

**INFORME DE RESULTATS**

**ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA  
DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA**

**DIPUTACIÓ DE BARCELONA  
(2019)**



**Diputació  
Barcelona**

#DibaOberta



Informe de resultats. Enquesta d'hàbits de consum i compra de la província de Barcelona  
Abril 2019

**Gerència de Serveis de Comerç. Diputació de Barcelona**

Direcció del projecte: Maite Bosch i Sendra

Coordinació tècnica del projecte: Rocío Macías Sánchez

Elaboració de l'informe: **MDK investigación de mercados**

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### ÍNDEX

- Introducció
- Objectius de l'estudi
- Metodologia
- Perfil del responsable de les compres a la llar
- Valoracions de l'oferta de comerç
- Hàbits de compra i consum
- Importància i consum de productes ecològics, de proximitat, directes del productor o comerç just
- Compres per internet
- Anàlisi dels perfils dels responsables de les compres a les llars (clúster)
- Anàlisi de regressió: Valoració de l'oferta de comerç
- Síntesi i conclusions finals
- Annex 1. Qüestionari
- Annex 2. Taules

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### INTRODUCCIÓ

Amb l'objectiu principal de **quantificar els hàbits de consum i compra a la província de Barcelona**, s'ha realitzat el *Baròmetre Hàbits de consum i compra*.

L'informe de resultats que a continuació presenta **MDK Investigació de Mercats** pretén respondre a les necessitats de recerca de la **Diputació de Barcelona**.

L'estudi s'ha portat a terme amb una enquesta estructurada a un total de 8.001 a compradors exclusius o de responsabilitat compartida de la llar amb la finalitat de tenir mostra suficient d'aquest *grup* i extreure'n resultats concloents. Com a novetat respecte l'anterior estudi (2017) s'han establert quotes per edat.

Els resultats de l'estudi s'han **ponderat segons la distribució de habitatges familiars (llars) per sistema territorial<sup>1</sup> de la província de Barcelona i la seva distribució per tipologia de la llar<sup>1</sup>**.

A les pàgines següents es descriuen els **principals resultats** de l'estudi (2019), així com les **diferències rellevants trobades** respecte els diversos anàlisis d'altres variables d'interès (tipologia de llar, comarca, sistema territorial<sup>2</sup>...), també es comparen els resultats més rellevants amb l'estudi 2017.

**Font** (1): Habitatges familiars principals Cens INE 2011

**Nota** (2): Sistema Territorial de Comerç (STEC) – veure annex per la relació de municipis de cadascun dels 27 Sistemes Territorials de Comerç

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### OBJECTIUS DE L'ESTUDI

L'objectiu general de l'estudi és l'anàlisi dels hàbits de consum i compra a la província de Barcelona.

Per tal de poder assolir l'objectiu global del projecte, s'ha portat a terme:

Una anàlisi profunda dels hàbits de compra de les llars de la província de Barcelona, en aspectes relatius tan al lloc i tipologia d'establiment on es realitza la compra, com a la freqüència, en funció de les diferents categories de compra i consum.

En l'estudi ha analitzat diferenciadament les principals categories de compra i consum:

- 1. Alimentació fresca** (carn, peix, fruites, verdures,...)
- 2. Resta d'alimentació** (resta d'aliments tipus pasta, cereals, llegums, begudes,...)
- 3. Altres productes quotidians no alimentaris** (drogueria, productes de neteja, higiene personal,...)
- 4. Equipament de la persona** (roba, merceria, calçat, joieria,...)
- 5. Equipament de la llar** (productes tèxtils, confeccions per a la llar, mobles, parament de la llar, electrodomèstics,...)

Així com l'anàlisi dels fluxos, comportaments i motivacions de les llars per realitzar compres fora del seu nucli de residència.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### METODOLOGIA (I)

**Àmbit:** Província de Barcelona.

**Univers:** Responsables exclusius o compartits de les compres de la llar, residents a l'àmbit d'estudi.

**Tipus d'entrevista:** Telefònica CATI (telefònica assistida per ordinador).

**Qüestionari:** Dissenyat en base a la proposta de la Diputació de Barcelona.

**Disseny i selecció de la mostra:** Selecció aleatòria amb quotes a proporcional a nivell de municipi, comarca i sistema territorial, i segons trams d'edat. Selecció aleatòria de telèfons/llars entre tots els registrats a les BGT (Bases Generals de Telèfons) de les operadores. Selecció de les unitats últimes (individus/llars) aleatòriament per quotes segons tipologia de la llar a nivell de sistema territorial.

**Mostra i error mostral associat:** 8.001 entrevistes (8.000 ponderades). El marge d'error global de les dades obtingudes és de  $\pm 1,1\%$  (per a un nivell de confiança del 95,5% i en la hipòtesi més desfavorable:  $p=q=50$ ).

**Tractament de la informació:** Consistència i codificació de les respostes obertes i, posteriorment, les tabulacions encreuades de les dades.

**Ponderació:** Per l'anàlisi s'ha realitzat una ponderació segons la distribució de habitatges familiars (llars) per sistema territorial<sup>1</sup> de la província de Barcelona i la seva distribució per tipologia de la llar<sup>1</sup> en funció de les comarques (\*).

**Data de treball de camp:** Del 8 de gener al 19 de febrer de 2019.

**Nota (\*):** En primer lloc, els resultats s'han ponderat segons la distribució de habitatges familiars de cada sistema territorial, i en segon lloc, segons la distribució a nivell comarcal de la tipologia de la llar. Segons la hipòtesi que dins d'una comarca, tots els seus sistemes territorials tenen la mateixa distribució per tipologia de llar. S'ha realitzat completament en tots els sistemes territorials, excepte AMB Nord, AMB Sud i Riera de Caldes, doncs aquests sistemes territorials tenen municipis que pertanyen a més d'una comarca.

**Font (!):** Habitatges familiars principals Cens INE 2011

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### METODOLOGIA (II)

Distribució de les enquestes a nivell de comarques i sistema territorial:

Comarques	Habitatges familiars principals Cens INE 2011	Enquestes a fer Mostra aproporcional	Enquestes realitzades	Enquestes ponderació (*)	Error mostral (segons enquestes realitzades)
Alt Penedès	40.462	427	440	149	4,65%
Anoia	45.083	455	456	170	4,57%
Bages	67.582	411	422	249	4,76%
Baix Llobregat	299.741	1.170	1.170	1.192	2,86%
Barcelonès	926.582	820	839	3.334	3,38%
Berguedà	16.779	465	470	62	4,46%
Garraf	58.653	405	435	216	4,68%
Maresme	166.748	857	876	610	3,30%
Moianès	4.859	400	298	18	5,50%
Osona	57.283	691	691	212	3,71%
Vallès Occidental	337.589	1.140	1.145	1.244	2,89%
Vallès Oriental	147.244	759	759	544	3,55%
<b>Total general</b>	<b>2.168.605</b>	<b>8.000</b>	<b>8.001</b>	<b>8.000</b>	<b>1,09%</b>

Sistema Territorial	Habitatges familiars principals Cens INE 2011	Enquestes a fer Mostra aproporcional	Enquestes realitzades	Enquestes ponderació (*)	Error mostral (segons enquestes realitzades)
Alta Anoia	3.315	209	108	12	9,28%
AMB Nord	147.711	433	440	545	4,67%
AMB Sud	307.539	836	842	1.135	3,37%
AMB Vallès	99.675	430	422	368	4,76%
Arenys	18.558	201	205	68	6,81%
Baix Llobregat Nord	57.928	315	319	214	5,47%
Baix Maresme	42.500	219	228	157	6,47%
Barcelona	684.078	200	207	2.524	6,81%
Berguedà	16.779	465	470	62	4,46%
Calella	36.366	217	211	134	6,73%
Conca d'Òdena-Piera	33.267	206	289	123	5,74%
Garraf	58.653	405	435	216	4,68%
Granollers-Congost	61.316	244	253	226	6,15%
Lluçanès	2.853	207	87	11	10,35%
Martorell	44.806	259	278	165	5,86%
Mataró	62.086	207	214	229	6,69%
Mediona-Anoia	13.471	205	208	50	6,74%
Moianès	4.859	400	298	18	5,50%
Montseny	27.623	217	203	102	6,85%
Pla de Bages	67.327	406	417	248	4,78%
Plana de Vic	46.019	279	361	170	5,14%
Riera de Caldes	34.663	217	224	128	6,53%
Sabadell	97.664	243	242	360	6,29%
Tenes-Besòs	44.043	215	214	162	6,68%
Terrassa	119.849	333	346	442	5,26%
Vall del Ges, Orís i Bisaura	8.666	210	248	32	6,13%
Vilafranca	26.991	222	232	100	6,41%
<b>Total general</b>	<b>2.168.605</b>	<b>8.000</b>	<b>8.001</b>	<b>8.000</b>	<b>1,09%</b>

**Nota (\*):** En primer lloc, els resultats s'han ponderat segons la distribució de habitatges familiars de cada sistema territorial, i en segon lloc, segons la distribució a nivell comarcal de la tipologia de la llar. Segons la hipòtesi que dins d'una comarca, tots els seus sistemes territorials tenen la mateixa distribució per tipologia de llar. S'ha realitzat completament en tots els sistemes territorials, excepte AMB Nord, AMB Sud i Riera de Caldes, doncs aquests sistemes territorials tenen municipis que pertanyen a més d'una comarca.

**Font (!):** Habitatges familiars principals Cens INE 2011

**Nota (?):** Sistema Territorial de Comerç (STEC) – veure annex per la relació de municipis de cadascun dels 27 Sistemes Territorials de Comerç

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### METODOLOGIA (III)

Detall de la variable de ponderació:

Sistema Territorial	Enquestes realitzades					TOTAL	Enquestes ponderació (*)					TOTAL
	Llar unipersonal	Pare/mare sols amb algun fill	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills que convien a la llar	Un altre tipus de llar		Llar unipersonal	Pare/mare sols amb algun fill	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills que convien a la llar	Un altre tipus de llar	
Alta Anoia	15	13	25	47	8	108	3	1	3	5	1	12
AMB Nord (*)	73	43	116	150	58	440	147	53	122	151	71	545
AMB Sud (*)	131	99	200	329	83	842	217	101	263	437	117	1.135
AMB Vallès	45	30	116	188	43	422	76	33	82	139	37	368
Arenys	28	11	67	82	17	205	15	6	15	26	7	68
Baix Llobregat Nord	28	32	76	151	32	319	41	19	49	82	22	214
Baix Maresme	38	27	43	100	20	228	34	14	35	58	15	157
Barcelona	27	18	49	78	35	207	681	245	567	700	331	2.524
Berguedà	66	33	158	159	54	470	17	5	16	19	6	62
Calella	25	19	74	73	20	211	29	12	30	50	13	134
Conca d'Òdena-Piera	34	19	73	142	21	289	27	11	27	46	12	123
Garraf	75	31	116	177	36	435	54	20	51	73	18	216
Granollers-Congost	36	25	58	115	19	253	42	19	52	89	24	226
Lluçanès	16	7	24	31	9	87	2	1	2	4	1	11
Martorell	35	20	72	124	27	278	32	15	38	64	17	165
Mataró	31	26	31	101	25	214	50	22	51	84	22	229
Mediona-Anoia	21	14	61	92	20	208	11	4	12	18	5	50
Moianès	51	24	69	132	22	298	4	1	4	7	1	18
Montseny	19	21	49	90	24	203	19	9	23	40	11	102
Pla de Bages	53	39	105	169	51	417	52	21	60	87	29	248
Plana de Vic	44	32	123	127	35	361	36	15	38	61	19	170
Riera de Caldes (*)	27	12	68	94	23	224	26	12	29	48	13	128
Sabadell	41	21	44	104	32	242	75	33	80	136	36	360
Tenes-Besòs	15	19	58	104	18	214	30	14	37	64	17	162
Terrassa	57	43	83	142	21	346	91	40	99	167	44	442
Vall del Ges, Orís i Bisaura	40	23	61	105	19	248	7	3	7	12	4	32
Vilafraanca	28	20	75	92	17	232	22	8	24	35	10	100
<b>Total general</b>	<b>1.099</b>	<b>721</b>	<b>2.094</b>	<b>3.298</b>	<b>789</b>	<b>8.001</b>	<b>1.840</b>	<b>737</b>	<b>1.818</b>	<b>2.701</b>	<b>904</b>	<b>8.000</b>

**Nota (\*):** En primer lloc, els resultats s'han ponderat segons la distribució de habitatges familiars de cada sistema territorial, i en segon lloc, segons la distribució a nivell comarcal de la tipologia de la llar. Segons la hipòtesi que dins d'una comarca, tots els seus sistemes territorials tenen la mateixa distribució per tipologia de llar. S'ha realitzat completament en tots els sistemes territorials, excepte AMB Nord, AMB Sud i Riera de Caldes, doncs aquests sistemes territorials tenen municipis que pertanyen a més d'una comarca.

**Font (†):** Habitatges familiars principals Cens INE 2011

**Nota (‡):** Sistema Territorial de Comerç (STEC) – veure annex per la relació de municipis de cadascun dels 27 Sistemes Territorials de Comerç



**PERFIL DEL RESPONSABLE  
DE LES COMPRES A LA LLAR**

# ESTUDI QUANTITATIU

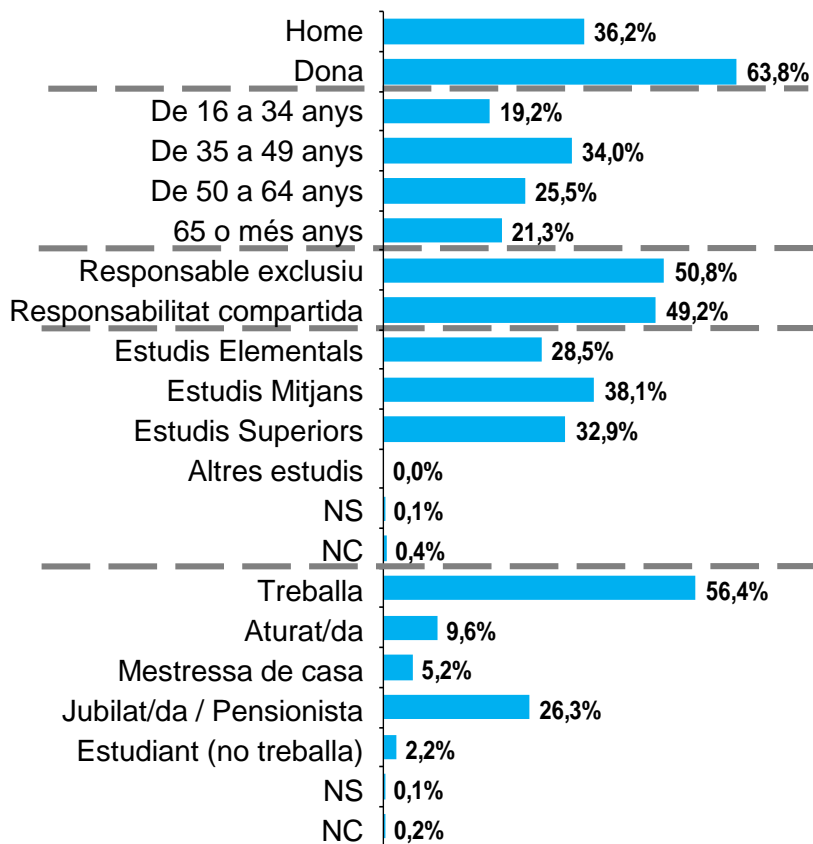
## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

PERFIL DEL RESPONSABLE DE LES COMPRES A LA LLAR

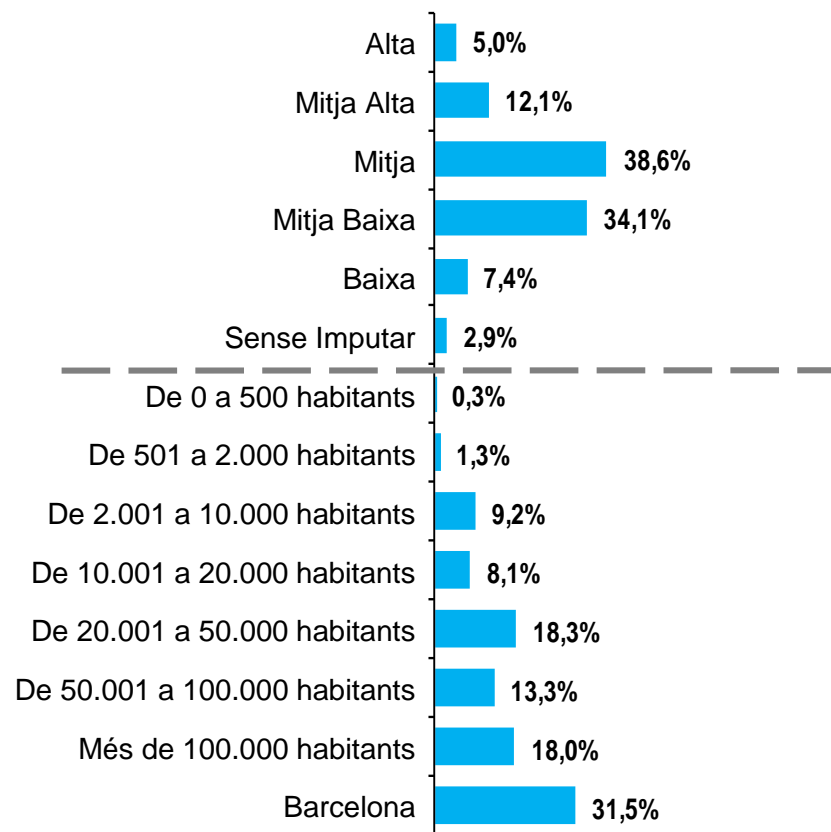
n: Total mostra= 8.000

### 1.1. Perfil del responsable de les compres a la llar

Entrevistat: Sexe, trams d'edat, nivell d'estudis i situació laboral



Llar: Classe social (principal sustentador) i grandària del municipi



Preguntes. Sexe / Edat / Tipus de responsabilitat en les compres / Nivell d'estudis entrevistat / Situació laboral entrevistat // Classe social del principal sustentador / Nombre d'habitants

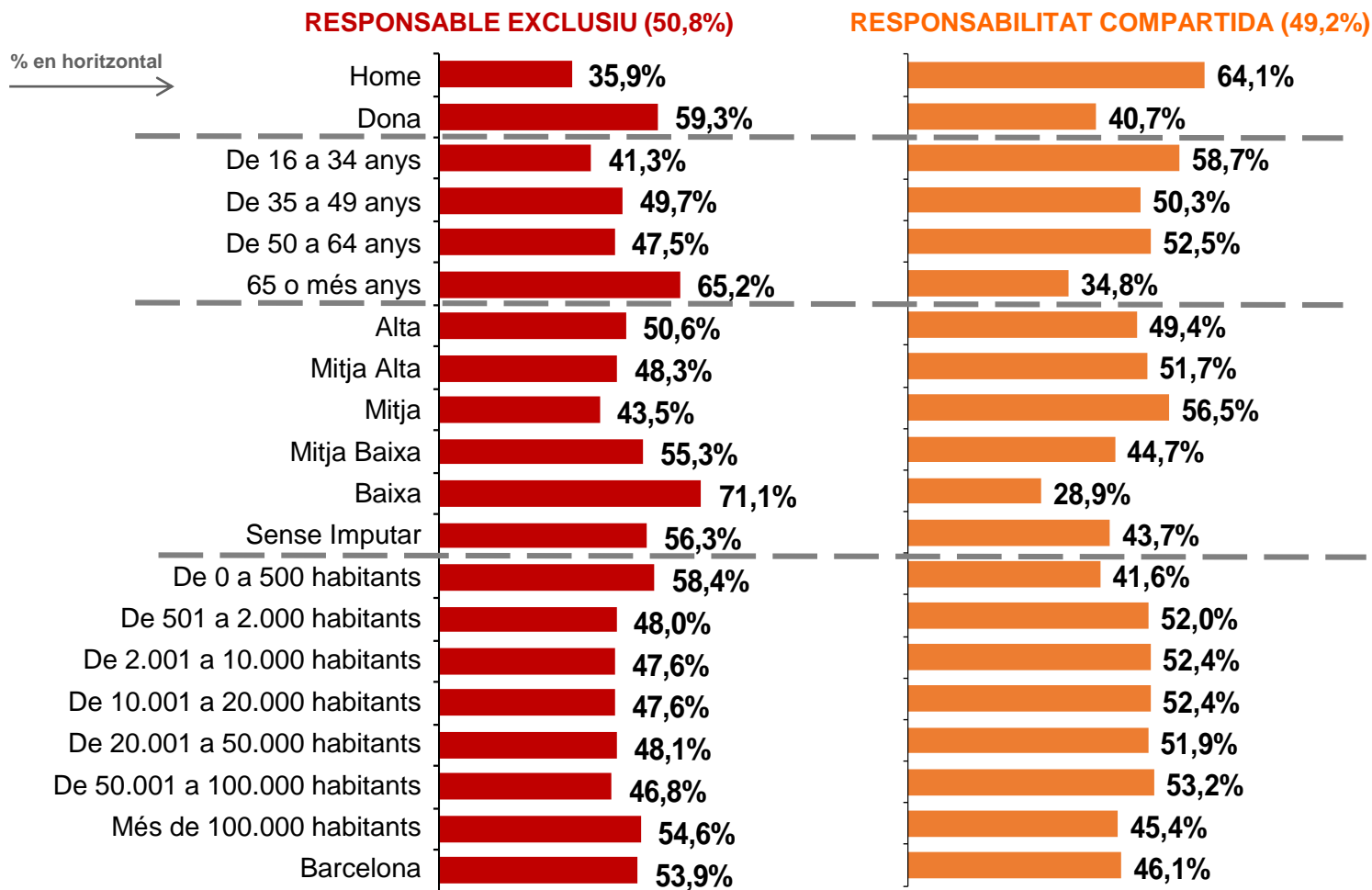
# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

PERFIL DEL RESPONSABLE DE LES COMPRES A LA LLAR

n: Total mostra= 8.000

### 1.2. Perfil del responsable de les compres a la llar exclusiu vs. compartit



Preguntes. Sexe / Edat / Classe social del principal sustentador / Nombre d'habitants

S4. És vostè qui s'encarrega normalment de fer les compres de la llar: (Entrevistador: per compres ens referim als aliments, parament de la llar, ...)

**VALORACIONS DE L'OFERTA DE COMERÇ**

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU MUNICIPI

n: Total mostra= 8.000

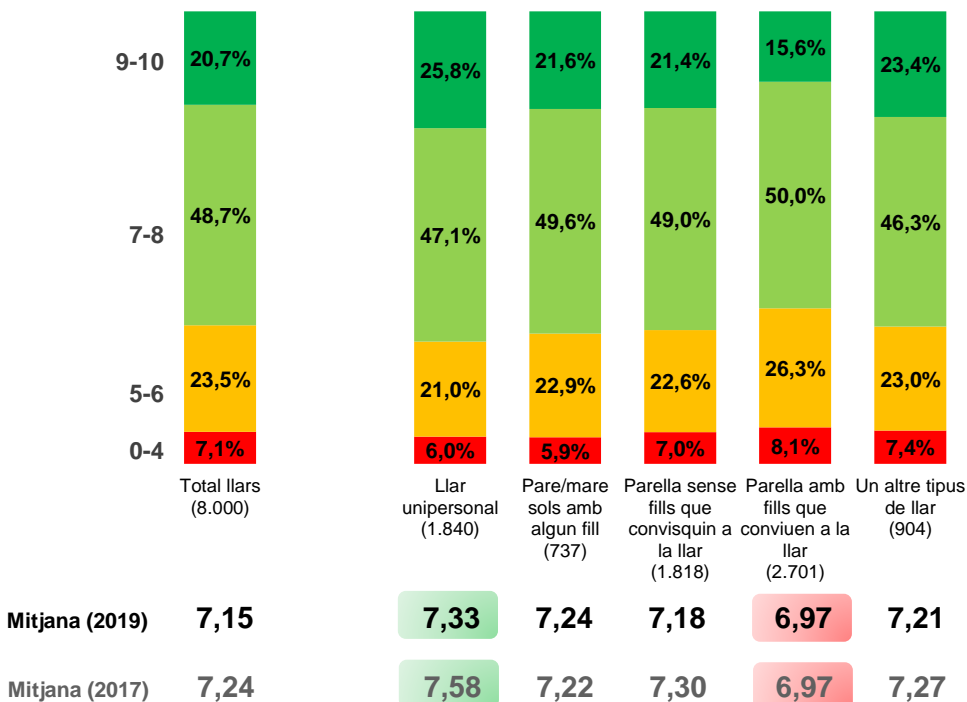
### 2.1. Valoració de l'oferta comercial del municipi segons tipologia de llar

L'oferta comercial a nivell municipal es valora de forma positiva per part de les llars entrevistades, obté una mitjana de 7,15 en una escala 0-10 a nivell global, lleugerament inferior a l'estudi 2017 (7,24).

Les llars de parelles amb fills que conviuen a la llar (6,97) tenen una pitjor valoració de l'oferta comercial al seu municipi respecte al global de forma significativa, especialment aquelles llars amb fills menors i majors de 18 anys (6,76) i aquelles amb tots els fills majors de 18 anys (6,87).

També pitjor les llars de pare/ mare sol amb fills menors i majors de 18 anys (6,58), per contra de les llars de pare/ mare sol amb fills menors de 18 anys (7,68).

Les llars unipersonals valoren de forma més satisfactòria que a nivell global, significativament aquelles llars de persones menors de 65 anys.



A nivell global com valora l'oferta comercial del seu municipi	Total	Llar unipersonal menor de 65 anys	Llar unipersonal de 65 anys o més	Pare /mare sol amb fills menors de 18 anys	Pare/ mare sol amb fills de 18 anys o més	Pare/ mare sol amb fills menors i majors de 18 anys	Parella sense fills que visquin a la llar	Parella amb fills menors de 18 anys	Parella amb fills de 18 anys o més	Parella amb fills menors i majors de 18 anys	Un altre tipus de llar
Oferta comercial del seu municipi	7,15	7,39	7,24	7,68	7,08	6,58	7,18	7,07	6,87	6,76	7,21

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P1. A nivell global com valora l'oferta comercial del seu municipi, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor (resultats en percentatges i mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU MUNICIPI

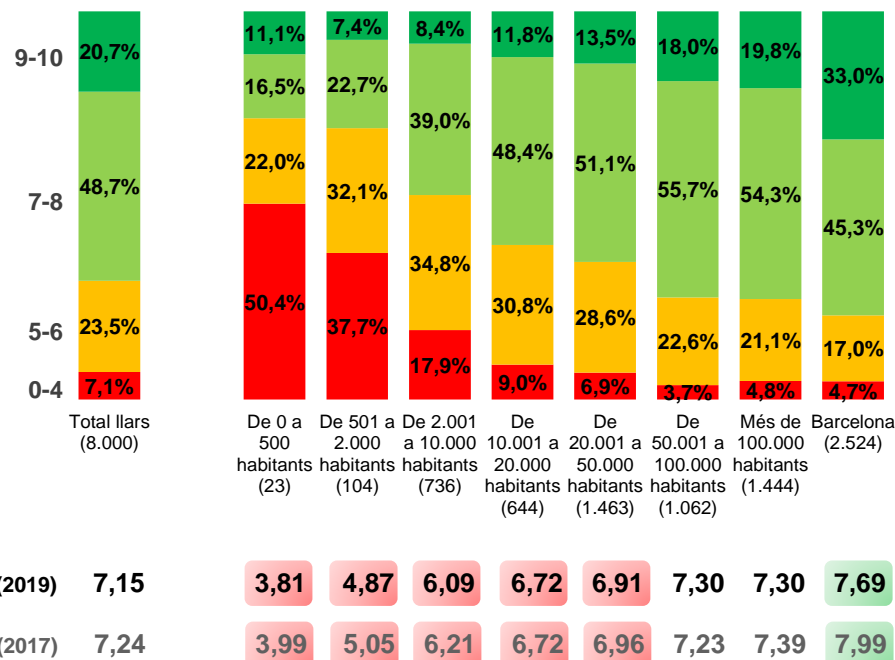
n: Total mostra= 8.000

## 2.2. Valoració de l'oferta comercial del municipi segons nombre d'habitants del municipi

El nombre d'habitants del municipi destaca com un element diferenciador en l'anàlisi de la valoració de l'oferta comercial a nivell municipal.

Les llars ubicades en municipis de més de 50.000 habitants valoren millor l'oferta comercial al municipi respecte al global, però es el municipi de Barcelona qui obté una valoració significativa respecte el total (7,69).

Per contra, destacar les baixes valoracions en relació a l'oferta comercial per part de les llars que resideixen en aquells municipis de menys de 2.000 habitants.



Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P1. A nivell global com valora l'oferta comercial del seu municipi, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor (resultats en percentatges i mitjanes)

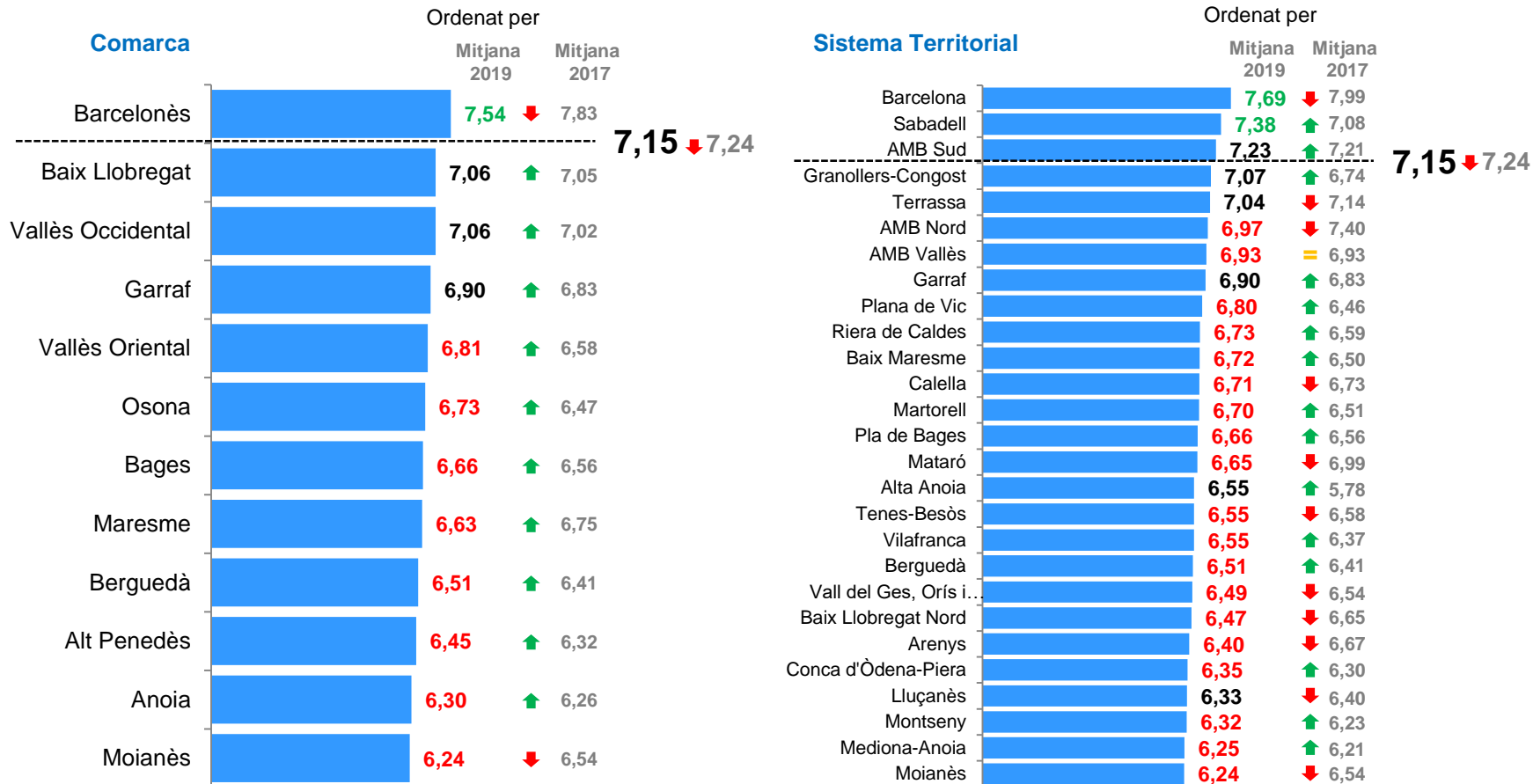
# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU MUNICIPI

n: Total mostra= 8.000

### 2.3. Valoració de l'oferta comercial del municipi segons comarca i sistema territorial



Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P1. A nivell global com valora l'oferta comercial del seu municipi, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor (resultats en mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

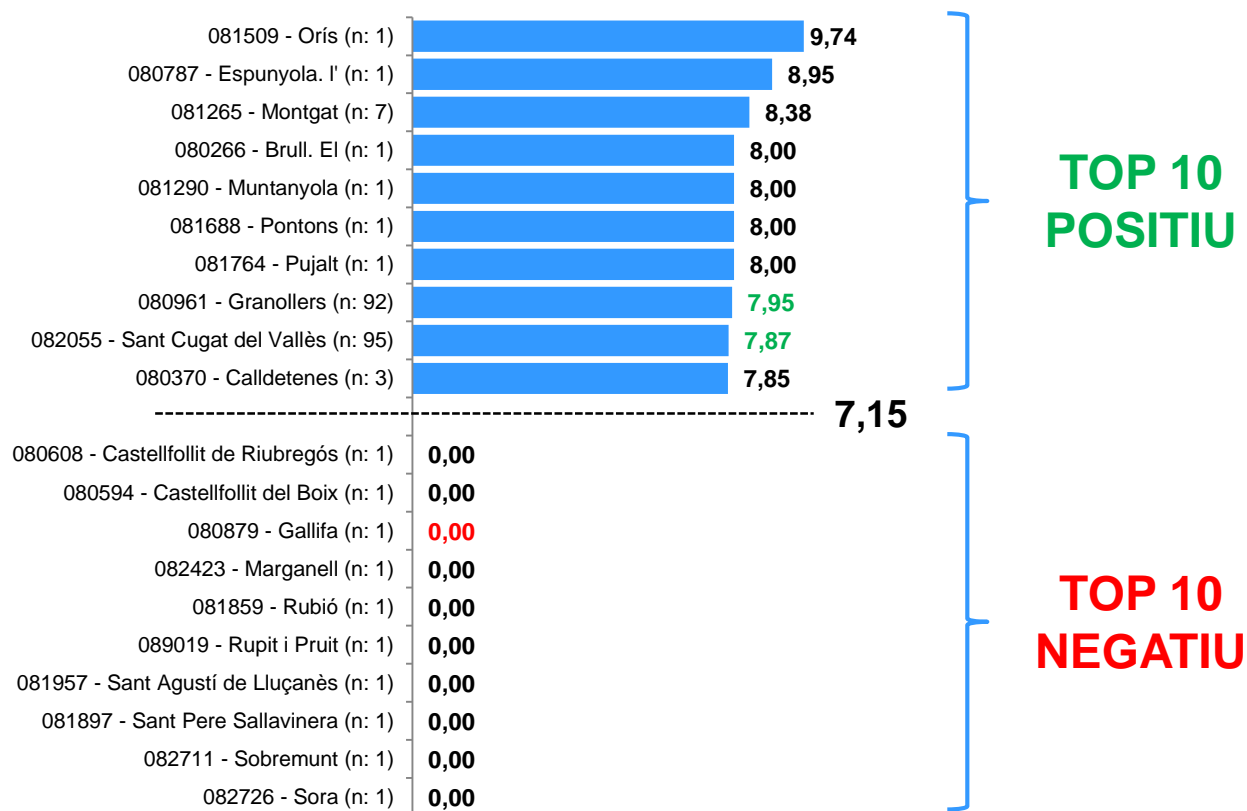
## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU MUNICIPI

n: Total mostra= 8.000

### 2.4. Valoració de l'oferta comercial del municipi: Ranking TOP 10

#### Municipis



**Nota (\*):** En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

**P1.** A nivell global com valora l'oferta comercial del seu municipi, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor (resultats en mitjanes)



# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU BARRI

n: Municipis > 20.000 habitants= 6.492

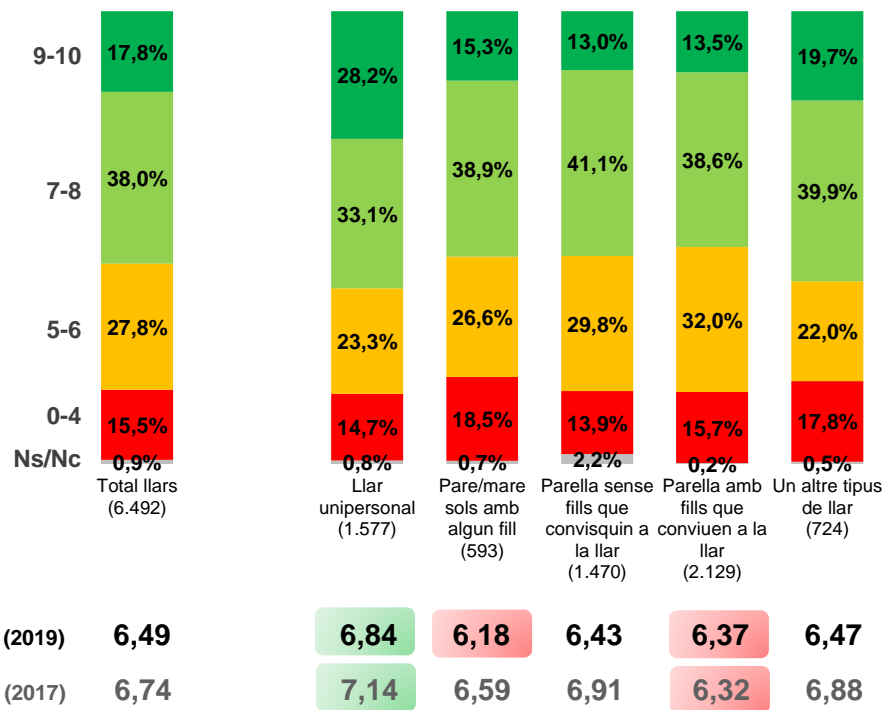
### 2.5. Valoració de l'oferta comercial del barri segons tipologia de llar (Municipis > 20.000 habitants)

L'oferta comercial a nivell barri es valora de forma més moderada (6,49) que l'oferta comercial a nivell de municipi (7,15).

L'oferta comercial a nivell barri obté una valoració mitjana de 6,49 sobre 10 a nivell global, lleugerament inferior a l'estudi 2017 (6,74).

Les llars de parelles amb fills que conviuen a la llar (6,37) i les llars monoparentals (6,18) valoren pitjor l'oferta comercial del seu barri respecte el resultat global, especialment aquelles llars monoparentals amb fills menors i majors de 18 anys (5,25).

Per contra, les llars unipersonals ho valoren de forma més satisfactòria, principalment aquelles llars de persones de 65 anys o més (6,80).



A nivell global com valora l'oferta comercial del seu barri/ districte	Total	Llar unipersonal menor de 65 anys	Llar unipersonal de 65 anys o més	Pare /mare sol amb fills menors de 18 anys	Pare/ mare sol amb fills de 18 anys o més	Pare/ mare sol amb fills menors i majors de 18 anys	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills menors de 18 anys	Parella amb fills de 18 anys o més	Parella amb fills menors i majors de 18 anys	Un altre tipus de llar
Oferta comercial del seu barri/ districte	6,49	6,80	6,91	6,63	5,98	5,25	6,43	6,52	6,17	6,16	6,47

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P2. Solament en el cas de municipis > 20.000 habitants. A nivell global com valora l'oferta comercial del seu barri, en una escala del 0 a 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor (resultats en percentatges i mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

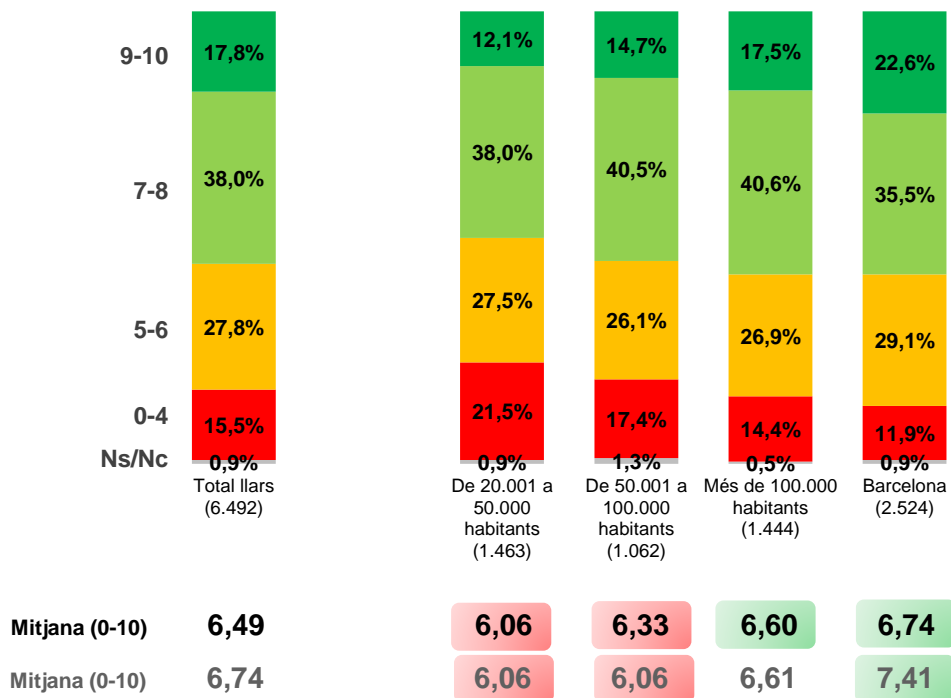
VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU BARRI

n: Municipis > 20.000 habitants= 6.492

### 2.6. Valoració de l'oferta comercial del barri segons nombre d'habitants (Municipis > 20.000 habitants)

Les llars ubicades en el municipi de Barcelona valoren millor i de forma significativa l'oferta comercial al seu barri (6,74), així com els municipis de més de 100.000 habitants (6,60).

Les valoracions de l'oferta comercial del barri són més baixes en la resta de municipis, especialment entre els municipis de 20.001 a 50.000 habitants (6,06).



Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P2. Solament en el cas de municipis > 20.000 habitants. A nivell global com valora l'oferta comercial del seu barri, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor (resultats en percentatges i mitjanes)

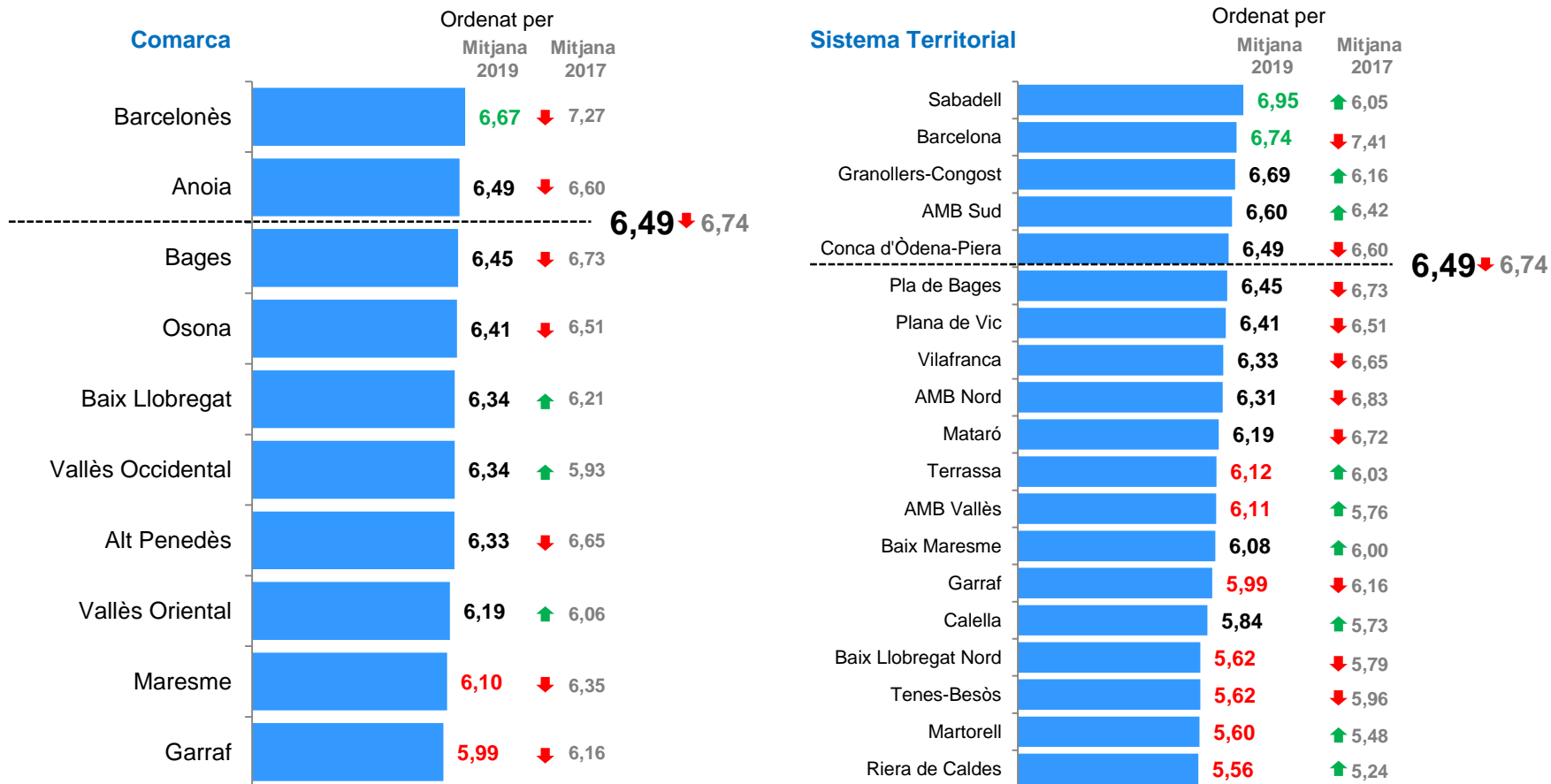
# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU BARRI

n: Municipis > 20.000 habitants= 6.492

### 2.7. Valoració de l'oferta comercial del barri segons comarca i sistema territorial (Municipis > 20.000 habitants)



Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P1\_2. Solament en el cas de municipis > 20.000 habitants. A nivell global com valora l'oferta comercial del seu barri, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor (resultats en mitjanes)

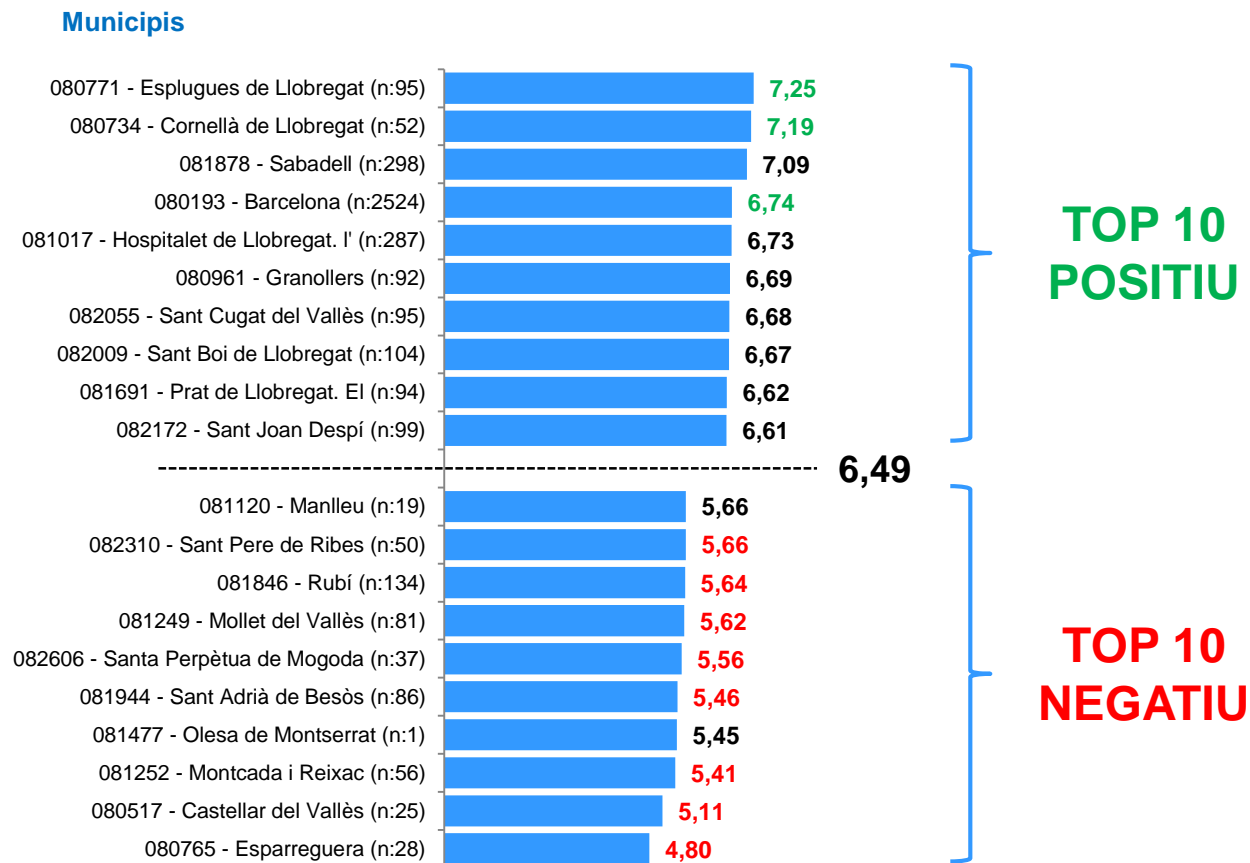
# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU BARRI

n: Municipis > 20.000 habitants= 6.492

### 2.8. Valoració de l'oferta comercial del barri: Ranking TOP 10 (Municipis > 20.000 habitants)



**Nota (\*):** En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

**P1\_2. Solament en el cas de municipis > 20.000 habitants.** A nivell global com valora l'oferta comercial del seu barri, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor (resultats en mitjanes)

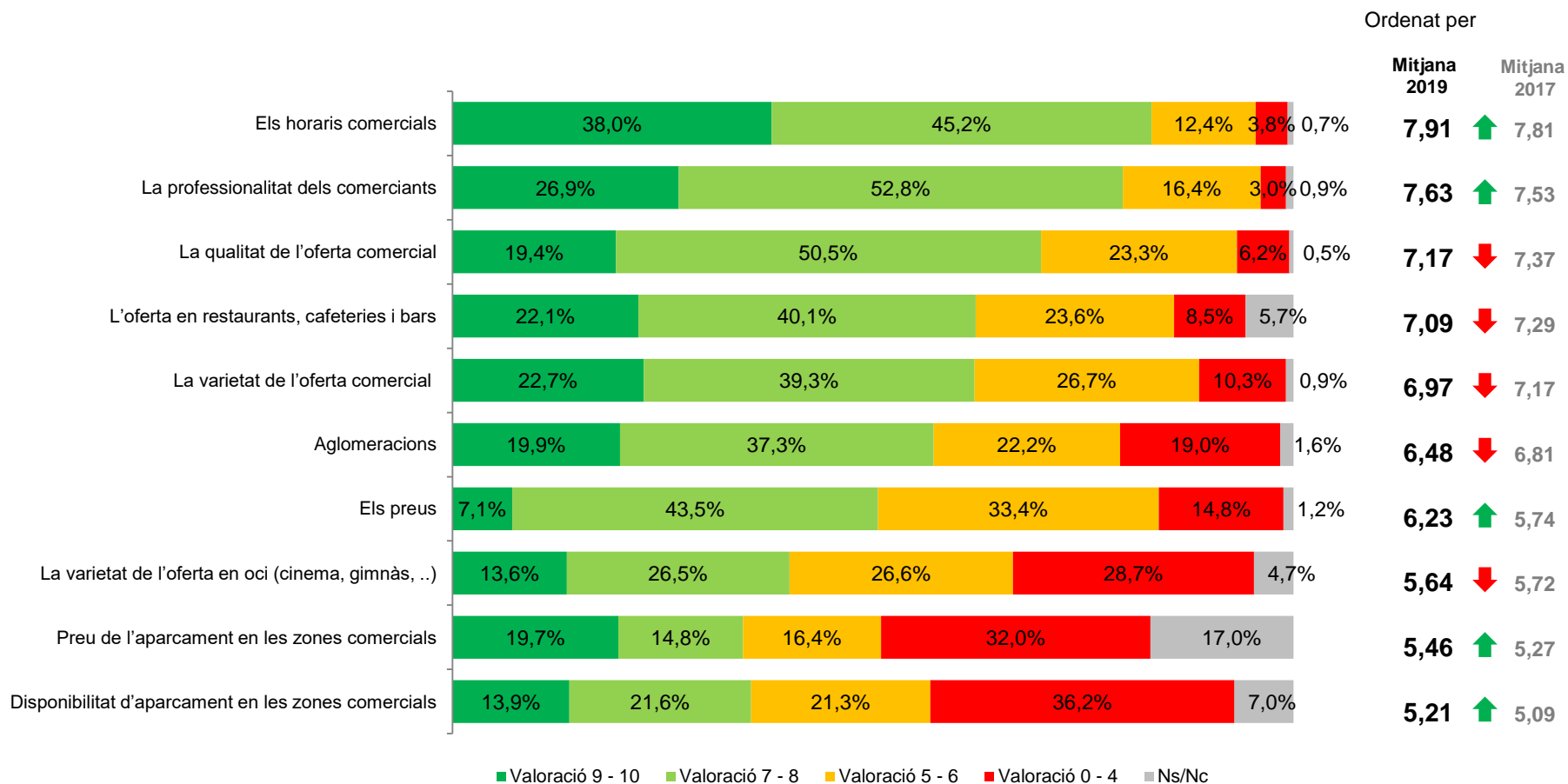
# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

VALORACIONS ESPECÍFIQUES DE L'OFERTA COMERCIAL

n: Total mostra= 8.000

### 2.9. Valoracions específiques de l'oferta comercial



P3. I a nivell més específic, com valora? (Entrevistador: en el cas que alguna pregunta no puguin valorar anotar ns/nc codi 99, mai es llegirà com a opció) (resultats en percentatges i mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### VALORACIONS ESPECÍFIQUES DE L'OFERTA COMERCIAL

n: Total mostra= 8.000

## 2.10. Valoracions específiques de l'oferta comercial per tipologia de la llar

A nivell més específic, com valora ...	TIPUS DE LLAR (5 categories)					
	Total	Llar unipersonal	Pare/mare sols amb algun fill	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills que conviuen a la llar	Un altre tipus de llar
Els horaris comercials	7,91	8,00	7,95	7,86	7,87	7,87
Els preus	6,23	6,07	5,99	6,41	6,27	6,27
La varietat de l'oferta comercial	6,97	7,20	6,91	7,10	6,69	7,10
La qualitat de l'oferta comercial	7,17	7,13	7,04	7,25	7,15	7,24
L'oferta en restaurants, cafeteries i bars	7,09	7,23	7,10	7,21	6,96	6,93
La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ..)	5,64	6,00	5,73	5,75	5,29	5,72
Aglomeracions (en les zones comercials, cues a les bot	6,48	6,52	6,13	6,53	6,50	6,51
Disponibilitat d'aparcament en zones comercials	5,21	5,07	5,18	5,31	5,26	5,16
Preu de l'aparcament en zones comercials	5,46	5,28	4,91	5,65	5,52	5,63
La professionalitat dels comerciants	7,63	7,62	7,81	7,60	7,59	7,66

A nivell més específic, com valora ...	TIPUS DE LLAR (10 categories)										
	Total	Llar unipersonal menor de 65 anys	Llar unipersonal de 65 anys o més	Pare /mare sol amb fills menors de 18 anys	Pare/ mare sol amb fills de 18 anys o més	Pare/ mare sol amb fills menors i majors de 18 anys	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills menors de 18 anys	Parella amb fills de 18 anys o més	Parella amb fills menors i majors de 18 anys	Un altre tipus de llar
Els horaris comercials	7,91	7,91	8,15	7,97	7,97	7,64	7,86	7,83	7,91	7,92	7,87
Els preus	6,23	5,89	6,35	6,30	5,84	5,93	6,41	6,30	6,21	6,33	6,27
La varietat de l'oferta comercial	6,97	7,08	7,40	7,20	6,82	6,33	7,10	6,81	6,58	6,42	7,10
La qualitat de l'oferta comercial	7,17	6,90	7,50	7,37	6,87	6,98	7,25	7,25	7,03	7,02	7,24
L'oferta en restaurants, cafeteries i bars	7,09	7,24	7,21	7,66	6,86	6,60	7,21	7,05	6,84	6,93	6,93
La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ..)	5,64	6,14	5,74	6,68	5,32	5,03	5,75	5,58	4,94	4,96	5,72
Aglomeracions (en les zones comercials,...)	6,48	6,13	7,15	5,89	6,19	6,78	6,53	6,28	6,73	6,88	6,51
Disponibilitat d'aparcament en zones comercials	5,21	4,76	5,53	5,28	5,17	4,69	5,31	5,13	5,34	5,70	5,16
Preu de l'aparcament en zones comercials	5,46	4,87	6,06	4,28	5,25	5,09	5,65	5,24	5,83	5,86	5,63
La professionalitat dels comerciants	7,63	7,52	7,78	7,98	7,74	7,60	7,60	7,58	7,62	7,62	7,66

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P3. I a nivell més específic, com valora? (Entrevistador: en el cas que alguna pregunta no puguin valorar anotar ns/nc codi 99, mai es llegirà com a opció) (resultats en mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

VALORACIONS ESPECÍFIQUES DE L'OFERTA COMERCIAL

n: Total mostra= 8.000

### 2.11. Valoracions específiques de l'oferta comercial per comarca i nombre d'habitants del municipi

A nivell més específic, com valora ...	COMARQUES												
	Total	Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental
Els horaris comercials	7,91	7,61	7,88	7,75	7,96	7,89	7,50	7,99	7,79	8,10	7,90	7,97	8,04
Els preus	6,23	6,11	6,33	6,20	6,46	6,13	6,15	6,03	5,98	5,81	6,41	6,31	6,44
La varietat de l'oferta comercial	6,97	6,03	6,26	6,51	6,82	7,33	6,26	6,65	6,56	6,14	6,69	6,97	6,56
La qualitat de l'oferta comercial	7,17	7,01	6,83	7,08	7,17	7,15	7,22	6,91	7,11	7,23	7,43	7,28	7,25
L'oferta en restaurants, cafeteries i bars	7,09	6,94	6,53	6,92	6,82	7,22	6,71	7,52	7,15	7,40	6,86	7,09	7,00
La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ..)	5,64	4,56	3,83	4,89	5,38	6,47	3,61	4,45	4,77	2,91	4,98	5,51	4,50
Aglomeracions (en les zones comercials,...)	6,48	7,39	7,36	7,36	6,92	5,82	7,61	6,78	6,87	7,34	7,29	6,72	7,11
Disponibilitat d'aparcament en zones comercials	5,21	6,03	6,03	6,03	5,02	4,86	6,67	5,27	5,15	6,70	6,40	5,22	6,12
Preu de l'aparcament en zones comercials	5,46	6,03	7,01	6,83	5,56	4,64	7,25	5,66	5,80	8,43	6,76	5,63	7,07
La professionalitat dels comerciants	7,63	7,43	7,73	7,91	7,73	7,47	7,92	7,49	7,64	8,08	8,01	7,73	7,88

A nivell més específic, com valora ...	NOMBRE HABITANTS									
	Total	De 0 a 500 habitants	De 501 a 2.000 habitants	De 2.001 a 10.000 habitants	De 10.001 a 20.000 habitants	De 20.001 a 50.000 habitants	De 50.001 a 100.000 habitants	Més de 100.000 habitants	Barcelona	
Els horaris comercials	7,91	6,30	7,24	7,98	8,03	7,88	7,90	7,95	7,88	
Els preus	6,23	5,23	5,60	6,19	6,34	6,30	6,36	6,28	6,11	
La varietat de l'oferta comercial	6,97	4,49	4,83	5,89	6,54	6,67	7,10	7,29	7,43	
La qualitat de l'oferta comercial	7,17	6,43	6,34	7,08	7,17	7,12	7,21	7,23	7,20	
L'oferta en restaurants, cafeteries i bars	7,09	6,71	6,01	6,64	6,93	6,81	7,24	7,16	7,35	
La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ..)	5,64	2,83	2,43	3,67	4,30	5,15	5,50	6,10	6,75	
Aglomeracions (en les zones comercials,...)	6,48	7,42	7,50	7,50	7,23	7,05	6,65	6,26	5,68	
Disponibilitat d'aparcament en zones comercials	5,21	7,29	7,74	6,55	6,02	5,15	4,74	5,01	4,80	
Preu de l'aparcament en zones comercials	5,46	7,54	8,09	8,21	7,30	5,53	4,93	4,96	4,48	
La professionalitat dels comerciants	7,63	7,01	7,64	8,09	7,87	7,64	7,67	7,51	7,48	

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P3. I a nivell més específic, com valora? (Entrevistador: en el cas que alguna pregunta no puguin valorar anotar ns/nc codi 99, mai es llegirà com a opció) (resultats en mitjanes)

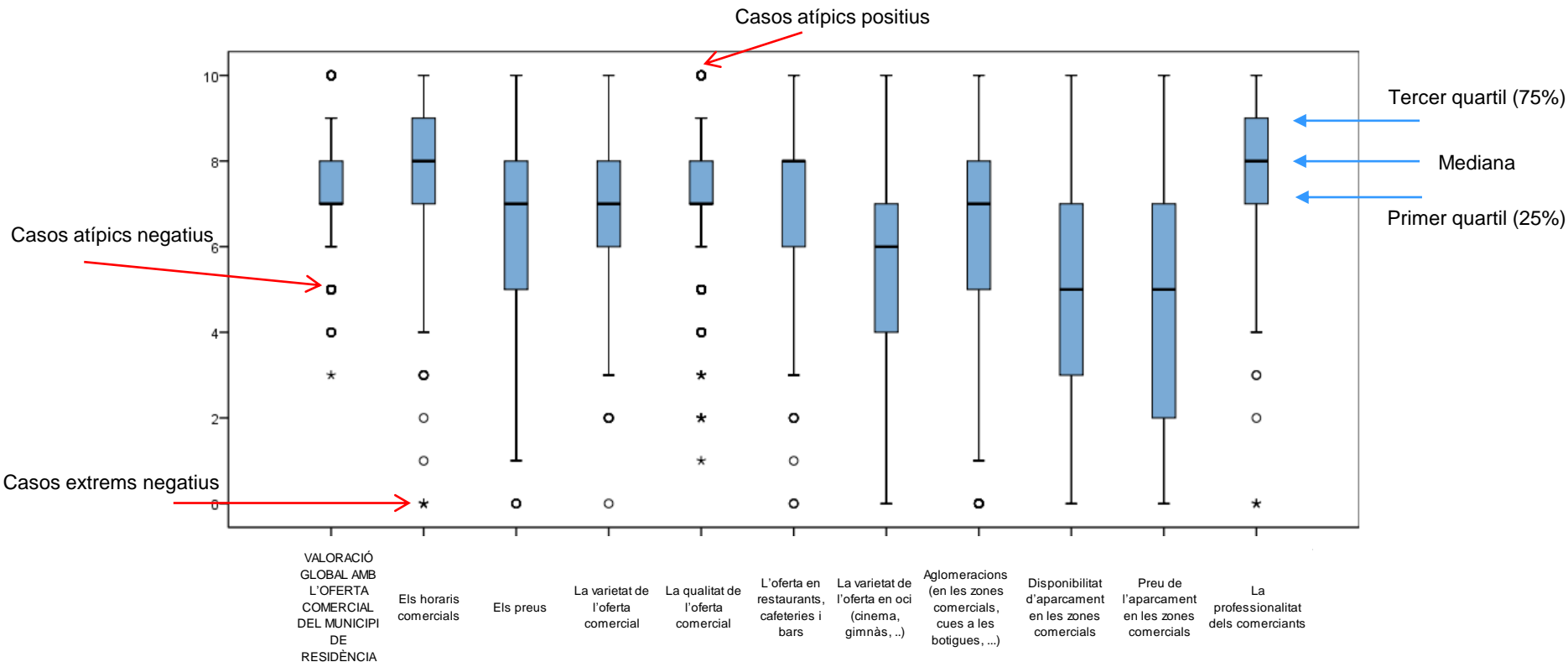
# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

VALORACIONS ESPECÍFIQUES DE L'OFERTA COMERCIAL

n: Total mostra= 8.000

### 2.12. Dispersió de la valoració global de l'oferta comercial i les valoracions específiques



**Destacar que el preu o la disponibilitat d'aparcament presenten una major variabilitat en la seva valoració respecte a altres aspectes com la qualitat de l'oferta, la professionalitat dels comerciants o la varietat de l'oferta.**

**La caixa blava aglutina el 50% dels casos centrals, augmentant fins el 95% tenint en compte les seves línies.**

P1. A nivell global com valora l'oferta comercial del seu municipi, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor (resultats en mitjanes)

P3. I a nivell més específic, com valora? (Entrevistador: en el cas que alguna pregunta no puguin valorar anotar ns/nc codi 99, mai es llegirà com a opció) (resultats en mitjanes)



**HÀBITS DE COMPRA I CONSUM**

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITs DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

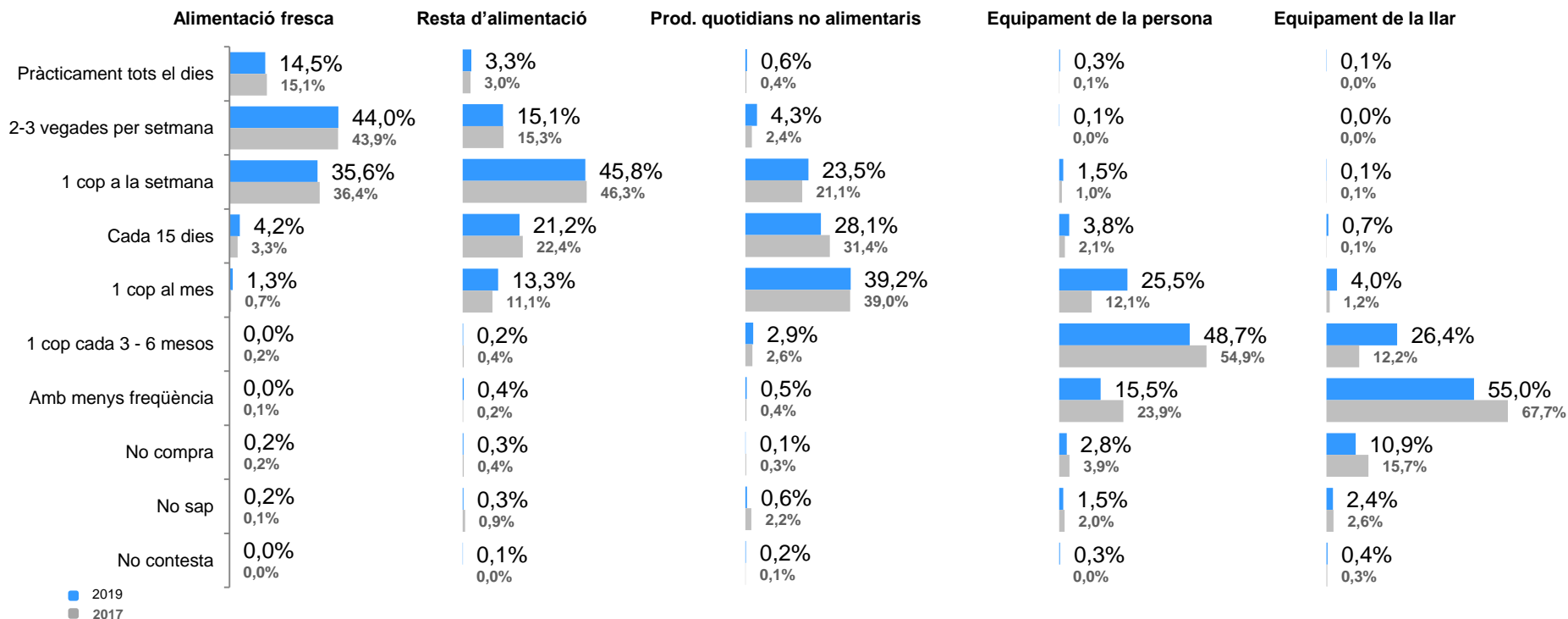
### HÀBITs DE COMPRA: FREQUÈNCIA DE COMPRA

n: Total mostra= 8.000

### 3.1. Les freqüències de les compres segons les categories de producte

Per a les compres d'alimentació, la freqüència es de 2 o 3 vegades per setmana a l'alimentació fresca, mentre la resta d'alimentació es compra un cop per setmana. En les compres de productes de consum quotidià no alimentari hi ha més variabilitat en la freqüència de compra, encara que es situen en mensuals.

Les freqüències de les compres d'equipament de la persona es concentren majoritàriament entre 3 i 6 mesos, tenen un comportament marcadament estacional. Finalment, les compres d'equipament de la llar al tenir en general una major durada, es compren en menor freqüència.



P4.1. Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ... (resultats en percentatges – sumen 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: FREQUÈNCIA DE COMPRA

n: Total mostra= 8.000

### 3.2. Freqüències de les compres de producte quotidians segons tipus de llar

		TIPUS DE LLAR (5 categories)					
Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ...		Total	Llar unipersonal	Pare/mare sols amb algun fill	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills que conviuen a la llar	Un altre tipus de llar
ALIMENTACIÓ FRESCA	Pràcticament tots el dies	14,5%	<8,4%	>17,6%	13,1%	>18,2%	16,2%
	2-3 vegades per setmana	44,0%	42,8%	<34,3%	>46,8%	>47,4%	<38,5%
	1 cop a la setmana	35,6%	>40,4%	>42,2%	35,9%	<30,2%	36,0%
	Cada 15 dies	4,2%	>7,0%	4,3%	<1,8%	<2,8%	>7,7%
	1 cop al mes	1,3%	0,9%	1,2%	>1,9%	1,1%	1,0%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	>0,2%
	Amb menys freqüència	0,0%	0,0%	0,0%	>0,1%	0,0%	0,0%
	No compra	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
	No llegir NS	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	<0,0%	0,3%
	No llegir NC	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RESTA ALIMENTACIÓ	Pràcticament tots el dies	3,3%	>4,5%	3,8%	3,2%	<2,6%	2,6%
	2-3 vegades per setmana	15,1%	13,9%	<12,2%	<13,1%	>18,5%	13,7%
	1 cop a la setmana	45,8%	<40,6%	>54,6%	44,7%	>47,9%	45,2%
	Cada 15 dies	21,2%	21,9%	19,0%	>23,9%	<19,2%	22,2%
	1 cop al mes	13,3%	>15,5%	<10,1%	14,1%	<11,4%	15,2%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	0,2%	>0,5%	0,1%	0,1%	<0,1%	0,5%
	Amb menys freqüència	0,4%	>1,7%	0,0%	<0,0%	<0,0%	0,1%
	No compra	0,3%	>0,6%	0,0%	0,3%	0,2%	0,3%
	NS	0,3%	>0,6%	0,2%	0,5%	<0,1%	0,3%
	NC	0,1%	>0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	Pràcticament tots el dies	0,6%	<0,1%	<0,0%	>1,0%	0,5%	>1,4%
	2-3 vegades per setmana	4,3%	<3,1%	>6,2%	<2,8%	>5,8%	3,6%
	1 cop a la setmana	23,5%	<17,2%	<19,0%	24,0%	>27,4%	>27,3%
	Cada 15 dies	28,1%	28,9%	>31,5%	<26,0%	>30,4%	<21,1%
	1 cop al mes	39,2%	>43,0%	40,9%	>42,1%	<32,9%	>42,6%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	2,9%	>4,4%	<1,2%	2,8%	2,4%	3,0%
	Amb menys freqüència	0,5%	>1,8%	0,3%	<0,1%	<0,1%	0,4%
	No compra	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%
	NS	0,6%	>1,0%	0,6%	0,9%	<0,3%	0,3%
NC	0,2%	>0,4%	0,1%	0,2%	0,1%	0,3%	

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P4.1. Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ... (resultats en percentatges – sumen 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: FREQUÈNCIA DE COMPRA

n: Total mostra= 8.000

### 3.3. Freqüències de les compres de producte no quotidians segons tipus de llar

		TIPUS DE LLAR (5 categories)					
Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ...		Total	Llar unipersonal	Pare/mare sols amb algun fill	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills que conviuen a la llar	Un altre tipus de llar
EQUIPAMENT DE LA PERSONA	Pràcticament tots el dies	0,3%	<0,0%	0,0%	>0,6%	<0,0%	>1,0%
	2-3 vegades per setmana	0,1%	0,0%	0,2%	0,1%	0,2%	0,0%
	1 cop a la setmana	1,5%	<0,4%	>2,7%	1,4%	1,8%	>2,3%
	Cada 15 dies	3,8%	<2,4%	2,6%	<2,4%	>5,7%	4,5%
	1 cop al mes	25,5%	<17,5%	24,7%	24,9%	>31,9%	24,8%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	48,7%	47,2%	>52,7%	>51,7%	47,2%	46,6%
	Amb menys freqüència	15,5%	>24,6%	13,8%	14,6%	<10,3%	15,8%
	No compra	2,8%	>5,1%	2,1%	<2,0%	<1,8%	3,0%
	NS	1,5%	>2,3%	1,1%	1,9%	<0,9%	1,5%
	NC	0,3%	>0,6%	0,2%	0,3%	<0,1%	0,4%
EQUIPAMENT DE LA LLAR	Pràcticament tots el dies	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	<0,0%	>1,2%
	2-3 vegades per setmana	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
	1 cop a la setmana	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,0%	0,3%
	Cada 15 dies	0,7%	<0,0%	>2,0%	>1,4%	0,4%	0,2%
	1 cop al mes	4,0%	<0,9%	>5,6%	4,1%	>5,5%	4,2%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	26,4%	<23,2%	<18,7%	>28,6%	>28,1%	>29,6%
	Amb menys freqüència	55,0%	54,7%	>64,4%	<51,9%	56,1%	<50,5%
	No compra	10,9%	>17,6%	<7,2%	10,3%	<7,7%	11,0%
	NS	2,4%	2,6%	1,6%	>3,2%	<1,9%	2,5%
	NC	0,4%	>0,6%	0,3%	0,3%	0,2%	0,4%

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P4.1. Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ... (resultats en percentatges – sumen 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: FREQUÈNCIA DE COMPRA

n: Total mostra= 8.000

### 3.4. Freqüències de les compres de producte quotidians segons tipus de llar

	Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ...	Total	TIPUS DE LLAR (10 categories)									
			Llar unipersonal menor de 65 anys	Llar unipersonal de 65 anys o més	Pare /mare sol amb fills menors de 18 anys	Pare/ mare sol amb fills de 18 anys o més	Pare/ mare sol amb fills menors i majors de 18 anys	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills menors de 18 anys	Parella amb fills de 18 anys o més	Parella amb fills menors i majors de 18 anys	Un altre tipus de llar
ALIMENTACIÓ FRESCA	Pràcticament tots el dies	14,5%	<6,2%	<11,9%	>23,8%	15,3%	8,6%	13,1%	>20,2%	15,5%	18,2%	16,2%
	2-3 vegades per setmana	44,0%	<40,8%	46,0%	<36,6%	<32,1%	44,6%	>46,8%	45,5%	>49,2%	>51,4%	<38,5%
	1 cop a la setmana	35,6%	>42,2%	37,6%	32,1%	>47,6%	40,5%	35,9%	<28,9%	<32,6%	<28,3%	36,0%
	Cada 15 dies	4,2%	>9,4%	3,4%	>6,9%	3,1%	3,4%	<1,8%	3,5%	<2,2%	<1,2%	>7,7%
	1 cop al mes	1,3%	1,1%	0,6%	0,0%	1,6%	2,9%	>1,9%	>1,8%	<0,2%	0,9%	1,0%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	>0,2%
	Amb menys freqüència	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	>0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	No compra	0,2%	0,2%	0,4%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,2%	0,0%	0,1%
	No llegir NS	0,2%	0,2%	0,1%	0,3%	0,3%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%	0,0%	0,3%
	No llegir NC	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
RESTA ALIMENTACIÓ	Pràcticament tots el dies	3,3%	>5,6%	2,8%	<0,3%	>5,5%	3,8%	3,2%	3,1%	<2,1%	1,8%	2,6%
	2-3 vegades per setmana	15,1%	16,2%	<10,4%	<3,9%	16,4%	12,4%	<13,1%	>18,5%	>18,0%	>20,5%	13,7%
	1 cop a la setmana	45,8%	43,2%	<36,6%	>69,3%	48,4%	39,8%	44,7%	45,8%	>51,1%	47,6%	45,2%
	Cada 15 dies	21,2%	19,3%	>25,9%	20,7%	<16,5%	>36,0%	>23,9%	20,1%	<16,4%	25,0%	22,2%
	1 cop al mes	13,3%	12,8%	>19,8%	<5,8%	12,5%	8,0%	14,1%	12,4%	11,6%	<5,1%	15,2%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	0,2%	0,3%	>0,9%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,5%
	Amb menys freqüència	0,4%	>2,3%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	<0,0%	<0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
	No compra	0,3%	0,3%	>1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	<0,0%	0,4%	0,0%	0,3%
	NS	0,3%	<0,0%	>1,4%	0,0%	0,3%	0,0%	0,5%	<0,0%	0,1%	0,0%	0,3%
	NC	0,1%	0,0%	>0,5%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	Pràcticament tots el dies	0,6%	<0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	>1,0%	0,6%	0,3%	1,1%	>1,4%
	2-3 vegades per setmana	4,3%	3,3%	2,9%	6,2%	5,5%	>13,3%	<2,8%	>6,9%	4,2%	6,1%	3,6%
	1 cop a la setmana	23,5%	<16,4%	<18,5%	19,2%	<19,3%	15,4%	24,0%	23,0%	>31,9%	>34,9%	>27,3%
	Cada 15 dies	28,1%	>30,6%	26,1%	>40,0%	28,1%	20,7%	<26,0%	29,8%	29,8%	>36,0%	<21,1%
	1 cop al mes	39,2%	>42,1%	>44,4%	33,3%	>44,1%	48,0%	>42,1%	<36,1%	<31,3%	<21,2%	>42,6%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	2,9%	>4,8%	3,7%	1,0%	<1,2%	2,6%	2,8%	3,4%	<1,5%	<0,3%	3,0%
	Amb menys freqüència	0,5%	>2,5%	0,6%	0,0%	0,4%	0,0%	<0,1%	<0,0%	0,2%	0,0%	0,4%
	No compra	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,3%	0,0%	0,2%	0,0%	>0,4%	0,1%	0,1%
	NS	0,6%	<0,0%	>2,5%	0,3%	0,8%	0,0%	0,9%	<0,2%	0,4%	0,2%	0,3%
	NC	0,2%	0,1%	>0,8%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%	0,1%	0,3%

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P4.1. Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ... (resultats en percentatges – sumen 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

HÀBITS DE COMPRA: FREQUÈNCIA DE COMPRA

n: Total mostra= 8.000

### 3.5. Freqüències de les compres de producte no quotidians segons tipus de llar

Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ...		TIPUS DE LLAR (10 categories)										
		Total	Llar unipersonal menor de 65 anys	Llar unipersonal de 65 anys o més	Pare /mare sol amb fills menors de 18 anys	Pare/ mare sol amb fills de 18 anys o més	Pare/ mare sol amb fills menors i majors de 18 anys	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills menors de 18 anys	Parella amb fills de 18 anys o més	Parella amb fills menors i majors de 18 anys	Un altre tipus de llar
EQUIPAMENT DE LA PERSONA	Pràcticament tots el dies	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	>0,6%	<0,0%	0,0%	0,0%	>1,0%
	2-3 vegades per setmana	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,1%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%
	1 cop a la setmana	1,5%	<0,4%	<0,3%	0,0%	>4,0%	3,2%	1,4%	>2,5%	<0,8%	1,8%	>2,3%
	Cada 15 dies	3,8%	3,1%	<1,3%	2,0%	2,3%	7,9%	<2,4%	>6,8%	4,3%	5,4%	4,5%
	1 cop al mes	25,5%	<23,1%	<8,9%	>36,2%	<18,3%	29,2%	24,9%	>32,9%	>29,2%	>37,7%	24,8%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	48,7%	<44,2%	51,8%	>58,7%	50,1%	47,1%	>51,7%	46,6%	50,0%	<39,7%	46,6%
	Amb menys freqüència	15,5%	>25,6%	>23,2%	<2,1%	>20,4%	8,4%	14,6%	<8,7%	<12,0%	12,9%	15,8%
	No compra	2,8%	2,9%	>8,4%	0,7%	2,9%	1,4%	<2,0%	<2,0%	<1,7%	1,3%	3,0%
	NS	1,5%	<0,7%	>4,8%	0,1%	1,5%	2,9%	1,9%	<0,5%	1,5%	0,8%	1,5%
	NC	0,3%	0,1%	>1,3%	0,2%	0,2%	0,0%	0,3%	<0,0%	0,2%	0,4%	0,4%
EQUIPAMENT DE LA LLAR	Pràcticament tots el dies	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	>1,2%
	2-3 vegades per setmana	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
	1 cop a la setmana	0,1%	0,3%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
	Cada 15 dies	0,7%	<0,0%	<0,0%	0,0%	>3,3%	0,0%	>1,4%	0,8%	<0,0%	0,0%	0,2%
	1 cop al mes	4,0%	<1,0%	<0,7%	>13,1%	<2,0%	2,4%	4,1%	>6,3%	4,7%	3,8%	4,2%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	26,4%	>29,9%	<12,7%	21,8%	<15,7%	34,2%	>28,6%	26,7%	28,3%	>35,3%	>29,6%
	Amb menys freqüència	55,0%	>58,6%	<48,8%	61,2%	>66,7%	58,3%	<51,9%	>57,5%	55,4%	51,4%	<50,5%
	No compra	10,9%	<9,2%	>30,8%	<3,0%	9,5%	5,2%	10,3%	<7,8%	<8,2%	<5,6%	11,0%
	NS	2,4%	<1,0%	>5,2%	0,5%	2,4%	0,0%	>3,2%	<0,9%	2,7%	3,9%	2,5%
	NC	0,4%	0,1%	>1,5%	0,4%	0,3%	0,0%	0,3%	<0,0%	0,5%	0,0%	0,4%

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P4.1. Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ... (resultats en percentatges – sumen 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

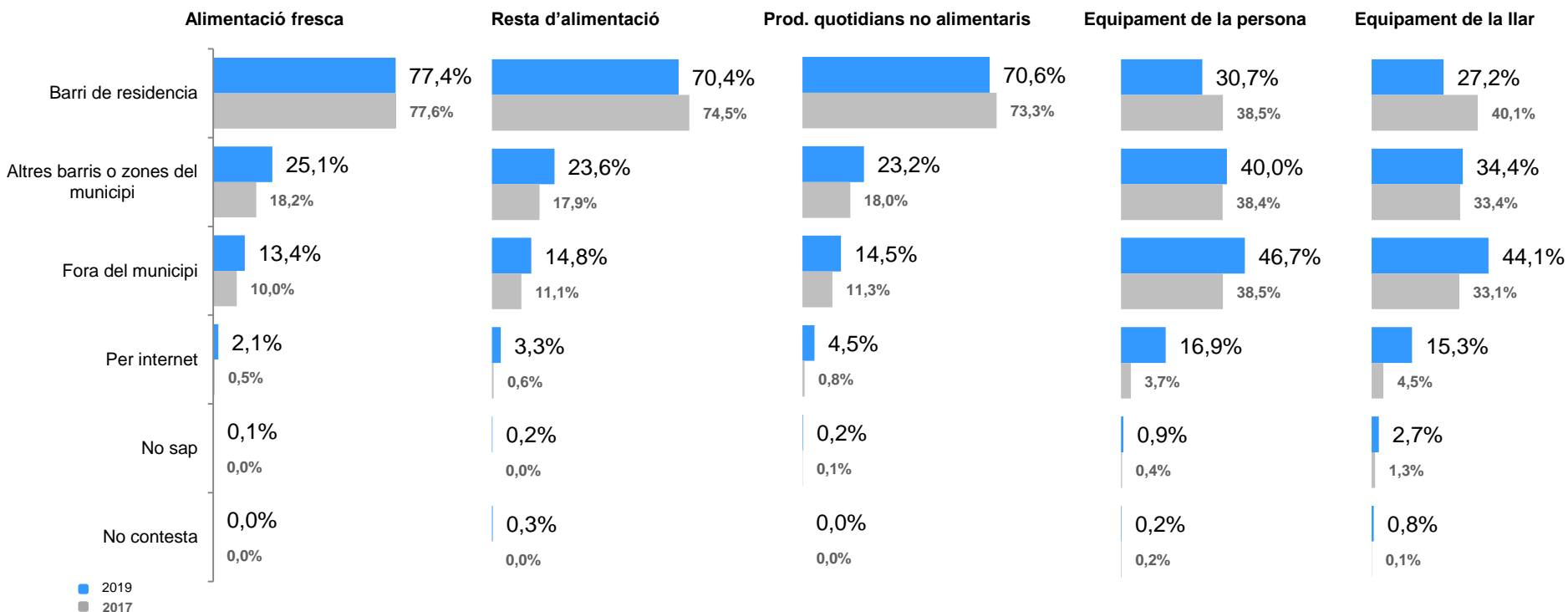
### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE LES COMPRES

n: Compren alimentació fresca= 7.987  
 n: Compren resta d'alimentació= 7.976  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 7.988  
 n: Compren equipament de la persona= 7.779  
 n: Compren equipament de la llar= 7.128

### 3.6. La localització de les compres segons les categories de producte

Per a les compres d'alimentació, la proximitat continua essent un factor fonamental en la localització d'aquestes compres, per això és realitzen majoritàriament als barris de residència, al igual que les compres de productes de consum quotidià no alimentari.

Major variabilitat en la localització de les compres de l'equipament de la persona i la llar, hi ha una major fuga de compradors fora del municipi, i també augmenten les compres per internet.



P4.2. Ens podria dir normalment a on compra ... (resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### COMPRA AL BARRI DE RESIDÈNCIA: TIPOLOGIA D'ESTABLIMENT

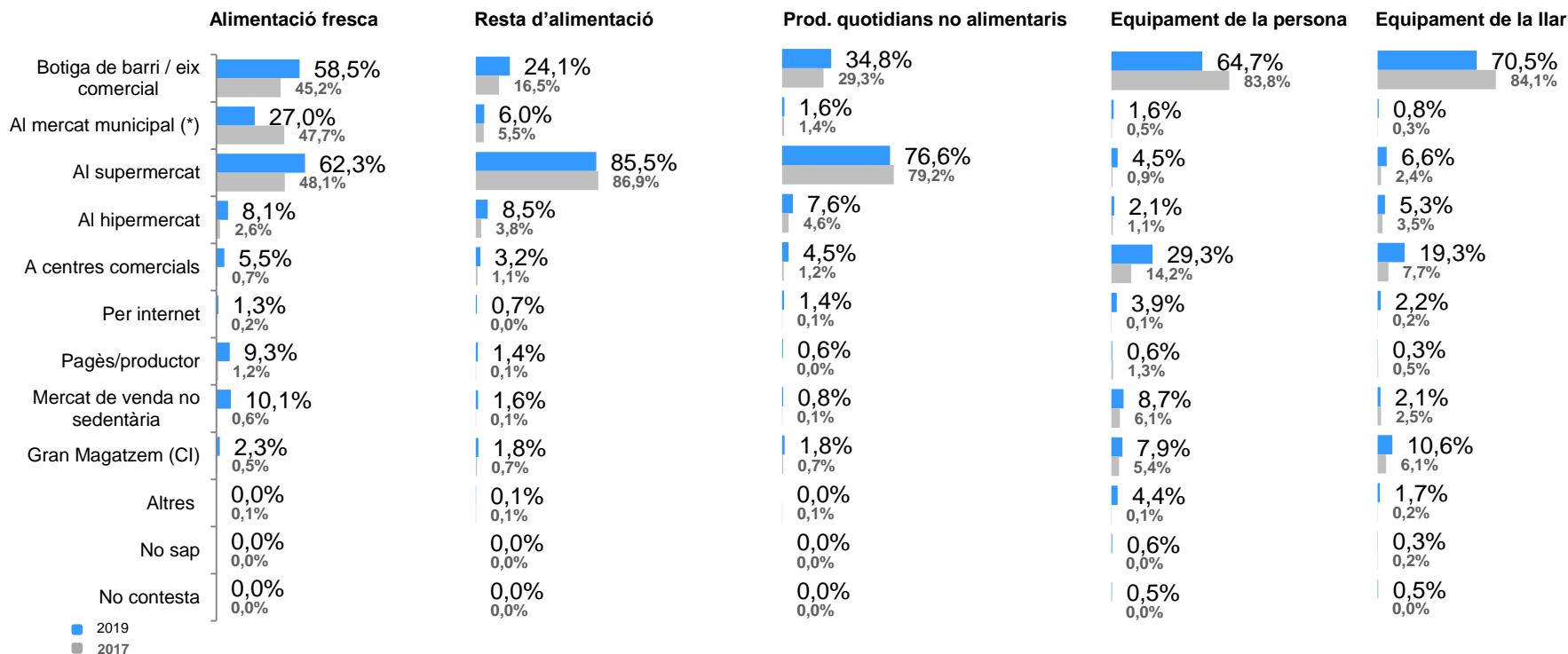
n: Compren alimentació fresca= 6.179  
 n: Compren resta d'alimentació= 5.615  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 5.637  
 n: Compren equipament de la persona= 2.387  
 n: Compren equipament de la llar= 1.937

### 3.7. Tipologia d'establiment de compres al barri de residència per categoria

Per a les compres d'alimentació fresca es reparteixen entre les botigues de barri/ eix comercial i supermercat per aquelles llars que compren al barri, també en menor mesura el mercat municipal on s'aprecia un comportament de compres complementaries.

En les compres de resta d'alimentació i productes de consum quotidià no alimentari es concentren les compres del barri en els supermercats, establiments polivalents que venen tot tipus de productes.

Les compres d'equipament de la persona i de la llar que es realitzen dins el barri de residència són a les botigues de barri o a l'eix comercial.



P4.3. Quan compra a \_\_\_\_\_ (recuperar opció marcada a la P 4.2) Ens podria dir normalment a quin tipus d'establiment compra ... (resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

Nota (\*): Resultats extrets en base a les llars on al seu municipi hi ha algun mercat municipal



# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### COMPRA A ALTRES BARRIS O ZONES DEL MUNICIPI: TIPOLOGIA D'ESTABLIMENT

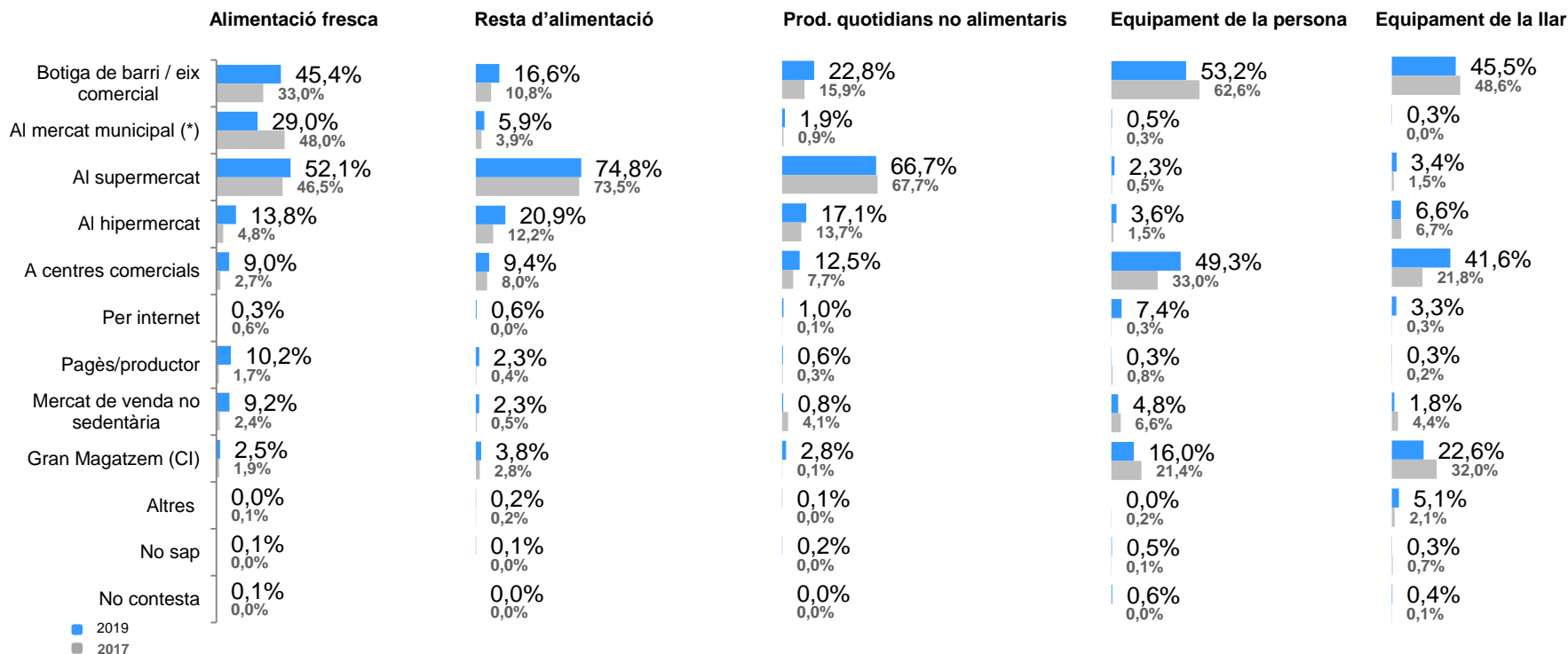
n: Compren alimentació fresca= 2.005  
 n: Compren resta d'alimentació= 1.885  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 1.852  
 n: Compren equipament de la persona= 3.111  
 n: Compren equipament de la llar= 2.452

### 3.8. Tipologia d'establiment de compres a altres barris o zones per categoria

Aquells responsables de la compra de la llar que es desplacen a altres barris o zones del seu municipi per les compres d'alimentació fresca és principalment pels supermercats o alguna botiga de barri concreta i l'eix comercial. S'observa un lleuger increment en relació a les grans superfícies (hipermercat, centres comercials...) i també en compres a pagès/ productor i mercats no sedentaris.

