

Els hàbits de compra dels consumidors

Enric Pareta, *economista*.

se davant els serveis d'atenció al client, que naturalment sempre són de pagament (902), s'exposa a suportar que no es molestin a intentar solucionar el seu problema i tal volta no li donin ni resposta.

En definitiva, quan vostè es vulgui donar de baixa i provar sort amb una altra companyia, es pot trobar que

Podem concloure que els accionistes viuen molt bé a costa dels consumidors. Hi ha algú que encara ho dubti?

vostè ha signat per un mínim de 12 o 24 mesos i no pot desfer-se'n tan fàcilment com vostè voldria. Li posaran totes les pegues del món i, si decideix tirar pel camí del mig i deixar d'atendre les quotes mensuals, els jurítics de la companyia ja s'encarregaran d'amargar-li l'existència.

I quan se'ls pregunta a les companyies el perquè de tal comportament, al·leguen que la competència s'ha agreujat i que el negoci se'ls ha complicat en els últims temps. Això no ha impedit, però, que, per exemple, Telefónica hagi tancat l'exercici 2005 amb uns guanys nets de prop de 4.450 milions d'euros, un 40% més que els de l'any anterior. Podem concloure que els accionistes viuen molt bé a costa dels consumidors. Hi ha algú que encara ho dubti?

En el darrer número vàrem parlar de l'euro-consumidor i vàrem anunciar que parlaríem de com el canvis socials influeixen en el consum. Aquests canvis socials han estat espectaculars en els darrers anys. L'envelliment progressiu és notable així com la consolidació de noves formes

de convivència alternativa a la família tradicional. I què hem de dir de la incorporació massiva de la dona al treball remunerat fora de la llar? O de l'adopció d'una sèrie de pautes de comportament alimentari a mig camí entre la salut i la moda? I també del cada cop més sofisticat equipament de les llars, que redunda en l'augment de la disponibilitat de més temps lliu-

re per a la persona? Tots aquests canvis estructurals i de comportament influeixen en una variació progressiva de les decisions dels consumidors

i obliga a adaptar-se a les empreses, si no volen perdre mercat.

Tots aquests canvis estructurals i de comportament influeixen en una variació progressiva de les decisions dels consumidors i obliga a adaptar-se a les empreses si no volen perdre mercat.

Aquests canvis del consum incideixen en les formes de distribució comercial, que analitzarem avui, i també en el format i presentació (packaging) del producte, sobretot el de gran consum, que deixem per a un altre dia.

L'institut Cerdà estudia el canvi social i la transformació de la població catalana basant-se en tres fenòmens: l'envelliment demogràfic, la reducció dels membres de la llar i el creixement de la immigració.

L'increment del pes de la



Envelliment demogràfic, reducció dels membres de la llar i creixement de la immigració són tres factors que estan influïent en el canvi d'hàbits de consum