

# Estudi dels hàbits de compra i l'atractivitat comercial de Manresa



# **Estudi dels hàbits de compra i l'atractivitat comercial de Manresa 2003**



# ESTUDI DELS HÀBITS DE COMPRA I L'ATRACTIVITAT COMERCIAL DE MANRESA 2003

## Edita

Ajuntament de Manresa  
Servei de Desenvolupament

## Equip redactor

(Fundació Universitària del Bages)

Francesc Costa i Roca  
Ethel Pifarré i Roca  
Francesc Roma i Casanovas

I els alumnes de l'EUEE de Manresa que han  
participat en la realització de l'estudi

## Coordinació

(Ajuntament de Manresa)

Josep Camprubí i Duocastella  
Pere Massegú i Bruguera  
David Hernández Massegú

## Disseny gràfic

Copisteria Sarrió, SL  
IGC Imatge Gràfica i Comunicació, SL

## Impressió

Copisteria Sarrió, SL

## Correspondència i consultes

Servei de Desenvolupament  
Ajuntament de Manresa  
Plaça Major, 1  
08241 Manresa

Correu electrònic:  
dhernandez@ajmanresa.org

Web: <http://www.ajmanresa.org/>

# Índex





# ESTUDI DELS HÀBITS DE COMPRA I L'ATRACTIVITAT COMERCIAL DE MANRESA 2003

## ÍNDEX

### I. PRESENTACIÓ

### II. ELS HÀBITS DE COMPRA DELS CIUTADANS I CIUTADANES DE MANRESA

|                                                                           |           |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1.- Introducció i aspectes metodològics</b>                            | <b>15</b> |
| <b>2.- Valoració general dels resultats</b>                               | <b>18</b> |
| <b>3.- Anàlisi detallada dels resultats de l'enquesta</b>                 | <b>25</b> |
| 3.1.- Les característiques classificatòries de les persones entrevistades | 25        |
| 3.1.1.- El barri de residència                                            | 25        |
| 3.1.2.- El sexe i l'edat dels entrevistats                                | 26        |
| 3.1.3.- L'edat de les persones entrevistades                              | 26        |
| 3.1.4.- Situació en la llar de la persona entrevistada                    | 27        |
| 3.1.5.- L'activitat de la persona entrevistada                            | 28        |
| 3.1.6.- El nombre de persones a la llar                                   | 29        |
| 3.1.7.- El transport emprat per realitzar les compres habituals           | 29        |
| 3.1.8.- El perfil bàsic de la persona entrevistada                        | 30        |
| 3.2.- Anàlisi dels hàbits de compra dels principals grups de producte     | 31        |
| 3.2.1.- La compra de la fruita i la verdura                               | 31        |
| 3.2.2.- La compra de la carn                                              | 32        |
| 3.2.3.- La compra del peix                                                | 33        |
| 3.2.4.- La compra de xarcuteria                                           | 34        |
| 3.2.5.- La compra de productes secs i conserves                           | 35        |
| 3.2.6.- La compra de begudes                                              | 36        |
| 3.2.7.- La compra de pa i productes de forneria                           | 37        |
| 3.2.8.- La compra de productes de drogueria                               | 38        |
| 3.2.9.- La compra de perfumeria                                           | 39        |
| 3.2.10.- La compra de roba exterior d'home                                | 40        |
| 3.2.11.- La compra de roba exterior de dona                               | 41        |
| 3.2.12.- La compra de roba exterior de nen/nena                           | 42        |
| 3.2.13.- La compra de calçat d'adults                                     | 43        |
| 3.2.14.- La compra de calçat de nen/nena                                  | 44        |
| 3.2.15.- La compra de roba interior                                       | 45        |
| 3.2.16.- La compra de joieria                                             | 46        |
| 3.2.17.- La compra de tèxtil per a la llar                                | 47        |
| 3.2.18.- La compra de mobles                                              | 48        |
| 3.2.19.- La compra de productes de <i>menage</i> de la llar               | 49        |
| 3.2.20.- La compra d'electrodomèstics                                     | 50        |
| 3.2.21.- La compra de productes d'informàtica                             | 51        |
| 3.2.22.- La compra de productes de bricolatge                             | 52        |
| 3.2.23.- La compra de productes de jardineria                             | 53        |
| 3.2.24.- La compra de l'automòbil                                         | 54        |

|          |                                                               |    |
|----------|---------------------------------------------------------------|----|
| 3.2.25.- | La compra de recanvis d'automòbil                             | 55 |
| 3.2.26.- | La compra de llibres                                          | 56 |
| 3.2.27.- | La compra de discos i material audiovisual                    | 57 |
| 3.2.28.- | La compra de joguines                                         | 58 |
| 3.2.29.- | La compra de productes d'esport                               | 59 |
| 3.2.30.- | La compra d'objectes de regal                                 | 60 |
| 3.3.-    | Les persones que habitualment compren, per grups de productes | 61 |
| 3.3.1.-  | Qui compra els productes d'alimentació                        | 61 |
| 3.3.2.-  | Qui compra el vestit i el calçat                              | 62 |
| 3.3.3.-  | Qui compra l'equipament familiar                              | 63 |
| 3.3.4.-  | Qui compra llibres, discos i productes d'esport               | 64 |
| 3.3.5.-  | Qui compra l'automòbil                                        | 65 |
| 3.4.-    | Utilització de nous sistemes de compra                        | 67 |
| 3.4.1.-  | La compra per catàleg                                         | 67 |
| 3.4.2.-  | La compra per televisió                                       | 68 |
| 3.4.3.-  | La compra per promotor a domicili                             | 69 |
| 3.4.4.-  | La compra per internet                                        | 69 |
| 3.4.5.-  | La compra per telèfon                                         | 70 |
| 3.5.-    | Freqüència i moments de compra, per grups de productes        | 71 |
| 3.5.1.-  | Les freqüències de compra                                     | 71 |
| 3.5.2.-  | Els moments de la compra                                      | 72 |
| 3.6.-    | Els desplaçaments fora del municipi                           | 73 |
| 3.6.1.-  | La freqüència dels desplaçaments                              | 73 |
| 3.6.2.-  | Les motivacions per al desplaçament comercial                 | 73 |
| 3.7.-    | Anàlisi dels encreuaments entre variables més interessants    | 77 |
| 3.7.1.-  | El sexe com a variable d'encreuament                          | 77 |
|          | Encreuament entre sexe i barri                                | 77 |
|          | Encreuament entre sexe i activitat                            | 77 |
|          | Encreuament entre sexe i edat                                 | 78 |
|          | Encreuament entre sexe i transport per anar a comprar         | 78 |
| 3.7.2.-  | El barri com a variable d'encreuament                         | 79 |
|          | La compra de fruita i verdura per barris                      | 79 |
|          | La compra de carn per barris                                  | 80 |
|          | La compra de productes secs/conserves per barris              | 81 |
|          | La compra de productes de drogueria per barris                | 82 |
|          | La compra de la roba exterior d'home per barris               | 83 |
|          | La compra de llibres per barris                               | 84 |
|          | La compra d'electrodomèstics per barris                       | 85 |
|          | La compra de productes d'informàtica per barris               | 86 |

|                                                                                                                                                  |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.7.3.- Encreuament entre els tipus d'establiment de compra de producte fresc (peix) i la persona o persones que compren productes d'alimentació | 87         |
| 3.7.4.- El tipus d'establiment de compra de secs i conserves encreuat amb qui compra alimentació                                                 | 88         |
| 3.7.5.- La compra d'alimentació fresca (peix) per diverses categories de sexe i activitat                                                        | 88         |
| 3.7.6.- La compra d'alimentació seca i conserves per diverses categories de sexe i activitat                                                     | 89         |
| 3.8.- Anàlisi del % de compra de cada grup de productes segons el lloc on es compra                                                              | 91         |
| 3.8.1.- Les compres en el propi barri                                                                                                            | 91         |
| 3.8.2.- Les compres al Barri Antic                                                                                                               | 92         |
| 3.8.3.- Les compres al Passeig, carrer Guimerà i rodalies                                                                                        | 93         |
| 3.8.4.- Les compres a l'àrea comercial dels Trullols                                                                                             | 94         |
| 3.8.5.- Les compres a la resta de Manresa                                                                                                        | 95         |
| 3.8.6.- La compra a l'àrea comercial de Sant Fruitós                                                                                             | 96         |
| 3.8.7.- Les compres a altres ciutats                                                                                                             | 97         |
| 3.9.- Anàlisi del % de compra de cada grup de productes segons la tipologia d'establiment                                                        | 99         |
| 3.9.1.- Les compres en botiga tradicional                                                                                                        | 99         |
| 3.9.2.- Les compres en botiga especialitzada                                                                                                     | 100        |
| 3.9.3.- La compra en botiga de centre comercial                                                                                                  | 101        |
| 3.9.4.- La compra en gran botiga especialitzada                                                                                                  | 102        |
| 3.9.5.- La compra en autoservei i superservei                                                                                                    | 103        |
| 3.9.6.- La compra en establiments tipus <i>discount</i>                                                                                          | 104        |
| 3.9.7.- La compra en hipermercat                                                                                                                 | 105        |
| 3.9.8.- La compra en els mercats municipals                                                                                                      | 106        |
| 3.9.9.- La compra en mercat ambulant                                                                                                             | 107        |
| 3.9.10.- La compra en gran magatzem                                                                                                              | 108        |
| <b>4.- Conclusions</b>                                                                                                                           | <b>109</b> |
| <b>5.- Annexos</b>                                                                                                                               | <b>111</b> |
| Annex 1.- Distribució de la població per barris                                                                                                  | 111        |
| Annex 2.- Distribució de la població per barris i sectors                                                                                        | 112        |
| Annex 3.- Taula barri per edat                                                                                                                   | 112        |
| Annex 4.- Percentatge de "No compra" de cada grup de productes                                                                                   | 113        |
| Annex 5.- Taula encreuament entre barri i activitat                                                                                              | 113        |
| Annex 6.- Unió de totes les variables de lloc de compra (àrees)                                                                                  | 114        |
| Annex 7.- Unió de totes les variables de lloc de compra (establiments)                                                                           | 114        |
| Annex 8.- Model d'enquesta                                                                                                                       | 115        |
| Annex 9.- Tipologies d'establiments comercials i nous sistemes de compra                                                                         | 119        |

### III. ATRACTIVITAT COMERCIAL DE MANRESA

|                                                                           |            |
|---------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>6.- Introducció i aspectes metodològics</b>                            | <b>123</b> |
| <b>7.- Valoració general dels resultats</b>                               | <b>125</b> |
| <b>8.- Anàlisi detallada dels resultats de l'enquesta</b>                 | <b>129</b> |
| 8.1.- Sexe i edat de les persones entrevistades                           | 129        |
| 8.2.- El lloc de residència de les persones entrevistades                 | 129        |
| 8.3.- Mitjà de transport per arribar fins al punt d'enquesta              | 130        |
| 8.4.- L'acompanyament de les persones entrevistades                       | 131        |
| 8.5.- Motiu per trobar-se en el punt de mostreig                          | 133        |
| 8.6.- Tipologia de compres                                                | 134        |
| 8.7.- Els motius de la compra                                             | 136        |
| <b>9.- Conclusions</b>                                                    | <b>141</b> |
| <b>10.- Annexos</b>                                                       | <b>143</b> |
| Annex 1.- Dades del total d'abordatges realitzats en el treball de camp   | 143        |
| Annex 2.- Enquestes vàlides                                               | 144        |
| Annex 3.- Distribució de la mostra per edats                              | 145        |
| Annex 4.- Població de residència de les persones enquestades              | 147        |
| Annex 5.- Població de residència per dia d'enquesta                       | 148        |
| Annex 6.- Mitjà de transport utilitzat per punt de mostreig (% verticals) | 148        |
| Annex 7.- Motiu de desplaçament per punt de mostreig i per procedència    | 149        |
| Annex 8.- Motius i tipus de compres                                       | 150        |
| Annex 9.- Punt de mostreig per tipus de compra                            | 151        |
| Annex 10.- Població de residència per tipus de compra                     | 151        |
| Annex 11.- Població de residència per motiu de compra                     | 152        |
| Annex 12.- Població de residència per tipus d'establiment                 | 153        |
| Annex 13.- Població de residència per compra efectiva o futura            | 153        |
| Annex 14.- Tipus d'establiment per sexe                                   | 153        |
| Annex 15.- Compra efectiva o futura per sexe                              | 154        |
| Annex 16.- Compra efectiva o futura per data i punt de mostreig           | 154        |
| Annex 17.- Edat per compra efectiva o futura                              | 154        |
| Annex 18.- Edat i tipus de compra                                         | 155        |
| Annex 19.- Edat per tipus d'establiment                                   | 155        |
| Annex 20.- Tipus de compra per dia d'enquesta                             | 155        |
| Annex 21.- Tipus de compra per tipus d'establiment                        | 156        |
| Annex 22.- Tipus de compra per motiu de desplaçament                      | 156        |
| Annex 23.- Dia d'entrevista per tipus d'establiment                       | 157        |
| Annex 24.- Model d'enquesta                                               | 158        |

### IV. ÍNDEX DE TAULES I GRÀFICS

# I. Presentació





L'anàlisi sobre el sector comercial efectuat en el marc del Pla d'Orientació per als Equipaments Comercials (POEC) de Manresa, en el seu dia, va permetre l'Ajuntament el dissenyar un conjunt de mesures encaminades a fer l'estructura comercial de la ciutat més competitiva i eficient, més flexible davant els canvis d'hàbits dels consumidors.

Un cop iniciat el programa, fer el seguiment de la seva evolució i el balanç en la consecució d'objectius seria una tasca impossible en cas de no disposar dels sistemes d'informació adients.

En aquest sentit, i des del moment en què els consumidors esdevenen els destinataris centrals de les actuacions dels programes en matèria de comerç, caldrà referir-se explícitament als nivells de satisfacció de les seves necessitats de compra i consum. D'aquesta forma, els comerços podran orientar la seva activitat econòmica i de servei als clients en base a criteris el màxim d'objectius possible.

*L' Estudi dels Hàbits de Compra i l'Atractivitat Comercial de Manresa* que us presentem és una publicació del Servei de Desenvolupament de l'Ajuntament de Manresa a partir dels estudis elaborats per l' Escola d'Estudis Empresarials de la *Fundació Universitària del Bages*.

L'informe aborda aspectes com els hàbits de compra dels principals grups de productes, el paper dels diferents membres familiars en el procés de compra, el nivell d'ús dels nous sistemes de comercialització, la freqüència de compra, les preferències de dia i hora, els desplaçaments fora de Manresa per motius de compra i l'atracció de clients d'altres àrees.

Pretenem que aquesta publicació sigui un bon instrument d'estudi i treball per a institucions, agents privats del sector, estudiosos i públic en general, per a la millora del coneixement de la situació i evolució de l'activitat comercial de la ciutat i la contribució al foment d'un sector cabdal en la seva economia i la configuració del territori.

Manresa, novembre de 2003

**Josep Camprubí i Duocastella**

Regidor Delegat d'Hisenda i Promoció Econòmica

Amb l'estudi sobre els Hàbits de compra i l'atractivitat comercial de Manresa" que em plau presentar-vos, encetem un seguit d'investigacions sobre la situació del comerç a Manresa i els costums dels seus consumidors.

Aquesta publicació ha estat elaborada per l'Escola Universitària d'Estudis Empresarials de Manresa (EUEE) adscrita a la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB), a demanda de la Regidoria de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Manresa, i constitueix una memòria informativa sobre les estratègies de compra dels consumidors i l'atractivitat comercial de Manresa sobre els compradors provinents d'altres municipis.

El fet de formar part d'aquest projecte ens permet a nosaltres, com a Escola Universitària, assolir un doble objectiu: d'una banda ens proporciona una major integració dins el nostre territori i de l'altra ens ajuda a constituir-nos com un element actiu en la reflexió i l'anàlisi de temes d'interès social, econòmic i empresarial de la nostra ciutat.

La recerca i la investigació són responsabilitat de totes les institucions, però com a Universitat que som, ens enorgullem de poder ser-ne un referent; pensem que l'estudi queda sobradament legitimat per la nostra rigorositat científica i per la professionalitat dels professors que han format part d'aquest projecte, sense l'esforç dels quals no hagués estat possible aquesta publicació.

Manresa, desembre de 2003

**Mònica Pont i Sobrevia**

Directora de l'Escola Universitària d'Estudis Empresarials de Manresa

## **II. Estudi dels hàbits de compra**





## 1.- INTRODUCCIÓ I ASPECTES METODOLÒGICS

La investigació que presentem sorgeix de la necessitat establerta pel Programa d'ordenació per als equipaments comercials (POEC) de la ciutat de Manresa, en virtut del qual es materialitza la capacitat normativa que la llei d'equipaments comercials de Catalunya reserva per als ens locals *per tal d'adaptar l'equipament comercial de les poblacions respectives a les necessitats dels consumidors* (POEC, 2002, pàg. 13).

En l'esperit d'aquest document orientador del comerç local hi ha la preocupació per adaptar l'equipament comercial de la ciutat a les necessitats de la població (POEC, 2002, pàg. 14). Des d'aquest punt de vista, resulta òbvia la necessitat d'elaborar una memòria informativa sobre la situació del comerç, els hàbits i les necessitats dels consumidors i les consumidores, memòria que hauria d'orientar les actuacions i programes d'actuació municipals.

Aquesta memòria informativa haurà de comprendre informació sobre:

- La **demanda** dels consumidors, analitzada en termes de volum econòmic de la despesa i dels **hàbits de compra** dels consumidors i consumidores.
- Aquesta anàlisi es completa amb el coneixement de l'atractivitat comercial de Manresa sobre els compradors i compradores provinents d'altres municipis.
- L'**oferta comercial** i les seves característiques.
- La **localització de l'oferta** i la **implantació del comerç en la trama urbana**.
- Alguns temes d'**urbanisme comercial**.

Tots aquests aspectes varen ser analitzats en els treballs de recerca i redacció del POEC. Ara, dos anys i mig més tard, s'ha presentat la necessitat d'actualitzar les dades obtingudes en aquell moment.

Es tractava de fer un estudi que repliqués el que s'havia fet el 2000, mantenint al màxim possible el tipus de variables i la formulació concreta de les tècniques de recerca, de manera que les dades obtingudes en ambdues recerques fossin comparables al màxim possible.

### METODOLOGIA

La **tècnica d'investigació** emprada ha estat l'entrevista telefònica per qüestionari. S'han fet 3.069 trucades telefòniques que han suposat 621 enquestes vàlides.

El qüestionari ha estat adaptat del que s'utilitzà en el primer estudi de febrer de 2000.

Els aspectes bàsics que s'han estudiat han estat:

- Els hàbits de compra dels ciutadans i ciutadanes de Manresa, tant pel que fa a la localització geogràfica com a la tipologia d'establiments comercials de 29 grups de productes.
- Les persones que solen comprar determinats grups de producte, la seva freqüència i horari, i el pes de les noves formes de compra (catàleg, internet, telèfon, etc.).
- Els desplaçaments a àrees comercials de fora del municipi i les motivacions d'aquesta evasió comercial.

La **població** objectiu d'aquest estudi han estat les persones que solen fer habitualment les compres en cadascuna de les llars de la ciutat de Manresa. En aquest sentit, la **mostra** estudiada ha estat seleccionada a partir del número de telèfon de totes les llars manresanes.

El total de llars amb telèfon ha estat de 19.921, la qual cosa suposa, de fet, l'absoluta majoria de les famílies de Manresa.

### La redistribució de la classificació per barris<sup>1</sup>

La distribució de la població per barris feta en l'estudi del 2000 s'ha reorganitzat per tal d'adaptar-la al màxim a la situació actual. En aquest sentit, s'han mantingut els dotze barris tradicionals de la ciutat (Barri Antic, Passeig i rodalies, Valldaura, Plaça Catalunya i Barriada Saldes, Mion-Puigberenguer, Poal i Miralpeix, Poble Nou, Carretera de Santpedor, Carretera de Vic i Remei, les Escodines, la Balconada, Sagrada Família i Font dels Capellans) i, per la importància del seu creixement, s'hi ha afegit el nou barri de Cal Gravat-Bufalvent.

La resta de barris i població es presenten agrupats en "Altres sectors". No obstant això, en la mostra s'ha respectat el pes dels diferents barris i sectors inclosos en aquest apartat, que suposen el 5% de la població total de Manresa. Aquest conjunt inclou altres polígons Ponent-Sud (Farreres, Suanya, Pirelli, la Guia, Santa Caterina, Oller, els Comtals.); Viladordis, el Guix i Pujada Roja; el Xup.

**Taula 1.- Relació entre mostra i població real dels barris**

|                                    | Freq. | Percentatge de la mostra | % acumulat | % POBLACIÓ DELS BARRIS RESPECTE MANRESA (2001) | Diferència en % mostra-real |
|------------------------------------|-------|--------------------------|------------|------------------------------------------------|-----------------------------|
| <b>V2BARRI_1</b>                   | 621   | <b>100</b>               |            |                                                |                             |
| <b>BARRI ANTIC</b>                 | 40    | <b>6</b>                 | 6          | <b>5.9</b>                                     | 0.1                         |
| <b>PASSEIG GUIMERA</b>             | 44    | <b>7</b>                 | 14         | <b>7.2</b>                                     | 0.2                         |
| <b>VALLDAURA</b>                   | 43    | <b>7</b>                 | 20         | <b>7.2</b>                                     | 0.2                         |
| <b>PLAÇA CATALUNYA</b>             | 66    | <b>11</b>                | 31         | <b>10.7</b>                                    | 0.3                         |
| <b>MION PUIGBERENGUER</b>          | 20    | <b>3</b>                 | 34         | <b>3.4</b>                                     | 0.4                         |
| <b>POBLE NOU</b>                   | 62    | <b>10</b>                | 44         | <b>9.5</b>                                     | 0.5                         |
| <b>CRA. SANTPEDOR</b>              | 80    | <b>13</b>                | 57         | <b>12.9</b>                                    | 0.1                         |
| <b>CRA. VIC</b>                    | 58    | <b>9</b>                 | 67         | <b>9.6</b>                                     | 0.6                         |
| <b>ESCODINES</b>                   | 31    | <b>5</b>                 | 71         | <b>4.7</b>                                     | 0.3                         |
| <b>BALCONADA-ST.PAU</b>            | 30    | <b>5</b>                 | 76         | <b>4.3</b>                                     | 0.7                         |
| <b>SAGRADA FAMÍLIA</b>             | 83    | <b>13</b>                | 90         | <b>13.6</b>                                    | 0.6                         |
| <b>FONT DELS CAPELLANS</b>         | 18    | <b>3</b>                 | 93         | <b>2.7</b>                                     | 0.3                         |
| <b>CAL GRAVAT</b>                  | 17    | <b>3</b>                 | 95         | <b>2.7</b>                                     | 0.3                         |
| <b>ALTRES SECTORS <sup>2</sup></b> | 29    | <b>5</b>                 | 100        | <b>5.5</b>                                     | 0.5                         |

### La selecció de les llars a entrevistar

S'ha disposat del llistat de números de telèfon (sense cap altra informació personal) de les llars de cada barri, segmentades per edat de la "persona principal" per als següents estrats d'edat :

- Menys de 35 anys
- Entre 35 i 54 anys
- Igual o major de 55 anys

S'ha escollit una mostra de cada estrat d'acord amb la proporció de l'estructura d'edats de la ciutat de Manresa. Cal fer esment que la característica que ens interessa de l'entrevistat, el fet que realitzi les compres de forma habitual, fa difícil que aquesta mostra respongui a l'estructura d'edats i sexes de tota la ciutat. No obstant això, hem cregut que era una manera de realitzar una mostra més representativa del conjunt de llars manresanes. La forma de fer

<sup>1</sup> Vegeu informació sobre població per barris en els annexos 1 i 2

<sup>2</sup> Inclou : ALTRES POLÍGONS PONENT-SUD (Farreres, Suanya, Pirelli, La Guia, Sta. Caterina, Oller, Els Comtals.), VILADORDIS, GUIX, PUJADA ROJA, i EL XUP

aleatòria la selecció de les llars que s'havien d'entrevistar ha estat ordenar cada estrat segons el nom (no cognom) de la persona de referència.

S'han realitzat 3.069 trucades telefòniques, de les quals aproximadament la meitat han suposat contacte personal. El resultat d'enquestes vàlides ha estat de 621, la qual cosa suposa un 20% dels intents.

### L'horari de les entrevistes

Un 60% de les entrevistes s'ha fet en horari de matí i la resta en horari de tarda - vespre.

**Taula 2. - Horari de les entrevistes**

| HORA ENTREVISTA   | Casos | Freq.. % | % acum. |
|-------------------|-------|----------|---------|
| V96HORAENTREVISTA | 621   | 100      |         |
| MATÍ              | 373   | 60       | 60      |
| TARDA             | 248   | 40       | 100     |

La tabulació i el tractament de les dades s'ha realitzat amb el programa informàtic Gandia Barbwin v. 5.0.

### Fitxa tècnica de l'enquesta

|                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objectiu                               | Identificar i analitzar els hàbits de compra dels ciutadans i ciutadanes de Manresa                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Població                               | Llars manresanes amb telèfon (en total, 19.921)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Mostra                                 | 621 entrevistes repartides en horari de <ul style="list-style-type: none"> <li>matí (de 10 a 13 hores): 373</li> <li>tarda (de 18 a 21): 248</li> <li>Dies laborables: dilluns a divendres</li> <li>Dates realització de les entrevistes: del 4 al 19 de març de 2003</li> </ul>                                                                                                           |
| Selecció de les persones entrevistades | Entrevistes telefòniques (distribuïdes proporcionalment per barris) a llars manresanes, segons edat de la persona de referència ("cap de família"), per grups d'edat (menors de 35 anys, de 35 a 54 i 55 i més) i amb aleatorització mitjançant ordenació dels llistats per nom de la persona. Entrevista amb demanda de la persona que realitza les compres de la llar de forma habitual. |
| Marge d'error                          | Marge d'error del $\pm 3,95\%$ per a una població de 20.000 llars *.<br>Marge de confiança 95,5% i en la hipòtesi de $p=q=50\%$ .<br><br>* S'ha considerat el marge d'error a partir del nombre de les llars manresanes (aproximadament 20.000). Cas de calcular aquest marge a partir del nombre de ciutadans majors d'edat, el marge d'error no és gaire diferent: 3,99%                 |

## 2.- VALORACIÓ GENERAL DELS RESULTATS

Per tal d'establir una descripció de la demanda comercial de la ciutat és necessari estudiar les seves característiques des d'una doble òptica: la localització de les compres (on s'analitzen aspectes com la distribució per barris, el pes del factor proximitat en la decisió de compra, els desplaçaments fora de la ciutat, etc.) i les preferències dels consumidors pel que fa als formats comercials (entès com el tipus de botiga on habitualment realitza les compres, en funció del tipus de producte adquirit).

L'estudi es complementa amb l'anàlisi d'altres aspectes qualitatius dels hàbits de compra, com ara el paper dels diferents membres familiars en el procés de compra, el nivell d'utilització dels nous sistemes de venda, la freqüència o el dia i hora de més afluència al comerç.

A continuació es presenten aquests resultats per a alguns productes representatius dels diferents sectors d'activitat, simptomàtics de la tendència general observada, i comparativament amb l'estudi de 2000.

### Quotes de mercat segons formats comercials

Tot seguit es mostren els percentatges que cada format comercial ven sobre el total del potencial de negoci d'alguns productes concrets, és a dir, les quotes de mercat de cada tipus d'establiment. En primer lloc s'observa que la participació de cada format en les vendes totals varia molt en funció del sector de compra. Així, a grans trets, de l'anàlisi sectorial se'n desprenen les següents tendències:

- En els consums de caràcter més quotidià cal establir una clara diferenciació entre, per una banda, els productes d'alimentació peribles i, per l'altra, les conserves i altres productes de gran consum (drogueria, perfumeria i higiene). En el primer cas la quota de mercat més alta l'obtenen les tendes especialitzades i els supermercats urbans, situant-se en un segon nivell (a parts molt similars) l'hipermercat, el mercat municipal i la tenda tradicional.
- En canvi, en el cas de les conserves i els productes de gran consum, es detecta a nivell general una preferència pels diferents formats de lliure servei (hipermercat, supermercats, autoserveis i botigues descompte) i una presència testimonial de la botiga tradicional.

| % de compra segons format      | TIPUS DE PRODUCTE |      |           |      |           |      |        |      |                   |      |
|--------------------------------|-------------------|------|-----------|------|-----------|------|--------|------|-------------------|------|
| FORMAT COMERCIAL               | FRUITA            |      | DROGUERIA |      | ROBA DONA |      | ESPORT |      | ELECTRODO MÈSTICS |      |
|                                | 2003              | 2000 | 2003      | 2000 | 2003      | 2000 | 2003   | 2000 | 2003              | 2000 |
| BOTIGA TRADICIONAL             | 16                | 13   | 4         | 5    | 1         | 4    |        | 1    |                   | 1    |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 24                | 29   | 14        | 20   | 81        | 64   | 43     | 34   | 72                | 38   |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        |                   |      |           | 1    | 1         | 6    | 1      | 2    |                   | 2    |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     |                   |      |           | 1    | 2         | 10   | 7      | 5    | 3                 | 12   |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        | 22                | 22   | 32        | 30   |           | 1    |        | 1    |                   | 2    |
| DISCOUNT                       | 1                 | 1    | 15        | 4    |           |      |        |      |                   |      |
| HIPERMERCAT                    | 13                | 14   | 29        | 35   | 2         | 3    | 5      | 4    | 10                | 7    |
| MERCAT MUNICIPAL               | 18                | 17   | 1         | 3    |           | 1    |        |      |                   |      |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) | 5                 | 3    |           |      | 1         | 1    |        |      |                   |      |
| GRAN MAGATZEM                  |                   |      |           |      | 2         | 2    |        | 1    | 1                 | 1    |
| ALTRES                         |                   |      | 1         | 1    | 2         | 1    |        |      |                   |      |
| AUTOCONSUM                     |                   | 1    |           |      | 2         | 1    |        |      |                   |      |
| NO COMPRA                      |                   |      | 3         | 1    | 6         | 6    | 43     | 52   | 13                | 37   |

- En el sector de l'equipament de la persona (vestit, calçat, complements) el liderat inapel·lable és de la botiga especialitzada, fins i tot amb una quota de mercat superior a l'obtinguda al 2000 per a totes les famílies de productes estudiades (roba adults, roba infantil, calçat adults, calçat infantil, roba interior i joieria). Pot sorprendre la pèrdua de pes, amb caràcter general, dels establiments en centre comercial tancat dins d'aquesta categoria. És també en aquest sector on el format de gran magatzem obté les millors xifres, tot i ser encara modestes pel fet de tractar-se d'un model no present a Manresa.

## La localització de les compres

A les opcions per un o altre format comercial no en seran aliens els desplaçaments efectuats pels consumidors per a realitzar les seves compres, obtenint un cop més diferent consideració segons si es tracta de compres quotidianes o més ocasionals.

Per un cantó, es detecta una importància clau del comerç de proximitat en les compres d'alimentació i, en menor mesura, de productes de gran consum. En canvi, en les compres més influenciades per les condicions de varietat i qualitat (vehicles i equipament de la llar, principalment) els desplaçaments fora de Manresa són significatius. En un terme mig trobem l'equipament personal i els productes de lleure i regals, on l'evasió de compra és petita (fins i tot es redueix respecte l'estudi de 2000) però les compres es troben encara molt concentrades en la zona del carrer Guimerà i Passeig.

| % de compra segons lloc     | TIPUS DE PRODUCTE |      |         |      |           |      |        |      |           |      |
|-----------------------------|-------------------|------|---------|------|-----------|------|--------|------|-----------|------|
| LOCALITZACIÓ                | CARN              |      | BEGUDES |      | ROBA HOME |      | MOBLES |      | AUTOMÒBIL |      |
|                             | 2003              | 2000 | 2003    | 2000 | 2003      | 2000 | 2003   | 2000 | 2003      | 2000 |
| PROPI BARRI                 | 56                | 60   | 39      | 39   | 10        | 13   | 8      | 4    | 1         | 3    |
| BARRI ANTIC                 | 9                 | 5    | 2       | 2    |           | 6    |        | 3    |           | 1    |
| PASSEIG, GUIMERÀ I RODALIES | 5                 | 12   | 5       | 7    | 64        | 56   | 37     | 28   | 2         | 12   |
| ZONA ELS TRULLOLS           | 8                 | 9    | 27      | 29   | 2         | 5    | 3      | 2    |           | 2    |
| RESTA DE MANRESA            | 13                | 3    | 12      | 2    | 3         | 2    | 14     | 3    | 64        | 17   |
| POLÍGON SANT FRUITÓS        | 5                 | 8    | 10      | 12   | 1         | 1    | 2      | 2    | 2         | 1    |
| BARCELONA                   |                   |      |         |      | 5         | 3    | 4      | 2    | 2         | 2    |
| TERRASSA                    |                   |      |         |      |           |      | 1      |      |           |      |
| SABADELL                    |                   |      |         |      | 1         |      |        |      |           |      |
| ALTRES                      | 1                 | 2    | 1       | 2    | 1         | 2    | 5      | 3    | 5         | 4    |
| NO COMPRA                   | 2                 |      | 4       | 5    | 14        | 12   | 26     | 52   | 23        | 58   |

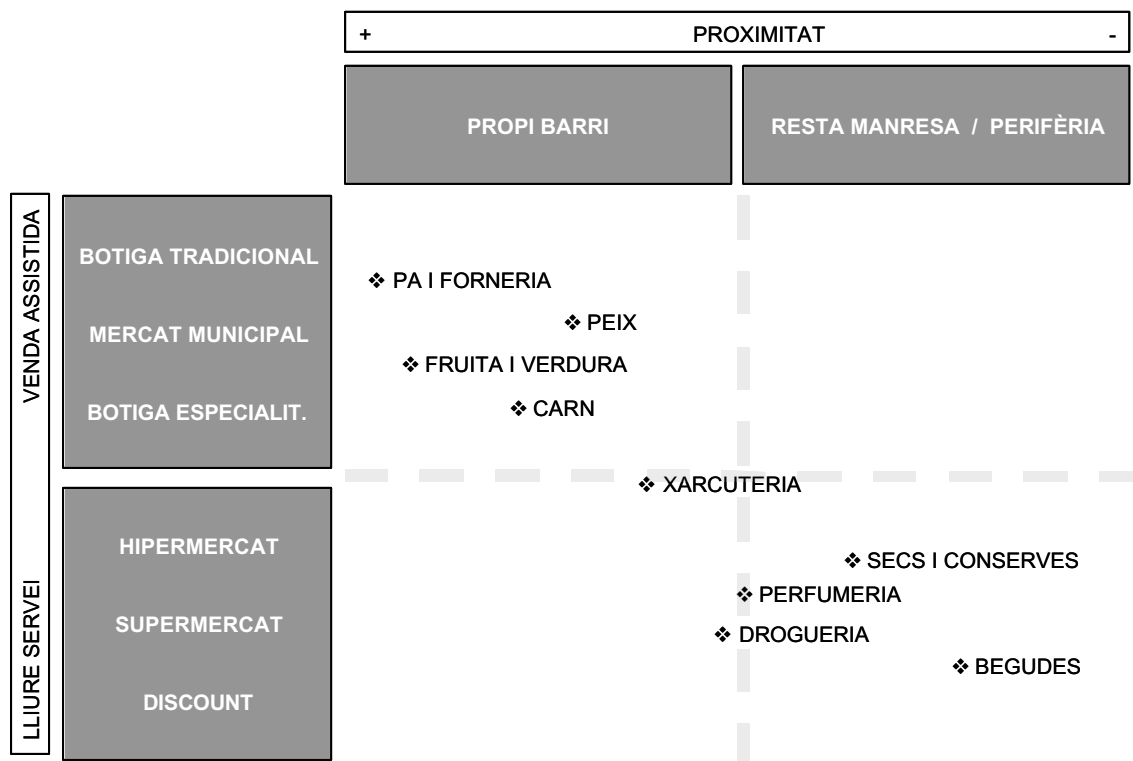
- La de producte fresc continua sent molt majoritàriament una compra de proximitat en totes les famílies de productes (els percentatges de compra al propi barri oscil·len entre el 54% per a xarcuteria i el 89% per al pa, com a valors llindar). Es detecta també una lleugera, però comú a tots els productes, disminució de la compra al propi barri que generalment és a favor d'un increment de la categoria "resta de Manresa". Aquest fet, només apuntat en l'alimentació fresca, és més exagerat en altres categories de béns quotidians, com veurem més endavant. S'explicaria bàsicament per l'increment d'oferta de mitjanes superfícies urbanes i la consolidació d'alguns nous eixos comercials de barri més enllà de la zona centre.
- En l'adquisició de productes d'alimentació seca i productes de gran consum les opcions principals són, en igual mesura, el propi barri i els hipermercats perifèrics. En aquest grup de compres, altre cop, es detecta un increment del pes de la trama urbana respecte l'estudi de 2000, en aquest cas en detriment de les localitzacions perifèriques. L'explicació es

trobaria en la proliferació dels grans supermercats urbans i el desplaçament d'una part de la clientela de l'hipermercat de Sant Fruitós cap a l'establiment de la mateixa marca situat en trama urbana.

- En els productes d'equipament personal és on apareix un cert nivell rellevant d'evasió de la despesa, que pot oscil·lar entre el 5 i el 10% del total de compres (contra una mitjana del 5,9% a l'estudi de 2000) en funció del producte que es tracti: roba interior, calçat i roba infantil són els de menys evasió (5-6%); roba exterior d'home presenta un 7%; i roba exterior de dona un 10%.
- Els nivells més alts d'evasió es produeixen en la compra de vehicles, amb un 13% dels entrevistats que manifesten adquirir-los fora de la ciutat. Cal tenir en compte, però que una part d'aquestes compres tenen com a destinació el polígon de Sant Fruitós, el qual tot i trobar-se fora dels límits administratius de Manresa (per tant, amb la consideració teòrica d'evasió de compra) juga el paper d'equipament comercial perifèric.

### Característiques generals de la compra de productes alimentaris i de gran consum

El gràfic que segueix a continuació resumeix l'enquesta des de l'anàlisi conjunta dels dos factors vistos fins el moment (tipus de botiga i nivell de proximitat) i el seu pes en les preferències dels consumidors, per als productes d'alimentació i gran consum, d'acord amb la resposta majoritària en cada cas.



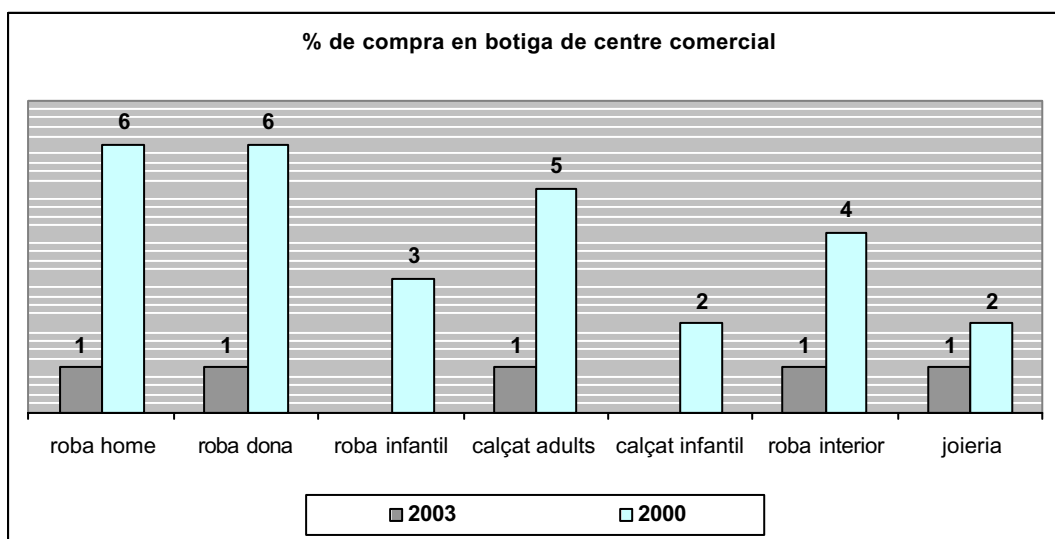
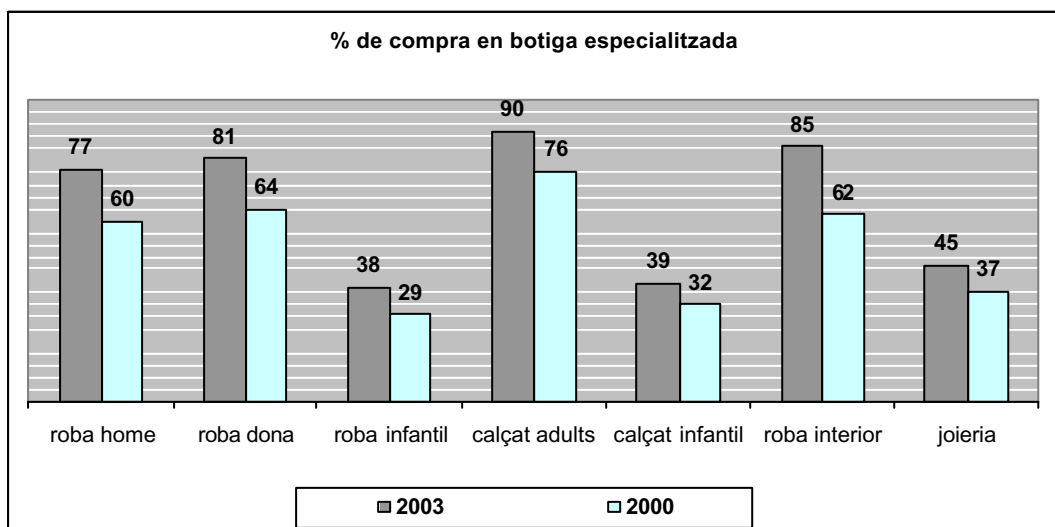
S'observa una certa coincidència entre preferències per la proximitat i les formes de venda més tradicionals en els productes alimentaris frescos (el cas extrem és el del pa, un producte de compra gairebé diària, amb un 89% de respostes "al propi barri" i un 86% en botigues de venda assistida). Per contra, a l'altra banda del gràfic, trobem aquells productes amb preferència clara per les botigues tipus autoservei, amb independència de la seva localització. En ambdós casos

aquest fet estarà relacionat amb la freqüència de compra de cada producte, com veurem més endavant.

### Tendència dels hàbits en la compra de productes d'equipament personal

Dels resultats de l'enquesta de 2003 i les variacions observades respecte l'estudi de 2000, concretament en el sector d'equipament de la persona i les set categories de productes estudiades (moda i complements), se'n desprenen dues característiques que són generals a tots ells:

- Increment de la importància de la botiga especialitzada en les preferències de compra, amb diferències significatives i més tenint en compte que les quotes de mercat obtingudes en el 2000 ja eren força elevades.
- Disminució del nombre de respostes en sentit "botiga de centre comercial" per a tots els productes del sector, especialment significatives en els articles de roba exterior d'home i dona.

