PRESENTACIÓ DE RESULTATS

ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA A LA DEMARCACIÓ DE BARCELONA. COMARCA DE L'ANOIA

Castellolí, 23 de maig de 2018

Diputació Barcelona

#DibaOberta

Índex

- Objectius de l'estudi
- Metodologia
- Perfil del responsable de les compres a la llar
- Valoracions de l'oferta de comerç
- Hàbits de compra i consum
- Importància i consum de productes ecològics, de proximitat, directes del productor
- Compres per internet
- Conclusions

OBJECTIUS DE L'ESTUDI

L'objectiu general de l'estudi és l'anàlisi dels hàbits de consum i compra a la demarcació 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 demarcació de Barcelona, en aspectes relatius tant 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.

PRESENTACIÓ DE RESULTATS. ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA A LA DEMARCACIÓ DE BARCELONA. COMARCA DE L'ANOIA (2017)

Comarca de l'Anoia: Sistema territorial de l'Alta Anoia i Conca d'Òdena-Piera

Comarca de l'Anoia = 166 enquestes ponderades (460)

Municipi	Sistema Territorial	Habitants	Mostra ponderada
Calaf	Alta Anoia	3.426	4
Calonge de Segarra	Alta Anoia	197	6
Castellfollit de Riubregós	Alta Anoia	167	1
Copons	Alta Anoia	307	1
Llacuna, la	Alta Anoia	883	1
Prats de Rei, els	Alta Anoia	536	1
Sant Martí Sesgueioles	Alta Anoia	378	1
Sant Martí de Tous	Alta Anoia	1.186	3
Bruc, el	Conca d'Òdena-Piera	2.032	4
Cabrera d'Anoia	Conca d'Òdena-Piera	1.348	5
Capellades	Conca d'Òdena-Piera	5.268	4
Castellolí	Conca d'Òdena-Piera	574	4
Hostalets de Pierola, els	Conca d'Òdena-Piera	2.887	4
Igualada	Conca d'Òdena-Piera	38.751	53
Jorba	Conca d'Òdena-Piera	838	3
Masquefa	Conca d'Òdena-Piera	8.335	10
Òdena	Conca d'Òdena-Piera	3.623	4
Orpí	Conca d'Òdena-Piera	139	2
Piera	Conca d'Òdena-Piera	14.991	15
Pobla de Claramunt, la	Conca d'Òdena-Piera	2.150	5
Santa Margarida de Montbui	Conca d'Òdena-Piera	9.648	12
Torre de Claramunt, la	Conca d'Òdena-Piera	3.767	3
Vallbona d'Anoia	Conca d'Òdena-Piera	1.417	5
Vilanova del Camí	Conca d'Òdena-Piera	12.452	15

Diputació Barcelona

#DibaOberta

PERFIL DEL RESPONSABLE DE LES COMPRES A LA LLAR

Diputació Barcelona

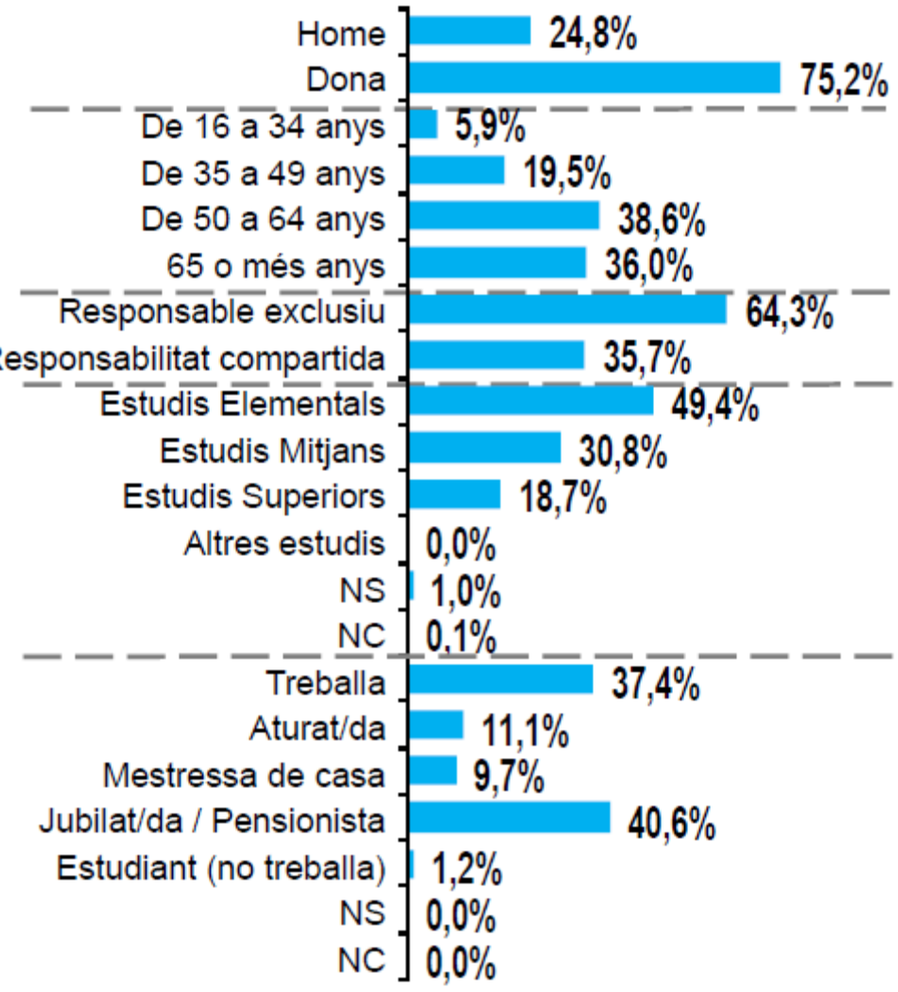
#DibaOberta

n: Total mostra=166

PERFIL DEL RESPONSABLE DE LES COMPRES A LA LLAR

75,2 %

Des d'una perspectiva de gènere, encara hi ha una clara **superioritat de la dona com a persona que realitza les compres a la llar**, 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.



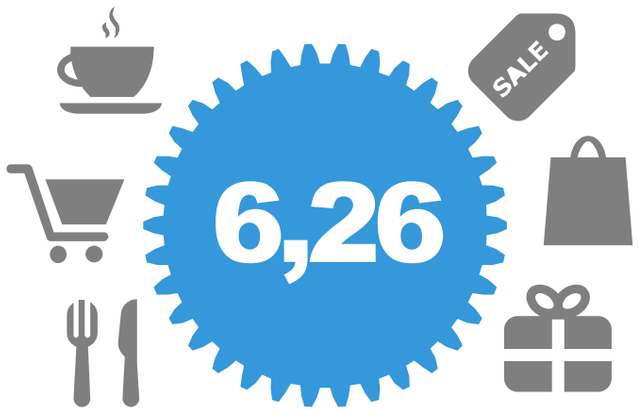
VALORACIONS DE L'OFERTA DE COMERÇ

Diputació Barcelona

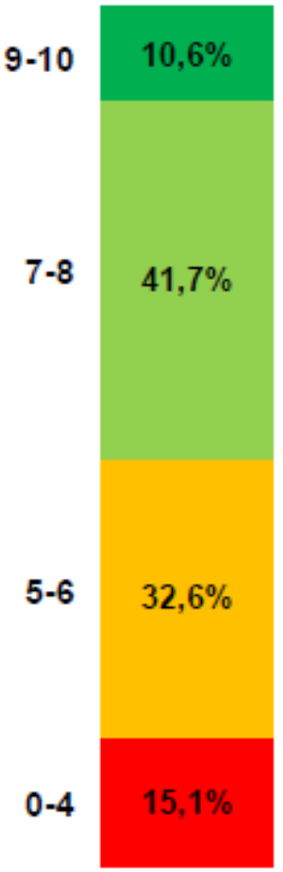
#DibaOberta

Valoracions de l'oferta de comerç

n: Total mostra=166



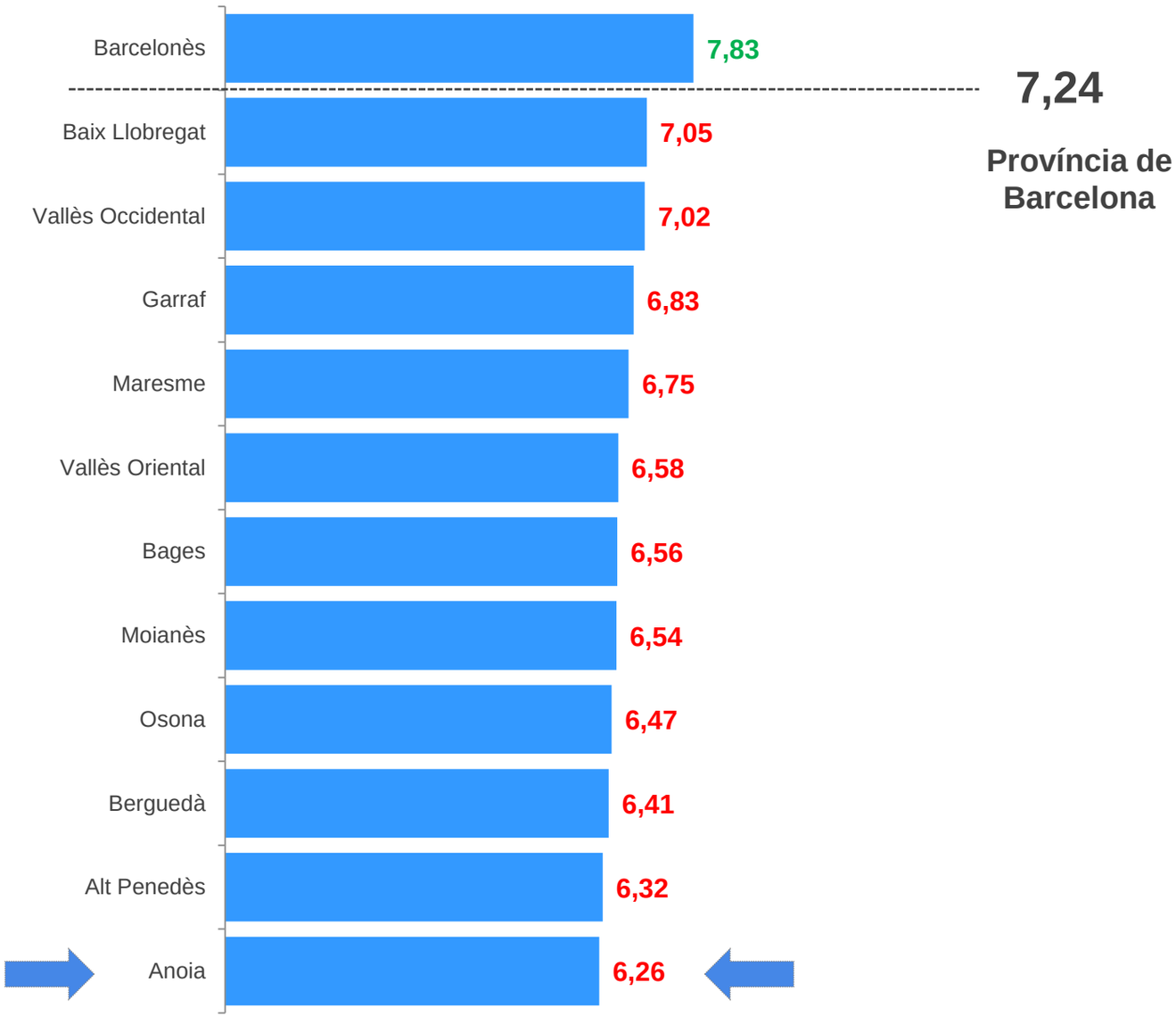
Valoració de l'oferta comercial del municipi (mitjana 0-10)



