

2019



# HÀBITS DE CONSUM I COMPRA DEL VALLÈS ORIENTAL



SEXE

EDAT



dones | homes  
**69,80%** | **30,20%**



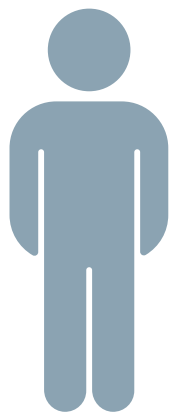
16-34 anys  
**6,70%**



35-49 anys  
**22,20%**



50-64 anys  
**39,90%**



+65 anys  
**31,20%**

## PERFIL DEL RESPONSABLE DE LA COMPRA DE LA LLAR



treballa  
**44,00%**



jubilat/da  
**36,60%**



aturat/da  
**10,00%**



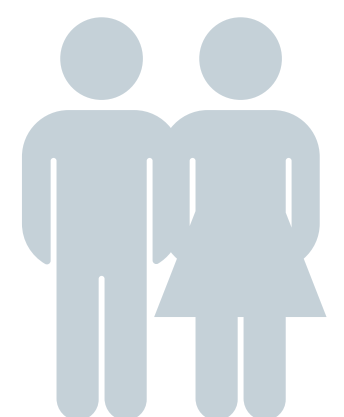
altres  
**2,10%**



mestressa de casa  
**7,30%**



exclusiva  
**48,30%**



compartida  
**51,70%**

SITUACIÓ LABORAL

RESPONSABILITAT COMPRES

# VALORACIÓ DE L'OFERTA COMERCIAL



horaris comercials

**8,04**



preus

**6,44**



qualitat de l'oferta comercial

**7,25**



varietat de l'oferta en oci