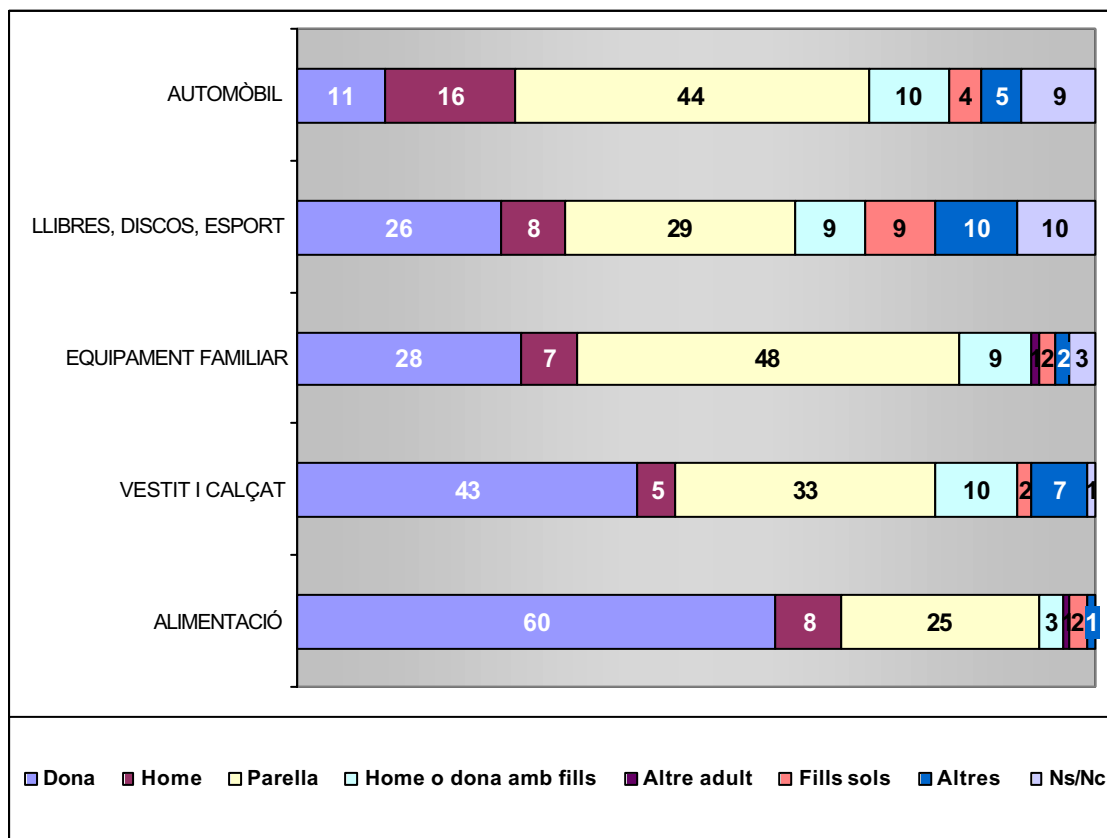


## Membres de la llar que habitualment efectuen les compres

S'observa el paper majoritari de la dona de la llar en les compres d'alimentació, i vestit i calçat (amb un 60% i 43% respectivament), mentre que la decisió recau fonamentalment en la parella quan es tracta de l'equipament familiar (en un 48% de casos) i l'automòbil (44%).

En els productes relacionats amb el lleure i la cultura és on hi ha més dispersió en quant a la persona que habitualment fa les compres, i també on la categoria "fills sols" presenta més respostes, el que probablement indica que són productes de consum més individualitzat. Finalment, l'home sol té poc pes encara en totes les categories de productes, excepte el vehicle, però en tots els casos incrementa els registres obtinguts en l'estudi de 2000 (augmenta d'entre 4 i 6 punts sobre el percentatge total).

Gràfic: Persona o persones que fan la compra de forma habitual, per tipus de producte.



## La freqüència de compra i els dies i hores més habituals

Els resultats mostren una distribució pràcticament idèntica a la de l'enquesta de 2000, només amb variacions en la categoria d'aliments frescos on la compra diària cedeix pes en favor de la compra en diversos dies per setmana.

L'alimentació seca té la resposta més freqüent en "un cop a la setmana", el que indica una certa compra forta amb caràcter setmanal o quinzenal. Finalment, els productes de drogueria i perfumeria són els que tenen una freqüència més espaiada.

| % de freqüència habitual de compra | ALIMENTACIÓ FRESCA |      | SECS I CONSERVES |      | DROGUERIA I PERFUMERIA |      |
|------------------------------------|--------------------|------|------------------|------|------------------------|------|
|                                    | 2003               | 2000 | 2003             | 2000 | 2003                   | 2000 |
| TOTS ELS DIES                      | 32                 | 19   | 5                | 6    | 3                      | 3    |
| DIVERSOS DIES A LA SETMANA         | 34                 | 49   | 21               | 23   | 11                     | 13   |
| UNA VEGADA A LA SETMANA            | 30                 | 30   | 45               | 44   | 29                     | 29   |
| QUINZENAL                          | 3                  | 2    | 19               | 14   | 19                     | 28   |
| MENSUAL                            | 1                  |      | 10               | 11   | 34                     | 23   |
| NS / NC / NO CONCRETA              | 0                  |      | 1                |      | 3                      |      |

Pel que fa als moments preferits per a realitzar la compra hi ha força més diversitat. Mentre que els apartats d'alimentació i drogueria tenen una preferència majoritària pels matins (53%, no inclosos dissabtes), en la compra d'equipament personal i de la llar hi ha equilibri entre els matins entre setmana i els caps de setmana (32% ambdós) i certa importància també de les tardes laborables (un 19% dels casos).

| % de dies i hores habituals de compra | ALIMENTACIÓ I DROGUERIA |      | EQUIPAMENT PERSONAL I DE LA LLAR |      |
|---------------------------------------|-------------------------|------|----------------------------------|------|
|                                       | 2003                    | 2000 | 2003                             | 2000 |
| ENTRE SETMANA, AL MATÍ                | 42                      | 53   | 32                               | 30   |
| ENTRE SETMANA, A LA TARDA             | 17                      | 17   | 19                               | 20   |
| DIVENDRES MATÍ                        | 11                      | 12   | 6                                | 6    |
| DIVENDRES TARDA                       | 11                      | 6    | 9                                | 6    |
| DISSABTE MATÍ                         | 13                      | 9    | 13                               | 15   |
| DISSABTE TARDA                        | 5                       | 3    | 19                               | 20   |
| NS / NC / NO CONCRETA                 | 1                       |      | 1                                |      |

No hi ha diferències significatives respecte l'estudi anterior, només una lleugera tendència a la dispersió de les compres freqüents (perden pes els matins d'entre setmana a favor dels divendres tarda i els dissabtes).

## Els desplaçaments fora de Manresa per motius de compra

Aquest aspecte és abordat per l'estudi des d'una doble perspectiva: les freqüències de desplaçament detectades, diferenciades segons ciutat de destí, i les motivacions per al desplaçament manifestades pels consumidors.

Presenta una freqüència significativa el desplaçament a Sant Fruitós (àrea comercial de la ctra. de Berga), especialment per a compres quotidianes, el que denota el seu paper més de comerç de perifèria que no d'evasió de compra. Un 55% dels que diuen anar-hi, hi van com a mínim un cop al mes (un 22% cada setmana).

A Barcelona diu anar-hi un 38% dels enquestats, i pràcticament el 70% d'aquests manifesta anar-hi esporàdicament o dos o tres cops l'any.

Sobre les motivacions per al desplaçament comercial, aquestes són diverses en funció del lloc de destí. Així, calculat en base a les respostes només dels que hi van, tenim que a Sant Fruitós els factors principals són gamma i varietat (24%) i qualitat (21%); a Barcelona lleure i oci (37%) i gamma i varietat (29%); i a Andorra són lleure i oci (58%) i preus més baixos (22%).

| % de freqüències de desplaçament segons destí | SANT FRUITÓS | BARCELONA | TERRASSA | SABADELL | ANDORRA |
|-----------------------------------------------|--------------|-----------|----------|----------|---------|
| SETMANAL                                      | 8            | 1         | 1        | 0        | 0       |
| QUINZENAL                                     | 4            | 2         | 0        | 1        | 0       |
| MENSUAL                                       | 8            | 8         | 1        | 2        | 1       |
| 2 o 3 COPS L'ANY                              | 6            | 12        | 5        | 7        | 8       |
| ESPORÀDICAMENT                                | 10           | 14        | 8        | 7        | 19      |
| MAI                                           | 64           | 62        | 85       | 83       | 72      |

| % de motius de desplaçament segons destí | SANT FRUITÓS | BARCELONA | TERRASSA | SABADELL | ANDORRA |
|------------------------------------------|--------------|-----------|----------|----------|---------|
| PREUS MÉS BAIXOS                         | 8            | 4         | 3        | 1        | 8       |
| MÉS QUALITAT                             | 12           | 4         | 1        | 1        | 1       |
| GAMMA, VARIETAT                          | 13           | 17        | 5        | 7        | 2       |
| COSTUM                                   | 7            | 3         | 1        | 1        | 2       |
| ECONOMIA DE TEMPS                        | 1            | 1         |          |          |         |
| AMBIENT                                  | 2            | 3         | 1        | 2        | 1       |
| APARCAMENT                               | 5            |           |          |          |         |
| FACILITAT TRANSP. PÚBLIC                 |              |           |          |          |         |
| LLEURE I OCÍ                             | 5            | 23        | 10       | 11       | 22      |
| SERVEIS (gestions, metge,...)            |              | 1         |          |          |         |
| TREBALL                                  | 1            | 2         |          |          |         |
| ALTRES                                   | 2            | 2         | 1        | 1        | 1       |
| NO HI VA O NC                            | 64           | 62        | 85       | 83       | 72      |

### 3.- ANÀLISI DETALLADA DELS RESULTATS DE L'ENQUESTA

#### 3.1.- CARACTERÍSTIQUES CLASSIFICATÒRIES DE LES PERSONES ENTREVISTADES

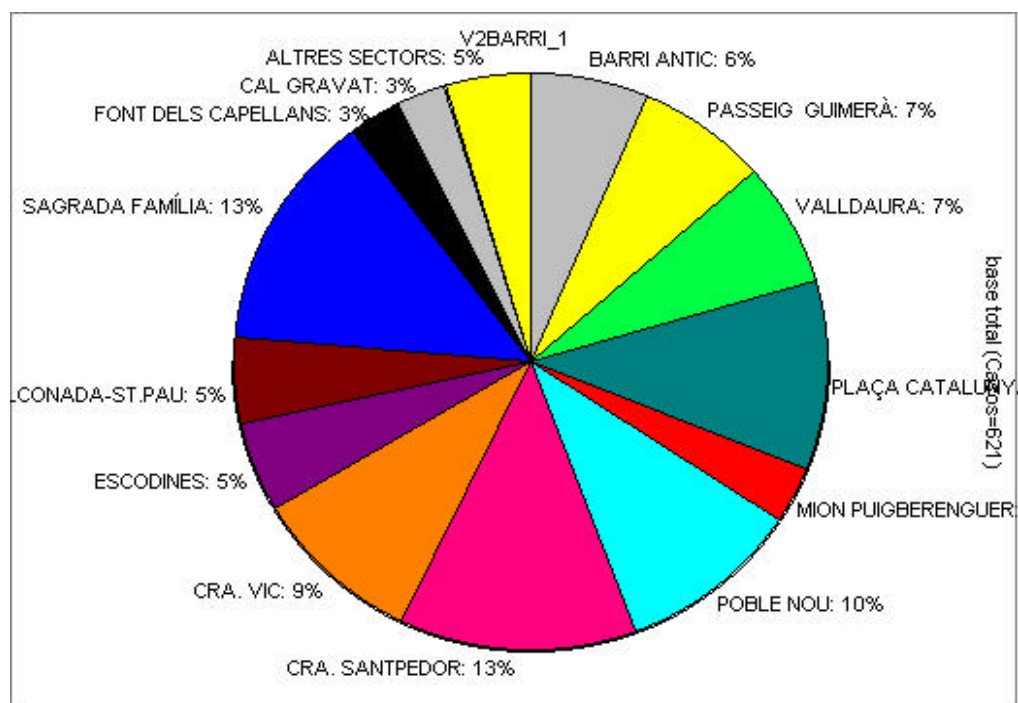
##### 3.1.1.- El barri de residència

En l'apartat metodològic ja s'ha comentat la distribució de barris escollida i les variacions respecte a d'altres estudis.

**Taula 3.- Distribució de les entrevistes per barris**

|                            | Freqüències | Percentatge | % acum. |
|----------------------------|-------------|-------------|---------|
| <b>V2BARRI_1</b>           | 621         | <b>100</b>  |         |
| <b>BARRI ANTIC</b>         | 40          | <b>6</b>    | 6       |
| <b>PASSEIG GUIMERÀ</b>     | 44          | <b>7</b>    | 14      |
| <b>VALLDAURA</b>           | 43          | <b>7</b>    | 20      |
| <b>PLAÇA CATALUNYA</b>     | 66          | <b>11</b>   | 31      |
| <b>MION PUIGBERENGUER</b>  | 20          | <b>3</b>    | 34      |
| <b>POBLE NOU</b>           | 62          | <b>10</b>   | 44      |
| <b>CRA. SANTPEDOR</b>      | 80          | <b>13</b>   | 57      |
| <b>CRA. VIC</b>            | 58          | <b>9</b>    | 67      |
| <b>ESCODINES</b>           | 31          | <b>5</b>    | 71      |
| <b>BALCONADA-ST.PAU</b>    | 30          | <b>5</b>    | 76      |
| <b>SAGRADA FAMÍLIA</b>     | 83          | <b>13</b>   | 90      |
| <b>FONT DELS CAPELLANS</b> | 18          | <b>3</b>    | 93      |
| <b>CAL GRAVAT</b>          | 17          | <b>3</b>    | 95      |
| <b>ALTRES SECTORS</b>      | 29          | <b>5</b>    | 100     |

**Gràfic 1.- Distribució de les entrevistes per barris**



### 3.1.2.- El sexe i l'edat de les persones entrevistades

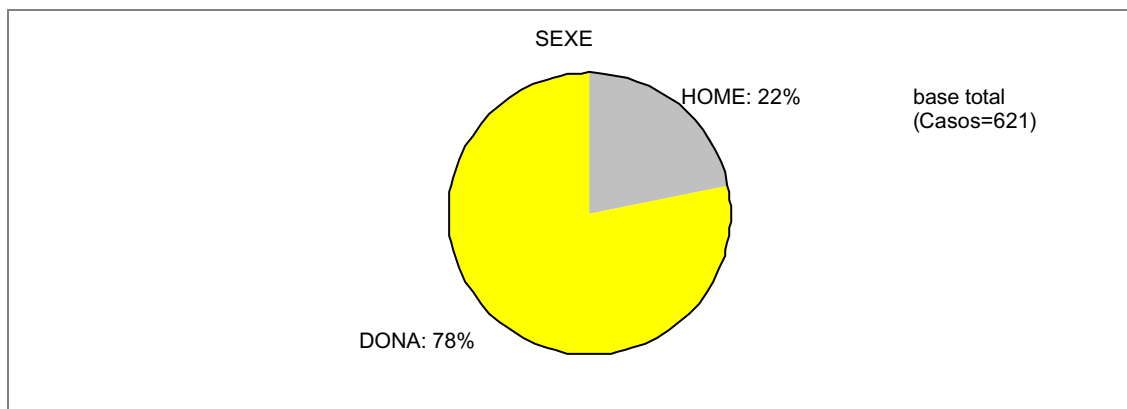
Quatre de cada cinc persones entrevistades són dones. Un 22% dels entrevistats són homes i manifesten ser la persona que realitza les compres habituals de la llar. Cal considerar que el concepte de "compra habitual" és un constructe amb un cert grau d'ambigüitat. Així, pot ser que persones, en aquest cas homes, que han respost ser "compradors habituals" a la llar responguin al perfil de llars on la compra forta, assimilada sovint a la compra habitual, es realitza de forma compartida per la parella.

Aquestes dades contrasten amb la mostra de l'estudi de l'any 2000 en què només el 5% de les respostes corresponien a homes.

**Taula 4.- Sexe de les persones entrevistades**

| SEXE   | Casos | %   | %acum |
|--------|-------|-----|-------|
| V3SEXE | 621   | 100 |       |
| HOME   | 135   | 22  | 22    |
| DONA   | 486   | 78  | 100   |

**Gràfic 2.- El sexe de les persones entrevistades**



### 3.1.3.- L'edat de les persones entrevistades

La mitjana d'edat de les persones entrevistades és de 50,78 anys, pràcticament igual a la que es corresponia en l'estudi del 2000 (50,69).

L'estructura d'edats de les persones entrevistades és força semblant a l'estructura d'edats de la població manresana, amb una major representació i pes dels trams de més edat, com és natural si considerem que la demanda de la persona que compra habitualment ha de suposar una presència més alta d'aquestes persones per sobre de la gent jove.

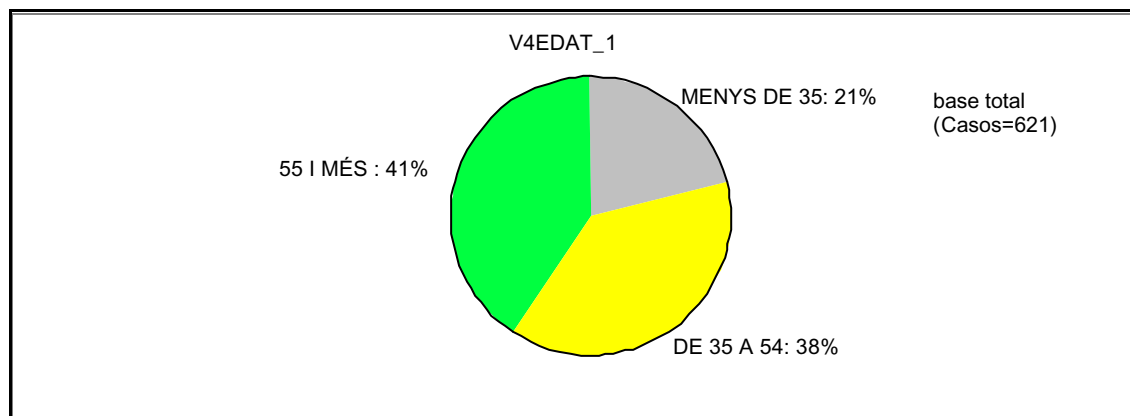
Pot semblar que apareix una certa sobrerrepresentació de les persones de més de 55 anys, però, en tot cas, aquesta s'explicaria pel fet que respon a una major proporció de llars amb persones d'aquestes edats.

**Taula 5.- Edat dels entrevistats (per grups d'edat)**

|                    | Casos | %          | %acum | %població total |
|--------------------|-------|------------|-------|-----------------|
| <b>V4EDAT_1</b>    | 621   | <b>100</b> |       |                 |
| <b>MENYS DE 35</b> | 131   | <b>21</b>  | 21    | <b>23</b>       |
| <b>DE 35 A 54</b>  | 237   | <b>38</b>  | 59    | <b>41</b>       |
| <b>55 I MÉS</b>    | 253   | <b>41</b>  | 100   | <b>36</b>       |

**Taula 6.- Estadístiques de l'edat dels entrevistats**

|                     | Casos | %          | %acum |
|---------------------|-------|------------|-------|
| <b>EDAT</b>         |       |            |       |
| <b>V4EDAT</b>       | 621   | <b>100</b> |       |
| <b>Casos vàlids</b> | 621   | <b>100</b> | 100   |
| <b>Mitjana</b>      | 50,78 |            |       |
| <b>Desviació</b>    | 17,38 |            |       |

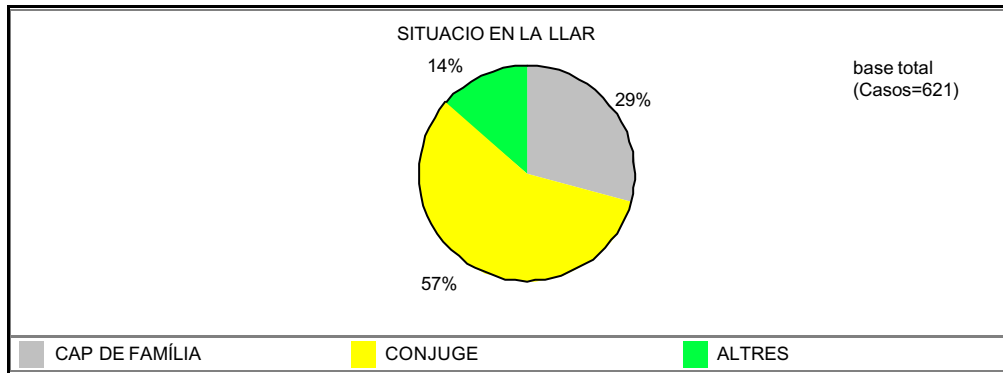
**Gràfic 3.- Distribució d'edats de la mostra**

### 3.1.4.- Situació en la llar de la persona entrevistada

El valor més repetit és el de "cònjuge" (57%), tendència que es correspondria amb el major pes de dones que responen el qüestionari. Cal remarcar la importància del paper de la categoria "Altres", que pot incloure situacions de llars amb més d'un nucli o llars amb fills no joves. La categoria "Cap de família" (29%) inclouria tant les respostes de la major part dels homes entrevistats com de llars formades per dones soles o per una dona amb fills.

**Taula 7.- Situació en la llar de les persones entrevistades**

|                            | Casos | %          | %acum |
|----------------------------|-------|------------|-------|
| <b>SITUACIO EN LA LLAR</b> |       |            |       |
| <b>V5SITUACIOLLAR</b>      | 621   | <b>100</b> |       |
| <b>CAP DE FAMÍLIA</b>      | 182   | <b>29</b>  | 29    |
| <b>CONJUGE</b>             | 354   | <b>57</b>  | 86    |
| <b>ALTRES</b>              | 85    | <b>14</b>  | 100   |

**Gràfic 4.- Situació en la llar de les persones entrevistades**

### 3.1.5.- L'activitat de la persona entrevistada

Una tercera part de la mostra està formada per persones jubilades i pensionistes. Aquest percentatge es relaciona amb el procés d'envelliment de les llars manresanes. És interessant remarcar que, tot i que prop d'un 80% de les persones que responen són dones, només un 14% es declaren únicament "mestresses de casa". S'evidenciaria així un procés, contrastat per estadístiques més generals, d'incorporació creixent de la dona al món del treball remunerat.

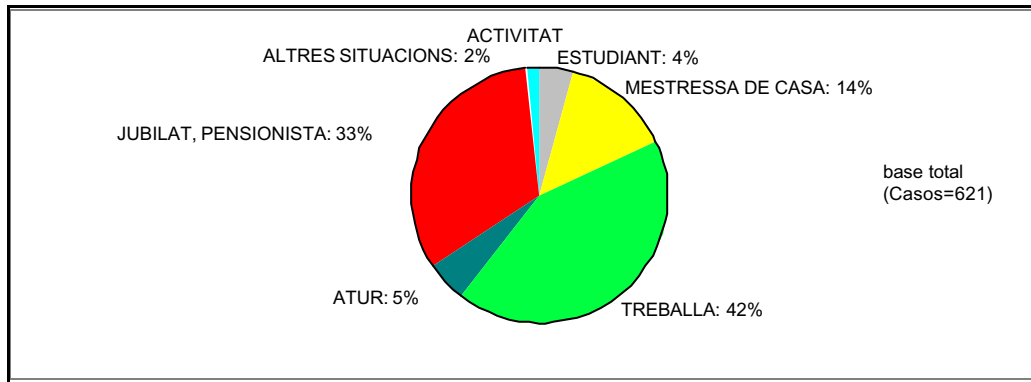
Un 42% de les persones entrevistades treballa i sols un 5% està en atur, xifra que sintonitzaria bastant bé amb les dades globals d'atur de la zona.<sup>3</sup>

En aquest cas apareixen notables diferències respecte a la mostra de l'any 2000, sobretot pel que fa a la categoria "jubilat" o "pensionista", que passa del 15% (2000) al 33% (2003). També es troben diferències en la categoria "dona de casa" o "mestressa de casa", que passa del 47% (2000) al 14% (2003). Aquesta important diferència de més del 33% s'explicaria en part per la major presència d'homes en la mostra del 2003, però, d'altra part, podria venir per una certa ambigüitat de l'expressió "dona casa", que podria induir a què dones que treballassin fora de casa s'identifiquessin amb aquesta categoria.

**Taula 8.- Activitat de les persones entrevistades**

|                             | Casos | %          | %acum |
|-----------------------------|-------|------------|-------|
| <b>ACTIVITAT</b>            |       |            |       |
| <b>V6ACTIVITAT</b>          | 621   | <b>100</b> |       |
| <b>ESTUDIANT</b>            | 27    | <b>4</b>   | 4     |
| <b>MESTRESSA DE CASA</b>    | 87    | <b>14</b>  | 18    |
| <b>TREBALLA</b>             | 260   | <b>42</b>  | 60    |
| <b>ATUR</b>                 | 33    | <b>5</b>   | 66    |
| <b>JUBILAT, PENSIONISTA</b> | 204   | <b>33</b>  | 98    |
| <b>ALTRES SITUACIONS</b>    | 10    | <b>2</b>   | 100   |

<sup>3</sup> Segons dades del Departament de Treball de la Generalitat de Catalunya, l'atur total a la ciutat de Manresa se situa en el 7,32% de la població activa (gener de 2003). El 5% de l'enquesta és sobre el total de la població, per tant donaria una xifra més alta si es referís a la població activa, la qual cosa l'aproparia força als resultats reals de l'atur.

**Gràfic 5.- Activitat de les persones entrevistades**

### 3.1.6.- El nombre de persones a la llar

La mitjana de persones a les llars entrevistades és de gairebé 2,9 persones, lleugerament inferior però molt semblant a les 3,1 de l'estudi del 2000.

**Taula 9.- Nombre de persones a la llar**

|                                     | Casos | %          | %acum |
|-------------------------------------|-------|------------|-------|
| <b>NOMBRE DE PERSONES A LA LLAR</b> |       |            |       |
| <b>V7PERSONESLLAR</b>               | 621   | <b>100</b> |       |
| <b>Casos vàlids</b>                 | 621   | <b>100</b> | 100   |
| <b>Mitjana</b>                      | 2,89  |            |       |
| <b>Desviació</b>                    | 1,17  |            |       |
| <b>Casos</b>                        | 621   | <b>621</b> |       |

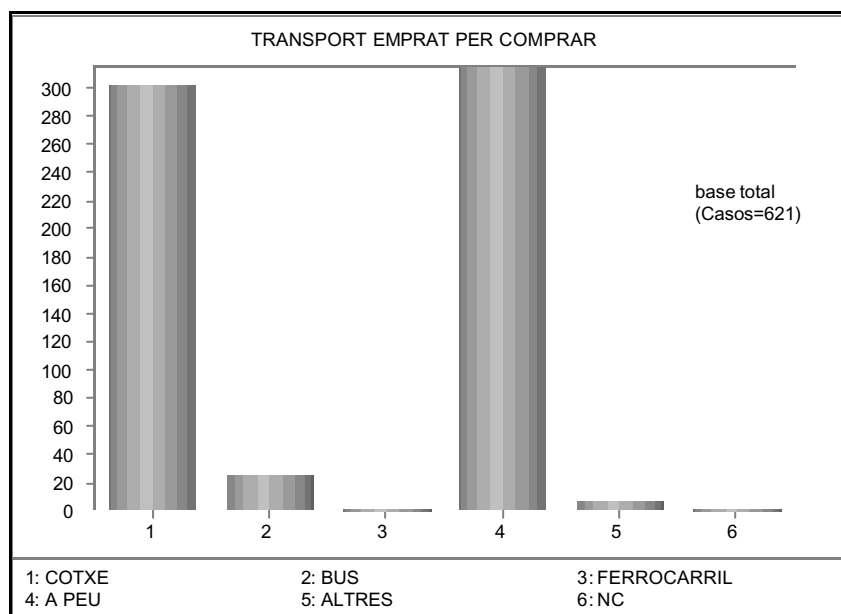
### 3.1.7.- El transport emprat per realitzar les compres més habituals

La pregunta permetia respostes múltiples, però la majoria de persones va respondre una sola opció. Les respostes majoritàries es divideixen en pràcticament dues categories "a peu" (51%) i amb cotxe (48%). Cal remarcar el baix pes d'utilització de l'autobús (4%). Les dades són força semblants a les del 2000, tot i que guanya pes la categoria "a peu" (42% / 51%). Aquest darrer increment pot estar relacionat amb les característiques diferents i ja comentades de les dues mostres, sobretot pel que fa a l'activitat (major pes de jubilats i pensionistes).

El pes de l'autobús és força semblant en els dos estudis i les diferències no són significatives: 6% (2000) contra 4% (2003).

**Taula 10.- Mitjà de transport per anar a comprar**

| <b>TRANSPORT EMPRAT PER ANAR A COMPRAR (opció multiresposta)</b> | Casos | %          |
|------------------------------------------------------------------|-------|------------|
| <b>V8TRANSPORTCOMPRA</b>                                         | 621   | <b>100</b> |
| <b>COTXE</b>                                                     | 301   | <b>48</b>  |
| <b>BUS</b>                                                       | 25    | <b>4</b>   |
| <b>FERROCARRIL</b>                                               | 1     | <b>0</b>   |
| <b>A PEU</b>                                                     | 314   | <b>51</b>  |
| <b>ALTRES</b>                                                    | 6     | <b>1</b>   |

**Gràfic 6.- Mitjà de transport emprat per anar a comprar**

### 3.1.8.- El perfil bàsic de la persona entrevistada

Es tracta d'una dona, gran, que generalment no es declara cap de família i que treballa o està jubilada. A més a més, diàriament o més d'un dia a la setmana compra l'alimentació fresca i cada quinze dies o una vegada al mes compra els productes més perennes.

### 3.2.- ANÀLISI DELS HÀBITS DE COMPRA DELS PRINCIPALS GRUPS DE PRODUCTES

#### 3.2.1.- La compra de la fruita i la verdura

Es fa, bàsicament, en el "propi barri" (62%), en la "resta de Manresa" (15%) i, a més distància, a les àrees d'hipermercats (Carrefour 9% , Champion 4%). En comparació amb les dades del 2000, sols s'evidencien uns certs canvis en la categoria "resta de Manresa", que passa del 4% al 15% i Passeig i rodalies, que passa del 10% al 3%. Una part d'aquests efectes es compensarien, però l'altra significaria un cert augment del pes del tramut comercial descentralitzat de la ciutat, amb l'aparició de nous establiments en zones urbanes no tan centríques. Pel que fa als hipermercats, baixen una mica la seva participació, però en xifres poc significatives. Pel que fa a la tipologia de comerç<sup>4</sup>, la botiga especialitzada (24%), l'autoservei (22%), el mercat municipal (18%), la botiga tradicional (16%), l'hipermercat (13%), i ja més lluny el mercat ambulant (5%) es reparteixen la totalitat de les compres.

**Taula 11.- Localització compra fruita i verdura**

| LOCALITZACIÓ COMPRA FRUITA I VERDURA | Casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V9LGFRUITA</b>                    | 621   | <b>100</b> |         |        | 619(100%)        |
| <b>PROPI BARRI</b>                   | 384   | <b>62</b>  | 62      | 63     | 63               |
| <b>BARRI ANTIC</b>                   | 41    | <b>7</b>   | 69      | 3      | 3                |
| <b>PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES</b>    | 19    | <b>3</b>   | 72      | 10     | 4                |
| <b>ÀREA CARREFOUR MANRESA</b>        | 54    | <b>9</b>   | 81      | 11     | 9                |
| <b>RESTA MANRESA</b>                 | 93    | <b>15</b>  | 96      | 4      | 17               |
| <b>ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS</b>   | 26    | <b>4</b>   | 99      | 6      | 4                |
| <b>BARCELONA</b>                     |       |            | 99      |        |                  |
| <b>TERRASSA</b>                      |       |            | 99      |        |                  |
| <b>SABADELL</b>                      |       |            | 99      |        |                  |
| <b>ALTRES</b>                        | 2     | <b>0</b>   | 100     | 2      |                  |
| <b>NO COMPRA /NP</b>                 | 2     | <b>0</b>   | 100     |        |                  |

**Taula 12.- Tipus de comerç fruita i verdura**

| TIPUS COMERÇ COMPRA FRUITA I VERDURA  | Casos | %          | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|---------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V39TCFRUITA</b>                    | 621   | <b>100</b> |         |        | 619(100)         |
| <b>BOTIGA TRADICIONAL</b>             | 97    | <b>16</b>  | 16      | 13     | 16               |
| <b>BOTIGA ESPECIALITZADA</b>          | 146   | <b>24</b>  | 39      | 29     | 24               |
| <b>BOTIGA CENTRE COMERCIAL</b>        |       |            | 39      |        |                  |
| <b>GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA</b>     |       |            | 39      |        |                  |
| <b>AUTOSERVEI, SUPERSERVEI</b>        | 139   | <b>22</b>  | 62      | 22     | 22               |
| <b>DISCOUNT</b>                       | 9     | <b>1</b>   | 63      | 1      | 1                |
| <b>HIPERMERCAT</b>                    | 80    | <b>13</b>  | 76      | 14     | 13               |
| <b>MERCAT MUNICIPAL</b>               | 112   | <b>18</b>  | 94      | 17     | 18               |
| <b>"MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)</b> | 34    | <b>5</b>   | 99      | 3      | 5                |
| <b>GRAN MAGATZEM</b>                  |       |            | 99      |        |                  |
| <b>ALTRES</b>                         | 2     | <b>0</b>   | 100     |        |                  |
| <b>AUTOCONSUM</b>                     | 2     | <b>0</b>   | 100     | 1      |                  |
| <b>NO COMPRA</b>                      |       |            | 100     |        |                  |

<sup>4</sup> La definició de les tipologies dels diferents establiments es pot consultar en l'annex 9.

### 3.2.2. - La compra de la carn

Continua sent una compra de "proximitat", perquè el 56% de les persones entrevistades l'efectuen en el propi barri. Entre el Passeig i rodalies i la resta de Manresa s'emporten el 18%; els hipermercats sumen en conjunt un 13% de la compra de carn. El Barri Antic suposa un 9%, bàsicament pel pes del mercat municipal de Puigmercadal.

En comparació amb l'estudi del 2000, sols s'aprecien canvis, una vegada més, en la composició de "Passeig i rodalies": el 12% del 2000 passa al 5% del 2003. Alhora, la "Resta de Manresa" passa del 3% d'abans al 13% d'enguany. Com anteriorment explicàvem, una part d'aquests efectes es poden compensar, però continua sent vàlida la proposició que la "Resta de Manresa" ha augmentat la seva quota de participació. Continua, també, una tendència a la baixa del pes dels hipermercats, tot i no ser estadísticament significativa.

La tipologia de comerços, a grans trets, continua sent la de fa tres anys: tres tipologies amb un pes semblant -botiga especialitzada (25%), autoservei (23%) i mercat municipal (20%)-, seguides pels hipermercats (14%) i la botiga tradicional (12%).

**Taula 13.- Localització compra carn**

| LOCALITZACIÓ COMPRA CARN    | casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE :<br>COMPREN |
|-----------------------------|-------|--------|---------|--------|---------------------|
| V10LGCARN                   | 621   | 100    |         |        | 98(609)             |
| PROPI BARRI                 | 350   | 56     | 56      | 60     | 59                  |
| BARRI ANTIC                 | 55    | 9      | 65      | 5      | 4                   |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES  | 30    | 5      | 70      | 12     | 6                   |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA      | 51    | 8      | 78      | 9      | 8                   |
| RESTA MANRESA               | 81    | 13     | 91      | 3      | 16                  |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS | 33    | 5      | 97      | 8      | 5                   |
| TERRASSA                    | 1     | 0      | 97      |        | 0                   |
| ALTRES                      | 8     | 1      | 98      | 2      | 1                   |
| NO COMPRA /NP               | 12    | 2      | 100     | 0      |                     |

**Taula 14.- Tipus de comerç compra carn**

|                            | casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE :<br>COMPREN |
|----------------------------|-------|--------|---------|--------|---------------------|
| TIPUS COMERÇ COMPRA CARN   |       |        |         |        |                     |
| V40TCCARN                  | 621   | 100    |         |        | 98(607)             |
| BOTIGA TRADICIONAL         | 77    | 12     | 12      | 10     | 13                  |
| BOTIGA ESPECIALITZADA      | 153   | 25     | 37      | 27     | 25                  |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL    | 1     | 0      | 37      |        |                     |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA |       |        | 37      |        |                     |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI    | 141   | 23     | 60      | 22     | 23                  |
| DISCOUNT                   | 14    | 2      | 62      | 2      | 2                   |
| HIPERMERCAT                | 84    | 14     | 76      | 14     | 14                  |
| MERCAT MUNICIPAL           | 126   | 20     | 96      | 24     | 21                  |
| "MERCADILLO" (M. AMBULANT) | 9     | 1      | 97      |        | 1                   |
| GRAN MAGATZEM              |       |        | 97      |        |                     |
| ALTRES                     | 2     | 0      | 98      |        |                     |
| AUTOCONSUM                 | 1     | 0      | 98      |        |                     |
| NO COMPRA                  | 11    | 2      | 100     |        |                     |
| NS/NC                      | 2     | 0      | 100     |        |                     |

### 3.2.3.- La compra del peix

És una compra de proximitat (el 55% es fa en el propi barri). Les categories Passeig i Resta de Manresa suposen un 18%, igual que en l'anterior estudi. El pes del Barri Antic és important pel paper, en aquest cas encara més definitiu, del Puigmercadal. Es continua observant una molt lleugera tendència a la baixa del pes de les àrees d'hipermercats.

Pel que fa a la tipologia de comerç, es destaca l'important paper dels mercats municipals (28%), de les botigues especialitzades (23% tot i que suposa un 5% menys que en l'estudi anterior) i dels autoserveis (21%). Sols un 14% de les persones enquestades compra el peix a les grans superfícies.

**Taula 15.- Localització compra peix**

| LOCALITZACIÓ COMPRA PEIX    | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|-----------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V11LGPEIX                   | 621   | 100    |         |        |                  |
| PROPI BARRI                 | 342   | 55     | 55      | 58     | 99(617)          |
| BARRI ANTIC                 | 73    | 12     | 67      | 5      | 57               |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES  | 27    | 4      | 71      | 14     | 6                |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA      | 55    | 9      | 80      | 10     | 6                |
| RESTA MANRESA               | 85    | 14     | 94      | 4      | 9                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS | 31    | 5      | 99      | 7      | 17               |
| BARCELONA                   | 1     | 0      | 99      |        | 5                |
| TERRASSA                    |       |        | 99      |        |                  |
| SABADELL                    |       |        | 99      |        |                  |
| ALTRES                      | 3     | 0      | 99      | 2      |                  |
| NO COMPRA /NP               | 4     | 1      | 100     |        |                  |

**Taula 16.- Tipus de comerç compra peix**

| TIPUS COMERÇ COMPRA PEIX       | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V41TCPEIX                      | 621   | 100    |         |        | 99               |
| BOTIGA TRADICIONAL             | 67    | 11     | 11      | 8      | 11               |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 145   | 23     | 34      | 28     | 24               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        | 0     | 0      | 34      |        |                  |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     | 1     | 0      | 34      | 1      |                  |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        | 133   | 21     | 56      | 19     | 22               |
| DISCOUNT                       | 7     | 1      | 57      | 1      | 1                |
| HIPERMERCAT                    | 85    | 14     | 71      | 15     | 14               |
| MERCAT MUNICIPAL               | 171   | 28     | 98      | 26     | 28               |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) | 6     | 1      | 99      | 1      | 1                |
| GRAN MAGATZEM                  |       |        | 99      |        |                  |
| ALTRES                         | 2     | 0      | 99      |        |                  |
| AUTOCONSUM                     |       |        | 99      |        |                  |
| NO COMPRA                      | 4     | 1      | 100     |        |                  |

### 3.2.4.- La compra de xarcuteria

Es manté la tendència del conjunt de productes alimentaris anteriors, o sigui, la compra de proximitat: el propi barri, 54%; Passeig i Resta de Manresa, 17%; i les àrees d'hipermercats, 15%. El Barri Antic suposa el 8%, una vegada més fruit del pes del mercat de Puigmercadal. Pel que fa a la comparació amb l'estudi del 2000, baixa lleugerament el pes dels hipermercats (disminució del 3%) i augmenta el pes del Barri Antic.

Les tipologies comercials més freqüents són l'autoservei (24%), la botiga especialitzada (23%, un 4% menys que en l'estudi anterior) i els mercats municipals (20%). Els hipermercats suposen un 15% i la botiga tradicional un 10%.

**Taula 17.- Localització compra xarcuteria**

| LOCAL. COMPRA XARCUTERIA    | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|-----------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V12LGXARCU                  | 621   | 100    |         |        | 96(599)          |
| PROPI BARRI                 | 337   | 54     | 54      | 56     | 57               |
| BARRI ANTIC                 | 50    | 8      | 62      | 4      | 4                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES  | 21    | 3      | 65      | 12     | 5                |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA      | 58    | 9      | 75      | 11     | 10               |
| RESTA MANRESA               | 89    | 14     | 89      | 3      | 17               |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS | 37    | 6      | 95      | 7      | 6                |
| BARCELONA                   |       |        | 95      |        |                  |
| TERRASSA                    |       |        | 95      |        |                  |
| SABADELL                    |       |        | 95      |        |                  |
| ALTRES                      | 7     | 1      | 96      | 2      |                  |
| NO COMPRA /NP               | 22    | 4      | 100     | 3      |                  |

**Taula 18.- Tipus de comerç compra xarcuteria**

| TIPUS COMERÇ C. XARCUTERIA     | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V42TCXARCUTERIA                | 621   | 100    |         |        | 96               |
| BOTIGA TRADICIONAL             | 60    | 10     | 10      | 9      | 10               |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 143   | 23     | 33      | 27     | 24               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        | 1     | 0      | 33      | 1      |                  |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     | 1     | 0      | 33      |        |                  |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        | 152   | 24     | 57      | 23     | 25               |
| DISCOUNT                       | 16    | 3      | 60      | 2      | 3                |
| HIPERMERCAT                    | 93    | 15     | 75      | 17     | 16               |
| MERCAT MUNICIPAL               | 125   | 20     | 95      | 17     | 21               |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) | 6     | 1      | 96      | 0      | 1                |
| GRAN MAGATZEM                  |       |        | 96      |        |                  |
| ALTRES                         |       |        | 96      |        |                  |
| AUTOCONSUM                     | 2     | 0      | 96      |        |                  |
| NO COMPRA                      | 22    | 4      | 100     | 3      |                  |

### 3.2.5.- La compra de productes secs i conserves

Amb aquest grup de productes comença un cert canvi respecte als analitzats fins ara. La compra de proximitat continua sent important (39% al propi barri), però el pes dels hipermercats ara és d'un total del 36% (amb tot, és un 4% inferior al resultat de l'any 2000). La resta de Manresa suposa un 12% i el Passeig i rodalies un 5%. Aquestes dues categories acumulades suposen un 7% més que en l'estudi anterior. Aquest fet torna a indicar un procés de guany de pes de la trama comercial manresana que ja s'anunciava en el conjunt del productes alimentaris frescos.

Els formats comercials més importants d'aquest tipus de productes són dos: l'autoservei (36%) i els hipermercats (35%). Molt més lluny queda la botiga especialitzada (7%), els mercats municipals (6%) i els establiments de *discount* (5%). Aquestes dades són molt semblants a les del 2000.

**Taula 19.- Localització compra productes secs**

| LOCALITZACIÓ COMPRA SECS I CONSERVES | casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V13LGSECS                            | 621   | 100    |         |        | 96(595)          |
| PROPI BARRI                          | 242   | 39     | 39      | 42     | 41               |
| BARRI ANTIC                          | 17    | 3      | 42      | 2      | 2                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES           | 31    | 5      | 47      | 8      | 5                |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA               | 167   | 27     | 74      | 29     | 28               |
| RESTA MANRESA                        | 76    | 12     | 86      | 3      | 14               |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS          | 55    | 9      | 95      | 11     | 9                |
| BARCELONA                            |       |        | 95      |        |                  |
| TERRASSA                             | 1     | 0      | 95      |        |                  |
| SABADELL                             |       |        | 95      |        |                  |
| ALTRES                               | 6     | 1      | 96      | 1      | 1                |
| NO COMPRA /NP                        | 26    | 4      | 100     | 3      |                  |

**Taula 20.- Tipus de comerç compra productes secs**

| TIPUS COMERÇ COMPRA SECS I CONSERVES | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V43TCSECS                            | 621   | 100    |         |        | 96               |
| BOTIGA TRADICIONAL                   | 32    | 5      | 5       | 5      | 5                |
| BOTIGA ESPECIALITZADA                | 46    | 7      | 13      | 9      | 8                |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL              |       |        | 13      | 1      |                  |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA           | 1     | 0      | 13      |        |                  |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI              | 225   | 36     | 49      | 34     | 38               |
| DISCOUNT                             | 30    | 5      | 54      | 5      | 5                |
| HIPERMERCAT                          | 219   | 35     | 89      | 38     | 37               |
| MERCAT MUNICIPAL                     | 37    | 6      | 95      | 6      | 6                |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)       | 2     | 0      | 95      |        |                  |
| GRAN MAGATZEM                        | 2     | 0      | 95      |        |                  |
| ALTRES                               |       |        | 95      |        |                  |
| AUTOCONSUM                           | 5     | 1      | 96      |        |                  |
| NO COMPRA                            | 22    | 4      | 100     | 3      |                  |

### 3.2.6.- La compra de begudes

Es tracta d'un comportament de compra molt semblant a l'abans analitzat dels productes secs i conserves. Continua augmentant el pes de la categoria "Resta de Manresa", que s'incrementa un 10% (un 8% net si afegim la variació de la categoria Passeig i rodalies); les àrees de la grans superfícies es mantenen amb un lleuger descens del 3%.

