

OBSERVATORI DE COMERÇ DE SANTA COLOMA DE GRAMENET

HÀBITS DE COMPRA

RESUM EXECUTIU

- L'objecte d'aquest treball és disposar d'informació actualitzada sobre dos elements del sector comercial de Santa Coloma, la demanda i l'oferta, i conformar un observatori permanent del mateix sector.
- Així, d'una banda, s'han estudiat els hàbits de compra dels habitants de Santa Coloma de Gramenet, després dels reconeixement que es va efectuar a l'any 2000 amb motiu de l'elaboració del POEC de la ciutat.
- Addicionalment, s'ha efectuat una assistència tècnica a Grameimpuls per tal que disposi d'una metodologia de seguiment de l'oferta comercial de la ciutat, en substitució dels registres d'IAE que permetien, fins fa poc, disposar d'aquest tipus d'informació.
- El treball relatiu als hàbits de compra s'ha realitzat sobre la base d'una enquesta a una mostra representativa de la població, amb un marge d'error del 5% i un nivell de confiança del 95,5%, als responsables de la compra de les llars.
- El perfil dels responsables resultant presenta els següents trets:
 - Dona (96,5%)
 - Majorment d'edat compresa entre 30 i 64 anys (87,4%)
 - A les llars hi viuen entre 2 i 4 persones (86,8%)
 - Els ingressos de les llars que contesten són en un 87% dels casos inferiors a 2.500€ mensuals
 - Alt pes de les mestresses de casa (54,3%)
- La despesa comercialitzable estimada del conjunt de la població de Santa Coloma és de 441 milions d'euros, distribuïts per sectors de la manera següent:

	Per habitant (€)	Total (milers d'€)
Alimentació fresca	851,3	99.176,0
Alimentació seca	700,0	81.546,5
Quotidià no alimentari	240,7	28.041,5
Equipament de la llar	365,1	42.530,0
Equipament de la persona	539,3	62.830,5
Automoció, vehicles i carburants	852,4	99.308,1
Cultura i lleure	263,3	27.526,7
Total	3.785,0	440.959,1

- D'aquesta despesa s'estima que un 23,5%, és a dir prop de 104 milions d'euros es gasten en altres ciutats, amb aquest detall per sectors:

	Santa Coloma (%)	En un altre municipi (%)
Alimentació fresca	93,57	6,43
Alimentació envasada	85,89	14,11
Quotidià no alimentari	84,06	15,94
Equipament de la llar	66,66	33,34
Equipament de la persona	67,65	32,35
Automoció i carburants	60,91	39,09
Cultura i lleure	71,23	28,77

- L'estudi dels hàbits de compra dels colomencs es fa sector per sector, contemplant el lloc de compra principal per barris, ciutats i per tipus d'establiments, nom dels establiments quan no es tracta de comerç tradicional, freqüència de compra, motius de compra, distribució geogràfica de la compra i lloc de compra quan es compra fora de Santa Coloma. La major part de variables indicades es creuen per districtes de la ciutat, per edat i per nivell d'ingressos de les llars.
- Els resultats, que en l'estudi es presenten sector per sector, mostren uns trets que es repeteixen:
 - La compra al mateix barri és dominant a pràcticament tots els sectors, excepció feta del d'automoció i carburants, sector en el que, per cert, un 37,5% de les llars no hi efectua despesa.
 - Alta permeabilitat entre barris per a fer la compra principal.
 - Les persones més grans compren més al propi barri que no pas les més joves, que són les que van a fer-ho més a altres ciutats. També les persones amb major nivell de renda són les que surten més a comprar fora de Santa Coloma.
 - Al sector de l'alimentació fresca el canal de compra dominant és el mercat municipal, amb un 53%, on hi van sobretot les persones més grans.
 - El canal dominant en alimentació envasada i quotidià no alimentari és el bloc autoserveis i supermercats. Encara que té relativament poca importància quantitativa, els compradors més joves són els que més van als hipermercats.

- El canal en la resta de sectors és el comerç tradicional, al que li segueixen els hipermercats (cas d'equipament per la llar), els centres comercials (cas de l'equipament de la persona i de la cultura i lleure), entre altres. És significativa la presència del canal mercat ambulat en l'equipament de la persona.
- Si s'exceptua el comerç tradicional, els establiments que més penetració tenen són el Condis, Mercadona i Dia a l'alimentació i quotidià no alimentari. A la resta de sectors és més dispers i s'hi troben: Carrefour, Ikea, La Maquinista, El Corte Inglés, Montigala, FNAC, entre altres.
- Els dos atributs dominants que expliquen perquè els colomencs compren on compren són la proximitat / costum i el preu. Se'ls hi ha d'afegir en el cas de l'equipament de la llar i de la persona, la varietat d'oferta.
- La compra fora de Santa Coloma es concentra a Badalona (que ocupa el primer lloc de la compra a fora en alimentació, quotidià no alimentari i equipament de la llar) i a Barcelona (que ocupa el primer lloc de la compra a fora en equipament de la persona, automoció i carburants, i cultura i lleure)
- Pel que fa a l'oferta comercial de la ciutat, de les dades obtingudes en els primers exercicis de quantificació de l'observatori en destaquen els punts següents:
 - L'oferta comercial de Santa Coloma consta de 1.776 establiments, essent el primer sector en importància el quotidià alimentari, amb un 37,8%, seguit de l'equipament de la llar i l'equipament de la persona, amb un 20% cadascun
 - La superfície total dels establiments comercials és de 191.045 m², essent la de venda pròpiament de 131.861
 - La dimensió mitjana dels establiments és de 74,2 m² de superfície de venda. Els més grans són els d'automoció i carburants, el comerç mixt (que inclou autoserveis i supermercats) i equipament de la llar, cada un dels amb més de 100 m².
 - La dimensió mitjana dels establiments presenta una clara tendència a créixer si es compara l'estimació de l'observatori amb els càlculs efectuats amb motiu del POEC. Només disminueix la dimensió dels comerç mixt, la resta de sectors d'oferta augmenten tots.
 - La dotació comercial mesurada en establiments per cada 10.000 habitants és de 150, xifra que representa un lleuger augment respecte a les dades del POEC (147 establiments)

- Pel que fa a la dotació en termes de superfície de venda per cada habitant, és actualment de 1,09 m².

1. METODOLOGIA I FITXA TÈCNICA

El treball que es presenta sobre hàbits de compra dels habitants de Santa Coloma de Gramenet s'ha efectuat sobre la base d'una enquesta a una mostra de la població .

L'enquesta d'hàbits s'ha fet telefònicament entre els dies 11 i 19 d'abril de 2005 a la persona encarregada de la compra de les llars enquestades.

El nombre d'elements de la mostra, és a dir de persones (llars) enquestades, que posteriorment són seleccionants aleatòriament i de manera proporcional entre els sis districtes de la ciutat, es determina a partir del nivell d'error estadístic assumible i del nivell de confiança que es desitja dels resultats obtinguts. La fórmula emprada per obtenir el número d'elements de la mostra és la següent:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N - 1) \cdot d^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

essent

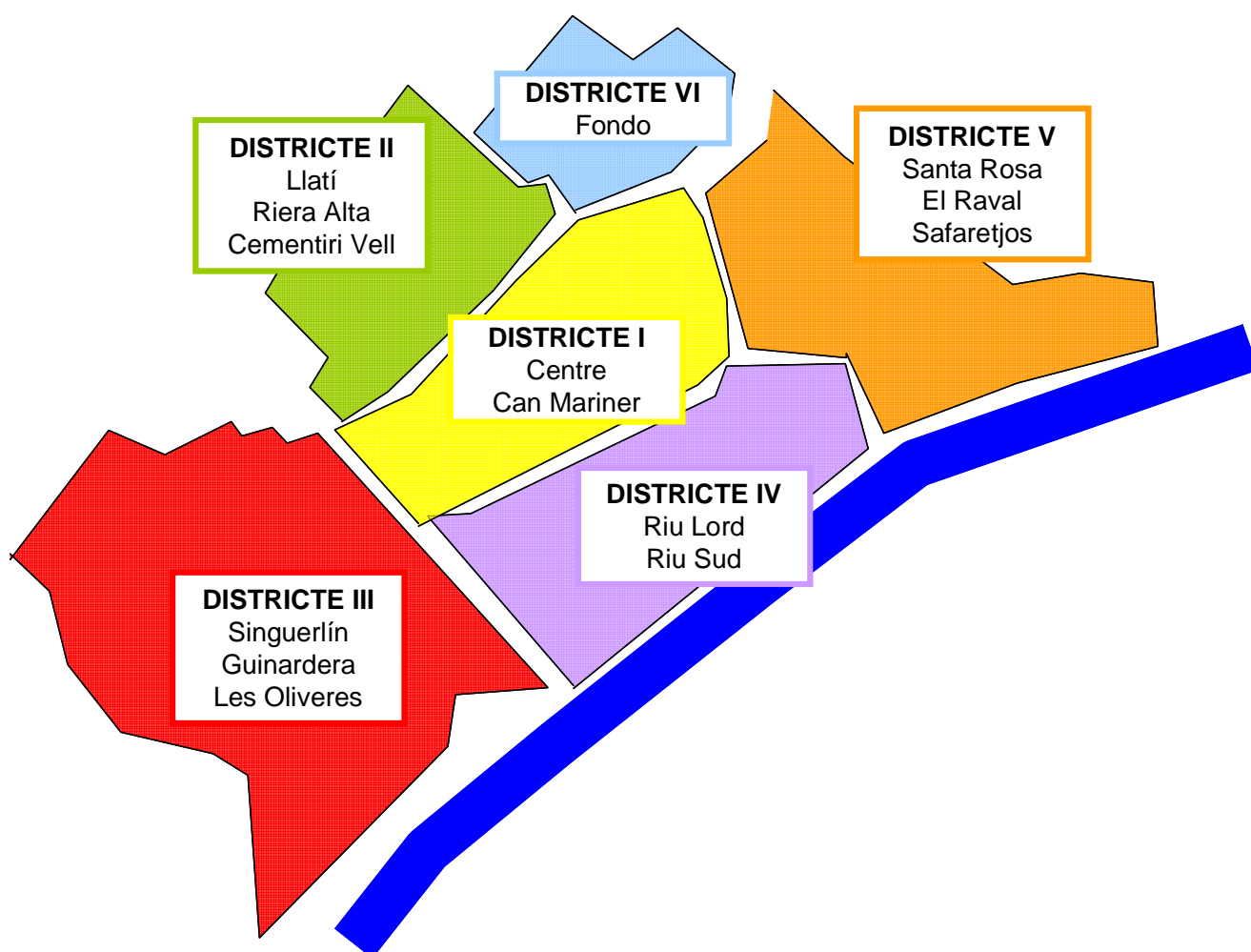
- **n** la grandària mostral;
- **N** la grandària de la població;
- **p=q=0,5** (hipòtesi de màxima incertesa);
- **d** l'error comès en l'estimació, i
- **Z** el valor de la distribució normal per al nivell de confiança prèviament establert.

S'ha establert una grandària mostral n=400 per a la ciutat de Santa Coloma de Gramenet, que segons l'*Instituto Nacional de Estadística* l'any 2004 tenia una població N=116.503 habitants, un marge d'error del 5,0% i un nivell de confiança del 95,5%.

Una vegada decidit el nombre d'elements de la mostra, s'han repartit proporcionalment, atenent a la població, entre els sis districtes de Santa Coloma de Gramenet d'acord amb el percentatges que representen sobre el total de la població:

- Districte 1 18,8% (inclou barri Centre i Can Mariner)
- Districte 2 13,5% (inclou Llatí, Riera Alta i Cementiri Vell)
- Districte 3 17,0% (inclou Singuerlín, Guinardera i les Oliveres)
- Districte 4 19,5% (inclou Riu Nord i Riu Sud)
- Districte 5 18,5% (inclou Santa Rosa, El Raval i Safaretjos)
- Districte 6 12,8% (el Fondo)

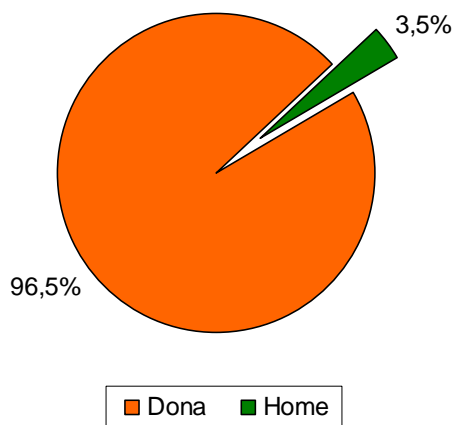
Mapa 1. Santa Coloma de Gramenet per districtes



En els gràfics 1 a 9 es presenta el perfil socioeconòmic de les persones enquestades, que són, com s'ha indicat, les encarregades principals de realitzar la compra de la llar.

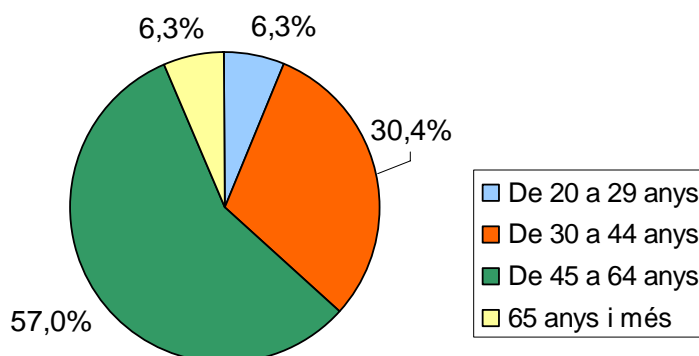
El 96,5% de les persones enquestades són dones, mentre que tan sols el 3,5% són homes (gràfic 1). Es conclou, per tant, que les dones són majoritàriament les encarregades principals d'efectuar les compres de la llar a Santa Coloma de Gramenet.

Gràfic 1. Sexe dels enquestats



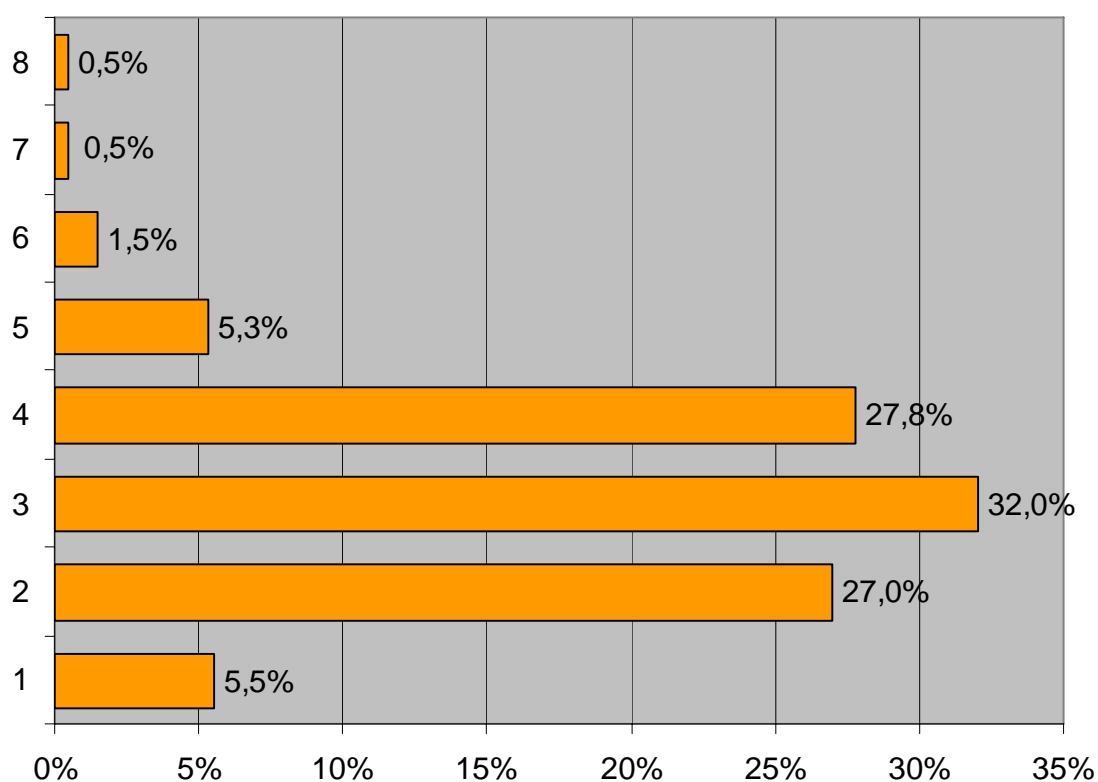
Pel que fa a l'edat dels responsables de la compra, es dona un domini de l'edat intermèdia: el 57,0% tenen entre 45 i 64 anys, el 30,4% entre 30 i 44 anys, el 6,3% entre 20 i 29 anys i, finalment, el 6,3% restant tenen 65 anys o més (gràfic 2).

Gràfic 2. Edat dels enquestats



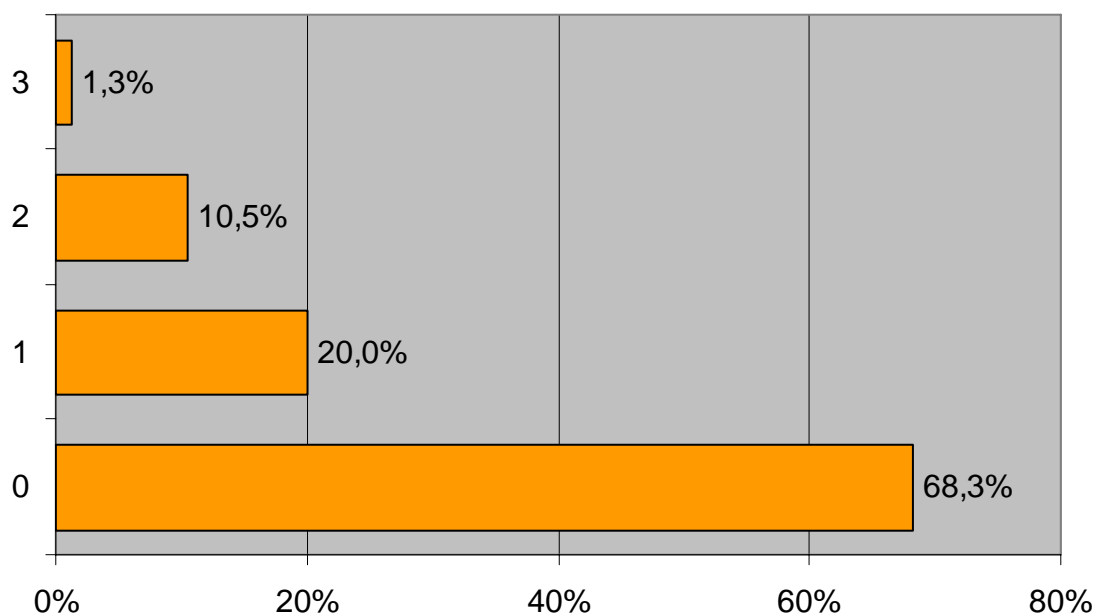
El treball de camp realitzat també permet determinar el nombre de persones que viuen en les llars de Santa Coloma, resultant-ne que al 32,0% de les llars hi viuen 3 persones, al 27,8% n'hi viuen 4 i al 27,0% de les llars 2 persones. També es posa de manifest que tan sols al 7,8% de les llars hi viuen 5 o més persones i que el 5,5% restant són llars amb un sol membre (gràfic 3). Aquests resultats permeten concloure que a les llars de Santa Coloma hi viuen, de mitjana, 3,1 persones.

Gràfic 3. Nombre de persones que viuen a la llar



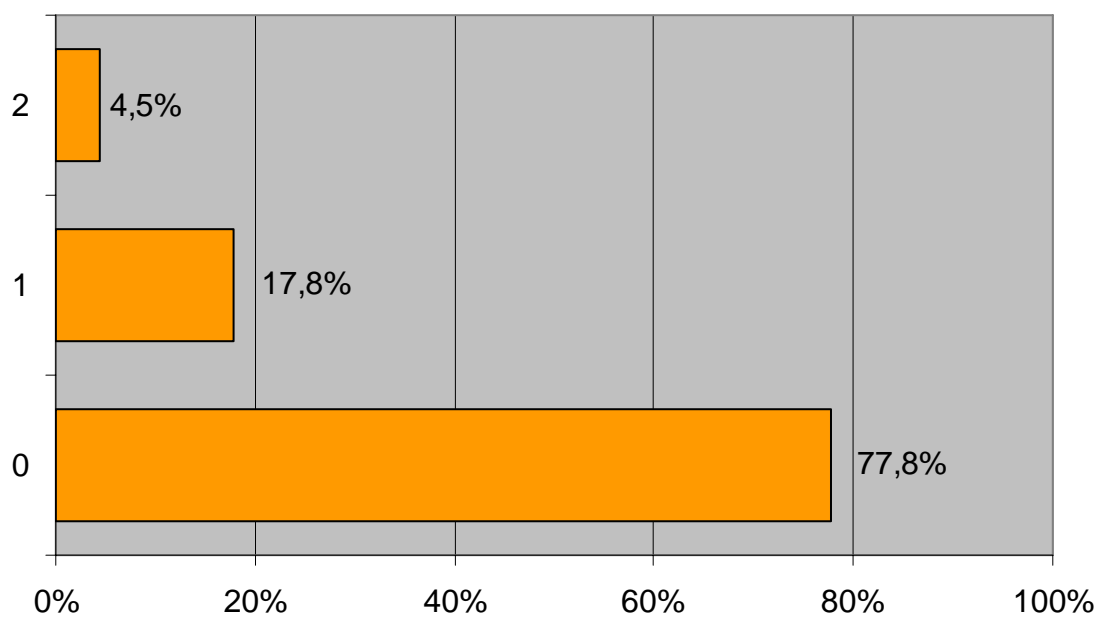
Un altre aspecte que dóna informació rellevant sobre la composició de les llars de Santa Coloma és la presència de persones joves i de persones grans. Concretament de menors de 16 anys i de més de 64 anys. Al 68,3% de les llars de la ciutat no hi viu cap persona de menys de 16 anys, mentre que tan sols a l'11,8% de les llars hi viuen 2 o més persones d'aquesta edat (gràfic 4).

Gràfic 4. Nombre de persones menors de 16 anys a la llar



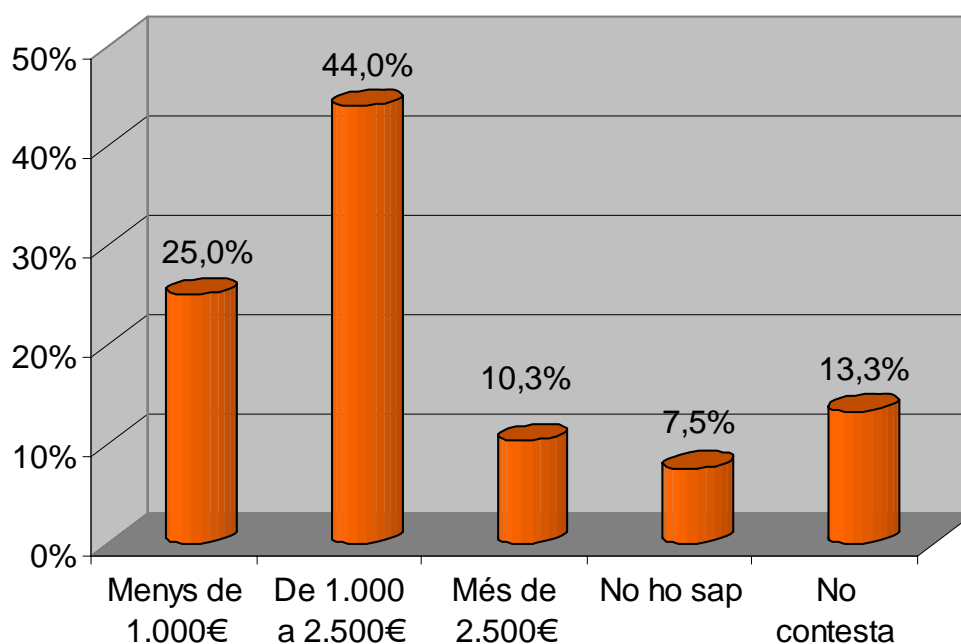
D'altra banda, al 77,8% de les llars no hi viu cap persona major de 64 anys, al 17,8% n'hi viu una i al 4,5% n'hi viuen dues (gràfic 5).

Gràfic 5. Nombre de persones majors de 64 anys a la llar



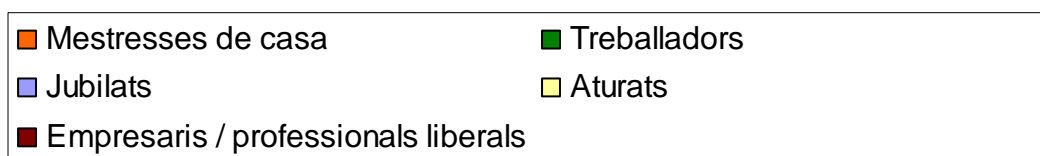
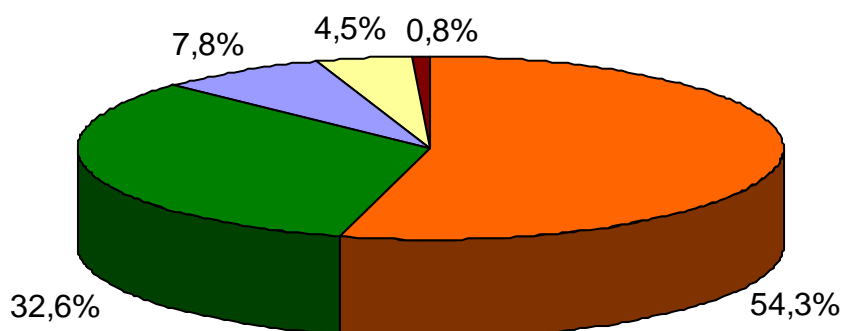
L'enquesta també permet conèixer el ingressos nets mensuals de les llars incloses en l'estudi. Un 25,0% de llars tenen uns ingressos mensuals nets inferiors als 1.000€, el 44,0% tenen uns ingressos entre 1.000 i 2.500€ i el 10,3% uns ingressos superiors als 2.500€ mensuals. Cal destacar també que el 20,8% de les persones enquestades han preferit no respondre a aquesta qüestió o simplement no saben la informació requerida (gràfic 6).

Gràfic 6. Ingressos nets de la llar



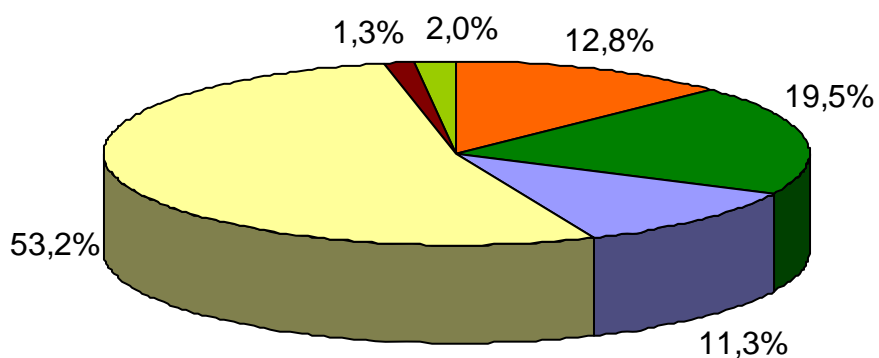
Pel que fa a l'activitat de la persona enquestada, es posa de manifest una gran presència de mestresses de casa, que representen el 54,3% dels responsables de la compra. Un altre 32,6% treballen, un 7,8% són persones jubilades, un 4,5% estan aturades, mentre que el 0,8% restant són empresaris o professionals liberals (gràfic 7).

Gràfic 7. Activitat dels enquestats



Per últim, pel que fa al lloc de naixement de les persones enquestades, tan sols el 12,8% han nascut a Santa Coloma de Gramenet. D'altra banda, el 19,5% han nascut a la ciutat de Barcelona, l'11,3% a la resta de Catalunya, el 53,3% a la resta d'Espanya i el 3,3% a la resta del món (gràfic 8).

Gràfic 8. Lloc de naixement de l' enquestat



2. DESPESA COMERCIALIZABLE I FUGA DE COMPRA

La despesa comercialitzable inclou aquelles despeses de les famílies que tenen per objecte la compra de béns que són oferts en establiments comercials. No inclou, en canvi, la compra o lloguer i manteniment de l'habitatge, els consums de subministraments com ara l'electricitat o l'aigua, les despeses sanitàries, les despeses en educació, el transport públic, les comunicacions i les despeses en turisme i hosteleria.

D'acord amb les dades que facilita l'*Instituto Nacional de Estadística* (INE), les despeses comercialitzables en el sentit del paràgraf anterior representen el 61,08% del total de despesa efectuada per les famílies catalanes, essent la resta compra d'altres béns i serveis no inclosos en el concepte despesa comercialitzable. En el quadre 1 es presenta la composició de la despesa per grups de productes comercialitzats.

Quadre 1. Pes dels béns comercialitzables en la despesa

Alimentació fresca	13,74%
Alimentació envasada	11,30%
Quotidià no alimentari	3,88%
Equipament de la llar	5,89%
Equipament de la persona	8,70%
Automoció i carburants	13,76%
Cultura i lleure	3,81%
Total	61,08%

Font: INE i elaboració pròpia

Atesa la manca d'informació específica per Santa Coloma, s'ha suposat que el pes dels béns comercialitzables en la cistella de la compra d'una família d'aquesta ciutat és el mateix que al conjunt de Catalunya.

D'altra banda, segons l'*Encuesta Continua de Presupuestos Familiares* elaborada per l'INE, l'any 2004 cada català va dedicar de mitjana 8.351€ en despeses de consum. En aquest cas, tampoc es disposa de la despesa per

habitant en béns de consum a Santa Coloma de Gramenet i, atès que la renda familiar disponible per habitant de la ciutat és inferior a la catalana, no es pot suposar que la despesa per habitant en béns comercialitzables a Santa Coloma sigui la mateixa que al conjunt de Catalunya. Per solucionar aquest problema s'ha efectuat el supòsit que la despesa per habitant en béns de consum a la ciutat equival al 74,2% de la catalana, partint del fet que aquesta és la renda familiar disponible per habitant de Santa Coloma de Gramenet quan es considera la mitjana catalana igual a 100¹. Per tant, la despesa en béns de consum per persona a Santa Coloma l'any 2004 es pot estimar en 6.196,4 € (74,2% de 8.351,0 €).

D'aquesta despesa total per habitant de 6.196,4€, el 61,08% correspon a béns comercialitzables (és a dir, 3.785,0€). En la primera columna del quadre 2 es mostra la despesa comercialitzable per habitant a Santa Coloma de Gramenet l'any 2004, diferenciant entre els diferents tipus de productes, mentre que en la segona columna s'assenyala la despesa comercializable del conjunt de la ciutat tenint en compte que, segons el Padró Continu de Població, l'any 2004 Santa Coloma de Gramenet tenia 116.503 habitants. D'acord amb aquestes dades, la despesa comercialitzable l'any 2004 va ser de 440.959,1 milers d'€, és a dir, 73.369,4 milions de les antigues pessetes. Comparada amb la despesa comercialitzable que es va obtenir en el POEC de la ciutat elaborat l'any 2000, aquesta xifra representa un increment del 9,8%, malgrat que d'acord amb les dades del Padró de l'any 2000 i del 2004 la població hagi disminuït un 0,5%.

¹ Dada referida a l'any 2000, atès que aquest és el darrer any pel qual l'IDESCAT ha publicat aquesta informació

Quadre 2. Despesa comercialitzable

	Per habitant (€)	Total (milers d'€)
Alimentació fresca	851,3	99.176,0
Alimentació seca	700,0	81.546,5
Quotidià no alimentari	240,7	28.041,5
Equipament de la llar	365,1	42.530,0
Equipament de la persona	539,3	62.830,5
Automoció, vehicles i Carburants	852,4	99.308,1
Cultura i lleure	236,3	27.526,7
Total	3.785,0	440.959,1

Font: INE i elaboració pròpia

La població de Santa Coloma de Gramenet genera, per tant, un potencial de negoci anual del comerç de 441 milions d'euros, però una part d'aquests diners es gasten fora de la ciutat. La informació obtinguda en l'enquesta d'hàbits de compra realitzada permet efectuar una estimació de quina és aquesta part i quin és el volum global de fuga de despesa.

En efecte, una de les preguntes formulades en l'enquesta d'hàbits de compra dels habitants de Santa Coloma de Gramenet era, per cada tipus de bé comercialitzable, quina part de la despesa es realitza a la ciutat i quina part es fa fora de Santa Coloma. En el quadre 3 es recull aquesta informació. Així de cada 100€ gastats per una família de Santa Coloma, per exemple, en alimentació fresca, 93,57 es gasten a la ciutat i 6,43 fora.

Quadre 3. De cada 100 € que gasta, quants en gasta a...?

	Santa Coloma	En un altre municipi
Alimentació fresca	93,57	6,43
Alimentació envasada	85,89	14,11
Quotidià no alimentari	84,06	15,94
Equipament de la llar	66,66	33,34
Equipament de la persona	67,65	32,35
Automoció i carburants	60,91	39,09
Cultura i lleure	71,23	28,77

Font: Enquesta d'hàbits de compra dels habitants de Santa Coloma de Gramenet (2005)

A partir d'aquesta informació és possible calcular quina part de la despesa comercialitzable de Santa Coloma es gasta a la pròpia ciutat i quina part es gasta fora. En el quadre 4 es posa de manifest que les fugues de compra cap a altres municipis van representar l'any 2004 un total de 103.597,1 milers d'euros, el que equival al 23,5% de la despesa comercialitzable total de Santa Coloma de Gramenet.

El percentatge indicat de compres realitzades fora del municipi, és inferior al 26,1% que es va obtenir en el POEC de la ciutat elaborat l'any 2000.

Quadre 4. Fuga de compra

	Total (milers d'€)	% despesa comercialitzable
Alimentació fresca	6.377,0	6,4%
Alimentació envasada	11.506,2	14,1%
Quotidià no alimentari	4.469,8	15,9%
Equipament de la llar	14.179,5	33,3%
Equipament de la persona	20.325,7	32,4%
Automoció i carburants	38.819,5	39,1%
Cultura i lleure	7.919,4	28,8%
Total	103.597,1	23,5%

Font: Elaboració pròpia

En definitiva, des de l'elaboració del POEC de Santa Coloma l'any 2000 i fins a l'actualitat, i en cas que les metodologies utilitzades i les informacions de base fossin estrictament comparables, es podria afirmar que la despesa comercialitzable del municipi ha augmentat en un 9,8% entre el 2000 i el 2004, mentre que la fuga de compra cap a altres municipis ha disminuït des del 26,1% de l'any 2000 fins al 23,5% del moment actual. La combinació d'aquests dos fets provoca que en aquest període de temps hagi augmentat en un 13,6% la despesa efectuada pels habitants de Santa Coloma en els comerços de la pròpia ciutat, malgrat que la població hagi disminuït lleugerament.

3. ANÀLISI PER CAPÍTOLS DE DESPESA

L'anàlisi de la despesa comercialitzable a Santa Coloma de Gramenet s'ha efectuat distingint 7 capítols de despesa, seguint un esquema molt semblant al que utilitza l'IDESCAT i el departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat.

L'IDESCAT distingeix 8 sectors de despesa que són aquests: Quotidià alimentari, Quotidià no alimentari, Equipament de la llar, Equipament de la persona, Automoció i carburants, Lleure i cultura, Comerç mixt i Altres.

En el nostre exercici hem prescindit del sector "altres", al tractar-se d'un sector quasi residual difícil de concretar en una enquesta telefònica i també del "comerç mixt", atès aquest concepte fa referència a format d'oferta comercial i no té rellevància en un estudi de demanda com el nostre.

En contraposició a l'anterior, en l'estudi hem desagregat el sector quotidià alimentari en dos: d'una banda, l'alimentació fresca, que s'autodefineix amb la pròpia denominació, i de l'altra l'alimentació envasada, que inclou fonamentalment els aliments, preparats o no, així com les begudes, que es presenten al mercat de forma envasada.

