

HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA

PRAT DEL LLOBREGAT



**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 província 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.



METODOLOGIA



Al municipi del Prat de Llobregat s'han realitzat 400 entrevistes, de les quals **70** formen part de l'estudi global encarregat per la **Gerència de Serveis de Comerç** i les altres **330 enquestes són una mostra extra**, ampliada i finançada, per l'**ajuntament del Prat de Llobregat**.

PERFIL DEL RESPONSABLE DE LES COMPRES A LA LLAR



Diputació
Barcelona

#DibaOberta

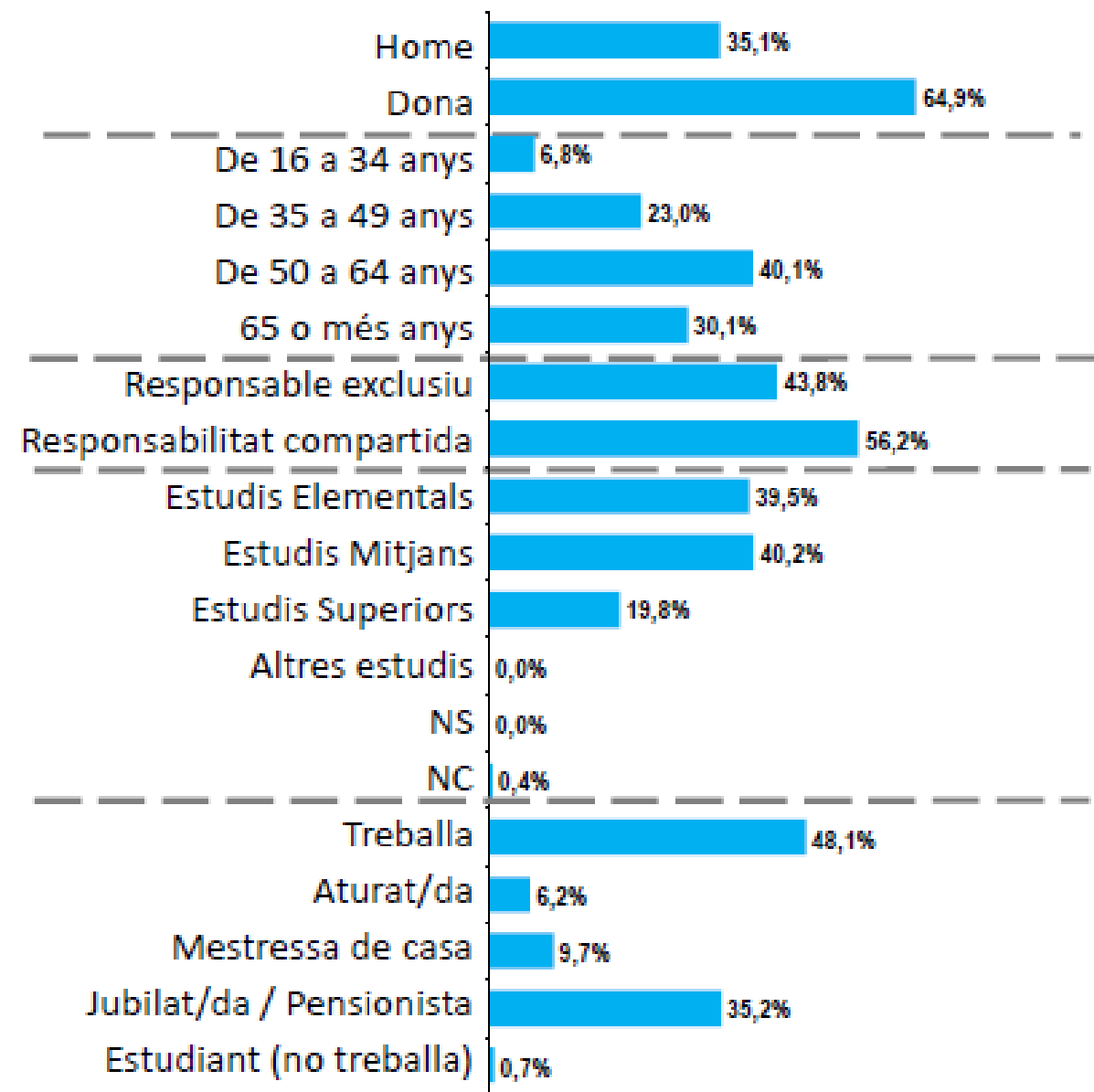
PERFIL DEL RESPONSABLE DE LES COMPRES A LA LLAR



64,9%

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.**

Quan la compra és **exclusiva**, la dona representa el **80% dels entrevistats.**



Diputació
Barcelona

#DibaOberta

VALORACIONS DE L'OFERTA DE COMERÇ



Diputació
Barcelona

#DibaOberta

Valoracions de l'oferta de comerç



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



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

	Valoració oferta comercial	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
Mitjana (0-10)						
Prat de Llobregat	7,38	7,29	7,48	7,59	7,28	7,39
Baix Llobregat	7,06	7,18	6,92	7,17	7	6,96
Província de Barcelona	7,15	7,33	7,24	7,18	6,97	7,21



Valoracions específiques de l’oferta de comerç



	Prat de Llobregat	Baix Llobregat	Província de Barcelona
Horaris comercials	8,02	7,96	7,91
Professionalitat comerciants	7,77	7,73	7,63
Qualitat de l’oferta comercial	7,37	7,17	7,17
Oferta en restaurants, bars i cafeteries	7,22	6,82	7,09
Varietat oferta comercial	7,17	6,82	6,97
Preus	6,72	6,46	6,23
Preu aparcament a les zones comercials	5,51	5,56	5,46
Disponibilitat d’aparcament a zones comercials	4,60	5,02	5,21

44 persones no compren perquè estan les botigues tancades.

