

2019



# HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE SABADELL

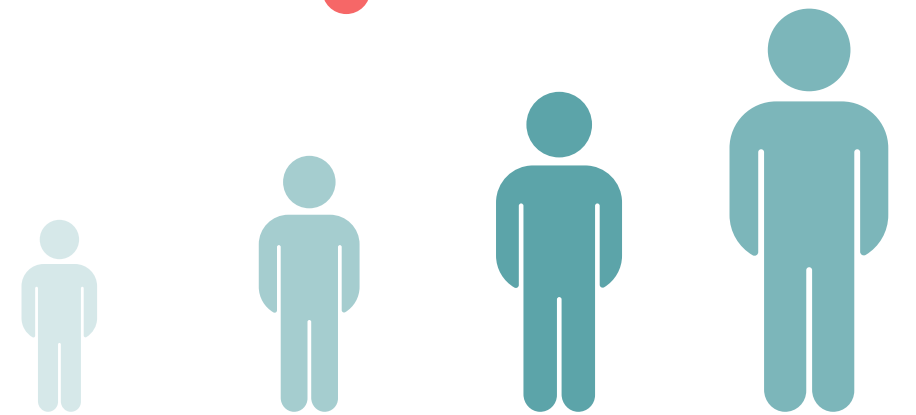


## SEXE



dones | homes  
**68,20%** | **31,80%**

## EDAT



16-34 anys | 35-49 anys | 50-64 anys | +65 anys  
**10,30%** | **25,70%** | **34,30%** | **29,70%**