Així doncs, els sectors contemplats en aquest treball són aquests:

- Alimentació fresca
- Alimentació envasada
- Quotidià no alimentari
- Equipament de la llar
- Equipament de la persona
- Automoció i carburants
- Cultura i lleure

Aquests sectors són analitzats un per un tractant el lloc de compra principal, la freqüència de compra, les motivacions de compra al lloc habitual, els llocs

alternatius de compra, la distribució de la despesa i la ciutat on compra quan la compra es fa fora de Santa Coloma de Gramenet.

En concret, cada sector és analitzat amb un recull de síntesi dels principals resultats d'unes 2 pàgines, seguit d'un conjunt de gràfics i taules relatives al sector en qüestió. Els apartats que conformen cada sector són:

- A. **Lloc de compra principal** (al propi barri, a la zona centre, a un altre barri i a una altra ciutat), distingint per districtes, edat i renda.
- B. **Compra principal a d'altres poblacions o barris**, que concreta el lloc on es compra quan la compra principal es fa fora del propi barri.
- C. **Tipus d'establiment on compra habitualment**, distingint els canals de distribució que tothom coneix, com ara el comerç tradicional, l'autoservei (menys de 400 m²), al mercat municipal, el supermercat (més de 400 m²), l'hipermercat, el mercat ambulant, ... Aquesta informació es presenta creuada per districte de residència, per edat i per nivell de renda.
- D. **Nom de l'establiment**, es refereix a la marca de l'establiment on es fa la compra habitual quan es fa fora del comerç tradicional. En aquest punt es detecten noms de supermercats, mercats municipals, hipermercats, entre altres.
- E. **Freqüència de compra**, distingint entre diferents intervals, des de la freqüència diària fins, a l'altre extrem, menys d'un cop al mes. Aquesta informació també es presenta creuada per districte de residència, per edat i per nivell de renda.
- F. **Per què compra en el lloc on compra habitualment**, és una pregunta oberta amb indicació dels atributs dominants que justifiquen l'opció de compra. Es presenten de manera agrupada per associacions lògiques.
- G. **Quan no compra en aquest lloc, on compra**, fa referència a la segona opció geogràfica de compra, alternativa a la principal o habitual. La resposta es concreta en districtes o ciutats. Aquesta informació es

presenta creuada per districte de residència, per edat i per nivell de renda.

H. **Distribució geogràfica de la compra. De cada 100€..**Quantifica quina part de la compra de cada sector es fa a Santa Coloma de Gramenet i quina part es fa fora de Santa Coloma. També es dóna el detall per districtes de la ciutat, per grups d'edat i per nivells de renda.

I. **On compra quan no ho fa a Santa Coloma** identifica les ciutats on es fa la compra que no es fa a la pròpia ciutat.

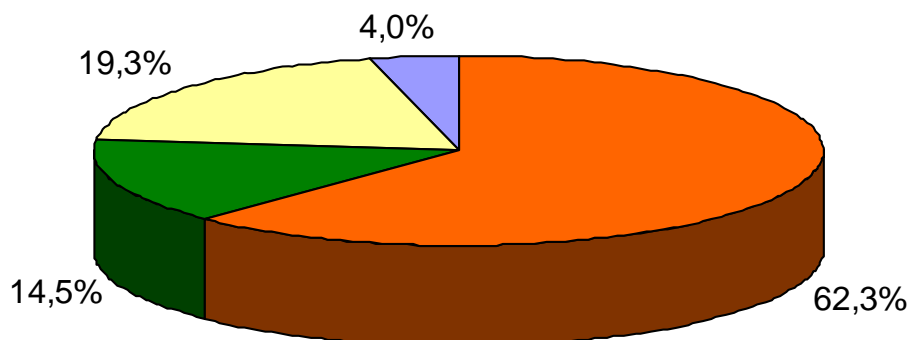
3.1. Alimentació fresca

<p>A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL</p>	<ul style="list-style-type: none">• Un 96% dels colomencs fan la compra principal d'alimentació fresca a la mateixa ciutat, i només un 4% ho fan fora. El districte amb més fuga cap a altres ciutats és el 5, amb un 10,8%.• La compra al mateix barri és dominant (62,3%), essent 6 el districte més "fidel", amb el 90,2%, i el 2 el "menys fidel", amb un 37%.• La zona centre absorbeix el 14,5% de les compres d'alimentació fresca, i és especialment accentuada l'atracció d'aquesta zona pels districtes 2 i 4.• La permeabilitat de compra entre barris és gran, atès que el 19,3% es fan en altres barris (excepte la zona centre).• La compra al barri la fan majorment les persones més joves (menys de 29 anys) i les més grans (65 anys o més).• Les persones d'edat intermitja són les que mostren més mobilitat a l'interior de Santa Coloma a l'hora de comprar, mentre que els més joves són els que van a comprar fora, per bé que en uns percentatges molt baixos.• La menor compra relativa d'alimentació fresca al barri l'efectuen les llars amb un nivell de renda intermig, de 1.000 a 2.500€ mensuals.
------------------------------------	---

<p>B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quan els colomencs fan la compra principal d'alimentació fresca fora del barri ho fan sobretot al districte 6 (50,5%) i al districte 4 (22,6%). • Per bé que a gran distància, compren també a Badalona (8,6%), Sant Adrià (4,3%) i a Barcelona (3,2%).
<p>C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El mercat és el primer canal de compra habitual d'alimentació fresca (53%), destacant per sobre de tots els districtes 6 (83,4%), i els districtes 1 i 3 (amb un 61%). • Els autoserveis, el comerç tradicional i els supermercats són els altres tres canals de distribució amb una certa importància (18,3%, 16,8% i 11,3%, respectivament). • Com més edat, major és l'ús del mercat. Com més jove el comprador major és l'ús del supermercat, i també del comerç tradicional. • L'hipermercat, dintre de tenir poca importància, és utilitzat només per la població més jove al comprar alimentació fresca. • Per nivells de renda, com més grans els ingressos, menor és l'ús del mercat com a canal de compra habitual i major el del comerç tradicional i dels supermercat.
<p>D. NOM DE L'ESTABLIMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exceptuant el comerç tradicional, la compra habitual d'alimentació fresca a Santa Coloma presenta un gran protagonisme per part dels tres mercats existents. Hi compra el 60,6% de les llars, amb el del Fondo i el de Segarra al capdavant. • Per marques de canal, Condis i Mercadona ocupen els primers llocs, amb el 12,6% i el 7,2%, respectivament. A notable distància hi figuren Champion, Caprabo i Dia.

<p>E. FREQUÈNCIA DE COMPRA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Només un 15,5% de les llars compren alimentació fresca diàriament. Els valors dominants són: més d'un cop per setmana (41,5%) i un cop per setmana (40,3%). • La compra més espaiada en el temps creix a mesura que els responsables de la compra són més joves. • Per nivell de renda no hi ha diferències substancials quant a la freqüència de compra d'aliments frescos.
<p>F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Els atributs més citats per part dels colomencs per a justificar que compren l'alimentació fresca on ho fan són, en primer lloc, la qualitat que hi troben (32,3%) i, després, la proximitat / costum (31,3%). • A notable distància hi figuren el preu (17,8%) i el tracte al client (11%). La resta d'atributs són citats per menys del 10% dels colomencs.
<p>G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quan els colomencs compren alimentació fresca en llocs diferents dels habituals, ho fan sobretot a altres barris. En petits percentatges també ho fan a Badalona i a Barcelona.
<p>H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA. DE CADA 100€..</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De cada 100€ gastats en alimentació fresca, 96,3 es gasten a Santa Coloma. • La major fuga de compra fora de la ciutat es dona al districte 5, entre els colomencs més joves i de renda intermèdia.
<p>I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La compra d'alimentació fresca fora de Santa Coloma, per bé que té molt poca importància relativa, es fa sobretot a Badalona (46,2%) i a Barcelona (34,1%).

A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL



■ Al barri
 ■ A la zona centre
 ■ A un altre barri
 ■ A una altra ciutat

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Al barri	74,7	37,0	73,5	59,0	41,9	90,2
A la zona centre	0,0	24,1	8,8	28,2	17,6	7,8
A un altre barri	24,0	37,0	14,7	9,0	29,7	0,0
A una altra ciutat	1,3	1,9	2,9	3,8	10,8	2,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

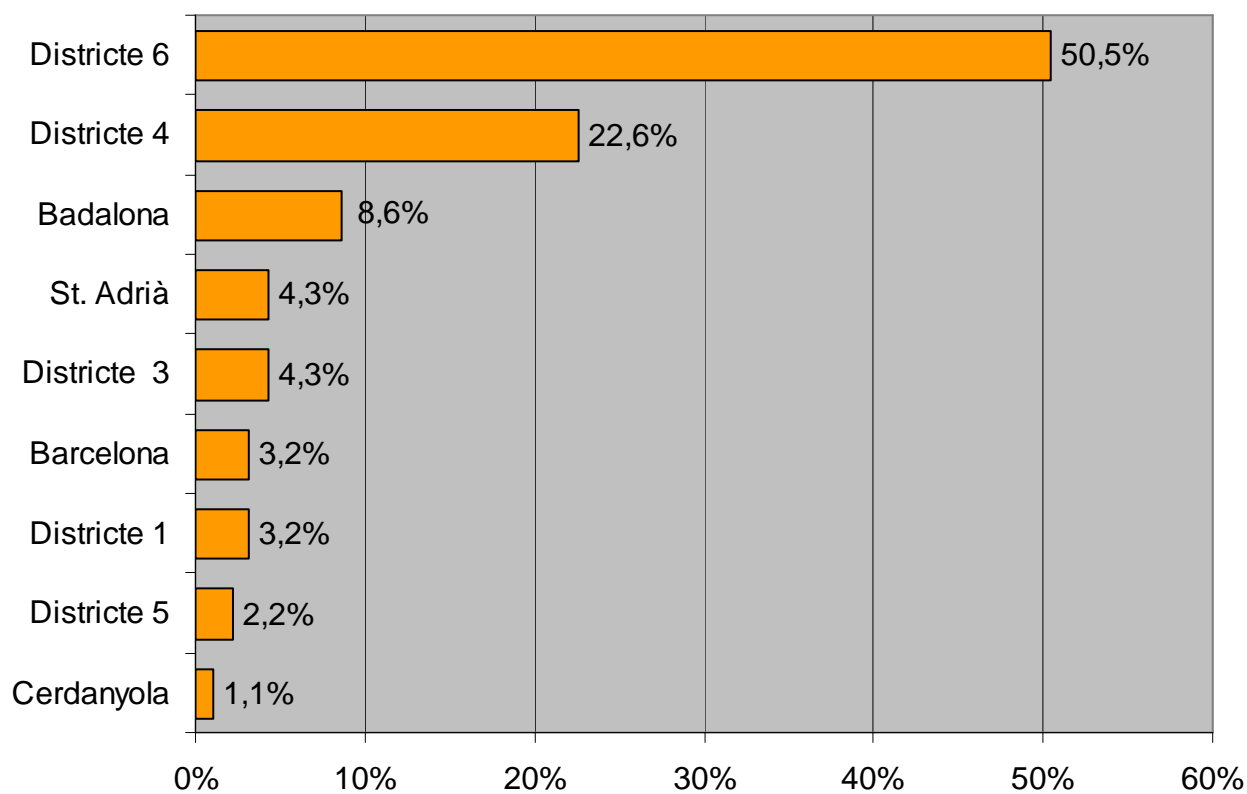
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Al barri	76,0	58,2	61,4	76,0
A la zona centre	8,0	15,6	15,4	8,0
A un altre barri	8,0	23,8	18,4	16,0
A una altra ciutat	8,0	2,5	4,8	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

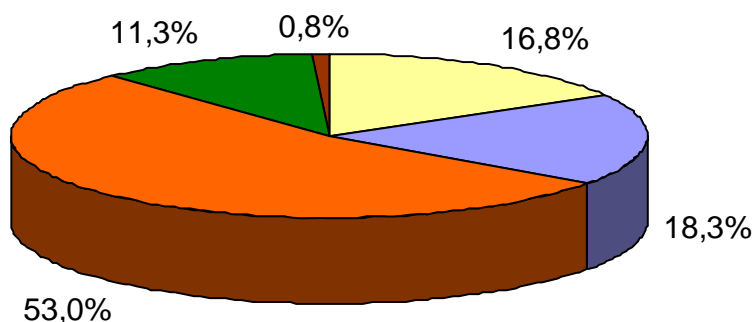
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Al barri	69,0	59,1	65,9
A la zona centre	12,0	13,6	14,6
A un altre barri	17,0	21,6	17,1
A una altra ciutat	2,0	5,7	2,4
Total	100,0	100,0	100,0

B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS



C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT



■ Comerç Tradicional
 ■ Autoservei
 ■ Mercat
 ■ Supermercat
 ■ Hipermercat

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Comerç tradicional	14,7	18,5	11,8	25,6	18,9	7,8
Autoservei	14,7	27,8	10,3	21,8	24,3	9,8
Mercat	61,3	35,2	61,8	33,3	50,0	82,4
Supermercat	8,0	16,7	14,7	19,2	6,8	0,0
Hipermercat	1,3	1,9	1,5	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

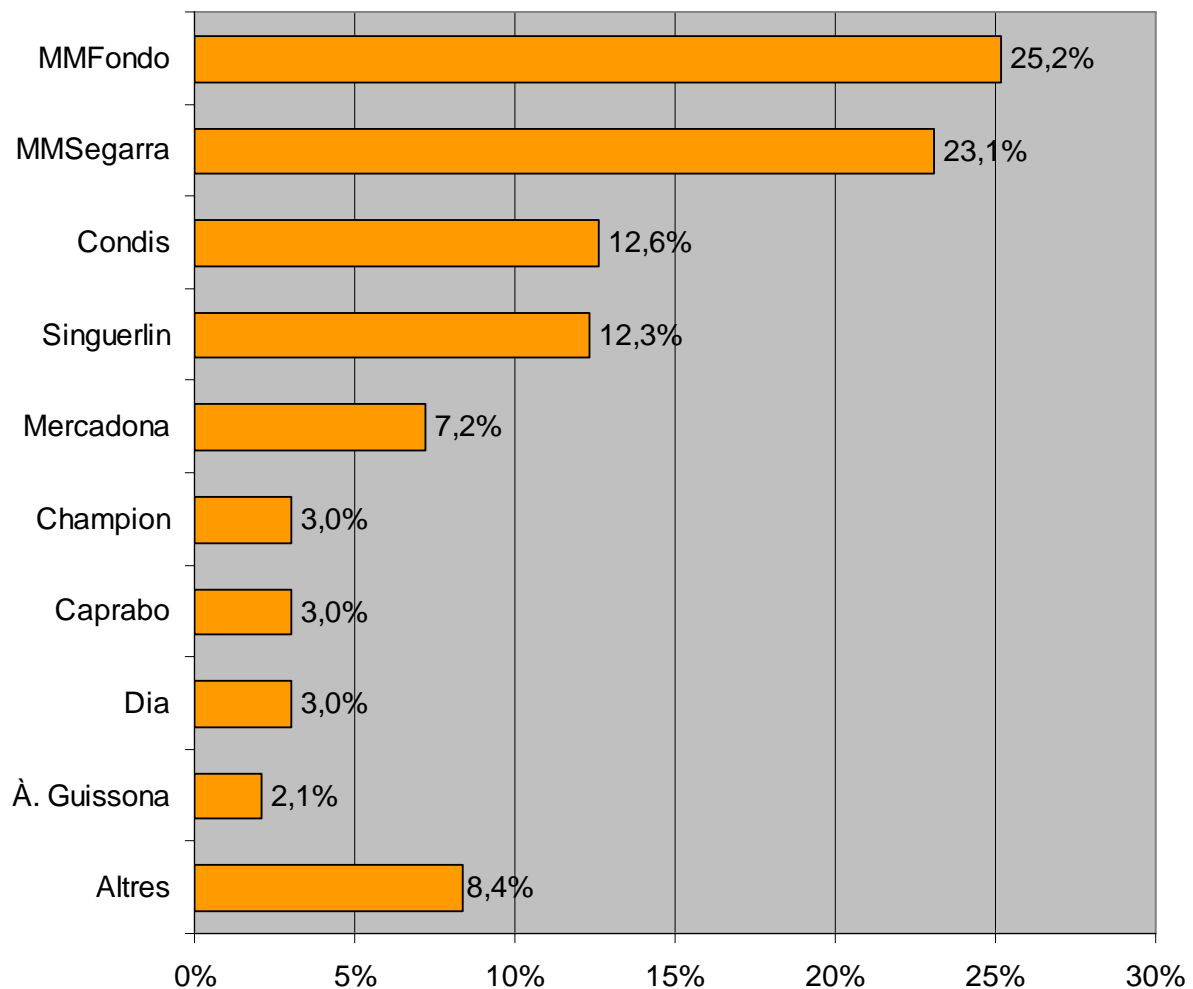
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Comerç tradicional	24,0	23,0	13,6	8,0
Autoservei	16,0	14,8	19,7	24,0
Mercat	36,0	45,9	57,9	60,0
Supermercat	20,0	16,4	7,9	8,0
Hipermercat	4,0	0,0	0,9	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

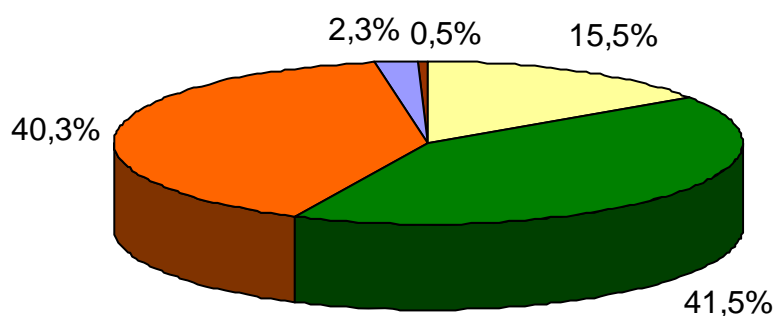
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Comerç tradicional	7,0	20,5	22,0
Autoservei	22,0	15,9	14,6
Mercat	61,0	49,4	48,8
Supermercat	10,0	12,5	14,6
Hipermercat	0,0	1,7	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

D. NOM DE L'ESTABLIMENT (no comprèn el comerç tradicional)



E. FREQUÈNCIA DE COMPRA



■ A diari	■ Més d'1 cop per setmana
■ 1 cop per setmana	■ Cada 15 dies
■ 1 cop al mes	

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
A diari	14,7	16,7	25,0	6,4	16,2	15,7
Més d'1 cop per setmana	50,7	48,1	35,3	44,9	25,7	47,1
1 cop per setmana	34,7	33,3	33,8	47,9	54,1	33,3
Cada 15 dies	0,0	0,0	4,4	1,3	4,1	3,9
1 cop al mes	0,0	1,9	1,5	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

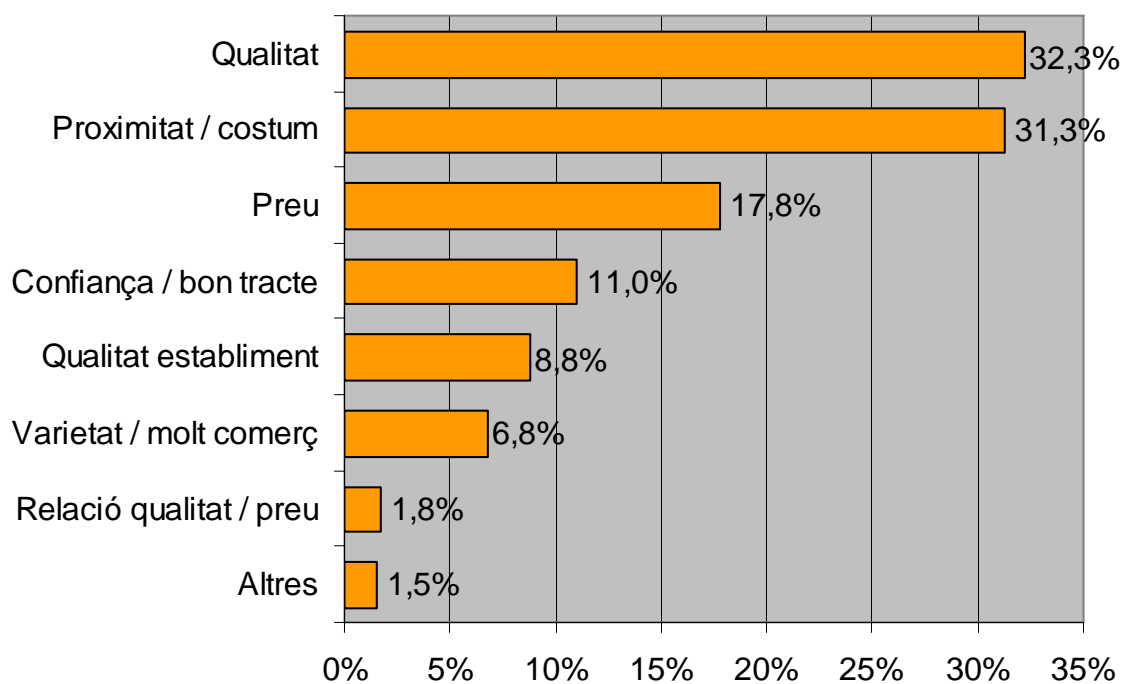
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
A diari	12,0	8,2	19,7	16,0
Més d'1 cop per setmana	28,0	39,3	43,0	52,0
1 cop per setmana	52,0	48,4	35,5	32,0
Cada 15 dies	8,0	2,5	1,8	0,0
1 cop al mes	0,0	1,6	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Nivell de renda

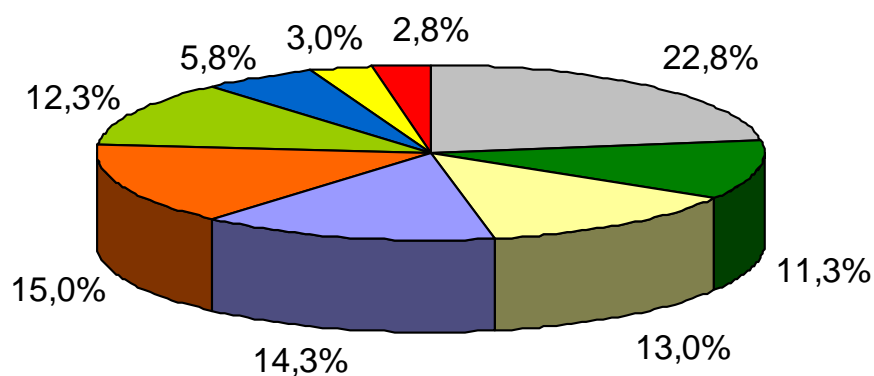
	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
A diari	13,0	13,6	19,5
Més d'1 cop per setmana	38,0	40,3	39,0
1 cop per setmana	47,0	42,0	39,0
Cada 15 dies	2,0	3,4	2,4
1 cop al mes	0,0	0,6	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA (*)



(*) Multiresposta

G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA



□ Districte 1	■ Districte 2	□ Districte 3
□ Districte 4	■ Districte 5	□ Districte 6
■ Badalona	■ Barcelona	■ Altres

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Districte 1	81,3	1,9	11,8	19,2	4,1	5,9
Districte 2	0,0	83,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Districte 3	1,3	0,0	73,5	1,3	0,0	0,0
Districte 4	2,7	0,0	4,4	66,7	0,0	0,0
Districte 5	1,3	0,0	0,0	0,0	77,0	3,9
Districte 6	6,7	0,0	0,0	0,0	4,1	80,4
Badalona	4,0	9,3	7,4	1,3	5,4	9,8
Barcelona	1,3	3,7	1,5	7,7	2,7	0,0
Altres	1,3	1,9	1,5	3,9	6,8	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

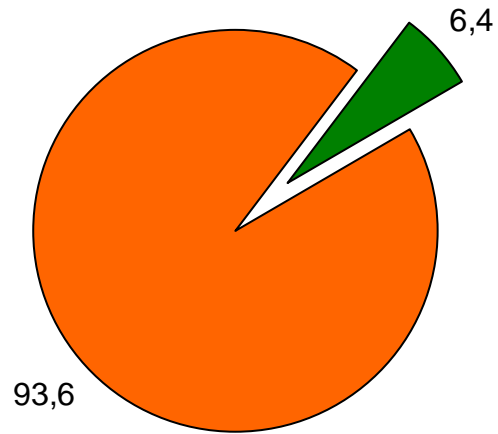
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Districte 1	36,0	27,9	17,1	36,0
Districte 2	0,0	9,0	14,0	8,0
Districte 3	12,0	9,8	15,8	4,0
Districte 4	16,0	17,2	12,3	16,0
Districte 5	12,0	20,5	12,7	12,0
Districte 6	8,0	6,6	14,9	20,0
Badalona	4,0	6,6	6,1	0,0
Barcelona	0,0	2,5	3,5	4,0
Sant Adrià	12,0	0,0	0,9	0,0
Altres	0,0	0,0	2,4	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Nivell de renda

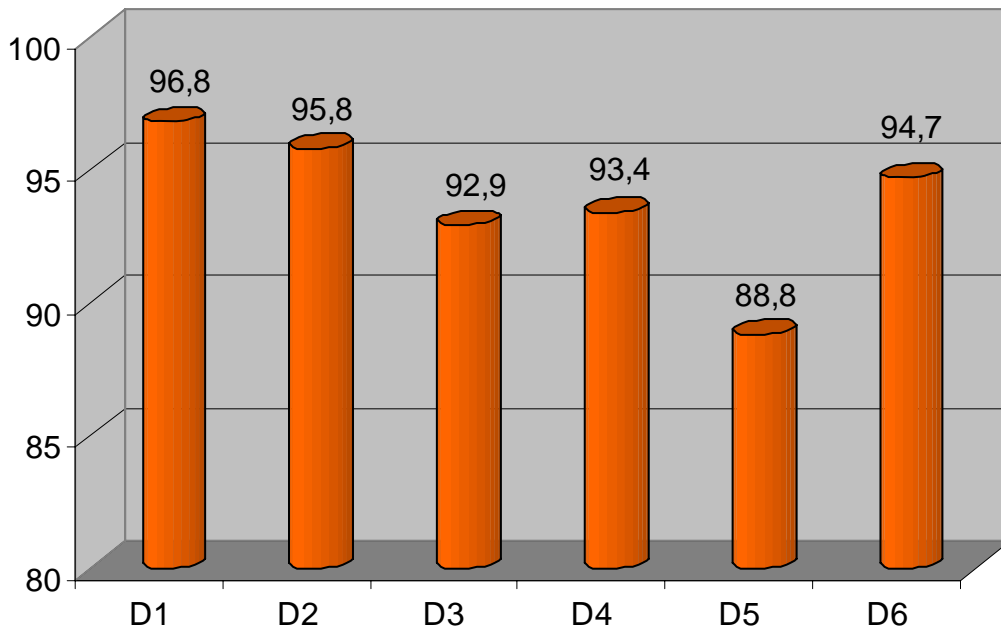
	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Districte 1	19,0	23,3	29,3
Districte 2	10,0	11,4	7,3
Districte 3	14,0	12,5	14,6
Districte 4	14,0	17,0	14,6
Districte 5	16,0	13,6	12,2
Districte 6	19,0	9,7	9,8
Badalona	4,0	6,8	7,3
Barcelona	3,0	2,8	2,4
Altres	1,0	2,9	2,4
Total	100,0	100,0	100,0

**H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA.
DE CADA 100€..**

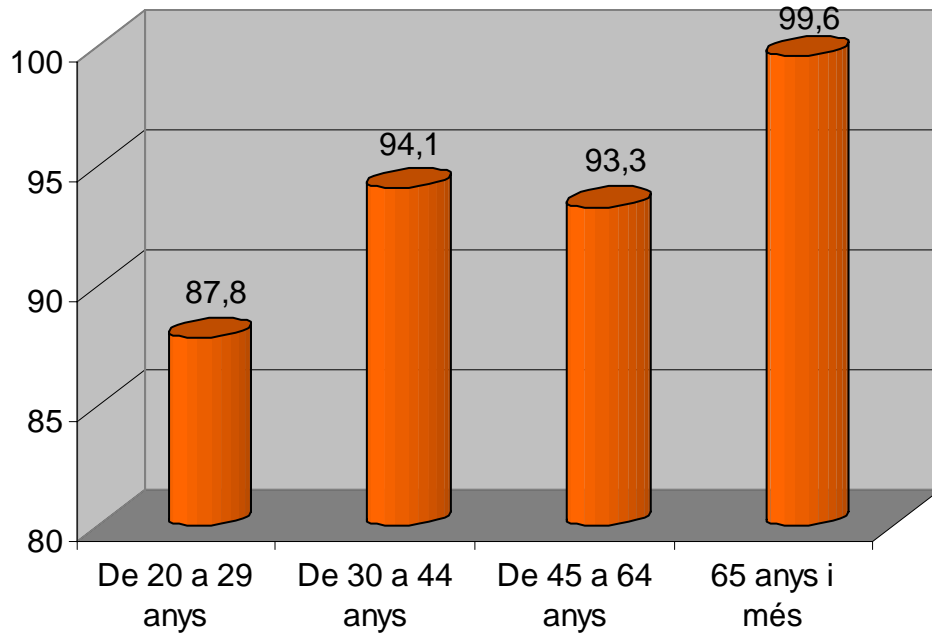


■ A Santa Coloma ■ Fora de Santa Coloma

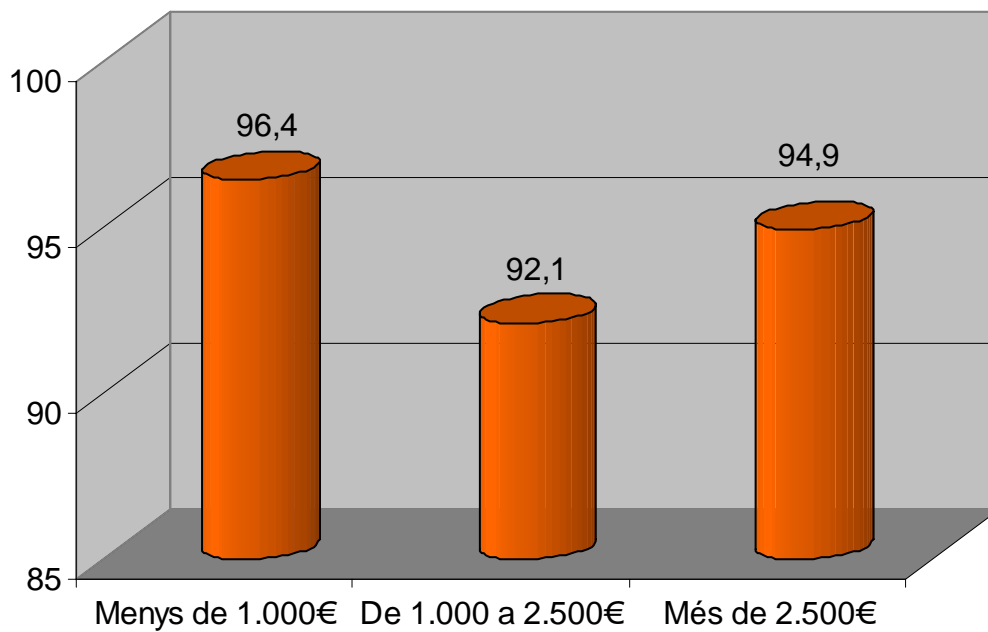
Despesa a Santa Coloma, per districte on viu



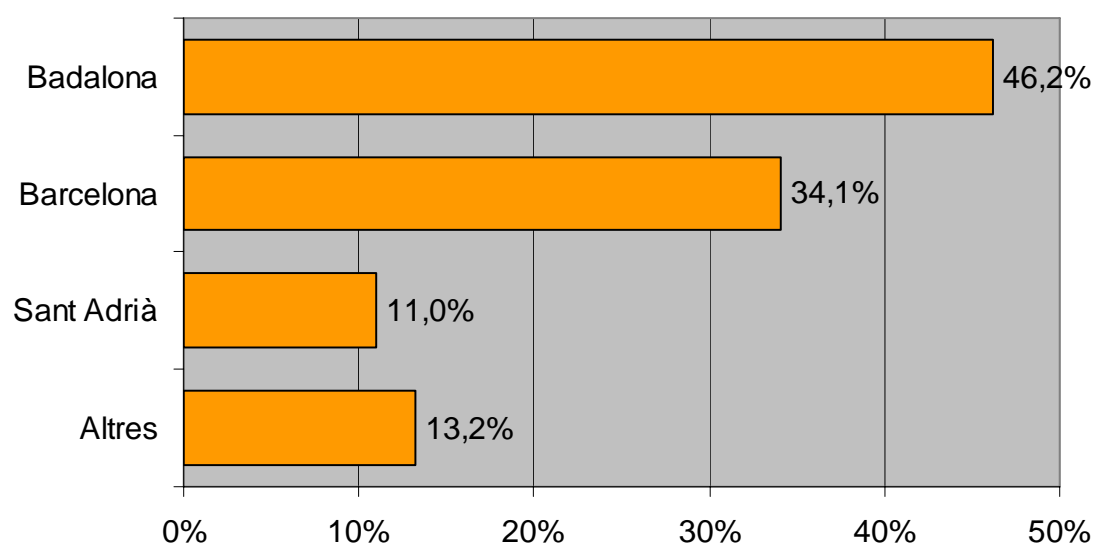
Despesa a Santa Coloma, per edat de l'entrevistat



Despesa a Santa Coloma, per nivell de renda



I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA (*)



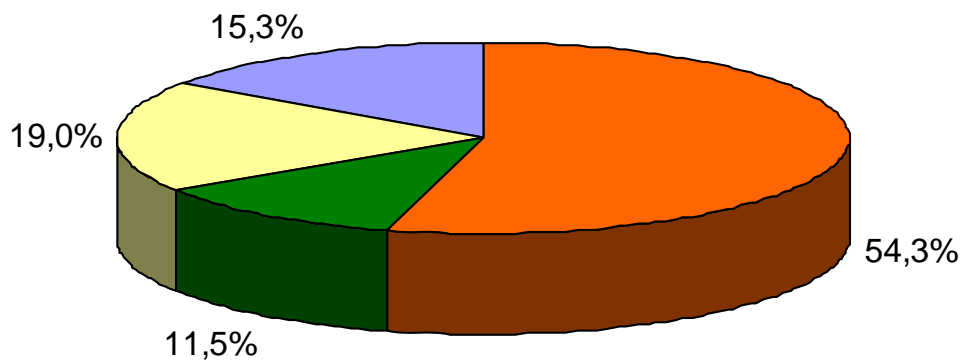
(*) Multiresposta

3.2. Alimentació envasada

<p>A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prop d'un 85% dels colomencs fan la compra principal d'alimentació envasada a la mateixa ciutat. Els barris amb més fuga són el 5 i el 6, amb percentatges lleugerament superiors al 20%. • La compra al mateix barri és dominant (54,3%), essent el districte 5, amb un 71,8%, el que reté més compra al propi barri, i el 2 el que menys compra reté. • La compra a altres barris és gran, atès que significa el 19% de la compra principal, excepció feta de la zona centre, que per ella mateixa absorbeix l'11,5% de les compres d'alimentació envasada. • La compra al barri és progressivament més important a mesura que augmenta l'edat dels responsable de la compra. • Els més joves són els que més compra principal d'alimentació envasada fan a altres ciutats, concretament un 36% dels de menys de 29 anys. • Com més renda, major és la compra que es fa a altres barris de Santa Coloma.
<p>B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quan els colomencs fan la compra principal d'alimentació envasada fora del propi barri ho fan sobretot al districte 4 (47,4%) i, en segon lloc, a Badalona (32,8%). • Per bé que a gran distància, compren també a Sant Adrià (8%) i al districte 6 (6,6%).
<p>C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Els canals de compra habitual d'alimentació envasada són els autoserveis (45,5%) i els supermercats (34,3%). Li segueixen els hipermercats, amb un pes relatiu del 12,3%. • Per districtes, destaca un participació notable del mercat municipal al districte 6 (9,8%) i el baix pes dels hipermercats al districte 4. • Com més edat, major és l'ús dels autoserveis i supermercats; en canvi, com més joves, major és l'ús dels hipermercats en la compra habitual d'alimentació seca. • Per nivells de renda, les diferències entre els grups són poc substancials quant a canals habituals de compra.

