Enquesta d’hàbits de consum i compra de la demarcació de Barcelona

Resultats 2024

Gerència de Serveis de Comerç

Dijous, 5 de juny de 2025. Vilanova i la Geltrú

Diputació Barcelona | Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública

AGENDA 2030

Context

- L'enquesta d'hàbits de consum i compra s'ha realitzat entre els mesos d'**abril i juny de 2024**. És la tercera edició després de les de 2017 i 2019.
- Es basa en el coneixement dels diferents **perfils de llars i consumidors**, les seves preferències, hàbits i motivacions de compra.
- L'Enquesta és un producte singular i únic, sobretot pel nombre d'enquestats i tipologia. S'han realitzat un total de **7.307 enquestes** (84% telefòniques)
- La informació es presenta de manera territorialitzada. La mostra s'ha dissenyat per tal que els resultats siguin significatius en l'**àmbit de la demarcació i de les comarques***.

Fitxa tècnica de l'enquesta

Univers: Responsables exclusius o compartits de les compres de la llar, residents a la demarcació (el criteri de distribució es basa en la representació de les diferents tipologies de llar i famílies repartides segons el cens d'habitatges a la demarcació).

Tipus d'entrevista

- 84 % telefònica assistida per ordinador
- 16 % presencial assistida per ordinador

Disseny i selecció de la mostra

- Selecció aleatòria amb quotes proporcionals per municipi, comarca i trams d'edat
- Selecció aleatòria de telèfons i llars entre tots els registrats a les bases generals de telèfons de les operadores
- Selecció aleatòria de les unitats últimes (individus/llars) segons quotes per tipologia de la llar per comarca i municipi
- 7.307 entrevistes (7.307 ponderades). El marge d'error global de ±1,15% (per a un nivell de confiança del 95,5% i en la hipòtesi més desfavorable: p=q=50).
- Garraf 1.000 entrevistes (208 ponderades) El marge d'error global de ±3,13% (per a un nivell de confiança del 95,5% i en la hipòtesi més desfavorable: p=q=50).
- Vilanova i la Geltrú 400 entrevistes (89 ponderades) El marge d'error global de ±4,96% (per a un nivell de confiança del 95,5% i en la hipòtesi més desfavorable: p=q=50).

Data de treball de camp: Del 2 d'abril al 8 de juny de 2024

Fitxa tècnica de l'enquesta

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

S'ha realitzat una anàlisi profunda dels **hàbits de compra de les llars de la demarcació 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**:

- **Alimentació fresca** (carn, peix, fruites, verdures,...)
- **Resta d'alimentació** (resta d'aliments tipus pasta, cereals, llegums, begudes,...)
- **Altres productes quotidians no alimentaris** (drogueria, productes de neteja, higiene personal,...)
- **Equipament de la persona** (roba, merceria, calçat, joieria,...)
- **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**.

Diputació Barcelona | Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública

Fitxa tècnica de l'enquesta

ESQUEMA DEL QÜESTIONARI DE LA MEDICIÓ

FILTRES I QUOTES

- Responsable de les compres a la llar
- Zona de residencia (municipi)
- Sexe i edat

PERFIL DE LA LLAR

- Nombre de persones resideixen a la llar
- Sexe, edat i relació
- Tipologia de la llar (ingressos,...)
- Tipologia de l'entrevistat/da (estudis, situació laboral...)

★★★ VALORACIONS DE L'OFERTA DE COMERÇ

- Oferta comercial del municipi
- Oferta comercial al barri (*municipis > 20.000 habitants*)
- Ítems específics a nivell municipal:
  - 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, ..)
  - Disponibilitat d'aparcament en les zones comercials
  - La conservació i manteniment de l'espai públic on hi ha el comerç
  - La professionalitat i expertesa dels comerciants
  - Tracte i atenció directa dels comerciants

HÀBITS DE COMPRA EN FUNCIÓ DE CATEGORIES

- Freqüència de compra
- On compra:
  - Barri de residència,
  - Altres barris o zones del municipi,
  - Fora del municipi o
  - Per internet
- *Si compra fora del municipi:*
  - A quin municipi,
  - Motius per compra fora del municipi
  - Factors per comprar més al municipi — Nou
- Tipus d'establiment on compra
- Motiu per escollir aquest establiment — Nou

DIES I HORARIS DE COMPRA

- Productes QUOTIDIANS (alimentació fresca, resta d'aliments, i altres productes quotidians)
- Productes NO QUOTIDIANS (equipament de la persona i de la llar)

Nou DESPESA I CANVI D'HÀBITS EN COMPRES

- Despesa mensual en alimentació i productes de compra habitual (drogueria, productes de neteja, higiene personal, ...)
- Canvi en la freqüència de compra de productes de qualitat degut a l'augment de preus
- Augment de la compra de productes de marca blanca en els darrers mesos

PRODUCTES SOSTENIBLES I DE PROXIMITAT

- Importància que els comerços tinguin:
  - Productes de producció ecològica
  - Productes produïts a menys de 100 km de casa (PROXIMITAT)
  - Productes directament del productor
  - Productes elaborats artesanalment
  - Productes de comerç just
  - Empaquetatge sostenible o ús de recipients reutilitzables
  - Canal de comunicació directe amb el comerç (telèfon, WhatsApp,...) — Nou
  - Plataforma de compra en línia
  - Servei d'enviament a domicili
- Productes de la llista a comprat en el darrer mes
  - Verdures i fruites
  - Carn fresca i xarcuteria
  - Oli i olives
  - Formatges i/o altres làctics
  - Vi, cava i/o begudes
  - Conserves
  - Ous
  - Peix fresc
- *Si ha comprat algun producte de la llista*: I compra de producció ecològica, proximitat o de productor en el darrer mes

COMPRES PER INTERNET

- Freqüència de compres en línia
- *Si no compra per Internet:* Motiu de no compra
- Tipus de productes acostuma a comprar per Internet
- Motiu de compra per Internet
- Principal mitjà per fer les compres en línia — Nou
- Establiments on acostuma a comprar en línia
- Mètode habitual de recollida de les compres en línia
- Última compra en línia i import

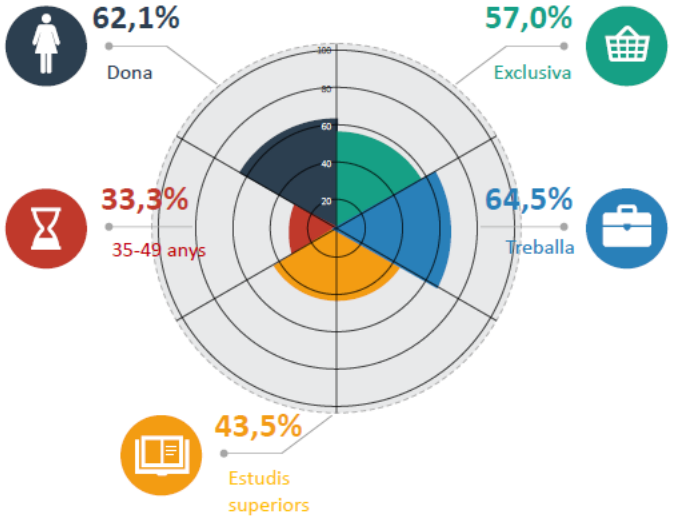
Nou ELEMENTS REUTILITZABLES (ÚS I TIPOLOGIA)

Nou SERVEIS PÚBLICS DE CONSUM (ÚS I CONEIXEMENT)

Perfil del responsable de compra demarcació

- Des d'una perspectiva de gènere, **les dones continuen sent les principals responsables de les compres domèstiques**.

