

DISSENY D'UN MODEL ESTRATÈGIC DE SUPORT AL PETIT COMERÇ ALIMENTARI DE LES GARRIGUES



Agraïm a tots els i les comerciants, veïns i veïnes i agents que han col·laborat en la realització d'aquesta diagnosi, aportant informació sobre el petit comerç alimentari de les Garrigues.

Octubre 2023

Aquesta acció està subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local.



Redacció:



Raiels SCCL
Núria Alamon i Beas
Judit Pardos i Jordana
Maria José Ponce i Garcia

Amb la col·laboració de:



Teia Guix



Índex

1. Presentació.....	6
2. Objectius.....	7
3. Metodologia.....	8
4. Breu caracterització del petit comerç alimentari de les Garrigues.....	11
4.1. Context territorial.....	11
4.1.1. Població.....	11
4.1.2. Sectors econòmics.....	13
4.1.3. Mercat de treball.....	15
4.2. Perfil d'establiments.....	15
4.3. Distribució geogràfica.....	22
4.4. Mapa d'actors.....	25
4.5. Diagnosi del petit comerç alimentari als municipis de les Garrigues i dels hàbits de compra de la població local.....	26
4.5.1. Enquesta al petit comerç alimentari dels pobles de les Garrigues.....	26
4.5.1.1. Dades bàsiques de l'activitat comercial.....	26
P1. Forma jurídica de l'establiment.....	28
P2. Tipus de local on s'ubica el comerç.....	29
P3. Tipologia de comerç.....	30
P4. El comerç representa la teva font d'ingressos.....	31
P5. Tipologia de productes.....	31
P6. Ens pots explicar el teu comerç en una sola frase?.....	34
P7. Quins horaris fas?.....	35
P8. Tens persones treballadores contractades?.....	37
P9. Quantes persones treballadores contractades tens?.....	37
P10. Canals de venda.....	38
P11. Quina prioritat té cadascun dels canals de venda?.....	39
P12. Per quins canals reps les comandes?.....	44
P13. Amb quina antelació cal fer les comandes?.....	46
P14. Perfil actual de la clientela.....	47
4.5.1.2. Viabilitat del negoci.....	48
P15. Quins dels següents aspectes dificulten que el teu negoci pugui ser més rendible, és a dir, que pugui generar més benefici?.....	49



P16. Quines mesures externes et podrien ajudar a fer més rendible el teu negoci?.....	51
P17. Si creus que et cal millorar, tens clar en quins aspectes cal que milloris el teu negoci?	52
P18. T'interessaria rebre suport per millorar el teu negoci?.....	53
P19. Quina és la teva disponibilitat per rebre suport o assessorament per millorar el teu comerç?	53
P20. Per quins motius NO t'interessa rebre suport per millorar el teu negoci?.....	54
4.5.1.3. Previsió de futur del negoci	55
P21. Tens previsió de jubilar-te o tancar el negoci en els propers 5 anys? ..	55
P22. Tens possibilitats de fer un relleu o traspàs del negoci?	56
P23. A qui traspassaràs el negoci?	56
P24. El relleu serà seguint el mateix tipus de comerç?.....	56
P25. Si has respost que SÍ t'interessa traspassar el comerç, quin tipus de suport t'interessaria?.....	56
P26. Tens coneixement del servei Reempresa?	56
P27. Si no tens possibilitat de fer un relleu/traspàs voldries suport en aconseguir-lo, per tal que el negoci no es tanqui definitivament i el poble no es quedi sense aquest comerç?.....	56
P28. Si has contestat que NO t'interessa traspassar el comerç, per quins motius?	57
P29. Què creus que necessitaria el comerç del teu poble per no desaparèixer?.....	58
4.5.1.4. Valoracions finals de l'enquesta.....	59
4.5.2. Sondeig dels hàbits de compra al petit comerç alimentari de les Garrigues	62
4.5.2.1. Perfil de persones	62
P1. Sexe	62
P2. Edat	62
P3. Municipi on vius.....	63
4.5.2.2. Hàbits de compra habituals.....	65
P4. Fas la compra setmanal d'aliments per a tu i la teva família al petit comerç del teu poble?	65
P5. Per a quantes persones fas la compra setmanal habitualment?.....	67
P6. Quan no compres al petit comerç del teu poble, on vas a comprar?..	68



P7. Per quins canals acostumes a comprar quan compres al petit comerç?	69
P8. A quin tipus de petit comerç compres habitualment?	70
4.5.2.3. Motivacions i limitacions per comprar al petit comerç dels pobles	71
P9. Si compres al petit comerç, per quins motius ho fas?	71
P10. Si No vas a comprar al petit comerç del teu poble, per quins motius són?	72
P11. Què t'ofereixen els comerços més grans del poble o de fora del poble (supermercats) perquè els prefereixis per davant del petit comerç local?	73
4.5.2.4. Futur del petit comerç	74
P12. Quines mesures podria introduir el petit comerç dels pobles perquè tu i la teva família hi anés més a comprar?	74
P13. Per a tu què representaria que es perdi el comerç local i de proximitat del teu poble?	75
P14. Ens vols fer arribar alguna idea, iniciativa o projecte que pugui contribuir a mantenir obert el petit comerç dels pobles de les Garrigues?	76
4.5.5. Anàlisi DAFO	78
4.6. Programa d'assessoraments a comerços de la comarca de les Garrigues	82
4.6.1. Criteris de selecció i participants	82
4.6.2. Informes dels assessoraments	84
4.7. Recull d'iniciatives de suport al comerç en entorns rurals	99
4.7.1. Iniciatives de suport al petit comerç presents a les Garrigues	99
4.7.2. Iniciatives de suport al comerç en altres entorns rurals	102
4.8. Model estratègic comercial de les Garrigues	112
4.8.1. Marc estratègic del model	112
4.8.2. Pla d'acció de suport al petit comerç alimentari de les Garrigues	115
4.8.2.1. Missió, visió i valors	115
4.8.2.2. Objectius	116
4.8.2.3. Les línies estratègiques	116
4.8.2.4. Pla d'acció	119
5. Conclusions finals	157
6. Fonts consultades	160



7. Annexes	161
7.1. Model d'enquesta al petit comerç alimentari dels pobles de les Garrigues 161	
7.2. Model de sondeig dels hàbits de compra al petit comerç alimentari de les Garrigues	180



1. Presentació

Des del Consell Comarcal de les Garrigues, s'està treballant en el Projecte Innovador i Experimental “*Noves oportunitats sostenibles i digitals per generar activitat econòmica i ocupació a les Garrigues*”, que neix com a resultat del Pla de Reactivació socioeconòmica en front la crisi de la COVID-19 redactat l'any 2021.

En aquests últims anys, a la comarca de les Garrigues s'ha identificat la problemàtica d'una pèrdua constant de serveis als diferents municipis de la comarca, especialment, en aquells més rurals i allunyats. També diversos negocis han tancat o estan a punt de tancar per manca de relleu generacional o de possibilitats de traspàs de l'activitat per no trobar nous emprenedors o emprenedores interessats/es. A més a més, els pocs comerços o serveis que hi ha en actiu no acaben de ser viables econòmicament amb la qual cosa cal cercar alternatives.

El Consell Comarcal de les Garrigues ha impulsat un estudi estructurat en dos blocs: un primer bloc consistent en l'elaboració d'una diagnosi per conèixer la situació actual i a curt-mig termini del petit comerç alimentari de les Garrigues i el disseny d'un model estratègic amb actuacions per dur a terme a la comarca amb la finalitat de donar suport al teixit comercial alimentari de la comarca; i un segon bloc consistent en la realització d'assessoraments individualitzats a comerços que es considerin rellevants per ajudar-los a fer possible la seva continuïtat.

En aquest document es presenta el primer bloc de l'estudi, consistent en la **diagnosi i el disseny d'un model estratègic de suport al petit comerç alimentari de les Garrigues**. Aquest treball s'ha dut a terme durant el primer semestre de l'any 2023, a càrrec de la cooperativa Raiels SCCL. En aquesta diagnosi es mostra una caracterització del petit comerç alimentari de les Garrigues pel que fa a nombre de comerços distribuïts en els municipis i pel que fa a tipologia de productes alimentaris. Seguidament, es presenten les dades obtingudes amb la realització d'una enquesta al petit comerç alimentari de la comarca que permeten fer una diagnosi a nivell qualitatiu de la situació del teixit comercial. A continuació, es presenten les dades recollides a través d'una enquesta realitzada a la població local sobre els seus hàbits de compra i s'analitzen per tenir una aproximació qualitativa per conèixer els seus hàbits de compra al petit comerç alimentari de les Garrigues.

Per últim, l'anàlisi del conjunt de tota aquesta informació és la base a partir de la qual s'ha definit el marc estratègic i el pla d'acció de suport al petit comerç alimentari de les Garrigues, el qual és el darrer apartat d'aquest document.

Així mateix, tota la informació generada i analitzada, ha de permetre dur a terme el segon bloc d'aquest estudi, consistent en la realització d'un seguit d'assessoraments individualitzats orientats a comerços garriguencs que han manifestat el seu interès en rebre aquest suport.



2. Objectius

Els **objectius** de la diagnosi i disseny del model estratègic de suport al petit comerç alimentari de les Garrigues han estat els següents:

- **Caracteritzar la situació actual del teixit comercial de la comarca de les Garrigues** tenint present la diversitat territorial de la comarca.
- **Dissenyar un model estratègic de suport al comerç dels municipis de la comarca** en funció del nivell de teixit comercial amb que compten.
- **Identificar un Pla d'acció de suport al comerç a nivell comarcal i municipal.**
- **Realitzar assessoraments personalitzats a establiments comercials** de la comarca per afavorir la seva viabilitat i pervivència del servei de comerç a les poblacions més rurals de les Garrigues.



3. Metodologia

La metodologia que s'ha seguit es detalla a continuació:

BLOC 1. DISSENY D'UN MODEL ESTRATÈGIC DE SUPORT AL COMERÇ DE LES GARRIGUES

El primer bloc s'ha estructurat en dues fases, en les quals s'han dut a terme les següents tasques:

FASE 1. CARACTERITZACIÓ DEL TEIXIT COMERCIAL DE LES GARRIGUES

- 1.1. **Realització d'una reunió d'inici del projecte** entre l'equip tècnic del Consell Comarcal de les Garrigues i l'equip tècnic de Raiels per tal de revisar la metodologia i el calendari de treball, així com revisar les dades del sector de què disposa el Consell Comarcal i identificar els principals agents claus d'interès per al projecte.
- 1.2. **Realització de la diagnosi del petit comerç alimentari de les Garrigues.** El perfil de comerç objecte d'aquest estudi són els establiments de comerç alimentari, entenent que és la tipologia de comerç prioritària a recolzar i donar suport. També s'ha considerat prioritari per a aquest estudi el comerç dels municipis més rurals, atesa la seva situació més complexa a l'hora de mantenir el petit comerç. Primer, el Consell Comarcal de les Garrigues ha elaborat una base de dades del petit comerç alimentari de la comarca amb informació bàsica, i amb la finalitat de ser ampliada a través d'una enquesta. A continuació, Raiels ha dissenyat un formulari en línia amb una enquesta adreçada al petit comerç alimentari la qual ha estat enviada pel Consell Comarcal de les Garrigues. Aquesta enquesta s'ha estructurat en 3 blocs, en cada un dels quals s'ha demanat sobre una informació concreta del comerç:
 - Bloc 1. Dades bàsiques de l'activitat comercial.
 - Bloc 2. Viabilitat del negoci.
 - Bloc 3. Previsió de futur del negoci en el pròxim anys.

Per tal d'aconseguir respostes als qüestionaris, s'han utilitzat dues vies:

- Enviament de l'enquesta per correu electrònic als contactes de la base de dades del petit comerç alimentari elaborada pel Consell Comarcal de les Garrigues. Dels 83 comerços que formen part d'aquesta base de dades, s'ha pogut enviar a 76 comerços, dels quals es disposava del seu correu electrònic, i que representen el 91,6% del total. *Ha contestat l'enquesta el 52,6% dels comerços que han rebut el correu electrònic, i que representen un total de 40 respostes.*



- Realització d'entrevistes personalitzades. Per reforçar la recollida de respostes d'aquells comerços que no disposen d'un mitjà de contacte electrònic, la tècnica de Projecte Innovador i Experimental "Noves oportunitats sostenibles i digitals per generar activitat econòmica i ocupació a les Garrigues" del Consell Comarcal de les Garrigues *ha realitzat un total de 12 entrevistes personalitzades de diferents municipis i tipologies de comerç alimentari.*

1.3. Sondeig dels hàbits de compra de la població local. S'ha creat una enquesta dinàmica amb el programa Typeform que s'ha adreçat a la població resident als municipis de la comarca de les Garrigues. L'enquesta ha estat estructurada en quatre blocs i en cada un dels quals s'ha demanat informació concreta dels hàbits de compra:

- Perfil de les persones que participen en el sondeig.
- Hàbits de compra habituals.
- Motivacions i limitacions per comprar al petit comerç dels pobles.
- Futur del petit comerç.

Aquesta enquesta s'ha fet arribar per diversos canals per poder cobrir el màxim de territori així com aconseguir diversitat de perfils de persones consumidores de la comarca. Alguns d'aquests canals han estat el correu electrònic, aplicacions com whatsapp, l'Ebando/eAgora i xarxes socials (Facebook, Instagram). *En total s'han rebut 330 respostes.*

1.4. Elaboració d'un mapa d'agents clau en relació amb el comerç de les Garrigues per tal de seleccionar a les persones d'interès per entrevistar.

1.5. Realització de 8 entrevistes clau pel projecte (tècnics/representants polítics d'ajuntaments o de projectes vinculats al comerç, entre d'altres). La majoria de les entrevistes s'han realitzat en format telefònic i/o virtual.

1.6. Redacció del document final de la diagnosi entorn del teixit comercial dels municipis de la comarca de les Garrigues.

FASE 2. DISSENY DEL MODEL ESTRATÈGIC COMERCIAL DE LES GARRIGUES

2.1. Definició del marc estratègic del projecte que parteix de l'establiment de categories de municipis en funció de la seva maduresa comercial.

- Municipis entre 0 i 2 comerços.
- Municipis entre 3 i 6 comerços
- Municipis amb més de 6 comerços



2.2. Redacció del Pla d'acció amb la identificació d'actuacions de suport i millora del teixit comercial garriguenc en funció del perfil de municipi segons la seva maduresa comercial. Així, la tipologia d'accions que requereix un municipi sense cap tipus de comerç són diferents a les que necessita un municipi amb pocs comerços i en risc de desaparició per la manca de relleu generacional o el que necessiten els comerços de municipis més grans, amb un teixit comercial ja més consolidat.

Es preveu poder realitzar una presentació final de l'estudi per donar a conèixer el model estratègic proposat i el pla d'accions corresponent. Aquesta presentació s'adreçarà a ajuntaments, tècnics i establiments comercials interessats. Es pot valorar la possibilitat d'incloure un taller de prioritització de propostes per tal d'establir un calendari de les actuacions segons la importància que els agents assistents determinin.

BLOC 2. ASSESSORAMENTS A COMERÇOS INTERESSATS

D'acord amb els resultats de l'estudi realitzat, es proposa disposar d'una bossa de 36 hores a distribuir entre els comerços que participaran en el programa d'assessorament.

Aquest assessorament s'ha adreçat a aquells comerços que han mostrat interès i que complien amb els criteris de selecció que s'han fixat en el marc del projecte tal i com es detalla en l'apartat de l'estudi centrat en els assessoraments.



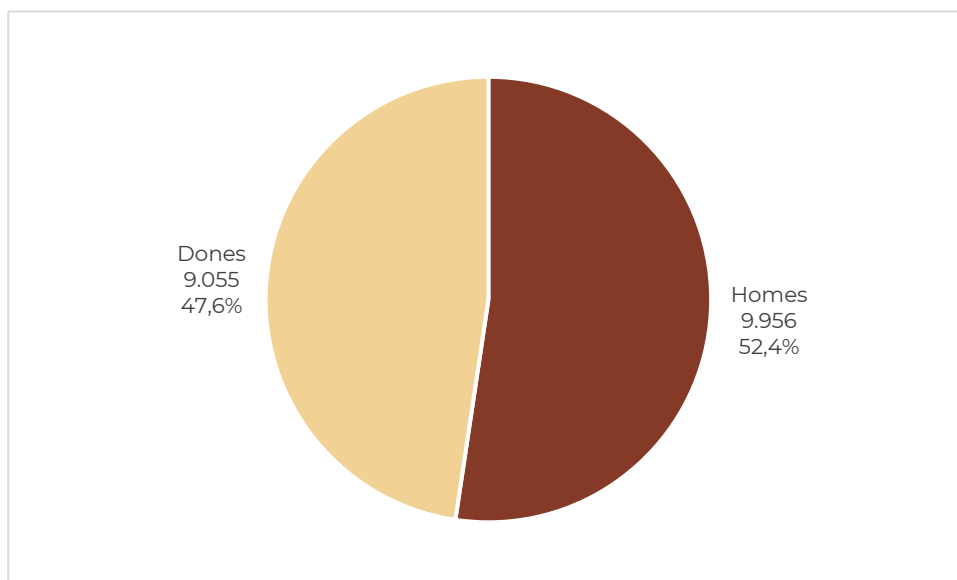
4. Breu caracterització del petit comerç alimentari de les Garrigues

4.1. Context territorial

4.1.1. Població

L'any 2022 hi havia a la comarca 19.011 persones de les quals el 52,4% són homes i el 47,6% són dones, com es mostra en la següent gràfica.

Gràfica 1. Població de les Garrigues per sexe.

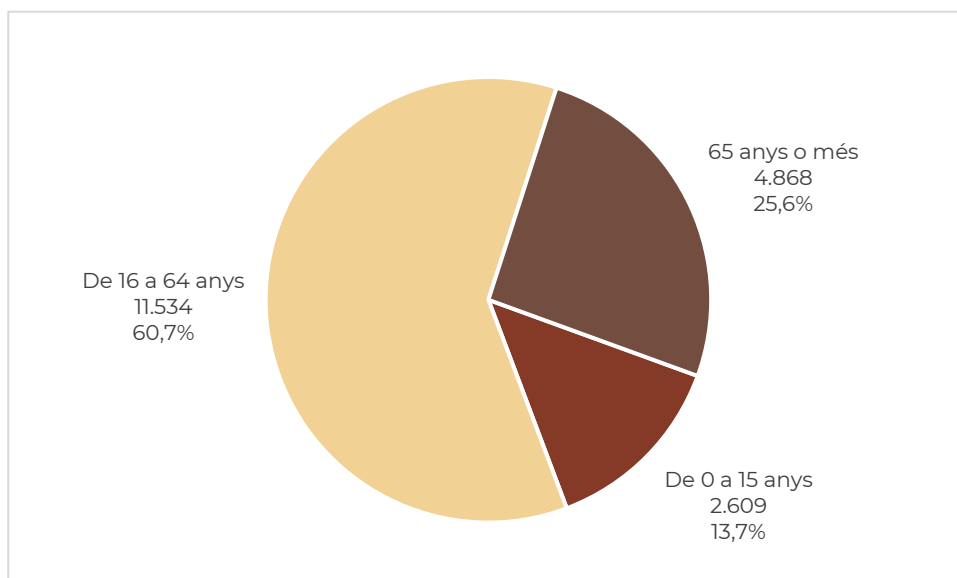


Font. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT.

Per **grans grups d'edat**, el 60,7% pertany al grup d'entre 16 a 64 anys; aquest és el grup de persones en edat de treballar. Tot seguit, hi ha les persones de 65 anys o més, que representen el 25,6% de la població de les Garrigues i finalment els joves de 0 a 15 anys, que representen el 13,7% dels habitants de la comarca. Aquesta estructura de la població indica que estem davant d'una comarca força envellida amb un 25,6% de la població que té 65 anys o més, respecte al conjunt de Catalunya, que se situa entorn del 19,3%; juntament amb un grup de persones joves (13,7%) que es situa dos punts per sota de la mitjana catalana, que és del 15,5%.



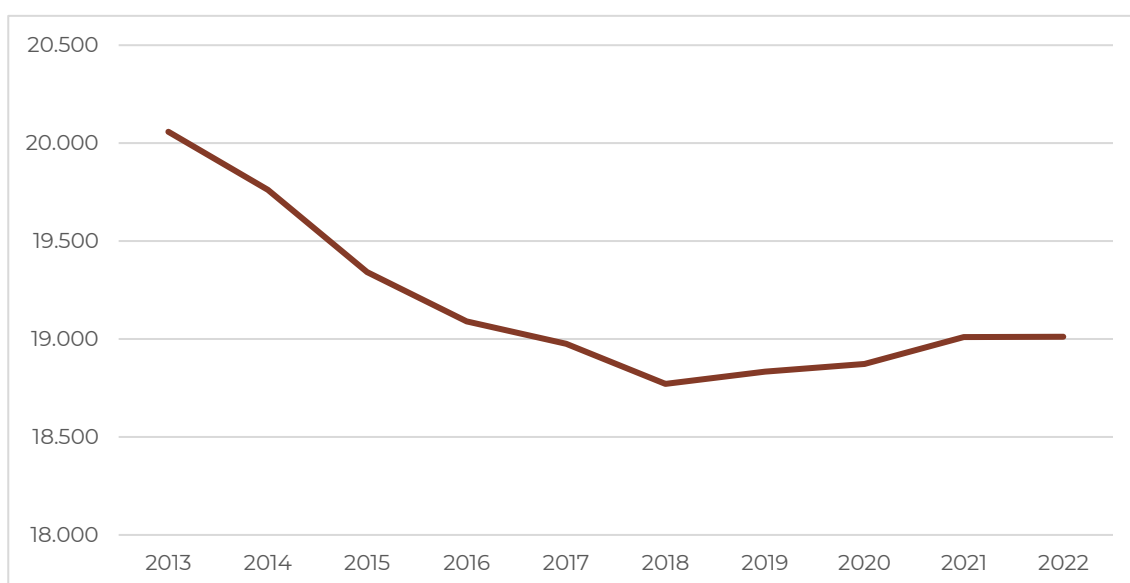
Gràfica 2. Població de les Garrigues per grans grups d'edat.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT.

Pel que fa a l'evolució de la població en els darrers 10 anys, en la següent gràfica s'observa com aquesta ha anat disminuint de manera continuada des de l'any 2013 i fins l'any 2018, quant la població de les Garrigues assoleix el mínim dels darrers anys. A partir d'aquest moment es produeix una lenta recuperació que sembla haver-se estancat l'any 2022. En termes generals les Garrigues ha perdut un 5,2% de població en els darrers 10 anys, el que significa que hi ha 1.047 persones menys a la comarca.

Gràfica 3. Evolució de la població de les Garrigues. 2013-2022.



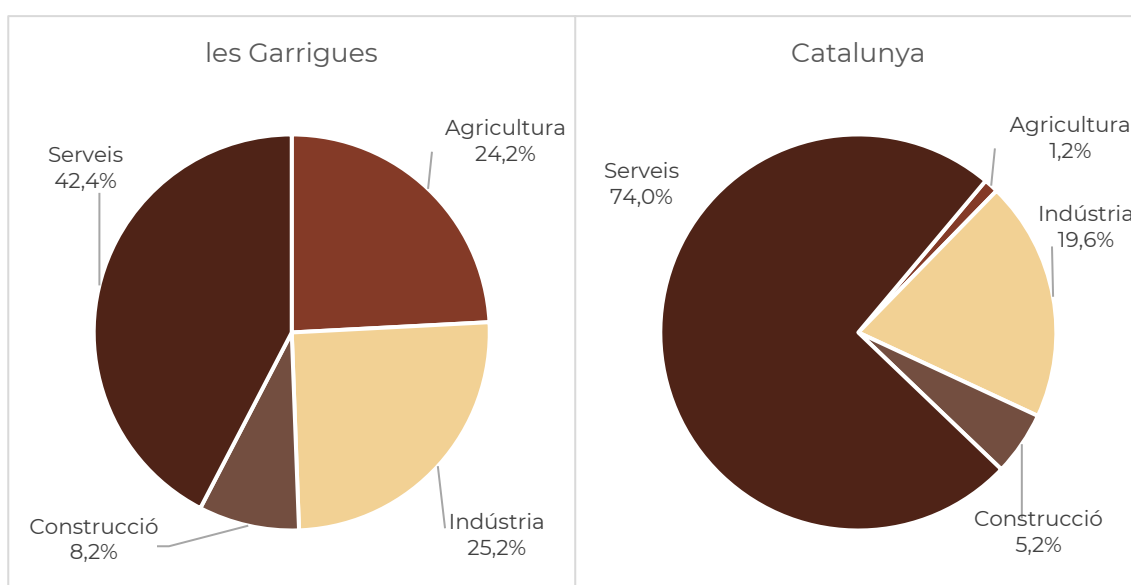
Font. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT.



4.1.2. Sectors econòmics

Pel que fa al pes de cada sector econòmic en el conjunt del VAB, com es pot observar en la següent gràfica, el sector serveis representa el 42,4% respecte el conjunt, la indústria el 25,2% i l'agricultura el 24,2%. En comparació amb les dades de Catalunya, a les Garrigues destaca el pes de l'agricultura, que és clarament superior al de Catalunya (tan sols l'1,2%), cosa que indica que l'agricultura és un sector econòmic fort a la comarca; i si bé el sector serveis és el més important en ambdós casos, a les Garrigues és clarament inferior respecte el de Catalunya (74,0%), fet que indica que la comarca de les Garrigues no està tan orientada als serveis.

Gràfica 4. Pes dels sectors econòmics en el conjunt del VAB. Any 2020 (p)¹



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT.

Un altre indicador a tenir en compte és la **renda familiar disponible bruta (RFDB)** que informa sobre el nivell d'ingressos dels habitants que resideixen en un territori determinat. L'índex de la RFDB de les Garrigues l'any 2020 és de 80,2 valor inferior al que presenta el conjunt de l'àmbit de Ponent (86,6) i la resta d'àmbits territorials de Catalunya, tal com indica en la següent taula. En miler d'euros, el valor de la RFDB de les Garrigues és de 14.100 euros, valor també inferior al que presenta l'àmbit de Ponent (15.200 euros) i la resta d'àmbits territorials de Catalunya, com es pot veure en la següent taula:

¹ Dades provisionals.



Taula 1. Renda familiar disponible bruta (RFDB) per habitant. Any 2020 (p)²

Àmbit geogràfic	RFDB milers d'€	RFDB per habitant	
		Milers d'€	Índex Catalunya = 100
Garrigues	267.865	14,1	80,2
Ponent	5.527.149	15,2	86,6
Metropolità	91.931.214	18,7	106,3
Comarques Gironines	11.651.932	15,5	88,1
Camp de Tarragona	8.116.659	15,2	86,7
Terres de l'Ebre	2.486.801	13,8	78,4
Ponent	5.527.149	15,2	86,6
Comarques Centrals	6.830.892	16,9	96
Alt Pirineu i Aran	1.073.447	14,7	83,8
Penedès	8.087.634	16,4	93,3
Catalunya	135.705.727	17,6	100

Font. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT.

La darrera magnitud que s'analitza en aquest apartat és el **producte interior brut (PIB)**, que informa sobre el valor afegit que es genera en un territori. El PIB de les Garrigues és de 434,6 milions d'euros, és a dir, la comarca genera el 0,19% del PIB català. Quant al PIB per habitant, l'índex de les Garrigues és de 78,4, inferior a l'índex que presenta el conjunt de Ponent (95,5) i la resta d'àmbits territorials de Catalunya, com s'indica en la següent taula.

Taula 2. Producte interior brut (PIB) per habitant. Any 2020³.

Àmbit geogràfic	PIB milions d'€	PIB per habitant	
		Milers d'€	Índex Catalunya = 100
Garrigues	434,6	22,8	78,4
Ponent	10.106,8	27,8	95,5
Metropolità	155.596,9	31,6	108,5
Comarques Gironines	19.197,4	25,5	87,5
Camp de Tarragona	13.778,3	25,8	88,7
Terres de l'Ebre	4.039,2	22,4	76,8
Comarques Centrals	10.505,6	25,9	89,1
Alt Pirineu i Aran	1.701,5	23,3	80,1
Penedès	10.129,8	20,5	70,5
Catalunya	225.055,5	29,1	100

Font. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT.

² Dades provisionals.

³ Dades provisionals.

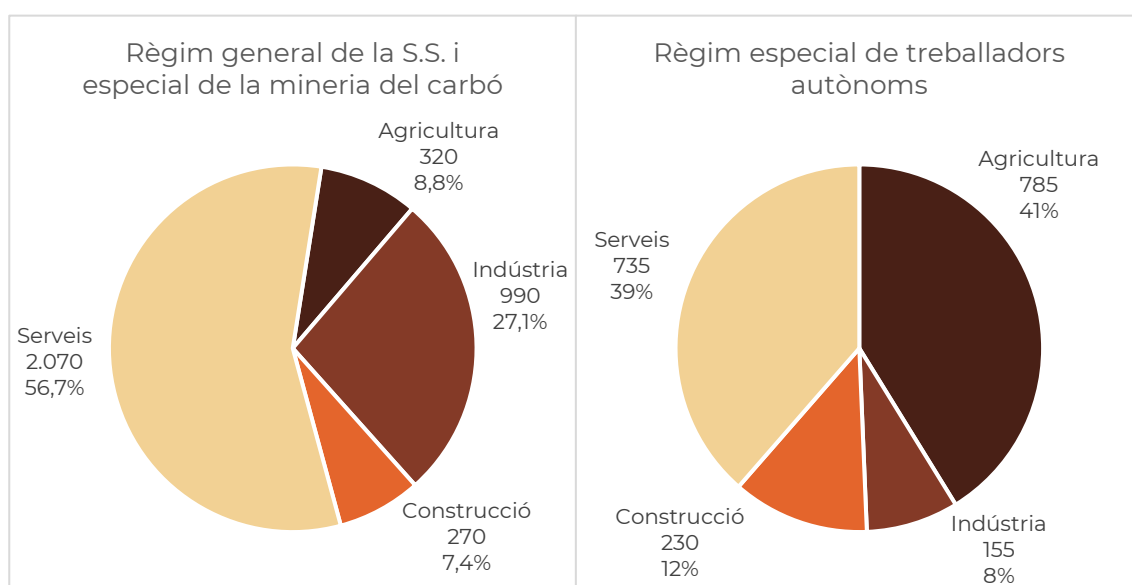


4.1.3. Mercat de treball

Pel que fa a les dades d'ocupació assalariada i autònoma, com es pot observar en la següent gràfica, la major part de les ocupacions ho són en el sector serveis (50,5% de les afiliacions al règim general de la seguretat social i al règim especial de treballadors autònoms), seguit del 20,6% al sector indústria i el 19,9% al sector agricultura. El 9,0% són ocupacions en la construcció.

En aquest sentit, l'11,8% de les ocupacions (400 persones del règim general i 255 del règim especial de treballadors autònoms) ho són de la secció d'activitat econòmica *Comerç a l'engròs i al detall; reparació de vehicles de motor i motocicletes*.

Gràfica 5. Nombre d'afiliacions per sector d'activitat econòmica. Juny 2023⁴.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT.

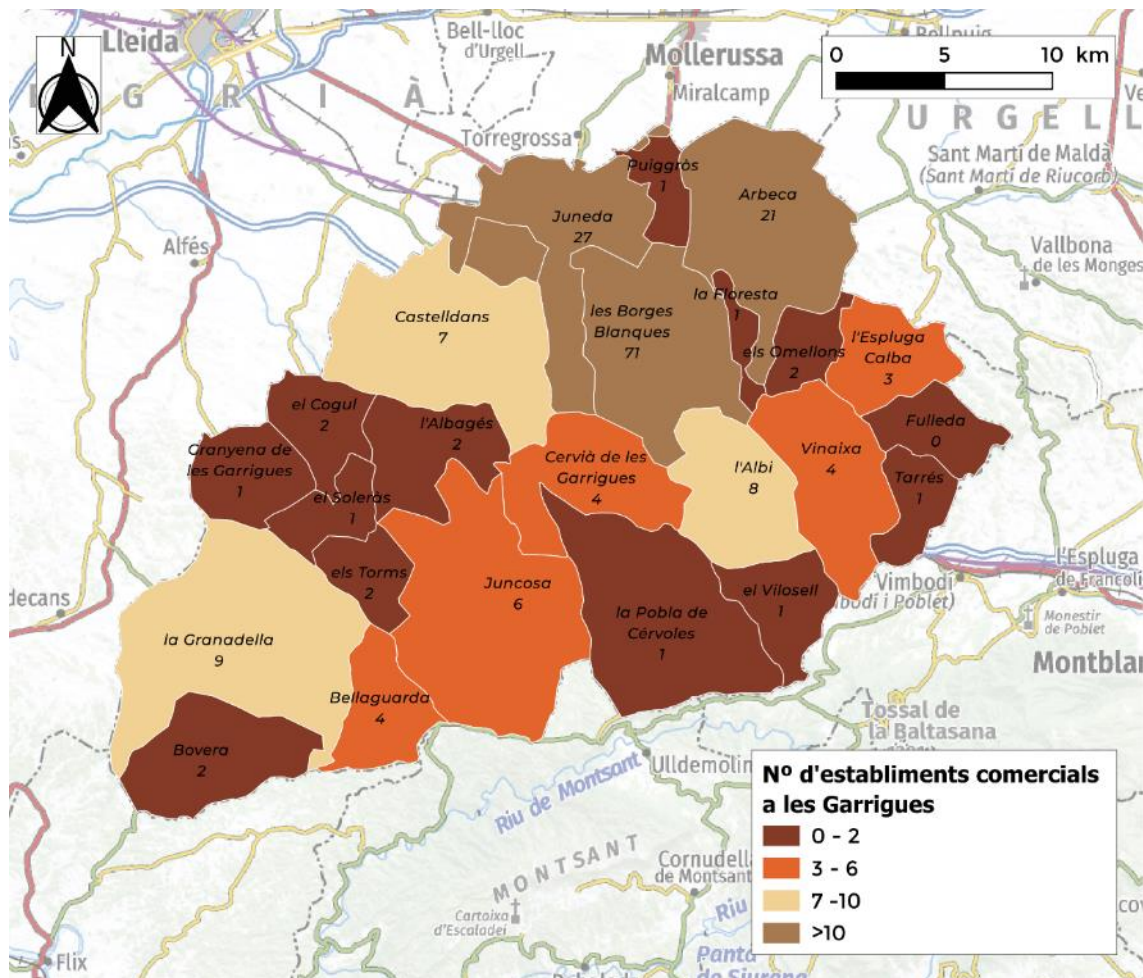
4.2. Perfil d'establiments

Segons les dades del *Cens d'Establiments Comercials de Catalunya*, l'any 2021 a les Garrigues hi havia 181 comerços. La distribució geogràfica d'aquests comerços es mostra al següent mapa.

⁴ Dades provisionals.



Mapa 1. Distribució dels establiments comercials a les Garrigues (2021)



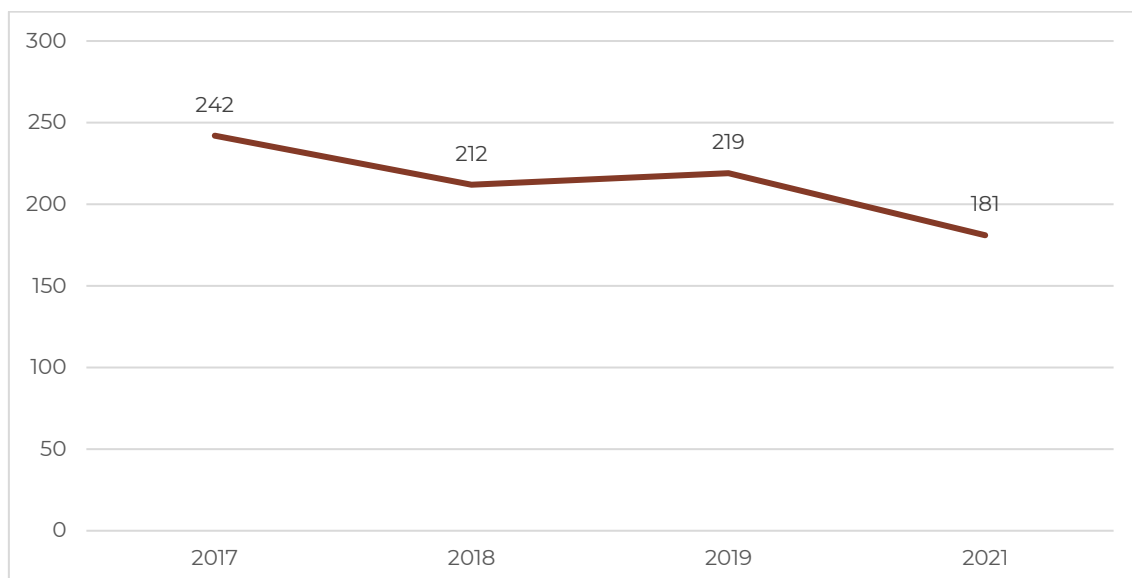
Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del Cens d'Establiments Comercials de Catalunya.

Pel que fa a l'evolució dels comerços a les Garrigues, des de l'any 2017 el nombre d'establiments comercials a la comarca han disminuït un 25,2%, el que significa que hi ha 61 comerços menys a les Garrigues.

Com es pot observar en la següent gràfica, el nombre de comerços ha anat disminuint any rere any, excepte l'any 2019 que augmenta respecte l'any anterior. Malgrat això, l'any 2021 s'observa una disminució del 17,4% en el nombre de comerços respecte l'any 2019 (no es disposa de dades de l'any 2020). De ben segur, es pot atribuir aquest fet als efectes de la pandèmia de la Covid-19 sobre el conjunt de l'economia.



Gràfica 6. Evolució del nombre d'establiments comercials a les Garrigues.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del Cens d'establiments Comercials de Catalunya.

Un dels indicadors que serveix per mesurar la concentració d'activitat comercial en un territori és l'índex de dotació comercial (IDC), que mesura el nombre de comerços per cada 100 habitants. Així, com es pot observar en la següent taula, la dotació comercial a la comarca de les Garrigues és de 0,95, és a dir, 0,95 comerços per cada 100, valor que es troba per sota del que presenta l'àmbit de Ponent (1,16), així com per sota del valor del conjunt de Catalunya (1,19). Pel que fa als municipis de les Garrigues:

- només el 20,8% dels pobles presenten un IDC superior a la mitjana catalana. Aquests són la Granadella (1,28), Bellaguarda (1,37), els Torms (1,38), el Cogul (1,40) i Juncosa (1,51).
- El 16,7% dels municipis tenen un IDC que es situa entre la mitjana catalana (1,19) i la mitjana comarcal (0,95). Aquests són Arbeca (0,98), els Omellons (0,99), l'Albi (1,07) i les Borges Blanques (1,15).
- Tarrés presenta un IDC igual que la mitjana comarcal (0,95).
- Quasi 6 de cada 10 pobles de les Garrigues tenen un IDC inferior a la mitjana de comarca. Aquests municipis són Fulleda (no té cap comerç), el Soleràs (0,30), Puiggròs (0,38), la Pobla de Cérvoles (0,51), el Vilosell (0,52), l'Albagés (0,56), Cervià de les Garrigues (0,60), Granyena de les Garrigues (0,65), la Floresta (0,69), Juneda (0,76), Bovera (0,77), Castellldans (0,78), Vinaixa (0,86) i l'Espluga Calba (0,91).



Taula 3. Índex de dotació comercial (IDC). Any 2021.

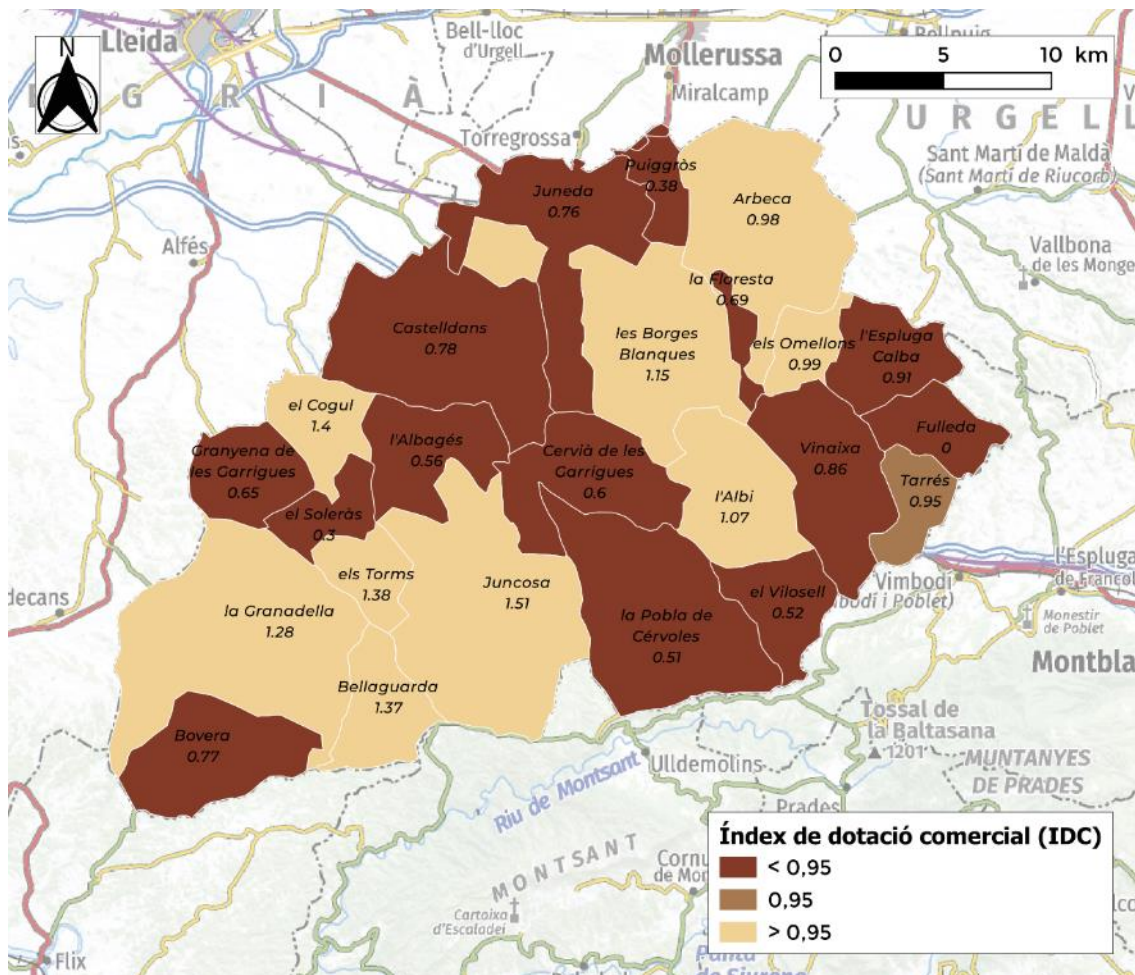
Municipi	Població	Establiments	IDC
Fulleda	101	0	0,00
el Soleràs	337	1	0,30
Puiggròs	265	1	0,38
la Pobla de Cérvoles	198	1	0,51
el Vilosell	192	1	0,52
l'Albagés	357	2	0,56
Cervià de les Garrigues	665	4	0,60
Granyena de les Garrigues	154	1	0,65
la Floresta	145	1	0,69
Juneda	3.569	27	0,76
Bovera	261	2	0,77
Castelldans	900	7	0,78
Vinaixa	464	4	0,86
l'Espluga Calba	328	3	0,91
Tarrés	105	1	0,95
Arbeca	2.141	21	0,98
els Omellons	202	2	0,99
l'Albi	749	8	1,07
les Borges Blanques	6.195	71	1,15
la Granadella	705	9	1,28
Bellaguarda	292	4	1,37
els Torms	145	2	1,38
el Cogul	143	2	1,40
Juncosa	397	6	1,51
les Garrigues	19.010	181	0,95
Ponent	367.245	4.242	1,16
Catalunya	7.763.362	92.552	1,19

Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del Cens d'establiments Comercials de Catalunya.



En el següent mapa es pot observar la distribució territorial dels IDC dels municipis de les Garrigues.

Mapa 2. Índex de dotació comercial (IDC) dels municipis de les Garrigues. Any 2021.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del Cens d'establiments Comercials de Catalunya.

Dels 181 establiments comercials que hi ha a les Garrigues, 87 són establiments del sector quotidià alimentari, el que significa el 48,1% del total d'establiments comercials de la comarca. El sector quotidià alimentari inclou les activitats que es mostren en la següent taula:

Taula 4. Activitats del sector quotidià alimentari.

