

**INFORME DE RESULTATS**

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

**DIPUTACIÓ DE BARCELONA  
(2017)**



**Diputació  
Barcelona**

#DibaOberta

Setembre 2017

# 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 dels productors
- 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 8.081 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.

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 (2017), així com les **diferències rellevants trobades** respecte els diversos anàlisis d'altres variables d'interès (tipologia de llar, comarca, sistema territorial...)

# 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. Durada mitja de 13 minuts.

**Disseny i selecció de la mostra:** Selecció aleatòria amb quotes apropiades a nivell de municipi, comarca i sistema territorial. 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:** 8.081 entrevistes (8.000 ponderades). El marge d'error global de les dades obtingudes és de  $\pm 1,09\%$  (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 17 de gener al 16 de març de 2017.

**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	427	149	4,72%
Anoia	45.083	455	460	166	4,55%
Bages	67.582	411	411	249	4,82%
Baix Llobregat	299.741	1.170	1.177	1.215	2,85%
Barcelonès	926.582	820	831	3.319	3,40%
Berguedà	16.779	465	474	62	4,44%
Garraf	58.653	405	409	216	4,83%
Maresme	166.748	857	865	606	3,32%
Moianès	4.859	400	416	18	4,60%
Osona	57.283	691	712	211	3,65%
Vallès Occidental	337.589	1.140	1.139	1.245	2,90%
Vallès Oriental	147.244	759	760	543	3,55%
<b>Total general</b>	<b>2.168.605</b>	<b>8.000</b>	<b>8.081</b>	<b>8.000</b>	<b>1,09%</b>

Sistema Territorial	Habitatges familiars principals Cens INE 2011	Enquestes a fer	Enquestes realitzades	Enquestes ponderació (*)	Error mostral (segons enquestes realitzades)
Alta Anoia	3.315	209	215	12	6,46%
AMB Nord	147.711	433	434	545	4,70%
AMB Sud	307.539	836	841	1.135	3,37%
AMB Vallès	99.675	430	428	368	4,73%
Arenys	18.558	201	202	68	6,86%
Baix Llobregat Nord	57.928	315	316	214	5,50%
Baix Maresme	42.500	219	225	157	6,52%
Barcelona	684.078	200	210	2.524	6,76%
Berguedà	16.779	465	474	62	4,44%
Calella	36.366	217	211	134	6,73%
Conca d'Òdena-Piera	41.768	246	245	154	6,24%
Garraf	58.653	405	409	216	4,83%
Granollers-Congost	61.316	244	253	226	6,15%
Lluçanès	2.598	202	212	10	6,45%
Martorell	36.305	219	222	134	6,56%
Mataró	62.086	207	212	229	6,72%
Mediona-Anoia	13.471	205	207	50	6,76%
Moianès	4.859	400	416	18	4,60%
Montseny	27.623	217	197	102	6,96%
Pla de Bages	67.582	411	411	249	4,82%
Plana de Vic	46.019	279	286	170	5,78%
Riera de Caldes	34.663	217	226	128	6,50%
Sabadell	97.664	243	245	360	6,25%
Tenes-Besòs	44.043	215	217	162	6,64%
Terrassa	119.849	333	333	442	5,36%
Vall del Ges, Orís i Bisaura	8.666	210	214	32	6,62%
Vilafranca	26.991	222	220	100	6,58%
<b>Total general</b>	<b>2.168.605</b>	<b>8.000</b>	<b>8.081</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

# ESTUDI QUANTITATIU

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

### METODOLOGIA (III)

Detall de la variable de ponderació:

Enquestes realitzades							Enquestes ponderació (*)					
Sistema Territorial	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	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	TOTAL
Alta Anoia	40	10	54	77	34	215	3	1	3	5	1	12
AMB Nord (*)	111	31	100	148	44	434	147	53	122	151	71	545
AMB Sud (*)	164	70	235	277	95	841	217	101	263	437	117	1.135
AMB Vallès	90	40	103	139	56	428	76	33	82	139	37	368
Arenys	31	12	44	92	23	202	15	6	15	25	7	68
Baix Llobregat Nord	67	32	66	115	36	316	41	19	49	82	22	214
Baix Maresme	25	21	69	87	23	225	34	14	35	58	15	157
Barcelona	64	26	23	65	32	210	681	245	567	700	331	2.524
Berguedà	81	25	145	168	55	474	17	5	16	19	6	62
Calella	54	20	47	63	27	211	29	12	30	50	13	134
Conca d'Òdena-Piera	40	16	68	95	26	245	33	14	34	57	15	154
Garraf	95	31	93	142	48	409	54	20	51	73	18	216
Granollers-Congost	61	19	63	80	30	253	42	19	52	89	24	226
Lluçanès	33	6	61	75	37	212	2	1	2	3	1	10
Martorell	51	13	56	80	22	222	26	12	31	52	14	134
Mataró	65	20	42	63	22	212	50	21	51	85	22	229
Mediona-Anoia	36	15	52	76	28	207	11	4	12	18	5	50
Moianès	56	32	114	170	44	416	4	1	4	7	1	18
Montseny	52	17	39	63	26	197	19	9	23	40	11	102
Pla de Bages	86	34	98	148	45	411	52	21	60	87	29	249
Plana de Vic	55	26	59	106	40	286	36	15	38	61	19	170
Riera de Caldes (*)	66	15	57	75	13	226	26	12	29	48	13	128
Sabadell	57	18	63	83	24	245	75	33	80	136	36	360
Tenes-Besòs	26	18	57	76	40	217	30	14	37	64	17	162
Terrassa	74	28	69	112	50	333	91	40	99	167	44	442
Vall del Ges, Orís i Bisaura	37	7	69	73	28	214	7	3	7	12	4	32
Vilafranca	45	17	56	82	20	220	22	8	24	35	10	100
<b>Total general</b>	<b>1.662</b>	<b>619</b>	<b>2.002</b>	<b>2.830</b>	<b>968</b>	<b>8.081</b>	<b>1.841</b>	<b>736</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

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



# ESTUDI QUANTITATIU

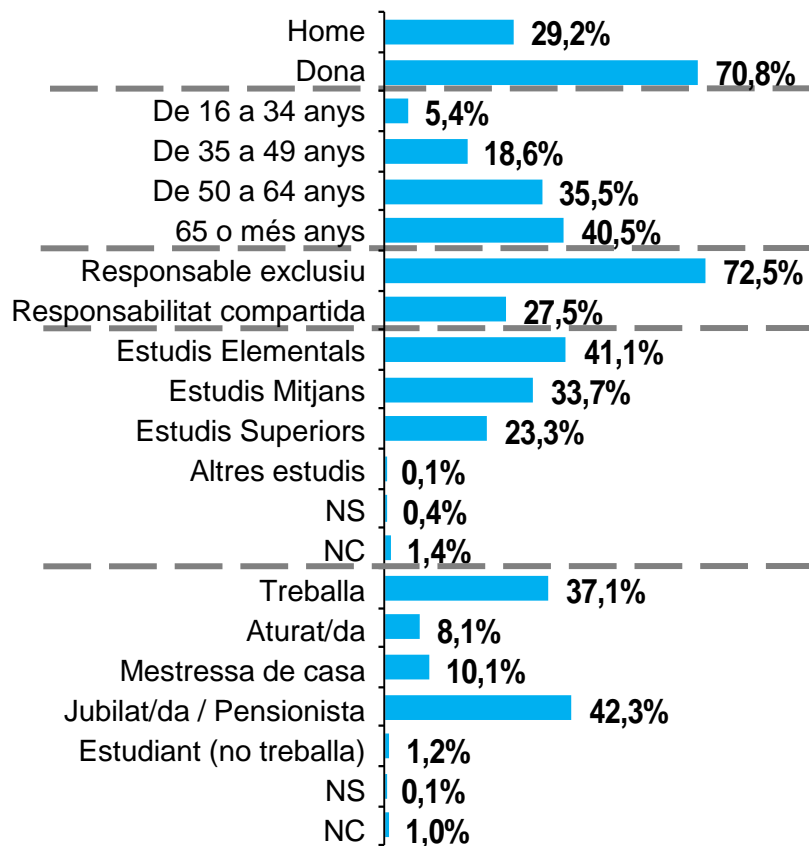
## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

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

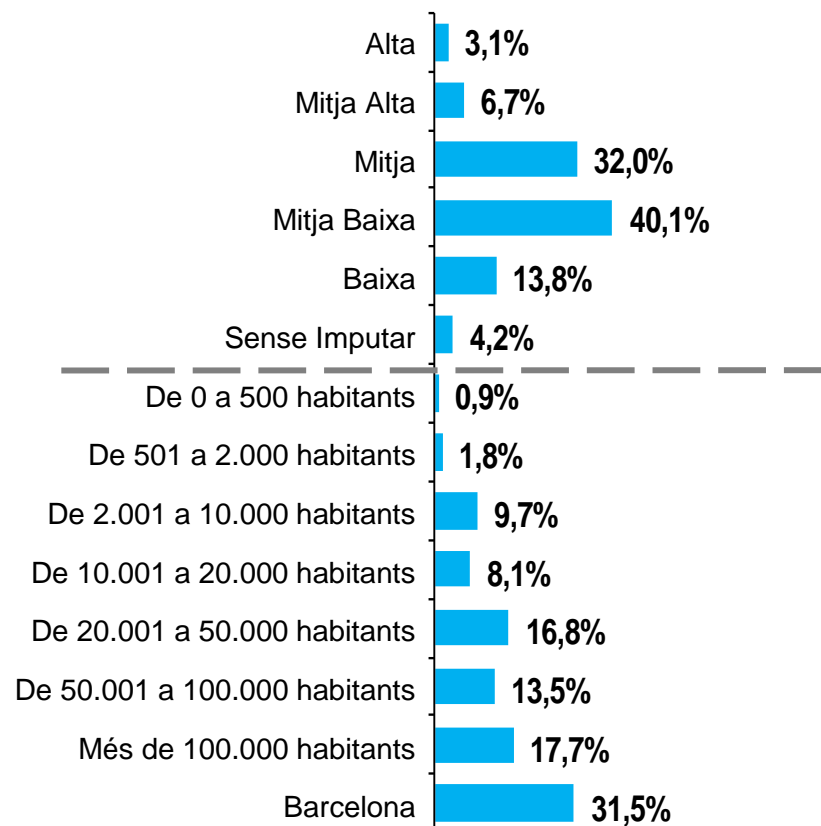
n: Total mostra= 8.000

#### 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

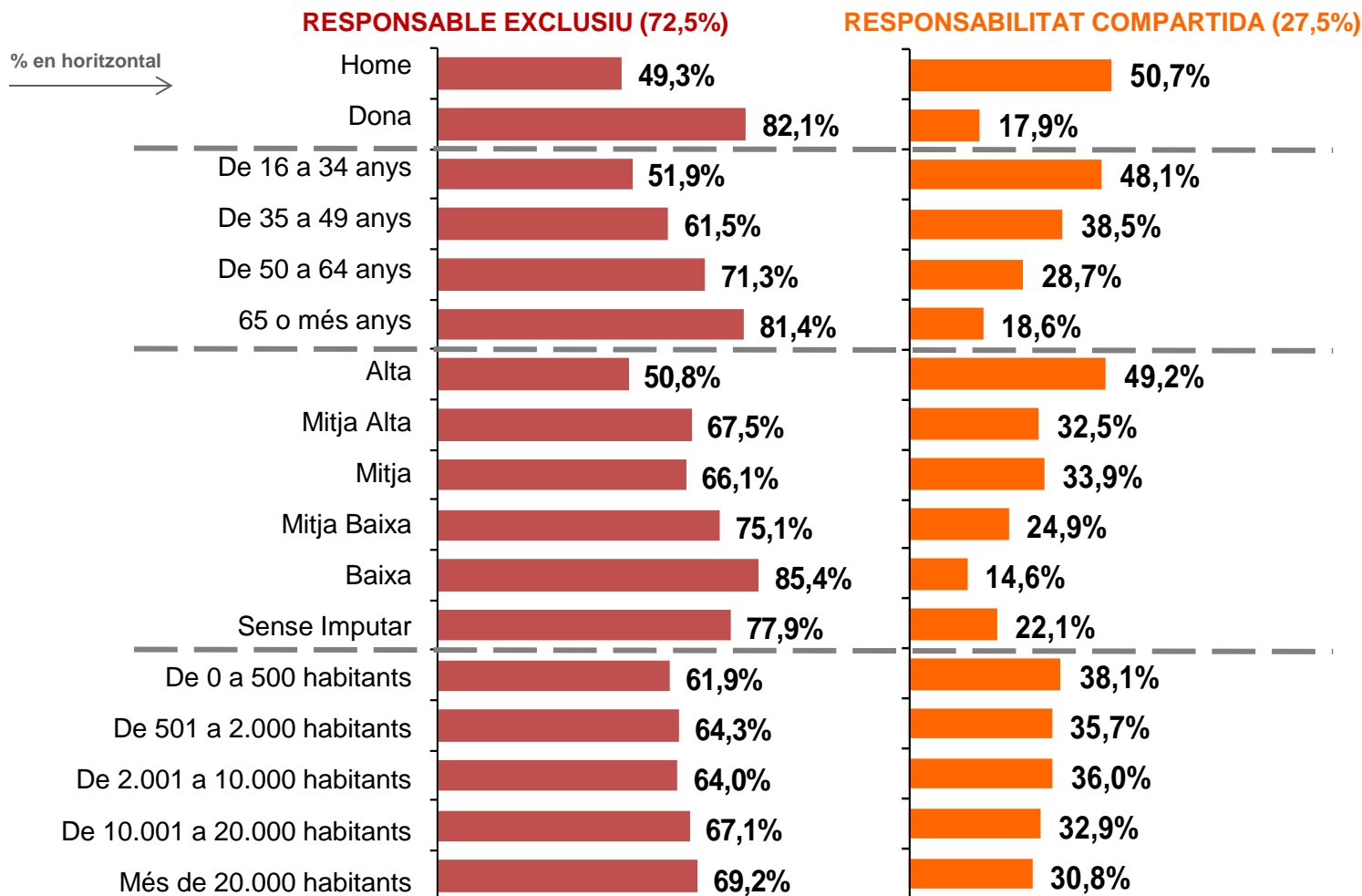
# ESTUDI QUANTITATIU

## 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

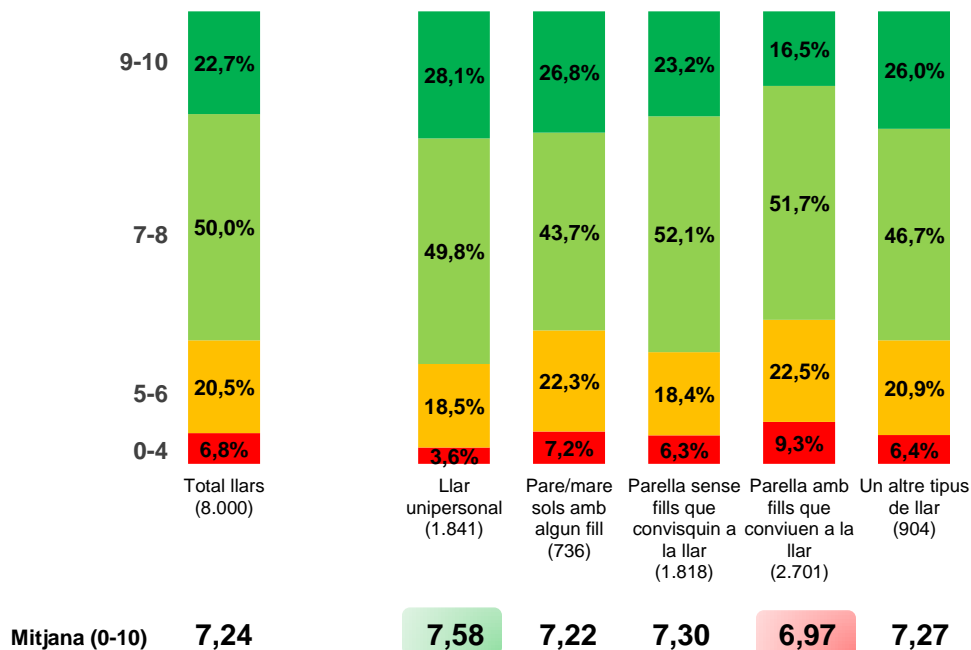
n: Total mostra= 8.000

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

L'oferta comercial a nivell municipal es valora positivament per part de les llars entrevistades, obté una valoració mitjana de 7,24 en una escala 0-10 a nivell global.

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

Mentre que les llars unipersonals valoren de forma més satisfactòria que a nivell global, concretament aquelles llars de persones de 65 anys o més.



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
7,24	7,39	7,69	7,05	7,22	7,61	7,30	6,90	7,06	6,82	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 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

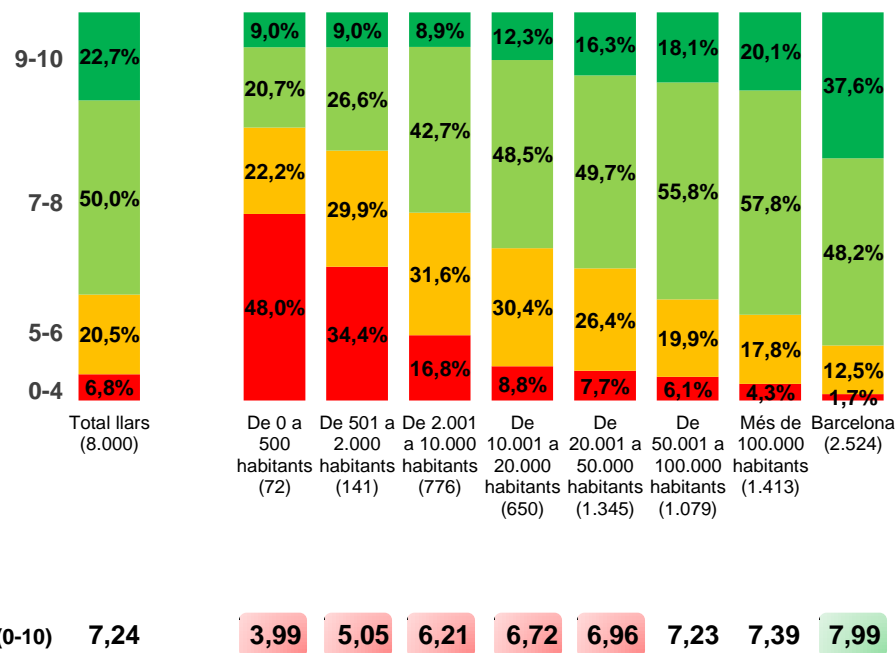
n: Total mostra= 8.000

## 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 100.000 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.

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)

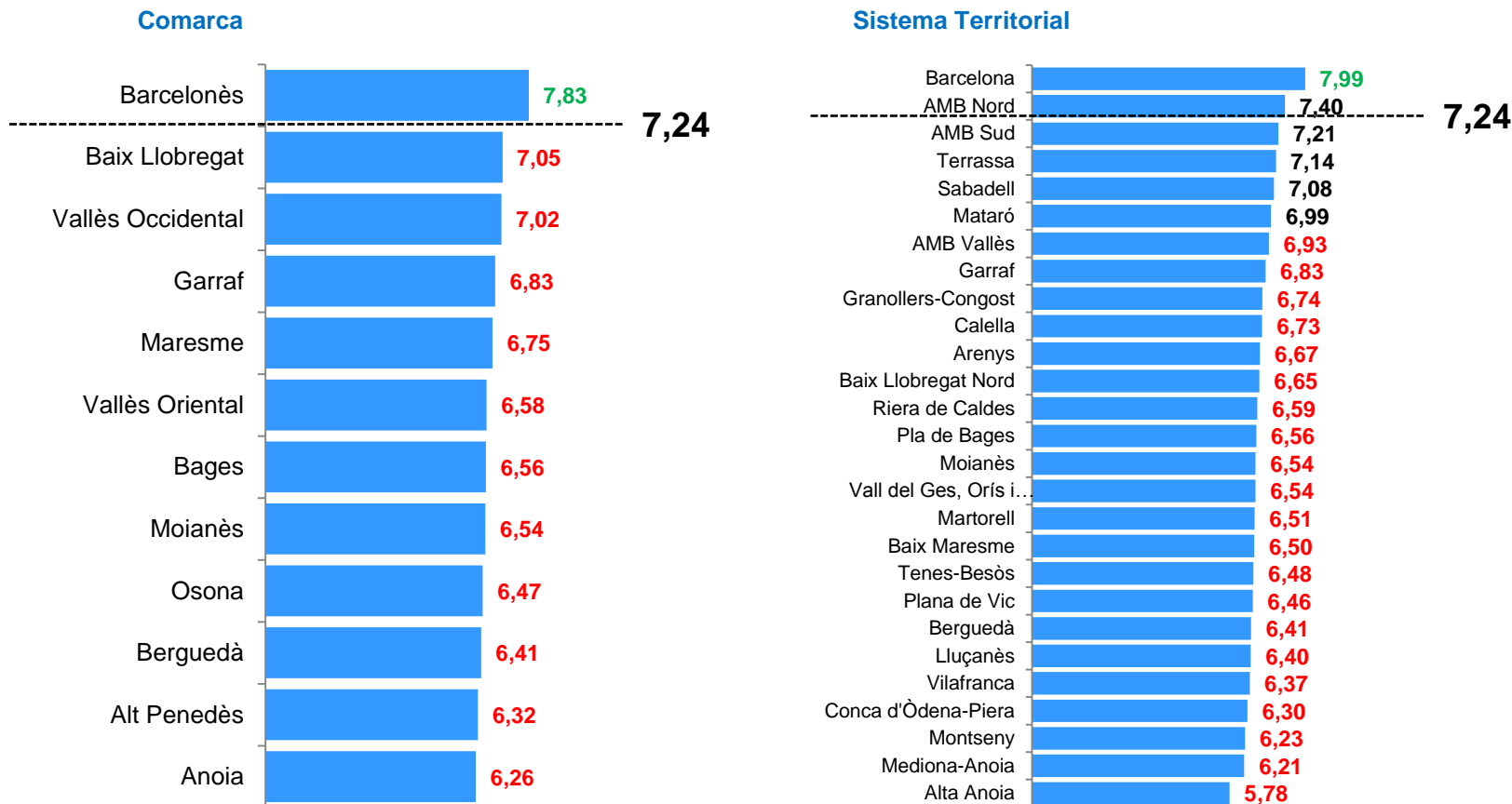
# ESTUDI QUANTITATIU

## 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)

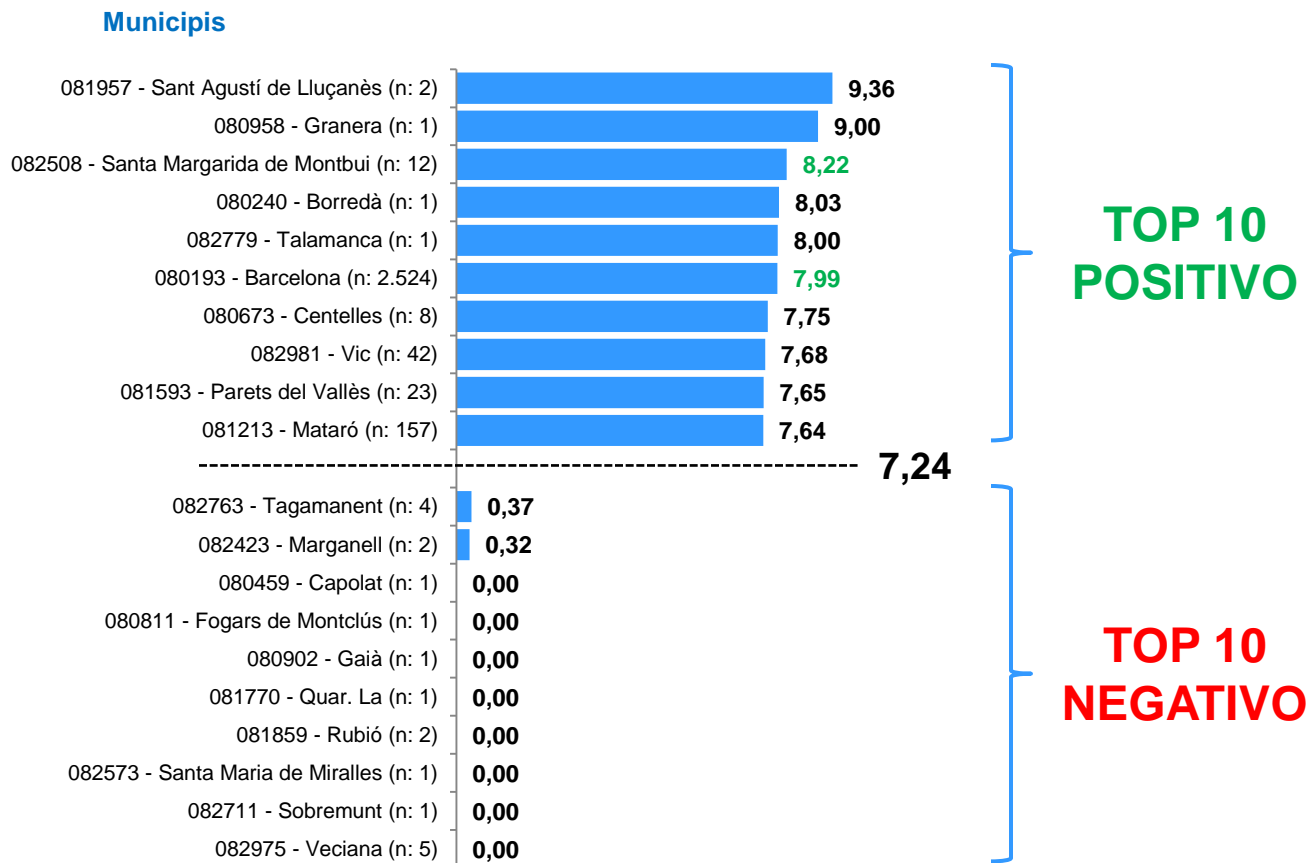
# ESTUDI QUANTITATIU

## 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



**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= 6.360

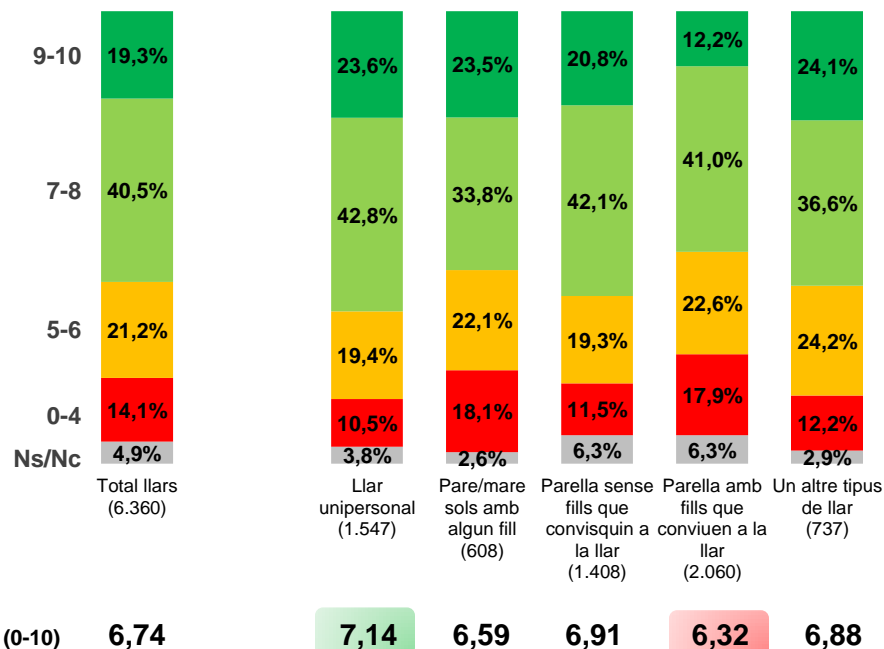
### 2.5. Valoració de l'oferta comercial del barri segons tipologia de llar (Municipis > 20.000 habitants)

L'oferta comercial a nivell barri es valora de forma més moderada que l'oferta comercial a nivell de municipi.

L'oferta comercial a nivell barri obté una valoració mitjana de 6,74 sobre 10 a nivell global.

Les llars de parelles amb fills que conviuen a la llar i les llars monoparentals valoren pitjor l'oferta comercial del seu barri respecte el resultat global, especialment de forma significativa aquelles llars amb tots els seus fills menors de 18 anys.