La tipologia de comerç suposa l'absolut predomini de dos formats: l'autoservei amb un 38% i l'hipermercat amb un 37%.

**Taula 21.- Localització compra begudes**

| LOCALITZACIÓ COMPRA BEGUDES        | Casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V14LGBEGUDES</b>                | 621   | <b>100</b> |         |        | 96 (599)         |
| <b>PROPI BARRI</b>                 | 243   | <b>39</b>  | 39      | 39     | 41               |
| <b>BARRI ANTIC</b>                 | 10    | <b>2</b>   | 41      | 2      | 1                |
| <b>PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES</b>  | 34    | <b>5</b>   | 46      | 7      | 6                |
| <b>ÀREA CARREFOUR MANRESA</b>      | 170   | <b>27</b>  | 74      | 29     | 29               |
| <b>RESTA MANRESA</b>               | 75    | <b>12</b>  | 86      | 2      | 13               |
| <b>ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS</b> | 61    | <b>10</b>  | 95      | 12     | 10               |
| <b>BARCELONA</b>                   |       |            | 95      |        |                  |
| <b>TERRASSA</b>                    | 1     | <b>0</b>   | 95      |        |                  |
| <b>SABADELL</b>                    |       |            | 95      |        |                  |
| <b>ALTRES</b>                      | 5     | <b>1</b>   | 96      | 2      | 1                |
| <b>NO COMPRA /NP</b>               | 22    | <b>4</b>   | 100     | 5      |                  |

**Taula 22.- Tipus de comerç compra begudes**

| TIPUS COMERÇ COMPRA BEGUDES           | casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|---------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V44TCBEGUDES</b>                   | 621   | <b>100</b> |         |        | 96               |
| <b>BOTIGA TRADICIONAL</b>             | 39    | <b>6</b>   | 6       | 4      | 7                |
| <b>BOTIGA ESPECIALITZADA</b>          | 36    | <b>6</b>   | 12      | 7      | 6                |
| <b>BOTIGA CENTRE COMERCIAL</b>        | 1     | <b>0</b>   | 12      | 1      |                  |
| <b>GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA</b>     | 1     | <b>0</b>   | 12      |        |                  |
| <b>AUTOSERVEI, SUPERSERVEI</b>        | 233   | <b>38</b>  | 50      | 35     | 39               |
| <b>DISCOUNT</b>                       | 34    | <b>5</b>   | 55      | 4      | 6                |
| <b>HIPERMERCAT</b>                    | 229   | <b>37</b>  | 92      | 39     | 38               |
| <b>MERCAT MUNICIPAL</b>               | 21    | <b>3</b>   | 96      | 4      | 4                |
| <b>"MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)</b> | 1     | <b>0</b>   | 96      |        |                  |
| <b>GRAN MAGATZEM</b>                  | 1     | <b>0</b>   | 96      |        |                  |
| <b>ALTRES</b>                         | 3     | <b>0</b>   | 97      |        | 1                |
| <b>AUTOCONSUM</b>                     | 0     | <b>0</b>   | 97      |        |                  |
| <b>NO COMPRA</b>                      | 22    | <b>3</b>   | 100     | 5      |                  |

### 3.2.7.- La compra de pa i productes de forneria

És el grup de productes en què la proximitat és més important: un 89% de les persones enquestades compra aquest tipus de producte en el propi barri.

Les botigues de proximitat, ja siguin tradicionals o especialitzades, acumulen un total del 86%. L'autoservei només suposa un 7% i els hipermercats un 4%.

**Taula 23.- Localització compra pa**

| LOCALITZACIÓ COMPRA PA      | casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|-----------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V15LCPA                     | 621   | 100    |         |        | 99 (613)         |
| PROPI BARRI                 | 552   | 89     | 89      | 83     | 90               |
| BARRI ANTIC                 | 7     | 1      | 90      | 3      | 1                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES  | 11    | 2      | 92      | 6      | 2                |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA      | 17    | 3      | 95      | 3      | 3                |
| RESTA MANRESA               | 18    | 3      | 97      | 2      | 3                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS | 7     | 1      | 99      | 1      | 1                |
| BARCELONA                   |       |        | 99      |        |                  |
| TERRASSA                    |       |        | 99      |        |                  |
| SABADELL                    |       |        | 99      |        |                  |
| ALTRES                      | 1     | 0      | 99      | 1      |                  |
| NO COMPRA /NP               | 8     | 1      | 100     | 2      |                  |

**Taula 24.- Tipus de comerç compra pa**

| TIPUS COMERÇ COMPRA PA         | casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V45TCPA                        | 621   | 100    |         |        | 99               |
| BOTIGA TRADICIONAL             | 323   | 52     | 52      | 32     | 52               |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 211   | 34     | 86      | 53     | 34               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        |       |        | 86      |        |                  |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     |       |        | 86      |        |                  |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        | 45    | 7      | 93      | 6      | 7                |
| DISCOUNT                       | 1     | 0      | 93      | 1      |                  |
| HIPERMERCAT                    | 26    | 4      | 98      | 4      | 4                |
| MERCAT MUNICIPAL               | 5     | 1      | 98      | 2      | 1                |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) | 1     | 0      | 99      |        |                  |
| GRAN MAGATZEM                  |       |        | 99      |        |                  |
| ALTRES                         |       |        | 99      |        |                  |
| AUTOCONSUM                     | 2     | 0      | 99      |        |                  |
| NO COMPRA                      | 7     | 1      | 100     | 1      |                  |

### 3.2.8.- La compra de productes de drogueria

El 43% de les persones enquestades diuen realitzar les compres d'aquest grup de productes en el propi barri. Les àrees d'hipermercats són les segones predominants en aquest tipus de productes, amb un 30% del total (39% l'any 2000). El comerç de trama urbana recupera aquest percentatge, en especial la categoria de resta de Manresa que passa del 3% del 2000 al 12% d'enguany.

Les formes d'autoservei, amb un 32%, i d'hipermercat, amb un 29%, són les més importants. Cal remarcar la importància dels establiments de *discount* amb un 15%.

**Taula 25 .- Localització compra drogueria**

| LOCALITZACIÓ COMPRA DROGUERIA      | casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V16LCDROGUERIA</b>              | 621   | <b>100</b> |         |        | 97(600)          |
| <b>PROPI BARRI</b>                 | 266   | <b>43</b>  | 43      | 42     | 44               |
| <b>BARRI ANTIC</b>                 | 5     | <b>1</b>   | 44      | 4      | 1                |
| <b>PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES</b>  | 58    | <b>9</b>   | 53      | 11     | 10               |
| <b>ÀREA CARREFOUR MANRESA</b>      | 142   | <b>23</b>  | 76      | 29     | 24               |
| <b>RESTA MANRESA</b>               | 72    | <b>12</b>  | 87      | 3      | 12               |
| <b>ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS</b> | 46    | <b>7</b>   | 95      | 10     | 8                |
| <b>BARCELONA</b>                   | 3     | <b>0</b>   | 95      |        | 1                |
| <b>TERRASSA</b>                    | 2     | <b>0</b>   | 96      |        |                  |
| <b>SABADELL</b>                    |       |            | 96      |        |                  |
| <b>ALTRES</b>                      | 6     | <b>1</b>   | 97      | 1      | 1                |
| <b>NO COMPRA /NP</b>               | 13    | <b>2</b>   | 99      | 1      |                  |
| <b>NS/NC</b>                       | 8     | <b>1</b>   | 100     |        |                  |

**Taula 26.- Tipus de comerç compra drogueria**

| TIPUS COMERÇ COMPRA DROGUERIA         | casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|---------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V46TCDROGUERIA</b>                 | 621   | <b>100</b> |         |        | 97               |
| <b>BOTIGA TRADICIONAL</b>             | 27    | <b>4</b>   | 4       | 5      | 5                |
| <b>BOTIGA ESPECIALITZADA</b>          | 86    | <b>14</b>  | 18      | 20     | 14               |
| <b>BOTIGA CENTRE COMERCIAL</b>        | 2     | <b>0</b>   | 19      | 1      |                  |
| <b>GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA</b>     | 3     | <b>0</b>   | 19      | 1      | 1                |
| <b>AUTOSERVEI, SUPERSERVEI</b>        | 197   | <b>32</b>  | 51      | 30     | 33               |
| <b>DISCOUNT</b>                       | 96    | <b>15</b>  | 66      | 4      | 16               |
| <b>HIPERMERCAT</b>                    | 179   | <b>29</b>  | 95      | 35     | 30               |
| <b>MERCAT MUNICIPAL</b>               | 4     | <b>1</b>   | 96      | 3      | 1                |
| <b>"MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)</b> |       |            | 96      |        |                  |
| <b>GRAN MAGATZEM</b>                  | 2     | <b>0</b>   | 96      |        |                  |
| <b>ALTRES</b>                         | 4     | <b>1</b>   | 97      | 1      | 1                |
| <b>AUTOCONSUM</b>                     | 1     | <b>0</b>   | 97      |        |                  |
| <b>NO COMPRA</b>                      | 12    | <b>2</b>   | 99      | 1      |                  |
| <b>NS/NC</b>                          | 8     | <b>1</b>   | 100     |        |                  |

### 3.2.9.- La compra de perfumeria

Hi ha una certa correlació amb la compra de drogueria. L'única diferència remarcable respecte del comentat en les taules anteriors és un increment del pes de la zona centre de Manresa (Passeig i rodalies, amb un 15%) i en correspondència un increment del pes de la botiga especialitzada (21%), sempre comparant-ho amb la compra de drogueria.

Per tipus d'establiment, autoservei (29%), hipermercat (26%), botiga especialitzada (21%) i *discount* (15%) són les formes comercials predominants.

L'evolució respecte de fa tres anys assenyala les tendències ja vistes: increment del pes de la resta de Manresa, lleugera disminució dels hipermercats i guany d'autoserveis i *discounts*.

**Taula 27 .- Localització compra perfumeria**

| LOCALITZACIÓ COMPRA PERFUMERIA     | casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V17LC PERFUMERIA</b>            | 621   | <b>100</b> |         |        | 97(600)          |
| <b>PROPI BARRI</b>                 | 256   | <b>41</b>  | 41      | 40     | 44               |
| <b>BARRI ANTIC</b>                 | 5     | <b>1</b>   | 42      | 4      | 1                |
| <b>PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES</b>  | 95    | <b>15</b>  | 57      | 13     | 10               |
| <b>ÀREA CARREFOUR MANRESA</b>      | 126   | <b>20</b>  | 78      | 25     | 24               |
| <b>RESTA MANRESA</b>               | 66    | <b>11</b>  | 88      | 3      | 12               |
| <b>ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS</b> | 36    | <b>6</b>   | 94      | 9      | 8                |
| <b>BARCELONA</b>                   | 4     | <b>1</b>   | 95      |        | 1                |
| <b>TERRASSA</b>                    | 3     | <b>0</b>   | 95      |        |                  |
| <b>SABADELL</b>                    |       |            | 95      |        |                  |
| <b>ALTRES</b>                      | 9     | <b>1</b>   | 96      | 1      | 1                |
| <b>NO COMPRA /NP</b>               | 17    | <b>3</b>   | 99      | 4      |                  |
| <b>NS/NC</b>                       | 4     | <b>1</b>   | 100     |        |                  |

**Taula 28.- Tipus de comerç compra perfumeria**

| TIPUS COMERÇ COMPRA PERFUMERIA        | Casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|---------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V47TC PERFUMERIA</b>               | 621   | <b>100</b> |         |        | 97               |
| <b>BOTIGA TRADICIONAL</b>             | 22    | <b>4</b>   | 4       | 4      | 4                |
| <b>BOTIGA ESPECIALITZADA</b>          | 132   | <b>21</b>  | 25      | 28     | 22               |
| <b>BOTIGA CENTRE COMERCIAL</b>        | 4     | <b>1</b>   | 25      | 1      | 1                |
| <b>GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA</b>     | 2     | <b>0</b>   | 26      | 1      |                  |
| <b>AUTOSERVEI, SUPERSERVEI</b>        | 177   | <b>29</b>  | 54      | 26     | 30               |
| <b>DISCOUNT</b>                       | 96    | <b>15</b>  | 70      | 3      | 16               |
| <b>HIPERMERCAT</b>                    | 159   | <b>26</b>  | 95      | 30     | 27               |
| <b>MERCAT MUNICIPAL</b>               | 2     | <b>0</b>   | 95      | 2      |                  |
| <b>"MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)</b> |       |            | 95      |        |                  |
| <b>GRAN MAGATZEM</b>                  | 1     | <b>0</b>   | 95      |        |                  |
| <b>ALTRES</b>                         | 5     | <b>1</b>   | 96      | 1      | 1                |
| <b>AUTOCONSUM</b>                     |       |            | 96      |        |                  |
| <b>NO COMPRA</b>                      | 17    | <b>3</b>   | 99      | 4      |                  |
| <b>NS/NC</b>                          | 4     | <b>1</b>   | 100     |        |                  |

### 3.2.10. - La compra de roba exterior d'home

Pràcticament tres quartes parts dels qui compren roba exterior d'home ho fan a la zona del Passeig, carrer Guimerà i rodalies (73% dels qui compren)<sup>5</sup>. En aquest cas cal destacar un 5% de compres a Barcelona ciutat.

Per tipus d'establiment, aquest producte és clarament terreny de la botiga especialitzada (88% de les persones que compren). És remarcable el poc pes de les altres fórmules: hipermercat, gran magatzem, mercat ambulant, gran botiga especialitzada, cadascuna d'elles amb un 2% de compres.

**Taula 29.- Localització compra roba exterior home**

| LOCALITZACIÓ COMPRA ROBA EXTERIOR HOME | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|----------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V18LGEXTEHOME                          | 621   | 100    |         |        | 87(539)          |
| PROPI BARRI                            | 62    | 10     | 10      | 13     | 12               |
| BARRI ANTIC                            | 1     | 0      | 10      | 6      |                  |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES             | 395   | 64     | 74      | 56     | 73               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA                 | 11    | 2      | 76      | 5      | 2                |
| RESTA MANRESA                          | 20    | 3      | 79      | 2      | 4                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS            | 8     | 1      | 80      | 1      | 1                |
| BARCELONA                              | 28    | 5      | 85      | 3      | 5                |
| TERRASSA                               | 1     | 0      | 85      |        | 0                |
| SABADELL                               | 5     | 1      | 86      |        | 1                |
| ALTRES                                 | 8     | 1      | 87      | 2      | 1                |
| NO COMPRA /NP                          | 82    | 14     | 100     | 12     |                  |

**Taula 30.- Tipus de comerç compra roba exterior home**

| TIPUS COMERÇ COMPRA ROBA EXTERIOR HOME | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|----------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V48TCEXTEHOME                          | 621   | 100    |         |        | 87               |
| BOTIGA TRADICIONAL                     | 5     | 1      | 1       | 3      | 1                |
| BOTIGA ESPECIALITZADA                  | 477   | 77     | 78      | 60     | 88               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL                | 6     | 1      | 79      | 6      | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA             | 10    | 2      | 80      | 10     | 2                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI                |       |        | 80      | 1      | 0                |
| DISCOUNT                               | 1     | 0      | 80      |        | 0                |
| HIPERMERCAT                            | 12    | 2      | 82      | 4      | 2                |
| MERCAT MUNICIPAL                       |       |        | 82      | 1      |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)         | 12    | 2      | 84      | 1      | 2                |
| GRAN MAGATZEM                          | 11    | 2      | 86      | 2      | 2                |
| ALTRES                                 | 5     | 1      | 87      |        | 1                |
| AUTOCONSUM                             | 2     | 0      | 87      |        |                  |
| NO COMPRA/NP                           | 80    | 13     | 100     | 12     |                  |

<sup>5</sup> El percentatge s'analitza sobre el total dels qui compren, no sobre el total de persones enquestades.

### 3.2.11. - La compra de roba exterior de dona

Es produeix el mateix fenomen que en la compra de roba exterior d'home: concentració de les compres en la zona del Passeig, carrer Guimerà i rodalies (71% de les persones que en compren). També hi ha un 5% de compres fetes a Barcelona ciutat.

La majoria de compres es fan en botiga especialitzada (88% de les persones que en compren).

**Taula 31 .- Localització compra roba exterior dona**

| LOCALITZACIÓ COMPRA ROBA EXT. DONA | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V19LGEXTEDONA                      | 621   | 100    |         |        | 93(577)          |
| PROPI BARRI                        | 68    | 11     | 11      | 17     | 12               |
| BARRI ANTIC                        | 3     | 0      | 11      | 6      | 1                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES         | 411   | 66     | 78      | 59     | 71               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA             | 9     | 1      | 79      | 4      | 2                |
| RESTA MANRESA                      | 21    | 3      | 82      | 2      | 4                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS        | 6     | 1      | 83      | 1      | 1                |
| BARCELONA                          | 31    | 5      | 88      | 3      | 5                |
| TERRASSA                           | 2     | 0      | 89      |        | 0                |
| SABADELL                           | 4     | 1      | 89      |        | 1                |
| ALTRES                             | 21    | 3      | 92      | 3      | 4                |
| NO COMPRA /NP                      | 39    | 6      | 99      | 6      |                  |
| NS/NC                              | 6     | 1      | 100     |        |                  |

**Taula 32.- Tipus de comerç roba exterior dona**

| TIPUS COMERÇ COMPRA ROBA EXT. DONA | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V49TCEXTEDONA                      | 621   | 100    |         |        | 93               |
| BOTIGA TRADICIONAL                 | 9     | 1      | 1       | 4      | 2                |
| BOTIGA ESPECIALITZADA              | 501   | 81     | 82      | 64     | 88               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL            | 6     | 1      | 83      | 6      | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA         | 12    | 2      | 85      | 10     | 2                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI            |       |        | 85      | 1      |                  |
| DISCOUNT                           |       |        | 85      |        |                  |
| HIPERMERCAT                        | 10    | 2      | 87      | 3      | 2                |
| MERCAT MUNICIPAL                   |       |        | 87      | 1      |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)     | 9     | 1      | 88      | 1      | 2                |
| GRAN MAGATZEM                      | 12    | 2      | 90      | 2      | 2                |
| ALTRES                             | 10    | 2      | 92      | 1      | 2                |
| AUTOCONSUM                         | 15    | 2      | 94      | 1      |                  |
| NO COMPRA                          | 32    | 5      | 99      | 5      |                  |
| NS/NC                              | 5     | 1      | 100     | 1      |                  |

### 3.2.12. - La compra de roba exterior de nen/nena

En aquest cas, és bàsic analitzar les dades de les persones que en compren, perquè un 57% dels enquestes diuen que qui les han respost no compren roba d'infant.

Podem observar uns hàbits de compra molt semblants a la roba d'home i de dona. Així un 73% dels qui compren roba d'infant ho fan a la zona del Passeig, carrer Guimerà i rodalies i un 6% a Barcelona ciutat. El predomini de la botiga especialitzada és molt gran (88% dels qui compren).

**Taula 33 .- Localització compra roba exterior infantil**

| LOCALITZACIÓ COMPRA ROBA EXT. NEN | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|-----------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V20LGEXTENEN                      | 621   | 100    |         |        | 43(266)          |
| PROPI BARRI                       | 33    | 5      | 5       | 6      | 12               |
| BARRI ANTIC                       | 2     | 0      | 6       | 3      | 1                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES        | 194   | 31     | 37      | 29     | 73               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA            | 7     | 1      | 38      | 3      | 3                |
| RESTA MANRESA                     | 9     | 1      | 39      | 1      | 3                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS       | 3     | 0      | 40      |        | 1                |
| BARCELONA                         | 17    | 3      | 43      | 1      | 6                |
| TERRASSA                          |       |        | 43      |        |                  |
| SABADELL                          | 1     | 0      | 43      |        |                  |
| ALTRES                            | 0     | 0      | 43      | 1      |                  |
| NO COMPRA /NP                     | 355   | 57     | 100     | 56     |                  |

**Taula 34.- Tipus de comerç compra roba infantil**

| TIPUS COMERÇ COMPRA ROBA EXT. NEN | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE: COMPREN |
|-----------------------------------|-------|--------|---------|--------|-----------------|
| V50TCEXTENEN                      | 621   | 100    |         |        | 43              |
| BOTIGA TRADICIONAL                | 5     | 1      | 1       | 2      | 2               |
| BOTIGA ESPECIALITZADA             | 234   | 38     | 38      | 29     | 88              |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL           | 2     | 0      | 39      | 3      | 1               |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA        | 6     | 1      | 40      | 5      | 2               |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI           |       |        | 40      | 1      |                 |
| DISCOUNT                          |       |        | 40      |        |                 |
| HIPERMERCAT                       | 7     | 1      | 41      | 2      | 3               |
| MERCAT MUNICIPAL                  |       |        | 41      |        |                 |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)    | 4     | 1      | 42      |        | 2               |
| GRAN MAGATZEM                     | 5     | 1      | 42      | 1      | 2               |
| ALTRES                            | 3     | 0      | 43      | 1      | 1               |
| AUTOCONSUM                        | 1     | 0      | 43      |        |                 |
| NO COMPRA                         | 354   | 57     | 100     | 55     |                 |

### 3.2.13. - La compra de calçat d'adults

Un 72% de les persones enquestades compra el calçat a la zona del Passeig, carrer Guimerà i rodalies; un 14% en el propi barri<sup>6</sup>, i un 4% diu comprar el calçat a Barcelona ciutat.

La botiga especialitzada suposa un 90% de les compres, seguit a continuació per l'hipermercat amb un 2%.

**Taula 35.- Localització compra calçat adult**

| LOCALITZACIÓ COMPRA CALÇAT ADULT | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|----------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V21LGSABATADULT                  | 621   | 100    |         |        | 98(607)          |
| PROPI BARRI                      | 87    | 14     | 14      | 20     | 14               |
| BARRI ANTIC                      | 8     | 1      | 15      | 6      | 1                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES       | 446   | 72     | 87      | 63     | 73               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA           | 13    | 2      | 89      | 4      | 2                |
| RESTA MANRESA                    | 14    | 2      | 91      | 2      | 2                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS      | 8     | 1      | 92      | 1      | 1                |
| BARCELONA                        | 24    | 4      | 96      | 2      | 4                |
| TERRASSA                         |       |        | 96      |        |                  |
| SABADELL                         | 3     | 0      | 97      |        | 0                |
| ALTRES                           | 4     | 1      | 98      | 1      | 1                |
| NO COMPRA /NP                    | 14    | 2      | 100     | 1      |                  |

**Taula 36.- Tipus de comerç compra calçat adult**

| TIPUS COMERÇ COMPRA CALÇAT ADULT | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|----------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V51TCSABATADULT                  | 621   | 100    |         |        | 98               |
| BOTIGA TRADICIONAL               | 9     | 1      | 1       | 3      | 1                |
| BOTIGA ESPECIALITZADA            | 562   | 90     | 92      | 76     | 93               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL          | 6     | 1      | 93      | 5      | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA       | 4     | 1      | 94      | 7      | 1                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI          |       |        | 94      | 1      |                  |
| DISCOUNT                         | 1     | 0      | 94      |        |                  |
| HIPERMERCAT                      | 10    | 2      | 95      | 3      | 2                |
| MERCAT MUNICIPAL                 |       |        | 95      | 1      |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)   | 6     | 1      | 96      | 1      | 1                |
| GRAN MAGATZEM                    | 8     | 1      | 98      | 1      | 1                |
| ALTRES                           | 1     | 0      | 98      |        |                  |
| AUTOCONSUM                       |       |        | 98      |        |                  |
| NO COMPRA                        | 14    | 2      | 100     | 2      |                  |

<sup>6</sup> Cal tenir present que un 7% de les persones enquestades viuen al Passeig i rodalies, la qual cosa suposaria que el percentatge de compres a aquesta zona seria del 79%.

### 3.2.14. -La compra de calçat de nen/nena

Com abans passava amb la roba d'infant, un 57% de les persones enquestades no compren calçat infantil. Per això cal analitzar els percentatges a partir del 43% restant que sí que en compren. D'aquestes 267 persones entrevistades que compren calçat infantil, un 73% ho fan al Passeig, carrer Guimerà i rodalies; i un 5% a Barcelona ciutat. Un 91% fan les seves compres de calçat infantil en una botiga especialitzada.

**Taula 37.- Localització compra calçat infantil**

| LOCALITZACIÓ COMPRA CALÇAT NEN | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V22LGSABATANEN                 | 621   | 100    |         |        | 43(267)          |
| PROPI BARRI                    | 36    | 6      | 6       | 6      | 13               |
| BARRI ANTIC                    | 3     | 0      | 6       | 3      | 1                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES     | 196   | 32     | 38      | 30     | 73               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA         | 7     | 1      | 39      | 2      | 3                |
| RESTA MANRESA                  | 5     | 1      | 40      |        | 2                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS    | 6     | 1      | 41      |        | 2                |
| BARCELONA                      | 13    | 2      | 43      | 1      | 5                |
| TERRASSA                       |       |        | 43      |        |                  |
| SABADELL                       | 1     | 0      | 43      |        |                  |
| ALTRES                         |       | 0      | 43      |        |                  |
| NO COMPRA /NP                  | 354   | 57     | 100     | 57     |                  |

**Taula 38.- Tipus de comerç compra calçat infantil**

| TIPUS COMERÇ COMPRA CALÇAT NEN | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V52TCSABATANEN                 | 621   | 100    |         |        | 43               |
| BOTIGA TRADICIONAL             | 3     | 0      | 0       | 2      | 1                |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 242   | 39     | 39      | 32     | 91               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        | 3     | 0      | 40      | 2      | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     | 1     | 0      | 40      | 4      | 0                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        |       |        | 40      | 1      |                  |
| DISCOUNT                       | 1     | 0      | 40      |        |                  |
| HIPERMERCAT                    | 7     | 1      | 41      | 2      | 3                |
| MERCAT MUNICIPAL               |       |        | 41      |        |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) | 2     | 0      | 42      |        | 1                |
| GRAN MAGATZEM                  | 5     | 1      | 43      | 1      | 2                |
| ALTRES                         | 3     | 0      | 43      |        | 1                |
| AUTOCONSUM                     |       |        | 43      |        |                  |
| NO COMPRA                      | 354   | 57     | 100     | 55     |                  |

### 3.2.15. - La compra de roba interior

La majoria (62%) realitza les seves compres a la zona comercial centre de Manresa (Passeig, Guimerà); un 22% de les persones enquestades ho fa al propi barri. Un 85%, a botiga especialitzada, un 3% a hipermercat i un 2% a mercat ambulant.

**Taula 39.- Localització compra roba interior**

| LOCALITZACIÓ COMPRA ROBA INTERIOR ("Gènere punt" estudi 2000) | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|---------------------------------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V23LGROBAINTERIOR                                             | 621   | 100    |         |        | 95(593)          |
| PROPI BARRI                                                   | 139   | 22     | 22      | 17     | 23               |
| BARRI ANTIC                                                   | 4     | 1      | 23      | 5      | 1                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES                                    | 383   | 62     | 85      | 50     | 65               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA                                        | 18    | 3      | 88      | 5      | 3                |
| RESTA MANRESA                                                 | 22    | 4      | 91      | 1      | 4                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS                                   | 4     | 1      | 92      |        | 1                |
| BARCELONA                                                     | 9     | 1      | 93      | 2      | 2                |
| TERRASSA                                                      |       |        | 93      |        |                  |
| SABADELL                                                      | 3     | 0      | 93      |        | 1                |
| ALTRES                                                        | 11    | 2      | 95      | 2      | 2                |
| NO COMPRA /NP                                                 | 22    | 4      | 99      | 18     |                  |
| NS/NC                                                         | 6     | 1      | 100     | 1      |                  |

**Taula 40.- Tipus comerç compra roba interior**

| TIPUS COMERÇ COMPRA ROBA INTERIOR | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|-----------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V53TCROBAINTERIOR                 | 621   | 100    |         |        | 95               |
| BOTIGA TRADICIONAL                | 15    | 2      | 2       | 4      | 3                |
| BOTIGA ESPECIALITZADA             | 527   | 85     | 87      | 62     | 89               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL           | 6     | 1      | 88      | 4      | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA        | 3     | 0      | 89      | 5      | 1                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI           |       |        | 89      | 1      |                  |
| DISCOUNT                          |       |        | 89      |        |                  |
| HIPERMERCAT                       | 19    | 3      | 92      | 3      | 3                |
| MERCAT MUNICIPAL                  | 1     | 0      | 92      |        |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)    | 15    | 2      | 94      | 1      | 31               |
| GRAN MAGATZEM                     | 3     | 0      | 95      | 1      | 1                |
| ALTRES                            | 4     | 1      | 95      | 1      | 1                |
| AUTOCONSUM                        |       |        | 95      | 1      |                  |
| NO COMPRA                         | 22    | 4      | 99      | 16     |                  |
| NS/NC                             | 6     | 1      | 100     | 1      |                  |

### 3.2.16. - La compra de joieria

Pràcticament la meitat de les persones entrevistades no compren aquest tipus de producte. Dels qui diuen comprar-ne, un 71% ho fan a la zona comercial centre de Manresa (Passeig, Guimerà). La zona de Carrefour acumula un 5% de les compres. La botiga especialitzada recull un 92% de les preferències dels qui compren.

**Taula 41.- Localització compra joieria**

| LOCALITZACIÓ COMPRA JOIERIA | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|-----------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V24LGJOIERIA                | 621   | 100    |         |        | 49(307)          |
| PROPI BARRI                 | 48    | 8      | 8       | 6      | 16               |
| BARRI ANTIC                 | 2     | 0      | 8       | 3      | 1                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES  | 217   | 35     | 43      | 27     | 71               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA      | 14    | 2      | 45      | 1      | 5                |
| RESTA MANRESA               | 15    | 2      | 48      | 1      | 5                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS |       |        | 48      |        |                  |
| BARCELONA                   | 4     | 1      | 48      | 1      | 1                |
| TERRASSA                    |       |        | 48      |        |                  |
| SABADELL                    | 2     | 0      | 48      |        | 1                |
| ALTRES                      | 4     | 1      | 49      | 1      | 1                |
| NO COMPRA /NP               | 292   | 47     | 96      | 56     |                  |
| NS/NC                       | 22    | 4      | 100     | 1      |                  |

**Taula 42.- Tipus de comerç compra joieria**

| TIPUS COMERÇ COMPRA JOIERIA    | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V54TCJOIERIA                   | 621   | 100    |         |        | 49               |
| BOTIGA TRADICIONAL             | 2     | 0      | 0       | 1      | 1                |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 282   | 45     | 46      | 37     | 92               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        | 6     | 1      | 47      | 2      | 2                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     | 1     | 0      | 47      |        | 0                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        |       |        | 47      | 1      |                  |
| DISCOUNT                       |       |        | 47      |        |                  |
| HIPERMERCAT                    | 5     | 1      | 48      | 1      | 2                |
| MERCAT MUNICIPAL               |       |        | 48      |        |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) | 2     | 0      | 48      |        | 1                |
| GRAN MAGATZEM                  | 2     | 0      | 48      |        | 1                |
| ALTRES                         | 7     | 1      | 49      | 1      | 2                |
| AUTOCONSUM                     |       |        | 49      | 1      |                  |
| NO COMPRA                      | 292   | 47     | 96      | 56     |                  |
| NS/NC                          | 22    | 4      | 100     | 1      |                  |

### 3.2.17. - La compra de tèxtil per a la llar

Un 71% de les persones entrevistades compren productes tèxtils per a la llar. D'aquestes, la meitat (49%) ho fan a la zona comercial del centre de Manresa (Passeig, Guimerà), un 15% compren a les zones d'hipermercats (12% Carrefour, 3% Champion), i un 10% a l'oferta comercial de la resta de Manresa.

Per tipologies d'establiment, un 72% dels qui compren ho fan a botiga especialitzada i un 13% a hipermercats.

**Taula 43.- Localització compra tèxtil llar**

| LOCALITZACIÓ COMPRA TÈXTEL·LAR     | Casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V25LGTEXTILLAR</b>              | 621   | <b>100</b> |         |        | 71(442)          |
| <b>PROPI BARRI</b>                 | 80    | <b>13</b>  | 13      | 15     | 18               |
| <b>BARRI ANTIC</b>                 | 2     | <b>0</b>   | 13      | 5      | 0                |
| <b>PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES</b>  | 218   | <b>35</b>  | 48      | 42     | 49               |
| <b>ÀREA CARREFOUR MANRESA</b>      | 53    | <b>8</b>   | 57      | 7      | 12               |
| <b>RESTA MANRESA</b>               | 42    | <b>7</b>   | 63      | 1      | 10               |
| <b>ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS</b> | 14    | <b>2</b>   | 66      | 1      | 3                |
| <b>BARCELONA</b>                   | 15    | <b>2</b>   | 68      | 1      | 3                |
| <b>TERRASSA</b>                    | 3     | <b>0</b>   | 69      |        | 1                |
| <b>SABADELL</b>                    | 6     | <b>1</b>   | 70      |        | 1                |
| <b>ALTRES</b>                      | 9     | <b>1</b>   | 71      | 1      | 2                |
| <b>NO COMPRA /NP</b>               | 157   | <b>25</b>  | 96      | 27     |                  |
| <b>NS/NC</b>                       | 22    | <b>4</b>   | 100     |        |                  |

**Taula 44.- Tipus de comerç compra tèxtil llar**

| TIPUS COMERÇ COMPRA TEXTIL·LAR        | Casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|---------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V55TCTEXTILLAR</b>                 | 621   | <b>100</b> |         |        | 71               |
| <b>BOTIGA TRADICIONAL</b>             | 8     | <b>1</b>   | 1       | 4      | 2                |
| <b>BOTIGA ESPECIALITZADA</b>          | 318   | <b>51</b>  | 52      | 51     | 72               |
| <b>BOTIGA CENTRE COMERCIAL</b>        | 3     | <b>0</b>   | 53      | 3      | 1                |
| <b>GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA</b>     | 15    | <b>2</b>   | 55      | 3      | 3                |
| <b>AUTOSERVEI, SUPERSERVEI</b>        | 12    | <b>2</b>   | 57      | 1      | 3                |
| <b>DISCOUNT</b>                       | 2     | <b>0</b>   | 58      |        | 0                |
| <b>HIPERMERCAT</b>                    | 57    | <b>9</b>   | 67      | 7      | 13               |
| <b>MERCAT MUNICIPAL</b>               | 4     | <b>1</b>   | 67      |        | 1                |
| <b>"MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)</b> | 9     | <b>1</b>   | 69      | 1      | 2                |
| <b>GRAN MAGATZEM</b>                  | 10    | <b>2</b>   | 71      | 1      | 2                |
| <b>ALTRES</b>                         | 2     | <b>0</b>   | 71      | 1      |                  |
| <b>AUTOCONSUM</b>                     | 7     | <b>1</b>   | 72      | 1      |                  |
| <b>NO COMPRA</b>                      | 152   | <b>24</b>  | 96      | 27     |                  |
| <b>NS/NC</b>                          | 22    | <b>4</b>   | 100     |        |                  |

### 3.2.18. - La compra de mobles

En l'enquesta es demanava sobre les compres de mobles en els darrers anys i això ha fet que només una quarta part de les persones entrevistades hagi contestat que no compra mobles.

Dels qui compren mobles, un 50% ho fan a la zona comercial del centre de Manresa (Passeig, Guimerà) i un 19% a la resta de Manresa. Cal destacar que entre les categories Barcelona, Terrassa, Sabadell i altres llocs, hi trobem un 14% de les respostes. Un 3% compra a la zona de Sant Fruitós i un 4% a l'àrea de Carrefour.

Un 80% dels qui compren ho fan en botiga especialitzada, un 11% a gran botiga especialitzada, i un 4% a hipermercats.

**Taula 45.- Localització compra mobles**

| LOCALITZACIÓ COMPRA MOBLES         | Casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V26LGMOBLES</b>                 | 621   | <b>100</b> |         |        | 75(463)          |
| <b>PROPI BARRI</b>                 | 50    | <b>8</b>   | 8       | 4      | 11               |
| <b>BARRI ANTIC</b>                 | 3     | <b>0</b>   | 9       | 3      | 1                |
| <b>PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES</b>  | 230   | <b>37</b>  | 46      | 28     | 50               |
| <b>ÀREA CARREFOUR MANRESA</b>      | 18    | <b>3</b>   | 48      | 2      | 4                |
| <b>RESTA MANRESA</b>               | 86    | <b>14</b>  | 62      | 3      | 19               |
| <b>ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS</b> | 12    | <b>2</b>   | 64      | 2      | 3                |
| <b>BARCELONA</b>                   | 24    | <b>4</b>   | 68      | 2      | 5                |
| <b>TERRASSA</b>                    | 6     | <b>1</b>   | 69      |        | 1                |
| <b>SABADELL</b>                    | 3     | <b>0</b>   | 70      |        | 1                |
| <b>ALTRES</b>                      | 31    | <b>5</b>   | 75      | 3      | 7                |
| <b>NO COMPRA /NP</b>               | 148   | <b>24</b>  | 98      | 52     |                  |
| <b>NS/NC</b>                       | 10    | <b>2</b>   | 100     |        |                  |

**Taula 46.- Tipus de comerç compra mobles**

| TIPUS COMERÇ COMPRA MOBLES            | Casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|---------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V56TCMOBLE</b>                     | 621   | <b>100</b> |         |        | 75               |
| <b>BOTIGA TRADICIONAL</b>             | 3     | <b>0</b>   | 0       | 1      | 1                |
| <b>BOTIGA ESPECIALITZADA</b>          | 370   | <b>60</b>  | 60      | 31     | 80               |
| <b>BOTIGA CENTRE COMERCIAL</b>        | 3     | <b>0</b>   | 60      | 2      | 1                |
| <b>GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA</b>     | 49    | <b>8</b>   | 68      | 10     | 11               |
| <b>AUTOSERVEI, SUPERSERVEI</b>        | 1     | <b>0</b>   | 68      | 1      | 0                |
| <b>DISCOUNT</b>                       |       |            | 68      |        |                  |
| <b>HIPERMERCAT</b>                    | 20    | <b>3</b>   | 71      | 2      | 4                |
| <b>MERCAT MUNICIPAL</b>               | 1     | <b>0</b>   | 72      |        | 0                |
| <b>"MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)</b> |       |            | 72      |        |                  |
| <b>GRAN MAGATZEM</b>                  | 10    | <b>2</b>   | 74      | 1      | 2                |
| <b>ALTRES</b>                         | 6     | <b>1</b>   | 75      | 1      | 1                |
| <b>AUTOCONSUM</b>                     | 3     | <b>0</b>   | 75      |        |                  |
| <b>NO COMPRA</b>                      | 145   | <b>23</b>  | 98      | 51     |                  |
| <b>NS/NC</b>                          | 10    | <b>2</b>   | 100     | 1      |                  |

### 3.2.19. - La compra de productes de *menage* de la llar

Un 47% de les persones que en compren ho fan a la zona comercial centre de Manresa (Passeig, Guimerà), un 19% a l'àrea de Carrefour i un 10% a la resta de Manresa.

El format d'establiment majoritari és la botiga especialitzada amb un 66% dels casos, seguida de l'hipermercat amb un 21%.

**Taula 47.- Localització compra *menage* llar**

| LOCALITZACIÓ COMPRA <i>MENAGE</i> LLAR | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|----------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V27LGMENAGE                            | 621   | 100    |         |        | 76(474)          |
| PROPI BARRI                            | 59    | 10     | 10      | 10     | 12               |
| BARRI ANTIC                            | 7     | 1      | 11      | 3      | 1                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES             | 222   | 36     | 46      | 33     | 47               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA                 | 90    | 14     | 61      | 8      | 19               |
| RESTA MANRESA                          | 48    | 8      | 69      | 2      | 10               |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS            | 15    | 2      | 71      | 2      | 3                |
| BARCELONA                              | 14    | 2      | 73      | 1      | 3                |
| TERRASSA                               | 4     | 1      | 74      |        | 1                |
| SABADELL                               | 1     | 0      | 74      | 1      |                  |
| ALTRES                                 | 14    | 2      | 76      | 1      | 3                |
| NO COMPRA /NP                          | 132   | 21     | 98      | 39     |                  |
| NS/NC                                  | 15    | 2      | 100     | 1      |                  |

**Taula 48.- Tipus de comerç compra *menage* llar**

| TIPUS COMERÇ COMPRA <i>MENAGE</i> | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|-----------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V57TCMENAGE                       | 621   | 100    |         |        | 76               |
| BOTIGA TRADICIONAL                | 6     | 1      | 1       | 2      | 1                |
| BOTIGA ESPECIALITZADA             | 314   | 51     | 52      | 36     | 66               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL           | 2     | 0      | 52      | 3      | 0                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA        | 22    | 4      | 55      | 8      | 5                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI           | 15    | 2      | 58      | 2      | 3                |
| DISCOUNT                          | 1     | 0      | 58      |        | 0                |
| HIPERMERCAT                       | 100   | 16     | 74      | 7      | 21               |
| MERCAT MUNICIPAL                  |       |        | 74      |        |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)    | 2     | 0      | 75      |        | 0                |
| GRAN MAGATZEM                     | 9     | 1      | 76      | 2      | 2                |
| ALTRES                            | 3     | 1      | 77      |        | 1                |
| AUTOCONSUM                        |       |        | 77      |        |                  |
| NO COMPRA                         | 132   | 21     | 98      | 39     |                  |
| NS/NC                             | 15    | 2      | 100     | 1      |                  |

### 3.2.20. -La compra d'electrodomèstics

Com en el cas dels mobles, es demanava recordar les compres fetes en els darrers anys, la qual cosa ha suposat un increment important de les persones que manifesten comprar-ne. D'aquestes, un 64% ho fan a la zona comercial del centre de Manresa (Passeig, Guimerà), un 11% a Carrefour i un 9% a la resta de Manresa.

El 83% ho fan a botiga especialitzada i un 11% a hipermercat.

**Taula 49.- Localització compra electrodomèstics**

| LOCALITZACIÓ COMPRA ELECTRODOMÈSTICS | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V28LGELECTRO                         | 621   | 100    |         |        | 87(540)          |
| PROPI BARRI                          | 50    | 8      | 8       | 6      | 9                |
| BARRI ANTIC                          | 10    | 2      | 10      | 3      | 2                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES           | 345   | 56     | 65      | 40     | 64               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA               | 59    | 10     | 75      | 9      | 11               |
| RESTA MANRESA                        | 46    | 7      | 82      | 3      | 9                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS          | 5     | 1      | 83      | 1      | 1                |
| BARCELONA                            | 11    | 2      | 85      | 1      | 2                |
| TERRASSA                             | 2     | 0      | 85      |        | 0                |
| SABADELL                             | 2     | 0      | 85      |        | 0                |
| ALTRES                               | 10    | 2      | 87      | 1      | 2                |
| NO COMPRA /NP                        | 76    | 12     | 99      | 36     |                  |
| NS/NC                                | 5     | 1      | 100     |        |                  |

**Taula 50.- Tipus de comerç compra electrodomèstics**

| TIPUS COMERÇ COMPRA ELECTRODOMÈSTICS | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V58TCELECTRO                         | 621   | 100    |         |        | 87               |
| BOTIGA TRADICIONAL                   | 2     | 0      | 0       | 1      | 0                |
| BOTIGA ESPECIALITZADA                | 447   | 72     | 72      | 38     | 83               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL              | 3     | 0      | 73      | 2      | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA           | 17    | 3      | 76      | 12     | 3                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI              |       |        | 76      | 2      |                  |
| DISCOUNT                             | 1     | 0      | 76      |        |                  |
| HIPERMERCAT                          | 60    | 10     | 85      | 7      | 11               |
| MERCAT MUNICIPAL                     |       |        | 85      |        |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)       |       |        | 85      |        |                  |
| GRAN MAGATZEM                        | 8     | 1      | 87      | 1      | 1                |
| ALTRES                               | 2     | 0      | 87      |        |                  |
| AUTOCONSUM                           |       |        | 87      |        |                  |
| NO COMPRA                            | 76    | 12     | 99      | 36     |                  |
| NS/NC                                | 5     | 1      | 100     | 1      |                  |

### 3.2.21. - La compra de productes d'informàtica

Un 57% de les persones entrevistades manifesten comprar productes relacionats amb la informàtica. D'aquestes 334 persones que en compren, un 45% ho fan a la zona comercial del centre de Manresa (Passeig, Guimerà), un 20% a la resta de Manresa i entre Barcelona (9%) i altres llocs sumen un 16% de les compres.