Mitjana (0-10)	Satisfacció oferta comercial al municipi	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
Província de Barcelona	7,24	7,58	7,22	7,30	6,97	7,27
Anoia	6,26	6,86	6,00	6,33	6,05	5,79

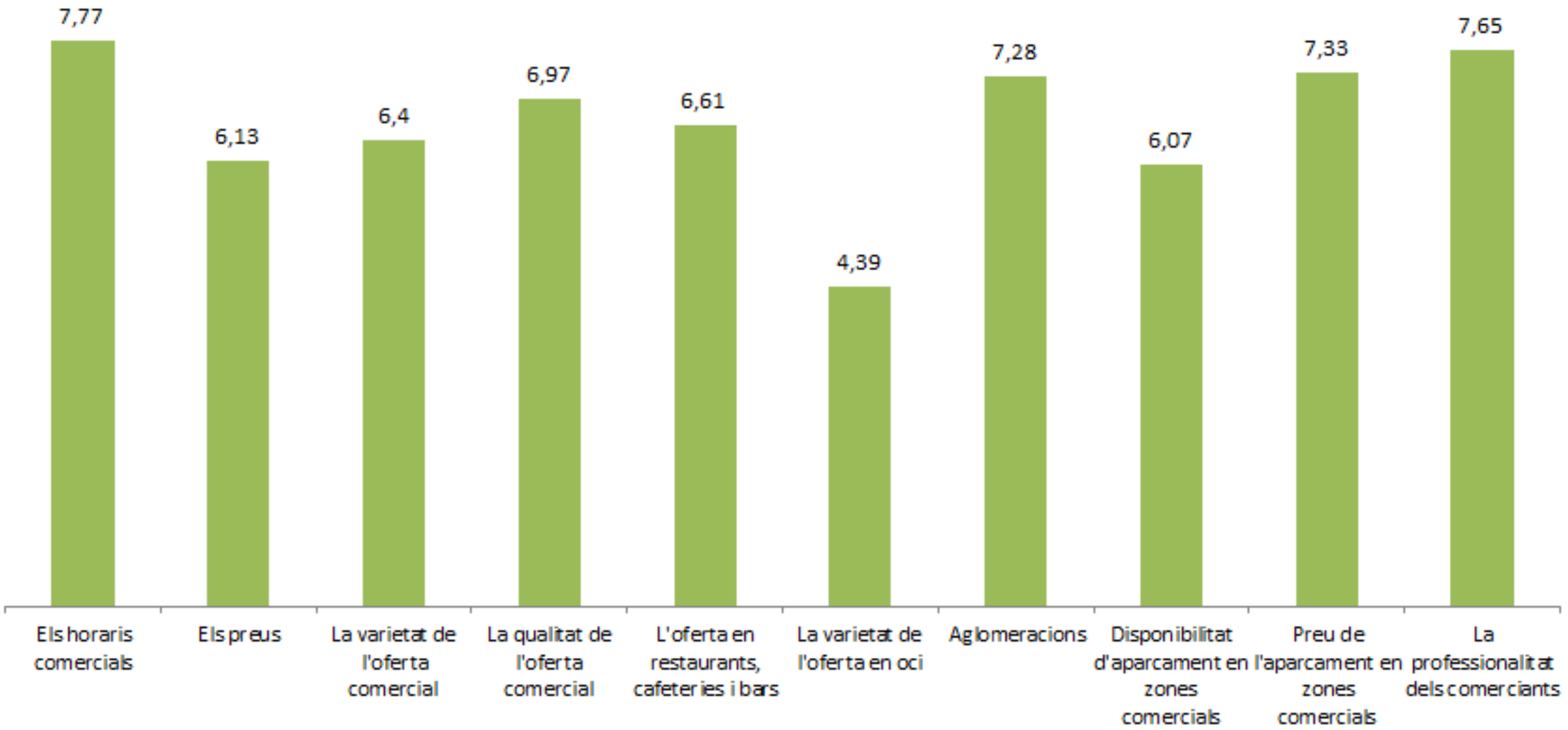
Valoracions de l'oferta de comerç

n: Total mostra=166

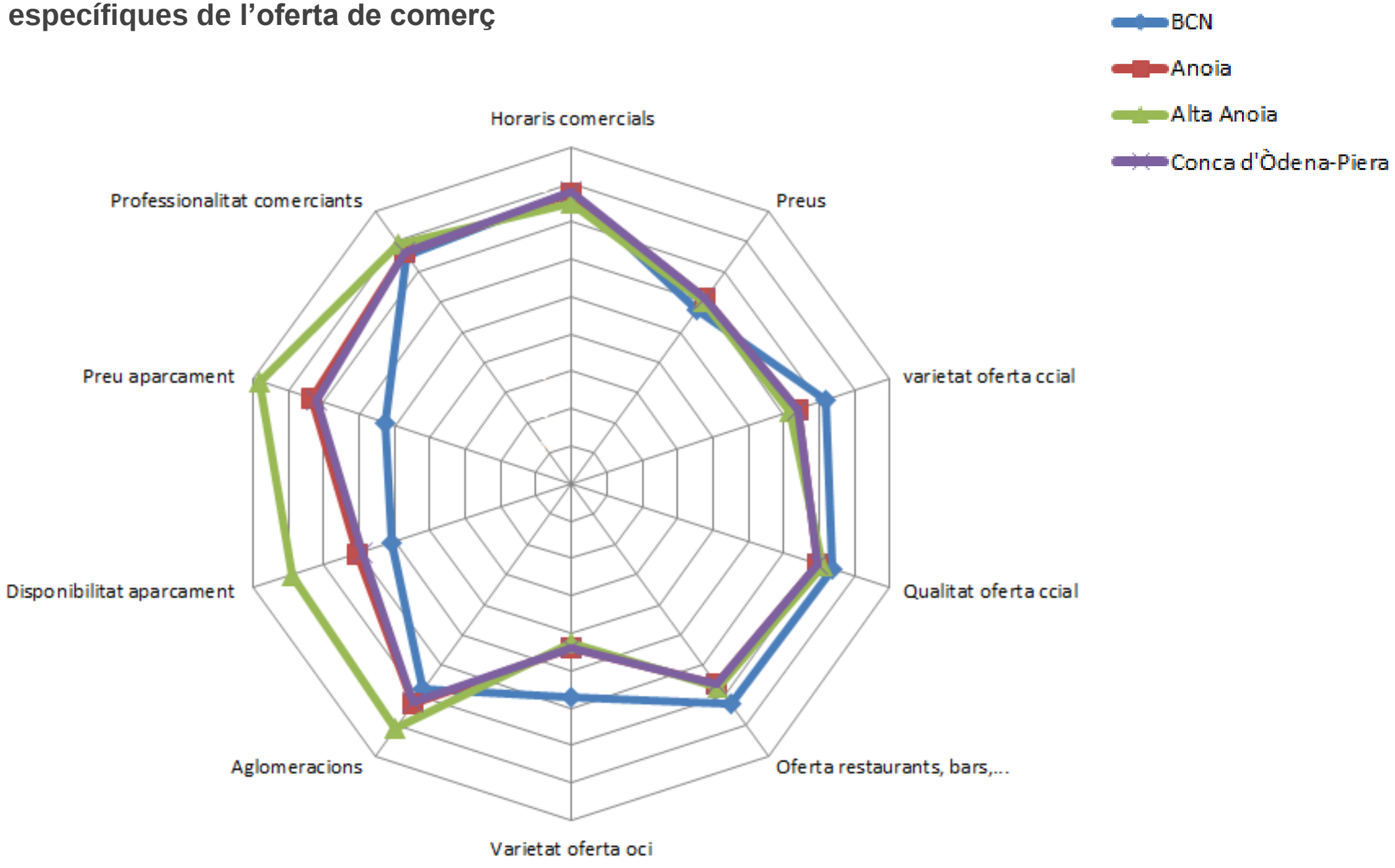


Valoracions específiques de l'oferta de comerç

Dades mitjanes sobre 10:



Valoracions específiques de l'oferta de comerç

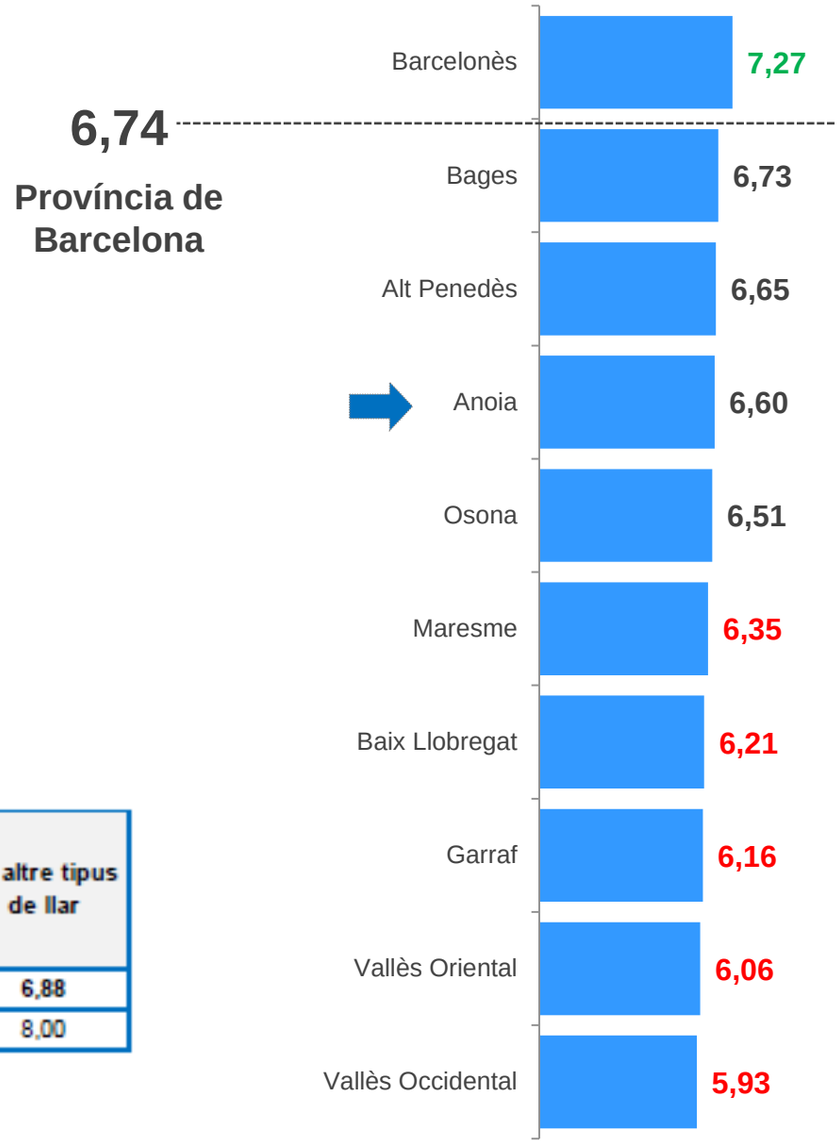


Valoracions de l'oferta comercial del barri

Valoració de l'oferta comercial del barri
(mitjana 0-10)