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



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 conviuen 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
6,74	6,73	7,38	6,64	6,54	7,48	6,91	6,26	6,34	6,45	6,88

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

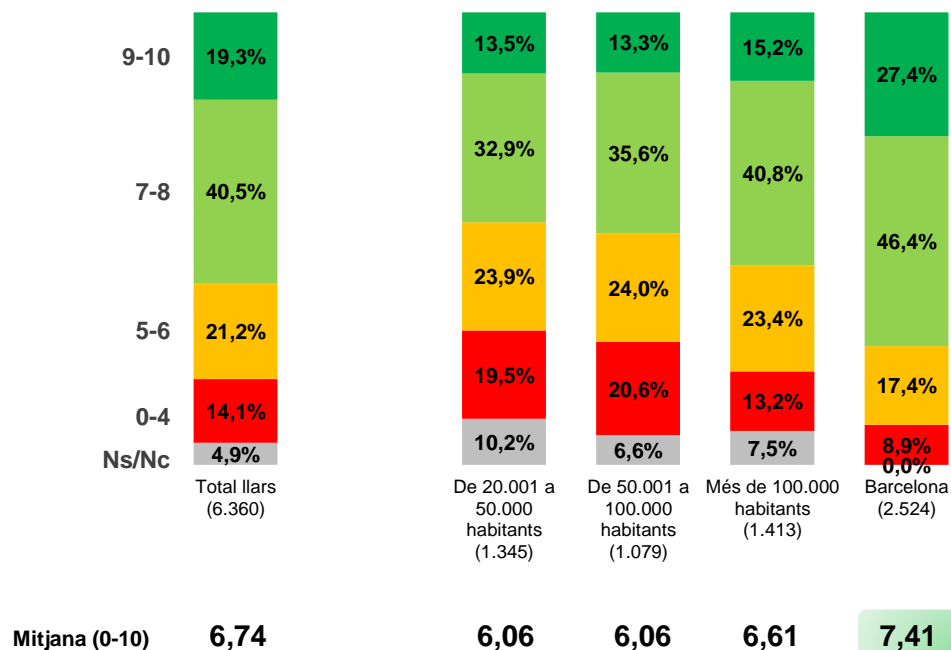
### VALORACIONS DE L'OFERTA COMERCIAL DEL SEU BARRI

n: Municipis > 20.000 habitants= 6.360

### 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.

Les valoracions de l'oferta comercial del barri són més baixes en la resta de municipis de més de 20.000 habitants; especialment entre els municipis de menys de 100.000 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

**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)

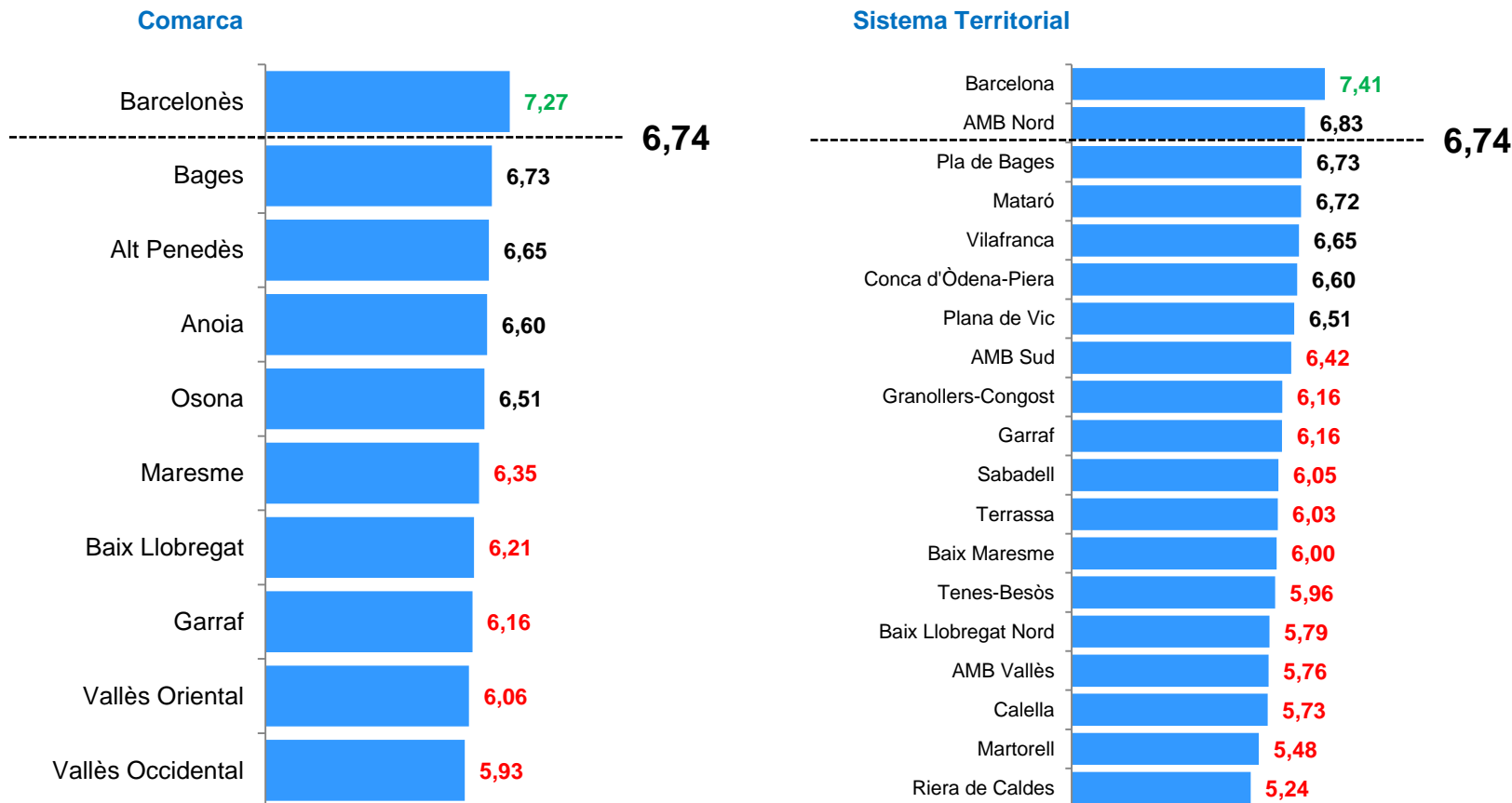
# ESTUDI QUANTITATIU

## 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= 6.360

### 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

**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)

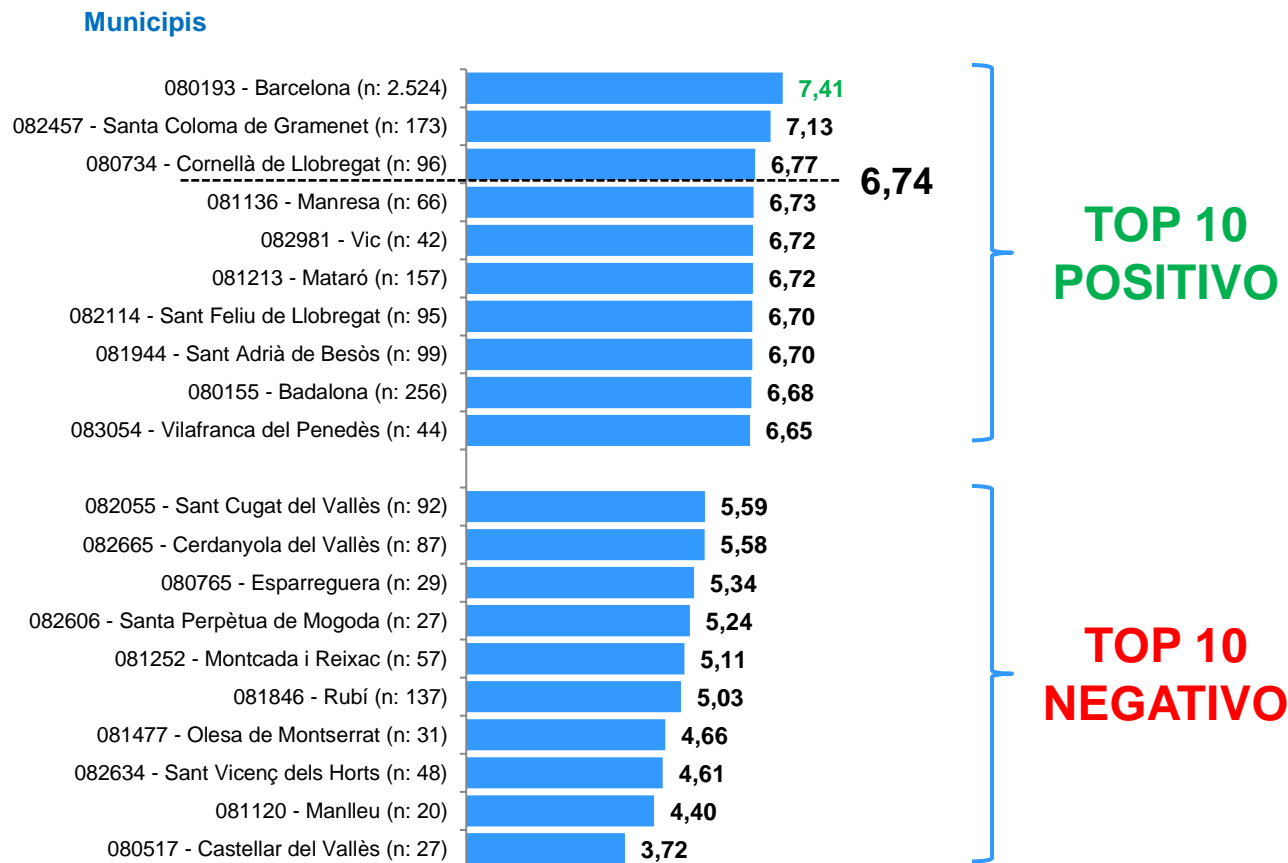
# ESTUDI QUANTITATIU

## 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= 6.360

### 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

**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)

# ESTUDI QUANTITATIU

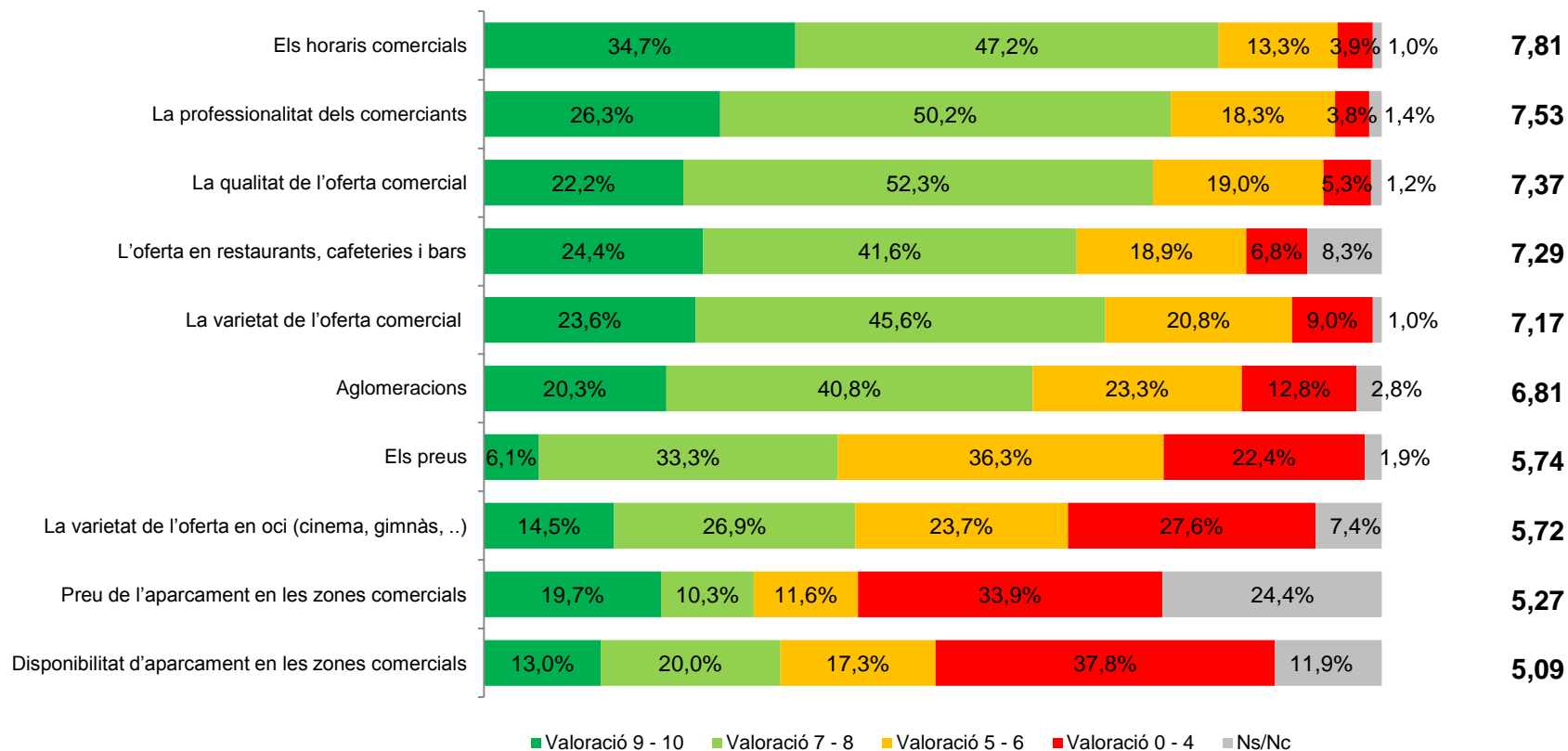
## ANÀlisi D'HÀBITs DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### VALORACIONS ESPECÍFIQUES DE L'OFERTA COMERCIAL

n: Total mostra= 8.000

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

Ordenat per  
Mitjana (0-10)



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	7,81	7,90	7,78	7,83	7,71	7,94
Els preus	5,74	5,58	5,84	5,58	5,83	6,05
La varietat de l'oferta comercial	7,17	7,51	6,90	7,32	6,85	7,36
La qualitat de l'oferta comercial	7,37	7,52	7,26	7,52	7,15	7,53
L'oferta en restaurants, cafeteries i bars	7,29	7,54	7,26	7,30	7,12	7,34
La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ..)	5,72	6,27	5,76	5,68	5,37	5,76
Aglomeracions (en les zones comercials, cues a les botigues, ...)	6,81	7,03	7,01	6,71	6,71	6,72
Disponibilitat d'aparcament en zones comercials	5,09	4,59	5,18	5,30	5,21	5,11
Preu de l'aparcament en zones comercials	5,27	4,50	5,33	5,72	5,38	5,25
La professionalitat dels comerciants	7,53	7,62	7,40	7,62	7,43	7,61

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	7,81	7,81	7,96	7,51	7,81	7,79	7,83	7,76	7,67	7,74	7,94
Els preus	5,74	5,58	5,58	6,25	5,77	6,01	5,58	5,99	5,70	5,87	6,05
La varietat de l'oferta comercial	7,17	7,25	7,66	6,72	6,96	6,46	7,32	6,69	7,01	6,63	7,36
La qualitat de l'oferta comercial	7,37	7,22	7,68	7,33	7,26	7,11	7,52	7,16	7,15	7,13	7,53
L'oferta en restaurants, cafeteries i bars	7,29	7,31	7,69	7,12	7,28	7,28	7,30	7,06	7,13	7,26	7,34
La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ..)	5,72	5,86	6,51	5,10	5,91	5,14	5,68	5,26	5,52	5,02	5,76
Aglomeracions (en les zones comercials,...)	6,81	6,54	7,31	7,44	6,94	7,12	6,71	6,84	6,61	6,69	6,72
Disponibilitat d'aparcament en zones comercials	5,09	4,38	4,74	5,16	5,25	4,23	5,30	5,37	5,08	5,32	5,11
Preu de l'aparcament en zones comercials	5,27	4,07	4,87	5,34	5,36	5,06	5,72	5,57	5,23	5,42	5,25
La professionalitat dels comerciants	7,53	7,45	7,72	7,12	7,45	7,27	7,62	7,48	7,35	7,57	7,61

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	7,81	7,55	7,77	7,98	7,89	7,76	7,70	7,93	7,88	7,96	7,78	7,82	7,86
Els preus	5,74	5,84	6,13	5,89	6,02	5,53	5,74	5,74	5,79	5,43	5,94	5,85	5,85
La varietat de l'oferta comercial	7,17	6,26	6,40	6,57	6,98	7,72	6,63	6,71	6,72	6,34	6,44	6,97	6,47
La qualitat de l'oferta comercial	7,37	7,07	6,97	7,16	7,26	7,59	7,37	7,17	7,31	7,44	7,16	7,23	7,12
L'oferta en restaurants, cafeteries i bars	7,29	7,02	6,61	7,01	6,95	7,62	6,79	7,50	7,24	7,58	6,79	7,15	6,90
La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ..)	5,72	3,99	4,39	4,58	5,50	6,72	3,87	4,33	4,78	3,76	4,77	5,49	4,20
Aglomeracions (en les zones comercials,...)	6,81	7,17	7,28	7,10	7,03	6,46	7,84	6,82	7,02	7,89	7,81	6,81	7,34
Disponibilitat d'aparcament en zones comercials	5,09	6,51	6,07	6,12	5,38	4,37	6,96	5,14	5,27	6,56	6,87	5,02	6,07
Preu de l'aparcament en zones comercials	5,27	6,74	7,33	7,26	5,77	3,82	7,83	5,54	5,63	8,93	7,36	5,51	7,17
La professionalitat dels comerciants	7,53	7,51	7,65	7,80	7,65	7,32	7,90	7,48	7,62	8,05	7,94	7,65	7,86

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	7,81	6,63	7,46	7,89	7,93	7,85	7,83	7,87	7,75
Els preus	5,74	4,97	5,37	5,88	6,11	5,86	5,93	5,92	5,40
La varietat de l'oferta comercial	7,17	4,68	5,22	6,07	6,63	6,85	7,13	7,38	7,87
La qualitat de l'oferta comercial	7,37	5,57	6,29	7,10	7,31	7,22	7,29	7,30	7,73
L'oferta en restaurants, cafeteries i bars	7,29	6,07	6,02	6,78	6,92	6,99	7,33	7,22	7,80
La varietat de l'oferta en oci (cinema, gimnàs, ..)	5,72	2,55	3,62	3,71	4,14	5,08	5,68	6,15	7,05
Aglomeracions (en les zones comercials,...)	6,81	6,71	7,35	7,52	7,24	7,07	6,95	6,56	6,40
Disponibilitat d'aparcament en zones comercials	5,09	6,77	7,64	6,72	6,02	5,14	4,77	4,73	4,32
Preu de l'aparcament en zones comercials	5,27	7,29	7,87	8,18	7,38	5,42	4,97	4,76	3,59
La professionalitat dels comerciants	7,53	6,92	7,42	7,94	7,92	7,61	7,61	7,46	7,30

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)

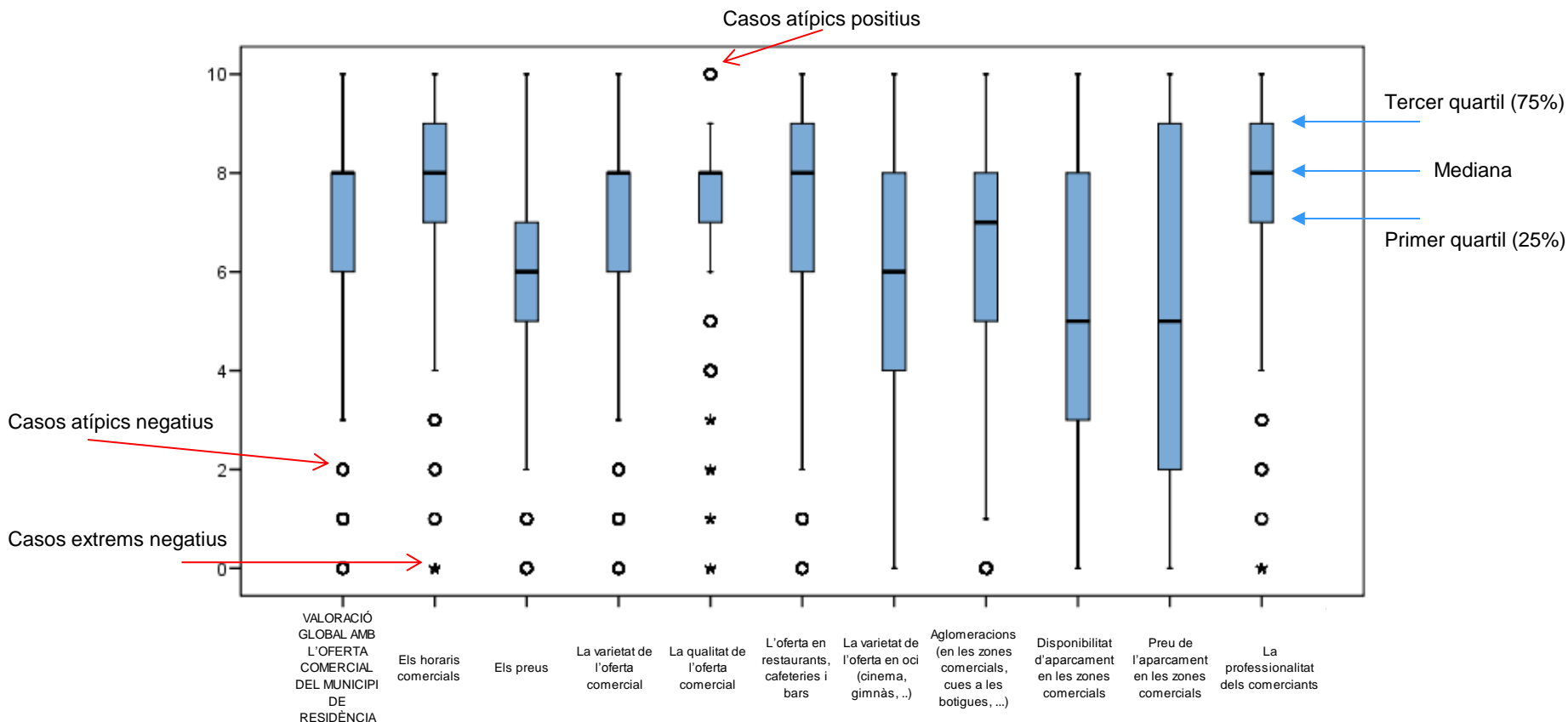
# ESTUDI QUANTITATIU

## 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 els horaris comercials. 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 és 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

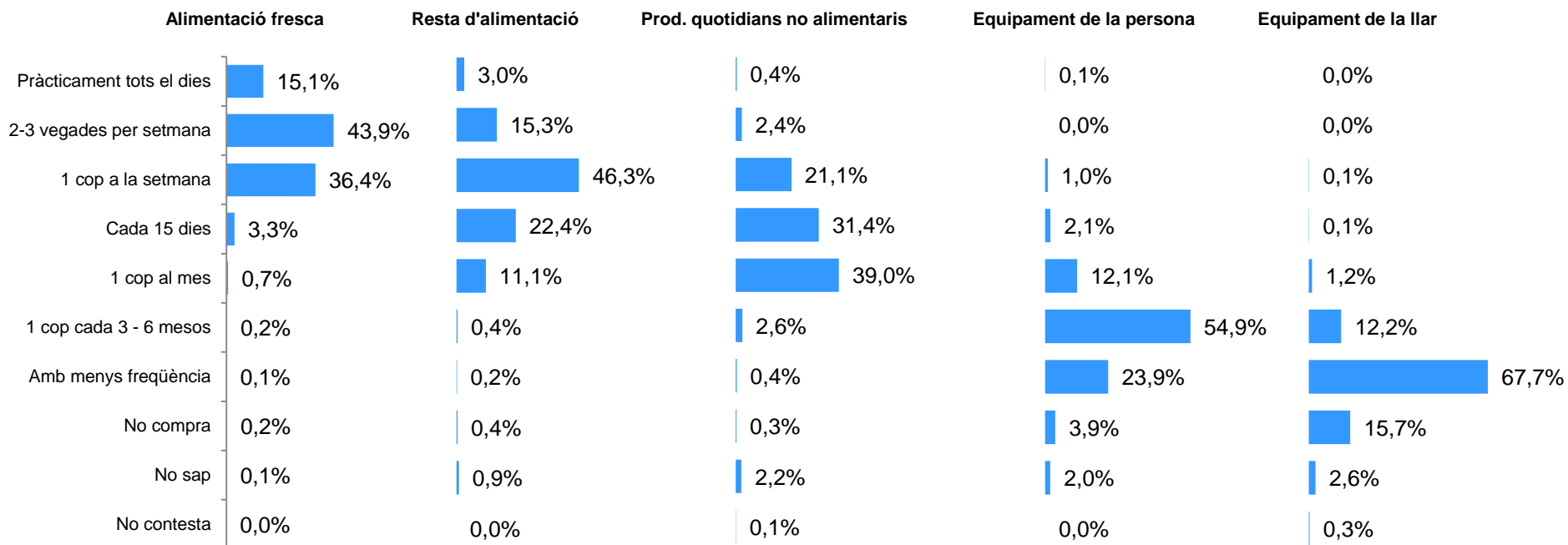
### HÀBITS DE COMPRA: FREQUÈNCIA DE COMPRA

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. Frequències 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	15,1%	14,1%	14,8%	11,6%	15,6%	23,1%
	2-3 vegades per setmana	43,9%	37,7%	40,4%	52,8%	45,5%	36,8%
	1 cop a la setmana	36,4%	40,6%	41,3%	32,6%	35,6%	33,6%
	Cada 15 dies	3,3%	5,6%	2,8%	2,0%	1,9%	6,0%
	1 cop al mes	0,7%	0,7%	0,4%	0,5%	1,2%	0,3%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	0,2%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Amb menys freqüència	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%
	No compra	0,2%	0,4%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%
	No llegir NS	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%
	No llegir NC	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
RESTA ALIMENTACIÓ	Pràcticament tots el dies	3,0%	1,9%	4,1%	1,2%	4,4%	3,5%
	2-3 vegades per setmana	15,3%	11,2%	14,1%	15,5%	17,8%	16,5%
	1 cop a la setmana	46,3%	38,8%	51,3%	43,1%	51,1%	49,6%
	Cada 15 dies	22,4%	25,9%	17,8%	27,7%	18,2%	21,0%
	1 cop al mes	11,1%	19,5%	10,4%	9,6%	7,7%	8,0%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	0,4%	0,6%	0,1%	0,4%	0,5%	0,3%
	Amb menys freqüència	0,2%	0,3%	0,2%	0,1%	0,2%	0,4%
	No compra	0,4%	1,1%	0,3%	0,2%	0,0%	0,2%
NS	0,9%	0,6%	1,7%	2,2%	0,1%	0,4%	
NC	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	Pràcticament tots el dies	0,4%	0,5%	0,0%	0,1%	0,5%	0,7%
	2-3 vegades per setmana	2,4%	1,5%	3,8%	1,3%	3,1%	3,5%
	1 cop a la setmana	21,1%	11,4%	22,6%	19,2%	26,9%	26,3%
	Cada 15 dies	31,4%	25,5%	27,9%	31,1%	37,1%	30,1%
	1 cop al mes	39,0%	52,2%	38,2%	41,6%	29,6%	35,9%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	2,6%	5,2%	2,5%	2,9%	1,2%	1,3%
	Amb menys freqüència	0,4%	0,5%	0,2%	0,7%	0,3%	0,3%
	No compra	0,3%	0,8%	0,1%	0,1%	0,1%	0,4%
	NS	2,2%	2,1%	4,4%	3,0%	1,3%	1,4%
NC	0,1%	0,1%	0,2%	0,0%	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

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	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%
	2-3 vegades per setmana	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	1 cop a la setmana	1,0%	0,6%	0,3%	1,9%	1,1%	0,4%
	Cada 15 dies	2,1%	1,0%	3,6%	1,7%	2,6%	2,5%
	1 cop al mes	12,1%	7,5%	10,5%	9,2%	17,6%	12,6%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	54,9%	47,2%	52,9%	54,0%	60,7%	56,7%
	Amb menys freqüència	23,9%	35,9%	23,3%	26,8%	14,4%	22,1%
	No compra	3,9%	6,0%	7,8%	3,7%	1,4%	4,0%
	NS	2,0%	1,7%	1,7%	2,6%	2,1%	1,5%
	NC	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
EQUIPAMENT DE LA LLAR	Pràcticament tots el dies	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2-3 vegades per setmana	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
	1 cop a la setmana	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
	Cada 15 dies	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%
	1 cop al mes	1,2%	0,8%	1,7%	0,8%	1,1%	2,8%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	12,2%	6,8%	12,1%	13,8%	15,2%	10,8%
	Amb menys freqüència	67,7%	65,8%	65,5%	65,7%	72,7%	62,3%
	No compra	15,7%	24,6%	19,9%	15,2%	6,9%	21,5%
	NS	2,6%	1,7%	0,6%	2,7%	3,9%	2,3%
	NC	0,3%	0,1%	0,0%	1,4%	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

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 ...		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
ALIMENTACIÓ FRESCA	Pràcticament tots el dies	15,1%	8,1%	17,4%	8,1%	15,8%	14,1%	11,6%	14,9%	17,0%	11,6%	23,1%
	2-3 vegades per setmana	43,9%	30,4%	41,7%	40,1%	41,1%	30,1%	52,8%	43,2%	45,8%	52,3%	36,8%
	1 cop a la setmana	36,4%	47,3%	36,9%	49,6%	39,4%	51,8%	32,6%	38,7%	33,9%	32,8%	33,6%
	Cada 15 dies	3,3%	10,7%	2,7%	1,7%	3,0%	2,0%	2,0%	2,5%	1,2%	3,0%	6,0%
	1 cop al mes	0,7%	0,8%	0,6%	0,5%	0,4%	0,0%	0,5%	0,5%	1,8%	0,3%	0,3%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	0,2%	1,7%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Amb menys freqüència	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
	No compra	0,2%	0,7%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%
	No llegir NS	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
	No llegir NC	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%
ALIMENTACIÓ RESTA	Pràcticament tots el dies	3,0%	2,2%	1,8%	1,8%	4,6%	1,7%	1,2%	2,3%	6,3%	3,0%	3,5%
	2-3 vegades per setmana	15,3%	7,3%	13,3%	12,3%	14,1%	17,5%	15,5%	14,8%	19,0%	22,0%	16,5%
	1 cop a la setmana	46,3%	46,7%	34,4%	43,6%	51,9%	60,1%	43,1%	55,3%	48,7%	48,3%	49,6%
	Cada 15 dies	22,4%	26,7%	25,4%	37,2%	15,6%	8,3%	27,7%	18,8%	17,3%	20,3%	21,0%
	1 cop al mes	11,1%	15,2%	22,0%	5,1%	11,1%	10,4%	9,6%	8,6%	7,4%	6,1%	8,0%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	0,4%	0,1%	0,8%	0,0%	0,1%	0,0%	0,4%	0,1%	0,8%	0,0%	0,3%
	Amb menys freqüència	0,2%	0,4%	0,2%	0,0%	0,1%	2,0%	0,1%	0,0%	0,3%	0,0%	0,4%
	No compra	0,4%	0,9%	1,2%	0,0%	0,3%	0,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,2%
	NS	0,9%	0,3%	0,8%	0,1%	2,1%	0,0%	2,2%	0,1%	0,1%	0,3%	0,4%
	NC	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%
ALIMENTARIS ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO	Pràcticament tots el dies	0,4%	0,5%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,5%	0,4%	0,8%	0,7%
	2-3 vegades per setmana	2,4%	2,1%	1,2%	2,4%	4,1%	2,7%	1,3%	2,3%	3,6%	2,7%	3,5%
	1 cop a la setmana	21,1%	11,7%	11,2%	13,7%	24,4%	15,3%	19,2%	24,1%	28,6%	28,6%	26,3%
	Cada 15 dies	31,4%	29,3%	23,5%	35,1%	27,0%	26,0%	31,1%	35,5%	38,7%	35,2%	30,1%
	1 cop al mes	39,0%	52,1%	52,3%	48,2%	36,0%	50,2%	41,6%	34,4%	25,8%	31,2%	35,9%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	2,6%	2,8%	6,6%	0,6%	2,7%	3,7%	2,9%	1,2%	1,4%	0,4%	1,3%
	Amb menys freqüència	0,4%	0,4%	0,6%	0,0%	0,1%	2,0%	0,7%	0,1%	0,4%	0,0%	0,3%
	No compra	0,3%	0,3%	1,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,4%
	NS	2,2%	0,7%	2,9%	0,0%	5,3%	0,0%	3,0%	1,9%	0,9%	1,1%	1,4%
	NC	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	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

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

		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	Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ...											
	Pràcticament tots el dies	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%
	2-3 vegades per setmana	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	1 cop a la setmana	1,0%	0,9%	0,4%	0,0%	0,2%	1,3%	1,9%	0,8%	1,5%	0,7%	0,4%
	Cada 15 dies	2,1%	2,2%	0,4%	1,6%	3,8%	5,3%	1,7%	2,0%	3,3%	1,3%	2,5%
	1 cop al mes	12,1%	11,6%	5,2%	21,3%	8,7%	13,8%	9,2%	23,7%	12,5%	20,6%	12,6%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	54,9%	57,9%	41,3%	62,1%	50,8%	65,8%	54,0%	61,7%	59,0%	65,4%	56,7%
	Amb menys freqüència	23,9%	22,0%	43,6%	13,1%	25,3%	13,7%	26,8%	8,6%	19,7%	9,4%	22,1%
	No compra	3,9%	4,2%	7,1%	0,0%	9,4%	0,0%	3,7%	1,3%	1,8%	0,3%	4,0%
	NS	2,0%	1,1%	2,0%	1,9%	1,8%	0,0%	2,6%	1,9%	2,2%	2,2%	1,5%
NC	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	
EQUIPAMENT DE LA LLAR	Pràcticament tots el dies	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	2-3 vegades per setmana	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	1 cop a la setmana	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,6%	0,1%
	Cada 15 dies	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,5%	0,1%
	1 cop al mes	1,2%	1,7%	0,3%	1,9%	1,7%	1,3%	0,8%	1,7%	0,7%	1,0%	2,8%
	1 cop cada 3 - 6 mesos	12,2%	11,3%	4,4%	20,6%	10,8%	13,5%	13,8%	16,9%	12,5%	21,7%	10,8%
	Amb menys freqüència	67,7%	68,3%	64,4%	62,9%	65,1%	77,8%	65,7%	70,5%	75,1%	68,4%	62,3%
	No compra	15,7%	16,5%	29,0%	13,7%	21,6%	7,4%	15,2%	6,4%	7,8%	4,7%	21,5%
	NS	2,6%	1,9%	1,5%	0,9%	0,6%	0,0%	2,7%	4,2%	3,8%	3,0%	2,3%
	NC	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,1%	0,0%	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

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

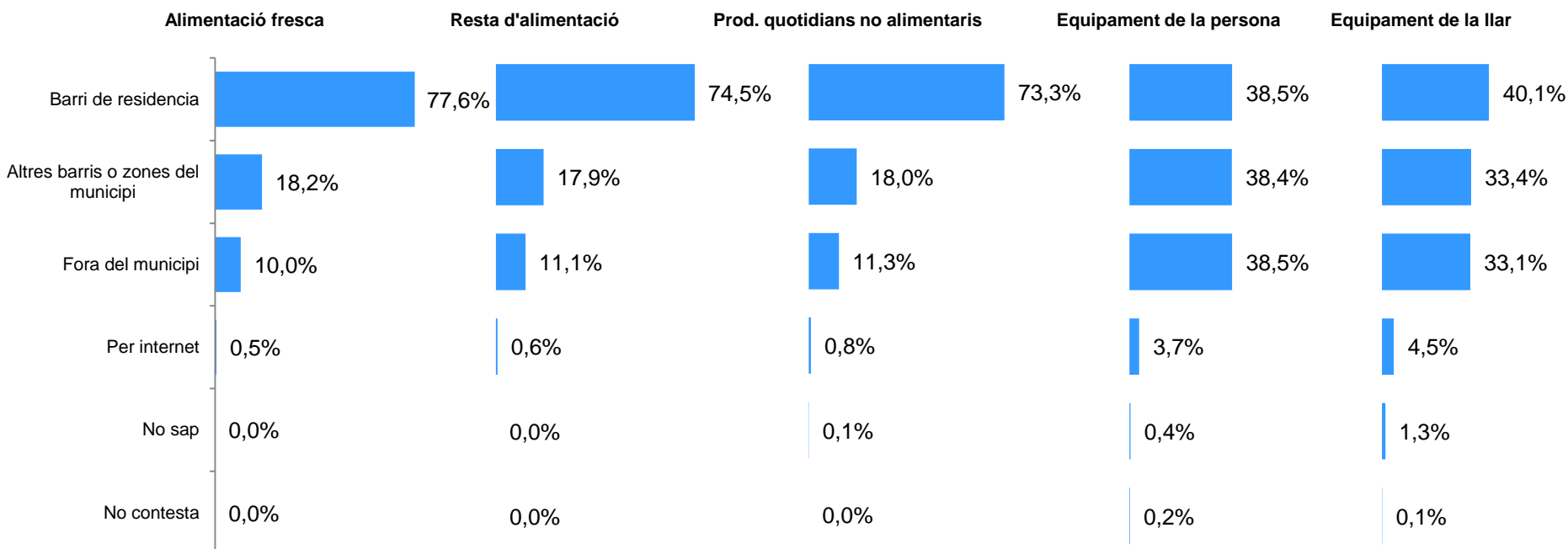
### HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE LES COMPRES

n: Compren alimentació fresca= 7.976  
 n: Compren resta d'alimentació= 7.899  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 7.798  
 n: Compren equipament de la persona= 7.527  
 n: Compren equipament de la llar= 6.506

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

Per a les compres d'alimentació, la proximitat és 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