## PERFIL DEL RESPONSABLE DE LA COMPRA DE LA LLAR



treballa  
**43,50%**



jubilat/da  
**39,90%**



aturat/da  
**9,30%**



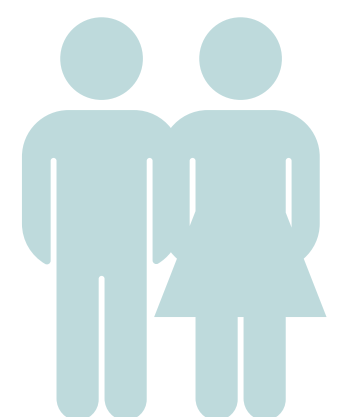
altres  
**1,50%**



mestressa de casa  
**5,80%**



exclusiva  
**47,60%**



compartida  
**52,40%**

## SITUACIÓ LABORAL

## RESPONSABILITAT COMPRES

# VALORACIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL



horaris comercials

**8,10**



preus

**6,40**



qualitat de l'oferta comercial

**7,54**



varietat de l'oferta en oci

**6,26**



disponibilitat d'aparcament en zones comercials

**5,25**

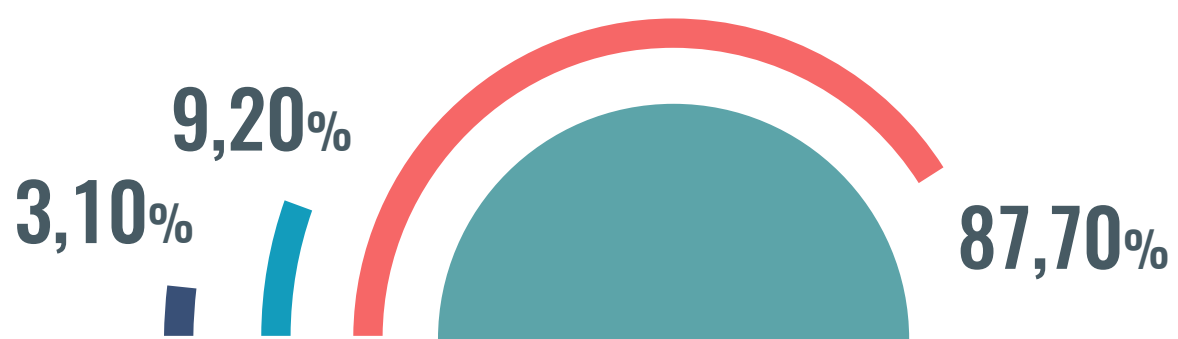


professionalitat dels comerciants

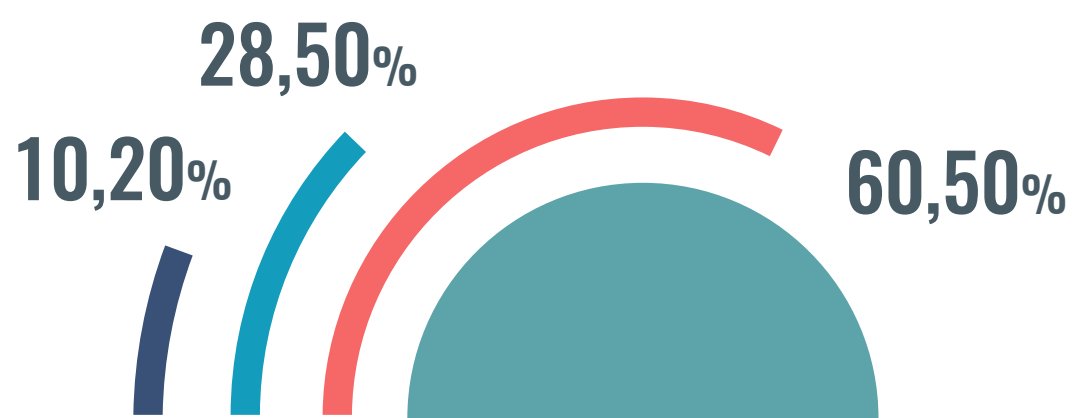
**7,77**

# ON ES COMPRA?

■ municipi    
 ■ fora municipi    
 ■ internet



PRODUCTES QUOTIDIANS



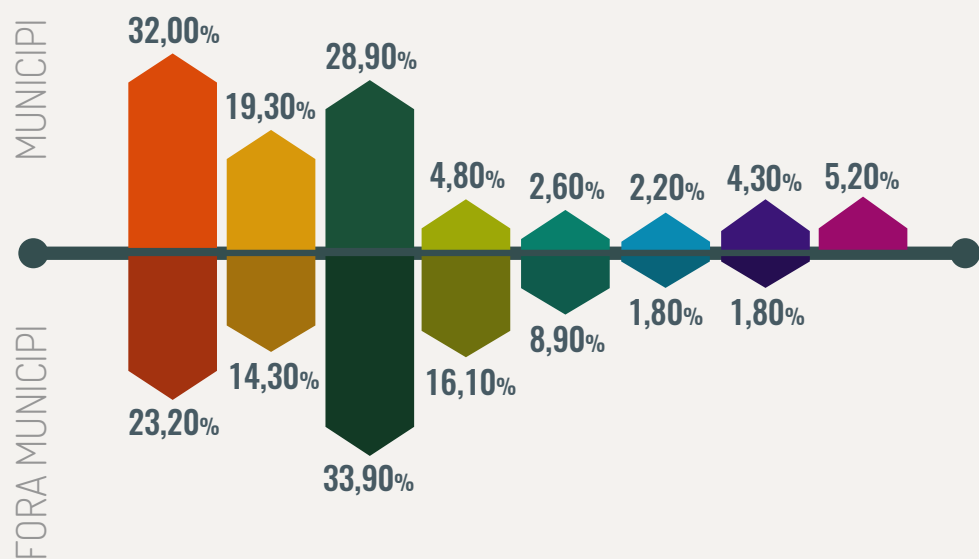
PRODUCTES NO QUOTIDIANS

# A QUINS ESTABLIMENTS?

PRODUCTES QUOTIDIANS