Activitats del sector quotidià alimentari	Codi IAE
Comerç al detall d'articles per a fumador	1-6468
Comerç al detall d'ous, d'aviram, de conills de granja, etc.	1-6425
Comerç al detall de bacallà i salaó	1-6432
Comerç al detall de bombons i caramels	1-6445
Comerç al detall de carns i menuts, d'ous, de caça, etc.	1-6421
Comerç al detall de expenedories complementàries	1-6463
Comerç al detall de fruites i verdures	1-641

DISSENY D'UN MODEL ESTRATÈGIC DE SUPORT AL PETIT COMERÇ ALIMENTARI DE LES GARRIGUES



Comerç al detall de gelats	1-6444
Comerç al detall de masses fregides	1-6446
Comerç al detall de pa, pastissos, prod.confiteria i làctics	1-6441
Comerç al detall de peix i altres prod. de pesca i aqüicult.	1-6431
Comerç al detall de plantes i herbes en herbolaris	1-6524
Comerç al detall de productes alimentaris en 120-399 m2	1-6473
Comerç al detall de productes alimentaris en menys de 120 m2	1-6472
Comerç al detall de productes alimentaris i begudes	1-6471
Comerç al detall de productes alimentaris superiors a 400 m2	1-6474
Comerç al detall de productes de pastisseria i pastes	1-6443
Comerç al detall de tabac en màquines automàtiques	1-6465
Comerç al detall de tabac en venda amb recàrrec	1-6464
Comerç al detall de tabac en venda no estancada	1-6466
Comerç al detall de tabacs en expenedoria	1-6461
Comerç al detall de vins i begudes	1-645
Comerç al detall en carnisseries	1-6424
Comerç al detall en depend. de venda de carnisseries-salsit.	1-6423
Comerç al detall en depend. de venda de carnisseries-xarcut.	1-6422
Comerç al detall en triperies de vísceres i menuts, etc.	1-6426
Despatxos de pa, pa especial i pastes	1-6442
Productes alimentaris i begudes de màquines	1-6475

Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del Cens d'Establiments Comercials de Catalunya.

Si bé existeix el Cens d'Establiments Comercials de Catalunya, aquest cens no ofereix dades dels comerços segmentades per sectors i municipi si el recompte és inferior a 4 establiments per preservar el secret estadístic. Tenint en compte la baixa densitat comercial als municipis de les Garrigues i que en molts d'ells hi ha menys de 4 comerços, per a l'objecte d'aquesta diagnosi no és útil aquest cens ja que no es pot saber el nombre d'establiments del sector quotidià alimentari que hi ha a cada municipi de la comarca. Per aquest motiu, per aquesta diagnosi s'ha fet servir un **cens d'establiments comercials d'alimentació propi**, elaborat per la tècnica del Projecte Innovador i Experimental "*Noves oportunitats sostenibles i digitals per generar activitat econòmica i ocupació a les Garrigues*" del Consell Comarcal de les Garrigues. Catalunya.

Per fer aquest cens propi, s'ha partit d'un llistat inicial de tots els establiments comercials alimentaris existents a la comarca de les Garrigues. D'aquesta primera llista s'han obtingut un total de 104 comerços alimentaris, dels quals s'han descartat un total de 21 comerços corresponents a supermercats, franquícies o cadenes alimentàries, que són tipologies de comerç alimentari que no són objecte d'aquesta diagnosi. Aplicant aquest criteri, el cens resultant de petit comerç alimentari de les Garrigues recull un total de **83 petits comerços alimentaris**, que són **la mostra objecte d'aquesta diagnosi**.

En la següent taula es presenta la distribució per municipis del total de comerços alimentaris i dels petits comerços alimentaris de les Garrigues que són objecte

DISSENY D'UN MODEL ESTRATÈGIC DE SUPORT AL PETIT COMERÇ ALIMENTARI DE LES GARRIGUES



d'aquesta diagnosi. Així, es pot veure que en més de la meitat dels municipis de la comarca (el 58,3% dels municipis (14)), el petit comerç alimentari és l'única opció de què disposa la població local per anar a comprar el productes d'alimentació. En canvi, a la Floresta l'únic comerç alimentari que hi ha és una franquícia o un supermercat.

Taula 5. Distribució dels comerços alimentaris a les Garrigues.

Municipi	Total de comerços alimentaris a les Garrigues	Petits comerços alimentaris a les Garrigues objecte de la diagnosi	Diferència
l'Albagés	2	2	0
l'Albi	5	4	1
Arbeca	15	12	3
Bellaguarda	3	3	0
les Borges Blanques	28	19	9
Bovera	2	2	0
Castelldans	4	4	0
Cervià de les Garrigues	5	4	1
el Cogul	2	2	0
l'Espluga Calba	1	1	0
la Floresta	1	0	1
Fulleda	0	0	0
la Granadella	8	7	1
Granyena de les Garrigues	2	2	0
Juncosa	4	3	1
Juneda	10	7	3
els Omellons	1	1	0
la Pobla de Cérvoles	2	1	1
Puiggròs	1	1	0
el Soleràs	2	2	0
Tarrés	1	1	0
els Torms	1	1	0
el Vilosell	2	2	0
Vinaixa	2	2	0
Total comerços	104	83	21

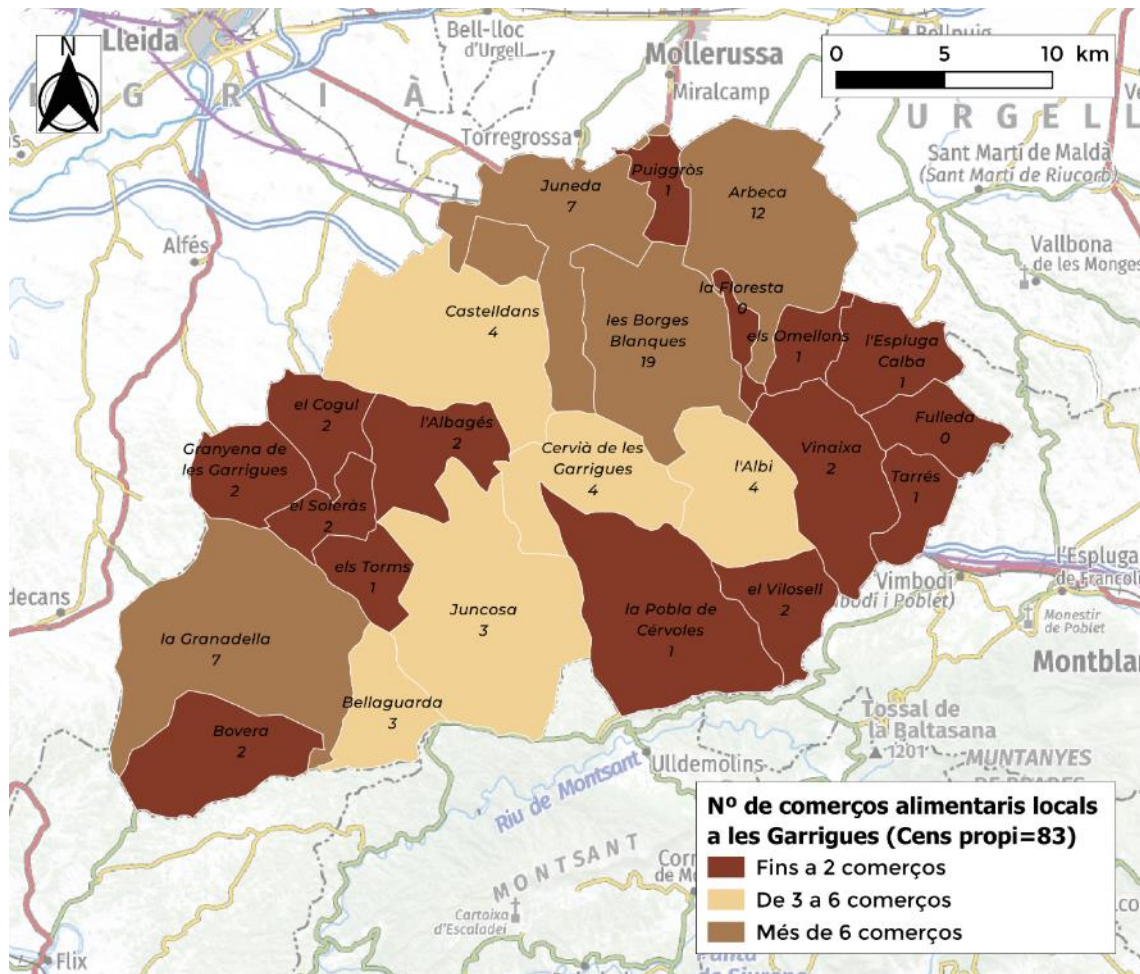
Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del cens propi.



4.3. Distribució geogràfica

Referent a la distribució geogràfica dels establiments, com s'ha comentat en l'apartat anterior, només es tenen en compte els petits comerços alimentaris locals, motiu pel qual, el cens definitiu és de 83 establiments que es troben repartits per tota la comarca com es mostra al següent mapa.

Mapa 3. Distribució del petit comerç alimentari local a les Garrigues.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del cens inicial propi. (Cens propi=83 establiments).

Així, tal i com es pot veure al mapa:

- A Fulleda no hi ha cap comerç i a la Floresta l'únic comerç existent és del tipus supermercat/franquícia.
- hi ha 13 municipis, el 54,2% de pobles de les Garrigues, que tenen fins a 2 comerços, que són l'Espluga Calba, els Omellons, la Pobla de Cérvoles, Puiggròs, Tarrés, els Torms, l'Albagés, Bovera, el Cogul, Granyena de les Garrigues, el Soleràs, el Vilosell i Vinaixa.



- hi ha 5 municipis, el 20,8% de pobles de les Garrigues, que tenen entre 3 i 6 comerços, que són Bellaguarda, Juncosa, l'Albi, Castelldans i Cervià de les Garrigues.
- i hi ha 4 municipis, el 16,7% de pobles de les Garrigues, que tenen més de 6 comerços, que són la Granadella, Juneda, Arbeca i les Borges Blanques.

Taula 6. Distribució del petit comerç alimentari local als municipis de les Garrigues i població.

Tipus	Municipi	Nº comerços	Població
Fins a 2 comerços	la Floresta	0	154
	Fulleda	0	98
	l'Espluga Calba	1	331
	els Omellons	1	198
	la Pobla de Cérvoles	1	209
	Puiggròs	1	257
	Tarrés	1	105
	els Torms	1	149
	l'Albagés	2	348
	Bovera	2	263
	el Cogul	2	151
	Granyena de les Garrigues	2	147
	el Soleràs	2	330
	el Vilosell	2	195
	Vinaixa	2	465
Entre 3 i 6 comerços	Bellaguarda	3	288
	Juncosa	3	401
	l'Albi	4	755
	Castelldans	4	895
	Cervià de les Garrigues	4	642
Més de 6 comerços	la Granadella	7	724
	Juneda	7	3.558
	Arbeca	12	2.100
	les Borges Blanques	19	6.248
Total		83	19.011

Font. Elaboració pròpia a partir de les dades de l'IDESCAT i del cens propi.

A continuació es mostren els nombre de petits comerços d'alimentació que hi ha a la comarca de les Garrigues per tipologia de producte i municipi. Així, tal i com es pot observar en la taula:














- la tipologia de productes més present als comerços de les Garrigues són els queviures, que es poden trobar al 45,8% dels comerços del cens propi. Tot seguit, els productes de fleca es poden trobar al 43,4% dels establiments i les verdures i fruites fresques al 34,9% dels negocis. En canvi, si es té en



compte la variable municipi, els productes de fleca es poden trobar al 83,3% dels municipis, seguit dels queviures al 79,2% i els productes congelats al 70,8% dels pobles.


- Per contra, la tipologia de productes menys present als comerços de les Garrigues són els productes de rostiteria (pollastre i/o conill a l'ast), que es poden trobar només al 6,0% dels comerços del cens propi. A continuació, el peix fresc es pot trobar al 7,2% dels establiments i els menjars preparats casolans al 9,6% dels negocis. Ara bé, si es té en compte la variable municipi, els productes de rostiteria (pollastre i/o conill a l'ast) i els menjars preparats casolans només es poden trobar al 20,8% dels municipis i els peix fresc al 25,0% dels pobles.

Taula 7. Nombre de comerços d'alimentació per tipologia de productes i municipis.

														Altres
l'Albagés	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1
l'Albi	1	1	2	0	2	0	1	1	1	2	0	0	1	0
Arbeca	3	2	3	0	3	1	0	1	1	4	3	1	2	2
Bellaguarda	2	1	2	2	2	3	0	0	3	2	0	0	3	1
les Borges Blanques	9	3	5	0	2	2	1	1	7	8	2	1	2	5
Bovera	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Castelldans	3	2	1	2	2	2	0	0	2	4	0	0	2	0
Cervià de les Garrigues	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1
el Cogul	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1
l'Espluga Calba	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0
la Floresta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fulleda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
la Granadella	2	2	2	0	2	0	0	1	2	3	0	0	4	2
Granyena de les Garrigues	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0
Juncosa	1	1	2	1	2	1	0	0	2	2	0	0	2	0
Juneda	3	2	1	0	2	1	0	1	3	2	1	1	3	1
els Omellons	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0
la Pobla de Cérvoles	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Puiggròs	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0
el Soleràs	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Tarrés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
els Torms	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0
el Vilosell	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0
Vinaixa	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0
Total establiments	36	20	23	10	25	14	4	6	29	38	8	5	28	16
% comerços	43,4%	24,1%	27,7%	12,0%	30,1%	16,9%	4,8%	7,2%	34,9%	45,8%	9,6%	6,0%	33,7%	19,3%
% municipis	83,3%	58,3%	54,4%	33,3%	66,7%	41,7%	16,7%	25,0%	66,7%	79,2%	20,8%	20,8%	70,8%	41,7%



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del cens inicial propi. (Cens propi=83 establiments).

	Fleca		Pastisseria		Carnisseria (al tall)		Carnisseria (carn envasada)		Xarcuteria-cansaladeria (al tall)
	Xarcuteria-cansaladeria (envasada)		Llegums cuits a granel		Peix fresc		Verdura i fruita fresca		Queviures
	Menjars preparats		Productes de rostitoria (pollastre i/o conill a l'ast)				Productes congelats		

4.4. Mapa d'actors

En aquest apartat es mostra un mapa dels principals actors que intervenen en l'àmbit del comerç al territori.

Taula 8. Principals actors de l'àmbit del comerç a les Garrigues.

Administració pública	Fundacions, entitats, consorcis i sector privat
<p>LOCAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Ajuntaments de les Garrigues <p>SUPRALOCAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Comunitat de Municipis de les Garrigues Altes <p>COMARCAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Consell Comarcal de les Garrigues CEI Borges Blanques <p>PROVINCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Diputació de Lleida <p>CATALANA</p> <ul style="list-style-type: none"> CCAM (Consorti de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya) 	<p>LOCAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Agrupació de comerciants de les Borges Blanques Associació de botiguers, empresaris i comerciants d'Arbeca- inactiva, però amb interès des de l'ajuntament per reactivar-la- <p>GREMIALS/SECTORIALS</p> <ul style="list-style-type: none"> Gremi de forners de les Terres de Lleida Gremi de pastisseria de Lleida Gremi d'Artesans Cansaladers Xarcuters de les comarques de Lleida DOP Les Garrigues Xarxa d'Olivicultors-Oleicultors de Catalunya (XOOC) Cooperatives agrícoles de les Garrigues <p>PROVINCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> Cambra de Comerç de Lleida Cooperativa Forn Les Garrigues Mengem Ponent PIMEC Lleida Ponent Coopera- Ateneu Cooperatiu de les Terres de Lleida

Font. Elaboració pròpia.

DISSENY D'UN MODEL ESTRATÈGIC DE SUPORT AL PETIT COMERÇ ALIMENTARI DE LES GARRIGUES



4.5. Diagnosi del petit comerç alimentari als municipis de les Garrigues i dels hàbits de compra de la població local.

En aquest apartat del document es presenta l'anàlisi de les dades obtingudes a partir de les enquestes realitzades, d'una banda, al teixit comercial alimentari de les Garrigues i de l'altra, a la població local pel que fa als seus hàbits de compra. Finalment es fa una valoració final de la diagnosi.



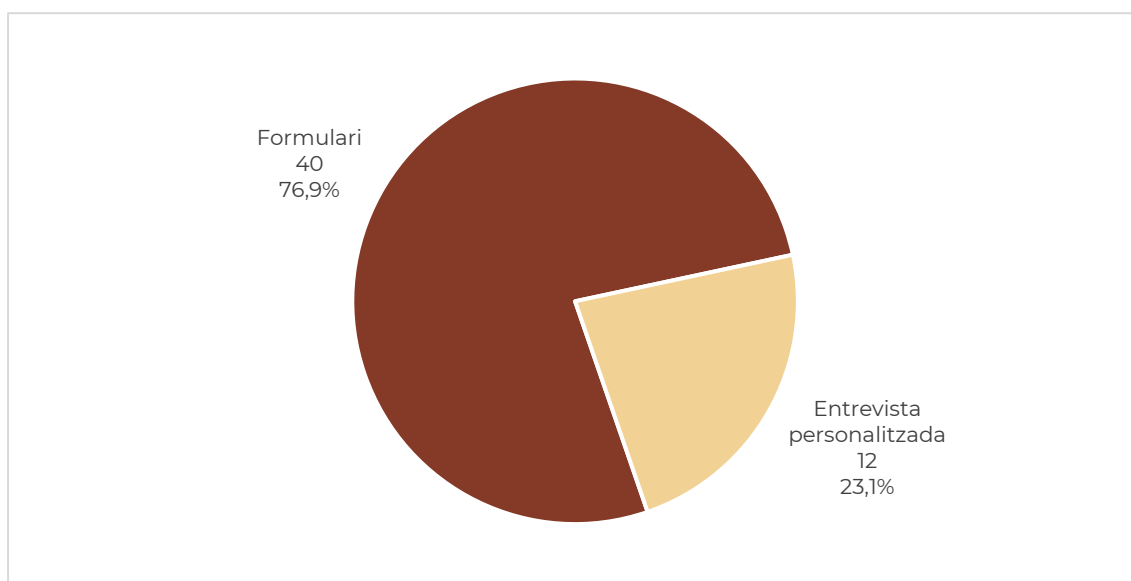
4.5.1. Enquesta al petit comerç alimentari dels pobles de les Garrigues

4.5.1.1. Dades bàsiques de l'activitat comercial

En aquest apartat es fa una caracterització dels comerços a partir de la informació recollida per mitjà de les 52 enquestes realitzades, de les quals 40 s'han rebut com a resposta al correu electrònic enviat i 12 s'han realitzat a través d'una entrevista personalitzada, tal i com es recull a la metodologia. Això vol dir que el 62,7% dels comerços del cens propi han contestat l'enquesta.



Gràfica 7. Tipus d'enquesta realitzada als petits comerços alimentaris locals de les Garrigues.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52)

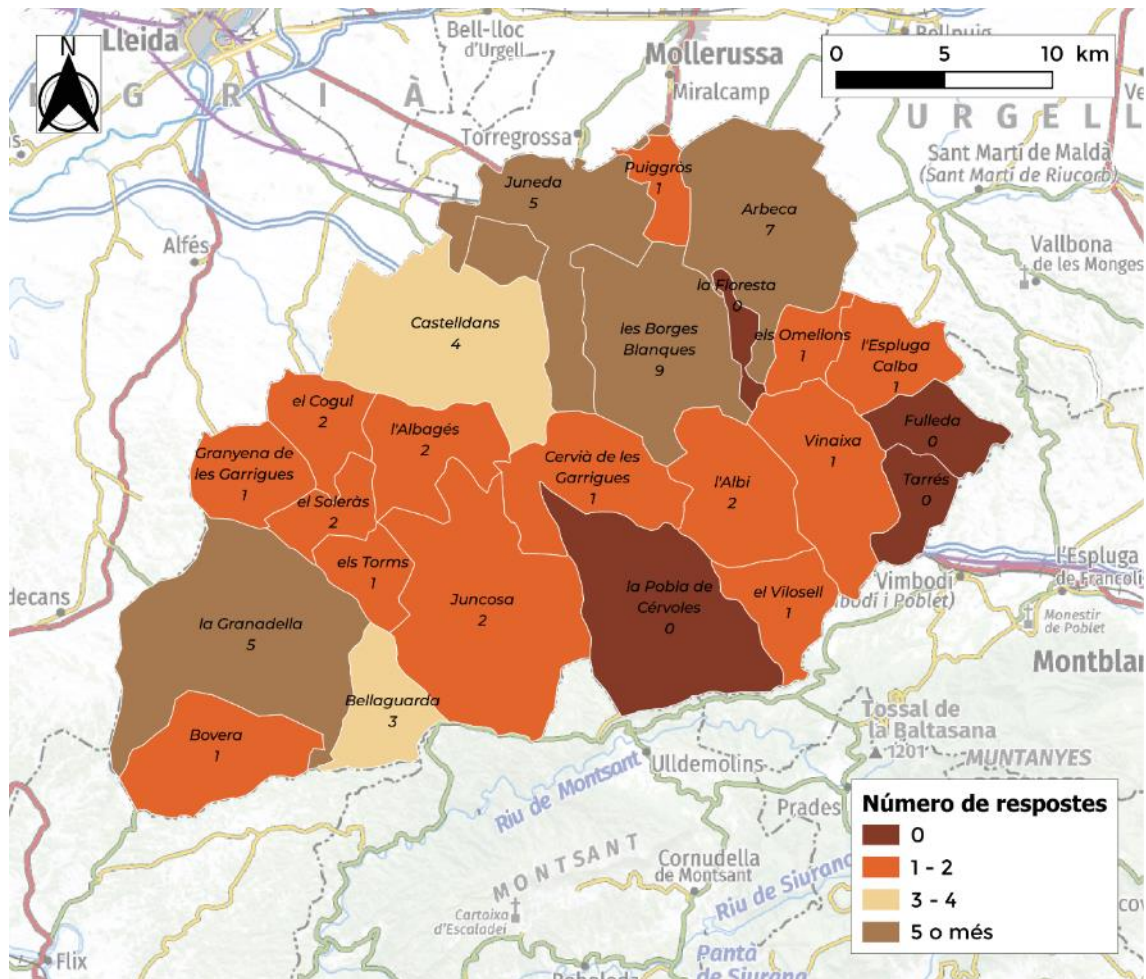
Sobre la **distribució territorial** dels 52 comerços del cens propi que han contestat l'enquesta, dels 24 municipis que formen part de la comarca de les Garrigues, han participat negocis de 20 municipis de la comarca: l'Albagés, l'Albi, Arbeca, Bellaguarda, les Borges Blanques, Bovera, Castellldans, Cervià de les Garrigues, el Cogul, l'Espluga Calba, la Granadella, Granyena de les Garrigues, Juncosa, Juneda, els Omellons, Puiggròs, el Soleràs, els Torms, el Vilosell i Vinaixa. Dels altres 4 municipis de la comarca, a Fullella no hi ha cap comerç en el moment de la realització d'aquesta diagnosi, i no s'ha rebut resposta de cap negoci dels municipis de la Floresta, la Pobla de Cérvoles i Tarrés.

Pel que fa a la representació territorial de les respostes, del 83,3% dels municipis de les Garrigues s'ha rebut resposta de l'enquesta, amb la següent distribució, tal i com es mostra al següent mapa:

- de més de la meitat dels municipis, un 58,3%, s'han obtingut entre 1 i 2 respostes de comerços,
- d'un 8,3% del pobles s'han obtingut entre 3 i 4 respostes,
- del 16,7% dels municipis s'han obtingut 5 o més respostes,
- del 8,3% del pobles no s'ha obtingut cap resposta,
- a Fullella i la Floresta (8,3%) no hi ha cap establiment comercial entès com a petit comerç.



Mapa 4. Localització de les respostes i número de respostes aconseguides per municipi.



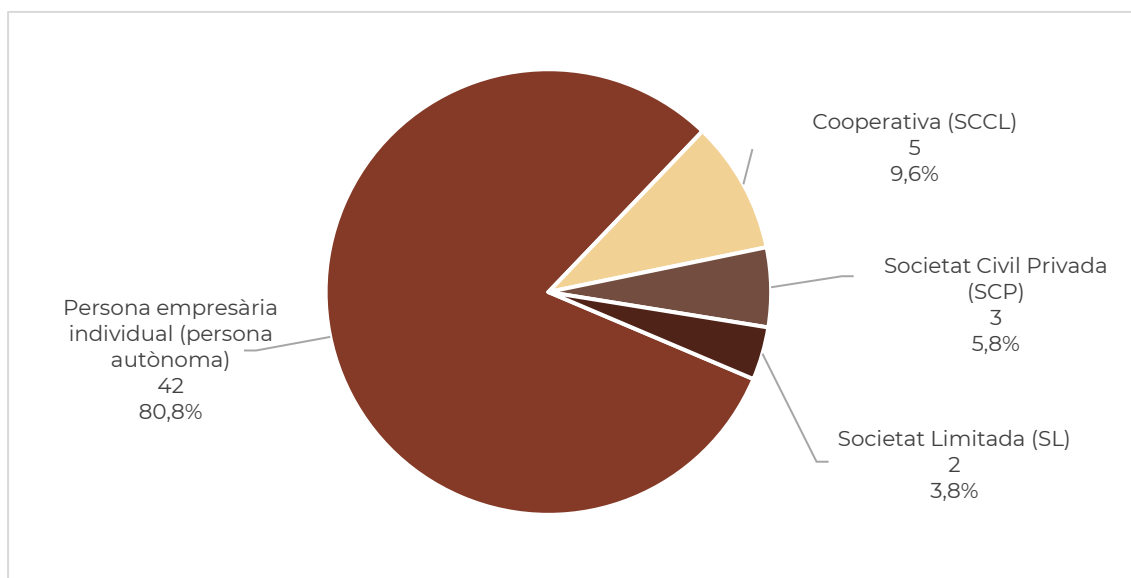
Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52)

PI. Forma jurídica de l'establiment.

Quant a la forma jurídica dels comerços que han contestat l'enquesta/entrevista, la majoria de negocis són persones empresàries individuals o autònomes (80,8%), seguit del 9,6% que són cooperatives, el 5,8% són societats civils privades i, finalment, el 3,8% són societats limitades.



Gràfica 8. Forma jurídica dels comerços que han contestat l'enquesta.



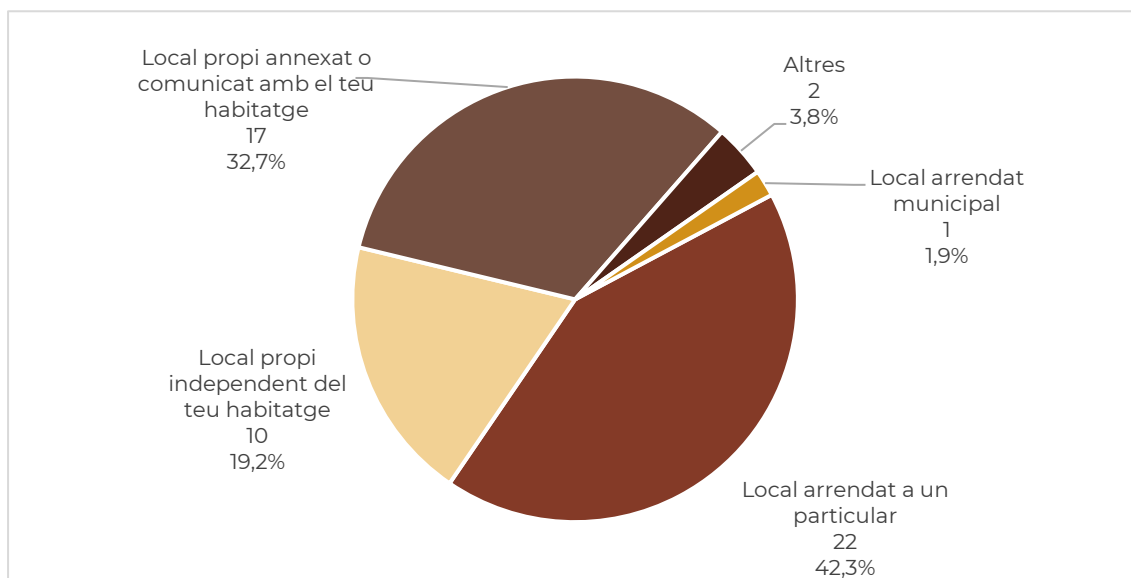
Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52)

P2. Tipus de local on s'ubica el comerç.

En referència al tipus de local on s'ubica el comerç, el 42,3% dels comerços són locals llogats a una persona particular o una empresa, com és el cas de dues botigues que tenen el local llogat a una cooperativa del seu municipi. Pel que fa als locals propis que es troben en el mateix edifici que un habitatge, un 32,7% dels locals són propis i es troben annexats o comunicats a l'habitatge (un dels enquestats apunta que s'accedeix a l'habitatge a través del local, però actualment està en desús, i una altra persona fa constar que el local està molt vinculat a diferents habitatges i independitzar-ho seria complicat per la comunicació directa d'aquests habitatges amb el comerç). El 9,2% són locals amb accés independent al de l'habitatge malgrat puguin estar comunicats. També es dona la casuística de comerços que s'ubiquen en locals propis del negoci, com és el cas de dues cooperatives (3,8%) i, finalment, hi ha un comerç el local del qual és arrendat de titularitat municipal (1,9%). Per últim, una de les persones enquestades comenta que en agafar el negoci va negociar amb la persona cedent no pagar en concepte de traspàs, només pel lloguer. En el cas del negoci ubicat en un local municipal, des del consistori s'assumeixen les despeses de subministraments, com l'aigua, llum, etc. i no es fa pagar en concepte de lloguer.



Gràfica 9. Tipus de local on s'ubica el comerç.

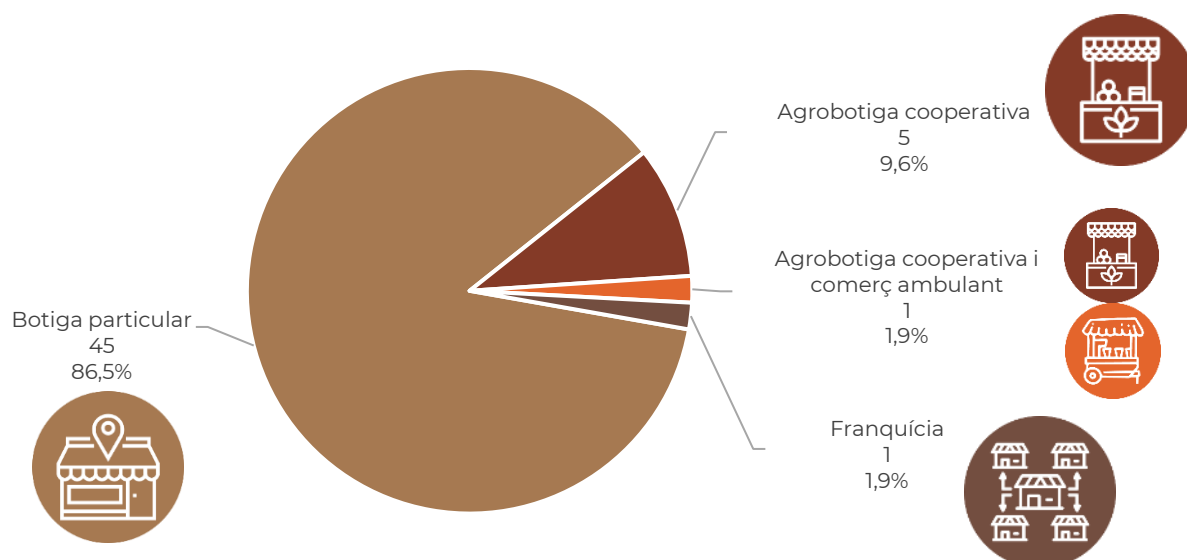


Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52)

P3. Tipologia de comerç.

En relació a la **tipologia de comerç**, un 86,5% del comerços enquestats són botigues particulars, seguit del 9,6% que són agrobotiga cooperativa i finalment, hi ha una agrobotiga cooperativa combinada amb comerç ambulant i una franquícia, en ambdós casos representen l'1,9% dels comerços enquestats, respectivament.

Gràfica 10. Tipologia de comerç.



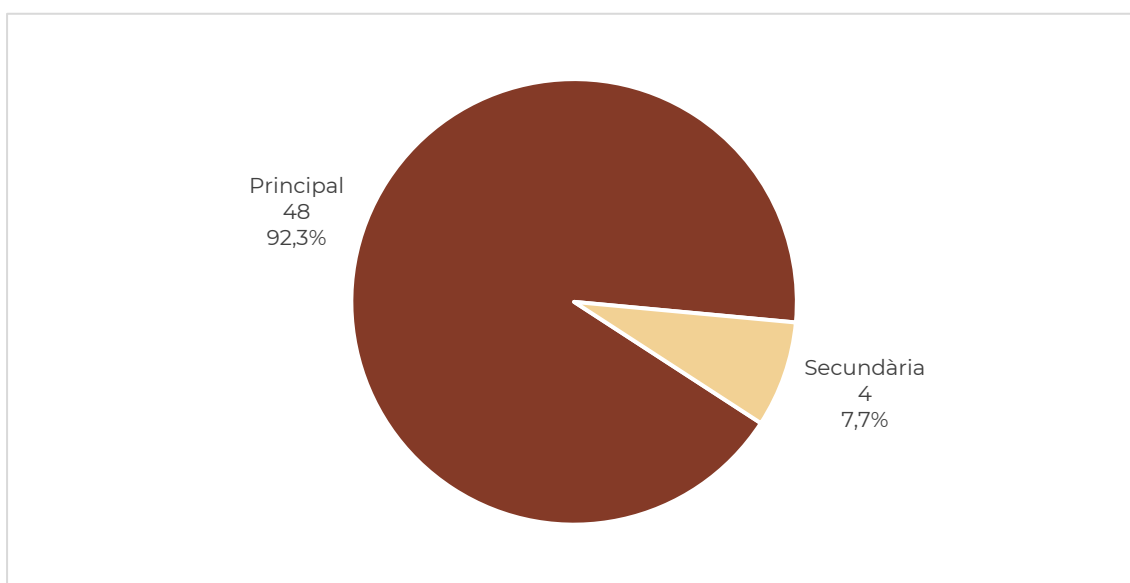
Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52)



P4. El comerç representa la teva font d'ingressos...

Quan es pregunta sobre si el negoci representa la principal font d'ingressos o bé és secundària, el 92,3% de les persones enquestades han contestat que és la seva font d'ingressos principal i pel 4,4% de les persones enquestades és una font d'ingressos complementària. Una persona per a la qual el negoci és la seva font d'ingressos principal apunta que aquesta és la única font d'ingressos d'una família de 4 membres; una altra afirma que el negoci és la font principal d'ingressos de 3 persones treballadores, malgrat la rendibilitat d'aquest és molt escassa i per a la persona titular del comerç és una font complementària.

Gràfica 11. Tipus de font d'ingressos que genera el comerç a la persona enquestada.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52)

P5. Tipologia de productes.

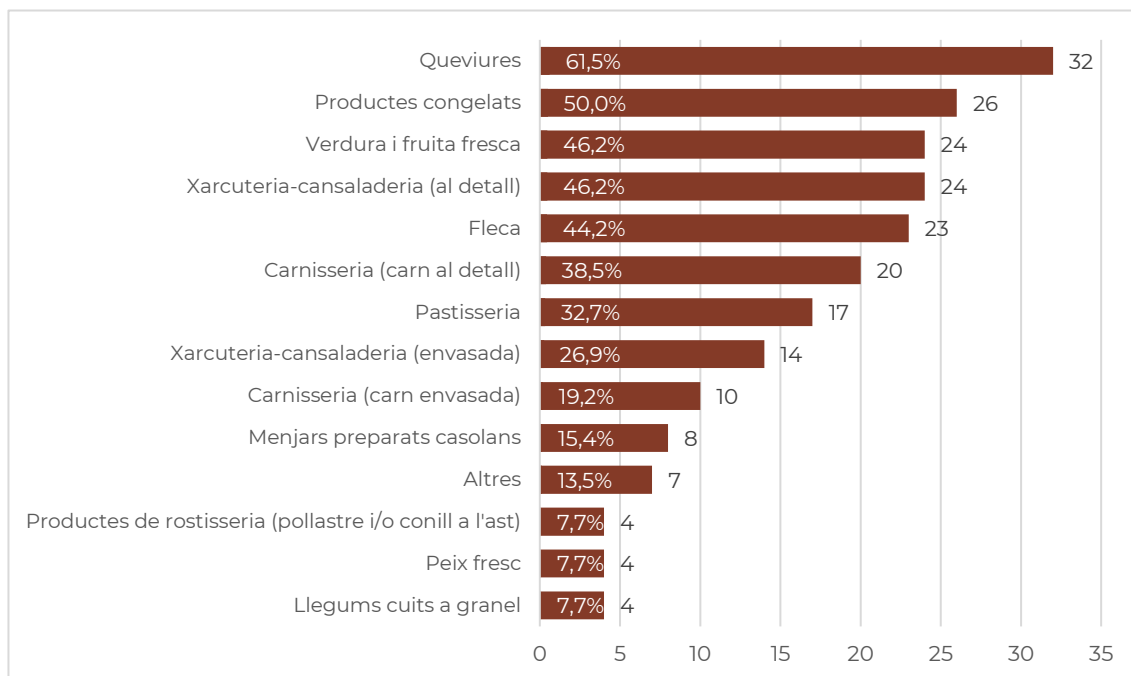
Pel que fa a la pregunta sobre la tipologia de productes que es venen en els comerços enquestats, tal i com es pot observar en la següent gràfica:

- la tipologia de productes més venudes són els queviures, 6 de cada 10 comerços que han contestat l'enquesta en venen. Tot seguit, els productes congelats es poden trobar al 50,0% dels comerços, la verdura i fruita fresca al 46,2%, els productes de xarcuteria i cansaladeria al detall al 46,2% i els productes de fleca al 44,2% dels comerços que han respost l'enquesta; totes elles tipologies de productes que es venen en més del 40,0% dels comerços de la comarca.
- Per contra, les tipologies de productes menys venudes als petits comerços locals de les Garrigues són els productes de rostisseria, com el pollastres i/o conills a l'ast, el peix fresc i els llegums cuits a granel, que es venen en el 7,7% dels comerços respectivament.
- Per últim, hi ha una tipologia de productes anomenada "Altres" que inclou aquells productes que no es troben en les altres tipologies. Inclou productes com l'oli, olives i productes derivats, ametlles, safrà, mel, patés, conserves,



begudes i brioixeria industrial. Un 13,5% dels negocis venen algun d'aquests productes.

Gràfica 12. Tipologia de productes disponibles en els comerços enquestats.
















Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta)

En la següent taula es pot observar la tipologia de productes que es pot trobar a cada municipi:


- Els productes que es poden trobar de manera més habitual als comerços de les Garrigues són els queviures, en un 75% dels municipis; els productes congelats, en el 70,8% i, finalment, els productes de xarcuteria i/o cansaladeria al detall, que es poden trobar en el 66,7% dels pobles.
- Per contra, els productes menys habituals són els llegums cuits a granel, el peix fresc i els productes de rostisseria (pollastre i/o conill a l'ast) que es poden trobar respectivament al 16,7% dels municipis de la comarca.



Taula 9. Tipologia de productes per municipis.

														
Albagés, l'	✓			✓					✓	✓			✓	✓
Albi, l'			✓		✓		✓	✓	✓	✓			✓	
Arbeca	✓	✓	✓		✓	✓		✓		✓	✓	✓	✓	
Bellaguarda	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓			✓	✓
Borges Blanques, les	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Bovera									✓					
Castelldans	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓			✓	
Cervià de les Garrigues	✓	✓												
Cogul, el			✓		✓		✓		✓	✓			✓	✓
Espluga Calba, l'	✓	✓		✓	✓	✓			✓	✓			✓	
Floresta, la														
Fulleda														
Granadella, la	✓	✓	✓		✓				✓	✓			✓	✓
Granyena de les Garrigues	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓			✓	
Juncosa	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓			✓	
Juneda	✓	✓	✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	
Omellons, els	✓		✓		✓		✓		✓	✓	✓	✓	✓	
Pobla de Cérvoles, la														
Puiggròs	✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓			✓	✓
Soleràs, el	✓	✓												✓
Tarrés														
Torms, els	✓	✓		✓	✓				✓	✓			✓	
Vilosell, el			✓		✓	✓			✓	✓			✓	
Vinaixa					✓				✓	✓			✓	

Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52).

	Fleca		Pastisseria		Carnisseria (al tall)		Carnisseria (carn envasada)		Xarcuteria-cansaladeria (al tall)
	Xarcuteria-cansaladeria (envasada)		Llegums cuits a granel		Peix fresc		Verdura i fruita fresca		Queviures
	Menjars preparats		Productes de rostitoria (pollastre i/o conill a l'ast)		Productes congelats				

A continuació es mostren alguns comentaris que complementen la resposta. Segons la tipologia de productes que venen:

- *Fleca*. Un comerç de les Borges Blanques puntualitza que es tracta d'una fleca on s'hi pot fer degustació del producte que s'hi ven, tipus cafeteria.



- *Pâtisserie*. Un establiment de Castellidans diu que els productes de pastisseria es venen prèvia comanda. I un negoci de Cervià de les Garrigues comenta que el seu producte estrella és el braç de gitano i se'n venen a diferents llocs de la comarca sota comanda.
- *Carnisseria (al tall)*. Un comerç de Bellaguarda apunta que disposa d'aquesta tipologia de producte dos cops per setmana. I un establiment del Vilosell, malgrat afirma vendre aquesta tipologia de producte, en ven molt poca quantitat.
- *Fruita, verdura i queviures*. Un negoci del Vilosell puntualitza que aquesta tipologia de producte és la que més ven, tot i tenir-ne d'altres a la botiga (carn i xarcuteria al detall, congelats, etc.).
- *Menjars preparats*. Un comerç d'Arbeca afirma que els menjar preparats que ven al seu comerç, tot i ser casolans, són envasats. I un establiment de les Borges Blanques tot i haver indicat que ven menjars preparats puntualitza que són poques especialitats.
- *Productes de rostisseria (pollastre i/o conill a l'ast)*. Un establiment de Puiggròs diu que els productes de rostisseria i menjars preparats són precuinats. A més, també fa alguns productes per complementar el negoci: pizzas, coques de recapte, productes de pastisseria, etc.
- *Congelats*. Un negoci del Vilosell diu que la venda ambulant de congelats al municipi li suposa una competència.

P6. Ens pots explicar el teu comerç en una sola frase?

Quan es demana que **s'expliqui el comerç en una sola frase**, han contestat la pregunta el 80,8% dels negocis, és a dir, 42 establiments.

Pel que fa a la resposta a la pregunta, a continuació es fa un recull textual de les descripcions que han fet els establiments algunes de les quals poden coincidir degut a que es tracta de comerços de la mateixa tipologia :

- Carnisseries/xarcuteries:
 - ✓ Tradicionalitat i artesanía.
 - ✓ Producte de qualitat i proximitat.
 - ✓ Artesania moderna.
 - ✓ Embotits d'elaboració artesana.
 - ✓ Producte artesà, de qualitat i elaborats fets per nosaltres mateixos.
- Fleca i pastisseria:
 - ✓ Productes artesans.
 - ✓ Fleca molt tradicional, producte del dia fet com abans amb forn de llenya.
 - ✓ Compromís amb el poble mitjançant servei diari.
 - ✓ Obrador de pastisseria especialitzat en productes personalitzats i de proximitat i xocolata.
 - ✓ Pastisseria d'autor.
 - ✓ Pastisseria artesana elaborada amb productes de proximitat.



- Peixateria
 - ✓ Peix de proximitat.
 - ✓ Peix fresc del dia, peixateria tradicional.
 - ✓ Peixateria de confiança.
- Verdura i fruita fresca
 - ✓ Empresa familiar, productors de fruita i verdura ecològica que venem directament al consumidor final.
 - ✓ Fruiteria tradicional.
 - ✓ Directe del camp. Proximitat.
- Productes variats
 - ✓ Tenir el màxim productes, vendre una mica de tot.
 - ✓ Botiga de queviures com les d'abans.
 - ✓ És com un rebost, la gent compra a fora i aquí venen a comprar coses concretes. La gent gran és la que hi va més.
 - ✓ No és una negoci és un servei particular al poble i per el poble.
 - ✓ El rebost del poble.
 - ✓ Ajuda als veïns i a la inversa.
 - ✓ La botigueta de "...que m'he deixat...".
 - ✓ Botiga que hi ha una mica de tot.
 - ✓ Comerç al servei de tothom. Considera el seu comerç un servei social.
 - ✓ De proximitat a bon preu.
 - ✓ Botiga d'alimentació.
 - ✓ Servei a mida , com els sastres.
 - ✓ La seva botiga és com un rebost, una mica de tot, l'essencial, l'imprescindible.
 - ✓ Servei i alegria als clients.
 - ✓ És el rebost, com una botiga de conveniència d'alimentació, lo que se li ha oblidat a la gent o bé no troben a les altres botigues.
 - ✓ Comerç de poble com els d'abans.
 - ✓ Servei per les persones del municipi.
- Altres
 - ✓ Fabricació i venda d'oli d'oliva verge extra.
 - ✓ Venda directa d'oli d'oliva de qualitat.
 - ✓ Cooperativa agrícola d'oli i ametlles.
 - ✓ Preus raonables i atenció personalitzada.