<p>D. NOM DE L'ESTABLIMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exceptuant el comerç tradicional, la compra habitual d'alimentació envasada a Santa Coloma presenta un gran protagonisme per part dels autoserveis i supermercats, essent per marques les més importants Condis (20,4%), Mercadona (17,2%) i Dia (16,4%). • A major distància s'hi troben Champion (9,7%), el primer hipermercat, Carrefour (9,1%), i Caprabo (7,8%).
<p>E. FREQUÈNCIA DE COMPRA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Només un 4,3% de les llars compren alimentació envasada diàriament. Els valors dominants són un cop per setmana (44,5%) i més d'un cop per setmana (26,5%). • Quasi una quarta part de les llars compren cada 15 dies o un cop al mes.
<p>F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Els atributs més citats per part dels colomencs per a justificar que compren l'alimentació envasada on ho fan són, en primer lloc, la proximitat / costum (46%) i, en segon lloc, el preu (30,3%). • A notable distància hi figuren la qualitat (17,8%) i la varietat (11,5%).
<p>G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quan els colomencs compren alimentació envasada en llocs diferents dels habituals, ho fan sobretot a altres barris. En petits percentatges també ho fan a Badalona (7%) i a Barcelona (4,3%).
<p>H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA. DE CADA 100€..</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De cada 100€ gastats en alimentació envasada, 85,9 es gasten a Santa Coloma. • El major nivell de despesa a la mateixa ciutat es dona al districte 4 (95,2 euros de 100), i el menor en el districte 6 (81 euros de 100). • La major fuga de compra fora de la ciutat es dona entre els colomencs més joves i els de renda més alta.
<p>I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La compra d'alimentació envasada fora de Santa Coloma, que té poca importància relativa, es fa sobretot a Badalona (60,9%) i, a molta distància, a Barcelona (26,6%) i Sant Adrià (8,6%).

A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL



■ Al barri
 ■ A la zona centre
 ■ A un altre barri
 ■ A una altra ciutat

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Al barri	46,7	37,0	48,5	71,8	54,1	64,7
A la zona centre	0,0	27,8	1,5	25,6	9,5	5,9
A un altre barri	37,3	16,7	32,4	1,3	16,2	7,8
A una altra ciutat	16,0	18,5	17,6	1,3	20,3	21,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

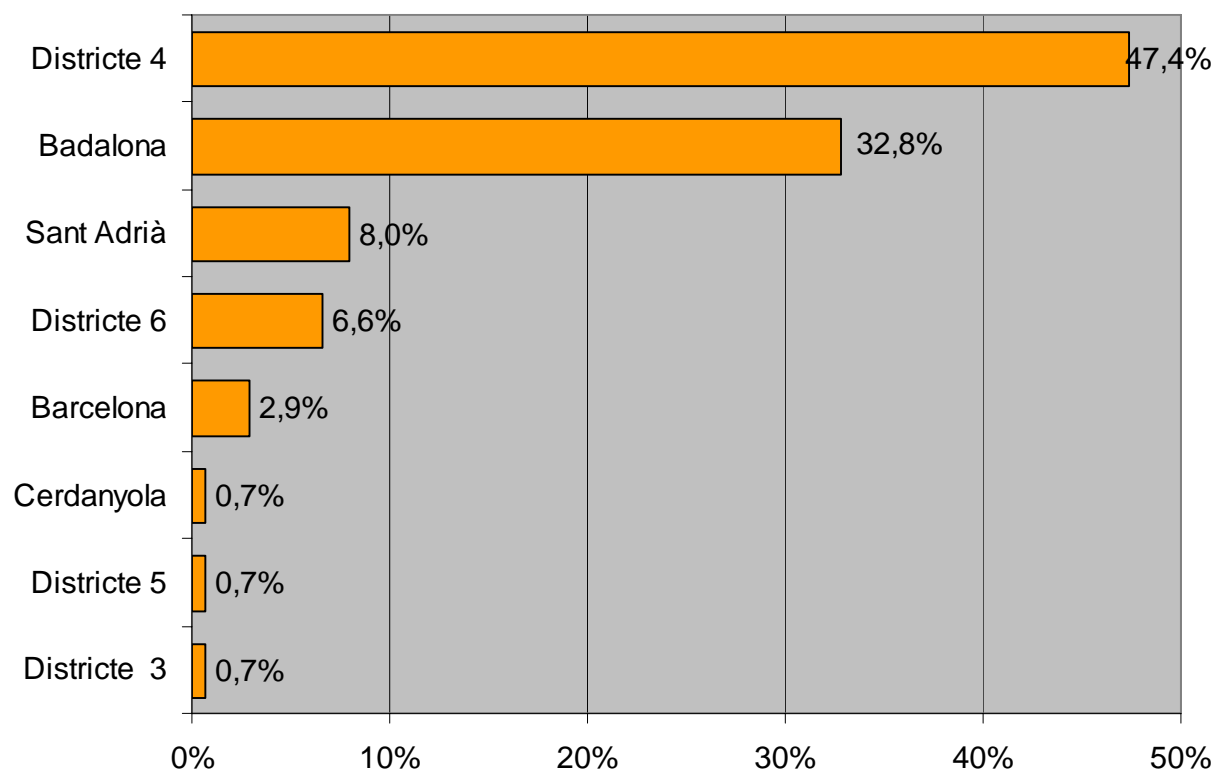
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Al barri	32,0	50,0	57,5	68,0
A la zona centre	4,0	10,7	13,6	4,0
A un altre barri	28,0	28,7	12,7	20,0
A una altra ciutat	36,0	10,7	16,2	8,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

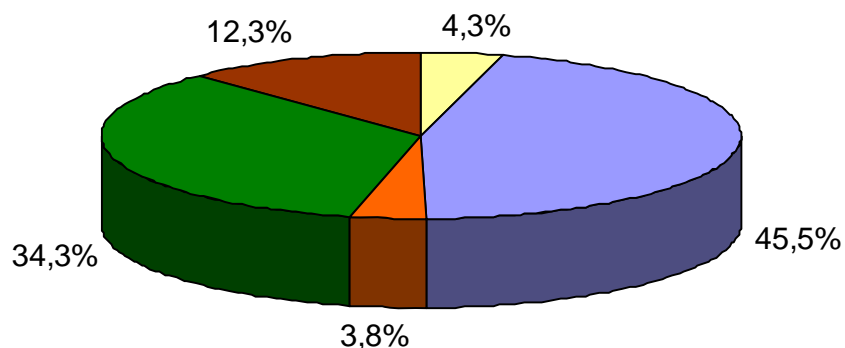
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Al barri	60,0	52,3	53,7
A la zona centre	11,0	10,8	7,3
A un altre barri	13,0	23,9	24,4
A una altra ciutat	16,0	13,1	14,6
Total	100,0	100,0	100,0

B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS



C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT



■ Comerç Tradicional
 ■ Autoservei
 ■ Mercat
 ■ Supermercat
 ■ Hipermercat

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Comerç tradicional	5,3	7,4	1,5	2,6	6,8	2,0
Autoservei	33,3	40,7	47,1	39,7	51,4	66,7
Mercat	2,7	1,9	0,0	3,8	5,4	9,8
Supermercat	44,0	31,5	35,3	52,6	20,3	13,7
Hipermercat	14,7	18,5	16,2	1,3	16,2	7,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

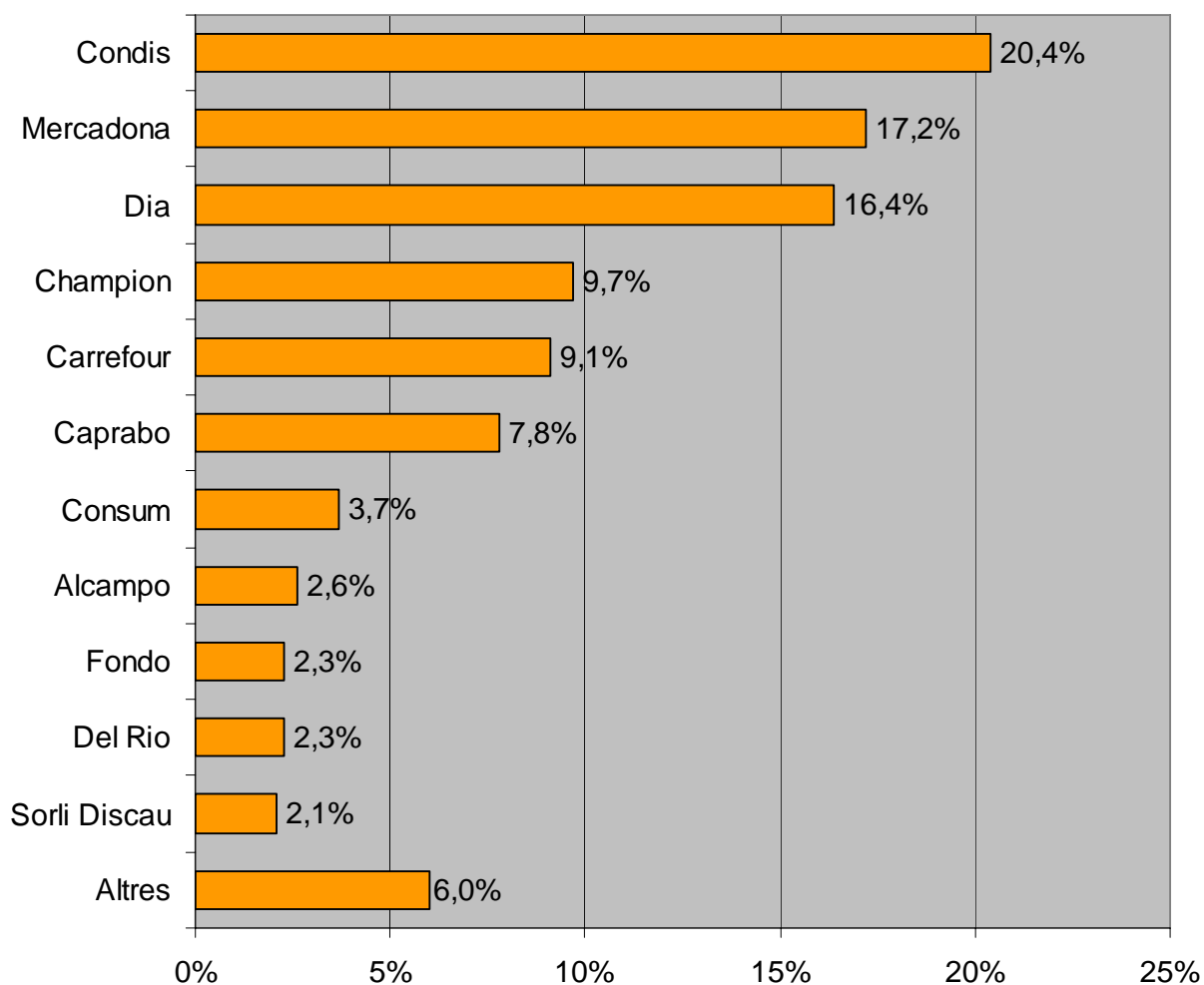
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Comerç tradicional	0,0	3,3	4,8	8,0
Autoservei	16,0	36,9	50,9	68,0
Mercat	0,0	1,6	5,3	4,0
Supermercat	48,0	48,4	26,8	20,0
Hipermercat	36,0	9,8	12,3	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

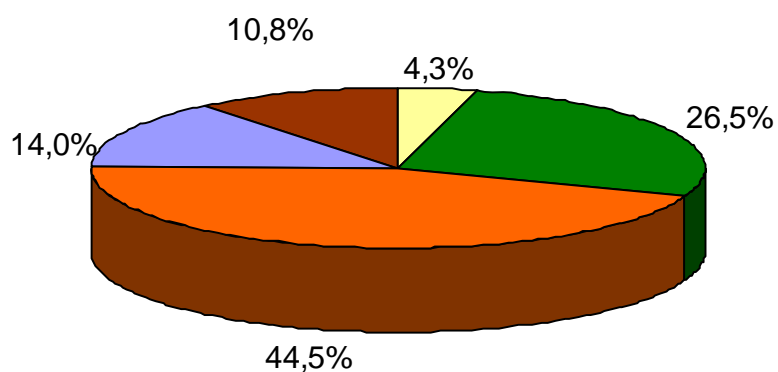
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Comerç tradicional	3,0	4,0	0,0
Autoservei	56,0	46,6	36,6
Mercat	3,0	5,1	0,0
Supermercat	28,0	34,1	48,8
Hipermercat	10,0	10,2	14,6
Total	100,0	100,0	100,0

D. NOM DE L'ESTABLIMENT (no comprèn el comerç tradicional)



E. FREQUÈNCIA DE COMPRA



■ A diari	■ Més d'1 cop per setmana
■ 1 cop per setmana	■ Cada 15 dies
■ 1 cop al mes	

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
A diari	4,0	5,6	1,5	3,8	6,8	3,9
Més d'1 cop per setmana	30,7	29,6	29,4	30,8	14,9	23,5
1 cop per setmana	46,7	35,2	42,6	48,7	44,6	47,1
Cada 15 dies	9,3	11,1	17,6	12,8	21,6	9,8
1 cop al mes	9,3	18,5	8,8	3,8	12,2	15,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

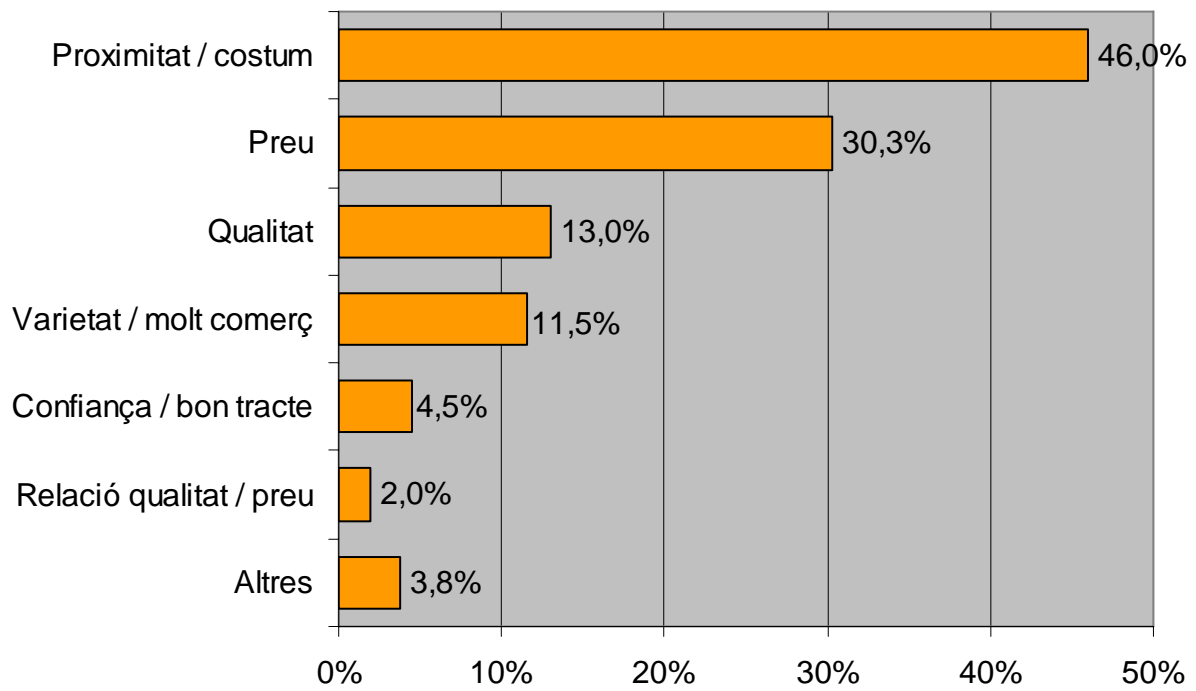
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
A diari	0,0	0,8	7,0	0,0
Més d'1 cop per setmana	24,0	25,4	27,2	28,0
1 cop per setmana	44,0	47,5	41,7	56,0
Cada 15 dies	24,0	14,8	12,7	12,0
1 cop al mes	8,0	11,5	11,4	4,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Nivell de renda

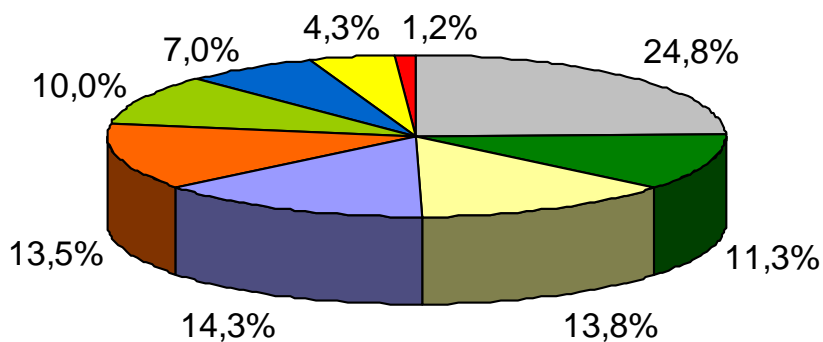
	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
A diari	4,0	4,5	0,0
Més d'1 cop per setmana	25,0	27,3	31,7
1 cop per setmana	47,0	48,3	39,0
Cada 15 dies	18,0	10,2	19,5
1 cop al mes	6,0	9,7	9,8
Total	100,0	100,0	100,0

F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA (*)



(*) Multiresposta

G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA



□ Districte 1	■ Districte 2	□ Districte 3
□ Districte 4	■ Districte 5	□ Districte 6
■ Badalona	■ Barcelona	■ Altres

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Districte 1	82,7	5,6	8,8	15,4	13,5	11,8
Districte 2	0,0	83,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Districte 3	1,3	0,0	77,9	1,3	0,0	0,0
Districte 4	0,0	0,0	1,5	67,9	2,7	2,0
Districte 5	1,3	0,0	0,0	0,0	70,3	2,0
Districte 6	2,7	0,0	0,0	1,3	4,1	66,7
Badalona	9,3	9,3	5,9	2,6	4,1	13,7
Barcelona	1,3	0,0	4,4	10,3	5,4	2,0
Altres	1,3	1,9	1,5	1,3	0,0	2,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

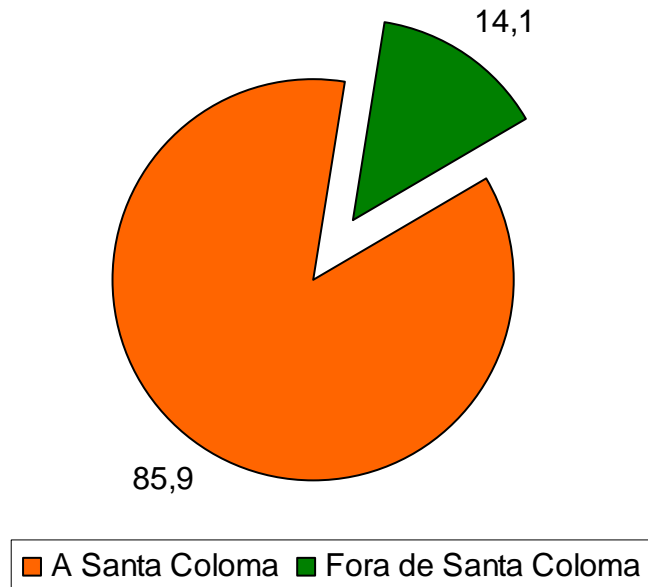
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Districte 1	32,0	26,2	21,1	44,0
Districte 2	0,0	7,4	14,9	8,0
Districte 3	12,0	10,7	16,7	4,0
Districte 4	20,0	17,2	11,8	16,0
Districte 5	20,0	15,6	11,8	12,0
Districte 6	8,0	4,9	12,7	12,0
Badalona	4,0	12,3	5,3	0,0
Barcelona	4,0	4,9	3,9	4,0
Altres	0,0	0,8	1,6	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

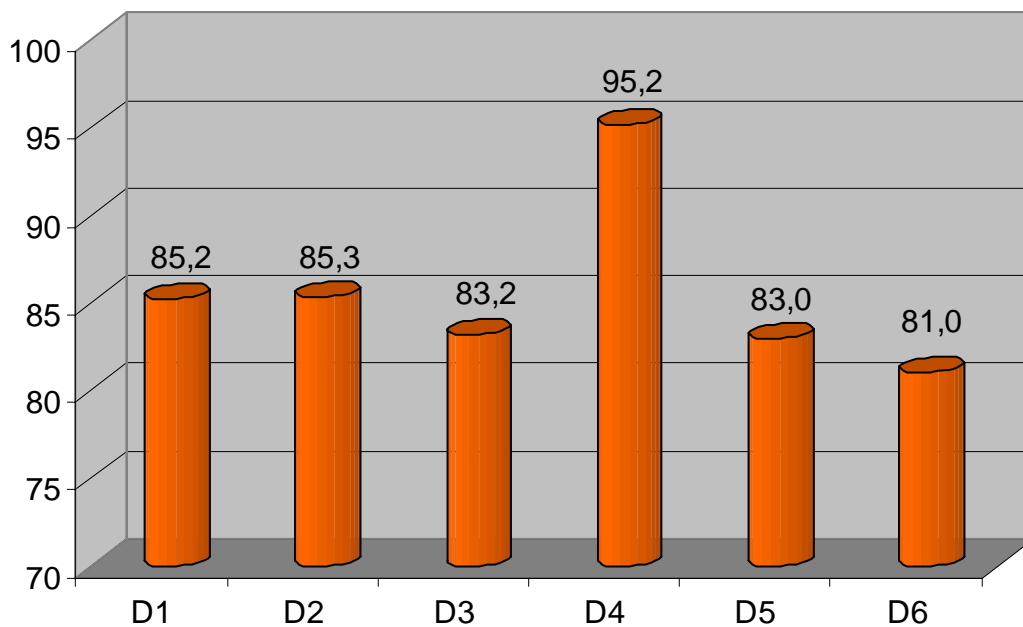
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Districte 1	20,0	26,1	29,3
Districte 2	11,0	11,4	9,8
Districte 3	16,0	11,9	17,1
Districte 4	14,0	15,9	14,6
Districte 5	16,0	12,5	9,8
Districte 6	16,0	9,1	4,9
Badalona	5,0	7,4	9,8
Barcelona	2,0	4,5	0,0
Altres	0,0	1,2	4,8
Total	100,0	100,0	100,0

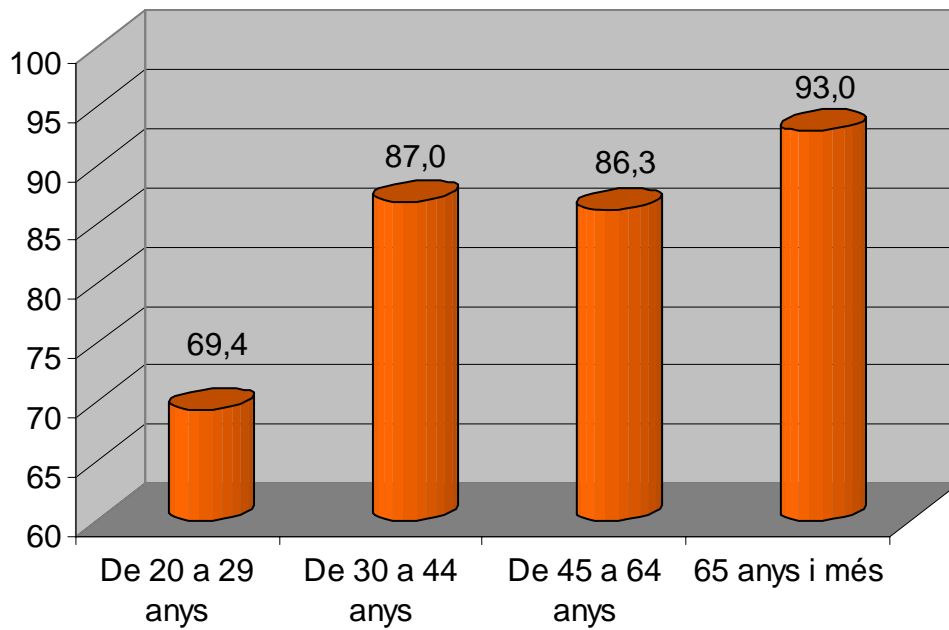
H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA. DE CADA 100€..



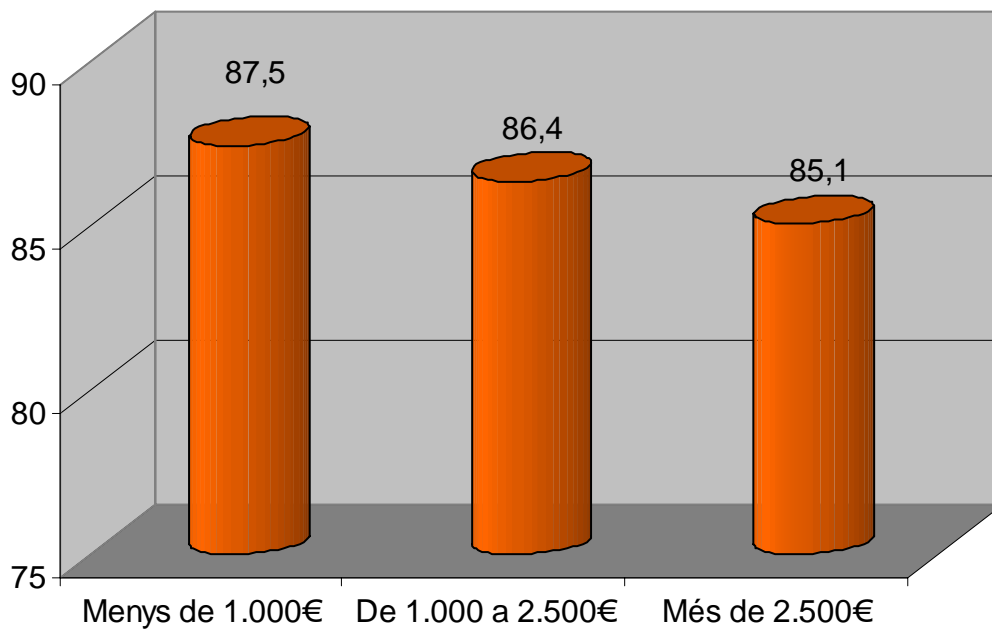
Despesa a Santa Coloma, per districte on viu



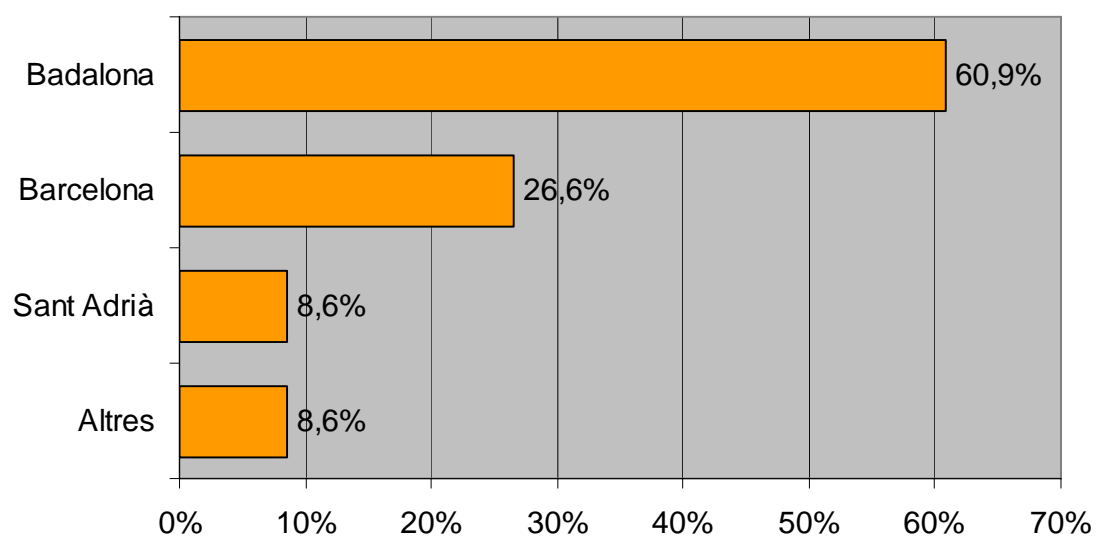
Despesa a Santa Coloma, per edat de l'entrevistat



Despesa a Santa Coloma, per nivell de renda



I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA (*)



(*) Multiresposta

3.3. Quotidià no alimentari

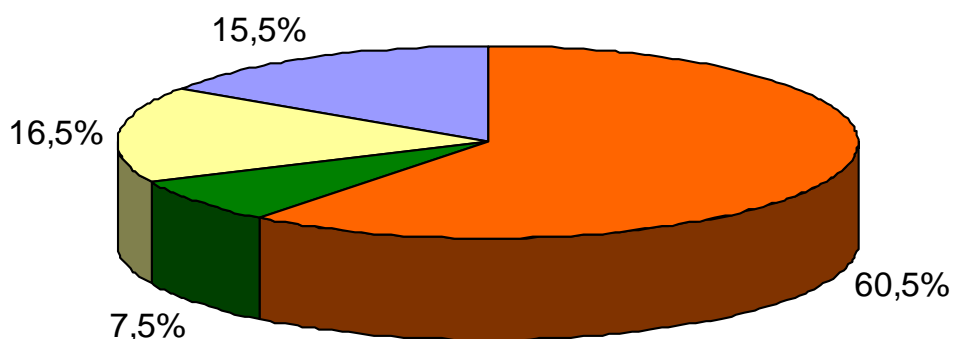
Inclou productes de drogueria, perfumeria i cosmètica, neteja, higiene personal, medicaments i productes farmacèutics, com a més importants.

<p>A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL</p>	<ul style="list-style-type: none">• Prop d'un 85% dels colomencs fan la compra principal de productes quotidians no alimentaris a la mateixa ciutat. El districte amb menys fuga fora la ciutat és el 4, amb només un 6,4%.• La compra principal al mateix barri és dominant a tots els districtes, però especialment als 4 i 6 (80,8% i 74,5%, respectivament).• La zona centre atrau sobretot la compra principal del districte 2, a part del propi districte 1.• La compra a altres barris és gran, atès que significa el 16,5% de la compra principal, excepció feta de la zona centre, que per ella mateixa absorbeix 7,5% de les compres de quotidià no alimentari.• La compra al barri és progressivament més important a mesura que augmenta l'edat dels responsables de la compra. Els més joves són els que més compra principal de quotidià no alimentari fan a altres ciutats i a altres barris dintre la mateixa ciutat.• Per nivell de renda, no hi ha diferències significatives respecte al lloc de compra principal.
<p>B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS</p>	<ul style="list-style-type: none">• Quan els colomencs fan la compra principal de productes quotidians no alimentaris fora del barri ho fan sobretot al districte 4 (46,9%) i, en segon lloc, a Badalona (33,6%).• Per bé que a gran distància, compren també a Sant Adrià (7%) i a Barcelona (7%).

<p>C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Els canals de compra habituals de productes quotidians no alimentaris són els autoserveis (34,3%) i els supermercats (27%). Els segueixen el comerç tradicional (23,8%) i els hipermercats, amb un pes relatiu del 12,8%. • Per districtes, destaca el baix pes que tenen els hipermercats al 4. • Com més edat, major és l'ús dels autoserveis i supermercats; en canvi, com més joves, major és l'ús dels hipermercats, que representen el 32% dels responsables de la compra de menys de 29 anys. • Per nivells de renda, destaca el fet que la més baixa es correspon amb una major compra al comerç tradicional.
<p>D. NOM DE L'ESTABLIMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exceptuant el comerç tradicional, la compra habitual de productes quotidians no alimentaris a Santa Coloma es fa sobretot en autoserveis i supermercats, essent les marques més importants Condis (19,4%), Mercadona (18,4%) i Dia (16,1%). • A una certa distància s'hi troben l'hipermercat Carrefour (12,5%), Champion (9,5%) i Caprabo (7,2%).
<p>E. FREQUÈNCIA DE COMPRA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Prop del 88% de les compres de productes quotidians no alimentaris es fan amb una freqüència d'1 cop per setmana o més. En concret, el 48,3% de les compres es fan cada 15 dies o 1 cop al mes. • La freqüència de compra té una relació directa amb l'edat: a més edat, més sovint es compra.
<p>F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Els atributs més citats per part dels colomencs per a justificar que compren els productes de quotidià no alimentari on ho fan, són, en primer lloc, la proximitat / costum (45%) i el preu (37,5%). • A notable distància hi figuren la qualitat (11,3%) i la varietat (8,3%).

<p>G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quan els colomencs compren productes quotidians no alimentaris en llocs diferents dels habituals, ho fan sobretot a altres barris. En petits percentatges també ho fan a Badalona (9%) (sobretot el districte 6) i a Barcelona (5%) (sobretot el districte 4).
<p>H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA. DE CADA 100€..</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De cada 100€ gastats en productes quotidians no alimentaris, 84,1 es gasten a Santa Coloma. • El major nivell de despesa a la mateixa ciutat es dona al districte 4 (92,1 euros de 100), i el menor en els districtes 3 i 5 (80 euros de 100, aproximadament). • La major fuga de compra fora de la ciutat es dona entre els colomencs més joves i els de renda més alta.
<p>I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La compra de quotidià no alimentari fora de Santa Coloma es fa sobretot a Badalona (60%) i, a molta distància, a Barcelona (26,7%) i Sant Adrià (7,4%).