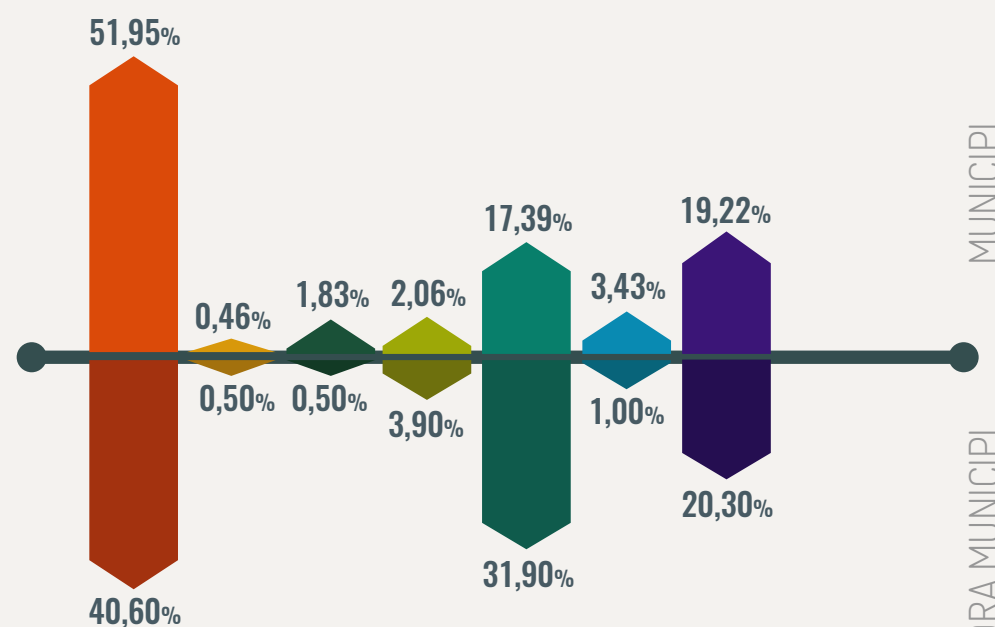


alimentació fresca



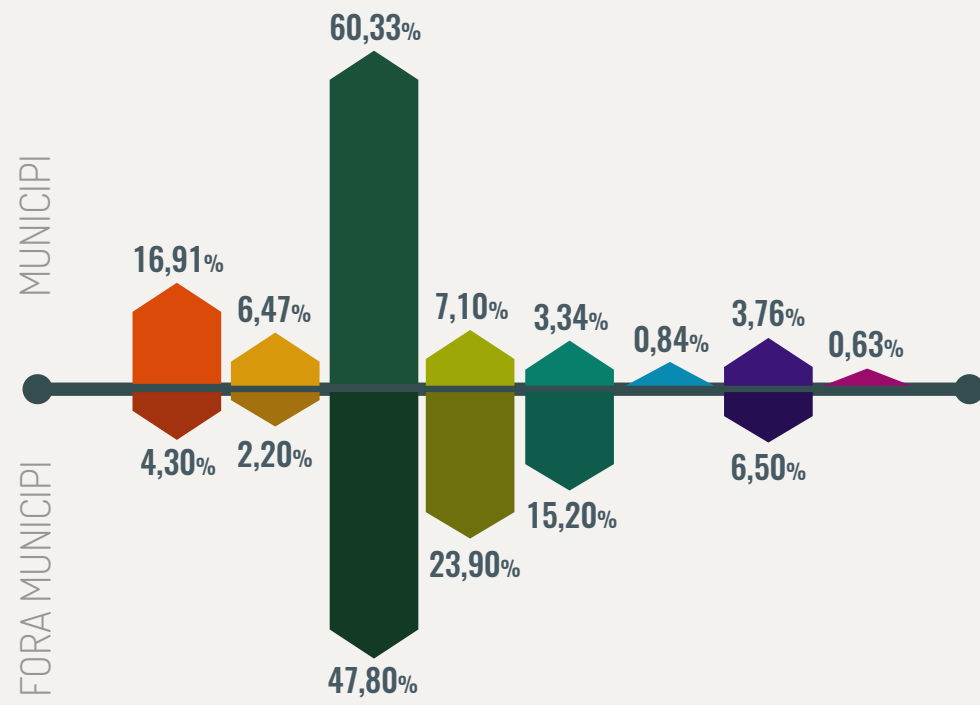
PRODUCTES NO QUOTIDIANS

equipament per la persona



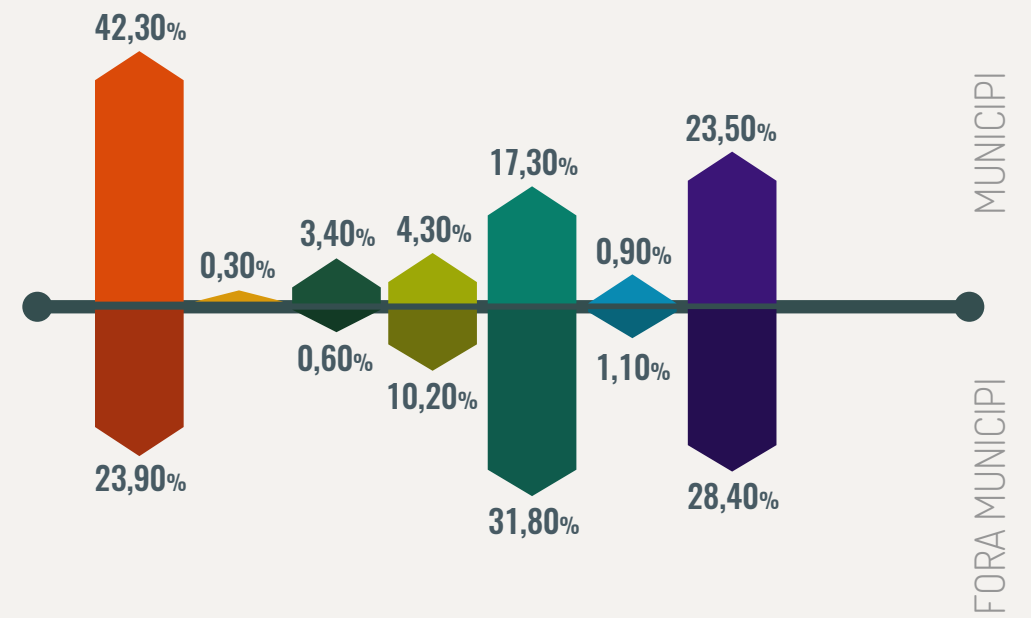


### resta d'alimentació

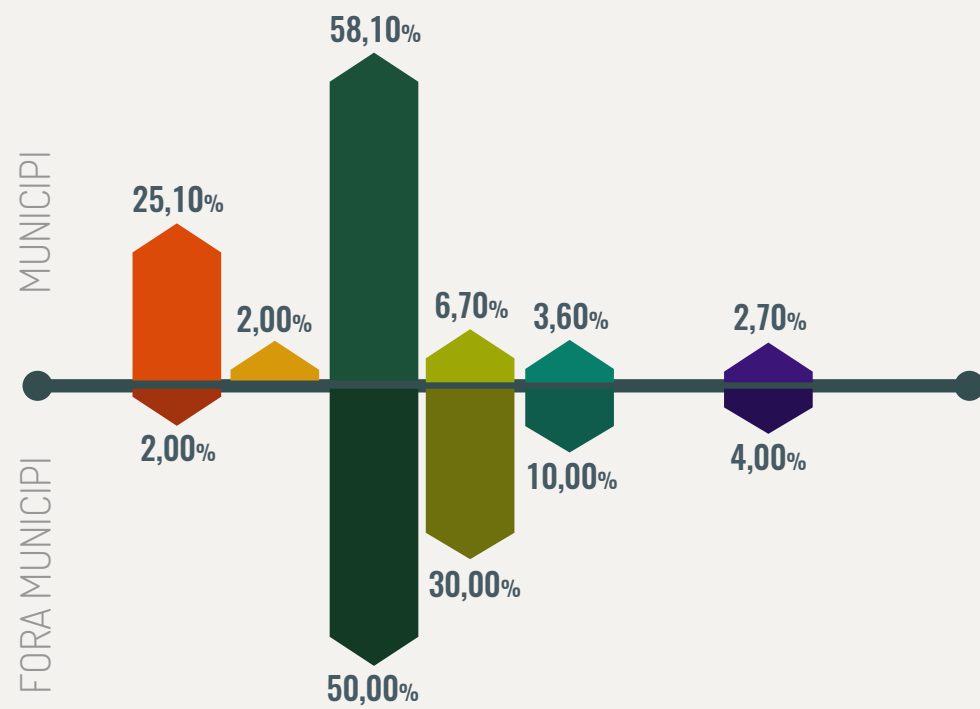


- botiga de barri/eix comercial
- mercat municipal
- supermercat
- hipermercat
- centres comercials
- mercat de venda no sedentària
- gran magatzem
- pagès productor