P7. Quins horaris fas?

Quan es pregunta sobre els **horaris d'obertura dels comerços**, com es pot observar en la següent taula, els més freqüents són:

- quasi bé 3 de cada 10 comerços fan horari de dilluns a divendres matí i tarda i dissabtes al matí,
- el 23,1% dels comerços fan l'horari de dilluns a dissabte només al matí,
- el 9,6% dels negocis fan horari de dilluns a dissabte matí i tarda,



- el 5,8% dels establiments fan horari de dilluns a divendres matí i tarda i dissabte i diumenge només matí.
- La resta de comerços fan altres horaris que es poden observar en la taula.

Gràfica 13. Horaris comerços de les Garrigues.

Dilluns	Dimarts	Dimecres	Dijous	Divendres	Dissabte	Diumenge	Nº Comerços	%
							15	28,8%
							12	23,1%
							5	9,6%
							3	5,8%
							2	3,8%
							2	3,8%
							2	3,8%
							2	3,8%
							2	3,8%
							1	1,9%
							1	1,9%
							1	1,9%
							1	1,9%
							1	1,9%
							1	1,9%
							1	1,9%

Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52).

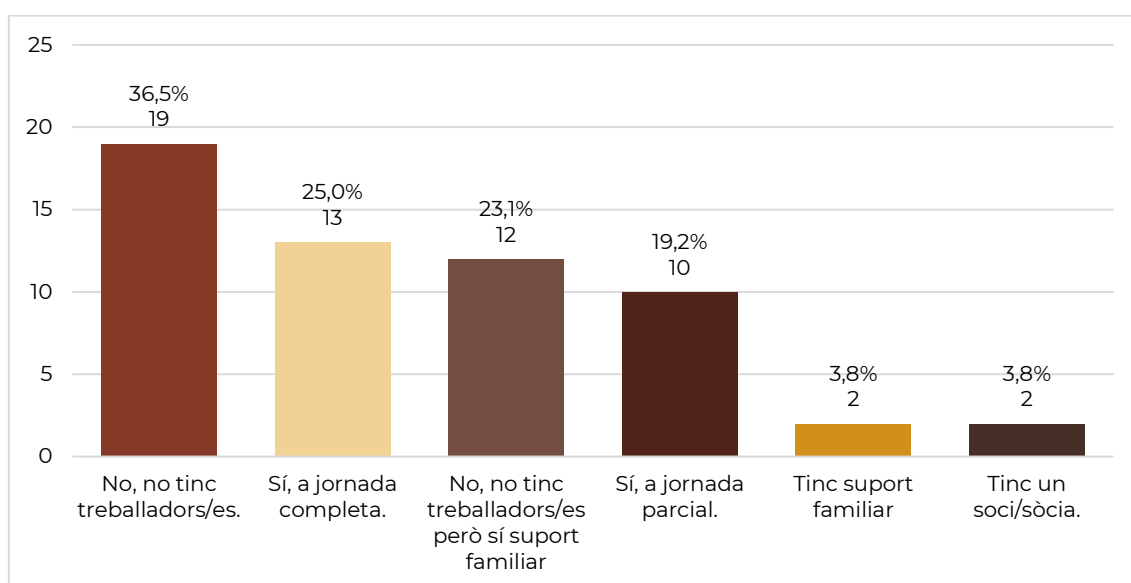


P8. Tens persones treballadores contractades?

Una altra de les preguntes de l'enquesta és si els comerços tenen **persones treballadores contractades**. Segons els comerços que han contestat l'enquesta:

- Més d'un terç dels comerços no tenen persones treballadores,
- El 25% dels negocis tenen persones treballadores a jornada completa,
- 2 de cada 10 comerços no tenen persones treballadores però sí suport familiar
- El 19,2% dels establiments tenen persones treballadores a jornada parcial.
- Finalment 2 comerços afirmen que tenen una persona sòcia i 2 més que, a banda de tenir persones treballadores, també reben suport d'algun familiar.

Gràfica 14. Persones treballadores contractades.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

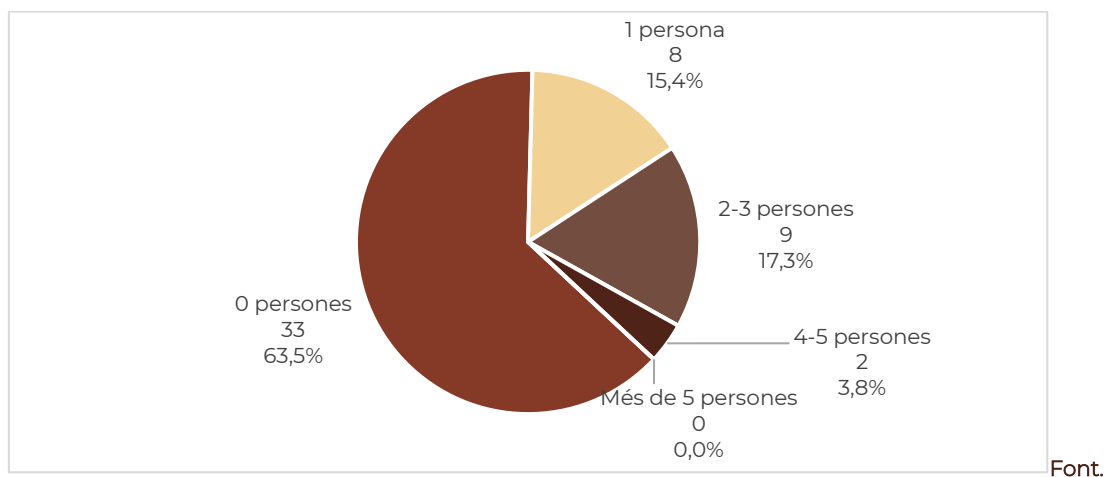
P9. Quantes persones treballadores contractades tens?

Dels 52 comerços que han contestat l'enquesta, hi ha 33 comerços que o bé no tenen **persones treballadores contractades** (31) o bé són sòcies (2). Aquests representen el 63,5% dels negocis. El 36,5% restant tenen persones treballadores contractades:

- el 17,3% tenen 2 o 3 persones treballadores contractades,
- el 15,4% en tenen 1,
- i el 3,8% tenen entre 4 i 5 persones treballadores contractades.
- No hi ha cap comerç que tingui més de 5 persones treballadores contractades.



Gràfica 15. Nombre de persones treballadores contractades.



Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52).

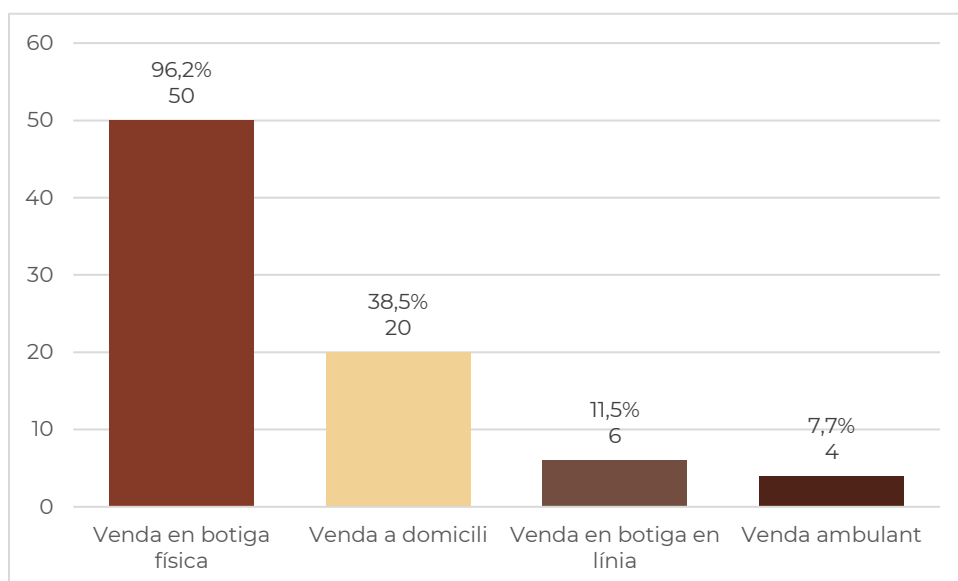
P10. Canals de venda.

En la següent pregunta de l'enquesta es demana sobre quins **canals de venda** s'utilitzen habitualment:

- 9 de cada 10 establiments utilitzen el canal de venda de la botiga física,
- més d'1 terç dels comerços fan venda a domicili,
- i un 11,5% venen online.
- Finalment, un 7,7% dels negocis que han contestat l'enquesta utilitzen el canal de venda ambulant.

Des d'algun negoci també s'ha apuntat que participa en fires de proximitat per donar a conèixer els seus productes elaborats (fuets, bisbes blancs i negres, botifarres, etc.).

Gràfica 16. Canals de venda que utilitzen els comerços enquestats.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

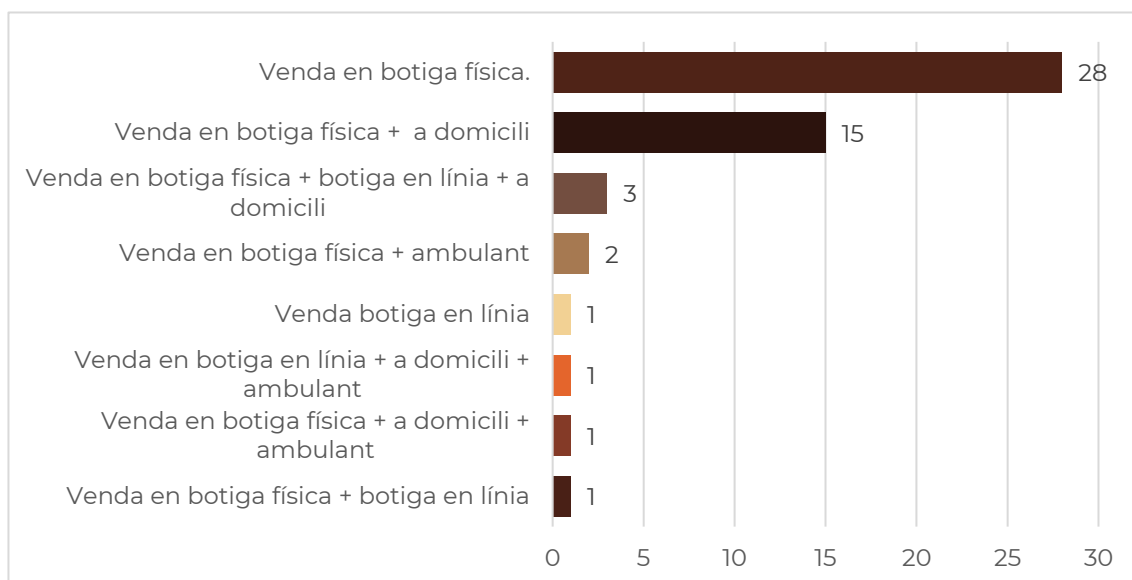
DISSENY D'UN MODEL ESTRATÈGIC DE SUPORT AL PETIT COMERÇ ALIMENTARI DE LES GARRIGUES



Pel que fa a la **combinació de canals de venda més habitual** en els comerços de les Garrigues, en la següent gràfica s'observa que l'opció majoritària, com s'ha dit en el paràgraf anterior, és la venda en botiga física en exclusiva, canal de venda utilitzat pel 53,8% dels negocis. Tot seguit, 15 comerços combinen la venda en botiga física amb la venda a domicili. La resta d'opcions tenen una representativitat molt inferior:

- El 5,8% dels comerços (5) combinen vendes en botiga física, en línia i a domicili.
- 2 botigues combinen la venda en botiga física amb la venda ambulant.
- Les opcions menys habituals són les vendes en botiga en línia (1), les vendes en botiga en línia, a domicili i ambulant (1), les vendes en botiga física, a domicili i ambulant (1) i, finalment, la combinació de botiga física i botiga en línia (1).

Gràfica 17. Canals de venda combinats que utilitzen els comerços enquestats.



Font. Elaboració pròpia a partir el buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52).

P11. Quina prioritat té cadascun dels canals de venda?

En la següent pregunta es demana a les persones enquestades sobre quina prioritat té cadascun dels canals de venda (venda en botiga física, venda en botiga en línia, venda a domicili i venda ambulant; hi havia una categoria d'altres canals que no ha obtingut cap resultat). Es demana que el/els valorin de la següent manera: no el faig servir, el faig servir ocasionalment o és un canal de venda prioritari.

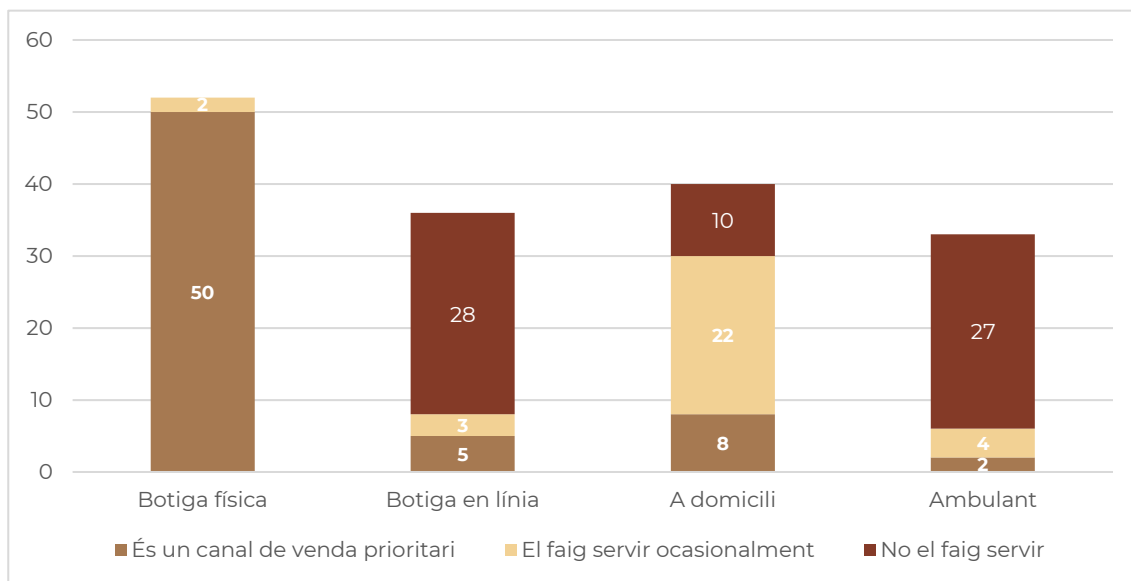
En termes generals,

- la botiga física és el canal de venda prioritari per al 96,2% del comerços que han contestat. Només dos establiments afirmen fer-lo servir de manera ocasional.



- La botiga en línia és un canal de venda prioritari per només el 9,6% dels establiments, el 5,8% el fan servir de manera ocasional i el 53,8% no el fan servir.
- La venda a domicili és un canal de venda prioritari pel 15,4% dels negocis, el 42,3% el fan servir de manera ocasional i el 19,2% no el fan servir.
- La venda ambulant és un canal de venda prioritari per només el 3,8% dels comerços, el 7,7% el fan servir de manera ocasional i el 51,9% no el fan servir.

Gràfica 18. Prioritat dels diferents canals de venda.



Font. Elaboració pròpia a partir el buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52).

Si es té en compte la **combinació dels diferents canals de venda** que utilitza cada comerç, tal com s'indica en la gràfica anterior, els resultats són:

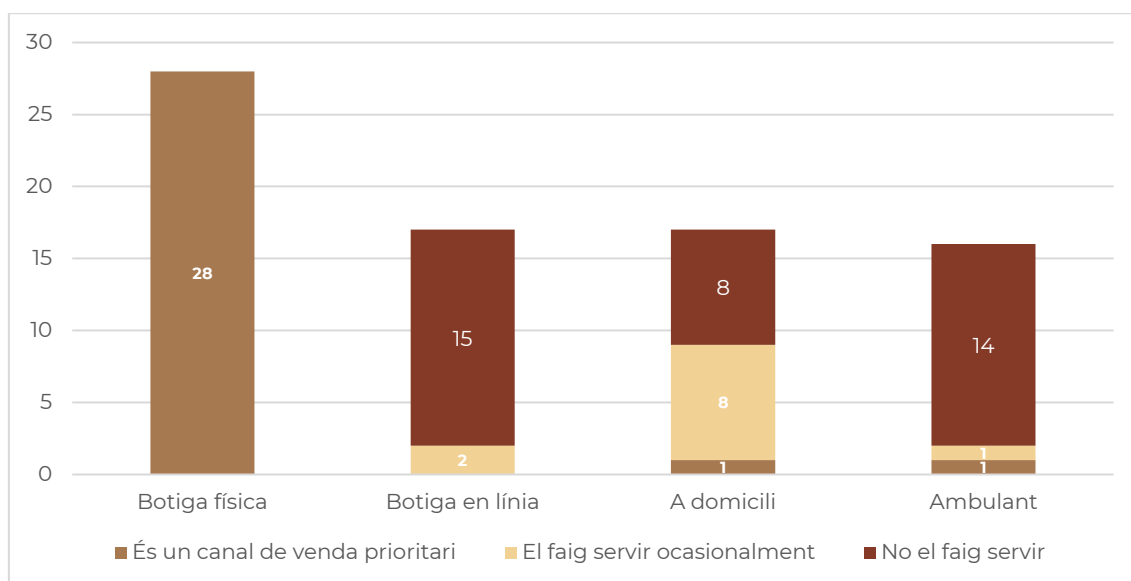
- Venda en botiga física

Pel 100% dels comerços que han assenyalat en la pregunta anterior que els seu canal de venda és la botiga física, aquest canal és prioritari. A banda,

- el canal de venda de la botiga en línia, només el fan servir ocasionalment el 7,1% dels establiments i el 53,6% no el fan servir.
- El canal de venda a domicili només és prioritari pel 3,6% dels comerços, el 28,6% només el fa servir de manera ocasional i el mateix percentatge, el 28,6%, no el fa servir.
- Finalment, el canal de venda ambulant només és prioritari pel 3,6% del negoci, el 3,6% el fa servir de manera ocasional i el 50,0% no el fa servir.



Gràfica 19. Prioritat dels diferents canals de venda dels negocis que només fan venda en botiga física.



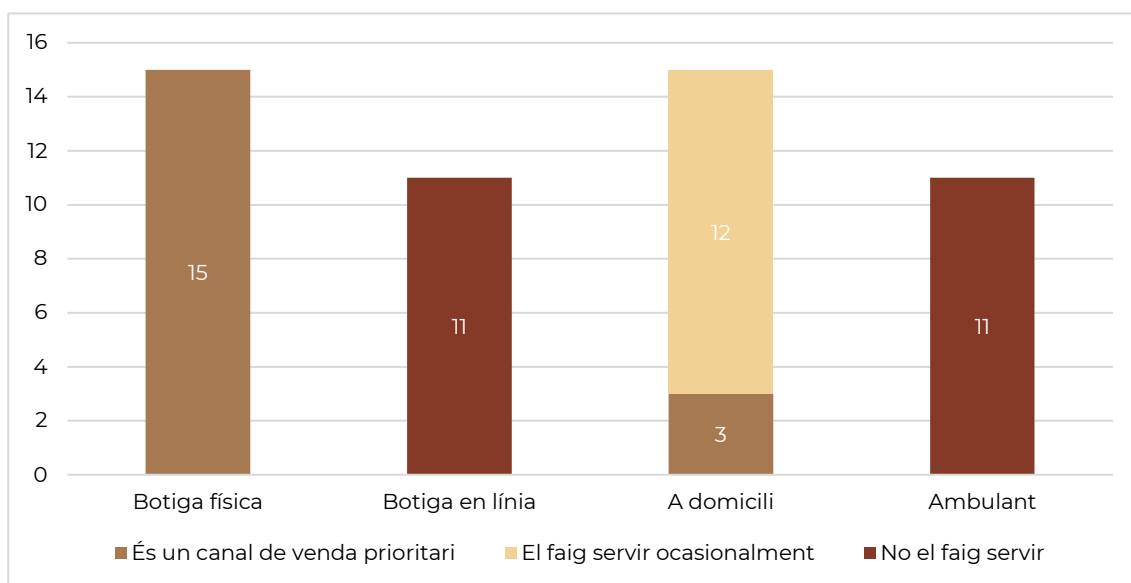
Font. Elaboració pròpia a partir el buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=28).

- Venda en botiga física i venda a domicili

Pel 100% dels comerços que tenen com a canals de venda la venda en botiga física i la venda a domicili, el canal de la botiga física és prioritari. Pel que fa al canal de venda a domicili, pel 80,0% dels comerços és un canal de venda que fan servir ocasionalment i pel 20,0% restant és un canal de venda prioritari. Finalment, només han contestat quina prioritats té el canal de venda de la botiga en línia i la venda ambulants el 73,3% dels comerços respectivament, i han coincidit que aquest canals no els fan servir.



Gràfica 20. Prioritat dels diferents canals de venda del negoci que fan venda en botiga física i venda a domicili.

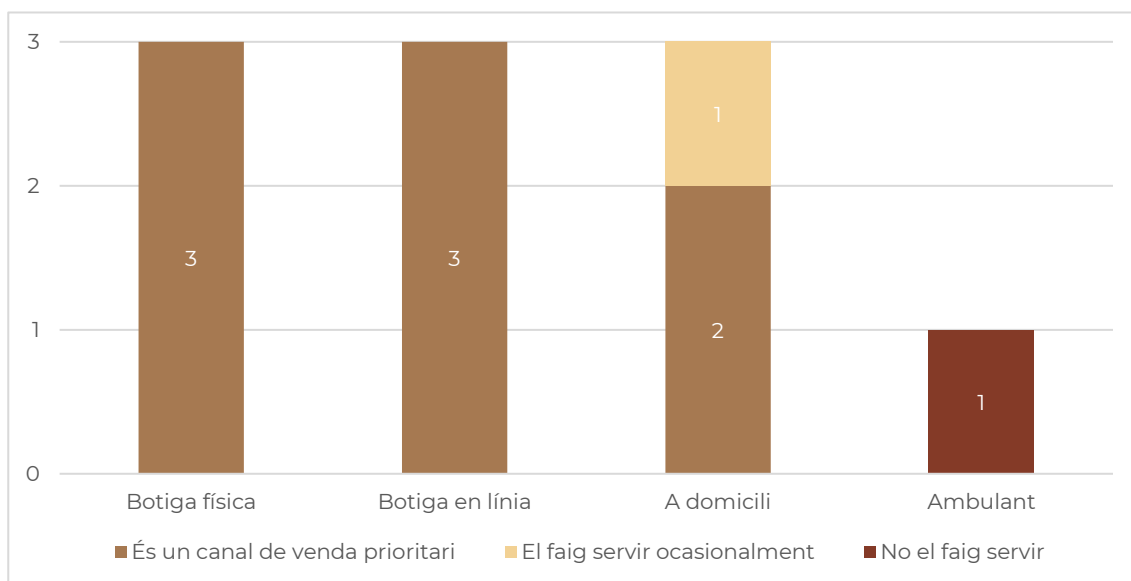


Font. Elaboració pròpia a partir el buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=15).

- Venda en botiga física, venda en botiga en línia i venda a domicili

Pel 100% dels establiments que tenen com a canals de venda la venda en botiga física, en botiga en línia i a domicili, el canal de la botiga física i la botiga en línia són prioritaris. En canvi, el canal de venda a domicili és prioritari per dos d'ells i un indica que el fa servir ocasionalment. Pel que fa al canal de venda ambulant, només un dels comerços contesta i diu que no el fa servir.

Gràfica 21. Prioritat dels diferents canals de venda del negoci que fan venda en botiga física, venda en botiga en línia i venda a domicili.



Font. Elaboració pròpia a partir el buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=3).

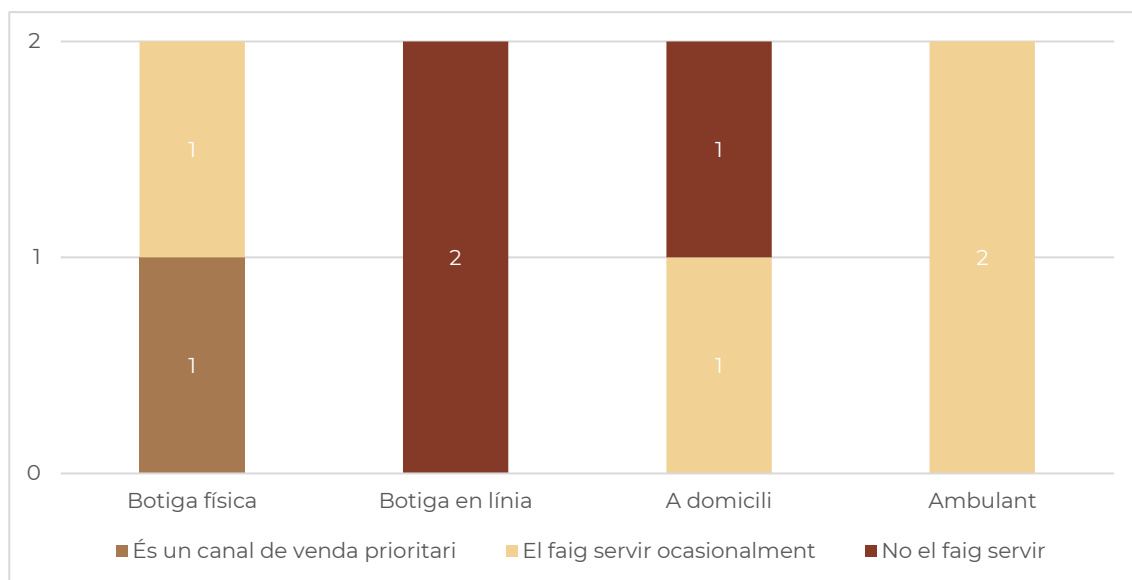


- Venda en botiga física i venda ambulat

Dos dels comerços que han contestat l'enquesta apunten els seus canals de venda són en botiga física i ambulat. Per aquests, la prioritat dels diferents canals de venda és la següent:

- per un dels negocis la venda en botiga física és un canal prioritari i l'altre el fa servir ocasionalment.
- Per ambdós establiments la venda ambulat és un canal de venda que utilitzen de manera ocasional i, en canvi, no fan vendes en línia.
- Pel que fa al canal de venda a domicili, un d'ells l'empra ocasionalment i l'altre no el fa servir.

Gràfica 22. Prioritat dels diferents canals de venda del negocis que fan venda en botiga física i venda ambulat.



Font. Elaboració pròpia a partir el buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=2)

- Venda en botiga física i venda en botiga en línia

Només hi ha un negoci que utilitza la combinació de canals de venda botiga física i ambulat. Per aquest, la prioritat dels diferents canals de venda és la següent:

- Venda en botiga física: és un canal de venda prioritari.
- Venda en botiga en línia: és un canal de venda prioritari.
- Venda a domicili: no contesta.



- Venda ambulant: no contesta.

- Venda en botiga física, venda a domicili i venda ambulant

Només hi ha un comerç que utilitza la combinació de canals de venda botiga física, a domicili i ambulant. Per aquest, la prioritat dels diferents canals de venda és la següent:

- Venda en botiga física: és un canal de venda prioritari.
- Venda en botiga en línia: no contesta.
- Venda a domicili: és un canal de venda prioritari.
- Venda ambulant: és un canal de venda prioritari.

- Venda en botiga en línia

Només hi ha un establiment que ha indicat que el seu canal de venda és la botiga en línia. Per aquest, la prioritat dels diferents canals de venda és la següent:

- Venda en botiga física: és un canal de venda prioritari.
- Venda en botiga en línia: el fa servir ocasionalment.
- Venda a domicili: no el fa servir.
- Venda ambulant: no el fa servir.

- Venda en botiga en línia, venda a domicili i venda ambulant

Només hi ha un negoci que utilitza la combinació de canals de venda de botiga en línia, a domicili i ambulant. Per aquest, la prioritat dels diferents canals de venda és la següent:

- Venda en botiga física: el fa servir ocasionalment.
- Venda en botiga en línia: és una canal de venda prioritari.
- Venda a domicili: és un canal de venda prioritari.
- Venda ambulant: és un canal de venda prioritari.

P12. Per quins canals reps les comandes?

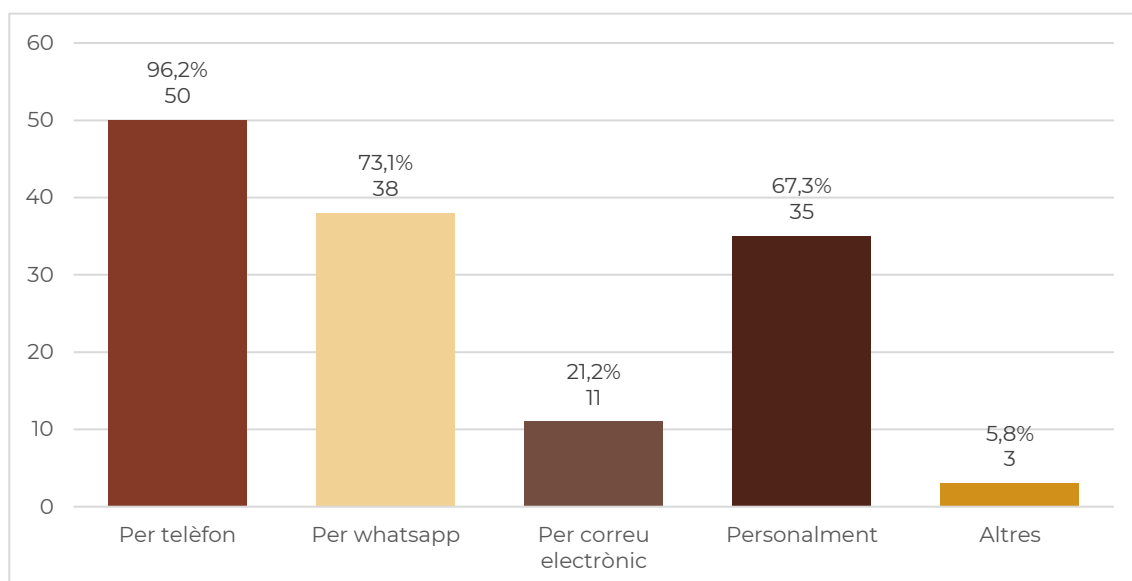
Quan es pregunta **per quins canals es reben les comandes**, com es mostra en la següent gràfica:

- 9 de cada 10 els establiments reben comandes per telèfon,
- quasi tres quartes parts de les botigues utilitzen el whatsapp per rebre comandes,
- el 67,3% dels negocis reben les comandes personalment,
- el 21,2% dels comerços utilitzen el correu electrònic com a canal per rebre comandes,
- finalment, el 5,8% dels establiments afirmen que reben comandes per altres canals com per exemple la pàgina web, botiga en línia o mitjançant videotrucada.



Alguns dels començos puntualitzen que el canal per rebre comandes que més utilitzen és el telèfon per la seva facilitat d'ús, sobretot entre el col·lectiu de persones grans, per a les quals altres opcions com el whatsapp o bé el correu electrònic els presenten més dificultats.

Gràfica 23. Canals pels quals es reben les comandes.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

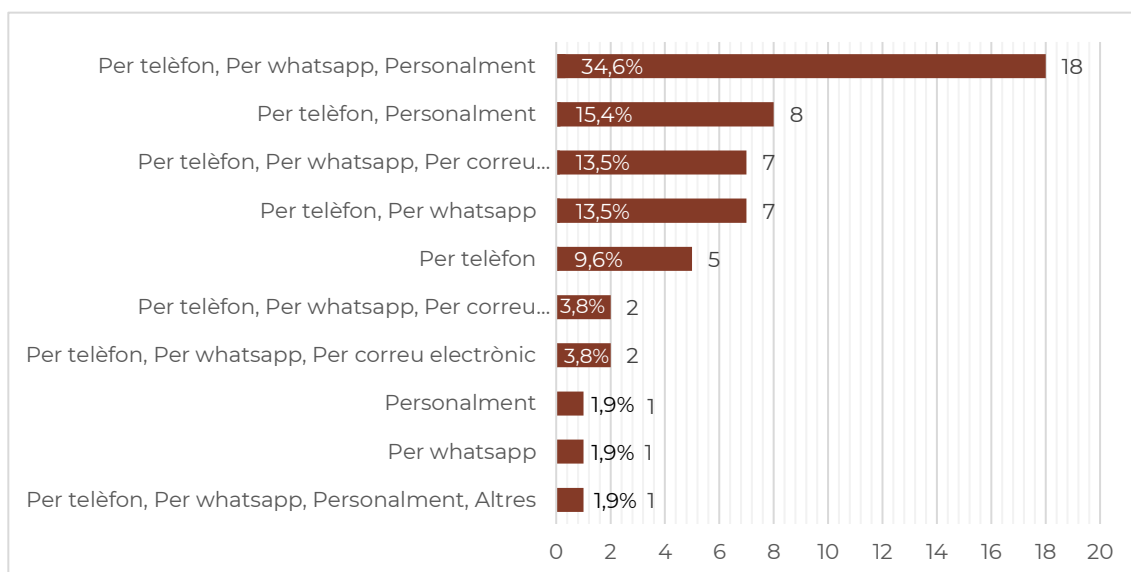
Si es té en compte la combinació dels diferents canals pels quals reben les comandes, en la següent gràfica s'observa:

- més d'un terç dels comerços fan servir la combinació de canals per rebre comandes telèfon, whatsapp i personalment.
- Tot seguit, trobem les combinacions telèfon i personalment, el 15,4% dels establiments, per telèfon, whatsapp, correu electrònic i personalment, el 13,5% dels negocis i per telèfon i whatsapp també el 13,5% dels comerços.



- Per contra, les combinacions de canals per rebre comandes menys habituals són: només per telèfon (9,6% dels comerços), per telèfon, whatsapp i correu electrònic (3,8% dels comerços) i per telèfon, whatsapp, correu electrònic i botiga en línia (3,8% dels comerços). Finalment, hi ha la combinació telèfon, whatsapp, personalment i videotrucada (1,9% dels comerços) o bé només personalment o només per whatsapp que l'utilitzen l'1,9 dels comerços respectivament.

Gràfica 24. Combinació de canals pels quals es reben les comandes.



Font. Elaboració pròpia a partir de del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52).

P13. Amb quina antelació cal fer les comandes?

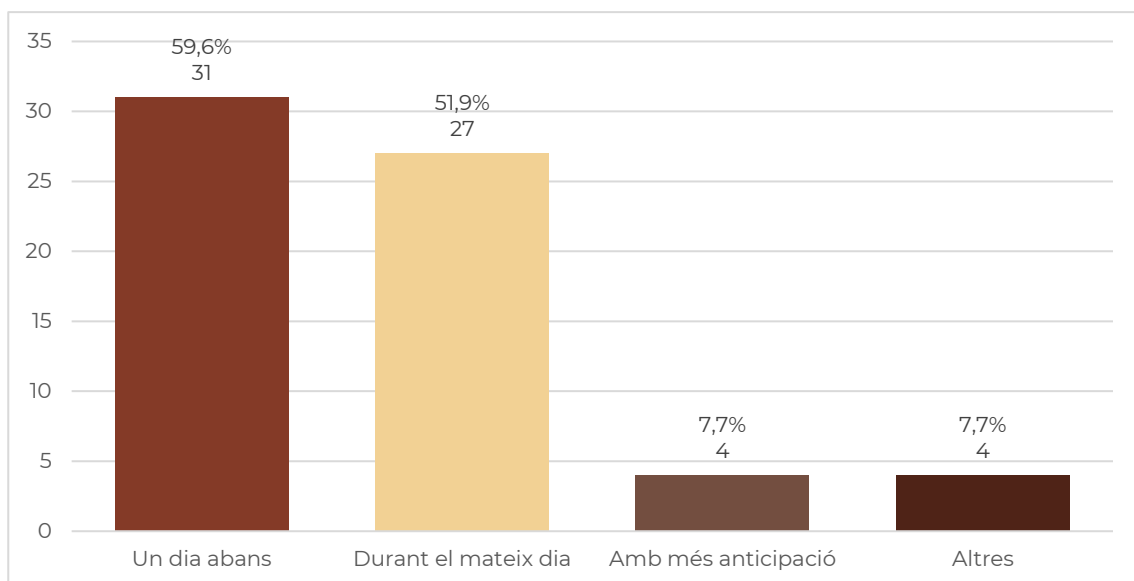
Una altra de les qüestions en aquest apartat de dades bàsiques de l'activitat comercial és **amb quina antelació cal fer les comandes**. En aquest sentit,

- 6 de cada 10 establiments diuen que és necessari fer les comandes un dia abans,
- més de la meitat dels comerços accepten comandes durant el mateix dia,



- el 7,7% del negoci necessiten rebre les comandes amb més anticipació (un d'ells especifica que els calen de 2 a 3 dies d'antelació per servir les comandes).
- Finalment, el 7,7% dels negocis necessiten altres terminis per fer les comandes. Per exemple, segons el destí de la comanda, es necessiten entre 24 h a 3 dies d'antelació, el temps de lliurament de la comanda depèn del volum de feina que hi hagi en el moment en què es rep aquesta o bé va en funció del temps necessari per produir el producte demanat.

Gràfica 25. Antelació per fer les comandes.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

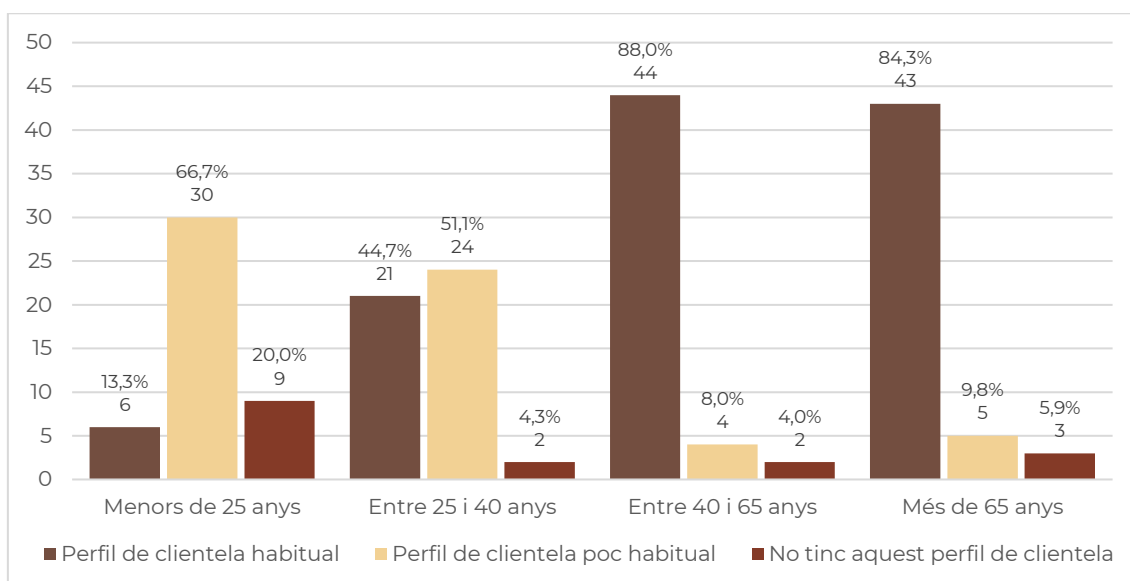
P14. Perfil actual de la clientela.

La darrera pregunta d'aquest apartat, qüestiona sobre quin és el **perfil actual de la clientela**. En concret es demana si les diferents franges d'edat suposen un perfil de clientela habitual, poc habitual o bé no tenen aquest perfil de clientela. En funció de les respostes rebudes i com es pot observar en la següent gràfica:



- Per al 88,0% dels comerços les persones d'entre 40 i 65 anys són un perfil de clientela habitual, així com les persones de més de 65 anys també ho són per al 84,3% dels establiments.
- Per a dues terceres parts dels negocis les persones menors de 25 anys són un perfil de clientela poc habitual, així com les persones d'entre 25 i 40 anys també ho són per a la meitat dels comerços que han contestat la pregunta.
- El 44,7% dels negocis diuen que les persones d'entre 25 i 40 anys són un perfil de clientela habitual.
- El 20,0% dels comerços afirmen que no tenen el perfil de clientela menor de 25 anys.
- Només per al 13,3% dels comerços les persones menors de 25 anys són un perfil de clientela habitual.

Gràfica 26. Perfil actual de la clientela.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta.

4.5.1.2. Viabilitat del negoci

En aquest apartat de l'enquesta es pregunta sobre la viabilitat del negoci.

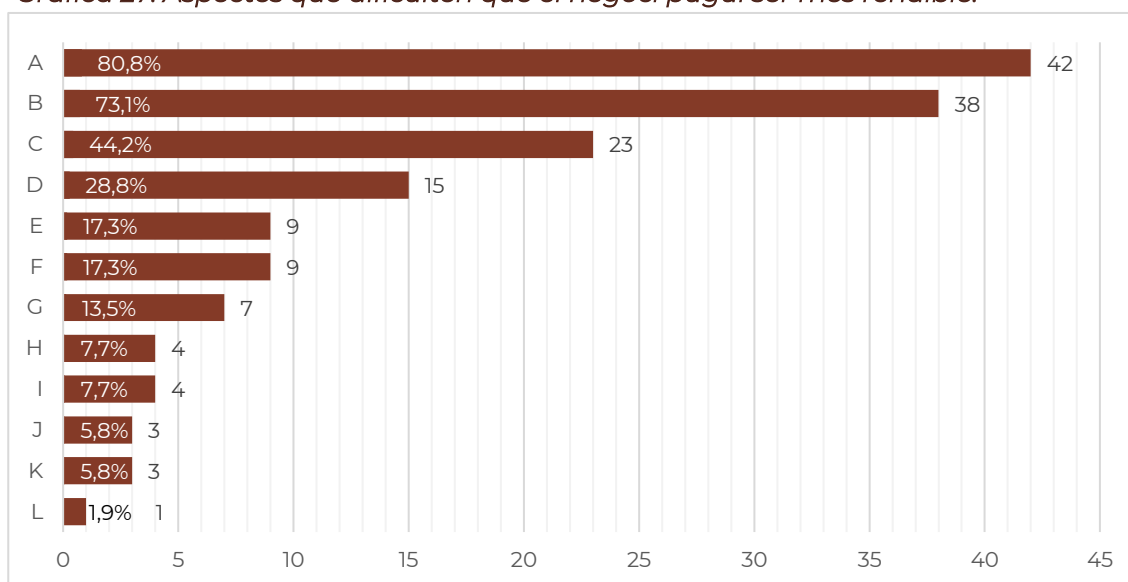


P15. Quins dels següents aspectes dificulten que el teu negoci pugui ser més rendible, és a dir, que pugui generar més benefici?

La primera pregunta d'aquest apartat demana quins són els aspectes que dificulten que el negoci pugui ser més rendible, és a dir, que pugui generar més benefici. En concret,

- 8 de cada 10 negocis que han contestat l'enquesta opinen que l'augment dels costos d'adquisició dels productes i matèries primeres juntament amb el manteniment dels preus de venda al públic, implica una reducció del marge i, per tant, una dificultat per a la rendibilitat del negoci.
- El 73,1% dels comerços apunten a l'augment dels costos dels subministraments, com l'electricitat, gas, combustible, etc.
- El 44,2% dels establiments no poden oferir productes a un preu més elevat per millorar la rendibilitat del negoci, ja que la clientela no està disposada a comprar-los.
- Els aspectes que menys influeixen en la rendibilitat dels negocis són un local poc atractiu i/o antiquat que necessita una reforma per adequar-lo als temps actuals (5,8%) o bé la venda de productes amb poca demanda (1,9%).
- El 5,8% dels comerços que han contestat l'enquesta afirmen que no hi ha cap aspecte que faci que el comerç sigui menys rendible.
- Altres aspectes que dificulten que el negoci pugui ser més rendible són: competència de la venda ambulat, poble amb poc atractiu comercial, manca d'aparcament o bé manca d'ajudes.

Gràfica 27. Aspectes que dificulten que el negoci pugui ser més rendible.



A	Augment dels costos d'adquisició dels productes i matèries primeres i, si es mantenen els preus de venda al públic, queda poc marge.
B	Augment dels costos dels subministraments (electricitat, gas, combustible, etc.)
C	No puc oferir productes amb un preu més elevat perquè la meua clientela no estaria disposada a comprar-los.
D	Competència per part de franquícies instal·lades al poble.
E	Costos de les persones treballadores contractades elevats.
F	Competència per part de les plataformes de venda en línia.
G	Dificultat per poder tenir un ampli estoc de productes al comerç.



H	Preu de lloguer del local comercial elevat.
I	Altres.
J	Local poc atractiu i/o antiquat que necessitaria una reforma per adequar-lo als temps actuals.
K	No hi ha cap aspecte que faci que el meu comerç sigui menys rendible.
L	Venda de tipologia de productes amb poca demanda.

Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52; els percentatges no sumen el 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

Alguns comentaris a la pregunta puntualitzen que el fet de ser un poble petit dificulta que el negoci sigui rendible, així com també l'existència de franquícies tant al municipi com en municipis veïns (el fet de ser negocis petits resta poder de negociació i poder oferir preus més competitius en comparació amb les grans superfícies o franquícies). En els darrers mesos, l'augment dels preus tant de les matèries primeres com dels subministraments també han suposat un amenaça per a la rendibilitat del negoci.

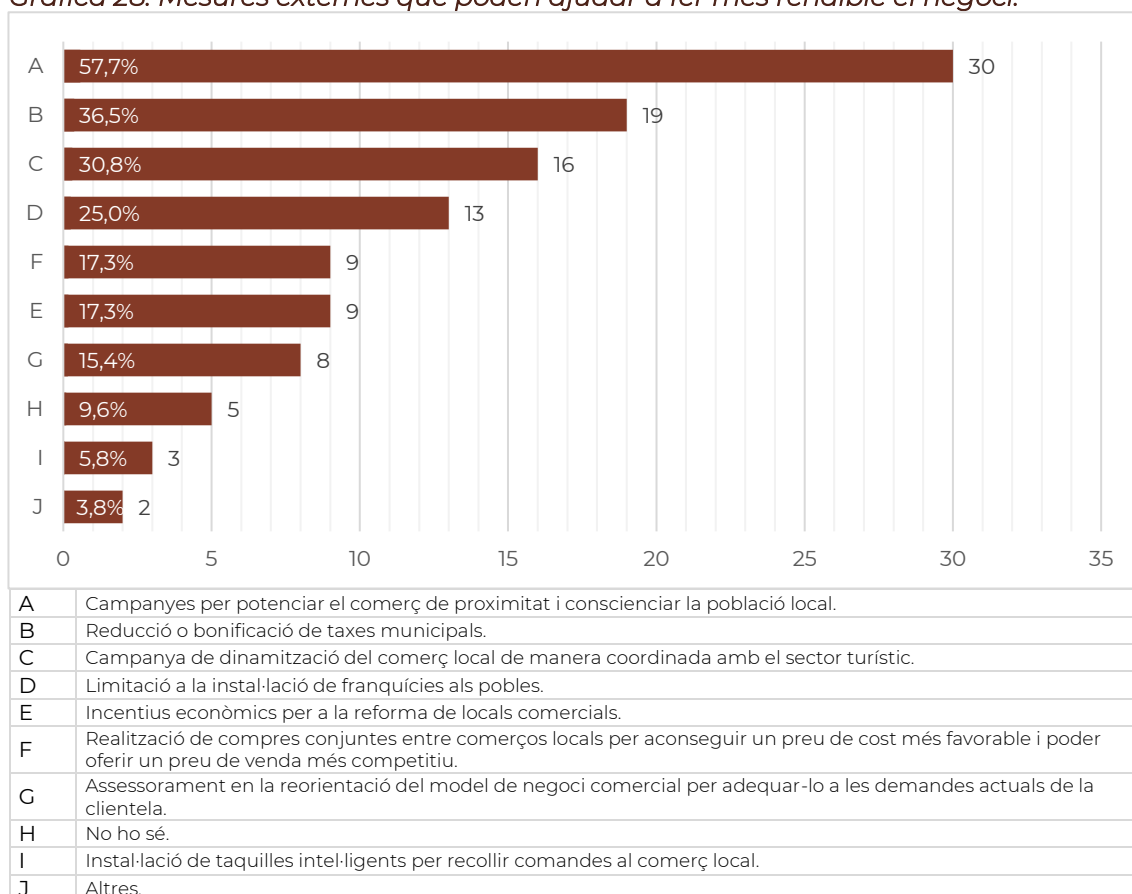


P16. Quines mesures externes et podrien ajudar a fer més rendible el teu negoci?

Quan es pregunta quines mesures externes podrien ajudar a fer més rendible el negoci, destaquen:

- 5 de cada 10 establiments diuen que fer campanyes per potenciar el comerç de proximitat i conscienciar la població local serien mesures que ajudarien a fer més rendible el negoci.
- El 36,5% apunten a la reducció o bonificació de taxes municipals.
- El 30,8% dels negocis pensen que una campanya de dinamització del comerç local de manera coordinada amb el sector públic ajudaria a fer més rendible el negoci.
- Per contra, les mesures externes que menys ajudarien a fer més rendible el negoci serien l'assessorament en la reorientació del model de negoci comercial per adequar-lo a les demandes actuals de la clientela (15,4%) i la instal·lació de taquilles intel·ligents per recollir comades al comerç local (5,8%).
- Un 9,6% dels comerços que han contestat l'enquesta no saben quines mesures externes podrien ajudar a fer més rendible el negoci.
- Finalment, entre les altres mesures destaca la millora de l'aparcament.

Gràfica 28. Mesures externes que poden ajudar a fer més rendible el negoci.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).



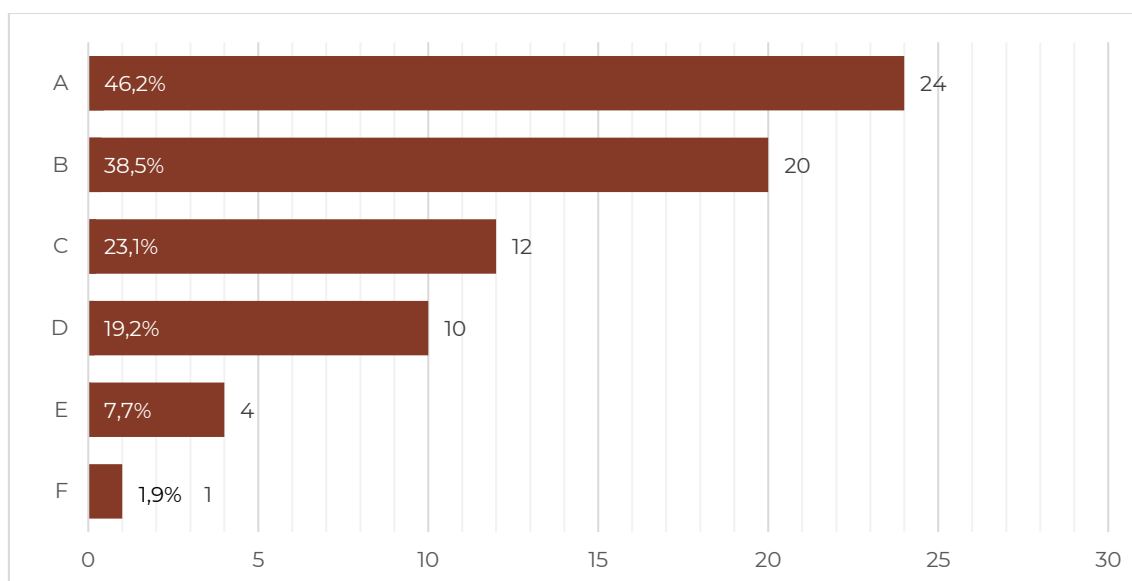
Alguns comentaris a la pregunta puntualitzen que s'han fet campanyes per fomentar el comerç de proximitat i conscienciar els consumidors però que aquestes no han donat els resultats esperats.

P17. Si creus que et cal millorar, tens clar en quins aspectes cal que milloris el teu negoci?

Quan es pregunta als establiments si tenen clar quins aspectes cal millorar en el negoci,

- 4 de cada 10 negocis pensen que els cal trobar nous perfils de clientela (gent jove, turisme, segones residències, etc.).
- El 38,5% dels negocis creuen que els cal ampliar la clientela del mateix tipus de la que tenen.
- El 23,1% diuen que necessiten ampliar els canals de venda o de comanda.
- Per contra, diversificar la tipologia de productes a vendre (7,7%) o bé ampliar o modificar els horaris d'atenció al públic (1,9%) són aspectes que no es consideren tan necessaris per millorar el negoci.
- Entre els altres aspectes per millorar el negoci destaquen: hi ha comerços que creuen que no els cal millorar res perquè estan a punt de tancar o jubilar-se, n'hi ha que ja creuen que no hi ha res a millorar, etc.
- Finalment, el 30,8% dels establiments no han assenyalat cap aspecte per millorar el negoci. Malgrat això, el 19,2% dels negocis si que han aportat comentaris a la pregunta, com per exemple que no tenen res a millorar, estan a punt de tancar per jubilació i, per tant, pensen que no cal fer canvis, ja han provat a introduir canvis (d'horaris, atreure nous perfils, etc.) i només els va funcionar durant la pandèmia de la Covid-19, no saben què més poden fer per millorar el negoci o bé que és qüestió de fer créixer el nombre d'habitants dels municipis petits per a que així puguin créixer els serveis que s'ofereixen en el poble, etc.

Gràfica 29. Aspectes a millorar en el negoci.



A	Aproximar-me a nous perfils de clientela (altres perfils, com per ex, jovent, infants, turisme, segona residència, etc.).
B	Ampliar la clientela (més clients del mateix tipus que ja té).
C	Ampliar els canals de venda o de comanda.
D	Altres
E	Diversificar la tipologia de productes a vendre.
F	Ampliar o modificar els horaris d'atenció al públic.

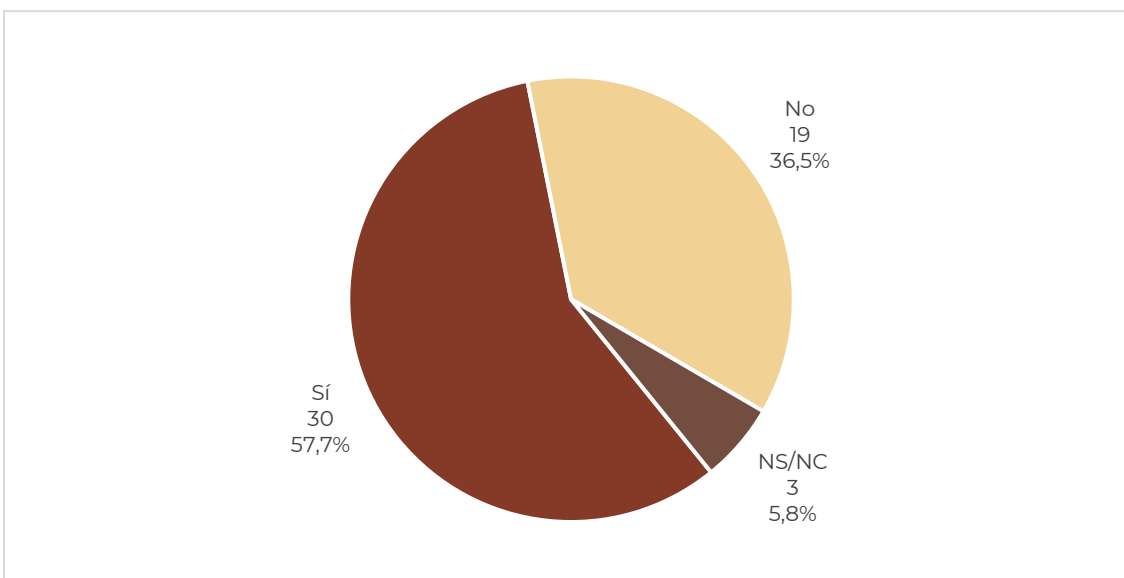
Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

P18. T'interessaria rebre suport per millorar el teu negoci?

Quan es pregunta si estan interessats en rebre suport per millorar el negoci,

- 5 de cada 10 negocis estan interessants en rebre suport per millorar el negoci
- i el 36,5% dels comerços no hi estan interessats.
- Del total de la mostra, 3 establiments no han contestat la pregunta.

Gràfica 30. Interès en rebre suport per millorar el negoci.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52).

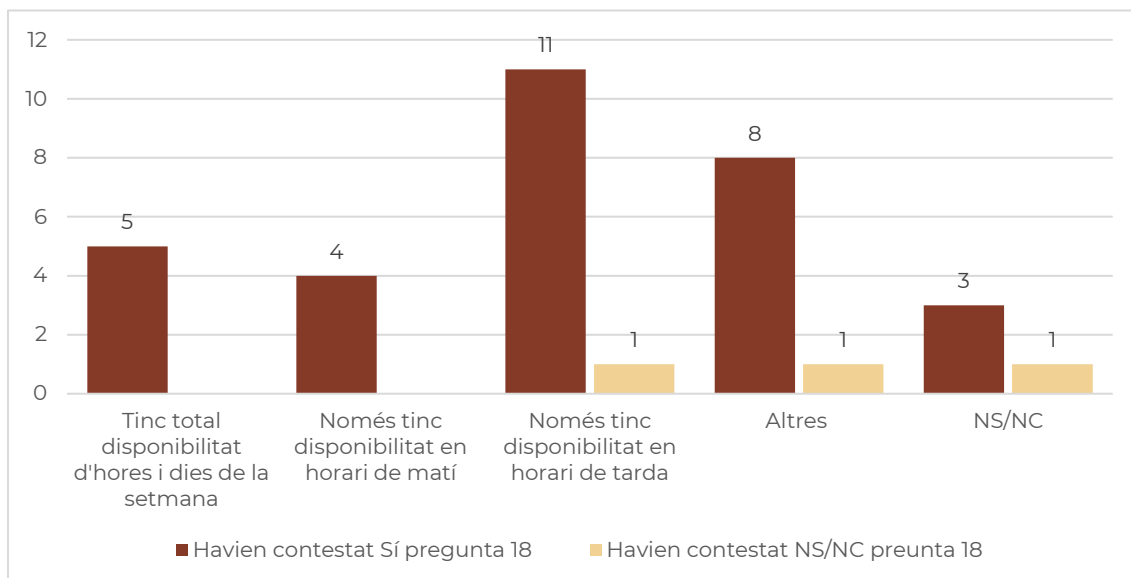
P19. Quina és la teva disponibilitat per rebre suport o assessorament per millorar el teu comerç?

Aquesta pregunta fa referència als comerços que han contestat **Sí** o bé no han contestat (**NS/NC**) la pregunta 18 (t'interessaria rebre suport per millorar el teu negoci?). Així doncs,

- Un terç dels comerços només tenen disponibilitat en horari de tarda,
- el 15,2% tenen total disponibilitat d'hores i dies de la setmana,
- el 12,1% només tenen disponibilitat en horari de matí i un altre 12,1% no ho saben.
- Un 27,3% dels establiments han contestat altres disponibilitats: només en horari de tarda però no totes les tardes, els dilluns o dimarts, en horari de 15:30 a 16:30, els dimarts i dijous al migdia o tinc molt poca o quasi bé no tinc disponibilitat.



Gràfica 31. Disponibilitat per rebre suport o assessorament per millorar el comerç.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=33).

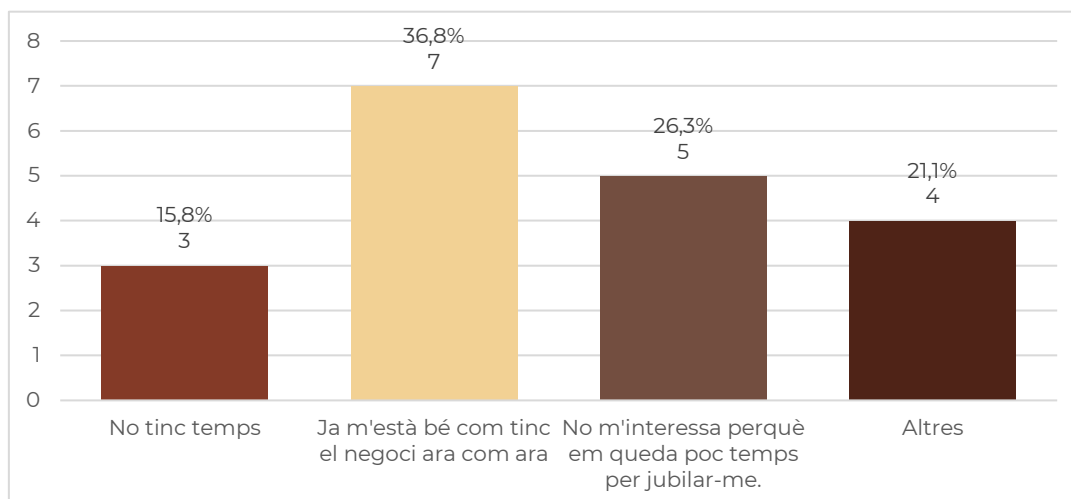
P20. Per quins motius NO t'interessa rebre suport per millorar el teu negoci?

Aquesta pregunta fa referència als comerços que han contestat **No** en la pregunta 18 (t'interessaria rebre suport per millorar el teu negoci?). En aquest sentit,

- un terç dels negocis pensen que el seu negoci ja està bé i no necessiten suport per millorar-lo,
- el 26,3% dels establiments pensen tancar per jubilació en poc temps i no els interessa rebre suport,
- el 15,8% dels comerços no volen rebre suport per manca de disponibilitat horària.
- Altres motius pels quals no volen rebre suport és perquè no veuen clar que el suport els pugui ajudar a millor el negoci.



Gràfica 32. Motius pels quals no interessa rebre suport per millorar el negoci.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=19).

4.5.1.3. Previsió de futur del negoci

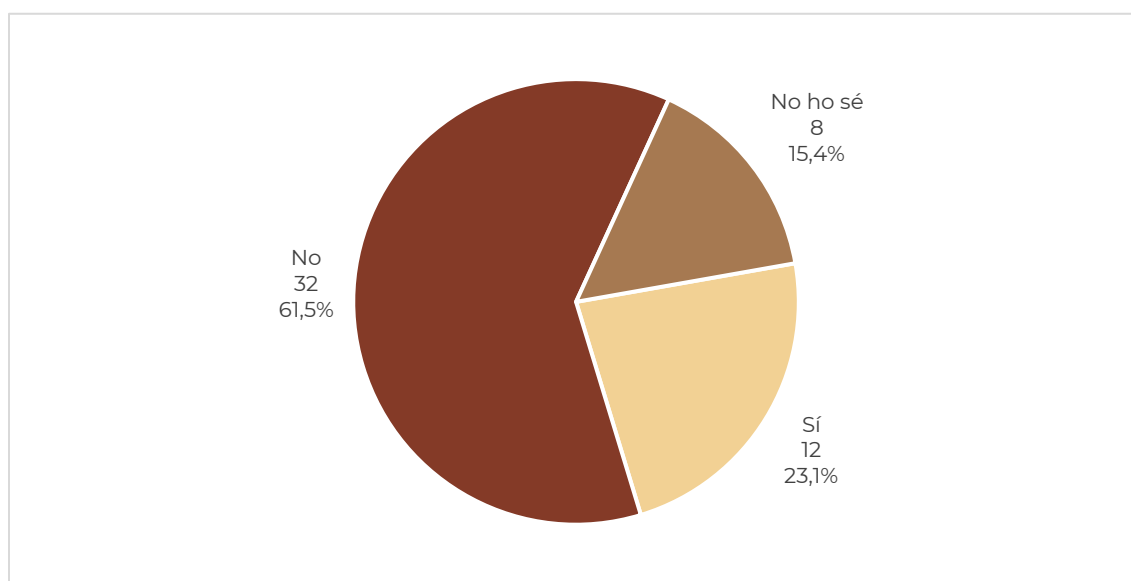
En aquest apartat es demana informació sobre quina intenció de futur tenen els comerços.

P21. Tens previsió de jubilar-te o tancar el negoci en els propers 5 anys?

Amb referència a la previsió de jubilació o tancament del negoci en els pròxims 5 anys,

- 6 de cada 10 persones que han contestat l'enquesta no tenen previst jubilar-se o bé tancar el negoci en els propers 5 anys,
- el 23,1% si tenen previst fer-ho i,
- el 15,4% no ho tenen clar.

Gràfica 33. Previsió de jubilació o tancament del negoci en els pròxims 5 anys.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52).



P22. Tens possibilitats de fer un relleu o traspàs del negoci?

Del total de persones que han contestat l'enquesta, a la pregunta anterior n'hi ha 12 que han indicat que tenen previsió de jubilar-se o tancar el negoci en els propers 5 anys i 8 que encara no ho saben. Cap d'aquestes persones tenen possibilitat de fer un relleu o traspàs del negoci.

P23. A qui traspassaràs el negoci?

Ningú ha contestat aquesta pregunta ja que totes les persones que han contestat que tenen previst jubilar-se o tancar el negoci en els propers 5 anys o bé encara no ho tenen clar del tot, quan se'ls pregunta si tenen possibilitats de fer un relleu o traspàs de negoci contesten que No i, per tant, no poden donar resposta a aquesta pregunta.

P24. El relleu serà seguint el mateix tipus de comerç?

Ningú ha contestat aquesta pregunta ja que totes les persones que han contestat que tenen previst jubilar-se o tancar el negoci en els propers 5 anys o bé encara no ho tenen clar del tot, quan se'ls pregunta si tenen possibilitats de fer un relleu o traspàs de negoci contesten que No i, per tant, no poden donar resposta a aquesta pregunta.

P25. Si has respost que Sí t'interessa traspassar el comerç, quin tipus de suport t'interessaria?

Ningú ha contestat aquesta pregunta ja que totes les persones que han contestat que tenen previst jubilar-se o tancar el negoci en els propers 5 anys o bé encara no ho tenen clar del tot, quan se'ls pregunta si tenen possibilitats de fer un relleu o traspàs de negoci contesten que No i, per tant, no poden donar resposta a aquesta pregunta.

P26. Tens coneixement del servei Reempresa?

Quan es pregunta si tenen coneixement del servei Reempresa (servei d'acompanyament per donar suport tant a la persona cedent d'un negoci com aquella que vol emprendre) ningú ha contestat la pregunta. Aquest fet pot donar a entendre una manca de coneixement del programa per part de les persones que tenen un comerç i són potencials usuàries d'aquest.

P27. Si no tens possibilitat de fer un relleu/traspàs voldries suport en aconseguir-lo, per tal que el negoci no es tanqui definitivament i el poble no es quedi sense aquest comerç?

Aquesta pregunta fa referència als comerços que han contestat **No** a la pregunta 22, sobre la possibilitat de fer un relleu o traspàs del negoci. Així doncs, en aquesta pregunta es demana a les persones que han contestat l'enquesta i que no tenen la possibilitat de fer el relleu o traspàs del negoci, si estarien interessats en rebre suport per fer-lo:

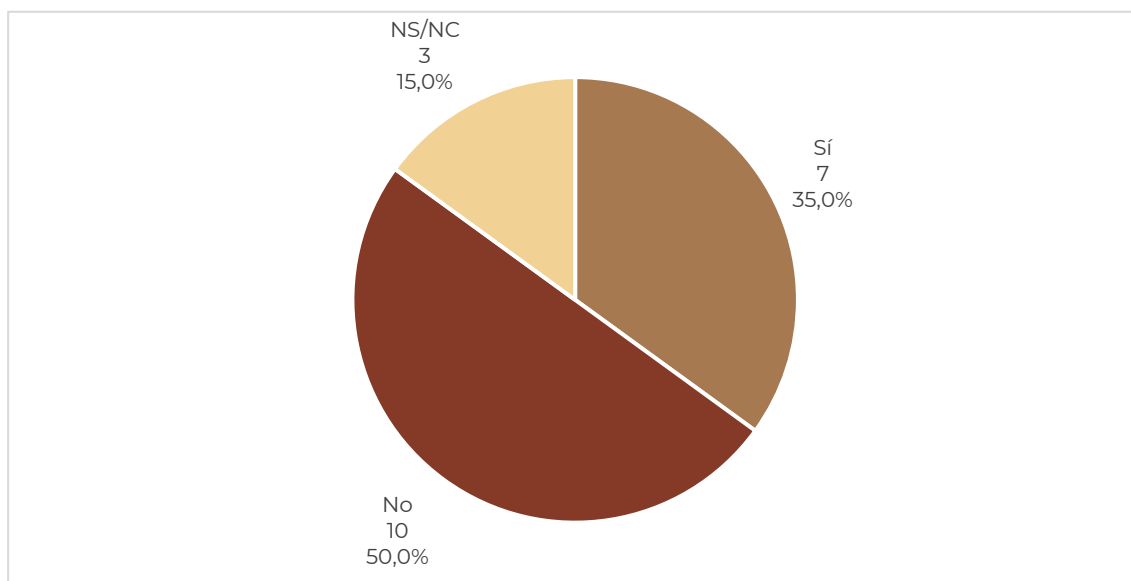
- el 50,0% dels establiments no voldrien rebre suport per fer el relleu/traspàs del negoci. Algunes puntualitzacions a la resposta són que voldria jubilar-se amb el negoci però si la situació econòmica no millora es veurà obligat a tancar, una altra persona comenta que no li interessa fer el traspàs perquè



vol vendre l'edifici on aquest es troba ubicat i finalment, també expliquen que no volen rebre l'assessorament perquè el negoci es troba dins d'un habitatge i és complicat independitzar-lo.

- El 35,0% de les persones que han contestat l'enquesta voldrien rebre suport per fer el relleu/traspàs del negoci. Una d'elles puntualitza que sempre que es faci el traspàs però amb garanties i que estaria disposat a formar a la persona que agafés el negoci. Una altra persona diu que és necessari el consens d'altres persones en tractar-se d'un negoci familiar.
- Tres persones no contesten a la pregunta.

Gràfica 34. Demanda de suport per dur a terme el relleu/traspàs del negoci.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra=20).

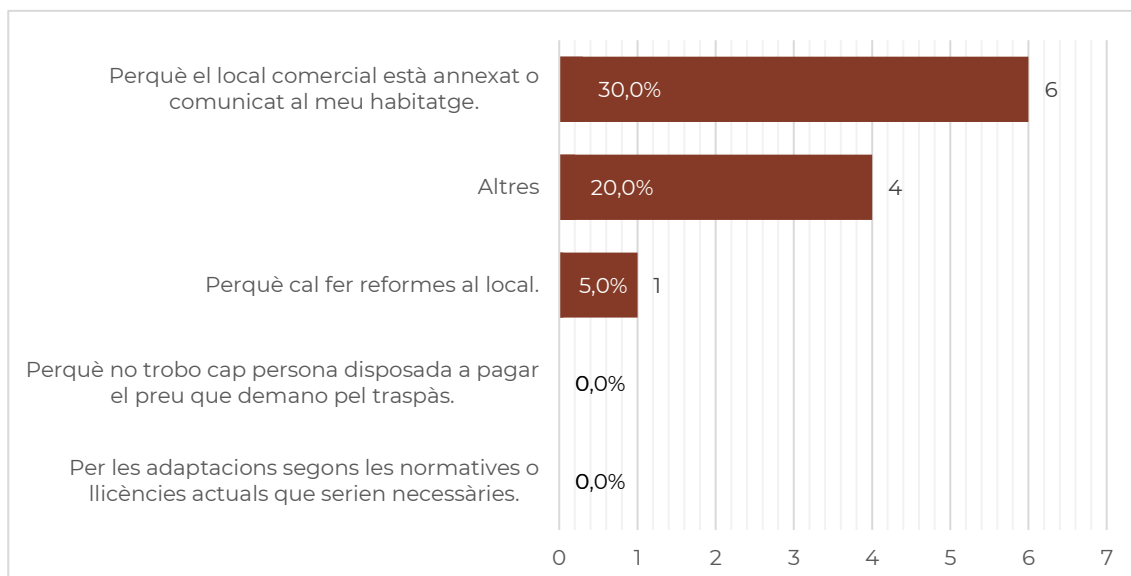
P28. Si has contestat que NO t'interessa traspassar el comerç, per quins motius?

Aquesta pregunta fa referència als comerços que han contestat **No** en la pregunta 22, sobre l'interès en fer un relleu o traspàs del negoci. Concretament, se'ls pregunta per quins motius no els interessa traspassar el negoci, a la qual han contestat:

- 1 de cada 3 persones que no tenen intenció de fer el traspàs del negoci, afirmen que el motiu és perquè el local comercial està annexat o comunicat amb el seu habitatge,
- un 5,0% mencionen que cal fer reformes al local,
- i altres motius pels quals no volen fer el traspàs són: perquè volen vendre el local, perquè el local no és de propietat sinó llogat o bé perquè encara no tenen decidit què fer.
- Ningú ha fet referència al fet de no trobar la persona a qui fer el traspàs o bé per les adaptacions a les normatives o llicències necessàries com motius pels quals no es vol fer el traspàs.



Gràfica 35. Motius pels quals NO interessa traspassar el comerç.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=20; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

P29. Què creus que necessitaria el comerç del teu poble per no desaparèixer?

La darrera pregunta de l'enquesta demana quines necessitats tenen els comerços per no desaparèixer. El 90,4% dels comerços que han fet l'enquesta han contestat aquesta pregunta. A continuació es detallen les diferents propostes aportades segons l'agent implicat:

- Des del punt de vista de la ciutadania, la majoria de les demandes fan referència a la importància de conscienciar i sensibilitzar la població local per a que facin les compres al petit comerç local.
- Des de l'esfera privada, els comerços necessiten tenir una clientela més àmplia, fer arribar la informació als clients de manera més efectiva i ser més competitius, motiu pel qual els assessoraments i la formació són accions que poden ajudar en aquest sentit.
- Des de l'esfera pública, les persones que han contestat l'enquesta consideren necessari:
 - Ajudes i suport públic per promocionar el petit comerç local i fer front a l'augment dels costos.
 - Suport i assessorament en traspassos, tant a les persones cedents com emprenedores.
 - Establiment de criteris de compra pública de productes i serveis locals i/o de proximitat.
 - Treball conjunt entre les àrees de comerç i turisme per fomentar les compres.
 - Accions públiques que facilitin l'accés a l'habitatge per evitar que la població en marxi i el comerços perdin més clients.
 - Accions públiques per retenir la població al municipi.
 - Accions públiques per atraure població nouvinguda.







- Difusió de la marca Garrigues i els seus productes.
- Limitar la implantació de supermercats, franquícies, etc. en petits municipis.

4.5.1.4. Valoracions finals de l'enquesta

Com a darrer punt de l'anàlisi, es mostra la següent taula en la qual es llisten tots els comerços participants i el seu interès en rebre suport per millorar el negoci. També s'hi indica aquelles persones que tenen previst jubilar-se o tancar el negoci en els pròxims 5 anys i en el cas que així sigui, si tenen intenció de fer traspàs o relleu. D'aquells comerços que no tenen possibilitat de fer el relleu o traspàs s'hi indica si volen rebre suport per aconseguir-lo i evitar que es tanqui el negoci de manera definitiva.

Taula 10. Resum interès del petit comerç alimentari de les Garrigues en rebre suport per millorar el negoci, previsió o no de tancament del comerç, possibilitat de fer relleu o traspàs en cas de tancament i si es vol rebre suport per evitar-lo.

Nom comerç	Municipi				
Cansaladeria Ca la Maria	Arbeca	✓	🔒		
Cansaladeria-Carnisseria Vidal Vives	Arbeca	✓	🔒		
Obrador de la Núria	Arbeca	✓	🔒		
Pa de pessic pastisseria	Arbeca	✓	🔒		
Peixateria del Mar	Arbeca	✓	🔒		
Cal Ciriaco	Bellaguarda	✓	🔒		
Lo Rebost de la Eli	Bellaguarda	✓	🔒		
Aliments Adil	Borges Blanques, les	✓	❓	✗	
Cansaladeria Queviures Vives Sardà	Borges Blanques, les	✓	🔒	✗	✓
Fruites i Verdures Pujol Farré	Borges Blanques, les	✓	🔒		
Pastisseria Escribà	Borges Blanques, les	✓	❓	✗	✓
Xocolati	Borges Blanques, les	✓	🔒		
M. Àngels	Bovera	✓	🔒	✗	✓
Carns feixa	Castelldans	✓	🔒		
El Rebost	Castelldans	✓	🔒		
Pastisseria Picot	Castelldans	✓	🔒		
Oli Rupestre del Cogul	Cogul, el	✓	🔒		
Queviures casa Gaya	Espluga Calba, l'	✓	🔒		
Ca la Sílvia	Granadella, la	✓	🔒		
Carnisseria Sero	Granadella, la	✓	🔒		
Degustus	Granadella, la	✓	🔒		
El racó de la Maria	Granyena de les Garrigues	✓	🔒	✗	✓
Queviures Marisol – l'Economat	Juncosa	✓	🔒	✗	✓
Consum Juneda	Juneda	✓	🔒		



Forn de Pa Mas	Juneda	✓	?	×	✓
Hort de ca la Cistellera	Juneda	✓	✓		
La botiga Oligami	Omellons, els	✓	✓		
El Racó de Puiggròs	Puiggròs	✓	✓		
Coop. Agrícola del Soleràs	Soleràs, el	✓	✓		
El desig més dolç	Soleràs, el	✓	✓		
Camp la Fraternal d'Albagés	Albagés, l'	NS/NC	✓		
Forn de pa Albert	Granadella, la	NS/NC	✗	×	×
Queviures Cristina	Vinaixa	NS/NC	?	×	
Queviures Rosalina	Albagés, l'	×	✗		
Peixateria Òdena (El Llagut)	Albi, l'	×	✓		
Queviures Anna	Albi, l'	×	?	×	×
Carnisseria Rosa Mari	Arbeca	×	?	×	×
Celler del Portal	Arbeca	×	✗	×	×
Ca l'Anna	Bellaguarda	×	✗	×	×
Forn de pa Rosselló	Borges Blanques, les	×	?	×	×
Garcia Vicent	Borges Blanques, les	×	✓		
Ibos carnisers	Borges Blanques, les	×	✗	×	✓
Peixateria Òdena (El Llagut)	Borges Blanques, les	×	✓		
Ca la Susana	Castelldans	×	?	×	×
Casa Mariana	Cervià de les Garrigues	×	✗	×	×
Carnisseria Martí	Cogul, el	×	✓		
El Rebot de la Míriam	Granadella, la	×	✗	×	×
Ca la Maite	Juncosa	×	✓		
M ^a Àngels Soria	Juneda	×	✓		
Ramon Rosselló Aixalà	Juneda	×	✓		
Queviures Mireia	Torms, els	×	✗	×	×
Queviures Mercè Boqué	Vilosell, el	×	✓		

Llegenda icones:

	<i>Interès en rebre suport per millorar el negoci.</i>	✓	Sí, interès en rebre suport per millorar el negoci.
		×	No, sense interès en rebre suport per millorar el negoci
	<i>Previsió de jubilació o tancament del negoci en els propers 5 anys.</i>	✓	Comerç amb previsió de romandre obert.
		✗	Comerç amb previsió de tancament.
	<i>Possibilitats de fer un relleu o traspàs del negoci?</i>	×	Sense possibilitats de fer un relleu o traspàs del negoci.
	<i>Si no hi ha possibilitat de fer un relleu/traspàs del negoci, es sol·licita suport per aconseguir-lo i evitar que el negoci no es tanqui definitivament i el poble no es quedi sense aquest comerç.</i>	✓	Sí, interès en rebre suport per fer el relleu/traspàs del negoci.
		×	No, sense interès en rebre suport per fer el relleu/traspàs del negoci.

DISSENY D'UN MODEL ESTRATÈGIC DE SUPORT AL PETIT COMERÇ ALIMENTARI DE LES GARRIGUES



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades de l'enquesta. (Base: total mostra n=52).



4.5.2. Sondeig dels hàbits de compra al petit comerç alimentari de les Garrigues

En aquest apartat es fa una caracterització dels hàbits de compra de la població local de les Garrigues a partir de la informació recollida de les 330 respostes a l'enquesta rebudes.

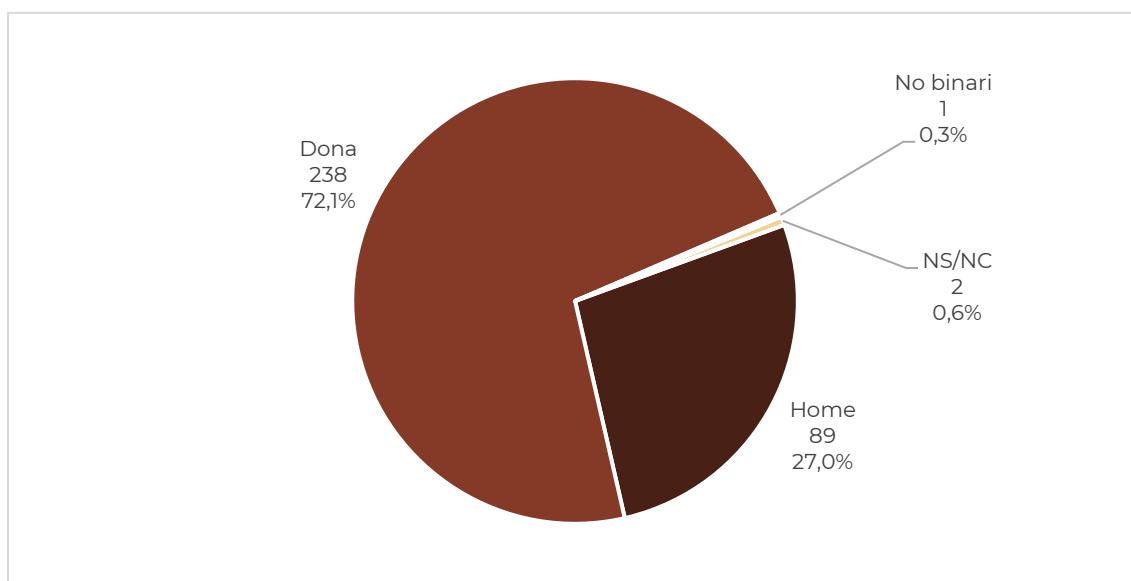
4.5.2.1. Perfil de persones

P1. Sexe

La primera pregunta fa referència al **gènere** de les persones enquestades. Segons les respostes rebudes:

- 7 de cada 10 persones que han contestat l'enquesta són dones, mentre que les respostes contestades per homes són només el 27%.
- 1 persona es situa al marge de la classificació tradicional de gènere (home/dona), com a no binari.
- 2 persones no han respost aquesta qüestió (0,6%).

Gràfica 36. Sexe de les persones que han contestat l'enquesta.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades del sondeig sobre els hàbits de compra. (Base: total mostra n=330).

P2. Edat

La següent pregunta fa referència a l'**edat** de les persones que han participat en el sondeig sobre els hàbits de compra en el petit comerç alimentari de proximitat de les Garrigues. Les respostes rebudes mostren que:

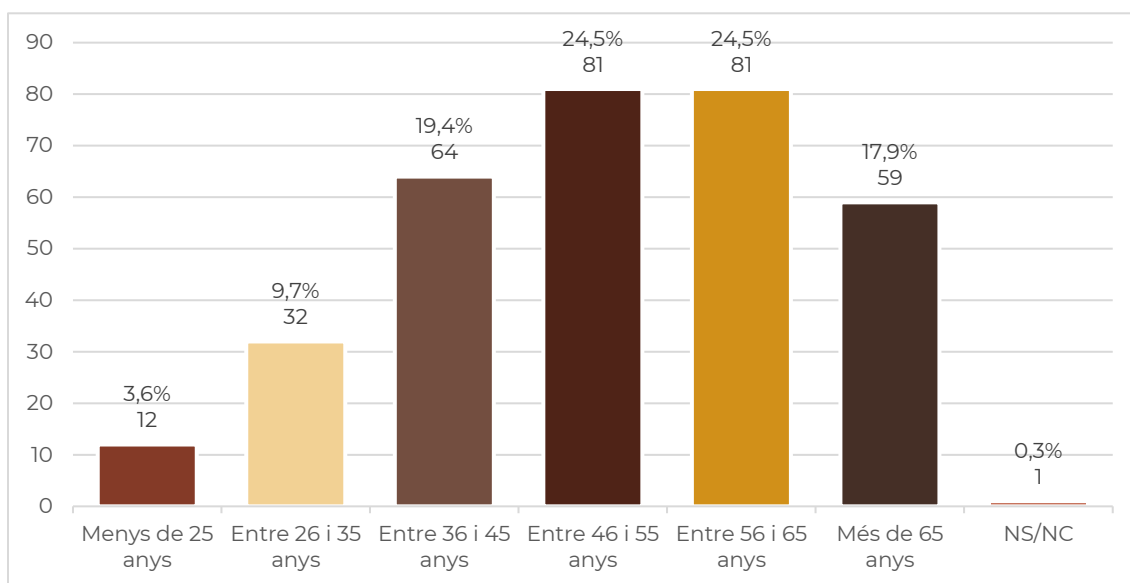
- Quasi bé 1 de cada 4 persones que han contestat l'enquesta tenen entre 46 i 55 anys. El mateix nombre de persones tenen entre 56 i 65 anys. Per



tant, aquests dos grans grups d'edat representen el 49,0% del total de persones que han participat en el sondeig.

- El següent grup d'edat amb més participació és el de les persones que tenen entre 36 i 45 anys, que representen el 19,4% dels participants.
- També cal destacar un 17,9% de persones de més de 65 anys que han participat en el sondeig d'hàbits de consum.
- Per contra, només han participat un 3,6% de persones de menys de 25 anys.
- 1 persona no ha contestat aquesta pregunta (0,3%).

Gràfica 37. Edat de les persones que han contestat l'enquesta.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades del sondeig sobre els hàbits de compra. (Base: total mostra n=330).

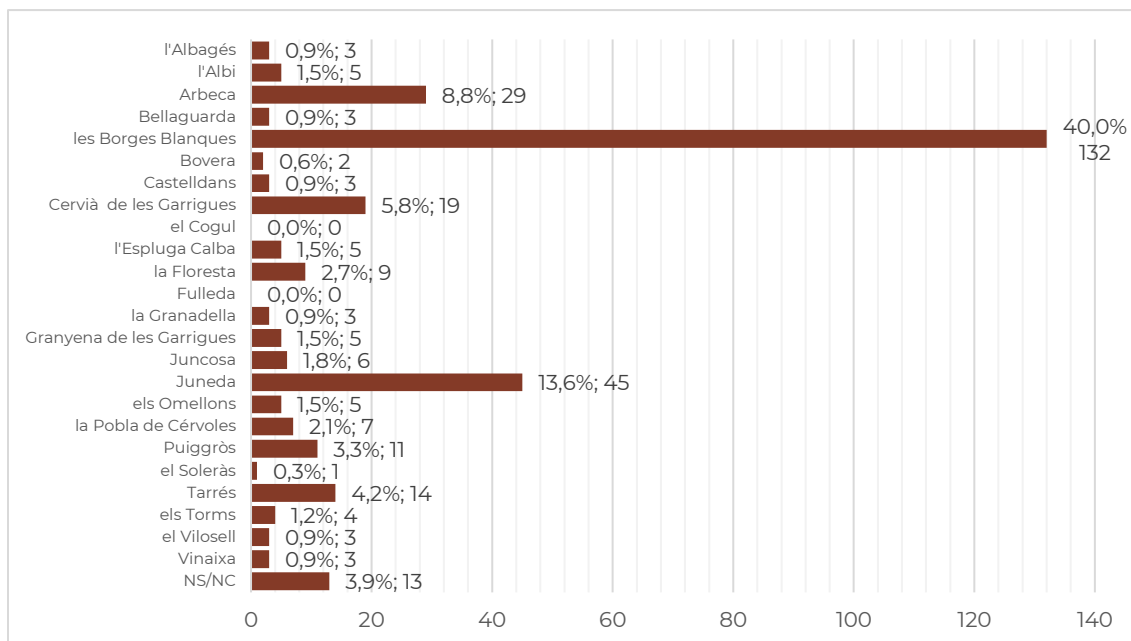
P3. Municipi on vius

Quan es pregunta el **municipi de residència** de les persones que han participat en el sondeig, com es pot observar en la següent gràfica:

- 6 de cada 10 respostes provenen dels municipis més grans de la comarca. Un 40,0% de les respostes són de persones que viuen a les Borges Blanques, un 13,6% de Juneda i el 8,8% d'Arbeca.
- Destaquen els municipis de Cervià de les Garrigues (642 habitants) i Tarrés (105 habitants) dels quals s'han obtingut un 5,8% i 4,2% de les respostes respectivament.
- Un 3,9% de les persones que han participat en el sondeig no han contestat aquesta pregunta.
- No s'ha obtingut cap resposta dels municipis de Fullella i del Cogul.



Gràfica 38. Municipi de residència de les persones que han contestat l'enquesta.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330).