Un 81% dels qui en compren ho fan a botiga especialitzada i un 9% a hipermercats.

**Taula 51.- Localització compra productes informàtica**

| LOCALITZACIÓ COMPRA INFORMÀTICA | Casos | % 2003 | % acum. | % BASE : COMPREN |
|---------------------------------|-------|--------|---------|------------------|
| V29LGINFORMATICA                | 621   | 100    |         | 54(334)          |
| PROPI BARRI                     | 24    | 4      | 4       | 7                |
| BARRI ANTIC                     | 4     | 1      | 5       | 1                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES      | 150   | 24     | 29      | 45               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA          | 29    | 5      | 33      | 9                |
| RESTA MANRESA                   | 68    | 11     | 44      | 20               |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS     | 1     | 0      | 44      | 0                |
| BARCELONA                       | 30    | 5      | 49      | 9                |
| TERRASSA                        | 1     | 0      | 49      | 0                |
| SABADELL                        | 3     | 0      | 50      | 1                |
| ALTRES                          | 24    | 4      | 54      | 7                |
| NO COMPRA /NP                   | 270   | 43     | 97      |                  |
| NS/NC                           | 17    | 3      | 100     |                  |

**Taula 52.- Tipus d'establiment compra productes informàtica**

| TIPUS COMERÇ COMPRA INFORMÀTICA | Casos | % 2003 | % acum. | % BASE : COMPREN |
|---------------------------------|-------|--------|---------|------------------|
| V59TCINFORMATICA                | 621   | 100    |         | 54               |
| BOTIGA TRADICIONAL              |       |        |         |                  |
| BOTIGA ESPECIALITZADA           | 272   | 44     | 44      | 81               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL         | 3     | 0      | 44      | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA      | 15    | 2      | 47      | 4                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI         |       |        | 47      |                  |
| DISCOUNT                        |       |        | 47      |                  |
| HIPERMERCAT                     | 31    | 5      | 52      | 9                |
| MERCAT MUNICIPAL                |       |        | 52      |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)  |       |        | 52      |                  |
| GRAN MAGATZEM                   | 4     | 1      | 52      | 1                |
| ALTRES                          | 9     | 1      | 54      | 3                |
| AUTOCONSUM                      |       |        | 54      |                  |
| NO COMPRA                       | 270   | 43     | 97      |                  |
| NS/NC                           | 17    | 3      | 100     |                  |

### 3.2.22. -La compra de productes de bricolatge

Un 42% de la mostra afirma comprar aquests productes. D'aquests casos, a la zona comercial del centre de Manresa (Passeig, Guimerà) ho fan un 34%, a l'àrea Carrefour un 21% i a la resta de Manresa un 20%.

Per tipus d'establiments, un 65% correspon a la botiga especialitzada i un 22% a hipermercats.

**Taula 53.- Compra de productes de bricolatge**

| LOCALITZACIÓ COMPRA BRICOLATGE | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE :<br>COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|---------------------|
| V30LGBRICOLAGE                 | 621   | 100    |         |        | 41(254)             |
| PROPI BARRI                    | 38    | 6      | 6       | 8      | 15                  |
| BARRI ANTIC                    | 1     | 0      | 6       | 1      | 0                   |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES     | 87    | 14     | 20      | 11     | 34                  |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA         | 54    | 9      | 29      | 7      | 21                  |
| RESTA MANRESA                  | 52    | 8      | 37      | 3      | 20                  |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS    | 3     | 0      | 38      | 2      | 1                   |
| BARCELONA                      | 10    | 2      | 40      |        | 4                   |
| TERRASSA                       | 1     | 0      | 40      | 1      | 0                   |
| SABADELL                       | 6     | 1      | 41      |        | 2                   |
| ALTRES                         | 2     | 0      | 41      | 1      | 1                   |
| NO COMPRA /NP                  | 361   | 58     | 99      | 65     |                     |
| NS/NC                          | 6     | 1      | 100     | 1      |                     |

**Taula 54.- Tipus de comerç compra bricolatge**

| TIPUS COMERÇ COM. BRICOLATGE   | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE :<br>COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|---------------------|
| V60TCBRICOLAGE                 | 621   | 100    |         |        | 41                  |
| BOTIGA TRADICIONAL             | 3     | 0      | 0       | 2      | 1                   |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 165   | 27     | 27      | 20     | 65                  |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        | 1     | 0      | 27      |        | 0                   |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     | 19    | 3      | 30      | 2      | 7                   |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        | 2     | 0      | 31      | 1      | 1                   |
| DISCOUNT                       |       |        | 31      |        |                     |
| HIPERMERCAT                    | 57    | 9      | 40      | 6      | 22                  |
| MERCAT MUNICIPAL               |       |        | 40      |        |                     |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) |       |        | 40      |        |                     |
| GRAN MAGATZEM                  | 5     | 1      | 41      | 1      | 2                   |
| ALTRES                         | 2     | 0      | 41      | 1      | 1                   |
| AUTOCONSUM                     | 1     | 0      | 41      | 1      |                     |
| NO COMPRA                      | 360   | 58     | 99      | 64     |                     |
| NS/NC                          | 6     | 1      | 100     | 2      |                     |

### 3.2.23. -La compra de productes de jardineria

Només un 38% de les persones entrevistades compra aquest tipus de productes. Ho fan majoritàriament a la resta de Manresa (39%), al propi barri (16%), a la zona centre del Passeig (15%) i a la zona de Carrefour (12%).

La botiga especialitzada, amb un 63% de les compres, i l'hipermercat, amb un 12%, són els tipus de comerç més freqüents.

**Taula 55.- Localització compra jardineria**

| LOCALITZACIÓ COMPRA JARDINERIA | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V31LGJARDINERIA                | 621   | 100    |         |        | 38(237)          |
| PROPI BARRI                    | 37    | 6      | 6       | 9      | 16               |
| BARRI ANTIC                    | 12    | 2      | 8       | 1      | 5                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES     | 36    | 6      | 14      | 10     | 15               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA         | 28    | 5      | 18      | 5      | 12               |
| RESTA MANRESA                  | 93    | 15     | 33      | 3      | 39               |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS    | 3     | 0      | 34      | 2      | 1                |
| BARCELONA                      | 6     | 1      | 35      |        | 3                |
| TERRASSA                       |       |        | 35      | 1      |                  |
| SABADELL                       | 2     | 0      | 35      |        | 1                |
| ALTRES                         | 20    | 3      | 38      | 1      | 8                |
| NO COMPRA /NP                  | 378   | 61     | 99      | 67     |                  |
| NS/NC                          | 6     | 1      | 100     | 1      |                  |

**Taula 56.- Tipus de comerç compra jardineria**

| TIPUS COMERÇ COMPRA JARDINERIA | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V61TCJARDINERIA                | 621   | 100    |         |        | 38               |
| BOTIGA TRADICIONAL             |       |        |         | 2      |                  |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 149   | 24     | 24      | 20     | 63               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        | 2     | 0      | 24      |        | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     | 9     | 1      | 26      | 2      | 4                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        | 2     | 0      | 26      |        | 1                |
| DISCOUNT                       |       |        | 26      |        |                  |
| HIPERMERCAT                    | 29    | 5      | 31      | 5      | 12               |
| MERCAT MUNICIPAL               | 14    | 2      | 33      | 1      | 6                |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) | 10    | 2      | 35      | 1      | 4                |
| GRAN MAGATZEM                  | 15    | 2      | 37      | 1      | 6                |
| ALTRES                         | 7     | 1      | 38      | 1      | 3                |
| AUTOCONSUM                     | 1     | 0      | 38      | 1      |                  |
| NO COMPRA                      | 377   | 60     | 99      | 66     |                  |
| NS/NC                          | 6     | 1      | 100     | 1      |                  |

### 3.2.24.- La compra de l'automòbil

Un 77% de les persones entrevistades han respost afirmativament a la compra d'automòbil. La gran majoria d'aquestes persones han comprat el vehicle a la resta de Manresa (83%). La compra s'efectua en botigues especialitzades que en aquest cas s'han d'entendre com a concessionaris de vehicles (93%).

**Taula 57.- Localització compra automòbil**

| LOCALITZACIÓ COMPRA AUTOMÒBIL | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|-------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V32LGAUTOMOBIL                | 621   | 100    |         |        | 77(478)          |
| PROPI BARRI                   | 7     | 1      | 1       | 3      | 1                |
| BARRI ANTIC                   | 2     | 0      | 1       | 1      |                  |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES    | 13    | 2      | 4       | 12     | 3                |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA        | 2     | 0      | 4       | 2      |                  |
| RESTA MANRESA                 | 395   | 64     | 67      | 17     | 83               |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS   | 12    | 2      | 69      | 1      | 3                |
| BARCELONA                     | 13    | 2      | 71      | 2      | 3                |
| TERRASSA                      | 1     | 0      | 72      |        | 0                |
| SABADELL                      | 1     | 0      | 72      |        | 0                |
| ALTRES                        | 32    | 5      | 77      | 4      | 7                |
| NO COMPRA /NP                 | 134   | 22     | 99      | 56     |                  |
| NS/NC                         | 9     | 1      | 100     | 2      |                  |

**Taula 58.- Tipus de comerç compra automòbil**

| TIPUS COMERÇ COMPRA AUTOMÒBIL  | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V62TCAUTOMOBIL                 | 621   | 100    |         |        | 77               |
| BOTIGA TRADICIONAL             |       |        |         | 1      |                  |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 445   | 71     | 71      | 28     | 93               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        |       |        | 71      | 1      |                  |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     | 17    | 3      | 74      | 10     | 4                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        |       |        | 74      | 1      |                  |
| DISCOUNT                       |       |        | 74      |        |                  |
| HIPERMERCAT                    |       |        | 74      | 1      |                  |
| MERCAT MUNICIPAL               |       |        | 74      |        |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) |       |        | 74      |        |                  |
| GRAN MAGATZEM                  |       |        | 74      |        |                  |
| ALTRES                         | 16    | 3      | 77      | 1      | 3                |
| AUTOCONSUM                     |       |        | 77      | 1      |                  |
| NO COMPRA                      | 134   | 22     | 99      | 55     |                  |
| NS/NC                          | 9     | 1      | 100     | 2      |                  |

### 3.2.25.-La compra de recanvis d'automòbil

Un 75% de les persones entrevistades manifesten comprar-ne. Un 84% d'aquestes ho fa a la resta de Manresa i un 89% en botiga especialitzada.

**Taula 59 .- Localització compra recanvis automòbil**

| LOCALITZACIÓ COMPRA RECANVIS AUTOMÒBIL | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|----------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V33LGRECANVI                           | 621   | 100    |         |        | 75(463)          |
| PROPI BARRI                            | 7     | 1      | 1       | 6      | 2                |
| BARRI ANTIC                            | 2     | 0      | 1       | 1      |                  |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES             | 26    | 4      | 6       | 16     | 6                |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA                 | 8     | 1      | 7       | 4      | 2                |
| RESTA MANRESA                          | 391   | 63     | 70      | 9      | 84               |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS            | 7     | 1      | 71      | 1      | 2                |
| BARCELONA                              | 7     | 1      | 72      |        | 2                |
| TERRASSA                               |       |        | 72      |        |                  |
| SABADELL                               | 1     | 0      | 72      |        |                  |
| ALTRES                                 | 14    | 2      | 74      | 3      | 3                |
| NO COMPRA /NP                          | 148   | 24     | 98      | 54     |                  |
| NS/NC                                  | 10    | 2      | 100     | 6      |                  |

**Taula 60.- Tipus de comerç compra recanvis automòbil**

| TIPUS COMERÇ COMPRA RECANVIS AUTOMÒBIL | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|----------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V63TCRECANVIS                          | 621   | 100    |         |        | 75               |
| BOTIGA TRADICIONAL                     |       |        | 0       |        |                  |
| BOTIGA ESPECIALITZADA                  | 412   | 66     | 66      | 29     | 89               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL                | 3     | 0      | 66      | 1      | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA             | 16    | 3      | 69      | 5      | 3                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI                | 19    | 3      | 72      | 1      | 4                |
| DISCOUNT                               | 1     | 0      | 72      |        |                  |
| HIPERMERCAT                            | 5     | 1      | 73      | 3      | 1                |
| MERCAT MUNICIPAL                       |       |        | 73      |        |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)         |       |        | 73      |        |                  |
| GRAN MAGATZEM                          | 1     | 0      | 74      |        |                  |
| ALTRES                                 | 5     | 0      | 74      | 1      | 1                |
| AUTOCONSUM                             | 1     | 0      | 74      | 1      |                  |
| NO COMPRA                              | 148   | 24     | 98      | 53     |                  |
| NS/NC                                  | 10    | 2      | 100     | 5      |                  |

### 3.2.26. -La compra de llibres

Una de cada tres persones entrevistades no compra llibres (33%). Del 66% que diu que en compra, un 57% ho fa a la zona comercial del centre de Manresa (Passeig, carrer Guimerà), un 9% al propi barri, un 8% a Carrefour i un altre 8% a Barcelona. És de remarcar un 11% que indica altres llocs (Círculo de Lectores, etc.).

Per tipologies d'establiments, un 79% de les persones que compren ho fa a llibreries, un 8% a hipermercats i un 10% a altres formes (Círculo de Lectores, etc.)

**Taula 61.- Localització compra llibres**

| LOCALITZACIÓ COMPRA LLIBRES        | Casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V34LGLLIBRES</b>                | 621   | <b>100</b> |         |        | 67(414)          |
| <b>PROPI BARRI</b>                 | 36    | <b>6</b>   | 6       | 12     | 9                |
| <b>BARRI ANTIC</b>                 | 1     | <b>0</b>   | 6       | 3      |                  |
| <b>PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES</b>  | 236   | <b>38</b>  | 44      | 31     | 57               |
| <b>ÀREA CARREFOUR MANRESA</b>      | 33    | <b>5</b>   | 49      | 5      | 8                |
| <b>RESTA MANRESA</b>               | 26    | <b>4</b>   | 53      | 1      | 6                |
| <b>ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS</b> | 1     | <b>0</b>   | 54      |        | 0                |
| <b>BARCELONA</b>                   | 34    | <b>5</b>   | 59      | 3      | 8                |
| <b>TERRASSA</b>                    | 1     | <b>0</b>   | 59      |        | 0                |
| <b>SABADELL</b>                    | 1     | <b>0</b>   | 59      |        | 0                |
| <b>ALTRES</b>                      | 45    | <b>7</b>   | 66      | 4      | 11               |
| <b>NO COMPRA /NP</b>               | 202   | <b>33</b>  | 99      | 39     |                  |
| <b>NS/NC</b>                       | 5     | <b>1</b>   | 100     |        |                  |

**Taula 62.- Tipus de comerç compra llibres**

| TIPUS COMERÇ COMPRA LLIBRES           | Casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|---------------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V64TCLLIBRES</b>                   | 621   | <b>100</b> |         |        | 67               |
| <b>BOTIGA TRADICIONAL</b>             | 1     | <b>0</b>   | 0       | 2      | 0                |
| <b>BOTIGA ESPECIALITZADA</b>          | 325   | <b>52</b>  | 52      | 44     | 79               |
| <b>BOTIGA CENTRE COMERCIAL</b>        | 4     | <b>1</b>   | 53      | 3      | 1                |
| <b>GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA</b>     | 6     | <b>1</b>   | 54      | 2      | 1                |
| <b>AUTOSERVEI, SUPERSERVEI</b>        |       |            | 54      | 1      |                  |
| <b>DISCOUNT</b>                       |       |            | 54      |        |                  |
| <b>HIPERMERCAT</b>                    | 33    | <b>5</b>   | 59      | 5      | 8                |
| <b>MERCAT MUNICIPAL</b>               |       |            | 59      |        |                  |
| <b>"MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT)</b> |       |            | 59      |        |                  |
| <b>GRAN MAGATZEM</b>                  | 3     | <b>0</b>   | 60      | 1      | 1                |
| <b>ALTRES</b>                         | 42    | <b>7</b>   | 67      | 5      | 10               |
| <b>AUTOCONSUM</b>                     |       |            | 67      |        |                  |
| <b>NO COMPRA</b>                      | 202   | <b>33</b>  | 99      | 38     |                  |
| <b>NS/NC</b>                          | 5     | <b>1</b>   | 100     | 1      |                  |

### 3.2.27.-La compra de discos i material audiovisual

Un 64% de la mostra diu comprar-ne. Ho fa a la zona comercial del centre de Manresa el 46% (Passeig, Guimerà) i a Carrefour el 26%. Sembla destacable el 10% de compradors que compren habitualment a Barcelona.

El format comercial majoritari és la botiga especialitzada (67%), seguida de l'hipermercat (25%).

**Taula 63.- Localització compra discos**

| LOCALITZACIÓ COMPRA DISCOS  | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|-----------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V35LGDISCOS                 | 621   | 100    |         |        | 64(396)          |
| PROPI BARRI                 | 33    | 5      | 5       | 8      | 8                |
| BARRI ANTIC                 | 6     | 1      | 6       | 3      | 2                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES  | 184   | 30     | 36      | 29     | 46               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA      | 98    | 16     | 52      | 10     | 25               |
| RESTA MANRESA               | 22    | 4      | 55      | 1      | 6                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS | 3     | 0      | 56      | 1      | 1                |
| BARCELONA                   | 40    | 6      | 62      | 3      | 10               |
| TERRASSA                    |       |        | 62      |        |                  |
| SABADELL                    |       |        | 62      |        |                  |
| ALTRES                      | 10    | 2      | 64      | 2      | 3                |
| NO COMPRA /NP               | 212   | 34     | 98      | 44     |                  |
| NS/NC                       | 13    | 2      | 100     |        |                  |

**Taula 64.- Tipus de comerç compra discos**

| TIPUS COMERÇ COMPRA DISCOS     | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V65TCDISCOS                    | 621   | 100    |         |        | 64               |
| BOTIGA TRADICIONAL             | 1     | 0      | 0       | 1      |                  |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 267   | 43     | 43      | 38     | 67               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        | 4     | 1      | 44      | 3      | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     | 9     | 1      | 45      | 2      | 2                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        | 1     | 0      | 45      | 2      |                  |
| DISCOUNT                       |       |        | 45      |        |                  |
| HIPERMERCAT                    | 99    | 16     | 61      | 9      | 25               |
| MERCAT MUNICIPAL               |       |        | 61      |        |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) | 1     | 0      | 61      |        |                  |
| GRAN MAGATZEM                  | 6     | 1      | 62      | 1      | 2                |
| ALTRES                         | 8     | 1      | 63      | 2      | 2                |
| AUTOCONSUM                     |       |        | 63      |        |                  |
| NO COMPRA                      | 212   | 34     | 98      | 43     |                  |
| NS/NC                          | 13    | 2      | 100     | 1      |                  |

### 3.2.28. -La compra de joguines

Només un 41% de la mostra compra joguines. Les compres es fan bàsicament a la zona comercial del centre de Manresa (Passeig, Guimerà) amb un 43%, a Carrefour amb un 22% i a la resta de Manresa amb un 19%. Un 5% manifesta comprar-les a Barcelona i un 10% al propi barri.

La botiga especialitzada, amb un 73% del total, i l'hipermercat, amb un 22%, acaparen la majoria del mercat.

**Taula 65.- Localització compra joguines**

| LOCALITZACIÓ COMPRA JOGUINES | Casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V36LGJOGUINES</b>         | 621   | <b>100</b> |         |        | 41(254)          |
| PROPI BARRI                  | 25    | 4          | 4       | 5      | 10               |
| BARRI ANTIC                  | 3     | 0          | 5       | 1      | 1                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES   | 108   | 17         | 22      | 19     | 43               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA       | 55    | 9          | 31      | 12     | 22               |
| RESTA MANRESA                | 47    | 8          | 38      | 1      | 19               |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS  | 1     | 0          | 38      | 2      | 0                |
| BARCELONA                    | 13    | 2          | 41      | 1      | 5                |
| TERRASSA                     |       |            | 41      |        |                  |
| SABADELL                     | 2     | 0          | 41      | 1      | 1                |
| ALTRES                       |       |            | 41      |        |                  |
| NO COMPRA /NP                | 363   | 58         | 99      | 57     |                  |
| NS/NC                        | 4     | 1          | 100     |        |                  |

**Taula 66.- Tipus de comerç compra joguines**

| TIPUS COMERÇ COMPRA JOGUINES   | Casos | % 2003     | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|------------|---------|--------|------------------|
| <b>V66TCJOGUINES</b>           | 621   | <b>100</b> |         |        | 41               |
| BOTIGA TRADICIONAL             | 1     | 0          | 0       | 3      |                  |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 185   | 30         | 30      | 22     | 73               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        | 2     | 0          | 30      | 1      | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     | 9     | 1          | 32      | 2      | 4                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        |       |            | 32      | 1      |                  |
| DISCOUNT                       |       |            | 32      |        |                  |
| HIPERMERCAT                    | 55    | 9          | 41      | 12     | 22               |
| MERCAT MUNICIPAL               |       |            | 41      |        |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) |       |            | 41      |        |                  |
| GRAN MAGATZEM                  | 1     | 0          | 41      | 2      |                  |
| ALTRES                         | 1     | 0          | 41      |        |                  |
| AUTOCONSUM                     |       |            | 41      |        |                  |
| NO COMPRA                      | 363   | 58         | 99      | 56     |                  |
| NS/NC                          | 4     | 1          | 100     |        |                  |

### 3.2.29.-La compra de productes d'esport

Un 57% de la mostra diu comprar aquests productes. El 56% ho fa al Passeig i carrer Guimerà, un 20% a la zona de Carrefour <sup>7</sup> i un 11% a la resta de Manresa.

Un 76% del total es compra en botigues especialitzades i un 13% a grans botigues especialitzades, mentre que l'hipermercat suposa el 9% de les compres.

**Taula 67.- Localització compra productes esport**

| LOCALITZACIÓ COMPRA ESPORTS | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|-----------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V37LGESPORTS                | 621   | 100    |         |        | 57(351)          |
| PROPI BARRI                 | 22    | 4      | 4       | 5      | 6                |
| BARRI ANTIC                 | 2     | 0      | 4       | 1      | 1                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES  | 196   | 32     | 35      | 30     | 56               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA      | 71    | 11     | 47      | 4      | 20               |
| RESTA MANRESA               | 40    | 6      | 53      | 2      | 11               |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS | 3     | 0      | 54      | 1      | 1                |
| BARCELONA                   | 14    | 2      | 56      | 1      | 4                |
| TERRASSA                    |       |        | 56      | 1      |                  |
| SABADELL                    | 1     | 0      | 56      |        |                  |
| ALTRES                      | 2     | 0      | 56      |        | 1                |
| NO COMPRA /NP               | 263   | 42     | 99      | 52     |                  |
| NS/NC                       | 7     | 1      | 100     | 1      |                  |

**Taula 68.- Tipus de comerç compra productes esport**

| TIPUS COMERÇ COMPRA ESPORTS    | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V67TCESPORTS                   | 621   | 100    |         |        | 57               |
| BOTIGA TRADICIONAL             |       |        |         | 1      |                  |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 267   | 43     | 0       | 34     | 76               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        | 4     | 1      | 43      | 2      | 1                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     | 44    | 7      | 44      | 5      | 13               |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        | 1     | 0      | 51      | 1      |                  |
| DISCOUNT                       |       |        | 51      |        |                  |
| HIPERMERCAT                    | 30    | 5      | 51      | 4      | 9                |
| MERCAT MUNICIPAL               |       |        | 56      |        |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) | 2     | 0      | 56      |        | 1                |
| GRAN MAGATZEM                  | 3     | 0      | 57      | 1      | 1                |
| ALTRES                         |       | 0      | 57      |        |                  |
| AUTOCONSUM                     |       |        | 57      |        |                  |
| NO COMPRA                      | 263   | 42     | 57      | 52     |                  |
| NS/NC                          | 7     | 1      | 99      |        |                  |
|                                |       |        | 100     |        |                  |

<sup>7</sup> En aquest cas cal entendre que no vol dir a l'hipermercat sinó també bàsicament a l'establiment Decathlon del polígon dels Trullols.

### 3.2.30. -La compra d'objectes de regal

Un 86% de les persones entrevistades diuen comprar algun cop objectes de regal. Tres quartes parts (74%) dels qui en compren ho fan a la zona comercial del centre de Manresa (Passeig, carrer Guimerà), un 9% a Carrefour i un 10% al propi barri.

Un 82% dels qui en compren ho fan a botiga especialitzada i un 8% a l'hipermercat.

**Taula 69.- Localització compra objectes de regal**

| LOCALITZACIÓ COMPRA OBJECTES REGAL | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|------------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V38LGREGALS                        | 621   | 100    |         |        | 86(535)          |
| PROPI BARRI                        | 54    | 9      | 9       | 14     | 10               |
| BARRI ANTIC                        | 2     | 0      | 9       | 6      |                  |
| PASSEIG, GUIMERÀ, RODALIES         | 396   | 64     | 73      | 51     | 74               |
| ÀREA CARREFOUR MANRESA             | 50    | 8      | 81      | 8      | 9                |
| RESTA MANRESA                      | 15    | 2      | 83      | 1      | 3                |
| ÀREA CHAMPION , ST. FRUITÓS        | 1     | 0      | 83      |        | 0                |
| BARCELONA                          | 13    | 2      | 86      | 2      | 2                |
| TERRASSA                           |       |        | 86      |        |                  |
| SABADELL                           | 1     | 0      | 86      | 1      |                  |
| ALTRES                             | 3     | 0      | 86      |        | 1                |
| NO COMPRA /NP                      | 71    | 11     | 97      | 15     |                  |
| NS/NC                              | 15    | 2      | 100     | 1      |                  |

**Taula 70.- Tipus de comerç compra objectes de regal**

| TIPUS COMERÇ COMPRA OB. REGAL  | Casos | % 2003 | % acum. | % 2000 | % BASE : COMPREN |
|--------------------------------|-------|--------|---------|--------|------------------|
| V68TCREGALS                    | 621   | 100    |         |        | 86               |
| BOTIGA TRADICIONAL             | 10    | 2      | 2       | 3      | 2                |
| BOTIGA ESPECIALITZADA          | 441   | 71     | 73      | 62     | 82               |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL        | 32    | 5      | 78      | 6      | 6                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA     | 5     | 1      | 79      | 2      | 1                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI        |       |        | 79      | 2      |                  |
| DISCOUNT                       |       |        | 79      |        |                  |
| HIPERMERCAT                    | 43    | 7      | 86      | 6      | 8                |
| MERCAT MUNICIPAL               |       |        | 86      |        |                  |
| "MERCADILLO" (MERCAT AMBULANT) |       |        | 86      |        |                  |
| GRAN MAGATZEM                  | 2     | 0      | 86      | 2      |                  |
| ALTRES                         | 2     | 0      | 86      |        |                  |
| AUTOCONSUM                     |       |        | 86      |        |                  |
| NO COMPRA                      | 71    | 11     | 98      | 15     |                  |
| NS/NC                          | 15    | 2      | 100     | 1      |                  |

### 3.3.- PERSONES QUE HABITUALMENT COMPREN, PER GRUPS DE PRODUCTES

Es demana a les persones entrevistades qui, dins de la llar, sol realitzar habitualment les compres de productes d'alimentació, de vestit i calçat, d'equipament familiar o de la llar, de llibres, discos o material esportiu i, finalment, de la compra de l'automòbil.

Els resultats que apareixen en les taules i gràfics de les pàgines següents indiquen que la dona sola és qui de forma més freqüent compra l'alimentació (60%) i el vestit i el calçat (43%). La compra en parella és la segona més freqüent en aquests dos casos (25% i 33%, respectivament).

La compra en parella és majoritària en la compra d'equipament familiar (48%) i de l'automòbil (44%).

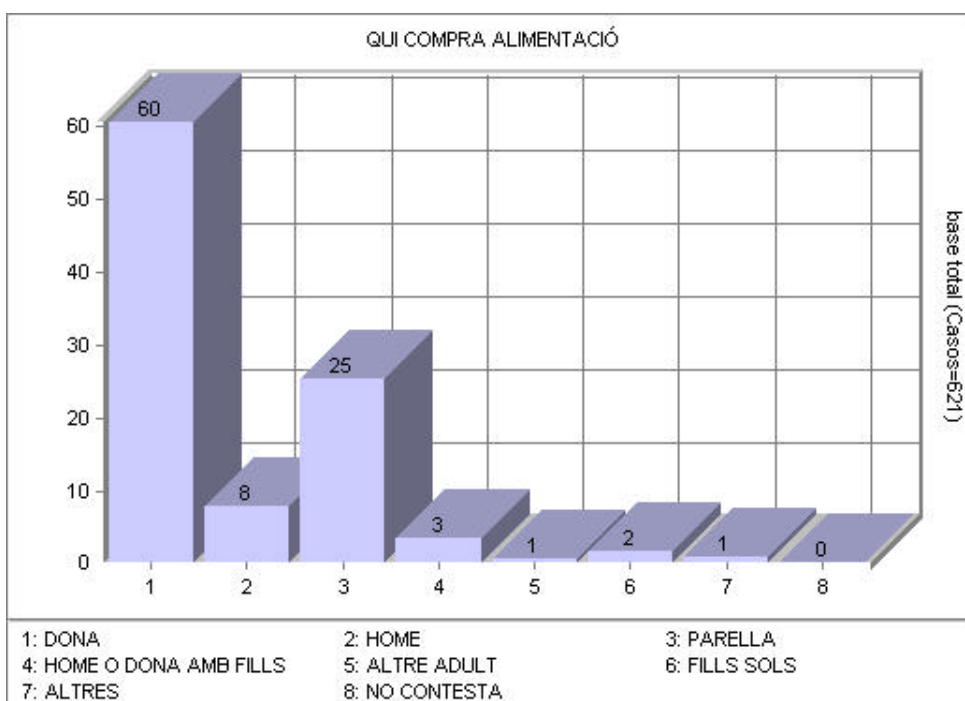
La compra de llibres, discos i esport queda molt més repartida, fet que indica la probable situació de compra més individualitzada.

#### 3.3.1.- Qui compra els productes d'alimentació

**Taula 71.- Persona que compra l'alimentació**

| QUI COMPRA ALIMENTACIÓ       | Casos | %          | %acum. |
|------------------------------|-------|------------|--------|
| <b>V69COMALIMENTACIO</b>     | 621   | <b>100</b> |        |
| <b>DONA</b>                  | 375   | <b>60</b>  | 60     |
| <b>HOME</b>                  | 49    | <b>8</b>   | 68     |
| <b>PARELLA</b>               | 157   | <b>25</b>  | 94     |
| <b>HOME O DONA AMB FILLS</b> | 21    | <b>3</b>   | 97     |
| <b>ALTRE ADULT</b>           | 4     | <b>1</b>   | 98     |
| <b>FILLS SOLS</b>            | 10    | <b>2</b>   | 99     |
| <b>ALTRES</b>                | 5     | <b>1</b>   | 100    |
| <b>NS/NC</b>                 |       |            | 100    |
|                              |       |            |        |

**Gràfic 7.- Qui compra alimentació (%)**

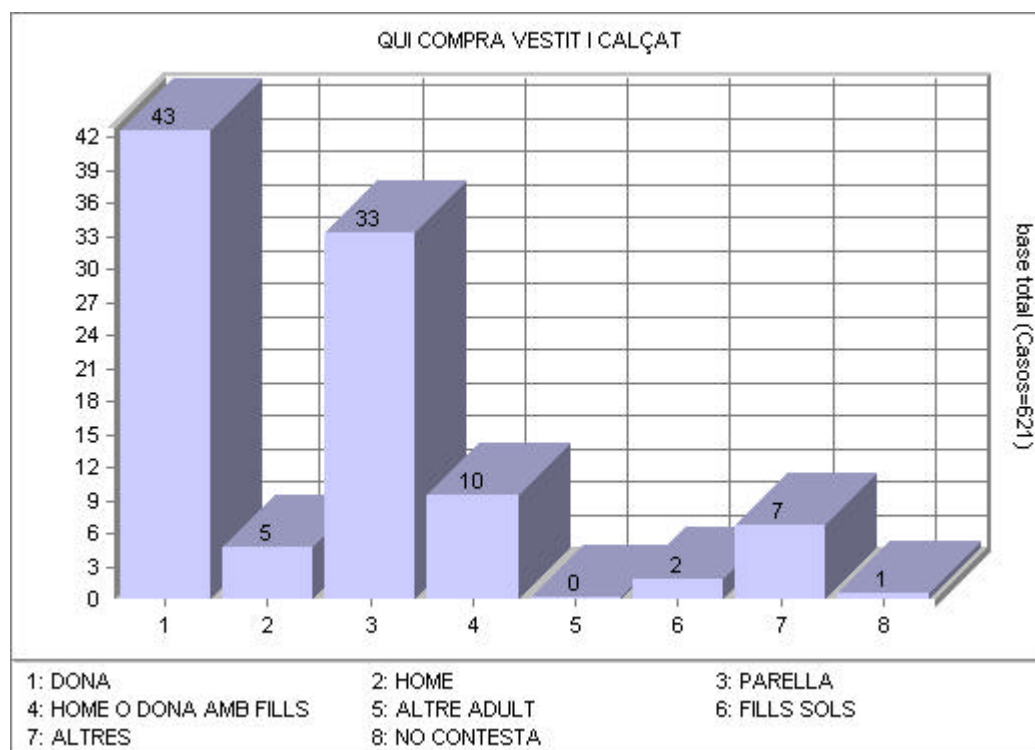


### 3.3.2.- Qui compra el vestit i el calçat

**Taula 72.- Persona que compra vestit i calçat**

| QUI COMPRA VESTIT I CALÇAT | Casos | %          | %acum. |
|----------------------------|-------|------------|--------|
| <b>V70COVESTIT</b>         | 621   | <b>100</b> |        |
| DONA                       | 265   | <b>43</b>  | 43     |
| HOME                       | 30    | <b>5</b>   | 48     |
| PARELLA                    | 207   | <b>33</b>  | 81     |
| HOME O DONA AMB FILLS      | 59    | <b>10</b>  | 90     |
| ALTRE ADULT                | 2     | <b>0</b>   | 91     |
| FILLS SOLS                 | 12    | <b>2</b>   | 93     |
| ALTRES                     | 42    | <b>7</b>   | 99     |
| NS/NC                      | 4     | <b>1</b>   | 100    |

**Gràfic 8.- Qui compra vestit i calçat (%)**

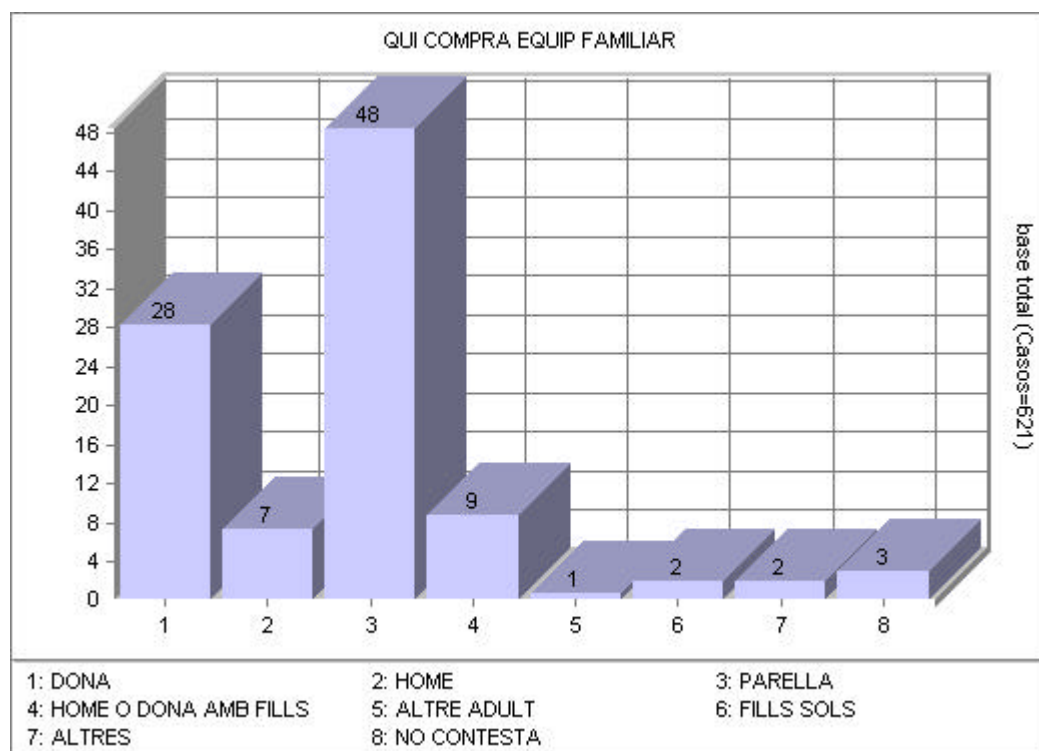


### 3.3.3.- Qui compra l'equipament familiar

**Taula 73.- Persona que compra l'equipament familiar**

| QUI COMPRA EQUIP FAMILIAR | Casos | %          | %acum. |
|---------------------------|-------|------------|--------|
| <b>V71COMEQUIPFAMILIA</b> | 621   | <b>100</b> |        |
| DONA                      | 175   | <b>28</b>  | 28     |
| HOME                      | 45    | <b>7</b>   | 35     |
| PARELLA                   | 300   | <b>48</b>  | 84     |
| HOME O DONA AMB FILLS     | 54    | <b>9</b>   | 92     |
| ALTRE ADULT               | 4     | <b>1</b>   | 93     |
| FILLS SOLS                | 12    | <b>2</b>   | 95     |
| ALTRES                    | 12    | <b>2</b>   | 97     |
| NS/NC                     | 19    | <b>3</b>   | 100    |

**Gràfic 9.- Qui compra equipament familiar o de la llar (%)**

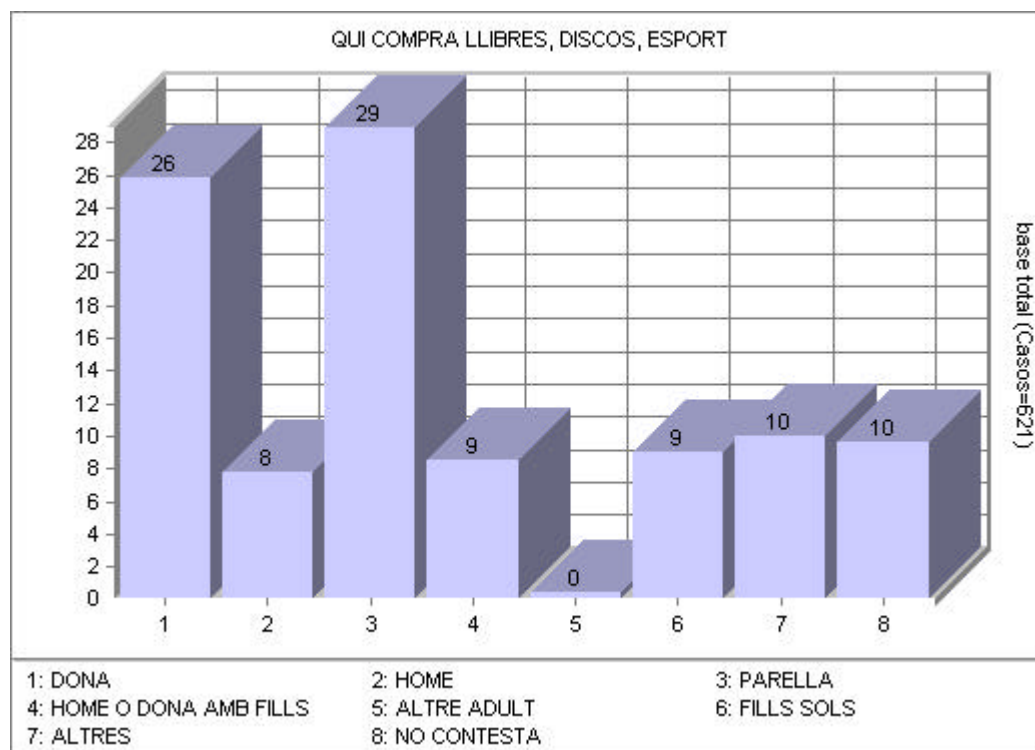


### 3.3.4. - Qui compra llibres, discos i productes d'esport

**Taula 74.- Persona que compra llibres, discos i material esportiu**

| QUI COMPRA LLIBRES, DISCOS, ESPORT | Casos | %          | %acum. |
|------------------------------------|-------|------------|--------|
| <b>V72COMLLIBRE</b>                | 621   | <b>100</b> |        |
| DONA                               | 160   | <b>26</b>  | 26     |
| HOME                               | 48    | <b>8</b>   | 33     |
| PARELLA                            | 179   | <b>29</b>  | 62     |
| HOME O DONA AMB FILLS              | 53    | <b>9</b>   | 71     |
| ALTRE ADULT                        | 3     | <b>0</b>   | 71     |
| FILLS SOLS                         | 56    | <b>9</b>   | 80     |
| ALTRES                             | 62    | <b>10</b>  | 90     |
| NS/NC                              | 60    | <b>10</b>  | 100    |

**Gràfic 10 Qui compra llibres, discos i productes d'esport (%)**

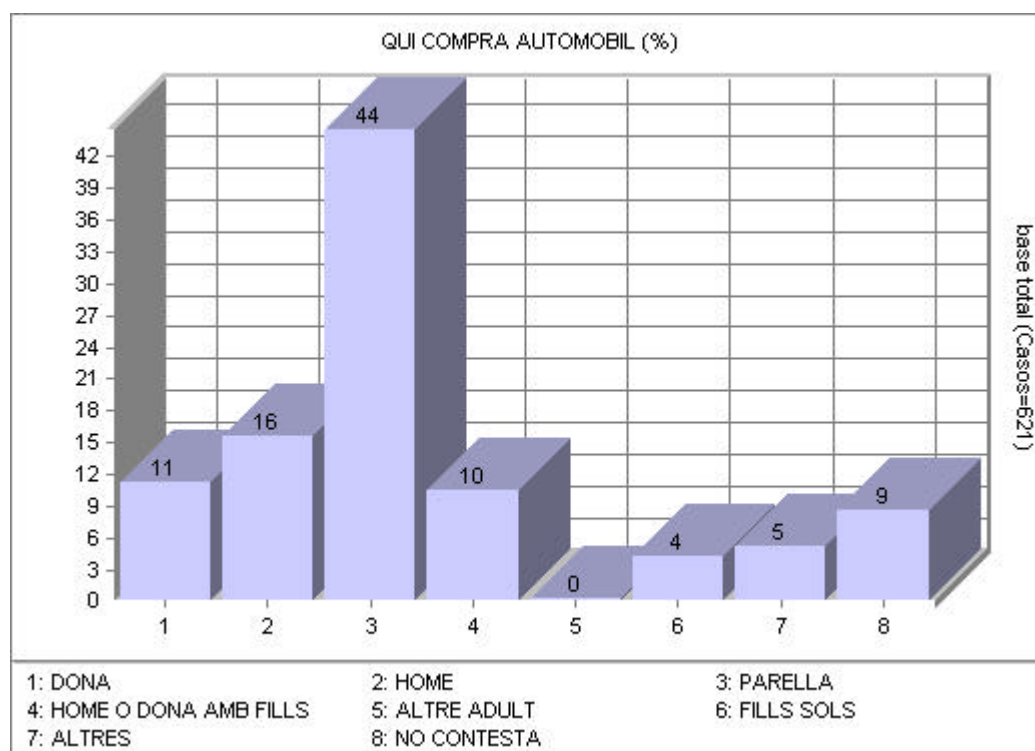


### 3.3.5.- Qui compra l'automòbil

**Taula 75.- Persona que compra l'automòbil**

| QUI COMPRA AUTOMOBIL   | Casos | %          | %acum. |
|------------------------|-------|------------|--------|
| <b>V73COMAUTOMOBIL</b> | 621   | <b>100</b> |        |
| DONA                   | 70    | 11         | 11     |
| HOME                   | 97    | 16         | 27     |
| PARELLA                | 276   | 44         | 71     |
| HOME O DONA AMB FILLS  | 65    | 10         | 82     |
| ALTRE ADULT            | 2     | 0          | 82     |
| FILLS SOLS             | 26    | 4          | 86     |
| ALTRES                 | 32    | 5          | 91     |
| NS/NC                  | 53    | 9          | 100    |

**Gràfic 11.- Qui compra l'automòbil (%)**





### 3.4.- LA UTILITZACIÓ DELS NOUS SISTEMES DE COMPRA

Es pregunta a les persones entrevistades sobre les formes de compra per catàleg, per televisió, per promotor a domicili<sup>8</sup>, per internet, i per telèfon<sup>9</sup>.