A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL



■ Al barri
 ■ A la zona centre
 ■ A un altre barri
 ■ A una altra ciutat

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Al barri	56,0	40,7	52,9	80,8	55,4	74,5
A la zona centre	0,0	24,1	1,5	12,8	8,1	0,0
A un altre barri	30,7	16,7	26,5	0,0	16,2	7,8
A una altra ciutat	13,3	18,5	19,1	6,4	20,3	17,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

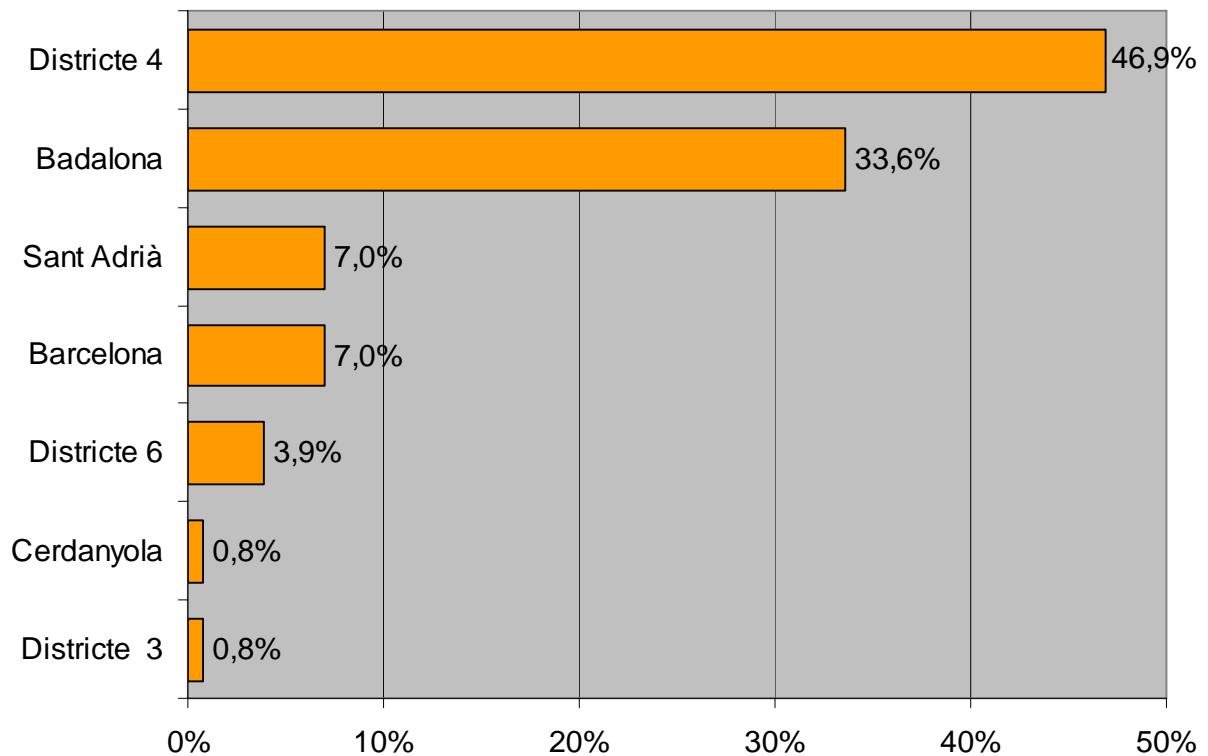
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Al barri	44,0	51,6	65,4	76,0
A la zona centre	0,0	5,7	9,6	4,0
A un altre barri	24,0	27,9	9,6	16,0
A una altra ciutat	32,0	14,8	15,4	4,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

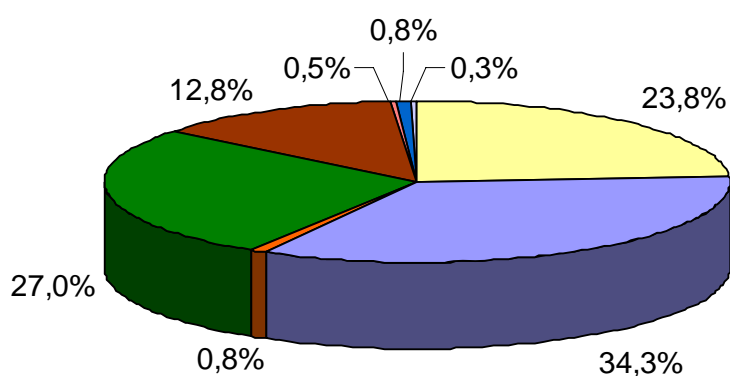
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Al barri	64,0	61,9	61,0
A la zona centre	8,0	5,1	7,3
A un altre barri	13,0	20,5	17,1
A una altra ciutat	15,0	12,5	14,6
Total	100,0	100,0	100,0

B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS



C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT



Comerç Tradicional	Autoservei	Mercat
Supermercat	Hipermercat	Gran magatzem
Centre comercial	A domicili	

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Comerç tradicional	17,3	20,4	23,5	26,9	28,4	25,5
Autoservei	28,0	33,3	32,4	28,2	37,8	51,0
Mercat	1,3	0,0	0,0	0,0	2,7	0,0
Supermercat	38,7	27,8	27,9	38,5	14,9	7,8
Hipermercat	13,3	18,5	13,2	5,1	13,5	15,7
Gran magatzem	0,0	0,0	1,5	1,3	0,0	0,0
Centre comercial	0,0	0,0	1,5	0,0	2,7	0,0
A domicili	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

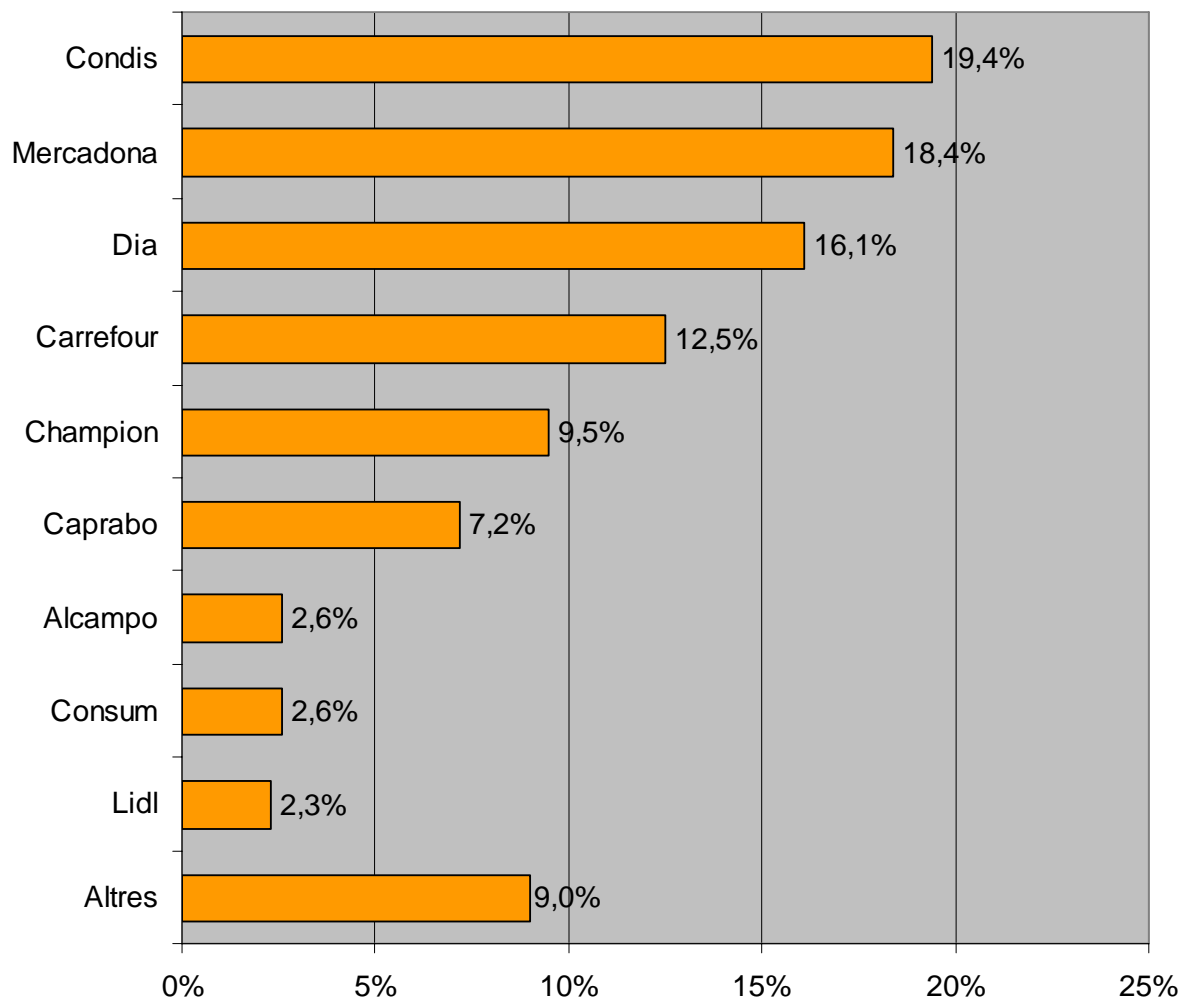
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Comerç tradicional	24,0	17,2	28,5	12,0
Autoservei	12,0	31,1	36,4	52,0
Mercat	0,0	0,8	0,4	4,0
Supermercat	32,0	36,9	21,1	28,0
Hipermercat	32,0	11,5	12,3	4,0
Gran magatzem	0,0	0,8	0,4	0,0
Centre comercial	0,0	1,6	0,4	0,0
A domicili	0,0	0,0	0,4	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

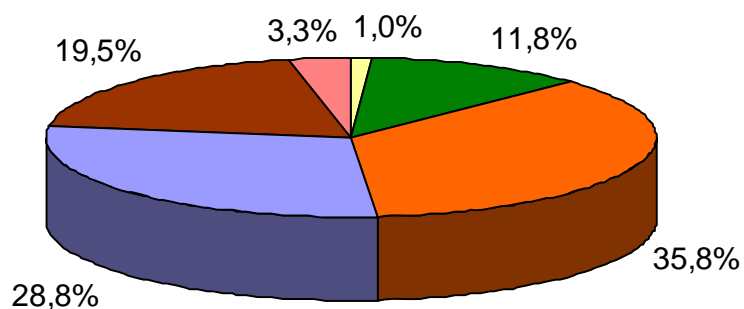
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Comerç tradicional	32,0	19,9	22,0
Autoservei	33,0	42,0	29,3
Mercat	1,0	0,6	0,0
Supermercat	19,0	27,8	34,1
Hipermercat	13,0	8,5	14,6
Gran magatzem	1,0	0,6	0,0
Centre comercial	0,0	0,6	0,0
A domicili	1,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

D. NOM DE L'ESTABLIMENT
(no comprèn el comerç tradicional)



E. FREQUÈNCIA DE COMPRA



■ A diari	■ Més d'1 cop per setmana
■ 1 cop per setmana	■ Cada 15 dies
■ 1 cop al mes	■ Menys d'un cop al mes

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
A diari	1,3	1,9	0,0	0,0	2,7	0,0
Més d'1 cop per setmana	10,7	22,2	14,7	12,8	8,1	2,0
1 cop per setmana	49,3	18,5	35,3	41,0	36,5	25,5
Cada 15 dies	24,0	25,9	22,1	33,3	31,1	37,3
1 cop al mes	10,7	29,6	23,5	11,5	20,3	27,5
Menys d'1 cop al mes	4,0	1,9	4,4	1,3	1,4	7,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

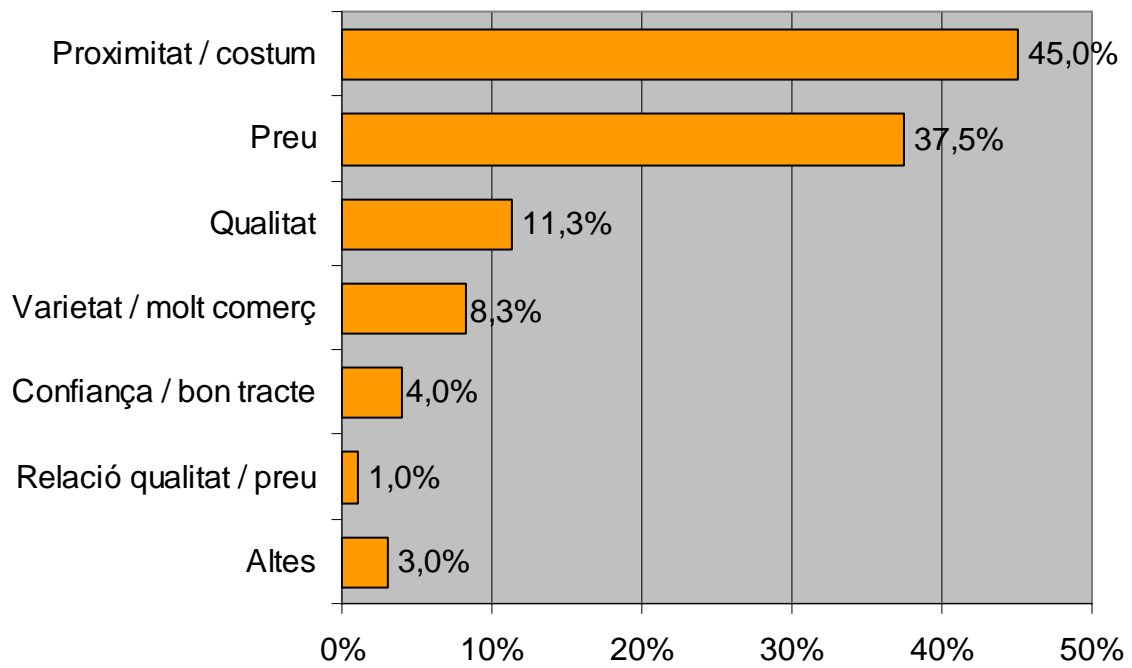
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
A diari	0,0	0,0	1,8	0,0
Més d'1 cop per setmana	4,0	10,7	12,3	20,0
1 cop per setmana	44,0	37,7	34,2	32,0
Cada 15 dies	28,0	27,9	28,1	40,0
1 cop al mes	20,0	22,1	19,3	8,0
Menys d'1 cop al mes	4,0	1,6	4,4	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Nivell de renda

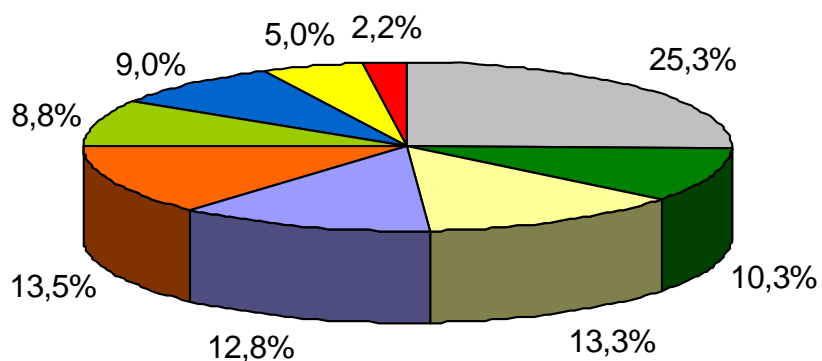
	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
A diari	1,0	0,6	0,0
Més d'1 cop per setmana	9,0	11,9	12,2
1 cop per setmana	31,0	40,3	41,5
Cada 15 dies	34,0	25,6	26,8
1 cop al mes	19,0	18,8	17,1
Menys d'1 cop al mes	6,0	2,8	2,4
Total	100,0	100,0	100,0

F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA (*)



(*) Multiresposta

G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA



□ Districte 1	■ Districte 2	□ Districte 3
□ Districte 4	■ Districte 5	□ Districte 6
■ Badalona	■ Barcelona	■ Altres

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Districte 1	84,0	5,6	7,4	20,5	12,2	9,8
Districte 2	0,0	75,9	0,0	0,0	0,0	0,0
Districte 3	0,0	0,0	76,5	0,0	1,4	0,0
Districte 4	0,0	0,0	1,5	60,3	1,4	3,9
Districte 5	1,3	0,0	0,0	0,0	70,3	2,0
Districte 6	1,3	1,9	1,5	1,3	4,1	54,9
Badalona	10,7	14,8	4,4	1,3	6,8	21,6
Barcelona	2,7	1,9	5,9	12,8	4,1	0,0
Altres	0,0	0,0	3,0	3,9	0,0	8,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

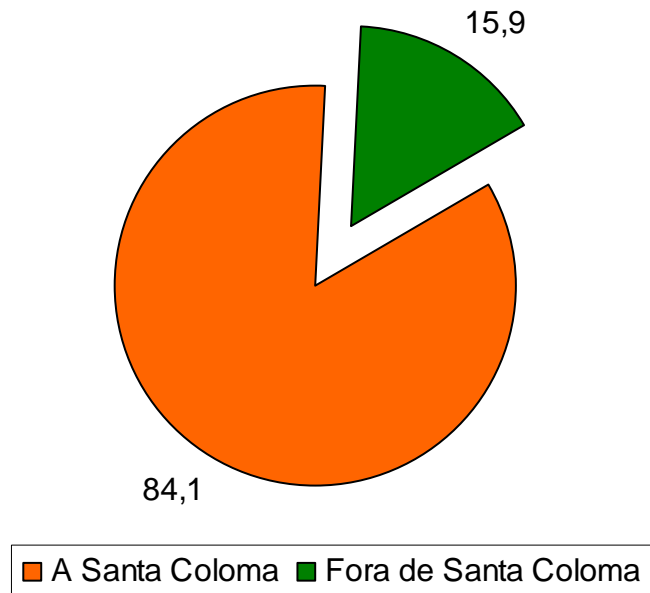
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Districte 1	32,0	28,7	20,6	44,0
Districte 2	0,0	7,4	13,2	8,0
Districte 3	12,0	11,5	15,4	4,0
Districte 4	20,0	10,7	13,2	12,0
Districte 5	16,0	16,4	11,8	12,0
Districte 6	4,0	5,7	10,5	12,0
Badalona	12,0	9,8	9,2	0,0
Barcelona	4,0	6,6	3,9	8,0
Altres	0,0	3,2	2,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

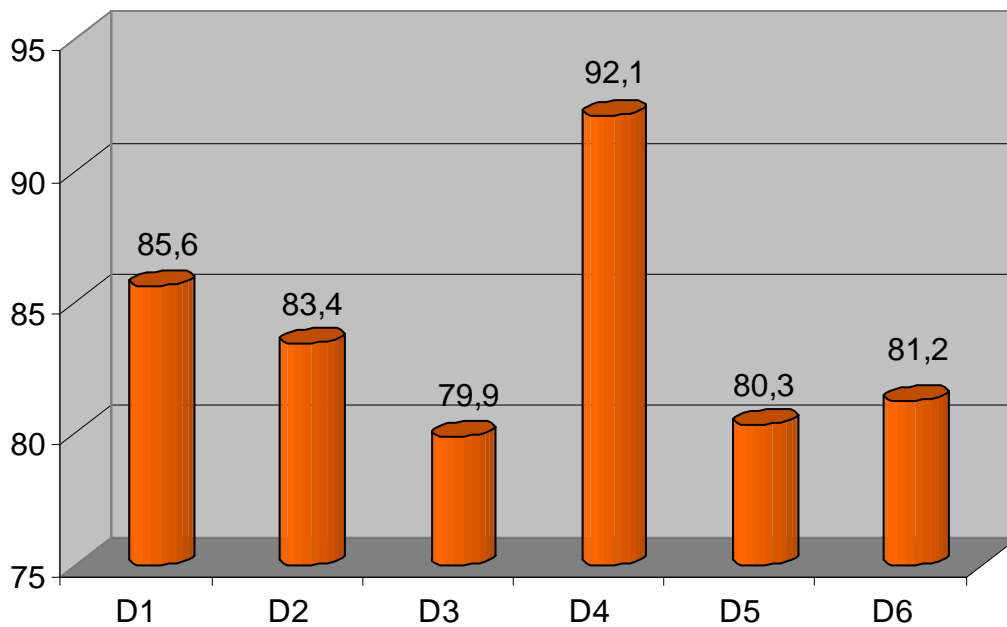
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Districte 1	22,0	27,3	31,7
Districte 2	9,0	11,9	4,9
Districte 3	12,0	13,6	12,2
Districte 4	11,0	13,6	12,2
Districte 5	16,0	11,9	7,3
Districte 6	14,0	6,8	7,3
Badalona	11,0	6,8	12,2
Barcelona	3,0	5,1	7,3
Altres	2,0	2,9	4,8
Total	100,0	100,0	100,0

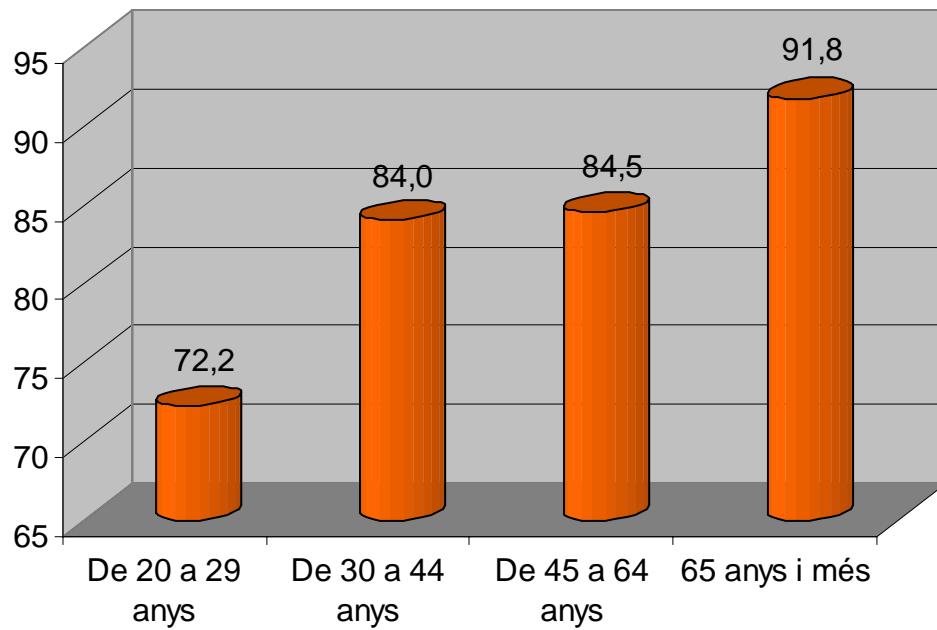
H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA. DE CADA 100€..



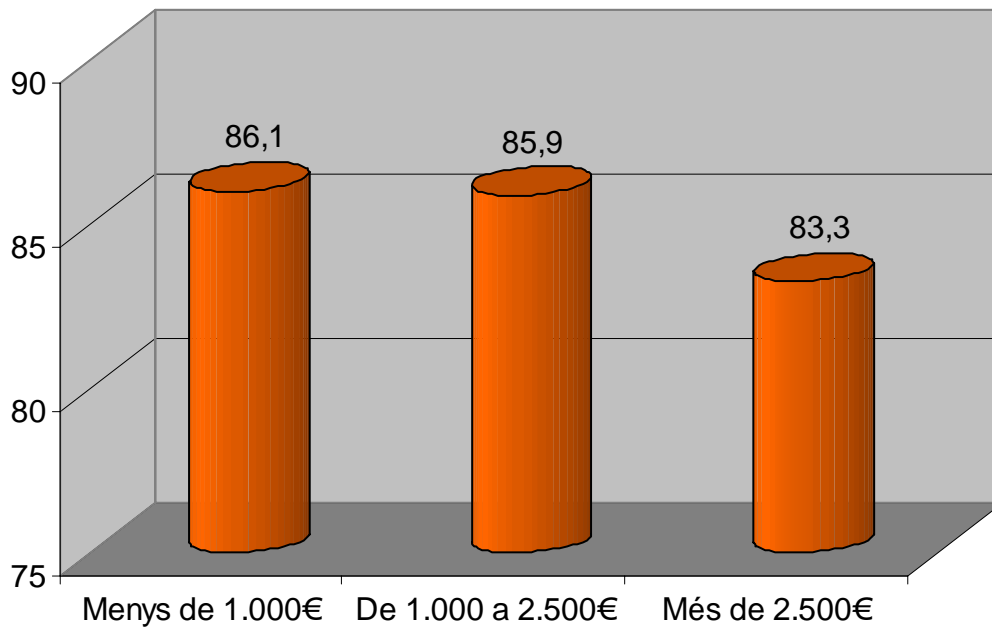
Despesa a Santa Coloma, per districte on viu



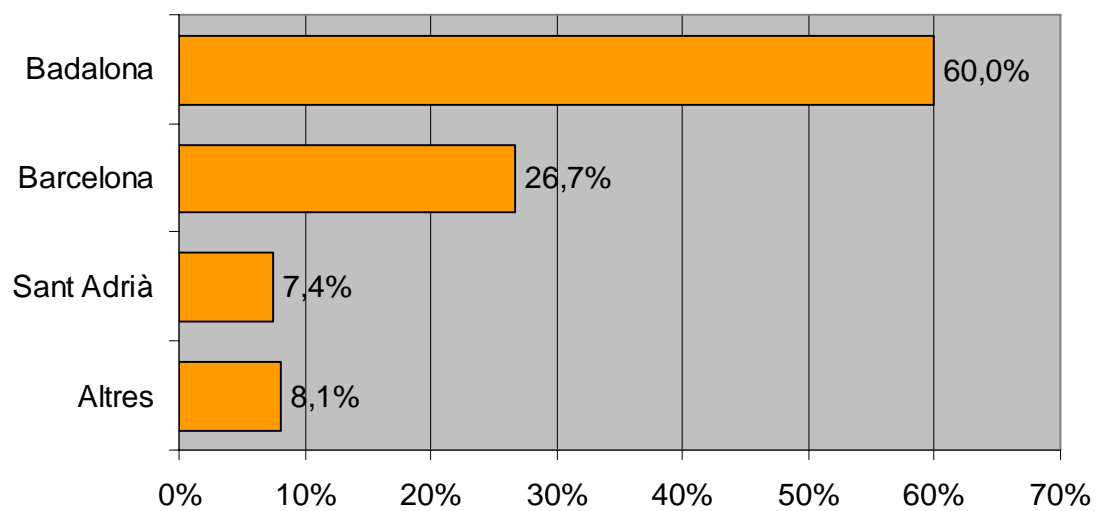
Despesa a Santa Coloma, per edat de l'entrevistat



Despesa a Santa Coloma, per nivell de renda



I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA (*)



(*) Multiresposta

3.4. Equipament de la llar

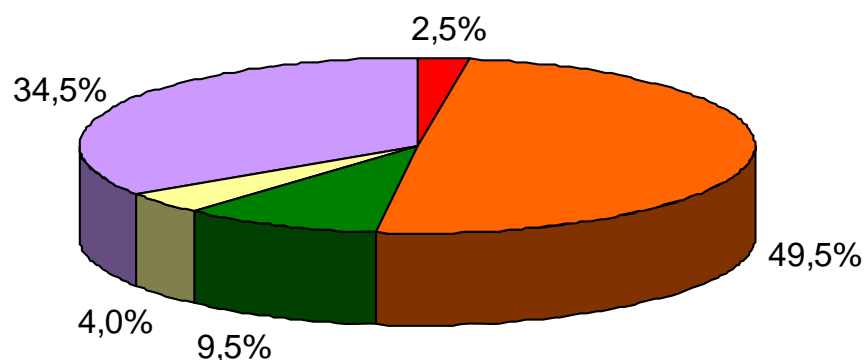
Inclou mobles, electrodomèstics, objectes de decoració, materials de construcció, portes, finestres, articles de bricolatge, catifes i similars, com a més importants.

<p>A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL</p>	<ul style="list-style-type: none">• Prop de la meitat dels colomencs fan la compra principal de productes d'equipament de la llar al propi barri, un 34,5% ho fan a una altra ciutat i un 9,5% ho fan a la zona centre.• La compra principal al mateix barri és dominant en tots els districtes, excepció feta del 2 i del 6, on la compra a una altra ciutat és superior a la que es fa al mateix barri.• La compra principal al mateix barri és més gran a mesura que augmenta l'edat dels responsables de la compra. De la mateixa manera, la compra a altres ciutats augmenta a mesura que els responsables són més joves.• Per nivell de renda, els responsables de la compra amb rendes més baixes compren més al mateix barri que la resta.• A major nivell de renda, major és la compra d'equipament de la llar a altres ciutats.
<p>B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS</p>	<ul style="list-style-type: none">• Quan els colomencs fan la compra principal de productes d'equipament de la llar fora del barri ho fan sobretot a Badalona (61,7%) i, en segon lloc, a Barcelona (27,3%).• Per bé que a gran distància, compren també al districte 6 (5,2%) i al districte 4 (3,9%).

<p>C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El canal de compra habitual de productes d'equipament de la llar és majoritàriament el comerç tradicional, amb un 62,3%. La resta de canals tenen un pes relatiu molt baix, destacant, si de cas, els hipermercats (11,8%), les mitjanes superfícies (8,2%) i els centres comercials (7,9%). • Per districtes, al 2, al 5 i al 6, el pes relatiu dels hipermercats és bastant superior a la resta de districtes. • El pes relatiu dels centres comercials és destacat als districtes 2, 3 i 4, amb percentatges compresos entre el 10 i l'11%. • Com més edat, major és l'ús del comerç tradicional. Els hipermercats són un canal de compra utilitzat més per persones d'edat mitjana que la resta d'edats. • Com més joves els compradors, major és l'ús que en fan de les mitjanes superfícies. • Per nivells de renda, destaca el fet que les més baixes són les que més recorren als hipermercats, i les més altes a les mitjanes superfícies.
<p>D. NOM DE L'ESTABLIMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exceptuant el comerç tradicional, la compra habitual de productes d'equipament de la llar a Santa Coloma es fa, per aquest ordre, en els establiments de marca següents: Carrefour (30,8%), IKEA (20,5%), i a una certa distància s'hi troben el centre comercial Montigalà (11%), La Maquinista (10,3%) i El Corte Inglés (8,9%).
<p>E. FREQÜÈNCIA DE COMPRA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un 73% de les compres de productes d'equipament de la llar es fan amb una freqüència de menys d'1 cop al mes. Un altre 22,1% presenta una freqüència d'1 cop al mes. • La freqüència de compra té una relació inversa amb l'edat: a més edat, menys sovint es compra.

<p>F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Els atributs més citats per part dels colomencs per a justificar que compren l'equipament de la llar on ho fan són la proximitat / costum (40,8%), el preu (23,1%) i la varietat (16,7%). • Amb percentatges al voltant de l'11% hi figuren dos altres factors: la qualitat i la confiança.
<p>G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quan els colomencs compren productes d'equipament de la llar en llocs diferents dels habituals, ho fan bàsicament a altres barris (70,8%), però també a ciutats veïnes, com Barcelona (14,4%) i Badalona (11,8%), on hi va més, per cert, la població més jove i amb majors nivells de renda.
<p>H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA. DE CADA 100€..</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De cada 100€ gastats en equipament de la llar, 66,7 es gasten a Santa Coloma, i 33,3 es gasten fora. • El major nivell de despesa a la mateixa ciutat es dona al districte 4 (73,6 euros de 100) i els menors en els districtes 2 i 6 (58-59 euros de 100, aproximadament). • Com més joves els responsables de la compra, major és la fuga cap a fora. Entre els 20 i 29 anys arriba al 55,2% de la despesa en equipament de la llar. En relació a la renda, com més renda, més fuga.
<p>I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La compra d'equipament de la llar fora de Santa Coloma, es fa sobretot a Badalona (56,5%) i a Barcelona (43,9%).

A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL



■ No en compra	■ Al barri	■ A la zona centre
■ A un altre barri	■ A una altra ciutat	

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
No en compra	5,3	0,0	0,0	2,6	4,1	2,0
Al barri	54,7	31,5	52,9	60,3	47,3	43,1
A la zona centre	0,0	13,0	17,6	7,7	12,2	7,8
A un altre barri	8,0	9,3	0,0	2,6	4,1	0,0
A una altra ciutat	32,0	46,3	29,4	26,9	32,4	47,1
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

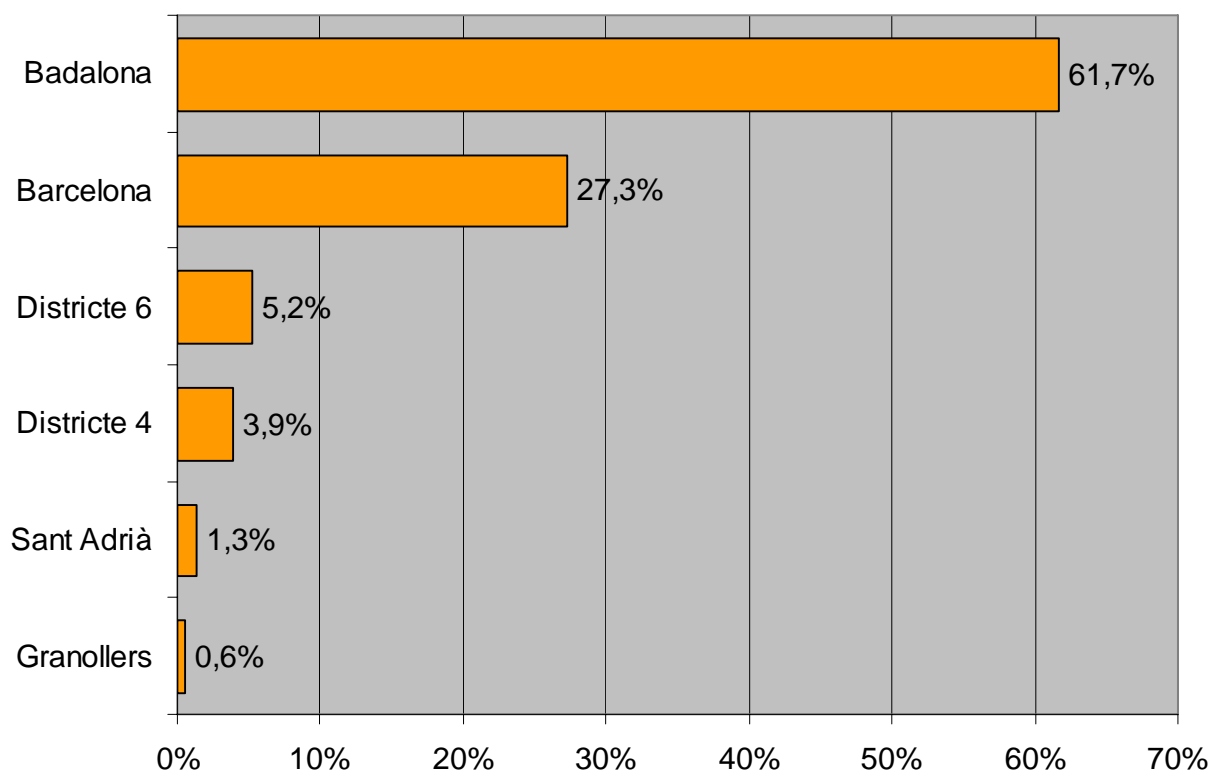
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
No en compra	4,0	0,8	3,1	4,0
Al barri	24,0	43,4	53,1	72,0
A la zona centre	12,0	6,6	11,4	4,0
A un altre barri	4,0	4,1	3,5	8,0
A una altra ciutat	56,0	45,1	28,9	12,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

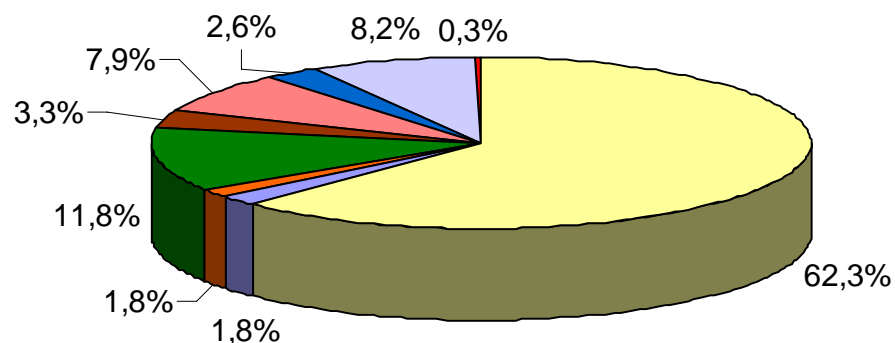
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
No en compra	5,0	1,7	0,0
Al barri	57,0	43,2	43,9
A la zona centre	10,0	9,1	4,9
A un altre barri	4,0	3,4	0,0
A una altra ciutat	24,0	42,6	51,2
Total	100,0	100,0	100,0

B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS



C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT



Comerç Tradicional	Autoservei	Supermercat
Hipermercat	Gran magatzem	Centre comercial
Mercat ambulant	Mitjanes superfícies	A domicili

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Comerç tradicional	56,3	50,0	75,0	68,4	66,2	52,0
Autoservei	5,6	0,0	0,0	1,3	1,4	2,0
Supermercat	4,2	1,9	0,0	2,6	1,4	0,0
Hipermercat	9,9	14,8	4,4	5,3	16,9	24,0
Gran magatzem	4,2	3,7	1,5	5,3	1,4	4,0
Centre comercial	4,2	11,1	10,3	10,5	5,6	6,0
Mercat ambulant	4,2	5,6	1,5	1,3	1,4	2,0
Mitjanes superfícies	9,9	13,0	7,4	5,3	5,6	10,0
A domicili	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