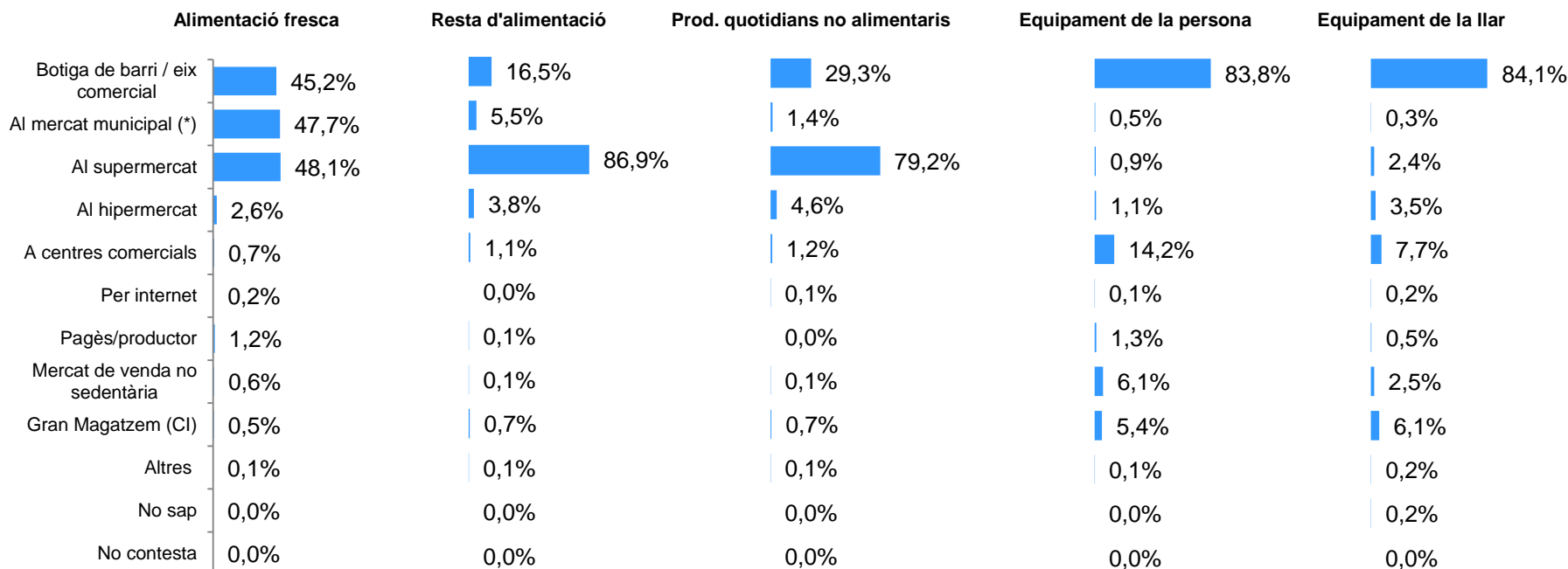
n: Compren alimentació fresca= 6.187  
 n: Compren resta d'alimentació= 5.881  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 5.712  
 n: Compren equipament de la persona= 2.897  
 n: Compren equipament de la llar= 2.606

### 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, mercat municipal i supermercat per aquelles llars que compren al barri, 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 majoritàriament en 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

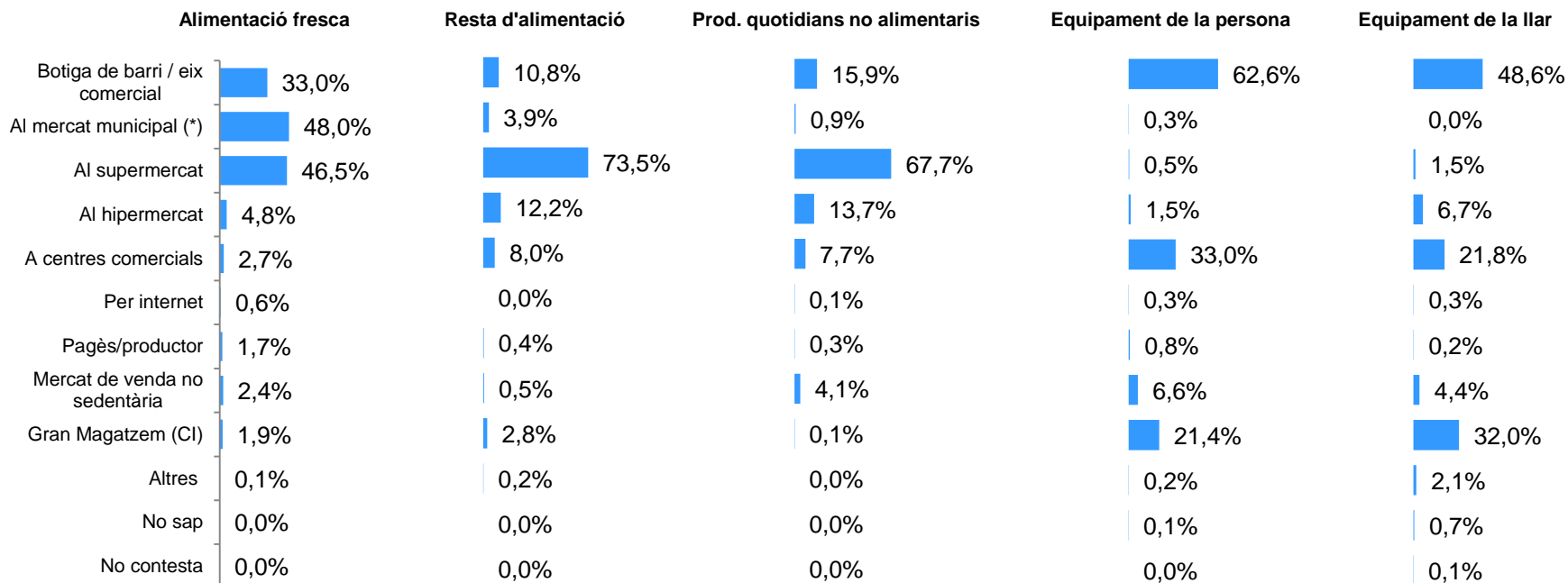
n: Compren alimentació fresca= 1.451  
 n: Compren resta d'alimentació= 1.414  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 1.402  
 n: Compren equipament de la persona= 2.892  
 n: Compren equipament de la llar= 2.170

### 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, per anar al mercat municipal o alguna botiga de barri concreta i l'eix comercial. S'observa un lleuger increment en relació a les grans superfícies (hipermercat,...)

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.

Les compres d'equipament de la persona i de la llar es realitzen en les botigues de barri / eix comercial, incrementant-se la compra en centres comercials i grans magatzems.



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

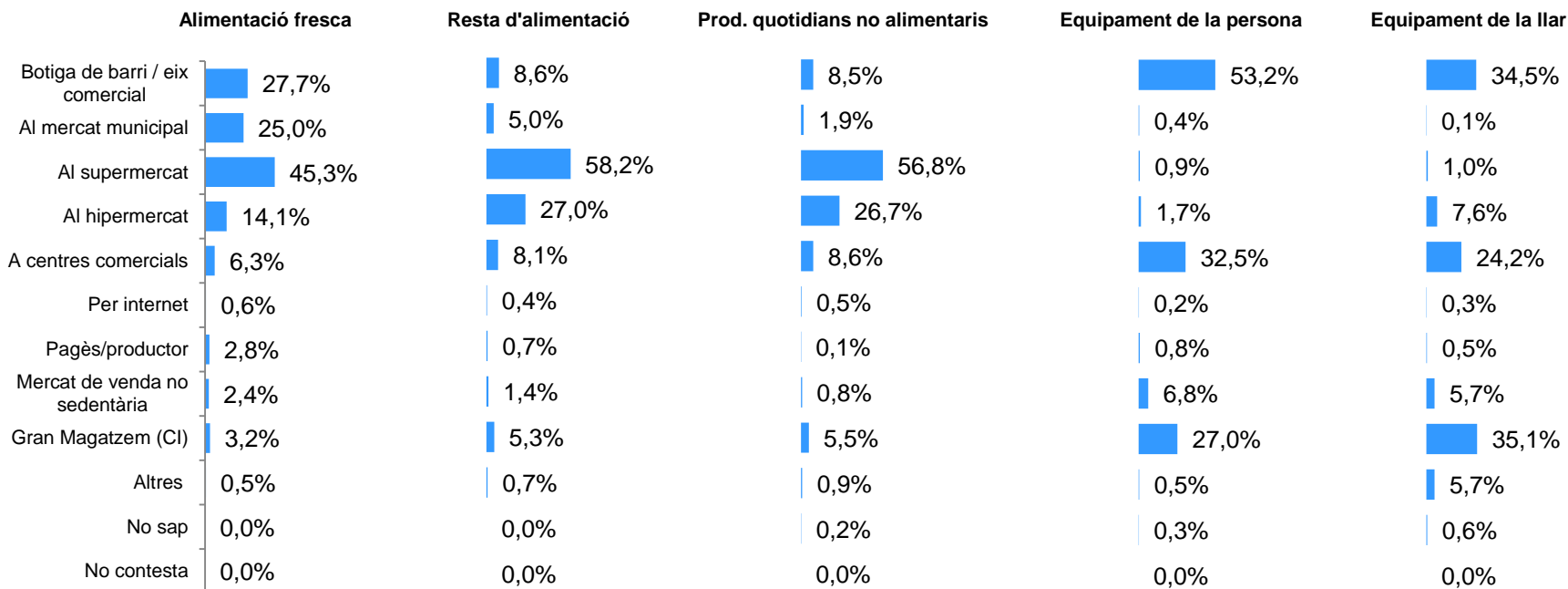
n: Compren alimentació fresca= 800  
 n: Compren resta d'alimentació= 875  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 881  
 n: Compren equipament de la persona= 2.901  
 n: Compren equipament de la llar= 2.158

### 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)

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.

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



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

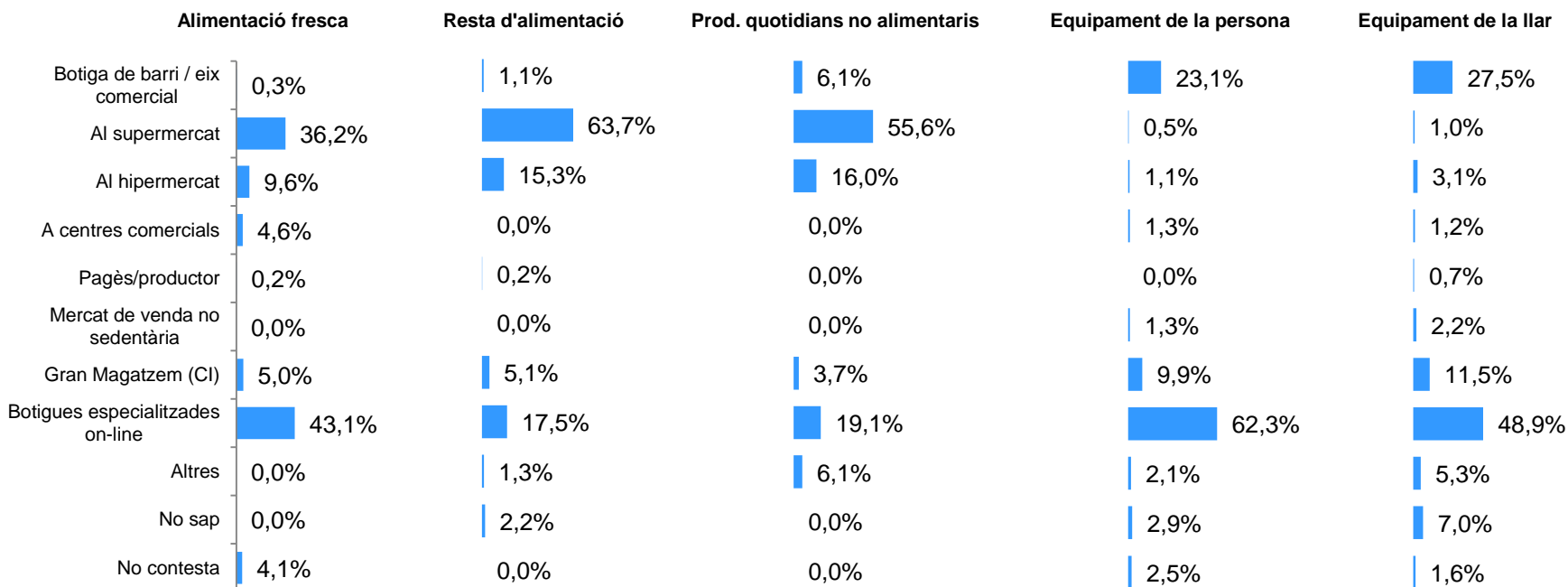
n: Compren alimentació fresca= 36  
 n: Compren resta d'alimentació= 45  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 61  
 n: Compren equipament de la persona= 278  
 n: Compren equipament de la llar= 284

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

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

Les compres de resta d'alimentació i productes de consum quotidià no alimentari per internet es realitzen principalment en supermercats, en menor mesura botigues especialitzades on line (Amazon, Me quedo uno.com,...) e hipermercats.

La compra d'equipament de la persona i llar per internet es concentra en botigues especialitzades on line (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

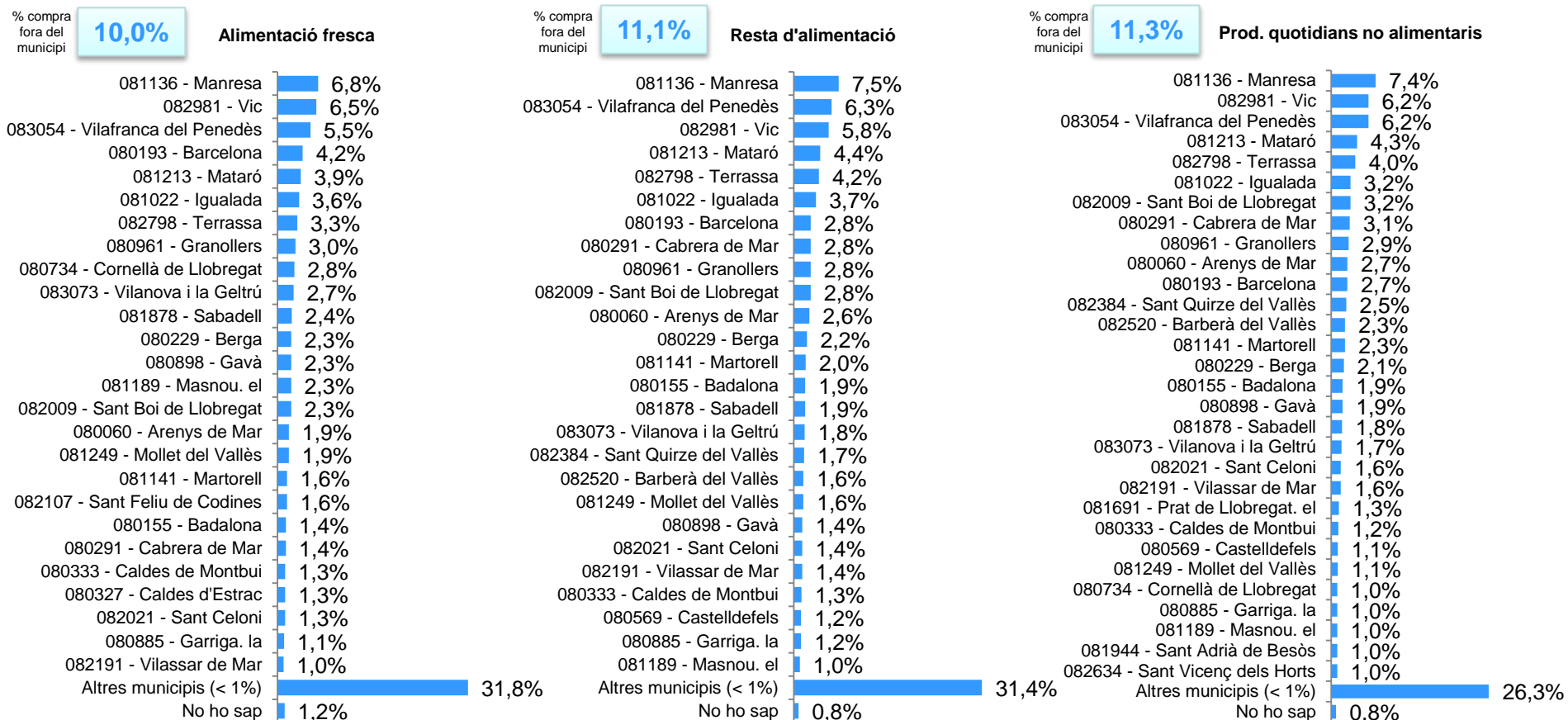
## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

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

n: Compren alimentació fresca= 800  
 n: Compren resta d'alimentació= 875  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 881

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

Major 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

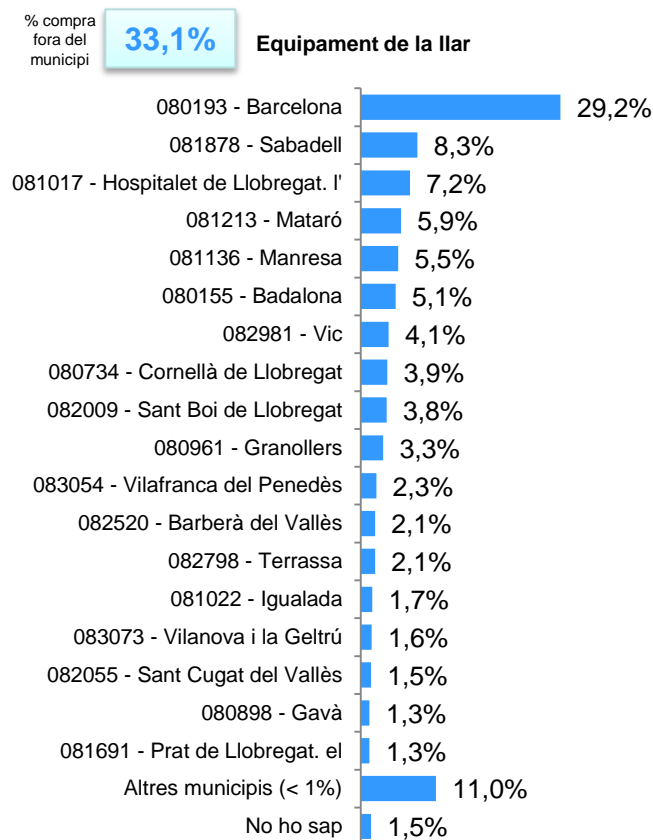
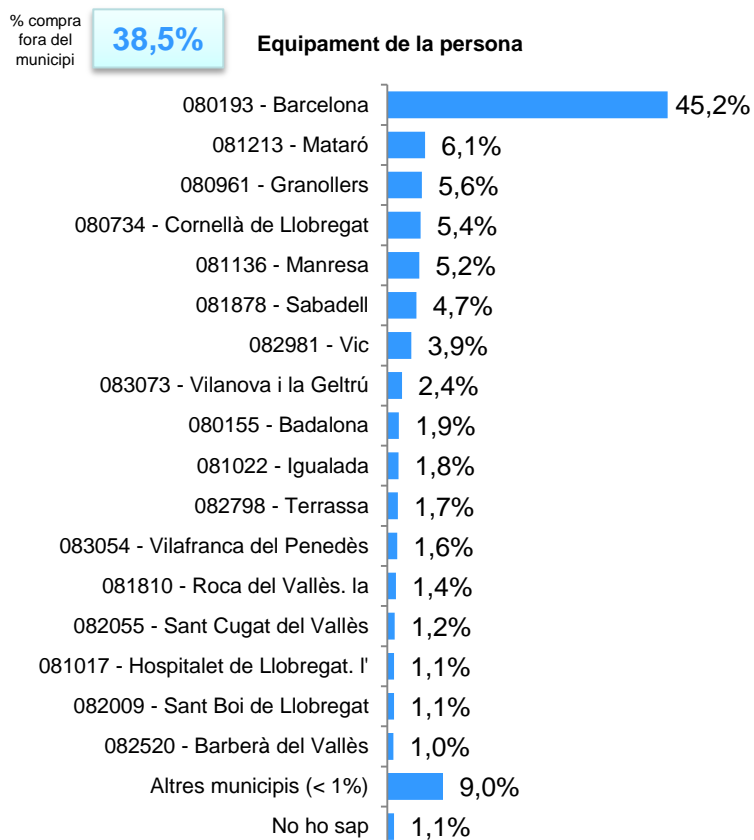
## ANÀlisi D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

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

n: Compren equipament de la persona= 2.901  
n: Compren equipament de la llar= 2.158

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

Major concentració de les localitzacions en les compres fora del municipi de residència de l'equipament de la persona i la llar en 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,...)



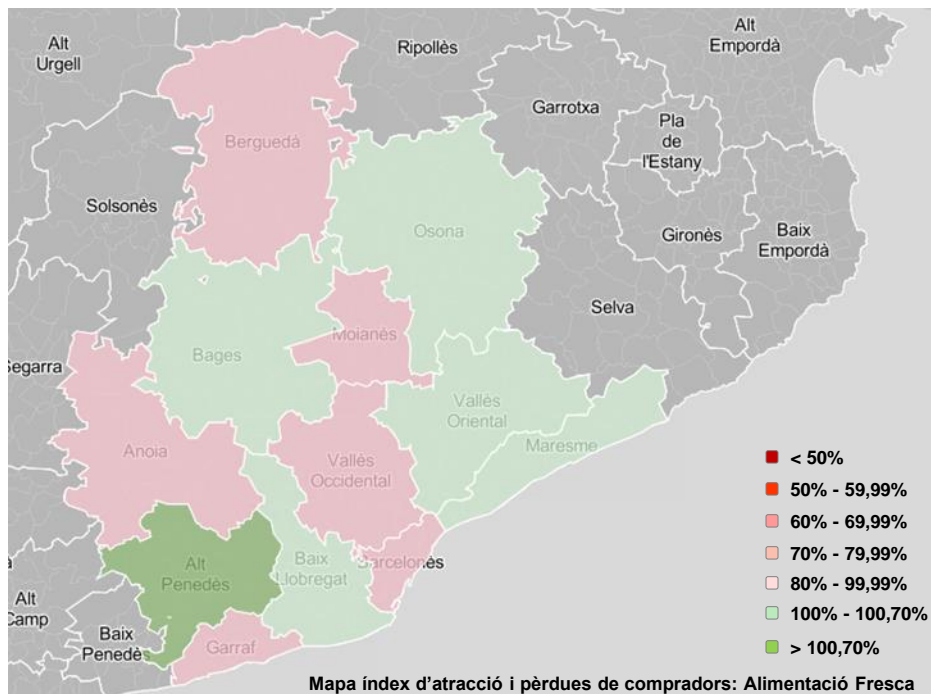
P4.2.1. Ens podria especificar a quin municipi? (resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

# 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, l'Alt Penedès és una comarca més d'atracció de compres en alimentació fresca que no pas el Berguedà o el Moianès.

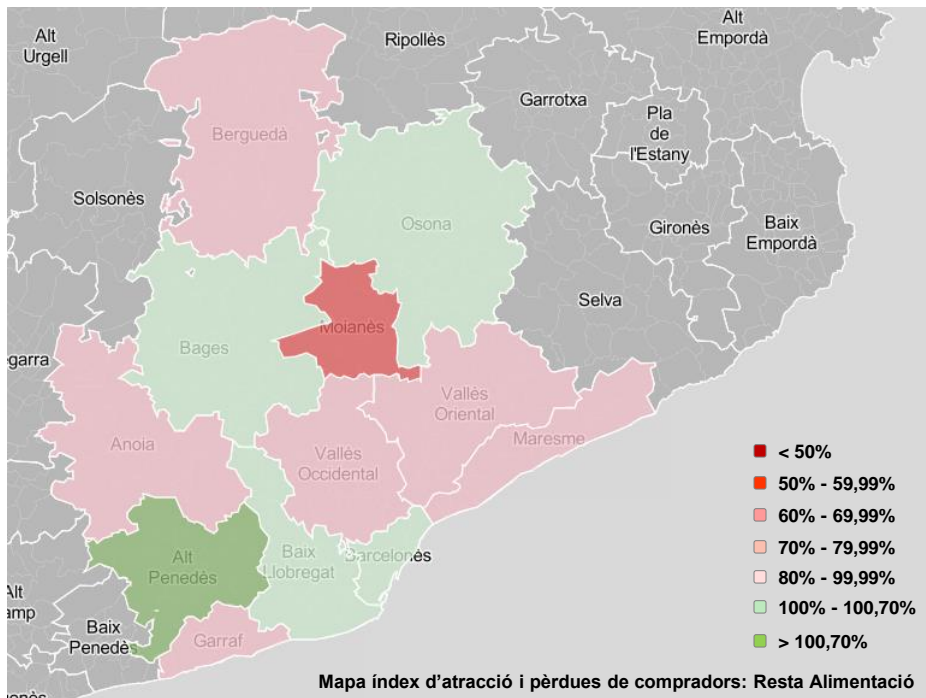
Freqüències	Total	Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental	Fora província Barcelona	NS/NC	Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Base Compra ALIMENTACIÓ	7976	55	38	67	117	54	19	31	113	3	73	82	115	25	9		
FRESCA	8048	139	148	184	148	69	151	58	134	45	266	85	161	42	11		
Alt Penedès	148	46	1	0	5	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	9	101,35%
Anoia	166	5	34	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	98,19%
Bages	249	0	2	58	2	0	0	0	1	2	1	0	1	0	0	9	100,00%
Baix Llobregat	1211	1	1	0	99	13	0	0	0	0	0	1	0	0	0	16	100,08%
Barcelonès	3315	0	0	0	7	13	0	0	23	0	0	0	11	11	0	52	99,67%
Berguedà	61	0	0	2	0	0	19	0	0	0	0	0	0	0	0	2	96,72%
Garraf	216	3	0	0	0	1	0	30	0	1	0	0	0	0	0	5	98,15%
Maresme	604	0	0	0	0	11	0	0	89	1	0	0	0	8	1	21	100,66%
Moianès	18	0	0	3	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	4	94,44%
Osona	210	1	0	0	0	0	0	0	0	0	68	0	1	2	1	5	100,00%
Vallès Occidental	1236	0	0	2	2	11	0	0	0	0	0	71	12	1	5	33	98,14%
Vallès Oriental	542	1	0	2	0	4	0	0	2	0	2	7	90	0	3	21	100,55%
Total	Σ Guanyats	11	4	9	17	41	0	1	25	3	5	10	24	24	10		

# 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 van a comprar al 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	7899	65	43	82	118	52	20	26	132	2	77	112	118	28	7		
D'ALIMENTACIÓ	7987	166	156	227	157	60	159	49	189	38	291	109	188	48	12		
Alt Penedès	149	55	1	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	101,34%
Anoia	164	4	39	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	98,78%
Bages	248	0	2	74	1	0	0	0	0	0	1	1	0	2	0	7	100,40%
Baix Llobregat	1204	1	1	2	98	11	0	0	0	0	0	1	0	1	0	17	100,33%
Barcelonès	3282	0	0	0	9	18	0	0	2	0	0	0	0	11	0	22	100,37%
Berguedà	61	0	0	2	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	2	96,72%
Garraf	215	4	0	0	0	1	0	25	0	0	0	0	0	0	1	6	97,21%
Maresme	601	0	0	0	0	14	0	0	124	0	0	0	0	10	1	25	97,17%
Moianès	18	0	0	4	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0	0	7	61,11%
Osona	208	0	0	0	1	0	0	0	0	0	71	1	1	3	0	6	100,00%
Vallès Occidental	1218	0	0	0	1	3	0	0	0	0	0	101	11	0	1	16	99,59%
Vallès Oriental	531	1	0	0	0	5	0	0	6	0	3	8	104	1	2	26	97,55%
Total	Σ Guanyats	10	4	8	21	34	0	0	8	0	6	11	13	28	5		

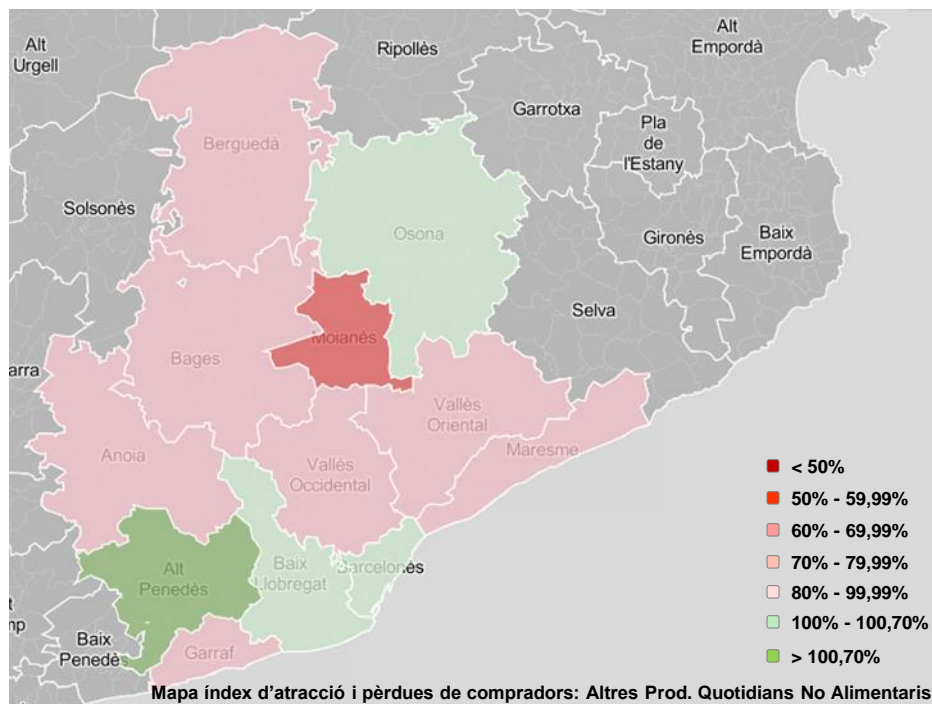


# ESTUDI QUANTITATIU

## 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.

En canvi, hi ha una major pèrdua de compradors en aquest tipus de productes al Moianès, principalment marxen a comprar al Bages i Osona.

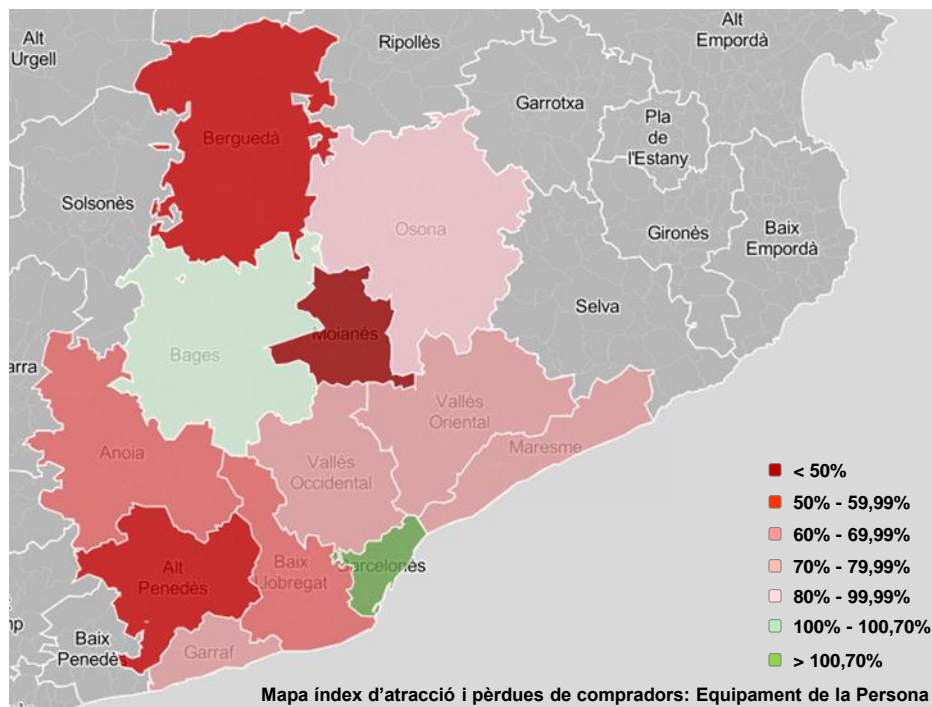
Freqüències	Total	Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental	Fora província Barcelona	NS/NC	∑ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Base Compra ALTRES PROD. QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	7798	65	39	79	133	54	19	24	130	2	78	124	109	23	7		
Alt Penedès	149	55	1	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	102,68%
Anoia	164	5	35	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	8	98,17%
Bages	245	0	3	71	1	0	0	0	0	0	2	1	0	1	1	9	99,59%
Baix Llobregat	1196	1	1	1	113	12	0	0	0	0	0	2	0	1	0	18	100,25%
Barcelonès	3232	0	0	0	11	16	0	0	2	0	0	0	0	3	0	16	100,65%
Berguedà	60	0	0	2	1	0	19	0	0	0	0	0	0	0	0	3	95,00%
Garraf	212	4	0	0	0	1	0	23	0	0	0	0	0	1	1	7	96,70%
Maresme	593	0	0	0	0	14	0	0	123	0	0	0	1	14	0	29	96,46%
Moianès	18	0	0	4	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0	0	7	61,11%
Osona	206	0	0	0	0	0	0	0	1	0	71	2	0	3	1	7	100,00%
Vallès Occidental	1198	0	0	1	1	4	0	0	0	0	0	109	9	0	3	18	99,75%
Vallès Oriental	525	0	0	0	1	6	0	0	5	0	3	10	97	0	2	26	97,14%
Total	∑ Guanyats	10	5	8	21	37	0	0	8	0	7	15	11	24	8		

# 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.

El Bages es manté, gràcies al consum dins la pròpia comarca.