23 persones anirien a comprar si les botigues estiguessin obertes. La meitat corresponen a llars formades per parelles amb fills.



HÀBITS DE COMPRA I CONSUM

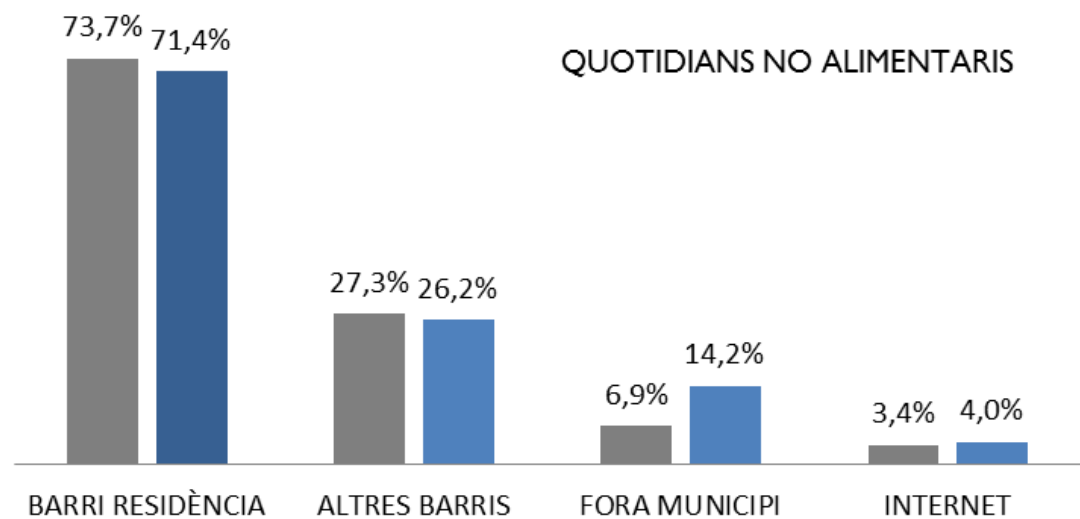
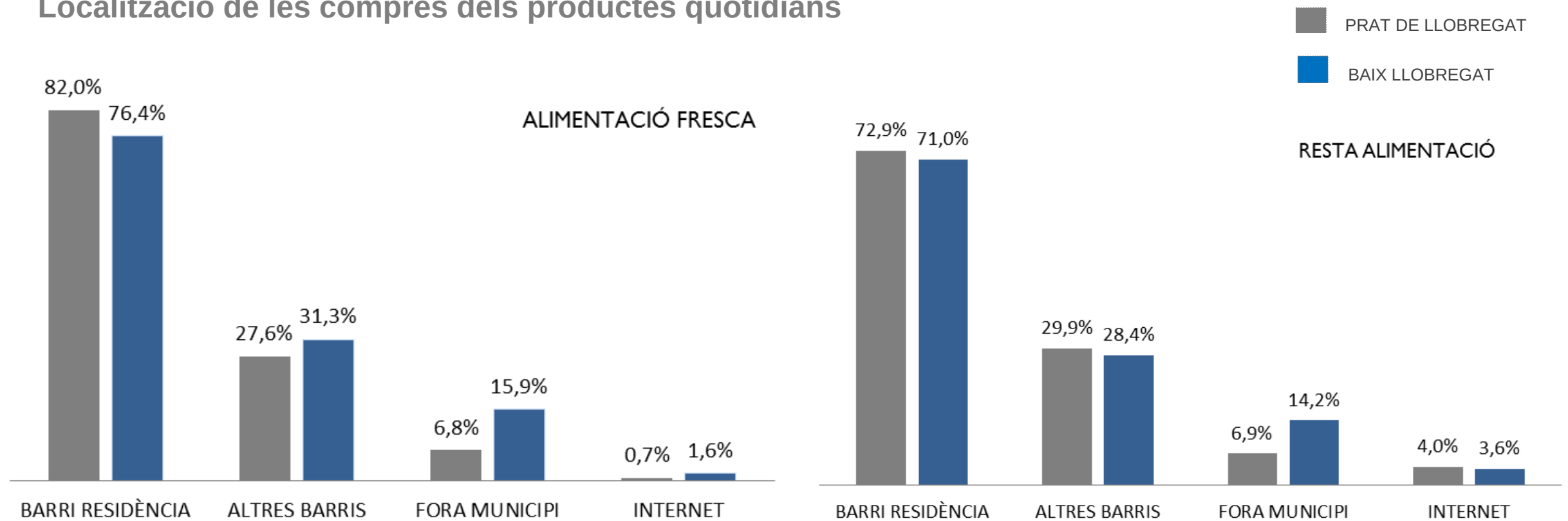


Diputació
Barcelona

#DibaOberta

HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA. PRAT DE LLOBREGAT (2019)

Localització de les compres dels productes quotidians



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

- **Compra de proximitat** per als productes quotidians
- **Fugida de compra és menor** respecte al Baix Llobregat

Tipologia d'establiment dins del municipi per als productes quotidians



Alimentació fresca



Resta alimentació
(pasta, cereals,...)