### equipament de la llar



### productes quotidians no alimentaris

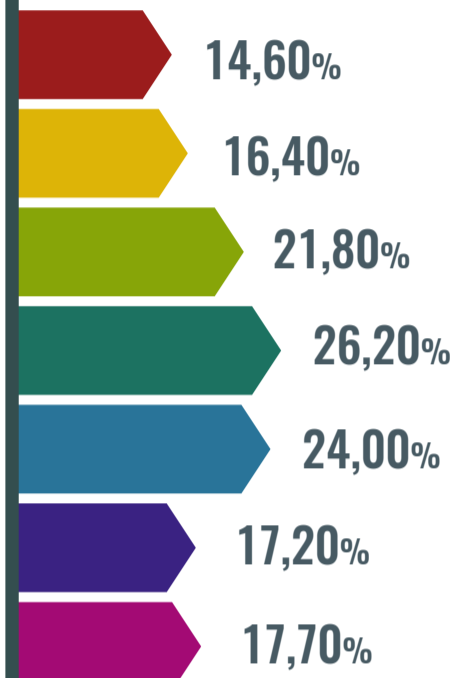


# MOTIUS DE COMPRA FORA DEL MUNICIPI

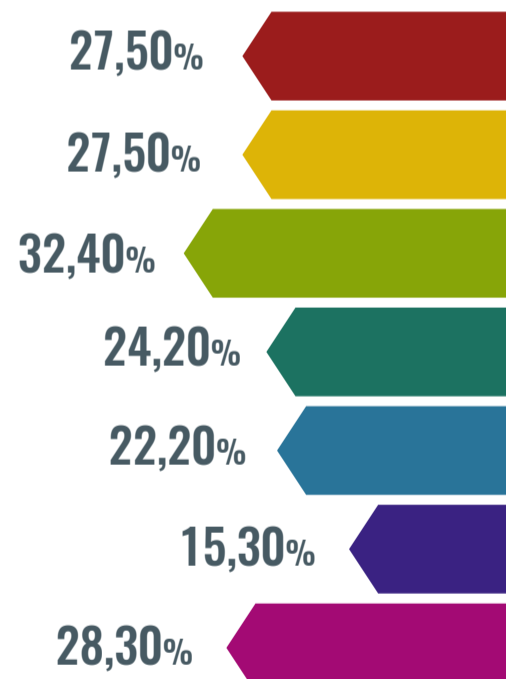
- quantitat oferta
- varietat de productes
- preu (més econòmic)
- proximitat
- comoditat/costum/  
li agrada
- per les grans superfícies/  
centres comercials
- botiga/  
producte concret



