiments que han manifestat que la diferència d’idiomes entre comerciants i clients estrangers *sí* que els suposen problemes.

Problemes per diferències idiomàtiques	Nº establiments	%
Si	14	13%
A vegades	39	36,1%
No	55	50,9%
Total	108	100%

Problemes per diferències idiomàtiques (percentatges)



Pel que fa als idiomes estrangers que es parlen en els comerços, destaquen en primer lloc *l’anglès i el francès* (un **38,8%** dels enquestats). Seguidament trobem els comerciants que han contestat *només anglès* (un **16,3%**) i *només francès* (un **16,3%**). A continuació, un **14,3%** ha manifestat que al seu establiment es parla *anglès, francès i italià*, mentre que en un **8,2%** dels casos els idiomes estrangers que es parlen a l’establiment són *l’anglès, el francès i l’alemany*. La resta els podríem agrupar en el conjunt d’idiomes que menys es parlen (com seria el cas del grup format per *l’anglès i l’italià*; el grup format per *l’anglès, francès, grec i macedoni* o el format per *l’anglès, francès, italià i alemany*).

Idiomes que es parlen als comerços	Nº establiments	%
Anglès i francès	19	38,8%
Només anglès	8	16,3%
Només francès	8	16,3%
Anglès, francès i italià	7	14,3%
Anglès, francès i alemany	4	8,2%
Anglès i italià	1	2,0%
Anglès, francès, grec i macedoni	1	2,0%
Anglès, francès, italià i alemany	1	2,0%
Total	49	100%

Quant als comerciants que han manifestat que les diferències d'idiomes *sí* que els representen problemes o *a vegades* els representen problemes, les llengües estrangeres amb les que es troben més dificultats són, en primer lloc l'*anglès* seguidament de l'*alemany* i, tot i que en menys rellevància, del *francès*.

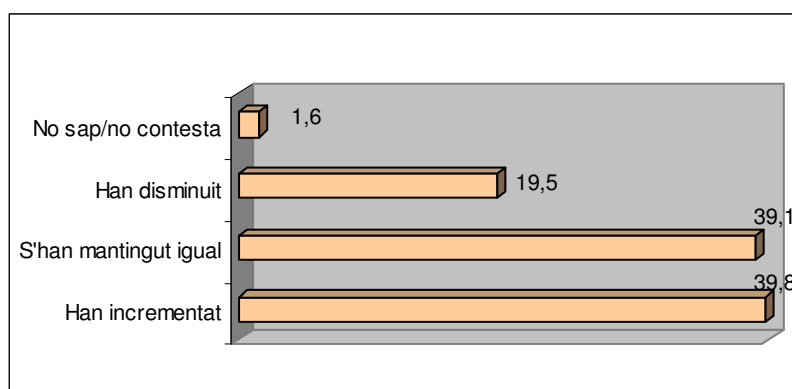
BLOC 6: EVOLUCIÓ DEL NEGOCI

- *Evolució de les vendes del negoci l'any 2004*

Pel que fa a la marxa del negoci, el **39,8%** dels comerciants ha manifestat que les vendes de l'establiment *han incrementat* l'any 2004 respecte l'any anterior. En segon lloc destaquen els comerços, un **39,1%** del total dels establiments, que han afirmat que les vendes no han experimentat canvis d'un any per l'altre, és a dir que *s'han mantingut igual*. Per altra banda, un **19,5%** declaren que el nivell de vendes del seu negoci *ha disminuït* l'any 2004 en comparativa amb el 2003.

Evolució de les vendes l'any 2004 respecte el 2003	Nº establiments	%
Han incrementat	51	39,8%
S'han mantingut igual	50	39,1%
Han disminuït	25	19,5%
No sap/no contesta	2	1,6%
Total	128	100%

Evolució de les vendes any 2004 respecte 2003
(percentatges)



Quant als comerciants que han manifestat haver experimentat un **increment** en les vendes, les dades obtingudes al respecte d'aquest increment són les següents:

Increment de menys del 10%: **51%**
Increment entre 11-20%: **35,3%**
Increment entre 21-30%: **9,8%**

Increment entre 31-40%: **3,9%**
Increment entre 41-50%: **0%**
Increment de més del 50%: **0%**

Quant als comerciants que han manifestat haver experimentat una **disminució** en les vendes, les dades obtingudes al respecte d'aquesta disminució són les següents:

Disminució de menys del 10%: **64%**
Disminució entre 11-20%: **32%**
Disminució entre 21-30%: **4%**

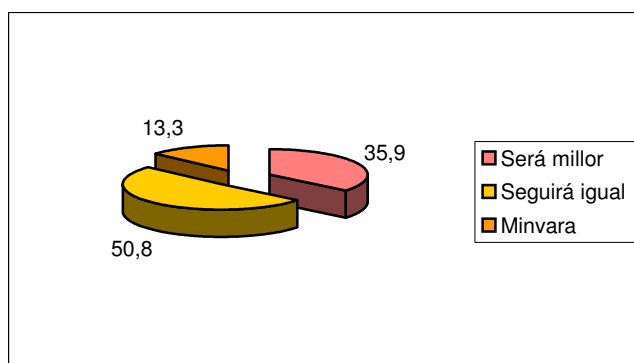
Disminució entre 31-40%: **0%**
Disminució entre 41-50%: **0%**
Disminució de més del 50%: **0%**

- *Previsió de l'evolució del negoci l'any 2005*

Les expectatives al respecte de l'evolució del negoci per aquest any 2005 són moderades. El percentatge d'establiments que preveuen *una millor marxa del negoci* es situa en el **35,9%**, tot i que el **50,8%** manifesten que es *mantindrà igual*. D'altra banda, el **13,3%** dels enquestats creuen que tindran una temporada dolenta, manifestant que les vendes del seu negoci *minvaran* aquest any 2005.