Productes quotidians
No alimentaris

Barri de residència



Supermercat 59%
Botiga 53%
**Mercat municipal 50%,
per sobre comarca**

Supermercat 86,5%
Botiga 25%

Supermercat 75%
Botiga 41%

Altres barris

Supermercat 54%
Perd atracció la botiga 36,6%
Mercat municipal 34%

Supermercat 79,3%
Botiga 12%
Apareix hipermercat 23%

Supermercat 67%
**Hipermercat 27% major que
comarca**
**Botiga 15,3%, menor que
comarca**



Diputació
Barcelona

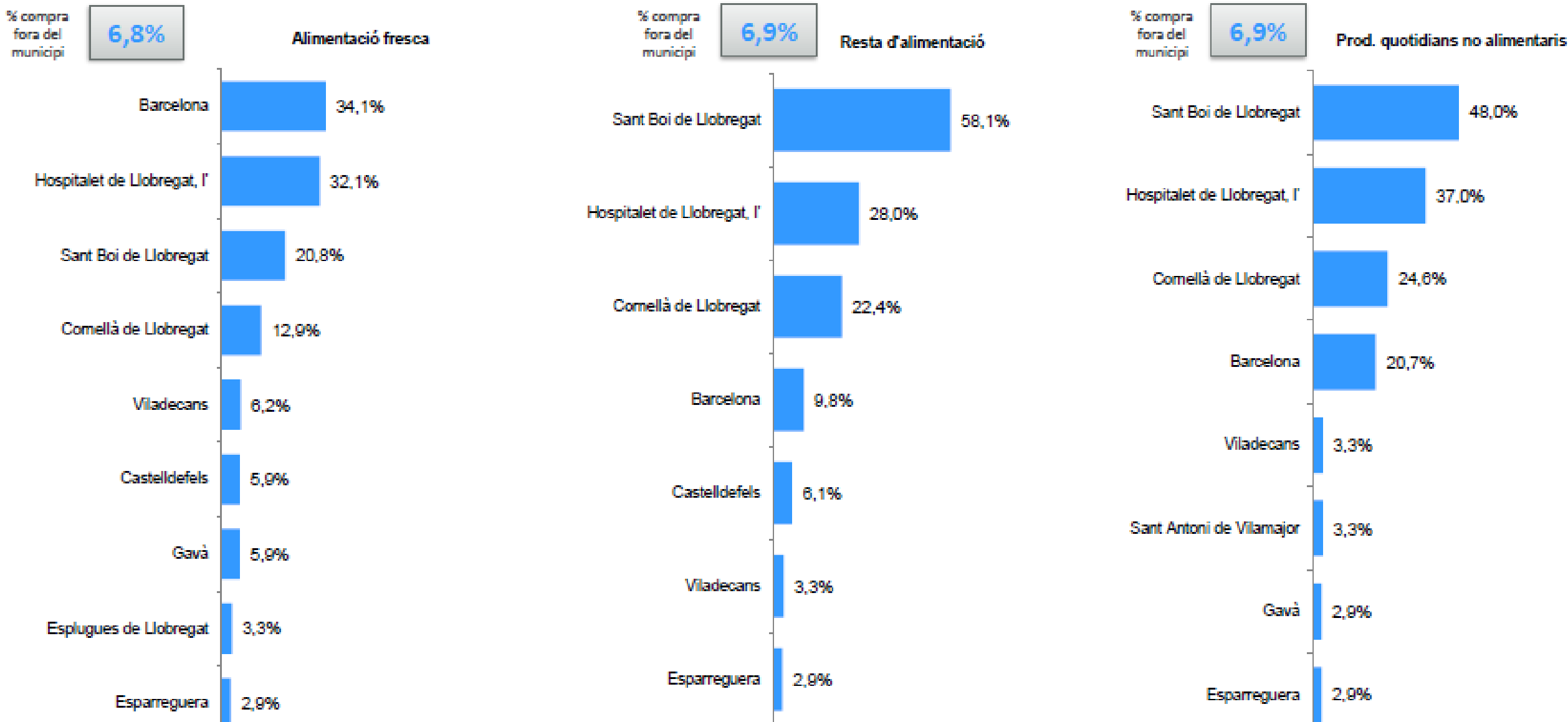
#DibaOberta

Tipologia d'establiment de compres a fora del municipi per productes quotidians

Tipus d'establiment	Alimentació fresca		Resta d'alimentació		Altres productes quotidians no alimentaris	
	Prat de Llobregat (%)	Baix Llobregat (%)	Prat de Llobregat (%)	Baix Llobregat (%)	Prat de Llobregat (%)	Baix Llobregat (%)
Botiga de barri/eix comercial	32,5	24,3	8,6	7,2	14,8	13,6
Mercat municipal	33,8	34,1	6,1	4,7	3,3	1,6
Supermercat	33,7	33,7	27,4	55,9	23,5	49,1
Mercat de venda no sedentària	0	6,2	0	4,1	0	1,5
Hipermercat	24,2	22	49,9	39,5	35,7	32,2
Pagès/productor	8,8	9,5	0	1,7	0	1,7
Centres comercials	22	21,2	50,1	25,7	50,2	31,3

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

HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI



HÀBITS DE COMPRA: MOTIUS DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

TOP 5
Motius per comprar fora del municipi
(Baix Llobregat, Prat del Llobregat)



Alimentació fresca



Resta alimentació
(pasta, cereals,...)



Productes quotidians
no alimentaris

Varietat de productes

21,7% / **23,8%**

22,8% / **35,5%**

20,7% / **21%**

Proximitat (llar, feina,...)