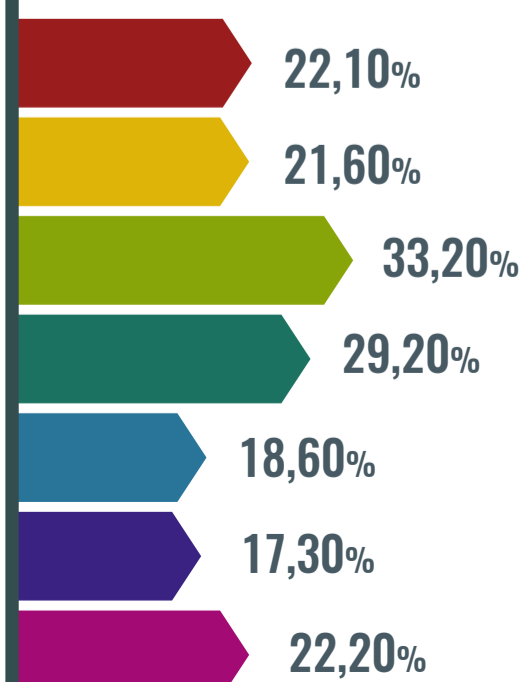
## alimentació fresca



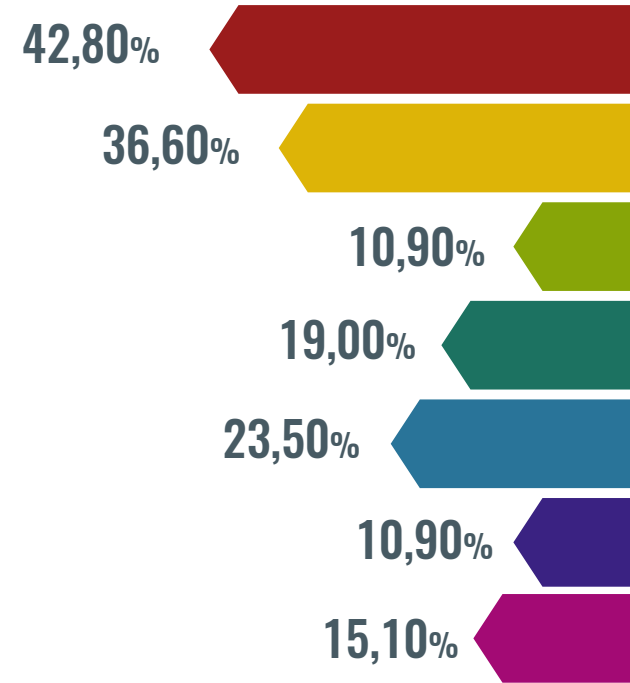
## resta d'alimentació



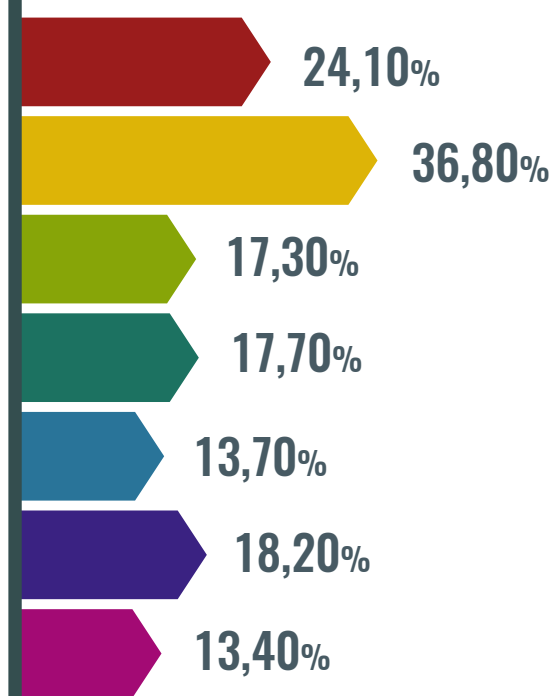
## productes quotidians no alimentaris



equipament de la persona



equipament de la llar



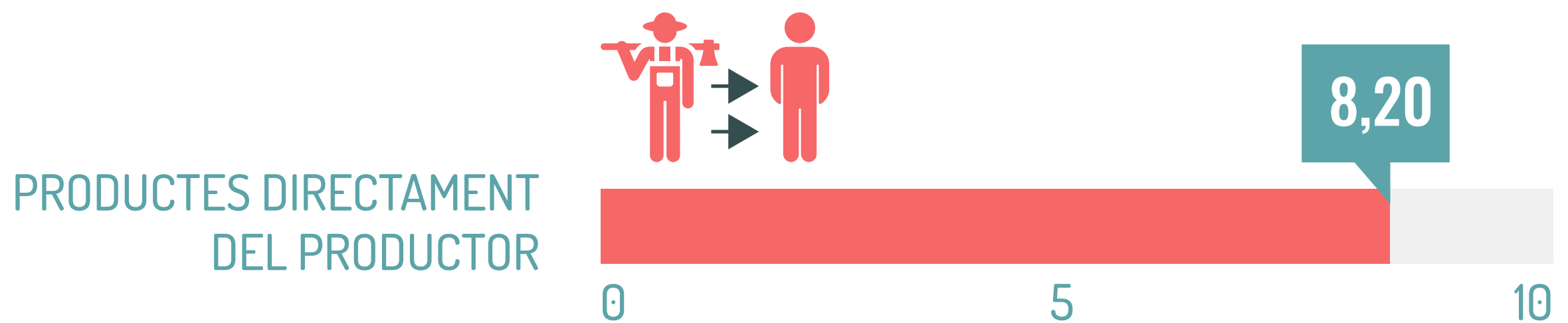