Principalment el Moianès, però també Berguedà i l'Alt Penedès 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	7527	47	54	156	254	1411	14	78	210	0	121	262	235	72	32		
Alt Penedès	144	41	2	0	8	39	0	16	0	0	0	0	0	1	0	66	58,33%
Anoia	156	2	46	9	4	40	0	2	0	0	0	3	0	1	0	61	66,67%
Bages	240	0	2	118	1	24	0	1	0	0	2	2	1	4	0	37	100,00%
Baix Llobregat	1182	1	2	1	217	404	1	2	1	0	0	5	3	5	2	427	67,01%
Barcelonès	3143	0	2	0	12	266	0	0	4	0	0	1	27	25	11	82	133,82%
Berguedà	59	0	0	17	0	9	13	0	0	0	1	0	0	1	0	28	54,24%
Garraf	204	3	0	0	5	55	0	56	0	0	0	0	1	1	0	65	78,43%
Maresme	571	0	0	0	0	141	0	0	184	0	1	0	5	21	1	169	74,96%
Moianès	18	0	0	7	0	4	0	0	0	0	3	0	1	0	0	15	16,67%
Osona	202	0	0	0	0	29	0	0	0	0	108	2	3	4	1	39	86,63%
Vallès Occidental	1113	0	0	3	7	276	0	0	0	0	0	229	18	4	11	319	74,21%
Vallès Oriental	496	0	1	0	0	124	0	0	21	0	5	19	177	4	7	181	75,40%
<b>Total</b>	Σ Guanyats	6	9	37	37	1145	1	21	26	0	12	32	59	71	33		

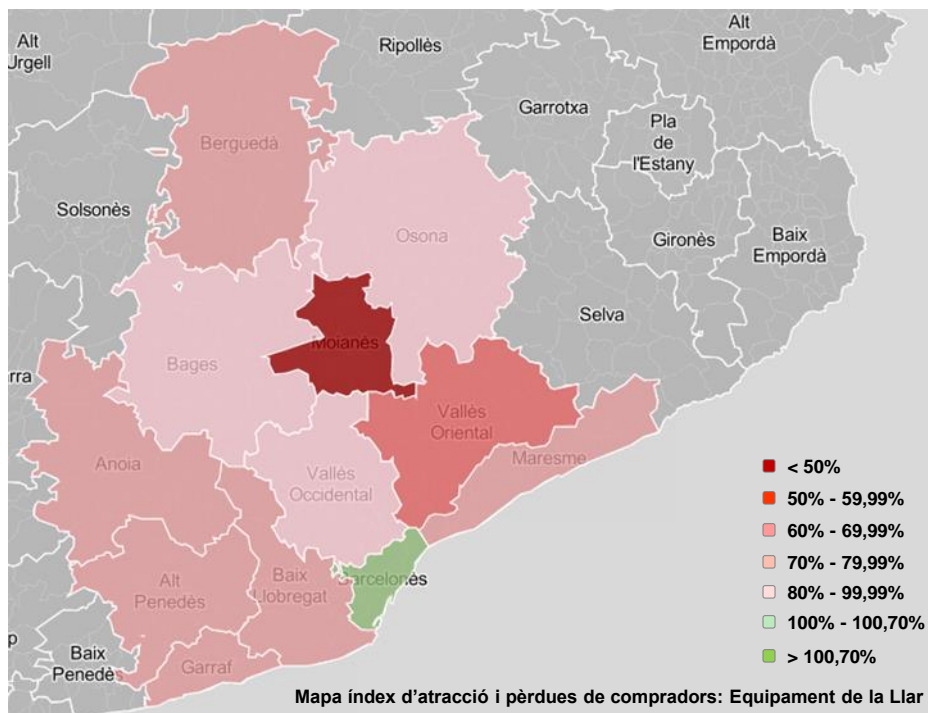


# ESTUDI QUANTITATIU

## 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 part al Barcelonès.

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

El Bages, el Vallès Occidental i Osona presenten un bon índex (> 94%), encara que amb lleugeres pèrdues.

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

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	6506	53	44	124	256	894	13	42	150	1	94	335	114	41	32		
Alt Penedès	128	45	1	0	5	23	0	2	0	0	0	2	0	2	0	35	78,91%
Anoia	133	3	38	3	6	22	0	1	0	0	0	2	0	1	0	38	75,19%
Bages	216	0	2	103	1	8	1	1	0	1	2	10	0	1	1	28	96,76%
Baix Llobregat	1072	1	2	2	199	278	0	0	0	0	0	12	4	6	4	309	76,49%
Barcelonès	2764	0	0	0	36	211	0	0	0	0	0	12	0	1	11	60	122,50%
Berguedà	48	0	0	9	0	2	12	0	0	0	1	1	0	0	0	13	75,00%
Garraf	175	3	0	1	5	44	0	39	0	0	0	1	0	1	0	55	70,86%
Maresme	495	0	0	0	0	110	0	0	132	0	0	2	1	20	0	133	76,57%
Moianès	15	0	0	6	0	2	0	0	0	0	2	1	1	0	0	12	26,67%
Osona	167	0	0	0	0	14	0	0	0	0	84	1	1	2	0	18	95,21%
Vallès Occidental	885	0	0	0	4	106	0	0	1	0	0	245	4	5	11	131	95,59%
Vallès Oriental	407	1	0	0	0	73	0	0	16	0	5	48	103	1	5	149	66,09%
Total	Σ Guanyats	8	5	21	57	682	1	4	17	1	10	92	11	40	32		

# 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

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	101,35%	Alt Penedès	101,34%	Alt Penedès	102,68%	Alt Penedès	58,33%	Alt Penedès	78,91%
Anoia	98,19%	Anoia	98,78%	Anoia	98,17%	Anoia	66,67%	Anoia	75,19%
Bages	100,00%	Bages	100,40%	Bages	99,59%	Bages	100,00%	Bages	96,76%
Baix Llobregat	100,08%	Baix Llobregat	100,33%	Baix Llobregat	100,25%	Baix Llobregat	67,01%	Baix Llobregat	76,49%
Barcelonès	99,67%	Barcelonès	100,37%	Barcelonès	100,65%	Barcelonès	133,82%	Barcelonès	122,50%
Berguedà	96,72%	Berguedà	96,72%	Berguedà	95,00%	Berguedà	54,24%	Berguedà	75,00%
Garraf	98,15%	Garraf	97,21%	Garraf	96,70%	Garraf	78,43%	Garraf	70,86%
Maresme	100,66%	Maresme	97,17%	Maresme	96,46%	Maresme	74,96%	Maresme	76,57%
Moianès	94,44%	Moianès	61,11%	Moianès	61,11%	Moianès	16,67%	Moianès	26,67%
Osona	100,00%	Osona	100,00%	Osona	100,00%	Osona	86,63%	Osona	95,21%
Vallès Occidental	98,14%	Vallès Occidental	99,59%	Vallès Occidental	99,75%	Vallès Occidental	74,21%	Vallès Occidental	95,59%
Vallès Oriental	100,55%	Vallès Oriental	97,55%	Vallès Oriental	97,14%	Vallès Oriental	75,40%	Vallès Oriental	66,09%

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

##### Sistema Territorial

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)
Alta Anoia	83,33%	Alta Anoia	75,00%	Alta Anoia	83,33%	Alta Anoia	41,67%	Alta Anoia	40,00%
AMB Nord	100,74%	AMB Nord	100,00%	AMB Nord	100,56%	AMB Nord	76,72%	AMB Nord	101,18%
AMB Sud	101,24%	AMB Sud	101,51%	AMB Sud	101,16%	AMB Sud	78,43%	AMB Sud	101,80%
AMB Vallès	95,87%	AMB Vallès	99,17%	AMB Vallès	99,44%	AMB Vallès	54,90%	AMB Vallès	77,66%
Arenys	107,35%	Arenys	107,35%	Arenys	108,96%	Arenys	30,77%	Arenys	42,59%
Baix Llobregat Nord	88,32%	Baix Llobregat Nord	87,68%	Baix Llobregat Nord	87,62%	Baix Llobregat Nord	34,60%	Baix Llobregat Nord	37,77%
Baix Maresme	97,45%	Baix Maresme	88,96%	Baix Maresme	90,20%	Baix Maresme	17,24%	Baix Maresme	30,08%
Barcelona	99,56%	Barcelona	100,56%	Barcelona	100,94%	Barcelona	151,77%	Barcelona	122,98%
Berguedà	96,72%	Berguedà	96,72%	Berguedà	96,67%	Berguedà	54,24%	Berguedà	75,00%
Calella	96,99%	Calella	94,74%	Calella	90,91%	Calella	53,17%	Calella	57,14%
Conca d'Òdena-Piera	99,35%	Conca d'Òdena-Piera	100,66%	Conca d'Òdena-Piera	99,34%	Conca d'Òdena-Piera	68,06%	Conca d'Òdena-Piera	78,05%
Garraf	98,15%	Garraf	97,21%	Garraf	96,70%	Garraf	78,43%	Garraf	71,43%
Granollers-Congost	101,78%	Granollers-Congost	102,23%	Granollers-Congost	102,28%	Granollers-Congost	135,10%	Granollers-Congost	90,75%
Lluçanès	80,00%	Lluçanès	70,00%	Lluçanès	55,56%	Lluçanès	22,22%	Lluçanès	50,00%
Martorell	101,50%	Martorell	102,26%	Martorell	102,27%	Martorell	46,51%	Martorell	67,27%
Mataró	105,26%	Mataró	103,49%	Mataró	101,78%	Mataró	140,00%	Mataró	132,63%
Mediona-Anoia	83,67%	Mediona-Anoia	74,00%	Mediona-Anoia	75,51%	Mediona-Anoia	14,89%	Mediona-Anoia	38,10%
Moianès	94,44%	Moianès	61,11%	Moianès	61,11%	Moianès	22,22%	Moianès	33,33%
Montseny	96,04%	Montseny	91,84%	Montseny	94,85%	Montseny	30,53%	Montseny	40,54%
Pla de Bages	99,60%	Pla de Bages	100,00%	Pla de Bages	99,59%	Pla de Bages	99,17%	Pla de Bages	97,22%
Plana de Vic	104,17%	Plana de Vic	104,19%	Plana de Vic	104,82%	Plana de Vic	100,62%	Plana de Vic	108,27%
Riera de Caldes	111,72%	Riera de Caldes	103,97%	Riera de Caldes	104,00%	Riera de Caldes	23,48%	Riera de Caldes	39,18%
Sabadell	100,00%	Sabadell	100,00%	Sabadell	100,58%	Sabadell	110,06%	Sabadell	148,16%
Tenes-Besòs	90,12%	Tenes-Besòs	90,32%	Tenes-Besòs	88,54%	Tenes-Besòs	31,94%	Tenes-Besòs	49,57%
Terrassa	99,32%	Terrassa	99,77%	Terrassa	99,53%	Terrassa	71,94%	Terrassa	80,33%
Vall del Ges, Orís i Bisaura	84,38%	Vall del Ges, Orís i Bisaura	87,10%	Vall del Ges, Orís i Bisaura	87,10%	Vall del Ges, Orís i Bisaura	35,48%	Vall del Ges, Orís i Bisaura	50,00%
Vilafranca	111,11%	Vilafranca	116,00%	Vilafranca	116,00%	Vilafranca	79,38%	Vilafranca	100,00%

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

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	26,76%	De 0 a 500 habitants	32,39%	De 0 a 500 habitants	28,57%	De 0 a 500 habitants	1,41%	De 0 a 500 habitants	5,17%
De 501 a 2.000 habitants	27,14%	De 501 a 2.000 habitants	23,19%	De 501 a 2.000 habitants	18,12%	De 501 a 2.000 habitants	3,76%	De 501 a 2.000 habitants	6,14%
De 2.001 a 10.000 habitants	74,32%	De 2.001 a 10.000 habitants	64,63%	De 2.001 a 10.000 habitants	65,65%	De 2.001 a 10.000 habitants	16,14%	De 2.001 a 10.000 habitants	26,58%
De 10.001 a 20.000 habitants	104,31%	De 10.001 a 20.000 habitants	108,39%	De 10.001 a 20.000 habitants	109,40%	De 10.001 a 20.000 habitants	43,81%	De 10.001 a 20.000 habitants	55,28%
De 20.001 a 50.000 habitants	109,08%	De 20.001 a 50.000 habitants	111,27%	De 20.001 a 50.000 habitants	112,61%	De 20.001 a 50.000 habitants	63,90%	De 20.001 a 50.000 habitants	81,35%
De 50.001 a 100.000 habitants	111,04%	De 50.001 a 100.000 habitants	111,32%	De 50.001 a 100.000 habitants	109,73%	De 50.001 a 100.000 habitants	118,67%	De 50.001 a 100.000 habitants	109,63%
Més de 100.000 habitants	104,34%	Més de 100.000 habitants	103,80%	Més de 100.000 habitants	102,91%	Més de 100.000 habitants	106,27%	Més de 100.000 habitants	137,41%
Barcelona	99,56%	Barcelona	100,56%	Barcelona	100,98%	Barcelona	151,73%	Barcelona	123,07%

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 un municipi d'atracció comercial molt important a nivell d'equipament de la persona.

**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

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

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	99,61%	080155 - Badalona	98,44%	080155 - Badalona	97,63%	080155 - Badalona	82,73%	080155 - Badalona	109,41%
080193 - Barcelona	98,45%	080193 - Barcelona	99,84%	080193 - Barcelona	100,16%	080193 - Barcelona	105,72%	080193 - Barcelona	96,85%
081017 - Hospitalet de Llobregat	95,86%	081017 - Hospitalet de Llobregat	96,64%	081017 - Hospitalet de Llobregat	94,74%	081017 - Hospitalet de Llobregat	66,54%	081017 - Hospitalet de Llobregat	117,41%
081944 - Sant Adrià de Besòs	98,97%	081944 - Sant Adrià de Besòs	103,09%	081944 - Sant Adrià de Besòs	108,16%	081944 - Sant Adrià de Besòs	72,63%	081944 - Sant Adrià de Besòs	74,65%
082457 - Sta. Coloma de Gramenet	100,00%	082457 - Sta. Coloma de Gramenet	95,93%	082457 - Sta. Coloma de Gramenet	95,21%	082457 - Sta. Coloma de Gramenet	62,42%	082457 - Sta. Coloma de Gramenet	69,06%

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, Hospitalet del Llobregat i Badalona tenen un millor índex d'atracció que els municipis de Santa Coloma de Gramenet, Sant Adrià del Besos e inclús Barcelona.

Destacar Sant Adrià del Besos pels guanys en relació a la resta d'alimentació i altres productes quotidians no alimentaris.

# ESTUDI QUANTITATIU

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

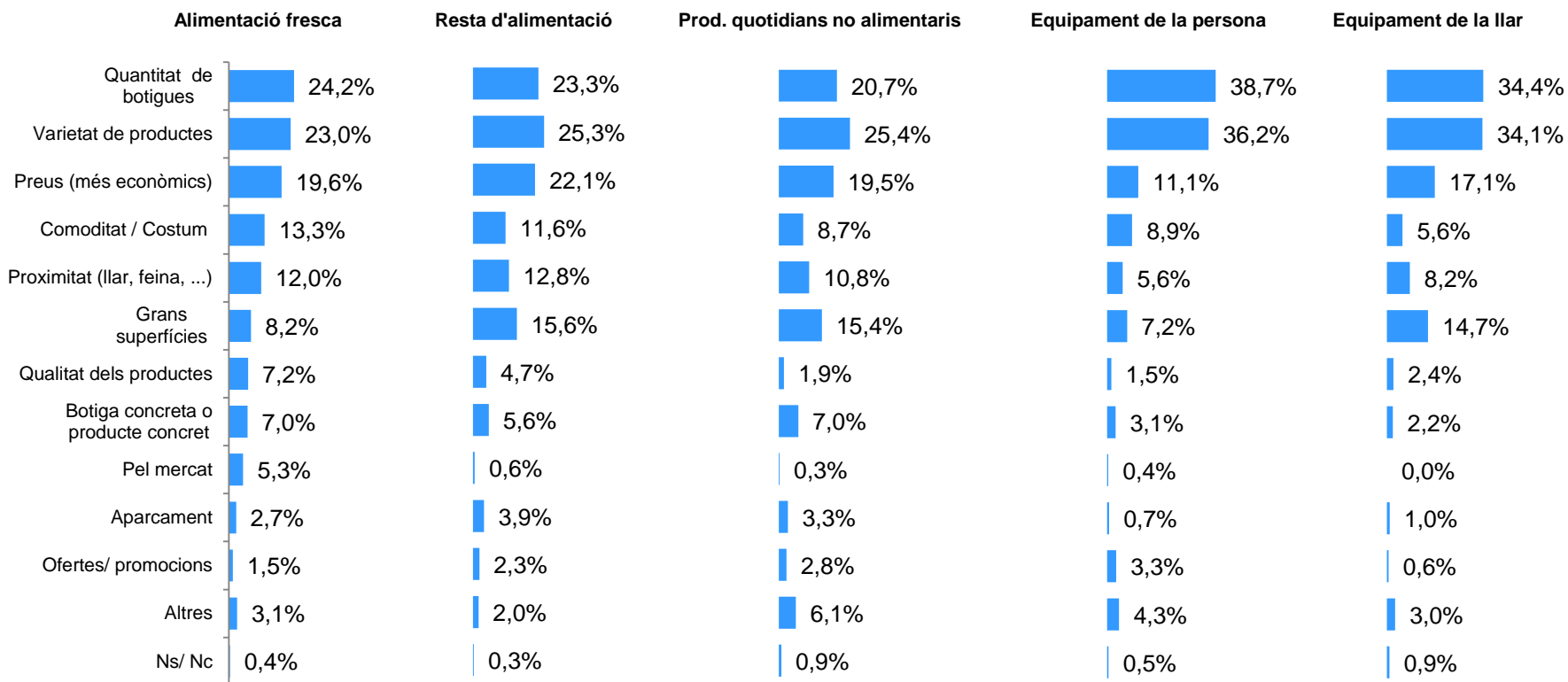
### HÀBITS DE COMPRA: MOTIUS DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

n: Compren alimentació fresca= 800  
 n: Compren resta d'alimentació= 875  
 n: Compren prod. quotidians no alimentaris= 881  
 n: Compren equipament de la persona= 2.901  
 n: Compren equipament de la llar= 2.158

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

Els motius per realitzar les compres fora del municipi són principalment la quantitat de botigues (oferta) i la varietat de productes en totes les categories estudiades.

El fet del preu és el tercer motiu per realitzar les compres fora del municipi, però té major rellevància en les compres quotidianes.



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

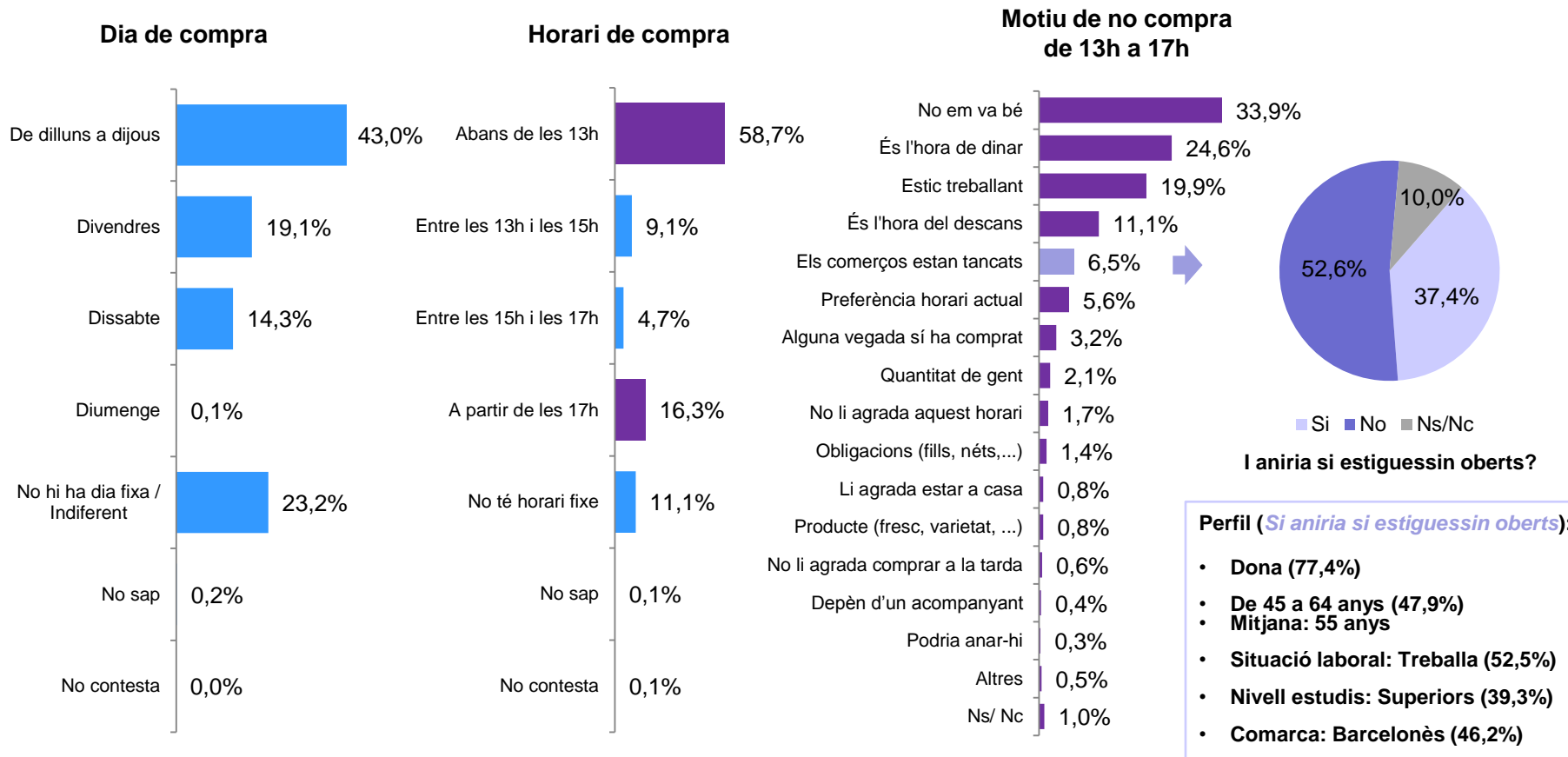
### HÀBITS DE COMPRA: DIES I HORARI DE COMPRA

n: Compradors = 8.000

n: No compren de 13h a 17h = 5.999

n: No compren de 13h a 17h perquè els comerços estan tancats = 392

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



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. Ens podria dir el motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h? (resultats en percentatges. Múltiple. Resultats sumen més del 100%)

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 = 8.000  
n: No compren de 13h a 17h = 5.999  
n: No compren de 13h a 17h perquè els comerços estan tancats = 392

### 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	43,0%	42,0%	43,3%	39,8%	45,8%	40,1%	39,7%	40,7%	46,3%	42,7%	61,0%	61,4%
Divendres	19,1%	17,6%	14,0%	22,0%	19,1%	17,9%	22,6%	23,7%	19,0%	6,3%	1,3%	7,2%
Dissabte	14,3%	20,3%	21,0%	17,2%	7,9%	12,7%	11,8%	9,8%	8,1%	27,9%	0,4%	14,5%
Diumenge	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	23,2%	19,3%	21,5%	20,6%	26,8%	19,0%	25,6%	25,6%	26,1%	20,4%	36,0%	15,2%
NS	0,2%	0,6%	0,1%	0,1%	0,4%	0,1%	0,0%	0,0%	0,4%	2,7%	1,2%	1,7%
NC	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	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)	58,7%	43,1%	39,6%	49,3%	77,6%	37,5%	56,9%	76,6%	74,4%	32,6%	65,6%	42,2%
Entre les 13h i les 15h	9,1%	11,2%	8,1%	11,6%	7,0%	9,9%	9,5%	6,0%	8,3%	14,4%	16,3%	33,7%
Entre les 15h i les 17h	4,7%	6,0%	8,6%	5,9%	1,6%	7,1%	7,6%	2,6%	2,6%	2,4%	0,0%	2,9%
A partir de les 17h	16,3%	28,5%	31,8%	21,1%	3,5%	33,4%	13,1%	5,6%	4,1%	43,4%	2,4%	4,9%
No té horari fixe / Quan pot	11,1%	11,0%	11,5%	11,9%	10,1%	11,9%	13,0%	9,1%	10,5%	6,2%	15,8%	14,6%
NS	0,1%	0,2%	0,3%	0,1%	0,1%	0,2%	0,0%	0,1%	0,1%	1,0%	0,0%	1,7%
NC	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	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

Ens podria dir el motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h? 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
No em va bé	33,9%	22,0%	26,9%	27,3%	43,1%	21,0%	34,9%	39,0%	42,7%	29,8%	22,9%	35,6%
Els comerços, botigues, ... estan tancats	6,5%	3,2%	8,2%	6,7%	6,1%	6,0%	10,8%	6,7%	6,2%	6,7%	1,9%	5,1%
Estic treballant	19,9%	47,2%	41,6%	29,4%	0,7%	52,1%	7,3%	1,9%	1,2%	17,8%	0,0%	11,5%
És l'hora de dinar	24,6%	20,4%	18,1%	23,9%	28,2%	17,2%	27,5%	36,3%	26,8%	19,6%	46,8%	43,9%
És l'hora del descans	11,1%	15,5%	3,3%	7,8%	16,2%	5,3%	8,8%	11,1%	15,8%	17,7%	28,5%	10,6%
Costum/ Preferència horari actual	5,6%	1,1%	2,1%	5,5%	7,5%	2,7%	10,4%	6,7%	6,9%	0,8%	0,0%	1,7%
Quantitat de gent	2,1%	2,5%	1,2%	1,1%	3,1%	0,9%	2,5%	0,9%	3,2%	2,1%	10,7%	0,0%
No li agrada aquest horari	1,7%	0,2%	1,3%	1,3%	2,3%	0,8%	1,0%	2,4%	2,3%	0,0%	0,0%	1,8%
Li agrada estar a casa	0,8%	0,0%	0,4%	0,6%	1,2%	0,3%	0,6%	0,7%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%
No li agrada sortir/ comprar a la tarda	0,6%	0,0%	0,1%	0,4%	0,9%	0,1%	0,3%	1,0%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Producte (fresc, varietat, qualitat, ...)	0,8%	0,5%	0,1%	0,8%	1,0%	0,9%	0,2%	1,1%	0,7%	0,9%	0,0%	1,7%
Depèn d'un acompanyant	0,4%	0,2%	0,2%	0,7%	0,3%	0,2%	0,8%	0,7%	0,5%	0,6%	0,0%	0,0%
Obligacions (fills, néts, feines de la llar, ...)	1,4%	5,1%	1,5%	1,4%	1,0%	1,0%	1,7%	1,7%	1,3%	16,4%	0,0%	0,0%
Podria anar-hi	0,3%	1,0%	0,3%	0,1%	0,2%	0,3%	0,1%	0,3%	0,3%	2,0%	0,3%	0,0%
Alguna vegada sí ha comprat	3,2%	1,9%	2,3%	3,8%	3,2%	1,9%	4,6%	3,5%	3,9%	3,1%	0,0%	1,2%
Altres	0,5%	0,0%	2,4%	0,2%	0,1%	1,3%	0,7%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Ns/ Nc	1,0%	0,9%	1,0%	1,1%	1,0%	0,8%	1,3%	1,0%	1,1%	2,3%	0,0%	0,0%

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	37,4%	23,1%	62,6%	44,1%	19,1%	61,2%	41,6%	38,3%	18,9%	15,7%	0,0%	0,0%
No	52,6%	63,9%	27,8%	45,6%	71,0%	33,2%	46,3%	53,5%	69,6%	52,2%	0,0%	0,0%
Ns	10,0%	13,0%	9,6%	10,3%	9,8%	5,6%	12,0%	8,2%	11,6%	32,1%	100,0%	100,0%

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



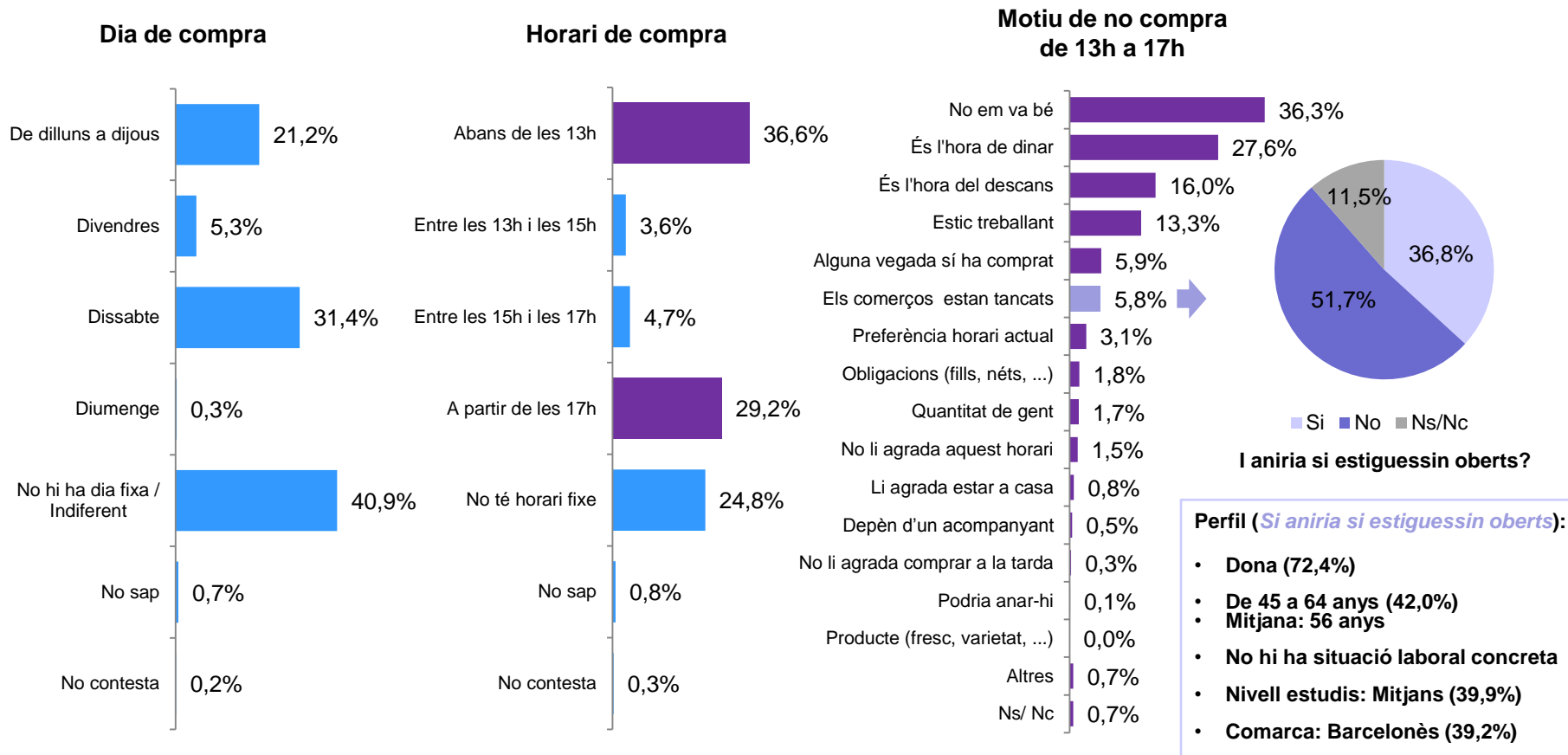
# ESTUDI QUANTITATIU

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

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

n: Compradors (\*) = 7.771  
 n: No compren de 13h a 17h = 5.115  
 n: No compren de 13h a 17h perquè els comerços estan tancats = 298

### 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. Ens podria dir el motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h? (resultats en percentatges. Múltiple. Resultats sumen més del 100%)

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 (\*) = 7.771  
 n: No compren de 13h a 17h = 5.115  
 n: No compren de 13h a 17h perquè els comerços estan tancats = 298

### 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	EDAT					SITUACIÓ LABORAL						
	Total	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	21,2%	24,7%	18,0%	19,9%	23,5%	17,7%	19,0%	23,1%	23,5%	33,8%	26,3%	45,1%
Divendres	5,3%	8,7%	4,9%	6,4%	4,0%	5,3%	7,6%	4,9%	4,8%	13,4%	5,9%	0,1%
Dissabte	31,4%	46,2%	53,6%	38,3%	12,4%	49,5%	39,7%	23,5%	15,3%	37,7%	1,7%	15,9%
Diumenge	0,3%	0,5%	0,3%	0,1%	0,4%	0,3%	0,1%	0,6%	0,2%	0,0%	1,8%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	40,9%	19,7%	22,5%	34,6%	58,5%	26,6%	33,4%	46,5%	55,1%	15,1%	64,3%	31,0%
NS	0,7%	0,2%	0,6%	0,4%	1,0%	0,3%	0,2%	1,2%	0,9%	0,0%	0,0%	4,1%
NC	0,2%	0,0%	0,0%	0,3%	0,2%	0,1%	0,0%	0,3%	0,2%	0,0%	0,0%	3,8%