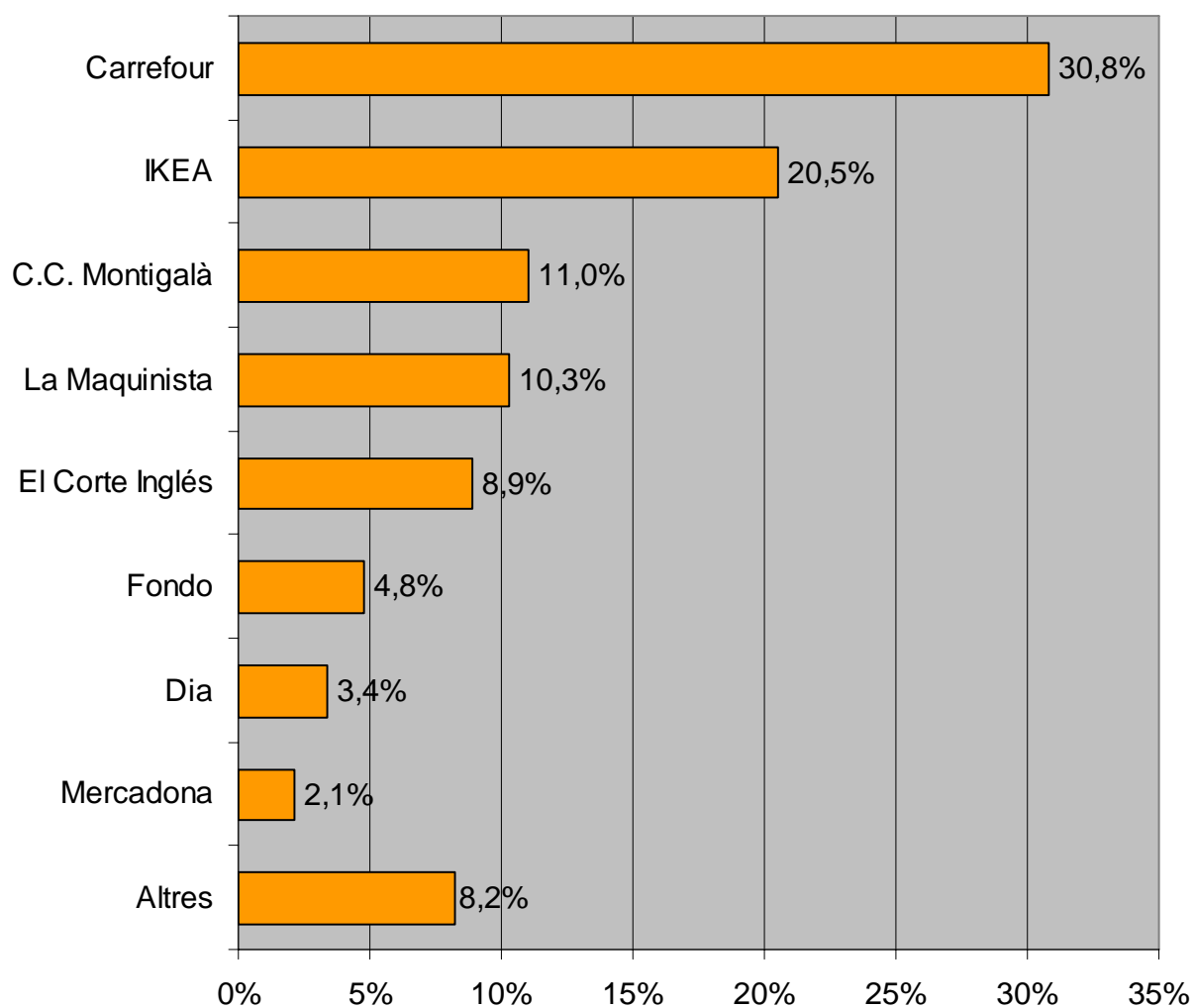
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Comerç tradicional	54,2	54,5	67,0	66,7
Autoservei	0,0	0,0	2,3	8,3
Supermercat	4,2	1,7	1,4	4,2
Hipermercat	8,3	14,0	11,3	8,3
Gran magatzem	4,2	0,0	5,0	4,2
Centre comercial	4,2	12,4	6,8	0,0
Mercat ambulant	0,0	0,8	3,2	8,3
Mitjanes superfícies	20,8	16,5	3,2	0,0
A domicili	4,2	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

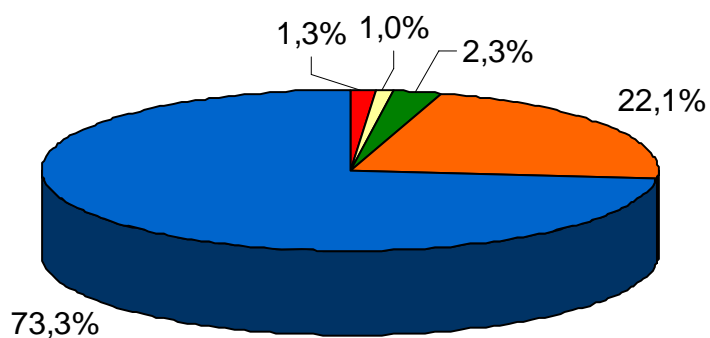
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Comerç tradicional	63,2	60,1	56,1
Autoservei	3,2	1,2	0,0
Supermercat	3,2	1,7	0,0
Hipermercat	13,7	12,7	7,3
Gran magatzem	3,2	2,9	2,4
Centre comercial	3,2	11,6	9,8
Mercat ambulant	6,3	0,6	0,0
Mitjanes superfícies	4,2	9,2	22,0
A domicili	0,0	0,0	2,4
Total	100,0	100,0	100,0

D. NOM DE L'ESTABLIMENT
(no comprèn el comerç tradicional)



E. FREQUÈNCIA DE COMPRA



■ Més d'1 cop per setmana	■ 1 cop per setmana
■ Cada 15 dies	■ 1 cop al mes
■ Menys d'un cop al mes	

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Més d'1 cop per setmana	0,0	3,7	0,0	1,3	2,8	0,0
1 cop per setmana	2,8	1,9	0,0	0,0	0,0	2,0
Cada 15 dies	2,8	0,0	0,0	3,9	4,2	2,0
1 cop al mes	22,5	18,5	16,2	26,3	35,2	8,0
Menys d'1 cop al mes	71,8	75,9	83,8	68,4	57,7	88,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

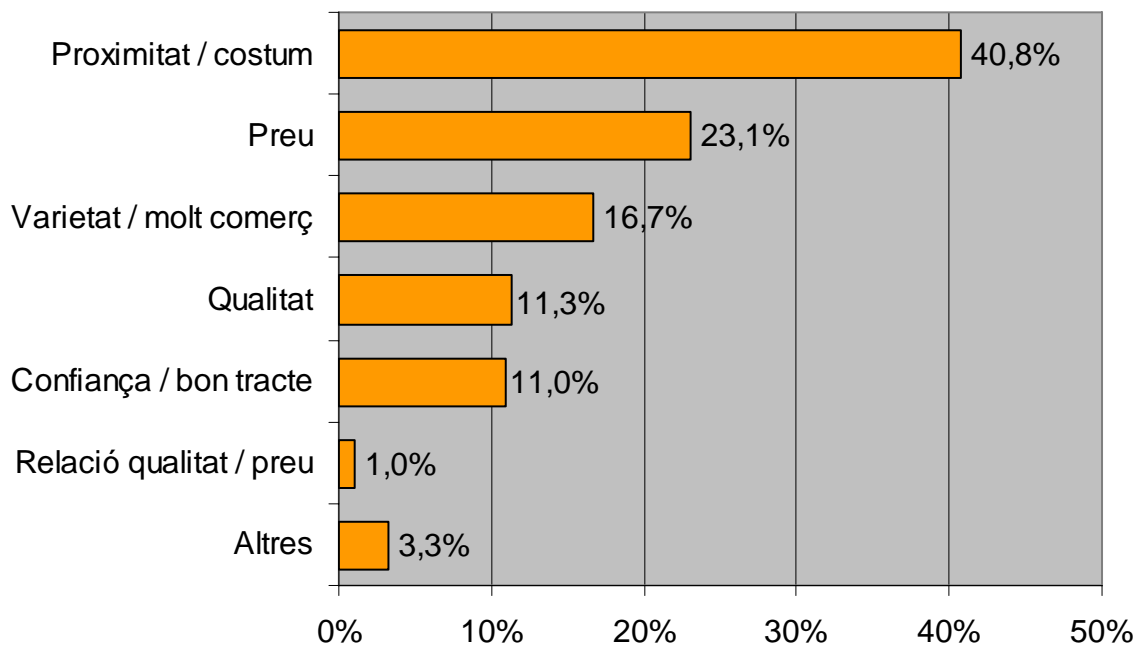
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Més d'1 cop per setmana	4,2	0,8	1,4	0,0
1 cop per setmana	0,0	0,0	1,8	0,0
Cada 15 dies	0,0	4,1	1,4	4,2
1 cop al mes	33,3	29,8	17,2	16,7
Menys d'1 cop al mes	62,5	65,3	78,3	79,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Nivell de renda

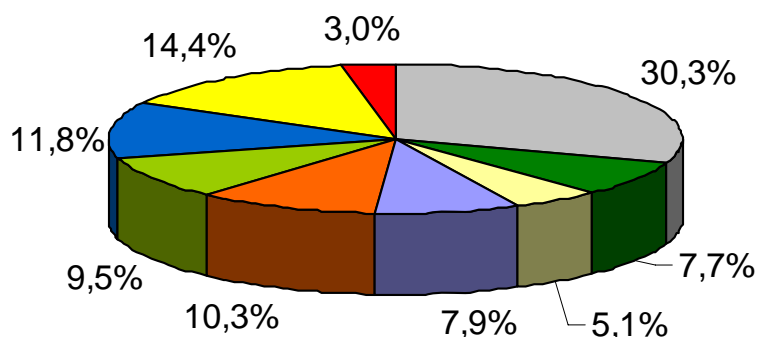
	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Més d'1 cop per setmana	2,1	1,2	0,0
1 cop per setmana	2,1	1,2	0,0
Cada 15 dies	1,1	1,7	2,4
1 cop al mes	21,1	22,0	26,8
Menys d'1 cop al mes	73,7	74,0	70,7
Total	100,0	100,0	100,0

F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA (*)



(*) Multiresposta

G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA



□ Districte 1	■ Districte 2	□ Districte 3
□ Districte 4	■ Districte 5	□ Districte 6
■ Badalona	■ Barcelona	■ Altres

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Districte 1	62,0	14,8	36,8	26,3	18,3	16,0
Districte 2	0,0	55,6	0,0	0,0	0,0	0,0
Districte 3	1,4	0,0	27,9	0,0	0,0	0,0
Districte 4	2,8	0,0	0,0	38,2	0,0	0,0
Districte 5	0,0	0,0	0,0	0,0	56,3	0,0
Districte 6	2,8	7,4	1,5	5,3	1,4	50,0
Badalona	11,3	14,8	11,8	9,2	7,0	20,0
Barcelona	19,7	7,4	17,6	17,1	11,3	10,0
Altres	0,0	0,0	3,4	3,9	5,6	4,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

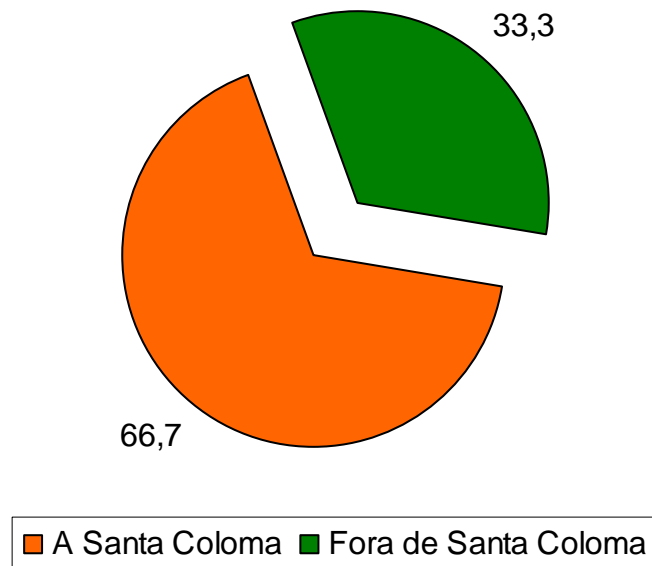
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Districte 1	25,0	28,9	29,9	45,8
Districte 2	0,0	4,1	10,4	8,3
Districte 3	8,3	2,5	6,3	4,2
Districte 4	4,2	6,6	9,5	4,2
Districte 5	4,2	11,6	10,9	4,2
Districte 6	0,0	4,1	12,7	16,7
Badalona	29,2	17,4	7,7	4,2
Barcelona	25,0	20,7	10,0	12,5
Altres	4,2	4,1	2,9	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

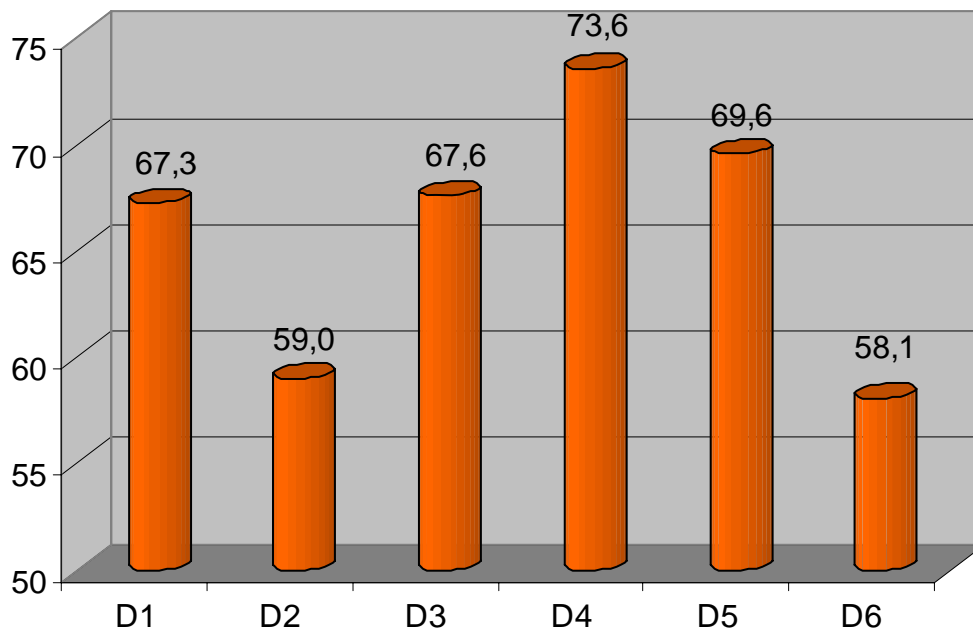
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Districte 1	32,6	29,5	22,0
Districte 2	8,4	7,5	2,4
Districte 3	5,3	5,8	0,0
Districte 4	6,3	9,8	7,3
Districte 5	11,6	8,1	7,3
Districte 6	18,9	6,9	7,3
Badalona	8,4	12,1	22,0
Barcelona	7,4	16,2	26,8
Altres	1,1	4,1	4,8
Total	100,0	100,0	100,0

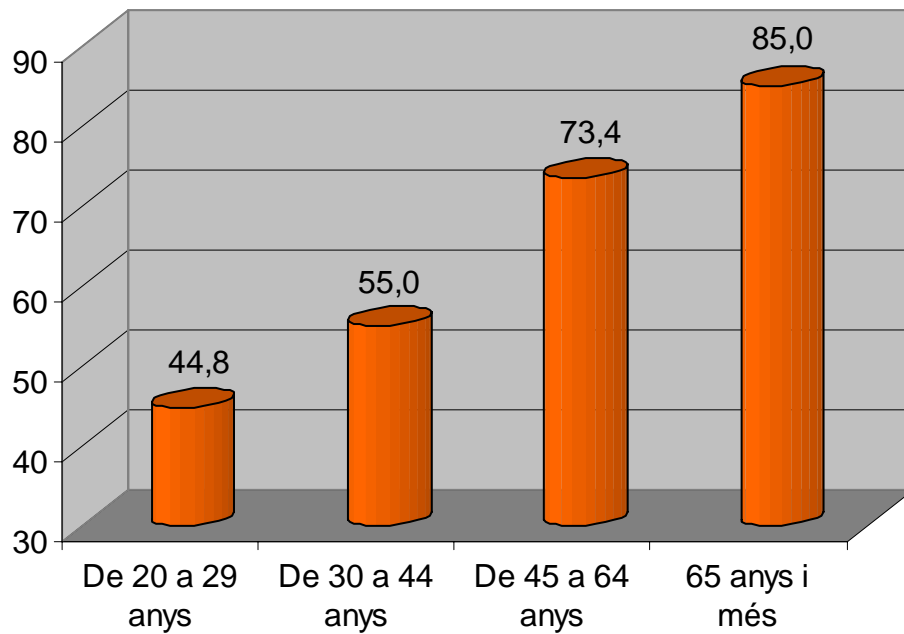
H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA. DE CADA 100€..



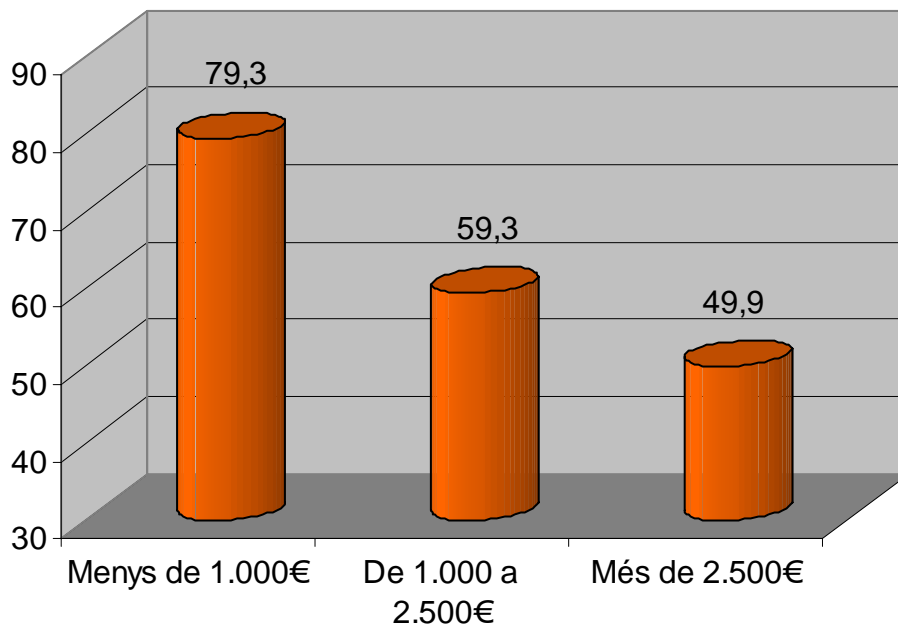
Despesa a Santa Coloma, per districte on viu



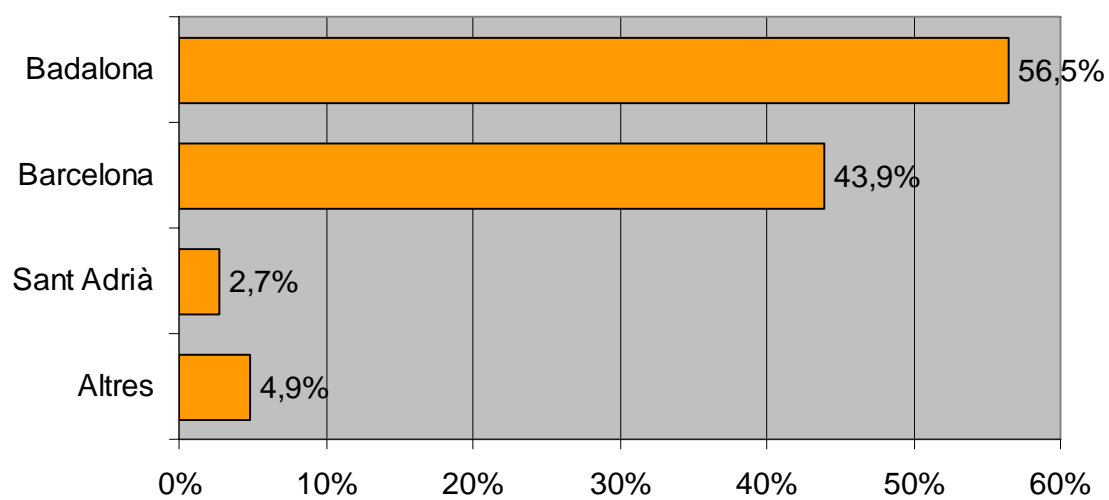
Despesa a Santa Coloma, per edat de l'entrevistat



Despesa a Santa Coloma, per nivell de renda



I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA (*)



(*) Multiresposta

3.5. Equipament de la persona

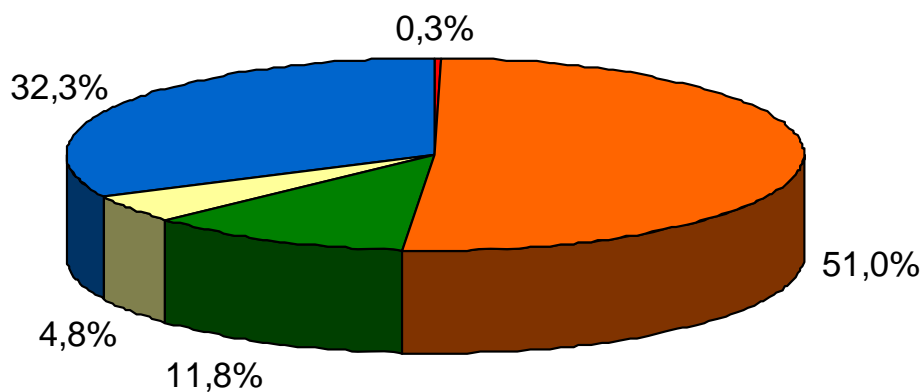
Inclou roba, llenceria, merceria, calçat, pell, joieria, com a més importants.

<p>A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL</p>	<ul style="list-style-type: none">• Un 51% dels colomencs fan la compra principal de productes d'equipament de la persona al propi barri, essent el segon lloc de compra una altre ciutat, amb un 32,3%. A la zona centre de Santa Coloma hi compra l'11,8%.• La compra principal al mateix barri és dominant en tots els districtes, excepció feta del 2, on la compra a una altra ciutat (42,6%) és superior a la que es fa al mateix barri (35,3%).• La compra principal al mateix barri és més gran a mesura que augmenta l'edat dels responsables de la compra. De la mateixa manera, la compra a altres ciutats és més gran entre els responsables més joves.• Per nivell de renda, els responsables amb rendes més baixes compren més al mateix barri que la resta.• A major nivell de renda, més gran és la proporció de persones que compren equipament de la persona a altres ciutats.
<p>B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS</p>	<ul style="list-style-type: none">• Quan els colomencs fan la compra principal de productes d'equipament de la persona fora del barri ho fan sobretot a Barcelona (64,9%) i, en segon lloc, a notable distància, Badalona (20,3%).• Per bé que molt allunyats dels anteriors, també compren al districte 6 (10,1%).

<p>C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El canal de compra habitual de productes d'equipament de la persona és majoritàriament el comerç tradicional, amb un 72,4%. La resta de canals tenen un pes relatiu molt baix, destacant, si de cas, els centres comercials (14,3%) i els mercats ambulants (6,3%). • Per districtes, a l'1 i al 3, la compra a centres comercials és relativament elevada, i al districte 5 hi té un pes relatiu notable el mercat ambulant. • Com més edat, major és l'ús del comerç tradicional. En canvi, com més joves els responsables de la compra, major és l'ús dels centres comercials. • Per nivells de renda, destaca el fet que les més baixes són les que més recorren al comerç tradicional i al mercat ambulant. Com més altes, més van als centres comercials.
<p>D. NOM DE L'ESTABLIMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exceptuant el comerç tradicional, la compra habitual de productes d'equipament de la persona a Santa Coloma es fa en primer lloc al centre comercial de La Maquinista (37,3%). A gran distància hi figura El Corte Inglés (15,5%), el barri del Fondo (13,6%), centre comercial Montigalà (10,9%) i Carrefour (7,3%).
<p>E. FREQUÈNCIA DE COMPRA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un 68,9% de les compres de productes d'equipament de la persona es fan amb una freqüència de menys d'1 cop al mes. Un altre 26,6% presenta una freqüència d'1 cop al mes.
<p>F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Els atributs més citats per part dels colomencs per a justificar que compren l'equipament de la persona on ho fan són, la proximitat / costum (30,6%), la varietat (29,1%) i el preu (21,1%). Amb percentatges al voltant del 13% hi figuren dos altres factors: la qualitat i la confiança.

<p>G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quan els colomencs compren productes d'equipament de la persona en llocs diferents dels habituals, ho fan bàsicament a altres barris (66,7%), però també a ciutats veïnes com Barcelona (20%) i Badalona (13%), on hi va més, per cert, la població més jove. • D'altra banda, com més alt el nivell de renda, més es va a Barcelona.
<p>H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA. DE CADA 100€..</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De cada 100€ gastats en equipament de la persona, 67,7 es gasten a Santa Coloma, i 32,3 es gasten fora. • El major nivell de despesa a la mateixa ciutat es dona al districte 6 (72,7 euros de 100) i el menor al districte 2 (60,2 euros de 100). • Com més joves els responsables de la compra, major és la fuga de compra cap a fora. Entre els 20 i 29 anys arriba al 56,6% de la despesa en equipament de la persona. En relació a la renda, com més alta és, major és la fuga.
<p>I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La compra d'equipament de la llar fora de Santa Coloma, es fa sobretot a Barcelona (71,5%) i a Badalona (33,1%).

A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL



■ No en compra	■ Al barri	■ A la zona centre
■ A un altre barri	■ A una altra ciutat	

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
No en compra	1,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Al barri	58,7	48,1	35,3	51,3	47,3	68,6
A la zona centre	0,0	13,0	22,1	16,7	12,2	5,9
A un altre barri	4,0	11,1	0,0	2,6	10,8	0,0
A una altra ciutat	36,0	27,8	42,6	29,5	29,7	25,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Edat de l'entrevistat

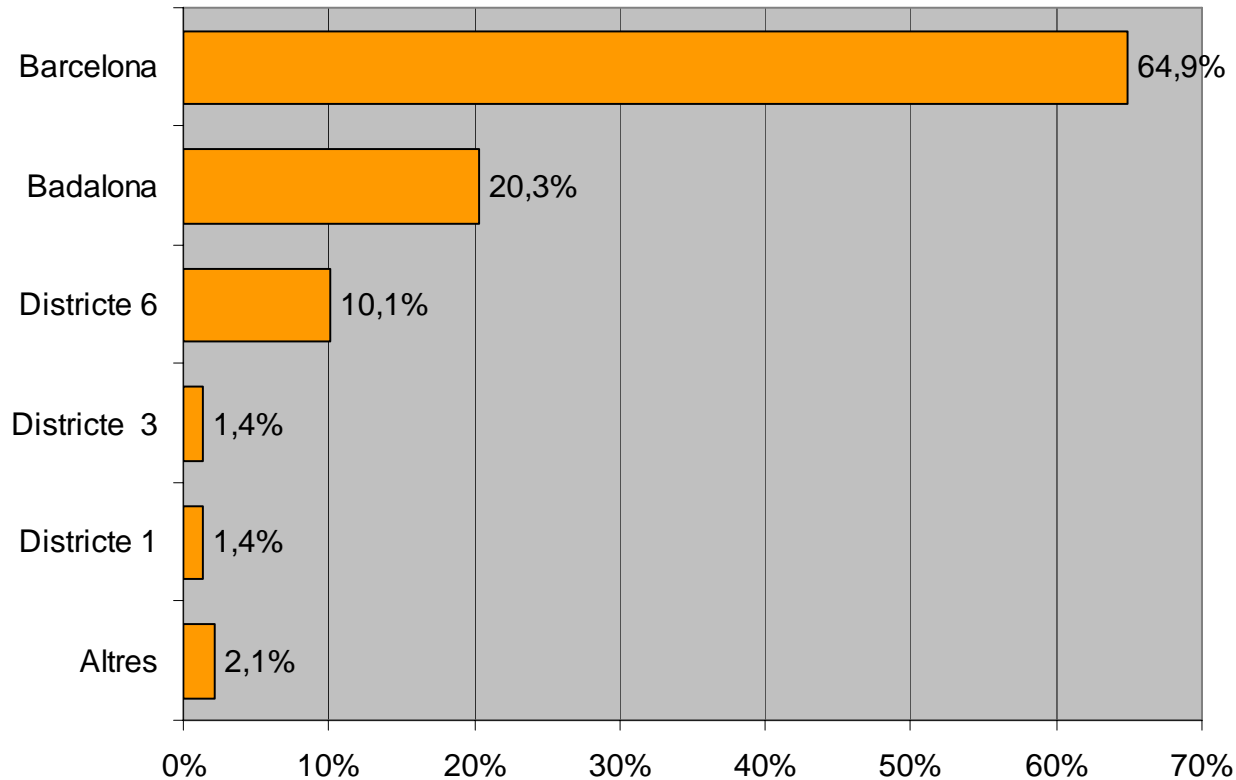
	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
No en compra	0,0	0,0	0,4	0,0
Al barri	24,0	41,0	58,3	60,0
A la zona centre	12,0	9,8	13,2	8,0
A un altre barri	8,0	4,9	4,4	4,0
A una altra ciutat	56,0	44,3	23,7	28,0

Total	100,0	100,0	100,0	100,0
--------------	-------	-------	-------	-------

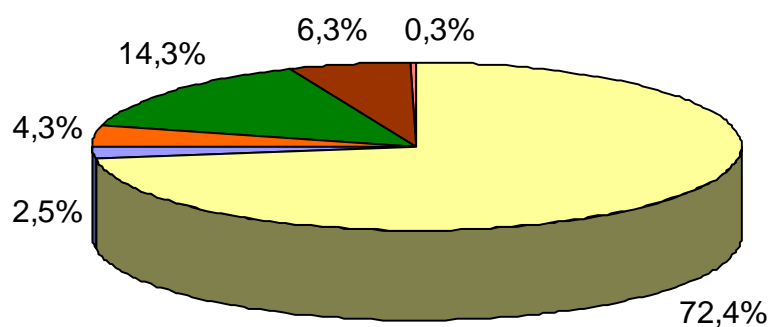
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
No en compra	0,0	0,0	0,0
Al barri	65,0	48,3	31,7
A la zona centre	12,0	13,1	9,8
A un altre barri	4,0	5,1	0,0
A una altra ciutat	19,0	33,5	58,5
Total	100,0	100,0	100,0

B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS



C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT



Comerç Tradicional	Hipermercat	Gran magatzem
Centre comercial	Mercat ambulant	Mitjanes superfícies

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Comerç tradicional	70,3	75,9	63,2	76,9	77,0	70,6
Hipermercat	0,0	5,6	2,9	1,3	0,0	7,8
Gran magatzem	5,4	3,7	4,4	5,1	2,7	3,9
Centre comercial	18,9	9,3	22,1	11,5	10,8	11,8
Mercat ambulant	5,4	5,6	5,9	5,1	9,5	5,9
Mitjanes superfícies	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

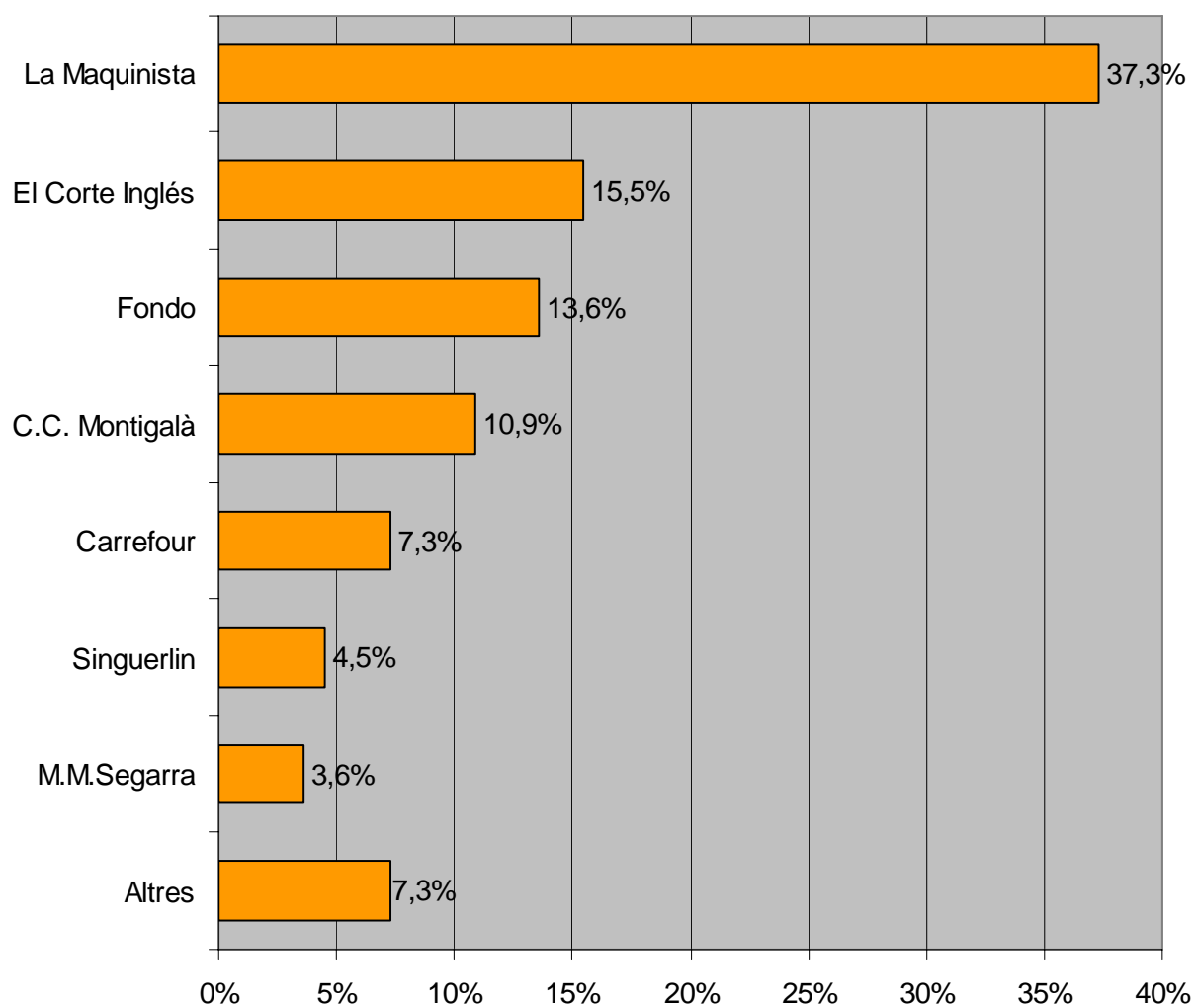
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Comerç tradicional	48,0	67,2	78,9	64,0
Hipermercat	4,0	1,6	3,1	0,0
Gran magatzem	4,0	2,5	4,0	16,0
Centre comercial	32,0	24,6	7,5	8,0
Mercat ambulant	12,0	4,1	6,2	12,0
Mitjanes superfícies	0,0	0,0	0,4	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

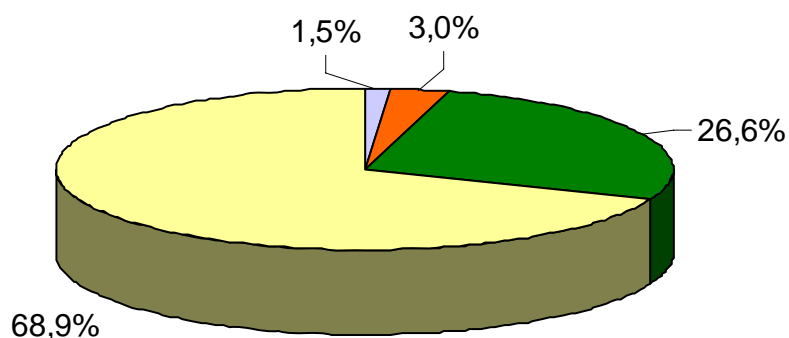
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Comerç tradicional	79,0	69,3	70,7
Hipermercat	4,0	1,7	4,9
Gran magatzem	4,0	2,8	4,9
Centre comercial	4,0	19,9	17,1
Mercat ambulant	9,0	5,7	2,4
Mitjanes superfícies	0,0	0,6	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

D. NOM DE L'ESTABLIMENT (no comprèn el comerç tradicional)



E. FREQUÈNCIA DE COMPRA



■ 1 cop per setmana	■ Cada 15 dies
■ 1 cop al mes	■ Menys d'1 cop al mes

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
1 cop per setmana	1,4	0,0	0,0	1,3	2,7	3,9
Cada 15 dies	4,1	1,9	2,9	1,3	4,1	3,9
1 cop al mes	16,2	33,3	19,1	25,6	40,5	25,5
Menys d'1 cop al mes	78,4	64,8	77,9	71,8	52,7	66,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