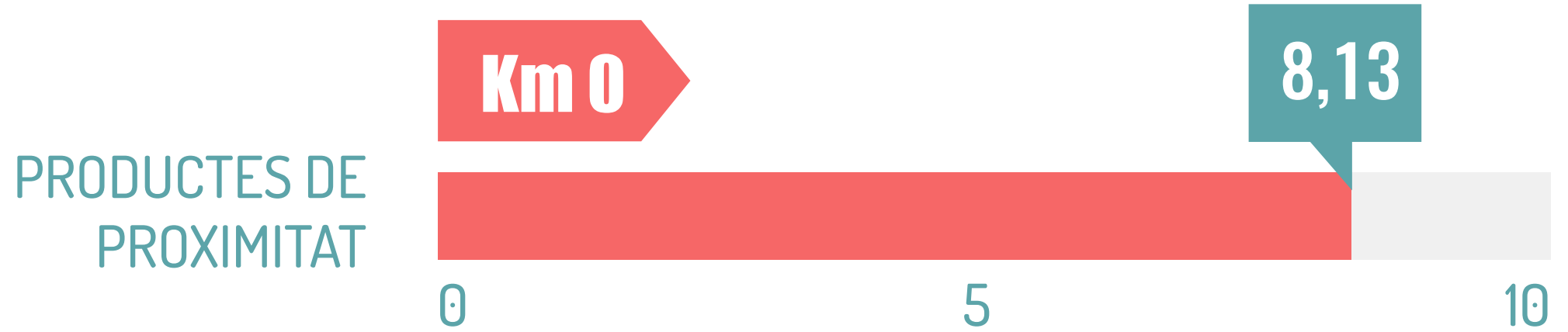
! Multi resposta (els percentatges sumen més del 100%)

# MAPA DE FUGUES COMERCIALS



100% indica que el territori no presenta ni guanys ni pèrdues de compradors.  
Valors superiors a 100% indiquen guanys i els inferiors pèrdues.