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	EDAT					SITUACIÓ LABORAL						
	Total	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)	36,6%	31,4%	25,6%	30,1%	48,5%	25,5%	24,8%	45,3%	46,5%	36,2%	55,7%	56,3%
Entre les 13h i les 15h	3,6%	1,9%	3,0%	5,3%	2,5%	4,3%	4,4%	3,8%	2,9%	0,9%	1,2%	0,0%
Entre les 15h i les 17h	4,7%	8,5%	7,4%	5,9%	1,9%	6,3%	13,4%	1,9%	1,9%	2,4%	3,1%	2,1%
A partir de les 17h	29,2%	41,3%	40,0%	34,3%	17,8%	40,6%	38,1%	26,9%	17,6%	47,7%	0,0%	8,7%
No té horari fixe / Quan pot	24,8%	16,2%	23,6%	23,6%	27,6%	22,6%	19,0%	20,9%	29,1%	13,3%	40,0%	25,0%
NS	0,8%	0,7%	0,4%	0,3%	1,3%	0,4%	0,3%	0,6%	1,2%	0,0%	0,0%	4,1%
NC	0,3%	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%	0,2%	0,1%	0,2%	0,3%	0,0%	0,0%	3,8%

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

Ens podria dir el motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h? COMPRA NO QUOTIDIÀ	EDAT					SITUACIÓ LABORAL						
	Total	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
No em va bé	36,3%	29,0%	36,0%	31,5%	41,8%	27,9%	35,6%	39,5%	42,7%	41,0%	23,0%	61,7%
Els comerços, botigues, ... estan tancats	5,8%	5,2%	3,7%	6,4%	6,4%	3,9%	11,0%	6,4%	6,2%	18,3%	0,0%	0,0%
Estic treballant	13,3%	27,6%	24,2%	18,9%	0,9%	32,3%	3,5%	1,9%	0,9%	4,9%	0,0%	0,0%
És l'hora de dinar	27,6%	27,3%	21,7%	29,7%	28,7%	22,5%	33,9%	35,3%	29,5%	14,5%	42,3%	29,3%
És l'hora del descans	16,0%	14,5%	8,4%	13,5%	22,1%	11,6%	17,3%	13,4%	21,3%	6,8%	0,0%	6,1%
Costum / Preferència horari actual	3,1%	1,1%	1,3%	2,7%	4,7%	2,6%	2,8%	3,9%	3,6%	1,7%	0,0%	0,0%
Quantitat de gent	1,7%	2,9%	3,2%	1,6%	0,9%	2,7%	1,4%	1,6%	0,8%	3,8%	0,0%	0,0%
No li agrada aquest horari	1,5%	0,0%	0,1%	0,6%	3,1%	0,9%	0,6%	0,1%	2,7%	0,0%	0,0%	0,0%
Li agrada estar a casa	0,8%	0,0%	0,4%	1,0%	0,8%	0,2%	2,8%	0,6%	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%
No li agrada sortir/ comprar a la tarda	0,3%	0,0%	0,1%	0,2%	0,5%	0,1%	0,2%	0,2%	0,5%	0,0%	34,8%	0,0%
Producte (fresc, varietat, qualitat, ...)	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Depèn d'un acompanyant	0,5%	0,0%	0,5%	0,6%	0,5%	0,2%	1,0%	0,9%	0,5%	0,0%	0,0%	2,8%
Obligacions (fills, néts, feines de la llar, ...)	1,8%	4,0%	2,7%	1,7%	1,2%	1,7%	1,8%	2,4%	1,3%	15,4%	0,0%	0,0%
Podria anar-hi	0,1%	0,0%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%	0,3%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Alguna vegada sí ha comprat	5,9%	5,4%	8,6%	5,9%	4,6%	6,3%	7,3%	6,7%	5,1%	7,9%	0,0%	1,0%
Altres	0,7%	0,9%	0,7%	1,1%	0,4%	0,5%	1,2%	0,4%	0,9%	1,8%	0,0%	0,0%
Ns/ Nc	0,7%	1,6%	0,9%	0,5%	0,6%	0,7%	0,4%	0,6%	0,7%	3,9%	0,0%	0,0%

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

I aniria si estiguessin oberts? COMPRA NO QUOTIDIÀ	EDAT					SITUACIÓ LABORAL						
	Total	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	36,8%	93,5%	47,7%	35,0%	28,4%	37,0%	43,9%	47,3%	24,8%	96,4%	0,0%	0,0%
No	51,7%	6,5%	47,6%	58,3%	52,5%	58,4%	51,5%	51,7%	53,0%	3,6%	0,0%	0,0%
Ns	11,5%	0,0%	4,7%	6,7%	19,1%	4,6%	4,6%	1,0%	22,2%	0,0%	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 = 8.000

n: Compradors No quotidià (\*) = 7.771

### 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	3441	62,3%	9,7%	5,0%	15,6%	7,2%	0,1%	0,1%	
Divendres	1527	55,2%	9,5%	5,4%	24,8%	5,1%	0,0%	0,0%	
Dissabte	1143	65,4%	10,1%	5,4%	12,5%	6,7%	0,1%	0,0%	
Diumenge	11	80,1%	6,0%	0,5%	13,4%	0,0%	0,0%	0,0%	
No llegir No hi ha dia fixa / Indiferent	1858	50,5%	7,0%	3,1%	13,3%	25,9%	0,1%	0,0%	
NS	20	54,5%	8,9%	0,0%	0,0%	5,7%	24,4%	6,6%	
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	1650	53,8%	6,4%	4,4%	28,9%	6,4%	0,1%	0,0%	
Divendres	412	35,3%	3,5%	4,6%	49,7%	6,0%	0,8%	0,2%	
Dissabte	2441	34,6%	3,0%	8,6%	39,1%	14,5%	0,1%	0,1%	
Diumenge	22	77,9%	2,5%	3,4%	5,7%	10,5%	0,0%	0,0%	
No hi ha dia fixa / Indiferent	3180	29,6%	2,7%	2,1%	19,9%	45,0%	0,6%	0,2%	
NS	52	12,9%	0,0%	2,8%	3,0%	15,0%	63,6%	2,8%	
NC	15	8,6%	0,0%	0,0%	0,0%	9,4%	0,0%	82,0%	

**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: 229)

# 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

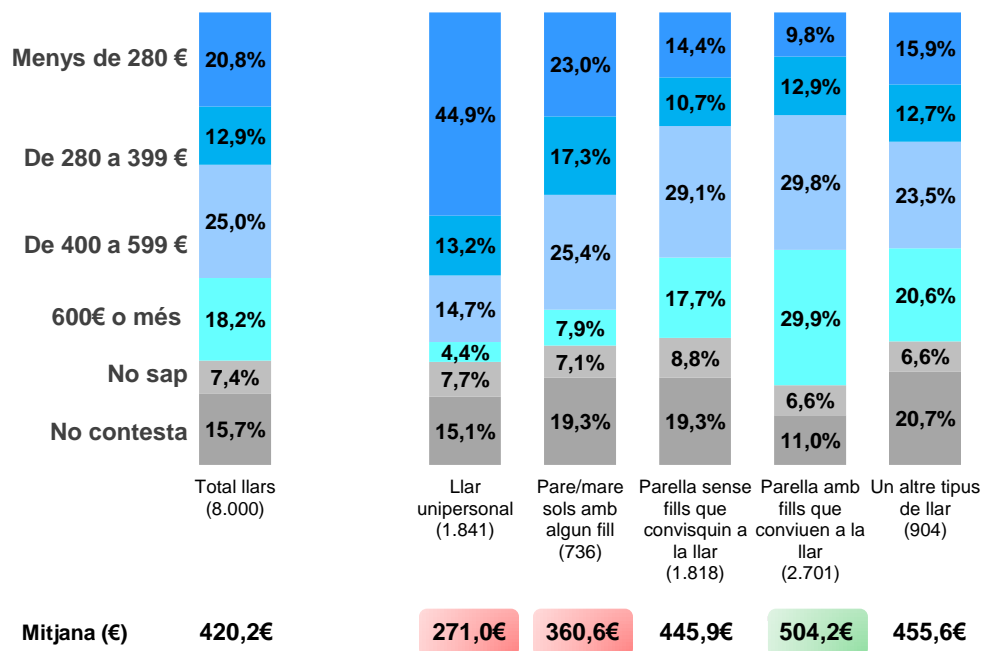
#### 3.28. Despesa mensual d'alimentació i productes habituals segons tipologia de llar

A nivell global, la despesa mensual en alimentació i productes habituals de les llars de la província de Barcelona és de 420,2€ (aproximadament uns 5.042,4€ anuals).

S'observen diferències significatives en aquesta despesa mensual realitzada als diferents tipus de llars.

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 conviuen 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
420,2 €	241,0 €	291,7 €	305,3 €	367,3 €	396,1 €	445,9 €	455,3 €	531,6 €	555,4 €	455,6 €

**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

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

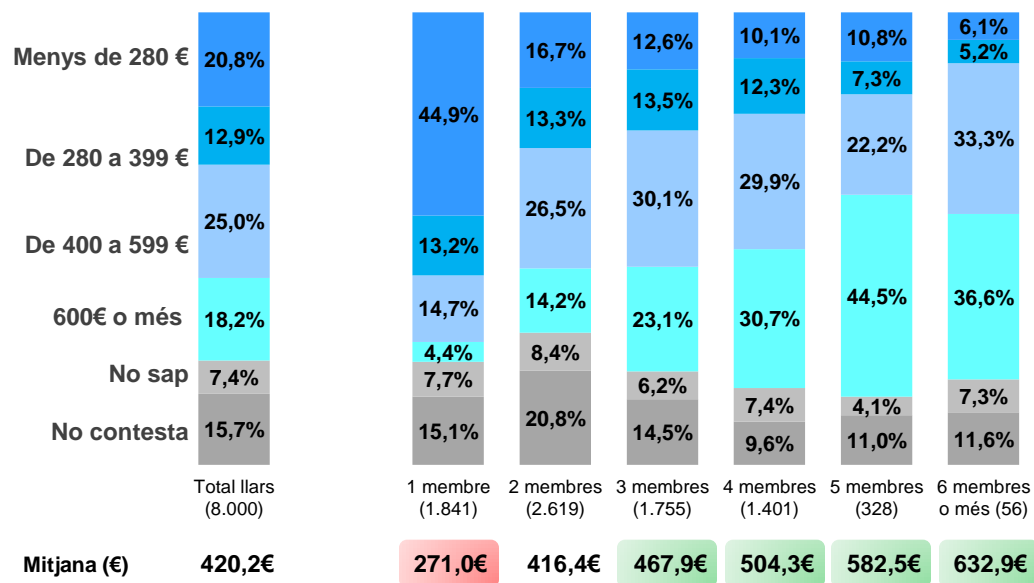
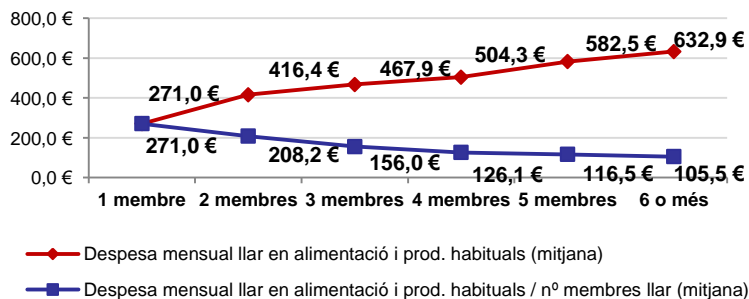
n: Total mostra = 8.000

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

El nombre de membres a la llar 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.

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 389,2€.



Mitjana (€)      420,2€      271,0€      416,4€      467,9€      504,3€      582,5€      632,9€

Però també s'observa que aquest 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

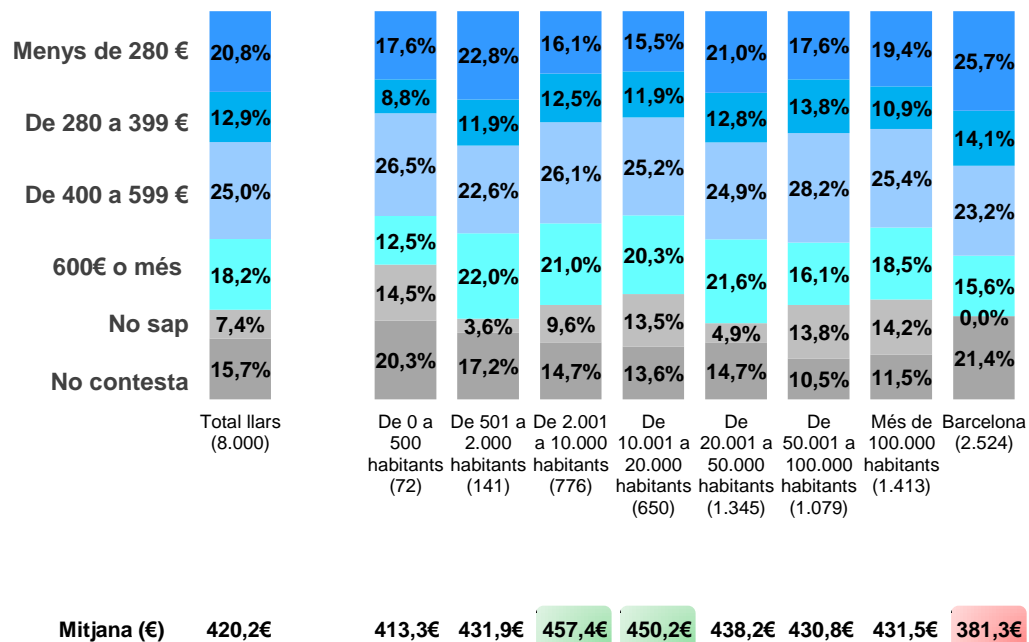
### 3.30. Despesa mensual d'alimentació i productes habituals segons nombre d'habitants del municipi

S'observen algunes 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 entre 2.001 a 10.000 habitants son les que tenen una major despesa mensual (457,4€), significativament superior a la despesa mensual global.

També les llars de municipis de 10.001 a 20.000 habitants realitzen una despesa mensual major (450,2€) que el resultat global.

Per contra, Barcelona té la menor despesa mensual per llar en alimentació o productes habituals (381,3€)



**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

**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)

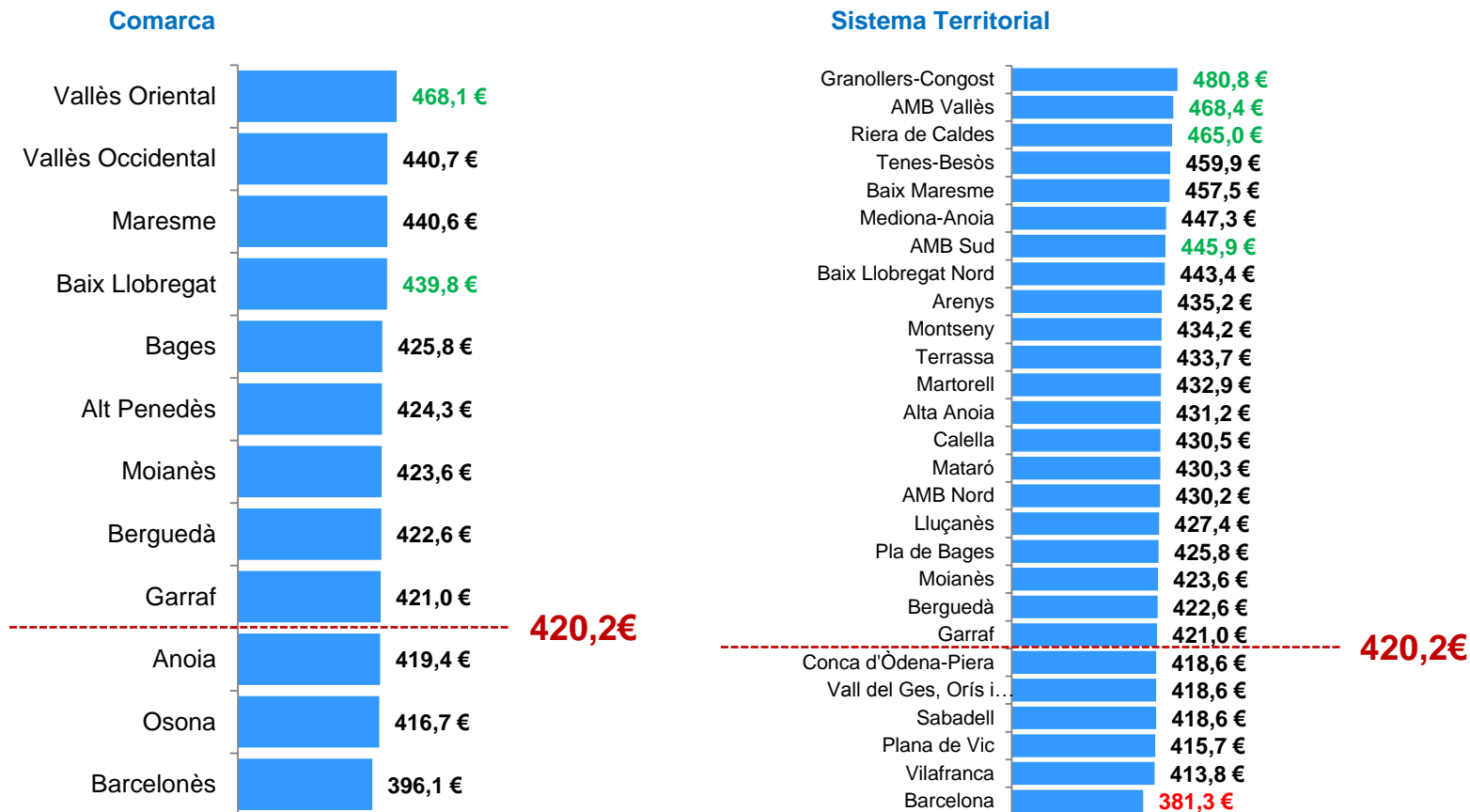
# ESTUDI QUANTITATIU

## 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 CONSUM RESPONSABLE**



# ESTUDI QUANTITATIU

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

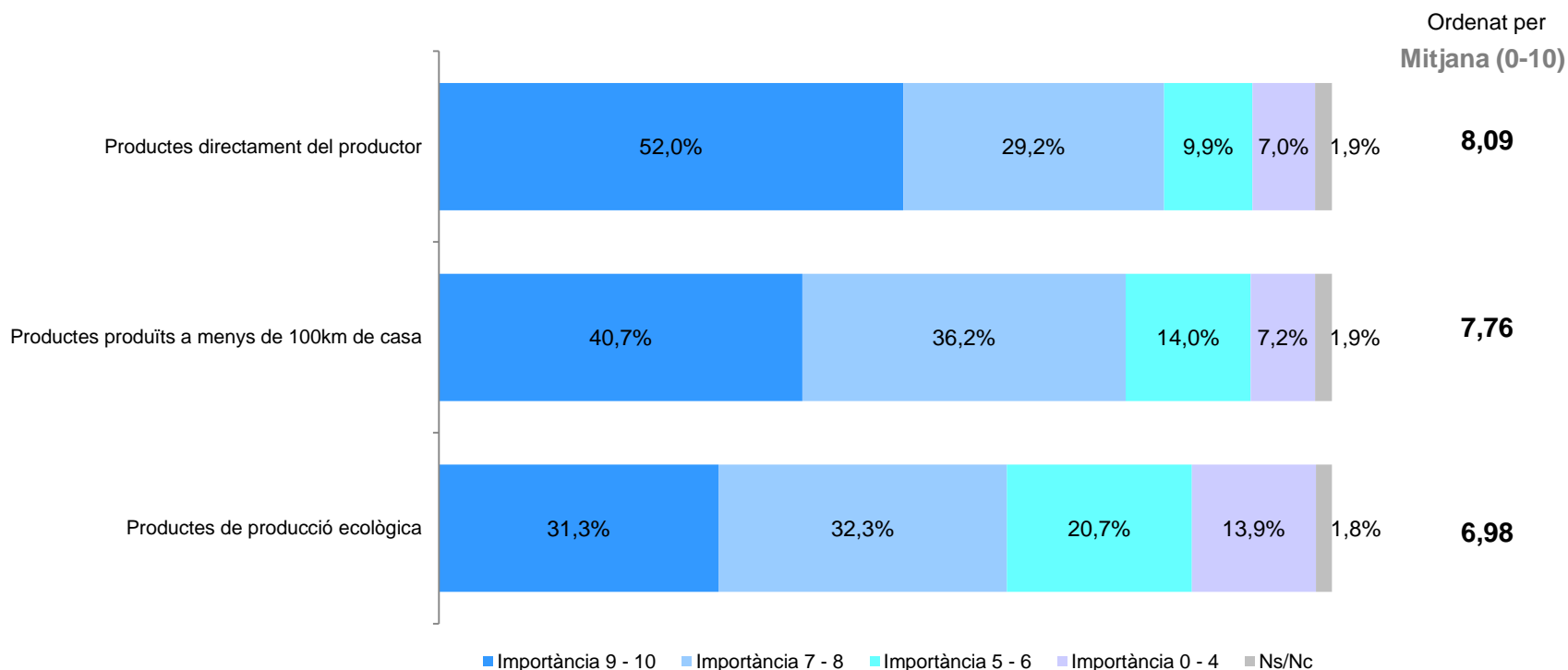
### IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT O PRODUCTOR

n: Total mostra= 8.000

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

El fet de disposar els comerços on compren de productes ecològics, de proximitat o directament del productor és important pels responsables de les llars. Per més de 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. Mentre que els productes ecològics 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 O PRODUCTOR

n: Total mostra= 8.000

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

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	6,98	6,41	7,09	7,46	7,01	7,00
Productes produïts a menys de 100km de casa	7,76	7,50	7,65	7,93	7,89	7,63
Productes directament del productor	8,09	7,73	7,95	8,27	8,25	8,12

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	6,98	6,25	6,51	6,17	7,21	7,26	7,46	6,98	7,05	6,93	7,00
Productes produïts a menys de 100km de casa	7,76	7,33	7,59	6,91	7,74	7,87	7,93	7,89	7,90	7,87	7,63
Productes directament del productor	8,09	7,29	7,99	7,12	8,02	8,87	8,27	8,15	8,36	8,12	8,12

S'observa com el fet de disposar de comerços amb productes ecològics 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 o del productor és menys important que a nivell global. Mentre que per les llars unipersonals de 65 anys o més no té tanta importància que els seus comerços no disposin de productes ecològics.

Que els comerços no tinguin productes de proximitat o del productor també és menys important per les famílies monoparentals 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 O PRODUCTOR

n: Total mostra= 8.000

#### 4.3. Valoració de la importància que els comerços on compren tinguin productes ecològics, de proximitat o directament del productor 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	6,98	7,29	6,83	7,36	7,09	6,79	7,19	6,98	7,00	7,20	6,79	7,15	7,36
Productes produïts a menys de 100km de casa	7,76	7,88	7,58	8,04	7,71	7,67	8,02	7,84	7,78	8,05	7,76	7,83	8,05
Productes directament del productor	8,09	8,46	7,76	8,57	8,22	7,96	8,07	8,21	8,21	8,16	7,79	8,10	8,34

	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	6,98	7,40	7,22	7,12	7,29	6,86	7,12	6,97	6,85
Productes produïts a menys de 100km de casa	7,76	8,07	7,96	7,93	8,07	7,53	7,82	7,69	7,74
Productes directament del productor	8,09	8,37	8,25	8,22	8,40	7,97	8,14	8,16	7,97

Per les llars de les comarques del Bages i del Vallès Oriental que els seus comerços tinguin productes ecològics, de proximitat o productor és més important que a nivell global. Per contra, per les llars de les comarques d'Anoia i Osona té menys importància el fet de disposar de productes directament del productor que el global.

S'observen diferències significatives pels municipis amb una grandària entre 10.001 i 20.000 habitants, on la importància dels productes ecològics, de proximitat o productor també és més important respecte els resultats globals.

**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 O PRODUCTOR

n: Total mostra= 8.000

#### 4.4. Valoració de la importància que els comerços on compren tinguin productes ecològics, de proximitat o directament del productor 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
SISTEMA TERRITORIAL	<b>Total</b>	<b>6,98</b>	<b>7,76</b>	<b>8,09</b>
	Alta Anoià	6,55	7,67	7,86
	AMB Nord	6,44	7,46	7,77
	AMB Sud	7,00	7,61	8,17
	AMB Vallès	6,98	7,70	7,92
	Arenys	7,43	8,25	8,62
	Baix Llobregat Nord	7,20	7,73	8,37
	Baix Maresme	6,51	7,40	7,83
	Barcelona	6,85	7,74	7,97
	Berguedà	7,19	8,02	8,07
	Calella	7,42	8,07	8,44
	Conca d'Òdena-Piera	6,86	7,58	7,75
	Garraf	6,98	7,84	8,21
	Granollers-Congost	7,53	8,21	8,48
	Lluçanès	6,76	8,12	7,93
	Martorell	7,28	7,99	8,41
	Mataró	7,07	7,73	8,25
	Mediona-Anoià	7,30	8,08	8,53
	Moianès	7,20	8,05	8,16
	Montseny	7,58	8,41	8,47
	Pla de Bages	7,36	8,04	8,57
	Plana de Vic	6,72	7,61	7,66
	Riera de Caldes	7,37	7,77	8,27
	Sabadell	7,50	7,94	8,37
	Tenes-Besòs	7,09	7,80	8,11
	Terrassa	6,92	7,83	8,00
	Vall del Ges, Orís i Bisaura	7,17	8,46	8,46
Vilafraça	7,29	7,77	8,43	

**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 O PRODUCTOR

n: Total mostra= 8.000

#### 4.5. Valoració de la importància que els comerços on compren tinguin productes ecològics, de proximitat o directament del productor 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	6,98	6,61	7,14	6,88	6,95	6,98	7,01	7,35	6,84	7,10	7,05	6,59	6,66
Productes produïts a menys de 100km de casa	7,76	7,44	7,89	6,98	7,72	7,92	7,74	8,21	7,70	7,89	7,86	7,33	6,95
Productes directament del productor	8,09	7,80	8,22	7,29	8,01	8,21	8,14	8,45	7,80	8,17	8,21	7,93	7,12

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]	13,9%	15,7%	13,2%	16,6%	12,9%	13,8%	14,2%	9,6%	12,9%	12,5%	12,9%	20,4%	18,6%
	[5 - 6]	20,7%	24,8%	19,0%	24,0%	24,9%	20,3%	18,7%	19,8%	19,0%	21,0%	22,0%	17,4%	20,9%
	[7 - 8]	32,3%	36,1%	30,7%	25,1%	32,4%	34,9%	30,9%	39,7%	46,8%	32,9%	30,4%	30,2%	23,8%
	[9 - 10]	31,3%	22,1%	35,1%	33,5%	29,0%	29,7%	33,5%	30,6%	20,7%	32,6%	32,9%	28,5%	33,2%
	Ns/Nc	1,8%	1,3%	2,0%	0,9%	0,8%	1,3%	2,8%	0,4%	0,5%	1,0%	1,9%	3,5%	3,5%
Productes produïts a menys de 100km de casa	[0 - 4]	7,2%	8,4%	6,7%	15,6%	7,4%	6,6%	6,5%	5,2%	6,6%	7,8%	4,9%	10,4%	16,5%
	[5 - 6]	14,0%	16,7%	12,9%	21,6%	13,9%	12,0%	14,8%	10,9%	9,2%	12,0%	15,1%	17,3%	17,6%
	[7 - 8]	36,2%	39,7%	34,7%	33,2%	38,4%	37,5%	34,4%	35,8%	47,6%	33,3%	37,9%	33,8%	31,8%
	[9 - 10]	40,7%	33,7%	43,6%	28,8%	39,4%	42,8%	41,1%	47,7%	36,1%	45,8%	40,1%	35,1%	29,1%
	Ns/Nc	1,9%	1,4%	2,1%	0,7%	0,9%	1,1%	3,2%	0,3%	0,5%	1,2%	2,1%	3,4%	5,0%
Productes directament del productor	[0 - 4]	7,0%	7,5%	6,8%	15,6%	6,3%	6,0%	7,0%	4,5%	6,4%	6,9%	5,8%	8,0%	18,5%
	[5 - 6]	9,9%	12,5%	8,8%	16,3%	13,8%	8,8%	8,3%	5,5%	13,2%	10,8%	9,0%	9,1%	12,8%
	[7 - 8]	29,2%	34,9%	26,8%	24,9%	29,8%	30,4%	28,3%	30,8%	35,7%	25,5%	31,4%	30,5%	19,0%
	[9 - 10]	52,0%	43,0%	55,7%	41,6%	49,5%	53,6%	53,2%	59,0%	43,8%	55,6%	51,9%	48,8%	44,7%
	Ns/Nc	1,9%	2,0%	1,8%	1,6%	0,6%	1,2%	3,1%	0,2%	0,8%	1,1%	1,9%	3,5%	4,9%

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

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

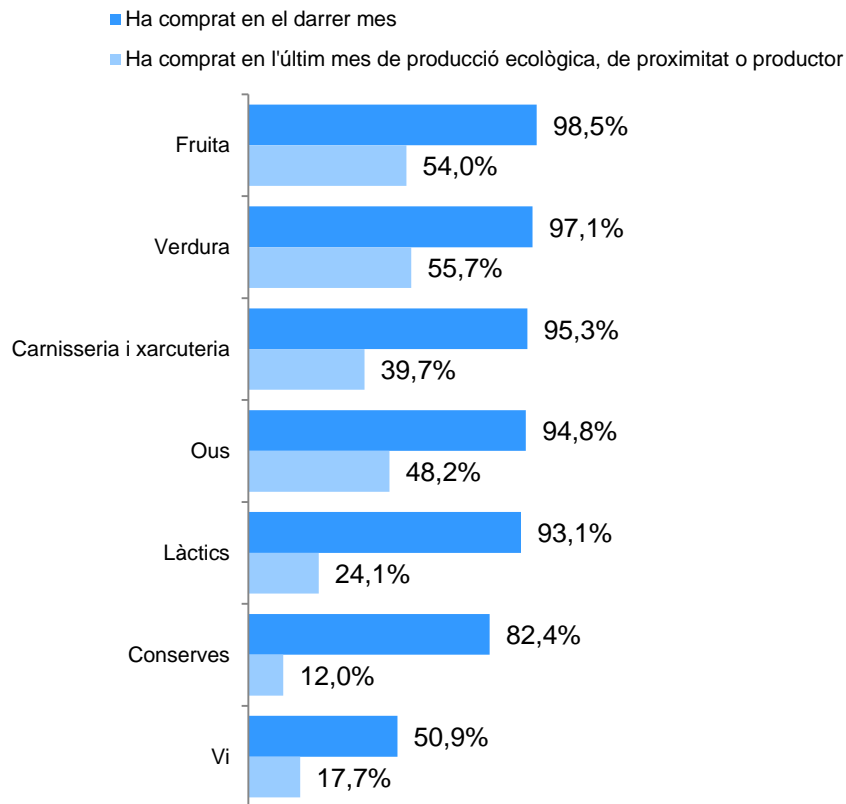
## ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

### 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: Base Total mostra (8.000)



**Pràcticament la totalitat de les llars de la província de Barcelona han comprat fruita, verdura, carnisseria i xarcuteria, ous i làctics en l'últim mes.**

**Una mica més de 8 de cada 10 llars han comprat conserves en l'últim mes, mentre que la meitat han comprat vi.**

**Més de la meitat de les compres de verdura i fruita són de producte ecològic, de proximitat o directament del productor.**

**Pràcticament la meitat de les compres d'ous també son ecològics, de proximitat o de productor.**

**Respecte la carnisseria i xarcuteria, 4 de cada 10 compres.**

**La compra de làctics ecològics, proximitat o de productor pràcticament arriba a 1 de cada 4 compres.**

**Mentre que en les conserves i el vi es molt més reduïda la compra de productes de caire ecològic, de proximitat o directament del 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%)

# 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: Base Llar que compra

##### P6.2.- Ha comprat (de producció ecològica, productes produïts a menys de 100 km de casa o del productor) ...

	Total	SEXE		EDAT			
		Home	Dona	De 16 a 34 anys	De 35 a 49 anys	De 50 a 64 anys	65 o més anys
Fruita	54,8%	52,9%	55,6%	50,3%	58,2%	57,9%	51,1%
Verdura	57,4%	55,6%	58,1%	54,4%	59,4%	59,4%	55,0%
Carnisseria i xarcuteria	41,7%	41,7%	41,7%	39,8%	41,6%	43,6%	40,3%
Vi	34,7%	36,7%	33,6%	45,7%	35,0%	36,3%	31,0%
Ous	50,9%	48,2%	52,0%	44,4%	48,8%	53,7%	50,3%
Conserves	14,5%	13,4%	15,1%	18,6%	14,6%	13,8%	14,6%
Làctics	25,9%	24,5%	26,4%	28,3%	26,0%	27,3%	24,2%

##### P6.2.- Ha comprat (de producció ecològica, productes produïts a menys de 100 km de casa o del productor) ...

	Total	CLASSE					Sense Imputar
		Alta	Mitja Alta	Mitja	Mitja Baixa	Baixa	
Fruita	54,8%	76,3%	60,6%	59,9%	50,8%	47,4%	52,6%
Verdura	57,4%	77,5%	59,2%	62,9%	54,2%	49,4%	52,8%
Carnisseria i xarcuteria	41,7%	62,8%	44,1%	45,8%	38,9%	36,8%	31,4%
Vi	34,7%	44,6%	31,2%	38,4%	32,5%	29,4%	33,9%
Ous	50,9%	69,8%	52,4%	56,5%	46,2%	48,4%	42,6%
Conserves	14,5%	23,1%	9,0%	17,9%	10,1%	18,7%	20,0%
Làctics	25,9%	45,5%	26,1%	32,3%	19,5%	24,7%	23,8%

##### P6.2.- Ha comprat (de producció ecològica, productes produïts a menys de 100 km de casa o directament del productor) ...