Mitjana (0-10)	Satisfacció oferta comercial al barri	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
Província de Barcelona	6,74	7,14	6,59	6,91	6,32	6,88
Anoia	6,60	8,33	8,00	5,38	5,92	8,00

n: municipis > 20.000 habitants = 53



Diputació Barcelona
#DibaOberta

HÀBITS DE COMPRA I CONSUM

Diputació Barcelona

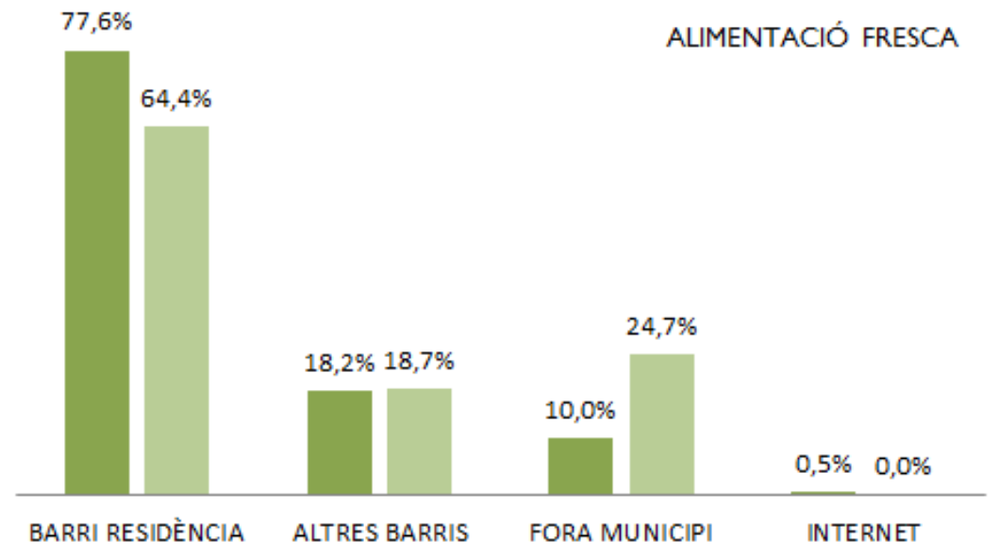
#DibaOberta

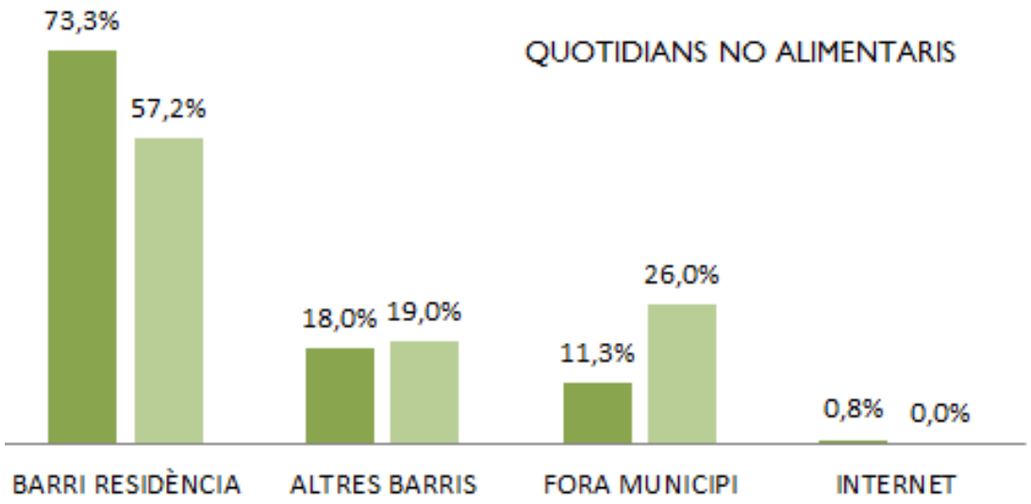
Freqüències de les compres segons categories de producte

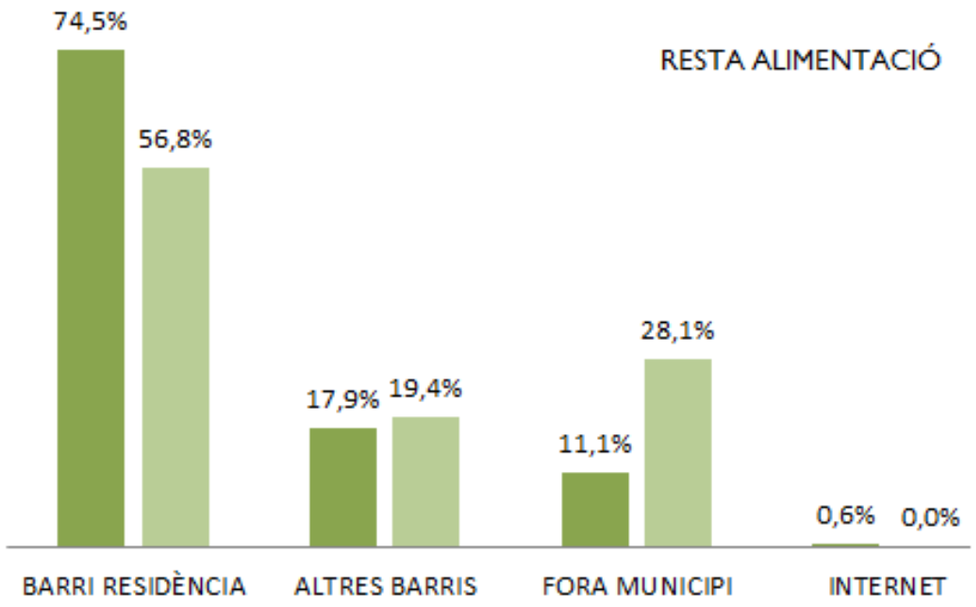
% Verticals	Província de Barcelona	Anoia	Província de Barcelona	Anoia	Província de Barcelona	Anoia	Província de Barcelona	Anoia	Província de Barcelona	Anoia
Mostra ponderada / sense ponderar	8000 8081	166 460	8000 8081	166 460	8000 8081	166 460	8000 8081	166 460	8000 8081	166 460
Freqüència de compra	Alimentació fresca (carn, peix, fruites, verdures,...)		Resta d'alimentació (resta d'aliments tipus pasta, cereals, llegums,...)		Altres productes quotidians no alimentaris (drogueria, neteja, higiene,...)		Equipament de la persona (roba, merceria, calçat, joieria,...)		Equipament de la llar (productes tèxtils, confeccions per a la llar, mobles, parament,...)	
Pràcticament tots el dies	15,1%	8,8%	3,0%	1,3%	0,4%	0,4%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%
2-3 vegades per setmana	43,9%	33,3%	15,3%	15,7%	2,4%	4,5%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%
1 cop a la setmana	36,4%	54,2%	46,3%	57,8%	21,1%	31,1%	1,0%	2,5%	0,1%	0,5%
Cada 15 dies	3,3%	2,8%	22,4%	13,5%	31,4%	26,6%	2,1%	1,4%	0,1%	0,0%
1 cop al mes	0,7%	0,4%	11,1%	9,6%	39,0%	34,4%	12,1%	15,6%	1,2%	1,5%
1 cop cada 3 - 6 mesos	0,2%	0,5%	0,4%	0,5%	2,6%	1,4%	54,9%	47,4%	12,2%	9,0%
Amb menys freqüència	0,1%	0,0%	0,2%	0,0%	0,4%	0,1%	23,9%	26,4%	67,7%	69,1%
No compra	0,2%	0,0%	0,4%	1,0%	0,3%	0,7%	3,9%	1,5%	15,7%	12,9%
No llegir NS	0,1%	0,0%	0,9%	0,5%	2,2%	0,9%	2,0%	4,8%	2,6%	6,5%
No llegir NC	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%