27,8% / **35,4%**

23,8% / **15,9%**

24,7% / **12,3%**

Comoditat/costum

21,9% / **18,4%**

27,3% / **21,7%**

28,5% / **9,1%**

Centre comercial

15,8% / **17,9%**

25,5% / **29,8%**

22% / **43,2%**

Preu (més econòmic)

22,5% / **15,1%**

19% / **20,9%**

18,5% / **24,2%**

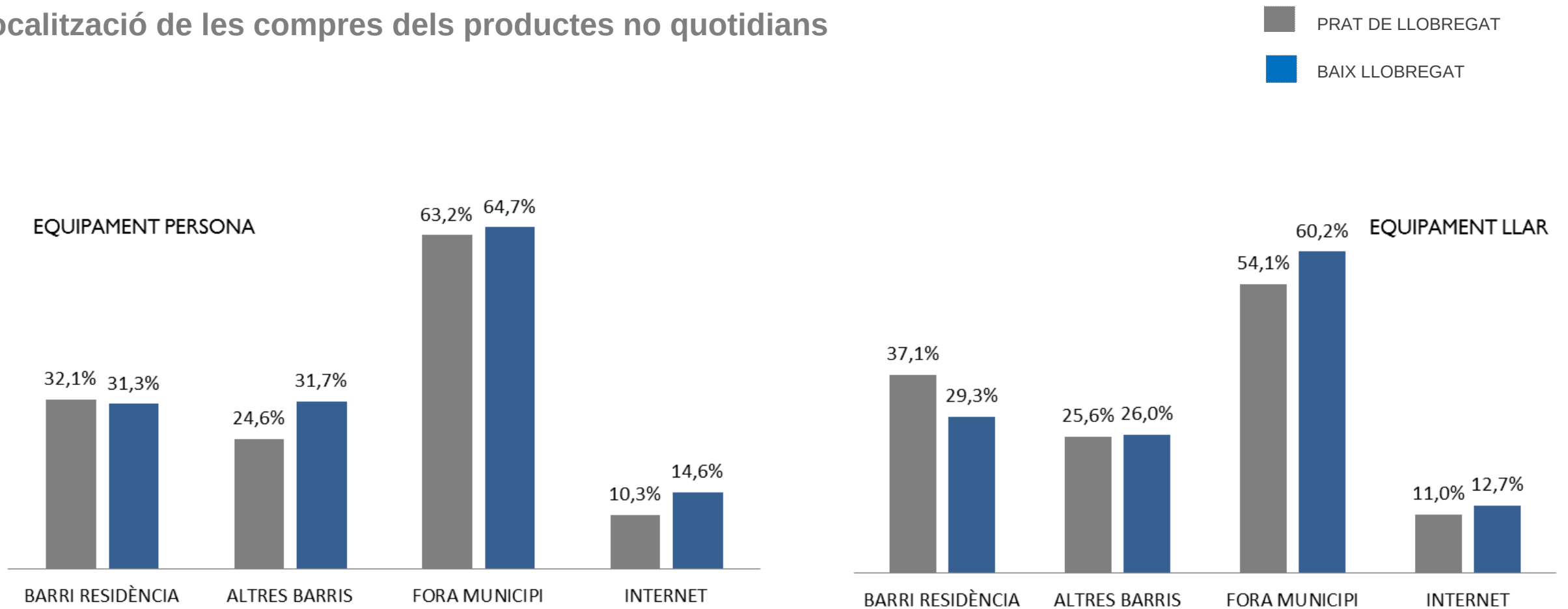
(resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)



Diputació
Barcelona

#DibaOberta

Localització de les compres dels productes no quotidians



- Aquests productes tenen una major **fugida de compra** fora del Prat de Llobregat
- **Augmenta** la compra per **internet**, però és lleugerament inferior que la comarca

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

Tipologia d'establiment dins del municipi per als productes no quotidians



Equipament de la persona



Equipament de la llar

Barri de residència

Botiga 90% per sobre comarca

Mercat setmanal 6,4% per sota comarca

Botiga 92% per sobre comarca

Altres barris

Botiga 71% per sobre comarca

Mercat setmanal 9% per sota comarca

Botiga 64% per sobre comarca

Hipermercat 16% per sobre comarca

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



Diputació
Barcelona

#DibaOberta

Tipologia d'establiment de compres a fora del municipi per als productes no quotidians

Tipus d'establiment	Equipament de la persona		Equipament de la llar	
	Prat de Llobregat (%)	Baix Llobregat (%)	Prat de Llobregat (%)	Baix Llobregat (%)
Botiga de barri/eix comercial	26,2	33,7	21,4	27
Mercat de venda no sedentària	2,3	4,2	1,3	0,9
Hipermercat	4	3,7	10,1	8,2
Gran Magatzem	32,8	37,8	43,8	39,1
Centres comercials	76,8	67	59,8	54,3