En les compres de resta d'alimentació i productes de consum quotidià no alimentari es concentren les compres en els supermercats, però també s'incrementen les compres en hipermercats i centres comercials.

En equipament de la persona i de la llar es centren en botigues de barri / eix comercial, incrementant-se en centres comercials i per internet.



P4.3. Quan compra a \_\_\_\_\_ (recuperar opció marcada a la P 4.2) Ens podria dir normalment a quin tipus d'establiment compra ... (resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

Nota (\*): Resultats extrets en base a les llars on al seu municipi hi ha algun mercat municipal

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### COMPRA A FORA DEL MUNICIPI: TIPOLOGIA D'ESTABLIMENT

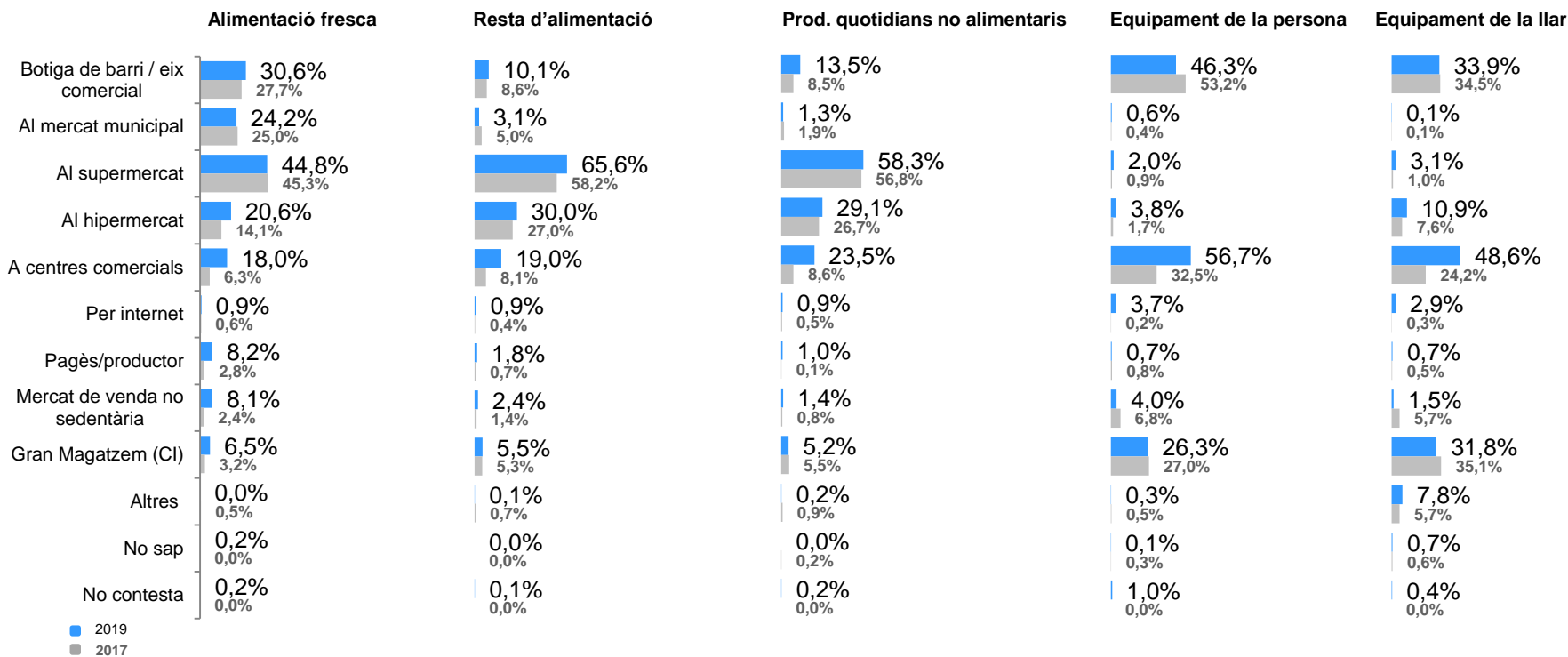
n: Compren alimentació fresca= 1.070  
 n: Compren resta d'alimentació= 1.181  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 1.156  
 n: Compren equipament de la persona= 3.636  
 n: Compren equipament de la llar= 3.147

### 3.9. Tipologia d'establiment de compres a fora del municipi per categoria

Els responsables de la compra de la llar que es desplacen fora del seu municipi per les compres d'alimentació fresca és principalment per anar a supermercats. Tot i que s'observa un important increment en relació a la compra en les grans superfícies (hipermercat, centres comercials i grans magatzems). També incrementen les compres a pagès / productor i mercats no sedentaris.

Més de la meitat de les compres de resta d'alimentació i productes de consum quotidià no alimentari es realitzen en supermercats de fora del municipi, però s'incrementen bastant les compres en hipermercats, centres comercials i grans magatzems.

En equipament de la persona i llar es redueix en botigues de barri i l'eix comercial, i augmenta en centres comercials i per internet.



P4.3. Quan compra a \_\_\_\_\_ (recuperar opció marcada a la P 4.2) Ens podria dir normalment a quin tipus d'establiment compra ... (resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### COMPRA PER INTERNET: TIPOLOGIA D'ESTABLIMENT

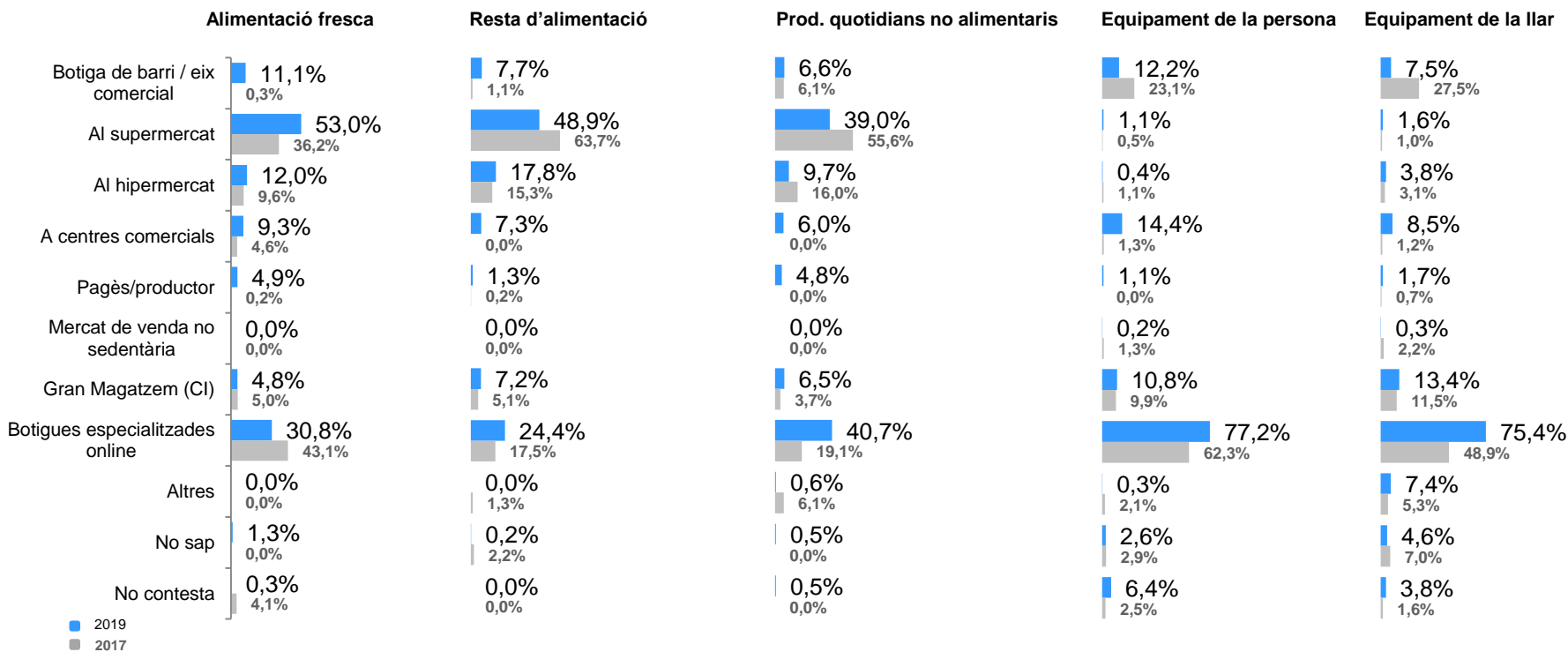
n: Compren alimentació fresca= 165  
 n: Compren resta d'alimentació= 264  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 359  
 n: Compren equipament de la persona= 1.317  
 n: Compren equipament de la llar= 1.093

### 3.10. Tipologia d'establiment de compres per internet per categoria

Les compres d'alimentació fresca per internet es pel supermercat online. En segona opció s'escull la compra a botigues especialitzades online (botigues de productes directes del productor, ecològica,...).

Les compres de resta d'alimentació i productes de consum quotidià no alimentari per internet es realitzen principalment en supermercats i botigues especialitzades online (Amazon,...), i en menor mesura en hipermercats.

La compra d'equipament de la persona i llar per internet es concentra en botigues especialitzades online (Amazon, Asos.com, Privalia, Zalando,... ) i formats de franquícia (Zara, Mango,...).



P4.3. Quan compra a \_\_\_\_\_ (recuperar opció marcada a la P 4.2) Ens podria dir normalment a quin tipus d'establiment compra ... (resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

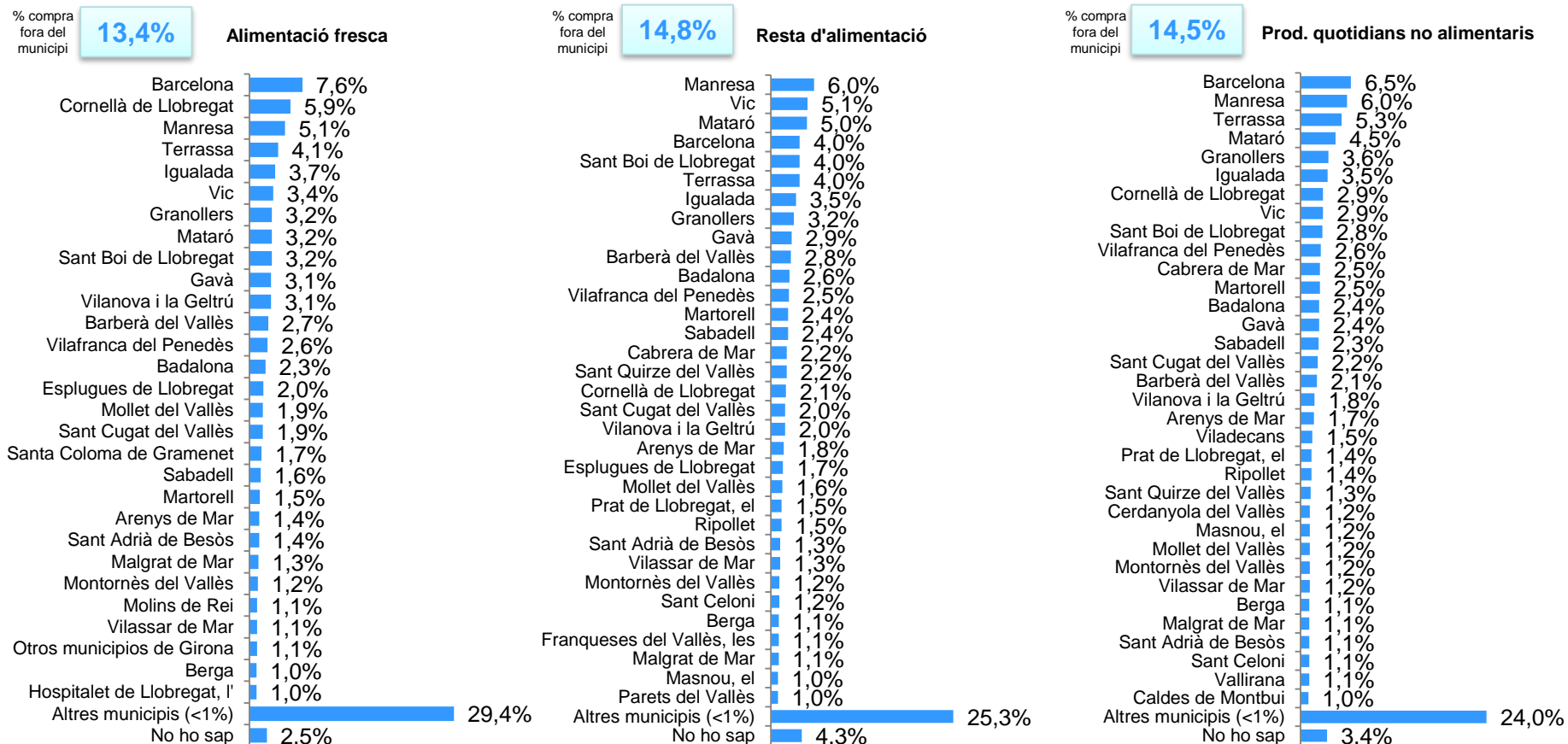
## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

n: Compren alimentació fresca= 1.070  
 n: Compren resta d'alimentació= 1.181  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 1.156

### 3.11. La localització de les compres fora del municipi: **Productes quotidians**

Amplia variabilitat en les localitzacions de les compres fora del municipi de residència, principalment pel fet de que el radi de desplaçament és «pròxim» al lloc de residència



P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

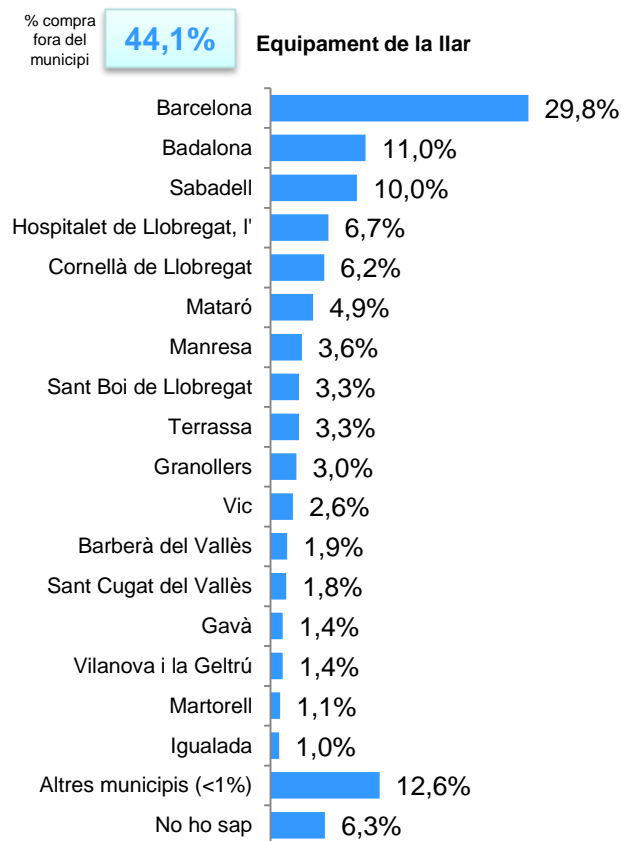
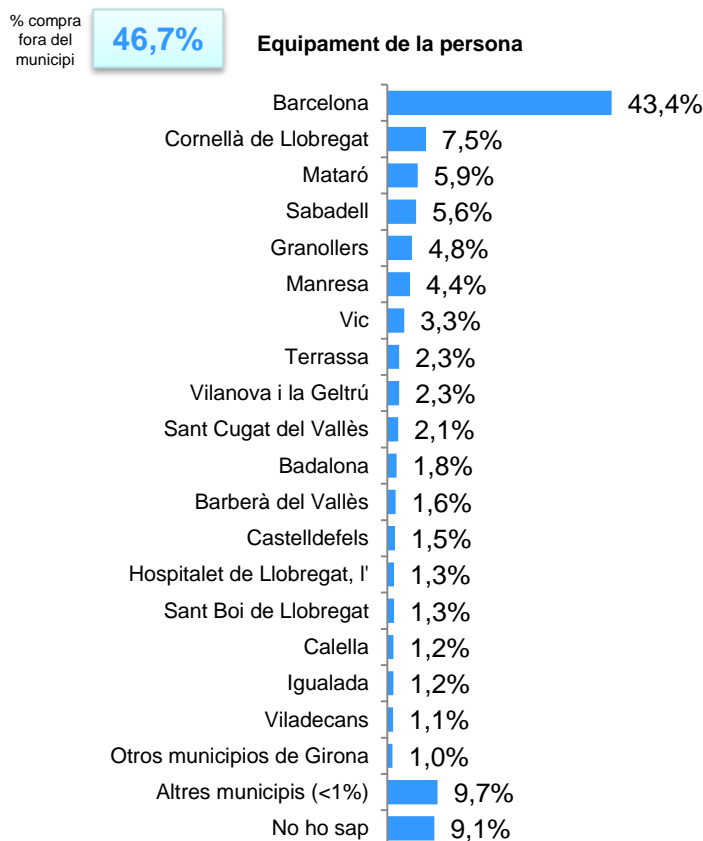
## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

n: Compren equipament de la persona= 3.636  
n: Compren equipament de la llar= 3.147

### 3.12. La localització de les compres fora del municipi: **Productes no quotidians**

Major concentració en les localitzacions en les compres fora del municipi de residència de l'equipament de la persona i la llar a municipis de major grandària, en part pel fet de la combinació de «compra-oci-lleure» i la compra en grans superfícies (centres comercials, grans magatzems,...)



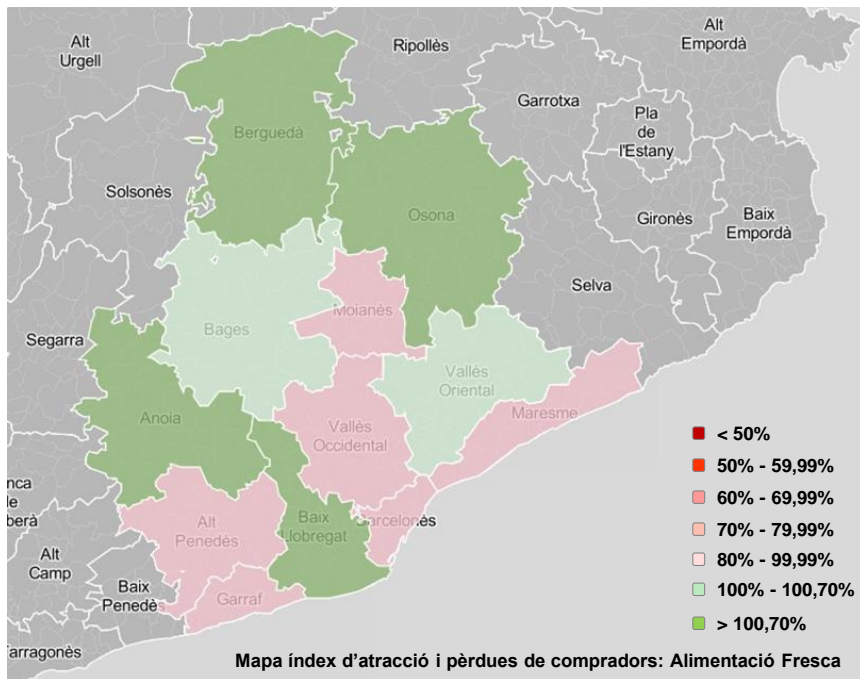
P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

#### 3.13. Mapa per comarques: índex d'atracció i pèrdues – Alimentació fresca



En el segment d'alimentació fresca, s'observa que les compres fora del municipi s'acaben realitzant la gran majoria a la pròpia comarca.

Pràcticament totes les comarques tenen un índex d'atracció i pèrdues molt similar, al voltant del 100%, es a dir, no hi ha ni guanys ni pèrdues de compradors.

Tot i això, el Moianès continua essent la comarca amb una major pèrdua de compradors en aquest tipus d'alimentació.

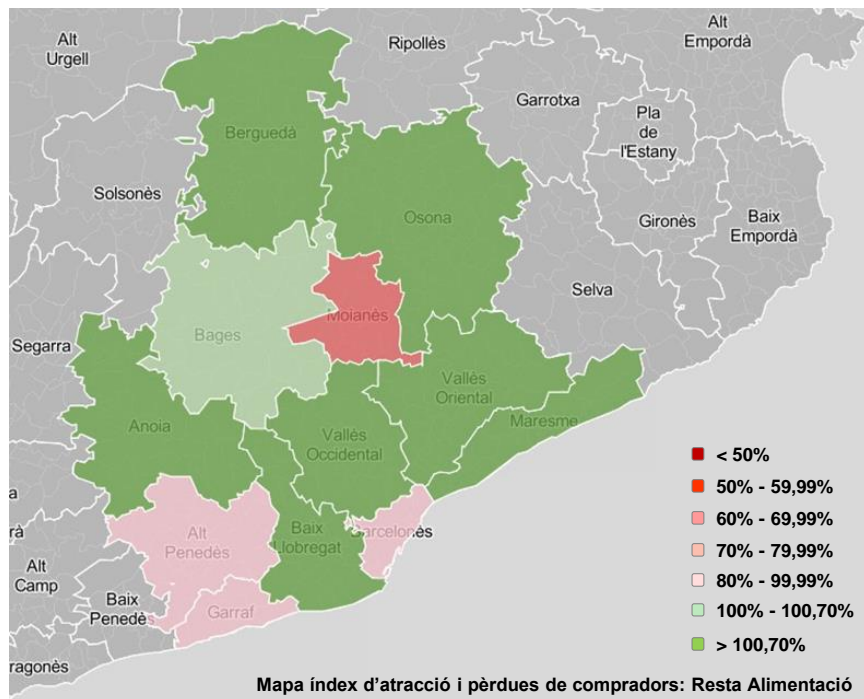
Freqüències	Total	Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental	Fora província Barcelona	NS/NC	Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Base Compra ALIMENTACIÓ	7975	38	54	71	226	145	12	42	117	4	56	151	128	22	26		
FRESCA	7969	112	121	171	225	138	82	87	163	25	198	141	186	45	44		
Alt Penedès	149	30	1	0	5	1	0	3	0	0	0	0	0	1	1	12	97,32%
Anoia	169	1	37	1	5	1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	11	103,55%
Bages	246	2	1	60	1	1	1	0	0	0	0	0	1	2	1	10	100,00%
Baix Llobregat	1185	1	1	0	142	30	0	1	1	0	0	6	0	5	5	50	102,95%
Barcelonès	3328	0	14	0	65	69	0	0	14	0	0	18	10	2	1	124	98,53%
Berguedà	62	0	0	1	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	1	103,23%
Garraf	215	2	0	0	1	2	0	38	0	0	0	0	1	0	0	6	99,07%
Maresme	608	0	0	0	1	13	0	0	97	0	0	1	4	6	7	32	98,03%
Moianès	18	0	0	3	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	5	83,33%
Osona	210	0	0	0	0	0	0	0	0	0	49	0	1	1	1	3	101,90%
Vallès Occidental	1241	1	0	5	7	19	2	0	1	2	4	119	11	2	5	59	97,74%
Vallès Oriental	543	1	0	0	0	8	0	0	4	0	2	6	99	1	4	26	100,55%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>8</b>	<b>17</b>	<b>10</b>	<b>85</b>	<b>75</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>31</b>	<b>29</b>	<b>22</b>	<b>26</b>		

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

#### 3.14. Mapa per comarques: índex d'atracció i pèrdues – Resta alimentació



Respecte a la compra de la resta d'alimentació (pasta, cereals, llegums,...), les compres fora del municipi s'acaben realitzant en una gran part a la pròpia comarca.

Les comarques tenen un índex d'atracció i pèrdues similar, al voltant del 100%, es a dir, no hi ha ni guanys ni pèrdues de compradors.

Destacar el Moianès com la comarca amb una major pèrdua de compradors en aquest tipus d'alimentació, principalment compren a Bages i Osona.

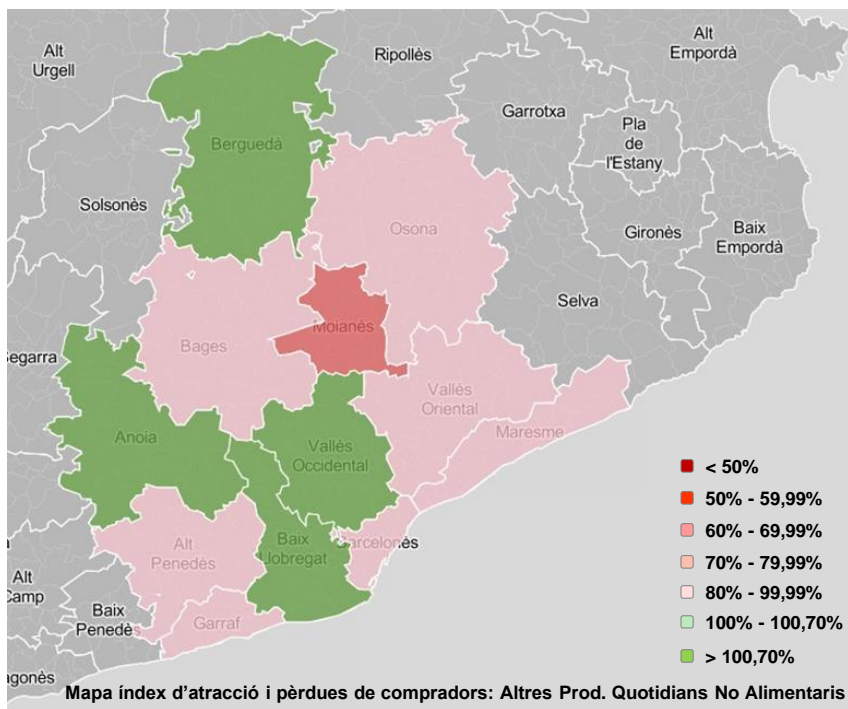
Freqüències	Total	Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental	Fora província Barcelona	NS/NC	Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Base Compra RESTA	7945	43	53	85	226	96	14	36	169	2	83	201	156	15	51		
D'ALIMENTACIÓ	7935	125	119	212	226	104	111	75	231	21	214	178	221	35	29		
Alt Penedès	146	35	1	0	6	1	0	1	0	0	0	1	1	1	2	14	95,89%
Anoia	168	1	37	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	107,14%
Bages	248	1	1	71	2	1	1	0	0	0	1	1	1	3	1	13	100,00%
Baix Llobregat	1179	2	0	1	141	10	0	0	1	0	0	6	3	3	4	30	104,66%
Barcelonès	3319	1	14	0	66	61	0	0	23	0	25	41	23	1	35	229	94,15%
Berguedà	61	0	0	1	0	0	13	0	0	0	0	0	0	0	0	1	101,64%
Garraf	214	2	0	0	1	1	0	35	0	0	0	1	0	0	1	6	97,66%
Maresme	604	0	0	1	1	13	0	0	136	0	1	1	3	5	3	28	100,83%
Moianès	18	0	0	4	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	0	7	61,11%
Osona	210	0	0	0	0	0	1	0	0	0	50	0	1	2	0	4	113,81%
Vallès Occidental	1237	0	1	5	4	5	0	0	0	0	0	136	10	0	4	29	102,83%
Vallès Oriental	541	1	1	0	1	4	0	0	9	0	4	13	114	0	1	34	101,66%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>8</b>	<b>18</b>	<b>13</b>	<b>85</b>	<b>35</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>33</b>	<b>0</b>	<b>33</b>	<b>64</b>	<b>43</b>	<b>15</b>	<b>51</b>		

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

#### 3.15. Mapa per comarques: índex d'atracció i pèrdues – Altres prod. quotidians no alimentaris



En les compres de productes quotidians no alimentaris (drogueria, neteja,...), les compres fora del municipi s'acaben realitzant principalment a la comarca.

L'índex d'atracció i pèrdues és similar entre comarques, al voltant del 100%. Sense grans guanys ni pèrdues de consumidors a les comarques.

Baix Llobregat, Anoia, Berguedà i Vallès Occidental tenen certa atracció, per contra del Moianès que té una pèrdua important de compradors en aquesta categoria.

Freqüències	Total	Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental	Fora província Barcelona	NS/NC	Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Base Compra ALTRES PROD. QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	7925	41	51	80	222	119	15	30	161	1	55	207	136	15	39		
Alt Penedès	147	35	0	0	6	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	9	98,64%
Anoia	167	1	36	1	6	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	11	103,59%
Bages	246	1	1	70	2	2	0	0	0	0	1	1	0	2	1	10	99,19%
Baix Llobregat	1176	1	0	1	137	24	0	0	1	0	0	4	0	2	4	37	104,08%
Barcelonès	3319	0	14	0	65	54	0	1	12	0	0	32	10	1	25	160	97,14%
Berguedà	60	0	0	1	0	0	13	0	0	0	0	0	0	0	0	1	103,33%
Garraf	214	3	0	0	0	2	0	27	0	0	0	1	0	1	2	9	96,73%
Maresme	600	0	0	0	1	15	1	0	139	0	0	1	4	5	4	31	98,67%
Moianès	18	0	0	4	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	0	7	61,11%
Osona	208	0	0	1	1	0	1	0	0	0	49	1	1	3	0	8	99,04%
Vallès Occidental	1234	1	0	1	4	15	1	0	1	0	0	156	10	0	3	36	101,22%
Vallès Oriental	536	0	1	0	0	4	0	1	9	0	3	11	110	0	1	30	99,44%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>7</b>	<b>16</b>	<b>9</b>	<b>85</b>	<b>65</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>23</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>51</b>	<b>27</b>	<b>15</b>	<b>40</b>		

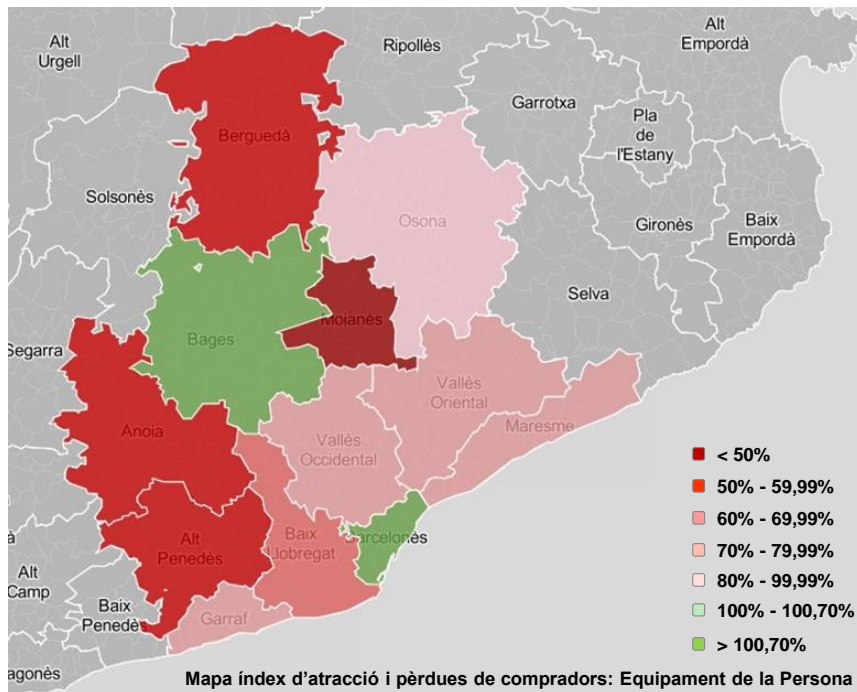


# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

#### 3.16. Mapa per comarques: índex d'atracció i pèrdues – Equipament de la persona



En l'equipament de la persona, s'observa que les compres fora del municipi s'acaben realitzant en una gran part al Barcelonès.

La comarca del Barcelonès té un gran poder d'atracció de compradors de la resta de comarques, en especial Baix Llobregat i Vallès Occidental.

El Bages es manté, gràcies al consum dins la pròpia comarca i consumidors de Anoia i Berguedà.

Principalment el Moianès, però també Berguedà, l'Alt Penedès i l'Anoia tenen una baixa retenció de consumidors en l'equipament de la persona.

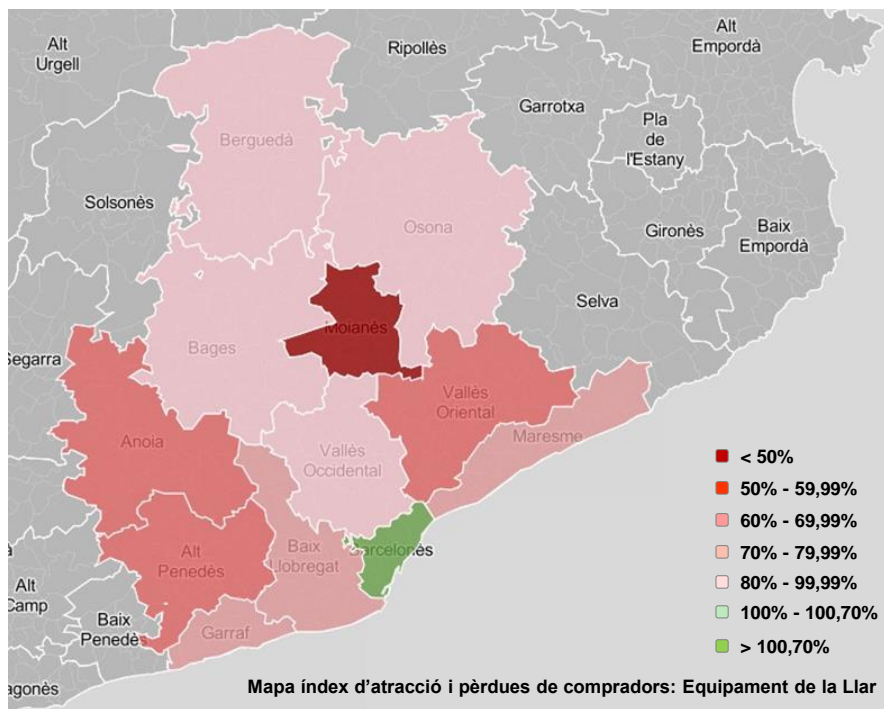
Freqüències	Total	Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental	Fora província Barcelona	NS/NC	Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Base Compra EQUIPAMENT DE LA PERSONA	7633	31	46	162	450	1639	12	93	276	0	130	428	265	56	328		
LA PERSONA	7534	92	140	508	417	2161	86	196	415	6	437	422	353	115	94		
Alt Penedès	138	26	2	0	3	39	0	21	0	0	1	1	1	1	2	71	52,17%
Anoia	163	1	38	11	11	55	1	2	0	0	0	2	1	0	1	85	52,15%
Bages	229	1	1	98	1	38	1	1	1	0	3	9	0	1	2	59	101,75%
Baix Llobregat	1134	2	1	2	297	469	0	5	1	0	1	12	3	4	8	508	68,61%
Barcelonès	3218	0	0	20	110	295	0	0	36	0	25	64	26	0	279	560	124,36%
Berguedà	56	0	0	18	0	8	10	0	0	0	2	0	0	1	0	29	55,36%
Garraf	199	1	0	0	7	57	1	63	0	0	0	0	2	2	1	71	79,90%
Maresme	567	0	1	0	1	160	0	1	197	0	1	2	18	18	5	207	77,43%
Moianès	17	0	0	7	0	4	0	0	0	0	4	1	1	0	0	17	0,00%
Osona	197	0	0	1	0	37	1	0	2	0	88	1	9	9	3	63	89,34%
Vallès Occidental	1205	0	1	4	18	332	0	1	3	0	2	307	21	16	21	419	75,27%
Vallès Oriental	510	0	1	0	1	145	0	0	36	0	3	29	184	4	5	224	72,16%
Total	Σ Guanyats	5	7	63	152	1344	4	31	79	0	42	121	82	56	327		

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

#### 3.17. Mapa per comarques: índex d'atracció i pèrdues – Equipament de la llar



En l'equipament de la llar, s'observa que les compres fora del municipi s'acaben realitzant en bona part al Barcelonès.

El Barcelonès presenta una important atracció de compradors de la resta de comarques, en especial Baix Llobregat.

El Berguedà i el Vallès Occidental presenten un bon índex (> 95%), encara que amb lleugeres pèrdues.

Baixa retenció i atracció de compradors en l'equipament de la llar al Moianès, però també al Vallès Oriental, Anoia i Alt Penedès.

Freqüències	Total	Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental	Fora província Barcelona	NS/NC	Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Base Compra EQUIPAMENT DE LA LLAR	6907	32	39	116	423	1435	21	54	195	0	86	505	161	35	191		
LA LLAR	6667	93	119	369	363	1531	80	113	291	5	343	586	226	61	92		
Alt Penedès	115	23	1	0	4	27	0	6	0	0	0	4	0	1	1	44	69,57%
Anoia	143	2	34	3	10	28	1	1	0	0	0	3	0	1	2	51	68,53%
Bages	202	1	0	95	1	18	1	0	0	0	1	19	0	1	1	43	89,11%
Baix Llobregat	1027	1	3	1	273	376	0	0	1	0	0	22	2	0	12	418	73,90%
Barcelonès	3006	3	0	0	119	477	9	0	23	0	0	48	12	2	140	356	120,03%
Berguedà	47	0	0	10	0	2	9	0	0	0	0	2	0	0	0	14	97,87%
Garraf	177	2	0	0	4	43	0	47	0	0	2	0	0	1	2	54	74,01%
Maresme	502	0	0	0	1	163	0	0	144	0	0	4	8	18	6	200	70,12%
Moianès	14	0	0	6	0	2	0	0	0	0	3	2	1	0	0	14	0,00%
Osona	178	0	0	1	0	21	0	0	0	0	74	6	4	3	3	38	85,39%
Vallès Occidental	1055	0	1	0	11	176	2	0	0	0	1	327	10	7	18	226	95,45%
Vallès Oriental	440	0	1	0	0	102	0	1	26	0	5	68	124	1	6	210	60,68%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>21</b>	<b>150</b>	<b>958</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>50</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>178</b>	<b>37</b>	<b>35</b>	<b>191</b>		

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

#### 3.18. Índex d'atracció i pèrdues per categories segons comarca

Base Compra ALIMENTACIÓ FRESCA	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra RESTA D'ALIMENTACIÓ	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra EQUIPAMENT DE LA PERSONA	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra EQUIPAMENT DE LA LLAR	% (Total - Perduts + Guanyats)
Alt Penedès	97,32%	Alt Penedès	95,89%	Alt Penedès	98,64%	Alt Penedès	52,17%	Alt Penedès	69,57%
Anoia	103,55%	Anoia	107,14%	Anoia	103,59%	Anoia	52,15%	Anoia	68,53%
Bages	100,00%	Bages	100,00%	Bages	99,19%	Bages	101,75%	Bages	89,11%
Baix Llobregat	102,95%	Baix Llobregat	104,66%	Baix Llobregat	104,08%	Baix Llobregat	68,61%	Baix Llobregat	73,90%
Barcelonès	98,53%	Barcelonès	94,15%	Barcelonès	97,14%	Barcelonès	124,36%	Barcelonès	120,03%
Berguedà	103,23%	Berguedà	101,64%	Berguedà	103,33%	Berguedà	55,36%	Berguedà	97,87%
Garraf	99,07%	Garraf	97,66%	Garraf	96,73%	Garraf	79,90%	Garraf	74,01%
Maresme	98,03%	Maresme	100,83%	Maresme	98,67%	Maresme	77,43%	Maresme	70,12%
Moianès	83,33%	Moianès	61,11%	Moianès	61,11%	Moianès	0,00%	Moianès	0,00%
Osona	101,90%	Osona	113,81%	Osona	99,04%	Osona	89,34%	Osona	85,39%
Vallès Occidental	97,74%	Vallès Occidental	102,83%	Vallès Occidental	101,22%	Vallès Occidental	75,27%	Vallès Occidental	95,45%
Vallès Oriental	100,55%	Vallès Oriental	101,66%	Vallès Oriental	99,44%	Vallès Oriental	72,16%	Vallès Oriental	60,68%

Nota: Més informació del detall d'atracció i fugues a l'annex

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

#### 3.19. Índex d'atracció i pèrdues per categories segons sistema territorial

Base Compra ALIMENTACIÓ FRESCA	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra RESTA D'ALIMENTACIÓ	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANIS NO ALIMENTARIS	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra EQUIPAMENT DE LA PERSONA	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra EQUIPAMENT DE LA LLAR	% (Total - Perduts + Guanyats)
Alta Anoia	75,00%	Alta Anoia	91,67%	Alta Anoia	75,00%	Alta Anoia	27,27%	Alta Anoia	50,00%
AMB Nord	100,74%	AMB Nord	96,45%	AMB Nord	96,64%	AMB Nord	67,75%	AMB Nord	135,73%
AMB Sud	102,84%	AMB Sud	104,19%	AMB Sud	103,22%	AMB Sud	79,61%	AMB Sud	101,02%
AMB Vallès	103,80%	AMB Vallès	108,70%	AMB Vallès	107,65%	AMB Vallès	60,73%	AMB Vallès	71,57%
Arenys	100,00%	Arenys	102,99%	Arenys	101,49%	Arenys	11,29%	Arenys	26,92%
Baix Llobregat Nord	85,51%	Baix Llobregat Nord	84,29%	Baix Llobregat Nord	91,90%	Baix Llobregat Nord	23,50%	Baix Llobregat Nord	20,67%
Baix Maresme	87,18%	Baix Maresme	81,53%	Baix Maresme	75,97%	Baix Maresme	14,57%	Baix Maresme	17,16%
Barcelona	98,77%	Barcelona	93,58%	Barcelona	97,27%	Barcelona	141,16%	Barcelona	114,41%
Berguedà	103,23%	Berguedà	101,64%	Berguedà	103,33%	Berguedà	53,57%	Berguedà	97,87%
Calella	107,46%	Calella	105,26%	Calella	104,55%	Calella	64,75%	Calella	63,11%
Conca d'Òdena-Piera	113,11%	Conca d'Òdena-Piera	115,57%	Conca d'Òdena-Piera	115,83%	Conca d'Òdena-Piera	66,39%	Conca d'Òdena-Piera	83,65%
Garraf	99,07%	Garraf	97,66%	Garraf	97,20%	Garraf	79,40%	Garraf	74,01%
Granollers-Congost	108,44%	Granollers-Congost	111,95%	Granollers-Congost	105,83%	Granollers-Congost	132,09%	Granollers-Congost	82,11%
Lluçanès	90,00%	Lluçanès	63,64%	Lluçanès	63,64%	Lluçanès	40,00%	Lluçanès	22,22%
Martorell	99,39%	Martorell	106,71%	Martorell	101,23%	Martorell	35,53%	Martorell	58,02%
Mataró	100,44%	Mataró	114,60%	Mataró	112,44%	Mataró	150,47%	Mataró	123,32%
Mediona-Anoia	76,00%	Mediona-Anoia	73,47%	Mediona-Anoia	77,08%	Mediona-Anoia	11,90%	Mediona-Anoia	27,78%
Moianès	88,89%	Moianès	61,11%	Moianès	61,11%	Moianès	5,88%	Moianès	14,29%
Montseny	94,06%	Montseny	89,00%	Montseny	89,90%	Montseny	22,34%	Montseny	33,33%
Pla de Bages	100,41%	Pla de Bages	99,60%	Pla de Bages	98,78%	Pla de Bages	101,31%	Pla de Bages	88,61%
Plana de Vic	104,73%	Plana de Vic	121,43%	Plana de Vic	105,39%	Plana de Vic	105,70%	Plana de Vic	97,18%
Riera de Caldes	89,76%	Riera de Caldes	92,06%	Riera de Caldes	94,44%	Riera de Caldes	21,01%	Riera de Caldes	31,18%
Sabadell	98,32%	Sabadell	107,89%	Sabadell	101,96%	Sabadell	121,20%	Sabadell	158,54%
Tenes-Besòs	91,98%	Tenes-Besòs	96,91%	Tenes-Besòs	93,21%	Tenes-Besòs	32,47%	Tenes-Besòs	46,21%
Terrassa	95,02%	Terrassa	96,15%	Terrassa	97,95%	Terrassa	60,23%	Terrassa	73,75%
Vall del Ges, Orís i Bisaura	87,50%	Vall del Ges, Orís i Bisaura	90,63%	Vall del Ges, Orís i Bisaura	83,87%	Vall del Ges, Orís i Bisaura	23,33%	Vall del Ges, Orís i Bisaura	44,44%
Vilafranca	111,00%	Vilafranca	111,22%	Vilafranca	111,11%	Vilafranca	72,92%	Vilafranca	91,25%

Nota: Més informació del detall d'atracció i fugues a l'annex

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

#### 3.20. Índex d'atracció i pèrdues per categories segons nombre d'habitants del municipi

Base Compra ALIMENTACIÓ FRESCA	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra RESTA D'ALIMENTACIÓ	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra EQUIPAMENT DE LA PERSONA	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra EQUIPAMENT DE LA LLAR	% (Total - Perduts + Guanyats)
De 0 a 500 habitants	36,36%	De 0 a 500 habitants	63,64%	De 0 a 500 habitants	59,09%	De 0 a 500 habitants	28,57%	De 0 a 500 habitants	75,00%
De 501 a 2.000 habitants	29,13%	De 501 a 2.000 habitants	22,77%	De 501 a 2.000 habitants	24,00%	De 501 a 2.000 habitants	6,45%	De 501 a 2.000 habitants	16,88%
De 2.001 a 10.000 habitants	68,13%	De 2.001 a 10.000 habitants	65,53%	De 2.001 a 10.000 habitants	63,17%	De 2.001 a 10.000 habitants	6,60%	De 2.001 a 10.000 habitants	14,64%
De 10.001 a 20.000 habitants	102,80%	De 10.001 a 20.000 habitants	103,93%	De 10.001 a 20.000 habitants	105,36%	De 10.001 a 20.000 habitants	40,94%	De 10.001 a 20.000 habitants	50,89%
De 20.001 a 50.000 habitants	105,55%	De 20.001 a 50.000 habitants	111,85%	De 20.001 a 50.000 habitants	106,86%	De 20.001 a 50.000 habitants	53,80%	De 20.001 a 50.000 habitants	61,91%
De 50.001 a 100.000 habitants	116,26%	De 50.001 a 100.000 habitants	115,60%	De 50.001 a 100.000 habitants	115,64%	De 50.001 a 100.000 habitants	124,02%	De 50.001 a 100.000 habitants	110,65%
Més de 100.000 habitants	102,37%	Més de 100.000 habitants	104,15%	Més de 100.000 habitants	104,78%	Més de 100.000 habitants	105,34%	Més de 100.000 habitants	152,23%
Barcelona	98,69%	Barcelona	94,10%	Barcelona	97,35%	Barcelona	141,64%	Barcelona	114,41%

El nombre d'habitants del municipi és un element diferenciador en l'anàlisi de de l'índex d'atracció i pèrdues dels municipis.

S'observa que els municipis de menys de 10.000 habitants tenen pèrdues en qualsevol de les categories analitzades, especialment en els segments d'equipament de la persona i de la llar.