Localització de les compres dels productes quotidians

PROVÍNCIA BARCELONA
COMARCA DE L'ANOIA



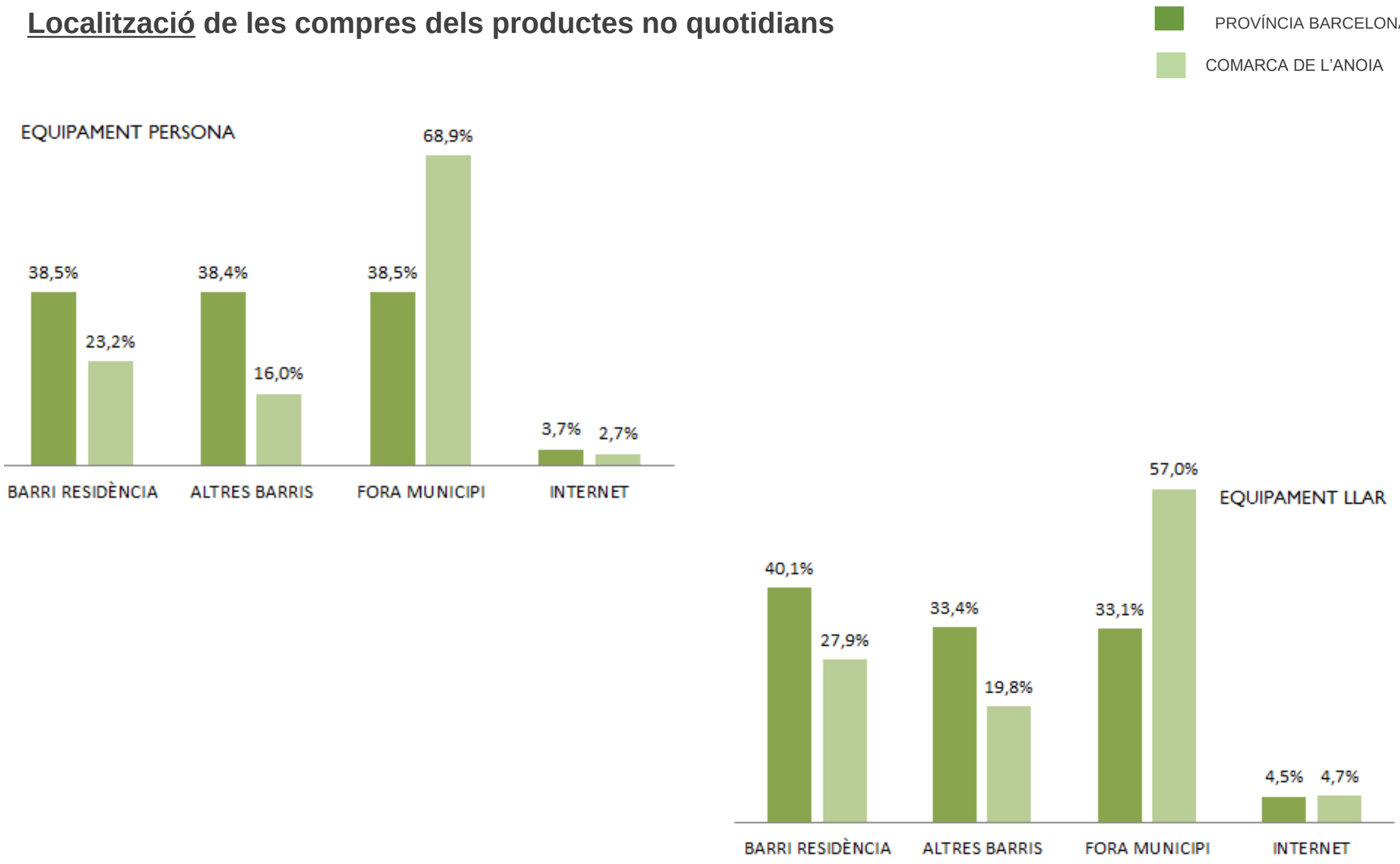




Diputació Barcelona
#DibaOberta

(resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

Localització de les compres dels productes no quotidians

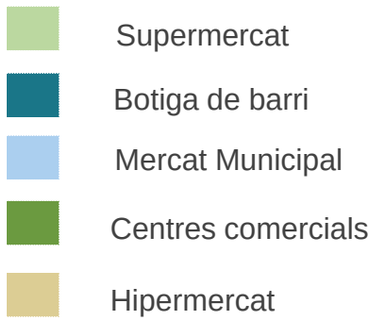


(resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

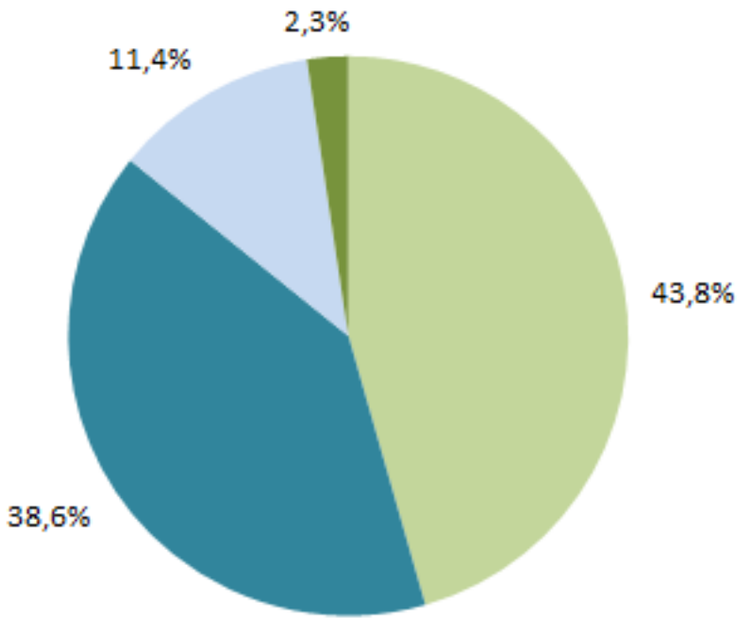
PRESENTACIÓ DE RESULTATS. ANÀLISI D'HÀBITS DE CONSUM I COMPRA A LA DEMARCACIÓ DE BARCELONA. COMARCA DE L'ANOIA (2017)

Tipologia d'establiment de compres a dins del municipi . Productes quotidians

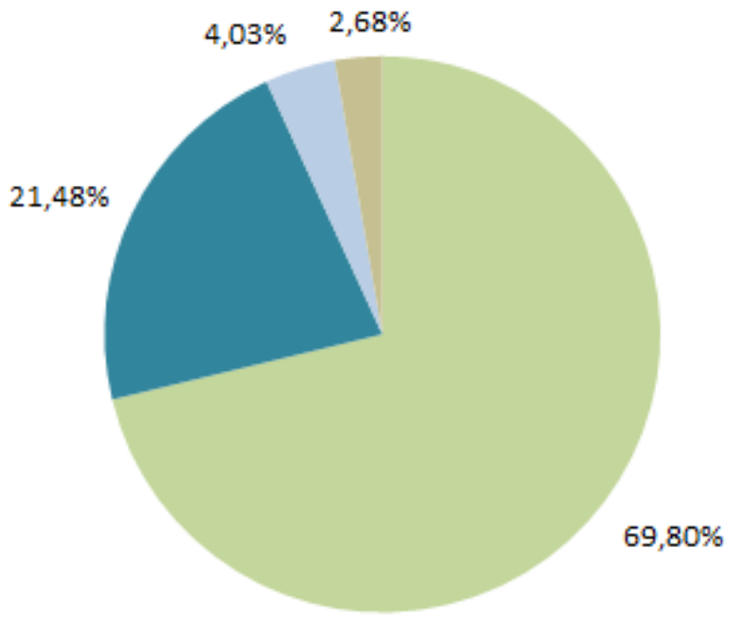
(% de respostes per cada tipologia d'establiments sobre el total-multiresposta)



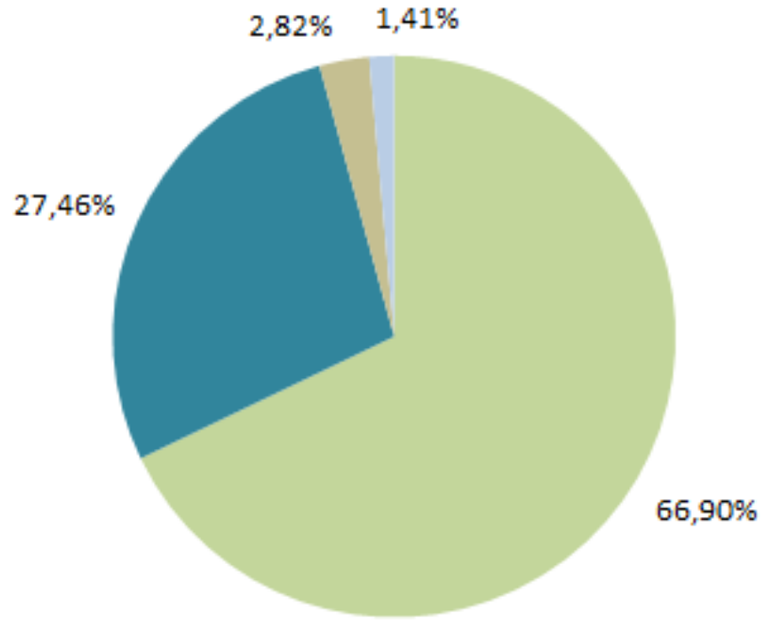
ALIMENTACIÓ FRESCA



RESTA D'ALIMENTACIÓ



ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS



- En comparació a la demarcació, augmenta el pes de les respostes amb selecció del format botiga de barri/eix comercial (30,6%, 13,49%, 23,17%).

- Per alimentació fresca: supermercat augmenta la seva quota respecte província (34,1%)

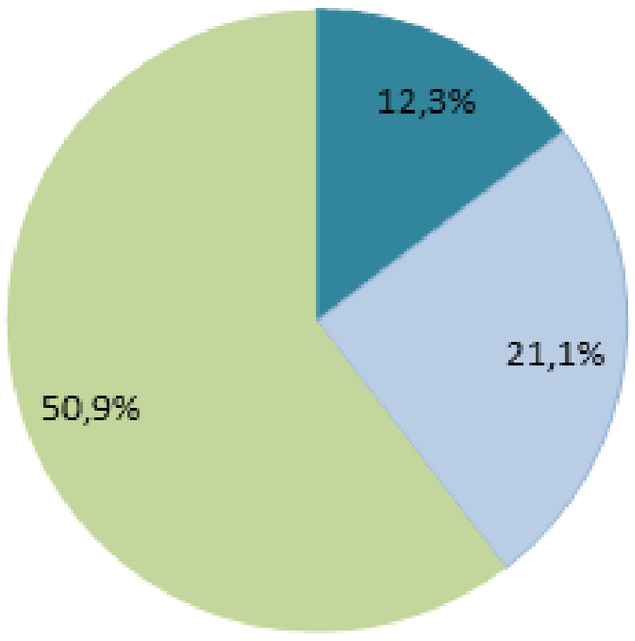
Diputació Barcelona

#DibaOberta

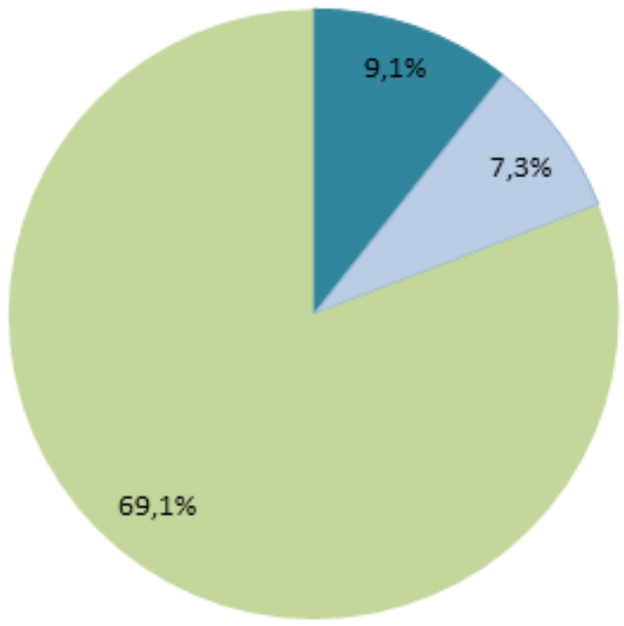
Tipologia d'establiment de compres a fora del municipi. Productes quotidians

((% de respostes per cada tipologia d'establiments sobre el total-multiresposta)