52% llars formades per parella amb fills

25% llars formades per parella amb fills de 18 anys o més

42% llar formada per parella amb fills

27% llar formada per parella sense fills

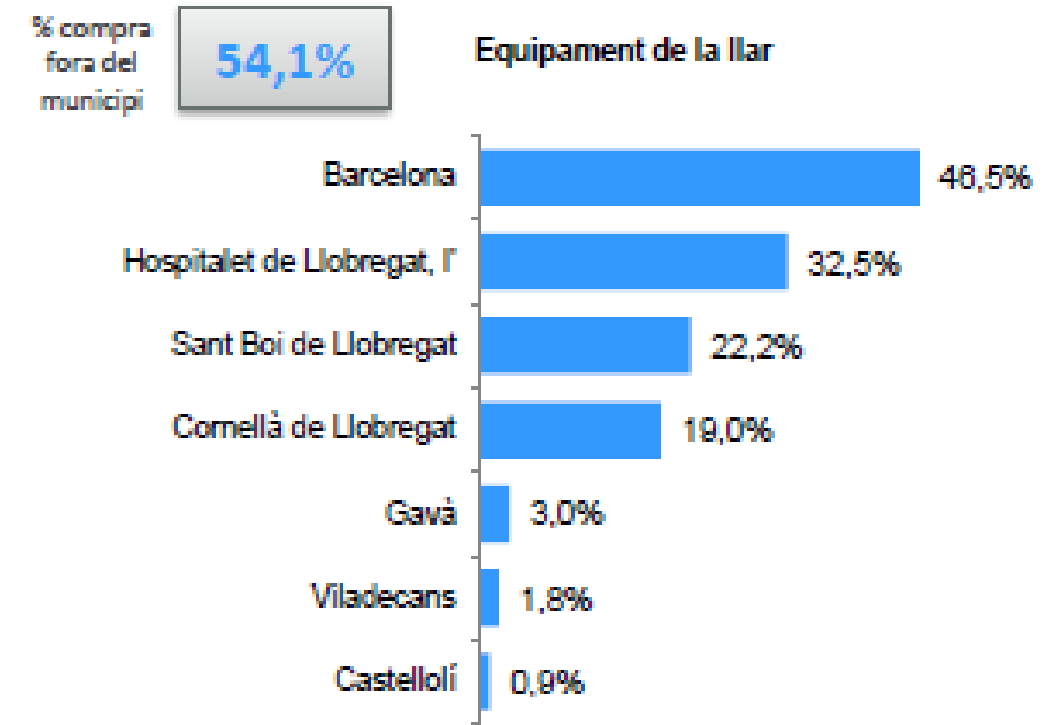
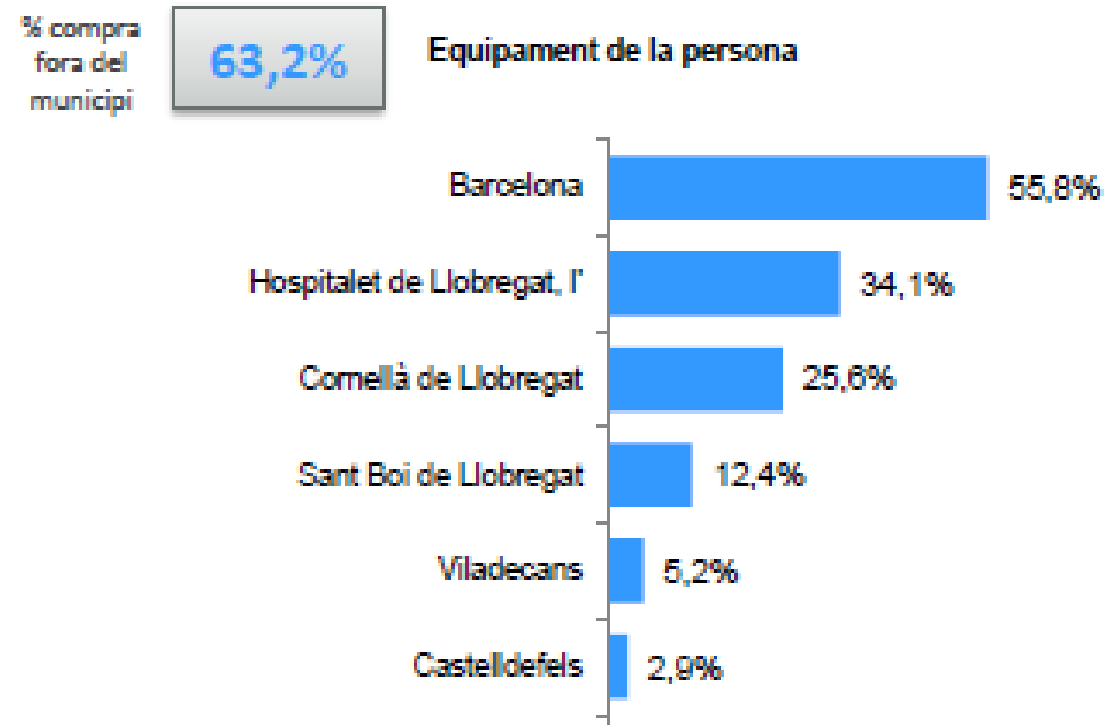


Diputació
Barcelona

#DibaOberta

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

HÀBITS DE COMPRA: LOCALITZACIÓ DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI



Diputació
Barcelona

#DibaOberta

HÀBITS DE COMPRA: MOTIUS DE COMPRES A FORA DEL MUNICIPI

Motius per realitzar les compres fora del municipi, productes no quotidians

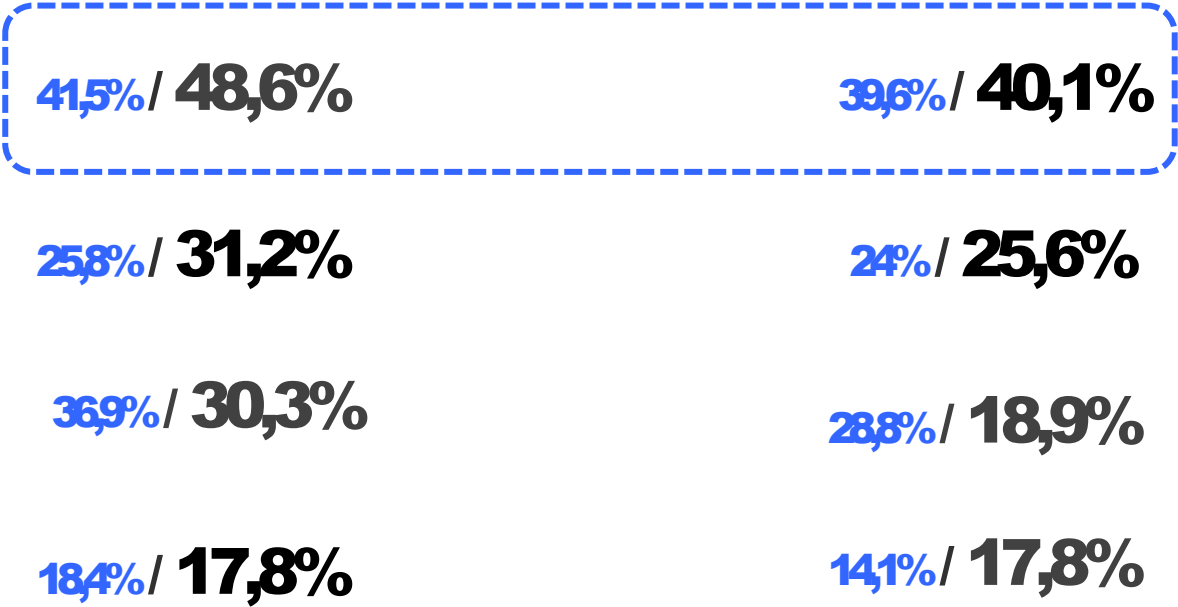
TOP 4
Motius per comprar fora del municipi
([Baix Llobregat](#), Prat del Llobregat)



Equipament
de la persona



Equipament
de la llar



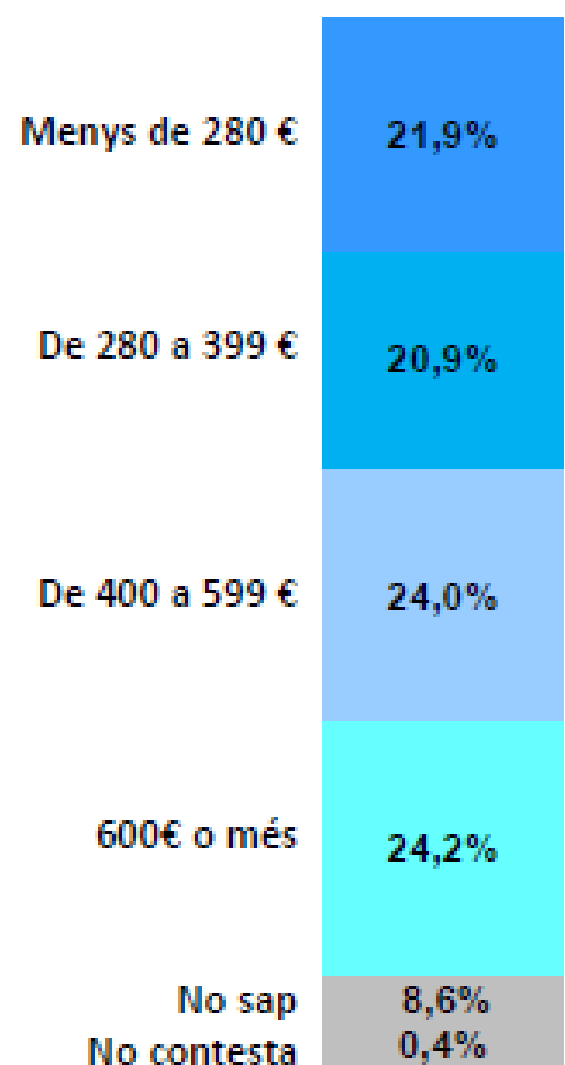
(resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%)