La majoria de les persones coincideixen a manifestar que no utilitzen aquests serveis, en especial pel que fa al telèfon (98%), televisió (97%) i promotor a domicili (97%). La compra per catàleg diuen utilitzar-la un 16% dels entrevistats i la d'internet, un 10%.

L'absoluta majoria dels qui diuen comprar per catàleg utilitzen aquesta modalitat en l'apartat d'oci (8% llibres, discos, esport) o en equipament personal (7% vestit i calçat).

El capítol més important de compra per internet és el d'oci (4% llibres, discos, etc.) i productes d'informàtica (3%).

És de destacar que, respecte a l'estudi del 2000, es produeixen algunes diferències. La compra per catàleg en l'anterior estudi se situava en un 28%, contra el 16%<sup>10</sup> de l'actual estudi. Es una diferència important que pot venir en part explicada per diferències en la composició de la mostra, però que més enllà d'això ens parlaria d'un descens d'aquest tipus de compra. Pel que fa a la compra per internet ha passat de l'1% del 2000 al 10% d'enguany. Com en el cas anterior, la composició de la mostra pot explicar parcialment aquesta diferència, però en aquest cas sí que sembla versemblant que respongui a un increment de l'ús de la xarxa en les compres.

A continuació es presenten les taules i els gràfics corresponents a les noves formes de compra.

#### 3.4.1.- La compra per catàleg

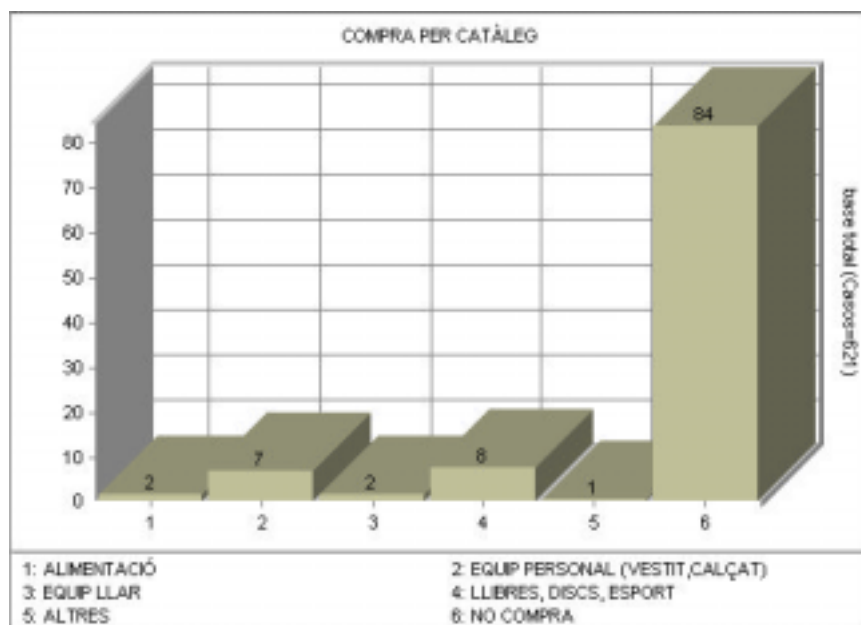
**Taula 76.- Compra per catàleg**

| COMPRA PER CATÀLEG              | Casos | Freq. % |
|---------------------------------|-------|---------|
| V74CATALEG                      | 621   | 100     |
| ALIMENTACIÓ                     | 11    | 2       |
| EQUIP PERSONAL (VESTIT, CALÇAT) | 43    | 7       |
| EQUIP LLAR                      | 10    | 2       |
| LLIBRES, DISCS, ESPORT          | 48    | 8       |
| ALTRES                          | 4     | 1       |
| NO COMPRA                       | 522   | 84      |

<sup>8</sup> No significa el simple repartiment a domicili, que es considera un servei comercial afegit a la venda.

<sup>9</sup> Per a la definició dels nous sistemes de compra, vegeu l'annex 9.

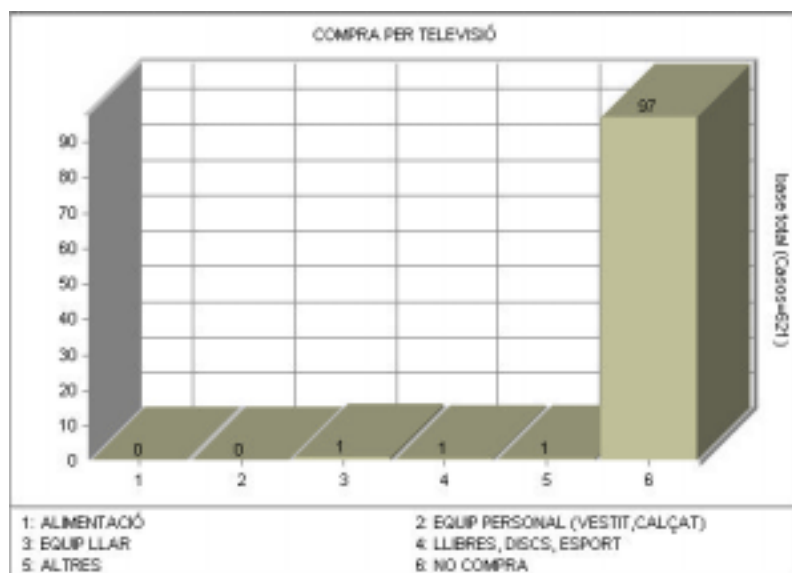
<sup>10</sup> Al ser multiresposta algunes persones han respost a més d'un grup. Això fa que el percentatge real sigui el 14%.

**Gràfic 12.- La compra per catàleg (%)**

### 3.4.2.- La compra per televisió

**Taula 77.- Compra per televisió**

| COMPRA PER TELEVISIÓ            | Casos | Freq. % |
|---------------------------------|-------|---------|
| V75TV                           | 621   | 100     |
| ALIMENTACIÓ                     |       |         |
| EQUIP PERSONAL (VESTIT, CALÇAT) | 2     | 0       |
| EQUIP LLAR                      | 8     | 1       |
| LLIBRES, DISCS, ESPORT          | 4     | 1       |
| ALTRES                          | 4     | 1       |
| NO COMPRA                       | 603   | 97      |

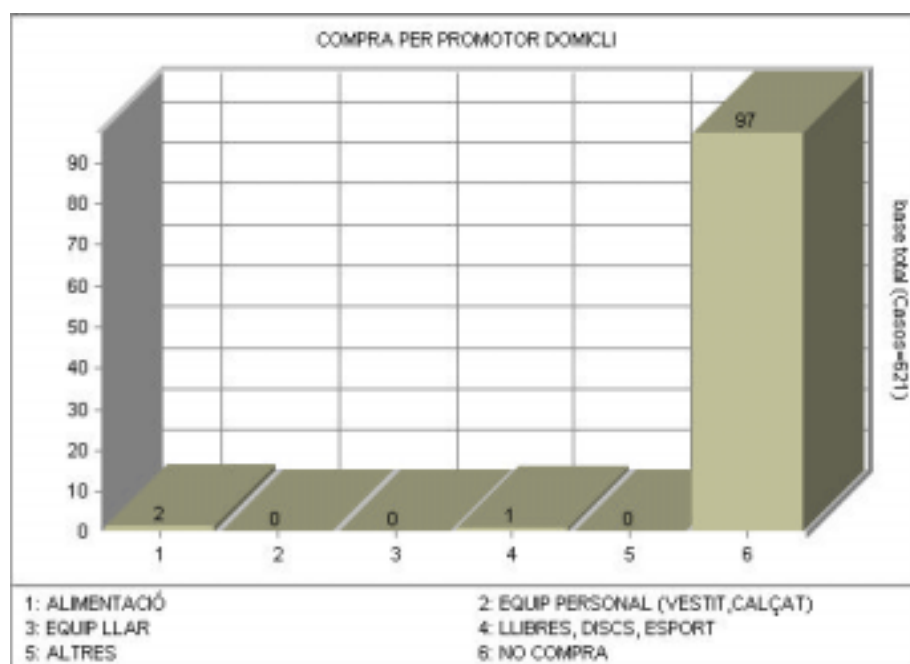
**Gràfic 13.- La compra per televisió (%)**

### 3.4.3.- La compra per promotor a domicili

**Taula 78.- Compra per promotor a domicili**

| COMPRA PER PROMOTOR DOMICLI    | Casos | Freq. % |
|--------------------------------|-------|---------|
| V76PRODOMICILI                 | 621   | 100     |
| ALIMENTACIÓ                    | 10    | 2       |
| EQUIP PERSONAL (VESTIT,CALÇAT) |       |         |
| EQUIP LLAR                     | 1     | 0       |
| LLIBRES, DISCS, ESPORT         | 7     | 1       |
| ALTRES                         | 1     | 0       |
| NO COMPRA                      | 602   | 97      |

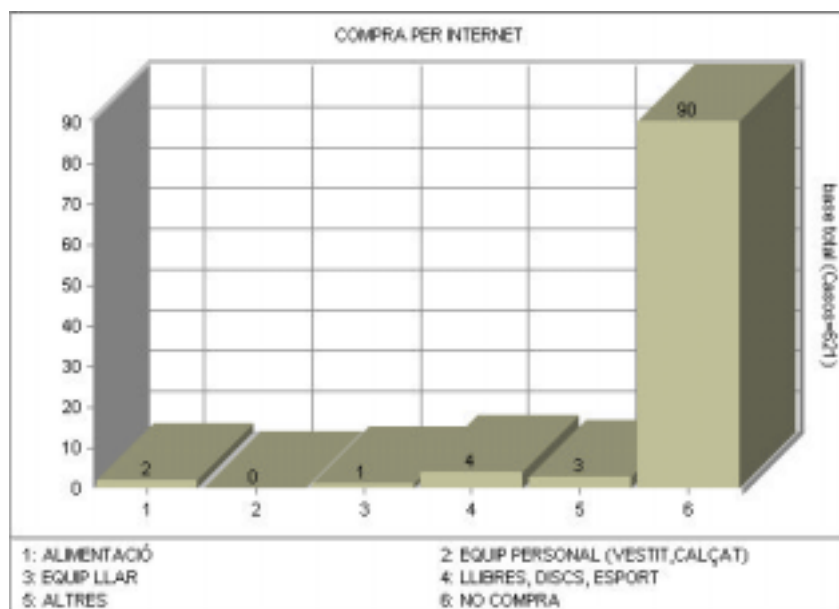
**Gràfic 14.- La compra per promotor a domicili (%)**



### 3.4.4.- La compra per internet

**Taula 79.- La compra per internet**

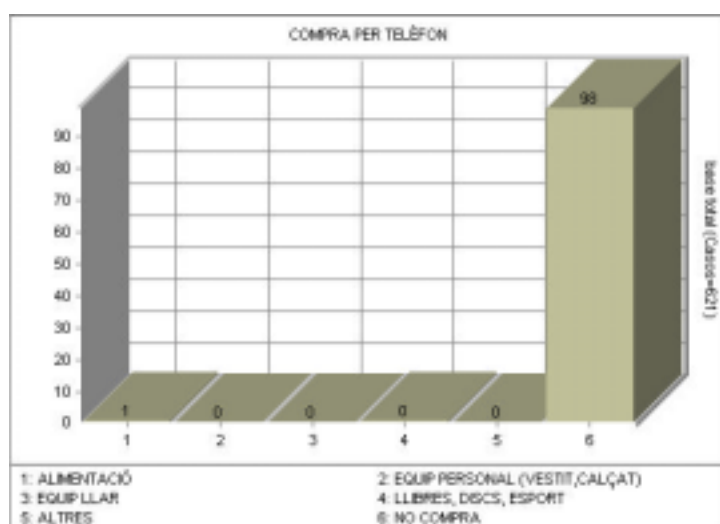
| COMPRA PER INTERNET             | Casos | Freq. % |
|---------------------------------|-------|---------|
| V77INTERNET                     | 621   | 100     |
| ALIMENTACIÓ                     | 13    | 2       |
| EQUIP PERSONAL (VESTIT, CALÇAT) |       |         |
| EQUIP LLAR                      | 8     | 1       |
| LLIBRES, DISCS, ESPORT          | 26    | 4       |
| ALTRES                          | 18    | 3       |
| NO COMPRA                       | 561   | 90      |

**Gràfic 15.- La compra per internet (%)**

### 3.4.5.- La compra per telèfon

**Taula 80.- Compra per telèfon**

| COMPRA PER TELÈFON              | Casos | Freq. % |
|---------------------------------|-------|---------|
| V78TELEFON                      | 621   | 100     |
| ALIMENTACIÓ                     | 4     | 1       |
| EQUIP PERSONAL (VESTIT, CALÇAT) | 1     | 0       |
| EQUIP LLAR                      | 1     | 0       |
| LLIBRES, DISCS, ESPORT          | 3     | 0       |
| ALTRES                          | 1     | 0       |
| NO COMPRA                       | 611   | 98      |

**Gràfic 16.- La compra per telèfon (%)**

### 3.5.- FREQUÈNCIES I ELS MOMENTS DE LA COMPRA, PER GRUPS DE PRODUCTES

#### 3.5.1.- Les freqüències de compra

L'alimentació fresca és la compra més freqüent: un 66% de la mostra compra productes d'aquest tipus cada dia o diversos cops a la setmana. Cal destacar que un 32% manifesta comprar-ne diàriament.

L'alimentació seca té la categoria més freqüent en un cop a la setmana, la qual cosa ens donaria indicació d'una certa compra forta un cop per setmana.

La drogueria i perfumeria presenten freqüències més espaiades i amb majoria relativa de compra mensual (34%).

**Taula 81.- Freqüència compra alimentació fresca**

| FREQÜÈNCIA COMPRA ALIMENTACIÓ FRESCA | Casos | 2003 | % acum. | Any 2000 |
|--------------------------------------|-------|------|---------|----------|
| V79FREALIMENTFRESC                   | 621   | 100  |         |          |
| TOTS ELS DIES                        | 200   | 32   | 32      | 19       |
| DIVERSOS DIES A LA SETMANA           | 212   | 34   | 66      | 49       |
| UNA VEGADA A LA SETMANA              | 187   | 30   | 96      | 30       |
| QUINZENAL                            | 16    | 3    | 99      | 2        |
| MENSUAL                              | 4     | 1    | 100     |          |
| NS/NC/ NO CONCRETA                   | 2     | 0    | 100     |          |

**Taula 82.- Freqüència compra alimentació seca**

| FREQÜÈNCIA COMPRA ALIMENTACIÓ SECA | Casos | Freq. % 2003 | % acum. | Any 2000 |
|------------------------------------|-------|--------------|---------|----------|
| V80FREALIMENSECA                   | 621   | 100          |         |          |
| TOTS ELS DIES                      | 33    | 5            | 5       | 6        |
| DIVERSOS DIES A LA SETMANA         | 130   | 21           | 26      | 23       |
| UNA VEGADA A LA SETMANA            | 278   | 45           | 71      | 44       |
| QUINZENAL                          | 115   | 19           | 90      | 14       |
| MENSUAL                            | 59    | 10           | 99      | 11       |
| NS/NC/ NO CONCRETA                 | 5     | 1            | 100     |          |

**Taula 83.- Freqüència de compra drogueria i perfumeria**

| FREQÜÈNCIA COMPRA DROGUERIA I PERFUMERIA | Casos | Freq. % 2003 | % acum. | Any 2000 |
|------------------------------------------|-------|--------------|---------|----------|
| V81FREDROGUERIA                          | 621   | 100          |         |          |
| TOTS ELS DIES                            | 18    | 3            | 3       | 3        |
| DIVERSOS DIES A LA SETMANA               | 71    | 11           | 14      | 13       |
| UNA VEGADA A LA SETMANA                  | 181   | 29           | 43      | 29       |
| QUINZENAL                                | 118   | 19           | 62      | 28       |
| MENSUAL                                  | 213   | 34           | 97      | 23       |
| NS/NC/ NO CONCRETA                       | 19    | 3            | 100     |          |

### 3.5.2. - Els moments de la compra

Els apartats d'alimentació i drogueria tenen una freqüència més elevada en els matins d'entre setmana (42%), tot i que és un 9% inferior als resultats de l'anterior estudi. Les compres de tarda entre setmana mantenen el 17% i apareix com a moment força important el dissabte al matí, amb un 13%.

La compra d'equipament personal i de la llar, tot i mantenir els matins entre setmana com a freqüència més alta (32%), presenta més diversitat. Així les següents categories són el dissabte a la tarda (19%) i les tardes entre setmana (19%).

**Taula 84.- Hora i dia compra alimentació i drogueria**

| HORA I DIA COMPRA ALIMENTACIÓ I DROGUERIA | Casos | Freq. % 2003 | % acum. | Any 2000 |
|-------------------------------------------|-------|--------------|---------|----------|
| <b>V82HORAALIMENT</b>                     | 621   | <b>100</b>   |         |          |
| ENTRE SETMANA , AL MATÍ                   | 258   | <b>42</b>    | 42      | 53       |
| ENTRE SETMANA , A LA TARDA                | 105   | <b>17</b>    | 58      | 17       |
| DIVENDRES MATÍ                            | 68    | <b>11</b>    | 69      | 12       |
| DIVENDRES TARDA                           | 69    | <b>11</b>    | 81      | 6        |
| DISSABTE MATÍ                             | 82    | <b>13</b>    | 94      | 9        |
| DISSABTE TARDA                            | 34    | <b>5</b>     | 99      | 3        |
| NS/NC, NO CONCRETA                        | 5     | <b>1</b>     | 100     |          |

**Taula 85.- Hora i dia compra equipament personal i llar**

| HORA I DIA COMPRA EQUIP PERSONAL I LLAR | Casos | Freq. % 2003 | % acum. | Any 2000 |
|-----------------------------------------|-------|--------------|---------|----------|
| <b>V83HORAEEQUIPAMENTS</b>              | 621   | <b>100</b>   |         |          |
| ENTRE SETMANA , AL MATÍ                 | 197   | <b>32</b>    | 32      | 30       |
| ENTRE SETMANA , A LA TARDA              | 120   | <b>19</b>    | 51      | 20       |
| DIVENDRES MATÍ                          | 37    | <b>6</b>     | 57      | 6        |
| DIVENDRES TARDA                         | 58    | <b>9</b>     | 66      | 6        |
| DISSABTE MATÍ                           | 80    | <b>13</b>    | 79      | 15       |
| DISSABTE TARDA                          | 121   | <b>19</b>    | 99      | 20       |
| NS/NC, NO CONCRETA                      | 8     | <b>1</b>     | 100     |          |

### 3.6.- ELS DESPLAÇAMENTS FORA DEL MUNICIPI

#### 3.6.1.- La freqüència dels desplaçaments

Presenta una freqüència significativa el desplaçament a Sant Fruitós (Àrea Champion). Tot i així, un 64% de les persones entrevistades afirmen no anar-hi mai (aquesta xifra representa una diferència molt gran respecte a l'estudi del 2000, en el qual aquest percentatge era del 35%<sup>11</sup>). Un 55% dels qui diuen anar-hi, hi van com a mínim un cop al mes (un 22% cada setmana). Un 28% hi va esporàdicament.

A Barcelona diu anar-hi un 38% de les persones entrevistades. En aquest cas, la periodicitat és molt més baixa que en l'anterior. Pràcticament un 70% diu anar-hi esporàdicament o dos o tres cops a l'any. Un 21% diu anar-hi cada mes.

Les altres zones o localitats demanades presenten freqüències molt més baixes. Així només l'anada a Andorra té un cert pes, amb el 28% de persones que diuen anar-hi, tot i que de forma molt espariada (esporàdicament o dos o tres cops a l'any: 94%). Les visites comercials a Sabadell i Terrassa suposen un 17% i un 15%, respectivament. En els dos casos la periodicitat és molt baixa (esporàdicament o dos o tres cops a l'any).

#### 3.6.2.- Les motivacions per al desplaçament comercial

Per als tres casos amb una certa influència quantitativa (Sant Fruitós, Barcelona i Andorra) les motivacions principals són diverses.

A Sant Fruitós els quatre factors són per aquest ordre: gamma i varietat (24%); qualitat (21%); preus baixos (14%); costum (13%).

A Barcelona les respostes es concentren en dos factors: lleure i oci (37%); gamma i varietat (29%). Preus i qualitat queden molt lluny, amb menys d'un 7% cadascun.

A Andorra<sup>12</sup> els dos factors més repetits són lleure i oci, amb un majoritari 58%, i preus més baixos, amb un 22%.

Tot i no ser massa significatius a causa del baix nombre de respostes, els motius per la visita comercial a Terrassa són: lleure i oci (44%); gamma i varietat (21%) i preus més baixos (11%).

Pel que fa a Sabadell, ens val el comentari anterior del baix nombre de respostes. No obstant i això, cal assenyalar: lleure i oci (43%) i gamma i varietat (28%).

**Taula 86.- Freqüències desplaçament Sant Fruitós**

| <b>FREQÜÈNCIA DESPLAÇAMENT<br/>ST.FRUITÓS (Àrea Champion)</b> | <b>Casos</b> | <b>Freq. %</b> | <b>%<br/>acum.</b> | <b>Base :<br/>Els que hi van</b> | <b>Any 2000</b> |
|---------------------------------------------------------------|--------------|----------------|--------------------|----------------------------------|-----------------|
| <b>V84DESPLASTFRUITOS</b>                                     | 621          | <b>100</b>     |                    | (36%)                            |                 |
| <b>SETMANAL</b>                                               | 49           | <b>8</b>       | 8                  | 22                               | 12              |
| <b>QUINZENAL</b>                                              | 22           | <b>4</b>       | 11                 | 11                               | 10              |
| <b>MENSUAL</b>                                                | 50           | <b>8</b>       | 19                 | 22                               | 16              |
| <b>DUES O TRES A L'ANY</b>                                    | 40           | <b>6</b>       | 26                 | 17                               | 8               |
| <b>ESPORÀDICAMENT</b>                                         | 62           | <b>10</b>      | 36                 | 28                               | 19              |
| <b>MAI</b>                                                    | 397          | <b>64</b>      | 100                |                                  | 35              |

<sup>11</sup> Una part d'aquesta diferència la pot ocasionar l'obertura d'un Champion al municipi de Manresa, una nova part la pot suposar la diferència en la composició de la mostra (major pes dels jubilats, amb menys mobilitat, en la mostra del 2003).

<sup>12</sup> El desplaçament a Andorra no es demanava en l'estudi del 2000.

Taula 87.- Motius desplaçament Sant Fruitós

| MOTIU PRINCIPAL DESPLAÇAMENT<br>ST. FRUITÓS (Àrea Champion) | Casos | Freq. % | Base :<br>Els que hi van | Any 2000 |
|-------------------------------------------------------------|-------|---------|--------------------------|----------|
| V90MOTIU ST. FRUITÓS (multiresposta)                        | 621   | 100     | (35%)                    |          |
| PREUS MÉS BAIXOS                                            | 48    | 8       | 14                       | 16       |
| MÉS QUALITAT                                                | 72    | 12      | 21                       | 13       |
| MÉS GAMMA, VARIETAT                                         | 80    | 13      | 24                       | 22       |
| COSTUM                                                      | 45    | 7       | 13                       | 8        |
| ECONOMIA DE TEMPS                                           | 6     | 1       | 2                        | 6        |
| AMBIENT                                                     | 10    | 2       | 3                        | 2        |
| APARCAMENT                                                  | 31    | 5       | 9                        | 6        |
| FACILITAT TRANSPORT PÚBLIC                                  | 2     | 0       |                          |          |
| LLEURE I OCI                                                | 31    | 5       | 9                        | 9        |
| SERVEIS (GESTIONS, METGES, ..)                              |       |         |                          | 1        |
| TREBALL                                                     | 4     | 1       | 1                        |          |
| ALTRES                                                      | 11    | 2       | 3                        | 9        |
| NO HI VA O NC                                               | 401   | 65      |                          | 38       |

Taula 88.- Freqüència desplaçament Barcelona

| FREQÜÈNCIA DESPLAÇAMENT A<br>BARCELONA | Casos | Freq. % | % acum. | Base :<br>Els que hi van | Any 2000 |
|----------------------------------------|-------|---------|---------|--------------------------|----------|
| V85DESPLA BCN                          | 621   | 100     |         | (38%)                    |          |
| SETMANAL                               | 7     | 1       | 1       | 3                        | 3        |
| QUINZENAL                              | 15    | 2       | 4       | 6                        | 2        |
| MENSUAL                                | 47    | 8       | 11      | 21                       | 11       |
| DUES O TRES A L'ANY                    | 77    | 12      | 24      | 32                       | 12       |
| ESPORÀDICAMENT                         | 87    | 14      | 38      | 37                       | 21       |
| MAI                                    | 388   | 62      | 100     |                          | 49       |
| NC                                     |       |         | 100     |                          | 2        |

Taula 89.- Motiu desplaçament Barcelona

| MOTIU PRINCIPAL DESPLAÇAMENT<br>BARCELONA | Casos | Freq. % | Base :<br>Els que hi van | Any 2000 |
|-------------------------------------------|-------|---------|--------------------------|----------|
| V91MOTIU BCN (multiresposta)              | 621   | 100     | (37%)                    |          |
| PREUS MÉS BAIXOS                          | 26    | 4       | 7                        | 2        |
| MÉS QUALITAT                              | 24    | 4       | 6                        | 2        |
| MÉS GAMMA, VARIETAT                       | 108   | 17      | 29                       | 9        |
| COSTUM                                    | 21    | 3       | 6                        | 2        |
| ECONOMIA DE TEMPS                         | 5     | 1       | 1                        | 1        |
| AMBIENT                                   | 18    | 3       | 5                        | 2        |
| APARCAMENT                                | 3     | 0       | 1                        | 0        |
| FACILITAT TRANSPORT PÚBLIC                | 1     | 0       |                          | 0        |
| LLEURE I OCI                              | 142   | 23      | 37                       | 30       |
| SERVEIS (GESTIONS, METGES, ..)            | 9     | 1       | 2                        | 9        |
| TREBALL                                   | 12    | 2       | 3                        | 3        |
| ALTRES                                    | 11    | 2       | 3                        | 3        |
| NO HI VA O NC                             | 392   | 63      |                          | 53       |

Taula 90.- Freqüència desplaçament Terrassa

| FREQÜÈNCIA DESPLAÇAMENT TERRASSA | Casos | Freq. % | % acum. | Base :<br>Els que hi van | Any 2000 |
|----------------------------------|-------|---------|---------|--------------------------|----------|
| V86DESPLATERRASSA                | 621   | 100     |         | (15%)                    |          |
| SETMANAL                         | 4     | 1       | 1       | 5                        | 1        |
| QUINZENAL                        | 3     | 0       | 1       | 4                        | 1        |
| MENSUAL                          | 9     | 1       | 3       | 6                        | 3        |
| DUES O TRES A L'ANY              | 31    | 5       | 8       | 33                       | 4        |
| ESPORÀDICAMENT                   | 47    | 8       | 15      | 53                       | 10       |
| MAI                              | 525   | 85      | 100     |                          | 78       |
| NC                               | 1     | 0       | 100     |                          | 3        |

Taula 91.- Motiu desplaçament Terrassa

| MOTIU PRINCIPAL DESPLAÇAMENT TERRASSA | Casos | Freq. % | Base :<br>Els que hi van | Any 2000 |
|---------------------------------------|-------|---------|--------------------------|----------|
| V92MOTIUTERRASSA (multiresposta)      | 621   | 100     | (15%)                    |          |
| PREUS MÉS BAIXOS                      | 16    | 3       | 11                       | 2        |
| MÉS QUALITAT                          | 9     | 1       | 5                        | 1        |
| MÉS GAMMA, VARIETAT                   | 30    | 5       | 21                       | 2        |
| COSTUM                                | 5     | 1       |                          | 1        |
| ECONOMIA DE TEMPS                     | 1     | 0       |                          | 0        |
| AMBIENT                               | 4     | 1       |                          | 0        |
| APARCAMENT                            | 1     | 0       |                          | 0        |
| FACILITAT TRANSPORT PÚBLIC            | 1     | 0       |                          | 0        |
| LLEURE I OCI                          | 62    | 10      | 44                       | 9        |
| SERVEIS (GESTIONS, METGES, ..)        | 1     | 0       |                          | 1        |
| TREBALL                               | 2     | 0       |                          | 1        |
| ALTRES                                | 8     | 1       | 5                        | 2        |
| NO HI VA O NC                         | 527   | 85      |                          | 84       |

Taula 92.- Freqüència desplaçament Sabadell

| FREQÜÈNCIA DESPLAÇAMENT SABADELL | Casos | Freq. % | % acum. | Base :<br>Els que hi van | Any 2000 |
|----------------------------------|-------|---------|---------|--------------------------|----------|
| V87DESPLASABADELL                | 621   | 100     |         | (17%)                    |          |
| SETMANAL                         | 1     | 0       | 0       |                          | 1        |
| QUINZENAL                        | 5     | 1       | 1       |                          | 1        |
| MENSUAL                          | 10    | 2       | 3       |                          | 2        |
| DUES O TRES A L'ANY              | 43    | 7       | 10      | 41                       | 4        |
| ESPORÀDICAMENT                   | 44    | 7       | 17      | 41                       | 9        |
| MAI                              | 518   | 83      | 100     |                          | 80       |
| NC                               |       |         | 100     |                          | 3        |

Taula 93.- Motiu desplaçament Sabadell

| MOTIU PRINCIPAL DESPLAÇAMENT SABADELL | Casos | Freq. % | Base :<br>Els que hi van | Any 2000 |
|---------------------------------------|-------|---------|--------------------------|----------|
| V93MOTIUSABADELL (multiresposta)      | 621   | 100     | (17%)                    |          |
| PREUS MÉS BAIXOS                      | 8     | 1       | 6                        | 2        |
| MÉS QUALITAT                          | 9     | 1       | 6                        | 1        |
| MÉS GAMMA, VARIETAT                   | 43    | 7       | 28                       | 2        |
| COSTUM                                | 5     | 1       |                          | 1        |
| ECONOMIA DE TEMPS                     |       |         |                          | 0        |
| AMBIENT                               | 10    | 2       | 7                        | 0        |
| APARCAMENT                            | 1     | 0       |                          | 0        |
| FACILITAT TRANSPORT PÚBLIC            | 1     | 0       |                          | 0        |
| LLEURE I OCI                          | 67    | 11      | 43                       | 9        |
| SERVEIS (GESTIONS, METGES, ..)        | 1     | 0       |                          | 1        |
| TREBALL                               |       |         |                          | 1        |
| ALTRES                                | 9     | 1       | 6                        | 2        |
| NO HI VA O NC                         | 518   | 83      |                          | 84       |

Taula 94.- Freqüència desplaçament Andorra

| FREQÜÈNCIA DESPLAÇAMENT COMPRA ANDORRA | Casos | Freq. % | % acum. | Base :<br>Els que hi van |
|----------------------------------------|-------|---------|---------|--------------------------|
| V88DEPLAANDORRA                        | 621   | 100     |         | (28%)                    |
| SETMANAL                               |       |         |         |                          |
| QUINZENAL                              | 1     | 0       | 0       |                          |
| MENSUAL                                | 6     | 1       | 1       | 4                        |
| DOS O TRES A L'ANY                     | 49    | 8       | 9       | 28                       |
| ESPORÀDICAMENT                         | 118   | 19      | 28      | 68                       |
| MAI                                    | 446   | 72      | 100     |                          |
| NC                                     | 1     | 0       | 100     |                          |

Taula 95.- Motiu desplaçament Andorra

| MOTIU PRINCIPAL DESPLAÇAMENT ANDORRA | Casos | Freq. % | Base :<br>Els que hi van |
|--------------------------------------|-------|---------|--------------------------|
| V94MOTIUANDORRA (multiresposta)      | 621   | 100     | (28%)                    |
| PREUS MÉS BAIXOS                     | 52    | 8       | 22                       |
| MÉS QUALITAT                         | 4     | 1       | 2                        |
| MÉS GAMMA, VARIETAT                  | 15    | 2       | 6                        |
| COSTUM                               | 10    | 2       | 4                        |
| ECONOMIA DE TEMPS                    |       |         |                          |
| AMBIENT                              | 5     | 1       | 2                        |
| APARCAMENT                           | 1     | 0       |                          |
| FACILITAT TRANSPORT PÚBLIC           | 2     | 0       | 1                        |
| LLEURE I OCI                         | 138   | 22      | 58                       |
| SERVEIS (GESTIONS, METGES, ..)       |       |         |                          |
| TREBALL                              | 2     | 0       | 1                        |
| ALTRES                               | 8     | 1       | 3                        |
| NO HI VA O NC                        | 446   | 72      |                          |

### 3.7.- ANÀLISI DELS ENCREUAMENTS MÉS INTERESSANTS

#### 3.7.1.- El sexe com a variable d'encreuament

##### Encreuament entre sexe i barri

La major proporció d'homes entrevistats s'ha donat en el barris de Cal Gravat (35%), Carretera de Santpedor (29%) i Valldaura i Carretera de Vic (28%).

Contràriament, els percentatges més baixos d'homes, i per tant més alts de dones entrevistades, es troben sobretot a la Font dels Capellans (6%) i en menor mesura al Barri Antic (15%), Mion-Puigberenguer (15%), Escodines (16%), i Balconada (17%). Cal tenir present que en alguns d'aquests barris la mostra és baixa, per exemple Cal Gravat (17 casos) o Font dels Capellans (18 casos).

Podem demanar-nos si aquestes diferències són prou significatives com per plantejar hàbits de compra habitual diferenciats per sexe i barris. Pensem que les diferències no són prou evidents per afirmar amb certesa aquesta hipòtesi.

**Taula 96.- Encreuament entre Sexe i barri**

|                     | TOTAL | V3SEXE |      |
|---------------------|-------|--------|------|
| % Horitzontals      |       | HOME   | DONA |
| TOTAL               | 621   | 22     | 78   |
| BARRI ANTIC         | 40    | 15     | 85   |
| PASSEIG GUIMERÀ     | 44    | 23     | 77   |
| VALLDAURA           | 43    | 28     | 72   |
| PLAÇA CATALUNYA     | 66    | 21     | 79   |
| MION PUIGBERENGUER  | 20    | 15     | 85   |
| POBLE NOU           | 62    | 19     | 81   |
| CRA. SANTPEDOR      | 80    | 29     | 71   |
| CRA. VIC            | 58    | 28     | 72   |
| ESCODINES           | 31    | 16     | 84   |
| BALCONADA -ST.PAU   | 30    | 17     | 83   |
| SAGRADA FAMÍLIA     | 83    | 20     | 80   |
| FONT DELS CAPELLANS | 18    | 6      | 94   |
| CAL GRAVAT          | 17    | 35     | 65   |
| ALTRES SECTORS      | 29    | 17     | 83   |

##### Encreuament entre sexe i activitat

Sols trobem diferències importants, tant pel nombre de casos com per les freqüències resultants, en la categoria "Treballa". Així dels qui treballen la proporció d'homes és més alta que en el conjunt de la mostra: 33% dels qui treballen són homes contra el 22% d'homes en el total de la mostra.

**Taula 97.- Encreuament entre sexe i activitat**

|                      | TOTAL | V3SEXE |      |
|----------------------|-------|--------|------|
| % Horitzontals       |       | HOME   | DONA |
| TOTAL                | 621   | 22     | 78   |
| V6ACTIVITAT          |       |        |      |
| ESTUDIANT            | 27    | 33     | 67   |
| MESTRESSA DE CASA    | 87    | 1      | 99   |
| TREBALLA             | 260   | 31     | 69   |
| ATUR                 | 33    | 18     | 82   |
| JUBILAT, PENSIONISTA | 204   | 19     | 81   |
| ALTRES SITUACIONS    | 10    | 10     | 90   |

**Encreuament entre sexe i edat**

La mitjana d'edat de la categoria dones és una mica més alta que la categoria homes; no obstant això, les diferències entre mitjanes no són excessives (menys de 5 anys) i les desviacions són iguals. Això ens permet afirmar que no hi ha diferències significatives entre mostra d'homes i dones pel que fa a l'edat.

**Taula 98.- Encreuament entre sexe i edat**

|              | TOTAL | V3SEXE |       |
|--------------|-------|--------|-------|
| Freqüències  |       | HOME   | DONA  |
| TOTAL        | 621   | 135    | 486   |
| EDAT         |       |        |       |
| V4EDAT       |       |        |       |
| Casos vàlids | 621   | 135    | 486   |
|              |       |        |       |
| Mitjana      | 50,78 | 46,98  | 51,84 |
| Desviació    | 17,38 | 17,26  | 17,26 |
| Casos        | 621   | 135    | 486   |

**Encreuament entre sexe i transport emprat per anar a comprar**

No s'evidencien diferències importants entre les respostes per sexe. Els percentatges més diferents apareixen en la categoria "Utilització del bus" que seria d'ús bàsicament femení, però cal considerar que estem parlant de molts pocs casos (25).

**Taula 99.- Encreuament entre Sexe i transport emprat per anar a comprar**

|                              | TOTAL | V3SEXE |      |
|------------------------------|-------|--------|------|
| % Horitzontals               |       | HOME   | DONA |
| TOTAL                        | 621   | 22     | 78   |
| TRANSPORT EMPRAT PER COMPRAR |       |        |      |
| COTXE                        | 301   | 25     | 75   |
| BUS                          | 25    | 4      | 96   |
| FERROCARRIL                  | 1     |        | 100  |
| A PEU                        | 314   | 20     | 80   |
| ALTRES                       | 6     | 17     | 83   |

### 3.7.2.- El barri com a variable d'encreuament

S'ha escollit com a grups representatius de productes la compra de fruita i carn, productes secs i conserves, drogueria, roba exterior d'home, llibres, electrodomèstics i informàtica.

#### La compra de fruita i verdura per barris

Com vèiem anteriorment, la compra de fruita i verdura és clarament una compra de proximitat: un 62% és fa en el propi barri. Els barris que trenquen a la baixa aquesta tendència són: la Carretera de Santpedor (41%), les Escodines (48%), la Balconada (17%) i Cal Gravat (18%).<sup>13</sup> Aquests tres barris serien els que més tendència presenten a comprar la fruita i la verdura fora del mateix barri. Com a conseqüència d'això, aquests barris presenten valors més alts generalment a la zona de Carrefour Manresa (Escodines), a la resta de Manresa (Carretera de Santpedor, Balconada o Cal Gravat) o Àrea Champion (Carretera de Santpedor). Per contra, els barris que presenten encara una tendència més gran a realitzar-ne la compra en el propi barri són: Barri Antic (83%) Passeig (73%), Mion (85%), Sagrada Família (78%) i Font dels Capellans (100%)<sup>14</sup>.

L'anàlisi dels tipus d'establiments ens permet dir que la botiga tradicional presenta majors freqüències relatives a la Carretera de Santpedor i a les Escodines, la botiga especialitzada a Barri Antic i Valldaura, l'autoservei a Passeig, Mion i Poble Nou. Pel que fa a l'hipermercat, apareixen novament la Carretera de Santpedor, les Escodines i també Cal Gravat. Finalment, el Mercat Municipal és un format més freqüent que a la resta en els barris de la Sagrada Família, la Font dels Capellans i Barri Antic. A la Balconada presenta una certa importància el mercat ambulant.

**Taula 100.- Compra de fruita i verdura per barris**

| % Verticals             | Tot | BARRI ANTIC | PASSEIG, GUIMERÀ | VALL-DAURA | PL. CATA-LUNYA | MION PUIGB. | POBLE NOU | C.SANT PEDOR | CRA VIC | ESCO-DINES | BALCO-NADA-ST.PAU | SAG. FAMÍ-LIA | FONT CAPE-LLANS | CAL GRA VAT | ALT. SECTORS |
|-------------------------|-----|-------------|------------------|------------|----------------|-------------|-----------|--------------|---------|------------|-------------------|---------------|-----------------|-------------|--------------|
| TOTAL                   | 621 | 40          | 44               | 43         | 66             | 20          | 62        | 80           | 58      | 31         | 30                | 83            | 18              | 17          | 29           |
| LOC. COMPRA FRUITA/VER. |     |             |                  |            |                |             |           |              |         |            |                   |               |                 |             |              |
| PROPI BARRI             | 62  | 83          | 73               | 67         | 70             | 85          | 69        | 41           | 60      | 48         | 17                | 78            | 100             | 18          | 38           |
| BARRI ANTIC             | 7   |             | 9                | 9          | 9              |             | 5         | 4            | 17      | 6          | 13                |               |                 |             |              |
| PASSEIG, GUIMERÀ, R.    | 3   | 5           | 5                | 7          | 3              |             | 5         | 3            |         |            | 10                | 1             |                 | 6           |              |
| A. CARREFOUR MANRESA    | 9   | 3           | 5                | 5          | 6              |             | 10        | 14           | 7       | 19         | 13                | 7             |                 | 29          | 10           |
| RESTA MANRESA           | 15  | 5           | 5                | 5          | 6              | 15          | 10        | 26           | 16      | 16         | 43                | 10            |                 | 41          | 52           |
| A.CHAMPION, ST. FRUITÓS | 4   | 5           | 2                | 5          | 6              |             | 2         | 13           |         | 6          | 3                 | 2             |                 | 6           |              |
| T.COMERÇ FRUITA/VERD    |     | BARRI ANTIC | PASSEIG, GUIMERÀ | VALL-DAURA | PL. CATA-LUNYA | MION PUIGB. | POBLE NOU | C.SANT PEDOR | CRA VIC | ESCO-DINES | BALCO-NADA-ST.PAU | SAG. FAMÍ-LIA | FONT CAPE-LLANS | CAL GRA VAT | ALT. SECTORS |
| BOTIGA TRADICIONAL      | 16  | 5           | 5                | 14         | 23             | 20          | 8         | 33           | 31      | 29         | 3                 | 4             |                 | 6           | 17           |
| BOTIGA ESPECIALITZ.     | 24  | 48          | 32               | 47         | 30             | 5           | 29        | 15           | 16      | 3          | 3                 | 23            | 22              | 18          | 17           |
| AUTOSERVEI, SUPERSER.   | 22  | 10          | 43               | 9          | 20             | 50          | 44        | 18           | 17      | 19         | 27                | 14            | 17              | 24          | 17           |
| DISCOUNT                | 1   | 5           |                  | 2          | 2              | 5           |           |              |         |            |                   | 4             | 6               |             |              |
| HIPERMERCAT             | 13  | 5           | 7                | 9          | 12             |             | 13        | 26           | 7       | 26         | 17                | 10            |                 | 35          | 10           |
| MERCAT MUNICIPAL        | 18  | 28          | 11               | 16         | 8              | 15          | 6         | 6            | 19      | 10         | 23                | 36            | 56              | 6           | 34           |
| MERCADILLO M.AMBULANT   | 5   |             |                  | 2          | 5              | 5           |           | 3            | 9       | 10         | 27                | 10            |                 | 12          | 3            |

<sup>13</sup> La Balconada suposa una mostra de 30 casos. Cal Gravat la mostra és de 17 casos.

<sup>14</sup> Font dels Capellans és una mostra de 18 casos, Mion de 20 casos. La resta de categories són superiors a 40 casos.

### La compra de carn per barris

Presenta una situació semblant a la de la fruita i verdura. Pel que fa al propi barri una proporció major que la mitjana (56%) es dona al Barri Antic, Sagrada Família i Font dels Capellans, tots tres per sobre del 70%.

La situació inversa, menys pes del propi barri, es dona a la carretera de Santpedor, la Balconada-Sant Pau i Cal Gravat. En aquests tres barris el menor pes de la categoria propi barri se situa en les àrees d'hipermercats i en la resta de Manresa.