Per contra els municipis de més de 50.000 habitants són fonts d'atracció en totes les categories, i especialment els municipis de més de 100.000 habitants per les compres de l'equipament de la llar, relacionats amb l'amplitud d'oferta comercial que disposen.

Barcelona és el principal municipi d'atracció comercial a nivell d'equipament de la persona.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

#### 3.21. Índex d'atracció i pèrdues per categories segons comarca: BARCELONÈS

Base Compra ALIMENTACIÓ FRESCA	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra RESTA D'ALIMENTACIÓ	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra EQUIPAMENT DE LA PERSONA	% (Total - Perduts + Guanyats)	Base Compra EQUIPAMENT DE LA LLAR	% (Total - Perduts + Guanyats)
080155 - Badalona	104,76%	080155 - Badalona	104,00%	080155 - Badalona	103,98%	080155 - Badalona	88,84%	080155 - Badalona	243,84%
080193 - Barcelona	98,81%	080193 - Barcelona	93,58%	080193 - Barcelona	97,31%	080193 - Barcelona	141,12%	080193 - Barcelona	114,29%
081017 - Hospitalet de Llobregat	91,23%	081017 - Hospitalet de Llobregat	90,43%	081017 - Hospitalet de Llobregat	94,33%	081017 - Hospitalet de Llobregat	74,55%	081017 - Hospitalet de Llobregat	148,31%
081944 - Sant Adrià de Besòs	101,16%	081944 - Sant Adrià de Besòs	104,65%	081944 - Sant Adrià de Besòs	101,16%	081944 - Sant Adrià de Besòs	55,13%	081944 - Sant Adrià de Besòs	64,62%
082457 - Sta. Coloma de Gramenet	98,34%	082457 - Sta. Coloma de Gramenet	84,83%	082457 - Sta. Coloma de Gramenet	85,88%	082457 - Sta. Coloma de Gramenet	50,31%	082457 - Sta. Coloma de Gramenet	37,06%

Respecte a les compres de l'equipament de la persona, tots els municipis de la comarca del Barcelonès tenen pèrdues en l'índex d'atracció a excepció de Barcelona.

Mentre que en l'equipament per la llar, Badalona, Hospitalet del Llobregat i Barcelona tenen un millor índex d'atracció que els municipis de Santa Coloma de Gramenet i Sant Adrià del Besos.

Cal tenir present Badalona i Sant Adrià del Besos pels guanys en relació a alimentació fresca, resta d'alimentació i altres productes quotidians no alimentaris.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

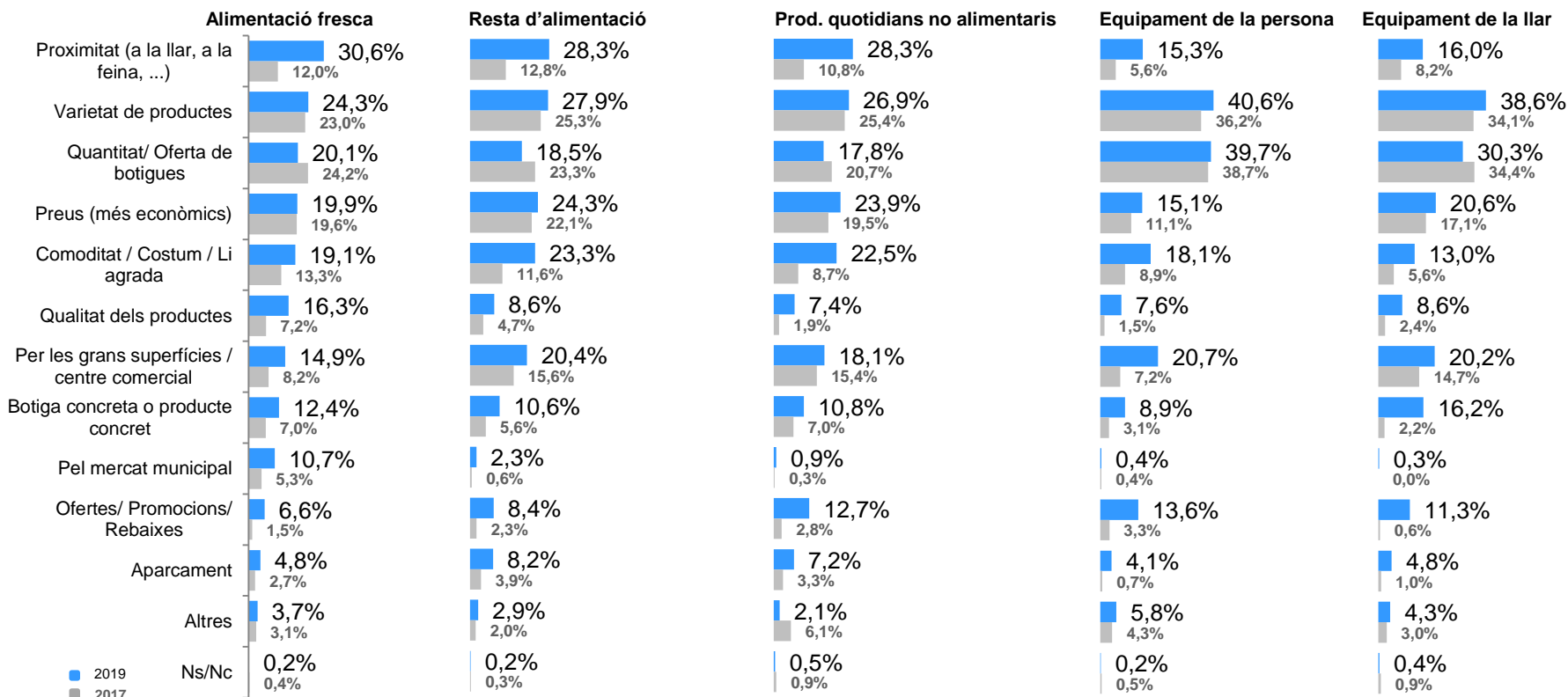
### HÀBITS DE COMPRA: MOTIUS DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

n: Comprén alimentació fresca= 1.070  
 n: Comprén resta d'alimentació= 1.181  
 n: Comprén prod. quotidians no alimentaris= 1.156  
 n: Comprén equipament de la persona= 3.636  
 n: Comprén equipament de la llar= 3.147

### 3.22. Motius per realitzar les compres fora del municipi segons categories

Els motius per realitzar les compres quotidianes fora del municipi són principalment la proximitat i la varietat de productes, i el fet del preu té major rellevància en les compres quotidianes de productes de resta alimentació i no alimentaris.

En les compres d'equipament de la persona i llar fora del municipi, els motius son la varietat de productes i quantitat de botigues, també el fet d'anar a centres comercials. I el factor preu té major pes en les compres per la llar.



P4.2.2. I per quin motiu va a... (recuperar municipi mencionat a la P4.2.1)? (resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

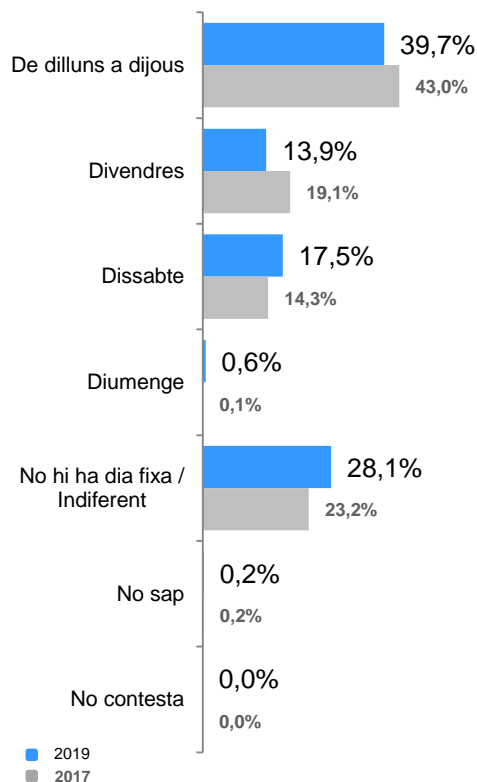
## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: DIES I HORARI DE COMPRA

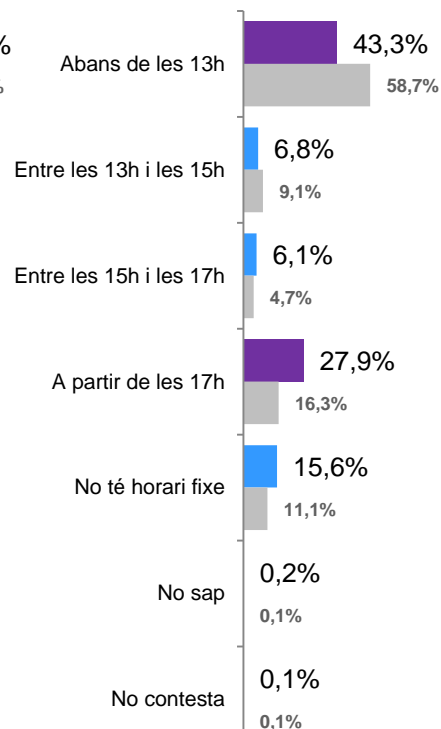
n: Compradors = 7.998  
 n: No compren de 13h a 17h = 5.695  
 n: No compren de 13h a 17h perquè els comerços estan tancats = 810

### 3.23. Quotidià (alimentació fresca, resta d'aliments i altres productes quotidians)

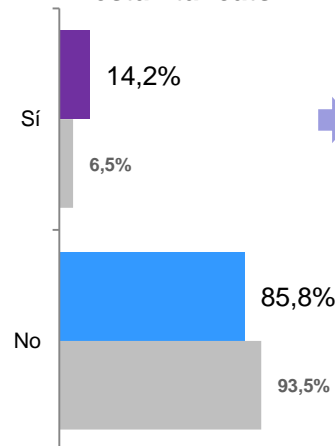
**Dia de compra**



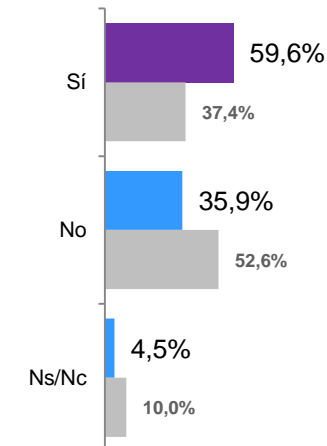
**Horari de compra**



**Motiu de no compra de 13h a 17h: els comerços, botigues... estan tancats**



**I aniria si estiguessin oberts?**



**Perfil (Si aniria si estiguessin oberts):**

- Dona (61,2%)
- De 35 a 49 anys (38,4%)
- Mitjana: 46 anys
- Situació laboral: Treballa (64,4%)
- Nivell estudis: Superiors (47,9%)
- Comarca: Barcelonès (50,5%)

P4.4.1. Quin dia acostuma a comprar els productes... (resultats en percentatges)

P4.4.2. Horari en el que sol fer la compra... (resultats en percentatges)

P4.4.3. El motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h es perquè els comerços, botigues... estan tancats? (resultats en percentatges) [Canvi respecte estudi 2017 \(oberta espontània\)](#)

P4.4.3.1. (Si diu que els comerços estan tancats) I aniria si estiguessin oberts? (resultats en percentatges)



# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: DIES I HORARI DE COMPRA

n: Compradors = 7.998

n: No compren de 13h a 17h = 5.695

n: No compren de 13h a 17h perquè els comerços estan tancats = 810

### 3.24. Quotidià (alimentació fresca, resta d'aliments i altres productes quotidians)

#### P4\_4\_1\_A.- Dies de la setmana COMPRA QUOTIDIÀ

Dies de la setmana COMPRA QUOTIDIÀ	Total	EDAT				SITUACIÓ LABORAL						
		De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys	Treballa	Aturat/da	Mestressa de casa	Jubilat/da / Pensionista	Estudiant (no treballa)	NS	NC
De dilluns a dijous	39,7%	>48,8%	>41,3%	<37,3%	<32,0%	>42,8%	38,7%	38,2%	<34,7%	<29,9%	33,7%	27,2%
Divendres	13,9%	<7,7%	<8,9%	>19,0%	>21,4%	<11,4%	<9,2%	>21,4%	>20,2%	<6,0%	0,0%	12,5%
Dissabte	17,5%	>22,4%	>21,7%	<15,4%	<8,7%	>21,8%	17,0%	<10,5%	<8,5%	>32,7%	22,4%	20,9%
Diumenge	0,6%	<0,2%	>1,4%	<0,3%	<0,1%	>1,0%	0,2%	0,0%	<0,1%	0,1%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	28,1%	<20,9%	<26,3%	27,8%	>37,7%	<22,8%	>34,7%	29,7%	>36,3%	31,4%	43,9%	39,4%
NS	0,2%	<0,0%	>0,4%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%
NC	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	>0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

#### P4\_4\_2\_A.- Horari en el que sol fer la compra...COMPRA QUOTIDIÀ

Horari en el que sol fer la compra...COMPRA QUOTIDIÀ	Total	EDAT				SITUACIÓ LABORAL						
		De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys	Treballa	Aturat/da	Mestressa de casa	Jubilat/da / Pensionista	Estudiant (no treballa)	NS	NC
Al matí (abans de les 13h)	43,3%	<26,6%	<32,1%	>48,3%	>70,4%	<30,0%	41,6%	>64,8%	>68,7%	37,1%	67,9%	53,5%
Entre la 13h i les 15h	6,8%	>8,5%	7,2%	5,9%	<5,6%	<6,2%	>14,8%	<3,2%	6,0%	4,1%	1,0%	4,9%
Entre la 15h i les 17h	6,1%	6,5%	>7,9%	6,3%	<2,7%	>7,5%	4,7%	4,8%	<3,4%	>11,7%	8,3%	6,2%
A partir de les 17h	27,9%	>46,4%	>33,8%	<24,6%	<5,7%	>41,1%	<14,9%	<10,8%	<6,5%	>42,8%	22,8%	16,4%
No té horari fixe / Quan pot	15,6%	<12,1%	>18,2%	14,8%	15,3%	14,9%	>23,8%	14,2%	15,1%	<4,3%	0,0%	19,0%
NS	0,2%	<0,0%	>0,7%	<0,0%	<0,0%	0,2%	0,0%	>2,3%	<0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
NC	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	>0,3%	<0,0%	0,1%	0,0%	>0,3%	0,0%	0,0%	0,0%

#### P4\_4\_3\_A.- Ens podria dir el motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h? COMPRA QUOTIDIÀ

El motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h es perquè els comerços, botigues... estan tancats? COMPRA QUOTIDIÀ	Total	EDAT				SITUACIÓ LABORAL						
		De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys	Treballa	Aturat/da	Mestressa de casa	Jubilat/da / Pensionista	Estudiant (no treballa)	NS	NC
Sí	14,2%	14,0%	14,8%	14,9%	12,9%	14,2%	>17,4%	12,3%	13,6%	15,5%	3,3%	33,2%
No	85,8%	86,0%	85,2%	85,1%	87,1%	85,8%	<82,6%	87,7%	86,4%	84,5%	96,7%	66,8%

#### P4\_4\_3\_1\_A.- I aniria si estiguessin oberts? COMPRA QUOTIDIÀ

I aniria si estiguessin oberts? COMPRA QUOTIDIÀ	Total	EDAT				SITUACIÓ LABORAL						
		De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys	Treballa	Aturat/da	Mestressa de casa	Jubilat/da / Pensionista	Estudiant (no treballa)	NS	NC
Sí	59,6%	>75,5%	>69,8%	<51,7%	<39,0%	>68,2%	65,6%	<43,0%	<41,3%	68,0%	43,7%	57,6%
No	35,9%	<23,6%	<28,4%	>41,7%	>51,6%	<29,1%	29,4%	>55,4%	>49,5%	30,3%	56,3%	42,4%
Ns	4,5%	<0,8%	<1,8%	6,6%	>9,4%	<2,6%	5,0%	1,6%	>9,2%	1,7%	0,0%	0,0%

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

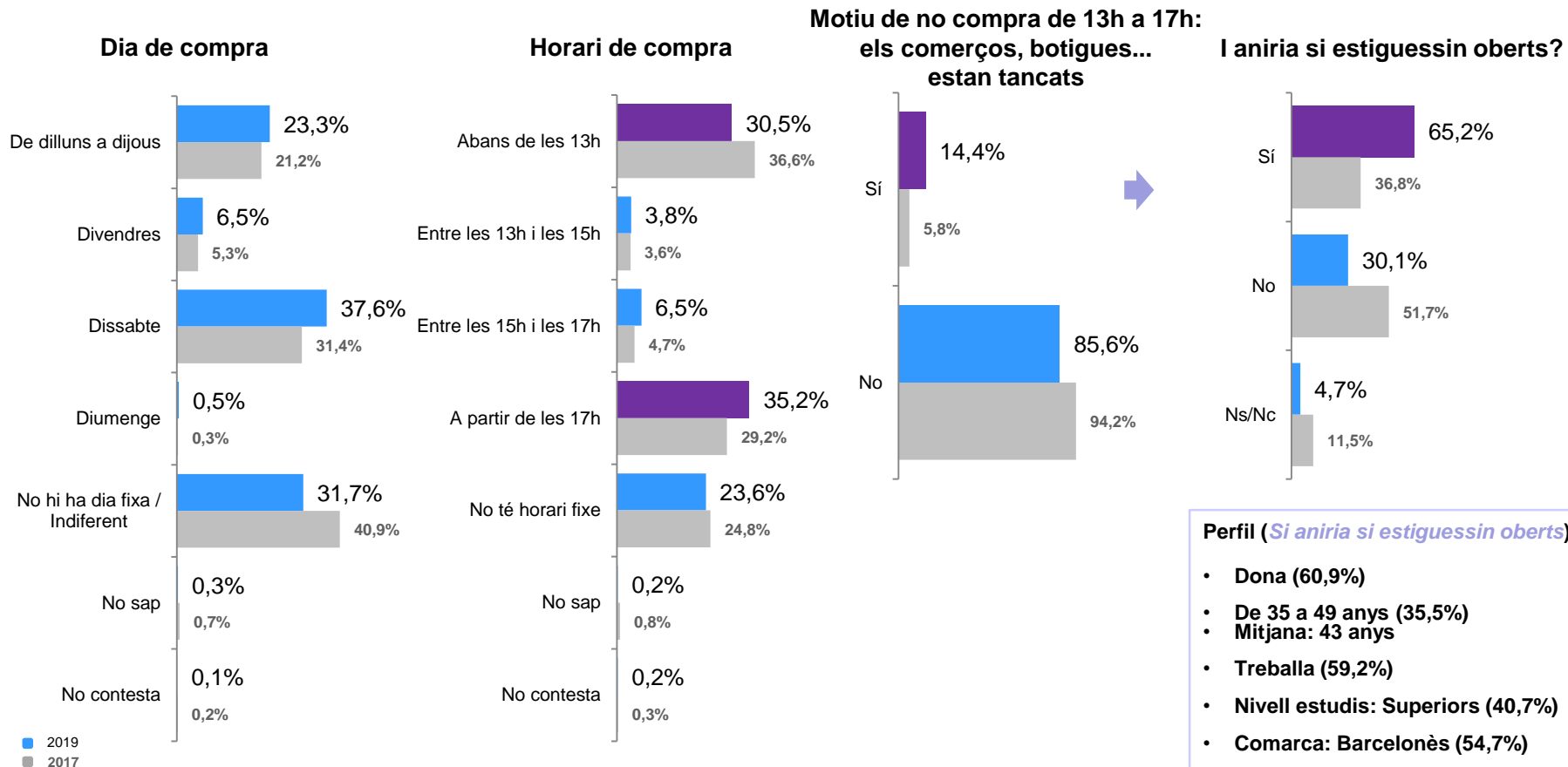
# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: DIES I HORARI DE COMPRA

n: Compradors (\*) = 7.851  
 n: No compren de 13h a 17h = 5.159  
 n: No compren de 13h a 17h perquè els comerços estan tancats = 743

### 3.25. No quotidià (equipament de la persona i de la llar)



P4.4.1. Quin dia acostuma a comprar els productes... (resultats en percentatges)

P4.4.2. Horari en el que sol fer la compra... (resultats en percentatges)

P4.4.3. El motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h es perquè els comerços, botigues... estan tancats? (resultats en percentatges) [Canvi respecte estudi 2017 \(oberta espontània\)](#)

P4.4.3.1. (Si diu que els comerços estan tancats) I aniria si estiguessin oberts?(resultats en percentatges)

Nota (\*): S'han exclòs les respostes d'aquells responsables de compres que no realitzen compres d'equipament de la persona ni de la llar (n: 229)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: DIES I HORARI DE COMPRA

n: Compradors (\*) = 7.851  
n: No compren de 13h a 17h = 5.159  
n: No compren de 13h a 17h perquè els comerços estan tancats = 743

### 3.26. No quotidià (equipament de la persona i de la llar)

P4\_4\_1\_B.- Dies de la setmana COMPRA NO QUOTIDIÀ

Dies de la setmana COMPRA NO QUOTIDIÀ	Total	EDAT				SITUACIÓ LABORAL						
		De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys	Treballa	Aturat/da	Mestressa de casa	Jubilat/da / Pensionista	Estudiant (no treballa)	NS	NC
De dilluns a dijous	23,3%	>28,1%	<21,6%	<20,7%	24,9%	22,7%	20,5%	23,0%	>26,5%	<14,8%	48,3%	9,8%
Divendres	6,5%	5,9%	<4,8%	>8,1%	>7,7%	6,4%	<4,2%	5,9%	>7,8%	3,2%	0,0%	7,9%
Dissabte	37,6%	>41,1%	>45,7%	>40,9%	<16,7%	>46,3%	35,5%	34,2%	<18,6%	>55,8%	29,1%	22,4%
Diumenge	0,5%	0,3%	>1,1%	<0,2%	<0,1%	>0,8%	0,1%	0,0%	<0,1%	1,1%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	31,7%	<24,6%	<26,7%	<29,7%	>49,2%	<23,8%	>39,5%	36,0%	>45,9%	<24,7%	22,6%	53,2%
NS	0,3%	0,0%	<0,0%	0,2%	>0,8%	<0,1%	0,2%	0,5%	>0,7%	0,4%	0,0%	0,0%
NC	0,1%	0,0%	<0,0%	0,1%	>0,6%	<0,0%	0,1%	0,3%	>0,4%	0,0%	0,0%	>6,6%

P4\_4\_2\_B.- Horari en el que sol fer la compra...COMPRA NO QUOTIDIÀ

Horari en el que sol fer la compra...COMPRA NO QUOTIDIÀ	Total	EDAT				SITUACIÓ LABORAL						
		De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys	Treballa	Aturat/da	Mestressa de casa	Jubilat/da / Pensionista	Estudiant (no treballa)	NS	NC
Al matí (abans de les 13h)	30,5%	<25,2%	<23,5%	31,3%	>46,1%	<23,3%	<23,6%	>44,4%	>44,3%	>54,1%	36,2%	21,1%
Entre la 13h i les 15h	3,8%	>5,7%	3,3%	3,4%	3,2%	4,1%	3,2%	2,5%	3,6%	2,9%	6,6%	0,0%
Entre la 15h i les 17h	6,5%	<4,3%	>9,0%	6,4%	<4,7%	>7,5%	8,0%	5,0%	<4,6%	<2,1%	0,0%	7,8%
A partir de les 17h	35,2%	>45,8%	>37,9%	36,0%	<19,6%	>42,8%	34,4%	<24,1%	<22,1%	<22,0%	43,0%	33,0%
No té horari fixe / Quan pot	23,6%	<18,8%	>26,2%	22,4%	25,2%	<22,3%	>30,8%	23,1%	24,4%	18,4%	14,2%	31,4%
NS	0,2%	0,0%	0,1%	0,2%	>0,4%	0,1%	0,0%	0,5%	0,3%	0,4%	0,0%	0,0%
NC	0,2%	<0,0%	<0,0%	0,2%	>0,8%	<0,0%	0,1%	0,3%	>0,6%	0,0%	0,0%	>6,6%

P4\_4\_3\_B.- Ens podria dir el motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h?COMPRA NO QUOTIDIÀ

El motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h es perquè els comerços, botigues... estan tancats? COMPRA NO QUOTIDIÀ	Total	EDAT				SITUACIÓ LABORAL						
		De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys	Treballa	Aturat/da	Mestressa de casa	Jubilat/da / Pensionista	Estudiant (no treballa)	NS	NC
Sí	14,4%	>18,5%	13,3%	<12,7%	14,1%	<13,4%	>17,7%	12,6%	14,4%	>30,8%	29,3%	3,0%
No	85,6%	<81,5%	86,7%	>87,3%	85,9%	>86,6%	<82,3%	87,4%	85,6%	<69,2%	70,7%	97,0%

P4\_4\_3\_1\_B.- I aniria si estiguessin oberts? COMPRA NO QUOTIDIÀ

I aniria si estiguessin oberts? COMPRA NO QUOTIDIÀ	Total	EDAT				SITUACIÓ LABORAL						
		De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys	Treballa	Aturat/da	Mestressa de casa	Jubilat/da / Pensionista	Estudiant (no treballa)	NS	NC
Sí	65,2%	>82,7%	>78,0%	<52,3%	<37,8%	>72,7%	>80,4%	76,6%	<37,5%	>88,3%	5,7%	100,0%
No	30,1%	<16,6%	<17,4%	>41,7%	>53,6%	<23,6%	<15,2%	23,4%	>54,1%	<10,3%	>94,3%	0,0%
Ns	4,7%	<0,7%	4,6%	6,0%	>8,6%	3,7%	4,4%	0,0%	>8,4%	1,3%	0,0%	0,0%

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global. S'han exclòs les respostes d'aquells responsables de compres que no realitzen compres d'equipament de la persona ni de la llar (n: 229)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: DIES I HORARI DE COMPRA

n: Compradors Quotidià = 7.998

n: Compradors No quotidià (\*) = 7.851

### 3.27. Quotidià i No quotidià segons dia i horari de compra

#### QUOTIDIÀ (alimentació fresca, resta d'aliments i altres productes quotidians)

DIES DE LA SETMANA COMPRA	Total	HORARI EN EL QUE SOL FER LA COMPRA					NS	NC
		Al matí (abans de les 13h)	Entre la 13h i les 15h	Entre la 15h i les 17h	A partir de les 17h	No té horari fixe / Quan pot		
De dilluns a dijous	3178	39,9%	8,1%	5,8%	37,1%	8,8%	0,3%	0,0%
Divendres	1112	46,9%	6,8%	8,2%	30,9%	6,9%	0,0%	0,2%
Dissabte	1396	63,0%	9,5%	9,1%	11,7%	6,7%	0,0%	0,0%
Diumenge	49	19,5%	5,4%	1,6%	73,5%	0,0%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	2247	34,9%	3,2%	3,9%	22,6%	35,3%	0,0%	0,1%
NS	16	19,0%	5,0%	0,0%	3,4%	5,1%	59,3%	8,2%
NC	1	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

#### NO QUOTIDIÀ (equipament de la persona i de la llar)

DIES DE LA SETMANA COMPRA	Total	HORARI EN EL QUE SOL FER LA COMPRA					NS	NC
		Al matí (abans de les 13h)	Entre la 13h i les 15h	Entre la 15h i les 17h	A partir de les 17h	No té horari fixe / Quan pot		
De dilluns a dijous	1830	38,1%	4,2%	6,0%	42,3%	9,4%	0,0%	0,0%
Divendres	507	25,1%	6,7%	11,0%	51,7%	5,5%	0,0%	0,0%
Dissabte	2954	33,7%	5,0%	8,7%	37,4%	15,1%	0,0%	0,0%
Diumenge	40	27,7%	1,5%	0,0%	30,7%	40,1%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	2488	22,4%	1,5%	3,7%	24,4%	47,7%	0,1%	0,2%
NS	20	25,2%	0,0%	0,0%	15,6%	11,3%	48,0%	0,0%
NC	11	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

**Nota:** Més informació en detall respecte a la variable de Situació laboral (D0) a l'annex

**Nota (\*):** Amb cercle es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança entre els diferents horaris testats. S'han exclòs les respostes d'aquells responsables de compres que no realitzen compres d'equipament de la persona ni de la llar (n: 149)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: DESPESA MENSUAL D'ALIMENTACIÓ I PRODUCTES HABITUALS

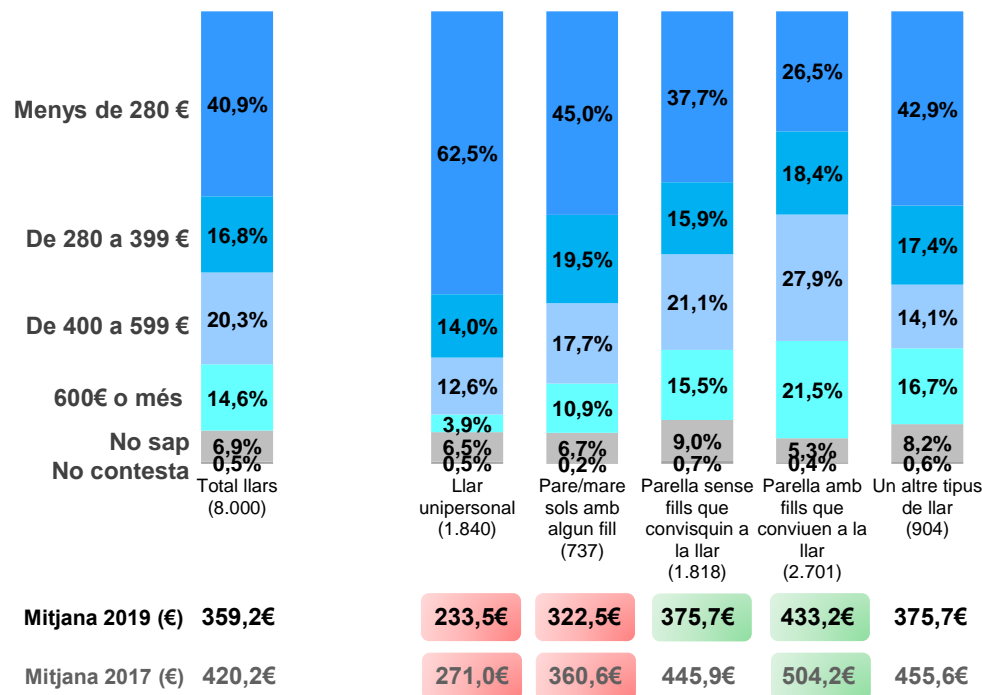
n: Total mostra = 8.000

### 3.28. Despesa mensual d'alimentació i productes habituals segons tipologia de llar

A nivell global, la despesa mensual en alimentació i productes habituals de les llars de la província de Barcelona és de 359,2€ (aproximadament uns 4.310,4€ anuals), lleugerament inferior a l'estudi 2017.

Les llars de parelles amb fills que conviuen a la llar tenen una major despesa mensual respecte al resultat global de forma significativa, en major mesura aquelles llars amb fills menors i majors de 18 anys.

Mentre que les llars unipersonals i les monoparentals tenen una menor despesa mensual que a nivell global, en major mesura les llars unipersonals de menors de 65 anys.



Total	Llar unipersonal menor de 65 anys	Llar unipersonal de 65 anys o més	Pare/mare sol amb fills menors de 18 anys	Pare/mare sol amb fills de 18 anys o més	Pare/mare sol amb fills menors i majors de 18 anys	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills menors de 18 anys	Parella amb fills de 18 anys o més	Parella amb fills menors i majors de 18 anys	Un altre tipus de llar
359,2 €	185,2 €	334,3 €	289,1 €	326,7 €	450,0 €	375,7 €	384,9 €	488,2 €	531,8 €	375,7 €

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P7. En relació a les compres que realitzen a la llar d'alimentació i productes de compra habitual (drogueria, productes de neteja, higiene personal, ...), ens podria dir l'import global de despesa mensual? (resultats en percentatges i mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITS DE COMPRA: DESPESA MENSUAL D'ALIMENTACIÓ I PRODUCTES HABITUALS

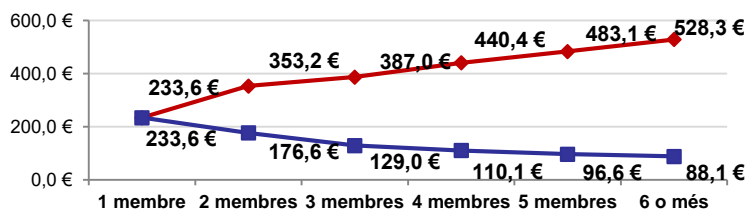
n: Total mostra = 8.000

### 3.29. Despesa mensual d'alimentació i productes habituals segons nombre de membres a la llar

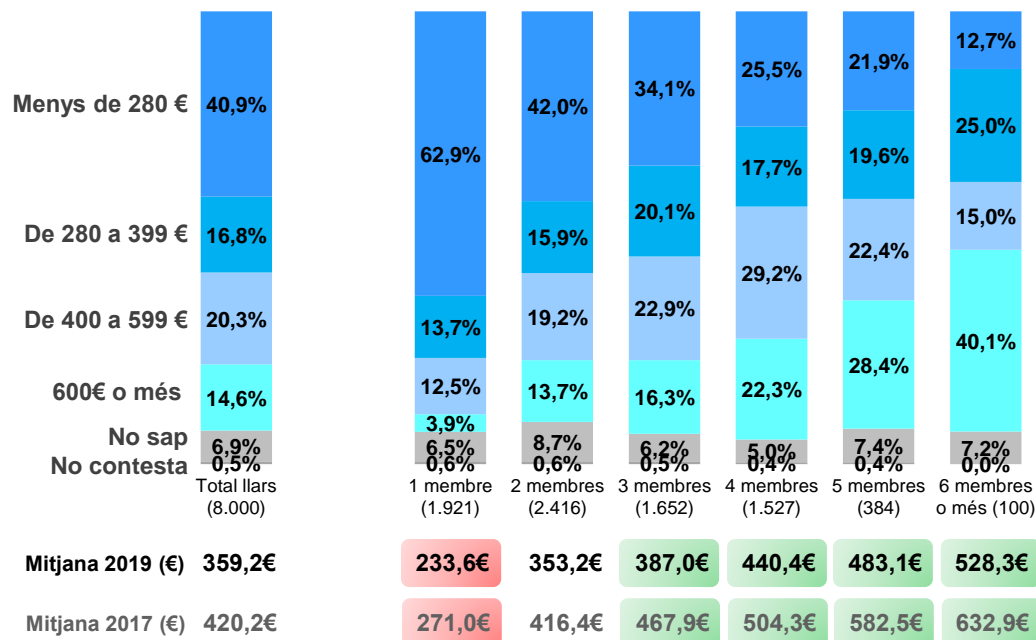
El nombre de membres a la llar continua com un element diferenciador en l'anàlisi de la despesa mensual d'alimentació i productes habituals.

A un major nombre de membres a la llar, hi ha una major despesa mensual en compres d'alimentació i productes habituals de forma significativa.

Destacar que si el principal responsable de la llar i el responsable de les compres estan a l'atur, la despesa mensual es situa en 219,0€, significativament inferior a la global.



—●— Despesa mensual llar en alimentació i prod. habituals (mitjana)  
 —■— Despesa mensual llar en alimentació i prod. habituals / n° membres llar (mitjana)



L'augment de la despesa mensual de les compres en alimentació i productes de compra habitual no té un efecte multiplicador, sino que s'ajusta al nombre de persones que configuren la llar.

**Nota (\*):** En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

**P7.** En relació a les compres que realitzen a la llar d'alimentació i productes de compra habitual (drogueria, productes de neteja, higiene personal, ...), ens podria dir l'import global de despesa mensual? (resultats en percentatges i mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITs DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### HÀBITs DE COMPRA: DESPESA MENSUAL D'ALIMENTACIÓ I PRODUCTES HABITUALS

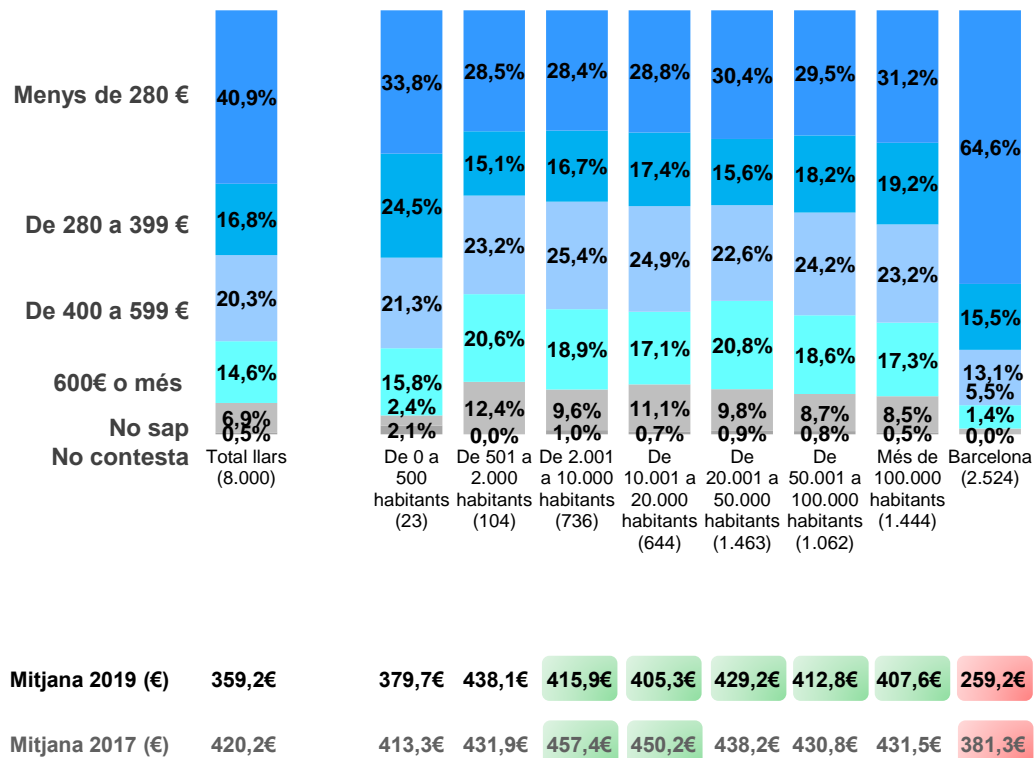
n: Total mostra = 8.000

### 3.30. Despesa mensual d'alimentació i productes habituals segons nombre d'habitants del municipi

S'observen diferències significatives en aquesta despesa mensual de les llars en alimentació i productes habituals segons la grandària de l'habitat (nombre d'habitants).

Les llars de municipis de més de 2.000 habitants son les que tenen una major despesa mensual, significativament superior a la despesa mensual global.

Excepte Barcelona que té la menor despesa mensual per llar en alimentació o productes habituals (259,2€)



**Nota (\*):** En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

**P7.** En relació a les compres que realitzen a la llar d'alimentació i productes de compra habitual (drogueria, productes de neteja, higiene personal, ...), ens podria dir l'import global de despesa mensual? (resultats en percentatges i mitjanes)

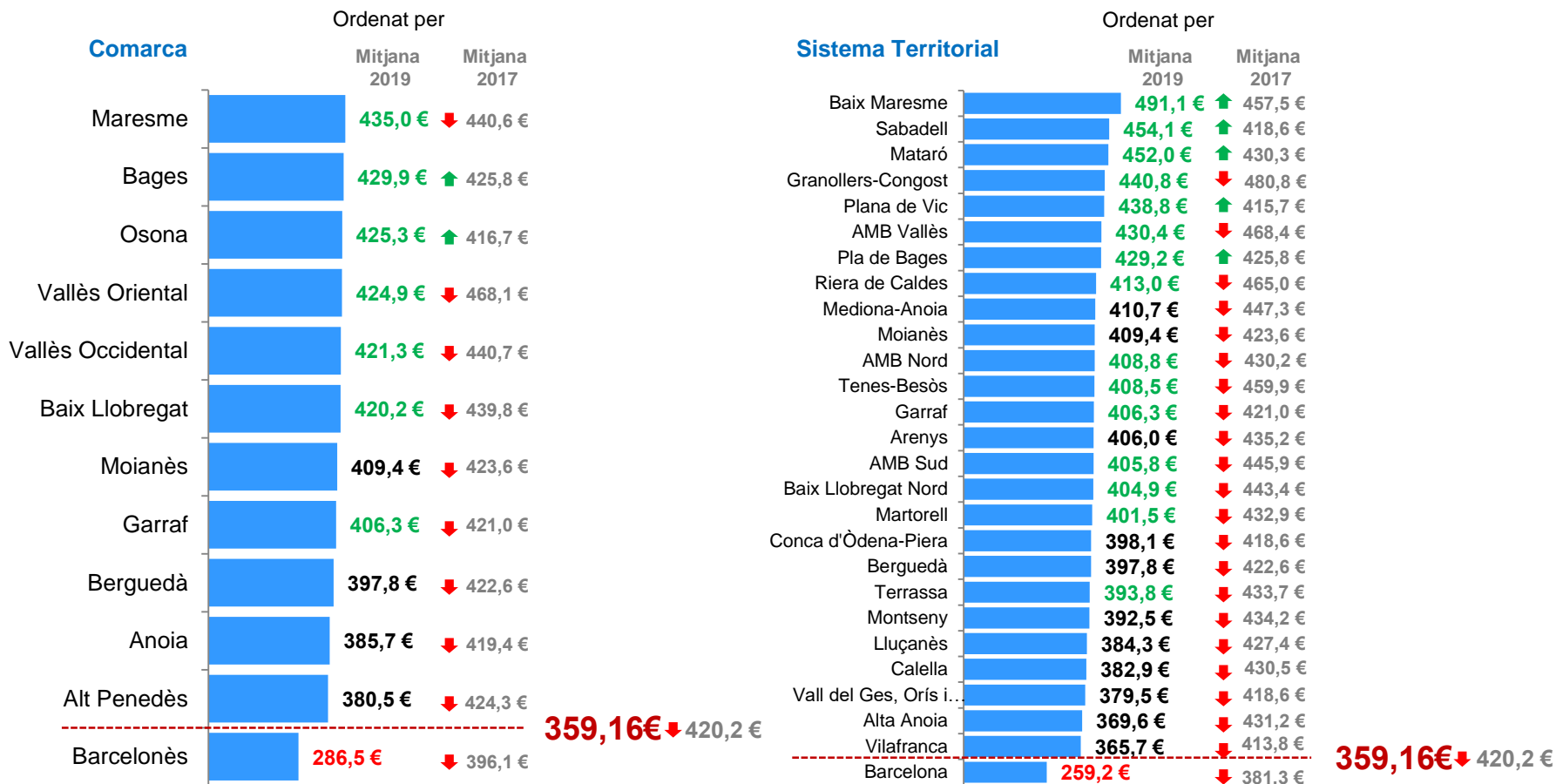
# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

HÀBITS DE COMPRA: DESPESA MENSUAL D'ALIMENTACIÓ I PRODUCTES HABITUALS

n: Total mostra = 8.000

### 3.31. Despesa mensual d'alimentació i productes habituals segons comarca i sistema territorial



Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P7. En relació a les compres que realitzen a la llar d'alimentació i productes de compra habitual (drogueria, productes de neteja, higiene personal, ...), ens podria dir l'import global de despesa mensual? (resultats en mitjanes)



**IMPORTÀNCIA I CONSUM DE PRODUCTES  
ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT, DIRECTES DELS  
PRODUCTOR O DE COMERÇ JUST**

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

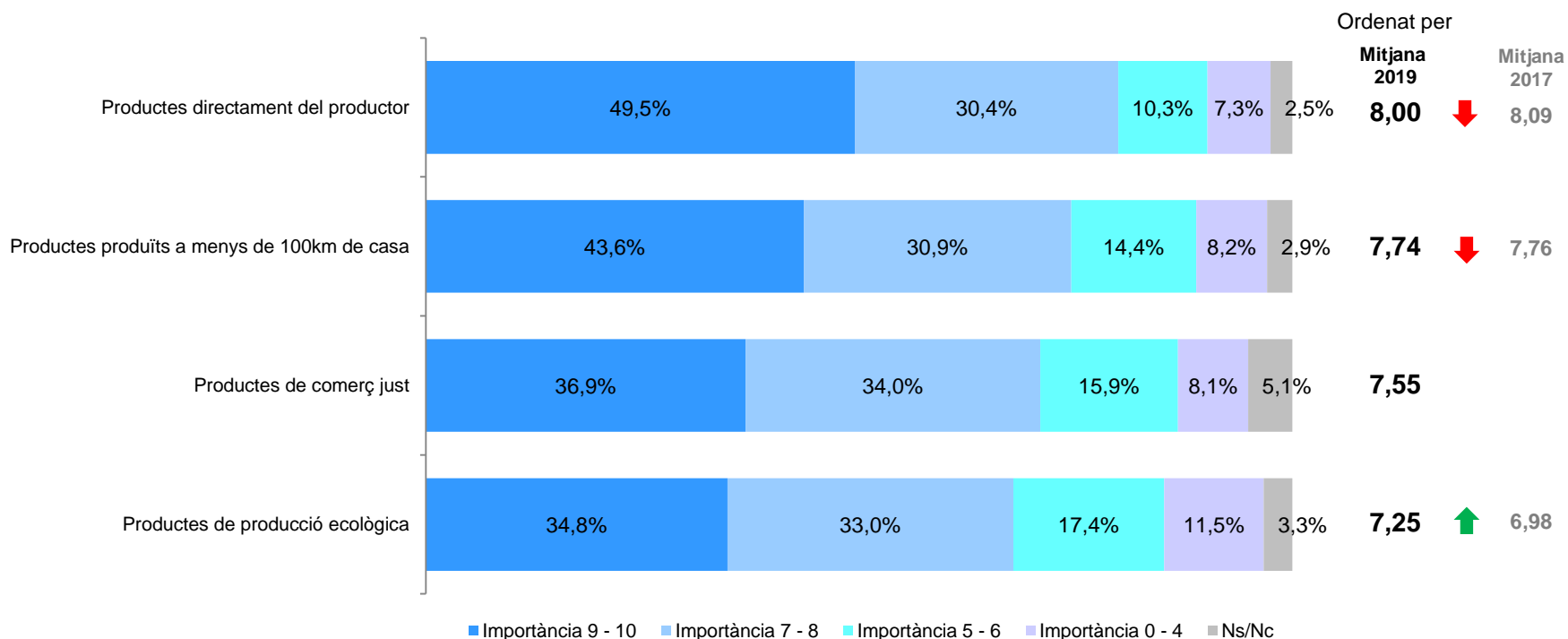
IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT, PRODUCTOR O COMERÇ JUST

n: Total mostra= 8.000

### 4.1. Valoració de la importància que els comerços on compren tinguin productes ecològics, de proximitat, directament del productor o comerç just

El fet de disposar els comerços on compren de productes ecològics, de proximitat, directament del productor o comerç just és important pels responsables de les llars. Per la meitat dels responsables de les compres a la llar té la màxima importància que els comerços on compra tinguin productes directament del productor.

El fet que els comerços on compren tinguin productes produïts a menys de 100 km de casa, es de màxima importància per 4 de cada 10 responsables de les compres, els productes ecològics i de comerç just tenen la màxima importància per 3 de cada 10 compradors.