	Total	COMARCA											
		Alt Penedès	Anoia	Bages	Baix Llobregat	Barcelonès	Berguedà	Garraf	Maresme	Moianès	Osona	Vallès Occidental	Vallès Oriental
Fruita	54,8%	72,2%	55,4%	65,1%	61,3%	54,5%	52,9%	62,5%	62,0%	55,1%	57,9%	41,1%	51,1%
Verdura	57,4%	74,7%	59,1%	67,0%	64,3%	56,0%	58,8%	65,2%	68,5%	62,7%	64,5%	42,6%	55,2%
Carnisseria i xarcuteria	41,7%	52,5%	41,1%	56,4%	37,5%	43,9%	65,5%	36,0%	37,3%	65,6%	63,1%	33,7%	40,7%
Vi	34,7%	61,0%	36,5%	44,0%	34,2%	40,1%	28,2%	40,5%	30,1%	32,5%	30,6%	23,0%	24,2%
Ous	50,9%	63,3%	58,8%	62,0%	50,7%	49,8%	64,5%	49,7%	53,5%	66,7%	59,1%	45,2%	53,5%
Conserves	14,5%	17,3%	10,9%	13,8%	12,1%	16,2%	11,0%	12,0%	12,5%	11,7%	13,3%	14,7%	14,0%
Làctics	25,9%	29,2%	24,9%	34,7%	20,2%	27,4%	35,4%	21,6%	25,7%	36,0%	41,9%	23,1%	25,4%

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

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.**

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, al igual que la classe mitja.

Per contra de les llars de classe mitja baixa o baixa.

# 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: Base Llar que compra

##### P6.2.- Ha comprat (de producció ecològica, productes produïts a menys de 100 km de casa o directament del productor) ...

SIS TEMA TERRITORIAL		Fruita	Verdura	Carnisseria i xarcuteria	Vi	Ous	Conserves	Làctics
	TOTAL		54,8%	57,4%	41,7%	34,7%	50,9%	14,5%
Alta Anoia		48,7%	51,8%	50,5%	25,2%	61,7%	8,1%	21,7%
AMB Nord		54,0%	55,6%	40,8%	27,5%	46,6%	12,2%	23,9%
AMB Sud		56,6%	60,9%	34,9%	30,7%	46,4%	11,0%	19,0%
AMB Vallès		42,5%	45,4%	36,5%	25,2%	45,3%	15,9%	25,8%
Arenys		64,1%	72,1%	44,1%	27,6%	63,7%	8,4%	26,0%
Baix Llobregat Nord		64,2%	62,5%	39,4%	33,9%	53,0%	12,5%	24,2%
Baix Maresme		54,9%	59,4%	32,8%	27,2%	50,9%	11,3%	21,8%
Barcelona		56,0%	57,2%	46,1%	45,0%	52,4%	17,9%	29,1%
Berguedà		52,9%	58,8%	65,5%	28,2%	64,5%	11,0%	35,4%
Calella		66,4%	71,1%	37,5%	33,2%	58,4%	13,2%	19,7%
Conca d'Òdena-Piera		55,9%	59,6%	40,4%	37,4%	58,6%	11,1%	25,1%
Garraf		62,5%	65,2%	36,0%	40,5%	49,7%	12,0%	21,6%
Granollers-Congost		54,5%	57,6%	44,5%	24,0%	56,0%	11,4%	27,8%
Lluçanès		53,8%	56,3%	60,5%	30,7%	66,2%	8,4%	37,0%
Martorell		60,9%	62,9%	39,9%	36,1%	48,3%	13,1%	22,0%
Mataró		61,7%	70,2%	37,8%	31,1%	47,8%	13,7%	31,1%
Mediona-Anoia		67,2%	73,0%	56,2%	63,0%	62,1%	15,2%	24,2%
Moianès		55,1%	62,7%	65,6%	32,5%	66,7%	11,7%	36,0%
Montseny		60,1%	66,2%	41,6%	25,5%	61,0%	17,3%	31,6%
Pla de Bages		65,1%	67,0%	56,4%	44,0%	62,0%	13,8%	34,7%
Plana de Vic		58,1%	64,9%	62,8%	31,3%	58,4%	13,9%	41,5%
Riera de Caldes		37,0%	41,1%	30,9%	14,6%	40,5%	11,1%	12,7%
Sabadell		47,2%	48,6%	35,8%	27,8%	48,2%	17,4%	26,7%
Tenes-Besòs		43,5%	47,9%	35,5%	26,1%	47,1%	16,0%	23,1%
Terrassa		36,1%	36,1%	31,1%	19,3%	44,7%	12,5%	19,2%
Vall del Ges, Orís i Bisaura		58,2%	64,7%	65,5%	25,9%	60,7%	11,4%	44,9%
Vilafraça		74,8%	75,5%	50,6%	59,9%	64,0%	18,4%	31,7%

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

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.**



**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 36,1% de les llars de la província de Barcelona ha realitzat compres per internet durant l'últim any.

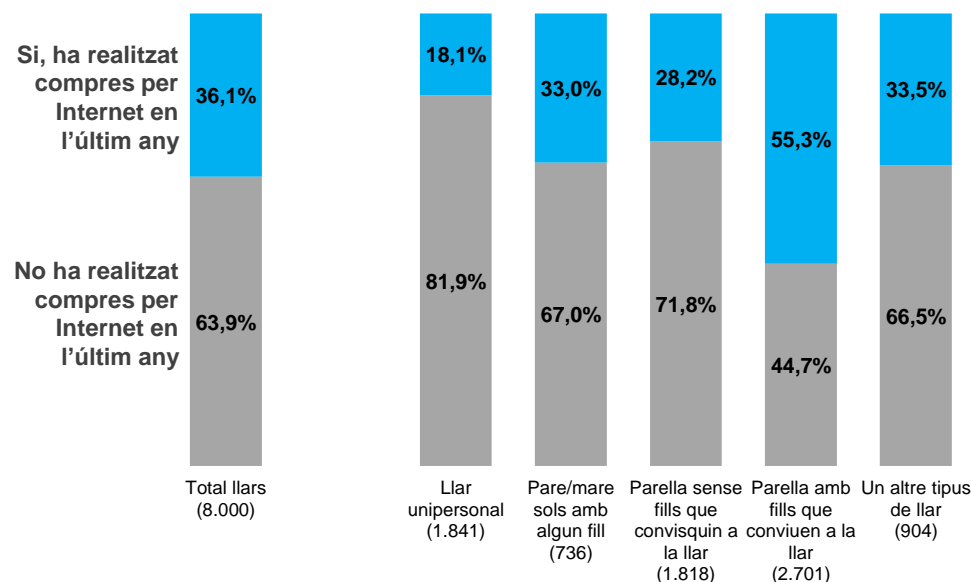
S'observen diferències significatives en les compres per internet realitzades entre els diferents tipus de llars.

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 (73,8%).

També les llars monoparentals amb fills menors de 18 anys (64,3%), e inclús les llars unipersonals de menys de 65 anys (41,6%).

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

El 44,1% 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 (36,1%).



A nivell global com valora l'oferta comercial del seu municipi	Total	En l'últim any a realitzat alguna compra per internet?	
		SÍ	NO
[0 - 4]	543	44,1%	55,9%
[5 - 6]	1638	36,3%	63,7%
[7 - 8]	4003	35,1%	64,9%
[9 - 10]	1816	35,6%	64,4%

# 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>36,1%</b>	45,9%	32,0%	70,0%	66,5%	41,5%	12,8%
<b>No</b>	<b>63,9%</b>	54,1%	68,0%	30,0%	33,5%	58,5%	87,2%

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 visquin a la llar	Parella amb fills que conviu a la llar	Un altre tipus de llar
<b>Sí</b>	<b>36,1%</b>	18,1%	33,0%	28,2%	55,3%	33,5%
<b>No</b>	<b>63,9%</b>	81,9%	67,0%	71,8%	44,7%	66,5%

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 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
<b>Sí</b>	<b>36,1%</b>	41,6%	5,0%	64,3%	27,4%	49,9%	28,2%	73,8%	41,3%	58,3%	33,5%
<b>No</b>	<b>63,9%</b>	58,4%	95,0%	35,7%	72,6%	50,1%	71,8%	26,2%	58,7%	41,7%	66,5%

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>36,1%</b>	33,8%	39,6%	36,9%	39,1%	31,7%	37,4%	38,6%	37,8%	39,8%	38,0%	40,8%	40,4%
<b>No</b>	<b>63,9%</b>	66,2%	60,4%	63,1%	60,9%	68,3%	62,6%	61,4%	62,2%	60,2%	62,0%	59,2%	59,6%

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

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

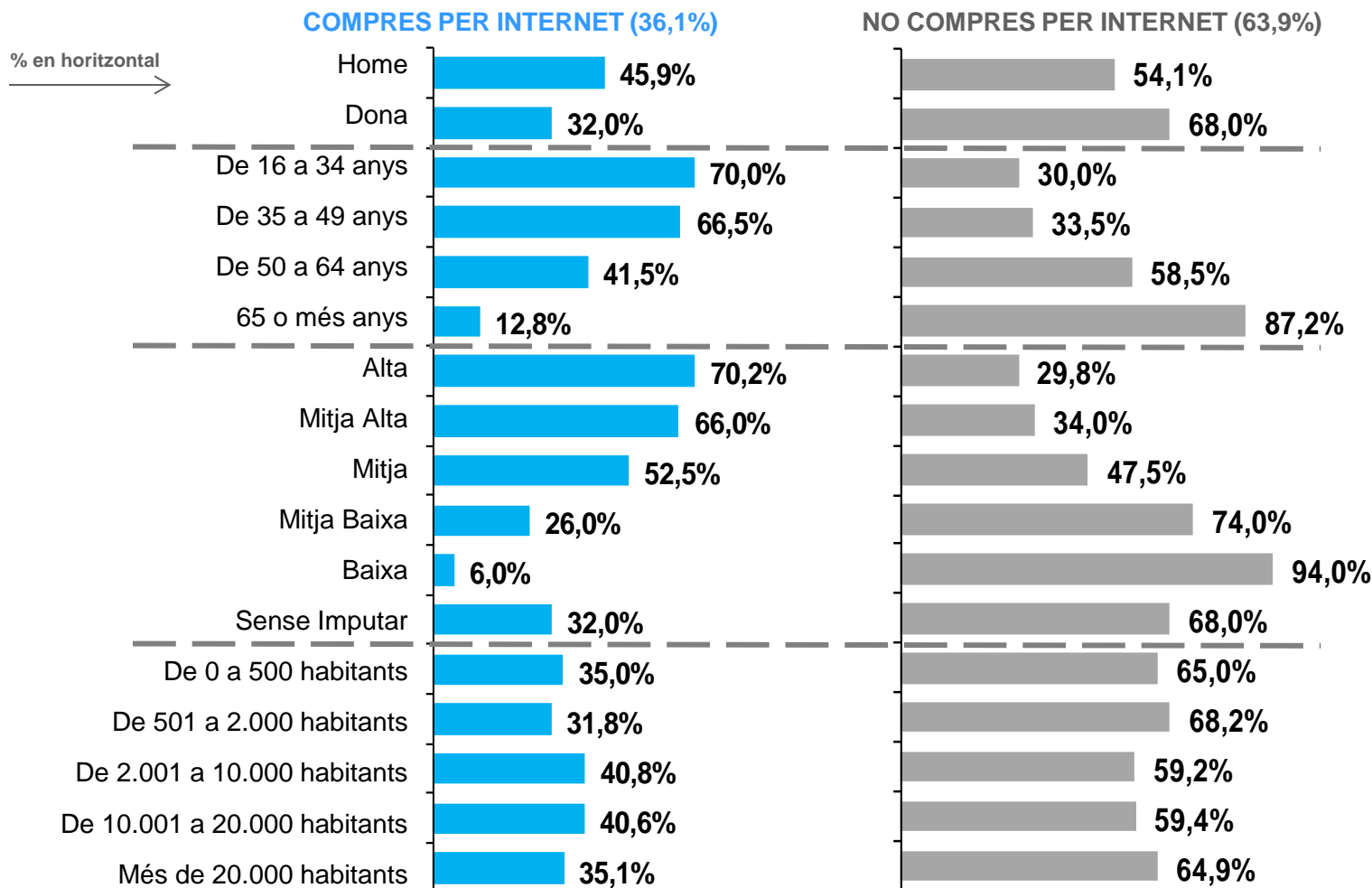
# ESTUDI QUANTITATIU

## 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)= 2.884

### 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: 2.884	<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 2.884	<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 2.884	<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 2.884
Compra	60,7%	Compra	44,3%	Compra	18,1%	Compra	40,5%
No compra	39,3%	No compra	55,7%	No compra	81,9%	No compra	59,5%
<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 1.751	<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 1.278	<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 522	<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 1.167
[Menys de 30 euros]	24,1%	[Menys de 200 euros]	25,5%	[Menys de 90 euros]	19,8%	[Menys de 40 euros]	25,7%
[De 30 a 49 euros]	17,3%	[De 200 a 399 euros]	20,8%	[De 90 a 249 euros]	20,4%	[De 40 a 59 euros]	16,3%
[De 50 a 99 euros]	23,1%	[De 400 a 899 euros]	23,5%	[De 250 a 499 euros]	23,9%	[De 60 a 99 euros]	27,8%
[100 o més euros]	29,7%	[900 o més euros]	24,2%	[500 o més euros]	26,1%	[100 o més euros]	24,3%
Ns	1,0%	Ns	1,0%	Ns	1,8%	Ns	1,9%
Nc	4,8%	Nc	5,0%	Nc	8,0%	Nc	3,9%
Mitjana import €	107,6 €	Mitjana import €	785,8 €	Mitjana import €	373,8 €	Mitjana import €	86,2 €
Desviació import €	175,1	Desviació import €	1180,5	Desviació import €	404,4	Desviació import €	109,2

	Informàtica/ electrònica/ videojocs/ Telecomunicació (smartphones i tablets)		Alimentació		Formació		Altres
<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 2.884	<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 2.884	<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 2.884	<b>Compres per internet (últim any)</b>	n: 2.884
Compra	34,3%	Compra	13,5%	Compra	7,1%	Compra	12,3%
No compra	65,7%	No compra	86,5%	No compra	92,9%	No compra	87,7%
<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 988	<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 388	<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 206	<b>Import últ. compra per internet</b>	n: 355
[Menys de 40 euros]	18,4%	[Menys de 50 euros]	26,0%	[Menys de 50 euros]	22,5%	[Menys de 35 euros]	17,2%
[De 40 a 99 euros]	23,1%	[De 50 a 99 euros]	19,2%	[De 50 a 99 euros]	20,7%	[De 35 a 59 euros]	23,9%
[De 100 a 264 euros]	29,1%	[De 100 a 149 euros]	24,4%	[De 100 a 349 euros]	26,8%	[De 60 a 119 euros]	23,5%
[265 o més euros]	23,6%	[150 o més euros]	26,9%	[350 o més euros]	25,2%	[120 o més euros]	32,9%
Ns	1,7%	Ns	1,5%	Ns	1,2%	Ns	0,7%
Nc	4,2%	Nc	2,1%	Nc	3,6%	Nc	1,7%
Mitjana import €	209,5 €	Mitjana import €	156,0 €	Mitjana import €	365,8 €	Mitjana import €	131,3 €
Desviació import €	283,1	Desviació import €	435,3	Desviació import €	896,1	Desviació import €	251,3

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)= 2.884

### 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	60,7%	62,2%	59,8%	61,5%	67,1%	57,6%	53,7%
Viatges	44,3%	51,8%	39,9%	56,4%	43,5%	47,4%	28,7%
Electrodomèstics	18,1%	18,5%	17,8%	9,8%	20,1%	18,4%	18,6%
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	40,5%	33,4%	44,7%	56,8%	45,1%	38,6%	22,9%
Informàtica/electrònica/videojocs/Telecomunicacions	34,3%	47,0%	26,7%	41,6%	36,3%	34,1%	24,5%
Alimentació	13,5%	11,6%	14,6%	23,2%	15,2%	10,2%	11,4%
Formació	7,1%	7,3%	7,0%	23,6%	7,0%	5,1%	1,2%
Altres	12,3%	10,5%	13,3%	5,6%	11,4%	13,3%	16,5%

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	60,7%	55,1%	41,4%	61,1%	68,2%	68,9%	39,8%	66,6%	62,0%	48,5%	36,7%	48,4%	48,5%
Viatges	44,3%	38,6%	24,8%	38,0%	45,6%	58,6%	18,3%	51,4%	40,7%	23,7%	22,2%	29,8%	28,9%
Electrodomèstics	18,1%	24,4%	11,4%	23,2%	22,9%	17,0%	16,7%	25,2%	23,6%	14,2%	6,6%	14,0%	16,9%
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	40,5%	47,5%	39,3%	42,8%	43,6%	38,7%	45,2%	46,4%	42,0%	42,1%	50,5%	36,5%	41,1%
Informàtica/electrònica/videojocs/Telecomunicacions	34,3%	35,6%	33,4%	43,2%	40,3%	31,9%	30,2%	41,2%	36,1%	37,5%	23,7%	33,1%	30,7%
Alimentació	13,5%	14,9%	4,8%	7,3%	14,8%	16,0%	4,7%	14,3%	12,7%	7,9%	13,5%	12,9%	6,2%
Formació	7,1%	4,8%	3,4%	5,2%	6,5%	9,5%	1,4%	11,0%	9,2%	9,8%	2,4%	4,9%	3,4%
Altres	12,3%	19,8%	12,7%	17,1%	15,2%	10,1%	15,3%	11,8%	14,1%	12,9%	8,1%	12,0%	12,8%

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	107,6 €	117,8 €	101,1 €	71,2 €	92,3 €	99,4 €	211,2 €
Viatges	785,8 €	860,4 €	725,4 €	295,4 €	699,9 €	872,5 €	1.438,2 €
Electrodomèstics	373,8 €	353,7 €	385,5 €	370,3 €	409,1 €	362,1 €	309,3 €
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	86,2 €	98,6 €	80,8 €	80,3 €	84,4 €	85,6 €	112,1 €
Informàtica/electrònica/videojocs/Telecomunicacions	209,5 €	208,2 €	211,0 €	127,1 €	220,1 €	215,8 €	255,1 €
Alimentació	156,0 €	126,9 €	169,5 €	67,1 €	117,6 €	198,1 €	306,4 €
Formació	365,8 €	393,0 €	348,8 €	252,1 €	637,1 €	208,0 €	74,3 €
Altres	131,3 €	191,8 €	102,5 €	272,1 €	83,4 €	149,0 €	136,4 €

No s'observen diferències significatives a nivell de les mitjanes de la despesa de l'última compra realitzada per internet segons sexe respecte els resultats globals.

Pràcticament no hi ha diferències segons trams d'edat respecte les dades globals, encara que s'observa com els imports són més baixos en el tram de 16 a 34 anys, doncs és el perfil amb menor poder adquisitiu.

**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 ...	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
Oci, entrades, llibres, música i joguines	107,6 €	101,7 €	103,6 €	128,6 €	99,4 €	123,7 €
Viatges	785,8 €	805,6 €	443,7 €	809,5 €	880,6 €	540,6 €
Electrodomèstics	373,8 €	321,3 €	228,3 €	385,6 €	421,7 €	281,8 €
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	86,2 €	71,9 €	82,6 €	90,2 €	90,2 €	80,0 €
Informàtica/electrònica/videojocs/Telecomunicacions	209,5 €	150,6 €	190,0 €	235,5 €	235,1 €	124,5 €
Alimentació	156,0 €	106,5 €	82,4 €	92,8 €	174,7 €	260,5 €
Formació	365,8 €	76,7 €	421,5 €	255,1 €	585,7 €	149,6 €
Altres	131,3 €	81,5 €	104,6 €	115,2 €	151,7 €	169,3 €

Import aproximat de l'última compra per Internet de ...	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
Oci, entrades, llibres, música i joguines	107,6 €	75,1 €	227,5 €	101,9 €	108,1 €	68,3 €	128,6 €	93,1 €	118,2 €	66,7 €	123,7 €
Viatges	785,8 €	469,6 €	2.525,8 €	494,3 €	441,8 €	278,6 €	809,5 €	723,3 €	1.070,3 €	776,8 €	540,6 €
Electrodomèstics	373,8 €	357,1 €	200,1 €	234,3 €	231,4 €	168,7 €	385,6 €	461,6 €	381,2 €	446,1 €	281,8 €
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	86,2 €	72,0 €	70,7 €	86,1 €	75,4 €	126,6 €	90,2 €	83,9 €	109,7 €	75,0 €	80,0 €
Informàtica/electrònica/videojocs/Telecomunicacions	209,5 €	152,1 €	136,8 €	177,6 €	211,7 €	98,0 €	235,5 €	216,0 €	279,4 €	169,0 €	124,5 €
Alimentació	156,0 €	114,2 €	58,3 €	114,2 €	78,4 €	30,0 €	92,8 €	131,2 €	247,8 €	183,9 €	260,5 €
Formació	365,8 €	77,9 €	31,6 €	943,6 €	366,8 €		255,1 €	770,8 €	366,8 €	340,4 €	149,6 €
Altres	131,3 €	97,7 €	45,0 €	99,5 €	95,3 €	223,1 €	115,2 €	174,4 €	142,9 €	77,4 €	169,3 €

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

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	107,6 €	87,8 €	90,1 €	86,6 €	96,9 €	115,3 €	72,0 €	126,6 €	121,3 €	95,3 €	77,1 €	94,1 €	122,2 €
Viatges	785,8 €	817,6 €	1.033,0 €	882,9 €	723,2 €	784,4 €	846,7 €	1.108,6 €	1.004,9 €	979,2 €	419,2 €	668,2 €	710,1 €
Electrodomèstics	373,7 €	419,7 €	292,2 €	217,9 €	335,0 €	405,7 €	347,0 €	434,3 €	388,9 €	246,7 €	318,1 €	361,1 €	436,4 €
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	86,3 €	97,7 €	98,5 €	94,1 €	96,6 €	70,6 €	120,4 €	132,9 €	95,8 €	94,0 €	79,6 €	88,4 €	88,6 €
Informàtica/electrònica/videojocs/Telecomunicacions	209,5 €	303,1 €	209,5 €	244,8 €	202,9 €	187,7 €	198,8 €	246,2 €	249,7 €	216,9 €	166,7 €	210,3 €	232,4 €
Alimentació	156,0 €	97,9 €	1.680,2 €	149,6 €	132,4 €	140,8 €	147,9 €	387,3 €	150,9 €	153,1 €	78,6 €	93,5 €	290,7 €
Formació	365,8 €	194,9 €	567,9 €	322,4 €	696,6 €	207,0 €	1.301,0 €	1.172,8 €	560,9 €	134,2 €	396,2 €	226,5 €	183,7 €
Altres	131,4 €	122,7 €	181,2 €	79,7 €	141,5 €	146,2 €	76,3 €	257,9 €	103,6 €	239,3 €	78,4 €	108,0 €	114,3 €

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	107,6 €	52,7 €	164,4 €	105,5 €	86,7 €	96,5 €	98,5 €	116,3 €	118,6 €
Viatges	785,8 €	466,8 €	971,9 €	864,8 €	929,8 €	754,1 €	747,1 €	704,9 €	791,0 €
Electrodomèstics	373,7 €	381,5 €	176,4 €	371,7 €	443,3 €	364,8 €	355,6 €	367,8 €	380,4 €
Moda i complements/ tèxtil i calçat esportiu	86,3 €	67,3 €	86,5 €	87,2 €	93,7 €	105,6 €	91,8 €	91,1 €	65,1 €
Informàtica/electrònica/videojocs/Telecomunicacions	209,5 €	227,1 €	166,3 €	248,9 €	215,8 €	196,8 €	217,1 €	229,7 €	183,3 €
Alimentació	156,0 €	74,2 €	103,5 €	201,7 €	195,6 €	216,4 €	116,6 €	100,2 €	151,3 €
Formació	365,8 €		118,4 €	839,0 €	225,7 €	303,2 €	701,5 €	366,8 €	215,0 €
Altres	131,4 €	78,8 €	128,7 €	135,6 €	114,1 €	174,6 €	84,1 €	92,0 €	164,7 €

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** – 2.889 individus, 36,1%
- Grup 2** – 2.490 individus, 31,1%
- Grup 3** – 1.253 individus, 15,7%
- Grup 4** – 1.368 individus, 17,1%

**Nivell de significació de l'Anàlisi Discriminant** sobre la segmentació de l'Anàlisi Clúster: **97,1% 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 (36,1%)

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

Principalment **entre setmana** (de dilluns a dijous) en **horari de matí** (fins les 17h).

Baixa importància al fet de que els comerços on compren tinguin productes ecològics, de proximitat o directament de productor.

Despesa mensual en alimentació i productes quotidians no alimentaris: **393,142€/ mes**

Tenen una **mitjana de 64 anys**, viuen en **llars unipersonals** en un 22,2%, i son principalment **jubilats** (51,8%)

#### GRUP 3 (15,7%)

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

En general, compren **entre setmana** (de dilluns a dijous) en **horari de matí** (fins les 17h).

Pel **98,6%** és molt important que els comerços tinguin productes ecològics, de proximitat o directament de productor, i un **80%** ha comprat algun producte en l'últim mes.

Despesa mensual en alimentació i productes quotidians no alimentaris: **412,487€/ mes**

**Amb una mitjana de 63 anys** que viuen en **parella i sense fills a la llar** (28,9%), i principalment **jubilats** (49,6%).

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



Compra dins del barri  
 Compra fora del barri

#### GRUP 2 (31,1%)

**Elevada compra «fora del barri».**

**No tenen un dia o un horari definit a l'hora de realitzar les compres.**

Baixa importància al fet de que els comerços on compren tinguin productes ecològics, de proximitat o directament de productor.

Despesa mensual en alimentació i productes quotidians no alimentaris: **431,480€/ mes**

Tenen una **mitjana de 57 anys**, viuen en **parella amb fills a la llar**, principalment **fills majors de 18 anys o més** (19,6%) i en un **43,1% treballen**.

#### GRUP 4 (17,1%)

Compren tant «**dins com fora del barri**», i el **53,4%** ha comprat per internet en l'últim any.

**No tenen un dia definit** per les compres, però prefereixen **horari de tarda** (a partir les 17h).

Pel **46,9%** és molt important que els comerços tinguin productes ecològics, de proximitat o directament de productor, i un **86,5%** ha comprat algun producte en l'últim mes.

Despesa mensual en alimentació i productes quotidians no alimentaris: **461,675€/ mes**

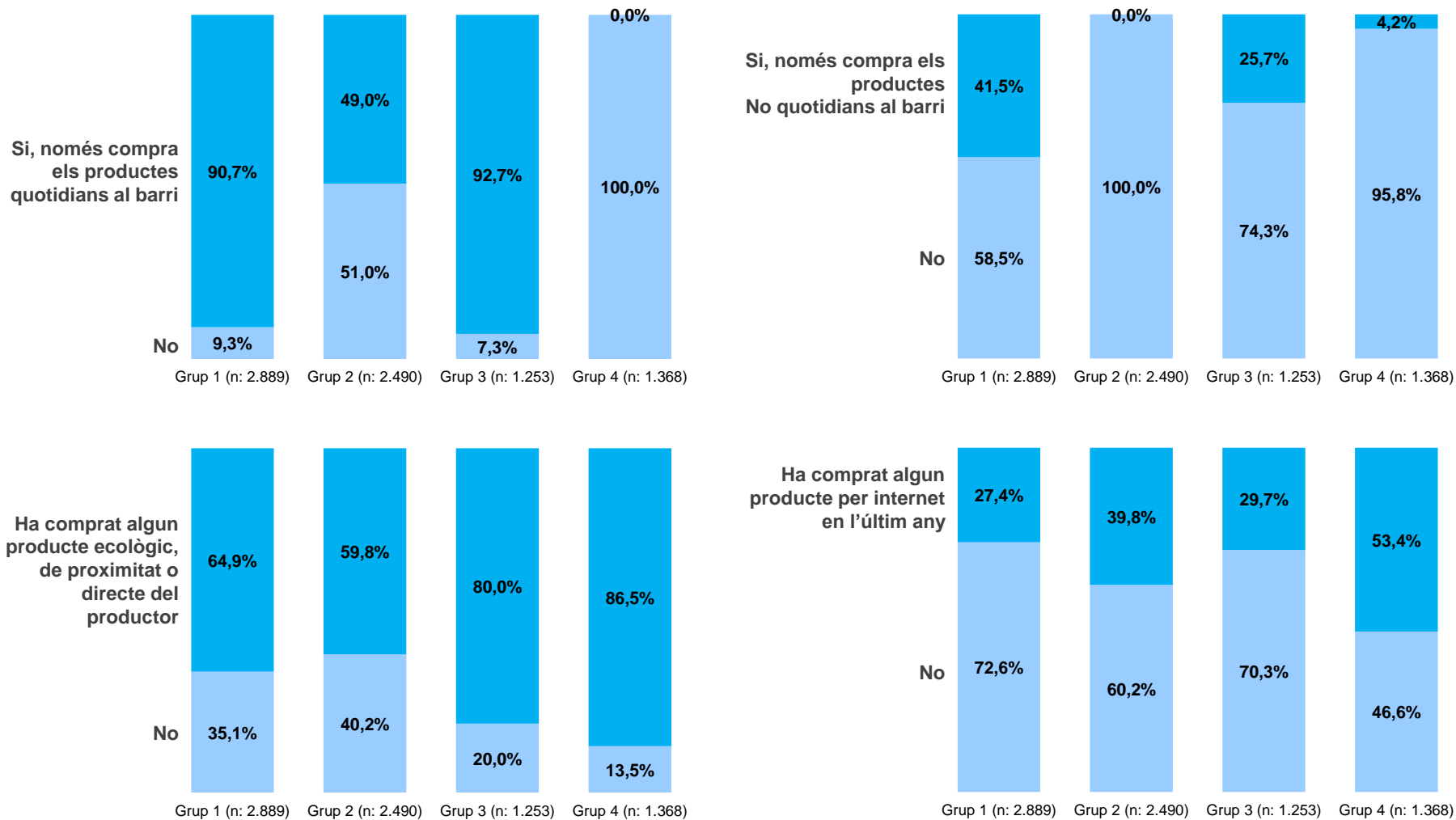
**Mitjana de 54 anys** que viuen en **parella amb fills**, major presència de **fills menors de 18 anys** (20,8%) i en un **53,5% treballen**.