**4,50**



disponibilitat d'aparcament en zones comercials

**6,12**



professionalitat dels comerciants

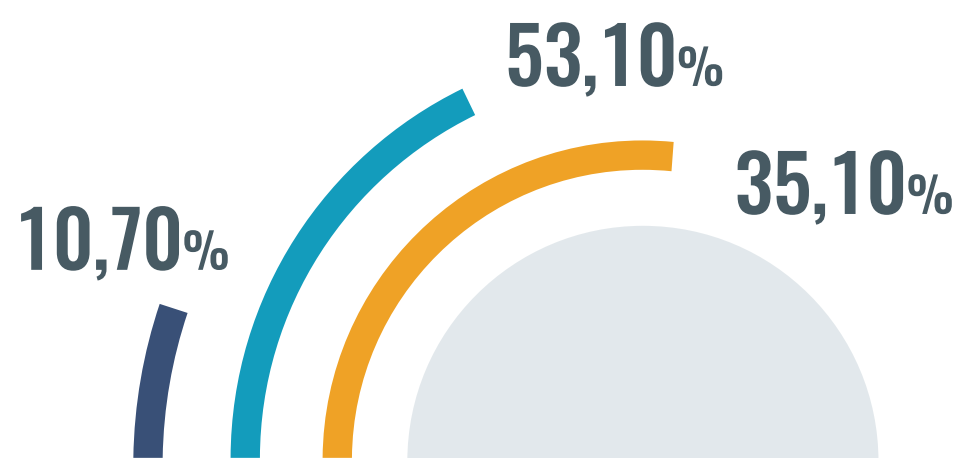
**7,88**

# ON ES COMPRA?

■ municipi    
 ■ fora municipi    
 ■ internet



PRODUCTES QUOTIDIANS



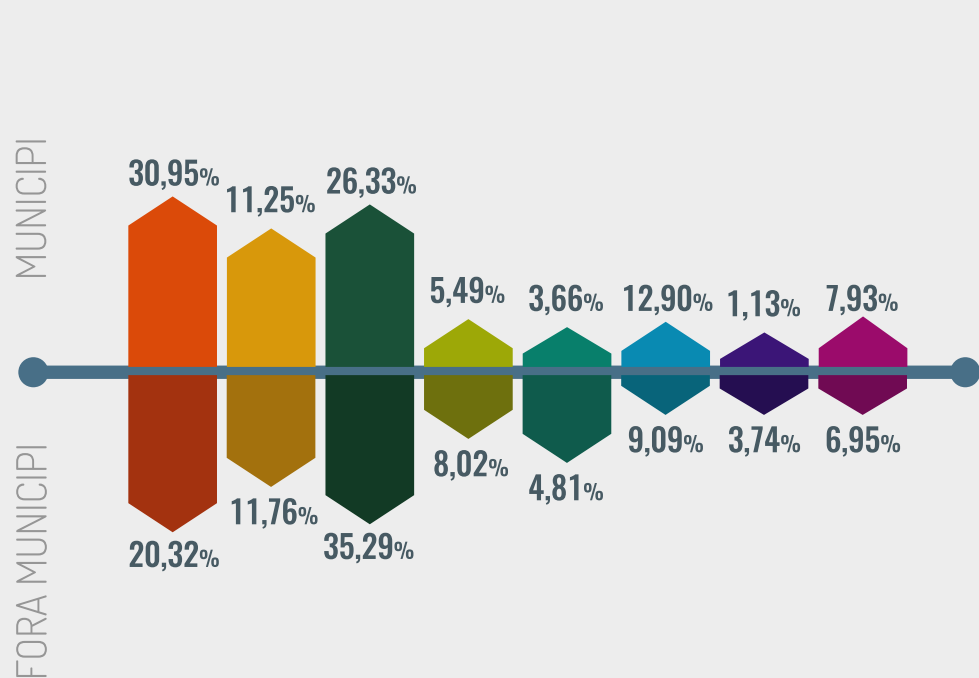
PRODUCTES NO QUOTIDIANS

# A QUINS ESTABLIMENTS?

PRODUCTES QUOTIDIANS

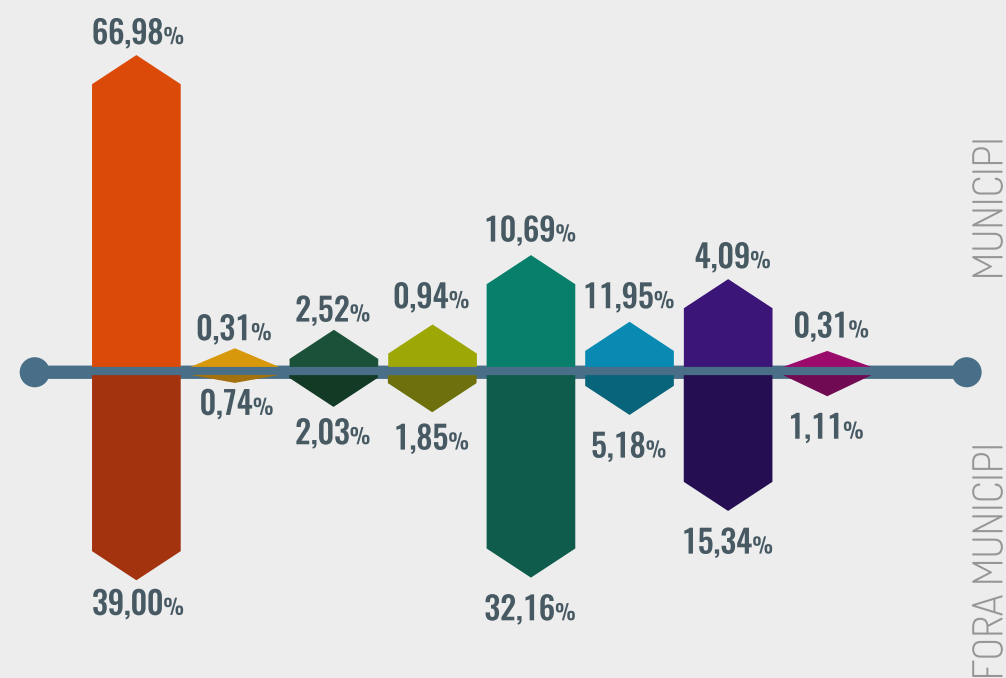


