

ESTABLIMENTS I SUPERFÍCIE DE VENDA PER CADA 10.000 HABITANTS

Sector	GRANOLLERS		VAL·LÈS ORIENTAL*		CATALUNYA	
	Est./10.000 Hab. Granollers	Est./10.000 Hab. (V.O.)	Est./10.000 Hab. Catalunya	Sup./Hab. Granollers	Sup./Hab. V.O.	Sup./Hab. Catalunya
Quotidià alimentari	58	60	63	0,4	0,3	0,4
Quotidià no alimentari	11	9	10	0,1	0,1	0,1
Equipament de la llar	49	33	31	0,6	0,4	0,3
Equipament de la persona	41	26	33	0,3	0,1	0,2
Automoció i carburants	12	10	8	0,3	0,2	0,2
Lleure i cultura	23	13	15	0,2	0,1	0,1
Comerç mixt	6	6	7	0,1	0,2	0,2
Altres	17	8	7	0,1	0,1	0,1
TOTAL	217	164	174	2,1	1,4	1,4

Font: Elaboració de Gabinet Gaudi a partir de les dades de l'IAE de l'Ajuntament.

que en termes de facturació mitjana per establiment suposa uns 46,2 milions de pessetes/any (278 mil euros). Per sectors la distribució seria: quotidià alimentari, quotidià no alimentari, equipament de la llar, equipament de la persona, automoció i carburants, lleure i cultura, altres.

— Un 41% de la facturació dels establiments comercials prové de clients que no resideixen a Granollers.

— La majoria dels percentatges que serveixen per establir les referències concretes de cada cas, provenen de les 2.758 enquestes que van realitzar els de Gaudi per tota la ciutat amb el següent resultat pel que fa a la procedència: Vallès Oriental, 82,7%; La Selva, 0,9%; Osona, 2,4%; Barcelonès, 9,6%; Maresme, 1,7%; Ripollès, 0,2%; Tarragonès, 0,2%; Vallès Occidental, 1,3%...

— En general la gent de Granollers compra a la ciutat, però l'evasió de la despesa es xifra entre un 11% i un 16%. Dels consumidors que marxen, la gran majoria tendeix a anar a Barcelona.

— Les compres quotidianes es fan a l'entorn més immediat del domicili (menys de 200 metres de la llar) en botigues a les quals es pot anar a peu, configurant així el comerç de barri.

— En termes generals la botiga especialitzada i la botiga tradicional de manera conjunta dominen el mercat, tot i el pes destacat dels supermercats.

— Els formats comercials escollits pels granollerins per ordre de pre-



JOSEP GARCIA

Els dissabtes, especialment, són milers les persones que visiten Granollers.

ferència a l'hora de comprar aliments són: la botiga tradicional pels productes frescos en un 29%; seguit del supermercat en un 27% i pel mercat municipal en un 27%. Pels productes secs el supermercat en un 77% dels casos, seguit de l'hipermercat amb un 11%.

— Les principals motivacions a l'hora de fer la compra a Granollers són: comoditat (més d'un 70% dels casos), l'oferta dels preus més baixos (entre un 11 i 5%), i l'elevada gamma de productes (entre un 7% i 5%).

— La temporalització de la compra és d'un 49% un cop per setmana, se-

guit d'un 36% que ho fa diverses vegades.

— Al sector de l'alimentació la persona responsable de la compra és la mestressa de casa en un 77% pels productes frescos i en un 65% en el cas dels secs.

— Les localitats on els granollerins realitzen majoritàriament la compra de lleure i cultura és Granollers en un 84%, seguit de Barcelona en un 11%.

— Més d'un 35% de la població realitza la compra d'alimentació a menys de 200 metres de la llar als tradicionals establiments de barri.

— L'estudi observa una variació de