Diputació
Barcelona

#DibaOberta

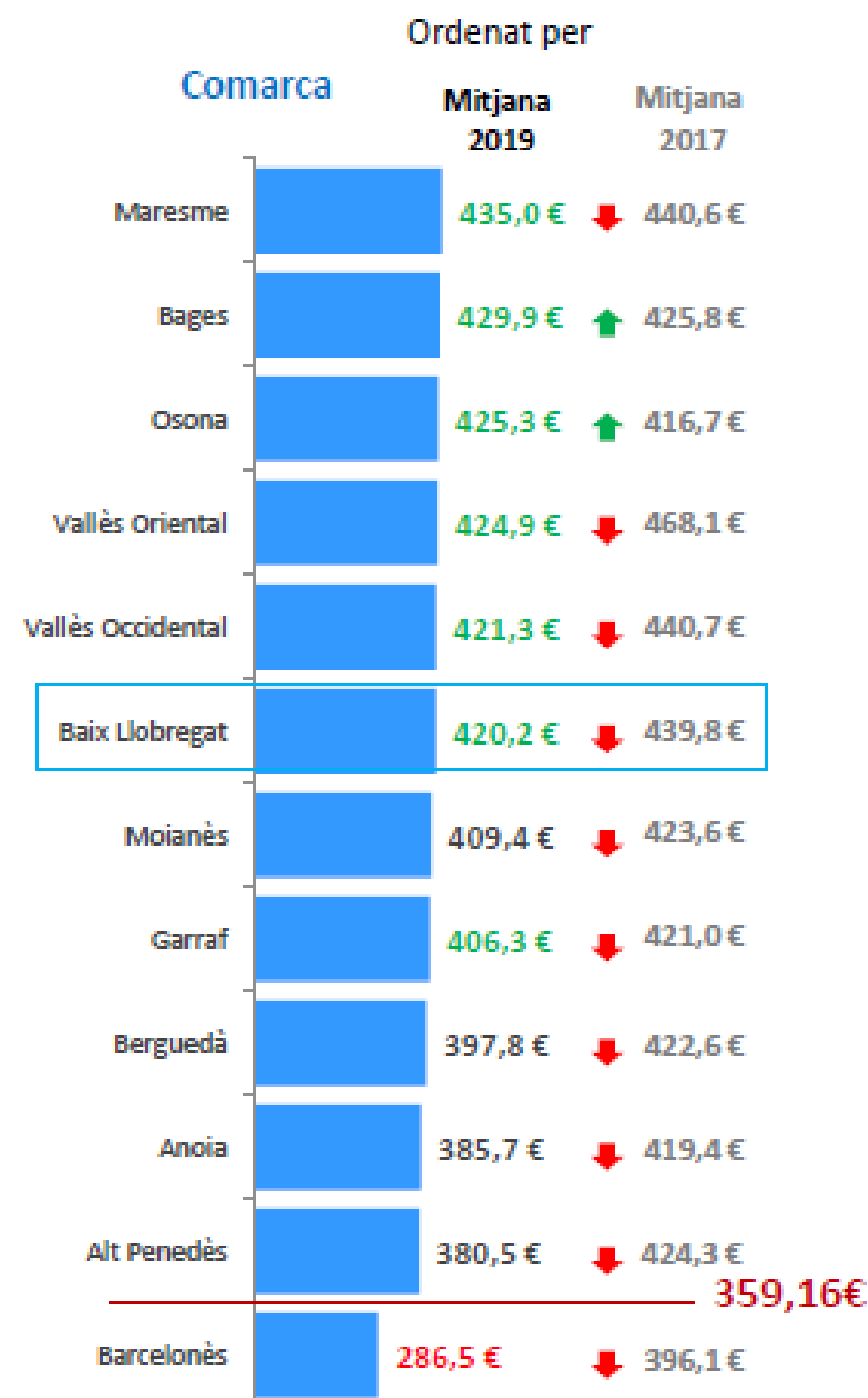
HÀBITS DE COMPRA: DESPESA MENSUAL D'ALIMENTACIÓ I PRODUCTES HABITUALS



Total llars 2019

Mitjana (€)