# 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



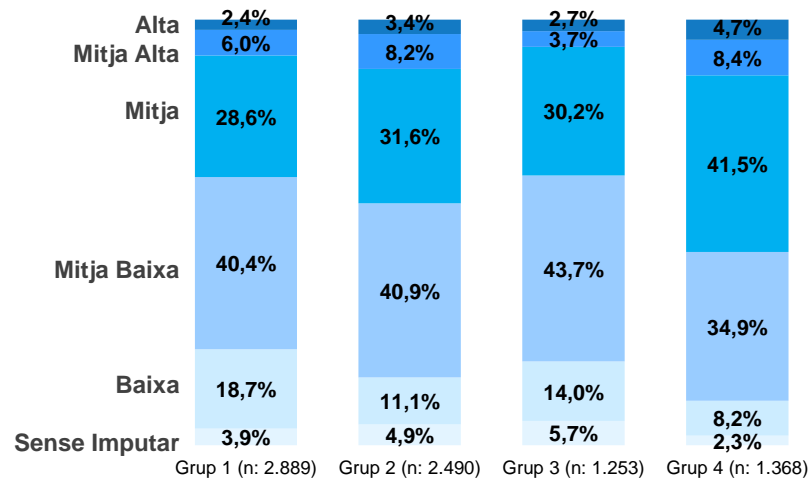
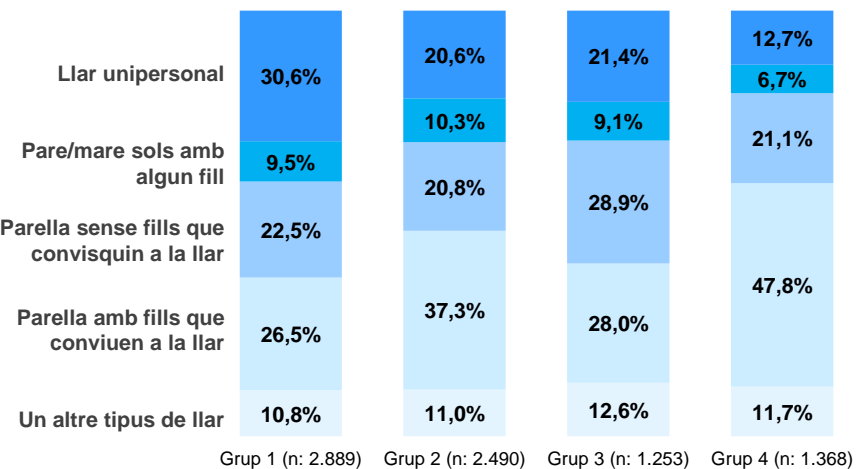
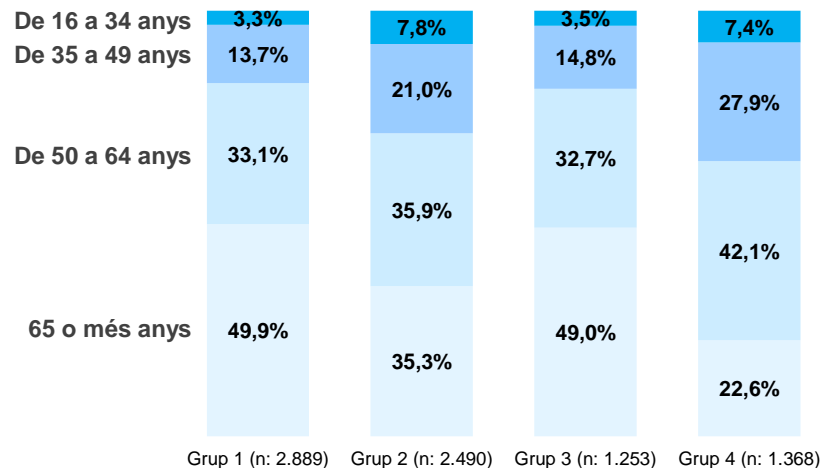
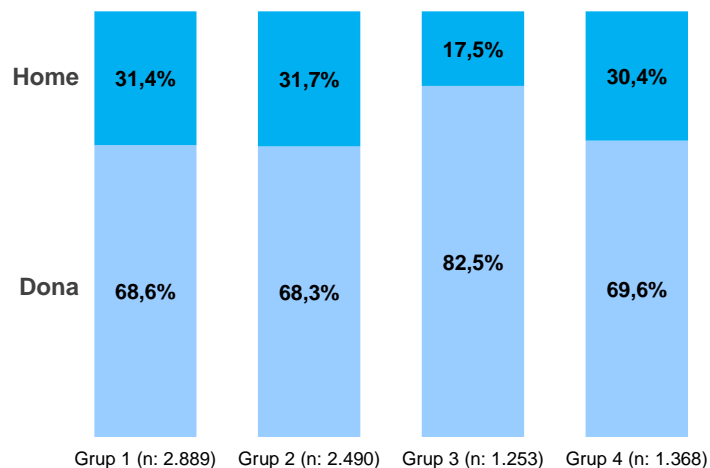
**Nota:** Productes quotidians (alimentació fresca, resta alimentació i altres productes quotidians no alimentaris) i no quotidians (equipament de la persona i de la llar)

# 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



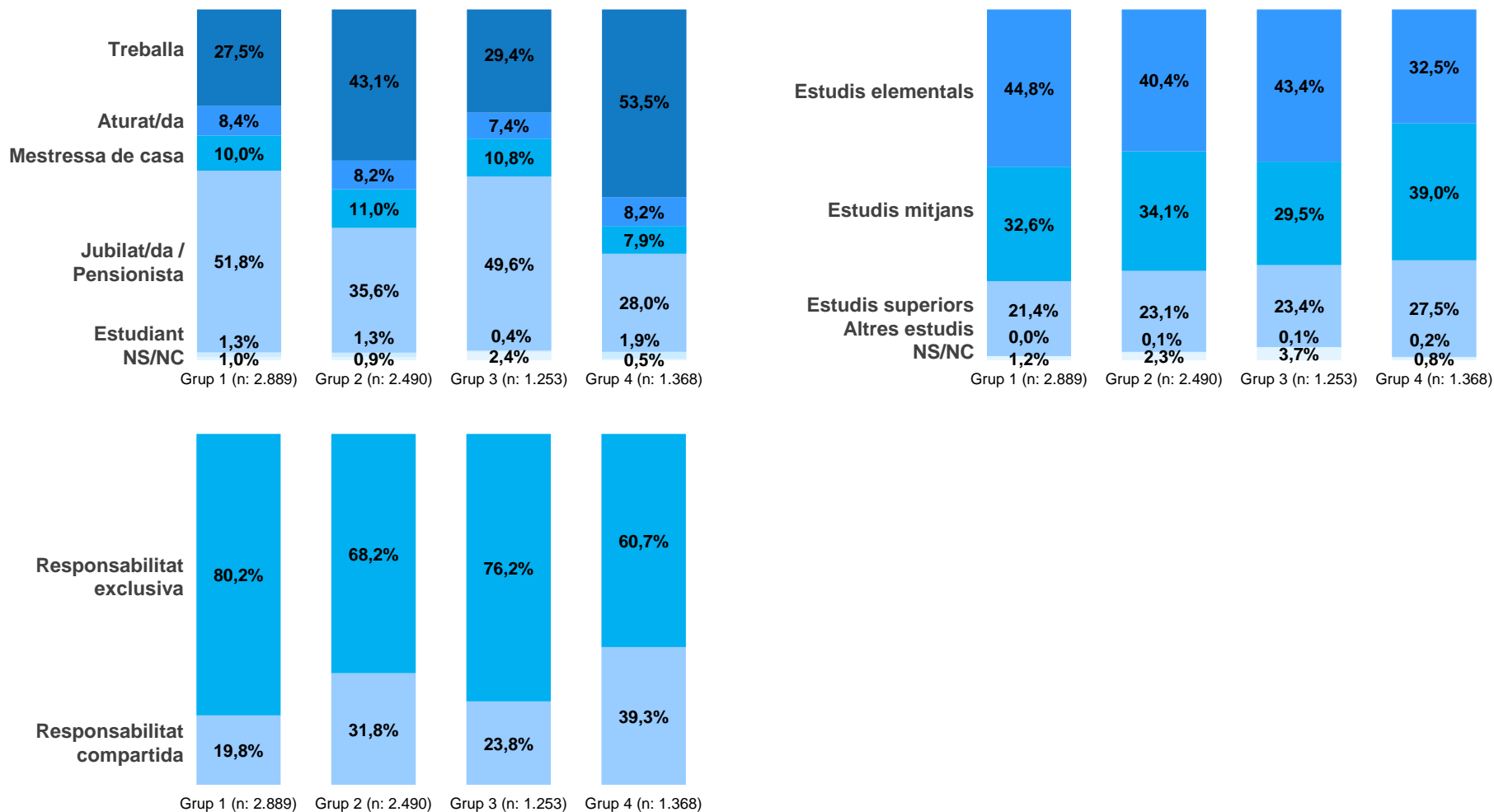
**Nota:** Principals variables passives: Sexe, Edat, Tipus de llar i Classe social del principal responsable de la llar

# 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

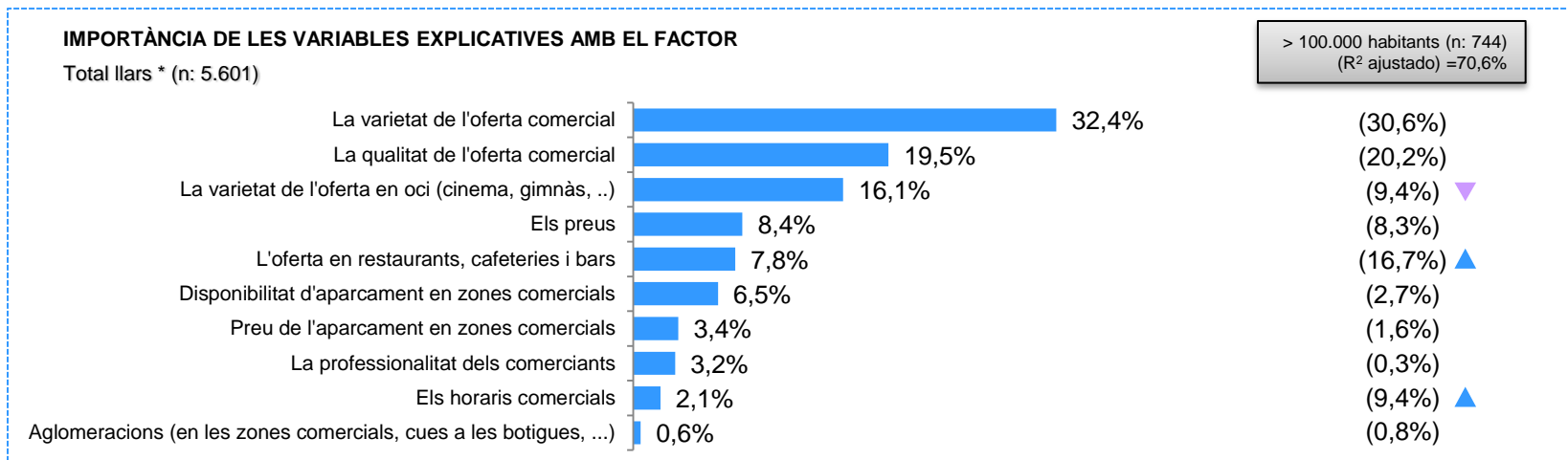
### ANÀLISI DE REGRESSIÓ: VALORACIÓ DE L'OFERTA DE COMERÇ

**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

Coeficiente de Correlación Múltiple  
(R<sup>2</sup> ajustado) =70,3%



**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

La dona continua essent la principal responsable de les compres a la llar (70,8%), tant a nivell de productes quotidians com no quotidians. S'observa una major responsabilitat compartida en les compres per part de les llars de parelles amb fills menors 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 positivament per part de les llars entrevistades, obté una valoració global mitjana de 7,24 en una escala de 0-10.

Les llars de parelles amb fills que conviuen a la llar tenen una pitjor valoració de l'oferta comercial al seu municipi (6,97), especialment aquelles llars amb fills menors i majors de 18 anys (6,90) i aquelles amb tots els seus fills menors de 18 anys (6,82).

Mentre que les llars unipersonals valoren de forma més satisfactòria (7,58) que a nivell global, concretament aquelles llars de persones de 65 anys o més (7,69).

El nombre d'habitants del municipi destaca com 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 (7,99) respecte al global.

Només les llars de la comarca del Barcelonès (7,83) valoren significativament per sobre del global l'oferta comercial al municipi.

# 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 6,74 en una escala 0-10, es valora de forma més moderada que l'oferta comercial a nivell de municipi (7,24).

Les llars de parelles amb fills que conviuen a la llar i les llars monoparentals valoren pitjor l'oferta comercial del seu barri respecte el resultat global, especialment de forma significativa aquelles llars amb tots els seus fills menors de 18 anys (6,26).

Per contra, les llars unipersonals ho valoren de forma més satisfactòria, principalment aquelles llars de persones de 65 anys o més (7,38).

Només les llars de la comarca del Barcelonès (7,27) valoren significativament per sobre del global l'oferta comercial del barri al que pertanyen.

A nivell més específic, els aspectes millor valorats a nivell municipal són els horaris comercials (7,81), la professionalitat dels comerciants (7,53) i la qualitat de la oferta comercial (7,37).

Per contra, la varietat de l'oferta en oci (5,72), el preu de l'aparcament en zones comercials (5,27) i la disponibilitat d'aparcament en les zones comercials (5,09) són els aspectes pitjor valorats.

Destacar la tendència significativa de valoracions inferiors en relació als aspectes específics de l'oferta comercial per part de les llars de municipis amb menys de 2.000 habitants.

# 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 (43,9%), mentre la resta d'alimentació es compra un cop per setmana (46,3%).

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 (39,0%).

Les freqüències de les compres d'equipament de la persona es concentren majoritàriament entre 3 i 6 mesos (54,9%), 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 (67,7%).

La proximitat és un factor fonamental en la localització d'aquestes compres d'alimentació, per això és realitzen majoritàriament als barris de residència (77,6% en alimentació fresca i 74,5% en resta alimentació).

Les compres de productes de consum quotidià no alimentari també és fan majoritàriament en el propi barri de residència (73,3%).

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 38,5% de les llars ho fan fora del municipi.

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

# 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 les botigues de barri/ eix comercial (45,2%), mercat municipal (47,7%) i supermercat (48,1%).

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.

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 alguna botiga de barri concreta/ eix comercial, per anar al mercat municipal o supermercats. S'observa un lleuger increment en relació a les grans superfícies (hipermercat,...).

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.

Les compres d'equipament de la persona i de la llar es realitzen en les botigues de barri / eix comercial, incrementant-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 increment en relació a la compra en les grans superfícies (hipermercat, centres comercials i grans magatzems)

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.

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

Major 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.

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

Els motius per realitzar les compres fora del municipi són principalment la quantitat de botigues (oferta) i la varietat de productes en totes les categories estudiades.

El fet del preu és el tercer motiu per realitzar les compres fora del municipi, però té major rellevància en les compres quotidianes (alimentació fresca, resta alimentació i productes habituals no alimentaris).



# 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 (43,0%) o bé divendres o dissabte (33,4%), principalment abans de les 13h (58,7%).

Mentre que la compra de productes no quotidians (equipament de la persona i la llar) es realitza sense un dia fix (40,9%) o el dissabte (31,4%), principalment en dues franges horàries: abans de les 13h (36,6%) o a partir de les 17h (29,2%).

Els motius de no anar a comprar entre les 13h a 17h són no els va bé, és l'hora de dinar o descans i el fet d'estar treballant. Per aquells responsables de la compra que esmenten el fet de que els comerços estan tancats, la intenció d'anar en aquest horari si els comerços estiguessin oberts es baixa.

A nivell global, la despesa mensual en alimentació i productes habituals de les llars de la província de Barcelona és de 420,2€ (aproximadament uns 5.042,4€ anuals).

S'observen diferències significatives en aquesta despesa mensual realitzada als diferents tipus de llars, també segons 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 O PRODUCTOR I CONSUM

Per més de la meitat dels responsables de les compres a la llar (52,0%) té la màxima importància que els comerços on compra tinguin productes directament del productor, obté una mitjana en importància de 8,09 en una escala 0-10.

El fet que els comerços on compren tinguin productes produïts a menys de 100 km de casa, es de màxima importància per un 40,7% dels responsables de les compres, obté una mitjana en importància de 7,76.

Mentre que els productes ecològics tenen la màxima importància per un 31,3% dels responsables de les compres, obté la mitjana d'importància més baixa (6,98 sobre 10).

Pràcticament la totalitat de les llars de la província de Barcelona han comprat fruita, verdura, carnisseria i xarcuteria, ous i làctics en l'últim mes. Una mica més de 8 de cada 10 llars han comprat conserves en l'últim mes, mentre que la meitat han comprat vi.

Més de la meitat de les compres de verdura (55,7%) i fruita (54,0%) són de producte ecològic, de proximitat o directament del productor.

Pràcticament la meitat de les compres d'ous també son ecològics, de proximitat o de productor (48,2%). Respecte la carnisseria i xarcuteria, són 4 de cada 10 compres (39,7%).

La compra de làctics ecològics, proximitat o de productor és d'un 24,1%. Mentre que en les conserves i el vi es molt més reduïda la compra de productes de caire ecològic, de proximitat o directament del productor (12% i 17,7% respectivament).

# 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 36,1% de les llars de la província de Barcelona ha realitzat compres per internet durant l'últim any.

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 (73,8%).

També les llars monoparentals amb fills menors de 18 anys (64,3%), e inclús les llars unipersonals de menys de 65 anys (41,6%).

S'observa 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.

Les compres més usuales estan relacionades amb l'oci, entrades, llibres, música i joguines, segueixen els viatges, i en tercera posició es troben les compres de moda, complements, tèxtil i calçat.

Hi ha força variabilitat en la despesa mitja de l'última compra realitzada per internet en funció de la categoria de producte. No s'observen diferències significatives a nivell de les mitjanes de la despesa de l'última compra realitzada per internet segons sexe respecte els resultats globals, i pràcticament no hi ha diferències segons trams d'edat.

# 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 hi ha una clara superioritat de la dona 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.
- S'observa en les llars de parelles amb fills menors de 18 anys, una major presència d'homes que s'encarreguen de les compres de la llar de forma compartida.

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

- L'oferta comercial a nivell municipal en la província de Barcelona es valora de forma positiva, amb una nota mitjana de 7,24 en una escala de 0-10.
- 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 tenen una valoració més crítica de l'oferta comercial al seu municipi (6,97), especialment aquelles llars amb fills menors 18 anys.
- A nivell més específic, els horaris comercials (7,81), la professionalitat dels comerciants (7,53) i la qualitat de la oferta comercial (7,37) compleixen les expectatives de les llars a nivell municipal en la província de Barcelona.
- Per contra, la varietat de l'oferta en oci (5,72) es susceptible de millora, en especial en municipis de menys de 20.000 habitants. El preu de l'aparcament en zones comercials (5,27) i la disponibilitat d'aparcament en les zones comercials (5,09) són els aspectes amb menor valoració, principalment en els municipis de més de 20.000 habitants.

# 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 420,2€ (aproximadament uns 5.042,4€ anuals).
- Al segment de l'alimentació, es prioritza les compres de proximitat per l'extensió arreu dels municipis de la província de Barcelona de nous formats de botigues o cadenes especialitzades, la major penetració de supermercats 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, pel fet del seu component de proximitat.
- S'observa l'influència del tipus de llar i l'edat del responsable de les compres, amb una preferència d'establiments més tradicionals entre la gent més gran i major presència de nous formats entre els més joves o noves estructures familiars (unipersonals, monoparentals).
- Les parelles amb fills que conviuen a la llar són les que més desplaçaments fora del barri realitzen per les compres, per contra de les llars unipersonals amb gent major de 65 anys o més.
  - ❑ 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. Són compradors de cap de setmana i majoritàriament a les tardes.
  - ❑ Les llars de persones grans: Compren més en botigues de barri i mercats municipals, formats més tradicionals. Es desplacen poc per comprar fora del seu barri de residència. No tenen un dia de la setmana per realitzar les compres, encara que prioritzen de dilluns a dijous, i majoritàriament en horari de matins.
- Es detecta una major concentració de les localitzacions en les compres de l'equipament de la persona i la llar fora del municipi de residència, on el focus d'atracció principal és Barcelona, en part 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 l'evolució de l'hàbitat de residència, però també per l'evolució de les estructures comercials.
- Cal observar si aquesta entrada de nous formats comercials (grans especialistes, grans distribuïdors on line...), permet una complementarietat en les compres amb els formats més tradicionals o cal que una major adaptació dels comerços tradicionals als nous hàbits.
- Per evitar fuges a altres municipis, es necessari propiciar un model de comerç al municipi que ofereixi dos components bàsics: a) una oferta completa i b) proximitat.
- Disposar d'una xarxa de supermercats, botigues tradicionals, comerços especialitzats i un potent mercat municipal que permetin fer gairebé totes les compres en el mateix barri o municipi, així com també una bona oferta de formats franquiciats, en especial per l'equipament de la persona i la llar, contribuiran a retenir una major proporció de compres al propi municipi de residència.
- Doncs, 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.

# 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

- Que els comerços on compren disposin de productes de producció ecològica, produïts a menys de 100km de casa (proximitat) o directament del productor, cada vegada és més rellevant pels responsables de les compres i actuen com factors de decisió a l'hora escollir l'establiment de compra.
- Destacar que més de la meitat de les compres de verdura (55,7%) i fruita (54,0%) en l'últim mes a la província de Barcelona són de producte ecològic, de proximitat o directament del productor. Això evidencia un gran poder d'atracció, que deixa d'esser «una moda» per convertir-se en un estil de vida pels seus consumidors.

#### COMPRES PER INTERNET

- Les compres per internet (on line) augmenten. Cada vegada són més les llars on es realitzen compres per internet. Un 36,1% de les llars de la província de Barcelona ha realitzat compres per internet durant l'últim any.
- Tenen una major penetració entre les llars de parelles que conviuen amb fills i els sectors on més es compra per aquest canal són l'equipament de la persona i de la llar.
- Les compres més usuals estan relacionades amb l'oci, entrades, llibres, música i joguines, segueixen els viatges, i en tercera posició es troben les compres de moda, complements, tèxtil i calçat.
- Es detecta que les compres per internet d'alimentació estan lligades principalment a formats més tradicionals com supermercats o comerços especialitzats amb venda on line, i en canvi les compres d'equipament de la persona i la llar a botigues on line 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 2016

#### BARÒMETRE HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DIPUTACIÓ DE BARCELONA 2016

Novembre de 2016

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 anonim 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.

**Entrevistador:** En omplir aquest qüestionari està acceptant que aquesta entrevista es realitzarà d'acord amb les normes del codi de conducta ESOMAR i les instruccions del [bofing](#).

S1.- Prefereix que li faci les preguntes en català o en castellà?

Català..... 1 PASSEUA QST.CATALA  
Castellà..... 2 PASSEUA QST.CASTELLÀ  
Li és indiferent..... 3 PASSEUA QST.CATALÀ

S2.- Em podria dir si estem trucant a un domicili particular?

Sí..... 1  
No..... 2 FI ENTREVISTA

S3.- Treballa vostè o algun membre de la seva família en les següents activitats?

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

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, ...)

*Llegir - 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

1

S5.- Incloent-s'hi vostè, em podria dir quantes persones viuen a la seva llar?

S6.- Per cadascun d'aquests membres de la llar, em podria dir el sexe i l'edat que tenen, començant per la persona més jove. (Entrevistador: cal incloure l'entrevistat i diferenciar-lo amb una marca a la columna "Entrevistat")

S7.- Ens podria dir quies el cap de família / sustentador principal? (Nota entrevistador: en el cas que siguin més d'un, anotar un d'ells)

S8.- De la resta de membres de la llar ens podria dir quina relació tenen amb el cap de família/sustentador principal? (Opcions: 1.- Parella / 2.- Fill/Filla / 3.- Altres relacions familiars / 4.- Amic/Amiga / 5.- Altres)

	Home	Dona	Edat	Entrevistat	Cap de família / sustentador principal	Relació respecte al sustentador principal
Persona 1						
Persona 2						
Persona 3						
Persona 4						
.....						

S9.- QUOTES: Delimitació del tipus de llar (No preguntar: anotar automàticament el sistema)

- 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

(NOTA: ANÀLISI DE DADES: Discriminar llars amb fills majors/menors edat)

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

Es delimitaran uns codis a nivell de municipi, comarca i sistema territorial

S10.- QUOTES: Codi municipi

S11.- QUOTES: Codi comarca

S12.- QUOTES: Sistema territorial

2

# ESTUDI QUANTITATIU

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

### Qüestionari: Baròmetre Hàbits de Consum i Compra 2016

#### 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

\_\_\_ valoració

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

\_\_\_ valoració

3. 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) ROTAR

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** (carne, 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

##### PREGUNTES PER A CADA CATEGORIA

- 4.1 Ens podria dir normalment amb quina freqüència compra ... LLEGIR

1	Pràcticament tots els 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 → <b>NO REALITZAR MÉS PREGUNTES DE LA CATEGORIA</b>
98	No llegir NS
99	No llegir NC

- 4.2 Ens podria dir normalment a on compra ... Multi resposta

3

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

(En el cas que P4.2=3 Fora del municipi)

- 4.2.1 Ens podria especificar a quin municipi? (codificar segons llista dels municipis)

- 4.2.2 I per quin motiu va a .... (recuperar municipi mencionat a la P 4.2.1)

- 4.3 (Realitzar 4.3 per a cada resposta de la 4.2)

Quan compra a \_\_\_\_\_ (recuperar opció marcada a la P 4.2) 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, ...)

Multi resposta

1	Botiga de barri / eix comercial
2	Al mercat municipal
3	Al supermercat
4	Al hipermercat
5	Gran Magatzems (Corte Inglés)
6	A centres comercials
7	Per internet (Només apareix P4.2 diferent de 4)
8	Pagès/productor
9	Mercat de venda no sedentària (tipus: " <b>mercadillo</b> ", ...)
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)

4.4 En general quan va a comprar els productes de compra .....(recuperar categoria) no 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 ÚNICA

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 Hora en el que sol fer la compra ... ÚNICA

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

4

# ESTUDI QUANTITATIU

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

### Qüestionari: Baròmetre Hàbits de Consum i Compra 2016

4.4.3 (En el cas que P4.4.2 no sigui a 2 ni 3) Ens podria dir el motiu de per que no sol comprar aquests productes entre les 13h i les 17h?  
(Preguntar espontània, no llegir) MULTIPLE

- 1 No em va bé
- 2 Els comerços, botigues, ... estan tancats
- 3 Estic treballant
- 98 Altres (especificar: \_\_\_\_\_)

4.4.3.1 (Fer si P4.4.3=2) I aniria si estiguessin oberts

- Si 1
- No 2
- Ns 98

#### ALTRES QUESTIONS

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 ...

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

6. Quins productes de la llista que es detalla a continuació ha comprat en el darrer mes?  
MULTIRESPOSTA

LLISTA CATEGORIES	HA COMPRAT (de producció ecològica, productes produïts a menys de 100 km de casa o directament del productor)	NO HA COMPRAT (de producció ecològica, productes produïts a menys de 100 km de casa o directament del productor)	NO HA COMPRAT LA CATEGORIA
1 Fruita			
2 Verdura			
3 Carnisseria i xarcuteria			
4 Vi			
5 Ous			
6 Conserves			
7 Làctics			

6.2 (De les categories que diuen Sí a P6.1) I ha comprat \_\_\_\_\_ (recuperar categoria) de producció ecològica, de proximitat o directament de productor, en l'últim mes?

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? AFEGIR INTERVALS PER A FACILITAR LA RESPOSTA

\_\_\_\_\_ € / mes

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

- 1 Sí
- 2 No → PASSAR A D0

5

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

LLISTA CATEGORIES	COMPRA (Marcar en el cas dout sigui Sí)	IMPORT (de l'última compra)
Opel, entrades, llibres, musica i joguines		
Viatges		
Electrodomestics		
Moda i complementes/ textils i calçat esportiu		
Informàtica/electrònica/videojocs i telecomunicacions (smartphones i tablets)		
Alimentació		
Formació		
Altres (especificar) NOMES T'OPCTO (LA MES IMPORTANT PER A L'ENTREVISTAT)		

#### SUSTENTADOR/A PRINCIPAL DE LA LLAR

D0 A la seva llar, qui és la persona que aporta els ingressos econòmics principals?  
(No Preguntar recuperar la dada de la 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 començant al cònjuge difunt 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? (Nota: fer una o dos preguntes en funció si l'entrevistat és el sustentador principal o no)

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

Si es aturat D0=2 o Jubilad/a / Pensionista D0=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)

6

### Qüestionari: Baròmetre Hàbits de Consum i Compra 2016

**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 ~~intermig~~
- 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 Vè./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

DP: 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 anara 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 d'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>7,24</b>	<b>6,74</b>	<b>Total</b>	<b>7,81</b>	<b>5,74</b>	<b>7,17</b>	<b>7,37</b>	<b>7,29</b>	<b>5,72</b>	<b>6,81</b>	<b>5,09</b>	<b>5,27</b>	<b>7,53</b>
Alta Anoia	5,78		Alta Anoia	7,47	6,02	6,19	7,09	6,74	4,28	8,07	7,91	8,80	7,90
AMB Nord	7,40	6,83	AMB Nord	7,80	5,99	7,31	7,25	7,11	5,41	6,75	4,43	4,45	7,42
AMB Sud	7,21	6,42	AMB Sud	7,89	6,06	7,13	7,23	7,00	5,92	6,95	5,08	5,38	7,57
AMB Vallès	6,93	5,76	AMB Vallès	7,77	5,72	6,69	7,16	6,96	5,46	6,96	4,67	5,22	7,70
Arenys	6,67		Arenys	7,71	5,96	6,36	7,33	7,35	4,52	7,01	4,56	5,54	7,64
Baix Llobregat Nord	6,65	5,79	Baix Llobregat Nord	7,92	5,85	6,55	7,08	6,81	4,63	6,97	5,64	5,89	7,65
Baix Maresme	6,50	6,00	Baix Maresme	7,78	5,43	6,59	7,34	7,06	4,78	7,45	4,79	5,42	7,69
Barcelona	7,99	7,41	Barcelona	7,75	5,40	7,87	7,73	7,80	7,05	6,40	4,32	3,59	7,30
Berguedà	6,41		Berguedà	7,70	5,74	6,63	7,37	6,79	3,87	7,84	6,96	7,83	7,90
Calella	6,73	5,73	Calella	8,12	6,15	6,63	7,14	6,99	4,16	7,05	6,22	6,68	7,66
Conca d'Òdena-Piera	6,30	6,60	Conca d'Òdena-Piera	7,79	6,13	6,41	6,96	6,60	4,39	7,22	5,92	7,22	7,63
Garraf	6,83	6,16	Garraf	7,93	5,74	6,71	7,17	7,50	4,33	6,82	5,14	5,54	7,48
Granollers-Congost	6,74	6,16	Granollers-Congost	7,80	5,88	6,77	7,38	7,11	4,86	7,18	6,01	6,83	7,89
Lluçanès	6,40		Lluçanès	8,34	5,78	6,55	7,41	7,20	3,97	8,09	7,27	9,27	8,24
Martorell	6,51	5,48	Martorell	7,59	5,60	6,37	7,12	6,41	4,24	6,72	6,06	7,04	7,70
Mataró	6,99	6,71	Mataró	7,86	5,75	7,05	7,42	7,52	5,23	6,72	5,26	5,22	7,58
Mediona-Anoia	6,21		Mediona-Anoia	7,83	5,98	6,22	7,27	7,00	3,56	7,13	6,28	7,01	7,77
Moianès	6,54		Moianès	7,96	5,43	6,34	7,44	7,58	3,76	7,89	6,56	8,93	8,05
Montseny	6,23		Montseny	7,92	6,00	6,21	6,97	7,06	4,17	7,86	6,64	7,92	7,91
Pla de Bages	6,56	6,73	Pla de Bages	7,98	5,89	6,57	7,16	7,01	4,58	7,10	6,12	7,26	7,80
Plana de Vic	6,46	6,51	Plana de Vic	7,69	5,92	6,40	7,11	6,80	4,85	7,73	6,77	6,96	7,87
Riera de Caldes	6,58	5,24	Riera de Caldes	7,91	6,03	6,39	7,15	6,92	3,62	7,56	6,37	8,58	8,15
Sabadell	7,08	6,05	Sabadell	7,86	5,66	7,28	7,33	7,32	6,19	6,45	5,22	5,53	7,61
Tenes-Besòs	6,48	5,96	Tenes-Besòs	7,92	5,71	6,19	6,74	6,47	3,47	7,14	6,03	6,82	7,69
Terrassa	7,14	6,03	Terrassa	7,82	6,06	7,06	7,25	7,22	5,30	6,84	4,81	5,14	7,57
Vall del Ges, Orís i Bisaura	6,54		Vall del Ges, Orís i Bisaura	8,10	6,13	6,65	7,33	6,59	4,60	8,20	7,26	8,83	8,21
Vilafranca	6,37	6,65	Vilafranca	7,41	5,76	6,29	6,97	7,03	4,21	7,19	6,63	6,61	7,37

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>420,2 €</b>
Alta Anoia	431,2 €
AMB Nord	430,2 €
AMB Sud	445,9 €
AMB Vallès	468,4 €
Arenys	435,2 €
Baix Llobregat Nord	443,4 €
Baix Maresme	457,5 €
Barcelona	381,3 €
Berguedà	422,6 €
Calera	430,5 €
Conca d'Òdena-Piera	418,6 €
Garraf	421,0 €
Granollers-Congost	480,8 €
Lluçanès	427,4 €
Martorell	432,9 €
Mataró	430,3 €
Mediona-Anoia	447,3 €
Moianès	423,6 €
Montseny	434,2 €
Pla de Bages	425,8 €
Plana de Vic	415,7 €
Riera de Caldes	465,0 €
Sabadell	418,6 €
Tenes-Besòs	459,9 €
Terrassa	433,7 €
Vall del Ges, Orís i Bisaura	418,6 €
Vilafranca	413,8 €