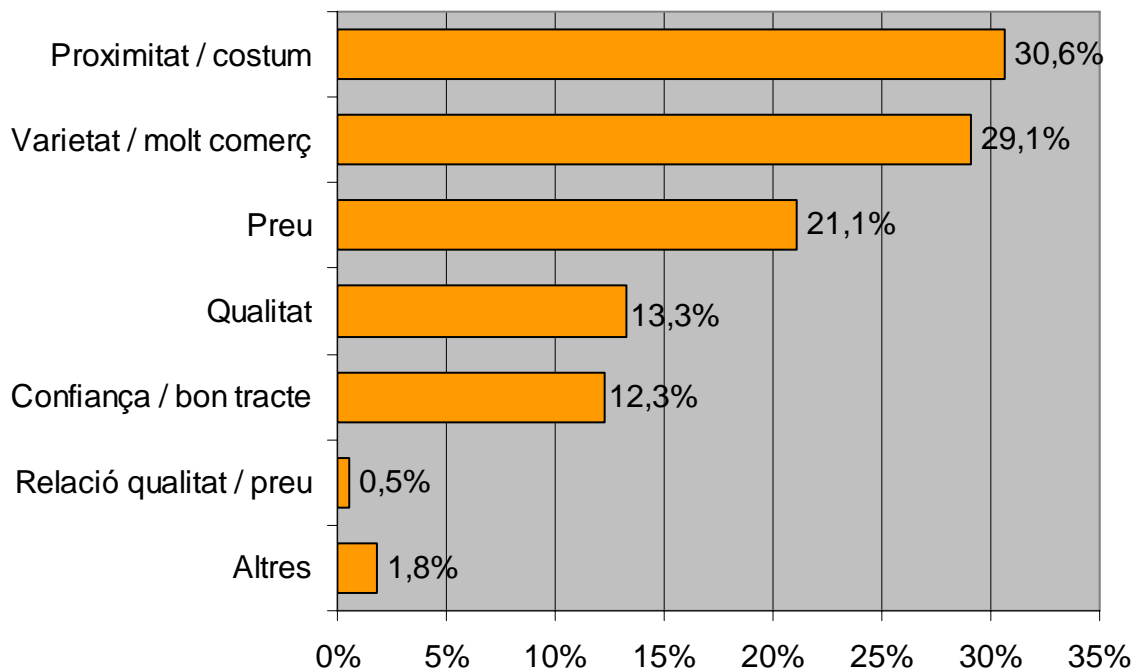
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
1 cop per setmana	4,0	0,8	1,8	0,0
Cada 15 dies	12,0	3,3	2,2	0,0
1 cop al mes	24,0	35,2	25,1	0,0
Menys d'1 cop al mes	60,0	60,7	70,9	100,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Nivell de renda

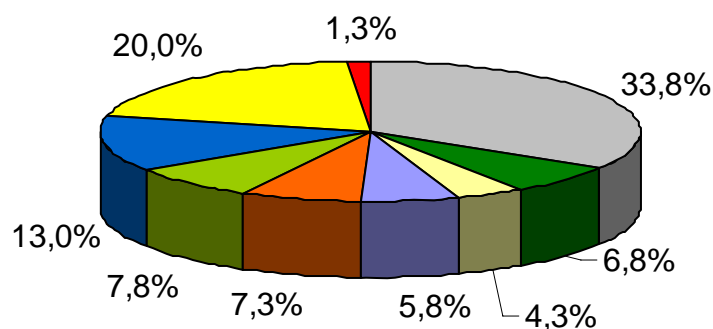
	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
1 cop per setmana	1,0	0,0	9,8
Cada 15 dies	1,0	3,4	2,4
1 cop al mes	27,0	27,8	29,3
Menys d'1 cop al mes	71,0	68,8	58,5
Total	100,0	100,0	100,0

F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA (*)



(*) Multiresposta

G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA



■ Districte 1	■ Districte 2	■ Districte 3
■ Districte 4	■ Districte 5	■ Districte 6
■ Badalona	■ Barcelona	■ Altres

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Districte 1	64,9	22,2	45,6	32,1	17,6	11,8
Districte 2	0,0	50,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Districte 3	0,0	0,0	25,0	0,0	0,0	0,0
Districte 4	0,0	0,0	0,0	29,5	0,0	0,0
Districte 5	0,0	0,0	0,0	0,0	39,2	0,0
Districte 6	2,7	1,9	2,9	2,6	9,5	33,3
Badalona	9,5	14,8	10,3	6,4	16,2	25,5
Barcelona	21,6	11,1	14,7	29,5	16,2	25,5
Altres	1,4	0,0	1,5	0,0	1,4	4,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

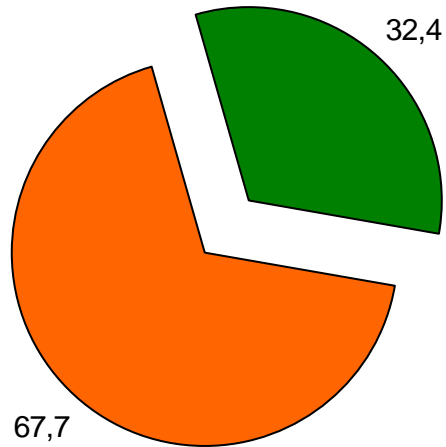
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Districte 1	36,0	29,5	34,8	44,0
Districte 2	0,0	3,3	9,3	8,0
Districte 3	0,0	2,5	5,7	4,0
Districte 4	0,0	8,2	4,8	8,0
Districte 5	0,0	10,7	6,6	4,0
Districte 6	4,0	4,9	8,8	16,0
Badalona	24,0	13,9	11,9	8,0
Barcelona	32,0	25,4	17,2	8,0
Altres	4,0	1,6	0,8	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Nivell de renda

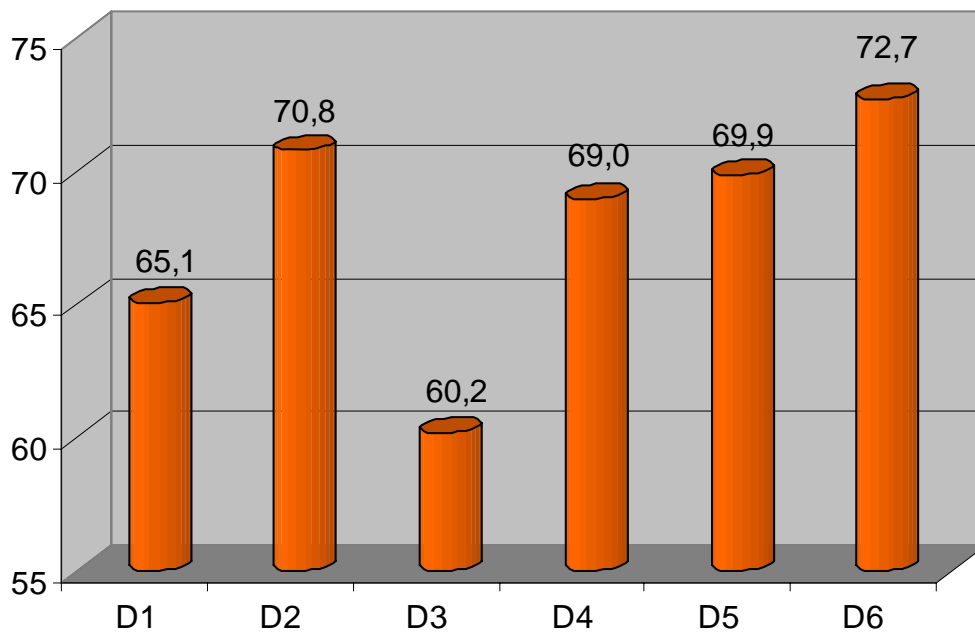
	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Districte 1	34,0	32,4	26,8
Districte 2	9,0	6,8	0,0
Districte 3	6,0	3,4	2,4
Districte 4	7,0	6,8	7,3
Districte 5	8,0	5,7	7,3
Districte 6	14,0	5,7	4,9
Badalona	12,0	14,2	9,8
Barcelona	10,0	23,3	36,6
Altres	0,0	1,8	4,8
Total	100,0	100,0	100,0

**H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA.
DE CADA 100€..**

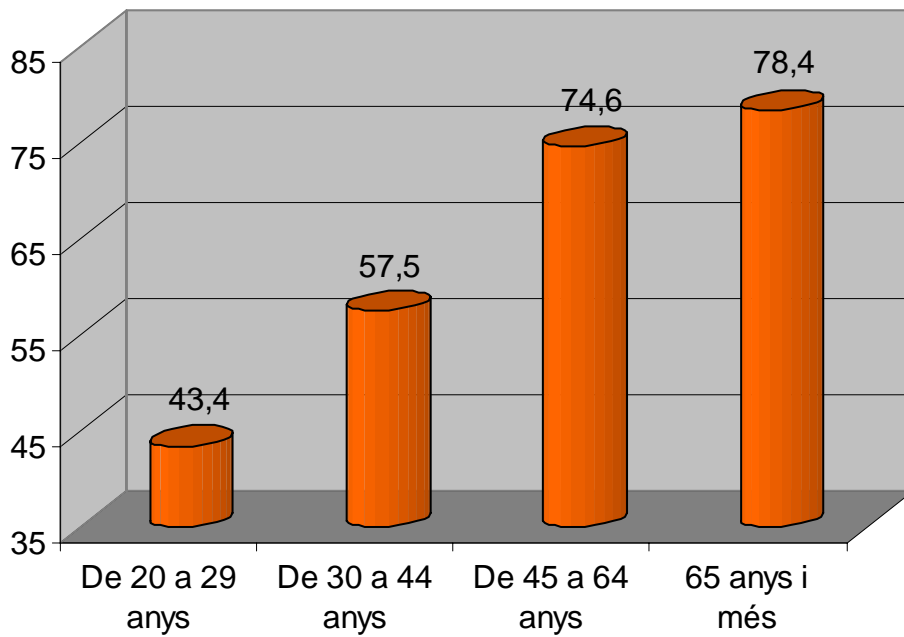


■ A Santa Coloma ■ Fora de Santa Coloma

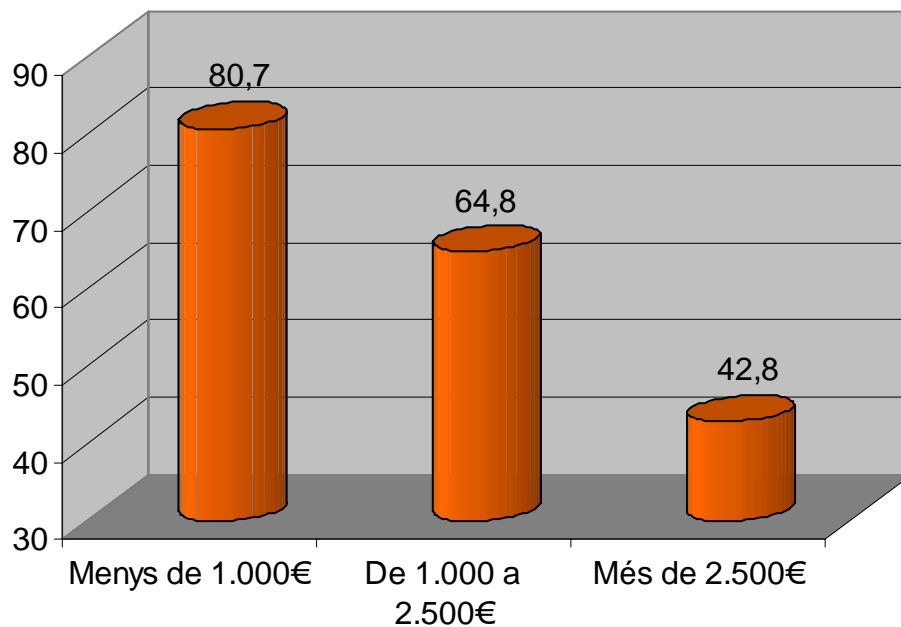
Despesa a Santa Coloma, per districte on viu



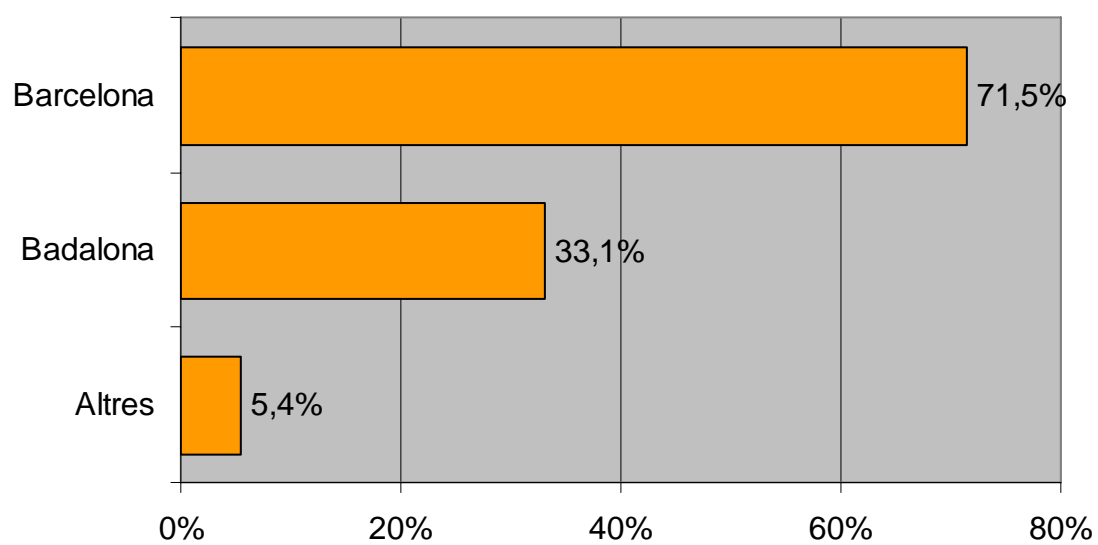
Despesa a Santa Coloma, per edat de l'entrevistat



Despesa a Santa Coloma, per nivell de renda



I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA (*)



(*) Multiresposta

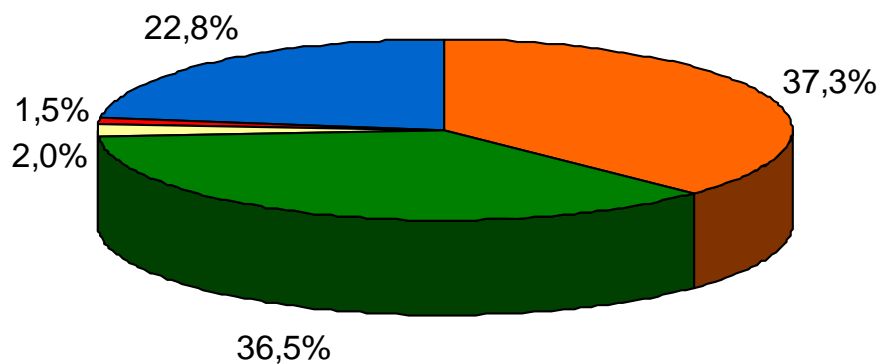
3.6. Automoció i carburants

Inclou la compra de vehicles terrestres, accessoris i peces de recanvi, carburants, olis, com a més importants.

A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL	<ul style="list-style-type: none">• Un 37,3% dels colomencs no compra productes d'automoció i carburants. Només un 36,5% en compren al mateix barri i un 22,8% ho compren a una altra ciutat.• Els colomencs que menys en compren són els del districte 1, amb un 52% de les llars que no tenen aquest tipus de consum.• Per edats, les persones que menys compren automoció i carburants són les persones de 65 anys i més. Hi ha una relació directa amb la compra i la joventut dels responsables de la compra.• També hi ha una relació amb el nivell de renda. Com menys renda, menys compra d'aquest tipus de producte. La compra a altres ciutats és més gran com major és la renda.
B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS	<ul style="list-style-type: none">• Quan els colomencs fan la compra principal de productes d'automoció i carburants fora del barri ho fan sobretot a Barcelona (29,9%), Badalona (27,8%) i Sant Adrià del Besòs (15,5%).• A molta distància dels anteriors hi figuren Granollers, els districtes 5 i 3 de Santa Coloma, Ripollet, Sabadell, Mataró, la Roca i Terrassa, entre altres.
C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT	<ul style="list-style-type: none">• El canal de compra habitual de productes d'automoció i carburants és majoritàriament el comerç tradicional, amb un 96%.• La resta de canals tenen un pes relatiu molt baix, destacant, si de cas, els hipermercats que representen un percentatge del 3,2%, que té una certa penetració en els responsables de la compra de menys de 29 anys.
D. NOM DE L'ESTABLIMENT	<ul style="list-style-type: none">• Si s'exceptua el comerç tradicional, que com s'ha indicat és totalment majoritari com a canal, la compra de productes d'automoció es fa a Alcampo, La Maquinista, Makro, entre altres.

<p>E. FREQÜÈNCIA DE COMPRA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La compra en aquest tipus de productes es fa amb freqüències disperses per bé que cal tenir present que inclou el carburant, un consumible que es compra molt sovint. • Com més joves són els responsables de la compra, major és la freqüència de compra. • Per nivell de renda les diferències quant a freqüència són poc significatives.
<p>F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'atribut més citat per part dels colomencs per a justificar que compren l'automoció i carburants on ho fan és la proximitat / costum (61%). • Amb percentatges molt allunyats de l'anterior, i sempre per sota del 10%, hi figuren la confiança, el preu, entre altres.
<p>G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quan els colomencs compren productes d'automoció i carburants en llocs diferents dels habituals, ho fan a altres barris (65,8%), però també a ciutats veïnes com Barcelona (18,7%), Badalona (15,5%), i altres (10%).
<p>H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA. DE CADA 100€..</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De cada 100€ gastats en automoció i carburants, 60,9 es gasten a Santa Coloma, i 39,1 es gasten fora. • El major nivell de despesa a la mateixa ciutat es dona als districtes 2 i 3 (71 i 68,7 euros de 100, respectivament), i els menors, en el districte 6 (48,7%). • Com més joves els responsables de la compra, major és la fuga de compra cap a fora. Entre els 20 i 29 anys arriba al 50,9% de la despesa en automoció i carburants. • En relació a la renda, com més alta és, major és la fuga.
<p>I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La compra d'automoció i carburants fora de Santa Coloma, es fa sobretot a Barcelona (38,2%) i a Badalona (34,5%).

A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL



■ No en compra	■ Al barri	■ A la zona centre
■ A un altre barri	■ A una altra ciutat	

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
No en compra	52,0	31,5	27,9	32,1	39,2	39,2
Al barri	22,7	44,4	47,1	38,5	40,5	25,5
A la zona centre	0,0	3,7	2,9	2,6	1,4	2,0
A un altre barri	2,7	1,9	0,0	2,6	0,0	2,0
A una altra ciutat	22,7	18,5	22,1	24,4	18,9	31,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

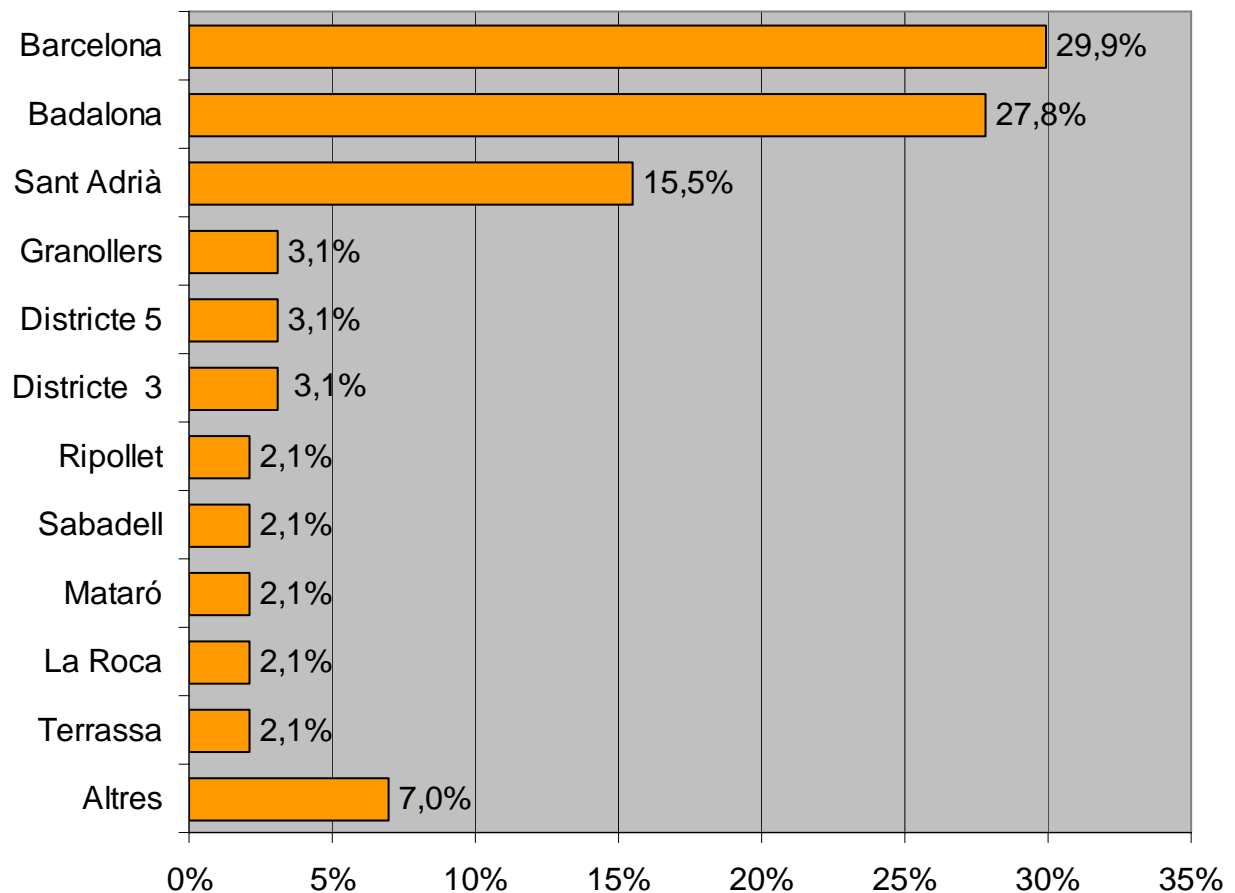
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
No en compra	12,0	20,5	43,9	84,0
Al barri	44,0	42,6	35,1	12,0
A la zona centre	0,0	1,6	2,6	0,0
A un altre barri	0,0	3,3	0,9	0,0
A una altra ciutat	44,0	32,0	17,5	4,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

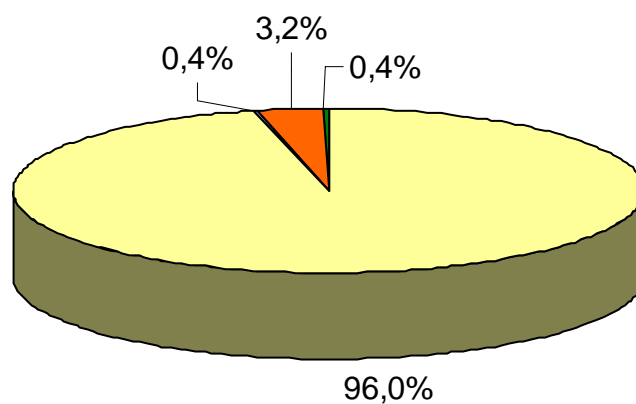
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
No en compra	62,0	26,7	31,7
Al barri	24,0	42,6	26,8
A la zona centre	0,0	3,4	2,4
A un altre barri	2,0	1,7	2,4
A una altra ciutat	12,0	25,6	36,6
Total	100,0	100,0	100,0

B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS



C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT



■ Comerç Tradicional	■ Autoservei	■ Hipermercat	■ Centre comercial
----------------------	--------------	---------------	--------------------

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Comerç tradicional	97,2	97,3	95,9	98,1	95,6	90,3
Autoservei	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,2
Hipermercat	0,0	2,7	4,1	1,9	4,4	6,5
Centre Comercial	2,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

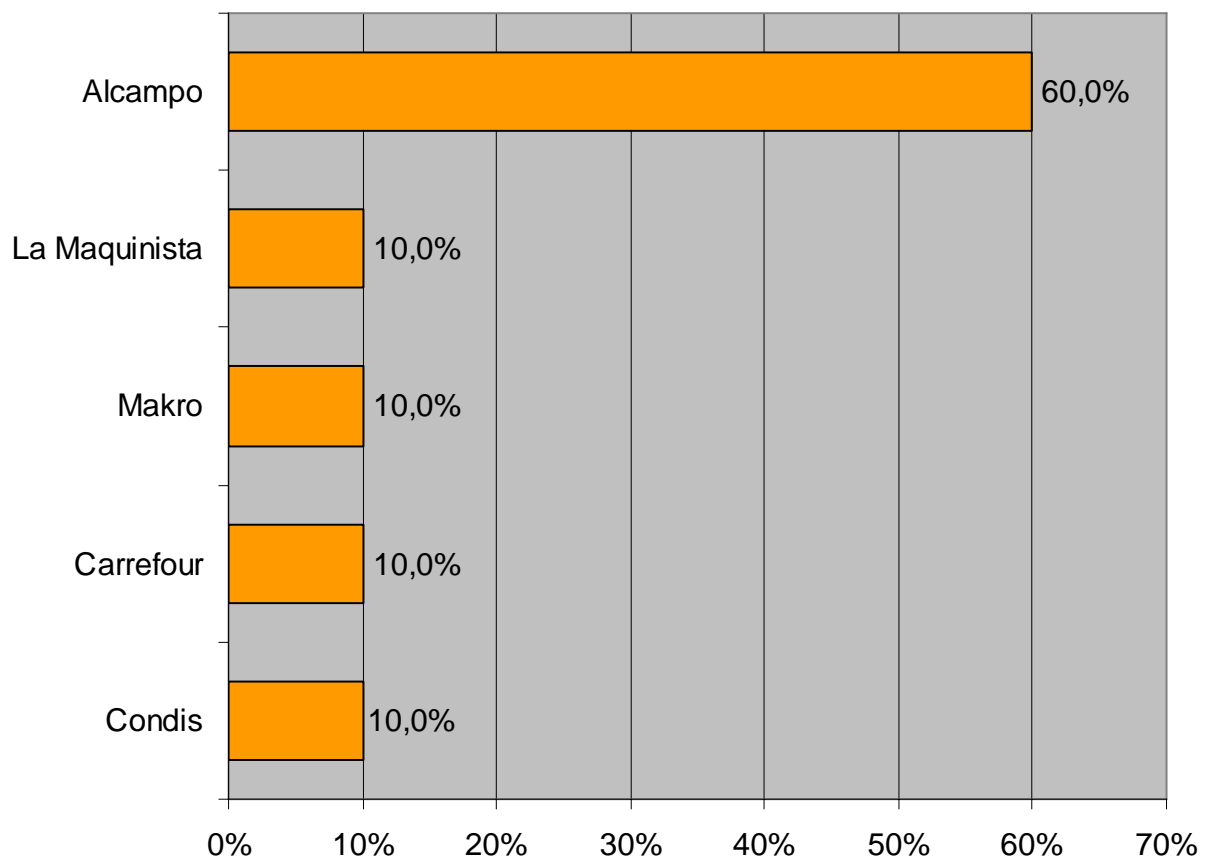
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Comerç tradicional	90,9	97,9	95,3	100,0
Autoservei	0,0	0,0	0,8	0,0
Hipermercat	9,1	1,0	3,9	0,0
Centre Comercial	0,0	1,0	0,0	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

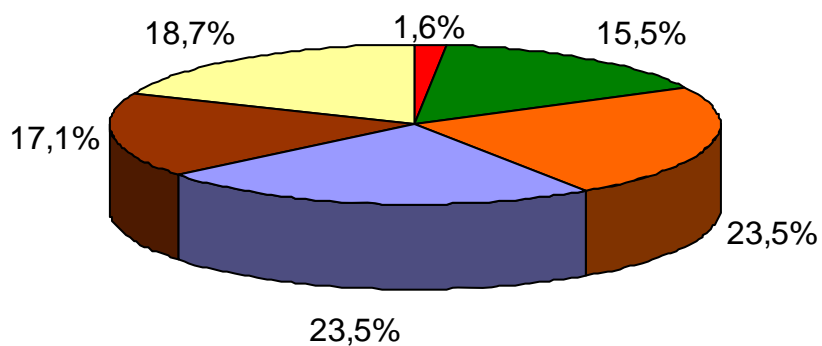
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Comerç tradicional	94,7	95,3	96,4
Autoservei	2,6	0,0	0,0
Hipermercat	2,6	3,9	3,6
Centre Comercial	0,0	0,8	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

D. NOM DE L'ESTABLIMENT (no comprèn el comerç tradicional)



E. FREQUÈNCIA DE COMPRA



■ A diari	■ Més d'1 cop per setmana
■ 1 cop per setmana	■ Cada 15 dies
■ 1 cop al mes	■ Menys d'un cop al mes

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
A diari	0,0	5,4	2,0	0,0	2,2	0,0
Més d'1 cop per setmana	19,4	10,8	10,2	17,0	15,6	22,6
1 cop per setmana	19,4	16,2	18,4	28,3	24,4	35,5
Cada 15 dies	11,1	27,0	28,6	20,8	31,1	19,4
1 cop al mes	11,1	29,7	18,4	15,1	15,6	12,9
Menys d'1 cop al mes	38,9	10,8	22,4	18,9	11,1	9,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

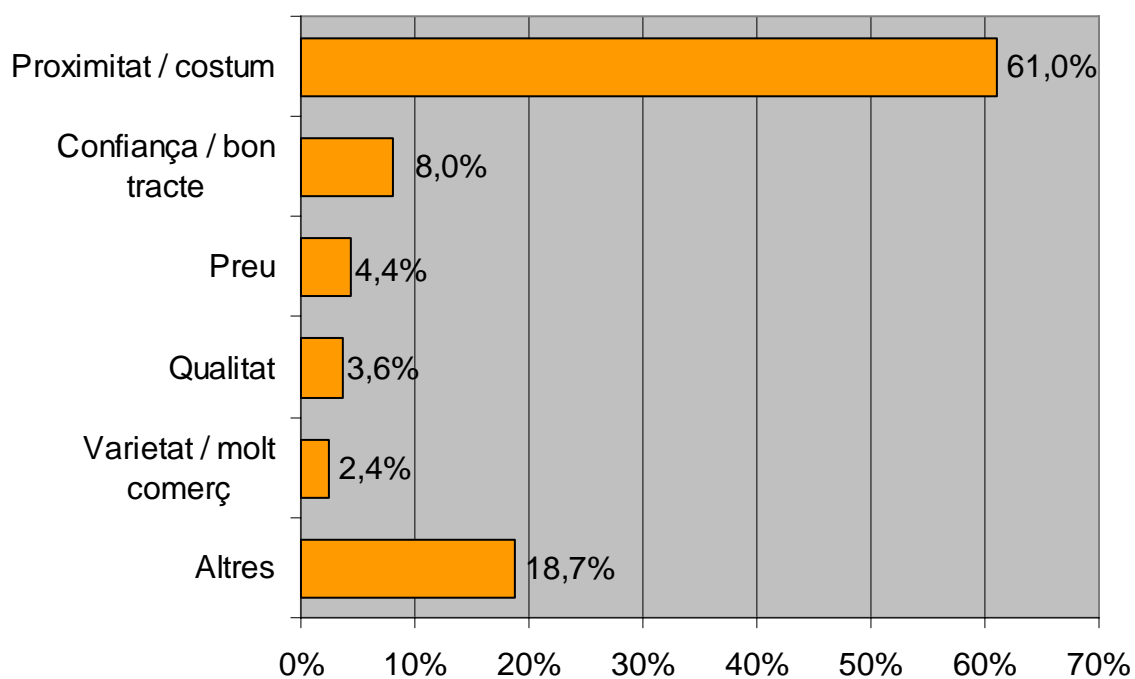
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
A diari	0,0	2,1	1,6	0,0
Més d'1 cop per setmana	22,7	12,4	17,2	0,0
1 cop per setmana	31,8	25,8	21,1	0,0
Cada 15 dies	18,2	21,6	25,0	50,0
1 cop al mes	9,1	20,6	16,4	0,0
Menys d'1 cop al mes	18,2	17,5	18,8	50,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Nivell de renda

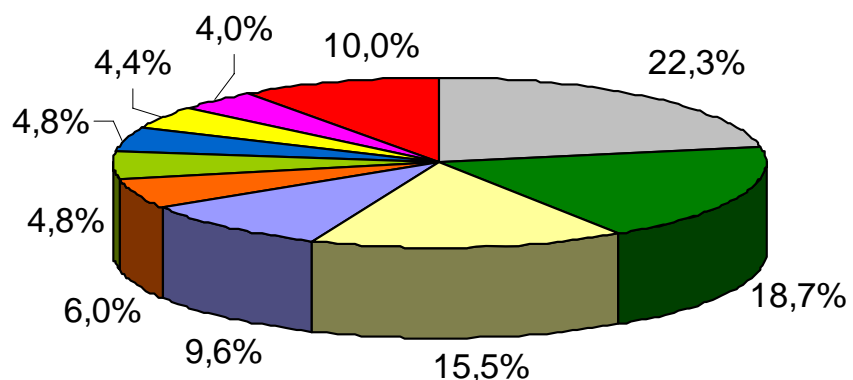
	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
A diari	2,6	1,6	0,0
Més d'1 cop per setmana	23,7	10,9	14,3
1 cop per setmana	15,8	28,7	25,0
Cada 15 dies	18,4	20,9	32,1
1 cop al mes	18,4	18,6	7,1
Menys d'1 cop al mes	21,1	19,4	21,4
Total	100,0	100,0	100,0

F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA (*)



(*) Multiresposta

G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA



□ No ho sap / De pas	■ Barcelona	□ Badalona
□ Districte 1	■ Districte 2	■ Districte 4
■ Districte 5	■ Districte 3	■ Districte 6
■ Altres		

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Districte 1	38,9	2,7	10,2	1,9	2,2	6,5
Districte 2	0,0	40,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Districte 3	0,0	0,0	22,4	0,0	0,0	0,0
Districte 4	0,0	0,0	0,0	22,6	0,0	0,0
Districte 5	0,0	2,7	2,0	0,0	22,2	0,0
Districte 6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	32,3
Badalona	16,7	16,2	8,2	11,3	11,1	38,7
Barcelona	27,8	8,1	16,3	34,0	17,8	0,0
Altres	5,6	8,1	4,0	13,3	15,3	12,9
No ho sap / De pas	11,1	21,6	36,7	17,0	31,1	9,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

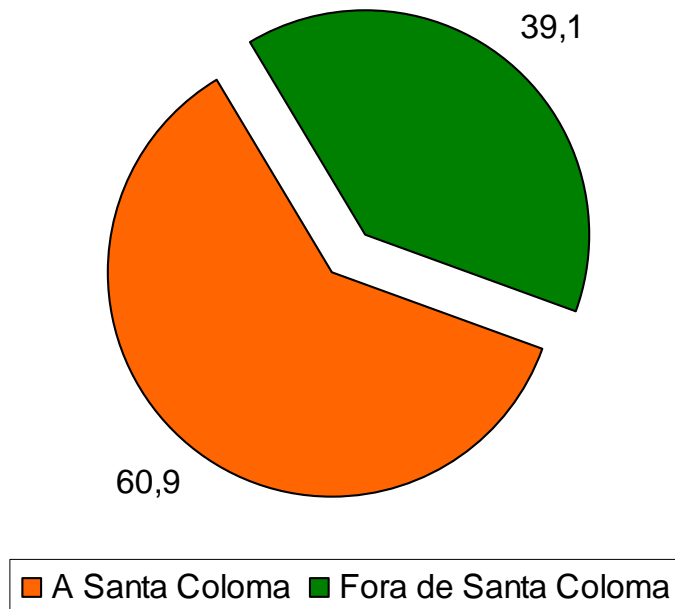
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Districte 1	18,2	10,3	7,8	0,0
Districte 2	0,0	5,2	7,8	0,0
Districte 3	4,5	5,2	3,9	0,0
Districte 4	0,0	6,2	4,7	0,0
Districte 5	0,0	6,2	4,7	0,0
Districte 6	0,0	0,0	7,8	0,0
Badalona	27,3	15,5	13,3	25,0
Barcelona	36,4	17,5	14,8	75,0
Altres	4,5	14,3	7,9	0,0
No ho sap / De pas	9,1	19,6	27,3	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