2024 – 37,9% I 62,1%
2019 – 36,2% I 63,8%
2017 – 29,2% I 70,8%



- El perfil del responsable compartit de les compres a la llar és un home d'entre 16 i 34 anys, que viu en una ciutat de més de 100.000 habitants.

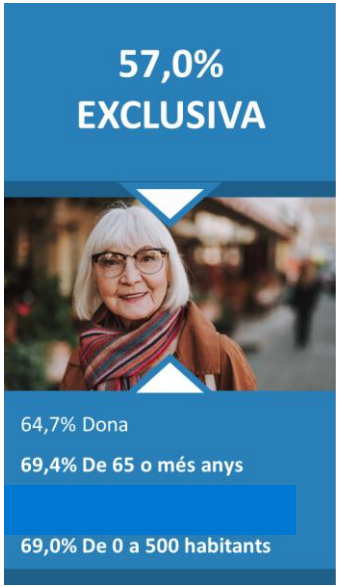
57,0% EXCLUSIVA

64,7% Dona
69,4% De 65 o més anys
69,0% De 0 a 500 habitants

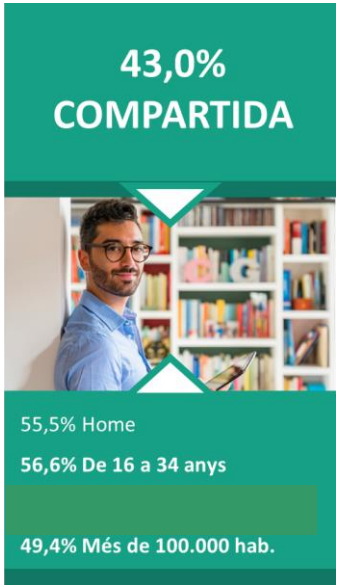
43,0% COMPARTIDA

55,5% Home
56,6% De 16 a 34 anys
49,4% Més de 100.000 hab.

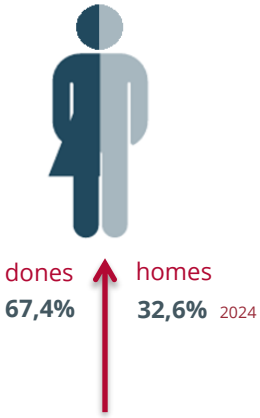
Perfil del responsable de compra municipi



59,4%

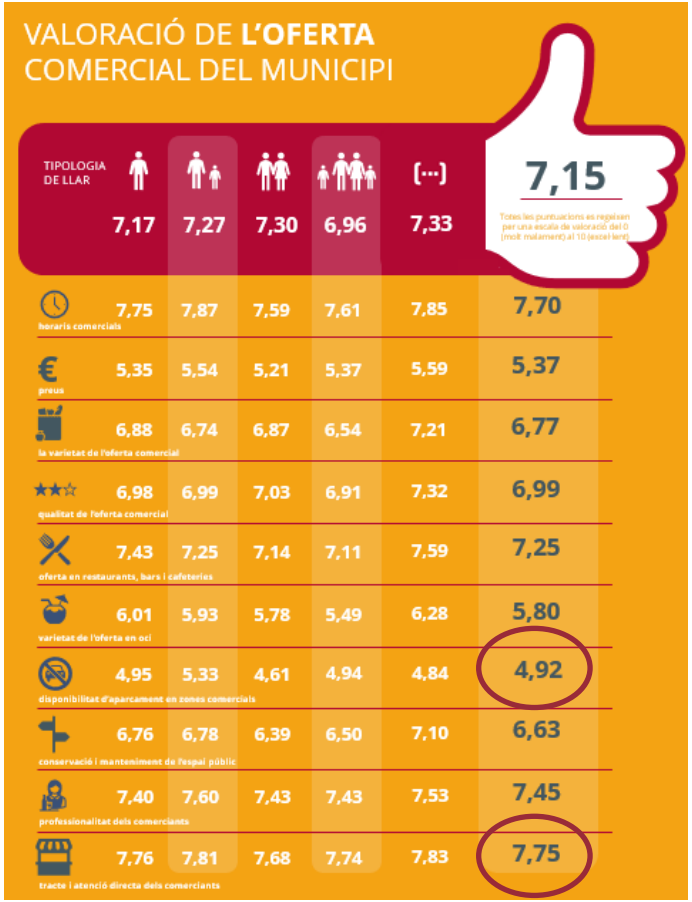


40,6%



n: Total mostra=89

Valoració de l'oferta del municipi



7,31%

El més ben valorat és el **tracte i atenció directa dels comerciants** (**7,75**) seguit dels horaris comercials (**7,70**)

- **Els horaris comercials (8,10)**
- **L'oferta en restaurant, cafeteries i bars (8,06)**

→ L'any 2017 el més ben valorat eren els horaris comercials* (**7,81**)

→ L'any 2019 el més ben valorat eren els horaris comercials* (**7,91**)

El pitjor valorat és la disponibilitat d'aparcament en zones comercials (**4,92**) seguit dels preus (**5,37**)

- **Disponibilitat aparcament en zones comercials (4,59)**
- **Els preus (5,64)**

→ L'any 2017 el pitjor valorat era la disponibilitat d'aparcaments (**5,09**)

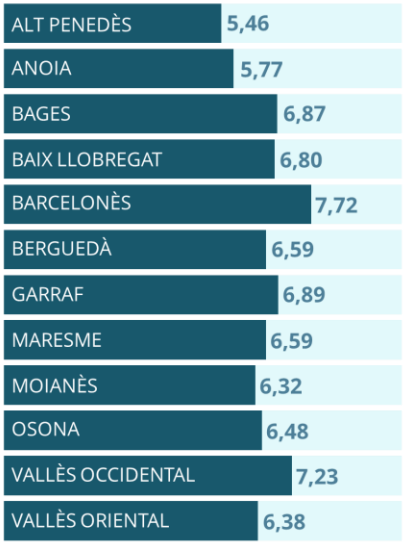
→ L'any 2019 el pitjor valorat era la disponibilitat d'aparcaments (**5,21**)

Valoració de l'oferta del municipi

VALORACIÓ DE **L'OFERTA** COMERCIAL AL MUNICIPI

7,15

Totes les puntuacions es regeixen per una escala de valoració del 0 (molt malament) al 10 (excel·lent)



Quan es compra?