Perspectiva marxa del negoci per l'any 2005	Nº establiments	%
Serà millor	46	35,9%
Seguirà igual	65	50,8%
Minvarà	17	13,3%
Total	128	100%

Expectatives marxa del negoci
(percentatges)



D. CONCLUSIONS I PROPOSTES

Un dels objectius i àmbits de treball del Servei de Comerç de l'Àrea de Desenvolupament Local i Promoció de la Ciutat de l'Ajuntament de Girona és fomentar i promoure el turisme de compres a la ciutat.

Les dades estadístiques dels punts d'informació turística de la ciutat mostren el gran interès per les compres dels visitants. De fet, les consultes sobre comerç es situen en la segona demanda d'informació més sol·licitada per part dels turistes.

En aquest sentit, una de les línies de treball del tècnic de comerç és definir i desenvolupar accions concretes dirigides als turistes per fomentar l'acció de compra a la ciutat. Els vols de baix cost de la companyia *Ryanair* a l'aeroport de Girona ha suposat l'arribada de milers de turistes directament al territori gironí, i aquesta és una gran oportunitat que el sector turístic de la ciutat ha d'aprofitar.

El servei de Comerç, analitzats els resultats de l'estudi, fa les següents reflexions i propostes:

1. Davant l'ampli ventall de tipologies d'horaris comercials observats, es considera convenient intentar unificar el màxim possible els horaris d'obertura/tancament dels comerços.

En relació a aquest tema, l'Ajuntament de Girona no pot intervenir quant a fixar uns horaris determinats, ja que la Llei d'Horaris Comercials ofereix al comerciant la llibertat (dins els paràmetres establerts per la llei) per a fixar els horaris del seu establiment. Tot i així, es proposa tractar aquest tema amb l'Agrupació de Comerç El Centre, per intentar consensuar en la mesura que sigui possible els horaris comercials de les botigues. També procurar establir aquest consens en quant a l'obertura de comerços els diumenges i festius autoritzats, ja que actualment, com en el cas dels horaris, és el propi comerciant el que de forma lliure i individual decideix obrir o no aquests dies.

El servei de Comerç planteja un doble resultat amb aquesta mesura proposada:

- uns horaris comuns ajudarien a consolidar encara més la imatge de El Centre
 - per al consumidor final, el benefici directe seria el fet de poder anar a comprar a El Centre amb la idea de que les botigues obren i tanquen a la mateixa hora.
2. En relació amb el tema dels horaris comercials, es considera també necessari el fet d'introduir en la relació amb les entitats de comerç, com a un aspecte més a treballar amb aquestes, les dificultats amb que es troben els treballadors del sector comerç a l'hora de conciliar vida laboral/familiar/lleure/formació, a conseqüència dels actuals horaris

comercials, i plantejar de forma conjunta (Ajuntament – associacions de comerç) mesures que permetin reduir aquestes incompatibilitats.

A títol d'exemple, una mesura a plantejar podria ser facilitar als dependents/ dependentes el fet de que puguin anar a portar i recollir la mainada a l'escola, ajustant la jornada laboral a les seves necessitats.

3. Les deficiències observades quant a la formació/reciclatge del personal són notables. En primer lloc cal conscienciar als propietaris dels establiments de la importància de que el personal es formi, i lligar aquest fet oferint facilitats d'horaris perquè el personal pugui participar en activitats formatives. Es podria plantejar a l'Agrupació de Comerciants El Centre introduir un programa formatiu en el marc del Pla de dinamització comercial.
4. Quant al comerç i el turisme, un dels objectius del Servei de Comerç és potenciar Girona com a destinació de compres i consolidar el shopping com una tipologia més de turisme a la ciutat, contribuint d'aquesta manera a diversificar la oferta turística de Girona, centrada bàsicament en la visita al casc antic de la ciutat. De l'anàlisi de l'estudi es dedueix que el comerç de El Centre s'ha vist afectat per l'arribada de turisme procedent de l'estranger. Sobretot destaca l'alt percentatge d'establiments que tenen consumidors estrangers entre els seus clients, i la opinió dels comerciants al respecte dels efectes de *Ryanair* sobre el comerç de El Centre, manifestant que l'arribada de la companyia de baix cost ha estat, en general, positiu per als establiments de l'agrupació.

Algunes de les accions que es proposen dur a terme en l'àmbit de promoció del turisme de compres són :

- crear l'espai web "Shopping" en anglès, espai que podria enllaçar amb la plana web de turisme.
- treballar de forma conjunta amb l'àrea de turisme els press-trips de periodistes, per intentar introduir les compres en els itineraris programats en les visites de periodistes a la ciutat. En cas que es faciliti algun dossier, proposar d'afegir-hi el "shopping".
- treballar conjuntament amb l'àrea de turisme un programa de senyalització turística – comercial a la ciutat
- treballar amb el servei Palau de Congressos per introduir les compres / shopping en els programes d'activitats complementàries dels congressistes durant la seva estada a la ciutat.
- editar material de promoció i difusió de la oferta comercial