**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	Altres
<b>Total</b>	<b>107,6 €</b>	<b>785,8 €</b>	<b>373,7 €</b>	<b>86,3 €</b>	<b>209,5 €</b>	<b>156,0 €</b>	<b>365,8 €</b>	<b>131,4 €</b>
Alta Anòia	72,8 €	490,0 €	191,1 €	113,6 €	215,8 €	99,6 €	60,0 €	151,9 €
AMB Nord	114,8 €	946,7 €	395,6 €	96,4 €	206,6 €	105,9 €	172,7 €	81,7 €
AMB Sud	98,3 €	694,3 €	372,6 €	84,3 €	205,0 €	131,4 €	723,0 €	104,2 €
AMB Vallès	92,2 €	837,8 €	510,9 €	103,6 €	209,2 €	99,5 €	127,9 €	134,4 €
Arenys	83,7 €	591,4 €	544,8 €	67,5 €	164,3 €	116,5 €	151,5 €	95,3 €
Baix Llobregat Nord	87,0 €	862,5 €	417,1 €	139,4 €	213,2 €	123,0 €	540,1 €	311,1 €
Baix Maresme	161,5 €	957,9 €	414,3 €	119,8 €	223,0 €	128,5 €	299,4 €	75,3 €
Barcelona	118,6 €	791,0 €	380,4 €	65,1 €	183,3 €	151,3 €	215,0 €	164,7 €
Berguedà	72,0 €	846,7 €	347,0 €	120,4 €	198,8 €	147,9 €	1.301,0 €	76,3 €
Calella	94,0 €	591,2 €	344,1 €	74,9 €	195,9 €	506,8 €	1.320,0 €	104,7 €
Conca d'Òdena-Piera	91,1 €	1.067,8 €	299,4 €	97,7 €	209,2 €	1.977,7 €	576,0 €	184,2 €
Garraf	126,6 €	1.108,6 €	434,3 €	132,9 €	246,2 €	387,3 €	1.172,8 €	257,9 €
Granollers-Congost	132,0 €	736,5 €	590,7 €	82,1 €	222,6 €	123,1 €	43,4 €	87,1 €
Lluçanès	103,0 €	448,6 €	149,1 €	70,2 €	180,7 €	83,5 €	35,7 €	26,9 €
Martorell	79,1 €	592,7 €	230,0 €	87,5 €	144,8 €	78,9 €	337,4 €	110,2 €
Mataró	111,8 €	1.100,6 €	360,5 €	99,7 €	315,7 €	120,8 €	803,9 €	115,0 €
Mediona-Anoia	84,2 €	641,0 €	224,7 €	92,6 €	131,5 €	169,6 €	226,0 €	171,0 €
Moianès	95,3 €	979,2 €	246,7 €	94,0 €	216,9 €	153,1 €	134,2 €	239,3 €
Montseny	55,9 €	700,3 €	298,0 €	69,1 €	174,7 €	751,9 €	136,5 €	92,8 €
Pla de Bages	86,6 €	882,9 €	217,9 €	94,1 €	244,8 €	149,6 €	322,4 €	79,7 €
Plana de Vic	71,4 €	437,2 €	350,0 €	81,5 €	173,6 €	76,5 €	139,8 €	81,4 €
Riera de Caldes	83,0 €	710,4 €	408,5 €	69,3 €	112,3 €	114,9 €	94,5 €	260,4 €
Sabadell	79,6 €	430,1 €	297,3 €	105,7 €	254,5 €	107,1 €	266,7 €	111,6 €
Tenes-Besòs	170,4 €	565,4 €	388,7 €	135,1 €	299,5 €	240,0 €	544,9 €	74,9 €
Terrassa	113,2 €	749,1 €	258,5 €	59,5 €	190,2 €	76,8 €	246,3 €	40,1 €
Vall del Ges, Orís i Bisaura	94,0 €	347,9 €	266,0 €	73,7 €	130,9 €	89,2 €	1.010,7 €	74,7 €
Vilafranca	89,9 €	902,5 €	490,9 €	101,3 €	368,6 €	78,4 €	181,8 €	101,7 €

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

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

Freqüències	ALIMENTACIÓ FRESCA											Total Σ Perduts	ÍNDEX % (Total - Perduts + Guanyats)
	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	7976	4	2	100	126	234	183	96	33	25	9		
	8048	6	12	232	353	544	311	97	48	42	11		
De 0 a 500 habitants	71	0	1	11	12	23	6	0	1	1	0	55	26,76%
De 501 a 2.000 habitants	140	1	1	13	22	44	15	2	1	4	1	103	27,14%
De 2.001 a 10.000 habitants	775	2	0	33	58	95	67	36	4	3	2	267	74,32%
De 10.001 a 20.000 habitants	649	0	0	8	17	19	29	15	5	3	1	80	104,31%
De 20.001 a 50.000 habitants	1333	0	0	10	7	18	46	20	10	1	2	96	109,08%
De 50.001 a 100.000 habitants	1078	0	0	2	4	22	14	13	8	0	1	50	111,04%
Més de 100.000 habitants	1407	0	0	2	5	3	6	11	4	2	3	25	104,34%
Barcelona	2524	0	0	22	0	11	0	0	0	11	0	44	99,56%
Total	Σ Guanyats	3	1	68	108	217	169	86	33	25	10		
Freqüències	RESTA ALIMENTACIÓ (PASTA, CEREALS,...)											Total Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
	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	7899	7	3	98	161	257	184	115	24	28	7		
	7987	14	14	240	434	611	335	121	31	48	12		
De 0 a 500 habitants	71	1	1	10	13	24	6	0	0	1	0	55	32,39%
De 501 a 2.000 habitants	138	1	1	13	24	45	14	4	2	4	1	108	23,19%
De 2.001 a 10.000 habitants	769	6	1	39	77	112	78	47	1	6	3	331	64,63%
De 10.001 a 20.000 habitants	644	0	0	13	23	20	24	16	6	4	0	83	108,39%
De 20.001 a 50.000 habitants	1322	0	0	16	6	23	37	17	7	2	1	86	111,27%
De 50.001 a 100.000 habitants	1069	0	0	1	4	18	20	18	2	0	1	44	111,32%
Més de 100.000 habitants	1396	0	0	6	13	16	6	11	7	0	1	49	103,80%
Barcelona	2489	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	11	100,56%
Total	Σ Guanyats	7	2	59	137	235	165	102	25	28	7		
Freqüències	ALTRES PROD. QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS (DROGUERIA, NETEJA, HIGIENE...)											Total Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
	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	7798	7	1	96	162	279	185	110	24	23	7		
	7906	12	7	245	418	652	326	123	33	61	10		
De 0 a 500 habitants	70	0	0	9	13	25	7	0	0	2	0	56	28,57%
De 501 a 2.000 habitants	138	1	1	15	25	48	16	3	1	4	0	113	18,12%
De 2.001 a 10.000 habitants	754	5	0	34	72	110	78	48	2	5	2	322	65,65%
De 10.001 a 20.000 habitants	638	0	0	13	22	20	21	13	6	7	0	80	109,40%
De 20.001 a 50.000 habitants	1316	0	0	17	7	30	28	19	8	3	1	83	112,61%
De 50.001 a 100.000 habitants	1059	0	0	1	6	25	26	19	4	0	1	56	109,73%
Més de 100.000 habitants	1373	0	0	8	17	21	9	9	3	3	1	62	102,91%
Barcelona	2449	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100,98%
Total	Σ Guanyats	6	0	63	140	249	159	102	24	24	5		

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	7527		1	18	120	298	655	452	1312	72	29		
DE LA PERSONA	7653		3	56	269	876	1222	545	1758	99	26		
De 0 a 500 habitants	71		0	3	6	33	16	1	10	1	0	70	1,41%
De 501 a 2.000 habitants	133		0	2	13	49	35	5	22	3	0	129	3,76%
De 2.001 a 10.000 habitants	725		0	8	34	116	185	109	161	9	4	618	16,14%
De 10.001 a 20.000 habitants	614		1	1	19	33	141	105	143	17	4	445	43,81%
De 20.001 a 50.000 habitants	1266		0	3	13	28	166	106	426	9	4	727	63,90%
De 50.001 a 100.000 habitants	1034		0	1	6	16	86	73	271	4	5	376	118,67%
Més de 100.000 habitants	1308		0	0	18	12	15	33	278	11	3	337	106,27%
Barcelona	2376		0	0	10	11	11	20	0	19	11	82	151,73%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>270</b>	<b>569</b>	<b>419</b>	<b>1311</b>	<b>73</b>	<b>31</b>		
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	6506		1	32	95	295	464	615	630	41	32		
DE LA LLAR	6497		5	94	226	755	800	677	858	64	28		
De 0 a 500 habitants	58		0	4	4	28	11	3	4	1	0	55	5,17%
De 501 a 2.000 habitants	114		0	4	10	43	24	9	15	2	0	107	6,14%
De 2.001 a 10.000 habitants	617		0	10	36	100	121	110	96	9	4	476	26,58%
De 10.001 a 20.000 habitants	521		0	5	8	37	84	103	74	13	4	320	55,28%
De 20.001 a 50.000 habitants	1094		0	6	11	39	112	115	206	8	4	462	81,35%
De 50.001 a 100.000 habitants	903		0	1	7	40	71	107	142	3	5	305	109,63%
Més de 100.000 habitants	1072		0	3	19	10	19	60	93	4	5	153	137,41%
Barcelona	2128		0	0	0	0	21	107	0	0	11	139	123,07%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>23</b>	<b>87</b>	<b>258</b>	<b>392</b>	<b>554</b>	<b>630</b>	<b>40</b>	<b>33</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

Frequències	ALIMENTACIÓ FRESCA																													Total	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, Orís i Bisaura	Vilafranca	Fora província Barcelona			NS/NC	Perduts
Base Compra ALIMENTACIÓ	7976	3	19	85	19	16	16	30	33	19	14	35	31	41	1	19	53	6	3	27	67	67	31	28	24	30	5	49	25	9			
FRESCA	8048	31	19	88	23	26	24	30	48	151	27	118	58	51	7	40	51	18	45	48	184	226	40	28	33	26	34	121	42	11	3	83,33%	
Alta Anoia	12	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	100,74%
AMB Nord	543	0	14	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	101,24%
AMB Sud	1131	0	0	60	0	0	1	0	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	24	95,87%
AMB Vallès	363	0	1	0	11	0	1	0	8	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	7	2	2	0	0	0	0	5	107,35%	
Arenys	68	0	0	0	0	6	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	5	107,35%
Baix Llobregat Nord	214	0	0	22	1	0	11	0	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	29	88,32%
Baix Maresme	157	0	2	0	0	0	0	17	1	0	0	0	0	0	0	0	12	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	17	97,45%	
Barcelona	2524	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	0	11	0	44	99,56%
Berguedà	61	0	0	0	0	0	0	0	0	19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	96,72%
Calella	133	0	0	0	0	0	0	0	1	0	10	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	8	96,99%
Conca d'Òdena-Piera	154	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	28	0	0	0	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	7	99,35%
Garraf	216	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	30	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	5	98,15%
Granollers-Congost	225	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	28	0	0	1	0	0	1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	9	101,78%
Lluçanès	10	0	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	80,00%
Martorell	133	0	0	0	0	0	1	0	2	0	0	1	0	0	0	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	5	101,50%
Mataró	228	0	1	0	0	10	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	15	105,26%
Mediona-Anoia	49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0	0	11	83,67%
Moianès	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	94,44%
Montseny	101	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	1	0	0	0	26	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	5	96,04%
Pla de Bages	249	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	58	1	0	0	0	1	0	0	1	0	10	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	56	0	0	0	0	0	1	0	1	3	104,17%	
Riera de Caldes	128	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	3	3	0	0	0	0	0	1	9	111,72%	
Sabadell	358	0	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	3	0	0	1	3	17	100,00%		
Tenes-Besòs	162	0	1	0	1	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	19	0	0	0	0	1	21	90,12%		
Terrassa	441	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	6	0	25	0	0	0	0	9	99,32%		
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	0	5	0	2	0	5	84,38%	
Vilafranca	99	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	111,11%	
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>23</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>13</b>	<b>33</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>24</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>24</b>	<b>10</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

Frequències	Total	RESTA ALIMENTACIÓ (PASTA, CEREALS,...)																											Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)		
		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, Orís i Bisaura	Vilafranca			Fora província Barcelona	NS/NC
Base Compra RESTA	7899	3	27	77	28	25	18	31	24	20	10	40	26	51	0	27	63	6	2	25	82	70	25	34	27	41	7	58	28	7		
D'ALIMENTACIÓ	7987	27	29	76	31	46	27	41	31	159	23	130	49	63	6	57	78	21	38	47	227	243	51	34	38	34	43	145	48	12	4	75,00%
Alta Anoia	12	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	100,00%
AMB Nord	542	0	20	0	0	0	0	1	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	101,51%
AMB Sud	1127	0	0	56	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	99,17%
AMB Vallès	360	0	0	0	15	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	7	2	2	0	0	0	1	16	107,35%
Arenys	68	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	4	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	107,35%
Baix Llobregat Nord	211	0	0	20	1	0	15	0	4	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	29	87,68%
Baix Maresme	154	0	4	0	0	0	0	23	0	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	24	88,96%
Barcelona	2489	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	11	100,56%
Berguedà	61	0	0	0	0	0	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	96,72%
Calella	133	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0	11	94,74%
Conca d'Òdena-Piera	152	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	34	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	6	100,66%
Garraf	215	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0	1	6	97,21%
Granollers-Congost	224	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	35	0	0	3	0	0	1	0	3	0	0	1	0	0	1	1	1	12	102,23%
Lluçanès	10	0	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	3	70,00%
Martorell	133	0	0	0	0	2	0	2	0	0	1	0	0	0	16	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	8	102,26%
Mataró	229	0	1	0	0	13	0	6	1	0	0	0	0	0	0	0	33	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	22	22	103,49%
Mediona-Anoia	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	5	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0	0	15	74,00%
Moianès	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	4	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	7	61,11%
Montseny	98	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	2	0	0	25	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	9	9	91,84%
Pla de Bages	248	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	74	1	0	0	0	1	0	0	2	0	8	100,00%
Plana de Vic	167	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	58	0	0	0	1	0	0	1	0	0	4	104,19%
Riera de Caldes	126	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	9	4	3	0	0	0	0	0	0	0	11	103,97%
Sabadell	351	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	15	0	3	0	0	0	0	0	0	20	100,00%
Tenes-Besòs	155	0	1	0	2	0	0	0	2	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	4	1	21	0	0	0	0	0	1	21	9	90,32%
Terrassa	434	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	35	0	0	0	0	0	0	4	99,77%
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	0	2	0	0	0	0	6	0	2	0	0	8	87,10%
Vilafranca	100	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	42	0	0	1	116,00%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>21</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>30</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>17</b>	<b>28</b>	<b>6</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.8. Índex d'atracció i pèrdues segons sistema territorial: ALTRES PROD. QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS

Frequències	Total	ALTRES PROD. QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS (DROGUERIA, NETEJA, HIGIENE...)																									Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)					
		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, Orís i Bisaura	Vilafranca	Fora província Barcelona	NS/NC	
Base Compra ALTRES	7798	3	27	93	35	25	16	35	24	19	7	36	24	48	0	28	63	8	2	28	79	72	23	42	21	40	6	57	23	7			
PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	7906	26	29	87	38	42	25	46	33	153	17	117	45	56	3	55	83	22	41	51	226	271	49	40	33	36	41	145	61	10			
Alta Anoia	12	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	4	83,33%	
AMB Nord	533	0	19	0	0	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	100,56%	
AMB Sud	1120	0	0	71	0	0	1	0	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	9	101,16%	
AMB Vallès	356	0	0	0	20	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	9	1	1	0	0	1	0	10	99,44%	
Arenys	67	0	0	0	0	9	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	17	108,96%	
Baix Llobregat Nord	210	0	0	20	0	0	13	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	28	87,62%	
Baix Maresme	153	0	4	0	0	0	0	27	1	0	0	0	0	0	0	0	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	90,20%	
Barcelona	2449	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	100,94%	
Berguedà	60	0	0	0	0	0	0	0	0	19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	96,67%	
Calella	132	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	3	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	0	16	90,91%	
Conca d'Òdena-Piera	152	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	2	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	7	99,34%	
Garraf	212	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	23	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	1	0	7	96,70%	
Granollers-Congost	219	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	31	0	0	2	0	0	2	0	3	0	1	0	0	0	0	0	1	0	12	102,28%
Lluçanès	9	0	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	0	0	0	4	55,56%	
Martorell	132	0	0	1	0	0	1	0	2	0	0	1	0	0	0	17	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	8	102,27%	
Mataró	225	0	1	0	0	16	0	6	1	0	0	0	1	0	0	0	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	25	101,78%	
Mediona-Anoia	49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	16	75,51%	
Moianès	18	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	4	2	1	0	0	0	0	0	0	0	7	61,11%	
Montseny	97	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	2	0	0	0	26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	94,85%	
Pla de Bages	245	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	71	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	9	99,59%
Plana de Vic	166	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	58	0	0	0	2	0	0	0	1	1	0	5	104,82%
Riera de Caldes	125	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	9	4	2	0	0	0	0	0	0	0	10	104,00%	
Sabadell	346	0	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	20	0	20	3	0	0	0	0	1	0	21	100,58%
Tenes-Besòs	157	0	2	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	4	0	18	0	0	0	0	0	1	0	21	88,54%
Terrassa	423	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	8	0	8	33	0	0	0	0	0	10	99,53%	
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	0	2	0	0	0	6	0	2	0	0	0	4	87,10%	
Vilafranca	100	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	40	0	0	0	2	116,00%
Total	Σ Guanyats	2	8	22	15	16	2	7	23	0	4	6	0	17	0	11	29	4	0	2	8	13	15	23	3	8	0	18	25	7			

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	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, Orís i Bisaura	Vilafranca	Fora província Barcelona	NS/NC			↑ Perduts
Base Compra EQUIPAMENT	7527	2	72	268	70	7	8	1	1312	14	23	53	78	208	0	11	181	1	0	8	156	118	7	144	15	51	3	46	72	32			
DE LA PERSONA	7653	13	47	277	75	13	11	1	1758	109	49	167	163	264	3	22	287	5	4	15	579	495	14	157	23	43	14	124	99	26			
Alta Anoia	12	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	41,67%
AMB Nord	524	0	23	1	0	0	1	0	153	0	1	0	0	6	0	0	3	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5	0	171	76,72%	
AMB Sud	1099	0	0	173	0	0	0	0	321	0	2	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	2	332	78,43%		
AMB Vallès	337	0	1	0	21	0	2	0	143	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	43	1	4	0	0	1	2	201	54,90%		
Arenys	65	0	0	0	0	3	0	0	10	0	8	0	0	1	0	0	29	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	49	30,77%	
Baix Llobregat Nord	211	0	0	56	3	0	4	0	78	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2	0	143	34,60%	
Baix Maresme	145	0	10	0	0	1	0	1	59	0	0	0	0	2	0	0	46	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	120	17,24%	
Barcelona	2376	0	30	0	0	0	0	0	9	13	0	0	0	21	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	19	11	81	151,77%	
Berguedà	59	0	0	0	0	0	0	0	9	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	28	54,24%	
Calella	126	0	0	0	0	0	0	0	18	0	13	0	0	0	0	0	31	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	18	0	68	53,17%	
Conca d'Òdena-Piera	144	1	0	2	2	0	0	0	39	0	0	40	2	0	0	2	0	0	0	6	0	0	1	0	1	0	1	0	2	1	0	59	68,06%
Garraf	204	0	0	5	0	0	0	0	55	0	0	0	56	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	65	78,43%	
Granollers-Congost	208	0	1	0	1	0	0	0	41	0	0	1	0	71	0	0	8	0	0	1	0	4	0	2	1	0	0	0	2	3	65	135,10%	
Lluçanès	9	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	22,22%	
Martorell	129	0	1	19	1	0	1	0	47	1	0	2	1	1	0	4	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	75	46,51%
Mataró	220	0	3	0	0	3	0	0	30	0	0	0	0	3	0	0	50	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	140	100,0%	
Mediona-Anoia	47	0	0	3	0	0	0	0	17	0	0	1	5	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	0	0	40	14,89%	
Moianès	18	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	22,22%	
Montseny	95	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	37	0	0	12	0	0	7	0	0	0	0	0	0	0	1	2	68	30,53%		
Pla de Bages	240	1	0	1	0	0	0	0	24	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	118	2	0	2	0	1	0	0	4	0	39	99,17%	
Plana de Vic	161	0	0	0	0	0	0	0	24	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	83	0	0	0	2	1	0	0	3	1	33	100,62%	
Riera de Caldes	115	0	1	0	8	0	1	0	40	0	0	0	0	14	0	0	0	0	0	0	0	3	21	4	0	0	0	1	2	92	23,48%		
Sabadell	318	0	0	0	6	0	0	0	41	0	0	0	0	6	0	0	0	0	0	2	0	2	44	0	5	0	0	2	4	68	110,06%		
Tenes-Besòs	144	0	2	0	4	0	0	0	49	0	0	0	0	37	0	0	0	0	0	0	1	2	6	9	0	0	0	1	2	104	31,94%		
Terrassa	392	0	0	4	24	0	0	0	64	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	23	0	38	0	0	1	4	123	71,94%		
Vall del Ges, Orís i Bisaura	31	0	0	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	16	0	0	0	0	2	0	1	0	21	35,48%		
Vilafranca	97	0	0	4	0	0	0	0	23	0	0	0	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	39	79,38%		
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>2</b>	<b>49</b>	<b>95</b>	<b>49</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>1311</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>21</b>	<b>138</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>130</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>37</b>	<b>34</b>	<b>4</b>	<b>100</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>19</b>	<b>73</b>	<b>34</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

Freqüències	EQUIPAMENT DE LA LLAR (PRODUCTES TÈXTILS, MOBLES,...)																												Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)			
	Total	Alta Anoia	AMB Nord	AMB Sud	AMB Vallès	Arenys	Baix Llobregat Nord	Baix Maresme	Barcelona	Berguedà	Calella 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 EQUIPAMENT	6506	2	113	374	91	5	8	1	630	13	8	42	42	86	1	26	137	1	1	6	124	90	3	199	22	47	3	51	41	32			
DE LA LLAR	6497	19	122	310	99	11	12	2	858	99	16	142	81	117	3	45	208	5	11	11	422	339	12	243	28	44	21	136	64	28			
Alta Anoia	10	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	40,00%
AMB Nord	425	0	39	0	1	0	0	0	66	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	69	101,18%	
AMB Sud	999	0	1	178	0	0	1	0	161	0	0	0	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	0	0	4	3	177	101,80%		
AMB Vallès	282	0	3	0	35	0	0	0	57	0	1	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	41	1	6	0	0	1	5	119	77,66%		
Arenys	54	0	4	0	0	3	0	0	5	0	3	0	0	0	0	21	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	33	42,59%	
Baix Llobregat Nord	188	0	0	62	4	0	6	0	47	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	1	119	37,77%		
Baix Maresme	133	0	18	0	0	0	1	36	0	0	0	0	0	0	0	38	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	93	30,08%		
Barcelona	2128	0	22	96	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	11	140	122,98%		
Berguedà	48	0	0	0	0	0	0	2	12	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	13	75,00%		
Calella	105	0	6	0	0	0	0	8	0	4	0	0	0	0	0	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	20	0	49	57,14%		
Conca d'Òdena-Piera	123	0	0	4	0	0	0	20	0	0	33	1	0	0	3	0	0	0	2	0	0	1	0	1	0	1	0	3	1	0	36	78,05%	
Garraf	175	0	0	10	0	0	0	38	0	0	0	39	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	3	1	0	54	71,43%		
Granollers-Congost	173	0	2	0	4	0	0	19	0	0	0	44	0	0	0	6	0	0	0	5	0	13	5	0	0	0	0	1	2	57	90,75%		
Lluçanès	8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	50,00%		
Martorell	110	0	0	12	0	0	1	24	0	0	2	0	0	0	16	0	0	0	0	2	0	0	2	0	1	0	1	1	0	46	67,27%		
Mataró	190	0	12	0	0	2	0	13	0	0	0	1	0	0	1	0	45	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	29	132,63%		
Mediona-Anoia	42	0	0	2	0	0	0	8	0	0	1	0	0	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	0	0	26	38,10%		
Moianès	15	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	2	0	1	0	0	0	0	0	0	11	33,33%		
Montseny	74	0	2	1	1	0	0	13	0	0	0	12	0	0	9	0	0	0	5	0	0	5	0	0	0	0	1	0	1	45	40,54%		
Pla de Bages	216	1	0	1	0	0	0	8	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	103	2	0	8	0	1	0	0	1	1	28	97,22%		
Plana de Vic	133	0	1	0	0	0	0	11	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	66	0	2	1	0	0	0	0	1	0	15	108,27%		
Riera de Caldes	97	0	0	0	9	0	0	20	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	2	22	2	0	0	0	0	0	2	59	39,18%		
Sabadell	245	0	0	0	12	0	0	17	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	38	0	9	0	0	2	2	43	148,16%			
Tenes-Besòs	117	0	3	0	6	0	0	25	0	0	0	19	0	0	1	0	0	0	0	0	11	14	1	0	0	0	0	1	67	49,57%			
Terrassa	305	0	0	1	19	0	0	17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	41	0	25	0	0	0	2	3	83	80,33%			
Vall del Ges, Orís i Bisaura	26	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0	0	0	0	3	0	1	0	13	50,00%		
Vilafranca	86	0	0	6	0	0	0	10	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	31	2	0	21	100,00%		
Total	Σ Guanyats	1	74	195	56	2	2	0	629	1	4	9	4	41	1	10	91	0	1	1	22	26	0	161	8	23	0	21	42	32			

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								Total 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 Barcelonés	Altres Municipis	No ho sap		
Base Compra ALIMENTACIÓ FRESCA	7976	12	33	3	1	7		25	9		
	8048	12	48	3	1	6		42	11		
080155 - Badalona	256	0	0	0	0	4		1	0	5	99,61%
080193 - Barcelona	2524	0	0	0	0	0		33	11	44	98,45%
081017 - Hospitalet de Llobregat. I'	266	0	4	0	0	0		7	0	11	95,86%
081944 - Sant Adrià de Besòs	97	0	1	0	0	0		0	0	1	98,97%
082457 - Santa Coloma de Gramenet	173	4	0	0	0	0		0	0	4	100,00%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>		<b>41</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	
Freqüències	TOTAL	RESTA D'ALIMENTACIÓ								Total 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 Barcelonés	Altres Municipis	No ho sap		
Base Compra RESTA D'ALIMENTACIÓ	7899	16	24	3	4	4		28	7		
	7987	19	31	2	4	4		48	12		
080155 - Badalona	256	0	3	0	2	1		2	0	8	98,44%
080193 - Barcelona	2489	0	0	0	0	0		0	11	11	99,84%
081017 - Hospitalet de Llobregat. I'	268	0	1	0	0	0		8	0	9	96,64%
081944 - Sant Adrià de Besòs	97	0	1	0	0	0		0	0	1	103,09%
082457 - Santa Coloma de Gramenet	172	4	2	0	2	0		0	0	8	95,93%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>		<b>10</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	
Freqüències	TOTAL	ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS								Total 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 Barcelonés	Altres Municipis	No ho sap		
Base Compra ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	7798	17	24	4	9	1		23	7		
	7906	20	33	3	7	1		61	10		
080155 - Badalona	253	0	1	0	6	0		2	0	9	97,63%
080193 - Barcelona	2449	0	0	0	0	0		0	0	0	100,16%
081017 - Hospitalet de Llobregat. I'	266	0	0	0	0	0		11	3	14	94,74%
081944 - Sant Adrià de Besòs	98	0	1	0	0	0		0	0	1	108,16%
082457 - Santa Coloma de Gramenet	167	3	2	0	3	0		0	0	8	95,21%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>		<b>13</b>	<b>3</b>	<b>0</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										Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Freqüències	TOTAL	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 EQUIPAMENT DE LA PERSONA	7527	56	1312	33	12	2		72	32		
	7653	42	1758	29	2	2		99	26		
080155 - Badalona	249	0	68	1	1	0	7	0	0	77	82,73%
080193 - Barcelona	2376	20	0	0	11	0	21	19	11	82	105,72%
081017 - Hospitalet de Llobregat. I'	257	0	73	0	0	0	13	1	0	87	66,54%
081944 - Sant Adrià de Besòs	95	2	33	0	0	2	1	0	0	38	72,63%
082457 - Santa Coloma de Gramenet	165	12	44	0	0	0	3	5	0	64	62,42%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>34</b>	<b>218</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>45</b>	<b>25</b>	<b>11</b>		
EQUIPAMENT DE LA LLAR										Σ Perduts	% (Total - Perduts + Guanyats)
Freqüències	TOTAL	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 EQUIPAMENT DE LA LLAR	6506	109	630	155	2	2		41	32		
	6497	116	858	98	3	3		64	28		
080155 - Badalona	202	0	27	0	2	0	0	1	0	30	109,41%
080193 - Barcelona	2128	22	0	75	0	0	42	0	11	150	96,85%
081017 - Hospitalet de Llobregat. I'	224	0	21	0	0	0	15	0	0	36	117,41%
081944 - Sant Adrià de Besòs	71	5	14	0	0	1	0	0	0	20	74,65%
082457 - Santa Coloma de Gramenet	139	22	21	0	0	0	1	0	0	44	69,06%
<b>Total</b>	<b>Σ Guanyats</b>	<b>49</b>	<b>83</b>	<b>75</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>58</b>	<b>1</b>	<b>11</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	1190	35,7%	10,8%	7,9%	35,8%	9,5%	0,2%	0,1%
Divendres	532	27,5%	10,3%	9,3%	49,0%	3,9%	0,0%	0,0%
Dissabte	674	61,4%	12,4%	5,4%	15,3%	5,5%	0,0%	0,0%
Diumenge	5	70,5%	0,0%	1,2%	28,3%	0,0%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	565	22,0%	4,8%	5,6%	35,2%	32,1%	0,3%	0,0%
NS	2	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	37,2%	62,8%
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	523	23,3%	7,4%	6,2%	56,0%	7,1%	0,0%	0,0%
Divendres	157	20,0%	4,2%	4,3%	68,4%	2,7%	0,3%	0,0%
Dissabte	1462	32,2%	3,0%	8,5%	39,6%	16,3%	0,2%	0,1%
Diumenge	10	82,7%	0,0%	5,9%	6,4%	5,0%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	785	15,2%	4,8%	2,7%	27,8%	49,0%	0,4%	0,1%
NS	9	9,1%	0,0%	0,0%	3,7%	23,1%	64,1%	0,0%
NC	4	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 (n: 229)

# 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	259	63,7%	5,4%	9,6%	10,9%	10,4%	0,0%	0,0%
Divendres	147	49,7%	17,9%	4,2%	23,6%	4,8%	0,0%	0,0%
Dissabte	77	60,3%	4,0%	11,3%	12,8%	11,6%	0,0%	0,0%
Diumenge	1	50,2%	49,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	167	51,0%	10,7%	5,8%	7,7%	24,9%	0,0%	0,0%
NS	0							
NC	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	123	46,2%	5,6%	8,3%	32,5%	7,4%	0,0%	0,0%
Divendres	49	17,1%	0,0%	12,8%	65,4%	3,9%	0,7%	0,0%
Dissabte	256	25,3%	1,2%	20,8%	43,0%	9,8%	0,0%	0,0%
Diumenge	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	216	13,7%	8,4%	7,9%	29,6%	39,9%	0,2%	0,3%
NS	1	43,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	56,5%	0,0%
NC	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 (n: 229)

# 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: MESTRESSA DE CASA

#### 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	329	81,7%	6,9%	1,8%	2,8%	6,6%	0,2%	0,0%
Divendres	192	76,1%	4,8%	4,5%	10,3%	4,3%	0,0%	0,0%
Dissabte	79	75,3%	6,4%	4,2%	8,5%	5,6%	0,0%	0,0%
Diumenge	1	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
No llegir No hi ha dia fixa / Indiferent	207	69,3%	5,7%	1,3%	4,7%	19,0%	0,0%	0,0%
NS	0							
NC	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	180	67,8%	3,9%	3,8%	15,9%	8,6%	0,0%	0,0%
Divendres	38	34,5%	1,7%	1,6%	60,5%	1,7%	0,0%	0,0%
Dissabte	183	32,2%	6,8%	1,0%	45,7%	14,2%	0,0%	0,0%
Diumenge	4	67,8%	0,0%	0,0%	13,6%	18,6%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	363	42,5%	2,5%	1,1%	20,3%	32,7%	0,2%	0,7%
NS	10	25,7%	0,0%	14,7%	0,0%	14,7%	44,8%	0,0%
NC	2	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 (n: 229)

# 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	1567	79,5%	8,9%	2,9%	3,2%	5,2%	0,1%	0,1%
Divendres	643	72,8%	8,5%	2,9%	9,4%	6,5%	0,0%	0,0%
Dissabte	273	76,5%	8,2%	4,0%	2,7%	8,5%	0,2%	0,0%
Diumenge	4	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
No llegir No hi ha dia fixa / Indiferent	884	65,7%	7,1%	1,4%	2,3%	23,5%	0,0%	0,0%
NS	14	79,5%	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	12,3%	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	757	70,7%	6,8%	2,9%	13,6%	5,6%	0,3%	0,1%
Divendres	155	58,9%	4,5%	3,3%	19,8%	11,4%	1,5%	0,5%
Dissabte	494	46,7%	2,8%	5,3%	32,9%	12,3%	0,0%	0,0%
Diumenge	7	84,1%	7,9%	0,0%	0,0%	8,0%	0,0%	0,0%
No hi ha dia fixa / Indiferent	1773	35,5%	1,2%	1,3%	15,2%	45,7%	0,8%	0,2%
NS	28	9,6%	0,0%	0,0%	4,3%	14,9%	66,1%	5,1%
NC	6	21,5%	0,0%	0,0%	0,0%	23,5%	0,0%	55,0%

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 (n: 229)

**AMB LA COL-LABORACIÓ DE:**



<http://www.mdk.es>

e-mail: [mdk@mdk.es](mailto:mdk@mdk.es)