Productes quotidians

(87% compra al municipi)

2024

de dilluns a dijous	De 8 a 13h
31,4%	38,8%
divendres	De 13 a 15h
10,8%	4,6%
dissabte	De 15 a 17h
13,9%	5,6%
diumenge	A partir de las 17h
0,2%	20,6%
sense dia fixa	sense hora fixa
43,6%	30,3%

2019

de dilluns a dijous	De 8 a 13h
39,7%	43,3%
divendres	De 13 a 15h
13,9%	6,8%
dissabte	De 15 a 17h
17,5%	6,1%
diumenge	A partir de las 17h
0,6%	27,9%
sense dia fixa	sense hora fixa
28,1%	15,6%

2017

de dilluns a dijous	De 8 a 13h
43,0%	58,7%
divendres	De 13 a 15h
19,1%	9,1%
dissabte	De 15 a 17h
14,3%	4,7%
diumenge	A partir de las 17h
0,1%	16,3%
sense dia fixa	sense hora fixa
23,2%	11,1%

Productes no quotidians

(67% compra al municipi)

2017

de dilluns a dijous	De 8 a 13h
21,2%	36,6%
divendres	De 13 a 15h
5,3%	3,6%
dissabte	De 15 a 17h
31,4%	4,7%
diumenge	A partir de las 17h
0,3%	29,2%
sense dia fixa	sense hora fixa
40,9%	24,8%

2019

de dilluns a dijous	De 8 a 13h
23,3%	30,5%
divendres	De 13 a 15h
6,5%	3,8%
dissabte	De 15 a 17h
37,6%	6,5%
diumenge	A partir de las 17h
0,5%	35,2%
sense dia fixa	sense hora fixa
31,7%	23,6%

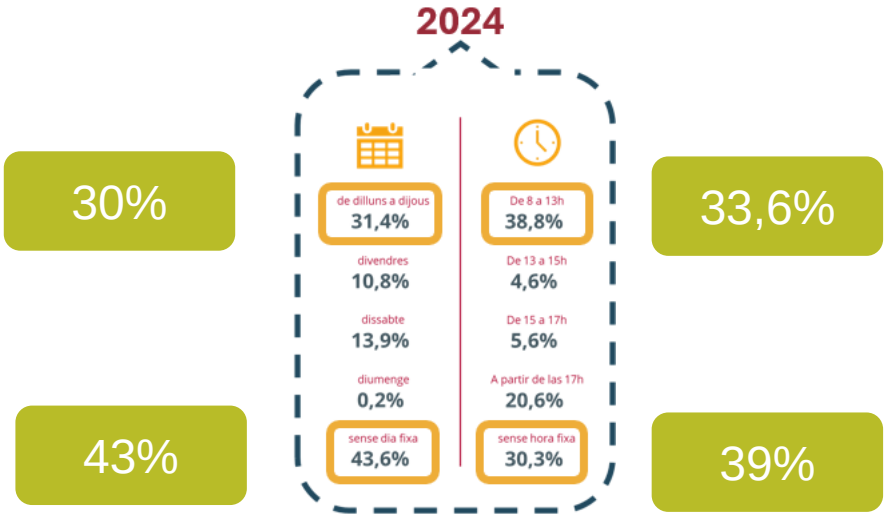
2024

de dilluns a dijous	De 8 a 13h
17,5%	26,4%
divendres	De 13 a 15h
5,8%	3,0%
dissabte	De 15 a 17h
26,0%	5,1%
diumenge	A partir de las 17h
0,3%	23,0%
sense dia fixa	sense hora fixa
49,6%	41,8%

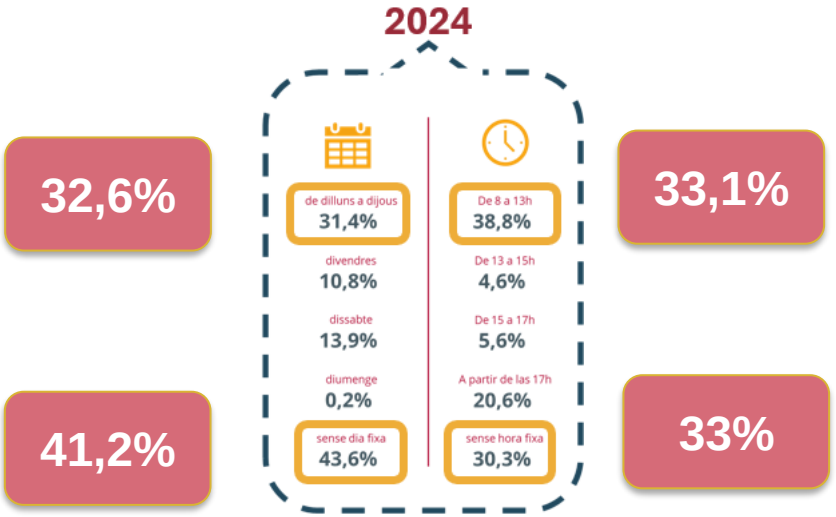
Quan es compra? Vilanova i la Geltrú - Garraf

Productes quotidians

(87% compra al municipi)



Vilanova i la Geltrú



Garraf

A quins establiments es compra?

Barri de residència ?

Alimentació fresca (municipi)

	Demarcació		Garraf		Municipi	
1	Supermercat	47%	Supermercat	65%	Supermercat	66%
2	Botiga de barri / eix	41,3%	Botiga de barri / eix	34%	Botiga de barri / eix	24%
3	Mercat municipal	34%	Mercat municipal	32,1%	Mercat municipal	41,7%

Altres barris o zones de residència ?