alimentació fresca



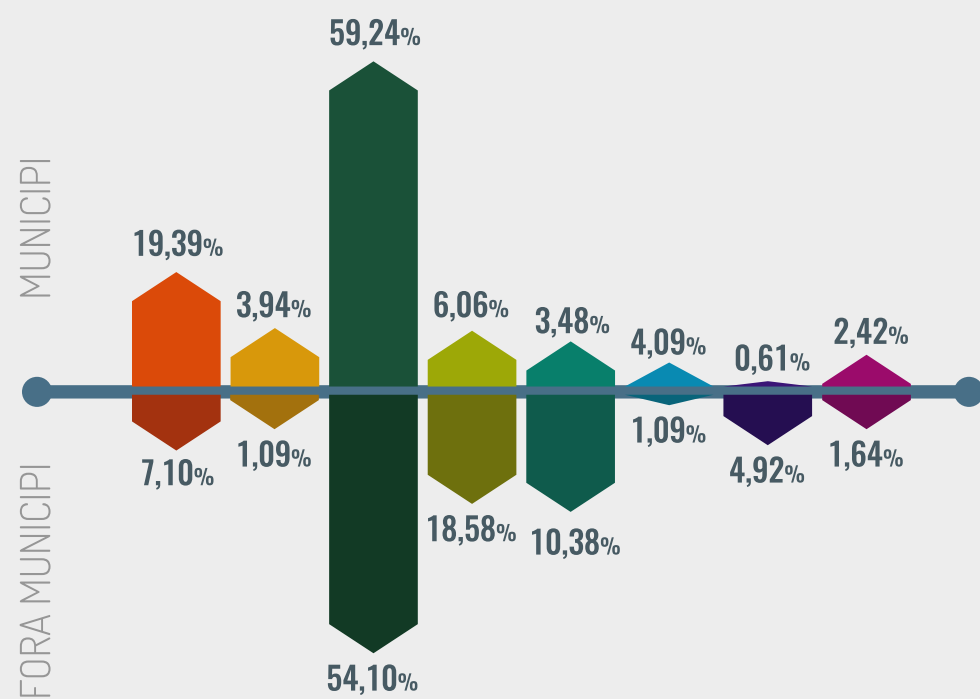
PRODUCTES NO QUOTIDIANS

equipament per la persona



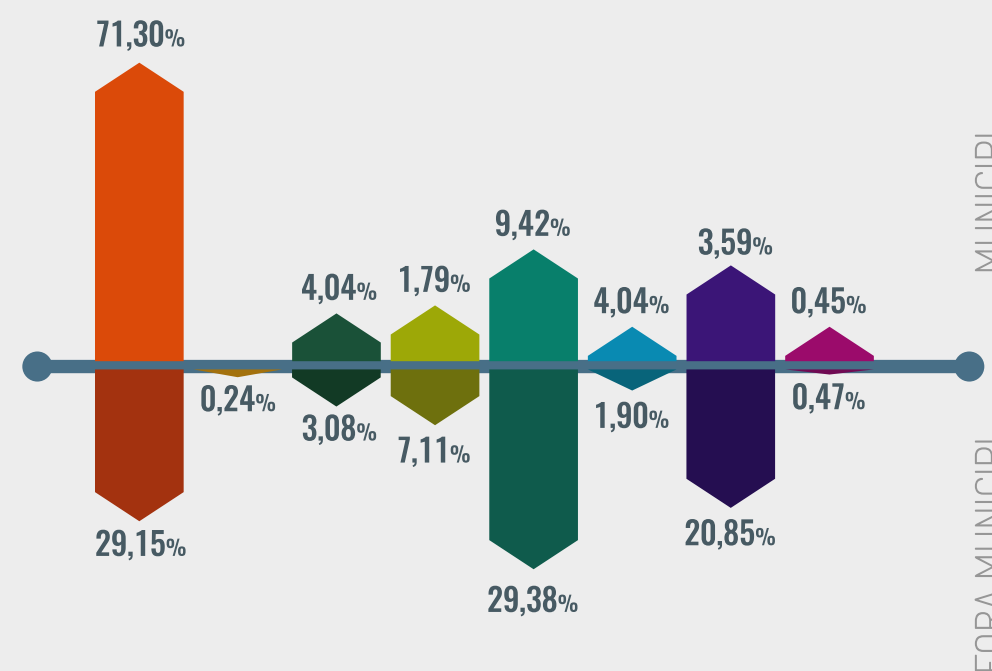


### resta d'alimentació

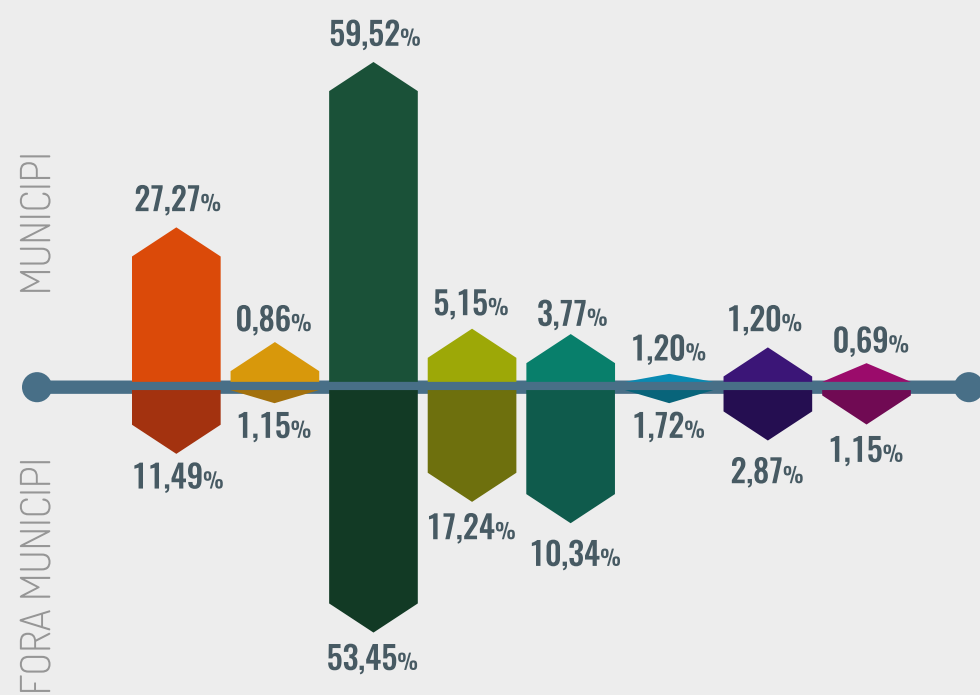


- botiga de barri/eix comercial
- mercat municipal
- supermercat
- hipermercat
- centres comercials
- mercat de venda no sedentària
- gran magatzem
- pagès productor