**Taula 101.- Compra de carn per barris**

| % Verticals             | Total | BARRI ANTIC | PASSEIG GUIMERÀ | VALL-DAURA | PLAÇA CATAL UNYA | MION PUIGB. | POBL E NOU | CRA. SANTPEDOR | CRA. VIC | ESC ODINES | BALCONADA-SANTPAU | SAG. FAMILIA | FONT CAPELLANS | CAL GRAVAT | ALT. SECTORS |
|-------------------------|-------|-------------|-----------------|------------|------------------|-------------|------------|----------------|----------|------------|-------------------|--------------|----------------|------------|--------------|
| TOTAL                   | 621   | 40          | 44              | 43         | 66               | 20          | 62         | 80             | 58       | 31         | 30                | 83           | 18             | 17         | 29           |
| LOC. COMPRA CARN        |       |             |                 |            |                  |             |            |                |          |            |                   |              |                |            |              |
| V10LGCARN               | 621   |             |                 |            |                  |             |            |                |          |            |                   |              |                |            |              |
| PROPI BARRI             | 56    | 73          | 64              | 51         | 62               | 65          | 69         | 38             | 52       | 58         | 20                | 73           | 72             | 18         | 45           |
| BARRI ANTIC             | 9     | 3           | 16              | 5          | 14               | 5           | 5          | 4              | 24       | 6          | 17                | 4            |                |            | 3            |
| PASSEIG, G. RODALIES    | 5     | 8           | 5               | 23         | 6                |             | 3          | 1              |          |            | 7                 | 2            | 11             | 6          | 3            |
| A CARREFOUR MANRESA     | 8     |             | 5               | 2          | 6                | 10          | 10         | 14             | 5        | 19         | 7                 | 10           |                | 29         | 3            |
| RESTA MANRESA           | 13    | 5           | 5               | 7          | 2                | 20          | 11         | 29             | 7        | 10         | 40                | 5            | 6              | 41         | 41           |
| A CHAMPION ST. FRUITÓS  | 5     | 3           | 2               | 7          | 5                |             | 2          | 15             | 3        | 6          | 7                 | 4            | 6              | 6          | 3            |
| NO COMPRA /NP           | 2     | 8           |                 | 2          | 5                |             |            |                | 3        |            | 3                 | 1            | 6              |            |              |
| NO CONTESTA             |       |             |                 |            |                  |             |            |                |          |            |                   |              |                |            |              |
| ALTRES                  | 1     | 3           | 5               | 2          | 2                |             |            |                | 3        |            |                   | 1            |                |            |              |
| TIPUS COMERÇ CARN       |       |             |                 |            |                  |             |            |                |          |            |                   |              |                |            |              |
| V40TCCARN               | 621   | 40          | 44              | 43         | 66               | 20          | 62         | 80             | 58       | 31         | 30                | 83           | 18             | 17         | 29           |
| BOTIGA TRADICIONAL      | 12    |             | 5               | 5          | 14               | 5           | 6          | 29             | 26       | 39         | 13                |              |                |            | 17           |
| BOTIGA ESPECIALITZ.     | 25    | 40          | 25              | 40         | 38               | 5           | 24         | 15             | 22       | 3          | 3                 | 31           | 11             | 29         | 28           |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI | 23    | 10          | 41              | 26         | 14               | 50          | 45         | 19             | 16       | 13         | 23                | 19           | 22             | 18         | 10           |
| DISCOUNT                | 2     | 3           | 2               | 5          |                  | 5           | 2          |                |          |            | 3                 | 6            | 6              |            | 3            |
| HIPERMERCAT             | 14    |             | 7               | 9          | 11               | 10          | 13         | 29             | 10       | 26         | 13                | 13           | 6              | 35         | 3            |
| MERCAT MUNICIPAL        | 20    | 38          | 20              | 9          | 17               | 25          | 10         | 6              | 21       | 10         | 40                | 28           | 50             | 6          | 38           |
| MERCADILLO MAMBULANT    | 1     |             |                 |            | 2                |             |            | 3              |          | 10         |                   | 1            |                | 12         |              |
| ALTRES                  | 0     |             |                 |            | 2                |             |            |                | 2        |            |                   |              |                |            |              |
| NO COMPRA               | 2     | 8           |                 |            | 5                |             |            |                | 3        |            | 3                 | 1            | 6              |            |              |

### La compra de productes secs i conserves per barris

Aquest grup de productes se solen comprar en el propi barri en major proporció que la mitjana de tota la mostra (39%) en els següents barris: Passeig (61%), Sagrada Família (58%), Poble Nou-Font dels Capellans (56%) i Barri Antic (55%). Clarament per sota d'aquesta mitjana es troben: la Balconada-Sant Pau, Mion-Puigberenguer, Carretera de Santpedor, les Escodines o Cal Gravat. Tots aquests barris tenen un percentatge com a mínim un 15% inferior a la mitjana.

A la zona del polígon dels Trullols (Carrefour Manresa), hi solen anar amb més freqüència que als altres barris les persones que viuen a la Balconada-Sant Pau, Mion, les Escodines o Cal Gravat. A la zona del Champion de Sant Fruitós hi tenen més tendència els habitants del barri de la Carretera de Santpedor.

Pel que fa al tipus d'establiment, dues terceres parts de la mostra total es decanta pels formats d'autoservei o hipermercat. L'autoservei i superservei és més freqüent sobretot en els barris del Passeig i Poble Nou (més del 60%). L'hipermercat és més freqüent a la Balconada-Sant Pau, les Escodines i Mion. El barri amb menor freqüència de compra al format hipermercat és el Passeig, carrer Guimerà i rodalies.

El mercat municipal és important sobretot a la Font dels Capellans i al Barri Antic.

**Taula 102.- Compra productes secs per barris**

| % Verticals                          | Tota<br>l | BARRI<br>ANTIC | PASSEI<br>G<br>GUIMER<br>A | VALL-<br>DAURA | PL.<br>CATA-<br>LUN. | MION<br>PUIGB. | POBLE<br>NOU | C.<br>SANT-<br>PEDOR | CRA<br>VIC | ESC<br>ODI<br>NES | BALCO-<br>NADA<br>SP | SDA.<br>FAMÍ-<br>LIA | FONT<br>CAPE-<br>LLANS | CAL<br>GRA<br>VAT | ALTRES<br>SEC-<br>TORS |
|--------------------------------------|-----------|----------------|----------------------------|----------------|----------------------|----------------|--------------|----------------------|------------|-------------------|----------------------|----------------------|------------------------|-------------------|------------------------|
| TOTAL<br>V13LGSECS                   | 621       | 40             | 44                         | 43             | 66                   | 20             | 62           | 80                   | 58         | 31                | 30                   | 83                   | 18                     | 17                | 29                     |
| LOCALITZACIÓ COMPRA SECS I CONSERVES |           |                |                            |                |                      |                |              |                      |            |                   |                      |                      |                        |                   |                        |
| PROPI BARRI                          | 39        | 55             | 61                         | 33             | 35                   | 20             | 56           | 23                   | 38         | 23                | 13                   | 58                   | 56                     | 24                | 14                     |
| BARRI ANTIC                          | 3         |                | 7                          |                | 2                    |                | 2            | 1                    | 12         | 3                 |                      |                      |                        |                   |                        |
| PASSEIG,<br>GUIMERÀ, R.              | 5         | 10             | 7                          | 19             | 9                    |                | 2            | 3                    | 5          |                   | 3                    | 2                    |                        | 6                 |                        |
| A. CARREFOUR<br>MANRESA              | 27        | 23             | 11                         | 19             | 29                   | 50             | 23           | 21                   | 19         | 45                | 53                   | 28                   | 28                     | 35                | 34                     |
| RESTA<br>MANRESA                     | 12        |                | 7                          | 9              | 9                    | 30             | 10           | 31                   | 5          | 19                | 13                   | 2                    |                        | 29                | 31                     |
| A. CHAMPION ,<br>ST. FRUITÓS         | 9         | 10             | 5                          | 14             | 6                    |                | 5            | 21                   | 10         | 6                 | 3                    | 5                    | 17                     | 6                 | 7                      |
| NO COMPRA<br>/NP                     | 4         |                | 2                          | 2              | 9                    |                | 3            |                      | 9          | 3                 | 13                   | 2                    |                        |                   | 14                     |
| ALTRES                               | 1         | 3              |                            | 5              | 2                    |                |              |                      |            |                   |                      | 2                    |                        |                   |                        |
| TIPUS COMERÇ COMPRA SECS I CONSER.   |           |                |                            |                |                      |                |              |                      |            |                   |                      |                      |                        |                   |                        |
| V43TCSECS                            | 621       |                |                            |                |                      |                |              |                      |            |                   |                      |                      |                        |                   |                        |
| BOTIGA<br>TRADICIONAL                | 5         | 5              |                            | 9              | 5                    | 5              | 2            | 18                   | 3          | 10                |                      | 2                    |                        |                   |                        |
| BOTIGA<br>ESPECIALIT.                | 7         | 8              | 2                          | 9              | 2                    |                | 5            | 14                   | 7          | 6                 |                      | 13                   |                        | 18                | 10                     |
| AUTOSERVEI,<br>SUPER.                | 36        | 30             | 64                         | 40             | 45                   | 25             | 60           | 21                   | 41         | 26                | 20                   | 31                   | 11                     | 35                | 24                     |
| DISCOUNT                             | 5         | 10             | 7                          | 5              | 5                    | 15             |              | 1                    | 2          |                   | 10                   | 8                    | 17                     |                   |                        |
| HIPERMER-CAT                         | 35        | 25             | 14                         | 33             | 33                   | 55             | 29           | 43                   | 31         | 52                | 57                   | 31                   | 44                     | 41                | 41                     |
| MERCAT<br>MUNICIPAL                  | 6         | 18             | 11                         | 2              |                      |                | 2            | 3                    | 7          | 3                 |                      | 10                   | 28                     |                   | 10                     |
| NO COMPRA                            | 4         |                |                            |                | 9                    |                | 3            |                      | 7          |                   | 13                   | 2                    |                        |                   | 14                     |
| AUTOCON-SUM                          | 1         |                | 2                          |                | 2                    |                |              |                      | 2          | 3                 |                      | 1                    |                        |                   |                        |

### La compra de productes de drogueria per barris

El pes del propi barri es veu molt augmentat en els barris del Passeig i la Font dels Capellans <sup>15</sup>, amb més del 70% en cada cas i lluny del 43% de la mitjana.

La zona del Passeig i rodalies és important per als habitants de la carretera de Santpedor i Cal Gravat.

La zona dels Trullols (Carrefour) és important per als barris de Cal Gravat, la Balconada- Sant Pau, Mion i les Escodines, i ho és menys per al Passeig i Barri Antic.

Com abans, el tipus d'establiment predominant pel que fa a drogueria, productes de neteja, etc., és l'autoservei-superservei (32%) i l'hipermercat (29%). En aquest cas també es important el *discount* (15%).

Per barris, l'autoservei és més rellevant a la carretera de Vic, Plaça Catalunya i Poble Nou i ho és menys a les Escodines i Cal Gravat. L'hipermercat és més important a la Balconada-Sant Pau i Cal Gravat i menys al Barri Antic i el Passeig. El *discount* és important al Barri Antic, Font dels Capellans i Mion.

**Taula 103.- Compra drogueria per barris**

| % Verticals                 | Tota<br>l | B.<br>ANT<br>IC | PASSEIG<br>GUIMERÀ | VALL-<br>DAURA | P.CATA<br>LUNYA | MION<br>PUIG. | POBLE<br>NOU | C.SANT<br>PEDOR | C.<br>VIC | ESCOD. | BALCO.<br>-S.P. | S.FAMIL<br>IA | FONT<br>CAPEL. | C.<br>GRA<br>VAT | ALTRES<br>SECT. |
|-----------------------------|-----------|-----------------|--------------------|----------------|-----------------|---------------|--------------|-----------------|-----------|--------|-----------------|---------------|----------------|------------------|-----------------|
| TOTAL                       | 62<br>1   | 40              | 44                 | 43             | 66              | 20            | 62           | 80              | 58        | 31     | 30              | 83            | 18             | 17               | 29              |
| LOCAL COM. DROGUERIA        |           |                 |                    |                |                 |               |              |                 |           |        |                 |               |                |                  |                 |
| PROPI BARRI                 | 43        | 50              | 73                 | 42             | 48              | 50            | 55           | 13              | 52        | 35     | 13              | 53            | 72             | 6                | 24              |
| BARRI ANTIC                 | 1         |                 |                    |                |                 |               |              |                 | 9         |        |                 |               |                |                  |                 |
| PASSEIG<br>GUIMERÀ          | 9         | 18              | 2                  | 16             | 12              |               | 2            | 23              | 5         |        | 7               | 6             |                | 24               | 7               |
| A.CARREFOUR<br>MANRESA      | 23        | 10              | 11                 | 12             | 24              | 35            | 23           | 19              | 19        | 32     | 50              | 27            | 11             | 53               | 24              |
| RESTA<br>MANRESA            | 12        | 5               | 2                  | 7              | 8               | 15            | 10           | 33              | 5         | 10     | 23              | 2             |                | 18               | 28              |
| A.CHAMP S.<br>FRUITOS       | 7         | 15              | 7                  | 12             | 8               |               | 3            | 11              | 5         | 3      | 3               | 7             | 17             |                  | 7               |
| NO COMPRA /<br>NP           | 2         |                 | 2                  | 2              |                 |               | 6            | 1               |           | 3      |                 | 2             |                |                  | 10              |
| NO CONTESTA                 | 1         |                 |                    | 5              |                 |               | 2            |                 |           | 16     |                 |               |                |                  |                 |
| ALTRES                      | 1         | 3               |                    | 5              |                 |               |              |                 |           |        | 3               | 2             |                |                  |                 |
|                             | 62<br>1   | 40              | 44                 | 43             | 66              | 20            | 62           | 80              | 58        | 31     | 30              | 83            | 18             | 17               | 29              |
| V46TCDROGUE<br>RIA          | 62<br>1   |                 |                    |                |                 |               |              |                 |           |        |                 |               |                |                  |                 |
| BOTIGA<br>TRADICIONAL       | 4         | 5               | 5                  | 7              | 8               | 15            | 2            | 8               |           | 6      | 7               |               |                |                  | 3               |
| BOTIGA<br>ESPECIALITZ.      | 14        |                 | 27                 | 2              | 2               |               | 11           | 40              | 3         | 23     |                 | 13            | 6              | 35               | 21              |
| BOTIGA<br>C.COMERCIAL       | 0         |                 | 2                  | 2              |                 |               |              |                 |           |        |                 |               |                |                  |                 |
| GRAN BOTIGA<br>ESPECIALITZ. | 0         |                 |                    | 5              |                 |               |              | 1               |           |        |                 |               |                |                  |                 |
| AUTOSERVEI,<br>SUPERSERVEI  | 32        | 35              | 39                 | 30             | 50              | 20            | 44           | 9               | 55        | 16     | 13              | 31            | 28             | 12               | 28              |
| DISCOUNT                    | 15        | 40              | 9                  | 28             | 11              | 30            | 6            | 14              | 12        |        | 20              | 17            | 39             |                  | 7               |
| HIPERMER-<br>CAT            | 29        | 15              | 16                 | 19             | 30              | 35            | 27           | 28              | 26        | 35     | 53              | 33            | 28             | 53               | 31              |
| MERCAT<br>MUNICIPAL         | 1         |                 |                    |                |                 |               | 2            |                 |           | 3      |                 | 2             |                |                  |                 |
| MERCADILLO<br>M.AMBULANT    |           |                 |                    |                |                 |               |              |                 |           |        |                 |               |                |                  |                 |
| GRAN<br>MAGATZEM            | 0         | 3               |                    |                |                 |               |              |                 | 2         |        |                 |               |                |                  |                 |
| ALTRES                      | 1         | 3               |                    | 2              |                 |               |              |                 |           |        | 3               | 1             |                |                  |                 |

<sup>15</sup> Cal recordar les diferències de mostra entre els dos barris (Passeig, 44 casos; Font dels capellans, 18 casos), que fa més significatiu el primer cas que el segon.

### La compra de la roba exterior d'home per barris

La localització predominant és a la zona del Passeig i rodalies. Poble Nou i la Carretera de Santpedor estan per sobre de la mitjana; la Font dels Capellans i el Barri Antic, per sota.

El tipus d'establiment dominant a tots els barris és clarament la botiga especialitzada.

**Taula 104.- Compra roba exterior home per barris**

| % Verticals                 | Total | BARRI ANTIC | PASSEIG GUIMERÀ | VALL-DAURA | PL. CATALUNYA | MION PUIG B. | POBLE NOU | CRA. SANT PEDOR | CRA VIC | ESC ODINES | BALCO-NADA-SP | S.FAMILIA | FONT CAPELLANS | CAL GRAVAT | ALTRES SECT. |
|-----------------------------|-------|-------------|-----------------|------------|---------------|--------------|-----------|-----------------|---------|------------|---------------|-----------|----------------|------------|--------------|
| TOTAL                       | 621   | 40          | 44              | 43         | 66            | 20           | 62        | 80              | 58      | 31         | 30            | 83        | 18             | 17         | 29           |
| LOCALITZACIÓ ROBA EXT. HOME |       |             |                 |            |               |              |           |                 |         |            |               |           |                |            |              |
| V18LGEXTHEHOME              | 621   |             |                 |            |               |              |           |                 |         |            |               |           |                |            |              |
| PROPI BARRI                 | 10    | 18          | 57              | 2          | 3             |              |           | 3               | 3       | 13         |               | 12        | 17             | 6          | 17           |
| BARRI ANTIC                 | 0     |             |                 |            |               |              |           |                 | 2       |            |               |           |                |            |              |
| PASSEIG GUIMERÀ             | 64    | 55          | 20              | 58         | 71            | 75           | 79        | 79              | 59      | 71         | 73            | 67        | 44             | 59         | 45           |
| A. CARREFOUR MANRESA        | 2     | 3           |                 | 2          |               | 5            | 2         |                 | 3       | 3          | 3             | 2         |                | 6          |              |
| RESTA MANRESA               | 3     | 5           | 2               | 2          | 5             | 10           | 2         | 5               | 3       |            |               | 1         |                | 12         | 3            |
| A. CHAMPION. ST. FRUITOS    | 1     |             |                 |            |               |              |           |                 | 2       | 3          | 7             | 1         |                | 6          | 7            |
| BARCELONA                   | 5     |             | 11              | 7          | 3             | 10           | 3         | 4               | 3       | 3          | 3             | 4         | 6              | 12         | 3            |
| TERRASSA                    | 0     |             |                 |            |               |              |           |                 | 2       |            |               |           |                |            |              |
| SABADELL                    | 1     |             |                 | 2          | 2             |              | 2         | 1               |         |            | 3             |           |                |            |              |
| NO COMPRA/NP                | 13    | 18          | 7               | 23         | 17            |              | 11        | 9               | 19      | 6          | 10            | 11        | 28             |            | 24           |
| NO CONTESTA                 |       |             |                 |            |               |              |           |                 |         |            |               |           |                |            |              |
| ALTRES                      | 1     | 3           | 2               | 2          |               |              | 2         |                 | 3       |            |               | 1         | 6              |            |              |
| TIPUS COMERÇ ROBA EXT. HOME |       |             |                 |            |               |              |           |                 |         |            |               |           |                |            |              |
| V48TCEXTEHOME               | 621   |             |                 |            |               |              |           |                 |         |            |               |           |                |            |              |
| BOTIGA TRADICIONAL          | 1     | 3           |                 |            |               |              |           | 3               | 2       | 3          |               |           |                |            |              |
| BOTIGA ESPECIALITZ.         | 77    | 65          | 86              | 56         | 77            | 85           | 84        | 86              | 64      | 81         | 83            | 81        | 56             | 94         | 69           |
| BOTIGA C.COMERCIAL          | 1     |             |                 |            |               |              |           |                 | 3       | 3          | 3             | 1         |                | 6          |              |
| GRAN BOTIGA ESPECIAL        | 2     | 8           |                 | 5          | 2             |              |           | 1               | 2       |            |               | 1         |                |            | 3            |
| AUTOSERVEI SUPERSERVEI      |       |             |                 |            |               |              |           |                 |         |            |               |           |                |            |              |
| DISCOUNT                    | 0     |             | 2               |            |               |              |           |                 |         |            |               |           |                |            |              |
| HIPERMER-CAT                | 2     | 3           |                 | 2          |               | 5            | 2         | 1               | 3       | 6          | 3             | 2         |                |            |              |
| MERCAT MUNICIPAL            |       |             |                 |            |               |              |           |                 |         |            |               |           |                |            |              |
| MERCADILLO. MAMBULANT       | 2     | 5           |                 | 2          | 5             |              |           |                 | 2       |            |               | 2         | 11             |            | 3            |
| GRAN MAGATZEM               | 2     |             | 2               | 7          | 2             | 10           | 2         |                 | 2       |            |               | 1         | 6              |            |              |
| ALTRES                      | 1     |             |                 | 5          |               |              | 2         |                 | 3       |            |               |           |                |            |              |
| NO COMPRA                   | 13    | 18          | 7               | 23         | 15            |              | 10        | 9               | 19      | 6          | 10            | 11        | 28             |            | 24           |
| AUTOCON-SUM                 | 0     |             | 2               |            |               |              | 2         |                 |         |            |               |           |                |            |              |

### La compra de llibres per barris

El Passeig, les Escodines, Cal Gravat, Carretera de Santpedor i Mion són els barris en què es diu comprar més llibres. La majoria de les persones enquestades diu fer-ho a la zona del Passeig i rodalies. A banda dels propis habitants del Passeig, el Poble Nou és el barri amb més freqüència de compra en aquesta zona. La botiga especialitzada és majoritària a tots els barris.

L'hipermercat és important a les Escodines i Mion. La categoria "Altres llocs " o "Altres establiments" és relativament important i posa de manifest situacions com clubs o cercles de llibres i lectors.

**Taula 105.- La compra de llibres per barris**

| % Verticals                 | Total | BARRI ANTIC | PASSEIG GUIMERÀ | VALL-DAURA | P.CATA LUNYA | MION PUIG B. | POBLE NOU | C.SANT PEDOR | CRA VIC | ESC ODINES | BALCO NADA SP | S. FAMILIA | FONT CAPE-LLANS | CAL GRAVAT | ALTRES SECT. |
|-----------------------------|-------|-------------|-----------------|------------|--------------|--------------|-----------|--------------|---------|------------|---------------|------------|-----------------|------------|--------------|
| TOTAL                       | 621   | 40          | 44              | 43         | 66           | 20           | 62        | 80           | 58      | 31         | 30            | 83         | 18              | 17         | 29           |
| V34LGLIBRES                 | 621   |             |                 |            |              |              |           |              |         |            |               |            |                 |            |              |
| PROPI BARRI                 | 6     | 10          | 52              |            |              | 5            | 2         |              | 2       | 10         | 3             | 2          |                 |            |              |
| BARRI ANTIC                 | 0     |             |                 |            |              |              |           |              | 2       |            |               |            |                 |            |              |
| PASSEIG, GUIMERÀ, R.        | 38    | 48          | 9               | 37         | 32           | 50           | 58        | 35           | 26      | 48         | 43            | 41         | 28              | 59         | 34           |
| A.CARREFOUR MANRESA         | 5     |             | 2               | 2          |              | 25           | 8         | 5            | 3       | 16         | 3             | 8          |                 |            | 7            |
| RESTA MANRESA               | 4     |             | 2               | 2          | 2            |              |           | 18           | 10      | 6          |               |            |                 |            | 3            |
| A.CHAMPION, ST. FRUITÓS     | 0     |             |                 | 2          |              |              |           |              |         |            |               |            |                 |            |              |
| BARCELONA                   | 5     | 3           | 16              | 2          | 3            |              | 2         | 15           | 5       |            |               | 5          |                 | 6          | 7            |
| TERRASSA                    | 0     |             |                 |            |              |              |           |              |         |            | 3             |            |                 |            |              |
| SABADELL                    | 0     |             |                 | 2          |              |              |           |              |         |            |               |            |                 |            |              |
| NO COMPRA /NP               | 33    | 33          | 18              | 37         | 52           | 20           | 26        | 21           | 41      | 19         | 37            | 35         | 50              | 18         | 41           |
| NO CONTESTA                 | 1     |             |                 | 2          | 2            |              | 2         |              |         |            |               | 1          |                 |            | 3            |
| ALTRES                      | 7     | 8           |                 | 12         | 11           |              | 3         | 6            | 10      |            | 10            | 7          | 22              | 18         | 3            |
| TIPUS COMERÇ COMPRA LLIBRES |       |             |                 |            |              |              |           |              |         |            |               |            |                 |            |              |
| V64TCLIBRES                 | 621   | 40          | 44              | 43         | 66           | 20           | 62        | 80           | 58      | 31         | 30            | 83         | 18              | 17         | 29           |
| BOTIGA TRADICIONAL          | 0     |             |                 |            |              | 5            |           |              |         |            |               |            |                 |            |              |
| BOTIGA ESPECIALITZ.         | 52    | 63          | 77              | 47         | 36           | 50           | 61        | 63           | 41      | 65         | 43            | 46         | 28              | 65         | 45           |
| BOTIGA C.COMERCIAL          | 1     |             |                 | 2          |              |              |           |              | 3       |            | 3             |            |                 |            |              |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZ.    | 1     |             | 2               |            |              |              |           | 5            |         |            |               | 1          |                 |            |              |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI     |       |             |                 |            |              |              |           |              |         |            |               |            |                 |            |              |
| DISCOUNT                    |       |             |                 |            |              |              |           |              |         |            |               |            |                 |            |              |
| HIPERMER-CAT                | 5     |             | 2               | 5          |              | 25           | 6         | 5            | 3       | 16         | 3             | 8          |                 |            | 7            |
| MERCAT MUNICIPAL            |       |             |                 |            |              |              |           |              |         |            |               |            |                 |            |              |
| MERCADILLO M.AMBULANT       |       |             |                 |            |              |              |           |              |         |            |               |            |                 |            |              |
| GRAN MAGATZE M              | 0     |             |                 | 2          |              |              | 2         |              |         |            |               | 1          |                 |            |              |
| ALTRES                      | 7     | 5           |                 | 5          | 11           |              | 3         | 6            | 10      | 3          | 10            | 7          | 22              | 18         | 3            |
| NO COMPRA                   | 33    | 33          | 18              | 37         | 52           | 20           | 26        | 21           | 41      | 16         | 40            | 35         | 50              | 18         | 41           |
| AUTOCON-SUM                 |       |             |                 |            |              |              |           |              |         |            |               |            |                 |            |              |
| NO CONTESTA                 | 1     |             |                 | 2          | 2            |              | 2         |              |         |            |               | 1          |                 |            | 3            |

### La compra d'electrodomèstics per barris

Pel que fa a la compra d'electrodomèstics, la zona del Passeig i rodalies i l'hipermercat Carrefour són les més importants per a tots els barris.

El Barri Antic i Mion són les zones en què Carrefour té un pes més important. La categoria "resta de Manresa" és important a les Escodines i a la Carretera de Santpedor.

La botiga especialitzada, seguida de l'hipermercat, són les freqüències dominants a tots els barris.

**Taula 106.- La compra d'electrodomèstics per barris**

| % Verticals              | Total | BARRI ANTIC | PASSEIG GUIMERÀ | VALL-DAURA | PLAÇA CATALUNYA | MION PUIG B. | POBLE NOU | CRA. SANT-PEDOR | CRA. VIC | ESCODINES | BALCONADA-ST.PAU | SAGRADA FAMILIA | FONT CAPELLANS | CAL GRAVAT | ALTRES SECTORS |
|--------------------------|-------|-------------|-----------------|------------|-----------------|--------------|-----------|-----------------|----------|-----------|------------------|-----------------|----------------|------------|----------------|
| TOTAL                    | 621   | 40          | 44              | 43         | 66              | 20           | 62        | 80              | 58       | 31        | 30               | 83              | 18             | 17         | 29             |
| LOC. COMPRA ELECTROD.    |       |             |                 |            |                 |              |           |                 |          |           |                  |                 |                |            |                |
| V28LGELECTRO             | 621   |             |                 |            |                 |              |           |                 |          |           |                  |                 |                |            |                |
| PROPI BARRI              | 8     | 20          | 66              | 5          |                 |              | 3         | 1               | 5        |           |                  | 4               |                |            | 7              |
| BARRI ANTIC              | 2     | 3           |                 | 7          | 3               |              |           |                 | 5        |           |                  | 1               |                |            |                |
| PASSEIG, GUIMERÀ, R.     | 56    | 33          | 9               | 49         | 61              | 45           | 65        | 61              | 64       | 32        | 83               | 69              | 67             | 76         | 52             |
| A. CARREFOUR MANRESA     | 10    | 18          | 9               | 12         |                 | 45           | 6         | 3               | 12       | 3         | 7                | 13              | 11             | 6          | 14             |
| RESTA MANRESA            | 7     | 8           | 5               | 2          | 6               |              | 5         | 20              | 2        | 26        | 3                | 2               |                | 12         | 10             |
| A. CHAMPION, ST. FRUITOS | 1     |             | 2               |            | 2               | 5            |           |                 |          |           | 3                |                 | 6              |            |                |
| BARCELONA                | 2     |             | 2               |            | 2               | 5            | 2         | 1               | 3        |           |                  | 4               |                | 6          |                |
| NO COMPRA/NP             | 12    | 15          | 2               | 19         | 20              |              | 19        | 13              | 5        | 39        | 3                | 5               | 11             |            | 14             |
| NO CONTESTA              | 1     | 3           | 2               | 5          |                 |              |           |                 |          |           |                  | 1               |                |            |                |
| ALTRES                   | 2     | 3           | 2               | 2          | 5               |              |           | 1               | 2        |           |                  |                 | 6              |            | 3              |
| TIPUS COMERÇ ELECTROD.   |       |             |                 |            |                 |              |           |                 |          |           |                  |                 |                |            |                |
| V58TCELECTRO             | 621   | 40          | 44              | 43         | 66              | 20           | 62        | 80              | 58       | 31        | 30               | 83              | 18             | 17         | 29             |
| BOTIGA TRADICIONAL       | 0     |             |                 |            |                 |              |           | 1               | 2        |           |                  |                 |                |            |                |
| BOTIGA ESPECIALITZ.      | 72    | 60          | 84              | 65         | 73              | 45           | 69        | 80              | 72       | 39        | 87               | 77              | 72             | 94         | 72             |
| BOTIGA C. COMERCIAL      | 0     |             |                 | 2          |                 |              |           |                 | 3        |           |                  |                 |                |            |                |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZ. | 3     | 3           | 2               |            | 2               | 5            | 5         | 3               |          | 19        |                  | 2               |                |            |                |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI  |       |             |                 |            |                 |              |           |                 |          |           |                  |                 |                |            |                |
| DISCOUNT                 | 0     |             |                 |            |                 |              |           |                 | 2        |           |                  |                 |                |            |                |
| HIPERMER-CAT             | 10    | 15          | 9               | 12         | 2               | 50           | 6         | 3               | 10       | 3         | 7                | 13              | 17             | 6          | 14             |
| MERCAT MUNICIPAL         |       |             |                 |            |                 |              |           |                 |          |           |                  |                 |                |            |                |
| MERCADILLO M. AMBULANT   |       |             |                 |            |                 |              |           |                 |          |           |                  |                 |                |            |                |
| GRAN MAGATZEM            | 1     | 5           |                 |            | 3               |              |           |                 | 3        | 3         |                  | 1               |                |            |                |
| ALTRES                   | 0     |             |                 |            | 3               |              |           |                 |          |           |                  |                 |                |            |                |
| NO COMPRA                | 12    | 15          | 2               | 19         | 18              |              | 19        | 14              | 7        | 35        | 3                | 5               | 11             |            | 14             |

### La compra de productes d'informàtica per barris

Un 54% de les persones enquestades diu comprar-ne. Els barris que més en compren són Cal Gravat i el Passeig. Els barris en què el percentatge de compra de productes informàtics és menor són el Barri Antic, la Carretera de Vic, la Balconada i Plaça Catalunya<sup>16</sup>.

La majoria dels qui en compren ho fan al Passeig i rodalies, però la categoria "resta de Manresa" és aquí força important. Aquest fet ens indica que és un tipus de compra menys concentrada en la zona centre. Components relativament importants dels barris de la Carretera de Vic, Plaça Catalunya o Valldaura diuen comprar-ne a Barcelona (més d'un 10%).

La botiga especialitzada és la clau de les compres en tots els barris. Les persones dels barris Mion i Font dels Capellans són les qui més compren en hipermercats.

**Taula 107.- La compra de productes d'informàtica per barris**

| % Verticals              | Total | BARRI ANTIC | PASSEIG GUIMERÀ | VALL - DAURA | PLAÇA CATALUNYA | MION PUIG B. | POBLE NOU | CRA. SANT - PEDOR | CRA .VIC | ESC ODI NES | BALCO NADA- ST.PAU | SAGRA DA FAMILIA | FONT CAPE- LLANS | CAL GRAVA T | ALTRES SECTO RS |
|--------------------------|-------|-------------|-----------------|--------------|-----------------|--------------|-----------|-------------------|----------|-------------|--------------------|------------------|------------------|-------------|-----------------|
| TOTAL                    | 621   | 40          | 44              | 43           | 66              | 20           | 62        | 80                | 58       | 31          | 30                 | 83               | 18               | 17          | 29              |
| LOC. COMPRA INFORMÀTICA  |       |             |                 |              |                 |              |           |                   |          |             |                    |                  |                  |             |                 |
| V29LGINFORMATIC A        | 621   |             |                 |              |                 |              |           |                   |          |             |                    |                  |                  |             |                 |
| PROPI BARRI              | 4     | 3           | 41              | 5            | 2               |              | 2         |                   |          |             |                    |                  | 6                |             |                 |
| BARRI ANTIC              | 1     |             |                 | 5            |                 |              |           |                   | 2        |             |                    |                  |                  |             | 3               |
| PASSEIG GUIMERÀ R.       | 24    | 15          | 5               | 12           | 12              | 55           | 34        | 31                | 14       | 23          | 33                 | 28               | 28               | 65          | 28              |
| A.CARREFOUR MANRESA      | 5     |             | 2               | 2            | 2               | 35           | 8         | 1                 |          | 3           |                    | 6                | 17               | 6           | 10              |
| RESTA MANRESA            | 11    | 20          | 7               | 5            | 14              |              | 6         | 19                | 12       | 23          |                    | 10               |                  | 6           | 14              |
| A. CHAMPION , S.FRUITÓS  | 0     |             |                 |              |                 | 5            |           |                   |          |             |                    |                  |                  |             |                 |
| BARCELONA                | 5     |             |                 | 7            | 8               | 5            | 6         | 4                 | 10       |             | 3                  | 6                |                  | 6           | 3               |
| TERRASSA                 | 0     |             | 2               |              |                 |              |           |                   |          |             |                    |                  |                  |             |                 |
| SABADELL                 | 0     |             |                 | 2            | 3               |              |           |                   |          |             |                    |                  |                  |             |                 |
| NO COMPRA /NP            | 43    | 55          | 36              | 51           | 53              |              | 40        | 44                | 53       | 45          | 53                 | 41               | 33               | 18          | 38              |
| NO CONTESTA              | 3     | 3           | 5               | 5            | 5               |              | 2         |                   | 2        | 3           | 3                  | 5                | 6                |             |                 |
| ALTRES                   | 4     | 5           | 2               | 7            | 3               |              | 2         | 1                 | 7        | 3           | 7                  | 5                | 11               |             | 3               |
| TIPUS COMERÇ INFORMÀTICA |       |             |                 |              |                 |              |           |                   |          |             |                    |                  |                  |             |                 |
| V59TCINFORMATIC A        | 621   | 40          | 44              | 43           | 66              | 20           | 62        | 80                | 58       | 31          | 30                 | 83               | 18               | 17          | 29              |
| BOTIGA TRADICIONAL       |       |             |                 |              |                 |              |           |                   |          |             |                    |                  |                  |             |                 |
| BOTIGA ESPECIALIT.       | 44    | 40          | 55              | 40           | 33              | 55           | 44        | 53                | 33       | 35          | 40                 | 46               | 39               | 76          | 45              |
| BOTIGA C.COMERCIAL       | 0     |             |                 |              |                 |              |           |                   | 3        |             | 3                  |                  |                  |             |                 |
| GRAN BOTIGA ESPECIALIT.  | 2     |             | 2               |              | 3               | 5            | 5         | 3                 | 2        | 10          |                    | 1                |                  |             | 3               |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI  |       |             |                 |              |                 |              |           |                   |          |             |                    |                  |                  |             |                 |
| DISCOUNT                 |       |             |                 |              |                 |              |           |                   |          |             |                    |                  |                  |             |                 |
| HIPERMER-CAT             | 5     |             | 2               | 2            | 2               | 40           | 8         | 1                 | 2        | 3           |                    | 6                | 17               | 6           | 10              |
| GRAN MAGATZEM            | 1     |             |                 | 2            | 2               |              |           |                   | 2        |             |                    | 1                |                  |             |                 |
| ALTRES                   | 1     | 3           |                 |              | 3               |              | 2         |                   | 3        | 3           |                    |                  | 6                |             | 3               |
| NO COMPRA                | 43    | 55          | 36              | 51           | 53              |              | 40        | 44                | 53       | 45          | 53                 | 41               | 33               | 18          | 38              |

<sup>16</sup> Cal considerar que la mostra corresponent a Plaça de Catalunya ha estat la de més edat (5 anys per sobre de la mitjana) i això pot condicionar la seva posició respecte d'aquesta variable.

### 3.7.3.- Encreuament entre els tipus d'establiment de compra de producte fresc (peix) i la persona o persones que compren productes d'alimentació

Els valors de referència de la compra d'alimentació per a tota la mostra són del 60% per part de la dona, el 8% de l'home, el 25%, compra en parella.

Agafant només les files que contenen més de 50 casos podem observar molt poques diferències. Les tendències, tot i que molt poc significatives, són a què la dona sola es troba més freqüentment a les botigues tradicionals i, en canvi, a l'hipermercat i al mercat municipal hi ha una lleugera tendència de sobredimensió de la compra en parella i a disminuir el pes de la compra de l'home sol.

**Taula 108.- Tipus establiment de compra de peix per qui compra alimentació<sup>17</sup>**

|                          | TOTAL      | V69COMALIMENTACIO |          |           |
|--------------------------|------------|-------------------|----------|-----------|
| % Horitzontals           |            | DONA              | HOME     | PARELLA   |
| <b>TOTAL</b>             | <b>621</b> | <b>60</b>         | <b>8</b> | <b>25</b> |
| TIPUS COMERÇ COMPRA PEIX |            |                   |          |           |
| V41TCPEIX                | 621        |                   |          |           |
| BOTIGA TRADICIONAL       | 67         | 70                | 7        | 16        |
| BOTIGA ESPECIALITZADA    | 145        | 58                | 8        | 27        |
| BOTIGA CENTRE CIAL.      |            |                   |          |           |
| GRAN BOTIGA ESPECIAL.    | 1          |                   |          |           |
| AUTOSERVEI, SUPER.       | 133        | 65                | 10       | 20        |
| DISCOUNT                 | 7          | 86                |          | 14        |
| HIPERMERCAT              | 85         | 58                | 7        | 31        |
| MERCAT MUNICIPAL         | 171        | 58                | 5        | 29        |
| MERCADILLO M.AMBULANT    | 6          | 33                | 33       | 33        |
| GRAN MAGATZEM            |            |                   |          |           |
| ALTRES                   | 2          |                   | 50       | 50        |
| NO COMPRA                | 4          | 25                | 50       | 25        |

<sup>17</sup> A efectes de facilitar l'anàlisi s'han eliminat quatre categories (home o dona amb fills, altre adult, fills sols i altres situacions ) que en total suposen un 7% dels casos.

### 3.7.4.- El tipus d'establiment de compra de secs i conserves encreuat amb qui compra alimentació

De les categories més importants<sup>18</sup>, l'autoservei és l'establiment al qual la dona va més sola i l'hipermercat on es va més en parella.

L'home sol és més freqüent que la mitjana en la botiga tradicional i en l'especialitzada.

**Taula 109.- Tipus establiment de compra de secs i conserves per qui compra alimentació<sup>19</sup>**

| % Horitzontals           | TOTAL      | DONA      | HOME     | PARELLA   |
|--------------------------|------------|-----------|----------|-----------|
| <b>TOTAL</b>             | <b>621</b> | <b>60</b> | <b>8</b> | <b>25</b> |
| V43TCSECS                | 621        |           |          |           |
| BOTIGA TRADICIONAL       | 32         | 59        | 19       | 16        |
| BOTIGA ESPECIALITZADA    | 46         | 61        | 11       | 26        |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL  |            |           |          |           |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZ. | 1          |           |          | 100       |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI  | 225        | 67        | 7        | 21        |
| DISCOUNT                 | 30         | 47        | 3        | 43        |
| HIPERMERCAT              | 219        | 57        | 6        | 30        |
| MERCAT MUNICIPAL         | 37         | 62        | 5        | 24        |
| MERCADILLO (M.AMBULANT)  | 2          |           | 50       |           |
| GRAN MAGATZEM            | 2          | 50        | 50       |           |
| ALTRES                   |            |           |          |           |
| NO COMPRA                | 22         | 64        | 9        | 14        |
| AUTOCONSUM               | 5          |           | 40       | 40        |

### 3.7.5.- La compra d'alimentació fresca (peix) per diverses categories de sexe i activitat

No es pot parlar de diferències massa significatives en la compra de peix en funció de les categories de sexe i activitat. Podem apuntar que la dona que treballa és la qui percentualment compra menys peix al propi barri i també al Barri Antic<sup>20</sup>; d'altra banda, presenta freqüències més altes que els altres grups en la categoria de la resta de Manresa.

La categoria home i la dona mestressa de casa presenten freqüències molt semblants. Pel que fa a les persones jubilades i pensionistes, és el grup amb més presència en el propi barri i menys presència a les àrees d'hipermercats, sobretot de Carrefour.

Per tipus d'establiment, el conjunt de botiga especialitzada i tradicional es força semblant en els quatre grups, del 38% dels homes al 30% de la dona que treballa.

L'autoservei i el superservei són els tipus d'establiment més utilitzats per la dona que treballa (26%), però també per les persones jubilades (24%) i menys pels altres dos grups (16%).

<sup>18</sup> Agafant més de 30 casos.

<sup>19</sup> A efectes de facilitar l'anàlisi s'han eliminat quatre categories (home o dona amb fills, altre adult, fills sols i altres situacions) que en total suposen només un 7% dels casos.

<sup>20</sup> El pes més important de la compra de peix al Barri Antic està relacionada amb el mercat municipal de Puigmercadal.

Com ja hem vist abans, l'hipermercat és important en els tres primers grups, però molt menys important en el grup de persones jubilades.

Finalment, el mercat municipal quantitativament presenta les freqüències més altes, en especial als grups de dona mestressa de casa i persones jubilades.

**Taula 110.- La compra de peix segons algunes categories de sexe i activitat**

| % Verticals                  | HOME | DONA QUE TREBALLA | DONA, MESTRESSA CASA | JUBILATS I PENS. (H+D) |
|------------------------------|------|-------------------|----------------------|------------------------|
| TOTAL CASOS                  | 135  | 180               | 86                   | 204                    |
| LOCALITZACIÓ COMPRA PEIX     |      |                   |                      |                        |
| V11LGPEIX                    |      |                   |                      |                        |
| PROPI BARRI                  | 53   | 49                | 55                   | 60                     |
| BARRI ANTIC                  | 13   | 8                 | 13                   | 13                     |
| PASSEIG, GUIMERA, RODALIES   | 4    | 6                 | 1                    | 4                      |
| AREA CARREFOUR MANRESA       | 12   | 12                | 10                   | 3                      |
| RESTA MANRESA                | 13   | 18                | 16                   | 14                     |
| AREA CHAMPION , ST. FRUITÓS  | 6    | 6                 | 3                    | 3                      |
| NO COMPRA /NP                |      | 2                 |                      |                        |
|                              |      |                   |                      |                        |
| TIPUS COMERÇ COMPRA PEIX     |      |                   |                      |                        |
| BOTIGA TRADICIONAL           | 11   | 13                | 9                    | 7                      |
| BOTIGA ESPECIALITZADA        | 27   | 17                | 26                   | 26                     |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL      |      |                   |                      |                        |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA   |      |                   |                      |                        |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI      | 16   | 26                | 16                   | 24                     |
| DISCOUNT                     | 1    | 2                 |                      | 1                      |
| HIPERMERCAT                  | 19   | 18                | 14                   | 6                      |
| MERCAT MUNICIPAL             | 23   | 23                | 34                   | 33                     |
| MERCADILLO (MERCAT AMBULANT) | 2    |                   | 1                    | 1                      |
| GRAN MAGATZEM                |      |                   |                      |                        |
| NO COMPRA                    | 1    | 1                 |                      |                        |

### 3.7.6.- La compra d'alimentació seca i conserves per diverses categories de sexe i activitat

Una vegada més, la dona que treballa té comportaments de compra un xic diferents i presenta el percentatge de compra en el propi barri més baix: 29% contra un 42% de la mestressa de casa o el 49% de les persones jubilades.