Alimentació fresca (municipi)

	Demarcació		Garraf		Municipi	
1	Supermercat	52%	Supermercat	45,5%	Mercat municipal	57,8%
2	Botiga de barri / eix	29%	Botiga de barri / eix	19%	Supermercat	40,1%
3	Mercat municipal	23,5%	Mercat municipal	41,6%	Botiga de barri / eix	14,6%

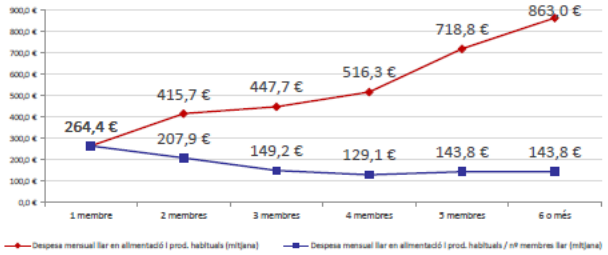
Despesa mensual mitjana

A nivell global, la **despesa mensual en alimentació i productes habituals** de les llars de la demarcació de Barcelona és de **420,7€,** aproximadament uns 5.048,4€ anuals.

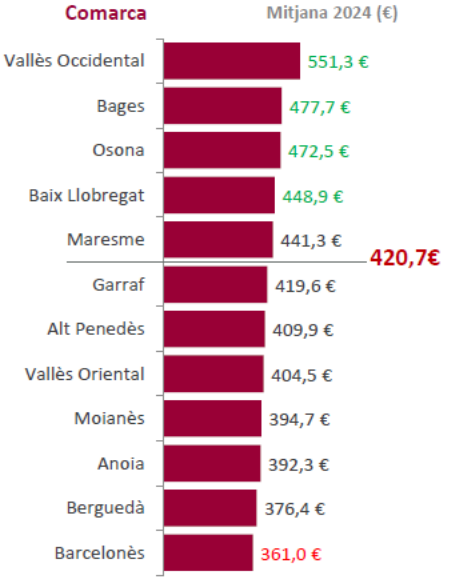
401€
Mitjana Municipi Total llars

PRODUCTES QUOTIDIANS

420,7€
Despesa mensual (mitjana en €)



Llar unipersonal	Llar monoparental	Parella sense fills	Parella amb fill/s	Altre tipus
264,4 €	374,5 €	444,2 €	525,4 €	487,4 €

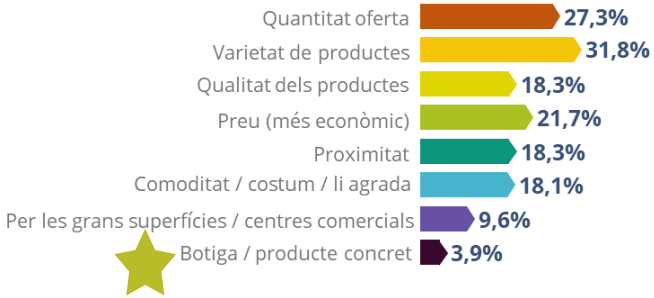


Nota (*): En color verd es marquen les diferències significatives amb un 95% de confiança superiors respecte al global i en color vermell les inferiors al global