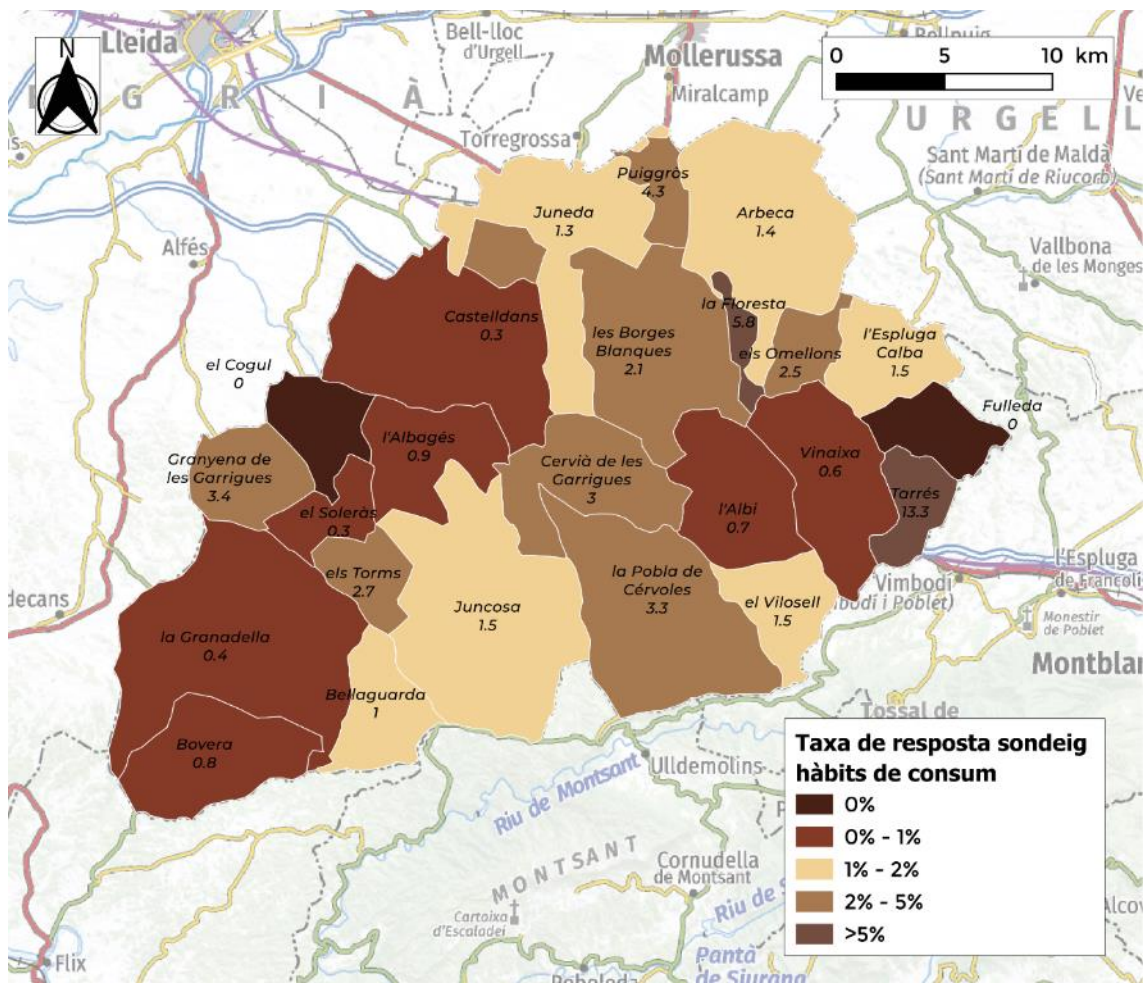
Pel que fa a la relació entre les respostes rebudes⁵ des de cada municipi i la població total d'aquest, el que anomenarem taxa de resposta del sondeig dels hàbits de compra al petit comerç alimentari de les Garrigues, com es pot observar al següent mapa:

- els municipis amb una taxa de resposta més gran són Tarrés i la Floresta amb un 4,2% i 2,7% respectivament.
- Tot seguit es troben els municipis de les Borges Blanques (2,1%), Cervià de les Garrigues (3,0%), Granyena de les Garrigues (3,4%), els Omellons (2,5%), la Pobla de Cérvoles (3,3%), Puiggròs (4,3%) i els Torms (2,7%).
- Els municipis amb una taxa de resposta d'entre l'1,0% i el 2,0% són: Arbeca (1,4%), Bellaguarda (1,0%), l'Espluga Calba (1,5%), Juncosa (1,5%), Juneda (1,3%) i el Vilosell (1,5%).
- Finalment, els pobles amb una taxa de resposta inferior a l'1,0% són: l'Albagés (0,9%), l'Albi (0,7%), Bovera (0,8%), Castelldans (0,3%), la Granadella (0,4%), el Soleràs (0,3%) i Vinaixa (0,6%).
- No s'han rebut respostes dels municipis del Cogul i Felleda.

⁵ Només es tenen en compte 317 respostes, ja que hi ha 13 respostes en les quals no s'ha indicat el municipi on viu la persona que contesta l'enquesta.



Mapa 5. Taxa de resposta del sondeig.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=317).

4.5.2.2. Hàbits de compra habituals

P4. Fas la compra setmanal d'aliments per a tu i la teva família al petit comerç del teu poble?

La primera pregunta de l'apartat d'hàbits de compra habituals és si fa la compra setmanal d'aliments per la família al petit comerç del poble. Segons les respostes rebudes:

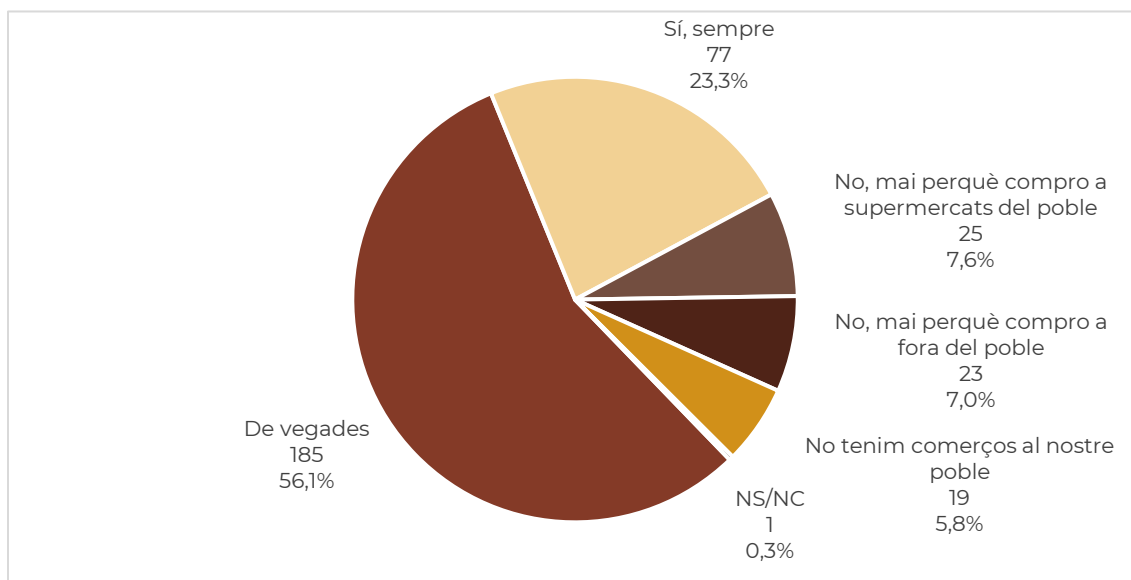
- Més de la meitat de les persones que han contestat l'enquesta de vegades compren al petit comerç del poble.
- 2 de cada 10 persones enquestades sempre fan la compra al petit comerç del poble.
- La resta d'opcions representen menys del 10,0% de les respostes: el 7,6% mai compren al petit comerç del poble perquè compren a



supermercats del poble, el 7,0% tampoc perquè compren fora del poble i el 5,8% afirmen que no tenen comerços al poble.

- 1 persona no ha contestat aquesta pregunta.

Gràfica 39. Fas la compra setmanal d'aliments per a tu i la teva família al petit comerç del teu poble?



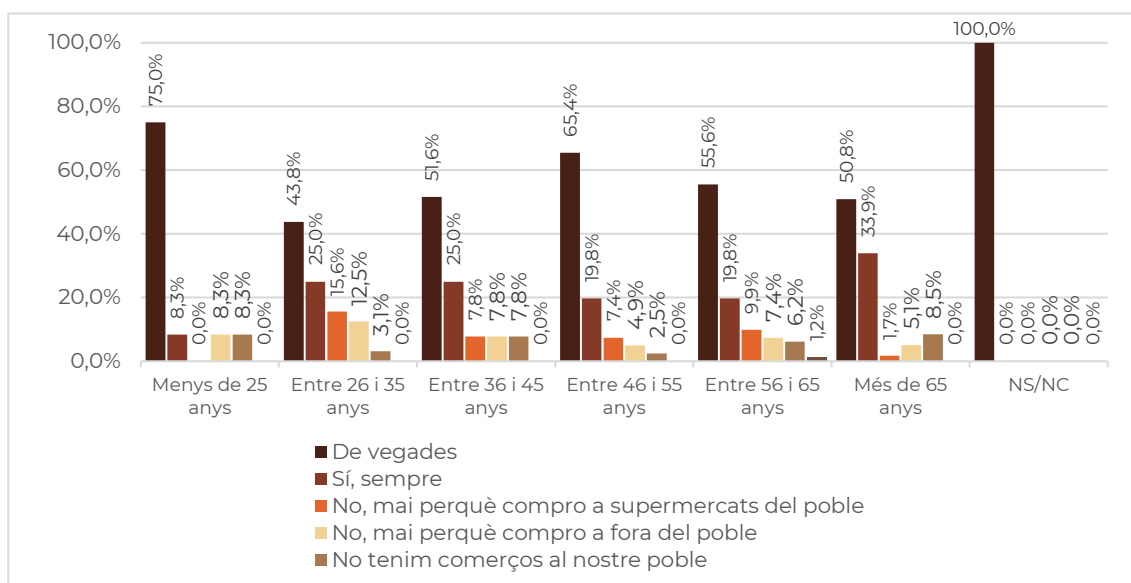
Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330).

Per edats, en la següent gràfica s'observa que:

- 3 de cada 10 persones de més de 65 anys **sempre compra al petit comerç del poble**, sent el grup d'edat que més ho fa. Per contra, només el 8,3% de les persones de menys de 25 anys compra sempre al petit comerç del poble.
- Tres quartes parts de les persones de menys de 25 anys **de vegades compren al petit comerç local**, seguit del 65,4% de les persones que tenen entre 46 i 55 anys i el 55,6% que tenen entre 56 i 65 anys.
- Entre els motius pels quals **no compren al petit comerç local** destaquen el 15,6% de les persones d'entre 26 i 35 anys ja que compren en supermercats del poble; igual com passa amb el 9,9% de les persones d'entre 56 i 65 anys, seguit del 12,5% del mateix grup d'edat que tampoc compra al petit comerç local perquè ho fan fora del poble i el 8,5% de les persones de més de 65 anys que afirmen no comprar al petit comerç local perquè no n'hi ha al municipi on viuen.



Gràfica 40. Fas la compra setmanal d'aliments per a tu i la teva família al petit comerç del teu poble? Per grups d'edat.



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330).

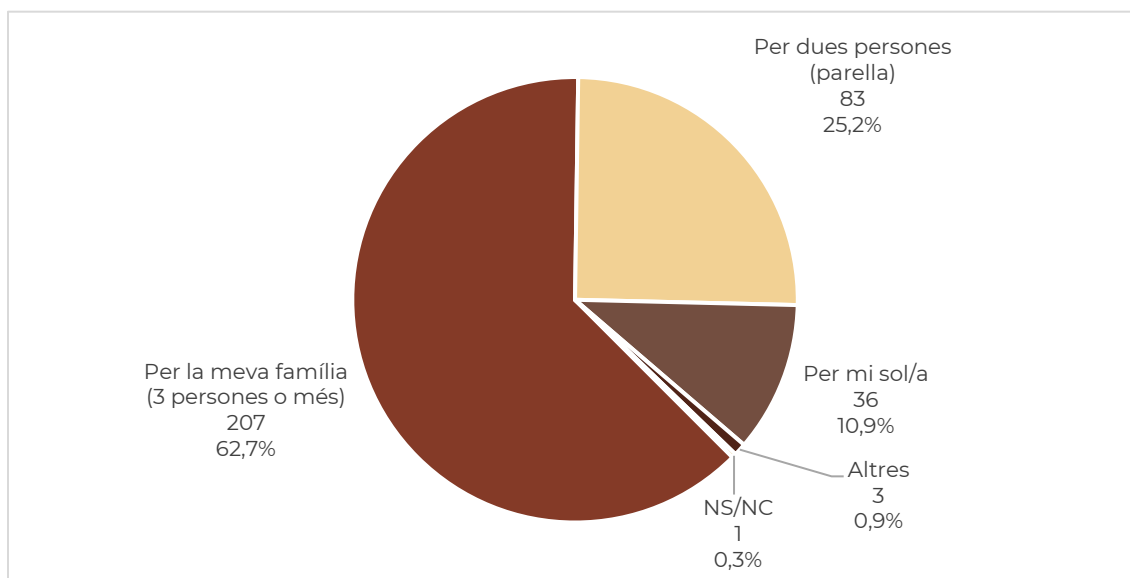
P5. Per a quantes persones fas la compra setmanal habitualment?

En el sondeig també es pregunta per a quantes persones es fa la compra setmanal habitualment. Les respostes obtingudes a aquesta pregunta mostren:

- 6 de cada 10 persones fan la compra per a 3 persones o més,
- una quarta part de les persones que han contestat l'enquesta fan la compra per a dues persones (parella),
- i el 10,9% fan la compra només per ell/a mateix/a.
- Altres opcions són per a una mare i el fill, per a quatre persones o per a un diferent nombre de persones segons el dia.
- 1 persona no ha contestat aquesta pregunta.



Gràfica 41. Per a quantes persones es fa la compra setmanal habitualment?



Font. Elaboració pròpia a partir del buidatge de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330).

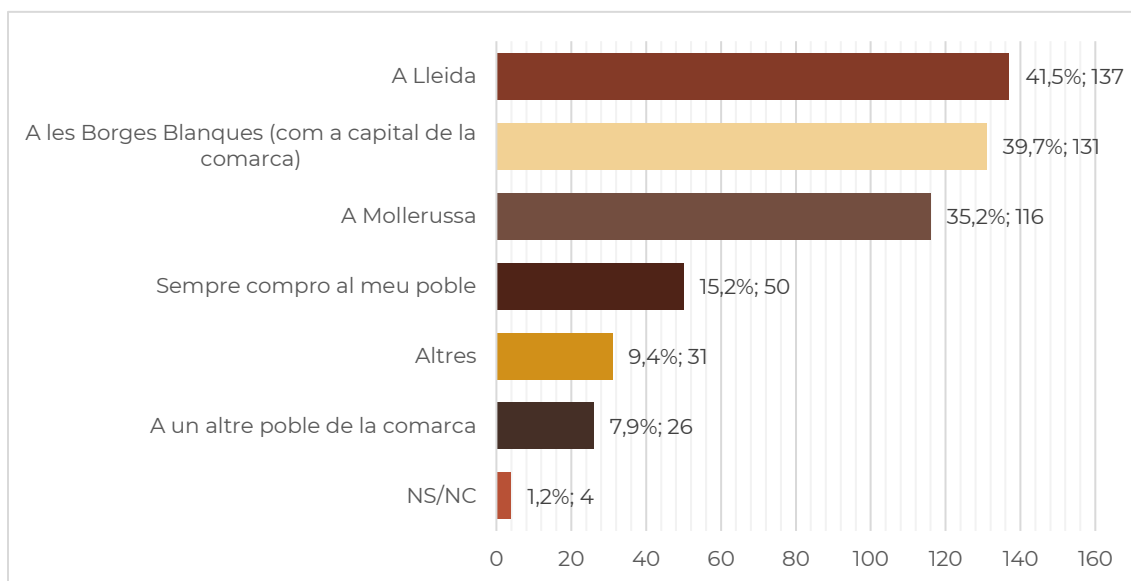
P6. Quan no compres al petit comerç del teu poble, on vas a comprar?

Quan es pregunta on van a comprar quan no compren al petit comerç del poble, segons les respostes rebudes:

- 4 de cada 10 persones van a comprar a Lleida i casi el mateix nombre de persones, el 39,7%, van a comprar a les Borges Blanques. Un 35,2% van a comprar a Mollerussa.
- El 15,2% de les persones participants en el sondeig afirmen que sempre compren al poble i un 7,9% compren a un altre poble de la comarca.
- 31 persones diuen que compren en altres llocs com Montblanc, Flix, Mora d'Ebre, Valls, l'Espluga de Francolí, Barcelona, Tàrrrega, Saragossa, Reus, Tarragona, Bellpuig, Puigverd de Lleida entre altres municipis o bé per internet.
- 4 persones no han contestat la pregunta.



Gràfica 42. On van a comprar els habitants de les Garrigues si no compren al petit comerç del poble.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

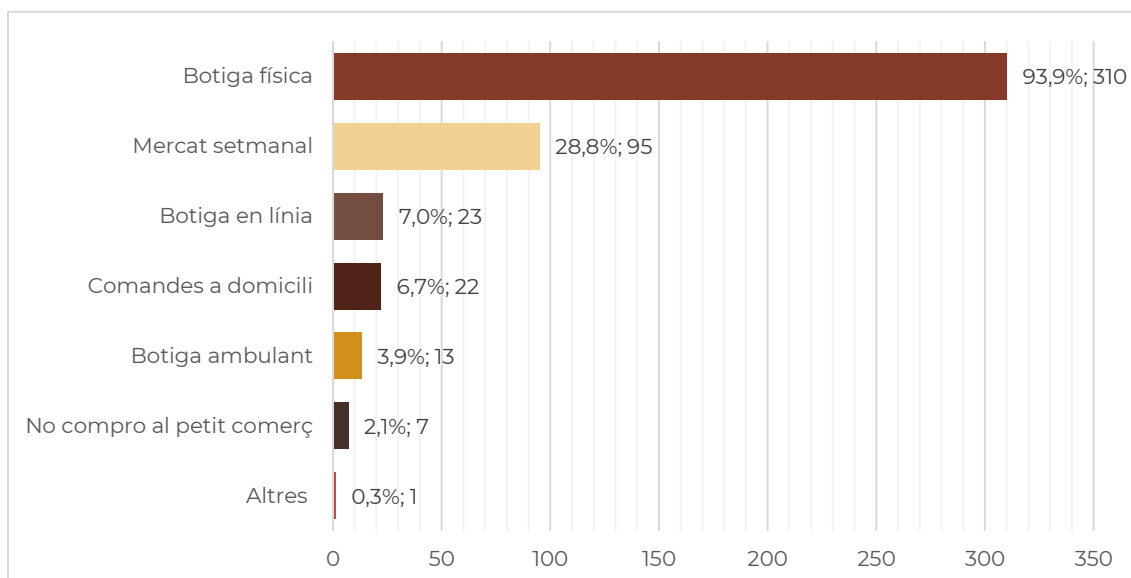
P7. Per quins canals acostumes a comprar quan compres al petit comerç?

A la pregunta per quins canals s'acostuma a comprar quan es compra al petit comerç, segons les respostes obtingudes:

- 9 de cada 10 persones compren en una botiga física, sent aquest canal de venda el més usual, amb diferència.
- El següent canal més utilitzat és el mercat setmanal, un 28,8% afirmen que compren per aquest canal.
- A continuació hi ha els canals menys utilitzats: 7,0% compren en botigues en línia, el 6,7% fan comandes a domicili i un 3,9% compren en botigues ambulants.
- El 2,1% de les persones que han contestat el sondeig afirmen que no compren al petit comerç.
- 1 persona diu que compra en una cooperativa de consum.



Gràfica 43. Canals de compra més usats quan es compra al petit comerç.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

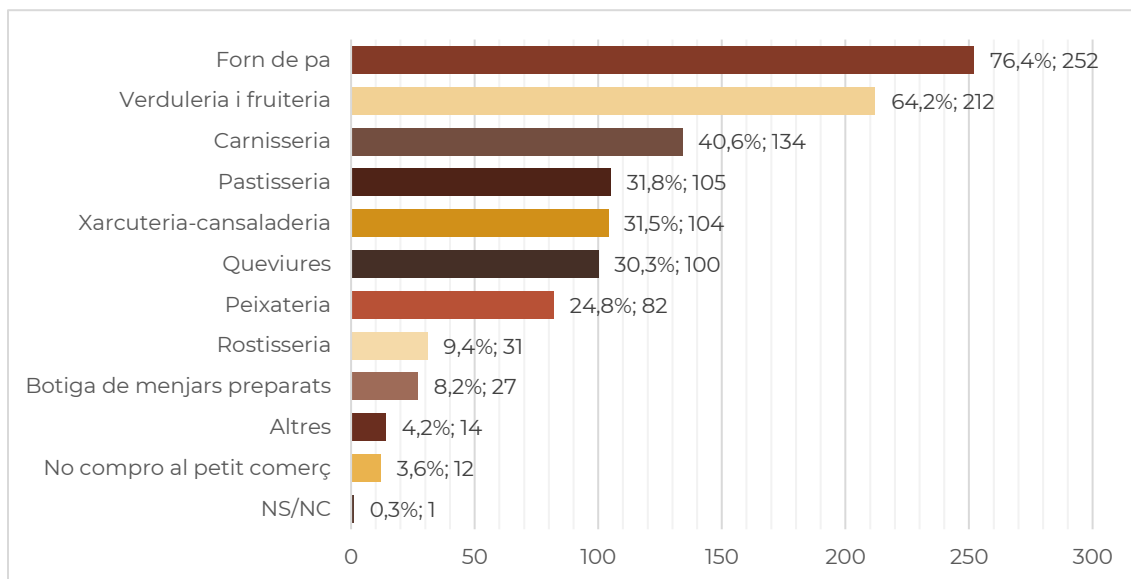
P8. A quin tipus de petit comerç compres habitualment?

La darrera pregunta d'aquest bloc és a quin tipus de comerç es compra habitualment. Com es pot observar en la següent gràfica,

- més de tres quartes parts de les persones que han contestat l'enquesta compren habitualment al forn de pa.
- 6 de cada 10 persones compren a la verduleria i fruiteria.
- El 40,6% compren a la carnisseria.
- Tot seguit, trobem valors molt similars, de persones que compren a la pastisseria (31,8%), a la xarcuteria-cansaladeria (31,5%) i a la botiga de queviures (30,3%).
- Quasi 1 de cada 4 persones compra a la peixateria.
- Finalment, es troben comerços on la gent hi compra menys habitualment: rostisseria (9,4%), botiga de menjars preparats (8,2%) i altres (4,2%). En aquesta darrera categoria hi figuren botigues com les herboristeries, de productes dietètics, el supermercat, de roba, de sabates, la drogueria o ferreteria, etc.
- 1 persona no ha contestat aquesta pregunta.



Gràfica 44. Tipus de petit comerç on es compra habitualment.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

4.5.2.3. Motivacions i limitacions per comprar al petit comerç dels pobles

En aquest apartat es fan preguntes per conèixer quines són les motivacions per comprar al petit comerç local o bé quines limitacions existeixen que impedeixen fer-ho.

P9. Si compres al petit comerç, per quins motius ho fas?

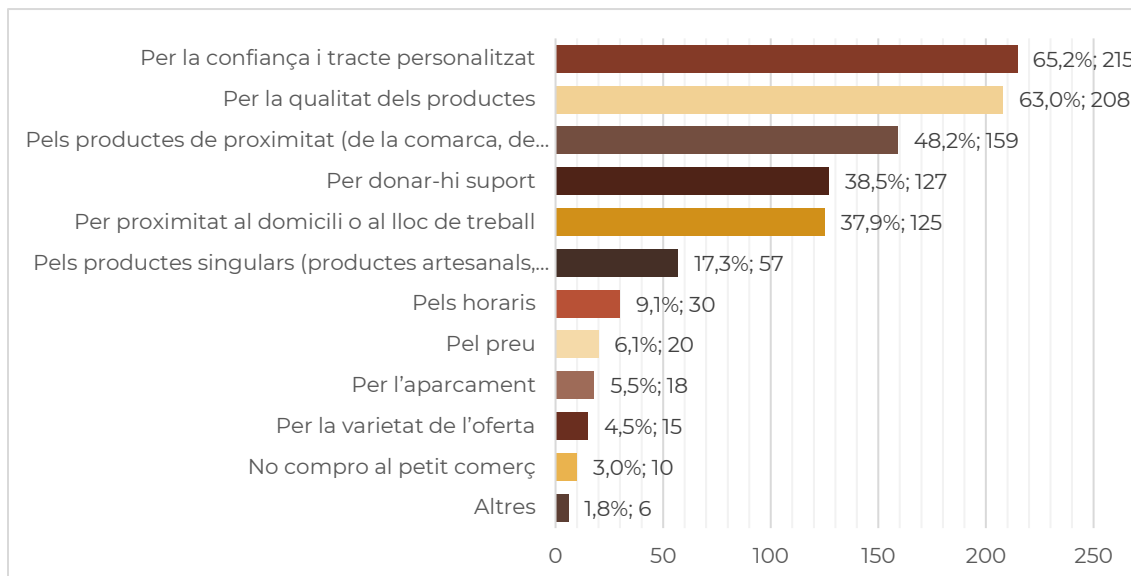
A la pregunta per quins motius compres al petit comerç, les respostes són com es mostra a continuació:

- 6 de cada 10 persones que han contestat l'enquesta ho fan per la confiança i el tracte personalitzat; el mateix nombre ho fa per la qualitat dels productes.
- Altres motius que argument per comprar al petit comerç i que representen entre el 30% al 40% de les respostes són pels productes de proximitat (de la comarca, de Ponent, etc.), per donar-hi suport o bé per proximitat al domicili o al lloc de treball.
- Un 17,3% de les persones que han contestat el sondeig afirmen que compren al petit comerç local pels productes singulars que ofereixen (productes artesanals, delicatessen, gourmet, etc.).
- Els motius menys habituals pels quals compren al petit comerç local són: pels horaris, pel preu, per l'aparcament i per la varietat de l'oferta.
- Altres motivacions per comprar al comerç local són: perquè ofereixen productes km 0, per la urgència de disposar d'algun producte en concret, compra de productes del dia a dia com per exemple pa o bé per evitar desplaçaments a altres municipis.



- 10 persones diuen que no compren al petit comerç.

Gràfica 45. Motivacions per comprar al petit comerç.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

P10. Si No vas a comprar al petit comerç del teu poble, per quins motius són?

Pel que fa als motius pels qual no van a comprar al petit comerç local destaquen:

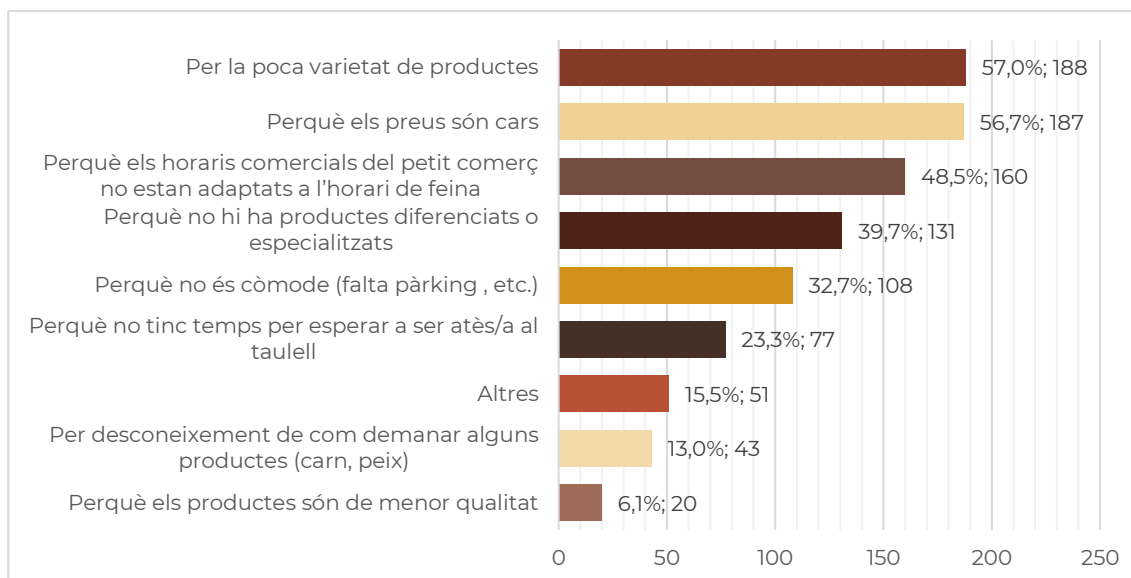
- Més de la meitat de les persones que han participat en l'enquesta assenyalen que no compren al petit comerç local per la poca varietat de producte (57,0%) o bé perquè els preus són massa cars (56,7%).
- El 48,5% de les persones no compren al petit comerç local perquè els horaris no estan adaptats als horaris laborals.
- El 39,7% de les persones no compren al petit comerç local perquè no hi ha productes diferenciats o especialitzats.
- El 32,0% apunten a la manca de comoditats, com per exemple l'aparcament.
- Un 23,3% no compren al petit comerç local perquè no tenen temps per esperar ser ateses al taulell.
- Altres motius per no comprar al petit comerç local menys habituals són el desconeixement de com demanar alguns productes (carn, peix) (13,0%) o bé perquè consideren que els productes són de menor qualitat (6,1%).
- Altres motivacions per no comprar al petit comerç local són: no hi ha o bé hi ha molt poca varietat de productes específics, com per exemple, sense lactosa, productes bio o productes frescos, entre altres; perquè compren en línia, per proximitat al lloc de treball, perquè no poden



trobar tots els productes que necessiten en el mateix establiment, perquè s'han d'encarregar determinats productes abans o bé perquè en altres tipus de comerç porten la compra a casa.

- Fins a 10 persones han indicat que no compren al petit comerç local del seu municipi perquè no n'hi ha.

Gràfica 46. Motivacions per no comprar al petit comerç local.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

P11. Què t'ofereixen els comerços més grans del poble o de fora del poble (supermercats) perquè els prefereixis per davant del petit comerç local?

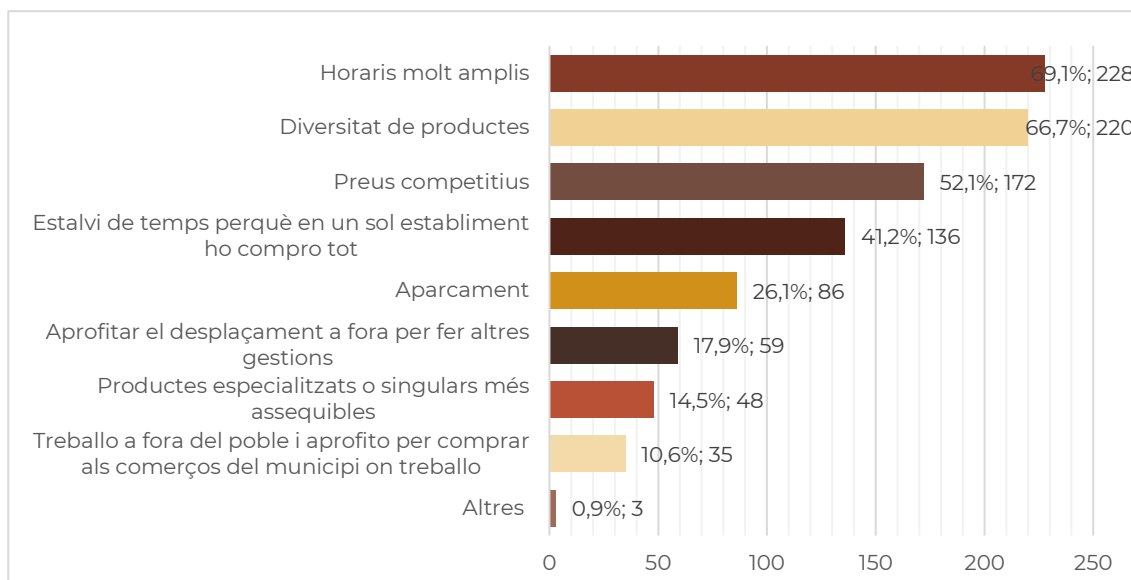
A continuació es pregunta per quin motiu es prefereixen els comerços més grans del poble o de fora (supermercats) enlloc del petit comerç local. Les respostes són:

- quasi 7 de cada 10 persones apunten que els horaris són més amplis.
- Dos terços de les persones els prefereixen per la diversitat de productes.
- El 52,1% perquè els preus són competitiu.
- Un 41,2% prefereixen aquests establiments perquè ho poden comprar tot en un sol comerç.
- El 25,8% de les persones apunten a l'aparcament entre les motivacions d'escollir aquests comerços enlloc del petit comerç local.
- Entre les motivacions menys escollides per preferir els comerços més grans del poble o de fora respecte el petit comerç local destaquen: aprofitar el desplaçament a fora per fer altres gestions (17,9%), els productes especialitzats o singulars són més assequibles (14,5%) o bé perquè treballen fora del poble i aprofiten per comprar als comerços del municipi on treballen (10,6%).



- Altres motivacions per comprar als comerços grans del poble o de fora del poble (supermercats) enlloc del petit comerç local són: possibilitat de comprar productes ecològics, possibilitat de trobar productes molt concrets que sols es troben als supermercats, entre altres.

Gràfica 47. Preferències dels comerços grans del poble o de fora del poble (supermercats) respecte el petit comerç local.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

4.5.2.4. Futur del petit comerç

P12. Quines mesures podria introduir el petit comerç dels pobles perquè tu i la teva família hi anés més a comprar?

En aquesta pregunta es demana quines mesures podria introduir el petit comerç local perquè s'hi anés a comprar. Les respostes a aquesta pregunta indiquen:

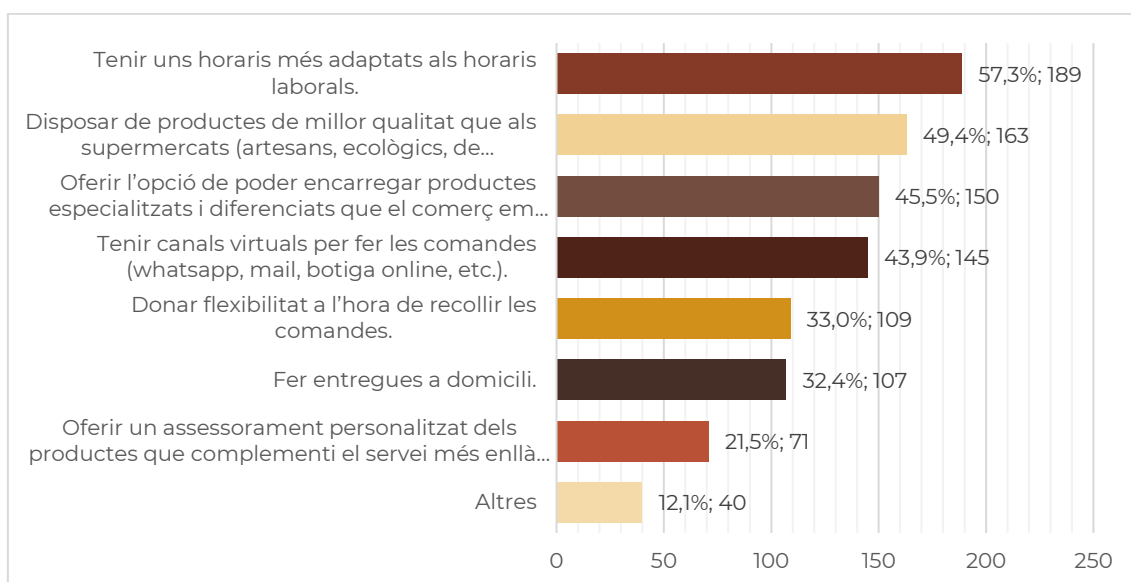
- Quasi 6 de cada 10 persones indiquen el fet d'oferir uns horaris més adaptats als horaris laborals.
- Aproximadament la meitat apunten a disposar de productes de millor qualitat que els dels supermercats (artesans, ecològics, etc.).
- La següent opció més valorada és oferir l'opció de poder encarregar productes especialitzats i diferenciats que el comerç tingui disponible en poc temps (45,5%).
- El 43,9% diuen que disposar de canals virtuals per fer les comandes (whatsapp, mail, botiga en línia, etc.) serien millores que fomentarien les compres en aquest tipus de comerç.
- Opcions menys valorades serien donar flexibilitat a l'hora de recollir les comandes (33,0%), fer entregues a domicili (32,4%) o bé oferir un



assessorament personalitzat dels productes que completi el servei més enllà de la venda d'aliments (21,5%).

- Altres mesures que es podrien introduir en el petit comerç local per fomentar que s'hi vagi a comprar són: més disponibilitat d'aparcament i que aquests estiguin més propers als comerços, tenir aparadors més atractius que permetin conèixer els productes que s'hi venen, oferir més varietat de productes, tenir més disponibilitat de productes frescos, oferir preus més competitius i que els preus siguin visibles, poder trobar tots els productes en un mateix establiment, comerços més propers o bé en una mateixa zona (idea d'un mercat central) o que hi hagi més personal atenent.

Gràfica 48. Mesures que es podrien introduir en el petit comerç per fomentar que s'hi vagi a comprar.



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

P13. Per a tu què representaria que es perdi el comerç local i de proximitat del teu poble?

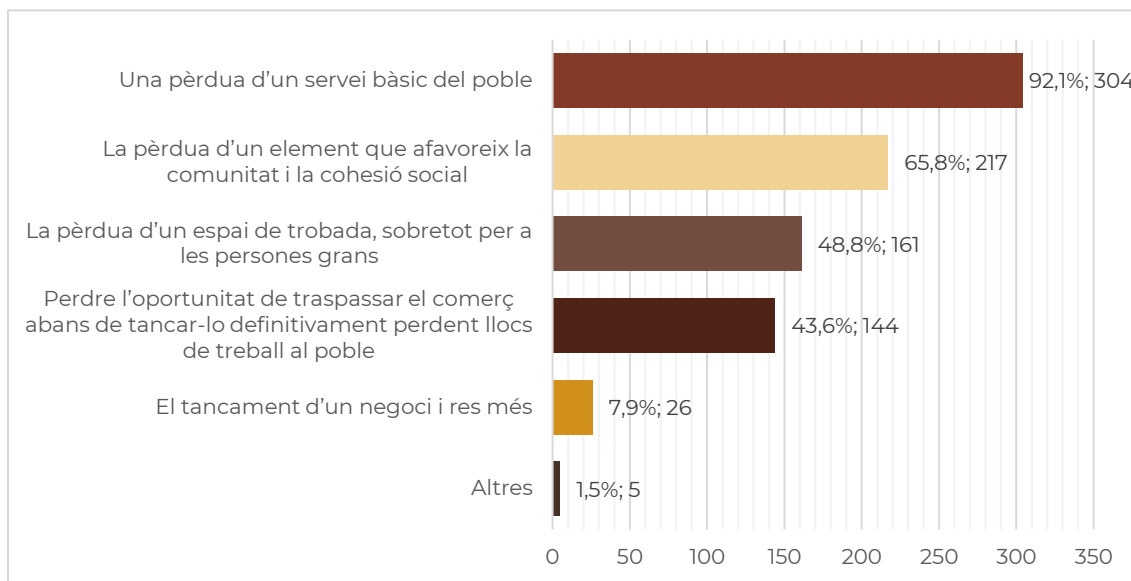
Finalment, es pregunta què suposaria la pèrdua de comerç local i de proximitat del poble, a la qual les persones que han contestat l'enquesta responen:

- 9 de cada 10 persones opinen que es perdria un servei bàsic del poble.
- Quasi bé dos terços dels sondejats diuen que es perdria un element que afavoreix la comunitat i la cohesió social.
- El 48,8% pensen que es perdria un espai de trobada, sobretot per a les persones grans.
- Un 43,6% opinen que es perdria l'oportunitat de traspasar el comerç abans de tancar-lo definitivament i, per tant, també es perdrien llocs de treball al poble.



- El 7,9% de les persones que han contestat l'enquesta pensen que seria el tancament d'un negoci i res més.
- Per a les persones que han indicat altres opcions, representaria la pèrdua de població, pèrdua d'oportunitats per al repoblament, pèrdua de dinamisme, espais de socialització i activitat econòmica al poble i també apunten que el petit comerç local desapareixerà per manca de relleu.

Gràfica 49. Què representaria la pèrdua del comerç local i de proximitat del poble?



Font. Elaboració pròpia a partir de les dades del sondeig sobre hàbits de compra. (Base: total mostra n=330; els percentatges no sumen 100% ja que es tracta d'una pregunta multi resposta).

P14. Ens vols fer arribar alguna idea, iniciativa o projecte que pugui contribuir a mantenir obert el petit comerç dels pobles de les Garrigues?

En la darrera pregunta del sondeig dels hàbits de compra al petit comerç alimentari de les Garrigues es demana si volen fer arribar alguna idea, iniciativa o projecte que pugui contribuir a mantenir oberts els petits comerços de les Garrigues. Han fet aportacions 105 persones, és a dir, el 31,8% de les persones que han participat en l'enquesta.

Es mostren les respostes en funció de l'agent implicat: administració, comerços o ciutadania.

- Des del punt de vista de la ciutadania, la majoria de les aportacions fan referència a la necessitat de conscienciar i sensibilitzar la població local per a que facin les compres al petit comerç local.
- Les propostes plantejades per contribuir a mantenir obert el petit comerç de les Garrigues que hauria d'aplicar el petit comerç i que l'ajudarien a ser més competitiu:
 - Horaris d'obertura més amplis
 - Facilitats en l'entrega a domicili



- Idea del comerç com a lloc d'interacció social (per exemple un forn de pa que també ofereixi servei com a cafeteria, per exemple)
 - Més varietat de productes
 - Més promocions
 - Oferir més productes de proximitat
 - Oferir més productes ecològics
 - Unir-se com a central de compres per aconseguir costos més avantatjosos i poder oferir preus més competitius.
 - Cooperació entre els petits comerços locals
 - Si no hi ha petit comerç, valorar l'opció de la venda ambulant per fer la compra de productes bàsics.
 - Crear nous comerços del model cooperatiu.
 - Des del punt de vista de la propietat dels locals, preus de lloguer més assequibles per fomentar l'emprenedoria i oferir preus més competitius.
- Les propostes que planteja la ciutadania l'adopció de les quals corresponen a les administracions locals són les següents:
 - Ajudes i/o bonificacions tant per a l'obertura de nous comerços com per al manteniment d'aquests tenint en compte que en molt municipis fan una funció de servei públic.
 - Suport i assessorament per al manteniment dels negocis.
 - Suport i assessorament per al traspàs dels negocis i creació d'un banc de locals en traspàs.
 - Millora o creació de zones d'aparcament.
 - Accions de compra pública responsable com a model exemplificador.
 - Crear una moneda social per fer compres als comerços dels pobles de la comarca.
 - Normatives dissuasives per l'obertura de grans superfícies, supermercats o franquícies.
 - Promoció dels mercats locals per tota la comarca.
 - Cursos de formació en digitalització de comerços.
 - Polítiques públiques de retenció del jovent al poble.
 - Més difusió de les eines disponibles per als comerços i acompanyament per part de l'administració.
 - Processos burocràtics per obrir nous negocis més senzills i ràpids.
 - Creació de cicles formatius relacionats amb l'emprenedoria i coneixement del sector.
 - Creació d'un mercat central.





4.5.5. Anàlisi DAFO

Com a síntesi de la diagnosi, en aquest apartat es presenta la matriu FODA que fa referència a la identificació dels factors d'àmbit intern (fortaleses i debilitats) i extern (oportunitats i amenaces) en relació al petit comerç alimentari de les Garrigues:

Capacitat d'oferir un servei més personalitzat i proper.	Comarca menys orientada al sector serveis, per tant, és un sector no saturat	Manca de coneixement de la competència i anàlisi del mercat objectiu.	Les Garrigues ha perdut un 5,2% de població, el que significa que hi ha 1.047 persones menys.
La proximitat amb el client permet avançar-se a noves necessitats de consum.	Pes del sector primari a la comarca important amb productes agroalimentaris de qualitat.	Escàs associacionisme comercial.	Població envellida (lloc 39 de les 42 comarques catalanes en % de persones de 65 anys o més respecte la població total).
La proximitat amb altres sectors productius facilita la generació d'aliances estratègiques.	Treball públic-privat conjunt per apostar per mantenir el comerç rural com un servei bàsic.	Baixa competitivitat en relació als supermercats o franquícies existents al territori.	Les Garrigues, territori marcadament rural.
Existència de productors locals i de proximitat que permet disposar de productes sense necessitat d'intermediaris.	Noves estratègies comercials i de consum basades en l'economia social i solidària.	Manca de dinamisme intern del petit comerç alimentari.	Renda familiar disponible bruta (RFDB) baixa.
Alt percentatge de persones grans que són els clients més habituals al petit comerç local.	Possibilitat d'establir col·laboracions entre comerços de pobles propers.	Nivell insuficient de modernització: manca d'equipaments tecnològics, escassa atractivitat estètica dels establiments, aparadors, etc.	Proliferació d'àrees comercials en poblacions properes més grans amb més oferta d'activitats d'oci.