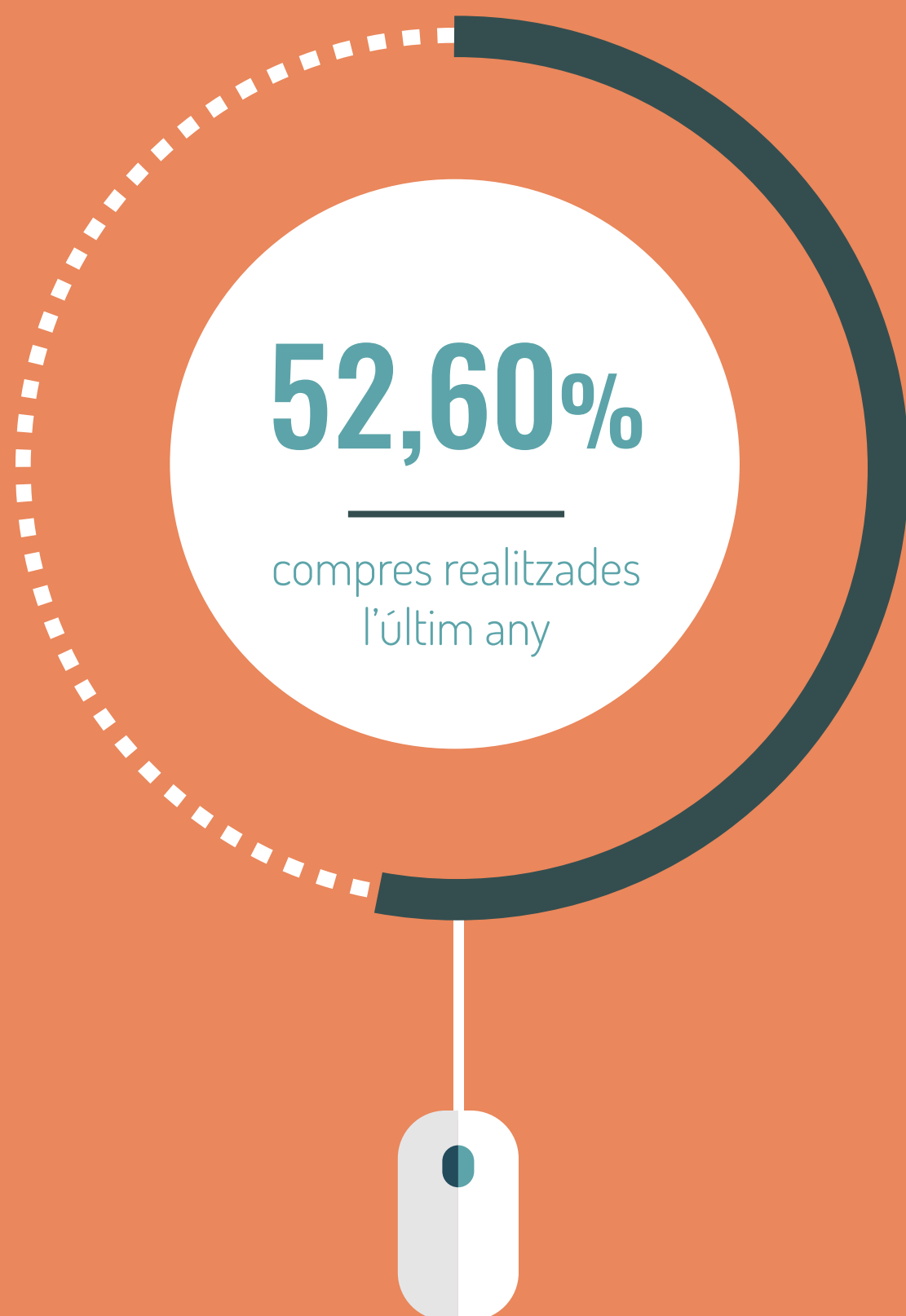
# IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES A L'OFERTA DELS COMERÇOS



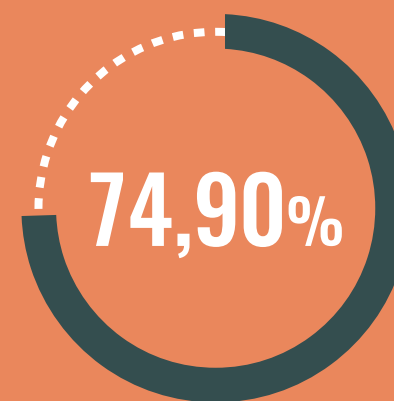
\* Puntuació mitjana



## COMPRES PER INTERNET



## ÚLTIMA COMPRA PER INTERNET



Oci, entrades, llibres, música i joguines



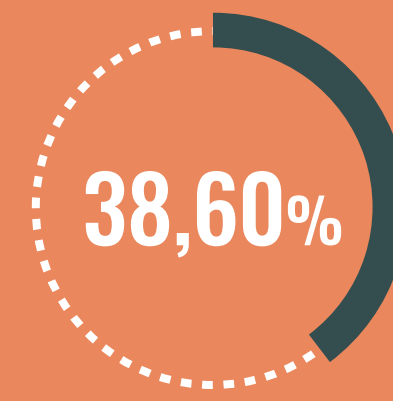
Viatges



Electrodomèstics



Moda i complementos, tèxtil i calçat esportiu



Informàtica, electrònica, videojocs, telecomunicacions (smartphones i tablets)



Alimentació



Formació

! Multi resposta (els percentatges sumen més del 100%)