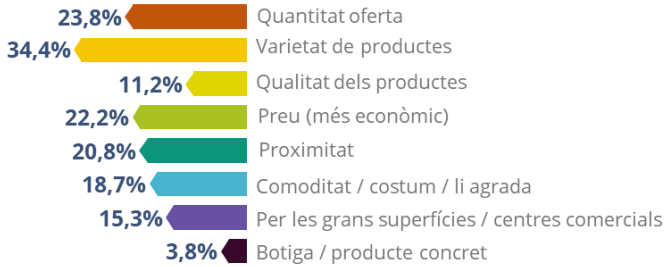
Motius de compra fora del municipi

40,5%

alimentació fresca

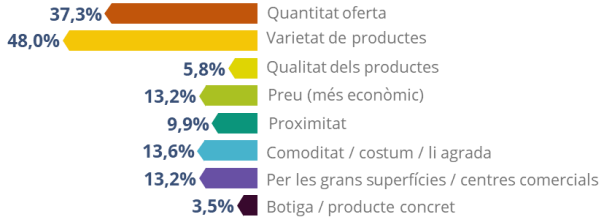


resta d'alimentació

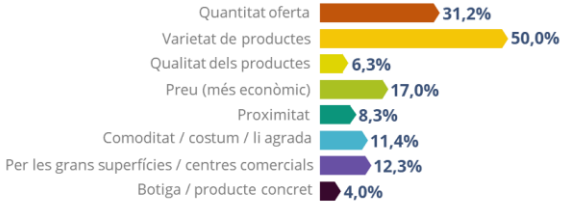


productes quotidians no alimentaris

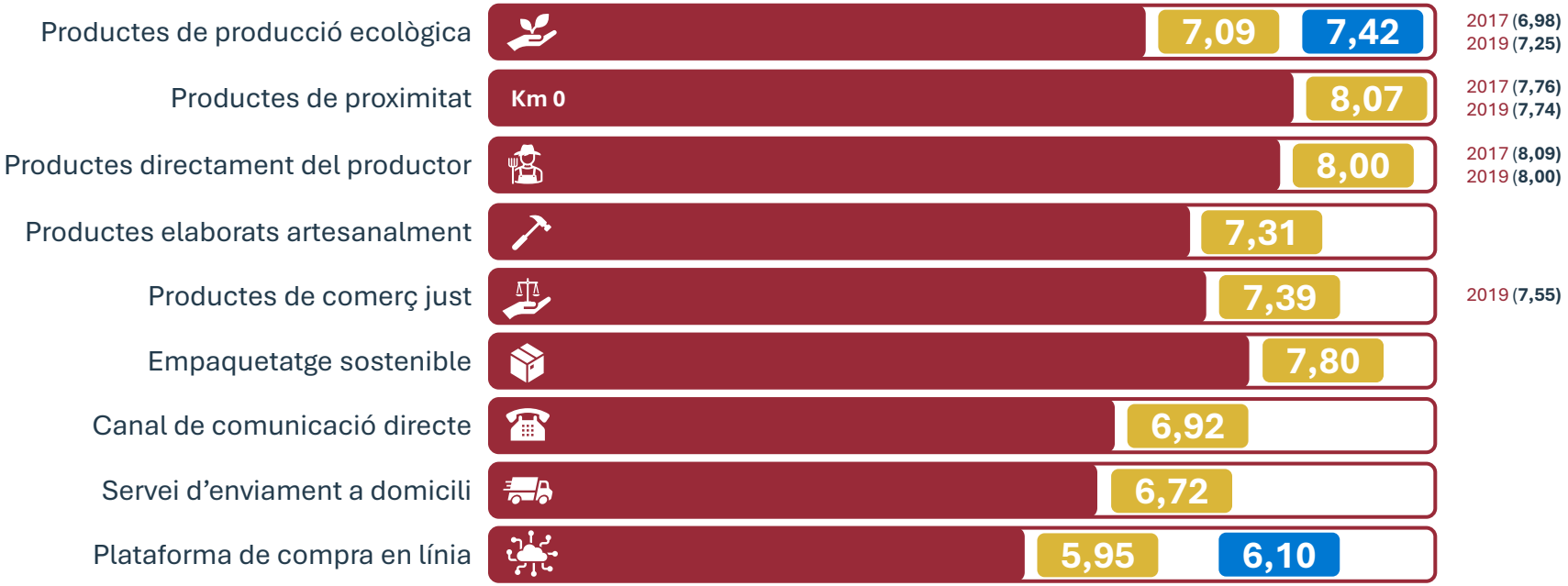
equipament per la persona



equipament de la llar

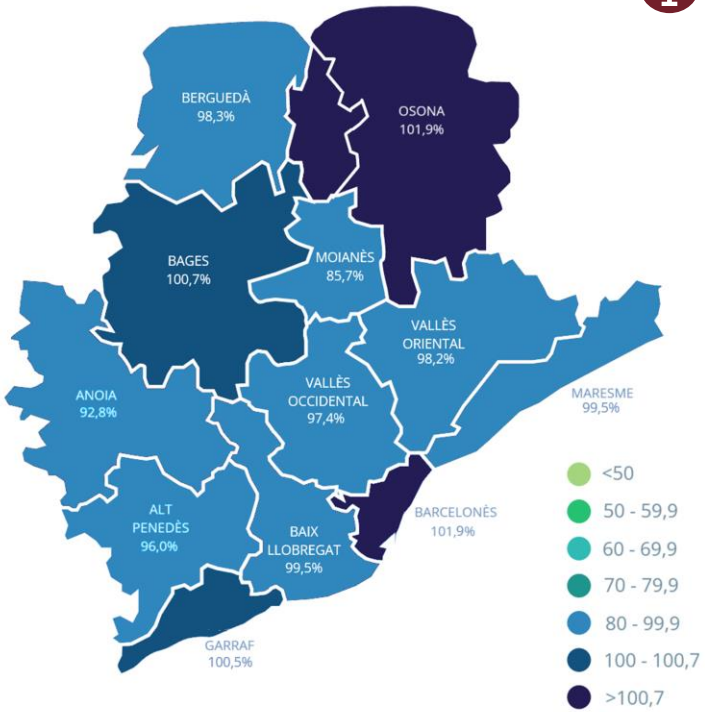


Importància dels productes en l'oferta



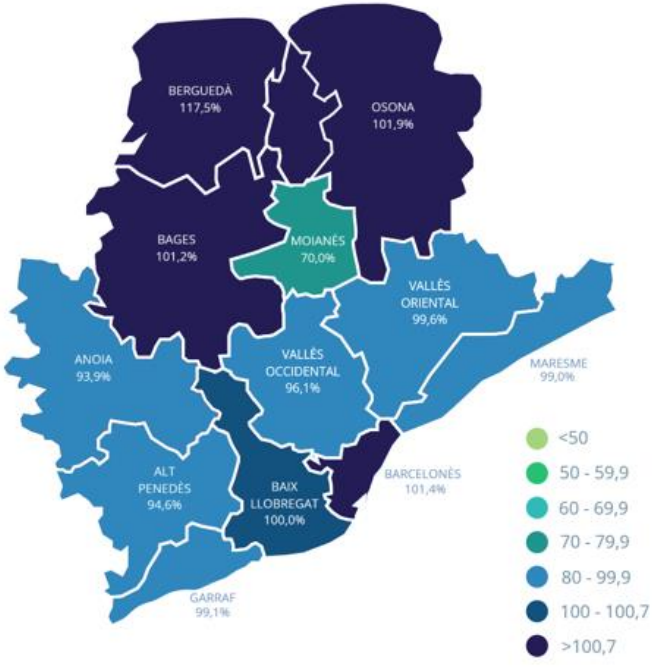
Fugues comercials

alimentació fresca



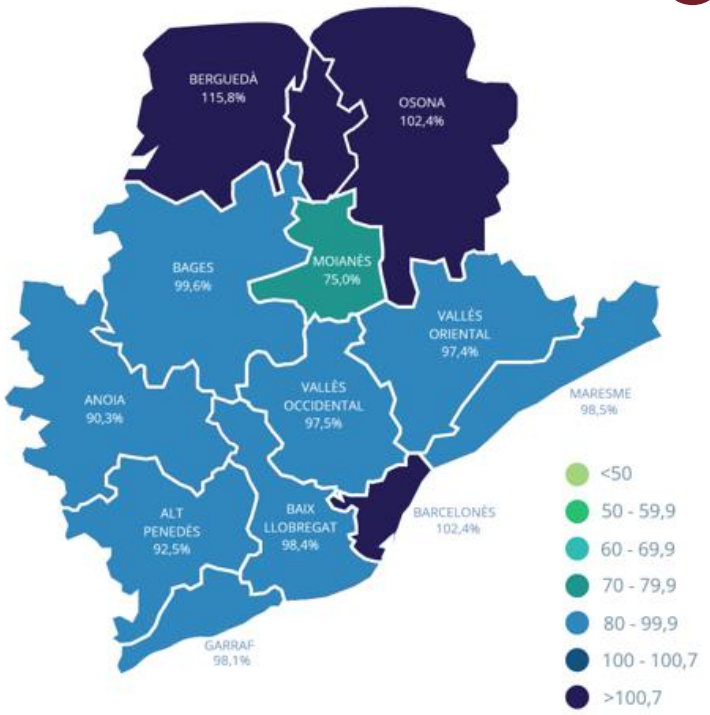
100% indica que el territori no presenta ni guanys ni pèrdues de compradors. Valors superiors al 100% indiquen guanys i els inferiors pèrdues