FORTALESES



OPORTUNITATS



DEBILITATS



AMENACES

Capacitat de resistència del petit comerç rural ja que sovint es tracta de comerços familiars que són més resilients a les adversitats.	Possibilitat de reforçar el comerç de proximitat a través del concepte d'espai de socialització, molt necessari en entorns rurals i amb manca de serveis de proximitat.	El petit comerç rural com un model d'economia familiar que sovint no tenen en compte raonament empresarials per al desenvolupament de l'activitat.	Augment de l'ús del canal de venda en línia.
Perfils de 40 a 65 anys i de més de 65 anys clients més habituals als petits comerços alimentaris de les Garrigues.	Potenciar el consum a partir de la comercialització de productes locals i de proximitat.	La mida petita dels negocis i l'individualisme frenen la capacitat negociadora.	Les persones que es desplacen per motius de feina o oci aprofiten per fer les compres en aquests altres municipis, sovint amb una millor oferta comercial.
	Establir sinèrgies entre els comerços de productes locals i de proximitat i els establiments de restauració, per oferir una oferta gastronòmica capaç d'atreure visitants.	A Fullella no hi ha cap comerç i en altres municipis només n'hi ha 1, per tant, tenen una situació comercial crítica ja que el tancament d'aquest suposaria que el municipi es quedaria sense aquest servei.	Canvi d'hàbits de consum de la població.
	Possibilitat de millorar la situació del teixit comercial mitjançant la creació i dinamització d'associacions comercials a nivell local.	Manca de coneixement dels programes públics de suport al comerç per part de les persones que tenen un comerç i són potencials usuàries d'aquests.	Implantació de supermercats i franquícies als municipis de la comarca i que fan la competència al petit comerç
	Projecte Innovador i Experimental "Noves oportunitats sostenibles i digitals per generar activitat econòmica i ocupació a les Garrigues" pretén abordar el repte del petit comerç alimentari a la comarca.	Disminució del nombre de comerços a les Garrigues en els darrers anys.	Escassa oferta d'oci als municipis més rurals com a complement a l'activitat comercial.





FORTALESES



OPORTUNITATS



DEBILITATS



AMENACES

	Canal de venda en línia i a domicili poc explotats.	Índex de dotació comercial molt baix, el que significa que hi ha pocs comerços per cada 100 habitants.	Augment dels costos de les matèries primeres i dels subministraments ha implicat l'increment dels preus de venda al públic o la pèrdua de marge comercial del botiguer/a.
	Difusió dels programes de suport disponibles per als comerços, com per exemple Reempresa.	Els municipis més petits són els que generalment presenten més mancances en quant a comerços alimentaris.	La difusió dels programes públics de suport al comerç no arriba a les persones usuàries.
	Arribar a nous segments de la població: gent jove, turistes, persones amb segona residència a la comarca, etc.	Hi ha municipis en els quals el petit comerç alimentari és l'única opció de comprar productes d'alimentació bàsics.	Comerços annexats als habitatges que dificulten independitzar-los si volen ser traspassats.
	Comerços alimentaris que en breu tancaran i necessiten una persona emprenedora per fer-se'n càrrec.	Per la majoria de comerços els ingressos que aquests generen és la font d'ingressos principal	Normatives massa restrictives.
	Treball conjunt entre les àrees de comerç i turisme per generar sinèrgies beneficioses per ambdós sectors, sobretot amb l'auge del turisme rural.	Horaris poc compatibles amb els horaris laborals dels consumidors.	Manca d'emprenedors disposats a fer-se càrrec del negoci.
	Creació de centrals de compra que permetin aconseguir un costos més assequibles i que es tradueixin en uns preus de venda més competitius i millors marges.	Baixa disponibilitat de productes sota comanda.	Impacte negatiu i competència dels mercats i venda ambulants.





FORTALESES



OPORTUNITATS



DEBILITATS



AMENACES

	Comença a ser habitual la realització de plans de dinamització comercials en municipis rurals.	Els joves de menys de 65 anys són el perfil de clientela menys habitual als comerços de les Garrigues.	Manca de polítiques específiques a favor del petit comerç rural.
	Possibilitat per dur a terme campanyes de conscienciació i sensibilització des de les administracions, les associacions i la ciutadania	Poc marge per augmentar els preus i fer que el negoci sigui més rendible.	
		Gairebé 1 de cada 4 comerços alimentaris de les Garrigues tenen previst tancar el negoci o jubilar-se en els pròxims 5 anys.	
		Les persones que tenen previst tancar el negoci o jubilar-se no tenen possibilitat de fer un relleu o traspàs del negoci.	



4.6. Programa d'assessoraments a comerços de la comarca de les Garrigues

4.6.1. Criteris de selecció i participants

Criteris de selecció dels comerços per accedir al programa d'assessoraments

Durant les entrevistes prèvies realitzades als comerços, es va identificar un elevat nombre d'establiments comercials que estaven interessats en participar en el programa d'assessorament, concretament, 30 dels 52 establiments que van participar en la mostra de l'enquesta realitzada.

Malgrat aquest elevat interès, el programa d'assessoraments no podia donar resposta a la totalitat dels interessats i es van fixar diferents criteris de prioritització per determinar els negocis que finalment hi van entrar a formar part i que són els següents:

- Prioritzar els comerços dels micropobles
- Que no comercialitzin un únic producte
- Que el comerç sigui la seva principal font d'ingressos
- Que no estiguin a punt de jubilar-se
- Donar l'oportunitat a diversitat de poblacions
- Atendre a algun comerç d'especialitat

Comerços assessorats

Els comerços participants en el programa han estat:

1. Queviures Casa Gaya
2. El desig més dolç
3. Ca la Silvia
4. El racó de Puiggròs
5. Cal Ciriaco
6. Ca la Susana
7. La peixateria del Mar

A cada comerç s'ha fet una diagnosi inicial de la seva situació i en funció d'aquesta se l'ha assessorat en diferents àrees des de l'estratègia a temes comercials, de comunicació, càlcul de costos, d'innovació en producte, entre d'altres. També se'ls ha donat indicacions en l'anàlisi i el pla de treball sobre les accions possibles a dur a terme per millorar la rendibilitat del seu negoci.



Adjuntem la relació de comerços atesos, el tipus de comerç, de quina població son i el nombre d'hores d'atenció dedicada:

Comerç	Tipus de comerç	Població	Hores
1. Casa Gaya	Queviures	L' Espluga Calva	6,50
2. El desig més dolç	Pastisseria	El Soleràs	8,00
3. Ca la Silvia	Queviures	La Granadella	4,00
4. El racó de Puiggròs	Queviures	Puiggròs	4,00
5. Cal Ciriaco	Queviures	Bellaguarda	2,50
6. Ca la Susana	Queviures i Orelletes	Castelldans	6,75
7. La Peixateria del Mar	Peixateria	Arbeca	4,50
TOTAL			36,25 h

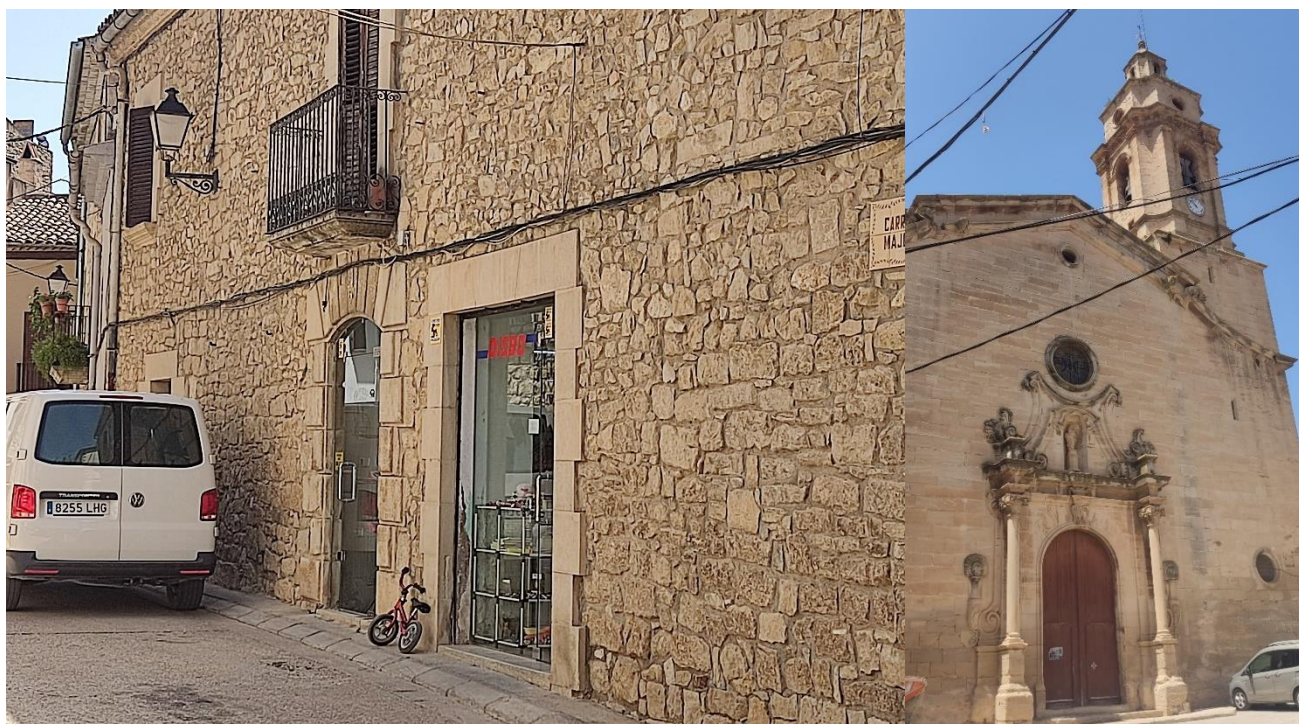


4.6.2. Informes dels assessoraments

Els dies i el resum del tipus d'assessorament dut a terme a cada establiment comercial ha estat:

1. Queviures Casa Gaya

Carrer Major, 6, 25410 L'Espluga Calba



Comerçant/a	Miquel Gaya
Dies i hores d'assessorament	18 de juliol de 12 a 14 h 2 22 d'agost de 15 a 16:30 h 1,5 26 de setembre de 15 a 16:30 h 1,5 3 d'octubre de 15 a 16 h 1,5 Total 6,5
Format	La primera presencial, la resta en línia
Resum dels temes treballats	Anàlisi de l'oferta de productes, la clientela, així com les accions de comunicació i comercialització realitzades. També s'han valorat possibles sinergies amb d'altres establiments, així com donar servei a veïns de municipis propers que no compten amb una botiga de queviures.



	Treball els estats comptables provisionals per valorar la viabilitat de l'establiment a futur.
Acords presos	<p>Buscarà altres productes de proximitat que complementin l'oferta i que puguin servir també com a reclam.</p> <p>Millorarà la seva presència digital.</p> <p>Treballarà la seva base de dades de clients i potencials clients.</p>



2. El Desig més dolç

Carrer Major, 79, 25163 El Soleràs

Comerciant/a	Mercè Rius
Dia, hores assessorament	19 de juliol de 9:15 a 11:15 h 2 21 d'agost de 9 a 10 h 1 29 d'agost de 12 a 13:45 h 1,75 20 de setembre de 15 a 16:45 h 1,75 27 de setembre de 15:15 a 16:45 h 1,5 Total 8
Format	La primera presencial, la resta en línia
Resum dels temes treballats	<p>Anàlisi de la situació de l'establiment, tenint en compte des que es va obrir tot el que s'ha treballat per oferir la cartera de productes de forn, pastissos i xocolates.</p> <p>Realització i anàlisi de l'escandall del costos unitaris i fixació de preus en funció del tipus de client.</p> <p>Anàlisi dels potencials clients i com captar-los</p> <p>Anàlisi de la presència digital i possibles millores.</p> <p>Transport: valorem possibilitats per solucionar aquest tema.</p> <p>Planificació i organització de l'oferta en funció de la temporalitat i les condicions del producte, es valora promocionar per temporades cada producte.</p>
Acords presos	<p>Mantenir i controlar l'escandall de costos</p> <p>Anar a oferir tant pastissos com xocolates a potencials clients fora del Soleràs.</p> <p>Pla de comunicació: millorar la presència digital amb diferents accions. Millora de les fotografies en les seves publicacions.</p>



	<p>Incrementar els preus d'alguns dels productes i adaptar-los en altres tipus de client per volum.</p> <p>Explorar innovar en algun producte vinculat amb la pastisseria elaborat amb productes de proximitat.</p>
--	---



3. Ca la Silvia
Plaça Vicens Blanch, 5
25177 La Granadella



Comerçant/a	Silvia Jove	
Dia, hores assessorament	19 de juliol de 17 a 19 h	2
	27 de juliol de 12 a 13 h Informe	1
	10 d'octubre 16:30 a 17:30 h	1
	Total	4
Format	La primera presencial, la resta en línia	
Resum dels temes treballats	<p>Situació i evolució molt positiva del negoci.</p> <p>Anàlisi de l'oferta tant de l'espai d'alimentació com del de basar, així com del procés de proveïment.</p> <p>Anàlisi de la tipologia de client actual i la relació i comunicació.</p> <p>Anàlisi de la digitalització de l'establiment.</p>	
Acords presos	<p>A nivell d'oferta de productes:</p> <p>Valorar la possibilitat d'incorporar alguns productes més gourmet i del territori.</p> <p>A nivell comercial i de comunicació</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear la base de dades de clients per poder comunicar-se millor amb els que fan compres més esporàdiques. • Fomentar la repetició de compra, en els casos que sigui possible, guardant la comanda setmanal per poder-la repetir fent petites variacions, oferir-ho per diferents canals, WhatsApp o telèfon. • Fer ofertes i promocions de forma regular i identificar-les i comunicar-les com a tal. <p>Digitalització</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plantejar-se tenir més presència digital per donar-se a conèixer Formar-se en temes digitals per potenciar més la seva presència en línia i poder-se orientar a un perfil de client més jove. • Acabar de digitalitzar tots els productes per poder controlar millor els estocs. 	



	<ul style="list-style-type: none">• Formació en temes de digitalització. <p>Sostenibilitat:</p> <ul style="list-style-type: none">• Malgrat la clientela majoritàriament encara no ho demana, publicitar que som un negoci sostenible, donant a conèixer les bones pràctiques que duem a terme, els consumidors i els més joves ho valoraran i demanaran més (bosses reciclables, portar la carmanyola, envasos de paper,...)
--	--



4. El racó de Puiggròs
 Plaça de l'Octau Centenari, sn
 25420 Puiggros



Comerciant/a	Mercè Lara Segura
Dia, hores assessorament	18 de juliol de 16:30 a 18:30 h 2 16 d'agost de 10 a 12 h 2 Total 4
Format	La primera presencial, la resta en línia
Resum dels temes treballats	Anàlisi de la situació de la botiga des que es va posar en marxa. Anàlisi de l'oferta de productes de supermercat, frescos i pizzes i cocs. .
Acords presos	Se li fan les recomanacions per millorar les vendes a través del lliurament d' un informa que potencia:



	<ul style="list-style-type: none"> • Valorar incrementar l'oferta de productes amb productes de proximitat com a reclam i menjars preparats • La revisió dels preus dels cocs i pizzes, així com la dels productes frescos. • A nivell comercial, les sinèrgies amb d'altres establiments i entitats del territori. • Valorar fer promocions i accions per fidelitzar la clientela. • Comunicar-nos amb els clients per fomentar la compra més regular i donar-los a conèixer les novetats i ofertes. • . • Plantejar-se tenir més presència digital i poder influir entre els potencials clients. Formar-se per poder-ho integrar com un hàbit quotidià. • Plantejar escenaris futurs amb diferents hipòtesis a nivell econòmic-financer per poder prendre decisions més fonamentades.
--	---



Cal Ciriaco

C/ Les Eres, sn
25177 Bellaguarda



Comerciant/a	Yolanda Mengual
Dia, hores assessorament	19 de juliol de 12 a 13 h 1 29 d'agost de 18 a 18:30 h 1,5 13 de setembre de 18 a 19 h 1 Total 3,5
Format	La primera presencial, la resta en línia
Resum dels temes treballats	Anàlisi de l'establiment, de l'oferta i del tipus de clientela, te com a especialització la venda de tabac, malgrat no és un volum important. Anàlisi de la possibilitat de vendre peix a l'establiment Massa competència 3 botigues de queviures. Anàlisi de la situació econòmica Possibilitat de sinèrgies amb altres establiments.
Acords presos	Valorarà incrementar l'oferta de productes en quan a cocs i pizzes, pastissos,... per encàrrec. Millorarà l'exposició de productes



	<p>Valorarà millorar la digitalització del negoci i formar-se al respecte</p> <p>Es posarà en contacte amb les cases de turisme rural per donar a conèixer la seva oferta.</p>
--	--



Ca la Susana

25154 Castellidans



Comerçant/a	Susana Anglada
Dia, hores assessorament	18 de juliol de de 19 a 21:15 h 2,25 13 de setembre de 15 a 16:30 h 1,5 20 de setembre de 18 a 19,30 h 1,5 4 d'octubre de 16 a 17:30 h 1,5 Total 6,75
Format	La primera presencial, la resta en línia
Resum dels temes treballats	Anàlisi de la situació de la botiga de queviures de la Susana i de l'activitat de fer orelletes que està endegant. Anàlisi de costos i marges i cobrament Anàlisi del procés d'elaboració de les orelletes i qui les fa Anàlisi de la remuneració a possibles col·laboradors/es. Digitalització
Acords presos	Potenciarà les orelletes Posarà en marxa més accions de comunicació i comercialització



	<p>Cercarà col·laboradors per tenir equip per fer les orelletes i per comercialitzar-les a través d'altres canals i territoris</p> <p>Demana el Kit digital per fer una pàgina web i/o un e-commerce</p> <p>Valorarà l'elaboració en un obrador comunitari o altres opcions</p> <p>Valorarà digitalitzar més la seva activitat</p>
--	--



5. Peixateria del Mar

Av. dels Portals, 25140 Arbeca



Comerciant/a	Mercè Argelich								
Dia, hores assessorament	<table> <tr> <td>18 de juliol de 9 a 11 h</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>1 de setembre de 17 a 18:30 h</td> <td>1,5</td> </tr> <tr> <td>29 de setembre de 16 a 17 h</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>4,5</td> </tr> </table>	18 de juliol de 9 a 11 h	2	1 de setembre de 17 a 18:30 h	1,5	29 de setembre de 16 a 17 h	1	Total	4,5
18 de juliol de 9 a 11 h	2								
1 de setembre de 17 a 18:30 h	1,5								
29 de setembre de 16 a 17 h	1								
Total	4,5								
Format	Presencials								
Resum dels temes treballats	<p>Anàlisi de l'oferta de productes i serveis i la tipologia dels clients, així com la competència.</p> <p>Visió del negoci a futur.</p> <p>Anàlisi de les accions de comunicació i comercials i de fidelització dels clients.</p> <p>Digitalització del negoci</p>								



	Coneixement de l'entorn i possibles aliances amb d'altres agents locals
Acords presos	<p>Varietat de productes, elaborats.</p> <p>Elaboració de continguts, com receptes,...per promoure més consum de peix fresc.</p> <p>Dur a terme altres accions de comunicació</p> <p>Millores en la digitalització del negoci</p> <p>Possibles aliances amb altres agents locals</p> <p>Incorporar envasos sostenibles i promoure l'ús de reutilitzables i comunicar que som un negoci sostenible, donant a conèixer les bones pràctiques que duem a terme, els consumidors i els més joves ho valoraran i demanaran més (bosses reciclables, portar la carmanyola, envasos de paper,...)</p>



4.7. Recull d'iniciatives de suport al comerç en entorns rurals

Per tal de poder identificar els models estratègics de suport al petit comerç que poden ser els més idonis per recolzar aquest sector econòmic de la comarca de les Garrigues, s'ha dut a terme un **recull d'iniciatives existents**, tant a nivell de la comarca de les Garrigues, com a nivell d'entorns rurals en l'àmbit català i estatal. A continuació es mostren les iniciatives recollides.

4.7.1. Iniciatives de suport al petit comerç presents a les Garrigues

Per identificar les iniciatives de suport al petit comerç presents a les Garrigues, s'ha establert contacte amb diferents ajuntaments i entitats que estan impulsant accions que de forma directa o indirecta donen suport al comerç local. Els agents locals amb els quals s'ha contactat amb aquesta finalitat han estat els següents:

- o Consell Comarcal de les Garrigues
- o Ajuntament de les Borges Blanques
- o Ajuntament de Juneda
- o Ajuntament d'Arbeca
- o Ajuntament de la Granadella
- o Ajuntament de Tarrés
- o Comunitat de Municipis de les Garrigues Altes
- o Mengem Ponent

A partir de la informació facilitada pel personal tècnic o polític de les administracions i entitats contactades, s'ha elaborat la taula resum següent:

Taula 11. Iniciatives de suport al petit comerç impulsades pels ajuntaments i entitats de les Garrigues.

Agent impulsor	Accions realitzades
Consell Comarcal de Garrigues	<ul style="list-style-type: none">• Projecte Innovador <i>Noves oportunitats sostenibles i digitals per generar activitat econòmica i ocupació a les Garrigues</i>. En el marc d'aquest projecte i al llarg del 2023, s'ha impulsat o es preveu impulsar accions diverses, algunes de les quals amb incidència directa sobre el comerç:<ul style="list-style-type: none">o Disseny d'un model estratègic de suport al comerç de les Garrigues.



	<ul style="list-style-type: none"> ○ Assessoraments personalitzats a establiments de petit comerç de la comarca. ○ Formació per al sector comercial i empresarial de la comarca de les Garrigues sobre comercialització online i xarxes socials: curs d'Instagram, curs de Canva, curs de fotografia, curs venda en línia, curs ecommerce de proximitat
Ajuntament de la Granadella	<ul style="list-style-type: none"> • Campanya Granadeuros. Realitzada durant la pandèmia i anys posteriors. Adhesió voluntària per part de comerços i serveis del municipi. Es repartien uns vals que funcionaven com una moneda local: import de 5€, l'ajuntament subvencionava el 50% de la compra i només es podien gastar als comerços locals. Es van destinar uns 15.000€ en diferents campanyes.
Ajuntament d'Arbeca	<ul style="list-style-type: none"> • Campanya Compra a Arbeca. Vals de compra per comprar al comerç local. S'ha distribuït a cada família quatre vals de deu euros per gastar abans de Nadal en els trenta establiments adherits. S'han destinat uns 15.000€. • Música en directe: comerciants locals faran tapetes i les vendran al públic: carnisseries, oli, peixateria, pastisseria, empresa de càtering-minientrepans de cassola de tros, cooperativa d'oli. • Als Vilars, amb l'associació els amics de Vilars fan un parell d'actes potents on hi posen paradeta els comerciants. • Grup de whatsapp amb comerços i empreses del poble per comunicar-se. • "Ametllers florits": vermut, posta de sol i gran part dels comerços locals venien allà amb un estand i creaven tapes en el marc de l'activitat, hi ha hagut bona resposta aquests 2-3 últims anys. • Interès per part de l'Ajuntament d'Arbeca per si es pogués reactivar l'Associació de Comerciants d'Arbeca, ara com ara inactiva per manca de relleu de la junta.
Ajuntament de les Borges Blanques	<ul style="list-style-type: none"> • Campanya de comunicació anual a través de les xarxes socials • Mercat de la Ganga • Mercat de rebaixes temporada d'estiu • Campanya "Sóc qui més compra a les Borges Blanques". Del 2 de novembre fins al 30 de novembre del 2022, les persones que compraven en algun comerç de l'Agrupació de Comerciants, optaven a una dotzena de premis. • Campanya Comercial de Nadal • Campanya Banderoles als Comerços
Ajuntament de Juneda	<ul style="list-style-type: none"> • Ajuts per al lloguer de noves activitats comercials i empresarials. Anys 2021, 2022 i previst 2023. Bona rebuda per part dels comerciants. 5000€ de pressupost anual.



	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Ajuts</u> per a millores o reformes de locals comercials. Anys 2021, 2022 i previst 2023. Bona rebuda per part dels comerciants. 5000€ de pressupost anual. • Premis dels concursos populars (com ara Cassoles de tros, Carnaval, etc.): alguns dels premis són comprats al comerç local. • Durant la pandèmia, campanya Compra a casa, compra a Juneda. • Participació del comerç local a la campanya a nivell català <u>Compra i descobreix Catalunya</u>
Ajuntament d'Els Torms	<ul style="list-style-type: none"> • L'ajuntament cedeix un local municipal a un comerç de Juncosa, que va al poble uns quants dies a la setmana.
Ajuntament de Tarrés	<ul style="list-style-type: none"> • El Sindicat, equipament municipal que funciona com un espai multiserveis amb botiga, allotjament, bar restaurant, merceria i biblioteca. Des de l'ajuntament es destaca la importància d'aquesta infraestructura, ja que El Sindicat és servei bàsic per al poble, alhora que és un centre de trobada i un lloc on poden anar els veïns i alhora un equipament, amb restaurant i allotjament, adient per als turistes que es mouen per la zona, i el qual també desenvolupa la funció d'espai de dinamització.
Les Garrigues Altes	<ul style="list-style-type: none"> • Dins del pla de treball de la Comunitat de Municipis de les Garrigues Altes tenen previst desenvolupar accions de suport al petit comerç dels municipis de la comunitat en àmbits com el relleu generacional, la dinamització dels establiments comercials, campanyes de sensibilització, foment del consum local i de la responsabilitat pública des dels ajuntaments, entre d'altres accions. • Interès en conèixer els resultats del present estudi per coordinar accions de futur a nivell comarcal.
Ajuntament de Puiggròs	<ul style="list-style-type: none"> • El Racó de Puiggròs. Botiga de queviures de Puiggròs que gestiona una persona del poble i que es troba en un local municipal que l'ajuntament va posar a disposició per tal de poder facilitar que els veïns i veïnes del municipi tinguin un servei de comerç al poble.
Mengem Ponent	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa de serveis de comercialització de productes locals. Hi ha 2 comerços que també són elaboradors de producte agroalimentari que són punt de recollida, i alhora alguns comerços que elaboren producte propi han entrat a Mengem Ponent com a socis i proveïdors de producte.

Font. Elaboració pròpia a partir de les entrevistes realitzades als ajuntaments i entitats de les Garrigues.



4.7.2. Iniciatives de suport al comerç en altres entorns rurals

A nivell català i estatal també s'ha dut a terme una cerca d'iniciatives que puguin ser inspiradores i exemplificants per a ser traslladades i adaptades a la comarca de les Garrigues. Es tracta tant de models impulsats des de l'administració local i d'iniciativa pública, com també de models públic-privats i també es recullen alguns models d'iniciativa privada però que el seu funcionament pot beneficiar també a d'altres comerços locals.

Les referències d'àmbit català i estatal recollides són les següents:

Taula 12. Iniciatives de suport al petit comerç impulsades en altres entorns rurals

1. Servei de botiga en un local de titularitat municipal: exemple de Nalec i Ciutadilla (l'Urgell)
2. Espais multiserveis a municipis rurals de la província de Tarragona
3. Clica i recull a Solsona (el Solsonès)
4. CROu, Comerç rural a Ourense (Galícia)
5. Multiservei rural (Teruel, Aragó)
6. Comerç rural (Burgos)
7. Rural Markets (Benavente-Zamora)
8. Bonos de comerç rural (Teruel)
9. Reempresa municipis petits

Font. Elaboració pròpia

Cada experiència es presenta en format de fitxa, en la què s'inclou una breu descripció de la iniciativa, l'àmbit territorial, els agents impulsors, l'any de realització i un enllaç per obtenir més informació si es desitja.



1. SERVEI DE BOTIGA EN UN LOCAL MUNICIPAL: NALEC I CIUTADILLA



Des de l'ajuntament de Nalec ofereixen un servei de botiga de queviures en un local propietat de l'ajuntament, per mitjà d'una licitació que estipula un lloguer simbòlic (d'uns 20€) i amb les despeses de manteniment del local assumides per l'ajuntament (aigua, llum, etc.). A més a més, les 2 persones que gestionen la botiga fan altres serveis per l'ajuntament com ara neteja de carrers i d'equipaments de l'ajuntament. A Nalec també hi ha un servei ambulant de medicaments que ofereix una farmàcia d'una població veïna i a la botiga és el punt de recollida d'aquests medicaments.

La botiga està oberta de dimarts a diumenge, només en horari de matí, per aprofitar la població de segona residència que ve els caps de setmana.

A més a més, el poble del costat, Ciutadilla, també ha obert un servei de botiga en un model similar i les dues persones que porten la botiga de Nalec als matins, porten la de Ciutadilla a les tardes, són les mateixes persones. Bé, és un model enginyós per tal de poder complementar el sou d'aquestes persones i que els hi surti més rendible i mantenir el servei obert.

Des de l'ajuntament de Nalec, creuen fermament que el comerç és un servei bàsic per un municipi de 90 hab, sobretot per a la seva gent gran i per això han fet aquesta aposta. De fet, com que n'estan tan contents, funciona des del 2018, ara ho volen replicar pel servei de bar que també l'havien perdut.



Nalec (l'Urgell)



Any
2018



Ajuntament
de Nalec

Tipus d'iniciativa

Pública

Agent promotor

Ajuntament de Nalec
Ajuntament de Ciutadilla



2. SUBVENCIÓ PER A LA CREACIÓ O MILLORA D'ESPAIS MULTISERVEIS (Diputació de Tarragona)



L'objectiu d'aquesta subvenció és dotar els municipis petits de comerços i serveis bàsics per millorar la comoditat, la salut i el benestar dels seus habitants i, alhora, frenar el despoblament. Amb aquest doble objectiu la Diputació de Tarragona va concedir ajuts per valor de 75.000 euros (any 2022) a un total de 9 municipis de la demarcació. En concret van ser el del Lloar, els Garidells, els Guiamets, Figuerola del Camp, la Torre de Fontaubella, Prat de Comte, Querol, Senan i Vallclara.

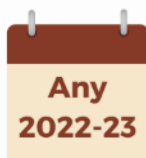
Aquesta nova línia d'ajuts permet als ajuntaments de menys de 1.000 habitants crear o millorar locals municipals o locals privats cedits als ajuntaments per adequar-hi espais de venda al detall que també puguin oferir serveis bàsics com la perruqueria, la podologia, la psicologia o la fisioteràpia, entre altres.

La creació d'un espai comercial per oferir productes de primera necessitat a Vallclara, la millora de la façana de la botiga d'alimentació "la botigueta" al Lloar, o la creació d'un espai de dues plantes als Garidells per oferir serveis bàsics a la ciutadania que també inclourà el banc d'aliments municipal i un habitatge per a lloguer social. Aquests són alguns dels projectes que van rebre els ajuts de la Diputació de Tarragona l'any 2022. El període per realitzar sol·licituds per a l'any 2023 va finalitzar el mes de juny passat i es fixa un import màxim de 10.000€ per entitat beneficiària i la dotació pressupostària del 2023 ha estat de 100.000€. Els beneficiaris de l'ajut són ajuntaments i entitats municipals descentralitzades de les comarques del Camp de Tarragona, de les Terres de l'Ebre i del Baix Penedès.

Els espais multiserveis són establiments comercials físics, de titularitat pública, on es venen al detall productes alimentaris i d'altres sense tenir una especialització en un únic producte. En aquests espais hi pot conivir la prestació d'algun servei bàsic per a satisfer les necessitats i millorar la qualitat de vida, la salut i el benestar de la ciutadania.



Municipis de menys de 1.000 hab
(Província de Tarragona)



Any
2022-23



Diputació Tarragona

Tipus d'iniciativa

Pública

Agent promotor

Diputació de Tarragona



3. CAMPANYA COMERCIAL ENSOLSONA'T. Acció "Clica i recull" Solsona



El clica i recull de Solsona són unes taquilles intel·ligents per la gestió de comandes del comerç local instal·lades a l'aparcament de les Moreres, al centre de Solsona. Es un projecte de l'Ajuntament de Solsona, gestionat a través de l'Agència de Desenvolupament Local de Solsona i Cardona, i té com a objectiu contribuir a la competitivitat del petit comerç.

Es tracta d'un mètode pensat per ampliar els serveis a la ciutadania fora de l'horari comercial. De les 20 taquilles, 12 són refrigerades. De moment s'hi han adherit carnisseries i xarcuteries, una fruiteria, dietètiques, una botiga de congelats i una ferreteria. El llistat es pot consultar en línia.

Per utilitzar les taquilles, cal entrar al web clicairecull.jocomproasolsona.cat i fer-ne una reserva, indicant si cal que sigui refrigerada o no. Se'n poden

reservar un màxim de tres. Seguidament, cal fer la comanda al comerç ja sigui per telèfon o per WhatsApp, deixar un correu electrònic, i pagar-la amb Bizzum o targeta amb TPV virtual. Quan la compra sigui a la taquilla, el client rebrà un correu electrònic amb un codi per recollir-la. Ho podrà fer a partir de les dues del migdia de l'endemà i fins a les 12 del migdia del dia següent. Si no es recull en 22 hores, es retornarà al comerç.

Les taquilles intel·ligents s'emmarquen en la iniciativa "Comerç a tota hora" impulsada per l'Ajuntament, a través de l'Agència de Desenvolupament Local, amb la intenció de modernitzar i facilitar una ampliació de l'horari comercial sense haver de renunciar a la conciliació laboral i familiar.

Durant el primer any, tots aquests establiments començaran a servir amb un repartidor amb ciclomotor. Un treballador de Volem Feina transportarà les comandes cada dia dels comerços a les taquilles. De totes maneres, tothom qui ho vulgui, podrà autogestionar-se el sistema. Més endavant, les taquilles es podran fer servir per a canvis i devolucions. La posada en marxa d'aquest servei ha costat 30.900 euros i està subvencionada amb fons europeus Next Generation.



Solsona (el Solsonès)



Any
2023



Tipus d'iniciativa

Pública

Agent promotor

Agència de Desenvolupament Local Solsona-Cardona



4. CROu, Comerç Rural d'Ourense (Província d'Ourense)



El Projecte CROu se centra en la digitalització i sostenibilitat del comerç rural i neix amb l'objectiu d'involucrar el comerç local de 17 municipis rurals de repte demogràfic de la província d'Ourense en un procés de digitalització i sostenibilitat local.

CROu busca transformar digitalment el comerç rural, que pretén mantenir els clients fidelitzats a través de la compra presencial, oferint-los un canal digital com a element complementari sense perdre els avantatges i les oportunitats del comerç local, com l'accés al producte de quilòmetre 0 o la proximitat i atenció directa. Es tracta d'un procés bàsicament orientat al consumidor local, però que també permetrà a determinats perfils de comerç rural obrir-se a nous mercats, expandir-se i fins i tot optimitzar-ne l'estoc. A més, facilitarà la col·laboració entre comerços de diferents ajuntaments, demostrant al client que comprar en local és possible, és fàcil i adaptatiu.

CROu posarà igualment al servei del comerç ambulant, de grandíssima repercussió i importància a nivell local, l'accés a noves possibilitats tecnològiques. L'objectiu és donar continuïtat a un tipus de comerç molt establert socialment i, potser, un dels principals afectats pels nous hàbits de consum.

Per contribuir als objectius de transformació digital i sostenibilitat local, el projecte posarà a disposició dels comerços un suport de venda en línia per tenir els seus productes allotjats en un canal digital comú, poder comprar a diverses botigues i realitzar un únic pagament, assegurant-se un via de lliurament del producte eficaç i solvent, incrementant alhora la col·laboració entre els empresaris. A més, es configuraran tres àrees, una per comarca, per implantar una mena de taquilles intel·ligents on el consumidor podrà retirar la compra en l'horari que millor se li adapti, a través d'una clau que us enviarà el comerç i en un sistema obert les 24 hores del dia.

El projecte es completa amb campanyes formatives, de promoció i sensibilització digital i ambiental. El projecte CROu dissenyat per la Diputació d'Ourense va obtenir la màxima puntuació de tota Espanya a la convocatòria dels fons Next Generation.



17 municipis rurals (Província Ourense)



Típus d'iniciativa

Pública

Agent promotor

Diputació d'Ourense

**DISSENY D'UN MODEL ESTRATÈGIC DE SUPORT AL PETIT
COMERÇ ALIMENTARI DE LES GARRIGUES**



5. MULTISERVEI RURAL (Teruel, Aragó)



La Red de Multiservicios Rurales agrupa a establecimientos de Terol, Saragossa i Osca que giren entorn de la figura de “botigues-bars” que poden complementar-se amb el servei de restaurant, allotjament, accés a internet o punt d’informació turística entre altres. S’ubiquen en petits municipis i ofereixen beneficis als seus habitants, als ajuntaments, als visitants i a emprenedors/es interessats en gestionar el seu propi negoci al medi rural.

La Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Terol crea el projecte “MultiServei Rural” amb l’objectiu de facilitar la pervivència del comerç rural de la província de Terol en un entorn poblacional escàs. Concretament, està centrat en municipis de menys de 500 habitants.

Es tracta d’una activitat empresarial que dota serveis bàsics a la població en llocs on ja no existeixen o estan a punt de desaparèixer activitats tan necessàries com el comerç i que, al municipi on s’ubiquen, transcendeixen del seu sentit purament mercantil, arribant fins i tot a assolir connotacions de tipus social.

Des de l’any 2003 aquest projecte es consolida gràcies a la col·laboració de la Cambra Oficial de Comerç i Indústria de Terol amb les administracions provincial i regional, donant un tractament específic a aquesta figura i establint ajuts a la inversió per als ajuntaments que decideixen obrir un MSR i compleixen amb les condicions necessàries.

El Govern d’Aragó i la Diputació Provincial de Terol convoquen anualment ajudes destinades a aquest tipus d’establiments, tant pel que fa a dotació de nous equipaments com a la remodelació o ampliació dels existents perquè els Ajuntaments interessats puguin sol·licitar-les.

[Vídeo del funcionament de la Red Multiservicio rural](#)



Tipus d’iniciativa

Públic-privada

Agent promotor

Càmera Oficial de Comerç i Indústria de Terol conjuntament amb la Diputació Provincial de Teruel i el Govern d’Aragó.



6. COMERÇ RURAL (Província de Burgos)



Comerç Rural Burgos és una marca de la Diputació de Burgos que cerca dinamitzar l'activitat comercial, impulsant la digitalització, ordenació i promoció dels comerços locals.

Comerç Rural Burgos és un punt de trobada entre els clients, els comerços i els productors de la província.

Han fet l'aposta per una eina digital per a presentar l'oferta de comerç local perquè consideren que mantenir-se actualitzats és imprescindible pel comerç i és crucial tenir també presència a internet per donar a conèixer l'oferta i, alhora, facilitar la compra a la clientela accedint a perfils de consumidors/es que d'una altra manera no seria possible.

La titularitat de la plataforma i la gestió són de la Diputació de Burgos, sent el seu propòsit fer-ho de manera transparent i col·laborativa. Des del punt de vista tècnic, seran les associacions i els mateixos

comerçants els qui hauran de responsabilitzar-se de mantenir actualitzada la seva informació, comptant per això amb el suport que necessitin.

Aquesta plataforma està adreçada a comerços que tinguin un establiment físic ubicat en municipis de menys de 20.000 hab. de la província de Burgos.

Cada comerciant serà responsable de pujar els seus productes a la plataforma i de mantenir la seva informació actualitzada. És una iniciativa totalment gratuïta de cara als comerços.

Les associacions de comerciants també disposaran d'un espai propi a la plataforma i tindran la funció de dinamització dels seus associats a l'hora d'utilitzar aquesta eina informàtica.

També s'ha elaborat material de comunicació i difusió per donar a conèixer la plataforma tant entre el col·lectiu dels comerços com també cap a la societat i els consumidors i consumidores potencials. Des de la Diputació també s'impulsen diferents campanyes comercials que complementen aquesta plataforma digital.

 <p>Comerços de municipis de menys de 20.000 hab (Burgos)</p>	 <p>Any 2019</p>	  <p>Quantos más cerca mejor</p>
<p>Típus d'iniciativa</p> <p>Agent promotor</p>	<p>Públic-privada</p> <p>Diputació de Burgos amb el suport de la Junta de Castella i Lleó i amb col·laboració amb les associacions de comerciants de la província de Burgos.</p>	



7. RURAL MARKETS, servei a domicili rural



Rural Markets és un model d'empresa que apropa les necessitats bàsiques de la ciutat al món rural.

Rural Markets, busca reduir la despoblació a diverses comarques de la província properes a Benavente gestionades en diverses rutes, cobrint les necessitats bàsiques dels seus habitants.

L'empresa porta a domicili de les persones que ho sol·liciten, la compra personalitzada de diversos comerços sense import mínim en una sola comanda.

Un cop a la setmana passen per cada

poble d'acord amb diverses rutes diàries ja establertes.

Les comandes es poden fer per telèfon, per whatsapp o per correu electrònic. Un cop confirmada la comanda, l'empresa realitza la compra i la porta al domicili de la persona el dia i hora indicats, d'acord amb la distribució de les rutes de repartiment fixades.

La compra es pot realitzar en un sol establiment comercial o en diversos (varia el preu en una opció o l'altra). La tipologia de comerços als quals l'empresa va a comprar són supermercats, parafarmàcies, loteries, basars, sabateries, carnisseries, fruiteries, estancs, llibreries i botigues de productes ecològics.

 Benavente (Província de Zamora)	 Any 2022	 
Tipus d'iniciativa	Privada	
Agent promotor	Empresa privada de Benavente (Zamora)	



8. BONOS COMERCIO RURAL



Des de la Diputación Provincial de Teruel es posa en marxa la iniciativa BONOS DE COMERCIO RURAL, amb l'objectiu d'ajudar tant a les empreses com als ciutadans.

Participen en l'acció tots aquells establiments de la província, que tenen el seu domicili fiscal en un municipi de menys de 501 habitants, que formin part de la Red Multiservicios Rurales o que la seva activitat estigui inscrita en determinats epígrafs de l'IAE.

Per a això, la Diputación Provincial de Teruel destina una quantitat de recursos propis a l'emissió de bons que

són adquirits pels consumidors. Aquests bons són d'un valor determinat i en utilitzar-los el consumidor és bonificat amb un % de descompte.

L'objectiu d'aquests bons és reactivar l'economia en els municipis més petits de la província de Terol tot fomentant l'ajuda mútua entre empreses i població local. És una acció en què hi guanyen els ciutadans (poden accedir a productes i serveis bàsics del municipi amb un % de descompte respecte el preu habitual), els negocis (s'incentiva la compra als petits comerços locals i s'aconsegueix mantenir-los oberts) i l'administració (el manteniment de negocis i ocupació significa el retorn a través de la recaptació d'impostos que seran reinvertits en la zona i, en definitiva, enfortint els serveis públics existents).



Municipis de menys de 501 habitants
(Província de Teruel)



Tipus d'iniciativa

Pública

Agent promotor

Diputación Provincial de Teruel



9. REEMPRESA MUNICIPIS PETITS



Reempresa és el mercat de compravenda de petites i mitjanes empreses de Catalunya. Treballa dia rere dia per fomentar la continuïtat d'empreses que són viables econòmicament i cerquen un relleu en la propietat i direcció. La persona que reemprèn agafa el testimoni de la gestió i direcció d'una empresa ja existent, comprant-la en la seva totalitat per continuar-ne l'activitat. Així, aporta a l'empresa una renovadora línia d'actuació.

L'objectiu de Reempresa és evitar el tancament de negocis per mantenir-los en funcionament i per salvaguardar els llocs de treball, donant valor a l'esforç desenvolupat en la creació i creixement de l'empresa.

Reempresa i la Gerència de Serveis de Comerç de la Diputació de Barcelona treballen plegats amb un objectiu compartit: evitar la desertització comercial dels municipis de la

província de Barcelona.

Amb la voluntat d'impulsar el comerç local als municipis petits posem en marxa "Reempresa | Municipis petits" amb l'objectiu d'evitar el tancament de negocis en funcionament a aquells municipis de la demarcació de Barcelona amb menys de 15.000 habitants.

Reempresa, a través de la Diputació de Barcelona, ofereix assessorament i acompanyament gratuït tant a les persones que estan pensant en comprar un negoci en algun municipi de mida petita o mitjana de la demarcació com també a aquelles persones que tenen negocis en aquests municipis i que, pel diversos motius, valoren la possibilitat de tancar.

Aquest conveni de col·laboració entre Cecot i la Diputació de Barcelona és una aposta decidida a favor de la vertebració i supervivència de les petits i mitjanes ciutats. Reempresa és, sense cap mena de dubte, una bona eina per seguir mantenint viu el nostre teixit empresarial, també als municipis més petits.



Municipis de menys de 15.000 habitants
(Província de Barcelona)



Any
2020-23



Típus d'iniciativa

Públic-privada

Agent promotor

Diputació de Barcelona i Cecot



4.8. Model estratègic comercial de les Garrigues

4.8.1. Marc estratègic del model

D'entrada, la realitat identificada en aquest estudi és que el petit comerç alimentari dels municipis de les Garrigues es troba en una situació complexa pel que fa a la seva continuïtat i la viabilitat dels negocis per diferents factors que no són exclusius de la comarca sinó que venen derivats de factors globals (canvi d'hàbits de consum de la població, proliferació d'àrees comercials en altres poblacions més grans amb més oferta d'activitats d'oci, aparició de plataformes de comerç en línia, mobilitat de la població per motius de feina o d'oci, entre d'altres) i que en un territori tan marcadament rural com les Garrigues encara s'accentuen molt més.