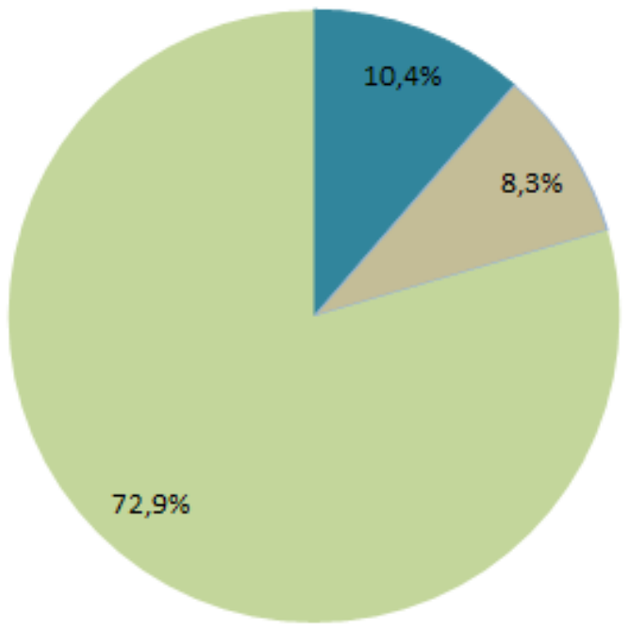
ALIMENTACIÓ FRESCA



RESTA D'ALIMENTACIÓ



ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS



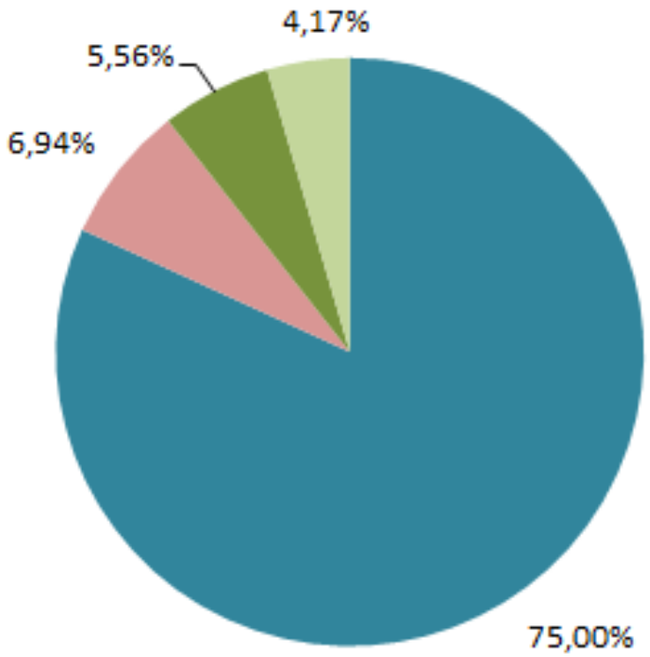
Augmenta considerablement el pes del supermercat respecte la demarcació (35,4%, 50,4% i 51,4%), en detriment d'altres formats com la botiga (alimentació fresca, 21,7%) i l'hipermercat (resta d'alimentació i altres productes no alimentaris, 23,4% i 24,2%).

Tipologia d'establiment de compres a dins del municipi. Productes no quotidians

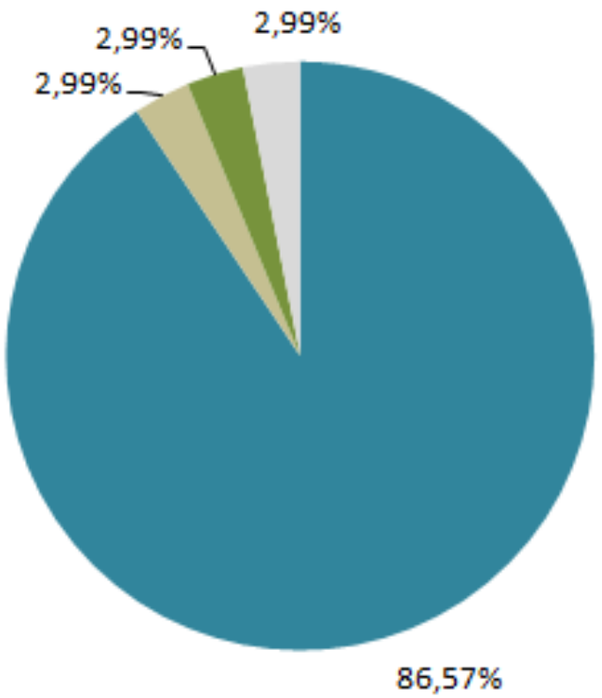
(% de respostes per cada tipologia d'establiments sobre el total-multiresposta)

Supermercat
Botiga de barri
MVNS
Centres comercials
Hipermercat
Altres

EQUIPAMENT DE LA PERSONA



EQUIPAMENT DE LA LLAR

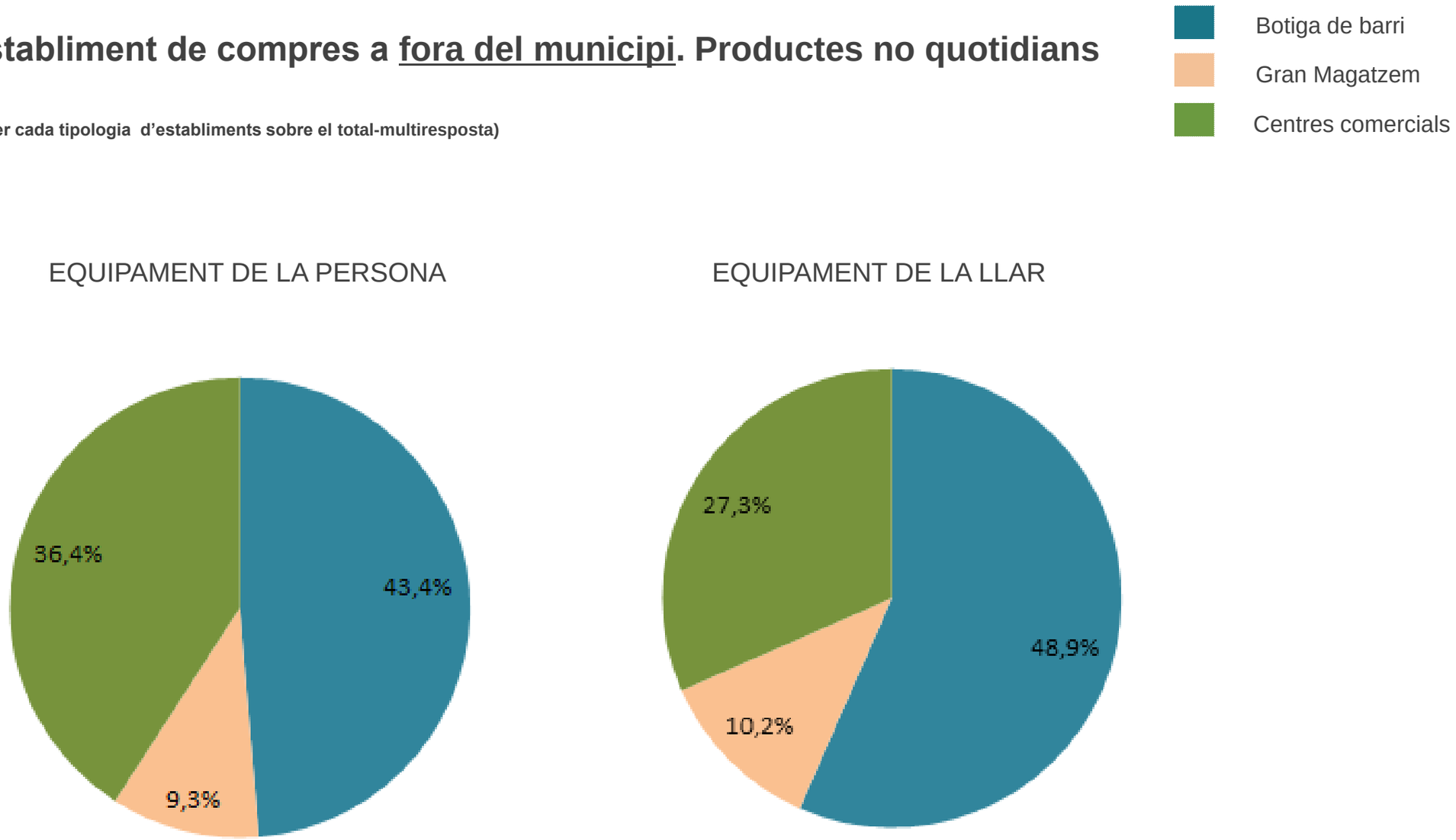


- Format de MVNS és lleugerament superior al percentatge de la demarcació per l'equipament de la persona (5.28%)
- Respecte la mitjana provincial, el pes de centre comercial és significativament inferior (19,58% i 12,54%)

Diputació Barcelona
#DibaOberta

Tipologia d'establiment de compres a fora del municipi. Productes no quotidians

((% de respostes per cada tipologia d'establiments sobre el total-multiresposta)



- Augmenta el pes del centre comercial en productes per l'equipament de la persona respecte la demarcació (26,2%)
- Millora la capacitat d'atracció del format botiga de barri/eix comercial per l'equipament de la llar respecte la mitjana de la província (29,9%)

HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

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%

HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

Índex d'atracció i pèrdues per categories segons sistema territorial

< 50%
De 50% a 69,9%
De 70% a 99,9%
≥ 100%

% (Total – Perduts + Guanyats)					
Territori	Alimentació fresca	Resta alimentació	Altres productes quotidians no alimentaris	Equipament a la persona	Equipament de la llar
Anoia	98,19%	98,78%	98,17%	66,67%	75,19%
Alta Anoia	83,33%	75%	83,33%	41,67%	40%
Conca d'Òdena-Piera	99,35%	100,66%	99,34%	68,06%	78,05%

HÀBITS DE COMPRA: MOTIUS DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

n: Compren alimentació fresca=41
n: Compren resta d'alimentació=46
n: Compren prod. quotidians no alimentaris=42

Motius per realitzar les compres fora del municipi segons categories

Quotidians

	Alimentació fresca	Resta alimentació (pasta, cereals,...)	Productes quotidians No alimentaris
1. Quantitat de botigues	**36,8%**	**27,5%**	**28,1%**
2. Varietat de producte	**34,2%**	**38,1%**	**34%**
3. Preu (més econòmic)	**14,7%**	**---**	**13,8%**
4. Comoditat, costum		**11,87%**	

(% resultats en percentatges de casos – poden sumar més del 100%)

Principals diferències respecte els motius de fuga a la demarcació de Barcelona:

- Disminució del pes dels centres comercials, com a principal motiu (diferència: -7,11%, -9,9% i -12,8%). Es valora més la quantitat de botigues i varietat de productes.