resta alimentació



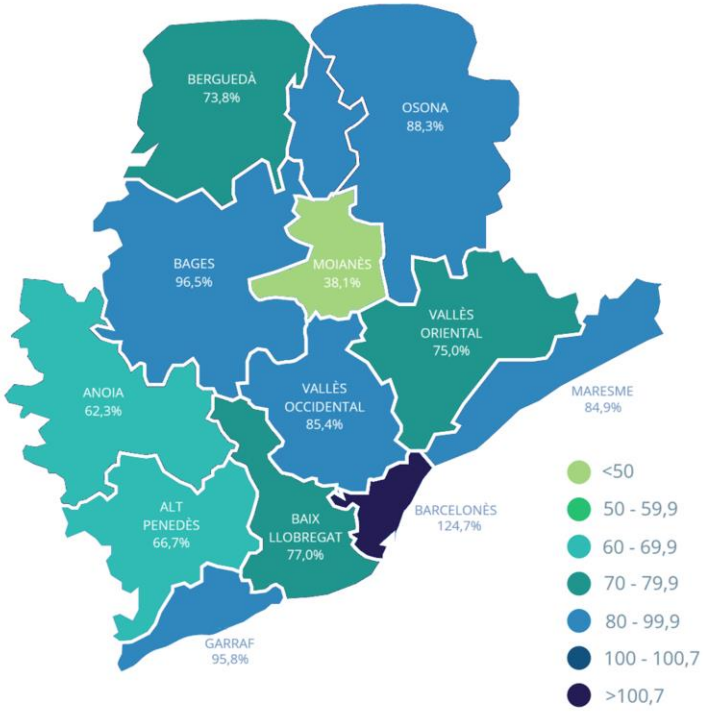
Fugues comercials

productes quotidians no alimentaris



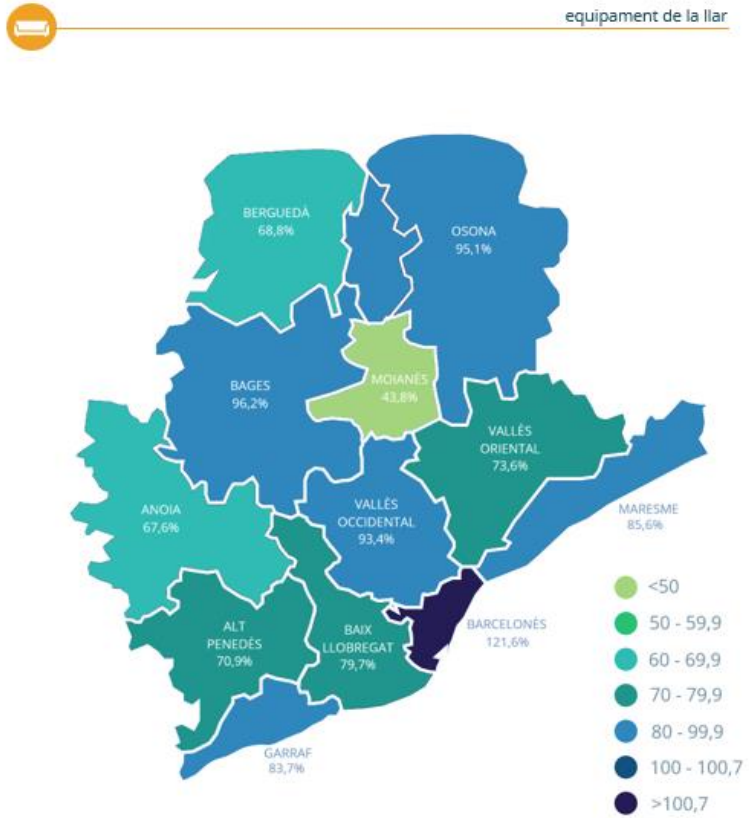
100% indica que el territori no presenta ni guanys ni pèrdues de compradors. Valors superiors al 100% indiquen guanys i els inferiors pèrdues

equipament per la persona



Fugues comercials

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



Fugues comercials

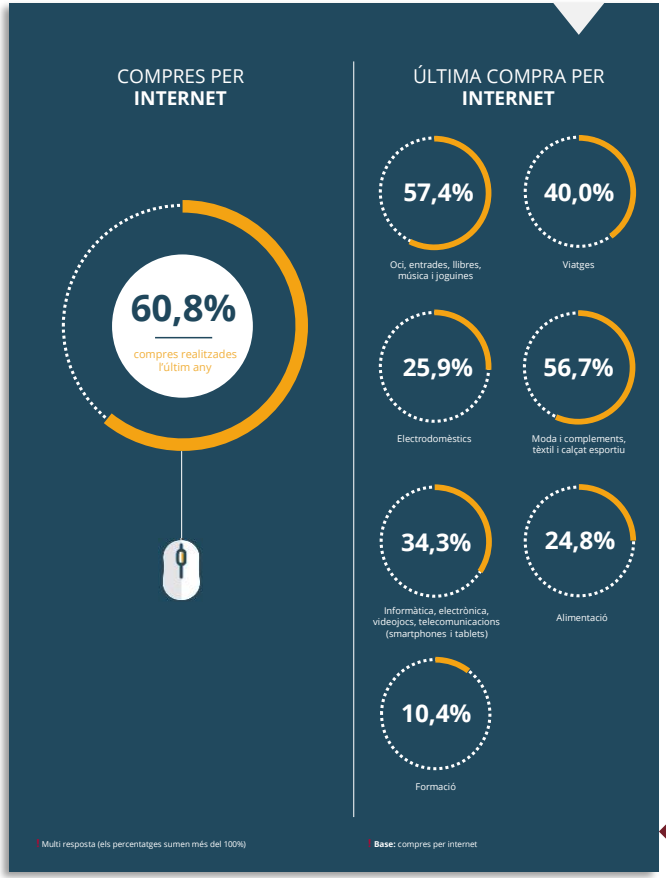
TOP 3 MOTIUS DE COMPRA:
FORA DEL MUNICIPI

- Els motius per realitzar les compres quotidianes fora del municipi són principalment la **varietat de productes** i la **quantitat/ oferta de botigues**, i el fet del preu té major rellevància en les compres quotidianes que no quotidianes.
- En les compres d'equipament de la persona i llar fora del municipi, els motius son la **varietat de productes** i **quantitat de botigues**. I el factor preu té major pes en les compres per la llar.

ALIMENTACIÓ FRESCA	RESTA ALIMENTACIÓ	PRODUCTES QUOTIDIANS NO ALIMENTARIS	EQUIPAMENT DE LA PERSONA	EQUIPAMENT DE LA LLAR
31,8% Varietat de productes	**34,4%** Varietat de productes	**33,4%** Varietat de productes	**48,0%** Varietat de productes	**50,0%** Varietat de productes
27,3% Quantitat/ Oferta de botigues	**23,8%** Quantitat/ Oferta de botigues	**23,5%** Preu (més econòmic)	**37,3%** Quantitat/ Oferta de botigues	**31,2%** Quantitat/ Oferta de botigues
21,7% Preu (més econòmic)	**22,2%** Preu (més econòmic)	**23,3%** Quantitat/ Oferta de botigues	**13,6%** Costum/ Comoditat	**17,0%** Preu (més econòmic)