A més a més, la realitat territorial de la comarca tampoc és del tot homogènia ja que hi ha una part dels municipis, especialment, la zona sud, amb tendències recessives de població on la pèrdua de població influeix directament amb la pèrdua de comerços. Tot i això, els municipis del nord de la comarca amb tendències poblacionals més positives o estables com les Borges Blanques, Juneda o Arbeca tampoc es veuen exclosos del degoteig de tancament de comerços, sovint per jubilació i manca de relleu generacional i altres degut a un tancament per manca de viabilitat econòmica del negoci.

Per tant, a l'hora de poder orientar el model estratègic comercial de les Garrigues, abans de res, ens cal reflectir el grau de maduresa del teixit comercial de la comarca en relació a la presència expressada en nombre de comerços als municipis. D'acord amb aquesta maduresa comercial es presenten els següents nivells de categorització municipal:

NIVELL CRÍTIC: municipis amb entre 0 i 2 comerços

- Correspon a municipis poc poblats, de menys de 300 habitants, i on el comerç del poble és un servei molt bàsic: de vegades, és l'agrobotiga de la cooperativa agrària i en d'altres és una botiga de queviures amb dificultats per sobreviure.

NIVELL FRÀGIL: municipis amb entre 3-6 comerços

- Correspon a municipis petits d'entre 300 i 800 habitants, on hi ha alguns comerços, però amb risc d'anar-los perdent per manca de relleu o per tancament per no tenir suficient viabilitat.

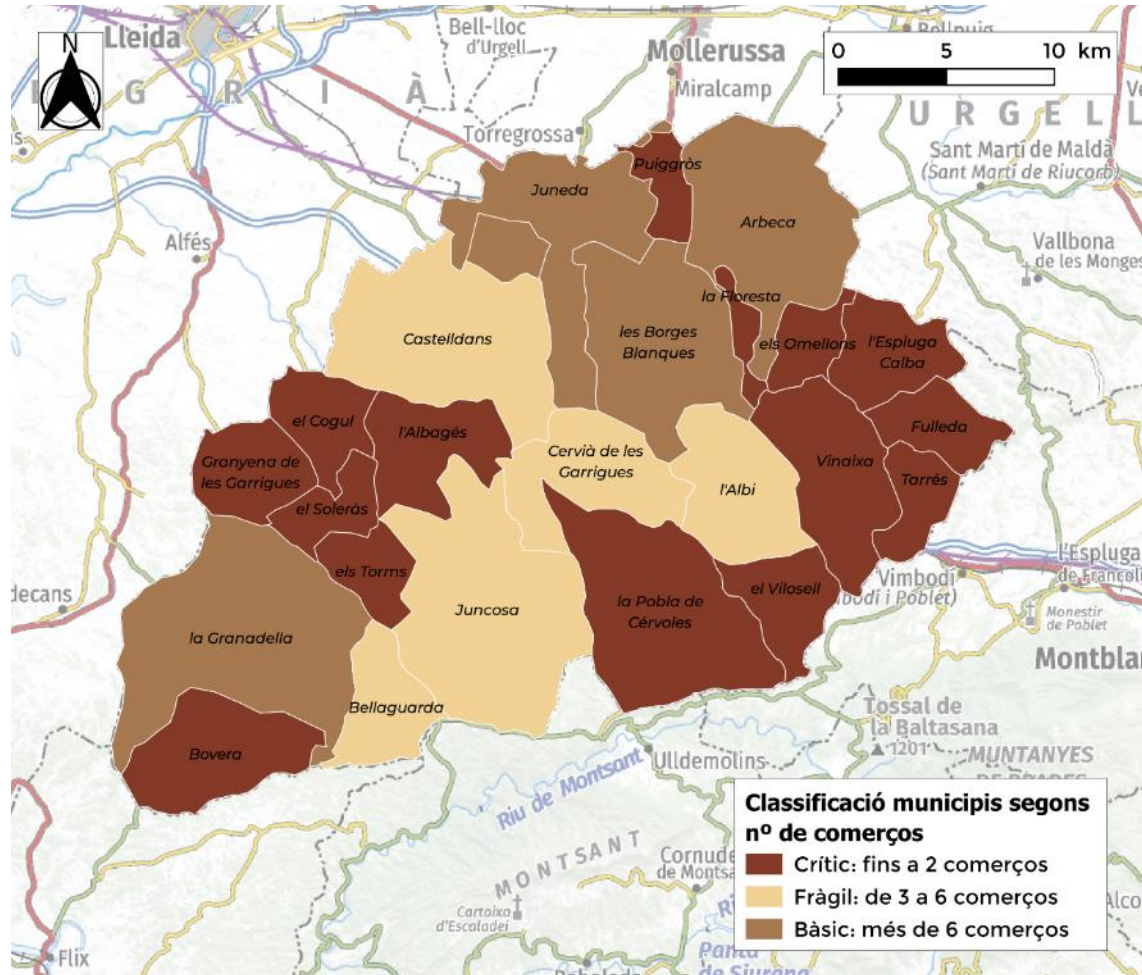
NIVELL BÀSIC: municipis amb més de 6 comerços

- Correspon a municipis de més de 1.000 habitants amb més massa poblacional i amb cert teixit comercial, però que presenta dificultats de viabilitat per la competència de supermercats instal·lats al poble o a localitats més grans com ara Lleida i Mollerussa.



Aquesta classificació es mostra en el següent mapa.

Mapa 6. Distribució territorial de la categorització dels municipis de les Garrigues segons la seva maduresa comercial



Font: elaboració pròpia



Per municipis, tenen la següent classificació:



Aquests diferents punts de partida pel que fa a la situació del comerç a cada un dels municipis de les Garrigues fan que sigui necessari un tipus d'intervenció diferent que tingui en compte tant la diversitat municipal com la diversitat de necessitats dels establiments comercials de cada nivell.

Amb aquests premisses, a continuació es presenta el Pla d'acció de suport al petit comerç alimentari de les Garrigues.



4.8.2. Pla d'acció de suport al petit comerç alimentari de les Garrigues

4.8.2.1. Missió, visió i valors

MISSIÓ O OBJECTIU CENTRAL DE L'ESTRATÈGIA

Donar suport al petit comerç alimentari de les Garrigues per reduir el risc de desertització comercial identificant estratègies i propostes d'actuació encaminades a mantenir aquest comerç, adaptades a les especificitats de cada municipi, i a les necessitats de cada activitat comercial.

VISIÓ

El petit comerç alimentari de les Garrigues és present i perviu als municipis de la comarca, amb models comercials que s'adeqüen a les diferents tipologies de municipis, i es reconeixen els valors i funcions que desenvolupa el petit comerç que van més enllà de la compra d'aliments.

VALORS

El valor social i econòmic del comerç local és de gran importància. El comerç local, a més de facilitar l'accés al producte demanat pel client, compleix altres funcions, que esdevenen valors de l'estratègia:

- CONVIVÈNCIA: genera una àrea de convivència i intercanvi social.
- PERTINENÇA: provoca sentit de pertinença a la comunitat i afavoreix la cohesió social.
- EQUITAT: propicia un repartiment de riquesa més equitatiu i lligat al territori (promou l'economia local)
- PROXIMITAT I TRANQUIL·LITAT: genera un entorn de seguretat en què diàriament vivim.
- SERVEI BÀSIC: garanteix el proveïment de productes bàsics.

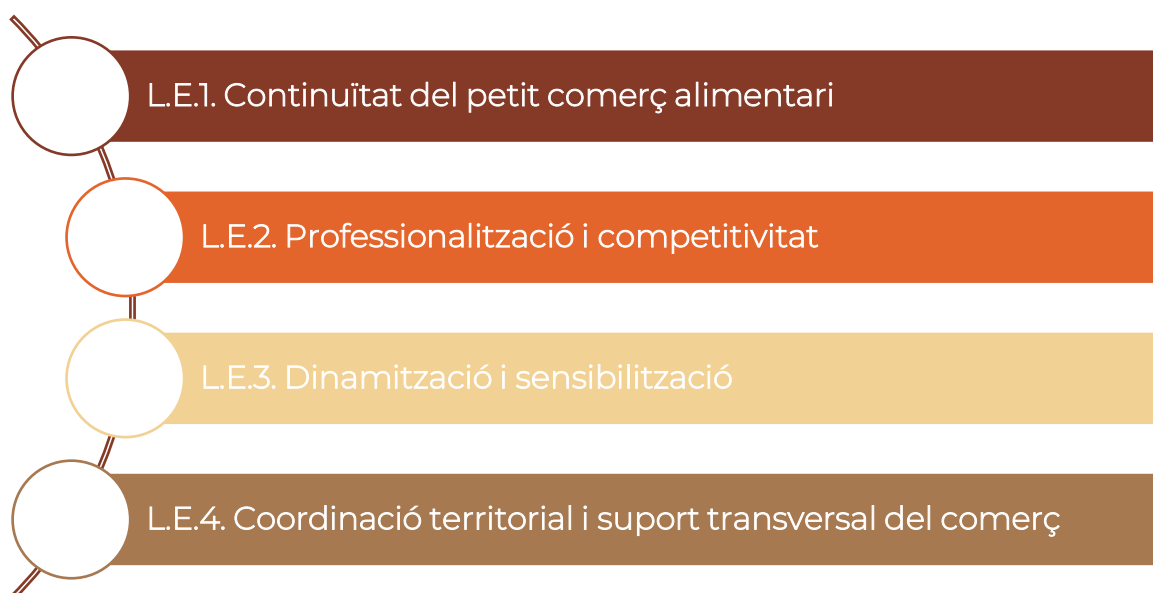


4.8.2.2. Objectius

- Reduir el risc de desertització comercial als pobles de les Garrigues donant suport en la viabilitat del petit comerç de proximitat.
- Millorar la competitivitat i la professionalització del petit comerç alimentari de les Garrigues per reforçar la seva viabilitat.
- Mantenir oberts els comerços els titulars dels quals estan prop de la jubilació o es plantegen un tancament a través de la intermediació en els traspassos o els relleus del negoci.
- Sensibilitzar la població local de la comarca de les Garrigues per potenciar les compres al petit comerç local i atraure nous perfils de clientela.
- Potenciar la col·laboració territorial entre les administracions de la comarca per donar suport al petit comerç i fer possible la seva continuïtat.
- Cercar la implicació de les administracions supracomarcals per aconseguir polítiques públiques encaminades a reconèixer les especificitats i singularitats del petit comerç en les zones rurals i que ajudin a la seva viabilitat.

4.8.2.3. Les línies estratègiques

El pla d'acció de suport al petit comerç alimentari de les Garrigues integra 4 línies estratègiques que es mostren a continuació:



L.E.1. Continuïtat del petit comerç alimentari

Aquesta línia estratègica planteja la necessitat de fer una aposta des de l'administració per garantir la supervivència del petit comerç rural, sobretot en els municipis de nivell crític. Per fer aquesta aposta cal entendre que el comerç, especialment, en municipis d'alta ruralitat és un servei bàsic que necessita una política pública de l'administració que li doni un suport directe per a la seva viabilitat econòmica, ja que pel perfil d'aquests municipis (poca població i alta ruralitat), el poc comerç que encara hi ha actualment difícilment podrà sobreviure per si mateix, i si aquest ja ha tancat, és igualment difícil que es pugui recuperar per iniciativa exclusivament privada, per la complexitat de la seva viabilitat. Per aquest motiu, les accions de suport al teixit comercial dels municipis de nivell crític han de ser **d'iniciativa públic-privada**.

Per desenvolupar la línia estratègica L.E.1. s'han definit 3 programes:

P.1.1. Impuls a les iniciatives públic-privades

Planteja diferents models possibles per garantir el manteniment i/o recuperació del comerç com a servei bàsic del municipi.

P.1.2. Suport al relleu i/o traspàs de comerços

Ofereix eines per afavorir l'acompanyament en el procés del relleu i/o traspàs d'establiments comercials que es vulguin jubilar o que vulguin tancar per altres motius.

P.1.3. Programa de responsabilitat pública

Planteja mesures que es poden impulsar de forma directa des dels ajuntaments per corresponsabilitzar-se en temes de compra pública directa als comerços del municipi.



L.E.2. Professionalització i competitivitat

Aquesta segona línia estratègica se centra més en les eines i recursos que es poden facilitar als establiments comercials per tal de poder millorar la seva professionalització i la seva competitivitat per retenir i atraure clientela.

Aquesta línia 2. integra els següents 2 programes:

P.2.1. Millora de la viabilitat comercial

Orientació estratègica per poder introduir millores que facin més viable el negoci a nivell d'hoaris, canals de venda i/o comanda, nous serveis, ampliació de productes especialitzats, servei a domicili, entre d'altres.

P.2.2. Formació orientada al comerç

Eines per millorar la formació dels botiguers i botigueres per tal de poder estar al dia d'estratègies comercials actuals d'acord amb els canvis d'hàbits de consum de la població.

L.E.3. Dinamització i sensibilització

La línia estratègica 3 planteja la necessitat de donar suport a la dinamització dels establiments comercials de la comarca ja que s'ha detectat baix nivell de cohesió i manca de dinamisme. Així com remoure consciències i sensibilització a la població dels municipis de la importància de comprar als comerços locals si no es vol perdre aquest servei bàsic.

Aquesta línia 3. integra els següents 2 programes:

P.3.1. Cohesió del sector comercial

Sensibilitzar als comerços de la importància d'agrupar-se i treballar de forma conjunta per fer front a la competència externa que representen les franquícies, els supermercats i les grans plataformes de venda online.

P.3.2. Dinamització comercial i sensibilització de la població local

Els hàbits de compra de la societat han canviat molt els últims anys, però l'acte de comprar al petit comerç també depèn del grau de responsabilitat i conscienciació de la ciutadania si no es vol arribar a perdre un servei clau per als pobles.



L.E.4. Coordinació territorial i suport transversal del comerç

La Línia estratègica 4 planteja la necessitat de fer un front comú entre administracions locals, entitats i establiments comercials per tal de poder garantir una pervivència del comerç local. No és un repte gens fàcil, però és un repte necessari que cal abordar de forma transversal i conjunta, ja que, sobretot un perfil de població d'edat elevada que va en augment, tindrà dificultats d'abastir-se de productes bàsics si el petit comerç desapareix dels pobles més rurals de les Garrigues.

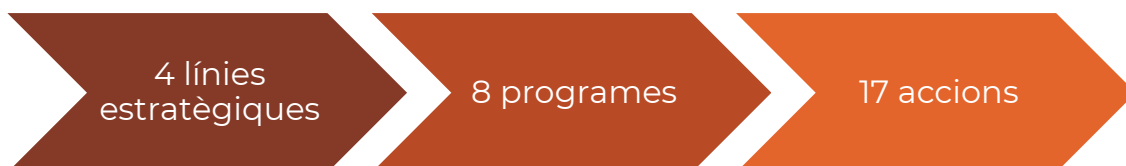
Aquesta línia 4. integra un sol programa:

P.4.1. Coordinació territorial a nivell comercial

En el marc d'aquest programa es plantegen tres accions encaminades a crear un espai de treball i de reflexió entorn de la supervivència del petit comerç local per tal de cercar solucions compartides, sovint, de caire públic-privat i amb el suport de diferents nivells d'administracions públiques.

4.8.2.4. Pla d'acció

El pla d'acció s'estructura de la següent manera:



Cada una de les accions es detalla per mitjà d'un format de fitxa que inclou els següents camps: objectius, descripció, agents impulsors, referències i municipis prioritars en funció de si es troben en el nivell crític, fràgil o bàsic.

La següent taula recull el pla d'acció, estructurat en línies estratègiques, programes i accions, i també identifica els municipis prioritars d'actuació.



LÍNIES ESTRATÈGIQUES	PROGRAMES	ACCIONS	MUNICIPIS PRIORITARIS D'ACTUACIÓ		
LE 1. Continuïtat del petit comerç alimentari	P 1.1. Impuls a les iniciatives públic-privades	A 1.1.1. Ubicació d'un comerç en un local municipal	✓ Nivell crític	● Nivell fràgil	● Nivell bàsic
		A 1.1.2. Ubicació d'un centre multiserveis rural	✓ Nivell crític	● Nivell fràgil	● Nivell bàsic
		A 1.1.3. Comerç compartit entre municipis	✓ Nivell crític	● Nivell fràgil	● Nivell bàsic
		A 1.1.4. Comerç en un local privat que ha tancat sense relleu i que s'ha cedit a l'ajuntament	✓ Nivell crític	● Nivell fràgil	● Nivell bàsic
	P 1.2. Suport al relleu i/o traspàs de comerços	A 1.2.1. Cens de comerços buits	● Nivell crític	✓ Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic
		A 1.2.2. Banc de comerços en traspàs, venda o lloguer	● Nivell crític	✓ Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic
		A 1.2.3. Servei d'intermediació i acompanyament en el traspàs (Reempresa Municipis petits)	● Nivell crític	✓ Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic
	P 1.3. Programa de responsabilitat pública	A 1.3.1. Compra pública de l'administració	✓ Nivell crític	✓ Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic
		A 1.3.2. Subvencions públiques a entitats municipals vinculades a la compra de productes al comerç local	✓ Nivell crític	✓ Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic



LÍNIES ESTRATÈGIQUES	PROGRAMES	ACCIONS	MUNICIPIS PRIORITARIS D'ACTUACIÓ		
		A 1.3.3. Subvencions i/o bonificacions fiscals per engegar una activitat comercial	✓ Nivell crític	✓ Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic
LE 2. Professionalització i competitivitat	P 2.1. Millora de la viabilitat comercial	A 2.1.1. Assessoraments personalitzats per millorar el model de negoci del comerç	● Nivell crític	✓ Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic
	P 2.2. Formació orientada al comerç	A 2.2.1. Itineraris formatius per a la innovació en el comerç	● Nivell crític	✓ Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic
LE 3. Dinamització i sensibilització	P 3.1. Cohesió del sector comercial	A 3.1.1. Associacionisme i dinamització del teixit comercial	● Nivell crític	● Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic
	P 3.2. Dinamització comercial i sensibilització de la població local	A 3.2.1. Campanyes de dinamització comercial i sensibilització de la població local	✓ Nivell crític	✓ Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic
LE 4. Coordinació territorial i suport transversal	P 4.1. Coordinació territorial a nivell comercial	A 4.1.1. Creació d'un grup de treball polític-tècnic de suport al comerç de les Garrigues	✓ Nivell crític	✓ Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic
		A 4.1.2. Treball amb les administracions provincial i catalana	✓ Nivell crític	✓ Nivell fràgil	● Nivell bàsic
		A 4.1.3. Jornada de reflexió sobre el comerç a nivell comarcal	✓ Nivell crític	✓ Nivell fràgil	✓ Nivell bàsic



L.E.1. CONTINUÏTAT DEL PETIT COMERÇ ALIMENTARI



OBJECTIUS

- Dotar de petit comerç alimentari els pobles que actualment no compten amb cap comerç.
- Potenciar les iniciatives públic-privades per al sorgiment d'iniciatives empresarials als petits municipis de zones rurals i ajudar a la seva viabilitat.

DESCRIPCIÓ

L'acció consisteix en què un ajuntament d'un petit municipi que compti amb algun local municipal el posi a disposició per a posar-hi un comerç de queviures i que s'hi pugui instal·lar algun emprenedor/a, preferiblement algú del poble si pot ser, que es pugui fer càrrec del negoci comercial. El local ha d'estar adequat per poder-hi ubicar una activitat comercial, en aquest sentit, si és necessari, caldrà fer algun tipus de reforma i/o adquisició de mobiliari (taulell, compra d'expositors, etc.) per a poder complir amb la normativa vigent,

L'ajuntament assumeix les despeses de llum, aigua, telèfon, etc. i no posa cap preu de lloguer al local, atès que aquest és municipal i que el que es pretén és ajudar a fer viable l'activitat comercial reduint o suprimint aquests tipus de despeses.

AGENTS IMPULSORS

- Ajuntaments de les Garrigues, preferentment aquells petits municipis que no compten amb cap comerç i que tenen un local municipal disponible per aquest ús.

REFERÈNCIES

- Botiga de Nalec (l'Urgell) ubicada en un local municipal (als baixos de l'ajuntament). Es detalla a l'apartat del recull d'iniciatives d'aquest estudi.
- El Racó de Puiggròs. Botiga de queviures de Puiggròs que gestiona una persona del poble i que es troba en un local municipal que l'ajuntament va posar a disposició per tal de poder facilitar que els veïns i veïnes del municipi tinguin un servei de comerç al poble.
- Ajudes per al recolzament de l'activitat comercial en zones rurals. El Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme, a través de la Secretària d'Estat de Comerç, ha establert la línia d'ajuts per al finançament de projectes



d'impuls a la competitivitat, la innovació i la modernització dels canals de distribució en entitats locals de fins a 5.000 habitants, i especialment aquelles en zones més despoblades o amb menor densitat de població. D'entre les ajudes, es finança despeses d'obra i adquisició d'equipament relacionades amb la transformació del punt de venda, així com aspectes de sostenibilitat i economia circular, entre d'altres tipus de despesa.

MUNICIPIS PRIORITARIS



Nivell crític



Nivell fràgil



Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Afavorir la presència de petit comerç alimentari en pobles que actualment no compten amb cap comerç.
- Potenciar les iniciatives públic-privades per al sorgiment d'iniciatives empresarials als petits municipis de zones rurals i ajudar a la seva viabilitat.

DESCRIPCIÓ

Els centres multiserveis permeten agrupar en un mateix establiment diferent tipologia de productes a la venda (queviures de tot tipus, productes per la llar, productes de papereria i llibreria, estanc, etc.) i també poden tenir servei de bar, cafeteria, restaurant i/o allotjament, així com també poden desenvolupar altres funcions com pot ser la de punt d'informació turística, activitats culturals i recreatives, etc. Aquesta multiplicitat de serveis afavoreix la viabilitat econòmica del negoci, atès que els ingressos provenen de fonts diverses i múltiples.

La ubicació del centre multiserveis pot ser en un local municipal i ser una iniciativa públic-privada o bé també pot ser en un local privat d'un particular i tractar-se d'una iniciativa privada, tot i que és aconsellable en aquest darrer cas comptar amb la col·laboració i implicació de l'ajuntament per reconèixer les funcions de servei bàsic que desenvolupa per als veïns i veïnes del poble, contribuint en assumir algunes despeses o en aportar part de pressupost municipal per finançar les activitats que s'hi desenvolupen.

L'acció consisteix en que un ajuntament d'un petit municipi sense cap tipus de comerç i que disposi d'un espai que permeti acollir diferents tipus de serveis (com ara comerç, bar, allotjament, activitats culturals, etc.) el posi a disposició per tal que un emprenedor/a, preferentment del mateix poble, s'hi instal·li i pugui desenvolupar la seva activitat. L'espai per complir la funció de multiserveis ha de tenir les instal·lacions adequades per a poder acollir els diferents tipus de serveis, per la qual cosa, l'ajuntament pot haver de fer reformes o adquirir el mobiliari que sigui necessari. En el cas de l'espai municipal, l'ajuntament pot assumir les despeses d'aigua, llum, electricitat, etc. i no fer pagar lloguer o bé fer pagar un lloguer simbòlic, per ajudar a la viabilitat del negoci. Per accedir a aquest espai, l'ajuntament caldrà que publiciti una licitació i elabori unes bases del funcionament de l'espai així



com de les condicions per a la persona que s'encarregui de la gestió i dinamització de l'espai.

En el cas de la iniciativa privada, l'ajuntament pot oferir col·laboració per ajudar a la viabilitat del negoci, implicant-se amb bonificacions o exempcions fiscals (llicències d'obres si n'hi ha, IBI, impost d'escombraries, etc.) així com també pot contribuir a finançar alguna despesa de les activitats de caire turístic o cultural que es puguin desenvolupar.

AGENTS IMPULSORS

- Ajuntaments de les Garrigues, preferentment aquells petits municipis que no compten amb cap comerç i que tenen un local municipal.

REFERÈNCIES

- El Sindicat de Tarrés. Espai multiserveis que compta amb servei de restaurant i cafeteria, apartaments turístics, agrobotiga, merceria i biblioteca. A més, l'espai vol esdevenir un centre de dinamització econòmica, turística, cultural i gastronòmica del territori. L'ajuntament va fer una licitació i va cedir la gestió a un emprenedor que actualment s'encarrega de la gestió de l'espai. La concessió és per a 4 anys.
- Subvencions per a la creació o millora d'espais multiserveis. La Diputació de Tarragona ofereix un programa de subvencions per a la creació o millora d'espais multiserveis, en locals municipals o en locals privats cedits als ajuntaments per un període de mínim 8 anys, situats en municipis de fins a 1.000 habitants de la demarcació de Tarragona.
- Multiservei rural, model implantat a la província de Teruel amb suport de la Càmera de Comerç de Teruel, la Diputació i el Govern d'Aragó.
- Ajudes per al recolzament de l'activitat comercial en zones rurals. El Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme, a través de la Secretària d'Estat de Comerç, ha establert la línia d'ajuts per al finançament de projectes d'impuls a la competitivitat, la innovació i la modernització dels canals de distribució en entitats locals de fins a 5.000 habitants, i especialment aquelles en zones més despoblades o amb menor densitat de població. D'entres les ajudes, es finança despeses d'obra i adquisició d'equipament relacionades amb la transformació del punt de venda, així com aspectes de sostenibilitat i economia circular, entre d'altres tipus de despesa.

MUNICIPIS PRIORITARIS



Nivell crític



Nivell fràgil



Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Afavorir la presència de petit comerç alimentari en pobles que actualment no compten amb cap comerç.
- Potenciar les iniciatives públic-privades per al sorgiment d'iniciatives empresarials als petits municipis de zones rurals i ajudar a la seva viabilitat.

DESCRIPCIÓ

L'acció consisteix en aconseguir que un comerç localitzat en un municipi veí pugui obrir una nova activitat comercial en un municipi que actualment no compta amb cap tipus de comerç, i que aquest nou comerç s'ubiqui en un local de titularitat municipal. Així, el plantejament de l'acció passa perquè aquest comerç es pugui compartir entre dos municipis.

L'ajuntament del municipi en el qual actualment no hi ha cap comerç cal que disposi d'un local municipal adequat per a ubicar-hi el comerç, i també cal que contacti amb la persona titular del comerç del poble veí per animar-la a obrir el comerç en el seu municipi. Aquesta fórmula pot ajudar a fer més viable l'activitat comercial i alhora aconseguir que el poble que actualment no té comerç pugui tenir-ne un.

AGENTS IMPULSORS

- Ajuntaments de les Garrigues, preferentment aquells petits municipis que no compten amb cap comerç i que tenen un local municipal.

REFERÈNCIES

- Botiga de queviures a Els Torms. Botiga de queviures compartida entre municipis. La persona responsable del comerç compta amb un comerç en un poble veí, (Juncosa) i alhora, ofereix el servei de comerç a Els Torms en un local municipal que li ha cedit l'ajuntament per tal que el poble pugui tenir un comerç.
- [Ajudes per al recolzament de l'activitat comercial en zones rurals](#). El Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme, a través de la Secretària d'Estat de Comerç, ha establert la línia d'ajuts per al finançament de projectes d'impuls a la competitivitat, la innovació i la modernització dels canals de distribució en entitats locals de fins a 5.000 habitants, i especialment



aquelles en zones més despoblades o amb menor densitat de població. D'entre les ajudes, es finança despeses d'obra i adquisició d'equipament relacionades amb la transformació del punt de venda, així com aspectes de sostenibilitat i economia circular, entre d'altres tipus de despesa.

MUNICIPIS PRIORITARIS



Nivell crític



Nivell fràgil



Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Afavorir la presència de petit comerç alimentari en pobles que actualment no compten amb cap comerç.
- Potenciar les iniciatives públic-privades per al sorgiment d'iniciatives empresarials als petits municipis de zones rurals i ajudar a la seva viabilitat.

DESCRIPCIÓ

Per a aquesta acció, cal que el titular d'un comerç que es jubila i no compta amb relleu familiar al negoci ni tampoc ha pogut fer un traspàs extrafamiliar d'aquest, cedeixi el local a l'ajuntament i aquest el posi a disposició d'algun emprenedor/a que vulgui encarregar-se del comerç.

AGENTS IMPULSORS

- Ajuntaments de les Garrigues, preferentment aquells petits municipis que no compten amb cap comerç i que tenen un local municipal.

REFERÈNCIES

- Ajudes per al recolzament de l'activitat comercial en zones rurals. El Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme, a través de la Secretària d'Estat de Comerç, ha establert la línia d'ajuts per al finançament de projectes d'impuls a la competitivitat, la innovació i la modernització dels canals de distribució en entitats locals de fins a 5.000 habitants, i especialment aquelles en zones més despoblades o amb menor densitat de població. D'entre les ajudes, es finança despeses d'obra i adquisició d'equipament relacionades amb la transformació del punt de venda, així com aspectes de sostenibilitat i economia circular, entre d'altres tipus de despesa.

MUNICIPIS PRIORITARIS



Nivell crític



Nivell fràgil



Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Identificar i descriure els locals comercials actualment buits que hi ha a la comarca.
- Afavorir la reobertura de comerços que han tancat.

DESCRIPCIÓ

L'acció consisteix en realitzar una tasca de prospecció a cada poble de les Garrigues per identificar els locals comercials que actualment estan buits, o bé, els baixos dels habitatges que havien tingut un comerç. Un cop identificats, l'acció contempla la descripció d'aquests locals en un format de fitxa, és a dir, recollir les característiques de cada local. Les dades que cal aconseguir per descriure els locals en un model de fitxa poden ser les següents: tipus de comerç que havia acollit el local; superfície en m²; municipi; antiguitat; estat del local (a punt per a ser reobert / requereix d'alguna petita reforma o millora / requereix d'una important inversió d'adequació, etc.); existència de mobiliari; opcions i condicions de traspàs (venda / lloguer / fiança, etc.); existència d'altres comerços al municipi; existència d'aparcament proper; existència de zona de càrrega/descarrega; dades de contacte de la propietat.

Per aconseguir aquesta informació, es pot fer una tasca de treball de camp, parlant amb cada poble per aconseguir informació dels propietaris dels locals i contactar-hi. En paral·lel, també es pot fer una campanya de comunicació a nivell comarcal per comunicar de la realització d'aquesta acció, per tal que els propietaris/àries de locals comercials tancats o en desús puguin contactar per fer la fitxa del seu local. Aquesta acció està vinculada directament amb l'acció A 1.2.2. Banc de comerços en traspàs.

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues, com a coordinador de l'acció.
- Ajuntaments de la comarca, com a agents que poden ajudar en la identificació de locals comercials buits i en la identificació dels propietaris/àries.



REFERÈNCIES

- Directori de locals comercials de l'Espluga de Francolí. L'Ajuntament de l'Espluga de Francolí posa a disposició de la ciutadania un directori de locals comercials en desús a la població. Aquesta és una eina que busca afavorir l'ocupació dels mateixos, a l'hora que garantir el futur del teixit comercial existent. La informació de cada local es recull en unes fitxes descriptives.
- 5. Programa de suport als municipis en l'àmbit del comerç. Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya. L'objectiu de l'ajut és donar suport a la lluita contra la desertització comercial i suport a l'ocupació de locals buits.

MUNICIPIS PRIORITARIS

Nivell crític

Nivell fràgil

Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Donar a conèixer els comerços que es troben en situació de traspàs, venda o lloguer
- Afavorir la reobertura de comerços que han tancat, o el seu traspàs, venda o lloguer.

DESCRIPCIÓ

Un cop feta l'acció A 1.2.1. Cens de comerços buits, l'acció consisteix en donar a conèixer aquests comerços a través d'un portal web. Aquest portal pot anar vinculat a la pàgina web del Consell Comarcal de les Garrigues, i s'hi poden penjar les fitxes descriptives dels locals comercials. Així mateix, també es pot vincular aquesta informació a un mapa de la comarca (amb instamaps o googlemaps) que permeti ubicar geogràficament cada local en el municipi en el que es troba i desplegar la corresponent fitxa descriptiva.

A banda de recollir i mostrar aquesta informació, també es duria a terme una campanya per atraure persones interessades en reobrir aquests locals comercials i es realitzaria un procés d'acompanyament d'aquests emprenedors/es que podria incloure la visita al local i la intermediació per ajudar a arribar a acords amb la propietat del local, així com orientacions per al model de negoci del nou establiment que s'hi volgués ubicar, entre d'altres accions de suport.

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues, com a coordinador de l'acció.
- Ajuntaments de la comarca, com a agents que poden ajudar en la identificació de locals comercials buits i en la identificació dels propietaris/àries.

REFERÈNCIES

- Cens de locals, naus i terrenys de l'Alt Urgell. El Consell Comarcal de l'Alt Urgell compta amb un espai web en el qual recull tota la relació de locals comercials disponibles.
- 4. Programa de suport per a l'obertura de comerços i de suport a la reforma i millora d'establiments i de suport a les parades dels mercats de



venda sedentària i no sedentària. Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya.

MUNICIPIS PRIORITARIS

Nivell crític

Nivell fràgil

Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Donar a conèixer el servei Reempresa per afavorir un traspàs o relleu dels comerços que estan a punt de tancar.
- Afavorir la reobertura de comerços que estan a punt de tancar gràcies al seu traspàs.

DESCRIPCIÓ

En el cas dels comerços que a curt termini preveuen tancar perquè no compten amb relleu familiar i que són viables, l'acció consisteix en identificar-los i contactar amb ells per tal de conèixer si estarien interessats en un possible traspàs. En els casos que així sigui, se'ls dona a conèixer el servei de Reempresa orientat a municipis petits i se'ls deriva a aquest servei. A través d'aquest programa els poden acompanyar en el procés de traspàs així com també fer el servei d'intermediació.

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues, com a coordinador de l'acció.
- Ajuntaments de la comarca, com a agents que poden ajudar en la identificació de comerços a punt de tancar.
- Servei Reempresa com a intermediació i assessorament.

REFERÈNCIES

- [Reempresa Municipis petits](#). Servei orientat a facilitar l'acompanyament en el traspàs de comerços sense relleu i que són viables.

MUNICIPIS PRIORITARIS



Nivell crític



Nivell fràgil



Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Impulsar el consum responsable i de proximitat des de l'ajuntament per practicar amb l'exemple.
- Potenciar les iniciatives públic-privades per al sorgiment d'iniciatives empresarials als petits municipis de zones rurals i ajudar a la seva viabilitat.

DESCRIPCIÓ

Aquesta acció consisteix en adoptar de manera sistemàtica i habitual des dels ajuntaments de les Garrigues així com des del Consell Comarcal la compra pública de productes i serveis al petit comerç local dels pobles de la comarca, és a dir, que es compri tot el que sigui possible al mateix poble o comarca. D'aquesta manera l'administració pública exemplifica amb la seva acció i es reforça l'objectiu de fomentar un consum responsable i de proximitat, tot contribuïnt en la continuïtat del petit comerç.

Aquesta acció està vinculada amb l'acció A 1.3.2. Subvencions públiques a entitats municipals vinculades a la compra de productes al comerç local.

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues.
- Ajuntaments de la comarca.

REFERÈNCIES

- Instrucció de compra pública alimentària. Ajuntament de Barcelona. instrument amb un caràcter pioner que servirà per orientar de manera transversal i integral tota la compra pública alimentària de l'Ajuntament de Barcelona.
- Compra pública amb visió de territori. Ajuntament de Barcelona. El Punt d'Atenció a l'Activitat Econòmica de Ciutat Vella ha vinculat a comerços del districte la compra de material escolar per alumnat en situació de vulnerabilitat

MUNICIPIS PRIORITARIS



Nivell crític



Nivell fràgil



Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Impulsar el consum responsable i de proximitat des de les entitat municipals.
- Potenciar les iniciatives públic-privades per al sorgiment d'iniciatives empresarials als petits municipis de zones rurals i ajudar a la seva viabilitat.

DESCRIPCIÓ

Aquesta acció contempla que, en el cas que els ajuntaments o el Consell Comarcal de les Garrigues atorguin subvencions o ajuts a les entitats del poble o comarca per poder col·laborar amb les seves activitats, es posi com a condició dins l'atorgament de la subvenció que la compra de productes es faci, dins de les possibilitats, als comerços del poble o comarca. Per exemple, en el cas que una entitat realitzi una activitat popular (cultural, festiva, etc.) i necessiti comprar productes d'alimentació, i l'ajuntament o Consell Comarcal doni suport a aquesta entitat aportant una col·laboració econòmica, aquesta col·laboració ha d'anar condicionada a que la compra dels productes es faci a comerços del poble o comarca, en cas que ofereixin els productes necessaris.

Aquesta acció està vinculada amb l'acció A 1.3.1. Contractació pública des dels ajuntaments.

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues.
- Ajuntaments de la comarca.

REFERÈNCIES

MUNICIPIS PRIORITARIS



Nivell crític



Nivell fràgil



Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Afavorir la presència de petit comerç alimentari en els pobles de les Garrigues.
- Potenciar les iniciatives públic-privades per al sorgiment d'iniciatives empresarials als petits municipis de zones rurals i ajudar a la seva viabilitat.

DESCRIPCIÓ

Un dels aspectes negatius més rellevants alhora d'engegar una nova activitat són les traves burocràtiques i la lentitud d'aquestes durant el procés d'obertura. És per aquest motiu que es proposa aquesta acció, que consisteix en incidir a través de les ordenances fiscals en la implantació de nous comerços als municipis de les Garrigues. L'acció consisteix en promoure que els ajuntaments impulsin mesures que afavoreixin la implantació de l'activitat comercial al seu poble, com per exemple la creació de subvencions específiques enfocades a engegar un comerç al poble o bé la bonificació fiscal per l'obertura de nous negocis, ja sigui amb reducció de l'IBI, amb reducció de les taxes de residus, amb suprimir les taxes de les llicències d'obres, entre d'altres tipus de bonificacions, exempcions o ajudes que siguin competència de l'administració local

AGENTS IMPULSORS

- Ajuntaments de la comarca.

REFERÈNCIES

- [Subvencions per a l'obertura de nous establiments comercials al nucli antic de Tordera](#). L'ajuntament de Tordera ha preparat dues iniciatives d'impuls al comerç local: subvencions per a nous emprenedors al nucli antic i borsa de locals de lloguer, a través de l'àrea de promoció econòmica i amb cofinançament de l'Oficina de Suport al Teixit Comercial Local de la Diputació de Barcelona.

MUNICIPIS PRIORITARIS

✓ **Nivell crític**

✓ **Nivell fràgil**

✓ **Nivell bàsic**



L.E.2. PROFESSIONALITZACIÓ I COMPETITIVITAT



OBJECTIUS

- Identificar les necessitats que necessita el comerç per reforçar i millorar la viabilitat del negoci.
- Rebre un assessorament específic que doni resposta a les necessitats identificades.

DESCRIPCIÓ

A partir de les enquestes realitzades al petit comerç alimentari de les Garrigues, s'han identificat un seguit de comerços interessats en rebre algun tipus d'assessorament que els ajudi a millorar la seva viabilitat comercial.

L'acció consisteix en fer una selecció dels comerços interessats en rebre algun tipus d'assessorament per tal d'oferir un servei personalitzat que identifiqui els àmbits en els quals presenta mancances o debilitats aquell comerç que influeixen en la seva rendibilitat i rebi un assessorament concret que l'ajudi a millorar.

Sobre el tipus d'assessorament que pot oferir aquest servei, poden ser diversos, com ara anàlisi de l'oferta de productes, innovació en l'oferta de productes (diferenciació, especialització, etc.), tipologia de clients (atraure nous perfils de clients, ampliar els clients actuals, etc.), proveïment, marges, costos, anàlisi dels estats comptables, accions de comunicació i comercialització, acords de col.laboració, entre d'altres. Per poder concretar el tipus d'assessorament més idoni, en primer lloc es fa una visita a l'establiment i es fa una anàlisi de la seva situació per consensuar un pla de treball adaptat al que cada un necessita i li pot ser més útil. A partir d'aquí, es concreta el tipus d'assessorament.

Aquesta acció ja s'està iniciant amb la realització de 7 assessoraments diversos a 7 comerços de la comarca que han mostrat el seu interès en rebre aquest assessorament, en el marc del Projecte Innovador que s'està executant.

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues, com agent impulsor de l'acció.



REFERÈNCIES

- Programa Comerç a punt, suport al comerç de proximitat. Barcelona Activa. Servei d'entre 5 i 12 hores d'assessorament presencial a la botiga i/o de manera telemàtica, per definir una estratègia empresarial per redregar el negoci comercial.
- Assessoraments al Jussà per enfortir el comerç de proximitat. L'Ajuntament de Tremp ofereix una formació personalitzada als establiments comercials i de serveis dels municipis de la comarca

MUNICIPIS PRIORITARIS

Nivell crític

Nivell fràgil

Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Incorporar elements d'innovació en el petit comerç de proximitat.
- Millorar la viabilitat econòmica dels comerços.

DESCRIPCIÓ

Per tal de poder enfortir el comerç de proximitat a través de la millora de la seva viabilitat econòmica, és clau que el comerç es renovi i innovi per adaptar-se a les demandes i desitjos del mercat actual.

La incorporació de la innovació en el model de negoci dels comerços es pot facilitar a través de la formació.

Fruit de l'enquesta d'hàbits de consum de la població local, s'ha pogut veure que la gent que compra al petit comerç alimentari de proximitat valora el fet de trobar productes artesans, de la terra, productes de qualitat, entre d'altres. També es valora el fet que es disposi de diferents canals de venda, així com es valora l'atenció personalitzada i la proximitat.

Així, aquesta acció consisteix en oferir diferents itineraris formatius orientats al petit comerç de proximitat per tal que incorpori la innovació orientada a diferents estratègies: diferenciació i especialització en productes, comerç multiproducte, omnicanalitat, digitalització del comerç, millores a la botiga física en quant a presentació dels productes, aparadorisme, etc. , atenció al client, sinergies amb altres sectors econòmics com el turisme, són alguns exemples de les temàtiques entorn les quals orientar la formació. L'acció pot anar acompanyada d'un autodiagnòstic del comerç per identificar les seves debilitats i orientació en el tipus de formació que més s'adequa per a poder ser més innovador.

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues, com agent impulsor de l'acció.

REFERÈNCIES

- [Ajudes per al recolzament de l'activitat comercial en zones rurals.](#) El Ministeri d'Indústria, Comerç i Turisme, a través de la Secretària d'Estat de Comerç, ha establert la línia d'ajuts per al finançament de projectes d'impuls a la competitivitat, la innovació i la modernització dels canals de



distribució en entitats locals de fins a 5.000 habitants, i especialment aquelles en zones més despoblades o amb menor densitat de població. D'entres les ajudes, es finança despeses d'obra i adquisició d'equipament relacionades amb la transformació del punt de venda, així com aspectes de sostenibilitat i economia circular, entre d'altres tipus de despesa.

- Curs “Re-impulsar el comerç local. Botigues que enamoren. L'estratègia per afrontar el futur”. CEI Cervera. Eines per aprendre a millorar l'experiència de compra dels clients i per fidelitzar-los.
- Formació en línia per al petit comerç. Barcelona Activa. Més de 30 cursos en línia per millorar el negoci comercial: gestió interna, màrqueting, digitalització, treballar millor, vendes i clientela, entre d'altres.
- Guia de bones pràctiques per al comerç local. Ajuntament de Tremp. L'objectiu d'aquesta guia és promoure la sensibilització i la formació dels empresaris del sector comercial i de serveis per millorar la competitivitat dels negocis i per contribuir a que els clients, ja siguin residents o visitants, en percebin el seu atractiu.
- Formacions diverses adreçades al comerç local a la Ribera d'Ebre. El Consell Comarcal de la Ribera d'Ebre promou diferents càpsules formatives adreçades al comerç local, per millorar la seva competitivitat i ajudar a la seva viabilitat.

MUNICIPIS PRIORITARIS

Nivell crític

Nivell fràgil

Nivell bàsic



L.E.3. DINAMITZACIÓ I SENSIBILITZACIÓ



OBJECTIUS

- Potenciar l'associacionisme a nivell comercial.
- Activar, reforçar i dinamitzar les associacions de comerciants.
- Reivindicar la importància del comerç local.
- Esdevenir un interlocutor amb les administracions públiques per canalitzar les seves demandes i desitjos, i alhorar poder rebre suport econòmic accedint a subvencions.
- Fomentar la participació i la cohesió del teixit comercial de la comarca.

DESCRIPCIÓ

Les associacions de comerciants permeten als comerciants unir esforços i treballar conjuntament per afrontar els reptes del seu sector econòmic.