P5. En una escala del 0 al 10 (0 gens important i 10 molt important), ens podria dir quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ...(resultats en percentatges i mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT, PRODUCTOR O COMERÇ JUST

n: Total mostra= 8.000

### 4.2. Valoració de la importància que els comerços on compren tinguin productes ecològics, de proximitat, directament del productor o comerç just

Quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ...	TIPUS DE LLAR (5 categories)					
	Total	Llar unipersonal	Pare/mare sols amb algun fill	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills que conviuen a la llar	Un altre tipus de llar
Productes de producció ecològica	7,25	7,05	7,31	7,29	7,29	7,43
Productes produïts a menys de 100km de casa	7,74	7,58	8,06	7,74	7,81	7,58
Productes directament del productor	8,00	7,78	8,22	7,98	8,05	8,11
Productes de comerç just	7,55	7,34	7,71	7,75	7,48	7,59

Quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ...	TIPUS DE LLAR (10 categories)										
	Total	Llar unipersonal menor de 65 anys	Llar unipersonal de 65 anys o més	Pare /mare sol amb fills menors de 18 anys	Pare/ mare sol amb fills de 18 anys o més	Pare/ mare sol amb fills menors i majors de 18 anys	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills menors de 18 anys	Parella amb fills de 18 anys o més	Parella amb fills menors i majors de 18 anys	Un altre tipus de llar
Productes de producció ecològica	7,25	6,84	7,41	7,36	7,33	6,79	7,29	7,13	7,58	7,05	7,43
Productes produïts a menys de 100km de casa	7,74	7,26	8,12	8,19	8,06	7,37	7,74	7,63	8,12	7,58	7,58
Productes directament del productor	8,00	7,51	8,24	8,32	8,20	7,87	7,98	7,90	8,34	7,75	8,11
Productes de comerç just	7,55	7,16	7,68	7,75	7,72	7,28	7,75	7,23	7,86	7,47	7,59

S'observa com el fet de disposar de comerços amb productes de comerç just és més important per les parelles sense fills que convisquin a la llar respecte al resultat global.

Per les llars unipersonals de menors de 65 anys, que els seus comerços no tinguin productes ecològics, de proximitat, del productor o de comerç just és menys important que a nivell global. Mentre que per les llars unipersonals de 65 anys o més té més importància que els seus comerços disposin de productes directes del productor o de proximitat.

Que els comerços tinguin productes de proximitat o del productor també és més important per les famílies monoparentals, en major mesura entre aquelles amb fills menors de 18 anys.

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P5. En una escala del 0 al 10 (0 gens important i 10 molt important), ens podria dir quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ...(resultats en mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT, PRODUCTOR O COMERÇ JUST

n: Total mostra= 8.000

### 4.3. Valoració de la importància que els comerços on compren tinguin productes ecològics, de proximitat, directament del productor o comerç just segons comarca i nombre d'habitants del municipi

Quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ...	COMARQUES												
	Total	Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental
Productes de producció ecològica	7,25	7,54	7,27	7,30	7,34	7,01	7,77	7,34	7,43	7,57	7,66	7,46	7,55
Productes produïts a menys de 100km de casa	7,74	8,14	7,88	8,26	7,92	7,30	8,63	8,04	8,08	8,31	8,30	8,00	8,24
Productes directament del productor	8,00	8,55	8,43	8,39	8,25	7,59	8,66	8,20	8,41	8,36	8,47	8,14	8,33
Productes de comerç just	7,55	7,82	7,73	7,87	7,75	7,25	7,82	7,76	7,68	7,89	7,77	7,79	7,80

	NOMBRE HABITANTS								
	Total	De 0 a 500 habitants	De 501 a 2.000 habitants	De 2.001 a 10.000 habitants	De 10.001 a 20.000 habitants	De 20.001 a 50.000 habitants	De 50.001 a 100.000 habitants	Més de 100.000 habitants	Barcelona
Productes de producció ecològica	7,25	6,96	7,85	7,50	7,54	7,44	7,25	7,32	6,94
Productes produïts a menys de 100km de casa	7,74	8,58	8,45	8,21	8,10	7,99	7,93	7,91	7,17
Productes directament del productor	8,00	8,27	8,64	8,41	8,35	8,28	8,18	8,09	7,47
Productes de comerç just	7,55	8,08	7,93	7,79	7,80	7,79	7,64	7,71	7,14

Per les llars de la comarca del Vallès Oriental que els seus comerços tinguin productes ecològics, de proximitat, directament del productor o de comerç just és més important que a nivell global. Per contra, per les llars de la comarca del Barcelonès té menys importància el fet de disposar d'aquest tipus de productes que el global.

S'observen diferències significatives pels municipis amb una grandària entre 2.001 a 10.000 habitants, entre 10.001 a 20.000 habitants i entre 20.001 a 50.000 habitants, on la importància dels productes ecològics, de proximitat directament del productor o de comerç just, també és més important respecte els resultats globals. Per contra, per les llars de Barcelona té menys importància el fet de disposar d'aquest tipus de productes que el global.

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P5. En una escala del 0 al 10 (0 gens important i 10 molt important), ens podria dir quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ...(resultats en mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT, PRODUCTOR O COMERÇ JUST

n: Total mostra= 8.000

### 4.4. Valoració de la importància que els comerços on compren tinguin productes ecològics, de proximitat, directament del productor o comerç just segons sistema territorial

	Quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ...	Productes de producció ecològica	Productes produïts a menys de 100km de casa	Productes directament del productor	Productes de comerç just
SISTEMA TERRITORIAL	Total	7,25	7,74	8,00	7,55
	Alta Anoia	7,27	8,06	8,61	7,79
	AMB Nord	7,26	7,87	8,12	7,66
	AMB Sud	7,24	7,78	8,10	7,63
	AMB Vallès	7,49	7,95	8,11	7,72
	Arenys	7,54	8,21	8,47	7,76
	Baix Llobregat Nord	7,39	8,01	8,30	7,91
	Baix Maresme	7,32	8,01	8,16	7,56
	Barcelona	6,94	7,17	7,47	7,14
	Berguedà	7,77	8,63	8,66	7,82
	Calella	7,61	8,14	8,58	7,84
	Conca d'Òdena-Piera	7,33	7,88	8,40	7,78
	Garraf	7,34	8,04	8,20	7,76
	Granollers-Congost	7,60	8,34	8,49	7,78
	Lluçanès	7,81	8,49	8,52	8,21
	Martorell	7,50	7,93	8,45	7,81
	Mataró	7,37	8,12	8,49	7,64
	Mediona-Anoia	7,26	8,16	8,48	7,59
	Moianès	7,57	8,31	8,36	7,89
	Montseny	7,47	8,38	8,41	7,81
	Pla de Bages	7,30	8,26	8,39	7,87
	Plana de Vic	7,68	8,27	8,46	7,76
	Riera de Caldes	7,28	7,83	8,06	7,61
	Sabadell	7,41	8,13	8,20	7,83
	Tenes-Besòs	7,57	8,07	8,15	7,90
	Terrassa	7,53	8,00	8,13	7,85
	Vall del Ges, Orís i Bisaura	7,47	8,38	8,48	7,69
Vilafranca	7,68	8,13	8,59	7,93	

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P5. En una escala del 0 al 10 (0 gens important i 10 molt important), ens podria dir quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ...(resultats en mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT, PRODUCTOR O COMERÇ JUST

n: Total mostra= 8.000

### 4.5. Valoració de la importància que els comerços on compren tinguin productes ecològics, de proximitat, directament del productor o comerç just segons sexe, trams d'edat i classe social

Quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ... (Mitjana)	SEXE			EDAT				CLASSE					
	Total	Home	Dona	De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys	Alta	Mitja Alta	Mitja	Mitja Baixa	Baixa	Sense Imputar
Productes de producció ecològica	7,25	6,89	7,46	7,15	7,07	7,53	7,31	7,03	6,75	7,30	7,35	7,22	8,06
Productes produïts a menys de 100km de casa	7,74	7,46	7,90	7,09	7,59	8,18	8,05	7,15	7,71	7,77	7,78	7,88	7,59
Productes directament del productor	8,00	7,70	8,17	7,36	7,85	8,38	8,36	7,59	7,60	8,02	8,13	8,23	7,90
Productes de comerç just	7,55	7,14	7,78	7,45	7,28	7,86	7,72	7,00	7,30	7,55	7,66	7,54	8,14

Quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ...		SEXE			EDAT				CLASSE					
		Total	Home	Dona	De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys	Alta	Mitja Alta	Mitja	Mitja Baixa	Baixa	Sense Imputar
Productes de producció ecològica	[0 - 4]	11,5%	>14,6%	<9,8%	>14,2%	>12,7%	<8,2%	11,1%	14,5%	>15,3%	<10,6%	10,9%	13,2%	<6,3%
	[5 - 6]	17,4%	>19,7%	<16,1%	16,2%	>19,3%	17,5%	<15,4%	<13,0%	>22,2%	>18,7%	16,4%	<12,5%	<11,6%
	[7 - 8]	33,0%	32,6%	33,3%	<29,4%	>35,8%	34,4%	<30,2%	>41,9%	31,9%	>34,9%	32,2%	<26,4%	<23,3%
	[9 - 10]	34,8%	<30,8%	>37,0%	>38,6%	<30,9%	>37,2%	34,8%	30,4%	<29,3%	34,9%	35,9%	34,7%	>51,1%
	Ns/Nc	3,3%	<2,3%	>3,9%	<1,6%	<1,3%	2,8%	>8,5%	<0,1%	<1,3%	<0,9%	>4,6%	>13,2%	>7,7%
Productes produïts a menys de 100km de casa	[0 - 4]	8,2%	9,0%	7,8%	>13,2%	>10,1%	<4,4%	<5,2%	>13,7%	8,6%	8,5%	7,6%	6,8%	<3,5%
	[5 - 6]	14,4%	>18,0%	<12,3%	>17,9%	>17,0%	<10,6%	<11,6%	17,7%	>18,6%	<12,3%	14,4%	<11,3%	>25,6%
	[7 - 8]	30,9%	>33,7%	<29,2%	32,5%	29,7%	>32,9%	<28,8%	<24,4%	30,6%	>32,8%	31,4%	<25,7%	<22,9%
	[9 - 10]	43,6%	<37,4%	>47,2%	<34,2%	<42,0%	>49,7%	>47,5%	43,3%	41,4%	44,6%	44,0%	42,5%	39,5%
	Ns/Nc	2,9%	<2,0%	>3,5%	2,2%	<1,2%	2,5%	>6,9%	<0,9%	<0,8%	<1,6%	2,7%	>13,6%	>8,5%
Productes directament del productor	[0 - 4]	7,3%	>8,6%	<6,6%	>11,3%	>8,6%	<4,1%	<5,5%	>13,3%	>9,8%	6,6%	<5,9%	6,7%	>13,5%
	[5 - 6]	10,3%	>11,9%	<9,4%	>14,6%	10,8%	<9,0%	<7,3%	9,3%	>14,6%	9,8%	10,4%	8,2%	<6,5%
	[7 - 8]	30,4%	>34,4%	<28,1%	>33,3%	>32,7%	29,5%	<25,0%	<25,6%	>34,8%	>32,9%	29,0%	<21,8%	<22,8%
	[9 - 10]	49,5%	<43,0%	>53,2%	<39,2%	<47,0%	>54,9%	>56,2%	51,4%	<40,4%	49,7%	>51,5%	52,6%	50,0%
	Ns/Nc	2,5%	2,1%	2,7%	<1,6%	<1,0%	2,5%	>5,9%	<0,3%	<0,5%	<0,9%	>3,2%	>10,8%	>7,3%
Productes directament del productor	[0 - 4]	8,1%	>10,6%	<6,6%	9,2%	>10,8%	<4,8%	<6,4%	>15,5%	>10,7%	8,4%	<6,1%	8,0%	<3,1%
	[5 - 6]	15,9%	>18,9%	<14,2%	>19,7%	15,9%	15,6%	<12,8%	17,9%	16,2%	15,4%	16,7%	14,1%	12,5%
	[7 - 8]	34,0%	>36,5%	<32,6%	<30,7%	>38,6%	33,5%	<30,5%	29,7%	>38,8%	>36,9%	<32,0%	<24,3%	32,5%
	[9 - 10]	36,9%	<29,9%	>40,8%	38,6%	<32,8%	>40,9%	36,8%	35,6%	<33,3%	37,4%	37,7%	35,2%	40,3%
	Ns/Nc	5,1%	<4,1%	>5,7%	<1,8%	<1,8%	5,1%	>13,5%	<1,2%	<1,0%	<1,9%	>7,5%	>18,3%	>11,6%

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P5. En una escala del 0 al 10 (0 gens important i 10 molt important), ens podria dir quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ... (resultats en mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

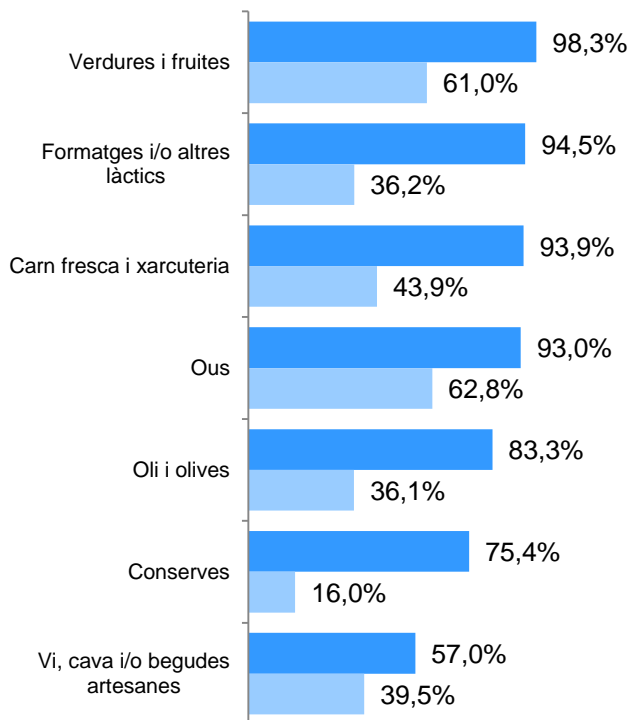
### COMPRA DE PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT O PRODUCTOR

n: Total mostra= 8.000

#### 4.6. Compres mensuals de productes ecològics, de proximitat o directament del productor

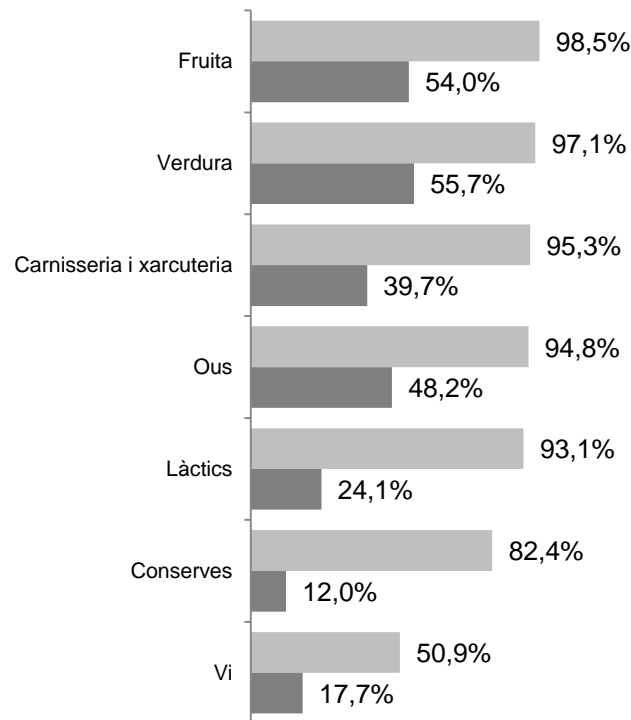
Resultats 2019: Base Total mostra (8.000)

- Ha comprat en el darrer mes
- Ha comprat en l'últim mes de producció ecològica, de proximitat o productor



Resultats 2017: Base Total mostra (8.000)

- Ha comprat en el darrer mes
- Ha comprat en l'últim mes de producció ecològica, de proximitat o productor



**P6.1.** Quins productes de la llista que es detalla a continuació ha comprat en el darrer mes? (resultats en percentatges. Múltiple. Resultats sumen més del 100%)

**P6.2.** (De les categories que diuen SI a P6.1) I ha comprat \_\_\_\_\_ (recuperar categoria) de producció ecològica, de proximitat o directament de productor, en l'últim mes? (resultats en percentatges. Múltiple. Resultats sumen més del 100%)

Nota: No s'ha preguntat pel consum de productes de comerç just

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### COMPRA DE PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT O PRODUCTOR

#### 4.7. Compres mensuals de productes ecològics, de proximitat o directament del productor

Resultats 2019: Base Llar que compra

	Total	SEXE		EDAT			
		Home	Dona	De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys
Verdures i Fruites	61,0%	<59,0%	>62,1%	<54,6%	>63,6%	>66,6%	<55,9%
Carn fresca i xarcuteria	43,9%	<41,7%	>45,1%	<37,9%	<42,1%	>48,5%	>46,2%
Oli i olives	36,1%	<32,9%	>37,9%	<28,4%	<30,3%	>40,9%	>46,4%
Formatges i/o altres làctics	36,2%	<34,1%	>37,3%	<28,8%	35,4%	>39,2%	>40,2%
Vi, cava i/o begudes	39,5%	40,5%	38,8%	<29,2%	38,1%	>45,2%	>45,9%
Ous	62,8%	<58,4%	>65,2%	<54,3%	61,9%	>68,3%	64,9%
Conserves	16,0%	16,5%	15,7%	<11,7%	15,2%	16,5%	>20,5%

S'observen diferències significatives rellevants a nivell de classe social, pel fet de la seva relació amb el nivell adquisitiu.

Les llars de classe alta realitzen més compres de productes ecològics, de proximitat o de productor que a nivell global en totes les categories.

Major compra de compres de productes ecològics, de proximitat o de productor entre les dones i responsables de compres majors de 50 anys.

Per comarca, el Barcelonès té una menor proporció d'aquestes compres.

	Total	CLASSE					
		Alta	Mitja Alta	Mitja	Mitja Baixa	Baixa	Sense Imputar
Verdures i Fruites	61,0%	>74,4%	63,4%	>65,9%	<56,6%	<45,2%	<53,2%
Carn fresca i xarcuteria	43,9%	>55,0%	44,2%	<42,5%	44,6%	41,0%	39,7%
Oli i olives	36,1%	>45,8%	38,1%	<31,7%	>38,4%	38,2%	38,1%
Formatges i/o altres làctics	36,2%	>50,4%	38,8%	<34,4%	35,8%	32,5%	36,4%
Vi, cava i/o begudes	39,5%	40,7%	42,4%	39,4%	39,4%	34,9%	<30,9%
Ous	62,8%	>73,4%	64,3%	63,5%	63,1%	<53,5%	<51,6%
Conserves	16,0%	14,7%	<12,0%	<14,4%	>19,0%	16,1%	>25,5%

	Total	COMARCA											
		Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental
Verdures i Fruites	61,0%	>72,9%	68,1%	65,1%	62,1%	<55,1%	61,7%	>70,3%	>71,8%	70,1%	>68,8%	60,1%	>69,1%
Carn fresca i xarcuteria	43,9%	>54,6%	>51,5%	>53,4%	<39,3%	<37,4%	>65,9%	46,5%	>50,5%	>67,8%	>66,3%	>48,4%	>51,9%
Oli i olives	36,1%	>54,8%	>48,1%	>46,2%	35,7%	<29,4%	39,1%	>48,8%	38,3%	36,7%	>44,6%	>41,6%	40,1%
Formatges i/o altres làctics	36,2%	40,6%	34,8%	>45,0%	<32,5%	<33,1%	>49,7%	39,2%	36,0%	51,5%	>56,7%	38,4%	>41,7%
Vi, cava i/o begudes	39,5%	>72,9%	>49,9%	44,4%	42,3%	<33,6%	30,6%	>57,2%	40,6%	34,2%	38,8%	>42,9%	>45,4%
Ous	62,8%	>70,9%	69,4%	>70,2%	61,0%	<57,2%	>76,3%	67,8%	>69,2%	75,6%	>79,8%	65,2%	>70,5%
Conserves	16,0%	18,2%	18,0%	18,8%	15,5%	<14,0%	17,6%	21,2%	18,9%	17,0%	15,8%	17,2%	18,9%

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P6.2. (De les categories que diuen SI a P6.1) I ha comprat \_\_\_\_\_ (recuperar categoria) de producció ecològica, de proximitat o directament de productor, en l'últim mes? (resultats en percentatges. Múltiple. Resultats sumen més del 100%). **Es mostren els percentatges en funció de si han comprat la categoria de producte.**

Nota: No s'ha preguntat pel consum de productes de comerç just



# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### COMPRA DE PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT O PRODUCTOR

#### 4.8. Compres mensuals de productes ecològics, de proximitat o directament del productor

Resultats 2019: Base Llar que compra

		Verdures i Fruites	Carn fresca i xarcuteria	Oli i olives	Formatges i/o altres làctics	Vi, cava i/o begudes	Ous	Conserves
SISTEMA TERRITORIAL	TOTAL	61,0%	43,9%	36,1%	36,2%	39,5%	62,8%	16,0%
	Alta Anoia	65,3%	64,0%	53,5%	44,8%	48,9%	71,6%	9,2%
	AMB Nord	<49,3%	44,3%	37,7%	35,9%	40,1%	58,9%	17,0%
	AMB Sud	<57,7%	<36,8%	<33,0%	<30,4%	37,0%	<58,5%	14,4%
	AMB Vallès	57,6%	46,9%	40,8%	36,3%	44,3%	59,8%	17,0%
	Arenys	>79,2%	52,5%	38,0%	43,1%	30,8%	>75,0%	18,6%
	Baix Llobregat Nord	66,3%	46,9%	41,9%	36,3%	>55,5%	66,6%	18,7%
	Baix Maresme	67,0%	50,9%	>44,8%	34,3%	38,2%	66,1%	>22,5%
	Barcelona	<57,4%	<36,3%	<26,9%	<33,0%	<32,5%	<57,0%	<13,3%
	Berguedà	61,7%	>65,9%	39,1%	>49,7%	30,6%	>76,3%	17,6%
	Calella	>73,4%	52,0%	36,4%	34,5%	42,6%	67,8%	>23,5%
	Conca d'Òdena-Piera	>70,7%	>53,7%	>50,4%	36,3%	51,4%	>73,6%	20,1%
	Garraf	>70,3%	46,5%	>48,8%	39,2%	>57,2%	67,8%	21,2%
	Granollers-Congost	>70,0%	49,9%	40,9%	41,8%	46,9%	>70,5%	15,9%
	Lluçanès	68,5%	69,8%	35,8%	60,0%	35,5%	81,8%	7,0%
	Martorell	61,9%	36,8%	42,3%	31,6%	45,1%	60,7%	15,7%
	Mataró	>72,1%	49,6%	37,2%	37,0%	47,4%	>71,1%	15,2%
	Mediona-Anoia	71,4%	57,8%	>56,6%	39,8%	>71,2%	68,3%	18,5%
	Moianès	70,1%	>67,8%	36,7%	51,5%	34,2%	75,6%	17,0%
	Montseny	66,8%	>55,4%	42,2%	41,5%	48,1%	70,2%	13,7%
	Pla de Bages	65,0%	>53,3%	>46,2%	>45,0%	44,4%	>70,2%	18,8%
	Plana de Vic	>68,5%	>66,1%	>46,5%	>57,6%	39,7%	>79,9%	16,7%
	Riera de Caldes	63,5%	>55,3%	42,4%	38,7%	36,4%	71,3%	20,3%
	Sabadell	63,6%	>49,8%	>42,1%	>42,0%	45,1%	67,8%	20,0%
Tenes-Besòs	>70,1%	51,3%	33,8%	39,6%	41,7%	68,7%	>23,9%	
Terrassa	59,3%	47,4%	>42,9%	38,1%	41,7%	67,0%	15,2%	
Vall del Ges, Orís i Bisaura	70,9%	>66,2%	37,4%	50,2%	36,5%	78,5%	13,9%	
Vilafranca	>73,6%	53,0%	>53,8%	41,1%	>73,7%	72,1%	18,0%	

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P6.2. (De les categories que diuen SI a P6.1) I ha comprat \_\_\_\_\_ (recuperar categoria) de producció ecològica, de proximitat o directament de productor, en l'últim mes? (resultats en percentatges. Múltiple. Resultats sumen més del 100%). **Es mostren els percentatges en funció de si han comprat la categoria de producte.**

Nota: No s'ha preguntat pel consum de productes de comerç just

**COMPRES PER INTERNET**

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

COMPRES PER INTERNET: HA REALITZAT ALGUNA COMPRA EN L'ÚLTIM ANY

n: Total mostra = 8.000

### 5.1. Compres per internet durant l'últim any segons tipologia de la llar

A nivell global, un 60,7% de les llars de la província de Barcelona ha realitzat compres per internet durant l'últim any (36,1% 2017).

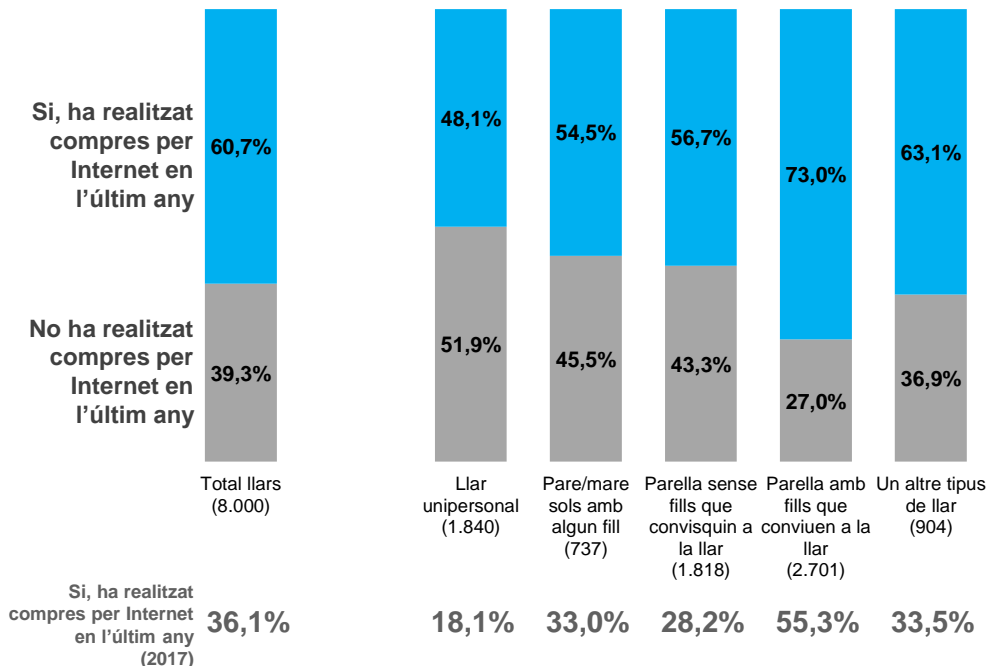
S'observen diferències significatives en les compres per internet realitzades entre els diferents tipus de llars.

Les llars de parelles amb fills que conviuen a la llar realitzen més compres per internet respecte al resultat global de forma significativa, especialment aquelles llars amb fills menors de 18 anys (84,0%).

També les llars monoparentals amb fills menors de 18 anys (69,5%), e inclús les llars unipersonals de menys de 65 anys (67,7%).

S'observa un augment significatiu de les compres per internet realitzades en llars de tres o més membres.

El 66,7% de les llars que valoren pitjor (0-4) l'oferta comercial del municipi han realitzat alguna compra per internet, significativament en major mesura que a nivell global (60,7%).



A nivell global com valora l'oferta comercial del seu municipi	En l'últim any a realitzat alguna compra per internet?		
	Total	SÍ	NO
[0 - 4]	569	66,7%	33,3%
[5 - 6]	1884	60,9%	39,1%
[7 - 8]	3893	58,9%	41,1%
[9 - 10]	1654	62,9%	37,1%

P8. En l'últim any ha realitzat alguna compra per internet? (resultats en percentatges)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

COMPRES PER INTERNET: HA REALITZAT ALGUNA COMPRA EN L'ÚLTIM ANY

n: Total mostra = 8.000

### 5.2. Compres per internet durant l'últim any segons sexe, edat, tipus de llar i comarques

En l'últim any ha realitzat alguna compra per internet?	SEXE			EDAT			
	Total	Home	Dona	De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys
<b>Sí</b>	<b>60,7%</b>	>68,8%	<56,2%	>85,1%	>77,2%	<53,4%	<21,3%
<b>No</b>	<b>39,3%</b>	<31,2%	>43,8%	<14,9%	<22,8%	>46,6%	>78,7%

En l'últim any ha realitzat alguna compra per internet?	TIPUS DE LLAR (5 categories)					
	Total	Llar unipersonal	Pare/mare sols amb algun fill	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills que conviuen a la llar	Un altre tipus de llar
<b>Sí</b>	<b>60,7%</b>	<48,1%	<54,5%	<56,7%	>73,0%	63,1%
<b>No</b>	<b>39,3%</b>	>51,9%	>45,5%	>43,3%	<27,0%	36,9%

En l'últim any ha realitzat alguna compra per internet?	TIPUS DE LLAR (10 categories)										
	Total	Llar unipersonal menor de 65 anys	Llar unipersonal de 65 anys o més	Pare/mare sol amb fills menors de 18 anys	Pare/mare sol amb fills de 18 anys o més	Pare/mare sol amb fills menors i majors de 18 anys	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills menors de 18 anys	Parella amb fills de 18 anys o més	Parella amb fills menors i majors de 18 anys	Un altre tipus de llar
<b>Sí</b>	<b>60,7%</b>	>67,7%	<17,7%	>69,5%	<45,2%	70,7%	<56,7%	>84,0%	<56,9%	>75,0%	63,1%
<b>No</b>	<b>39,3%</b>	<32,3%	>82,3%	<30,5%	>54,8%	29,3%	>43,3%	<16,0%	>43,1%	<25,0%	36,9%

En l'últim any ha realitzat alguna compra per internet?	COMARQUES												
	Total	Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental
<b>Sí</b>	<b>60,7%</b>	<51,5%	<52,8%	<47,3%	<52,4%	>72,0%	50,4%	<51,0%	<54,6%	55,3%	<50,1%	<54,8%	<50,7%
<b>No</b>	<b>39,3%</b>	>48,5%	>47,2%	>52,7%	>47,6%	<28,0%	49,6%	>49,0%	>45,4%	44,7%	>49,9%	>45,2%	>49,3%

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P8. En l'últim any ha realitzat alguna compra per internet? (resultats en percentatges)

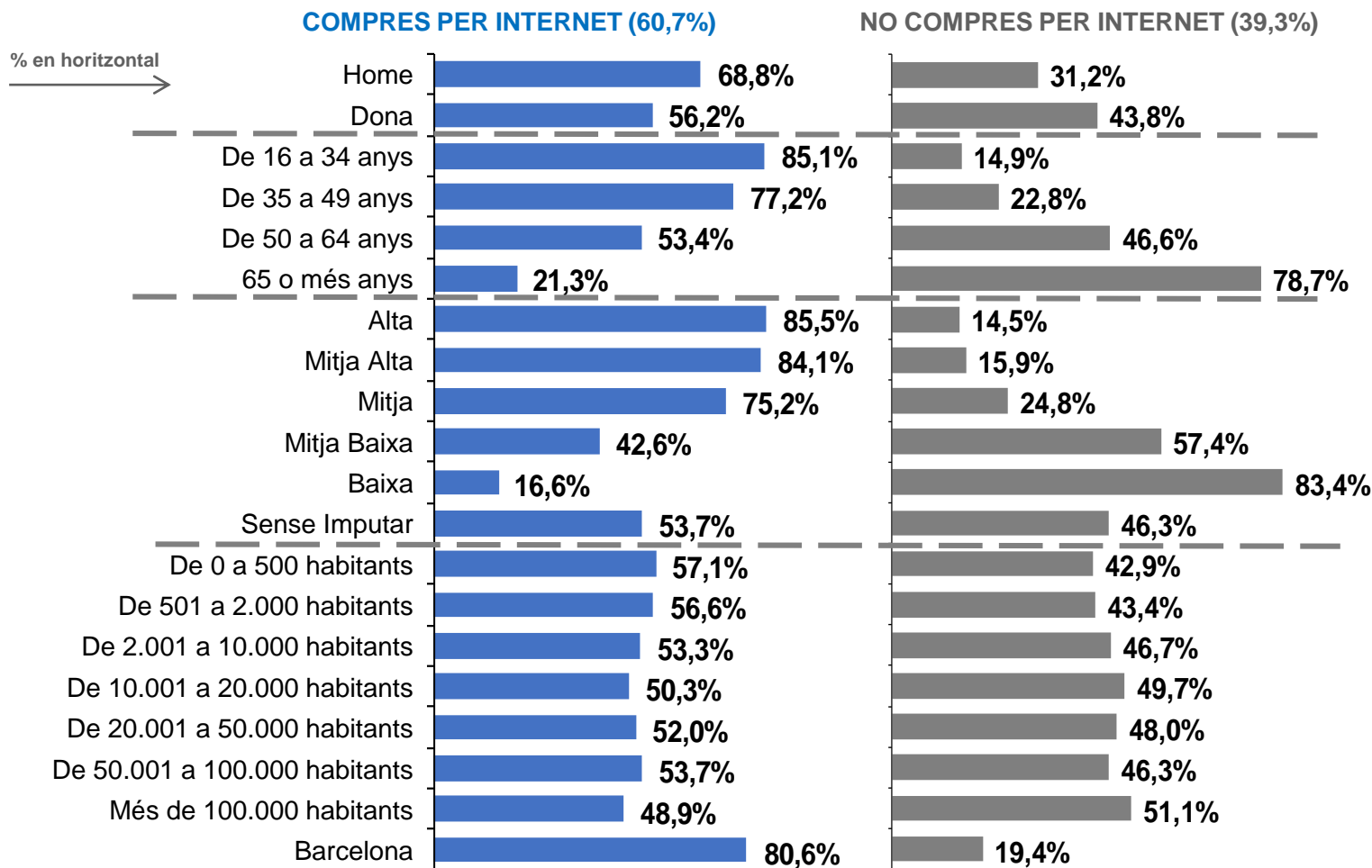
# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

COMPRES PER INTERNET: HA REALITZAT ALGUNA COMPRA EN L'ÚLTIM ANY

n: Total mostra = 8.000

### 5.3. Perfil del comprador per internet durant l'últim any



P8. En l'últim any ha realitzat alguna compra per internet? (resultats en percentatges)

Preguntes. Sexe / Edat / Classe social del principal sustentador / Nombre d'habitants

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

COMPRES PER INTERNET: COMPRES REALITZADES E IMPORT ÚLTIMA COMPRA

n: Han comprat per internet (últim any)= 4.859

### 5.4. Compres realitzades per internet segons categories e import última compra

Oci, entrades, llibres, música i joguines		Viatges		Electrodomèstics		Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	
<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 4.859	<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 4.859	<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 4.859	<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 4.859
Compra	76,5%	Compra	53,3%	Compra	29,3%	Compra	52,0%
No compra	23,5%	No compra	46,7%	No compra	70,7%	No compra	48,0%
<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 3.715	<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 2.591	<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 1.424	<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 2.525
[Menys de 30 euros]	19,9%	[Menys de 200 euros]	23,4%	[Menys de 90 euros]	31,5%	[Menys de 40 euros]	21,1%
[De 30 a 49 euros]	18,0%	[De 200 a 399 euros]	26,3%	[De 90 a 249 euros]	23,8%	[De 40 a 59 euros]	19,3%
[De 50 a 99 euros]	26,0%	[De 400 a 899 euros]	22,6%	[De 250 a 499 euros]	19,4%	[De 60 a 99 euros]	21,2%
[100 o més euros]	31,3%	[900 o més euros]	23,3%	[500 o més euros]	20,5%	[100 o més euros]	33,0%
Ns/Nc	4,8%	Ns/Nc	4,4%	Ns/Nc	4,8%	Ns/Nc	5,3%
Mitjana import €	98,6 €	Mitjana import €	718,3 €	Mitjana import €	308,5 €	Mitjana import €	101,2 €
Desviació import €	140,3	Desviació import €	941,1	Desviació import €	384,7	Desviació import €	149,0

Informàtica/ electrònica/ videojocs/ telecomunicació (smartphones i tablets)		Alimentació		Formació	
<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 4.859	<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 4.859	<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 4.859
Compra	41,2%	Compra	16,5%	Compra	11,4%
No compra	58,8%	No compra	83,5%	No compra	88,6%
<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 2.001	<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 801	<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 555
[Menys de 40 euros]	17,3%	[Menys de 50 euros]	20,5%	[Menys de 50 euros]	28,1%
[De 40 a 99 euros]	27,4%	[De 50 a 99 euros]	24,6%	[De 50 a 99 euros]	15,9%
[De 100 a 264 euros]	29,8%	[De 100 a 149 euros]	27,6%	[De 100 a 349 euros]	27,3%
[265 o més euros]	21,9%	[150 o més euros]	20,5%	[350 o més euros]	23,7%
Ns/Nc	3,6%	Ns	6,8%	Ns	5,1%
Mitjana import €	224,0 €	Mitjana import €	111,7 €	Mitjana import €	360,1 €
Desviació import €	318,8	Desviació import €	142,3	Desviació import €	694,7

P9. Ens podria dir què ha comprat i l'import aproximat de l'última compra? (resultats en percentatges. Múltiple. Resultats sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

COMPRES PER INTERNET: COMPRES REALITZADES E IMPORT ÚLTIMA COMPRA

n: Han comprat per internet (últim any)= 4.859

### 5.5. Compres realitzades per internet segons sexe i edat i comarques

Ha comprat per internet en l'últim any... (% sobre compradors per internet en l'últim any)	Total	SEXE		EDAT			
		Home	Dona	De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys
Oci, entrades, llibres, música i joguines	76,5%	76,1%	76,7%	>78,5%	>80,0%	<72,0%	<62,1%
Viatges	53,3%	54,6%	52,4%	>67,1%	<47,6%	50,8%	<44,7%
Electrodomèstics	29,3%	>32,0%	<27,5%	>32,5%	30,1%	27,1%	<19,8%
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	52,0%	<48,8%	>54,2%	>60,0%	>56,1%	<41,7%	<29,9%
Informàtica/electrònica/vidеоjocs/Telecomunicacions	41,2%	>53,1%	<32,9%	>45,9%	42,0%	<37,1%	<31,7%
Alimentació	16,5%	15,3%	17,3%	17,3%	>18,5%	<12,6%	13,8%
Formació	11,4%	12,0%	11,0%	>17,8%	<9,7%	<9,3%	<4,4%

Ha comprat per internet en l'últim any... (% sobre compradors per internet en l'últim any)	Total	COMARQUES											
		Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental
Oci, entrades, llibres, música i joguines	76,5%	69,2%	72,5%	<65,1%	78,9%	>78,8%	68,1%	76,6%	<70,4%	74,0%	69,6%	74,5%	74,7%
Viatges	53,3%	47,4%	48,8%	45,1%	<48,9%	>57,6%	39,8%	49,0%	52,0%	41,3%	45,1%	50,5%	48,7%
Electrodomèstics	29,3%	25,7%	30,7%	25,7%	28,4%	>33,3%	19,2%	23,5%	<22,5%	32,9%	21,7%	<25,7%	<22,6%
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	52,0%	49,3%	54,7%	45,1%	48,7%	>55,5%	53,6%	43,9%	48,8%	51,3%	48,1%	<47,7%	49,8%
Informàtica/electrònica/vidеоjocs/Telecomunicacions	41,2%	34,2%	44,5%	38,7%	41,4%	>42,6%	35,7%	44,8%	37,3%	40,1%	33,7%	39,1%	42,3%
Alimentació	16,5%	13,6%	9,1%	<9,4%	15,5%	>18,8%	8,3%	13,8%	14,1%	12,9%	<8,8%	17,3%	<11,0%
Formació	11,4%	11,0%	12,2%	9,4%	10,3%	>12,4%	8,7%	9,4%	9,7%	13,3%	9,9%	10,7%	11,5%

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P9. Ens podria dir què ha comprat en l'última compra? (resultats en percentatges. Múltiple. Resultats sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### COMPRES PER INTERNET: COMPRES REALITZADES E IMPORT ÚLTIMA COMPRA

#### 5.6. Despesa de l'última compra realitzada per internet segons sexe i trams d'edat

Import aproximat de l'última compra per Internet de ...	Total	SEXE		EDAT			
		Home	Dona	De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys
Oci, entrades, llibres, música i joguines	98,6 €	102,9 €	95,5 €	77,8 €	99,9 €	112,4 €	143,3 €
Viatges	718,3 €	735,9 €	705,5 €	477,1 €	815,1 €	903,0 €	856,1 €
Electrodomèstics	308,5 €	342,6 €	282,0 €	218,8 €	369,3 €	329,6 €	248,7 €
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	101,2 €	87,2 €	110,0 €	91,1 €	107,0 €	99,7 €	119,5 €
Informàtica/electrònica/videojocs/Telecomunicacions	224,0 €	239,2 €	206,0 €	236,6 €	199,5 €	258,2 €	232,4 €
Alimentació	111,7 €	130,9 €	100,9 €	94,1 €	115,5 €	128,8 €	119,2 €
Formació	360,1 €	373,7 €	349,5 €	430,7 €	230,1 €	490,0 €	87,7 €

S'observen diferències significatives a nivell de les mitjanes de la despesa de l'última compra realitzada per internet en moda i complements, segons sexe respecte els resultats globals.

Hi ha diferències segons trams d'edat respecte les dades globals, s'observa com els imports són més baixos en oci, viatges i electrodomèstics en el tram de 16 a 34 anys, doncs és un perfil amb menor poder adquisitiu.

L'import de compres per internet en viatges augmenta en el tram de 35 a 64 anys respecte el global.

**Nota (\*):** En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

**P9.** Ens podria dir l'import aproximat de l'última compra? (resultats en mitjanes)



# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### COMPRES PER INTERNET: COMPRES REALITZADES E IMPORT ÚLTIMA COMPRA

#### 5.7. Despesa de l'última compra realitzada per internet segons tipologia de llar

Import aproximat de l'última compra per Internet de ...	Total	TIPUS DE LLAR (5 categories)				
		Llar unipersonal	Pare/mare sols amb algun fill	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills que conviu a la llar	Un altre tipus de llar
Oci, entrades, llibres, música i joguines	98,6 €	81,4 €	73,8 €	113,7 €	101,9 €	97,3 €
Viatges	718,3 €	505,6 €	911,3 €	831,8 €	761,8 €	581,3 €
Electrodomèstics	308,5 €	282,8 €	231,9 €	287,1 €	368,4 €	230,9 €
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	101,2 €	93,9 €	84,6 €	101,8 €	103,2 €	115,5 €
Informàtica/electrònica/videojocs/Telecomunicacions	224,0 €	226,0 €	274,0 €	198,2 €	230,2 €	207,4 €
Alimentació	111,7 €	94,8 €	93,9 €	97,4 €	123,6 €	131,8 €
Formació	360,1 €	293,1 €	205,7 €	361,9 €	388,9 €	451,7 €

Import aproximat de l'última compra per Internet de ...	Total	TIPUS DE LLAR (10 categories)									
		Llar unipersonal menor de 65 anys	Llar unipersonal de 65 anys o més	Pare /mare sol amb fills menors de 18 anys	Pare/ mare sol amb fills de 18 anys o més	Pare/ mare sol amb fills menors i majors de 18 anys	Parella sense fills que convisquin a la llar	Parella amb fills menors de 18 anys	Parella amb fills de 18 anys o més	Parella amb fills menors i majors de 18 anys	Un altre tipus de llar
Oci, entrades, llibres, música i joguines	98,6 €	73,5 €	132,3 €	58,9 €	86,5 €	86,5 €	113,7 €	105,6 €	94,7 €	96,5 €	97,3 €
Viatges	718,3 €	481,8 €	662,1 €	1.660,6 €	452,5 €	702,0 €	831,8 €	855,2 €	568,3 €	781,4 €	581,3 €
Electrodomèstics	308,5 €	285,5 €	253,5 €	351,8 €	195,4 €	271,2 €	287,1 €	388,4 €	343,4 €	252,8 €	230,9 €
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	101,2 €	94,1 €	92,5 €	88,7 €	75,5 €	102,6 €	101,8 €	111,2 €	91,6 €	85,0 €	115,5 €
Informàtica/electrònica/videojocs/Telecomunicacions	224,0 €	224,6 €	236,1 €	136,1 €	361,4 €	941,5 €	198,2 €	203,5 €	278,5 €	270,7 €	207,4 €
Alimentació	111,7 €	93,6 €	101,9 €	81,9 €	102,5 €	104,5 €	97,4 €	116,3 €	135,7 €	166,9 €	131,8 €
Formació	360,1 €	309,0 €	109,2 €	217,4 €	209,2 €	72,0 €	361,9 €	331,3 €	469,0 €	396,2 €	451,7 €

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P9. Ens podria dir l'import aproximat de l'última compra? (resultats en mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### COMPRES PER INTERNET: COMPRES REALITZADES E IMPORT ÚLTIMA COMPRA

#### 5.8. Despesa de l'última compra realitzada per internet segons comarca i nombre d'habitants del municipi

Import aproximat de l'última compra per Internet de ...	COMARQUES												
	Total	Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental
Oci, entrades, llibres, música i joguines	98,6 €	113,0 €	97,3 €	93,5 €	104,0 €	93,0 €	102,3 €	94,4 €	109,3 €	108,4 €	129,6 €	102,2 €	105,9 €
Viatges	718,3 €	756,3 €	621,9 €	820,2 €	697,5 €	675,9 €	676,2 €	817,5 €	794,0 €	881,1 €	843,2 €	807,7 €	792,2 €
Electrodomèstics	308,5 €	285,9 €	361,5 €	227,5 €	295,1 €	302,8 €	334,2 €	270,1 €	428,4 €	349,6 €	230,6 €	305,1 €	347,7 €
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	101,2 €	92,3 €	103,8 €	79,5 €	81,3 €	109,6 €	93,4 €	97,6 €	96,0 €	105,9 €	85,0 €	96,7 €	96,9 €
Informàtica/electrònica/vidjocs/Telecomunicacions	224,0 €	245,0 €	299,0 €	298,6 €	232,9 €	201,2 €	237,6 €	285,9 €	219,0 €	292,1 €	249,1 €	244,7 €	278,3 €
Alimentació	111,7 €	101,6 €	97,5 €	137,7 €	139,9 €	100,0 €	80,3 €	107,4 €	147,5 €	98,7 €	79,2 €	111,4 €	144,3 €
Formació	360,1 €	392,2 €	648,4 €	413,8 €	345,0 €	332,5 €	536,3 €	572,7 €	571,7 €	677,1 €	312,6 €	353,5 €	268,3 €

Import aproximat de l'última compra per Internet de ...	NOMBRE HABITANTS									
	Total	De 0 a 500 habitants	De 501 a 2.000 habitants	De 2.001 a 10.000 habitants	De 10.001 a 20.000 habitants	De 20.001 a 50.000 habitants	De 50.001 a 100.000 habitants	Més de 100.000 habitants	Barcelona	
Oci, entrades, llibres, música i joguines	98,6 €	111,6 €	117,2 €	108,7 €	103,0 €	109,5 €	91,0 €	108,0 €	90,9 €	
Viatges	718,3 €	587,3 €	737,3 €	881,4 €	786,3 €	725,9 €	691,5 €	824,8 €	660,6 €	
Electrodomèstics	308,5 €	312,1 €	255,5 €	401,6 €	328,0 €	308,4 €	262,1 €	295,7 €	308,1 €	
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	101,2 €	75,8 €	100,2 €	95,8 €	78,9 €	93,1 €	81,8 €	96,4 €	113,5 €	
Informàtica/electrònica/vidjocs/Telecomunicacions	224,0 €	251,6 €	390,2 €	267,3 €	238,7 €	252,3 €	217,1 €	246,4 €	195,9 €	
Alimentació	111,7 €	61,9 €	116,6 €	113,7 €	160,0 €	160,3 €	114,3 €	129,3 €	87,2 €	
Formació	360,1 €	390,2 €	323,7 €	402,1 €	348,1 €	547,0 €	179,3 €	527,7 €	297,7 €	

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P9. Ens podria dir l'import aproximat de l'última compra? (resultats en mitjanes)

**ANÀLISI DELS PERFILS DELS  
RESPONSABLES DE LES COMPRES  
A LES LLARS (CLÚSTER)**

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### ANÀLISI DELS PERFILS DELS RESPONSABLES DE LES COMPRES A LES LLARS (CLÚSTER)

#### Metodologia: Anàlisi dels perfils dels responsables de les compres a les llars

Per determinar l'existència de **diferents tipus de responsables de la llar en la compra de productes quotidians (alimentació fresca, resta alimentació i altres productes quotidians no alimentaris) i no quotidians (equipament de la persona i de la llar) a la província de Barcelona** hem analitzat una sèrie de preguntes relacionades amb els hàbits de compra, de les quals posteriorment s'han creat variables dicotòmiques (Si / No) per realitzar un anàlisi multivariable. A continuació detallem les variables dicotòmiques utilitzades:

- Compra PRODUCTES QUOTIDIANS NOMÉS al Barri de residència
- Compra PRODUCTES QUOTIDIANS al Barri de residència i Fora del barri
- Compra PRODUCTES QUOTIDIANS NOMÉS Fora del barri
- Compra PRODUCTES NO QUOTIDIANS NOMÉS al Barri de residència
- Compra PRODUCTES NO QUOTIDIANS al Barri de residència i Fora del barri
- Compra PRODUCTES NO QUOTIDIANS NOMÉS Fora del barri
- Compra PRODUCTES QUOTIDIANS de Dl. a Dv. al Matí (fins les 17h)
- Compra PRODUCTES QUOTIDIANS de Dl. a Dj. al Tarda (a partir de les 17h)
- Compra PRODUCTES QUOTIDIANS els Dv. Tarda, Ds. i Dg. (a partir de les 17h)
- Compra PRODUCTES NO QUOTIDIANS de Dl. a Dv. al Matí (fins les 17h)
- Compra PRODUCTES NO QUOTIDIANS de Dl. a Dj. al Tarda (a partir de les 17h)
- Compra PRODUCTES NO QUOTIDIANS els Dv. Tarda, Ds. i Dg. (a partir de les 17h)
- Considera Molt important (valoració de 9-10 en una escala 0-10) que els comerços on compra tinguin productes Ecològics, de Proximitat o del Productor
- Considera Molt important (valoració de 9-10 en una escala 0-10) que els comerços on compra tinguin productes Ecològics i de Proximitat
- Ha comprat algun producte ecològic, de proximitat o directe del productor durant el últim mes
- En l'últim any ha realitzat alguna compra per internet

Amb les respostes obtingudes dels entrevistats, es procedeix a realitzar una **Anàlisi Tipològic no Jeràrquic** amb l'objectiu d'ubicar a tots els entrevistats en grups homogenis entre si i heterogenis respecte als altres. Provades diferents combinacions, **la segmentació més significativa és la de 4 grups** (ubicats el total dels entrevistats). Segons **l'anàlisi discriminant de les variables de segmentació combinades** expliquen el **89,5% de la variància** (en 2 eixos) entre els 4 grups.