Resultats en percentatges de casos – sumen més del 100%

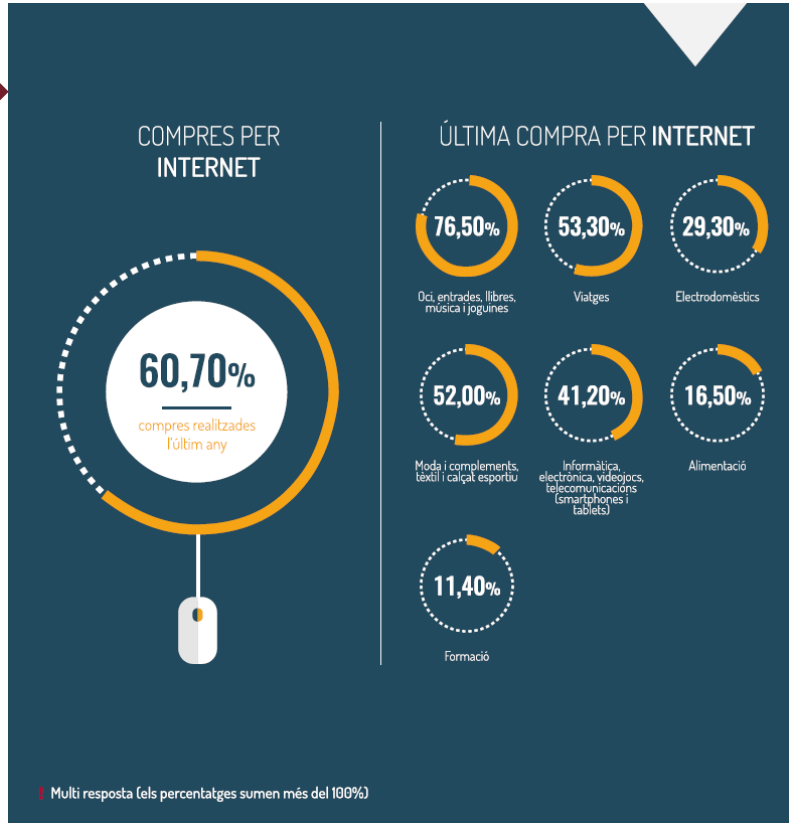
Compres per Internet



2024

El 60,9% Municipi

2019



Servei Públic de Consum

Ús del servei per informar-se o fer una reclamació

Ús del servei per informar-se o fer una reclamació al municipi 20,5%

ÚS DEL **SERVEI PÚBLIC DE CONSUM** PER **COMARCA**

Diputació Barcelona | Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública

Ús d'elements reutilitzables en la compra

PERFIL **USUARI ELEMENTS REUTILITZABLES**

RESPONSABLE COMPRA

56,7% dones amb responsabilitat de compra

EDAT

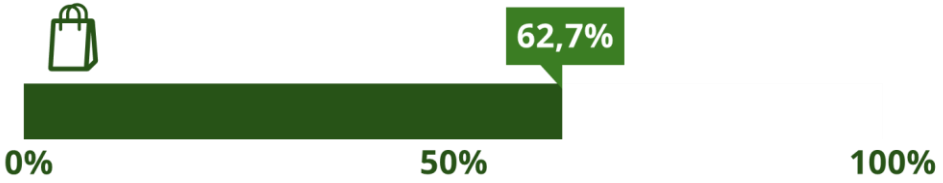
40,5% tenen entre 45 i 64 anys

MEMBRES LLAR

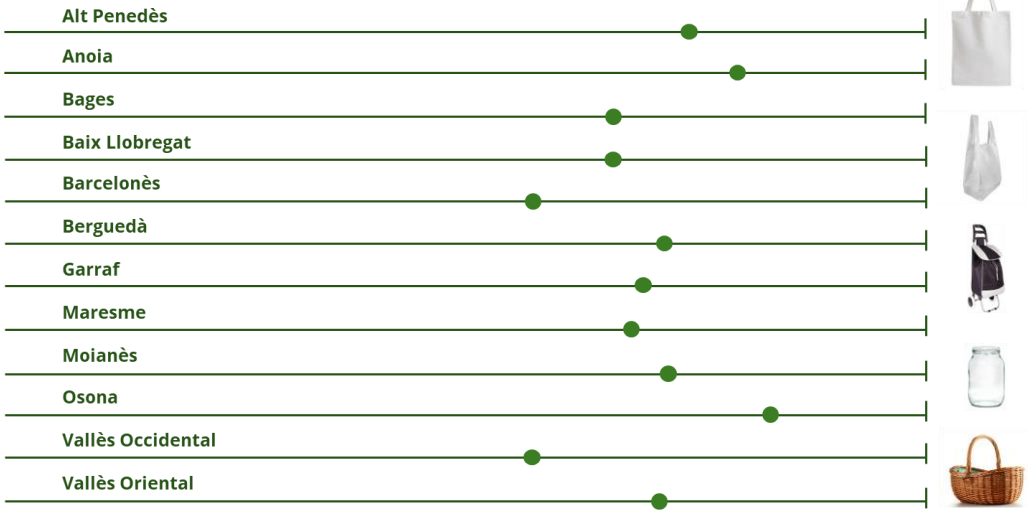
51,4% parelles amb o sense fills

NIVELL ECONÒMIC

48,7% Classe mitjana



ÚS D'**ELEMENTS REUTILITZABLES** PER **COMARCA**



62,9% Bosses de tela

31,4% Plàstic reutilitzable

7,0% Carretons

4,1% Vidre per envasar

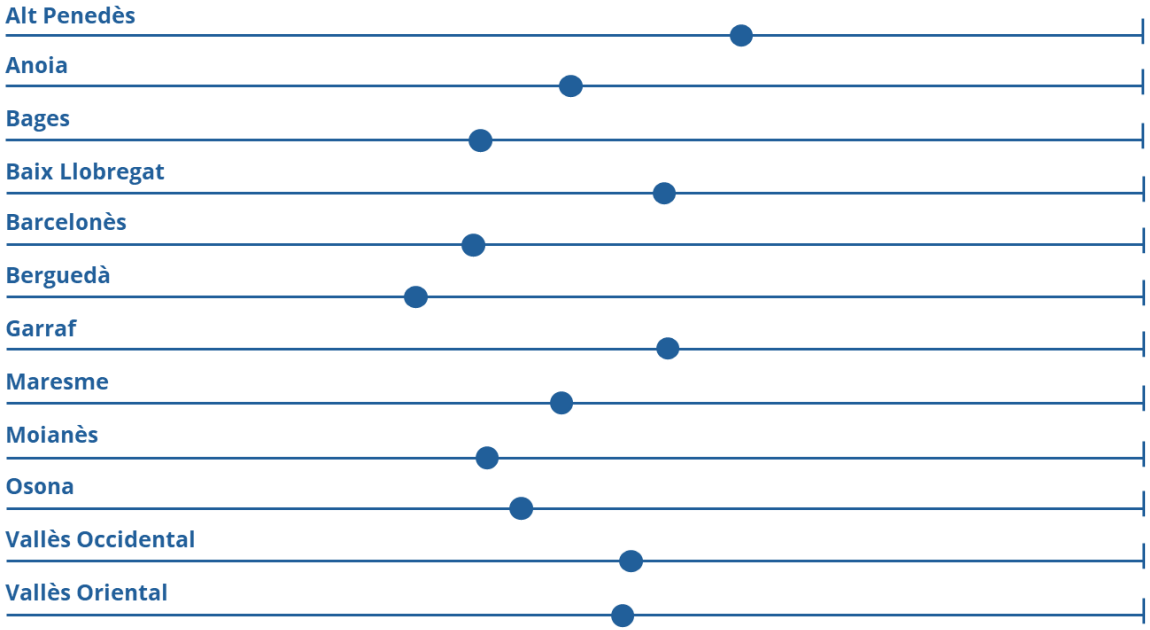
3,6% Cabassos

Servei Públic de Consum

Coneixement de les OMIC

Coneixement de les OMIC
63,6%

CONEIXEMENT DE L'OMIC PER COMARCA



Observatori del comerç local

L'Observatori del Comerç dels municipis de la província de Barcelona neix per ser un espai d'informació i anàlisi de la situació comercial d'aquests municipis i convertir-se en un punt de referència per prendre decisions actuals i establir reptes de futur en matèria comercial.

És un punt de trobada i font d'inspiració per a tots els agents públics i privats que treballen en el sector.

En aquest Observatori trobareu les dades principals que generem a partir dels estudis propis o dels principals organismes oficials relacionades amb l'activitat comercial de la província de Barcelona.

- **Enquesta d'hàbits de consum i compra**
- **Recursos de serveis locals**
- **Estudis i treballs de la Gerència de Serveis de Comerç**

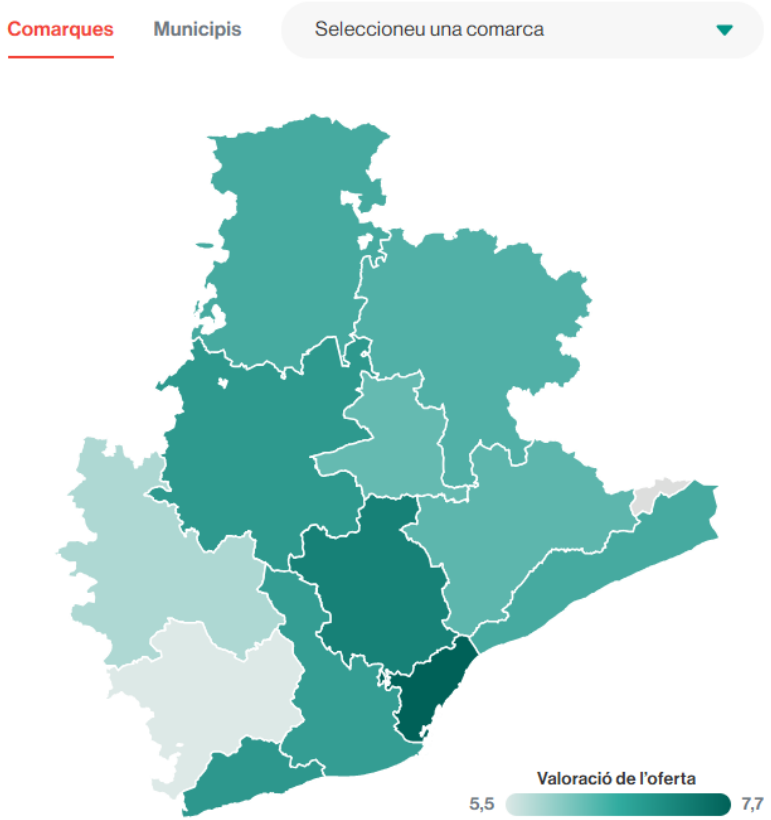
Enquesta d'hàbits de consum i compra

La Gerència de Serveis de Comerç vol contribuir al coneixement de l'estat del comerç dels nostres municipis. Amb aquest objectiu, us oferim l'anàlisi dels hàbits de consum i compra a la província de Barcelona, basada en una enquesta telefònica als responsables de compra d'unes 8.000 llars familiars principals (residències habituals).