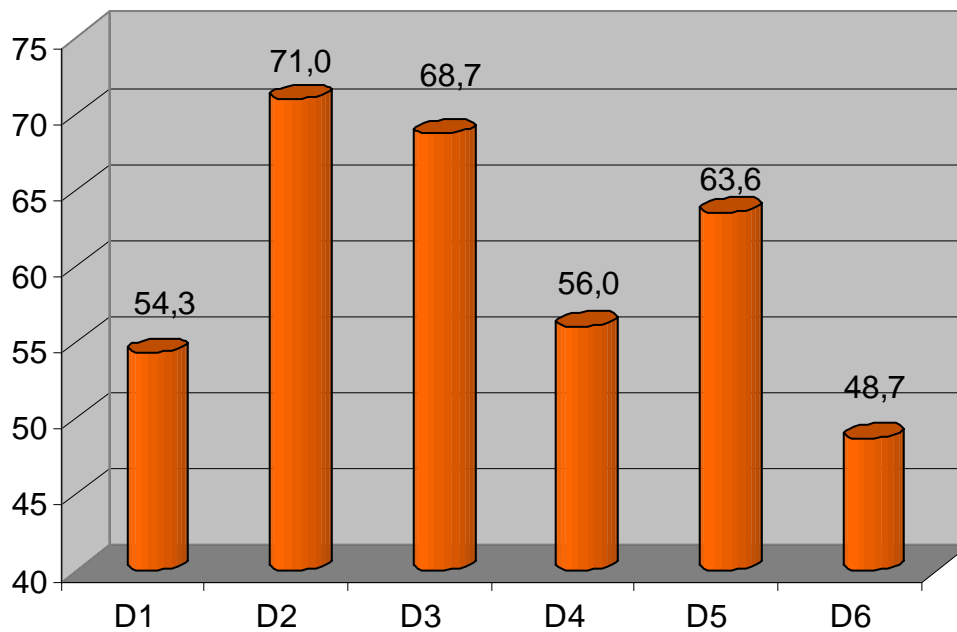
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Districte 1	13,2	9,3	10,7
Districte 2	7,9	7,8	3,6
Districte 3	7,9	0,8	10,7
Districte 4	0,0	7,8	0,0
Districte 5	7,9	4,7	0,0
Districte 6	10,5	2,3	3,6
Badalona	18,4	14,0	21,4
Barcelona	7,9	19,4	10,7
Altres	2,6	12	10,8
No ho sap / De pas	23,7	22,5	28,6
Total	100,0	100,0	100,0

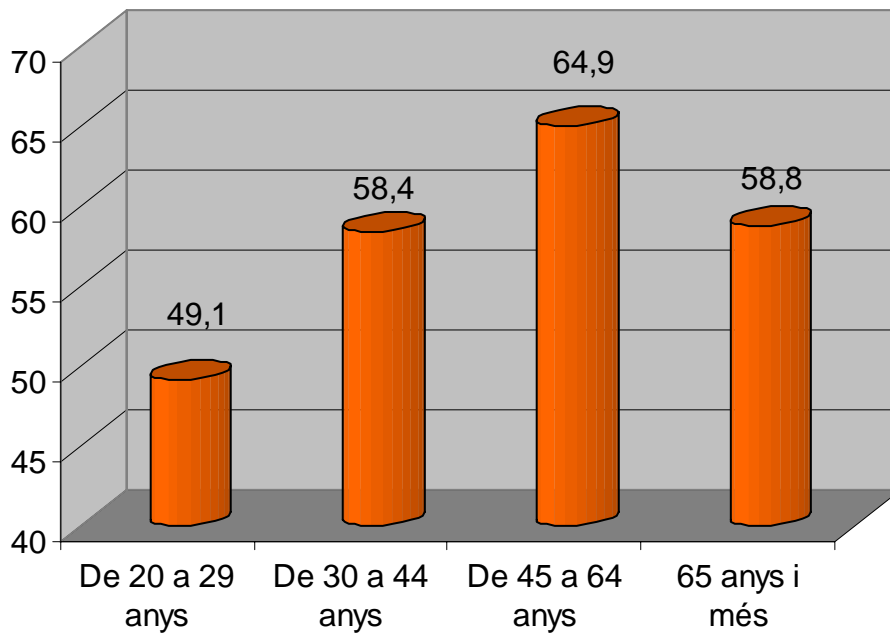
**H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA.
DE CADA 100€..**



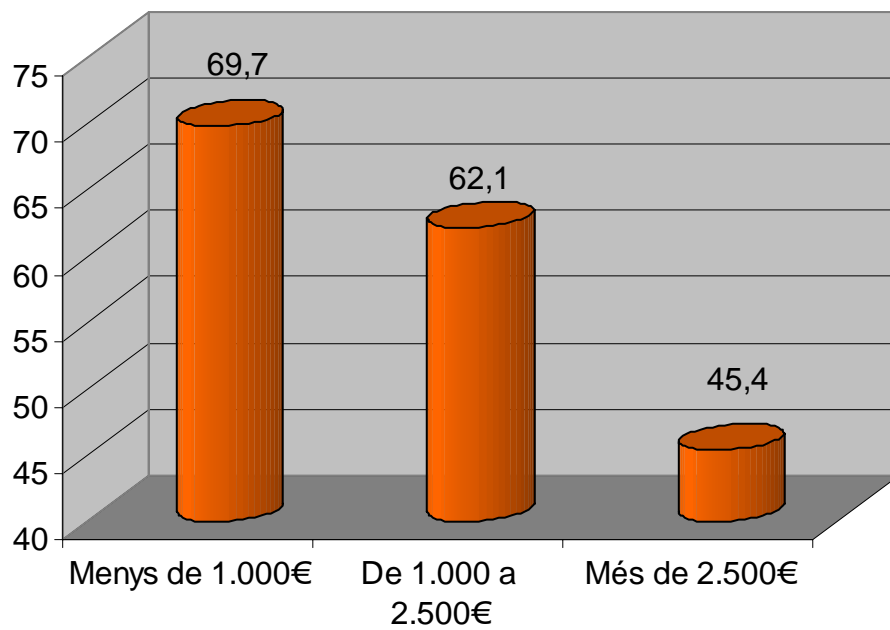
Despesa a Santa Coloma, per districte on viu



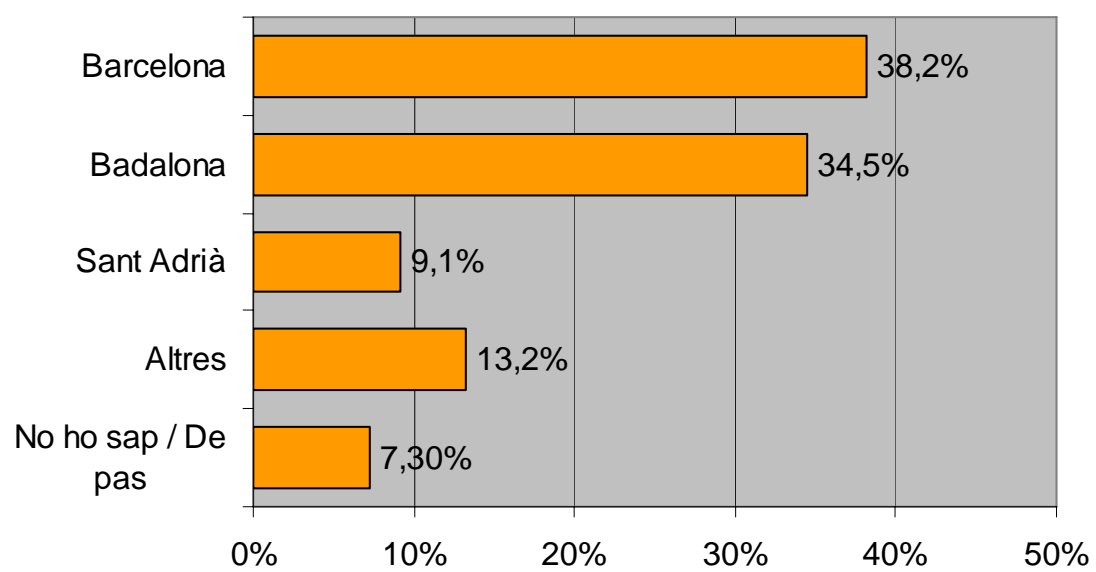
Despesa a Santa Coloma, per edat de l'entrevistat



Despesa a Santa Coloma, per nivell de renda



I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA (*)



(*) Multiresposta

3.7. Cultura i lleure

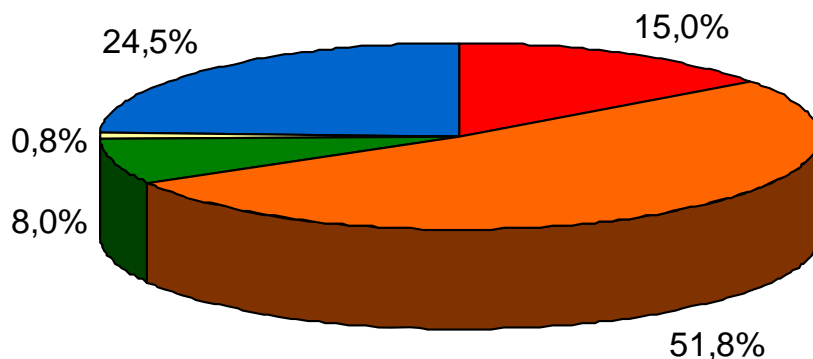
Inclou instruments musicals, segells, aparells òptics, fotogràfics, llibres, revistes, articles d'esport, entre altres.

<p>A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL</p>	<ul style="list-style-type: none">• Un 51,8% dels colomencs fa la seva compra principal de productes de cultura i lleure al propi barri, un 24,5% a una altra ciutat i un 8% a la zona centre de Santa Coloma.• Hi ha un 15% de responsables de la compra que no en compren mai d'aquest tipus de productes. Els colomencs que menys en compren són els del districte 1, amb un 22,7% de les llars, i els que en compren més són els del districte 2.• La major fuga de compra principal d'articles de cultura i lleure cap a altres ciutats es dona en els districtes 3 i 6, amb un 31-32% de la compra.• Per edats, les persones que menys compren articles de cultura i lleure són les de 65 anys i més. Hi ha una relació directa amb la compra i la joventut dels responsables de la compra.• D'altra banda, els responsables de la compra més joves són els que més tenen com a lloc de compra principal una altra ciutat.• Com més baix el nivell de renda, major és la proporció de persones que no compren articles de cultura i lleure. I com més alta la renda, major és la proporció de persones que compren a una altra ciutat.
<p>B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS</p>	<ul style="list-style-type: none">• Quan els colomencs fan la compra principal de productes de cultura i lleure fora del seu barri ho fan sobretot a fora de la ciutat, concretament amb un clar predomini de Barcelona (65,3%), seguida de Badalona (28,7%).

<p>C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El canal de compra habitual de productes de lleure i cultura és majoritàriament el comerç tradicional, amb un 72,1%. • La resta de canals tenen un pes relatiu molt baix, destacant, si de cas, els centres comercials (9,4%), els hipermercats (6,5%) i les mitjanes superfícies (5,0%). • Els responsables de la compra més joves i amb més renda, utilitzen relativament més que la resta, els canals de compra centre comercial i mitjanes superfícies.
<p>D. NOM DE L'ESTABLIMENT</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Si s'exceptua el comerç tradicional, que com s'ha indicat és predominant com a canal, la compra de productes de lleure i cultura es fa, per aquest ordre, a La Maquinista (31%), Carrefour (22,6%), El Corte Inglés (14,3%) i FNAC (13,1%), entre altres.
<p>E. FREQUÈNCIA DE COMPRA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La compra en aquest tipus de productes es fa de manera molt espaiada en el temps, així el 80% es fa 1 cop al mes o menys d'1 cop al mes. • Les persones de més edat són les que compren de manera més espaiada. • Per nivell de renda les diferències quant a freqüència són poc significatives.
<p>F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • L'atribut més citat per part dels colomencs per a justificar que compren els productes de cultura i lleure és la proximitat / costum (54,1%). • Amb percentatges allunyats de l'anterior hi figuren la varietat (22,4%), el preu (11,2) i altres.
<p>G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Quan els colomencs compren productes de cultura i lleure en llocs diferents dels habituals, ho fan a altres barris (71,8%), però també a ciutats veïnes com Barcelona (18,2%) i Badalona (9,1%).

<p>H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA. DE CADA 100€..</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De cada 100€ gastats en cultura i lleure 71,2 es gasten a Santa Coloma, i 28,8 es gasten fora. • El major nivell de despesa a la mateixa ciutat es dóna als districtes 4, 1 i 2 (entre el 76 i el 78%). • El menor nivell de despesa es dóna als districtes 3 i 6, amb percentatges propers al 37% fora de la ciutat. • Com més joves els responsables de la compra, major és la fuga cap a fora. Entre els 20 i 29 anys arriba al 42,9% de la despesa en lleure i cultura. • En relació a la renda, com més alta és, major és la fuga, fins a situar-se en prop del 50% en el tram de més de 2.500€ mensuals.
<p>I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La compra de cultura i lleure fora de Santa Coloma, es fa sobretot a Barcelona (69,9%) i, a gran distància, a Badalona (31,2%).

A. LLOC DE COMPRA PRINCIPAL



■ No en compra	■ Al barri	■ A la zona centre
■ A un altre barri	■ A una altra ciutat	

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
No en compra	22,7	7,4	13,2	12,8	16,2	15,7
Al barri	60,0	50,0	39,7	61,5	45,9	51,0
A la zona centre	0,0	16,7	14,7	6,4	9,5	2,0
A un altre barri	0,0	3,7	0,0	1,3	0,0	0,0
A una altra ciutat	17,3	22,2	32,4	17,9	28,4	31,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

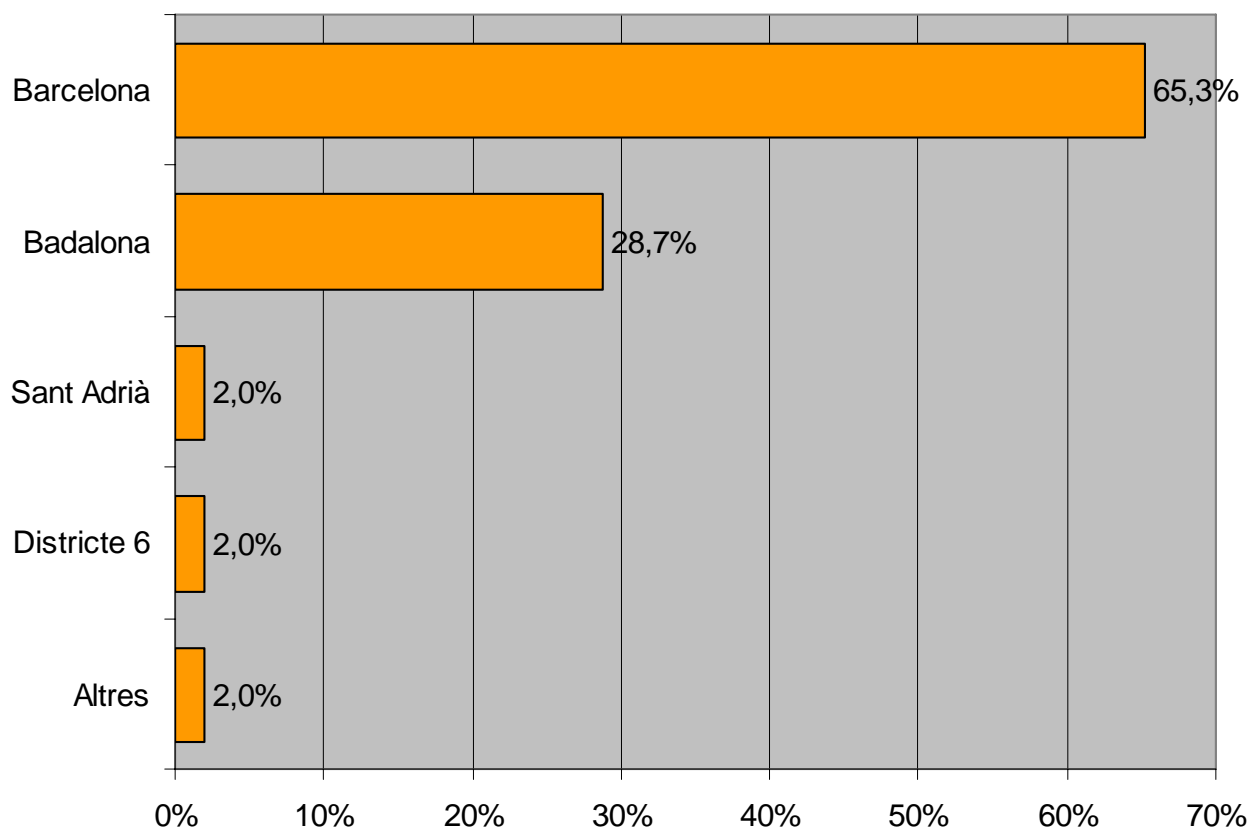
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
No en compra	4,0	6,6	18,4	36,0
Al barri	44,0	51,6	53,1	48,0
A la zona centre	12,0	7,4	8,3	4,0
A un altre barri	0,0	0,8	0,9	0,0
A una altra ciutat	40,0	33,6	19,3	12,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

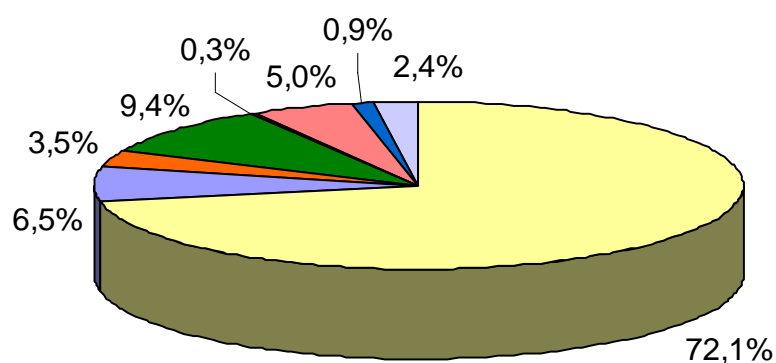
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
No en compra	28,0	11,4	9,8
Al barri	47,0	52,8	41,5
A la zona centre	6,0	9,7	0,0
A un altre barri	1,0	0,6	0,0
A una altra ciutat	18,0	25,6	48,8
Total	100,0	100,0	100,0

B. COMPRA PRINCIPAL A D'ALTRES POBLACIONS O BARRIS



C. TIPUS D'ESTABLIMENT ON COMPRA HABITUALMENT



Comerç Tradicional	Hipermercat	Gran magatzem
Centre comercial	Mercat ambulant	Mitjanes superfícies
A domicili	Círculo de Lectores	

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Comerç tradicional	79,3	78,0	64,4	77,9	66,1	65,1
Hipermercat	1,7	2,0	6,8	1,5	12,9	16,3
Gran magatzem	5,2	2,0	3,4	2,9	4,8	2,3
Centre comercial	5,2	12,0	16,9	10,3	4,8	7,0
Mercat ambulant	0,0	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0
Mitjanes superfícies	3,4	2,0	8,5	4,4	4,8	7,0
A domicili	5,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Círculo de Lectores	0,0	4,0	0,0	1,5	6,5	2,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

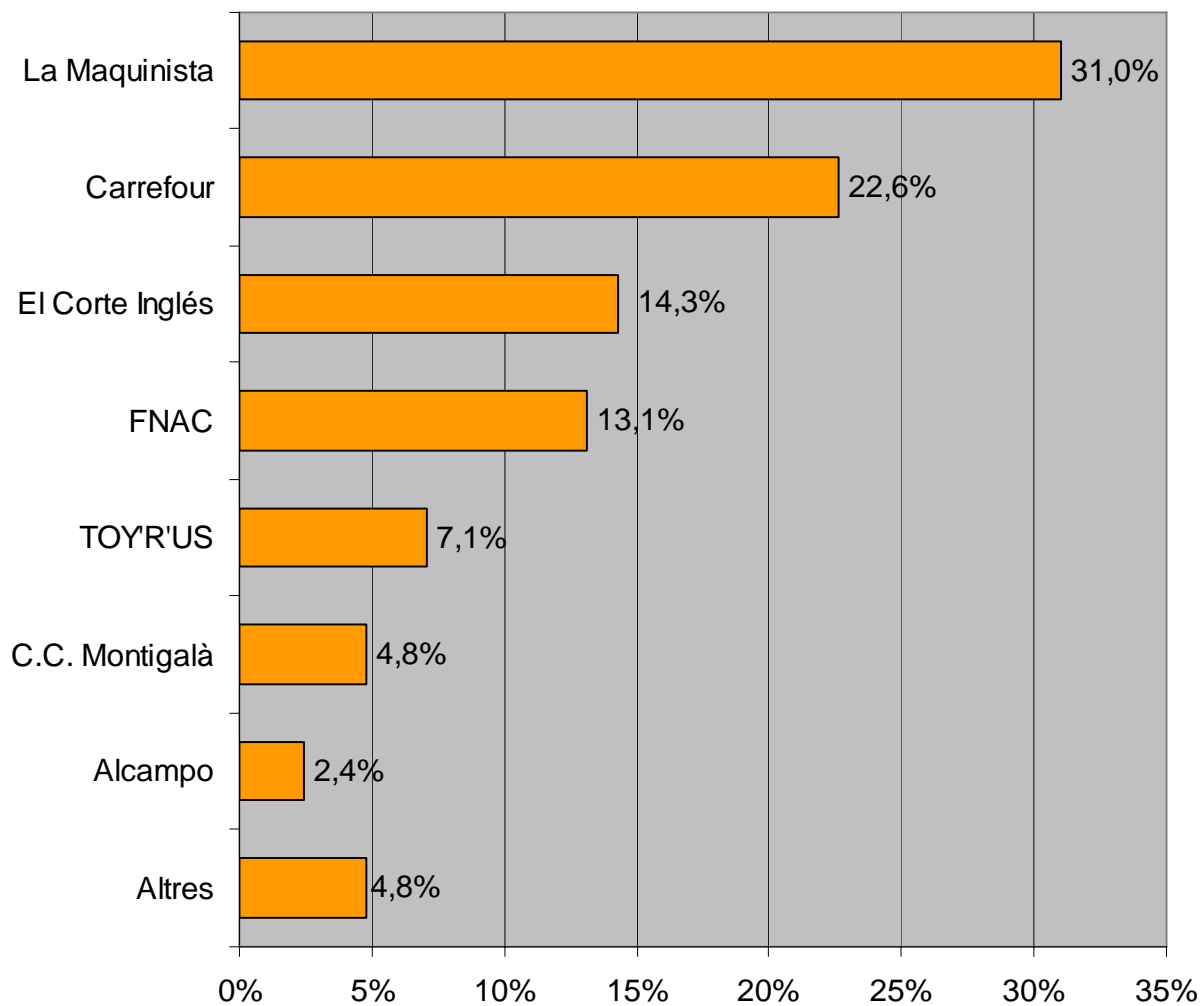
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Comerç tradicional	66,7	63,2	77,4	81,3
Hipermercat	0,0	7,9	6,5	6,3
Gran magatzem	4,2	2,6	4,3	0,0
Centre comercial	12,5	12,3	8,1	0,0
Mercat ambulant	0,0	0,0	0,5	0,0
Mitjanes superfícies	16,7	7,9	1,1	12,5
A domicili	0,0	2,6	0,0	0,0
Círculo de Lectores	0,0	3,5	2,2	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

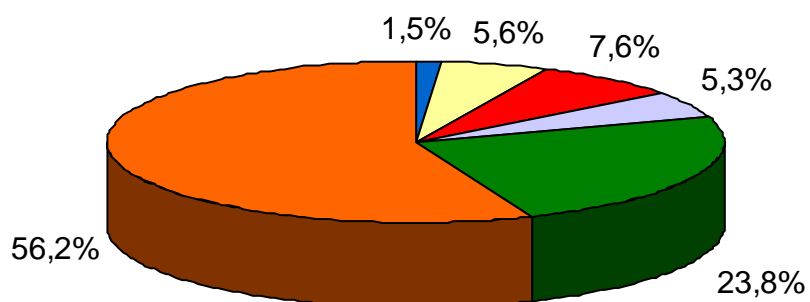
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Comerç tradicional	70,8	73,7	48,6
Hipermercat	12,5	4,5	8,1
Gran magatzem	4,2	1,9	5,4
Centre comercial	2,8	12,2	21,6
Mercat ambulant	1,4	0,0	0,0
Mitjanes superfícies	4,2	3,8	16,2
A domicili	1,4	1,3	0,0
Círculo de Lectores	2,8	2,6	0,0
Total	100,0	100,0	100,0

D. NOM DE L'ESTABLIMENT
(no comprèn el comerç tradicional)



E. FREQUÈNCIA DE COMPRA



■ A diari	■ Més d'1 cop per setmana
■ 1 cop per setmana	■ Cada 15 dies
■ 1 cop al mes	■ Menys d'un cop al mes

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
A diari	1,7	0,0	1,7	1,5	1,6	2,3
Més d'1 cop per setmana	15,5	2,0	5,1	7,4	1,6	0,0
1 cop per setmana	5,2	2,0	1,7	14,7	12,9	7,0
Cada 15 dies	3,4	10,0	1,7	8,8	4,8	2,3
1 cop al mes	20,7	24,0	28,8	14,7	30,6	25,6
Menys d'1 cop al mes	53,4	62,0	61,0	52,9	48,4	62,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

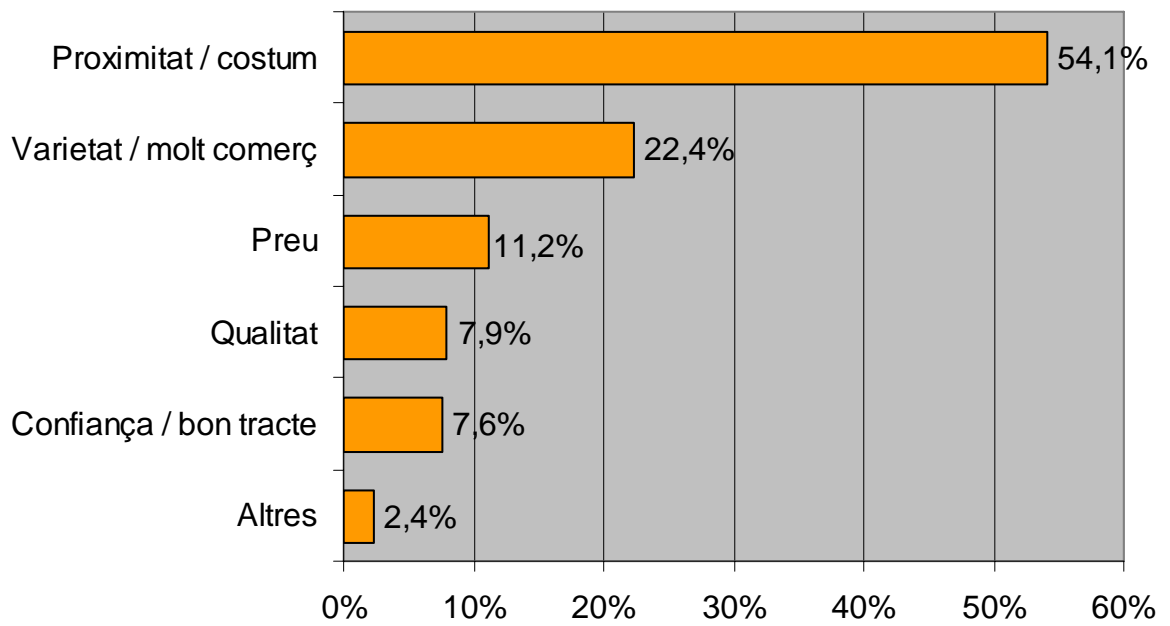
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
A diari	8,3	0,9	1,1	0,0
Més d'1 cop per setmana	16,7	6,1	3,2	12,5
1 cop per setmana	0,0	8,8	8,1	6,3
Cada 15 dies	4,2	7,9	4,3	0,0
1 cop al mes	29,2	22,8	25,8	0,0
Menys d'1 cop al mes	41,7	53,5	57,5	81,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Nivell de renda

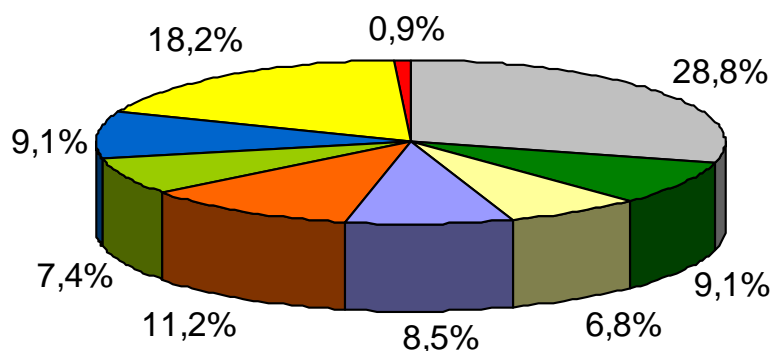
	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
A diari	0,0	2,6	2,7
Més d'1 cop per setmana	1,4	5,1	2,7
1 cop per setmana	5,6	9,6	2,7
Cada 15 dies	5,6	5,1	8,1
1 cop al mes	26,4	23,7	21,6
Menys d'1 cop al mes	61,1	53,8	62,2
Total	100,0	100,0	100,0

F. PER QUÈ COMPRA EN EL LLOC ON COMPRA (*)



(*) Multiresposta

G. QUAN NO COMPRA EN AQUEST LLOC, ON COMPRA



□ Districte 1	■ Districte 2	□ Districte 3
□ Districte 4	■ Districte 5	□ Districte 6
■ Badalona	■ Barcelona	■ Altres

Districte on viu

	D1	D2	D3	D4	D5	D6
Districte 1	75,9	10,0	30,5	22,1	16,1	14,0
Districte 2	0,0	62,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Districte 3	0,0	0,0	39,0	0,0	0,0	0,0
Districte 4	0,0	0,0	0,0	42,6	0,0	0,0
Districte 5	0,0	0,0	0,0	0,0	61,3	0,0
Districte 6	1,7	4,0	0,0	4,4	0,0	44,2
Badalona	1,7	14,0	10,2	1,5	4,8	30,2
Barcelona	20,7	10,0	20,3	26,5	16,1	11,6
Altres	0,0	0,0	0,0	3,0	1,6	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

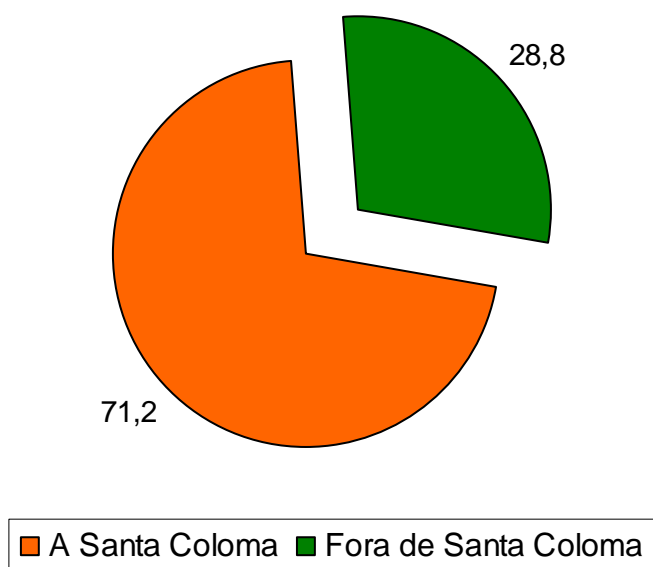
Edat de l'entrevistat

	De 20 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 64 anys	65 anys i més
Districte 1	25,0	31,6	26,9	37,5
Districte 2	0,0	6,1	12,4	6,3
Districte 3	12,5	4,4	7,5	6,3
Districte 4	4,2	10,5	8,6	0,0
Districte 5	8,3	14,0	10,2	6,3
Districte 6	0,0	3,5	10,2	12,5
Badalona	4,2	10,5	9,1	6,3
Barcelona	41,7	18,4	14,5	25,0
Altres	4,2	0,9	0,5	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

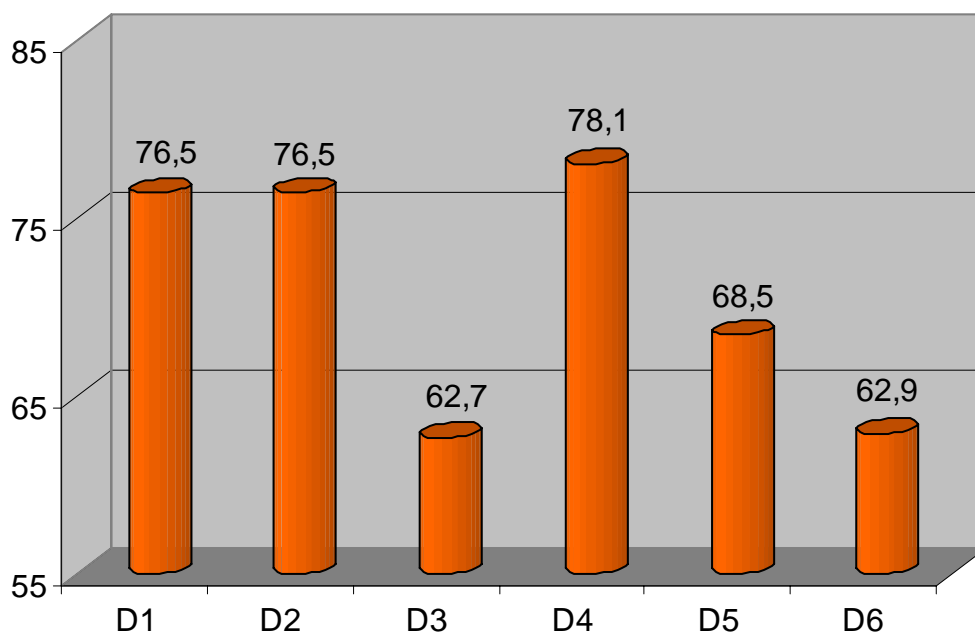
Nivell de renda

	Menys de 1.000€	De 1.000 a 2.500€	Més de 2.500€
Districte 1	22,2	30,8	29,7
Districte 2	6,9	10,9	5,4
Districte 3	9,7	5,1	8,1
Districte 4	4,2	11,5	8,1
Districte 5	12,5	9,0	5,4
Districte 6	15,3	4,5	2,7
Badalona	15,3	6,4	10,8
Barcelona	13,9	21,8	24,3
Altres	0,0	0,0	5,4
Total	100,0	100,0	100,0

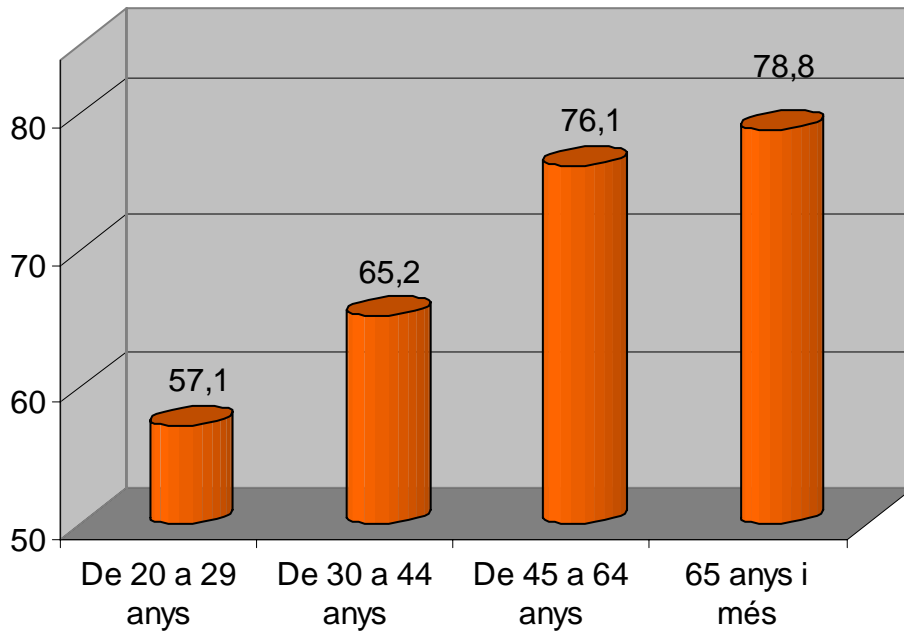
H. DISTRIBUCIÓ GEOGRÀFICA DE LA COMPRA. DE CADA 100€..