La **segmentació final** queda representada:

- Grup 1** – 3.192 individus, 39,9%
- Grup 2** – 1.817 individus, 22,7%
- Grup 3** – 1.696 individus, 21,2%
- Grup 4** – 1.295 individus, 16,2%

**Nivell de significació de l'Anàlisi Discriminant** sobre la segmentació de l'Anàlisi Clúster: **92,6% dels casos correctament classificats**

A continuació es realitzaran una sèrie de creuaments segons **variables passives** com: sexe, edat, etc. per descriure els perfils.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### ANÀLISI DELS PERFILS DELS RESPONSABLES DE LES COMPRES A LES LLARS (CLÚSTER)

## GRUP 1 (39,9%)

Elevada compra «fora del barri».

25,6% fan les compres de quotidianes fora del barri de residència.

3 de cada 10 realitza les compres quotidianes a partir de les 17h.

Son un perfil de **consumidor molt crític**. Valoració de l'oferta comercial del municipi: **6,88** (sobre 10) i del barri: **6,04** (sobre 10).

Despesa mensual en alimentació i productes quotidians no alimentaris: **351,11€/ mes**

Tenen una **mitjana de 47 anys**, viuen en **parella amb fills a la llar**, principalment tenen **fills menors de 18 anys (20,5%)** i en un **41,7% son homes**. Major responsabilitat compartida.

## GRUP 3 (21,2%)

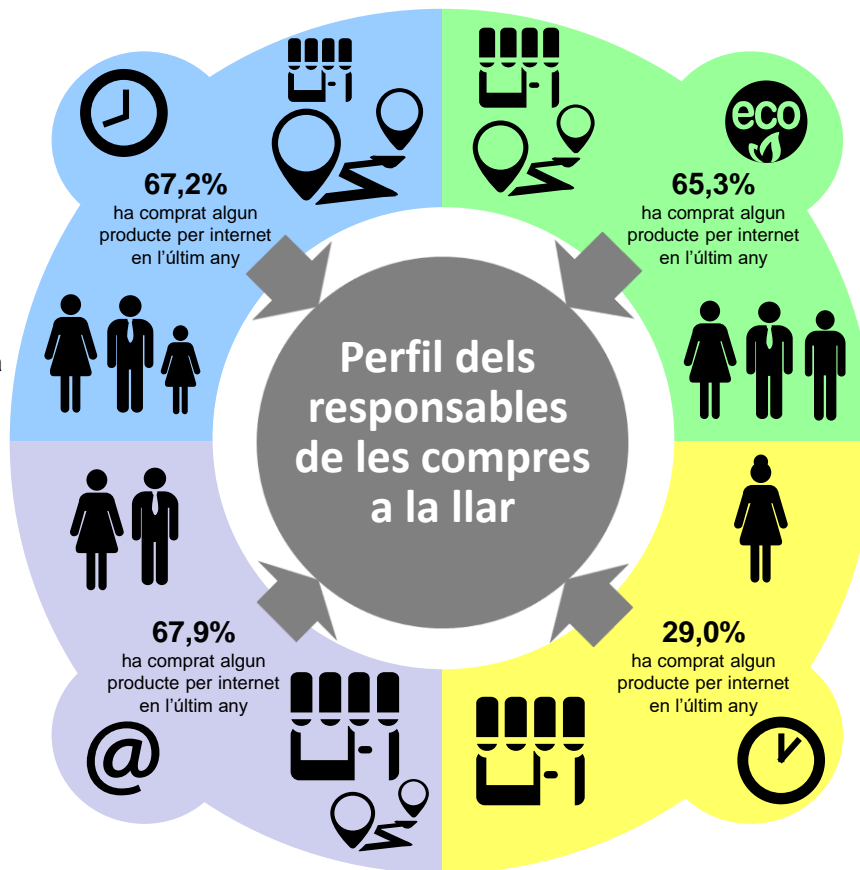
Els productes quotidians es compren «al barri», i «fora del barri» els no quotidians.

Major proporció de **compres en dissabte** i en **horari de tarda** (a partir de les 17h).

Valoració de l'oferta comercial del municipi: **7,41** (sobre 10) i del barri: **6,98** (sobre 10).

Despesa mensual en alimentació i productes quotidians no alimentaris: **355,18€/ mes**

**Amb una mitjana de 46 anys** que viuen en **parella i sense fills a la llar (23,7%)**, i principalment **treballen (64,8%)** amb un nivell adquisitiu mitja-alt.



Compra dins del barri  
 Compra fora del barri

## GRUP 2 (22,7%)

Els productes quotidians es compren «al barri», i «fora del barri» els no quotidians.

Producte quotidià: **entre setmana** (de dilluns a dijous) en **horari de matí** (fins les 13h).

Pel **95,5%** és molt important que els comerços **tinguin productes ecològics, de proximitat o directament de productor**, i un **90,5%** ha comprat en l'últim mes.

Valoració de l'oferta comercial del municipi: **7,20** (sobre 10) i del barri: **6,24** (sobre 10).

Despesa mensual en alimentació i productes quotidians no alimentaris: **374,64€/ mes**

Tenen una **mitjana de 49 anys**, viuen en **parella amb fills a la llar**, principalment tenen **fills majors de 18 anys o més (16,4%)**.

## GRUP 4 (16,2%)

Compradors al «barri», tant de productes quotidians com no quotidians.

**Entre setmana** (de dilluns a dijous) en **horari de matí** (fins les 13h).

Valoració de l'oferta comercial del municipi: **7,41** (sobre 10) i del barri: **7,12** (sobre 10).

**Major presència de dones (72,7%)**, amb major responsabilitat exclusiva (66,8%)

35% son **llars unipersonals (24,4% llars de persones de 65 o més anys)**.

Despesa mensual en alimentació i productes quotidians no alimentaris: **361,98€/ mes**

**Mitjana de 60 anys i jubilats (52,1%)**

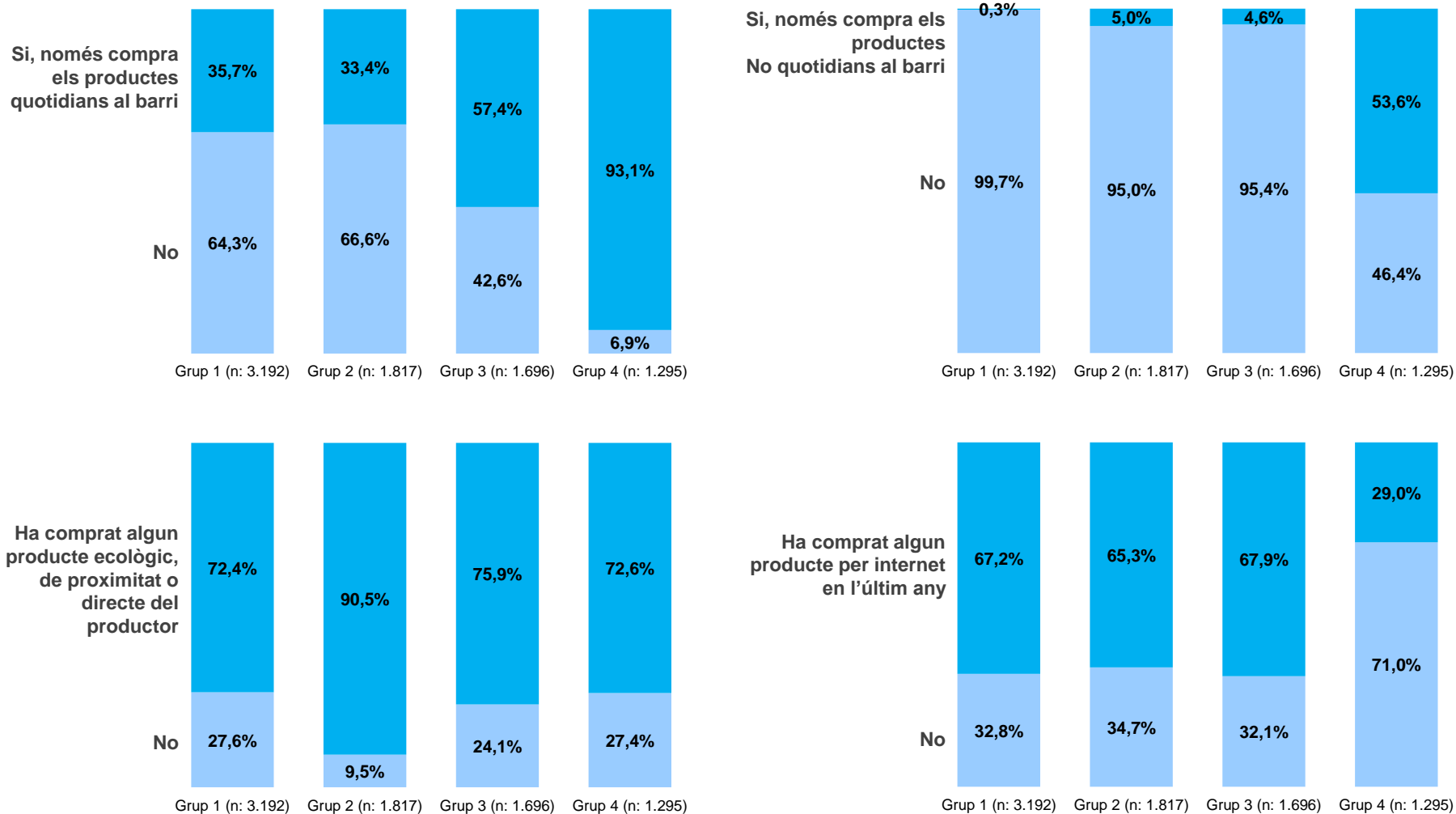
**Nota:** Productes quotidians (alimentació fresca, resta alimentació i altres productes quotidians no alimentaris) i no quotidians (equipament de la persona i de la llar)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### ANÀLISI DELS PERFILS DELS RESPONSABLES DE LES COMPRES A LES LLARS (CLÚSTER)

#### Variables de comportament dels perfils dels responsables de les compres a les llars



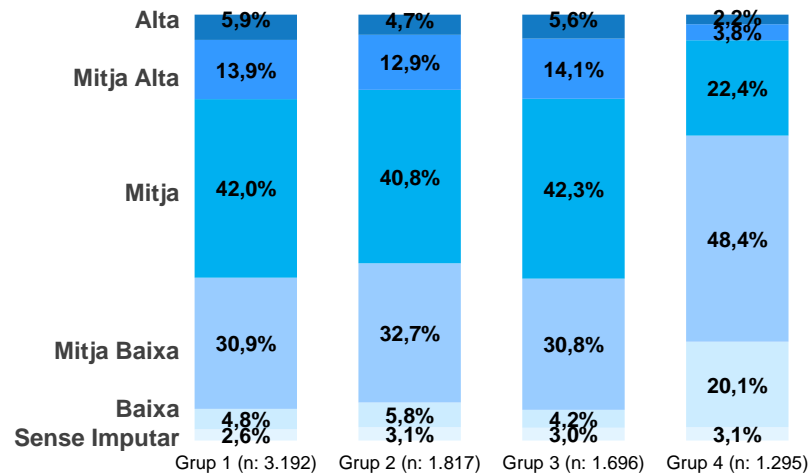
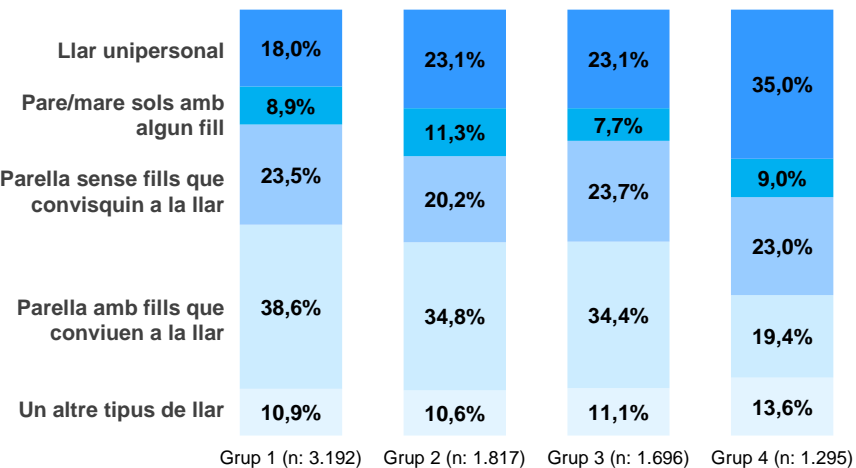
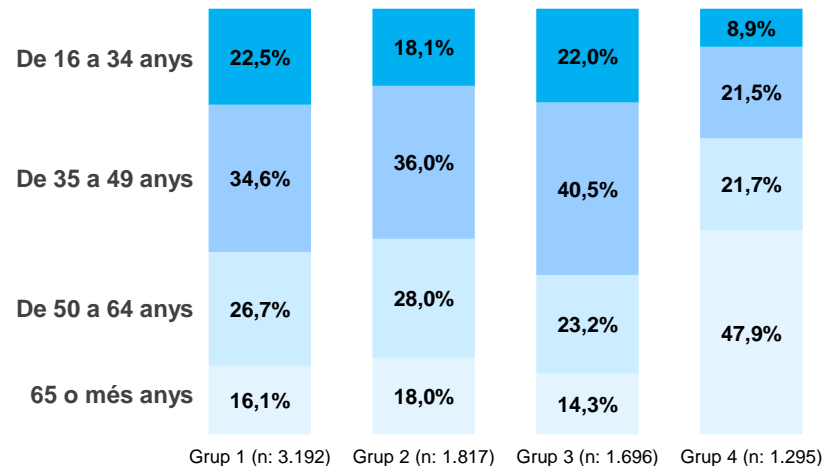
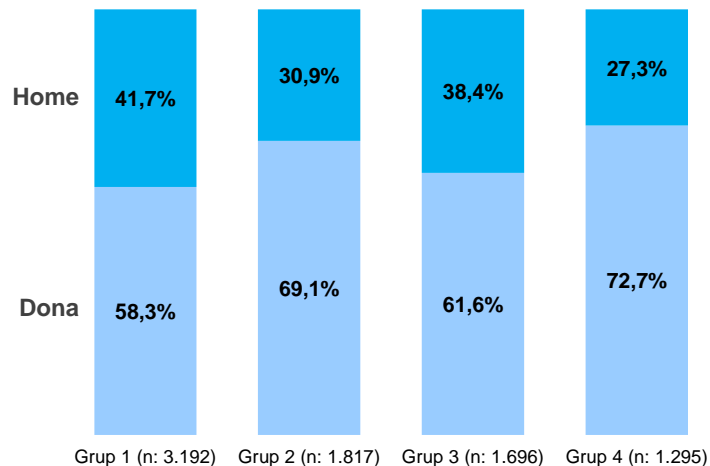
**Nota:** Productes quotidians (alimentació fresca, resta alimentació i altres productes quotidians no alimentaris) i no quotidians (equipament de la persona i de la llar)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### ANÀLISI DELS PERFILS DELS RESPONSABLES DE LES COMPRES A LES LLARS (CLÚSTER)

#### Variables descriptives dels perfils dels responsables de les compres a les llars



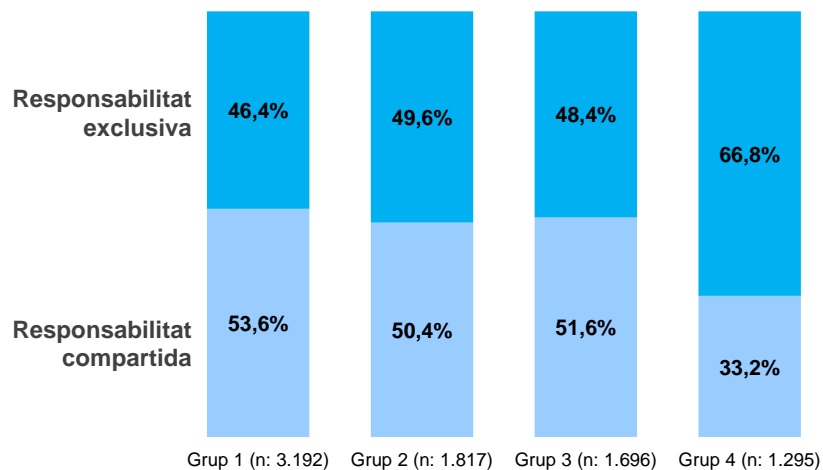
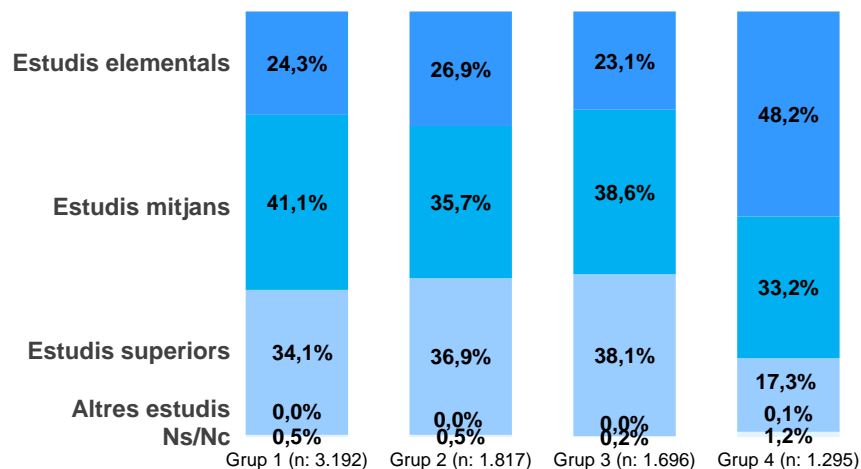
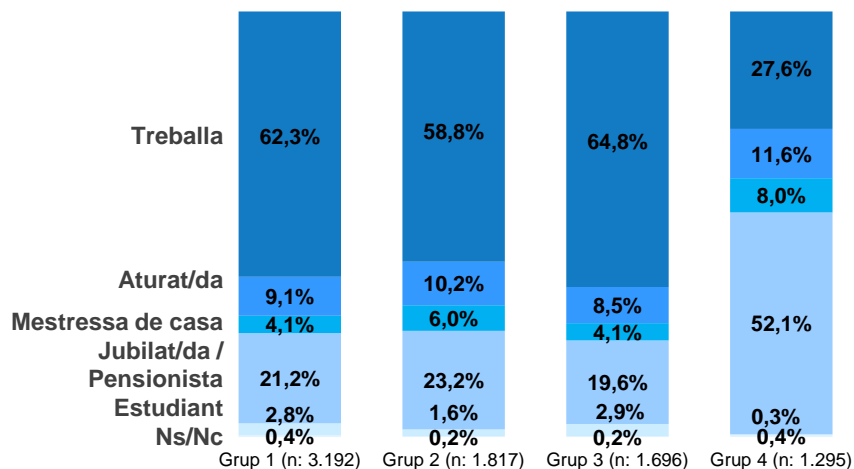
**Nota:** Principals variables passives: Sexe, Edat, Tipus de llar i Classe social del principal responsable de la llar

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### ANÀlisi DELS PERFILS DELS RESPONSABLES DE LES COMPRES A LES LLARS (CLÚSTER)

#### Variables descriptives dels perfils dels responsables de les compres a les llars



**Nota:** Principals variables passives: Situació labora i Nivell d'estudis del responsable de les compres / Tipologia de responsabilitat en les compres de la llar



**ANÀLISI DE REGRESSIÓ:  
VALORACIÓ DE L'OFERTA DE COMERÇ**

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### ANÀLISI DE REGRESSIÓ: VALORACIÓ DE L'OFERTA DE COMERÇ

L'objectiu de l'anàlisi de **Regressió Lineal Múltiple** és determinar la relació d'una variable a explicar a partir dels diferents aspectes que l'expliquen (variables explicatives). **En aquest cas, volem explicar la valoració global de l'oferta comercial al municipi de residència (en una escala 0-10) en funció de les valoracions en la mateixa escala dels diferents aspectes que componen l'oferta comercial (horaris comercials, preus, varietat i qualitat de l'oferta, etc.).**

Aquest tipus d'anàlisi ens permetrà determinar **la importància de la relació d'associació** entre els diferents aspectes que componen l'oferta comercial y la valoració global de l'oferta comercial al municipi de residència ; es a dir determinar **la força de la relació**.

Abans de realitzar l'anàlisi de regressió, s'han analitzat **les correlacions entre les variables explicatives** que s'inclouran en l'anàlisi, ja que en el cas que dues variables estiguessin correlacionades ( $R \geq 0,7$ ), hi hauria informació duplicada en la resolució del model. En el nostre model s'inclouen totes les variables explicatives, doncs no estan correlacionades ( $R < 0,7$ ).

**Variable a explicar: VALORACIÓ GLOBAL AMB L'OFERTA COMERCIAL DEL MUNICIPI DE RESIDÈNCIA**

**Variables explicatives:** Valoració en escala 0-10

1. Els horaris comercials
2. Els preus
3. La varietat de l'oferta comercial
4. La qualitat de l'oferta comercial
5. L'oferta en restaurants, cafeteries i bars
6. La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ..)
7. Aglomeracions (en les zones comercials, cues a les botigues, ...)
8. Disponibilitat d'aparcament en les zones comercials
9. Preu de l'aparcament en les zones comercials
10. La professionalitat dels comerciants

En aquest model s'ha extret un percentatge de valoracions atípiques o extremes (outliers) per tal que el coeficient de correlació múltiple ajustat, que valora la fortalesa de la relació en aquests casos, obtingues un nivell acceptable (superior o igual al 0,70).

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

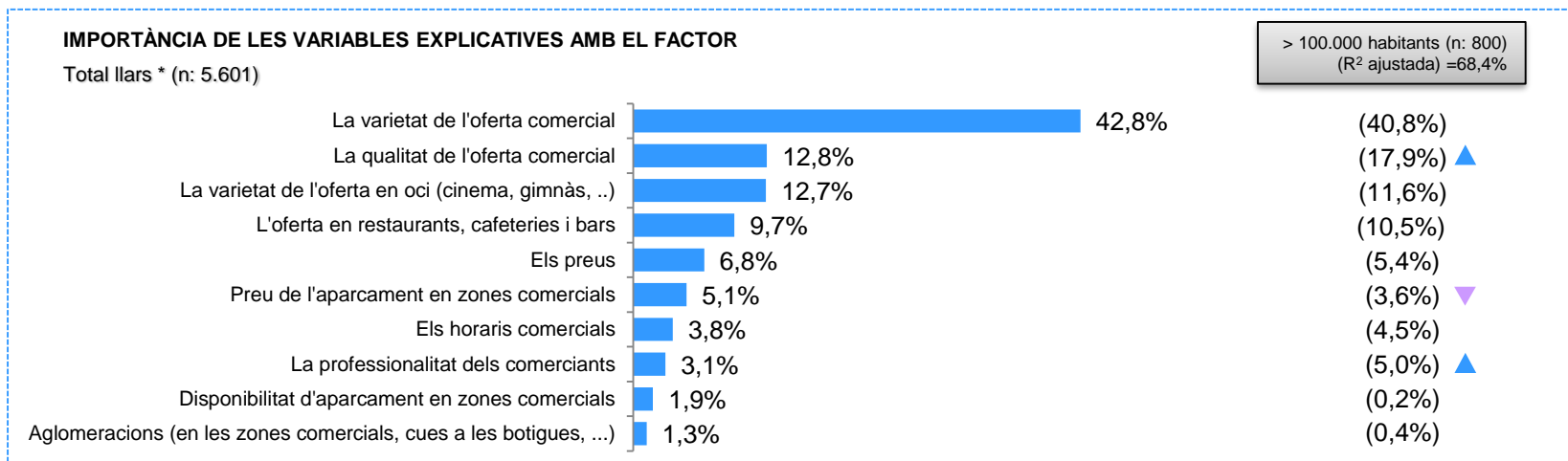
### ANÀlisi DE REGRESSIÓ: VALORACIÓ DE L'OFERTA DE COMERÇ

**Variable a explicar: VALORACIÓ GLOBAL AMB L'OFERTA COMERCIAL DEL MUNICIPI DE RESIDÈNCIA**

**Variables explicatives:**

1. Els horaris comercials
2. Els preus
3. La varietat de l'oferta comercial
4. La qualitat de l'oferta comercial
5. L'oferta en restaurants, cafeteries i bars
6. La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ..)
7. Aglomeracions (en les zones comercials, cues a les botigues, ...)
8. Disponibilitat d'aparcament en les zones comercials
9. Preu de l'aparcament en les zones comercials
10. La professionalitat dels comerciants

Coeficient de Correlació Múltiple  
(R<sup>2</sup> ajustada) =76,6%



**Nota:** El pes real o importància de cada variable explicativa en l'explicació de les variacions de la variable a explicar s'obté dels coeficients Beta estandarditzats (permeten la comparació entre variables explicatives). El present anàlisi s'ha realitzat sense un 30% de "residuals" per aportar major riquesa als resultats.

**SÍNTESI I CONCLUSIONS FINALS**

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### SÍNTESI DELS PRINCIPALS RESULTATS

#### PERFIL DEL RESPONSABLE DE LES COMPRES A LA LLAR

Augmenta la responsabilitat compartida de les compres a la llar en la província de Barcelona (49,2%), encara que la dona continua essent la principal responsable de les compres a la llar (63,8%), tant a nivell de productes quotidians i no quotidians.

S'observa una major responsabilitat compartida per part de llars de parelles amb fills menors i majors de 18 anys.

El perfil del responsable exclusiu es una dona de 65 anys o més amb un poder adquisitiu baix, mentre que la responsabilitat compartida es perfila home d'entre 16 i 34 anys amb un poder adquisitiu més elevat.

#### VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU MUNICIPI (I)

L'oferta comercial a nivell municipal es valora de forma notable per part de les llars entrevistades, obté una valoració global mitjana de 7,15 en una escala de 0-10, lleugerament inferior a l'estudi 2017 (7,24)

Les llars de parelles amb fills que conviuen a la llar continuen valorant de forma més crítica l'oferta comercial al seu municipi (6,97), especialment aquelles llars amb fills menors i majors de 18 anys (6,76) i aquelles amb tots els seus fills majors de 18 anys (6,87).

Mentre que les llars unipersonals valoren més satisfactòriament (7,33) que a nivell global, en concret aquelles llars de persones menors de 65 anys (7,39). També les llars monoparentals amb fills menors de 18 anys ho valoren de forma positiva (7,68).

El nombre d'habitants del municipi és un element diferenciador en l'anàlisi de la valoració de l'oferta comercial a nivell municipal, només les llars ubicades en el municipi de Barcelona valoren millor i de forma significativa l'oferta comercial al municipi (7,69) respecte al global.

Només les llars de la comarca del Barcelonès (7,54) valoren significativament per sobre del global l'oferta comercial al municipi. Per comarca, les valoracions són millors que l'estudi 2017, exceptuant el Barcelonès i el Moianès.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### SÍNTESI DELS PRINCIPALS RESULTATS

#### VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU MUNICIPI (II)

L'oferta comercial a nivell barri en municipis de més 20.000 habitants obté una valoració global mitjana de 6,49 en una escala 0-10, disminueix lleugerament respecte l'estudi 2017 (6,74) i es valora de forma més moderada que l'oferta comercial a nivell de municipi (7,15).

Les llars de parelles amb fills que conviuen a la llar (6,37) i les llars monoparentals (6,18) valoren pitjor l'oferta comercial del seu barri respecte el resultat global, especialment de forma significativa aquelles llars monoparentals amb fills menors i majors de 18 anys (5,25).

Per contra, les llars unipersonals ho valoren de forma més satisfactòria (6,84), principalment aquelles llars de persones de 65 anys o més (6,91).

Només les llars de la comarca del Barcelonès (6,67) valoren significativament per sobre del global l'oferta comercial del barri al que pertanyen, mentre que l'Anoia es situa a la mitjana global (6,49). Milloren les valoracions de l'oferta comercial a nivell barri en municipis de les comarques de Baix Llobregat, Vallès Occidental i Vallès Oriental.

A nivell més específic, els aspectes millor valorats a nivell municipal són els horaris comercials (7,91), la professionalitat dels comerciants (7,63) i la qualitat de la oferta comercial (7,17).

Per contra, la varietat de l'oferta en oci (5,64), el preu de l'aparcament en zones comercials (5,46) i la disponibilitat d'aparcament en les zones comercials (5,21) són els aspectes pitjor valorats.

Destacar la tendència significativa de valoracions inferiors en relació als aspectes específics de l'oferta comercial, lligats als horaris, preus, varietat, qualitat i oferta d'oci i restauració, per part de les llars de municipis amb menys de 2.000 habitants.

Per contra dels municipis de més de 100.000 habitants que valoren pitjor que els resultats globals, els aspectes específics com aglomeracions, disponibilitat i preus dels aparcaments en les zones comercials i la professionalitat dels comerciants.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### SÍNTESI DELS PRINCIPALS RESULTATS

#### HÀBITS DE COMPRA I CONSUM (I)

Per a les compres d'alimentació, la freqüència es de 2 o 3 vegades per setmana a l'alimentació fresca (44,0%), mentre la resta d'alimentació es compra un cop per setmana (45,8%).

En les compres de productes de consum quotidià no alimentari hi ha més variabilitat en la freqüència de compra, encara que es situen en mensuals (39,2%).

Les freqüències de les compres d'equipament de la persona es concentren majoritàriament entre 3 i 6 mesos (48,7%), tenen un comportament marcadament estacional, encara que un 25,5% dels enquestats compren de forma mensual.

Finalment, les compres d'equipament de la llar al tenir en general una major durada, es compren en menor freqüència (55,0%).

La proximitat continua essent un factor fonamental en la localització d'aquestes compres d'alimentació, per això és realitzen majoritàriament als barris de residència (77,4% en alimentació fresca, 74,5% en resta alimentació i 70,6% en productes quotidians no alimentaris).

Per contra, una mica més de 3 de cada 4 famílies es desplacen fora del seu barri per compres en equipament de la persona, i un 46,7% de les llars ho fan fora del municipi, augmentant respecte l'estudi 2017.

Les compres d'equipament de la llar desplacen a 2 de cada 3 famílies fora del seu barri, i fora del municipi representen un 44,1% de les compres.

També augmenta la compra per internet en totes les categories analitzades, especialment en l'equipament per la persona (16,9%) i de la llar (15,3%).

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### SÍNTESI DELS PRINCIPALS RESULTATS

#### HÀBITS DE COMPRA I CONSUM (II)

Les compres d'alimentació fresca al barri es reparteixen entre supermercats (62,3%) i les botigues de barri/ eix comercial (58,5%), essent el mercat municipal (27,0%) un recurs important per les compres complementaries.

S'observa un augment de les compres a pagès / productor (9,3%) i mercat de venda no sedentària (10,1%).

En les compres de resta d'alimentació i productes de consum quotidià no alimentari es concentren les compres del barri en els supermercats.

Les compres d'equipament de la persona i de la llar que es realitzen dins el barri de residència són majoritàriament en les botigues de barri / eix comercial, tot i que augmenta també la proporció en centres comercials.

Aquells responsables de la compra de la llar que es desplacen a altres barris o zones del seu municipi per les compres d'alimentació fresca és principalment per els supermercats, alguna botiga de barri concreta/ eix comercial o per anar al mercat municipal. S'observa també un increment en relació a les grans superfícies (centres comercials, hipermercat,...).

En les compres de resta d'alimentació i productes de consum quotidià no alimentari a altres barris o zones del seu municipi es concentren en els supermercats, però també s'incrementen les compres en hipermercats i centres comercials.

Les compres d'equipament de la persona i de la llar a altres barris o zones del seu municipi es realitzen en primer lloc a les botigues de barri / eix comercial, però ncrementant-se la compra en centres comercials i grans magatzems.



# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### SÍNTESI DELS PRINCIPALS RESULTATS

#### HÀBITS DE COMPRA I CONSUM (III)

Aquells responsables de la compra de la llar que es desplacen fora del seu municipi per les compres d'alimentació fresca és principalment per anar a supermercats. S'observa un important creixement de les compres en grans superfícies (hipermercat, centres comercials i grans magatzems), així com incrementen les compres a pagès / productor i mercats no sedentaris.

Més de la meitat de les compres de resta d'alimentació i productes de consum quotidià no alimentari es realitzen en supermercats de fora del municipi, però s'incrementen bastant les compres en hipermercats i centres comercials.

Fora del municipi la compra d'equipament de la persona i llar es redueix en botigues de barri / eix comercial, i augmenta considerablement en centres comercials i grans magatzems.

Hi ha una major variabilitat en les localitzacions de les compres alimentaries i de productes quotidians no alimentaris fora del municipi de residència, principalment pel fet de que el radi de desplaçament és «pròxim» al lloc de residència.

Pel contrari, hi ha una major concentració de les localitzacions en les compres fora del municipi de residència de l'equipament de la persona i la llar, principalment Barcelona, per la seva combinació de «compra-oci-lleure» i la compra en grans superfícies (centres comercials, grans magatzems,...).

Els motius per realitzar les compres quotidianes fora del municipi són principalment la proximitat i la varietat de productes, i el fet del preu té major rellevància en les compres quotidianes de productes de resta alimentació i no alimentaris.

En les compres d'equipament de la persona i llar fora del municipi, els motius son la varietat de productes i quantitat de botigues, també el fet d'anar a centres comercials. I el factor preu té major pes en les compres per la llar.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### SÍNTESI DELS PRINCIPALS RESULTATS

#### HÀBITS DE COMPRA I CONSUM (IV)

El dia de compra dels productes quotidians (alimentació fresca, resta alimentació i productes habituals no alimentaris) es realitza de dilluns a dijous (39,7%) o bé divendres o dissabte (31,4%), i principalment abans de les 13h (43,3%).

Mentre que la compra de productes no quotidians (equipament de la persona i la llar) es realitza el dissabte (37,6%) o sense un dia fix (31,7%), i principalment en dues franges horàries: a partir de les 17h (35,2%) o abans de les 13h (30,5%).

Per aquells responsables de la compra que esmenten el fet de que els comerços estan tancats com motiu de no anar a comprar entre les 13h a 17h (representen un 14%), la intenció d'anar en aquest horari si els comerços estiguessin oberts es elevada. El perfil de persona que aniria als comerços o botigues oberts entre les 13h i 17h: es una dona de mitjana edat, treballadora i de la comarca del Barcelonès.

A nivell global, la despesa mensual en alimentació i productes habituals de les llars de la província de Barcelona és de 359,2€ (aproximadament uns 4.310,4€ anuals), disminuït lleugerament respecte l'estudi 2017 (420,2€).

S'observen diferències significatives en aquesta despesa mensual realitzada als diferents tipus de llars, per exemple, hi ha una despesa menor en llars unipersonals i monoparentals, això es relaciona amb que el nombre de membres a la llar destaca com un element diferenciador en l'anàlisi de la despesa mensual d'alimentació i productes habituals.

A un major nombre de membres a la llar, hi ha una major despesa mensual en compres d'alimentació i productes habituals de forma significativa.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### SÍNTESI DELS PRINCIPALS RESULTATS

#### IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT, DIRECTES DEL PRODUCTOR O COMERÇ JUST

La meitat dels responsables de les compres a la llar (49,5%) té la màxima importància que els comerços on compra tinguin productes directament del productor, obté una mitjana en importància de 8,00 en una escala 0-10 (8,09 - estudi 2017).

El fet que els comerços on compren tinguin productes produïts a menys de 100 km de casa, incrementa i es de màxima importància per un 43,6% dels responsables de les compres, obté una mitjana en importància de 7,74 (7,76 - estudi 2017).

Els productes de comerç just tenen una màxima importància per un 36,9% dels responsables de les compres, i obté una mitjana en importància de 7,55 en una escala 0-10.

Mentre que els productes ecològics tenen la màxima importància per un 34,8% dels responsables de les compres, obté una mitjana d'importància de 7,25, la més baixa (6,98 - estudi 2017).

Pràcticament la totalitat de les llars de la província de Barcelona han comprat verdures i fruites, formatges i altres làctics, carn fresca i xarcuteria i ous en l'últim mes. Una mica més de 8 de cada 10 llars han comprat oli i olives en l'últim mes, seguit en menor mesura de conserves (75,4%) o vi, cava i altres begudes artesanes (57%).

Un 61,0% de les compres de verdures i fruites en l'últim mes són de producte ecològic, de proximitat o directament del productor, i en ous representen el 62,8%. Respecte la carn fresca i xarcuteria, són més de 4 de cada 10 compres (43,9%), mentre que en vi, cava i altres begudes artesanes representen un 39,5%.

La compra de formatges i altres làctics ecològics, de proximitat o productor és d'un 36,2%, en oli i olives representen un 36,1%. Mentre que en les conserves es molt més reduïda la compra de productes de caire ecològic, de proximitat o directament del productor (16%).

En general, s'observa un increment de les compres de productes de caire ecològic, de proximitat o directament del productor a la província de Barcelona respecte l'estudi 2017.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### SÍNTESI DELS PRINCIPALS RESULTATS

#### COMPRES PER INTERNET

A nivell global, un 60,7% de les llars de la província de Barcelona ha realitzat compres per internet durant l'últim any, augmentant respecte l'estudi 2017 (36,1%).

Les llars de parelles amb fills que conviuen a la llar realitzen més compres per internet respecte al resultat global de forma significativa (73,0%), especialment aquelles llars amb fills menors de 18 anys (84,0%).

També les llars monoparentals amb fills menors de 18 anys (69,5%), e inclús les llars unipersonals de menys de 65 anys (67,7%). Es continua observant un augment significatiu de les compres per internet realitzades en llars de tres o més membres.

El perfil del comprador per internet és home, encara que amb tendència a equiparar-se, d'entre 16 i 49 anys amb un poder adquisitiu elevat, que també tendeix a equipar-se fins a la classe mitja.

Les compres més usuales estan relacionades amb l'oci, entrades, llibres, música i joguines (76,5%), segueixen els viatges (53,3%), i en tercera posició es troben les compres de moda, complements, tèxtil i calçat (52,0%).

Hi ha força variabilitat en la despesa mitja de l'última compra realitzada per internet en funció de la categoria de producte.

S'observen diferències significatives a nivell de les mitjanes de la despesa de l'última compra realitzada per internet en moda i complements, segons sexe respecte els resultats globals (els homes presenten un import inferior a les dones).

Hi ha diferències segons trams d'edat respecte les dades globals, s'observa com els imports són més baixos en oci, viatges i electrodomèstics en el tram de 16 a 34 anys, doncs és un perfil amb menor poder adquisitiu.

L'import de compres per internet en viatges augmenta en el tram de 35 a 64 anys respecte el global.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### CONCLUSIONS FINALS

#### PERFIL DEL RESPONSABLE DE LES COMPRES A LA LLAR

- Des d'una perspectiva de gènere, encara la dona té major presència com a persona que decideix les compres familiars, tot i que els hàbits de compra i consum varien cada vegada menys en funció de si és l'home o la dona qui realitza les compres, augmentant la responsabilitat compartida de les compres a les llars de la província de Barcelona (49,2%).
- El perfil del responsable exclusiu, que tendeix a desaparèixer, es una dona de 65 anys o més amb un poder adquisitiu baix, mentre que la responsabilitat compartida es perfila en un home d'entre 16 i 34 anys amb un poder adquisitiu més elevat.

#### VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU MUNICIPI

- L'oferta comercial a nivell municipal en la província de Barcelona es valora de forma notable, amb una mitjana de 7,15 en una escala de 0-10, lleugerament inferior a l'estudi 2017 (7,24)
- El nombre d'habitants del municipi destaca com un element diferenciador: a menor nombre d'habitants, menor valoració de l'oferta comercial a nivell municipal; relacionat amb la no disponibilitat d'una oferta completa al propi municipi en comparació amb els «grans municipis» (majors de 100.000 habitants).
- Les llars de parelles amb fills que conviuen a la llar presenten la valoració més crítica de l'oferta comercial al seu municipi (6,97), en concret llars amb fills menors i majors de 18 anys (6,76) i aquelles amb tots els seus fills majors de 18 anys (6,87).
- A nivell específic, els horaris comercials (7,91), la professionalitat dels comerciants (7,63) i la qualitat de la oferta comercial (7,17), compleixen les expectatives de les llars a nivell municipal en la província de Barcelona.
- Per contra, la varietat de l'oferta en oci (5,64), el preu de l'aparcament en zones comercials (5,46) i la disponibilitat d'aparcament en les zones comercials (5,21) són els aspectes pitjor valorats.
- Destacar la tendència significativa de valoracions inferiors en relació als aspectes específics de l'oferta comercial, lligats als horaris, preus, varietat, qualitat i oferta d'oci i restauració, per part de les llars de municipis amb menys de 2.000 habitants. Per contra dels municipis de més de 100.000 habitants que valoren pitjor que els resultats globals, els aspectes específics com aglomeracions, disponibilitat i preus dels aparcaments en les zones comercials i la professionalitat dels comerciants.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### CONCLUSIONS FINALS

#### HÀBITS DE COMPRA I CONSUM (I)

- A nivell global, la despesa mitja mensual en alimentació i productes habituals de les llars de la província de Barcelona és de 359,2€ (aproximadament uns 4.310,4€ anuals), disminuint lleugerament respecte l'estudi 2017.
- Al segment de l'alimentació, es prioritza les compres de proximitat per l'extensió arreu dels municipis de la província de Barcelona d'una major penetració de supermercats, nous formats de botigues o cadenes especialitzades, i l'impuls a la xarxa de mercats municipals.
- Els supermercats, botigues de barri i mercats municipals són formats complementaris en la compra dels productes frescos d'alimentació, i pel fet del seu component de proximitat.
- En l'elecció de l'establiment de compra influeix el tipus de llar i l'edat del responsable de les compres, amb una preferència d'establiments més tradicionals (botiga de barri, mercats municipals,...) entre la gent més gran i major presència de nous formats (supermercats, botigues especialitzades...) entre els més joves o noves estructures familiars (unipersonals, monoparentals).
- Les parelles amb fills que conviuen a la llar continuen essent les que més desplaçaments fora del barri realitzen per les compres, per contra de les llars unipersonals, en concret de gent major de 65 anys o més.
  - ❑ Les llars unipersonals de menors de 65 anys: Menor freqüència de compres que les unipersonals de gent gran. Compren més en supermercats i botigues de barri, principalment per comoditat. Es desplacen per comprar fora del seu barri de residència en hipermercats part dels productes de resta alimentació i quotidians no alimentaris. Les compres d'equipament de la persona i llar es realitzen en centres comercials. Fan més compres sense horari fix.
  - ❑ Les parelles amb fills que conviuen a la llar: Compren més en hipermercats i en centres comercials; es desplacen, inclús a Barcelona, per trobar una major oferta en preus i varietat. Són compradors majoritàriament de tardes.
- Barcelona continua com focus d'atracció en les compres de l'equipament de la persona i la llar fora del municipi de residència, on el, pel fet de la combinació de «compra-oci-lleure» i la compra en grans superfícies (centres comercials, grans magatzems,...) i formats franquiciats.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### CONCLUSIONS FINALS

#### HÀBITS DE COMPRA I CONSUM (II)

- L'evolució dels hàbits de compra de les llars es veu influenciada per múltiples components, tan interns com la pròpia evolució de la composició de la llar, o externs com de l'hàbitat de residència, però també de les estructures comercials, s'observa com la compra per internet es un format que augmenta en totes les categories analitzades, especialment en l'equipament de la persona i la llar.
- Els principals motius que atrauen major població per compres fora del seu barri o municipi de residència són la varietat d'establiments i l'àmplia gamma de productes que poden trobar fora.
- El consumidor actual és més exigent en servei i varietat, cal tenir en compte els nous comportaments i tipus de consum per tal d'adaptar-nos a les seves necessitats i demandes (major especialització, més qualitat, competitiu en preu,...).
- Cal tenir present els següents objectius per continuar propiciant un model atractiu de comerç al municipi i evitar fuges a altres municipis:
  - Impulsar el comerç de proximitat i millorar el que ja està assentat, tractant de gestionar el mix comercial i de restauració / oci per aconseguir una oferta global completa i equilibrada.
  - Realitzar accions per dinamitzar i atreure als residents dins l'àrea comercial del municipi, per tal revitalitzar el consum i de retenir una major despesa, per generar no només una proximitat física sinó emocional amb les compres.
  - Professionalització dels agents comercials dels comerços de barri i eixos comercials per oferir un servei més personalitzat i generar una relació de confiança amb els consumidors.
  - Cal continuar impulsant que els comerços de barri i eixos comercials facilitin la compra dels seus productes online, per no deixar de banda els beneficis de la digitalització.