463,3€



Diputació
Barcelona

#DibaOberta

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



Diputació
Barcelona

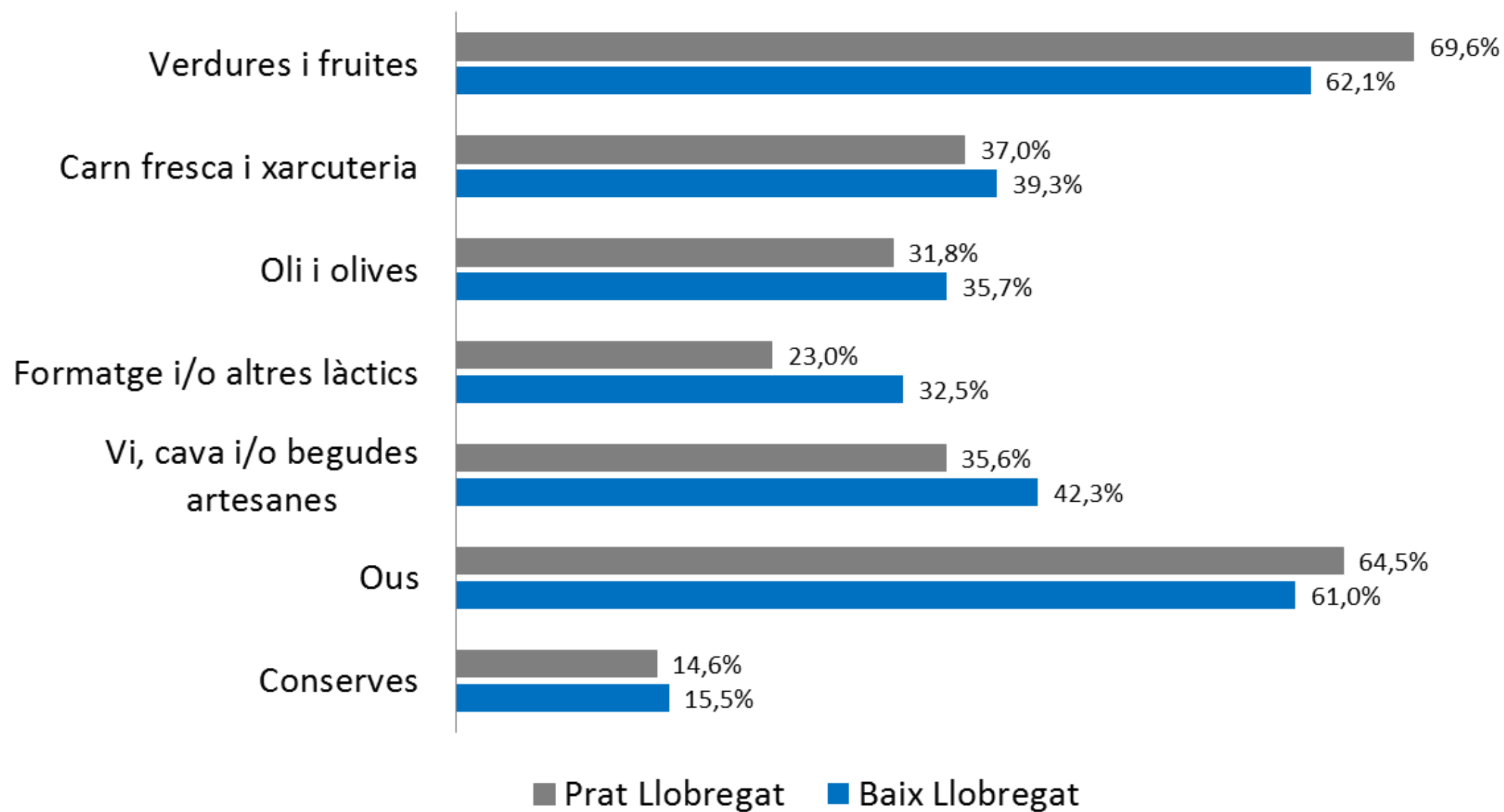
#DibaOberta

IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES ECOLÒGICS, DE PROXIMITAT O PRODUCTOR

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

		Mitjana (0-10)	
		Prat de Llobregat	Baix Llobregat
	Productes directament del productor	8,63	8,25
	Productes produïts a menys de 100km de casa	8,07	7,83
	Productes de producció ecològica	7,41	7,34
	Productes de consum responsable	7,86	7,86

HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DE LA PROVÍNCIA DE BARCELONA. PRAT DE LLOBREGAT (2019)



Diputació
Barcelona

#DibaOberta

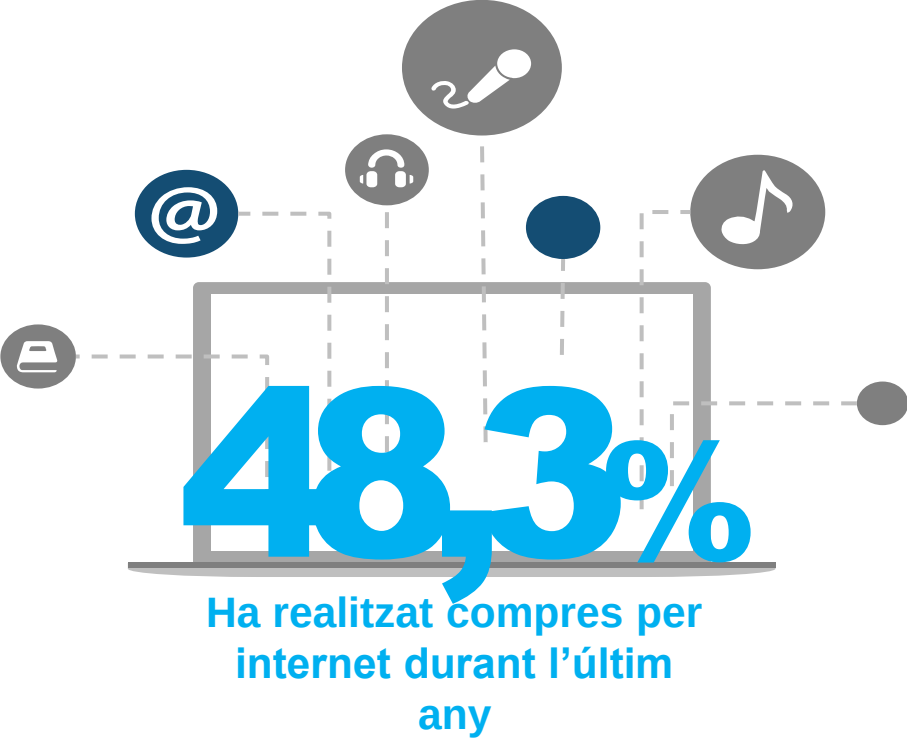
COMPRES PER INTERNET



Diputació
Barcelona

#DibaOberta

COMPRES PER INTERNET: COMPRES REALITZADES DURANT L'ÚLTIM ANY



	Percentatge de compra (%)	Llar unipersonal (%)	Monoparental (%)	Parella sense fills (%)	Parella amb fills (%)	Un altre tipus de llar (%)
Mitjana (0-10)						
➡ Prat de Llobregat	48,3	26,8	34,1	36,2	66,1	60,7
Baix Llobregat	52,4	27,7	48,1	38,3	69,2	57,8
Província de Barcelona	60,7	48,1	54,5	56,7	73	63,1



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

		Què ha comprat per internet (últim any)		Import última compra en internet (mitjana en €) al Prat de Llobregat
		Prat de Llobregat	Baix Llobregat	
	Oci, entrades, llibres, música i joguines	73,9%	78,9%	101,5€
	Viatges	51,6%	48,9%	630,9€
	Moda i complements, tèxtil i calçat i esportiu	46%	48,7%	91,3€
	Informàtica, electrònica, videojocs, telecomunicacions	47,8%	41,4%	250,1€
	Electrodomèstics	22,1%	28,4%	249,1€
	Alimentació	15,6%	15,5%	146,5€
	Formació	8,6%	10,3%	234,9€

CONCLUSIONS



Diputació
Barcelona

#DibaOberta

- Bona percepció del consumidor: professionalitat, qualitat de l'oferta comercial i horaris comercials.
- Bona retenció de compra per al format botiga (persona i llar) i per al mercat municipal (alimentació fresca).
- Destaca la importància dels productes ecològics, de proximitat i de productors, respecte la mitjana de la comarca.
- La despesa per internet és inferior a la mitjana de la comarca i de la província. El tipus de llar que més compra és la formada per parella amb fills, la qual coincideix ser la més exigent (valoració oferta comercial).



GRÀCIES

Gerència de Servei de Comerç



**Diputació
Barcelona**

#DibaOberta