### equipament de la llar



### productes quotidians no alimentaris

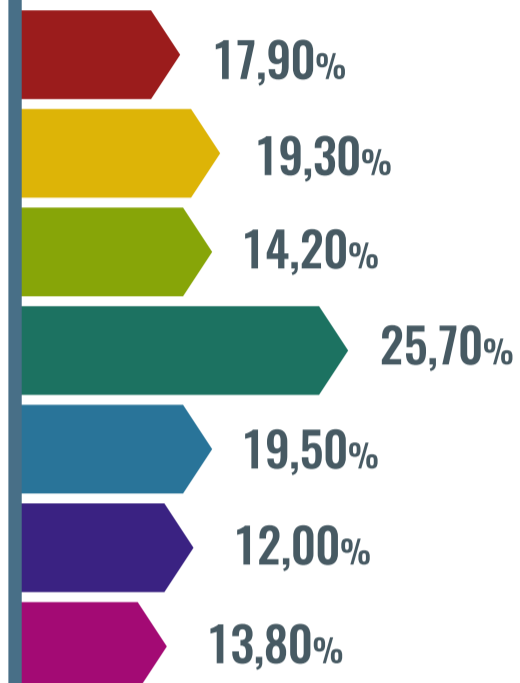


# MOTIUS DE COMPRA FORA DEL MUNICIPI

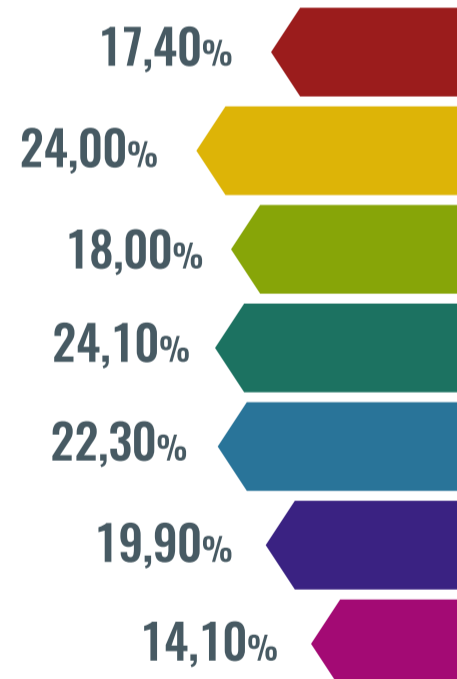
- quantitat oferta
- varietat de productes
- preu (més econòmic)
- proximitat
- comoditat/costum/  
li agrada
- per les grans superfícies/  
centres comercials
- botiga/  
producte concret