- Augment del pes de botigues concretes, especialment *Resta alimentació* i *altres productes no alimentaris (5,3% i 4,8%).*

Diputació Barcelona
#DibaOberta

HÀBITS DE COMPRA: MOTIUS DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

n: Compren equipament de la persona=107
n: Compren equipament de la llar=76

Motius per realitzar les compres fora del municipi segons categories

No quotidians	Equipament de la persona	Equipament de la llar
1. Quantitat de botigues	42,2%	50,2%
2. Varietat de producte	47,5%	41,2%
3. Preu (més econòmic)	---	8,7%
4. Comoditat, costum	9,7	

(resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)

Principals diferències respecte els motius de fuga a la demarcació de Barcelona:

- Més importància dels dos primers motius.
- Disminució del pes dels centres comercials (- 4,6% i -8,2%)

Diputació Barcelona

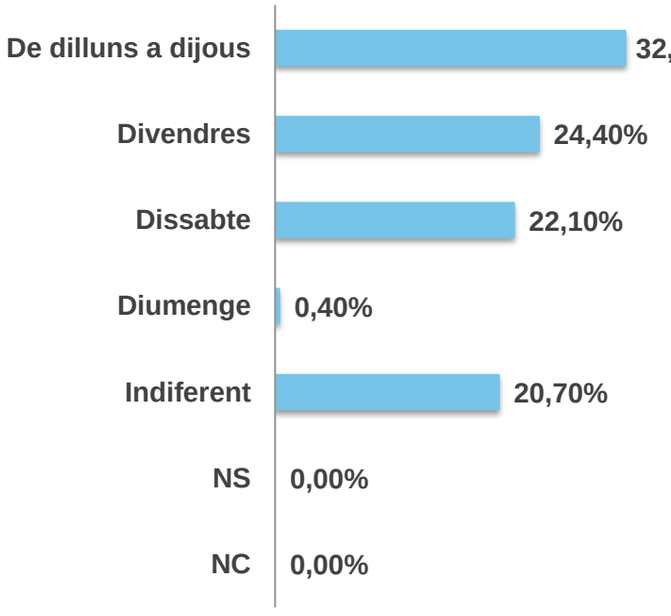
#DibaOberta

HÀBITS DE COMPRA: DIES I HORARI DE COMPRA

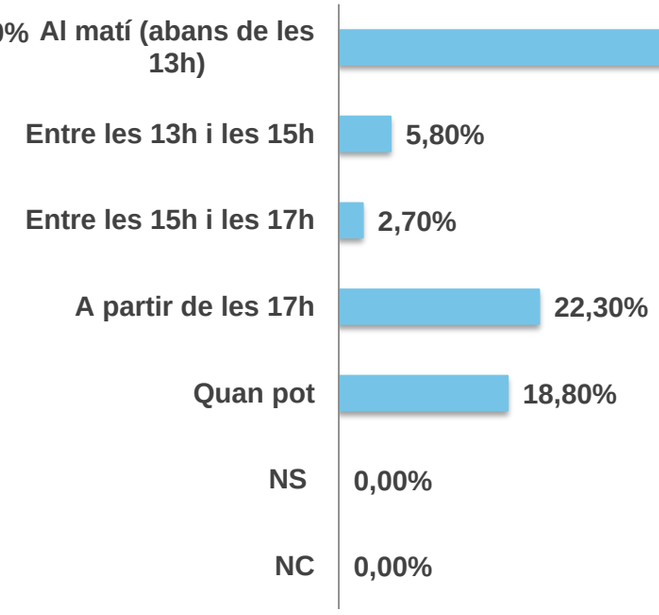
n: Compradors = 166
n: No compren de 13h a 17h = 121
n: No compren de 13h a 17h perquè els comerços estan tancats = 13

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

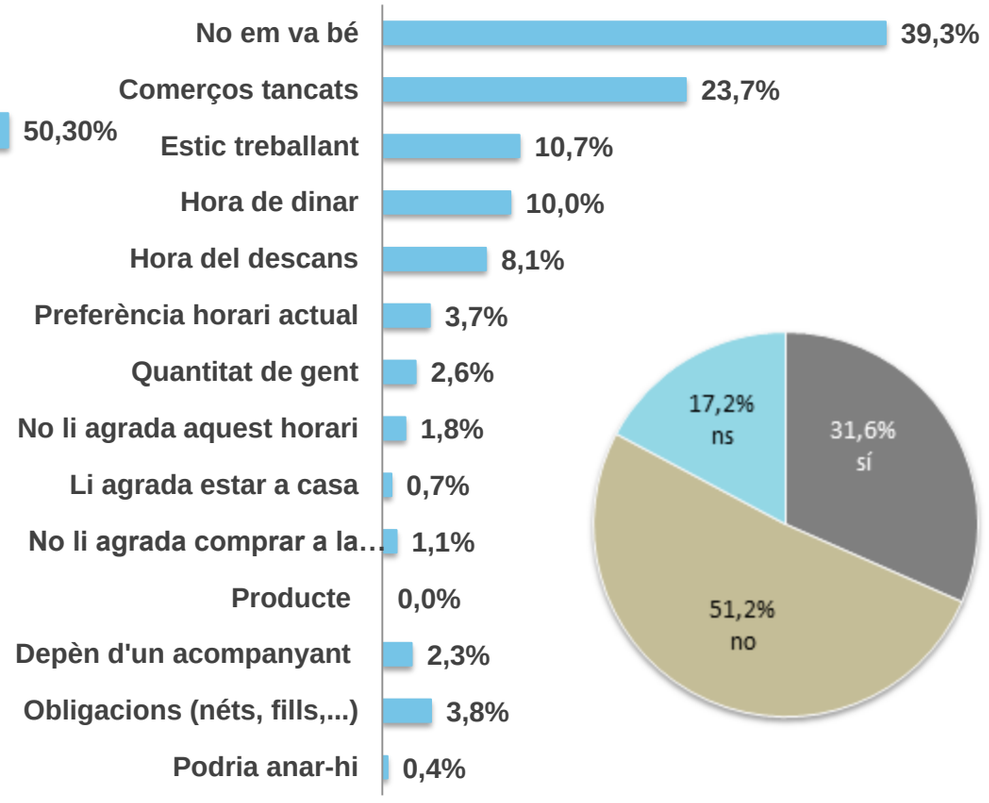
Dia de compra



Horari de compra



Motiu de no compra de 13h a 17h



Aniries si els comerços estiguessin oberts?

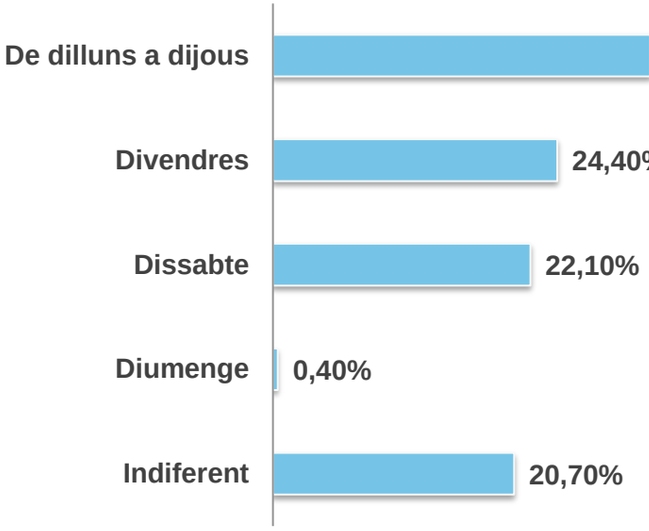
Diputació Barcelona
#DibaOberta

HÀBITS DE COMPRA: DIES I HORARI DE COMPRA

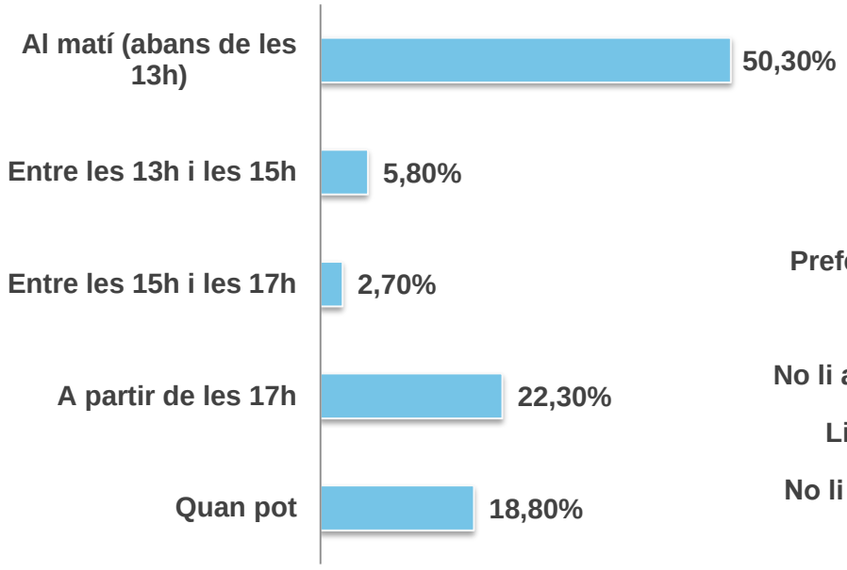
n: Compradors (*) = 164
n: No compren de 13h a 17h = 91
n: No compren de 13h a 17h perquè els comerços estan tancats = 9

No quotidià (equipament de la persona i de la llar)