L'altra grup amb diferències importants és precisament el de les persones jubilades, sobretot pel que fa a la menor compra en les àrees d'hipermercats (a la zona Carrefour menys de la meitat que els altres grups).

De l'anàlisi dels tipus d'establiment destaquem que els homes van menys que els altres grups a l'autoservei i més a botigues especialitzades o tradicionals i que el format hipermercat és dels més utilitzats en els tres primers grups i molt més baix entre les persones jubilades.

**Taula 111.- La compra d'alimentació seca i conserves per diverses categories de sexe i activitat**

| % Verticals                          | HOME | DONA QUE TREBALLA | DONA , MESTRESSA DE CASA | JUBILATS I PENS. (H+D) |
|--------------------------------------|------|-------------------|--------------------------|------------------------|
| TOTAL CASOS                          | 135  | 180               | 86                       | 204                    |
| LOCALITZACIÓ COMPRA SECS I CONSERVES |      |                   |                          |                        |
| V13LGSECS                            |      |                   |                          |                        |
| PROPI BARRI                          | 36   | 29                | 42                       | 49                     |
| BARRI ANTIC                          | 2    | 3                 | 1                        | 3                      |
| PASSEIG, GUIMERA, RODALIES           | 4    | 6                 | 5                        | 3                      |
| AREA CARREFOUR MANRESA               | 32   | 32                | 35                       | 14                     |
| RESTA MANRESA                        | 10   | 14                | 14                       | 12                     |
| AREA CHAMPION , ST. FRUITÓS          | 11   | 13                | 3                        | 6                      |
| NO COMPRA /NP                        | 4    | 2                 |                          | 10                     |
| NO CONTESTA                          |      |                   |                          |                        |
|                                      |      |                   |                          |                        |
| TIPUS COMERÇ COMPRA SECS I CONSER.   |      |                   |                          |                        |
| V43TCSECS                            | 135  | 180               | 86                       | 204                    |
| BOTIGA TRADICIONAL                   | 8    | 4                 | 3                        | 5                      |
| BOTIGA ESPECIALITZADA                | 10   | 4                 | 8                        | 9                      |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL              |      |                   |                          |                        |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA           |      | 1                 |                          |                        |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI              | 27   | 37                | 41                       | 40                     |
| DISCOUNT                             | 2    | 3                 | 3                        | 8                      |
| HIPERMERCAT                          | 43   | 44                | 38                       | 20                     |
| MERCAT MUNICIPAL                     | 4    | 5                 | 6                        | 8                      |
| MERCADILLO (MERCAT AMBULANT)         | 1    |                   |                          |                        |
| GRAN MAGATZEM                        | 1    | 1                 |                          |                        |
| NO COMPRA                            | 2    | 2                 |                          | 9                      |
| NO CONTESTA                          |      |                   |                          |                        |

### 3.8.- ANÀLISI DEL PERCENTATGE DE COMPRA DE CADA GRUP DE PRODUCTES SEGONS EL LLOC ON ES REALITZA

Mitjançant la transposició<sup>21</sup> del conjunt de variables de compra de diversos grups de productes (variables V9 a V38) amb les categories del lloc on compren, podem crear noves variables que ens permeten mostrar el percentatge de cada grup de productes que es declara comprar a cada lloc. Aquesta informació està ja disponible en les diverses taules de compra de cada grup de productes, però aquest procés ens permet visualitzar-les de forma agrupada, ara no per les variables originals sinó per cada lloc on s'efectua la compra.

#### 3.8.1.- Les compres en el propi barri

El pa i els seus derivats són els productes amb un percentatge més elevat de compra en el propi barri (que es coneix com a comerç de proximitat). Són també importants la resta de productes alimentaris perennes com la fruita i verdura (62%), la carn (56%), el peix (55%) i la xarcuteria (54%).

El comerç de proximitat és bàsicament de productes alimentaris i en especial alimentaris frescos.

**Taula 112.- Les compres en el propi barri**

| PROPI BARRI       | Freqüències | Percentatge |
|-------------------|-------------|-------------|
| DESAVAR_11        | 621         | 100         |
| V9LGFRUITA        | 384         | 62          |
| V10LGCARN         | 350         | 56          |
| V11LGPEIX         | 342         | 55          |
| V12LGXARCU        | 337         | 54          |
| V13LGSECS         | 242         | 39          |
| V14LGBEGUDES      | 243         | 39          |
| V15LCPA           | 552         | 89          |
| V16LCDROGUERIA    | 266         | 43          |
| V17LCPERFUMERIA   | 256         | 41          |
| V18LGEXTTEHOME    | 62          | 10          |
| V19LGEXTEDONA     | 69          | 11          |
| V20LGEXTENEN      | 33          | 5           |
| V21LGSABATADULT   | 87          | 14          |
| V22LGSABATANEN    | 36          | 6           |
| V23LGROBAINTERIOR | 139         | 22          |
| V24LGJOIERIA      | 48          | 8           |
| V25LGTEXTILLAR    | 80          | 13          |
| V26LGMOBLES       | 50          | 8           |
| V27LGMENAGE       | 59          | 10          |
| V28LGELECTRO      | 50          | 8           |
| V29LGINFORMATICA  | 24          | 4           |
| V30LGBRICOLAGE    | 38          | 6           |
| V31LGJARDINERIA   | 37          | 6           |
| V32LGAUTOMOBIL    | 7           | 1           |
| V33LGRECANVI      | 7           | 1           |
| V34LGLLIBRES      | 36          | 6           |
| V35LGDISCOS       | 33          | 5           |
| V36LGJOGUINES     | 25          | 4           |
| V37LGESPORTS      | 22          | 4           |
| V38LGREGALS       | 54          | 9           |

<sup>21</sup> A partir de n variables amb k categories iguals, es generen k variables amb n categories.

### 3.8.2.- Les compres al Barri Antic

El Barri Antic presenta percentatges baixos en tots els productes, però cal destacar els productes frescos i en especial el peix (12%) i la carn (9%). S'explica per l'important pes del mercat municipal de Puigmercadal.

**Taula 113.- Les compres en el Barri Antic**

| <b>BARRI ANTIC</b> | <b>Freqüències</b> | <b>Percentatge</b> |
|--------------------|--------------------|--------------------|
| DESAVAR_12         | 621                | <b>100</b>         |
| V9LGFRUITA         | 41                 | <b>7</b>           |
| V10LGCARN          | 55                 | <b>9</b>           |
| V11LGPEIX          | 73                 | <b>12</b>          |
| V12LGXARCU         | 50                 | <b>8</b>           |
| V13LGSECS          | 17                 | <b>3</b>           |
| V14LGBEGUDES       | 10                 | <b>2</b>           |
| V15LCPA            | 7                  | <b>1</b>           |
| V16LCDROGUERIA     | 5                  | <b>1</b>           |
| V17LCPERFUMERIA    | 5                  | <b>1</b>           |
| V18LGEXTTEHOME     | 1                  | <b>0</b>           |
| V19LGEXTEDONA      | 3                  | <b>0</b>           |
| V20LGEXTENEN       | 2                  | <b>0</b>           |
| V21LGSABATADULT    | 8                  | <b>1</b>           |
| V22LGSABATANEN     | 3                  | <b>0</b>           |
| V23LGROBAINTERIOR  | 4                  | <b>1</b>           |
| V24LGJOIERIA       | 2                  | <b>0</b>           |
| V25LGTEXTILLAR     | 2                  | <b>0</b>           |
| V26LGMOBLES        | 3                  | <b>0</b>           |
| V27LGMENAGE        | 7                  | <b>1</b>           |
| V28LGELECTRO       | 10                 | <b>2</b>           |
| V29LGINFORMATICA   | 4                  | <b>1</b>           |
| V30LGBRICOLAGE     | 1                  | <b>0</b>           |
| V31LGJARDINERIA    | 12                 | <b>2</b>           |
| V32LGAUTOMOBIL     | 2                  | <b>0</b>           |
| V33LGRECANVI       | 2                  | <b>0</b>           |
| V34LGLLIBRES       | 1                  | <b>0</b>           |
| V35LGDISCOS        | 6                  | <b>1</b>           |
| V36LGJOGUINES      | 3                  | <b>0</b>           |
| V37LGESPORTS       | 2                  | <b>0</b>           |
| V38LGREGALS        | 2                  | <b>0</b>           |

### 3.8.3.- Les compres al Passeig, carrer Guimerà i rodalies

Aquesta és la zona de l'equipament personal: sabateria, roba exterior i interior tant d'home com de dona o d'infants<sup>22</sup>.

En aquesta zona es realitza la compra més important d'electrodomèstics i objectes de regal, però també pràcticament la meitat de les compres que es fan de joieria, tèxtil llar, *menage* de la llar, llibres, discos, informàtica, esports o joguines.<sup>23</sup>

**Taula 114.- Les compres al Passeig, Guimerà i rodalies**

| <b>PASSEIG, GUIMERA, RODALIES</b> | <b>Freqüències</b> | <b>Percentatge</b> |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|
| DESAVAR_13                        | 621                | 100                |
| V9LGFRUITA                        | 19                 | 3                  |
| V10LG CARN                        | 30                 | 5                  |
| V11LGPEIX                         | 27                 | 4                  |
| V12LGXARCU                        | 21                 | 3                  |
| V13LGSECS                         | 31                 | 5                  |
| V14LGBEGUDES                      | 34                 | 5                  |
| V15LCPA                           | 11                 | 2                  |
| V16LCDROGUERIA                    | 58                 | 9                  |
| V17LCPERFUMERIA                   | 95                 | 15                 |
| V18LGEXTHOME                      | 395                | 64                 |
| V19LGEXTEDONA                     | 411                | 66                 |
| V20LGEXTENEN                      | 194                | 31                 |
| V21LGSABATADULT                   | 446                | 72                 |
| V22LGSABATANEN                    | 196                | 32                 |
| V23LGROBAINTERIOR                 | 383                | 62                 |
| V24LGJOIERIA                      | 217                | 35                 |
| V25LGTEXTILLAR                    | 218                | 35                 |
| V26LGMOBLES                       | 230                | 37                 |
| V27LG MENAGE                      | 222                | 36                 |
| V28LGELECTRO                      | 345                | 56                 |
| V29LGINFORMATICA                  | 150                | 24                 |
| V30LG BRICOLAGE                   | 87                 | 14                 |
| V31LGJARDINERIA                   | 36                 | 6                  |
| V32LGAUTOMOBIL                    | 13                 | 2                  |
| V33LGRECANVI                      | 26                 | 4                  |
| V34LGLLIBRES                      | 236                | 38                 |
| V35LGDISCOS                       | 184                | 30                 |
| V36LGJOGUINES                     | 108                | 17                 |
| V37LGESPORTS                      | 196                | 32                 |
| V38LGREGALS                       | 396                | 64                 |

<sup>22</sup> Cal tenir present que els percentatges estan calculats sobre tots els entrevistats i no únicament dels qui compren aquell producte, per tant, quan les freqüències de compra de roba o sabates d'infants estan al voltant del 30% s'ha d'interpretar que la gran majoria dels qui compren aquests productes ho fan en aquesta zona, perquè, de fet, menys de la meitat de la població entrevistada comprava roba o sabates d'infant.

<sup>23</sup> El mateix raonament de la nota anterior és aplicable en aquest cas.

### 3.8.4.- Les compres a l'àrea de Carrefour Manresa (polígon els Trullols)

Aquest tipus de compra acumula més d'una quarta part de les compres de secs i conserves, begudes, drogueria i perfumeria.

Són importants les compres de discos, *menage* de la llar, esports, electrodomèstics i joguines.

L'alimentació fresca, en canvi, suposa un percentatge menor (menys del 10%) del total de les compres d'alimentació fresca dels manresans i manresanes.

**Taula 115.- Les compres a l'àrea de Carrefour Manresa**

| AREA CARREFOUR MANRESA | Freqüències | Percentatge |
|------------------------|-------------|-------------|
| DESAVAR_14             | 621         | 100         |
| V9LGFRUITA             | 54          | 9           |
| V10LGCARN              | 51          | 8           |
| V11LGPEIX              | 55          | 9           |
| V12LGXARCU             | 58          | 9           |
| V13LGSECS              | 167         | 27          |
| V14LGBEGUDES           | 171         | 28          |
| V15LCPA                | 17          | 3           |
| V16LCDROGUERIA         | 142         | 23          |
| V17LCPERFUMERIA        | 126         | 20          |
| V18LGEXTHOME           | 11          | 2           |
| V19LGEXTEDONA          | 9           | 1           |
| V20LGEXTENEN           | 7           | 1           |
| V21LGSABATADULT        | 13          | 2           |
| V22LGSABATANEN         | 7           | 1           |
| V23LGROBAINTERIOR      | 18          | 3           |
| V24LGJOIERIA           | 14          | 2           |
| V25LGTEXTILLAR         | 53          | 9           |
| V26LGMOBLES            | 18          | 3           |
| V27LGMENAGE            | 90          | 14          |
| V28LGELECTRO           | 59          | 10          |
| V29LGINFORMATICA       | 29          | 5           |
| V30LGBRICOLAGE         | 54          | 9           |
| V31LGJARDINERIA        | 28          | 5           |
| V32LGAUTOMOBIL         | 2           | 0           |
| V33LGRECANVI           | 8           | 1           |
| V34LGLLIBRES           | 33          | 5           |
| V35LGDISCOS            | 98          | 16          |
| V36LGJOGUINES          | 55          | 9           |
| V37LGESPORTS           | 71          | 11          |
| V38LGREGALS            | 50          | 8           |

### 3.8.5.- Les compres a la resta de Manresa

Suposa les compres especialment a autoserveis, superserveis i botigues especialitzades de les zones de Manresa tret del Passeig–carrer Guimerà, Barri Antic, Polígon dels Trullols o del propi barri de l'entrevistat.

Acumula un important percentatge de l'alimentació (entre el 12% i el 15%) i en especial de l'alimentació fresca.

És la zona de compra de l'automòbil i els seus recanvis. Són també molt significatius els percentatges que suposen la compra de mobles, jardineria i informàtica.

**Taula 116.- Compres a la resta de Manresa**

| <b>RESTA MANRESA</b> | <b>Freqüències</b> | <b>Percentatge</b> |
|----------------------|--------------------|--------------------|
| DESAVAR_15           | 621                | <b>100</b>         |
| V9LGFRUITA           | 93                 | <b>15</b>          |
| V10LGCARN            | 81                 | <b>13</b>          |
| V11LGPEIX            | 85                 | <b>14</b>          |
| V12LGXARCU           | 89                 | <b>14</b>          |
| V13LGSECS            | 76                 | <b>12</b>          |
| V14LGBEGUDES         | 75                 | <b>12</b>          |
| V15LCPA              | 18                 | <b>3</b>           |
| V16LCDROGUERIA       | 72                 | <b>12</b>          |
| V17LCPERFUMERIA      | 66                 | <b>11</b>          |
| V18LGEXTHOME         | 20                 | <b>3</b>           |
| V19LGEXTEDONA        | 21                 | <b>3</b>           |
| V20LGEXTENEN         | 9                  | <b>1</b>           |
| V21LGSABATADULT      | 14                 | <b>2</b>           |
| V22LGSABATANEN       | 5                  | <b>1</b>           |
| V23LGROBAINTERIOR    | 22                 | <b>4</b>           |
| V24LGJOIERIA         | 15                 | <b>2</b>           |
| V25LGTEXTILLAR       | 42                 | <b>7</b>           |
| V26LGMOBLES          | 86                 | <b>14</b>          |
| V27LGMENAGE          | 48                 | <b>8</b>           |
| V28LGELECTRO         | 46                 | <b>7</b>           |
| V29LGINFORMATICA     | 68                 | <b>11</b>          |
| V30LGBRICOLAGE       | 52                 | <b>8</b>           |
| V31LGJARDINERIA      | 93                 | <b>15</b>          |
| V32LGAUTOMOBIL       | 395                | <b>64</b>          |
| V33LGRECANVI         | 391                | <b>63</b>          |
| V34LGLLIBRES         | 26                 | <b>4</b>           |
| V35LGDISCOS          | 22                 | <b>4</b>           |
| V36LGJOGUINES        | 47                 | <b>8</b>           |
| V37LGESPORTS         | 40                 | <b>6</b>           |
| V38LGREGALS          | 15                 | <b>2</b>           |

### 3.8.6. - La compra a l'àrea de Champion de Sant Fruitós

Suposa un percentatge força més baix que l'altre hipermercat analitzat. L'alimentació és el seu fort, amb predomini de productes secs, conserves i begudes.

Sembla raonable pensar que una part de la clientela manresana de Champion ha escollit comprar al supermercat de la mateixa marca instal·lat fa poc a la plaça de la Creu de Manresa.

**Taula 117.- La compra a l'àrea de Champion de Sant Fruitós**

| AREA CHAMPION, ST.FRUITÓS | Freqüències | Percentatge |
|---------------------------|-------------|-------------|
| DESAVAR_16                | 621         | 100         |
| V9LGFRUITA                | 26          | 4           |
| V10LGCARN                 | 33          | 5           |
| V11LGPEIX                 | 31          | 5           |
| V12LGXARCU                | 37          | 6           |
| V13LGSECS                 | 55          | 9           |
| V14LGBEGUDES              | 61          | 10          |
| V15LCPA                   | 7           | 1           |
| V16LCDROGUERIA            | 46          | 7           |
| V17LCPERFUMERIA           | 36          | 6           |
| V18LGEXTHOME              | 8           | 1           |
| V19LGEXTEDONA             | 6           | 1           |
| V20LGEXTENEN              | 3           | 0           |
| V21LGSABATADULT           | 8           | 1           |
| V22LGSABATANEN            | 6           | 1           |
| V23LGROBAINTERIOR         | 4           | 1           |
| V24LGJOIERIA              |             |             |
| V25LGTEXTILLAR            | 14          | 2           |
| V26LGMOBLES               | 12          | 2           |
| V27LGMENAGE               | 15          | 2           |
| V28LGELECTRO              | 5           | 1           |
| V29LGINFORMATICA          | 1           | 0           |
| V30LGBRICOLAGE            | 3           | 0           |
| V31LGJARDINERIA           | 3           | 0           |
| V32LGAUTOMOBIL            | 12          | 2           |
| V33LGRECANVI              | 7           | 1           |
| V34LGLLIBRES              | 1           | 0           |
| V35LGDISCOS               | 3           | 0           |
| V36LGJOGUINES             | 1           | 0           |
| V37LGESPORTS              | 3           | 0           |
| V38LGREGALS               | 1           | 0           |

### 3.8.7.- Les compres a altres ciutats

Són molt poc rellevants i únicament es pot destacar el paper de Barcelona ciutat.

A Barcelona es compra una part de l'equipament personal, al voltant del 45% de roba i calçat. Cal remarcar un percentatge interessant de discos, llibres i informàtica (suposen entre el 5% i el 10% dels qui realment compren aquests productes).

**Taula 118.- Les compres a Barcelona ciutat**

| <b>BARCELONA</b>  | <b>Freqüències</b> | <b>Percentatge</b> |
|-------------------|--------------------|--------------------|
| DESAVAR_17        | 621                | <b>100</b>         |
| V9LGFRUITA        |                    |                    |
| V10LGCARN         |                    |                    |
| V11LGPEIX         | 1                  | <b>0</b>           |
| V12LGXARCU        |                    |                    |
| V13LGSECS         |                    |                    |
| V14LGBEGUDES      |                    |                    |
| V15LCPA           |                    |                    |
| V16LCDROGUERIA    | 3                  | <b>0</b>           |
| V17LCPERFUMERIA   | 4                  | <b>1</b>           |
| V18LGEXTHOME      | 28                 | <b>5</b>           |
| V19LGEXTEDONA     | 31                 | <b>5</b>           |
| V20LGEXTENEN      | 17                 | <b>3</b>           |
| V21LGSABATADULT   | 24                 | <b>4</b>           |
| V22LGSABATANEN    | 13                 | <b>2</b>           |
| V23LGROBAINTERIOR | 9                  | <b>1</b>           |
| V24LGJOIERIA      | 4                  | <b>1</b>           |
| V25LGTEXTILLAR    | 15                 | <b>2</b>           |
| V26LGMOBLES       | 24                 | <b>4</b>           |
| V27LGMENAGE       | 14                 | <b>2</b>           |
| V28LGELECTRO      | 11                 | <b>2</b>           |
| V29LGINFORMATICA  | 30                 | <b>5</b>           |
| V30LGBRICOLAGE    | 10                 | <b>2</b>           |
| V31LGJARDINERIA   | 6                  | <b>1</b>           |
| V32LGAUTOMOBIL    | 13                 | <b>2</b>           |
| V33LGRECANVI      | 7                  | <b>1</b>           |
| V34LGLLIBRES      | 34                 | <b>5</b>           |
| V35LGDISCOS       | 40                 | <b>6</b>           |
| V36LGJOGUINES     | 13                 | <b>2</b>           |
| V37LGESPORTS      | 14                 | <b>2</b>           |
| V38LGREGALS       | 13                 | <b>2</b>           |



### 3.9.- ANÀLISI DELS PERCENTATGES DE COMPRA DE CADA GRUP DE PRODUCTES SEGONS LA TIPOLOGIA D'ESTABLIMENT

#### 3.9.1.- Les compres en botiga tradicional

Són sobretot de productes alimentaris frescos: pa, fruita, verdura, carn, peix i xarcuteria.

**Taula 119.- Les compres en botiga tradicional**

|                           | Freqüències | Percentatge |
|---------------------------|-------------|-------------|
| <b>BOTIGA TRADICIONAL</b> |             |             |
| DESAVAR_1131              | 621         | <b>100</b>  |
| V39TCFRUITA               | 97          | <b>16</b>   |
| V40TCCARN                 | 77          | <b>12</b>   |
| V41TCPEIX                 | 67          | <b>11</b>   |
| V42TCXARCUTERIA           | 60          | <b>10</b>   |
| V43TCSECS                 | 32          | <b>5</b>    |
| V44TCBEGUDES              | 39          | <b>6</b>    |
| V45TCPA                   | 323         | <b>52</b>   |
| V46TCDROGUERIA            | 27          | <b>4</b>    |
| V47TCPERFUMERIA           | 22          | <b>4</b>    |
| V48TCEXTEHOME             | 5           | <b>1</b>    |
| V49TCEXTEDONA             | 9           | <b>1</b>    |
| V50TCEXTENEN              | 5           | <b>1</b>    |
| V51TCSABATADULT           | 9           | <b>1</b>    |
| V52TCSABATANEN            | 3           | <b>0</b>    |
| V53TCROBAINTERIOR         | 15          | <b>2</b>    |
| V54TCJOIERIA              | 2           | <b>0</b>    |
| V55TCTEXTILLAR            | 8           | <b>1</b>    |
| V56TCMOBLE                | 3           | <b>0</b>    |
| V57TCMENAGE               | 6           | <b>1</b>    |
| V58TCELECTRO              | 2           | <b>0</b>    |
| V59TCINFORMATICA          |             |             |
| V60TCBRICOLAGE            | 3           | <b>0</b>    |
| V61TCJARDINERIA           |             |             |
| V62TCAUTOMOBIL            |             |             |
| V63TCRECANVIS             |             |             |
| V64TCLLIBRES              | 1           | <b>0</b>    |
| V65TCDISCOS               | 1           | <b>0</b>    |
| V66TCJOGUINES             | 1           | <b>0</b>    |
| V67TCESPORTS              |             |             |
| V68TCREGALS               | 10          | <b>2</b>    |

### 3.9.2.- Les compres en botiga especialitzada

És un dels formats comercials dominants, en especial pel que fa a equipament personal (roba, calçat, etc.), però també en electrodomèstics, objectes de regal, joieria, mobles, llibres, discos i informàtica.

Pràcticament una quarta part de l'alimentació fresca es compra en botiga especialitzada, en canvi només s'hi compra un 6–7% de l'alimentació seca i begudes.

**Taula 120.- Les compres en botiga especialitzada**

|                              | Freqüències | Percentatge |
|------------------------------|-------------|-------------|
| <b>BOTIGA ESPECIALITZADA</b> |             |             |
| DESAVAR_1132                 | 621         | 100         |
| V39TCFRUITA                  | 146         | 24          |
| V40TCCARN                    | 153         | 25          |
| V41TCPEIX                    | 145         | 23          |
| V42TCXARCUTERIA              | 143         | 23          |
| V43TCSECS                    | 46          | 7           |
| V44TCBEGUDES                 | 36          | 6           |
| V45TCPA                      | 211         | 34          |
| V46TCDROGUERIA               | 86          | 14          |
| V47TCPERFUMERIA              | 132         | 21          |
| V48TCEXTHOME                 | 477         | 77          |
| V49TCEXTEDONA                | 501         | 81          |
| V50TCEXTENEN                 | 234         | 38          |
| V51TCSABATADULT              | 562         | 90          |
| V52TCSABATANEN               | 242         | 39          |
| V53TCROBAINTERIOR            | 527         | 85          |
| V54TCJOIERIA                 | 282         | 45          |
| V55TCTEXTILLAR               | 318         | 51          |
| V56TCMOBLE                   | 370         | 60          |
| V57TCMENAGE                  | 314         | 51          |
| V58TCELECTRO                 | 447         | 72          |
| V59TCINFORMATICA             | 272         | 44          |
| V60TCBRICOLAGE               | 165         | 27          |
| V61TCJARDINERIA              | 149         | 24          |
| V62TCAUTOMOBIL               | 445         | 72          |
| V63TCRECANVIS                | 412         | 66          |
| V64TCLLIBRES                 | 325         | 52          |
| V65TCDISCOS                  | 267         | 43          |
| V66TCJOGUINES                | 185         | 30          |
| V67TCESPORTS                 | 267         | 43          |
| V68TCREGALS                  | 441         | 71          |

### 3.9.3. - La compra en botiga de centre comercial

Se centra sobretot en objectes de regal.

**Taula 121.- La compra en botiga de centre comercial**

|                                | Freqüències | Percentatge |
|--------------------------------|-------------|-------------|
| <b>BOTIGA CENTRE COMERCIAL</b> |             |             |
| DESAVAR_1133                   | 621         | 100         |
| V39TCFRUITA                    |             |             |
| V40TCCARN                      | 1           | 0           |
| V41TCPEIX                      |             |             |
| V42TCXARCUTERIA                | 1           | 0           |
| V43TCSECS                      |             |             |
| V44TCBEGUDES                   | 1           | 0           |
| V45TCPA                        |             |             |
| V46TCDROGUERIA                 | 2           | 0           |
| V47TCPERFUMERIA                | 4           | 1           |
| V48TCEXTEHOME                  | 6           | 1           |
| V49TCEXTEDONA                  | 6           | 1           |
| V50TCEXTENEN                   | 2           | 0           |
| V51TCSABATADULT                | 6           | 1           |
| V52TCSABATANEN                 | 3           | 0           |
| V53TCROBAINTERIOR              | 6           | 1           |
| V54TCJOIERIA                   | 6           | 1           |
| V55TCTEXTILLAR                 | 3           | 0           |
| V56TCMOBLE                     | 3           | 0           |
| V57TCMENAGE                    | 2           | 0           |
| V58TCELECTRO                   | 3           | 0           |
| V59TCINFORMATICA               | 3           | 0           |
| V60TCBRICOLAGE                 | 1           | 0           |
| V61TCJARDINERIA                | 2           | 0           |
| V62TCAUTOMOBIL                 |             |             |
| V63TCRECANVIS                  | 3           | 0           |
| V64TCLLIBRES                   | 4           | 1           |
| V65TCDISCOS                    | 4           | 1           |
| V66TCJOGUINES                  | 2           | 0           |
| V67TCESPORTS                   | 4           | 1           |
| V68TCREGALS                    | 32          | 5           |

### 3.9.4. - La compra en gran botiga especialitzada

És més rellevant en mobles i esports. Amb menys pes trobem el *menage* de la llar.

**Taula 122.- La compra en gran botiga especialitzada**

|                                   | Freqüències | Percentatge |
|-----------------------------------|-------------|-------------|
| <b>GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA</b> |             |             |
| DESAVAR_1134                      | 621         | 100         |
| V39TCFRUITA                       |             |             |
| V40TCCARN                         |             |             |
| V41TCPEIX                         | 1           | 0           |
| V42TCXARCUTERIA                   | 1           | 0           |
| V43TCSECS                         | 1           | 0           |
| V44TCBEGUDES                      | 1           | 0           |
| V45TCPA                           |             |             |
| V46TCDROGUERIA                    | 3           | 0           |
| V47TCPERFUMERIA                   | 2           | 0           |
| V48TCEXTEHOME                     | 10          | 2           |
| V49TCEXTEDONA                     | 12          | 2           |
| V50TCEXTENEN                      | 6           | 1           |
| V51TCSABATADULT                   | 4           | 1           |
| V52TCSABATANEN                    | 1           | 0           |
| V53TCROBAINTERIOR                 | 3           | 0           |
| V54TCJOIERIA                      | 1           | 0           |
| V55TCTEXTILLAR                    | 15          | 2           |
| V56TCMOBLE                        | 49          | 8           |
| V57TCMENAGE                       | 22          | 4           |
| V58TCELECTRO                      | 17          | 3           |
| V59TCINFORMATICA                  | 15          | 2           |
| V60TCBRICOLAGE                    | 19          | 3           |
| V61TCJARDINERIA                   | 9           | 1           |
| V62TCAUTOMOBIL                    | 17          | 3           |
| V63TCRECANVIS                     | 16          | 3           |
| V64TCLLIBRES                      | 6           | 1           |
| V65TCDISCOS                       | 9           | 1           |
| V66TCJOGUINES                     | 9           | 1           |
| V67TCESPORTS                      | 44          | 7           |
| V68TCREGALS                       | 5           | 1           |

### 3.9.5.- La compra en autoservei i superservei

Concentració clara en alimentació, drogueria i perfumeria.

És un format molt important en aquests grups de productes, pràcticament una quarta part de l'alimentació fresca (tret del pa) i una tercera part de l'alimentació seca i les begudes. També una tercera part de drogueria i perfumeria.

**Taula 123.- La compra en autoservei i superservei**

|                                | Freqüències | Percentatge |
|--------------------------------|-------------|-------------|
| <b>AUTOSERVEI, SUPERSERVEI</b> |             |             |
| DESAVAR_1135                   | 621         | <b>100</b>  |
| V39TCFRUITA                    | 139         | <b>22</b>   |
| V40TCCARN                      | 141         | <b>23</b>   |
| V41TCPEIX                      | 133         | <b>21</b>   |
| V42TCXARCUTERIA                | 152         | <b>24</b>   |
| V43TCSECS                      | 225         | <b>36</b>   |
| V44TCBEGUDES                   | 233         | <b>38</b>   |
| V45TCPA                        | 45          | <b>7</b>    |
| V46TCDROGUERIA                 | 197         | <b>32</b>   |
| V47TCPERFUMERIA                | 177         | <b>29</b>   |
| V48TCEXTEHOME                  |             |             |
| V49TCEXTEDONA                  |             |             |
| V50TCEXTENEN                   |             |             |
| V51TCSABATADULT                |             |             |
| V52TCSABATANEN                 |             |             |
| V53TCROBAINTERIOR              |             |             |
| V54TCJOIERIA                   |             |             |
| V55TCTEXTILLAR                 | 12          | <b>2</b>    |
| V56TCMOBLE                     | 1           | <b>0</b>    |
| V57TCMENAGE                    | 15          | <b>2</b>    |
| V58TCELECTRO                   |             |             |
| V59TCINFORMATICA               |             |             |
| V60TCBRICOLAGE                 | 2           | <b>0</b>    |
| V61TCJARDINERIA                | 2           | <b>0</b>    |
| V62TCAUTOMOBIL                 |             |             |
| V63TCRECANVIS                  | 19          | <b>3</b>    |
| V64TCLLIBRES                   |             |             |
| V65TCDISCOS                    | 1           | <b>0</b>    |
| V66TCJOGUINES                  |             |             |
| V67TCESPORTS                   | 1           | <b>0</b>    |
| V68TCREGALS                    |             |             |

### 3.9.6.- La compra en establiments tipus *discount*

Quantitativament poc important i amb les mateixes categories que l'autoservei. En comparació amb l'autoservei, el pes de l'alimentació fresca és baixíssim i una mica més gran a l'alimentació seca i begudes (5%). On presenta bons resultats és en els apartats de drogueria i perfumeria.

**Taula 124.- La compra en *discount***

|                   | Freqüències | Percentatge |
|-------------------|-------------|-------------|
| <b>DISCOUNT</b>   |             |             |
| DESAVAR_1136      | 621         | <b>100</b>  |
| V39TCFRUITA       | 9           | <b>1</b>    |
| V40TCCARN         | 14          | <b>2</b>    |
| V41TCPEIX         | 7           | <b>1</b>    |
| V42TCXARCUTERIA   | 16          | <b>3</b>    |
| V43TCSECS         | 30          | <b>5</b>    |
| V44TCBEGUDES      | 34          | <b>5</b>    |
| V45TCPA           | 1           | <b>0</b>    |
| V46TCDROGUERIA    | 96          | <b>15</b>   |
| V47TCPERFUMERIA   | 96          | <b>15</b>   |
| V48TCEXTEHOME     | 1           | <b>0</b>    |
| V49TCEXTEDONA     |             |             |
| V50TCEXTENEN      |             |             |
| V51TCSABATADULT   | 1           | <b>0</b>    |
| V52TCSABATANEN    | 1           | <b>0</b>    |
| V53TCROBAINTERIOR |             |             |
| V54TCJOIERIA      |             |             |
| V55TCTEXTILLAR    | 2           | <b>0</b>    |
| V56TCMOBLE        |             |             |
| V57TCMENAGE       | 1           | <b>0</b>    |
| V58TCELECTRO      | 1           | <b>0</b>    |
| V59TCINFORMATICA  |             |             |
| V60TCBRICOLAGE    |             |             |
| V61TCJARDINERIA   |             |             |
| V62TCAUTOMOBIL    |             |             |
| V63TCRECANVIS     | 1           | <b>0</b>    |
| V64TCLLIBRES      |             |             |
| V65TCDISCOS       |             |             |
| V66TCJOGUINES     |             |             |
| V67TCESPORTS      |             |             |
| V68TCREGALS       |             |             |

### 3.9.7.- La compra en hipermercat

Els seus punts forts són l'alimentació seca i les begudes, així com drogueria i perfumeria. L'alimentació fresca no arriba als percentatges de la botiga especialitzada i l'autoservei, i es queda amb un 13-15% de les compres.

Poc pes del sector tèxtil i calçat i força important pel que fa a discos, *menage* de la llar, electrodomèstics, bricolatge i joguines.

**Taula 125.- La compra en hipermercat**

|                    | Freqüències | Percentatge |
|--------------------|-------------|-------------|
| <b>HIPERMERCAT</b> |             |             |
| DESAVAR_1137       | 621         | <b>100</b>  |
| V39TCFRUITA        | 80          | <b>13</b>   |
| V40TCCARN          | 84          | <b>14</b>   |
| V41TCPEIX          | 85          | <b>14</b>   |
| V42TCXARCUTERIA    | 93          | <b>15</b>   |
| V43TCSECS          | 219         | <b>35</b>   |
| V44TCBEGUDES       | 229         | <b>37</b>   |
| V45TCPA            | 26          | <b>4</b>    |
| V46TCDROGUERIA     | 179         | <b>29</b>   |
| V47TCPERFUMERIA    | 159         | <b>26</b>   |
| V48TCEXTEHOME      | 12          | <b>2</b>    |
| V49TCEXTEDONA      | 10          | <b>2</b>    |
| V50TCEXTENEN       | 7           | <b>1</b>    |
| V51TCSABATADULT    | 10          | <b>2</b>    |
| V52TCSABATANEN     | 7           | <b>1</b>    |
| V53TCROBAINTERIOR  | 19          | <b>3</b>    |
| V54TCJOIERIA       | 5           | <b>1</b>    |
| V55TCTEXTILLAR     | 57          | <b>9</b>    |
| V56TCMOBLE         | 20          | <b>3</b>    |
| V57TCMENAGE        | 100         | <b>16</b>   |
| V58TCELECTRO       | 60          | <b>10</b>   |
| V59TCINFORMATICA   | 31          | <b>5</b>    |
| V60TCBRICOLAGE     | 57          | <b>9</b>    |
| V61TCJARDINERIA    | 29          | <b>5</b>    |
| V62TCAUTOMOBIL     |             |             |
| V63TCRECANVIS      | 5           | <b>1</b>    |
| V64TCLLIBRES       | 33          | <b>5</b>    |
| V65TCDISCOS        | 99          | <b>16</b>   |
| V66TCJOGUINES      | 55          | <b>9</b>    |
| V67TCESPORTS       | 30          | <b>5</b>    |
| V68TCREGALS        | 43          | <b>7</b>    |

### 3.9.8. - La compra en els mercats municipals

Se centra en l'alimentació. Més d'una quarta part del peix és comprat en mercats municipals. També al voltant d'una cinquena part de l'alimentació fresca: carn, xarcuteria, fruita i verdura. Molt menor en la resta de productes.

**Taula 126.- La compra en els mercats municipals**

|                         | Freqüències | Percentatge |
|-------------------------|-------------|-------------|
| <b>MERCAT MUNICIPAL</b> |             |             |
| DESAVAR_1138            | 621         | <b>100</b>  |
| V39TCFRUITA             | 112         | <b>18</b>   |
| V40TCCARN               | 126         | <b>20</b>   |
| V41TCPEIX               | 171         | <b>28</b>   |
| V42TCXARCUTERIA         | 125         | <b>20</b>   |
| V43TCSECS               | 37          | <b>6</b>    |
| V44TCBEGUDES            | 21          | <b>3</b>    |
| V45TCPA                 | 5           | <b>1</b>    |
| V46TCDROGUERIA          | 4           | <b>1</b>    |
| V47TCPERFUMERIA         | 2           | <b>0</b>    |
| V48TCEXTEHOME           |             |             |
| V49TCEXTEDONA           |             |             |
| V50TCEXTENEN            |             |             |
| V51TCSABATADULT         |             |             |
| V52TCSABATANEN          |             |             |
| V53TCROBAINTERIOR       | 1           | <b>0</b>    |
| V54TCJOIERIA            |             |             |
| V55TCTEXTILLAR          | 4           | <b>1</b>    |
| V56TCMOBLE              | 1           | <b>0</b>    |
| V57TCMENAGE             |             |             |
| V58TCELECTRO            |             |             |
| V59TCINFORMATICA        |             |             |
| V60TCBRICOLAGE          |             |             |
| V61TCJARDINERIA         | 14          | <b>2</b>    |
| V62TCAUTOMOBIL          |             |             |
| V63TCRECANVIS           |             |             |
| V64TCLLIBRES            |             |             |
| V65TCDISCOS             |             |             |
| V66TCJOGUINES           |             |             |
| V67TCESPORTS            |             |             |
| V68TCREGALS             |             |             |

### 3.9.9.- La compra en mercat ambulant

Només és remarcable el 5% de la fruita i la verdura. Apareix algun percentatge, tot i que molt baix, de roba, en especial roba interior i exterior d'home, (2%) i també de jardineria (2%).

**Taula 127.- La compra en mercat ambulant**

| MERCADILLO (MERCAT AMBULANT) | Freqüències | Percentatge |
|------------------------------|-------------|-------------|
| DESAVAR_1139                 | 621         | 100         |
| V39TCFRUITA                  | 34          | 5           |
| V40TCCARN                    | 9           | 1           |
| V41TCPEIX                    | 6           | 1           |
| V42TCXARCUTERIA              | 6           | 1           |
| V43TCSECS                    | 2           | 0           |
| V44TCBEGUDES                 | 1           | 0           |
| V45TCPA                      | 1           | 0           |
| V46TCDROGUERIA               |             |             |
| V47TCPERFUMERIA              |             |             |
| V48TCEXTEHOME                | 12          | 2           |
| V49TCEXTEDONA                | 9           | 1           |
| V50TCEXTENEN                 | 4           | 1           |
| V51TCSABATADULT              | 6           | 1           |
| V52TCSABATANEN               | 2           | 0           |
| V53TCROBAINTERIOR            | 15          | 2           |
| V54TCJOIERIA                 | 2           | 0           |
| V55TCTEXTILLAR               | 9           | 1           |
| V56TCMOBLE                   |             |             |
| V57TCMENAGE                  | 2           | 0           |
| V58TCELECTRO                 |             |             |
| V59TCINFORMATICA             |             |             |
| V60TCBRICOLAGE               |             |             |
| V61TCJARDINERIA              | 10          | 2           |
| V62TCAUTOMOBIL               |             |             |
| V63TCRECANVIS                |             |             |
| V64TCLLIBRES                 |             |             |
| V65TCDISCOS                  | 1           | 0           |
| V66TCJOGUINES                |             |             |
| V67TCESPORTS                 | 2           | 0           |
| V68TCREGALS                  |             |             |

### 3.9.10. - La compra en gran magatzem

Format que no està present en la ciutat de Manresa, té una presència mínima i centrada en roba, tèxtil de la llar i jardineria.

**Taula 128.- La compra en gran magatzem**

|                      | Freqüències | Percentatge |
|----------------------|-------------|-------------|
| <b>GRAN MAGATZEM</b> |             |             |
| DESAVAR_11310        | 621         | <b>100</b>  |
| V39TCFRUITA          |             |             |
| V40TCCARN            |             |             |
| V41TCPEIX            |             |             |
| V42TCXARCUTERIA      |             |             |
| V43TCSECS            | 2           | <b>0</b>    |
| V44TCBEGUDES         | 1           | <b>0</b>    |
| V45TCPA              |             |             |
| V46TCDROGUERIA       | 2           | <b>0</b>    |
| V47TCPERFUMERIA      | 1           | <b>0</b>    |
| V48TCEXTEHOME        | 11          | <b>2</b>    |
| V49TCEXTEDONA        | 12          | <b>2</b>    |
| V50TCEXTENEN         | 5           | <b>1</b>    |
| V51TCSABATADULT      | 8           | <b>1</b>    |
| V52TCSABATANEN       | 5           | <b>1</b>    |
| V53TCROBAINTERIOR    | 3           | <b>0</b>    |
| V54TCJOIERIA         | 2           | <b>0</b>    |
| V55TCTEXTILLAR       | 10          | <b>2</b>    |
| V56TCMOBLE           | 10          | <b>2</b>    |
| V57TCMENAGE          | 9           | <b>1</b>    |
| V58TCELECTRO         | 8           | <b>1</b>    |
| V59TCINFORMATICA     | 4           | <b>1</b>    |
| V60TCBRICOLAGE       | 5           | <b>1</b>    |
| V61TCJARDINERIA      | 15          | <b>2</b>    |
| V62TCAUTOMOBIL       |             |             |
| V63TCRECANVIS        | 1           | <b>0</b>    |
| V64TCLLIBRES         | 3           | <b>0</b>    |
| V65TCDISCOS          | 6           | <b>1</b>    |
| V66TCJOGUINES        | 1           | <b>0</b>    |
| V67TCESPORTS         | 3           | <b>0</b>    |
| V68TCREGALS          | 2           | <b>0</b>    |

## 4.- CONCLUSIONS

De la descripció de la demanda comercial de Manresa vista en el capítol anterior se'n desprenen un seguit de trets característics que tot seguit es comenten. L'enquesta dels hàbits de compra permet analitzar diferents aspectes que condicionen l'acte de compra de la població, amb especial rellevància dels relatius a la localització de les compres, els desplaçaments a altres ciutats i les preferències en quant a formats comercials.