L'enquesta es basa en el coneixement dels diferents perfils de llars i consumidors, les seves preferències, hàbits i motivacions de compra. Aquesta estadística s'anirà repetint cada dos anys per conèixer com evoluciona en el temps.

La informació de la demanda es presenta de manera territorialitzada. La mostra s'ha dissenyat per tal que els resultats siguin significatius en l'àmbit provincial i comarcal i per sistemes territorials.

El baròmetre d'hàbits de consum i compra ha estat dirigit i finançat per la Gerència de Serveis de Comerç.



Observatori del comerç local

Recursos de serveis locals

La Gerència de Serveis de Comerç té com a objectiu, entre altres, consolidar una línia d'actuació basada en principis de sostenibilitat, proximitat, compromís mediambiental i social, que aposti per un model de comerç, de serveis i de mercats municipals capaç d'afrontar els nous reptes de consum i de respondre a les necessitats de creixement productiu dels nostres municipis.

Per potenciar aquesta línia, la Gerència de Serveis de Comerç ofereix als ens locals diferents eines i programes d'aplicació en matèria de comerç i serveis.

Mapa de posicionament comercial

Dades x Mercats

Cercles de comparació intermunicipals

Estudis i treballs de la Gerència de Serveis de Comerç

Des de la Gerència de Serveis de Comerç treballem amb els ens locals i amb les principals associacions del teixit comercial de la província de Barcelona per tal de promoure accions de millora en el desenvolupament del comerç urbà i de proximitat.

Per desenvolupar aquesta tasca, la Gerència publica diferents estudis i guies per fomentar el coneixement del sector comercial i dels models de desenvolupament i gestió que ofereixen respostes diferents als reptes que afecten el teixit comercial dels municipis.

Filtra per any

Tots

+ Guia per a la creació d'una associació comercial

+ Alternatives de gestió de la distribució urbana de mercaderies-co...

+ Estratègia per a una comunicació inclusiva

+ Estratègia per a un comerç més intercultural

+ Com crear una fira virtual

Visualitza'n més

Moltes gràcies!!

Gerència de Serveis de Comerç
Àrea de Comerç, Consum i Salut Pública
Pavelló Central. Recinte Maternitat.
Travessera de les Corts, 131-159.
08028 Barcelona