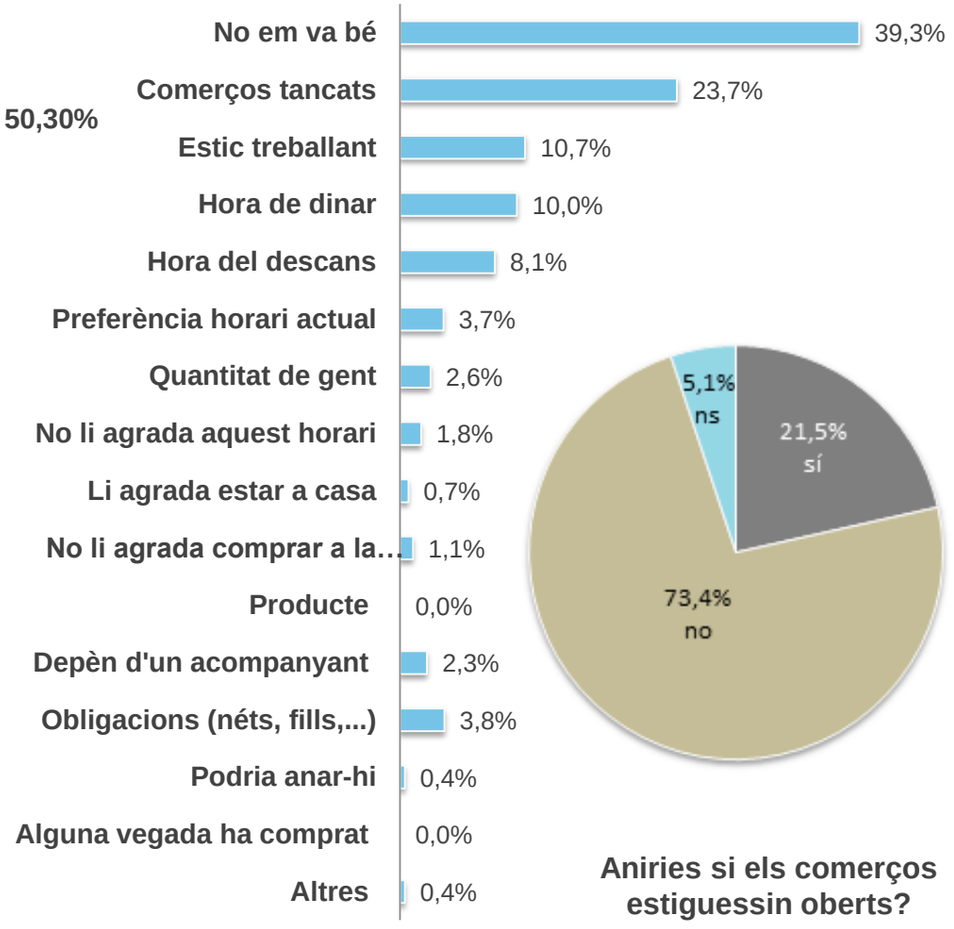
Dia de compra



Horari de compra



Motiu de no compra de 13h a 17h

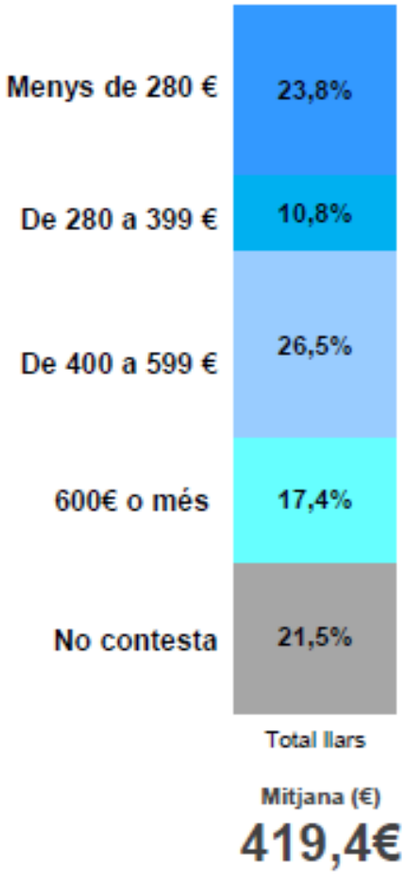


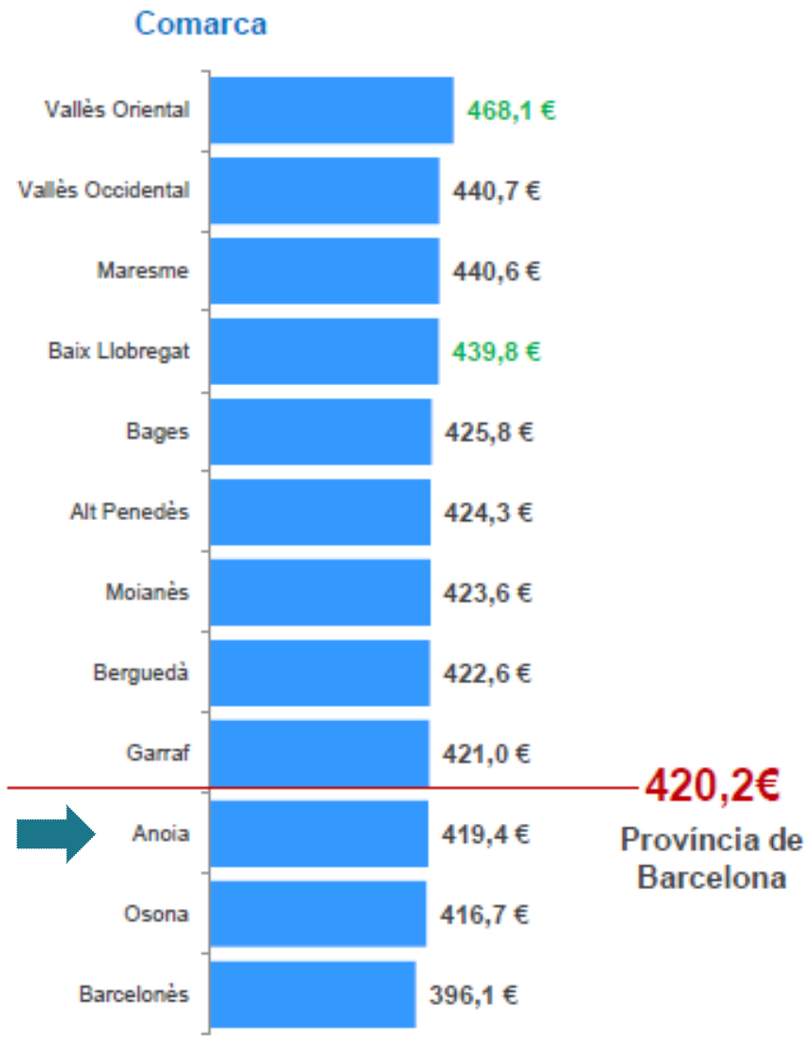
Aniries si els comerços estiguessin oberts?

Diputació Barcelona
#DibaOberta

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

n: Total mostra=166





Diputació Barcelona

#DibaOberta

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

Diputació Barcelona

#DibaOberta

IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT O PRODUCTOR

n: Total mostra= 166

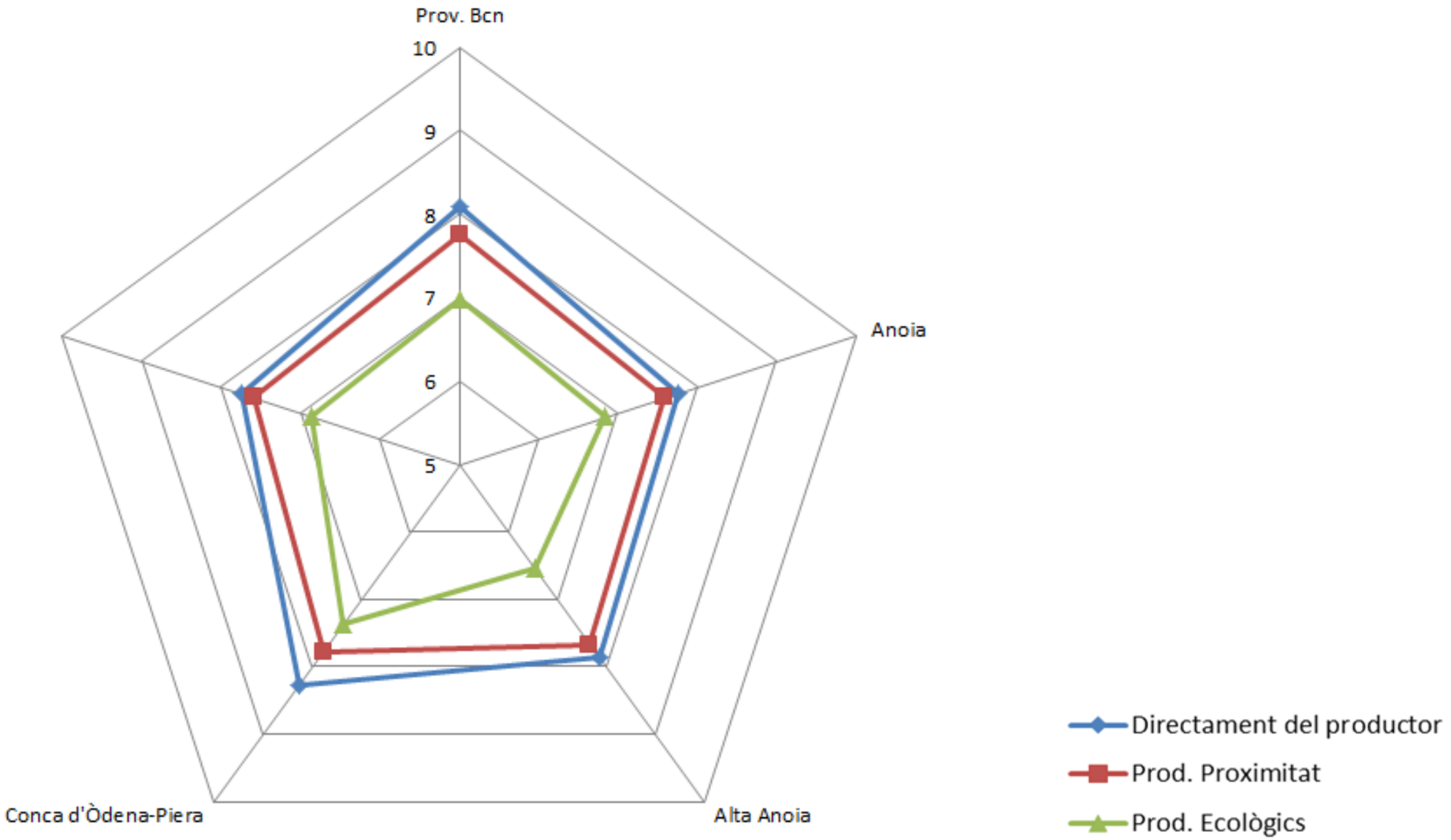
Valoració de la importància que els comerços on compren tinguin productes ecològics, de proximitat o directament del productor

Ordenat per
Importància
Mitjana (0-10)

	Anoia	Prov. Barcelona
Productes directament del productor	7,76	8,09
Productes produïts a menys de 100km de casa	7,58	7,76
Productes de producció ecològica	6,83	6,98

