

# LA DISTRIBUCIÓ COMERCIAL AL PLA D'URGELL

Autora: Anna Bresolí Martí



Institut La Serra

Tutor: Marc Sió Roca

## Origen o motivació

La hipòtesi de partida per fer el treball va ser saber com es distribueixen els comerços de la comarca del Pla d'Urgell i comprovar si les grans superfícies van guanyant terreny vers els petits comerços. També és descobrir de quina manera pot lluitar el petit comerç a l'enorme competència que les grans superfícies li fan.

## Objectiu

L'objectiu principal d'aquest treball és estudiar l'economia de la comarca, específicament fent una recerca comercial.

Vaig triar aquest tema per al meu treball per poder informar-me i tenir un coneixement més ampli sobre com es distribueixen els diferents comerços a la comarca, ja siguin petits, mitjans o grans: i independentment del sector al qual és dediquen.

A partir d'aquesta informació, esbrinar com es podria millorar el comerç de la comarca, especialment els establiments de petit comerç de Mollerussa, per tal de plantar cara a les grans superfícies.

## Metodologia

Per confeccionar el treball he cercat informació a la xarxa i a diferents llibres. També he passat unes enquestes als clients del comerç comarcal, presentant els resultats de cada pregunta amb gràfics acompanyats d'un breu text. A més a més m'han concedit dues entrevistes amb un representant del petit comerç i un altre de les grans superfícies.

## Continguts

El treball conté dos grans blocs: el bloc teòric i conceptual; i el bloc d'investigació.

El primer bloc conté, en primer terme, una breu presentació de la comarca. En segon lloc podem trobar-hi una secció demogràfica. També conté l'explicació i els passos a seguir per dur a terme un estudi de mercat; i per altra banda, la definició de les polítiques comercials d'una empresa.

El segon bloc, de caire més pràctic, inclou l'opinió que tenen els habitants dels diferents pobles de la comarca vers els comerços del Pla d'Urgell, descobrint així, els problemes i els avantatges que els consumidors és troben en el moment d'efectuar les compres diàries. Però també hi és present l'altra cara de la moneda, donant l'opinió dels botiguers dels comerços comarcals.

Per aquesta raó, primerament he confeccionat un qüestionari als clients, i finalment he entrevistat al president de Mollerussa Comercial i a l'encarregat de Caprabo amb Eroski.

## Conclusions

Cada cop més, i amb la crisi que estem sofrint, les grans superfícies s'imposen davant el petit comerç. Això és el que opina la majoria d'enquestats sobre el principal problema del comerç comarcal. També afirmen que alguns dependents de les botigues tradicionals haurien de tenir una actitud més professional i els horaris haurien de ser més flexibles, obrint més d'hora i tancant més tard, sobretot al migdia per tal que molta gent que treballa pugui anar-hi. Un altre inconvenient, sobretot a Mollerussa, són les dificultats que es presenten a l'hora de trobar aparcament al centre de la ciutat.