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---

### CONCLUSIONS FINALS

#### IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT O PRODUCTOR I CONSUM

- La meitat dels responsables de les compres a la llar (49,5%) valoren amb la màxima importància que els comerços on compra tinguin productes directament del productor, seguit dels productes produïts a menys de 100km de casa (43,6%).
- Els productes de comerç just tenen màxima importància per un 36,9% dels responsables de les compres de la província de Barcelona, mentre que els productes ecològics són de màxima importància per un 34,8%.
- El 62,8% de les compres d'ous i el 61,0% de les compres de verdures i fruites en l'últim mes a la província de Barcelona són de producte ecològic, de proximitat o directament del productor. S'evidencia com s'ha convertit en un estil de vida pels consumidors.

#### COMPRES PER INTERNET

- Les compres per internet (online) augmenten. Un 60,7% de les llars de la província de Barcelona ha realitzat compres per internet durant l'últim any (36,1% - estudi 2017).
- Tenen una major penetració entre les llars de parelles que conviuen amb fills (73%), especialment aquelles llars amb fills menors de 18 anys (84,0%).
- Les compres més usuals estan relacionades amb l'oci, entrades, llibres, música i joguines (76,5%), segueixen els viatges (53,3%), i en tercera posició es troben les compres de moda, complements, tèxtil i calçat (52,0%).
- Els perfils de compra per internet s'expliquen per tres variables: el gènere (major proporció de compres entre els homes que les dones, encara que tendeix a equiparar-se), l'edat del consumidor (16 a 49 anys, que tendeix a ampliar-se); i la seva situació socioeconòmica (mitja-alta).
- Cal tenir present que les compres per internet d'alimentació estan lligades principalment a formats més tradicionals com supermercats o comerços especialitzats amb venda online, i en canvi les compres d'equipament de la persona i la llar a botigues online de gran format o especialitzades (tipus Privalia, Amazon, etc.)



## **ANNEX 1. QÜESTIONARI**

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### Qüestionari: Baròmetre Hàbits de Consum i Compra 2019

ANNEX 3. Qüestionari Definitiu Enquesta hàbits de consum i compra 2019

#### BARÒMETRE HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DIPUTACIÓ DE BARCELONA 2019

Bon dia/ Bona tarda. El meu nom és ....., entrevistador/a de ....., empresa que realitza estudis d'opinió. En aquest moment estem efectuant un estudi d'opinió per a la **Diputació de Barcelona** sobre temes de consum i hem seleccionat a l'atzar aquesta llar per a fer una entrevista. Li garantim el complet anonimat de les seves respostes. Només seran uns minuts. Li importaria col·laborar amb nosaltres? Moltes gràcies per la seva col·laboració. L'informem que aquesta entrevista pot ser gravada per a la seva supervisió.

51.- Prefereix que li faci les preguntes en català o en castellà?

Català ..... 1 PASSEU A QST.CATALÀ  
Castellà ..... 2 PASSEU A QST.CASTELLÀ  
Li és indiferent ..... 3 PASSEU A QST.CATALÀ

52.- Em podria dir si estem trucant a un domicili particular?

Sí ..... 1  
No ..... 2 FI ENTREVISTA

53.- Treballa vostè o algun membre de la seva família en les següents activitats?

(Nota entrevistador/a: Llegir opcions de resposta)

Investigació de mercats/ Màrqueting/ Publicitat .... 1 FI ENTREVISTA  
Ajuntament (del municipi on truquem) ..... 2 FI ENTREVISTA  
Associació de comerciants (del municipi) ..... 3 FI ENTREVISTA  
Altres ..... 97

54.- És vostè qui s'encarrega normalment de fer les compres de la llar: (Entrevistador: per compres ens referim als aliments, parament de la llar, ...)

(Nota entrevistador/a: Llegir opcions de resposta. Resposta simple)

1 Sí, responsable exclusiu  
2 Sí, responsabilitat compartida  
3 No → **APLAÇAR ENTREVISTA DEMANAR PEL RESPONSABLE**  
98 No llegir NS → FI ENTREVISTA  
99 No llegir NC → FI ENTREVISTA

55.- Incloent-s'hi vostè, em podria dir quantes persones viuen a la seva llar?

56.1.- Anoteu el sexe de la persona entrevistada.

(Nota entrevistador/a: anotar per observació)

1 Home  
2 Dona

56.2.- Em podria dir quina és la seva edat?

(Nota entrevistador/a: Edat oberta. Si no vol dir l'edat exacte, que ens digui l'edat més aproximada)

QUOTES: Delimitació de l'edat del responsable de les compres a la llar (Entrevistat)

(No preguntar: anotar automàticament el sistema)

1. De 16 a 29 anys (3,84%)  
2. De 30 a 44 anys (28,90%)  
3. De 45 a 64 anys (38,29%)  
4. 65 i més anys (28,97%)

56.- Per cadascun dels membres de la seva llar, em podria dir el sexe i l'edat que tenen, començant per la persona de major edat.

(Nota entrevistador/a: en el cas que descongui l'edat d'un dels membres, que ens digui l'edat més aproximada)

57.- Ens podria dir si es el cap de família / sustentador principal? És a dir, el membre de la llar que amb la seva aportació econòmica suporta en major grau les despeses comunes.

(Nota entrevistador/a: preguntar a l'entrevistat, i sinó es ell/a el sustentador principal, preguntar a tots els membres de la llar de 16 anys o majors)

1 Sí  
2 No

58.- Ens podria dir quina relació tenen amb vostè?

(Nota entrevistador/a: preguntar a l'entrevistat quina es la seva relació amb cadascun dels membres que viuen a la llar)

(1. Persona entrevistada)

2. Fill o filla
3. Cònjuge o parella
4. Pare o mare
5. Aví o àvia
6. Néu o neta
7. Germà/germa
8. Cunyat/cunyat
9. Sogre o sogra
10. Gendre o jove (nora)
11. Altres familiars o parents
12. Altres: no familiars

	Sexe (56)	Edat (56)	Cap de família / sustentador Principal (57)	Relació respecte l'entrevistat (58)
Persona 1 - Entrevistat	1 Home	33	1 Sí	1 Persona entrevistada
Persona 2	2 Dona	58	3 No	4 Pare o mare
Persona 3	1 Home	34	2 No	2 Fill o filla
Persona 4				
.....				
Persona 10				

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### Qüestionari: Baròmetre Hàbits de Consum i Compra 2019

#### CODIFICACIÓ AUTOMÀTICA (PER TEMA QUOTES):

S9.- QUOTES: Delimitació del tipus de llar (No preguntar: anotar automàticament el sistema)  
(Nota programador/a: Entre parèntesis hi ha representades les opcions de programació de les categories 1, 2 i 3 de tipus de llar. De la categoria 4 disposeu de les opcions més probables, però cal programar-les totes. Totes aquelles combinacions que no encaixin en les primeres 4 categories, seran categoria 5)

1. Llar unipersonal  
(SS=1)
2. Pare/mare sols amb algun fill  
(SS=2 i SR\_2=2) (SS=2 i SR\_2=4) (SS=2 i SR\_2=2 i SR\_N=2) (SS=2 i SR\_2=4 i SR\_N=7)
3. Parella sense fills que conviuen a la llar  
(SS=2 i SR=3)
4. Parella amb fills que conviuen a la llar  
(SS=3 i SR\_2=3 i SR\_3=2) (SS=3 i SR\_2=2 i SR\_3=3) (SS=3 i SR\_2=4 i SR\_3=4)  
(SS=3 i SR\_2=3 i SR\_3=2 i SR\_N=2) (SS=3 i SR\_2=2 i SR\_3=3 i SR\_N=2) ...  
(SS=3 i SR\_2=4 i SR\_3=4 i SR\_N=7)
5. Un altre tipus de llar  
SI SRbis<>(1;2;3;4) → SS=5

S10.- QUOTES: Codi municipi (TAULA CODIS → AL FINAL DE L'ENQUESTA)

S11.- QUOTES: Codi comarca (TAULA CODIS → AL FINAL DE L'ENQUESTA)

S12.- QUOTES: Sistema territorial (TAULA CODIS → AL FINAL DE L'ENQUESTA)

#### BLOC VALORACIONS GLOBALES DE L'OFERTA DE COMERÇ EN EL MUNICIPI

1. A nivell global com valora l'oferta comercial del seu municipi, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor.  
(Nota entrevistador/a: No suggerir. Resposta simple)

\_\_\_ valoració

99 No llegir NS/NC → FI ENTREVISTA

2. Solament en el cas de municipis > 20.000 habitants A nivell global com valora l'oferta comercial del seu barri, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor  
(Nota entrevistador/a: No suggerir. Resposta simple)

\_\_\_ valoració

99 No llegir NS/NC

3. I a nivell més específic, com valora? (Entrevistador/a: en el cas que alguna pregunta no puguin valorar anotar NS/NC codi 99, mai es llegirà com a opció)  
(Nota programador/a: Rotar de forma aleatòria les opcions a valorar)

Els horaris comercials	___
Els preus	___
La varietat de l'oferta comercial	___
La qualitat de l'oferta comercial	___
L'oferta en restaurants, cafeteries i bars	___
La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ...)	___
Aglomeracions* (en les zones comercials, cues a les botigues, ...)	___
Disponibilitat d'aparcament en les zones comercials	___
Preu de l'aparcament en les zones comercials	___
La professionalitat dels comerciants	___

\*Nota: si hi ha moltes aglomeracions es valora amb un 0 i si no n'hi ha cap amb un 10

#### BLOC HÀBITS DE COMPRA EN FUNCIÓ DE CATEGORIES

4. Ara li llegiré una sèrie de productes/categories de compra per a que vostè ens pugui valorar diferents aspectes sobre cada una d'elles (Entrevistador: es fan totes del preguntes 4.3 per a cada categoria)

#### CATEGORIES

1. Alimentació fresca (carn, peix, fruites, verdures, ...)
2. Resta d'alimentació (resta d'aliments tipus pasta, cereals, llegums, begudes, ...)
3. Altres productes quotidians no alimentaris (drogueria, productes de neteja, higiene personal, ...)
4. Equipament de la persona roba, merceria, calçat, joieria, ...
5. Equipament de la llar productes tèxtils, confeccions per a la llar, mobles, parament de la llar, electrodomèstics

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### Qüestionari: Baròmetre Hàbits de Consum i Compra 2019

#### PREGUNTES PER A CADA CATEGORIA

4.1 Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ...  
(Nota entrevistador/a: Llegir les opcions de resposta. Resposta simple)

- 1 Pràcticament tots el dies
- 2 2-3 vegades per setmana
- 3 1 cop a la setmana
- 4 Cada 15 dies
- 5 1 cop al mes
- 6 1 cop cada 3 - 6 mesos
- 7 Amb menys freqüència
- 8 No compra → **NO REALITZAR MÉS PREGUNTES DE LA CATEGORIA**
- 98 *No llegir* NS
- 99 *No llegir* NC

4.2 Ens podria dir normalment a on compra ...  
(Nota entrevistador/a: Poden marcar més d'una opció de resposta)

- 1 Barri de residència
- 2 Altres barris o zones del municipi
- 3 Fora del municipi → **REALITZAR P4.2.1 I P4.2.2**
- 4 Per internet
- 98 *No llegir* NS
- 99 *No llegir* NC

4.2.1 (En el cas que P4.2=3 Fora del municipi) Ens podria especificar a quin municipi?  
(Nota entrevistador/a: Codificar segons llista dels municipis. Si mencionen un poble, que ens indiquin a quin municipi pertany, si ho desconeixen anotar en l'opció de ALTRES)

- 311 Municipis (TAULA CODIS → AL FINAL DE L'ENQUESTA)
- Altres Municipis 998 (ANOTAR: REGISTREU LITERAL)
- No ho sap 999

4.2.2 (En el cas que P4.2=3 Fora del municipi) I per quin motiu va a .... (recuperar municipi mencionat a la P 4.2.1)  
(Nota entrevistador/a: No suggerir. Si el motiu no es troba entre les categories predeterminades, anotar en ALTRES amb el màxim de detall. Es pot mencionar més d'una opció de resposta)  
(Nota programador/a: Rotar de forma aleatòria les opcions de resposta)

1. Quantitat/ Oferta de botigues
2. Varietat de productes
3. Qualitat dels productes
4. Preus (més econòmics)
5. Ofertes/ Promoció/ Rebaixes
6. Proximitat (a la llar, a la feina, ...)
7. Comoditat / Costum / Li agrada
8. Per les grans superfícies / centre comercial
9. Pel mercat municipal
10. Aparcament
11. Botiga concreta o producte concret
98. Altres (ANOTAR: REGISTREU LITERAL)
99. NS/ NC

#### PREGUNTES PER A CADA CATEGORIA

4.3 (Realitzar 4.3 per a cada resposta de la 4.2)  
Quan compra a \_\_\_\_\_ (recuperar opció marcada a la P4.2) Ens podria dir normalment a quin tipus d'establiment compra ...  
(Nota entrevistador: en el cas que mencioni establiments tipus Zara, **Calzedonia**, ... o altres franquícies, preguntar a on estan ubicades a un eix comercial, centre comercial, ...)  
(Nota entrevistador/a: Poden marcar més d'una opció de resposta)

- 1 Botiga de barri / eix comercial
- 2 Al mercat municipal (Només si compren al barri i/o altres barris o zones del municipi es visualitzarà l'opció del mercat municipal si en disposen)
- 3 Al supermercat
- 4 Al hipermercat
- 5 A centres comercials
- 6 Per internet (Només apareix P4.2 diferent de 4)
- 7 Pagès/productor
- 8 Mercat de venda no sedentària (tipus: "Quercadilla", ...)
- 9 Gran Magatzems (Corte Inglés)
- 10 Botigues especialitzades on-line (**Amazon, Pàndora, Zalando**...) (Només apareix P4.2 igual a 4)
- 97 Altres (Especificar: \_\_\_\_\_)
- 98 *No llegir* NS
- 99 *No llegir* NC

Nota: el bloc 4.4 es portarà a terme per a dues categories:

1. Quotidià (alimentació fresca, resta d'aliments i altres productes quotidians)
2. No quotidià (equipament de la persona i de la llar) (Només si compra equipament de la persona o de la llar → pregunta 4.1)

4.4 En general quan va a comprar els productes de compra .....(recuperar categoria) ho fa uns dies i en horaris concrets. Digu'ns si-us-plau quins dies acostuma a comprar els productes ... (categoria quotidià vs. no quotidià - 2 categories)

4.4.1 Dies de la setmana  
(Nota entrevistador/a: Llegir les opcions de resposta. Resposta simple)

- 1 De dilluns a dijous
- 2 Divendres
- 3 Dissabte
- 4 Diumenge
- 5 *No llegir* / No hi ha dia fixa / Indiferent
- 98 *No llegir* NS
- 99 *No llegir* NC

4.4.2 Horari en el que sol fer la compra ...  
(Nota entrevistador/a: Llegir les opcions de resposta. Resposta simple)

- 1 Al matí (abans de les 13h)
- 2 Entre la 13h i les 15h
- 3 Entre la 15h i les 17h
- 4 A partir de les 17h
- 5 *No llegir* / No té horari fixe / Quan pot
- 98 *No llegir* NS
- 99 *No llegir* NC

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### Qüestionari: Baròmetre Hàbits de Consum i Compra 2019

4.4.3 [En el cas que P4.4.2 igual a 1 i 4] El motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h es perquè els comerços, botigues... estan tancats?

- 1 Si  
2 No

4.4.3.1 [Fer si P4.4.3=1] I aniria si estiguessin oberts?

- Si 1  
No 2  
NS/NC 98

#### ALTRES QÜESTIONS

5. En una escala del 0 al 10 (0 gens important i 10 molt important), ens podria dir quina importància té per a vostè que els comerços on compra tinguin ...  
(Nota entrevistador/a: No suggerir. Resposta simple. En el cas que alguna pregunta no puguin valorar anotar NS/NC codi 99, mai es llegirà com a opció)  
(Nota programador/a: Rotar de forma aleatòria les opcions a valorar)

- Productes de producció ecològica \_\_\_\_\_  
Productes produïts a menys de 100km de casa (PROXIMITAT) \_\_\_\_\_  
Productes directament del productor \_\_\_\_\_  
Productes de comerç just \_\_\_\_\_

6. Quins productes de la llista que es detalla a continuació ha comprat en el darrer mes?  
(Nota entrevistador/a: Llegir una a una totes les opcions de resposta i marcar aquelles que hagi comprat en el darrer mes. Resposta múltiple)

LLISTA CATEGORIES
1. Verdures i fruites
2. Carn fresca i xarcuteria
3. Oli i olives
4. Formatges i/o altres làctics
5. Vi, cava i/o begudes
6. Conserves
7. Ous

- 6.2. (De les categories que diuen SI a P6) I ha comprat \_\_\_\_\_ (recuperar categoria) de producció ecològica, de proximitat o directament de productor, en l'últim mes?

LLISTA CATEGORIES	P6.2	
1. Verdures i fruites	1 Si	2 No
2. Carn fresca i xarcuteria	1 Si	2 No
3. Oli i olives	1 Si	2 No
4. Formatges i/o altres làctics	1 Si	2 No
5. Vi, cava i/o begudes	1 Si	2 No
6. Conserves	1 Si	2 No
7. Ous	1 Si	2 No

7. En relació a les compres que realitzen a la llar d'alimentació i productes de compra habitual (drogueria, productes de neteja, higiene personal, ...), ens podria dir l'import global de despesa mensual? (Nota entrevistador/a: Marcar l'import obert. En el cas que la persona no sàpiga indicar un import de la despesa mensual, llegir les opcions d'interval)

\_\_\_\_\_ € / mes

- 1 Menys de 280€ al mes  
2 De 280€ a 399€ al mes  
3 De 400€ a 599€ al mes  
4 Més de 600€ al mes  
98 No llegir NS  
99 No llegir NC

8. En l'últim any ha realitzat alguna compra per internet?

- 1 Si  
2 No → PASSAR A D0

9. Ens podria dir què a comprat i l'import aproximat de l'última compra?

LLISTA CATEGORIES	COMPRA (Marcar en el cas que sigui SI)	IMPORT (de l'última compra)
Óci, entrades, llibres, música i joguines		
Viatges		
Electrodomèstics		
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu		
Informàtica/electrònica/Vídeojoocs/Telecomunicacions (smartphones, i tablets)		
Alimentació		
Formació		

#### SUSTENTADOR/A PRINCIPAL DE LA LLAR

D0 A la seva llar, qui és la persona que aporta els ingressos econòmics principals?

(Nota programador/a: Aquesta pregunta es podria recuperar en funció de les respostes a S7)

Es considera cap de família o sustentador/a principal, aquella persona a través de la qual provenen els ingressos fonamentals de la família. Si el/la sustentador/a principal no treballa actualment, preguntar professió i estudis de la persona de la qual provenen els ingressos. En el cas que el/la sustentador/a principal sigui vidu/a o separat/ada, els ingressos del qual provenen d'una pensió corresponent al cònjuge difunt o separat/ada, preguntem pels estudis i ocupació actual del beneficiari viu que rep la pensió, no del difunt o separat/ada.

1. Vostè mateix/a (l'entrevistat/ada)  
2. Un/a altre/a membre de la llar

#### OCUPACIÓ

D0 Quina és la situació laboral de vostè? I del sustentador principal?

- 1 Treballa  
2 Aturad/da  
3 Mestressa de casa  
4 Jubilat/da / Pensionista  
5 Estudiant (no treballa)  
98 NS  
99 NC

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### Qüestionari: Baròmetre Hàbits de Consum i Compra 2019

Si es aturat D0=2 o Jubilat/da / PensionistaD0=4, preguntar per la última feina

**D1 Vostè treballa per compte propi o per compte aliena? I del sustentador principal?**

(Nota: fer una o dos preguntes en funció si l'entrevistat és el sustentador principal o no)

- 1 Treballa per compte propi (Fer D.2)
- 2 Treballa per compte aliè (Fer D.3)

**D2 Quina activitat per compte propi realitza? (SI TREBALLA PER COMPTE PROPI)**

ENTREVISTADOR: LLEGIR

- 1 Empresari (1 a 5 empleats/des)
- 2 Empresari (6 o més empleats/des)
- 3 Autònoms (paletes, lampistes, ...)
- 4 Empresari / comerciant sense empleats/es
- 5 Professional liberal (advocat, metge, ...)
- 98 NS
- 99 NC

**D3 Quina activitat per compte aliè realitza? (SI TREBALLA PER COMPTE ALIÈ)?**

ENTREVISTADOR: LLEGIR

- 1 Director més de 25 empleats
- 2 Director fins a 25 empleats
- 3 Comandament superior
- 4 Comandament inferior
- 5 Encarregats/Representants
- 6 Administratius
- 7 Treballador especialitzat
- 8 Treballador no especialitzat
- 98 NS
- 99 NC

#### NIVELL D'ESTUDIS

**D4 Podria indicar-me quin és el nivell d'estudis de Vost./sustentador/a principal?**

(ESTUDIS FINALITZATS)

(Nota: fer una o dos preguntes en funció si l'entrevistat és el sustentador principal o no)

ENTREVISTADOR/A: NO SUGGERIR. RESPOSTA SIMPLE

- 1 No sap llegir i escriure
- 2 Sap llegir i escriure però va anar menys de 5 anys a l'escola
- 3 Va anar a l'escola 5 o més anys però sense completar ESO, EGB o Batxillerat elemental
- 4 ESO completa (Graduat escolar),EGB, Batxiller elemental o Certificat d'Escolaritat o Estudis Primaris
- 5 Batxillerat, BUP, COU, Batxillerat superior, PREU
- 6 Cicle formatiu de grau mitjà, FP1, Oficialia industrial o equivalent
- 7 Cicle formatiu de grau superior, FP2, Mestratge industrial o equivalent
- 8 Diplomatura, 3 cursos aprovats de Llicenciatura, Enginyeria/arquitectura tècnica o equivalent
- 9 Llicenciatura, Grau o equivalent (4 anys o més)
- 10 Cursos d'especialització professional, Postgrau, Màster (MIR, FIR...)
- 11 Doctorat
- 12 Altres (ANOTAR: REGISTREU LITERAL)
- 98 NS
- 99 NC

Comentari: la pregunta d'ocupació i nivell d'estudi s'usa per a la construcció de la variable classe social.

**ANNEX 2. TAULES**

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.1. Valoració de l'oferta comercial global i específica del municipi i global del barri segons sistema territorial

A nivell global com valora...	Oferta comercial del seu municipi	Oferta comercial del seu barri/districte	A nivell més específic, com valora ...	Es horaris comercials	Es preus	La varietat de l'oferta comercial	La qualitat de l'oferta comercial	L'oferta en restaurants, cafeteries i bars	La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ..)	Aglomeracions (en les zones comercials,...)	Disponibilitat d'aparcament en zones comercials	Preu de l'aparcament en zones comercials	La professionalitat dels comerciants
<b>Total</b>	<b>7,15</b>	<b>6,49</b>	<b>Total</b>	<b>7,91</b>	<b>6,23</b>	<b>6,97</b>	<b>7,17</b>	<b>7,09</b>	<b>5,64</b>	<b>6,48</b>	<b>5,21</b>	<b>5,46</b>	<b>7,63</b>
Alta Anoia	6,55	-	Alta Anoia	7,74	6,33	6,24	7,10	6,57	3,97	7,65	7,70	8,49	8,11
AMB Nord	6,97	6,31	AMB Nord	7,89	6,07	6,91	6,92	6,71	5,16	6,34	4,93	5,28	7,45
AMB Sud	7,23	6,60	AMB Sud	7,96	6,49	7,00	7,21	6,87	5,81	6,63	5,00	5,27	7,64
AMB Vallès	6,93	6,11	AMB Vallès	7,90	6,02	6,74	7,14	6,84	5,45	6,80	4,94	5,79	7,73
Arenys	6,40	-	Arenys	7,89	5,92	6,36	7,18	7,47	4,54	7,50	4,50	5,90	7,83
Baix Llobregat Nord	6,47	5,62	Baix Llobregat Nord	7,92	6,30	6,39	6,94	6,65	4,74	7,18	4,99	5,66	7,66
Baix Maresme	6,72	6,08	Baix Maresme	7,75	5,68	6,39	7,27	7,06	4,88	7,29	4,83	5,45	7,79
Barcelona	7,69	6,74	Barcelona	7,88	6,11	7,43	7,20	7,35	6,75	5,68	4,80	4,48	7,48
Berguedà	6,51	-	Berguedà	7,50	6,15	6,26	7,22	6,71	3,61	7,61	6,67	7,25	7,92
Calella	6,71	5,84	Calella	8,12	6,55	6,70	6,99	7,13	4,44	7,06	6,06	7,18	7,66
Conca d'Òdena-Piera	6,35	6,49	Conca d'Òdena-Piera	7,76	6,39	6,26	6,77	6,68	3,86	7,41	5,96	6,47	7,70
Garraf	6,90	5,99	Garraf	7,99	6,03	6,65	6,91	7,52	4,45	6,78	5,27	5,66	7,49
Granollers-Congost	7,07	6,69	Granollers-Congost	8,09	6,45	6,85	7,51	7,16	5,09	6,75	5,50	6,54	7,83
Lluçanès	6,33	-	Lluçanès	8,16	6,26	5,97	7,44	6,62	3,07	7,75	6,75	8,22	8,44
Martorell	6,70	5,60	Martorell	8,05	6,22	6,56	7,14	6,54	4,22	7,28	5,70	7,25	7,93
Mataró	6,65	6,19	Mataró	7,58	5,91	6,74	7,01	7,27	5,12	6,26	5,06	5,05	7,46
Mediona-Anoia	6,25	-	Mediona-Anoia	7,67	6,08	5,90	7,04	6,80	3,70	7,80	5,86	6,63	7,73
Moianès	6,24	-	Moianès	8,10	5,81	6,14	7,23	7,40	2,91	7,34	6,70	8,43	8,08
Montseny	6,32	-	Montseny	8,05	6,12	6,08	7,03	6,91	4,59	7,66	6,70	8,21	7,85
Pla de Bages	6,66	6,45	Pla de Bages	7,75	6,20	6,51	7,07	6,93	4,90	7,36	6,02	6,83	7,91
Plana de Vic	6,80	6,41	Plana de Vic	7,90	6,44	6,79	7,45	7,00	5,29	7,17	6,21	6,28	7,98
Riera de Caldes	6,73	5,56	Riera de Caldes	8,02	6,54	6,59	7,29	7,06	3,99	7,47	6,46	7,90	8,27
Sabadell	7,38	6,95	Sabadell	8,10	6,40	7,44	7,54	7,42	6,26	6,82	5,25	5,17	7,77
Tenes-Besòs	6,55	5,62	Tenes-Besòs	7,89	6,56	6,19	6,86	6,65	3,63	7,10	6,46	7,02	7,86
Terrassa	7,04	6,12	Terrassa	7,94	6,45	6,94	7,23	7,08	5,25	6,47	5,25	5,39	7,61
Vall del Ges, Orís i Bisaura	6,49	-	Vall del Ges, Orís i Bisaura	7,81	6,33	6,33	7,36	6,14	3,97	7,80	7,30	8,75	8,04
Vilafranca	6,55	6,33	Vilafranca	7,59	6,12	6,10	6,99	7,01	4,98	7,18	6,11	5,77	7,27

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

P1. A nivell global com valora l'oferta comercial del seu municipi, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor (resultats en mitjanes)

P2. Solament en el cas de municipis > 20.000 habitants. A nivell global com valora l'oferta comercial del seu barri, en una escala del 0 al 10, on 0 es la pitjor puntuació i 10 la millor (resultats en mitjanes)

P3. I a nivell més específic, com valora? (Entrevistador: en el cas que alguna pregunta no puguin valorar anotar ns/nc codi 99, mai es llegirà com a opció) (resultats en mitjanes)



# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.2. Despesa mensual d'alimentació i productes de compra habitual segons sistema territorial

En relació a les compres que realitzen a la llar d'alimentació i productes de compra habitual (drogueria, productes de neteja, higiene personal, ...), ens podria dir l'import global de despesa mensual?	Despesa mensual d'alimentació i productes de compra habitual
<b>Total</b>	<b>359,2 €</b>
Alta Anoià	369,6 €
AMB Nord	408,8 €
AMB Sud	405,8 €
AMB Vallès	430,4 €
Arenys	406,0 €
Baix Llobregat Nord	404,9 €
Baix Maresme	491,1 €
Barcelona	259,2 €
Berguedà	397,8 €
Calella	382,9 €
Conca d'Òdena-Piera	398,1 €
Garraf	406,3 €
Granollers-Congost	440,8 €
Lluçanès	384,3 €
Martorell	401,5 €
Mataró	452,0 €
Mediona-Anoià	410,7 €
Moianès	409,4 €
Montseny	392,5 €
Pla de Bages	429,2 €
Plana de Vic	438,8 €
Riera de Caldes	413,0 €
Sabadell	454,1 €
Tenes-Besòs	408,5 €
Terrassa	393,8 €
Vall del Ges, Orís i Bisaura	379,5 €
Vilafranca	365,7 €

**Nota (\*):** En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

**P7.** En relació a les compres que realitzen a la llar d'alimentació i productes de compra habitual (drogueria, productes de neteja, higiene personal, ...), ens podria dir l'import global de despesa mensual? (resultats en mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.3. Despesa de l'última compra realitzada per internet segons sistema territorial

Import aproximat de l'última compra per Internet de ...	Oci, entrades, llibres, música i joguines	Viatges	Electrodomèstics	Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	Informàtica/ electrònica/ videojocs/ Telecomunicacions	Alimentació	Formació
<b>Total</b>	<b>98,6 €</b>	<b>718,3 €</b>	<b>308,5 €</b>	<b>101,2 €</b>	<b>224,0 €</b>	<b>111,7 €</b>	<b>360,1 €</b>
Alta Anoià	89,8 €	594,1 €	305,7 €	95,8 €	272,3 €	63,3 €	297,2 €
AMB Nord	81,2 €	658,9 €	280,8 €	81,9 €	209,4 €	225,8 €	468,5 €
AMB Sud	105,9 €	685,2 €	287,1 €	82,7 €	219,6 €	128,5 €	332,9 €
AMB Vallès	104,5 €	813,1 €	214,7 €	89,9 €	197,3 €	110,4 €	305,9 €
Arenys	115,1 €	1.002,0 €	131,5 €	78,7 €	138,9 €	126,9 €	848,5 €
Baix Llobregat Nord	142,2 €	1.029,5 €	307,9 €	77,2 €	322,2 €	130,4 €	752,5 €
Baix Maresme	100,2 €	781,2 €	487,2 €	117,5 €	279,5 €	126,3 €	769,0 €
Barcelona	90,9 €	660,6 €	308,1 €	113,5 €	195,9 €	87,2 €	297,7 €
Berguedà	102,3 €	676,2 €	334,2 €	93,4 €	237,6 €	80,3 €	536,3 €
Calella	95,5 €	803,6 €	276,0 €	90,1 €	150,3 €	121,7 €	616,9 €
Conca d'Òdena-Piera	104,4 €	635,4 €	359,0 €	114,7 €	314,4 €	113,3 €	656,3 €
Garraf	94,4 €	817,5 €	270,1 €	97,6 €	285,9 €	107,4 €	572,7 €
Granollers-Congost	94,2 €	817,6 €	311,6 €	85,9 €	248,1 €	97,2 €	217,9 €
Lluçanès	104,9 €	416,2 €	154,5 €	62,1 €	163,6 €	68,3 €	171,4 €
Martorell	95,5 €	747,0 €	268,1 €	82,7 €	250,6 €	222,8 €	263,0 €
Mataró	127,8 €	775,4 €	552,7 €	88,8 €	238,6 €	169,2 €	371,3 €
Mediona-Anoià	120,4 €	481,1 €	240,6 €	74,6 €	260,6 €	151,7 €	249,9 €
Moianès	108,4 €	881,1 €	349,6 €	105,9 €	292,1 €	98,7 €	677,1 €
Montseny	105,1 €	577,2 €	464,1 €	86,5 €	339,6 €	80,7 €	356,6 €
Pla de Bages	92,7 €	821,4 €	228,3 €	79,5 €	299,8 €	137,7 €	413,8 €
Plana de Vic	137,9 €	864,3 €	227,0 €	87,2 €	245,4 €	83,3 €	328,8 €
Riera de Caldes	113,4 €	811,2 €	327,0 €	130,4 €	361,8 €	115,9 €	630,5 €
Sabadell	91,5 €	764,5 €	297,0 €	94,3 €	270,1 €	124,6 €	262,1 €
Tenes-Besòs	116,0 €	845,6 €	319,0 €	102,5 €	257,8 €	260,7 €	239,4 €
Terrassa	109,9 €	858,4 €	355,7 €	103,0 €	245,0 €	102,3 €	394,6 €
Vall del Ges, Orís i Bisaura	102,5 €	840,7 €	266,0 €	81,2 €	284,0 €	72,2 €	291,9 €
Vilafranca	109,9 €	879,0 €	303,6 €	100,7 €	237,1 €	86,4 €	464,1 €

Nota (\*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global  
P9. Ens podria dir l'import aproximat de l'última compra? (resultats en mitjanes)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.4. Índex d'atracció i pèrdues segons nombre d'habitants del municipi: Productes quotidians

ALIMENTACIÓ FRESCA												Total Σ Perduts	ÍNDEX % (Total - Perduts + Guanyats)
Freqüències	Total	De 0 a 500 habitants	De 501 a 2.000 habitants	De 2.001 a 10.000 habitants	De 10.001 a 20.000 habitants	De 20.001 a 50.000 habitants	De 50.001 a 100.000 habitants	Més de 100.000 habitants	Barcelona	Fora província Barcelona	NS/NC		
Base Compra ALIMENTACIÓ FRESCA	7975	5	2	106	148	300	287	148	81	22	26	18	36,36%
	7969	10	12	232	302	515	399	134	93	45	44	74	29,13%
De 0 a 500 habitants	22	0	0	6	5	5	1	0	0	1	0	18	36,36%
De 501 a 2.000 habitants	103	0	0	11	15	30	9	6	1	1	1	74	29,13%
De 2.001 a 10.000 habitants	731	4	0	42	59	95	75	46	6	6	6	297	68,13%
De 10.001 a 20.000 habitants	642	0	0	16	17	25	41	20	4	3	5	114	102,80%
De 20.001 a 50.000 habitants	1459	0	1	18	20	37	77	23	30	6	7	182	105,55%
De 50.001 a 100.000 habitants	1058	0	0	4	7	33	37	11	15	3	5	78	116,26%
Més de 100.000 habitants	1435	0	0	9	5	23	26	24	24	2	2	91	102,37%
Barcelona	2524	0	0	0	21	52	21	19	0	0	0	113	98,69%
Total	Σ Guanyats	4	1	64	132	263	250	125	80	22	26		
RESTA ALIMENTACIÓ (PASTA, CEREALS,...)												Total Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Freqüències	Total	De 0 a 500 habitants	De 501 a 2.000 habitants	De 2.001 a 10.000 habitants	De 10.001 a 20.000 habitants	De 20.001 a 50.000 habitants	De 50.001 a 100.000 habitants	Més de 100.000 habitants	Barcelona	Fora província Barcelona	NS/NC		
Base Compra RESTA D'ALIMENTACIÓ	7945	10	2	124	186	371	283	171	47	15	51	18	63,64%
	7935	26	5	258	377	585	413	169	58	35	29	80	22,77%
De 0 a 500 habitants	22	0	0	5	6	5	1	0	0	1	0	18	63,64%
De 501 a 2.000 habitants	101	1	0	12	18	32	10	4	1	1	1	80	22,77%
De 2.001 a 10.000 habitants	731	7	2	46	73	102	85	52	3	6	1	331	65,53%
De 10.001 a 20.000 habitants	636	0	0	22	18	32	43	37	3	3	3	143	103,93%
De 20.001 a 50.000 habitants	1451	2	0	26	17	45	60	20	20	3	5	153	111,85%
De 50.001 a 100.000 habitants	1058	0	0	3	12	40	45	11	3	0	4	73	115,60%
Més de 100.000 habitants	1422	0	0	11	10	28	18	27	16	1	2	86	104,15%
Barcelona	2524	0	0	0	32	86	21	21	0	0	35	195	94,10%
Total	Σ Guanyats	10	2	79	168	325	238	145	46	15	51		
ALTRES PROD. QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS (DROGUERIA, NETEJA, HIGIENE...)												Total Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Freqüències	Total	De 0 a 500 habitants	De 501 a 2.000 habitants	De 2.001 a 10.000 habitants	De 10.001 a 20.000 habitants	De 20.001 a 50.000 habitants	De 50.001 a 100.000 habitants	Més de 100.000 habitants	Barcelona	Fora província Barcelona	NS/NC		
Base Compra ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	7925	8	2	114	184	307	289	178	73	15	39	17	59,09%
	7890	24	5	245	380	565	412	183	87	39	27	78	24,00%
De 0 a 500 habitants	22	0	0	6	5	4	1	0	0	1	0	17	59,09%
De 501 a 2.000 habitants	100	1	0	10	19	32	10	5	1	0	0	78	24,00%
De 2.001 a 10.000 habitants	725	5	0	37	76	98	90	62	5	7	1	344	63,17%
De 10.001 a 20.000 habitants	634	0	0	21	17	30	40	31	5	3	3	133	105,36%
De 20.001 a 50.000 habitants	1443	2	2	27	15	44	51	26	33	2	6	164	106,86%
De 50.001 a 100.000 habitants	1055	0	0	2	9	33	51	16	11	0	3	74	115,64%
Més de 100.000 habitants	1422	0	0	11	11	25	17	24	18	1	3	86	104,78%
Barcelona	2524	0	0	0	32	41	30	14	0	0	23	140	97,35%
Total	Σ Guanyats	8	2	77	167	263	239	154	73	14	39		

P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en valors absoluts– sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.5. Índex d'atracció i pèrdues segons nombre d'habitants del municipi: Productes no quotidians

EQUIPAMENT DE LA PERSONA (ROBA, MERCERIA, CALÇAT, JOIERIA...)												Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)																						
Freqüències	Total	De 0 a 500 habitants	De 501 a 2.000 habitants	De 2.001 a 10.000 habitants	De 10.001 a 20.000 habitants	De 20.001 a 50.000 habitants	De 50.001 a 100.000 habitants	Més de 100.000 habitants	Barcelona	Fora província Barcelona	NS/NC																								
Base Compra EQUIPAMENT DE LA PERSONA	7633	4	5	30	161	354	892	600	1540	56	328	19	28,57%																						
<b>Total</b>	<b>7534</b>	<b>11</b>	<b>13</b>	<b>67</b>	<b>244</b>	<b>811</b>	<b>1356</b>	<b>736</b>	<b>2065</b>	<b>115</b>	<b>94</b>			90	6,45%																				
De 0 a 500 habitants	21	0	0	1	3	5	5	1	3	1	0					661	6,60%																		
De 501 a 2.000 habitants	93	1	0	2	6	32	21	10	17	1	0							494	40,94%																
De 2.001 a 10.000 habitants	682	1	0	7	38	107	190	143	170	8	4									944	53,80%														
De 10.001 a 20.000 habitants	596	0	1	5	20	40	149	114	161	18	6											489	124,02%												
De 20.001 a 50.000 habitants	1383	2	1	10	20	48	225	143	524	13	6													470	105,34%										
De 50.001 a 100.000 habitants	1020	0	1	2	11	44	159	88	326	4	13															511	141,64%								
Més de 100.000 habitants	1367	0	0	4	11	20	62	58	339	11	23																	1540	56						
Barcelona	2471	0	0	0	53	57	82	44	0	0	275																			734	305				
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>24</b>	<b>142</b>	<b>305</b>	<b>734</b>	<b>543</b>	<b>1540</b>	<b>56</b>	<b>327</b>																					946	914		
EQUIPAMENT DE LA LLAR (PRODUCTES TÈXTILS, MOBLES,...)																																		Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Freqüències	Total	De 0 a 500 habitants	De 501 a 2.000 habitants	De 2.001 a 10.000 habitants	De 10.001 a 20.000 habitants	De 20.001 a 50.000 habitants	De 50.001 a 100.000 habitants	Més de 100.000 habitants	Barcelona	Fora província Barcelona	NS/NC																								
Base Compra EQUIPAMENT DE LA LLAR	6907	11	6	48	132	324	639	1075	914	35	191	16	75,00%																						
<b>Total</b>	<b>6667</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>99</b>	<b>228</b>	<b>734</b>	<b>912</b>	<b>1004</b>	<b>1217</b>	<b>61</b>	<b>92</b>			70	16,88%																				
De 0 a 500 habitants	20	0	0	2	3	5	3	1	2	0	0					556	14,64%																		
De 501 a 2.000 habitants	77	0	0	5	10	27	10	8	8	1	1							372	50,89%																
De 2.001 a 10.000 habitants	608	0	2	10	43	102	137	150	113	4	5									731	61,91%														
De 10.001 a 20.000 habitants	507	0	0	8	9	42	90	117	96	13	6											421	110,65%												
De 20.001 a 50.000 habitants	1205	2	1	12	11	52	170	198	317	7	13													313	152,23%										
De 50.001 a 100.000 habitants	920	0	2	2	17	46	119	148	188	4	14															574	114,41%								
Més de 100.000 habitants	1212	0	1	8	18	32	41	130	190	6	17																	914	35						
Barcelona	2359	9	0	0	21	18	68	324	0	0	134																			1217	61				
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>11</b>	<b>6</b>	<b>37</b>	<b>123</b>	<b>272</b>	<b>519</b>	<b>946</b>	<b>914</b>	<b>35</b>	<b>190</b>																								

P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en valors absoluts– sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.6. Índex d'atracció i pèrdues segons sistema territorial: ALIMENTACIÓ FRESCA

Freqüències	ALIMENTACIÓ FRESCA																										Total	ÍNDEX % (Total - Pèrduts + Guanyats)						
	Total	Alta Anoia	AMB Nord	AMB Sud	AMB Vallès	Arenys	Baix Llobregat Nord	Baix Maresme	Barcelona	Berguedà	Calella	Conca d'Òdena-Piera	Garraf	Granollers-Congost	Luçanès	Martorell	Mataró	Mediona-Anoia	Moianès	Montseny	Pla de Bages	Plana de Vic	Riera de Caldes	Sabadell	Tenes-Besòs	Terrassa			Vall del Ges, Orís i Bisaura	Vilafranca	provincia Barcelona	NS/NC		
Base Compra ALIMENTACIÓ FRESCA	7975	12	62	186	67	19	22	27	81	12	31	51	42	67	2	31	41	4	4	22	71	50	19	28	31	49	39	34	22	26	7969	4	75,00%	
Alta Anoia	12	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	100,74%
AMB Nord	541	0	36	1	0	0	0	1	16	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	37	102,84%	
AMB Sud	1127	0	0	116	0	0	1	0	26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	5	3	33	103,80%		
AMB Vallès	368	0	1	3	21	0	2	0	8	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	6	1	5	1	1	1	2	10	100,00%			
Arenys	68	0	0	0	0	10	0	0	1	0	5	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	10	100,00%		
Baix Llobregat Nord	214	0	0	21	2	1	18	0	6	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	35	85,51%		
Baix Maresme	156	0	4	0	1	1	0	22	3	0	0	0	0	1	0	1	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	25	87,18%		
Barcelona	2524	0	18	41	9	0	0	0	0	0	12	14	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	112	98,77%		
Berguedà	62	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	103,23%		
Calella	134	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	1	9	107,46%		
Conca d'Òdena-Piera	122	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	29	0	0	0	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	7	113,11%		
Garraf	215	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	38	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	5	99,07%		
Granollers-Congost	225	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	32	0	0	2	0	0	0	0	2	0	2	5	0	0	0	0	1	17	108,44%		
Luçanès	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	90,00%		
Martorell	165	0	0	1	1	0	1	0	2	0	0	5	0	0	0	19	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	14	99,39%		
Mataró	228	0	0	0	0	8	0	4	0	0	0	0	0	3	0	0	23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	17	100,44%		
Mediona-Anoia	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	0	13	76,00%		
Moianès	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	4	88,89%		
Montseny	101	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	21	0	3	1	0	0	0	0	0	1	1	6	94,06%		
Pla de Bages	246	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	60	0	0	0	0	0	0	2	2	1	10	100,41%		
Plana de Vic	169	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	37	0	0	0	0	0	0	1	1	3	104,73%		
Riera de Caldes	127	0	0	0	4	0	0	0	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	12	4	5	0	0	1	1	1	1	20	89,76%		
Sabadell	358	0	0	0	12	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	1	2	0	0	0	0	0	22	98,32%		
Tenes-Besòs	162	0	1	0	1	0	0	0	3	0	0	0	0	15	0	0	1	0	0	0	0	3	0	18	0	0	0	0	2	26	91,98%			
Terrassa	442	0	0	1	16	0	0	0	3	2	1	0	0	0	2	1	0	0	2	0	5	1	0	4	0	29	0	1	2	41	95,02%			
Vall del Ges, Orís i Bisaura	32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	5	0	1	0	5	87,50%		
Vilafranca	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	1	0	4	111,00%		
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>1</b>	<b>26</b>	<b>69</b>	<b>47</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>81</b>	<b>3</b>	<b>19</b>	<b>23</b>	<b>3</b>	<b>36</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>18</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>7</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>19</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>23</b>	<b>26</b>	<b>4</b>	<b>111,00%</b>		

P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en valors absoluts– sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.7. Índex d'atracció i pèrdues segons sistema territorial: RESTA ALIMENTACIÓ