A les Garrigues només hi ha una associació de comerciants, l'Agrupació de comerciants de les Borges Blanques, que aglutina també bars, restaurants i diferents perfils d'establiments comercials i malgrat participen en diverses campanyes comercials, els hi falta una mica de dinamisme i empenta.. A Juneda i a Arbeca, municipis on hi ha més nombre de comerços i podria tenir sentit que hi hagués una associació. A Arbeca hi havia hagut una associació de comerciants que fa anys es va desfer i malgrat encara hi ha cert volum de comerços al poble i des de l'ajuntament s'ha intentat impulsar, de moment, no ha estat possible reactivar l'associació o crear-ne una de nova perquè no hi ha comerços prou motivats a agafar el lideratge tot i que l'ajuntament s'ha mostrat disposat a acompanyar-los i ajudar-los en tot allò que necessitessin. A Juneda tampoc hi ha una associació com a tal. A les Garrigues Altes tenien previst al seu pla d'acció impulsar alguna mena de dinàmica de treball compartida entre els comerços, però el teixit comercial que hi ha és molt poc.

L'acció consisteix en promoure que el comerç de les Garrigues s'associï per mitjà de la creació d'una associació de comerciants. Es pot valorar que aquesta sigui una associació a nivell comarcal o bé que sigui municipal, i en aquest darrer cas, tindria sentit a Juneda i a Arbeca; i en el cas de les Borges Blanques, on ja hi ha una associació, l'acció s'orientaria a reforçar aquesta associació.



De manera alternativa, també es pot plantejar la creació d'una taula de treball amb el comerç local, sense ser necessària la constitució d'una associació. La taula de treball té la funció de cohesionar i articular el petit comerç de proximitat a través d'aquesta figura, que pot desenvolupar les mateixes funcions que una associació formal.

Amb les associacions existents, l'acció consisteix en dinamitzar aquestes associacions, ajudant-les a crear un pla de treball amb propostes d'accions dinamitzadores del comerç local que puguin impulsar els comerciants amb el suport de les administracions comarcal i locals. D'entre les accions que poden dur a terme les associacions, s'identifiquen d'una banda la interlocució directa amb les administracions públiques per poder expressar les seves demandes i desitjos, i de l'altra, la possibilitat de sol·licitar subvencions adreçades a associacions, com poden ser els ajuts del CCAM. Es requereix d'una persona que pugui portar a terme la coordinació de l'acció almenys en el moment d'inici per arrencar i establir el pla de treball conjunt.

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues, com agent impulsor.
- Associació de comerciants de les Borges Blanques.
- Comerços actius amb ganes de treballar de manera associativa.

REFERÈNCIES

- Primera trobada d'associacions de comerciants. El Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM) i la Direcció general de Comerç han organitzat el 6 de març de 2023 la 1a Trobada d'associacions de Comerciants de Catalunya, amb l'objectiu de crear un espai de trobada i d'intercanvi d'experiències entre les prop de 600 associacions que existeixen a Catalunya.
- Suport a les associacions de comerciants. Vall del Ges, Orís i Bisaura i Agrupació de comerciants de Torelló. Des del servei de comerç es treballa per donar suport i recolzament a les associacions de comerços del territori en la realització d'activitats que tinguin com a objectiu dinamitzar el sector comercial i posar en valor el comerç. Conveni anual entre l'ajuntament de Torelló i l'Agrupació de comerciants de Torelló.
- Protagonistes. Campanya de cooperació comercial entre diversos ens locals i suport a les associacions comercials del territori. El punt clau de la campanya ha estat també el reforç i el reconeixement de les entitats que vetllen per dinamitzar el comerç local d'aquest territori: l'Associació Roda de Comerciants, Manlleu Associació de Botiguers MAB, Cabrerès Associació de Comerciants i l'Associació de Comerciants del Voltreganès,



associacions que han treballat en aquest projecte i que han ofert als seus comerços associats la participació activa en aquesta campanya.

- 2. Programa de suport a la xarxa associativa de comerç, artesania i moda, amb l'objectiu de millorar la competitivitat de les empreses comercials i la professionalització del teixit associatiu. Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya.

MUNICIPIS PRIORITARIS

Nivell crític

Nivell fràgil

Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Reivindicar i reconèixer la importància del comerç local a través de diferents campanyes de dinamització i sensibilització.
- Sensibilitzar la població local de la importància del comerç local i de la necessitat que aquest es mantingui viu.
- Posar en relleu les diferents funcions i valors que s'atribueixen al comerç local en entorns rurals.
- Atraure nous perfils de població perquè facin la compra al comerç local de manera regular.

DESCRIPCIÓ

Durant el confinament es va posar molt en valor les funcions i els valors del comerç local i la població local es va bolcar molt en les compres al comerç de proximitat. També es van generar un seguit de campanyes per reforçar la compra al comerç local. Un cop es va flexibilitzar el confinament, i amb la tornada a la normalitat, es va perdre tot aquesta capacitat de mobilització i atracció de la població cap a la compra de proximitat, i si bé algunes persones es van fidelitzar, la gran majoria va recuperar els seus hàbits habituals de compra (supermercats, fora del poble, etc.).

L'acció consisteix en conceptualitzar i calendaritzar un seguit de campanyes diverses encaminades a assolir els objectius de l'acció, per tal de recuperar i potenciar l'atracció de la població local cap al seu comerç més proper.

Així, es poden realitzar diferents campanyes que posin en valor el petit comerç de proximitat, realçant tots els valors i atributs que aquest comerç significa per al territori (servei bàsic, economia local, proximitat i tranquil·litat, socialització, etc.). Les campanyes s'han d'orientar a diferents perfils de població amb diferents finalitats: fidelitzar la clientela actual, atraure nous perfils de clientela (com poden ser jovent, famílies joves, etc.). També és important orientar les campanyes a la diferent tipologia de municipis en funció del seu estat de maduresa comercial, ja sigui crític, fràgil o bàsic, ja que les campanyes poden tenir missatges diferenciats. Per últim, cal que l'acció es vagi repetint amb el temps, canviant les campanyes, per seguir insistint entre la població local de tot el que significa el petit



comerç de proximitat. A les referències es mostren alguns exemples de campanyes per poder aconseguir idees a replicar i adaptar a les Garrigues.

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues, com agent impulsor.
- Municipis de la comarca que poden col·laborar amb les campanyes.
- Comerços actius amb ganes d'implicar-se amb les campanes.

REFERÈNCIES

- Bones pràctiques en l'àmbit de comerç. Recull d'experiències municipals de promoció del comerç.
- Campanyes diverses El nostre comerç és un luxe. Consorci de la Vall del Ges, Orís i Bisaura i amb la col·laboració de quatre dels municipis que en formen part.
- Protagonistes. Campanya de promoció del comerç de proximitat dels 30 comerços de Manlleu, Roda de Ter i dels municipis del Cabrerès i el Voltreganès. Un total de 30 vídeos de comerços seran promocionats a través d'una potent campanya de màrqueting digital a través dels comptes d'Instagram i Facebook de @passipercaixa.
- Fem Pallars. Projecte de desenvolupament local que lidera l'Ajuntament de Tremp al Pallars Jussà, en el marc del programa del Servei d'Ocupació de Catalunya, "Treball a les comarques", amb la col·laboració dels Ajuntaments de la Pobla de Segur, Isona i la Conca Dellà i la Torre de Cabdella, orientat a la dinamització del comerç local.
- UBIC Solsona. Associació de comerciants de Solsona que impulsa moltes campanyes de dinamització comercial per posar en valor el comerç local de Solsona.
- Tremp fomenta que els escolars coneguin el comerç local. Durant l'any 2019, l'Ajuntament ha organitzat visites amb els alumnes per donar a conèixer l'aportació de les botigues a la ciutat i al territori.
- Les botigues del meu poble. Fix i Rasquera. Acció de sensibilització als nens de 3r i/o 4rt de primària de les escoles dels municipis de Flix i Rasquera: "Les botigues del meu poble". Aquesta actuació té una durada de 4 hores que es reparteixen en dos dies, el primer dia es fa un taller a l'escola i el segon es fa una visita a les botigues del seu municipi.



- Tu fas Ascó. Per sensibilitzar de la importància del comerç local, l'Ajuntament i l'associació 'Movem Ascó' han engegat una campanya amb diverses estratègies que s'estrena amb un espot publicitari on s'imagina un municipi sense comerços. El programa també inclou formació i assessorament als empresaris locals i ha implicat l'escola Sant Miquel perquè els infants facin de prescriptors del producte de proximitat i el comerç local, amb un programa a Vídeo Ascó Televisió.
- Campanya a l'Arboç per incentivar el comerç local de la vila. Des de l'ajuntament es van editar uns cartells informatius on s'exposen diferents idees per les quals val la pena comprar als comerços locals i ajudar a mantenir el teixit comercial local viu.
- Campanya de suport al comerç dels petits municipis del Vallès Occidental. Campanya que ha engegat el Consell Comarcal del Vallès Occidental per promocionar la compra local en els municipis més petits durant el Nadal. L'objectiu és incentivar la compra en el comerç de proximitat, els establiments de restauració i els serveis locals. La campanya s'implementa en els municipis de Rellinars, Matadepera, Sant Llorenç Savall, Ullastrell, Vacarisses i Viladecavalls.

MUNICIPIS PRIORITARIS



Nivell crític



Nivell fràgil



Nivell bàsic



L.E.4. COORDINACIÓ TERRITORIAL I SUPORT TRANSVERSAL



OBJECTIUS

- Generar un espai de coordinació i d'intercanvi en relació amb les polítiques públiques orientades a la promoció i suport al petit comerç local.
- Coordinar la implementació, el seguiment i l'avaluació de les accions que s'impulsin en relació amb la promoció i el suport al petit comerç local.
- Crear sinergies amb altres sectors econòmics, com pot ser el turisme, a l'hora d'impulsar determinades accions de reforç al petit comerç local.
- Ser un agent de comunicació i interlocució amb el petit comerç de proximitat.

DESCRIPCIÓ

L'acció consisteix en crear un grup de treball a nivell de la comarca que integri tant els i les representants polítics de l'administració local (ajuntaments i Consell comarcal) com el personal tècnic dels ajuntaments i del Consell Comarcal que treballin amb el teixit comercial.

L'objectiu del grup de treball és el de coordinar l'execució, fer el seguiment i avaluar els resultats de les accions recollides en aquest pla d'acció, així com d'altres accions que es puguin idear. En aquest sentit, el grup de treball pot cercar la col·laboració amb altres àrees o sectors econòmics, com pot ser el turisme, per aconseguir sinergies que beneficïen ambdós sectors econòmics.

Així mateix, el grup de treball té la funció de valorar subvencions i ajudes públiques per poder accedir a finançament públic per impulsar accions relacionades amb el suport al comerç de proximitat.

També té la funció de ser un agent d'interlocució amb les administracions supracomarcal per tal d'alinejar les polítiques públiques i canalitzar demandes i peticions del teixit privat.

Per últim, el grup de treball pretén ser un agent que pugui escoltar i recollir les inquietuds, necessitats i desitjos dels i les comerciants de la comarca.

Per al bon funcionament d'aquest espai de treball, seria òptim comptar amb una figura tècnica de coordinació transversal que exerceixi el rol de



dinamitzadora comercial i doni suport a les persones tècniques que ja hi ha en alguns municipis per reforçar la seva feina diària i, alhora, dinamitzar la taula de treball (fer les convocatòries de les trobades, elaborar les actes i fer seguiment dels acords presos, entre d'altres tasques).

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues
- Ajuntaments de la comarca

REFERÈNCIES

- Taula de treball del comerç local d'Amposta. Promoguda des de la Regidoria de Comerç i Mercat Municipal de l'ajuntament i amb la participació de l'associació de comerç FECOAM, l'Associació de venedors del Mercat Municipal i l'Associació de restauradors, així com altres persones de la ciutat vinculades al teixit comercial.
- Taula de comerç del Pallars Jussà. Instrument participatiu impulsat per l'Ajuntament de Tremp que té com a objectiu fomentar la cohesió del sector comercial de la comarca. Hi participen ajuntaments, personal tècnic i sector comercial.
- Servei d'un/a tècnic/a de comerç itinerant, que treballa de forma presencial en aquells aspectes prioritaris per donar suport als establiments del municipi, establir sinèrgies entre recursos locals i les activitats d'oci i turisme, tot facilitant el lligam i l'aprofitament d'iniciatives impulsades per agents com la Diputació de Barcelona, les Cambres de Comerç o el propi Consell Comarcal. S'estableix un conveni de col·laboració entre el Consell Comarcal i els Ajuntaments interessats. Actualment, hi ha un conveni amb els Ajuntaments de Matadepera, Sant Llorenç Savall, Ullastrell, Vacarisses i Viladecavalls.

MUNICIPIS PRIORITARIS

✓ Nivell crític

✓ Nivell fràgil

✓ Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Interlocutar amb les administracions provincial i catalana per canalitzar les necessitats i demandes del comerç de proximitat.
- Fer pressió per reivindicar les especificitats del petit comerç de proximitat de les zones rurals i aconseguir canvis en les polítiques públiques a nivell català perquè reconeixin aquestes especificitats i s'orientin polítiques públiques específiques per poder ajudar en la viabilitat del petit comerç local de les zones rurals.

DESCRIPCIÓ

L'acció consisteix en treballar amb les administracions supracomarçals, - a nivell de província, la Diputació de Lleida, i a nivell català, la Generalitat de Catalunya - per fer arribar la necessitat de fer un canvi en les polítiques públiques orientades al suport del petit comerç de proximitat en entorns rurals.

La finalitat d'aquest treball amb les instàncies polítiques supracomarçals és aconseguir que reconeixin l'especificitat i singularitat que té el comerç local en les zones rurals i orientin polítiques públiques que permetin veritablement incidir en la viabilitat econòmica del petit comerç de proximitat en entorns rurals, reconeixent la multiplicitat de funcions i valors que aquest comerç representa. Aquestes polítiques públiques han d'anar encaminades a oferir un suport econòmic als comerços d'entorns rurals per poder mantenir aquesta activitat i contribuir a la seva viabilitat econòmica.

En aquest sentit, es pot cercar la col·laboració de l'Associació Micropobles que està treballant amb diferents temàtiques per tal que l'administració catalana reconeixi les especificitats de les zones rurals i adopti polítiques públiques diferenciades.

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues i ajuntaments de la comarca.

REFERÈNCIES

- Subvencions per a la creació o millora d'espais multiserveis. La Diputació de Tarragona ofereix un programa de subvencions per a la creació o millora d'espais multiserveis, en locals municipals o en locals privats



cedits als ajuntaments per un període de mínim 8 anys, situats en municipis de fins a 1.000 habitants de la demarcació de Tarragona.

- Multiservei rural, model implantat a la província de Teruel amb suport de la Càmera de Comerç de Teruel, la Diputació de Teruel i el Govern d'Aragó.

MUNICIPIS PRIORITARIS

Nivell crític

Nivell fràgil

Nivell bàsic



OBJECTIUS

- Reflexionar a nivell de comarca sobre la situació del petit comerç de proximitat.
- Conèixer experiències que poden ser exemples de bones pràctiques per replicar i/o adaptar a les Garrigues.

DESCRIPCIÓ

L'acció consisteix en la realització d'una jornada que permeti l'anàlisi de diferents possibilitats que permetin mantenir l'activitat comercial als pobles i propiciï la reflexió i el debat entorn als serveis del comerç als municipis més allunyats dels principals nucli, així com un procés d'acompanyament als municipis que presentin necessitats.

La jornada pot comptar amb un ponent expert en comerç rural i amb una exposició de diferents iniciatives de comerç als pobles (taula rodona d'experiències) que il·lustrin alguns dels diferents models que es poden explorar, com per exemple:

- La botiga 'multiservei', com un servei bàsic 'municipal' complementada amb altres serveis (consergeria, neteja dependències, etc.)
- La botiga complementada amb el servei de punt d'informació turística i amb punt de venda de productes locals com a element diferenciador.
- La compra a domicili. Servei que et porta la compra a casa.
- La venda ambulat. Servei itinerant de venda de queviures i altres (roba, etc.).
- Convenis entre els ajuntaments i comerços d'alimentació de pobles més grans per mantenir els serveis als pobles petits
- Relleu generacional al comerç local

AGENTS IMPULSORS

- Consell Comarcal de les Garrigues i ajuntaments de la comarca.



REFERÈNCIES

- Cicle de comerç “Repensem el comerç, potenciem el Pallars”. Tres trobades temàtiques per abordar els reptes que presenta el comerç local al Pallars Jussà
- El nou valor del comerç de proximitat. La jornada planteja la revisió d'un dels grans canvis que a nivell de societat s'ha produït al voltant del reposicionament del valor del comerç de proximitat. Compta amb una taula d'experiències d'iniciatives privades de comerç que s'han reposicionat i d'iniciatives territorials de dinamització del comerç local.

MUNICIPIS PRIORITARIS

✓ **Nivell crític**

✓ **Nivell fràgil**

✓ **Nivell bàsic**



5. Conclusions finals

La situació del petit comerç alimentari de les Garrigues es troba en una situació força complexa (i el no alimentari també, tot i que no ha estat objecte directe d'aquesta diagnosi).

El canvi dels hàbits de compra dels consumidors durant els últims anys ha propiciat que la viabilitat econòmica d'aquests negocis sigui molt fràgil. Això, unit a la competència de supermercats implantats al territori i l'oferta veïna comercial important de Mollerussa i Lleida, juntament amb la venda online estan afavorint una reducció molt elevada de la clientela als comerços locals. Bàsicament, s'està reduint a una clientela centrada en el segment de població d'edat més elevada que té menys capacitat de mobilitat, que manté els hàbits de compra al mateix municipi i continua comprant la major part de la cistella setmanal a les botigues del poble. Això sempre i quan encara hi hagi botigues, ja que aquesta conjuntura està implicant una pèrdua de teixit comercial constant des de fa uns anys, amb moltes dificultats de relleu i/o traspàs dels comerços que es van tancant per jubilació i amb una delicada viabilitat econòmica.

Aquesta situació ja complexa d'entrada, s'aguditza en els municipis més petits i rurals de la comarca (la major part a les Garrigues) ja que s'hi afegeix el despoblament i l'envelliment de la població. En aquests municipis, sovint la botiga del poble esdevé el rebost i un punt de recurrència quan falta algun producte que s'han descuidat a les llars, però no pas el punt de compra principal de l'alimentació de la família.

Llavors, què cal fer per revertir la situació? Estem davant d'un repte complex, però que cal assumir i tenir presents algunes premisses a l'hora d'afrontar-lo. La primera premissa és que per aconseguir frenar aquesta tendència en declivi del petit comerç, cal una aposta decidida, valenta i conjunta. És a dir, cal fer un front comú en el qual hi tinguin part les administracions locals (ajuntaments i Consell Comarcal), les administracions superiors (Diputació de Lleida i Generalitat de Catalunya), els establiments comercials (amb empenta i voluntat d'innovar i de ser competitius) i la població local (amb el compromís d'exercir un acte conscient i de suport a l'economia local per mitjà de la compra als comerços del territori). Per tant, cal un compromís de tots els agents públics i privats i de la responsabilitat ciutadana per garantir el manteniment del petit comerç que com ja hem anat apuntant al llarg de tot l'estudi, tant els comerços com també els bars, són negocis que en un entorn rural tenen una funció social que va molt més enllà d'una activitat econòmica ja que acaben esdevenint un servei bàsic de cohesió i dinamització de la població local.



Entendre aquest rol que juguen els comerços, en especial, en aquells municipis més rurals és un element clau per poder aplicar polítiques públiques de recolzament. Polítiques que es poden desenvolupar des dels ajuntaments, però que necessiten suports econòmics de les administracions superiors per a què puguin ser efectives i exitoses. Els consistoris municipals difícilment podran assumir les inversions necessàries per adequar locals, reformes a establiments que han quedat antiquats o incentius importants per a les persones emprenedores que vulguin agafar el relleu de comerços ja tancats o en traspàs.

El model estratègic que s'ha dissenyat de suport al petit comerç alimentari de les Garrigues ha tingut en compte totes les premisses anteriors i també les particularitats de la comarca i la realitat comercial diferenciada entre municipis. Per aquest motiu, s'han categoritzat 3 nivells de maduresa comercial: crític, fràgil i bàsic. D'aquesta manera, s'han orientat les actuacions del Pla d'acció tenint en compte el perfil de municipi al qual farien referència.

En resum, l'estratègia passa per aplicar una mirada asimètrica territorial identificant el perfil d'actuacions necessàries en funció de la realitat comercial i sociodemogràfica de cada municipi. Com més ruralitat, menys població i més suport des de l'administració es necessita ja que en aquest context els comerços difícilment són viables per si mateixos. En canvi, en municipis més grans, amb més població i més dinàmica comercial, el perfil de les actuacions es planteja diferent. Els establiments comercials han d'assumir una sèrie d'innovacions i canvis en el seu model de negoci per adaptar-se millor a les necessitats actuals dels consumidors i al seu torn, la població local ha de manifestar un compromís més gran exercint la compra a les botigues del poble. Es tracta d'un esforç bidireccional, de les dues bandes, per tal de trobar el millor encaix possible i, alhora, l'administració ho ha d'afavorir facilitant eines de millora empresarial per una banda i impulsant campanyes de dinamització i sensibilització, per l'altra banda.

En aquest context, el petit comerç ha d'entendre que només podrà sobreviure si competeix en qualitat, amb un producte especialitzat o diferenciat respecte als supermercats ja sigui un producte propi (fleca, carnisseria, xarcuteria, pastisseria, etc.) o un producte elaborat al territori per part de productors locals. Al mateix temps, ha de saber-se adaptar als nous temps, a les noves necessitats de la societat i posar totes les facilitats possibles tant a nivell d'horaris com de canals de comanda i de compra. Potser no cal obrir tots els dies de la setmana, ni tot l'horari comercial, però sí posar-ho fàcil perquè les famílies treballadores puguin fer compatible la compra al comerç local amb les seves jornades laborals. Antigament, les dones no treballaven i com a mestresses de casa tenien els matins lliures per anar a comprar. Actualment, les dinàmiques familiars han canviat i els dos membres de la parella treballen, per tant, cal tenir present aquesta realitat per no perdre potencial clientela.



La diversitat de serveis en un mateix local també ha estat un dels aspectes que ha anat sorgint al llarg de l'estudi com una possible estratègia, així com mantenir el tracte proper i diferenciat que tant valora la clientela i que no poden oferir els supermercats. Potenciar l'atenció al client especialitzada, tenir presents els seus gustos i necessitats i facilitar aquells productes especialitzats que pot arribar a necessitar (sense gluten, sense lactosa, ecològics, artesans, gourmet, etc.), són aspectes que la clientela valora i que són part del resultat del sondeig dels hàbits de compra de la població garriguenca que s'ha dut a terme en el marc del present estudi.

Per tant, i com a conclusió final, recordar que estem davant d'un repte certament complex i que si es vol afrontar i garantir que els pobles de les Garrigues no es quedin sense un servei bàsic com és el petit comerç alimentari, cal un esforç compartit i assumir la responsabilitat que li pertoca a cadascú: administració, comerços i població local com a consumidora.



6.Fonts consultades

Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT).

Observatori del Treball i Model Productiu.

Cens d'Establiments Comercials de Catalunya.

Les ruralitats. Els micropobles de Lleida.

La desertització comercial en municipis catalans



7. Annexes

7.1. Model d'enquesta al petit comerç alimentari dels pobles de les Garrigues

8/8/23 15:20

Enquesta al comerç de les Garrigues

Enquesta al comerç de les Garrigues

Demanem la teva col·laboració per poder conèixer la situació actual del comerç a les Garrigues i oferir propostes d'assessoraments individualitzats.

* Indica que la pregunta és obligatòria

1. **Nom comercial:**

2. **Persona de contacte:**

3. **Adreça:**

4. **Municipi:**

5. **Telèfon:**

6. **Adreça electrònica:**

7. **Web:**

https://docs.google.com/forms/d/1MRKdVzbo9eyD_MF_SjJaT1tjunAZtl--YQaQNTI4DYs/edit

1/19



8. Xarxes socials:

9. Formes part d'alguna associació, gremi, etc? Si la resposta és afirmativa, dir a quina o quines.

DADES BÀSIQUES DE L'ACTIVITAT COMERCIAL**10. 1. Forma jurídica de l'establiment:**

Marqueu només un oval.

- Persona empresària individual (persona autònoma)
- Societat Limitada (SL)
- Societat Anònima (SA)
- Societat Civil Privada (SCP)
- Societat Limitada Nova Empresa (SLNE)
- Cooperativa (SCCL)
- Societat Limitada Laboral (SLL)
- Societat Anònima Laboral (SAL)
- Altres

11. Comentaris pregunta 1.



12. 2. Tipus de local on s'ubica el comerç:

Marqueu només un oval.

- Local propi independent del teu habitatge.
- Local propi annexat o comunicat amb el teu habitatge.
- Local arrendat a un particular.
- Local arrendat municipal (detallar condicions: preu i durada del contracte).
- Altres: _____

13. Comentaris pregunta 2.

14. 3. Tipologia de comerç (es pot marcar més d'una opció):

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- Botiga particular
- Agrobotiga cooperativa
- Franquícia
- Comerç ambulant
- Altres: _____

15. Comentaris pregunta 3.



16. 4. El comerç és la teva font d'ingressos...

Marqueu només un oval.

- Principal
- Secundària

17. Comentaris pregunta 4.

18. 5. Tipologia de productes (es pot marcar més d'una tipologia):

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- Fleca
- Pastisseria
- Carnisseria (carn al detall)
- Carnisseria (carn envasada)
- Xarcuteria-cansaladeria (al detall)
- Xarcuteria-cansaladeria (envasada)
- Llegums cuits a granel
- Peix fresc
- Verdura i fruita fresca
- Queviures
- Menjars preparats casolans
- Productes de rostisseria (pollastre i/o conill a l'ast)
- Productes congelats
- Altres: _____



19. **Comentaris pregunta 5.**

20. **6. Ens pots explicar el teu comerç en una sola frase? (per conèixer la filosofia del negoci)**

21. **7. Quins horaris fas? (pots marcar més d'una franja horària)**

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Matins i tardes entre setmana (de dilluns a divendres).
- Només matins entre setmana (de dilluns a divendres).
- Només tardes entre setmana (de dilluns a divendres).
- Dissabtes matí.
- Dissabtes tarda.
- Diumenges matí.
- Altres: _____

22. **Comentaris pregunta 7.**



23. 8. Tens persones treballadores contractades?

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Sí, a jornada completa.
- Sí, a jornada parcial.
- No, no tinc treballadors/es.
- Tinc un soci/sòcia.
- Suport familiar.
- Altres: _____

24. Comentarís pregunta 8.

25. 9. Quantes persones treballadores tens contractades?

Marqueu només un oval.

- 0
- 1
- 2-3
- 4-5
- Més de 5

26. Comentarís pregunta 9.



27. **10. Canals de venda (es pot marcar més d'un canal):**

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Venda en botiga física.
- Venda en botiga en línia.
- Venda a domicili.
- Venda ambulant.
- Altres: _____

28. **Comentaris pregunta 10.**

29. **11. Quina prioritat té cadascun dels canals de venda?**

Marqueu només un oval per fila.

	No el faig servir.	El faig servir ocasionalment.	És un canal de venda prioritari.
Venda en botiga física.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Venda en botiga en línia.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Venda a domicili.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Venda ambulant.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



30. Comentarís pregunta 11.

31. 12. Per quins canals reps les comandes? (es pot marcar més d'una opció)

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Per telèfon
- Per whatsapp
- Per correu electrònic
- Personalment
- Altres: _____

32. Comentarís pregunta 12.

33. 13. Amb quina antelació cal fer les comandes?

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Un dia abans.
- Durant el mateix dia.
- Amb més antelació.
- Altres: _____



34. **Comentaris pregunta 13.**

35. **14. Perfil actual de la clientela:**

Marqueu només un oval per fila.

	No tinc aquest perfil de clientela.	Perfil de clientela poc habitual.	Perfil de clientela habitual.
Menors de 25 anys.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entre 25 i 40 anys.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Entre 40 i 65 anys.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Més de 65 anys.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

36. **Comentaris pregunta 14.**



VIABILITAT DEL NEGOCI**37. 15. Quins dels següents aspectes dificulten que el teu negoci pugui ser més rendible, és a dir, que pugui generar més benefici? (es pot marcar més d'una opció)**

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Preu de lloguer del local comercial elevat.
- Dificultat per poder tenir un ampli estoc de productes al comerç.
- Competència per part de franquícies instal·lades al poble.
- Competència per part de les plataformes de venda en línia.
- Local poc atractiu i/o antiquat que necessitaria una reforma per adequar-lo als temps actuals.
- Costos de les persones treballadores contractades elevats.
- Augment dels costos d'adquisició dels productes i matèries primeres i, si es mantenen els preus de venda al públic, queda poc marge.
- Augment dels costos dels subministraments (electricitat, gas, combustible, etc.)
- Venda de tipologia de productes amb poca demanda.
- No puc oferir productes amb un preu més elevat perquè la meva clientela no estaria disposada a comprar-los.
- No hi ha cap aspecte que faci que el meu comerç sigui menys rendible.
- Altres: _____

38. Comentaris pregunta 15.



39. **16. Quines mesures externes et podrien ajudar a fer més rendible el teu negoci? (es pot marcar més d'una opció)**

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Incentius econòmics per a la reforma de locals comercials.
- Reducció o bonificació de taxes municipals.
- Assessorament en la reorientació del model de negoci comercial per adequar-lo a les demandes actuals de la clientela.
- Campanyes per potenciar el comerç de proximitat i conscienciar la població local.
- Limitació a la instal·lació de franquícies als pobles.
- Campanya de dinamització del comerç local de manera coordinada amb el sector turístic.
- Instal·lació de taquilles intel·ligents per recollir comandes al comerç local.
- Realització de compres conjuntes entre comerços locals per aconseguir un preu de cost més favorable i poder oferir un preu de venda més competitiu.
- No ho sé.
- Altres: _____

40. **Comentari pregunta 16.**



41. **17. Si creus que et cal millorar, tens clar en quins aspectes cal que milloris el teu negoci? (es pot marcar més d'una opció)**

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Ampliar la clientela (més clients del mateix tipus que ja té).
- Aproximar-me a nous perfils de clientela (altres perfils, com per ex, jovent, infants, turisme, segona residència, etc.).
- Diversificar la tipologia de productes a vendre.
- Ampliar els canals de venda o de comanda.
- Ampliar o modificar els horaris d'atenció al públic.
- Altres: _____

42. **Comentaris pregunta 17.**

43. **18. T'interessaria rebre suport per millorar el teu negoci?**

Marqueu només un oval.

- Sí *Ves a la pregunta 44*
- No *Ves a la pregunta 46*

VIABILITAT DEL NEGOCI. Tinc interès en rebre suport per millorar el meu negoci



44. **19. Quina és la teva disponibilitat per rebre suport o assessorament per millorar el teu comerç?**

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- Tinc total disponibilitat d'hores i dies de la setmana
- Només tinc disponibilitat en horari de matí
- Només tinc disponibilitat en horari de tarda
- Altres: _____

45. **Comentaris pregunta 19.**

Ves a la pregunta 48

VIABILITAT DEL NEGOCI. No tinc interès en rebre suport per millorar el meu negoci.

46. **20. Per quins motius NO t'interessa rebre suport per millorar el teu negoci?**

Selecioneu totes les opcions que corresponguin.

- No tinc temps.
- Ja m'està bé com tinc el negoci ara com ara.
- No m'interessa perquè em queda poc temps per jubilar-me.
- Altres: _____



47. **Comentari pregunta 20.**

Ves a la pregunta 48

PREVISIÓ DE FUTUR DEL NEGOCI48. **21. Tens previsió de jubilar-te o tancar el negoci en els propers 5 anys?**

Marqueu només un oval.

- Sí *Ves a la pregunta 49*
- No *Ves a la pregunta 62*
- No ho sé *Ves a la pregunta 49*

PREVISIÓ DE FUTUR DEL NEGOCI49. **22. Tens possibilitats de fer un relleu o traspàs del negoci?**

Marqueu només un oval.

- Sí *Ves a la pregunta 50*
- No *Ves a la pregunta 58*

Ves a la pregunta 50

PREVISIÓ DE FUTUR DEL NEGOCI. Tinc possibilitat de fer un traspàs del negoci.

50. 23. A qui traspasaràs el negoci?

Marqueu només un oval.

- Familiar directe
- Persona treballadora
- Persona aliena al negoci
- Altres: _____

51. Comentarís pregunta 23.

52. 24. El relleu serà seguint el mateix tipus de comerç?

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Sí, el mateix, sense introduir canvis.
- Sí, el mateix però introduint canvis.
- No, serà un comerç diferent.

53. Comentarís pregunta 24.



54. **25. Si has respost que SÍ t'interessa traspasar el comerç, quin tipus de suport t'interessaria? (es pot marcar més d'una opció)**

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Suport per trobar persones que estiguin interessades en el comerç.
- Suport per fer els tràmits d'intermediació.
- Suport per poder ensenyar l'ofici a la persona que es quedi amb el comerç (en el cas de forns, pastisseries, xarcuteries, etc.).
- Altres: _____

55. **Comentaris pregunta 25.**

56. **26. Tens coneixement del servei Reempresa?**

Marqueu només un oval.

- Sí
- No

57. **Comentaris pregunta 26.**

Ves a la pregunta 62

PREVISIÓ DE FUTUR DEL NEGOCI. No tinc possibilitat de fer un traspàs del negoci.



58. **27. Si no tens possibilitat de fer un relleu/traspàs voldries suport en aconseguir-lo, per tal que el negoci no es tanqui definitivament i el poble no es quedi sense aquest comerç?**

Marqueu només un oval.

Sí

No

59. **Comentari pregunta 27.**

60. **28. Si has contestat que NO t'interessa traspassar el comerç, per quins motius? (es pot marcar més d'una opció)**

Seleccioneu totes les opcions que corresponguin.

- Perquè el local comercial està annexat o comunicat al meu habitatge.
- Perquè cal fer reformes al local.
- Perquè no trobo cap persona disposada a pagar el preu que demano pel traspàs.
- Per les adaptacions segons les normatives o llicències actuals que serien necessàries.
- Altres: _____

61. **Comentaris pregunta 28.**



PREGUNTA FINAL

62. **29. Què creus que necessitaria el comerç del teu poble per no desaparèixer?**

INFORMACIÓ SOBRE EL TRACTAMENT DE DADES PERSONALS

Conforme al Reglament 2016/679 General de Protecció de Dades i LO 3/2018 de 5 de desembre (LOPDGDD) informem al sol·licitant que tractem les dades personals faciliten en els termes que s'exposen a continuació:

Responsable: CONSELL COMARCAL DE LES GARRIGUES.

Delegat de Protecció de Dades: dpd@garrigues.cat o 973 14 26 58.

Finalitat: Realització del projecte "Disseny d'un model estratègic de suport al comerç de les Garrigues i assessoraments".

Legitimació: El consentiment atorgat pel tractament per aquesta finalitat. Les dades són necessàries per l'execució del contracte o prestació de serveis.

Conservació: Les dades es conservaran durant el termini estrictament necessari per complir amb la finalitat esmentada, respectant en tot cas el que determini la normativa d'arxivament aplicable.

Destinataris: El Responsable podrà comunicar a les empreses que prestin serveis de relacionats, així com a autoritats competents en la matèria.

Drets: Les persones sol·licitants poden revocar el consentiment (si aquesta és la legitimació), exercir els drets d'accés, rectificació, limitació, supressió, oposició o portabilitat, adreçant-se al Consell Comarcal de les Garrigues, al carrer Francesc Macià, 54 de les Borges Blanques o bé al telèfon 973 14 26 58.

Reclamació: Pot presentar una reclamació davant l'Autoritat Catalana de Protecció de Dades (apdcat.gencat.cat).



63. Consentiment *

Marqueu només un oval.

- AUTORITZEU al Consell Comarcal de les Garrigues a l'enviament d'informació.
- NO AUTORITZEU al Consell Comarcal de les Garrigues a l'enviament d'informació.

Aquesta acció està subvencionada pel Servei Públic d'Ocupació de Catalunya en el marc dels Programes de suport al desenvolupament local.



SOC / Servei d'Ocupació de Catalunya

Generalitat de Catalunya
Departament d'Empresa i Treball



Raieb
Iniciem que arribem

Google no ha creat ni aprovat aquest contingut.

Google Formularis



7.2. Model de sondeig dels hàbits de compra al petit comerç alimentari de les Garrigues



Sondeig sobre els hàbits de compra en el petit comerç alimentari de proximitat de les Garrigues

El petit comerç de les Garrigues es troba en una situació fràgil i cal cercar mesures i estratègies per donar-hi suport. És per aquest motiu que ens interessaria conèixer els teus hàbits de compra en relació amb els comerços alimentaris de proximitat com els forns de pa, les peixateries, les fruiteries i verdureries, les botigues de queviures, les carnisseries i cansaladeries, les pastisseries, entre altres. No aniria adreçat a la compra en supermercats i centres comercials.

Inici prem Retorn ↩

⌚ Triga 6 minuts



1 → Sexe

A Home

B Dona

C No binari

D Altra

D'acord ✓



2 → Edat

- A Menys de 25 anys
- B Entre 26 i 35 anys
- C Entre 36 i 45 anys
- D Entre 46 i 55 anys
- E Entre 56 i 65 anys
- F Més de 65 anys

D'acord ✓



3 → Municipi on vius

Escriu o selecciona una opció

D'acord ✓





4 → Fas la compra setmanal d'aliments per a tu i la teva família al petit comerç del teu poble?

A Sí, sempre.

B De vegades.

C No, mai perquè compro a supermercats del poble.

D No, mai perquè compro a fora del poble.

E No tenim comerços al nostre poble.

D'acord ✓



5 → Per a quantes persones fas la compra setmanal habitualment?

A Per mi sol/a.

B Per dues persones (parella).

C Per la meva família (3 persones o més).

D Altra

D'acord ✓

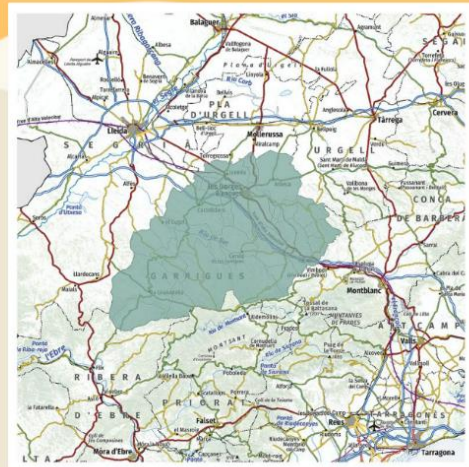


6 → Quan no compres al petit comerç del teu poble, on vas a comprar?

Tria'n tantes com vulguis

- A A un altre poble de la comarca.
- B A les Borges Blanques (com a capital de la comarca).
- C A Mollerussa.
- D A Lleida.
- E Sempre compro al meu poble.
- F Altra

D'acord ✓



7 → Per quins canals acostumes a comprar quan compres al petit comerç?

Tria'n tantes com vulguis

- A Botiga física.
- B Botiga en línia.
- C Comandes a domicili.
- D Mercat setmanal.
- E Botiga ambulat.
- F No compro al petit comerç.
- G Altra

D'acord ✓



DISSENY D'UN MODEL ESTRATÈGIC DE SUPORT AL PETIT COMERÇ ALIMENTARI DE LES GARRIGUES





8 → A quina tipus de petit comerç compres habitualment?

Tria'n tantes com vulguis

- A Forn de pa.
- B Pastisseria.
- C Carnisseria.
- D Xarcuteria-cansaladeria.
- E Peixateria.
- F Verduleria i fruiteria.
- G Queviures.
- H Botiga de menjars preparats.
- I Rostisseria.
- J No compro al petit comerç.
- K Altra

D'acord ✓



9 → Si compres al petit comerç, per quins motius ho fas?

Prioritza els 3 motius més importants.

Tria'n 3

- A Per la varietat de l'oferta.
- B Per la qualitat dels productes.
- C Pel preu.
- D Pels horaris.
- E Per la confiança i tracte personalitzat.
- F Pels productes singulars (productes artesanals, delicatessen, gourmet).
- G Pels productes de proximitat (de la comarca, de Ponent, etc.).
- H Per proximitat al domicili o al lloc de treball.
- I Per l'aparcament.
- J Per donar-hi suport.
- K No compro al petit comerç.
- L Altra

D'acord ✓



**DISSENY D'UN MODEL ESTRATÈGIC DE SUPORT AL PETIT
COMERÇ ALIMENTARI DE LES GARRIGUES**



10 → Si No vas a comprar al petit comerç del teu poble, per quins motius són?

Prioritza els 3 motius més importants.

Tri'n 3

- A Per la poca varietat de productes.
- B Perquè els productes són de menor qualitat.
- C Perquè els preus són cars.
- D Perquè els horaris comercials del petit comerç no estan adaptats a l'horari de feina.
- E Perquè no tinc temps per esperar a ser atès/a al taulell.
- F Perquè no hi ha productes diferenciats o especialitzats.
- G Per desconeixement de com demanar alguns productes (carn, peix).
- H Perquè no és còmode (falta pàrking , etc)
- I Altra

D'acord ✓



11 → Què t'ofereixen els comerços més grans del poble o de fora del poble (supermercats) perquè els prefereixis per davant del petit comerç local?

Prioritza els 3 motius més importants.

Tri'n 3

- A Horaris molt amplis.
- B Preus competitius.
- C Diversitat de productes.
- D Aparcament.
- E Estalvi de temps perquè en un sol establiment ho compro tot.
- F Treballa a fora del poble i aprofito per comprar als comerços del municipi on treballa.
- G Aprofitar el desplaçament a fora per fer altres gestions.
- H Productes especialitzats o singulars més assequibles.
- I Altra

D'acord ✓



12 → Quines mesures podria introduir el petit comerç dels pobles perquè tu i la teva família hi anés més a comprar?

Prioritza les 3 mesures que més valores.

Tria'n 3

- A Tenir uns horaris més adaptats als horaris laborals.
- B Tenir canals virtuals per fer les comandes (whatsapp, mail, botiga online, etc.).
- C Donar flexibilitat a l'hora de recollir les comandes.
- D Fer entregues a domicili.
- E Disposar de productes de millor qualitat que als supermercats (artesans, ecològics, de proximitat, etc.).
- F Oferir l'opció de poder encarregar productes especialitzats i diferenciats que el comerç em portin en poc temps.
- G Oferir un assessorament personalitzat dels productes que complementi el servei més enllà de la venda d'aliments.
- H Altra

D'acord ✓



13 → Per a tu què representaria que es perdi el comerç local i de proximitat del teu poble?

Tria'n tantes com vulguis

- A Una pèrdua d'un servei bàsic del poble.
- B La pèrdua d'un espai de trobada, sobretot per a les persones grans.
- C La pèrdua d'un element que afavoreix la comunitat i la cohesió social.
- D Perdre l'oportunitat de traspasar el comerç abans de tancar-lo definitivament perdent llocs de treball al poble.
- E El tancament d'un negoci i res més.
- F Altra

D'acord ✓



14 → Ens vols fer arribar alguna idea, iniciativa o projecte que pugui contribuir a mantenir obert el petit comerç dels pobles de les Garrigues?

Escriu la resposta aquí

Shift 0 + Enter ← per afegir un paràgraf

D'acord ✓

prem **Retorn** ←



15 → INFORMACIÓ SOBRE EL TRACTAMENT DE DADES PERSONALS

Conforme al Reglament 2016/679 General de Protecció de Dades i LO 3/2018 de 5 de desembre (LOPDGDD) informem al sol·licitant que tractem les dades personals faciliten en els termes que s'exposen a continuació:

Responsable: CONSELL COMARCAL DE LES GARRIGUES.

Delegat de Protecció de Dades: dgd@garrigues.cat o 973 14 26 58.

Finalitat: Realització del projecte "Disseny d'un model estratègic de suport al comerç de les Garrigues i assessoraments".

Legitimació: El consentiment atorgat pel tractament per aquesta finalitat. Les dades són necessàries per l'execució del contracte o prestació de serveis.

Conservació: Les dades es conservaran durant el termini estrictament necessari per complir amb la finalitat esmentada, respectant en tot cas el que determini la normativa d'arxivament aplicable.

Destinataris: El Responsable podrà comunicar a les empreses que prestin serveis de relacionats, així com a autoritats competents en la matèria.

Drets: Les persones sol·licitants poden revocar el consentiment (si aquesta és la legitimació), exercir els drets d'accés, rectificació, limitació, supressió, oposició o portabilitat, adreçant-se al Consell Comarcal de les Garrigues, al carrer Francesc Macià, 54 de les Borges Blanques o bé al telèfon 973 14 26 58.

Reclamació: Pot presentar una reclamació davant l'Autoritat Catalana de Protecció de Dades (apdcat.gencat.cat).

AUTORITZEU al Consell Comarcal de les Garrigues a l'enviament d'informació?

A Accepto

B No accepto

Enviar