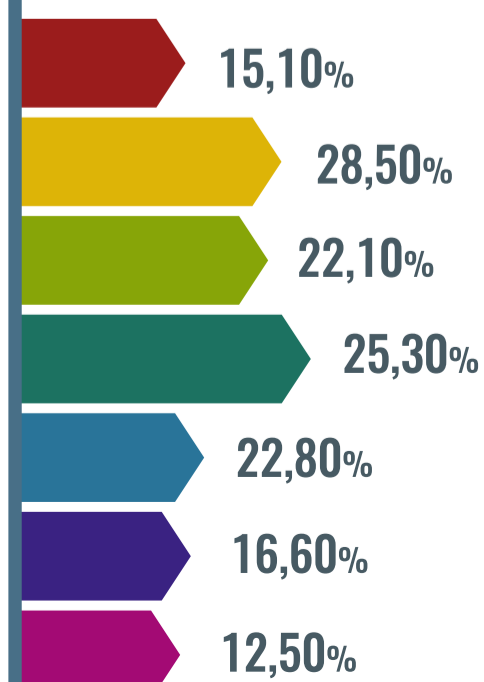
alimentació  
fresca



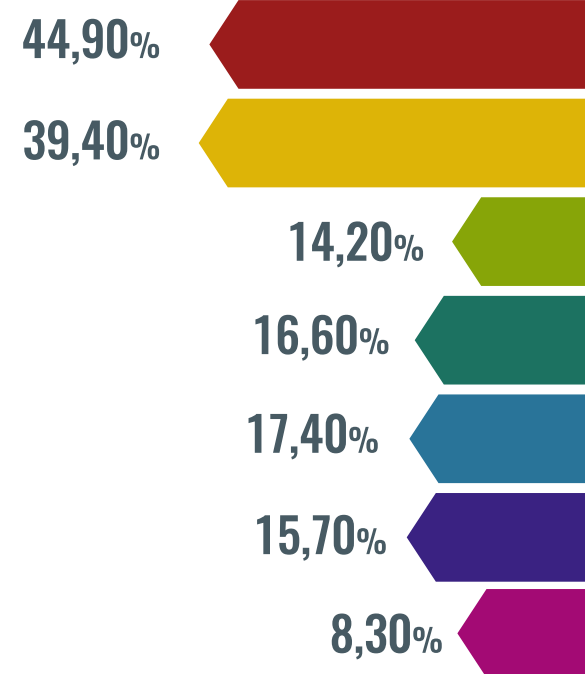
resta  
d'alimentació



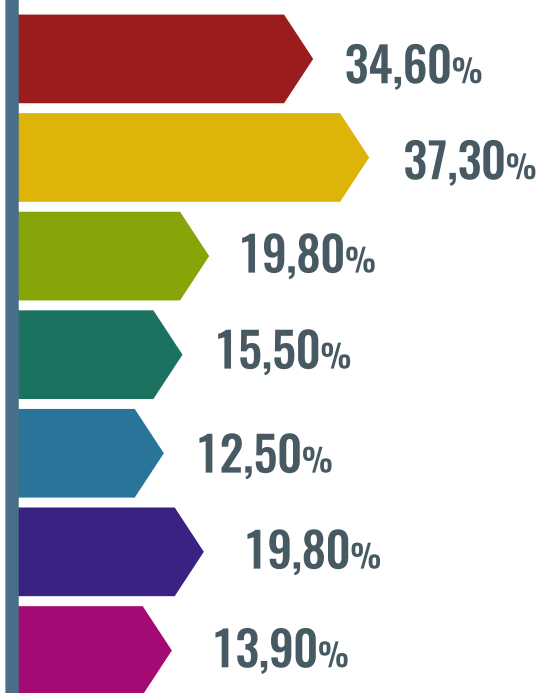
productes quotidians  
no alimentaris



equipament de la persona



equipament de la llar



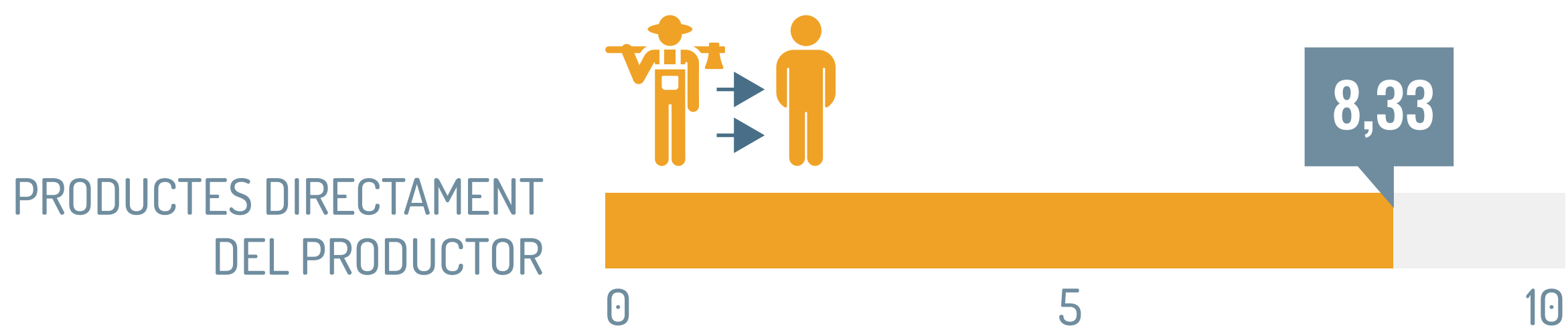
! Multi resposta (els percentatges sumen més del 100%)