Diputació Barcelona
#DibaOberta

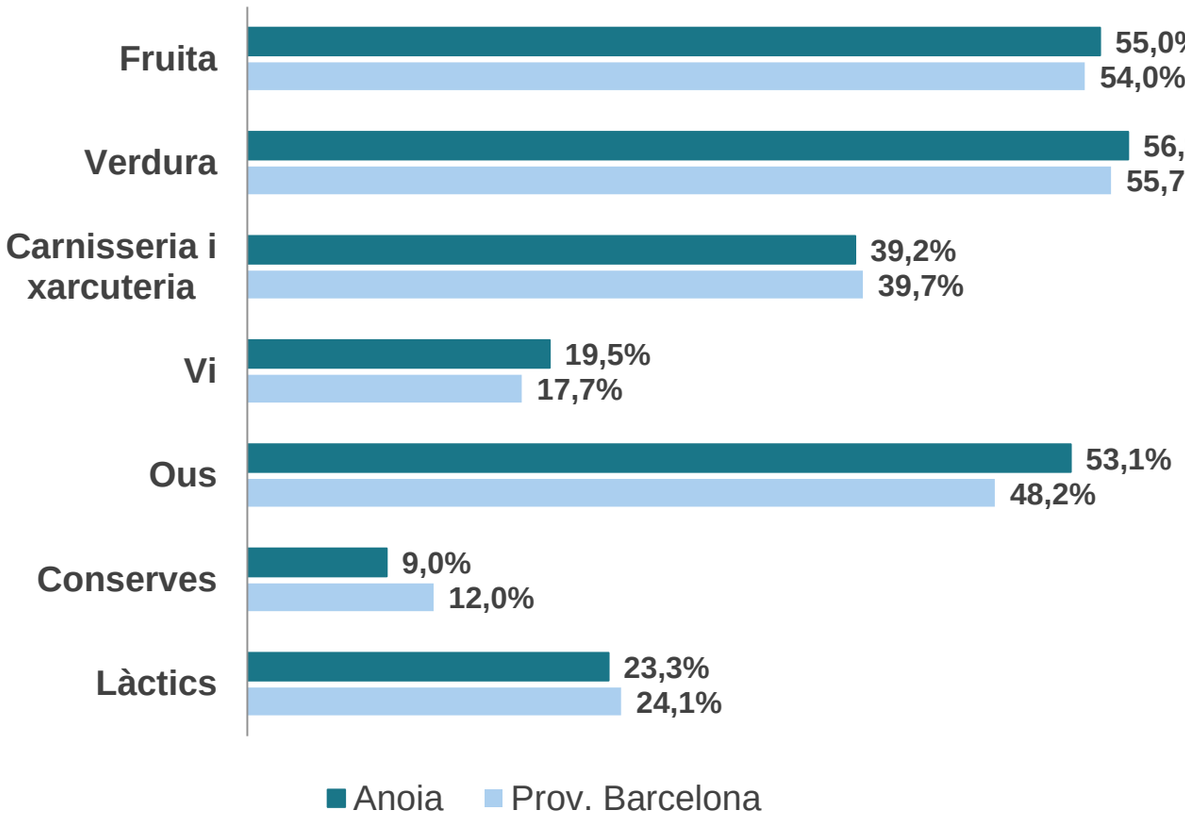
IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT O PRODUCTOR. SISTEMES TERRITORIALS



COMPRA DE PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT O PRODUCTOR

n: Total mostra=166

Compres mensuals de productes ecològics, de proximitat o directament del productor



Resultats en percentatges. Múltiple. Resultats sumen més del 100%

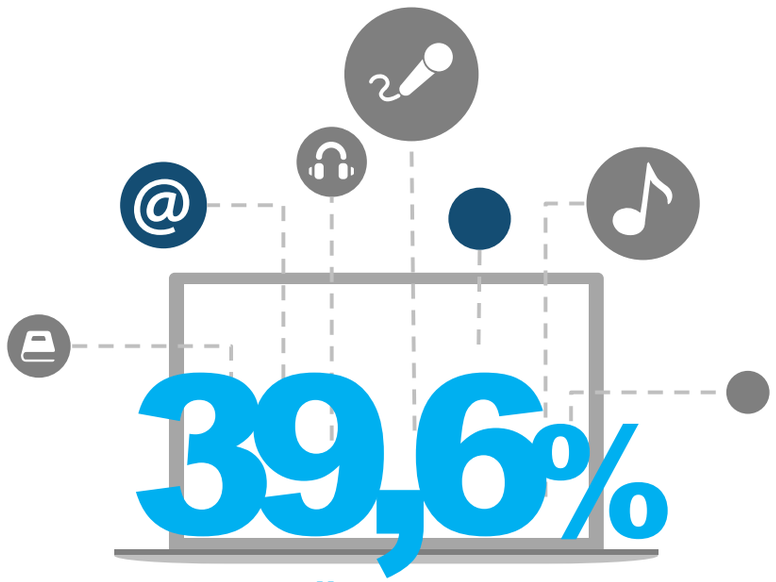
COMPRES PER INTERNET

Diputació Barcelona

#DibaOberta

n: Total mostra= 166

COMPRES PER INTERNET: COMPRES REALITZADES DURANT L'ÚLTIM ANY



Ha realitzat compres per internet durant l'últim any

	% ha realitzat alguna compra per internet en l'últim any	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
Província de Barcelona	36,1%	18,1%	33,0%	28,2%	55,3%	33,5%
Anoia	39,6%	7,9%	35,5%	23,6%	66,0%	48,7%

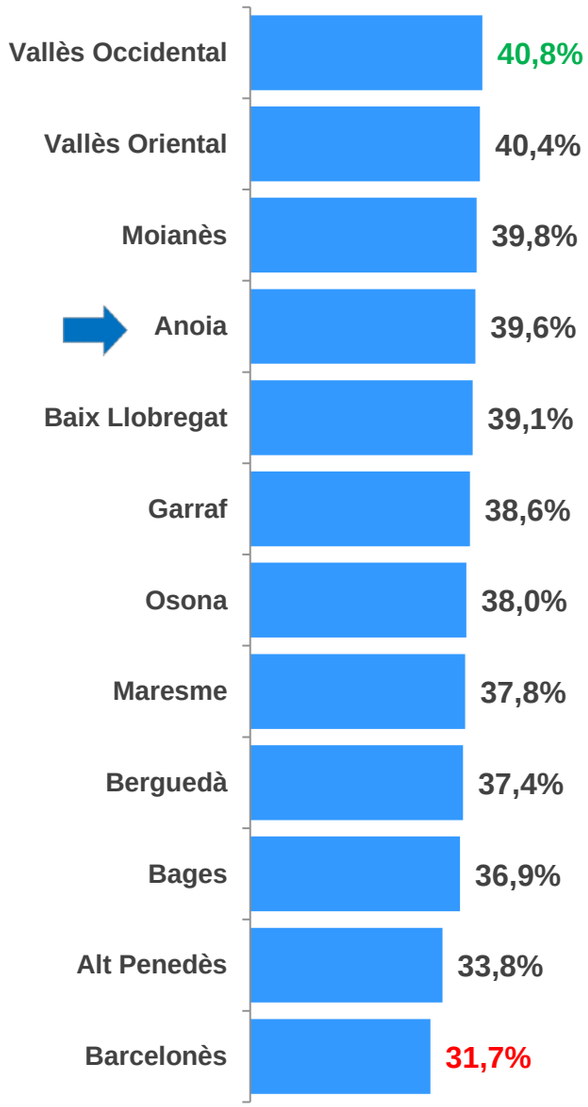
Diputació Barcelona

#DibaOberta

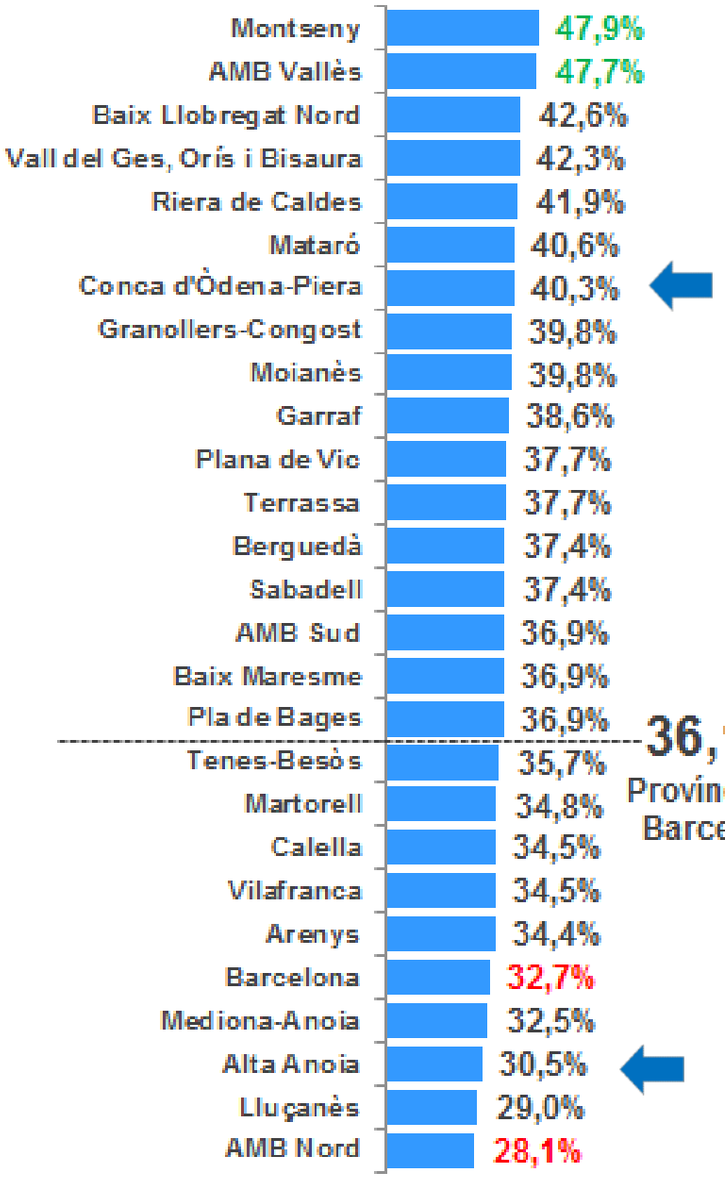
n: Total mostra= 166

COMPRES PER INTERNET: COMPRES REALITZADES DURANT L'ÚLTIM ANY

Comarca



Sistema Territorial



Diputació Barcelona

#DibaOberta

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

n: Han comprat per internet (últim any)= 66

Compres realitzades per internet segons categories e import última compra

	Què ha comprat per internet (últim any)		Import última compra en internet (mitjana en €) a l'Anoia
	Anoia	Demarcació de Barcelona	
Oci, entrades, llibres, música i joguines	41,4 %	60,7%	90,1€
Viatges	24,8%	44,3%	1.033€
Moda i complements, tèxtil i calçat i esportiu	39,3%	40,5%	98,5€
Informàtica, electrònica, videojocs, telecomunicacions	33,4%	34,3%	209,5€
Electrodomèstics	11,4%	18,1%	292,2€
Alimentació	4,8%	13,5%	1.680,2€
Formació	3,4%	7,1%	567,9€

Diputació Barcelona

#DibaOberta

CONCLUSIONS

- Percepció dels responsables de compra significativament baixa respecte la demarcació (6,26/7,24)

- Els elements específics de valoració de l'oferta comercial es diferencien respecte la mitjana de la demarcació en les variables de varietat de l'oferta comercial i de l'oferta en oci, amb pitjor valoració.

- Contenció en el municipi de la compra dels productes quotidians. Fugues de compra en productes *d'equipament de la persona i de la llar*, en major grau que la mitjana de la demarcació.

- Preferència pel format de supermercats en el productes quotidians, en major grau que la demarcació, tan dins com fora del municipi. En productes no quotidians, el centre comercial té més rellevància en *equipament de la persona*. Millora atractivitat del format botiga, per la compra fora del municipi.

- El pes de les compres per internet és superior a la mitjana de la demarcació (39,6%/ 36,1%). Disminueix la importància de les categories de productes: *Oci, entrades, llibres i música, viatges* i les categories *d'alimentació i formació*.

GRÀCIES

Gerència de Serveis de Comerç

http://www.diba.cat/web/comerc/enquesta-d-habits-de-consum-i-compra

Diputació Barcelona

#DibaOberta