Freqüències	Total	RESTA ALIMENTACIÓ (PASTA, CEREALS,...)																				Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)									
		Alta Anoa	AMB Nord	AMB Sud	AMB Vallès	Arenys	Baix Llobregat Nord	Baix Maresme	Barcelona	Berguedà	Calella	Conca d'Òdena-Piera	Garraf	Granollers-Congost	Lluçanès	Martorell	Mataró	Mediona-Anoia	Moianès	Montseny	Pla de Bages			Plana de Vic	Riera de Caldes	Sabadell	Tenes-Besòs	Terrassa	Vall del Ges, Orís i Bisaura	Vilafranca	Fora província Barcelona	NS/NC
Base Compra RESTA	7945	2	56	165	86	24	23	35	47	14	27	51	36	83	1	41	83	6	2	25	85	78	21	60	42	50	5	37	15	51		
D'ALIMENTACIÓ	7935	10	51	119	80	49	39	53	58	111	33	110	75	86	1	74	101	21	21	47	212	181	49	53	57	39	34	105	35	29		
Alta Anoa	12	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	91,67%
AMB Nord	535	0	51	0	1	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	23	96,45%	
AMB Sud	1121	0	0	98	0	0	1	0	8	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	4	3	20	104,19%	
AMB Vallès	368	0	0	1	27	0	1	0	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	12	2	1	0	0	0	2	25	108,70%	
Arenys	67	0	0	0	0	12	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	11	102,99%	
Baix Llobregat Nord	210	0	0	20	4	1	19	0	3	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	1	1	1	37	84,29%	
Baix Maresme	157	0	3	0	1	0	0	33	1	0	0	0	0	0	0	0	23	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	31	81,53%	
Barcelona	2524	0	0	41	18	0	0	0	0	0	12	14	0	21	0	9	12	0	0	0	0	25	0	12	0	9	0	0	35	208	93,58%	
Berguedà	61	0	0	0	0	0	0	0	0	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	101,64%	
Calella	133	0	0	0	0	1	0	0	0	0	10	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	1	9	105,26%	
Conca d'Òdena-Piera	122	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	115,57%	
Garraf	214	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	1	6	97,66%	
Granollers-Congost	226	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	37	0	0	2	0	0	0	0	4	0	3	8	0	1	0	0	21	111,95%	
Lluçanès	11	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	5	63,64%	
Martorell	164	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	4	0	0	0	20	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	10	106,71%	
Mataró	226	0	0	1	0	11	0	2	1	0	0	0	2	0	0	33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	114,60%	
Mediona-Anoia	49	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	16	73,47%	
Moianès	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	2	1	0	0	0	0	0	0	0	7	61,11%	
Montseny	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	5	0	0	0	24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	89,00%	
Pla de Bages	248	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	2	0	0	0	0	0	71	0	1	0	1	0	1	3	1	14	99,60%	
Plana de Vic	168	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	39	0	0	0	0	0	1	0	2	121,43%	
Riera de Caldes	126	1	0	0	4	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	6	6	0	0	0	0	1	20	92,06%	
Sabadell	355	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	19	1	2	0	0	0	0	15	107,89%	
Tenes-Besòs	162	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	1	0	16	0	0	1	0	0	0	0	3	2	20	0	0	0	0	0	27	96,91%	
Terrassa	441	0	0	1	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	6	0	33	0	0	2	34	27	96,15%	
Vall del Ges, Orís i Bisaura	32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	4	0	1	0	4	90,63%	
Vilafranca	98	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	0	1	4	111,22%	
Total	Σ Guanyats	2	4	67	57	13	4	2	46	2	16	22	1	48	1	21	50	3	0	0	13	38	10	43	22	17	1	15	15	51		

P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en valors absoluts– sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.8. Índex d'atracció i pèrdues segons sistema territorial: ALTRES PROD. QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS

Freqüències	Total	ALTRES PROD. QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS (DROGUERIA, NETEJA, HIGIENE...)																								Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)					
		Alta Anoa	AMB Nord	AMB Sud	AMB Vallès	Arenys	Baix Llobregat Nord	Baix Maresme	Barcelona	Berguedà	Calella	Conca d'Òdena-Piera	Garraf	Granollers-Congost	Lluçanès	Martorell	Mataró	Mediona-Anoia	Moianès	Montseny	Pla de Bages	Plana de Vic	Riera de Caldes	Sabadell	Tenes-Besòs			Terrassa	Vall del Ges, Orís i Bisaura	Vilafranca	Fora província Barcelona	NS/NC
Base Compra ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	7925	2	47	153	85	25	34	35	73	15	28	50	30	73	1	43	78	5	1	23	80	49	22	49	31	64	6	36	15	39	4	75,00%
Alta Anoa	12	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	75,00%
AMB Nord	536	0	41	0	0	0	0	0	20	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	24	96,64%
AMB Sud	1119	0	0	91	0	0	1	0	17	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	3	3	26	103,22%	
AMB Vallès	366	0	0	2	26	0	1	0	11	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	9	1	1	0	1	0	2	31	107,65%	
Arenys	67	0	0	0	0	11	0	0	0	0	5	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	13	101,49%		
Baix Llobregat Nord	210	0	0	24	2	0	18	0	4	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	34	91,90%		
Baix Maresme	154	0	5	0	1	0	0	30	4	0	0	0	1	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	42	75,97%		
Barcelona	2524	0	0	30	18	0	12	0	0	0	12	14	0	9	0	9	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	0	23	141	97,27%		
Berguedà	60	0	0	0	0	0	0	0	0	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	103,33%		
Calella	132	0	0	0	0	1	0	0	0	1	11	0	0	1	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	1	12	104,55%	
Conca d'Òdena-Piera	120	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28	0	0	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	115,83%	
Garraf	214	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	27	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	2	8	97,20%	
Granollers-Congost	223	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	39	0	0	5	0	0	0	0	2	0	2	9	0	0	0	0	21	105,83%		
Lluçanès	11	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	5	63,64%		
Martorell	163	0	0	2	0	0	2	0	3	0	0	5	0	0	22	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	1	1	1	19	101,23%		
Mataró	225	0	0	1	0	13	0	5	1	0	0	0	2	0	0	28	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	23	112,44%		
Mediona-Anoia	48	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	14	77,08%	
Moianès	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	4	2	1	0	0	0	0	0	7	61,11%		
Montseny	99	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	4	0	0	0	22	0	0	0	1	0	0	0	0	0	10	89,90%		
Pla de Bages	245	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	70	0	0	1	0	1	0	1	2	1	12	98,78%	
Plana de Vic	167	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	35	0	0	0	0	0	0	1	0	4	4	105,39%	
Riera de Caldes	126	0	0	0	4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	11	7	4	0	0	0	0	1	18	94,44%		
Sabadell	357	0	0	1	7	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	22	1	3	0	0	0	1	20	20	101,96%		
Tenes-Besòs	162	0	0	0	4	0	0	0	2	0	0	1	0	15	0	0	1	0	0	0	4	0	0	15	0	0	0	0	0	27	93,21%	
Terrassa	438	0	0	0	22	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	7	0	0	43	0	0	0	31	97,95%		
Vall del Ges, Orís i Bisaura	31	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	6	0	1	0	5	83,87%		
Vilafranca	99	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	0	0	4	111,11%	
Total	Σ Guanyats	1	6	62	59	14	17	5	72	3	18	23	2	34	1	21	51	3	0	0	9	13	11	27	16	22	0	15	15	40		

P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en valors absoluts– sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.9. Índex d'atracció i pèrdues segons sistema territorial: EQUIPAMENT DE LA PERSONA

Frequències	EQUIPAMENT DE LA PERSONA (ROBA, MERCERIA, CALÇAT, JOIERIA...)																														Total Σ Perduts	ÍNDEX % (Total - Perduts + Guanyats)
	Total	Alta Anoia	AMB Nord	AMB Sud	AMB Vallès	Arenys	Baix Llobregat Nord	Baix Maresme	Barcelona	Berguedà	Calella	Conca d'Òdena-Piera	Garraf	Granollers-Congost	Lluçanès	Martorell	Mataró	Mediona-Anoia	Moianès	Montseny	Pla de Bages	Plana de Vic	Riera de Caldes	Sabadell	Tenes-Besòs	Terrassa	Vall del Ges, Oris i Bisaura	Vilafranca	Fora província Barcelona	NS/NC		
Base Compra EQUIPAMENT DE LA PERSONA	7633	2	79	447	140	3	14	10	1540	12	53	44	93	227	3	21	216	0	0	13	162	124	5	228	26	88	3	31	56	328		
Alta Anoia	11	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	
AMB Nord	493	0	40	1	0	0	1	0	189	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	
AMB Sud	1089	1	4	255	1	1	1	0	378	0	0	0	4	4	0	1	0	0	0	0	3	0	0	0	0	2	3	0	1	2	7	
AMB Vallès	354	1	0	8	34	0	1	0	148	0	0	0	0	4	0	0	1	0	0	0	0	0	0	63	1	7	0	0	5	5		
Arenys	62	0	1	0	0	1	0	0	12	0	7	0	0	1	0	0	32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	
Baix Llobregat Nord	200	0	1	62	3	0	6	0	87	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1		
Baix Maresme	151	0	11	0	0	0	0	6	65	0	0	1	0	4	0	1	49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	
Barcelona	2471	0	9	66	21	0	0	0	0	0	23	0	0	21	0	9	12	0	0	0	18	25	0	34	0	9	0	0	0	275		
Berguedà	56	0	0	0	0	0	0	0	8	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	2	0	0	0	0	0	0	1	0	29	
Calella	122	0	0	0	0	0	0	0	20	0	19	0	1	1	0	0	37	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	1	76	
Conca d'Òdena-Piera	119	0	1	4	1	0	0	0	37	0	0	31	1	0	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	1	52	
Garraf	199	0	1	7	0	0	1	0	56	1	0	0	63	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	72	
Granollers-Congost	215	0	3	1	2	0	0	0	56	0	0	0	0	71	1	0	15	0	0	0	2	0	4	4	0	0	0	0	0	2	90	
Lluçanès	10	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7	0	0	0	0	0	0	0	9	40,00%	
Martorell	152	0	0	27	2	0	2	0	66	1	0	2	1	0	0	8	0	0	0	1	1	0	0	1	0	3	0	2	1	1	111	
Mataró	212	0	3	1	0	0	0	2	35	0	2	0	0	11	1	0	47	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3	61	
Mediona-Anoia	42	0	0	1	0	0	0	0	19	0	0	1	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	11	0	1	37	
Moianès	17	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	
Montseny	94	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0	0	0	34	0	0	19	0	0	0	9	0	0	0	0	0	0	0	3	1	77	
Pla de Bages	229	0	0	1	0	0	0	0	38	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	97	3	0	5	0	5	0	1	1	2	60	
Plana de Vic	158	0	0	0	0	0	0	0	33	0	0	0	0	8	1	0	1	0	0	0	61	0	0	0	0	0	0	7	3	53		
Riera de Caldes	119	0	0	1	7	0	0	0	44	0	0	0	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	3	29	3	2	0	0	1	0	95	
Sabadell	349	0	1	0	10	0	0	0	67	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	1	0	44	0	11	0	0	7	9	111		
Tenes-Besòs	154	0	3	1	7	0	0	0	48	0	0	1	0	43	0	0	1	0	0	0	0	1	7	16	1	0	0	0	1	114		
Terrassa	430	0	1	9	51	0	1	2	85	0	0	0	1	8	0	0	0	0	0	0	4	1	0	40	0	46	0	4	7	214		
Vall del Ges, Oris i Bisaura	30	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	17	0	0	0	0	0	2	0	2	1	24	
Vilafranca	96	0	0	0	1	0	0	0	19	0	0	1	19	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	1	42	
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>2</b>	<b>39</b>	<b>191</b>	<b>105</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>1539</b>	<b>3</b>	<b>33</b>	<b>12</b>	<b>31</b>	<b>159</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>168</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>63</b>	<b>62</b>	<b>1</b>	<b>185</b>	<b>10</b>	<b>43</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>55</b>	<b>329</b>		

P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en valors absoluts- sumen més del 100%)



# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.10. Índex d'atracció i pèrdues segons sistema territorial: EQUIPAMENT DE LA LLAR

Frequències	Total	EQUIPAMENT DE LA LLAR (PRODUCTES TÈXTILS, MOBLES,...)																							Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)							
		Alta Anoia	AMB Nord	AMB Sud	AMB Vallès	Arenys	Baix Llobregat Nord	Baix Maresme	Barcelona	Berguedà	Cal·lella	Conca d'Odena-Piera	Garraf	Granollers-Congost	Lluçanès	Martorell	Mataró	Mediona-Anoia	Moianès	Montseny	Pla de Bages	Plana de Vic	Riera de Caldes	Sabadell			Tenes-Besòs	Terrassa	Vall del Ges, Orís i Bisaura	Vilafranca	Fora província Barcelona	NS/NC	
Base CompraEQUIPAMENT	6907	2	355	565	121	2	9	8	914	21	30	37	54	118	0	37	158	1	0	12	116	83	4	327	35	104	3	31	35	191			
DE LA LLAR	6667	4	226	424	151	8	13	12	1217	80	34	115	113	169	2	47	244	3	5	23	369	330	9	393	36	89	14	90	61	92	7	50,00%	
Alta Anoia	10	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
AMB Nord	431	0	69	1	1	0	0	0	119	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	2	3	130	135,73%	
AMB Sud	982	0	5	276	0	0	1	0	245	0	0	2	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	5	2	1	0	3	0	12	279	101,02%	
AMB Vallès	299	1	3	6	35	0	0	0	74	0	0	0	0	2	0	3	0	0	0	0	0	0	0	65	0	8	0	0	4	5	171	71,57%	
Arenys	52	0	7	0	1	2	0	0	6	0	2	0	0	0	0	0	22	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	38	26,92%	
Baix Llobregat Nord	179	1	3	67	6	0	6	0	53	0	0	0	0	1	0	6	0	0	0	0	0	0	0	3	0	2	0	1	0	2	145	20,67%	
Baix Maresme	134	0	20	0	0	0	0	6	46	0	1	0	0	2	0	0	44	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	114	17,16%	
Barcelona	2359	0	177	171	0	0	0	0	0	9	12	0	0	0	0	9	12	0	0	0	0	0	0	23	9	18	0	0	0	134	574	114,41%	
Berguedà	47	0	0	0	0	0	0	0	2	9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	0	2	0	0	0	0	0	0	14	97,87%	
Cal·lella	103	0	8	0	0	0	0	0	7	0	14	0	0	1	0	0	20	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	17	1	55	63,11%	
Conca d'Odena-Piera	104	0	0	6	0	0	0	0	17	0	0	26	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	28	83,65%	
Garraf	177	0	0	10	0	0	0	0	38	0	0	0	47	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	2	55	74,01%		
Granollers-Congost	190	0	7	0	4	0	0	0	39	0	0	0	1	52	0	0	13	0	0	0	0	0	0	5	0	20	7	0	0	2	98	82,11%	
Lluçanès	9	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	7	22,22%	
Martorell	131	0	0	19	1	0	2	1	37	1	0	4	1	0	0	14	0	0	0	0	1	0	0	3	0	5	0	1	0	1	77	58,02%	
Mataró	193	0	35	1	0	0	0	2	27	0	2	0	0	5	0	0	34	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1	3	79	123,32%	
Mediona-Anoia	36	0	0	1	1	0	0	0	10	0	0	0	1	0	0	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	10	0	0	26	27,78%	
Moianès	14	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	3	0	1	0	0	0	0	0	12	14,29%	
Montseny	84	0	5	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	19	0	0	12	0	0	0	11	0	0	5	1	0	0	0	1	2	56	33,33%	
Pla de Bages	202	0	2	1	0	0	0	0	16	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	95	1	0	15	0	5	0	1	1	4	88	31,18%	
Plana de Vic	142	0	3	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	3	2	33	97,18%	
Riera de Caldes	93	0	0	0	9	0	0	0	25	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	3	24	1	2	1	0	0	1	66	31,18%	
Sabadell	316	0	3	1	16	0	0	0	36	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	55	0	16	0	0	2	10	88	158,54%
Tenes-Besòs	132	0	4	0	11	0	0	0	31	0	0	1	0	21	0	0	1	0	0	0	0	0	1	18	16	1	0	0	0	2	91	46,21%	
Terrassa	381	0	2	3	36	0	0	0	38	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	73	0	44	0	0	2	2	159	73,75%	
Vall del Ges, Orís i Bisaura	27	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	1	0	0	1	0	0	0	17	44,44%	
Vilafranca	80	0	0	2	0	0	0	0	15	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	12	1	1	26	91,25%	
Total	Σ Guanyats	2	284	289	86	0	3	3	914	13	17	11	9	64	0	22	124	0	0	0	21	29	2	273	20	59	2	19	35	188			

P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en valors absoluts– sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.11. Índex d'atracció i pèrdues segons municipi - BARCELONÈS: Productes quotidians

Freqüències	TOTAL	ALIMENTACIÓ FRESCA								Σ Perduts	ÍNDEX % (Total - Perduts + Guanyats)
		080155 - Badalona	080193 - Barcelona	081017 - Hospitalet de Llobregat. I'	081944 - Sant Adrià de Besòs	082457 - Santa Coloma de Gramenet	Fora Barcelonès	Altres Municipis	No ho sap		
Base Compra ALIMENTACIÓ FRESCA	7975	25	81	11	15	18					
	7969	23	93	11	5	9					
080155 - Badalona	252	0	1	0	4	7	1	0	1	14	104,76%
080193 - Barcelona	2524	0	0	0	9	9	95	0	0	113	98,81%
081017 - Hospitalet de Llobregat. I'	285	0	11	0	0	0	24	1	0	36	91,23%
081944 - Sant Adrià de Besòs	86	1	10	1	0	1	0	1	0	14	101,16%
082457 - Santa Coloma de Gramenet	181	13	5	0	2	0	2	0	0	22	98,34%
Reste Municipis		12	56	10	0	2					
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>26</b>	<b>83</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>122</b>	<b>2</b>	<b>1</b>		
Freqüències	TOTAL	RESTA D'ALIMENTACIÓ								Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
		080155 - Badalona	080193 - Barcelona	081017 - Hospitalet de Llobregat. I'	081944 - Sant Adrià de Besòs	082457 - Santa Coloma de Gramenet	Fora Barcelonès	Altres Municipis	No ho sap		
Base Compra RESTA D'ALIMENTACIÓ	7945	31	47	2	15	6					
	7935	30	58	3	11	5					
080155 - Badalona	250	0	3	0	12	5	0	0	0	20	104,00%
080193 - Barcelona	2524	0	0	0	0	0	174	0	35	209	93,58%
081017 - Hospitalet de Llobregat. I'	282	0	4	0	0	0	25	1	0	30	90,43%
081944 - Sant Adrià de Besòs	86	1	9	0	0	1	0	0	0	11	104,65%
082457 - Santa Coloma de Gramenet	178	19	8	0	3	0	3	0	0	33	84,83%
Reste Municipis		10	23	3	0	0					
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>30</b>	<b>47</b>	<b>3</b>	<b>15</b>	<b>6</b>	<b>202</b>	<b>1</b>	<b>35</b>		
Freqüències	TOTAL	ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS								Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
		080155 - Badalona	080193 - Barcelona	081017 - Hospitalet de Llobregat. I'	081944 - Sant Adrià de Besòs	082457 - Santa Coloma de Gramenet	Fora Barcelonès	Altres Municipis	No ho sap		
Base Compra ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	7925	28	73	8	13	3					
	7890	27	87	9	10	2					
080155 - Badalona	251	0	3	0	9	2	1	0	2	17	103,98%
080193 - Barcelona	2524	0	0	0	0	0	118	0	23	141	97,31%
081017 - Hospitalet de Llobregat. I'	282	0	5	0	0	0	19	1	0	25	94,33%
081944 - Sant Adrià de Besòs	86	1	10	0	0	1	0	0	0	12	101,16%
082457 - Santa Coloma de Gramenet	177	16	7	0	4	0	1	0	0	28	85,88%
Reste Municipis		10	48	9	0	0					
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>27</b>	<b>73</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>139</b>	<b>1</b>	<b>25</b>		

P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en valors absoluts– sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.12. Índex d'atracció i pèrdues segons municipi - BARCELONÈS: Productes no quotidians

EQUIPAMENT DE LA PERSONA											
Freqüències	TOTAL	080155 - Badalona	080193 - Barcelona	081017 - Hospitalet de Llobregat. l'	081944 - Sant Adrià de Besòs	082457 - Santa Coloma de Gramenet	Fora Barcelonés	Altres Municipis	No ho sap	Σ Perduts	%(Total - Perduts + Guanyats)
Base Compra EQUIPAMENT DE LA PERSONA	7633	61	1540	49	11	8					
	7534	60	2065	49	9	9					
080155 - Badalona	233	0	72	1	3	4	2	0	4	86	88,84%
080193 - Barcelona	2471	9	0	0	0	0	240	0	275	524	141,12%
081017 - Hospitalet de Llobregat. l'	275	1	79	0	0	1	39	0	0	120	74,55%
081944 - Sant Adrià de Besòs	78	2	43	0	0	0	0	0	0	45	55,13%
082457 - Santa Coloma de Gramenet	161	15	65	0	6	0	2	0	0	88	50,31%
Reste Municipis		33	1281	49	1	3					
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>60</b>	<b>1540</b>	<b>50</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>283</b>	<b>0</b>	<b>279</b>		
EQUIPAMENT DE LA LLAR											
Freqüències	TOTAL	080155 - Badalona	080193 - Barcelona	081017 - Hospitalet de Llobregat. l'	081944 - Sant Adrià de Besòs	082457 - Santa Coloma de Gramenet	Fora Barcelonés	Altres Municipis	No ho sap	Σ Perduts	%(Total - Perduts + Guanyats)
Base Compra EQUIPAMENT DE LA LLAR	6907	342	914	210	13	3					
	6667	214	1217	140	10	4					
080155 - Badalona	203	0	38	0	7	1	3	1	2	52	243,84%
080193 - Barcelona	2359	177	0	94	0	0	171	0	134	576	114,29%
081017 - Hospitalet de Llobregat. l'	236	0	48	0	0	0	45	0	3	96	148,31%
081944 - Sant Adrià de Besòs	65	10	25	0	0	0	0	0	0	35	64,62%
082457 - Santa Coloma de Gramenet	143	37	49	1	3	0	2	1	1	94	37,06%
Reste Municipis		120	753	115	2	3					
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>344</b>	<b>913</b>	<b>210</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>221</b>	<b>2</b>	<b>140</b>		

P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en valors absoluts– sumen més del 100%)

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.13. Quotidià i No quotidià segons dia i horari de compra per situació laboral: TREBALLA

#### QUOTIDIÀ (alimentació fresca, resta d'aliments i altres productes quotidians)

DIES DE LA SETMANA COMPRA	Total	HORARI EN EL QUE SOL FER LA COMPRA					NS	NC
		Al matí (abans de les 13h)	Entre la 13h i les 15h	Entre la 15h i les 17h	A partir de les 17h	No té horari fixe / Quan pot		
De dilluns a dijous	1932	24,3%	5,7%	6,3%	55,2%	8,4%	0,0%	0,0%
Divendres	514	21,5%	7,3%	12,2%	52,4%	6,4%	0,1%	0,0%
Dissabte	982	62,0%	9,9%	10,5%	10,1%	7,6%	0,0%	0,0%
Diumenge	46	17,3%	4,4%	0,0%	78,3%	0,0%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	1028	15,2%	3,2%	5,1%	37,5%	39,1%	0,0%	0,0%
NS	10	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,9%	92,1%	0,0%
NC	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

#### NO QUOTIDIÀ (equipament de la persona i de la llar)

DIES DE LA SETMANA COMPRA	Total	HORARI EN EL QUE SOL FER LA COMPRA					NS	NC
		Al matí (abans de les 13h)	Entre la 13h i les 15h	Entre la 15h i les 17h	A partir de les 17h	No té horari fixe / Quan pot		
De dilluns a dijous	1015	23,6%	2,9%	5,9%	59,4%	8,2%	0,1%	0,0%
Divendres	288	9,4%	4,7%	14,9%	64,5%	6,4%	0,0%	0,0%
Dissabte	2070	32,0%	6,2%	8,6%	36,9%	16,2%	0,0%	0,0%
Diumenge	35	22,9%	0,0%	0,0%	35,0%	42,0%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	1063	9,8%	1,2%	4,9%	32,7%	51,3%	0,1%	0,0%
NS	3	22,0%	0,0%	0,0%	4,2%	0,0%	73,8%	0,0%
NC	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Nota (\*): Amb cercle es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança entre els diferents horaris testats.  
S'han exclòs les respostes d'aquells responsables de compres que no realitzen compres d'equipament de la persona ni de la llar

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.14. Quotidià i No quotidià segons dia i horari de compra per situació laboral: ATURAT/ DA

#### QUOTIDIÀ (alimentació fresca, resta d'aliments i altres productes quotidians)

DIES DE LA SETMANA COMPRA	Total	HORARI EN EL QUE SOL FER LA COMPRA					NS	NC
		Al matí (abans de les 13h)	Entre la 13h i les 15h	Entre la 15h i les 17h	A partir de les 17h	No té horari fixe / Quan pot		
De dilluns a dijous	298	42,2%	29,4%	7,2%	10,9%	10,4%	0,0%	0,0%
Divendres	71	59,5%	2,2%	7,1%	21,7%	9,5%	0,0%	0,0%
Dissabte	131	50,8%	15,3%	1,0%	27,7%	5,3%	0,0%	0,0%
Diumenge	1	0,0%	42,6%	57,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	267	32,0%	1,7%	3,0%	11,4%	51,9%	0,0%	0,0%
NS	1	60,5%	0,0%	0,0%	39,5%	0,0%	0,0%	0,0%
NC	1	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

#### NO QUOTIDIÀ (equipament de la persona i de la llar)

DIES DE LA SETMANA COMPRA	Total	HORARI EN EL QUE SOL FER LA COMPRA					NS	NC
		Al matí (abans de les 13h)	Entre la 13h i les 15h	Entre la 15h i les 17h	A partir de les 17h	No té horari fixe / Quan pot		
De dilluns a dijous	157	34,6%	9,2%	10,2%	32,8%	13,2%	0,0%	0,0%
Divendres	32	26,3%	2,7%	8,3%	56,3%	6,4%	0,0%	0,0%
Dissabte	272	24,1%	2,0%	14,2%	40,9%	18,8%	0,0%	0,0%
Diumenge	1	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	303	16,9%	1,0%	1,2%	27,4%	53,5%	0,0%	0,0%
NS	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
NC	1	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

Nota (\*): Amb cercle es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança entre els diferents horaris testats. S'han exclòs les respostes d'aquells responsables de compres que no realitzen compres d'equipament de la persona ni de la llar

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.15. Quotidià i No quotidià segons dia i horari de compra per situació laboral: TASQUES A LA PROPIA LLAR

#### QUOTIDIÀ (alimentació fresca, resta d'aliments i altres productes quotidians)

DIES DE LA SETMANA COMPRA	Total	HORARI EN EL QUE SOL FER LA COMPRA						NS	NC
		Al matí (abans de les 13h)	Entre la 13h i les 15h	Entre la 15h i les 17h	A partir de les 17h	No té horari fixe / Quan pot			
De dilluns a dijous	158	73,6%	2,7%	2,6%	9,0%	6,1%	6,0%	0,0%	
Divendres	88	71,9%	4,4%	4,1%	12,9%	6,7%	0,0%	0,0%	
Dissabte	43	69,3%	9,3%	7,3%	10,6%	3,4%	0,0%	0,0%	
Diumenge	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
No llegir No hi ha dia fixa / Indiferent	122	46,4%	0,8%	7,3%	11,7%	33,8%	0,0%	0,0%	
NS	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
NC	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	

#### NO QUOTIDIÀ (equipament de la persona i de la llar)

DIES DE LA SETMANA COMPRA	Total	HORARI EN EL QUE SOL FER LA COMPRA						NS	NC
		Al matí (abans de les 13h)	Entre la 13h i les 15h	Entre la 15h i les 17h	A partir de les 17h	No té horari fixe / Quan pot			
De dilluns a dijous	90	64,4%	2,3%	3,5%	10,3%	19,4%	0,0%	0,0%	
Divendres	23	61,7%	3,2%	0,9%	34,2%	0,0%	0,0%	0,0%	
Dissabte	134	40,7%	1,3%	4,1%	42,5%	11,3%	0,0%	0,0%	
Diumenge	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
No hi ha dia fixa / Indiferent	142	33,2%	3,7%	7,6%	14,4%	41,0%	0,0%	0,0%	
NS	2	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	
NC	1	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	

Nota (\*): Amb cercle es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança entre els diferents horaris testats.  
S'han exclòs les respostes d'aquells responsables de compres que no realitzen compres d'equipament de la persona ni de la llar

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### A.16. Quotidià i No quotidià segons dia i horari de compra per situació laboral: JUBILAT/ DA

#### QUOTIDIÀ (alimentació fresca, resta d'aliments i altres productes quotidians)

DIES DE LA SETMANA COMPRA	Total	HORARI EN EL QUE SOL FER LA COMPRA						NS	NC
		Al matí (abans de les 13h)	Entre la 13h i les 15h	Entre la 15h i les 17h	A partir de les 17h	No té horari fixe / Quan pot			
De dilluns a dijous	732	72,6%	6,9%	4,7%	5,5%	10,3%	0,0%	0,0%	
Divendres	426	71,2%	7,5%	3,7%	9,9%	7,2%	0,0%	0,5%	
Dissabte	178	75,1%	5,9%	3,6%	9,5%	5,7%	0,0%	0,1%	
Diumenge	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
No llegir No hi ha dia fixa / Indiferent	765	62,1%	4,3%	2,0%	4,8%	26,5%	0,0%	0,3%	
NS	3	34,2%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	40,8%	
NC	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	

#### NO QUOTIDIÀ (equipament de la persona i de la llar)

DIES DE LA SETMANA COMPRA	Total	HORARI EN EL QUE SOL FER LA COMPRA						NS	NC
		Al matí (abans de les 13h)	Entre la 13h i les 15h	Entre la 15h i les 17h	A partir de les 17h	No té horari fixe / Quan pot			
De dilluns a dijous	537	61,3%	5,2%	5,5%	18,6%	9,4%	0,0%	0,0%	
Divendres	158	48,6%	11,9%	6,2%	28,4%	4,8%	0,0%	0,0%	
Dissabte	376	39,3%	2,6%	8,2%	39,2%	10,8%	0,0%	0,0%	
Diumenge	2	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
No hi ha dia fixa / Indiferent	928	36,4%	1,8%	2,5%	16,4%	42,2%	0,2%	0,5%	
NS	14	24,7%	0,0%	0,0%	22,7%	17,0%	35,7%	0,0%	
NC	8	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	

Nota (\*): Amb cercle es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança entre els diferents horaris testats.  
S'han exclòs les respostes d'aquells responsables de compres que no realitzen compres d'equipament de la persona ni de la llar

# ESTUDI QUANTITATIU ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

## Relació de Municipis i Sistemes Territorials de Comerç (STEC) (I)

Municipi	STEC	Comarca
Argençola	Alta Anoia	Anoia
Bellprat	Alta Anoia	Anoia
Calaf	Alta Anoia	Anoia
Calonge de Segarra	Alta Anoia	Anoia
Castellfollit de Riubregós	Alta Anoia	Anoia
Copons	Alta Anoia	Anoia
Llacuna, la	Alta Anoia	Anoia
Montmaneu	Alta Anoia	Anoia
Prats de Rei, els	Alta Anoia	Anoia
Pujalt	Alta Anoia	Anoia
Rubió	Alta Anoia	Anoia
Sant Martí de Tous	Alta Anoia	Anoia
Sant Martí Seseuioles	Alta Anoia	Anoia
Sant Pere Sallavina	Alta Anoia	Anoia
Santa Maria de Miralles	Alta Anoia	Anoia
Veciana	Alta Anoia	Anoia

Municipi	STEC	Comarca
Badalona	AMB Nord	Barcelonès
Montgat	AMB Nord	Maresme
Sant Adrià de Besòs	AMB Nord	Barcelonès
Santa Coloma de Gramenet	AMB Nord	Barcelonès
Tiana	AMB Nord	Maresme

Municipi	STEC	Comarca
Castelldefels	AMB Sud	Baix Llobregat
Cornellà de Llobregat	AMB Sud	Baix Llobregat
Espugues de Llobregat	AMB Sud	Baix Llobregat
Gavà	AMB Sud	Baix Llobregat
Hospitalet de Llobregat, l'	AMB Sud	Barcelonès
Prat de Llobregat, el	AMB Sud	Baix Llobregat
Sant Boi de Llobregat	AMB Sud	Baix Llobregat
Sant Feliu de Llobregat	AMB Sud	Baix Llobregat
Sant Joan Despí	AMB Sud	Baix Llobregat
Sant Just Desvern	AMB Sud	Baix Llobregat
Viladecans	AMB Sud	Baix Llobregat

Municipi	STEC	Comarca
Badia del Vallès	AMB Vallès	Vallès Occidental
Barberà del Vallès	AMB Vallès	Vallès Occidental
Castellbisbal	AMB Vallès	Vallès Occidental
Cerdanyola del Vallès	AMB Vallès	Vallès Occidental
Montcada i Reixac	AMB Vallès	Vallès Occidental
Ripollet	AMB Vallès	Vallès Occidental
Sant Cugat del Vallès	AMB Vallès	Vallès Occidental

Municipi	STEC	Comarca
Arenys de Mar	Arenys	Maresme
Arenys de Munt	Arenys	Maresme
Canet de Mar	Arenys	Maresme
Sant Cebrià de Vallalta	Arenys	Maresme
Sant Iscle de Vallalta	Arenys	Maresme
Sant Pol de Mar	Arenys	Maresme

Municipi	STEC	Comarca
Begues	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Cervelló	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Corbera de Llobregat	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Molins de Rei	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Palaejà	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Palma de Cervelló, la	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Papiol, el	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Sant Andreu de la Barca	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Sant Climent de Llobregat	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Sant Vicenç dels Horts	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Santa Coloma de Cervelló	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Torrelles de Llobregat	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat
Vallirana	Baix Llobregat Nord	Baix Llobregat

Municipi	STEC	Comarca
Alella	Baix Maresme	Maresme
Cabrils	Baix Maresme	Maresme
Masnou, el	Baix Maresme	Maresme
Premià de Dalt	Baix Maresme	Maresme
Premià de Mar	Baix Maresme	Maresme
Teià	Baix Maresme	Maresme
Vilassar de Dalt	Baix Maresme	Maresme
Vilassar de Mar	Baix Maresme	Maresme

Municipi	STEC	Comarca
Barcelona	Barcelona	Barcelonès

Municipi	STEC	Comarca
Avià	Berguedà	Berguedà
Bagà	Berguedà	Berguedà
Berga	Berguedà	Berguedà
Borredà	Berguedà	Berguedà
Capolat	Berguedà	Berguedà
Casseres	Berguedà	Berguedà
Castell de l'Areny	Berguedà	Berguedà
Castellar de n'Hug	Berguedà	Berguedà
Castellar del Riu	Berguedà	Berguedà
Cercs	Berguedà	Berguedà
Espunyola, l'	Berguedà	Berguedà
Figols	Berguedà	Berguedà
Gironella	Berguedà	Berguedà
Gisclareny	Berguedà	Berguedà
Guardiola de Berguedà	Berguedà	Berguedà
Montclar	Berguedà	Berguedà
Montmajor	Berguedà	Berguedà
Nou de Berguedà, la	Berguedà	Berguedà
Olvan	Berguedà	Berguedà
Pobla de Lillet, la	Berguedà	Berguedà
Puig-reig	Berguedà	Berguedà
Quar, la	Berguedà	Berguedà
Sagàs	Berguedà	Berguedà
Saldes	Berguedà	Berguedà
Sant Jaume de Frontanyà	Berguedà	Berguedà
Sant Julià de Cerdanyola	Berguedà	Berguedà
Santa Maria de Merlès	Berguedà	Berguedà
Vallcebre	Berguedà	Berguedà
Vilada	Berguedà	Berguedà
Viver i Serrateix	Berguedà	Berguedà

Municipi	STEC	Comarca
Calella	Calella	Maresme
Fogars de la Selva	Calella	Maresme
Malgrat de Mar	Calella	Maresme
Palafolls	Calella	Maresme
Pineda de Mar	Calella	Maresme
Santa Susanna	Calella	Maresme
Tordera	Calella	Maresme

Municipi	STEC	Comarca
Bruc, el	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Cabrera d'Anoia	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Capellades	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Carme	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Castelloi	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Hostalets de Pierola, els	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Igualada	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Jorba	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Òdena	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Orpí	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Pobla de Claramunt, la	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Santa Margarida de Montbui	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Torre de Claramunt, la	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Vallbona d'Anoia	Conca d'Òdena-Piera	Anoia
Vilanova del Camí	Conca d'Òdena-Piera	Anoia

Municipi	STEC	Comarca
Canyelles	Garraf	Garraf
Cubelles	Garraf	Garraf
Olivella	Garraf	Garraf
Sant Pere de Ribes	Garraf	Garraf
Sitges	Garraf	Garraf
Vilanova i la Geltrú	Garraf	Garraf

Municipi	STEC	Comarca
Aiguafreda	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Ametlla del Vallès, l'	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Canovelles	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Figaró-Montmany	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Franqueses del Vallès, les	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Garriga, la	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Granollers	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Montmeló	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Montornès del Vallès	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Roca del Vallès, la	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Tagamanent	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Vallromanes	Granollers-Congost	Vallès Oriental
Vilanova del Vallès	Granollers-Congost	Vallès Oriental

Municipi	STEC	Comarca
Alpens	Luçanès	Osona
Luçà	Luçanès	Osona
Olost	Luçanès	Osona
Oristà	Luçanès	Osona
Perafita	Luçanès	Osona
Prats de Luçanès	Luçanès	Osona
Sant Agustí de Luçanès	Luçanès	Osona
Sant Bartomeu del Grau	Luçanès	Osona
Sant Boi de Luçanès	Luçanès	Osona
Sant Feliu Sasserra	Luçanès	Bages
Sant Martí d'Albars	Luçanès	Osona
Sobremunt	Luçanès	Osona

Municipi	STEC	Comarca
Abrera	Martorell	Baix Llobregat
Castellví de Rosanes	Martorell	Baix Llobregat
Collbató	Martorell	Baix Llobregat
Esparraguera	Martorell	Baix Llobregat
Martorell	Martorell	Baix Llobregat
Masquefa	Martorell	Anoia
Olesa de Montserrat	Martorell	Baix Llobregat
Piera	Martorell	Anoia
Sant Esteve Sesrovires	Martorell	Baix Llobregat



# ESTUDI QUANTITATIU ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

## Relació de Municipis i Sistemes Territorials de Comerç (STEC) (II)

Municipi	STEC	Comarca
Argentona	Mataró	Maresme
Cabrera de Mar	Mataró	Maresme
Caldes d'Estrac	Mataró	Maresme
Dosrius	Mataró	Maresme
Mataró	Mataró	Maresme
Òrius	Mataró	Maresme
Sant Andreu de Llvaneres	Mataró	Maresme
Sant Vicenç de Montalt	Mataró	Maresme

Municipi	STEC	Comarca
Gelida	Mediona-Anoia	Alt Penedès
Mediona	Mediona-Anoia	Alt Penedès
Pla del Penedès, el	Mediona-Anoia	Alt Penedès
Puigdàlber	Mediona-Anoia	Alt Penedès
Sant Llorenç d'Hortons	Mediona-Anoia	Alt Penedès
Sant Pere de Riudebitlles	Mediona-Anoia	Alt Penedès
Sant Quintí de Mediona	Mediona-Anoia	Alt Penedès
Sant Sadurn d'Anoia	Mediona-Anoia	Alt Penedès
Subirats	Mediona-Anoia	Alt Penedès
Torrelavit	Mediona-Anoia	Alt Penedès

Municipi	STEC	Comarca
Calders	Moianès	Moianès
Castellcir	Moianès	Moianès
Castellterçol	Moianès	Moianès
Collsuspina	Moianès	Moianès
Estany, l'	Moianès	Moianès
Granera	Moianès	Moianès
Molà	Moianès	Moianès
Monistrol de Calders	Moianès	Moianès
Sant Quirze Safaja	Moianès	Moianès
Santa Maria d'Olió	Moianès	Moianès

Municipi	STEC	Comarca
Campins	Montseny	Vallès Oriental
Cànoves i Samalús	Montseny	Vallès Oriental
Cardedeu	Montseny	Vallès Oriental
Fogars de Montclús	Montseny	Vallès Oriental
Gualba	Montseny	Vallès Oriental
Linars del Vallès	Montseny	Vallès Oriental
Montseny	Montseny	Vallès Oriental
Sant Antoni de Vilamajor	Montseny	Vallès Oriental
Sant Celoni	Montseny	Vallès Oriental
Sant Esteve de Palautordera	Montseny	Vallès Oriental
Sant Pere de Vilamajor	Montseny	Vallès Oriental
Santa Maria de Palautordera	Montseny	Vallès Oriental
Vallgorguina	Montseny	Vallès Oriental
Vilalba Sasserra	Montseny	Vallès Oriental

Municipi	STEC	Comarca
Aguilar de Segarra	Pla de Bages	Bages
Artés	Pla de Bages	Bages
Avinyó	Pla de Bages	Bages
Balsareny	Pla de Bages	Bages
Callús	Pla de Bages	Bages
Cardona	Pla de Bages	Bages
Castellbell i el Vilar	Pla de Bages	Bages
Castellfollit del Boix	Pla de Bages	Bages
Castellgalí	Pla de Bages	Bages
Castellnou de Bages	Pla de Bages	Bages
Fonollosa	Pla de Bages	Bages
Gaià	Pla de Bages	Bages
Manresa	Pla de Bages	Bages
Marganell	Pla de Bages	Bages
Monistrol de Montserrat	Pla de Bages	Bages
Mura	Pla de Bages	Bages
Navarxes	Pla de Bages	Bages
Navàs	Pla de Bages	Bages
Pont de Vilomara i Rocafort, el	Pla de Bages	Bages
Rajadell	Pla de Bages	Bages
Sallent	Pla de Bages	Bages
Sant Fruitós de Bages	Pla de Bages	Bages
Sant Joan de Vilatorrada	Pla de Bages	Bages
Sant Mateu de Bages	Pla de Bages	Bages
Sant Salvador de Guardiola	Pla de Bages	Bages
Sant Vicenç de Castellet	Pla de Bages	Bages
Santpedor	Pla de Bages	Bages
Súria	Pla de Bages	Bages
Talamanca	Pla de Bages	Bages

Municipi	STEC	Comarca
Balenyà	Plana de Vic	Osona
Brull, el	Plana de Vic	Osona
Calldetenes	Plana de Vic	Osona
Centelles	Plana de Vic	Osona
Esquirol, l'	Plana de Vic	Osona
Folgueroles	Plana de Vic	Osona
Gurb	Plana de Vic	Osona
Malla	Plana de Vic	Osona
Manlleu	Plana de Vic	Osona
Masies de Roda, les	Plana de Vic	Osona
Masies de Voltregà, les	Plana de Vic	Osona
Muntanyola	Plana de Vic	Osona
Roda de Ter	Plana de Vic	Osona
Rupi i Pruitt	Plana de Vic	Osona
Sant Hipòlit de Voltregà	Plana de Vic	Osona
Sant Julià de Vilatorrada	Plana de Vic	Osona
Sant Martí de Centelles	Plana de Vic	Osona
Sant Sadurn d'Osormort	Plana de Vic	Osona
Santa Cecília de Voltregà	Plana de Vic	Osona
Santa Eugènia de Berga	Plana de Vic	Osona
Santa Eulàlia de Riuprimer	Plana de Vic	Osona
Seva	Plana de Vic	Osona
Taradell	Plana de Vic	Osona
Tavèrnoles	Plana de Vic	Osona
Tavertet	Plana de Vic	Osona
Tona	Plana de Vic	Osona
Vic	Plana de Vic	Osona
Vilanova de Sau	Plana de Vic	Osona

Municipi	STEC	Comarca
Caldes de Montbui	Riera de Caldes	Vallès Oriental
Llagosta, la	Riera de Caldes	Vallès Oriental
Palau-solità i Plegamans	Riera de Caldes	Vallès Occidental
Polinyà	Riera de Caldes	Vallès Occidental
Sant Feliu de Codines	Riera de Caldes	Vallès Oriental
Santa Perpètua de Mogoda	Riera de Caldes	Vallès Occidental
Sentmenat	Riera de Caldes	Vallès Occidental

Municipi	STEC	Comarca
Castellar del Vallès	Sabadell	Vallès Occidental
Gallifa	Sabadell	Vallès Occidental
Sabadell	Sabadell	Vallès Occidental
Sant Llorenç Savall	Sabadell	Vallès Occidental
Sant Quirze del Vallès	Sabadell	Vallès Occidental

Municipi	STEC	Comarca
Bigues i Riells	Tenes-Besòs	Vallès Oriental
Lliçà d'Amunt	Tenes-Besòs	Vallès Oriental
Lliçà de Vall	Tenes-Besòs	Vallès Oriental
Martorelles	Tenes-Besòs	Vallès Oriental
Mollet del Vallès	Tenes-Besòs	Vallès Oriental
Parets del Vallès	Tenes-Besòs	Vallès Oriental
Sant Fost de Campsentelles	Tenes-Besòs	Vallès Oriental
Santa Eulàlia de Ronçana	Tenes-Besòs	Vallès Oriental
Santa Maria de Martorelles	Tenes-Besòs	Vallès Oriental

Municipi	STEC	Comarca
Matadepera	Terrassa	Vallès Occidental
Rellinars	Terrassa	Vallès Occidental
Rubi	Terrassa	Vallès Occidental
Terrassa	Terrassa	Vallès Occidental
Ullastrell	Terrassa	Vallès Occidental
Vacarisses	Terrassa	Vallès Occidental
Viladecavalls	Terrassa	Vallès Occidental

Municipi	STEC	Comarca
Montesquiu	Vall del Ges, Orís i Bisaura	Osona
Orís	Vall del Ges, Orís i Bisaura	Osona
Sant Pere de Torelló	Vall del Ges, Orís i Bisaura	Osona
Sant Quirze de Besora	Vall del Ges, Orís i Bisaura	Osona
Sant Vicenç de Torelló	Vall del Ges, Orís i Bisaura	Osona
Santa Maria de Besora	Vall del Ges, Orís i Bisaura	Osona
Sora	Vall del Ges, Orís i Bisaura	Osona
Torelló	Vall del Ges, Orís i Bisaura	Osona

Municipi	STEC	Comarca
Avinonet del Penedès	Vilafranca	Alt Penedès
Cabanyes, les	Vilafranca	Alt Penedès
Castellet i la Gornal	Vilafranca	Alt Penedès
Castellví de la Marca	Vilafranca	Alt Penedès
Font-rubi	Vilafranca	Alt Penedès
Granada, la	Vilafranca	Alt Penedès
Olerdola	Vilafranca	Alt Penedès
Olesa de Bonesvalls	Vilafranca	Alt Penedès
Pacs del Penedès	Vilafranca	Alt Penedès
Pontons	Vilafranca	Alt Penedès
Sant Cugat Sesgarrigues	Vilafranca	Alt Penedès
Sant Martí Sarroca	Vilafranca	Alt Penedès
Santa Fe del Penedès	Vilafranca	Alt Penedès
Santa Margarida i els Monjos	Vilafranca	Alt Penedès
Torrelles de Foix	Vilafranca	Alt Penedès
Vilafranca del Penedès	Vilafranca	Alt Penedès
Vilobí del Penedès	Vilafranca	Alt Penedès

# ESTUDI QUANTITATIU

## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

---



Ronda Sant Pere 52, 4<sup>a</sup> planta  
08010 Barcelona

Tel: 93 272 17 18  
[mdk@mdk.es](mailto:mdk@mdk.es)  
<http://www.mdk.es>