

ELS HÀBITS DELS CONSUMIDORS

Parlavem en el número anterior de l'*Informatiu* d'un estudi elaborat per la Cambra de Sabadell sobre els hàbits de consum, en el qual es posaven de manifest aspectes tan significatius com on van a comprar els consumidors del Vallès en funció del que han de comprar. Ara que ja s'ha presentat en públic, és el moment de recuperar més aspectes d'un estudi que, sincerament, els comerciants de la demarcació haurien de demanar a la Cambra, perquè la informació que conté és summament valuosa. De fet, una de les característiques de l'estudi és que, arran de la seva àmplia base d'enquestes (unes 2.000), molts resultats es poden extrapolar a la resta dels consumidors catalans.

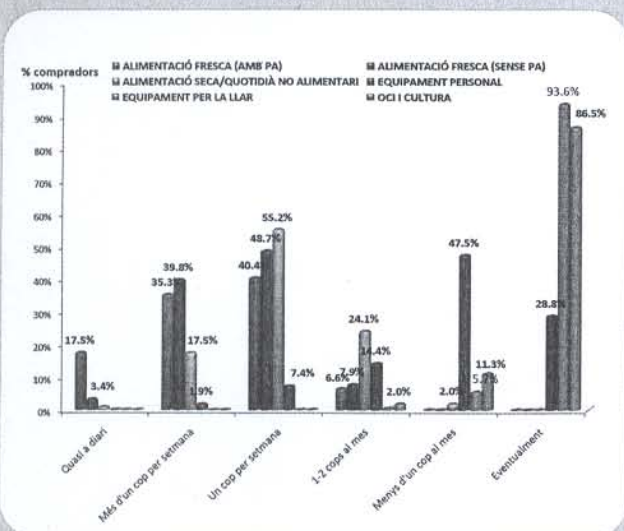
I què diu aquest informe? Que com més serveis i més facilitats, millor. De fet, pagar amb targeta de crèdit forma part de l'univers d'una majoria de ciutadans. Com també que cada cop es valora més l'agilitat a l'hora de comprar, pagar i sortir de l'establiment. Fins i tot en sectors com l'equipa-

ment de la persona, tot i que *a priori* no ho sembli.

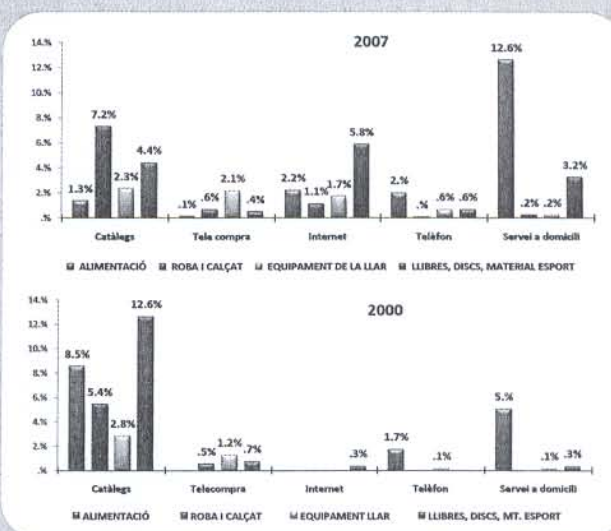
Una de les particularitats de l'estudi és que permet establir comparacions interessants entre els resultats d'aquesta edició i la que es va fer l'any 2000.

Hi apareixen sensibles diferències. Per exemple, els canals a distància s'han especialitzat i han augmentat en pes i influència. Així, la venda per catàleg està més estesa del que un es pugui imaginar, i el servei a domicili s'ha focalitzat en l'alimentació, mentre que Internet és el canal de la compra d'articles d'oci, però molt especialment de viatges.

Per últim, cal apuntar una idea que no és fútil: la mobilitat de la gent s'ha multiplicat, però no pas el transport públic. Així doncs, la nova cultura de la sostenibilitat i d'evitar agafar el cotxe per anar a comprar no ha tingut una resposta de les diverses administracions per desincentivar l'ús del cotxe particular.



Altres sistemes de compra



Freqüència de compra