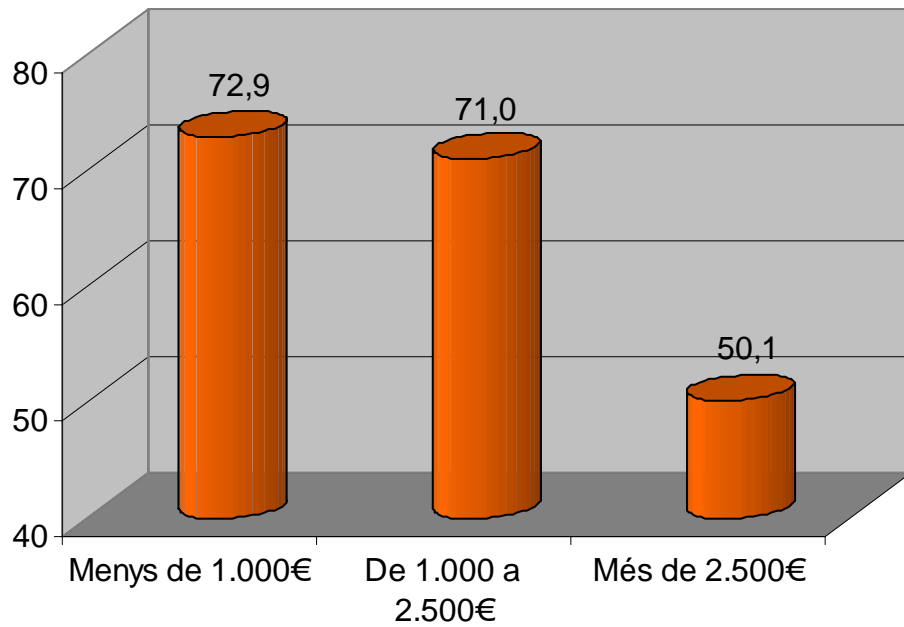
Despesa a Santa Coloma, per districte on viu



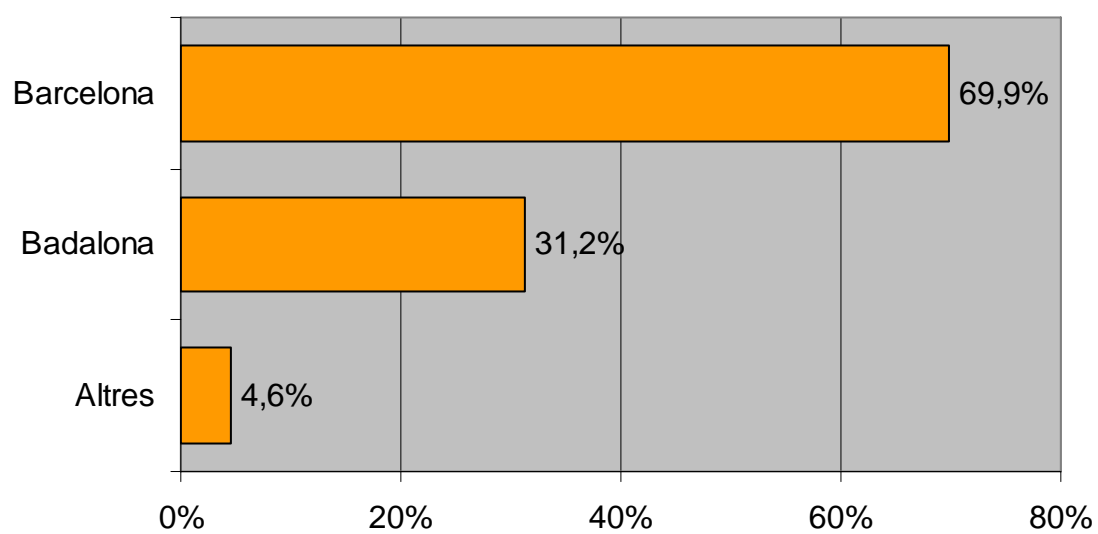
Despesa a Santa Coloma, per edat de l'entrevistat



Despesa a Santa Coloma, per nivell de renda



I. ON COMPRA QUAN NO HO FA A SANTA COLOMA (*)



(*) Multiresposta

4. COMPARACIÓ DE RESULTATS AMB EL POEC

El treball realitzat sobre els hàbits de compra dels colomencs permet efectuar algunes comparacions amb un exercici de característiques similars que es va fer a la ciutat a l'any 2000, amb motiu de l'elaboració del POEC (programa d'orientació per als equipaments comercials). Sense disposar del detall metodològic per a determinar l'estricta comparabilitat dels dos exercicis, recollim en aquest breu capítol els resultats que es van obtenir cinc anys enrera en tres àmbits específics:

- Distribució de la despesa comercialitzable dels colomencs
- Lloc de compra principal per sectors de despesa
- Canals de compra habitual per sectors de despesa

La distribució de la despesa comercialitzable presenta unes similituds molt notables en els anys 2000 i 2005, excepció feta de dos sectors de compra: ha augmentat de manera molt notable el pes de la despesa en automoció i carburants (representa un 22,5% enfront de un 16,9%) cinc anys enrera, i aquest augment ha vingut compensat quasi en la seva totalitat per un disminució destacada de la despesa en equipament de la persona (veure quadre 5).

Com s'hi pot observar, l'alimentació segueix essent, a distància de la resta, el capítol que més part del pressupost de despesa comercialitzable s'emporta, amb un 41%.

Pel que fa al lloc de compra, hi ha dubtes raonables al voltant de la comparabilitat de les dades, especialment en l'automoció i carburants, que en l'exercici actual presenta un alt pes relatiu de la compra al propi barri, mentre que al POEC la compra en aquest indret és molt baixa. En general, la compra al propi barri augmenta i disminueix la compra a la zona centre (quadre 6). La compra a altres ciutats presenta comportaments diferenciats: d'una banda disminueix en el quotidià (alimentari i no alimentari) i en automoció i carburants, i de l'altra augmenta en els sectors de consum d'equipament de la llar, equipament de la persona i cultura i lleure.

Quadre 5. Distribució de la despesa 2005 i POEC

	% despesa 05	% POEC
Alimentació	41,0%	40,7%
Quotidià no alimentari	6,4%	7,1%
Equipament de la llar	9,6%	8,7%
Equipament de la persona	14,2%	20,0%
Automoció i carburants	22,5%	16,9%
Cultura i lleure	6,2%	6,6%
Total	100,0%	100,0%

Respecte al canal de compra utilitzat habitualment per sectors de despesa, els resultats comparats es presenten al quadre 7. Com es pot observar, s'enregistra una disminució del pes del comerç tradicional en quatre sectors de despesa, i augmenta en 2, concretament a automoció i carburants, i cultura i lleure.

És destacable l'augment de participació dels autoserveis i supermercats en alimentació i en quotidià no alimentari. També ho és l'augment dels mercats (fixes i ambulants) en alimentació i equipament de la persona. Els hipermercats són, aparentment, els perdedors com a format al llarg dels anys observats. En canvi, altres formats, que inclou centres comercials, grans magatzems i similars, ha augmentat el seu pes com a canal en sectors com l'equipament de la llar i l'equipament de la persona.

QUADRE 6. COMPARACIÓ DELS LLOCS DE COMPRA DE 2005 I POEC

LLOC ON COMPRA	Barri		Zona Centre		Altres barris		Altres ciutats		Total	
	2005(*)	2000(*)	2005(*)	2000(*)	2005(*)	2000(*)	2005(*)	2000(*)	2005(*)	2000(*)
Alimentació	58,7	68,2	13,1	9,4	19,2	10,7	9	11,7	100	100
Quotidià no alimentari	60,5	63,2	7,5	11,1	16,5	8,1	15,5	17,6	100	100
Equipament de la llar	50,8	34,5	9,7	28,8	4,1	4,8	35,4	31,9	100	100
Equipament de la persona	51,1	42,9	11,8	30,8	4,8	7	32,3	19,3	100	100
Automoció i carburants	58,2	11,4	3,2	25,3	2,4	2,9	36,2	60,4	100	100
Cultura i lleure	60,9	47,9	9,4	18,7	0,9	7,3	28,8	26,1	100	100

QUADRE 7. COMPARACIÓ DELS CANALS DE COMPRA 2005 I POEC

CANAL	Comerç trad.		Auto/super		Mercats		Híper		Altres		Total	
	2005(*)	2000(*)	2005(*)	2000(*)	2005(*)	2000(*)	2005(*)	2000(*)	2005(*)	2000(*)	2005(*)	2000(*)
Alimentació	11,1	27,6	52,2	36,8	30,8	25,1	6	8,8	0	0	100	100
Quotidià no alimentari	23,8	45,5	61,3	32,3	0,7	3,4	12,7	13,8	1,5	0	100	100
Equipament de la llar	62,3	69,7	3,6	1,2	2,6	1,1	11,8	13	19,7	0	100	100
Equipament de la persona	72,4	82,6	0	0,8	6,3	2,8	2,5	3,9	18,8	0	100	100
Automoció i carburants	96	73	0,4	0	0	0,1	3,2	7,2	0,4	0	100	100
Cultura i lleure	72	57,1	0	1,1	0,3	1,3	6,5	19,4	21,2	0	100	100

(*) Estudi 2005 / POEC 2000

5. OBSERVATORI DE L'OFERTA COMERCIAL

L'objectiu de l'Observatori de l'oferta comercial de Santa Coloma de Gramenet és el de disposar, amb una periodicitat trimestral o semestral, a elecció del propi ajuntament, d'informació sobre les magnituds bàsiques que permetin conèixer l'evolució de l'oferta comercial de la ciutat.

La intervenció de Barcelona Economia en aquesta part del treball ha consistit fonamentalment en treball de gabinet i en prestar assistència tècnica a la persona responsable de l'Observatori de Grameimpuls. Després del treball efectuat, s'ha conclòs que la informació estadística de l'Observatori girarà al voltant de quatre elements fonamentals:

- nombre d'establiments comercials,
- superfície total dels establiments comercials,
- superfície de venda dels establiments comercials, i
- nombre d'afiliats a la Seguretat Social en el sector comerç.

Tradicionalment els municipis disposaven del nombre d'establiments comercials i la seva superfície a través de la informació subministrada per l'Impost d'Activitats Econòmiques (IAE). Això no obstant, la seva progressiva desaparició provoca que no es pugui emprar la informació subministrada per aquest impost per efectuar un seguiment de l'oferta comercial. Això ha motivat que com a mecanisme d'aproximació s'emprí la informació obtinguda de la Taxa de recollida i gestió de residus comercials, gestionada per l'Ajuntament de Santa Coloma, que fou aprovada pel Ple en data de 20 de desembre de 2004 i que va entrar en vigor l'1 de gener de 2005.

L'ús de les dades subministrades pels establiments comercials permet disposar del seu nombre i de la seva superfície, diferenciant entre els epígrafs que s'empraven per classificar els sectors en l'IAE, distribuïts pels sis districtes de la ciutat. En canvi, la informació disponible no permet conèixer directament la superfície destinada a la venda. Per obtenir-la a partir de la superfície total dels establiments s'ha optat per elaborar un coeficient corrector que permeti

determinar quina part de la superfície total dels comerços de Santa Coloma de Gramenet està dedicada a la venda.

L'obtenció del corrector s'ha fet a partir de la comparació de la superfície de venda i total dels establiments comercials per aquells anys pels quals es disposa d'aquesta informació. En concret, el POEC de la ciutat elaborat l'any 2000 proporciona la superfície total i la de venda per vuit grups d'activitat comercial obtingudes a partir de l'IAE, mentre que la Direcció General de Comerç i l'IDESCAT disposen d'aquesta informació per a l'any 2003 a partir també de les dades de l'IAE. S'ha optat, per tal que els resultats obtinguts siguin comparables amb el POEC de la ciutat, per emprar les dades de superfície de venda i total del POEC per obtenir l'esmentat coeficient corrector.

En el quadre 1 es mostra el nombre d'establiments, la superfície total i la de venda per a l'any 2000 recollides en el POEC.

Quadre 1. Oferta comercial. POEC 2000

	Establiments	Superfície total	Superfície venda	Superfície total mitjana	Superfície venda mitjana
Quotidià alimentari	715	52.404	34.320	73	48
Quotidià no alimentari	122	10.292	7.076	84	58
Equipament llar	316	45.796	30.336	145	96
Equipament persona	335	25.832	17.420	77	52
Lleure i cultura	139	7.966	6.672	57	48
Comerç mixt	39	7.866	6.201	202	159
Automoció i carburants	62	12.734	10.602	205	171
Altres	32	2.461	1.824	77	57
TOTAL	1.760	165.351	114.451	94	65

Les dades de superfície estan expressades en m².

A partir de la informació contemplada en el quadre 1 es pot obtenir el coeficient corrector que permet transformar la superfície total en superfície de venda efectuant el quocient entre la superfície de venda i la superfície total. El coeficient corrector pels vuit grups comercials es mostra en el quadre 2. La superfície de venda total s'obtindrà a partir de la suma de les superfícies de venda dels vuit grups d'activitat.

Quadre 2. Coeficient corrector

Quotidià alimentari	0,6549
Quotidià no alimentari	0,6875
Equipament llar	0,6624
Equipament persona	0,6744
Lleure i cultura	0,8376
Comerç mixt	0,7883
Automoció i carburants	0,8326
Altres	0,7412

Una vegada obtingut el coeficient corrector és possible calcular la superfície de venda referida al primer trimestre de l'any 2005 a partir del nombre d'establiments i de la superfície total de venda obtinguts de la informació Taxa de recollida i gestió de residus comercials (quadre 3).

Quadre 3. Oferta comercial. Primer trimestre 2005

	Establiments	Superfície total	Superfície venda	Superfície total mitjana	Superfície venda mitjana
Quotidià alimentari	669	62.452,5	40.900,1	93,4	61,1
Quotidià no alimentari	107	9.925,7	6.823,9	92,8	63,8
Equipament llar	348	51.844,9	34.342,1	149,0	98,7
Equipament persona	353	27.291,4	18.405,3	77,3	52,1
Lleure i cultura	120	8.391,0	7.028,3	69,9	58,6
Comerç mixt	66	9.588,9	7.559,0	145,3	114,5
Automoció i carburants	61	12.932,1	10.767,3	212,0	176,5
Altres	38	3.078,4	2.281,7	81,0	60,0
TOTAL	1.762	185.504,8	128.107,6	105,3	72,7

Les dades de superfície estan expressades en m².

Emprant la metodologia descrita es pot obtenir per a cada trimestre el nombre d'establiments comercials, la superfície total i la superfície de venda. A la vegada, aquesta informació es pot obtenir per grups comercials i per als sis districtes de la ciutat.

En l'annex d'aquest apartat es mostra el conjunt d'informacions obtingudes per als dos primers trimestres de l'any 2005 a partir de l'aplicació de la metodologia descrita, es mostra també l'evolució de sector (total, per activitats i per districtes) entre aquests dos trimestres, es comparen aquestes dades amb les del POEC de l'any 2000, es presenta l'oferta comercial relativitzada pel nombre d'habitants.

De manera addicional es mostren les dades d'afiliats a la Seguretat Social en el sector comerç a la ciutat, a la comarca del Barcelonès i a la província de Barcelona en el primer trimestre de l'any 2005, informació que permet completar una visió del comerç de Santa Coloma a partir de les estadístiques disponibles.

De les dades obtingudes en els primers exercicis de quantificació de l'observatori de l'oferta en destaquen els punts següents:

- L'oferta comercial de Santa Coloma consta de 1.776 establiments, essent el primer sector en importància el quotidià alimentari, amb un 37,8%, seguit de l'equipament de la llar i l'equipament de la persona, amb un 20% cadascun.
- La superfície total dels establiments comercials és de 191.045 m², essent la de venda pròpiament de 131.861.
- La dimensió mitjana dels establiments és de 74,2 m² de superfície de venda. Els més grans són els d'automoció i carburants, el comerç mixt (que inclou autoserveis i supermercats) i equipament de la llar, cada un dels amb més de 100 m².
- La dimensió mitjana dels establiments presenta una clara tendència a créixer si es compara l'estimació de l'observatori amb els càlculs efectuats amb motiu del POEC. Només disminueix la dimensió del comerç mixt, la resta de sectors d'oferta augmenten tots.
- La dotació comercial mesurada en establiments per cada 10.000 habitants és de 150, xifra que representa un lleuger augment respecte a les dades del POEC (147 establiments).
- Pel que fa a la dotació en termes de superfície de venda per cada habitant, és actualment de 1,09 metres quadrats.

Tots aquests punts es troben detallats per districtes en les taules que figuren a l'annex que segueix.

ANNEX
DADES ESTADÍSTIQUES DE L'OBSERVATORI

ESTABLIMENTS SANTA COLOMA

	1T 2005	%	2T 2005	%
Q. Alimentari	669	37,97	671	37,78
Q no alimentari	107	6,07	108	6,08
Equipament llar	348	19,75	358	20,16
Equipament personal	353	20,03	355	19,99
Automoció i carburant	61	3,46	60	3,38
Cultura i lleure	120	6,81	121	6,81
Comerç mixt	66	3,75	67	3,77
Altres	38	2,16	36	2,03
TOTAL	1762	100,00	1776	100,00

Font: Taxa de recollida selectiva 1r. trimestre i 2n trimestre 2005

COMPARATIUS ESTABLIMENTS POEC 2000

	POEC 2000	1T 2005	2T 2005
Q. Alimentari	715	669	671
Q no alimentari	122	107	108
Equipament llar	316	348	358
Equipament personal	335	353	355
Automoció i carburant	62	61	60
Cultura i lleure	139	120	121
Comerç mixt	39	66	67
Altres	32	38	36
TOTAL	1.760	1.762	1.776

Font: Taxa de recollida selectiva 1r Trimestre i 2n Trimestre 2005
POEC 2000

SUPERFÍCIE COMERCIAL ESTABLIMENTS SANTA COLOMA

	1T 2005	%	2T 2005	%
Q. Alimentari	62.452,45	33,67	63.040,79	33,00
Q no alimentari	9.925,67	5,35	10.293,04	5,39
Equipament llar	51.844,89	27,95	54.946,04	28,76
Equipament personal	27.291,35	14,71	28.390,89	14,86
Automoció i carburant	12.932,10	6,97	12.881,97	6,74
Cultura i lleure	8.391,01	4,52	8.482,81	4,44
Comerç mixt	9.588,93	5,17	10.250,23	5,37
Altres	3.078,43	1,66	2.759,38	1,44
TOTAL	185.504,83	100,00	191.045,15	100,00

Font: Taxa de recollida selectiva 1r Trimestre i 2n Trimestre 2005

SUPERFÍCIE VENDA ESTABLIMENTS SANTA COLOMA

	1T 2005	%	2T 2005	%
Q. Alimentari	40.900,11	31,93	41.285,41	31,31
Q no alimentari	6.823,90	5,33	7.076,47	5,37
Equipament llar	34.342,06	26,81	36.396,26	27,60
Equipament personal	18.405,29	14,37	19.146,82	14,52
Automoció i carburant	10.767,27	8,40	10.725,53	8,13
Cultura i lleure	7.028,31	5,49	7.105,20	5,39
Comerç mixt	7.558,95	5,90	8.080,26	6,13
Altres	2.281,73	1,78	2.045,25	1,55
TOTAL	128.107,61	100,00	131.861,19	100,00

Font: Taxa de recollida selectiva 1r Trimestre i 2n Trimestre 2005

SUPERFÍCIE COMERCIAL MITJANA

	1T 2005	2T 2005
Q. Alimentari	93,35	93,95
Q no alimentari	92,76	95,31
Equipament llar	148,98	153,48
Equipament personal	77,31	79,97
Automoció i carburant	212,00	214,70
Cultura i lleure	69,93	70,11
Comerç mixt	145,29	152,99
Altres	81,01	76,65
TOTAL	105,28	107,57

Font: Taxa de recollida selectiva

SUPERFÍCIE MITJANA DE VENDA

	1T 2005	2T 2005
Q. Alimentari	61,14	61,53
Q no alimentari	63,77	65,52
Equipament llar	98,68	101,67
Equipament personal	52,14	53,93
Automoció i carburant	176,51	178,76
Cultura i lleure	58,57	58,72
Comerç mixt	114,53	120,60
Altres	60,05	56,81
TOTAL	72,71	74,25

Font: Taxa de recollida selectiva

ESTRUCTURA DELS ESTABLIMENTS COMERCIALS

1er Trimestre 05	ESTABLIMENTS	SUPERFÍCIE TOTAL	SUP. MITJANA
Q. Alimentari	669	62.452,45	93,35
Q no alimentari	107	9.925,67	92,76
Equipament llar	348	51.844,89	148,98
Equipament personal	353	27.291,35	77,31
Automoció i carburant	61	12.932,10	212,00
Cultura i lleure	120	8.391,01	69,93
Comerç mixt	66	9.588,93	145,29
Altres	38	3.078,43	81,01
TOTAL	1.762	185.505	105,28

Font: Taxa de recollida selectiva 1r trimestre 2005

2on Trimestre 05	ESTABLIMENTS	SUPERFÍCIE TOTAL	SUP. MITJANA
Q. Alimentari	671	63.040,79	93,95
Q no alimentari	108	10.293,04	95,31
Equipament llar	358	54.946,04	153,48
Equipament personal	355	28.390,89	79,97
Automoció i carburant	60	12.881,97	214,70
Cultura i lleure	121	8.482,81	70,11
Comerç mixt	67	10.250,23	152,99
Altres	36	2.759,38	76,65
TOTAL	1.776	191.045,15	107,57

Font: Taxa de recollida selectiva 2n trimestre 2005

COMPARATIU SUP. MITJANA VENDA POEC-2005

	POEC 2000	1T 2005
Q. Alimentari	48,0	61,14
Q no alimentari	58,0	63,77
Equipament llar	96,0	98,68
Equipament personal	52,0	52,14
Automoció i carburant	171,0	176,51
Cultura i lleure	48,0	58,57
Comerç mixt	159,0	114,53
Altres	57,0	60,05
TOTAL	65,0	72,71

INDICADOR DOTACIÓ COMERCIAL Establiments / 10.000 habitants

ESTABLIMENTS / 10000 HAB	POEC	1T 2005
Q. Alimentari	59,60	57,03
Q no alimentari	10,20	9,12
Equipament llar	26,30	29,67
Equipament personal	27,90	30,09
Automoció i carburant	3,30	5,20
Cultura i lleure	5,20	10,23
Comerç mixt	11,60	5,63
Altres	2,70	3,24
TOTAL	147	150,21

Font: Taxa de recollida selectiva

Dades població Ajuntament febrer 2005 (117.281 habitants)

INDICADOR DOTACIÓ COMERCIAL superfície/per habitant

SUPERFÍCIE VENDA		
/ hab	POEC 2000	1T 2005
Q. Alimentari	0,29	0,35
Q no alimentari	0,06	0,06
Equipament llar	0,25	0,29
Equipament personal	0,14	0,16
Automoció i carburant	0,09	0,09
Cultura i lleure	0,06	0,06
Comerç mixt	0,05	0,06
Altres	0,01	0,02
TOTAL	1	1

Font: Taxa de recollida selectiva 1 trimestre 2005

Dades població Ajuntament febrer 2005 (117.281 habitants)

INDICADOR DOTACIÓ COMERCIAL superfície venda/ 10.000 hab.

SUPERFÍCIE VENDA / hab	1T2005
Q. Alimentari	3.486,80
Q no alimentari	581,75
Equipament llar	2.927,71
Equipament personal	1.569,08
Automoció i carburant	917,93
Cultura i lleure	599,17
Comerç mixt	644,41
Altres	194,52
TOTAL	10.921,37

Font: Taxa de recollida selectiva 1 trimestre 2005

Dades població Ajuntament febrer 2005 (117.281 habitants)

POBLACIÓ SANTA COLOMA per districte

DISTRICTES

HABITANTS

Dist.1: Centre	21.955
Dist.2: Llatí	15.708
Dist. 3: Singuerlin	19.673
Dist. 4: Riu	22.690
Dist. 5: Raval, Sta Rosa	21.938
Dist. 6: Fondo	15.172
TOTAL	117.136

Font: Anuari Estadístic Ajuntament 2002

ESTABLIMENTS per districtes

DISTRICTES	ESTABLIMENTS
Dist.1: Centre	550
Dist.2: Llatí	152
Dist. 3: Singuerlin	168
Dist. 4: Riu	368
Dist. 5: Raval, Sta Rosa	200
Dist. 6: Fondo	324
TOTAL	1.762

Font: Taxa de recollida selectiva 1r Trimestre 05

DOTACIÓ ESTABLIMENTS PER HABITANTS

DISTRICTES	habitants / establiments
Dist.1: Centre	39,92
Dist.2: Llatí	103,34
Dist. 3: Singuerlin	117,10
Dist. 4: Riu	61,66
Dist. 5: Raval, Sta Rosa	109,69
Dist. 6: Fondo	46,83
TOTAL	66,48

Font: Taxa de recollida selectiva 1r T 05 / Anuari estadístic Ajuntament 2002

SUPERFÍCIE per districtes

DISTRICTES	Sup. Total	Sup. Venda
Dist.1: Centre	58.308,20	39.880,84
Dist.2: Llatí	11.545,55	7.930,59
Dist. 3: Singuerlin	18.161,00	12.535,01
Dist. 4: Riu	49.492,00	34.775,78
Dist. 5: Raval, Sta Rosa	19.565,58	13.628,31
Dist. 6: Fondo	28.432,50	19.357,08
TOTAL	185.504,83	128.107,61

Font: Taxa de recollida selectiva 1r Trimestre 2005

DOTACIÓ COMERCIAL HABITANTS / SUPERFÍCIE venda

DISTRICTES	habitants / superfícies
Dist.1: Centre	0,55
Dist.2: Llatí	1,98
Dist. 3: Singuerlin	1,57
Dist. 4: Riu	0,65
Dist. 5: Raval, Sta Rosa	1,61
Dist. 6: Fondo	0,78
TOTAL	0,91

Taxa de recollida selectiva 1r trimestre 2005 .

DISTRIBUCIÓ D'ESTABLIMENTS PER DISTRICTES

	DISTRICTE I	DISTRICTE II	DISTRICTE III	DISTRICTE IV	DISTRICTE V	DISTRICTE VI
Q. Alimentari	164	78	75	134	96	122
Q no alimentari	33	9	13	16	16	20
Equipament llar	123	22	30	81	27	65
Equipament personal	149	28	23	53	21	79
Automoció i carburant	11	4	6	22	12	6
Cultura i lleure	40	6	9	37	11	17
Comerç mixt	17	3	8	16	12	10
Altres	13	2	4	9	5	5
TOTAL	550	152	168	368	200	324

Font: Taxa de recollida selectiva 1r Trimestre 2005

SUPERFÍCIE COMERCIAL PER DISTRICTES

	DISTRICTE I	DISTRICTE II	DISTRICTE III	DISTRICTE IV	DISTRICTE V	DISTRICTE VI
Q. Alimentari	17.741,70	4.680,84	6.746,70	16.141,48	6.821,83	10.319,90
Q no alimentari	3.701,00	676,66	1.300,00	1.244,00	1.368,41	1.635,60
Equipament llar	15.146,00	2.537,15	5.160,70	15.779,25	5.538,29	7.683,50
Equipament personal	13.945,00	1.922,27	1.153,30	3.246,93	1.460,05	5.563,80
Automoció i carburant	1.333,30	963,00	1.435,10	5.639,70	2.575,00	986,00
Cultura i lleure	2.716,50	485,60	232,00	3.477,61	383,50	1.095,80
Comerç mixt	2.844,00	145,03	1.195,20	3.433,30	1.064,50	906,90
Altres	880,70	135,00	938,00	529,73	354,00	241,00
TOTAL	58.308,20	11.545,55	18.161,00	49.492,00	19.565,58	28.432,50

Font: Taxa de recollida selectiva 1r Trimestre 2005

SUPERFÍCIE VENDA PER DISTRICTES

	DISTRICTE I	DISTRICTE II	DISTRICTE III	DISTRICTE IV	DISTRICTE V	DISTRICTE VI
Q. Alimentari	11.619,04	3.065,48	4.418,41	10.571,06	4.467,62	6.758,50
Q no alimentari	2.544,44	465,20	893,75	855,25	940,78	1.124,48
Equipament llar	10.032,71	1.680,61	3.418,45	10.452,18	3.668,56	5.089,55
Equipament personal	9.404,51	1.296,38	777,79	2.189,73	984,66	3.752,23
Automoció i carburant	1.110,11	801,79	1.194,86	4.695,61	2.143,95	820,94
Cultura i lleure	2.275,34	406,74	194,32	2.912,85	321,22	917,84
Comerç mixt	2.241,93	114,33	942,18	2.706,47	839,15	714,91
Altres	652,77	100,06	695,25	392,64	262,38	178,63
TOTAL	39.880,84	7.930,59	12.535,01	34.775,78	13.628,31	19.357,08

Font: Taxa de recollida selectiva 1r Trimestre 2005

SUPERFÍCIE COMERCIAL MITJANA PER DISTRICTES

	DISTRICTE I	DISTRICTE II	DISTRICTE III	DISTRICTE IV	DISTRICTE V	DISTRICTE VI
Q. Alimentari	108,18	60,01	89,96	120,46	71,06	84,59
Q no alimentari	112,15	75,18	100,00	77,75	85,53	81,78
Equipament llar	123,14	115,33	172,02	194,81	205,12	118,21
Equipament personal	93,59	68,65	50,14	61,26	69,53	70,43
Automoció i carburant	121,21	240,75	239,18	256,35	214,58	164,33
Cultura i lleure	67,91	80,93	25,78	93,99	34,86	64,46
Comerç mixt	167,29	48,34	149,40	214,58	88,71	90,69
Altres	67,75	67,50	234,50	58,86	70,80	48,20
TOTAL	106,01	75,96	108,10	134,49	97,83	87,75

Font: Taxa de recollida selectiva 1 trimestre 2005

SUPERFÍCIE MITJANA DE VENDA PER DISTRICTES

	DISTRICTE I	DISTRICTE II	DISTRICTE III	DISTRICTE IV	DISTRICTE V	DISTRICTE VI
Q. Alimentari	70,85	39,30	58,91	78,89	46,54	55,40
Q no alimentari	77,10	51,69	68,75	53,45	58,80	56,22
Equipament llar	81,57	76,39	113,95	129,04	135,87	78,30
Equipament personal	63,12	46,30	33,82	41,32	46,89	47,50
Automoció i carburant	100,92	200,45	199,14	213,44	178,66	136,82
Cultura i lleure	56,88	67,79	21,59	78,73	29,20	53,99
Comerç mixt	131,88	38,11	117,77	169,15	69,93	71,49
Altres	50,21	50,03	173,81	43,63	52,48	35,73
TOTAL	72,51	52,17	74,61	94,50	68,14	59,74

Font: Taxa de recollida selectiva 1 trimestre 2005

DOTACIÓ COMERCIAL EQUIPAMENTS PER 10.000 HABITANTS

	DISTRICTE I	DISTRICTE II	DISTRICTE III	DISTRICTE IV	DISTRICTE V	DISTRICTE VI
Q. Alimentari	13,98	6,65	6,39	11,42	8,18	10,40
Q no alimentari	2,81	0,77	1,11	1,36	1,36	1,71
Equipament llar	10,49	1,88	2,56	6,91	2,30	5,54
Equipament personal	12,70	2,39	1,96	4,52	1,79	6,73
Automoció i carburant	0,94	0,34	0,51	1,88	1,02	0,51
Cultura i lleure	3,41	0,51	0,77	3,15	0,94	1,45
Comerç mixt	1,45	0,26	0,68	1,36	1,02	0,85
Altres	1,11	0,17	0,34	0,77	0,43	0,43
TOTAL	46,89	12,96	14,32	31,37	17,05	27,62

DOTACIÓ SUPERFÍCIE DE VENDA PER 10.000 HABITANTS

	DISTRICTE I	DISTRICTE II	DISTRICTE III	DISTRICTE IV	DISTRICTE V	DISTRICTE VI
Q. Alimentari	990,54	261,34	376,68	901,20	380,87	576,17
Q no alimentari	216,92	39,66	76,19	72,91	80,20	95,86
Equipament llar	855,30	143,27	291,43	891,06	312,75	433,89
Equipament personal	801,75	110,52	66,31	186,68	83,94	319,88
Automoció i carburant	94,64	68,35	101,86	400,31	182,77	69,99
Cultura i lleure	193,98	34,68	16,57	248,32	27,38	78,25
Comerç mixt	191,13	9,75	80,32	230,73	71,54	60,95
Altres	55,65	8,53	59,27	33,47	22,37	15,23
TOTAL	3.399,90	676,10	1.068,63	2.964,69	1.161,83	1.650,22

TREBALLADORS DE COMERÇ AL DETALL, excepte vehicles motor

PRIMER TRIMESTRE 2005	Santa Coloma	Barcelonès	Prov. BCN
Comerç al detall en establiments no especialitzats	353	14.714	33.100
Comerç al detall d'aliments, begudes i tabacs en establiments especialitzats	821	14.403	30.554
Comerç de productes farmacèutics, articles mèdics, bellesa	134	6.366	10.472
Altres comerç al detall d'articles nous en establiments especialitzats	710	49.302	80.385
TOTAL	2.018	84.785	154.511

Font: Xarxa d'observatoris de la Diputació

TREBALLADORS DE COMERÇ VEHICLES MOTOR

PRIMER TRIMESTRE 2005	Santa Coloma	Barcelonès	Prov. BCN
Venda de vehicles a motor	27	4.248	9.367
Venda de recanvis i accessoris de vehicles a motor	20	1.403	4.369
Venda, manteniment, reparació de motociccles i ciclomotors	0	445	1.226
Venda al detall dels carburants per l'automoció	0	1.606	3.264
TOTAL	47	7.702	18.226

Font: Xarxa d'observatoris de la Diputació

TREBALLADORS DE COMERÇ A L'ENGRÒS

PRIMER TRIMESTRE 2005	Santa Coloma	Barcelonès	Prov. BCN
Comerç a l'engròs de matèries primeres agràries i d'animals vius	0	1.053	2.294
Comerç a l'engròs de productes alimentaris, begudes i tabac	81	8.193	19.812
Comerç a l'engròs de productes de consum, no alimentaris	153	18.568	36.274
Comerç a l'engròs de productes agraris semielaborats, ferralla	13	9.455	24.280
Comerç a l'engròs de maquinària i equips informàtics	15	10.951	28.973
Altres comerç a l'engròs	101	9.359	17.456
TOTAL	363	57.579	129.089

Font: Xarxa d'observatoris de la Diputació

PROPORCIÓ DE TREBALLADORS DE COMERÇ

PRIMER TRIMESTRE 2005	Santa Coloma	Barcelonès	Prov. BCN
Comerç al detall, excepte vehicles motor	16,94%	8,43%	8,20%
Comerç al detall vehicles motor	0,39%	0,77%	0,97%
Comerç a l'engròs	3,05%	5,73%	6,85%
TOTAL	20,38%	14,93%	16,02%

Font: Xarxa d'observatoris de la Diputació