# 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.

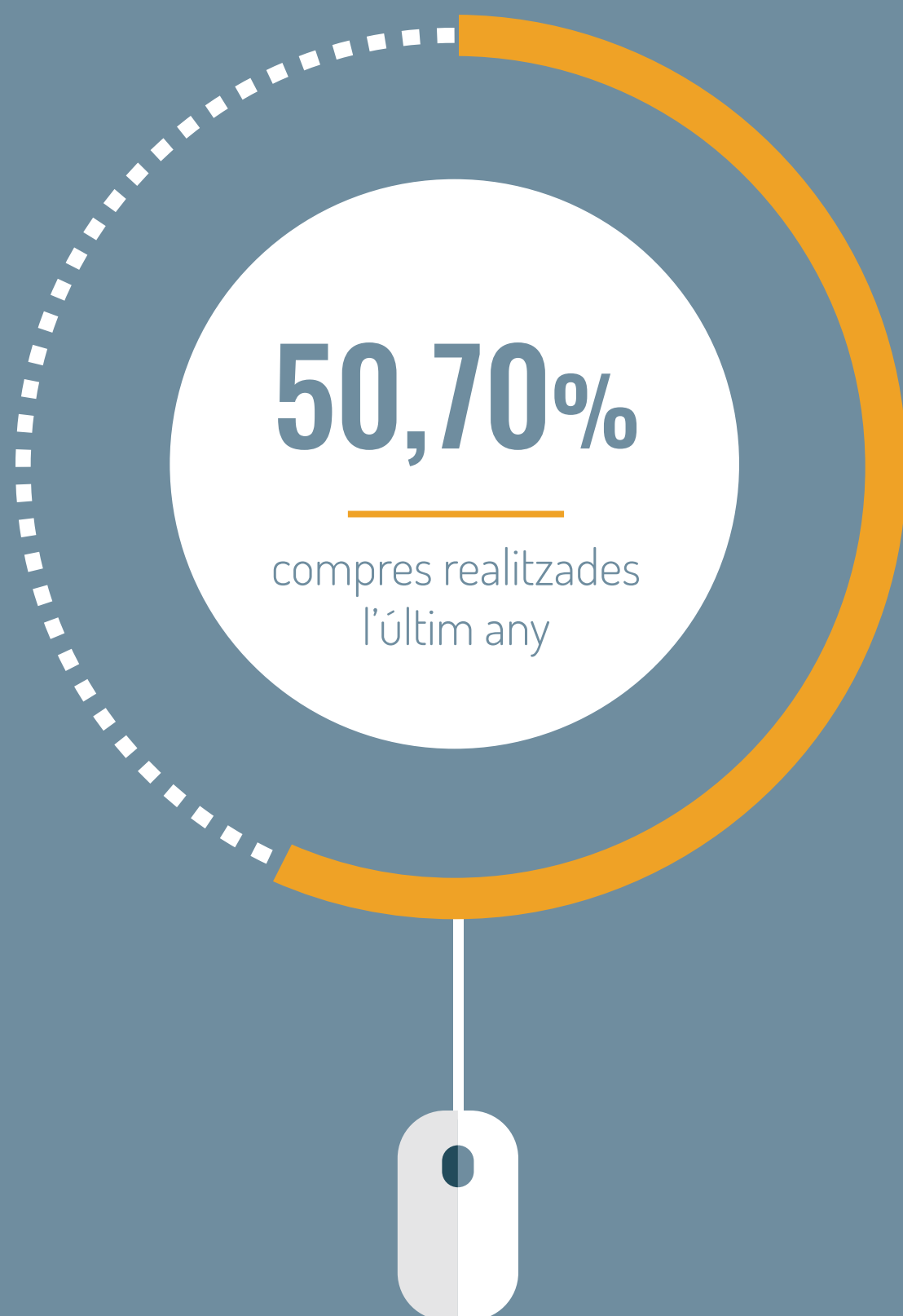
# IMPORTÀNCIA DELS PRODUCTES A L'OFERTA DELS COMERÇOS



\* 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%)