- Important paper del comerç de proximitat en les compres dels manresans i manresanes, ja sigui en format comercial de botiga especialitzada com d'autoservei o superservei.
- Manteniment i indicis d'un lleuger increment en el pes de la trama comercial de Manresa més enllà de la zona centre. S'explicaria bàsicament per l'increment d'oferta produït per la instal·lació de superfícies mitjanes (autoserveis). Es podria parlar d'una segona corona comercial al voltant del centre amb un pes significatiu.
- Sense ser estadísticament significatiu, s'aprecia un estancament del pes de les zones de grans superfícies. En alguns casos pot ser degut a la reubicació de la clientela en establiments de la mateixa marca i de tipus autoservei.
- En el conjunt de l'alimentació, el comerç de proximitat té un paper clau. Pel que fa a l'alimentació fresca aquest paper és molt accentuat. La botiga tradicional, l'autoservei/superservei i els mercats municipals són les tipologies comercials més destacades, seguides de l'hipermercat en quart lloc. Pel que fa als productes alimentaris secs, conserves i begudes, l'autoservei i l'hipermercat són els establiments més importants.
- En la compra dels productes de drogueria, neteja i perfumeria, el propi barri i les zones d'hipermercats són les més habituals. Les tipologies comercials dominants són l'autoservei, l'hipermercat i el *discount*.
- La zona del Passeig i carrer Guimerà continua, de bon tros, sent la més important pel que fa a l'equipament personal (roba, calçat, joieria), a l'equipament de la llar (*menage*, tèxtil llar, electrodomèstics, mobles) i també dels productes més relacionats amb el lleure i els regals (llibres, productes audiovisuals, esports, joguines i objectes de regal). La botiga especialitzada és la clau en aquestes compres.
- Tot i ser rellevant la localització en la zona central, els productes d'informàtica, i encara més de bricolatge, i sobretot de jardineria, es troben més repartits en el conjunt del municipi.
- Els barris amb menys mobilitat comercial, sobretot en l'alimentació, és a dir els que generalment tenen més freqüències de compres al mateix barri, són el Barri Antic, Passeig-carrer Guimerà, Sagrada Família i la Font dels Capellans. Per contra, els que menys freqüències presenten en el propi barri són la Carretera de Santpedor, les Escodines, la Balconada –Sant Pau i Cal Gravat.
- Les compres d'alimentació són majoritàriament realitzades per la dona de la llar sola; amb tot, una quarta part d'aquestes es fan en parella. En les compres de vestit i calçat, tot i mantenir-se aquest ordre, augmenta la compra en parella. L'equipament familiar o l'automòbil, en canvi, són compres majoritàriament fetes en parella i/o en família.

- Els anomenats nous sistemes de compra són molt poc utilitzats. Només té una petita incidència la compra per catàleg, bàsicament centrada en productes de lleure (llibres, discos). Amb tot, no arriben a utilitzar-lo dues persones de cada deu. La compra per internet, que diuen realitzar un de cada deu entrevistats, és la segona en importància en aquest grup. Els productes comprats són del mateix signe que l'apartat anterior (llibres i discos, fonamentalment).
- La freqüència de compra més alta, com és obvi, és la dels productes frescos, en què pràcticament la totalitat de la mostra compra una o més vegades a la setmana, i una tercera part diu fer-ho cada dia. Els productes d'alimentació no frescos tenen una regularitat més alta, entre setmanal-quinzenal, i els productes de drogueria, neteja i perfumeria, la tendència és quinzenal-mensual.
- Les persones entrevistades compren més al matí que a la tarda, sobretot els productes d'alimentació i de drogueria. Pel que fa a l'equipament personal i de la llar, matí i tarda s'equilibren una mica més. Quant als dies, la majoria de les compres d'alimentació es fan entre setmana, incloent-hi el divendres; menys de dues de cada deu persones diuen fer-les el dissabte. En canvi, les compres d'equipament personal i de la llar presenten una important freqüència els dissabtes, en especial a la tarda (una tercera part d'aquestes compres es fan en dissabte).
- Els desplaçaments de compra fora del municipi són molt poc importants. Només l'àrea del Champion de Sant Fruitós presenta percentatges estimables, però menys que fa tres anys. No obstant i això, dos de cada deu persones entrevistades hi van com a mínim una vegada al mes. Les motivacions manifestades per anar-hi són la gamma i varietat, la qualitat, els preus i el costum.
- El desplaçament a d'altres ciutat fora de la comarca sols presenta algun interès pel que fa a Barcelona ciutat. Dels que diuen anar-hi, les dues tercers parts ho fan algun cop a l'any, esporàdicament. La visita sol estar motivada per lleure i oci i per la gamma i varietat de l'oferta.
- El desplaçament a Andorra és, després del de Barcelona, el més interessant quantitativament, tot i ser clarament esporàdic i lligat a visites per lleure i motivacions de preu.

## 5.- ANNEXOS

### Annex 1.- Distribució de la població per barris

| <b>Distribució de la població per barris 2001</b> |               |
|---------------------------------------------------|---------------|
| Plaça Catalunya / Bda. Saldes                     | 7.051         |
| Valldaura                                         | 4.709         |
| Mion, Puigberenguer, El Poal                      | 2.215         |
| Farreres, Suanya, Pirelli                         | 571           |
| El Xup                                            | 1.183         |
| La Guia, Sta, Caterina, Oller                     | 328           |
| Els Comtals                                       | 101           |
| Miralpeix                                         | 49            |
| <b>PONENT - SUD</b>                               | <b>16.207</b> |
| Sagrada Família                                   | 8.957         |
| La Balconada                                      | 2.404         |
| Font dels Capellans                               | 1.800         |
| Cal Gravat- Bufalvent                             | 1.775         |
| Pujada Roja, Guix, Bda. Cots                      | 1.063         |
| Sant Pau                                          | 428           |
| Viladordis                                        | 352           |
| <b>LLEVANT</b>                                    | <b>16.779</b> |
| Carretera de Vic, Remei                           | 6.319         |
| Passeig i rodalies                                | 4.714         |
| Barri Antic                                       | 3.853         |
| Escodines                                         | 3.120         |
| <b>Centre</b>                                     | <b>18.006</b> |
| Carretera de Santpedor                            | 8.514         |
| Poble Nou                                         | 6.273         |
| <b>NORD</b>                                       | <b>14.787</b> |
| <b>Total Manresa</b>                              | <b>65.779</b> |
| Font: Ajuntament de Manresa                       |               |

**Annex 2.- Distribució de la població per barris i sectors**

| <b>La distribució de la població per barris i sectors</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |               | <b>Població total</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------|
| 1 Plaça Catalunya / Bda. Saldes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 7.051         | 7.051                 |
| 2 Valldaura                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 4.709         | 4.709                 |
| 3 Mion, Puigberenguer, El Poal, Miralpeix                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2.215+ 49     | 2.264                 |
| 4 El Xup (Altres sectors)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 1.183         | 1.183                 |
| 5 Altres polígons Ponent-Sud (Altres sectors)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 571+328+101   | 1.000                 |
| <b>PONENT – SUD</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>16.207</b> | <b>16.207</b>         |
| 6 Sagrada Família                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 8.957         | 8.957                 |
| 7 La Balconada + Sant Pau                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 2.404 + 428   | 2.832                 |
| 8 Font dels Capellans                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1.800         | 1.800                 |
| 9 Cal Gravat- Bufalvent                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 1.775         | 1.775                 |
| 10 Pujada Roja, Guix, Bda. Cots i Viladordis (Altres sectors)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 1.063+ 352    | 1.415                 |
| <b>LLEVANT</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>16.779</b> | <b>16.779</b>         |
| 11 Carretera de Vic, Remei                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 6.319         | 6.319                 |
| 12 Passeig i rodalies                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 4.714         | 4.714                 |
| 13 Barri Antic                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 3.853         | 3.853                 |
| 14 Escodines                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 3.120         | 3.120                 |
| <b>Centre</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>18.006</b> | <b>18.006</b>         |
| 15 Carretera de Santpedor                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 8.514         | 8.514                 |
| 16 Poble Nou                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 6.273         | 6.273                 |
| <b>NORD</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>14.787</b> | <b>14.787</b>         |
| <b>TOTAL MANRESA</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |               | <b>65.779</b>         |
| Els canvis respecte d'altres divisions es resumeixen en:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |               |                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incloure Miralpeix al barri Mion.</li> <li>• Incloure Sant Pau a La Balconada. Sant Pau és un barri amb característiques pròpies (situació, tipologia de la vivenda, època de construcció), però té pocs habitants per considerar-lo una unitat rellevant, i interpretem que l'estructura social es pot semblar a la de la Balconada, que és el barri més proper.</li> <li>• Incloure Viladordis en l'agrupació de Llevant formada per la Pujada Roja, el Guix i la barriada Cots.</li> </ul> |               |                       |

**Annex 3.- Taula barri per edat**

|                     | V4EDAT       |              |           |
|---------------------|--------------|--------------|-----------|
| Freqüències         | Casos vàlids | Mitjana      | Desviació |
| TOTAL               | 621          | <b>50,78</b> | 17,38     |
| V2BARRI_1           | 621          | <b>50,78</b> | 17,38     |
| BARRI ANTIC         | 40           | <b>49,45</b> | 17,65     |
| PASSEIG GUIMERA     | 44           | <b>54,02</b> | 17,94     |
| VALLDAURA           | 43           | <b>51,56</b> | 18,45     |
| PLAÇA CATALUNYA     | 66           | <b>55,03</b> | 17,18     |
| MION PUIGBERENGUER  | 20           | <b>50,95</b> | 17,26     |
| POBLE NOU           | 62           | <b>49,31</b> | 16,34     |
| CRA. SANTPEDOR      | 80           | <b>48,66</b> | 15,71     |
| CRA. VIC            | 58           | <b>51,64</b> | 18,82     |
| ESCODINES           | 31           | <b>43,58</b> | 15,09     |
| BALCONADA -ST.PAU   | 30           | <b>53,93</b> | 14,30     |
| SAGRADA FAMILIA     | 83           | <b>50,36</b> | 17,61     |
| FONT DELS CAPELLANS | 18           | <b>51,28</b> | 18,51     |
| CAL GRAVAT          | 17           | <b>45,82</b> | 14,61     |
| ALTRES SECTORS      | 29           | <b>52,34</b> | 19,05     |

**Annex 4.- Percentatge de “No compra” de cada grup de productes**

|                   | Freqüències | Percentatge |
|-------------------|-------------|-------------|
| NO COMPRA         |             |             |
| DESAVAR_11312     | 621         | 100         |
| V39TCFRUITA       |             |             |
| V40TCCARN         | 11          | 2           |
| V41TCPEIX         | 4           | 1           |
| V42TCXARCUTERIA   | 22          | 4           |
| V43TCSECS         | 22          | 4           |
| V44TCBEGUDES      | 22          | 4           |
| V45TCPA           | 7           | 1           |
| V46TCDROGUERIA    | 12          | 2           |
| V47TCPERFUMERIA   | 17          | 3           |
| V48TCEXTEHOME     | 80          | 13          |
| V49TCEXTEDONA     | 32          | 5           |
| V50TCEXTENEN      | 354         | 57          |
| V51TCSABATADULT   | 14          | 2           |
| V52TCSABATANEN    | 354         | 57          |
| V53TCROBAINTERIOR | 22          | 4           |
| V54TCJOIERIA      | 292         | 47          |
| V55TCTEXTILLAR    | 152         | 24          |
| V56TCMOBLE        | 145         | 23          |
| V57TCMENAGE       | 132         | 21          |
| V58TCELECTRO      | 76          | 12          |
| V59TCINFORMATICA  | 270         | 43          |
| V60TCBRICOLAGE    | 360         | 58          |
| V61TCJARDINERIA   | 377         | 61          |
| V62TCAUTOMOBIL    | 134         | 22          |
| V63TCRECANVIS     | 148         | 24          |
| V64TCLLIBRES      | 202         | 33          |
| V65TCDISCOS       | 212         | 34          |
| V66TCJOGUINES     | 363         | 58          |
| V67TCESPORTS      | 263         | 42          |
| V68TCREGALS       | 71          | 11          |

**Annex 5.- Taula Encreuament entre barri i activitat**

|                     | TOTAL | V6ACTIV.  |                   |          |      |                   |                |
|---------------------|-------|-----------|-------------------|----------|------|-------------------|----------------|
| % Horitzontals      |       | ESTUDIANT | MESTRESSA DE CASA | TREBALLA | ATUR | JUBILAT, PENSION. | ALTRES SITUAC. |
| TOTAL               | 621   | 4         | 14                | 42       | 5    | 33                | 2              |
| V2BARRI_1           | 621   |           |                   |          |      |                   |                |
| BARRI ANTIC         | 40    | 5         | 18                | 38       | 5    | 35                |                |
| PASSEIG GUIMERA     | 44    | 7         | 11                | 43       |      | 39                |                |
| VALLDAURA           | 43    | 5         | 7                 | 42       | 7    | 37                | 2              |
| PLAÇA CATALUNYA     | 66    | 2         | 20                | 24       | 6    | 45                | 3              |
| MION PUIGBERENGUER  | 20    |           | 15                | 55       | 10   | 20                |                |
| POBLE NOU           | 62    | 3         | 10                | 52       | 3    | 31                | 2              |
| CRA. SANTPEDOR      | 80    | 1         | 5                 | 65       | 6    | 23                |                |
| CRA. VIC            | 58    | 7         | 10                | 36       | 7    | 34                | 5              |
| ESCODINES           | 31    | 10        | 26                | 45       | 6    | 13                |                |
| BALCONADA-ST.PAU    | 30    |           | 17                | 37       | 13   | 33                |                |
| SAGRADA FAMÍLIA     | 83    | 6         | 18                | 34       | 5    | 35                | 2              |
| FONT DELS CAPELLANS | 18    |           | 6                 | 56       |      | 33                | 6              |
| CAL GRAVAT          | 17    | 6         | 29                | 35       | 6    | 24                |                |
| ALTRES SECTORS      | 29    | 10        | 21                | 24       |      | 45                |                |

**Annex 6.- Unió de totes les variables de lloc de compra (àrees)**

|                             | Freqüències | Percentatges |
|-----------------------------|-------------|--------------|
| TOTAL                       |             | 100          |
| UNIRVAR_1                   |             | 100          |
| PROPI BARRI                 | 580         | 93           |
| BARRI ANTIC                 | 111         | 18           |
| PASSEIG, GUIMERA, RODALIES  | 559         | 90           |
| AREA CARREFOUR MANRESA      | 324         | 52           |
| RESTA MANRESA               | 513         | 83           |
| AREA CHAMPION , ST. FRUITÓS | 115         | 19           |
| BARCELONA                   | 125         | 20           |
| TERRASSA                    | 19          | 3            |
| SABADELL                    | 25          | 4            |
| NO COMPRA /NP               | 584         | 94           |
| NO CONTESTA                 | 116         | 19           |
| ALTRES                      | 180         | 29           |

**Annex 7.- Unió de totes les variables de lloc de compra (establiments)**

|                              | Freqüències | Percentatges |
|------------------------------|-------------|--------------|
| TOTAL                        |             | 100          |
| UNIRVAR_2                    |             | 100          |
| BOTIGA TRADICIONAL           | 375         | 60           |
| BOTIGA ESPECIALITZADA        | 617         | 99           |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL      | 55          | 9            |
| GRAN BOTIGA ESPECIALITZADA   | 135         | 22           |
| AUTOSERVEI, SUPERSERVEI      | 331         | 53           |
| DISCOUNT                     | 119         | 19           |
| HIPERMERCAT                  | 360         | 58           |
| MERCAT MUNICIPAL             | 201         | 32           |
| MERCADILLO (MERCAT AMBULANT) | 75          | 12           |
| GRAN MAGATZEM                | 55          | 9            |
| ALTRES                       | 111         | 18           |
| NO COMPRA                    | 584         | 94           |
| AUTOCONSUM                   | 34          | 5            |
| NO CONTESTA                  | 118         | 19           |





## PERSONA QUE COMPRA

A casa seva ¿qui compra habitualment ..... ) (resposta única)

| PERSONA QUE COMPRA (llegir) | Alimentació (69) | Vestit i calçat (70) | Equip familiar (71) | Llibres, discos, esport (72) | Automòbil (73) |
|-----------------------------|------------------|----------------------|---------------------|------------------------------|----------------|
| La dona                     | 1                | 1                    | 1                   | 1                            | 1              |
| L'home                      | 2                | 2                    | 2                   | 2                            | 2              |
| La parella (tots dos)       | 3                | 3                    | 3                   | 3                            | 3              |
| Home/dona + fills           | 4                | 4                    | 4                   | 4                            | 4              |
| Usuari producte comprat     | 5                | 5                    | 5                   | 5                            | 5              |
| Altres adult                | 6                | 6                    | 6                   | 6                            | 6              |
| Fills sols                  | 7                | 7                    | 7                   | 7                            | 7              |

## NOUS SISTEMES DE COMPRA

En l'últim any, ha utilitzat algun cop els següents sistemes de compra...?

(multirresposta)

| SISTEMA DE COMPRA (llegir)    | Alimentació | E. Persona Vest/Calçat | Equip llar | Llibres/Disc /Esport | Altres (especificar) | No compra |
|-------------------------------|-------------|------------------------|------------|----------------------|----------------------|-----------|
| Catàleg (74)                  | 1           | 2                      | 3          | 4                    | .....5               | 6         |
| TV (75)                       | 1           | 2                      | 3          | 4                    | .....5               | 6         |
| Promotor domicili (76)        | 1           | 2                      | 3          | 4                    | .....5               | 6         |
| Internet (77)                 | 1           | 2                      | 3          | 4                    | .....5               | 6         |
| Telèfon (actiu o passiu) (78) | 1           | 2                      | 3          | 4                    | .....5               | 6         |

## FREQUÈNCIA DE COMPRA

¿Amb quina freqüència compra vostè.? (resposta única)

| (llegir)                | Alimentació fresca (79) | Alimentació seca (80) | Drogueria/perfumeria (81) |
|-------------------------|-------------------------|-----------------------|---------------------------|
| Tots els dies           | 1                       | 1                     | 1                         |
| Varis cops a la setmana | 2                       | 2                     | 2                         |
| Una vegada setmana      | 3                       | 3                     | 3                         |
| Quinzenal               | 4                       | 4                     | 4                         |
| Mensual                 | 5                       | 5                     | 5                         |
| N/c                     | 6                       | 6                     | 6                         |

## HORARIS I DIES DE COMPRA

En quin moment de la setmana realitza habitualment les seves compres més importants?

(resposta única)

| (llegir)                  | Alimentació i drogueria (82) | Vestit/calçat Equip llar (83) |
|---------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| Entre setmana, al matí    | 1                            | 1                             |
| Entre setmana, a la tarda | 2                            | 2                             |
| Divendres matí            | 3                            | 3                             |
| Divendres tarda           | 4                            | 4                             |
| Dissabte matí             | 5                            | 5                             |
| Dissabte tarda            | 6                            | 6                             |

## FREQUÈNCIA DESPLAÇAMENTS

Amb quina freqüència es desplaça a comprar a...? (resposta única)

| Es desplaça a (llegir un a un) | Setmanal | Quinzenal | Mensual | 2 o 3 vegades l'any | Esporàdicament | No hi va mai |      |
|--------------------------------|----------|-----------|---------|---------------------|----------------|--------------|------|
| St Fruitós (Àrea Supeco)       | 1        | 2         | 3       | 4                   | 5              | 6            | (84) |
| Barcelona                      | 1        | 2         | 3       | 4                   | 5              | 6            | (85) |
| Terrassa                       | 1        | 2         | 3       | 4                   | 5              | 6            | (86) |
| Sabadell                       | 1        | 2         | 3       | 4                   | 5              | 6            | (87) |
| Andorra                        | 1        | 2         | 3       | 4                   | 5              | 6            | (88) |
| Altres (especificar)           | 1        | 2         | 3       | 4                   | 5              | 6            | (89) |

## MOTIU DESPLAÇAMENT

Motiu principal pel qual es desplaça a ... i compra (multirresposta)

| MOTIUS (espontani)         | St.Fruitós (90) | Barcelona (91) | Terrassa (92) | Sabadell (93) | Andorra (94) | Altres ..... (95) |
|----------------------------|-----------------|----------------|---------------|---------------|--------------|-------------------|
| Preus més baixos           | 1               | 1              | 1             | 1             | 1            | 1                 |
| Més qualitat               | 2               | 2              | 2             | 2             | 2            | 2                 |
| Més gamma / varietat       | 3               | 3              | 3             | 3             | 3            | 3                 |
| Costum                     | 4               | 4              | 4             | 4             | 4            | 4                 |
| Economia en temps          | 5               | 5              | 5             | 5             | 5            | 5                 |
| L'ambient                  | 6               | 6              | 6             | 6             | 6            | 6                 |
| Pàrking                    | 7               | 7              | 7             | 7             | 7            | 7                 |
| Facilitat transport públic | 8               | 8              | 8             | 8             | 8            | 8                 |
| Lleure i oci               | 9               | 9              | 9             | 9             | 9            | 9                 |
| Serveis (gestions, metge)  | 0               | 0              | 0             | 0             | 0            | 0                 |
| Treball                    | 10              | 10             | 10            | 10            | 10           | 10                |
| Altres (especificar)       | 11              | 11             | 11            | 11            | 11           | 11                |

Nom entrevistat .....

Carrer ... .. Telèfon .....

Entrevistador ..... Inspector .....

**Annex 9.- Tipologies d'establiments comercials i nous sistemes de compra**

Botiga tradicional: establiment de reduïdes dimensions, generalment inferior als 100 m<sup>2</sup> de superfície de venda, on la venda és assistida pel botiguer (no hi ha lliure servei per part del client), del sector de l'alimentació en la majoria de casos, i que no està especialitzada en una línia de producte concret.

Autoservei / supermercat: establiments dedicats a la venda de productes d'alimentació i drogueria/perfumeria/higiene principalment, en règim de lliure servei, inferiors a 2.500 m<sup>2</sup> de superfície de venda.

Discount: establiments dedicats a la venda de productes d'alimentació i drogueria/perfumeria/higiene principalment, en règim de lliure servei, amb poca profunditat d'assortiment.

Hipermercat: establiments polivalents, amb % important de la seva oferta i superfície dedicades a l'alimentació i els productes quotidians, amb superfície de venda superior als 2.500 m<sup>2</sup>.

Botiga especialitzada: establiments especialistes en una determinada gamma de productes, els quals poden ser oferts en règim de venda assistida pel venedor o en règim de lliure servei del client, i que no superin els 2.000 m<sup>2</sup> de superfície de venda.

Gran botiga: establiments especialistes en una determinada gamma de productes, els quals poden ser oferts en règim de venda assistida pel venedor o en règim de lliure servei del client, i que superen els 2.000 m<sup>2</sup> de superfície de venda.

Botiga de centre comercial: el criteri en aquest cas és de localització. Hi inclourem els establiments de la galeria del Carrefour, de la galeria Manresa Centre i les galeria vella del Passeig (edifici La Caixa), amb independència de la seva activitat o dimensions.

Gran magatzem: establiments organitzats per seccions, amb assortiment ampli i profund, amb sistema de venda assistida. La superfície de venda és superior als 10.000 m<sup>2</sup>.

Mercat d'alimentació: parades d'alimentació i establiments complementaris ubicats als mercats de Puigmercadal, Sagrada Família, Pujolet.

Mercadillo: Activitats de venda no sedentària exercida en la via pública.

**QUADRE RESUM DE MARQUES.**

| Sector d'activitat                                            | Format comercial                                                 |                                                                                        |                                                                              |                                                         |                                  |
|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------------------------|
| ALIMENTACIÓ I QUOTIDIÀ NO ALIMEN-TARI                         | HIPERMERCAT                                                      | AUTOSERVEI / SUPERMERCAT                                                               | DISCOUNT                                                                     | MERCATS D'ALIMENTACIÓ                                   | BOTIGA TRADICIONAL               |
|                                                               | Carrefour<br><br>Champion Sant Fruitós                           | Llobet<br>Rojas<br>Caprabo<br>Plus Fresc<br>Mercadona<br>Condis<br>Champion (Pl. Creu) | Dia<br>Lidl<br>Comprimax<br>Plus superdto.<br>Schlecker<br>Orangutan<br>Zero | <br><br>Puigmercadal<br><br>Sagrada Fam.<br><br>Pujolet | <br><br><br><br><br><br>La resta |
| RESTA DE SECTORS                                              | GRAN MAGATZEM                                                    |                                                                                        | GRAN BOTIGA                                                                  |                                                         | BOTIGA ESPECIALITZADA            |
|                                                               | El Corte Inglés                                                  |                                                                                        | Decathlon<br>IKEA<br>Leroy Merlin / Aki etc.                                 |                                                         | La resta                         |
| Amb independència del sector d'activitat (criteri locacional) | BOTIGA DE CENTRE COMERCIAL                                       |                                                                                        |                                                                              |                                                         |                                  |
|                                                               | Establiments de les galeries Carrefour, Manresa Centre, Passeig. |                                                                                        |                                                                              |                                                         |                                  |
|                                                               | "MERCADILLO"                                                     |                                                                                        |                                                                              |                                                         |                                  |
|                                                               | Establiments no sedentaris en la via pública.                    |                                                                                        |                                                                              |                                                         |                                  |

**DEFINICIÓ DE NOUS SISTEMES DE COMPRA.-**

Televisió: Promoció del producte mitjançant anunci televisiu i comanda o adquisició del mateix per part del client des del propi domicili, sigui per via telefònica, postal o electrònica.

Catàleg: Exposició i promoció del producte mitjançant catàleg lliurat per correspondència, i comanda o adquisició del mateix per part del client des del propi domicili sigui per via telefònica, postal o electrònica. P.ex.: BID (discos), revista Canal Club, revista Círculo de Lectores, etc.

Promotor a domicili: Exposició, promoció i venda del producte mitjançant visita domiciliària del venedor. Exemple: Eisman, Enciclopèdia Catalana, etc.

Internet: Promoció del producte per mitjà d'espais web i comanda o adquisició del mateix per part del client per via electrònica. P.ex.: Plusfresh.com, Capraboacasa.com, Condisline.com. Producte servit a domicili.

Servei a domicili: Producte adquirit de forma convencional a l'establiment, deixat en dipòsit i lliurat posteriorment pel venedor a domicili. Exemple: la majoria de supermercats. No es considera ús del servei a domicili el transport d'aquells articles que per la seva dimensió no pot endur-se el propi client (mobles, electrodomèstics, etc.).

### **III. Atractivitat comercial de Manresa**





## 6.- INTRODUCCIÓ I ASPECTES METODOLÒGICS

Aquesta investigació s'emmarca dins de les actuacions contingudes en el Programa d'ordenació per als equipaments comercials (POEC) de la ciutat de Manresa en tant que considera necessari generar informació fiable sobre:

- L'atractivitat comercial de Manresa sobre els compradors i compradores provinents d'altres municipis.

En aquest context, es tractava d'estudiar la gent que arriba a la capital del Bages, especialment aquelles persones que s'hi desplacen per motius comercials.

En aquest sentit, si l'estudi sobre hàbits de compra pretenia conèixer les possibles estratègies de compra fora de la ciutat, en aquest cas es tracta de veure com gent de fora Manresa es desplaça fins aquí per fer-hi les seves compres.

### METODOLOGIA

La **tècnica d'entrevista** emprada ha estat l'enquesta estructurada per qüestionari, administrada al carrer. S'han fet un total de 1303 abordatges de persones<sup>24</sup>, dels quals 539 han resultat vàlids per correspondre a gent que no viu a Manresa. Aquesta xifra suposa el 41% del total de persones abordades.

El qüestionari que s'ha utilitzat ha estat adaptat del que es va fer servir en l'estudi de l'any 2000 i es pot veure en l'apartat d'annexos.

Els aspectes bàsics que s'han estudiat han estat:

- La població de residència de les persones que es desplacen a Manresa
- L'atractivitat comercial, pel que fa a compres, del tram de Manresa
- El tipus d'establiment que es beneficia d'aquestes compres
- El motiu per desplaçar-se a Manresa i fer-hi compres

La **població** objecte d'estudi han estat les persones que es desplacen a la ciutat de Manresa. En aquest sentit, la **mostra** estudiada ha estat seleccionada a l'atzar a partir de la seva presència en uns llocs i moments concrets de la ciutat de Manresa.

Els punts en què s'ha realitzat l'enquesta han estat:

- L'hipermercat Carrefour del polígon dels Trullols
- El carrer del Born i la plaça Sant Domènec
- El carrer Guimerà i el Passeig

El nombre d'entrevistes fetes a cadascun d'aquests llocs es pot observar en la taula següent.

---

<sup>24</sup> Vegeu els percentatges de tots aquests abordatges en l'annex 1.

**Taula 129.- Lloc de realització de l'enquesta- punt de mostreig**

|                              | Freqüències | Percentatges | % Acumulat |
|------------------------------|-------------|--------------|------------|
| <b>TOTAL</b>                 | 539         | 100          | 100        |
| <b>PUNT DE CONTACTE</b>      |             |              |            |
| <b>VLLOC</b>                 | 539         | 100          |            |
| <b>HIPERMERCAT</b>           | 279         | 52           | 52         |
| <b>PASSEIG, GUIMERÀ</b>      | 121         | 22           | 74         |
| <b>BORN, PÇA St. DOMÈNEC</b> | 139         | 26           | 100        |

La taula 130 mostra els dies i les hores en què es varen fer les 539 entrevistes.

**Taula 130.- Data i hora de realització de les entrevistes**

|                            | Freqüències | Percentatges | % Acumulat |
|----------------------------|-------------|--------------|------------|
| <b>TOTAL</b>               | 539         | 100          | 100        |
| <b>DIA DE L'ENTREVISTA</b> |             |              |            |
| <b>V13DATAENQUESTA</b>     | 539         | 100          |            |
| <b>DIMARTS 1</b>           | 182         | 34           | 34         |
| <b>DIVENDRES 4</b>         | 173         | 32           | 66         |
| <b>DISSABTE 5</b>          | 184         | 34           | 100        |
|                            |             |              |            |
| <b>HORARI D'ENTREVISTA</b> |             |              |            |
| <b>V14HORARI</b>           | 539         | 100          |            |
| <b>Mati</b>                | 258         | 47           | 47         |
| <b>Tarda</b>               | 281         | 53           | 100        |

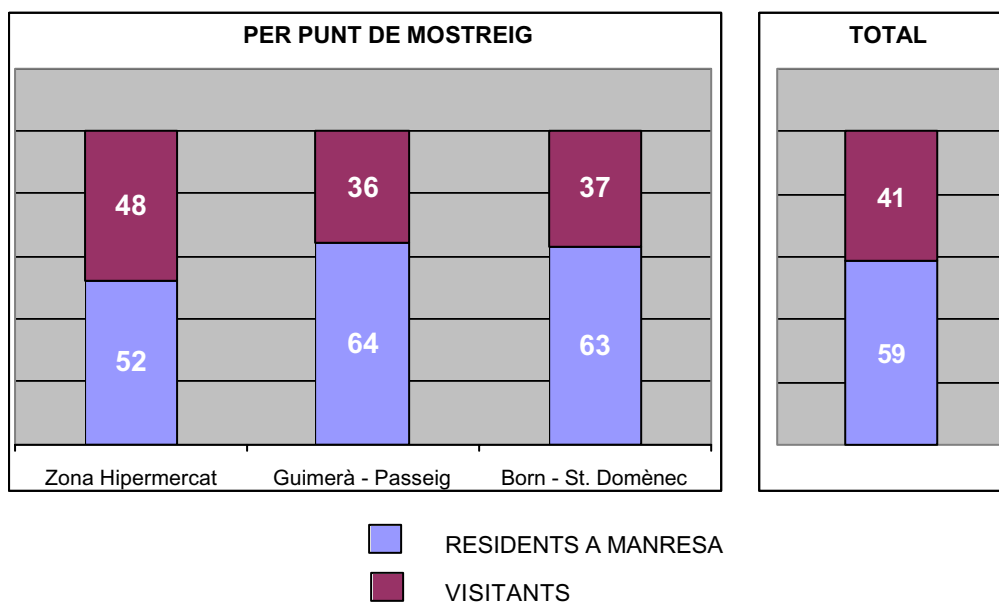
**Fitxa tècnica de l'enquesta**

|                                        |                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Objectiu                               | Identificar i analitzar l'atractivitat comercial de la ciutat de Manresa.                                                                                                                                                             |
| Població                               | Persones que visiten la ciutat de Manresa i que no hi resideixen                                                                                                                                                                      |
| Mostra                                 | 539 entrevistes repartides en horari de <ul style="list-style-type: none"> <li>• matí (de 10 a 14 hores): 258</li> <li>• tarda (de 16 a 20): 281</li> <li>• Dates realització de les entrevistes: 1, 4 i 5 d'abril de 2003</li> </ul> |
| Selecció de les persones entrevistades | Entrevista a les persones de fora de Manresa que passen per tres punts del municipi (centre comercial Carrefour, Passeig i carrer Guimerà, carrer del Born i plaça Sant Domènec).                                                     |
| Marge d'error                          | Marge d'error del $\pm 4,3\%$ per a una població infinita (persones no residents a Manresa).<br>Marge de confiança 95,5% i en la hipòtesi de $p=q=50\%$ .                                                                             |

## 7.- VALORACIÓ GENERAL DELS RESULTATS

Per tal de determinar l'atractivitat comercial de Manresa s'han realitzat un total de 1.303 abordatges a persones que en aquell moment estaven comprant en diferents punts de la ciutat, dels quals 539 han resultat enquestes vàlides per tractar-se de gent que no resideix a la ciutat. Per tant, la xifra denota una proporció aproximada de visitants de 2 de cada 5 (és a dir, que el 41% dels compradors prové de fora de Manresa).

Gràfic: Proporció entre residents i visitants segons punt de mostreig.



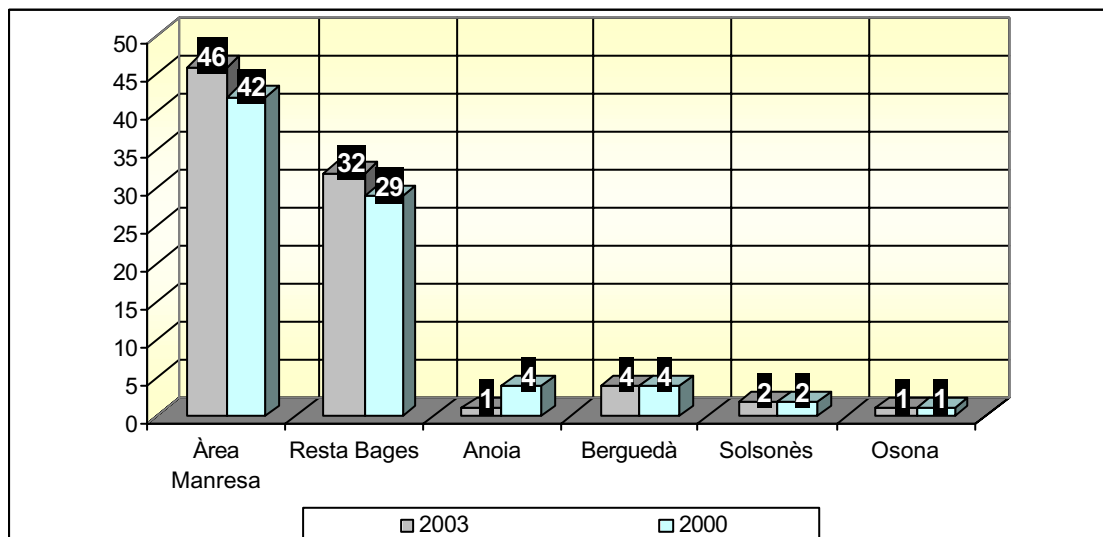
Comparativament a l'estudi d'atractivitat anterior, el percentatge de visitants entre el total d'usuaris s'ha incrementat en set punts (41% actual per un 34% precedent), sent l'aportació a aquest increment força equitativa entre l'eix comercial central i el comerç perifèric.

### L'origen dels visitants

De l'origen dels visitants es desprèn que la gran majoria (78%) són residents al Bages, i més concretament (48% del total) del que anomenem "àrea de Manresa", composta pels 9 municipis situats a menys de 10 quilòmetres de la ciutat.

En conseqüència, i com ja succeïa en l'enquesta elaborada a l'any 2000, l'àrea d'atracció comercial de Manresa és constituïda fonamentalment per la primera corona de municipis més propers, i són compres en les quals hi té un paper important el sector quotidià, mentre que l'atractivitat sobre les comarques centrals de Catalunya i el Pre-pirineu es manté en xifres modestes d'entorn el 15%.

Gràfic: Lloc de residència dels visitants (principals punts d'origen) comparativament 2003 i 2000.



## Tipologia de les compres

No hi ha diferències significatives entre els dos estudis en la distribució de les compres dels visitants, en les quals hi té una part molt important el sector quotidià. Els resultats que apareixen en la taula que segueix mostren els percentatges de cada producte tenint en compte que es tracta d'una variable de resposta múltiple (cada entrevistat podia respondre més d'un tipus de producte), per tant, cada percentatge està calculat sobre el total de la mostra (539 individus).

| Tipologia de les compres dels visitants (en %) | 2003 | 2000 |
|------------------------------------------------|------|------|
| ALIMENTACIÓ FRESCA                             | 37   | 40   |
| ALIMENTACIÓ SECA                               | 34   | 42   |
| QUOTIDIÀ NO ALIMENTARI                         | 22   | 26   |
| VESTIT I CALÇAT D'ADULTS                       | 23   | 21   |
| VESTIT I CALÇAT DE NENS                        | 6    | 5    |
| COMPLEMENTES PERSONALS                         | 5    | 4    |
| LLEURE I CULTURA                               | 9    | 5    |
| MOBLES O ELECTRODOMÈSTICS                      | 5    | 8    |
| JOGUINES, ESPORTS                              | 3    | 2    |
| SUBMINISTRAMENTS PROFESSIONALS                 | 3    | 1    |
| ALTRES                                         | 8    | 5    |
| NS / NC                                        | 16   | 17   |

Com es pot comprovar, els productes de compra quotidiana s'esmenten en el 93% de les entrevistes efectuades (l'alimentació per si sola apareix en un 71% dels entrevistats) seguit en importància per la roba i el calçat (29% de la mostra) i finalment, a distància, els articles de lleure i esport (9%) i els subministraments professionals (8%).

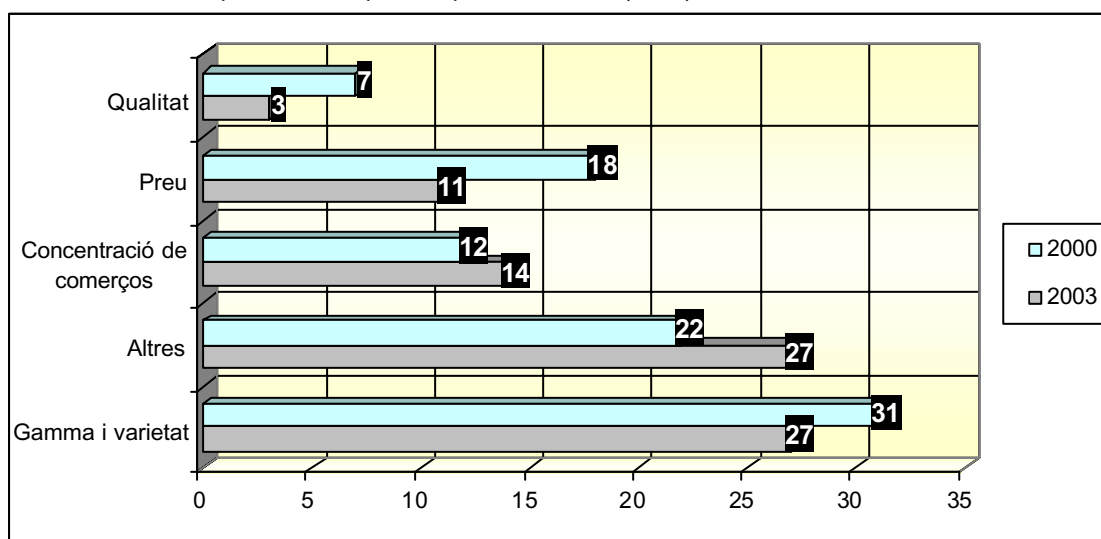
## Els motius de la compra a Manresa

El motiu més anomenat pels visitants entrevistats és la gamma i la varietat (27%). Tot seguit, s'esmenta, en un altre 27% dels casos, una sèrie de motivacions no contemplades en el qüestionari, agrupades sota la categoria "altres", i que inclouria la comoditat, la confiança, l'accés a aparcament, gent que es troba de pas, etc.

| <i>Els motius de compra a Manresa per part dels visitants (en % de respostes)</i> | <b>2003</b> | <b>2000</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|
| CONCENTRACIÓ D'ESTABLIMENTS                                                       | 14          | 12          |
| GAMMA I VARIETAT                                                                  | 27          | 31          |
| QUALITAT                                                                          | 3           | 7           |
| PREU                                                                              | 11          | 18          |
| ALTRES                                                                            | 27          | 22          |
| NS / NC                                                                           | 17          | 19          |

L'ordre de les categories no varia respecte l'enquesta anterior, excepte en el fet que en aquesta ocasió la concentració de comerços (14%) surt més valorada que el factor preu (11%), al contrari que el 2000 (12% i 18% respectivament).

Gràfic: Motiu adduït pels visitants per comprar a Manresa (en %)



Un aspecte interessant són les diferències entre els motius adduïts per comprar a Manresa segons si es tracta d'un client del comerç del centre urbà o bé d'un client del sector dels Trullols. Com s'adverteix en el quadre següent, la qualitat esdevé principalment un motiu de visita per aquelles persones que trobem al centre urbà, mentre que la resposta "preu" apareix de forma majoritària a la zona d'hipermercat.

| <i>Motiu de compra segons punt de mostreig (% verticals)</i> | <b>CONCENTRACIÓ</b> | <b>GAMMA I VARIETAT</b> | <b>QUALITAT</b> | <b>PREU</b> | <b>ALTRES</b> |
|--------------------------------------------------------------|---------------------|-------------------------|-----------------|-------------|---------------|
| HIPERMERCAT                                                  | 45                  | 60                      | 28              | 82          | 65            |
| GUIMERA, PASSEIG                                             | 34                  | 12                      | 44              | 3           | 20            |
| BORN, SANT DOMÈNEC                                           | 21                  | 28                      | 28              | 15          | 15            |



## 8.- ANÀLISI DETALLADA DELS RESULTATS DE L'ENQUESTA

### 8.1.- Sexe i edat de les persones entrevistades

De les 539 enquestes realitzades, el 34% varen ser contestades per homes i el 66% per dones.

**Taula 131.- El sexe de les persones entrevistades**

|                              | Percentatges |
|------------------------------|--------------|
| <b>TOTAL</b>                 | 100          |
| <b>SEXE DE L'ENTREVISTAT</b> |              |
| <b>V0SEXE</b>                | 100          |
| <b>HOME</b>                  | 34           |
| <b>DONA</b>                  | 66           |

Pel que fa a l'edat de la mostra, ens trobem que la seva mitjana se situa en gairebé 38 anys. Les freqüències absolutes d'aquesta variable es poden veure en l'annex.

**Taula 132.- L'edat de les persones entrevistades**

|                     | Freqüències |
|---------------------|-------------|
| <b>TOTAL</b>        | 539         |
| <b>EDAT</b>         |             |
| <b>V11EDAT</b>      | 539         |
| <b>Casos vàlids</b> | 539         |
|                     |             |
| <b>Mitjana</b>      | 37,82       |
| <b>Desviació</b>    | 15,37       |
| <b>Casos</b>        | 539         |

### 8.2.- El lloc de residència de les persones entrevistades

Com es veu en les taules que segueixen, el 78% de les persones enquestades residien al Bages (exclosa la ciutat de Manresa)<sup>25</sup>. Dins d'aquest primer bloc, la part més important (46%) correspon al que hem anomenat "Àrea Manresa", un total de 9 municipis situats a menys de 10 km de la ciutat<sup>26</sup> (segons dades de 2001, suposen 39422 habitants). La resta d'agrupaments de municipis queda per sota del 5% i només són destacables els casos del Berguedà (4%), el Vallès Occidental (3,1%), i el Barcelonès (2,9%).

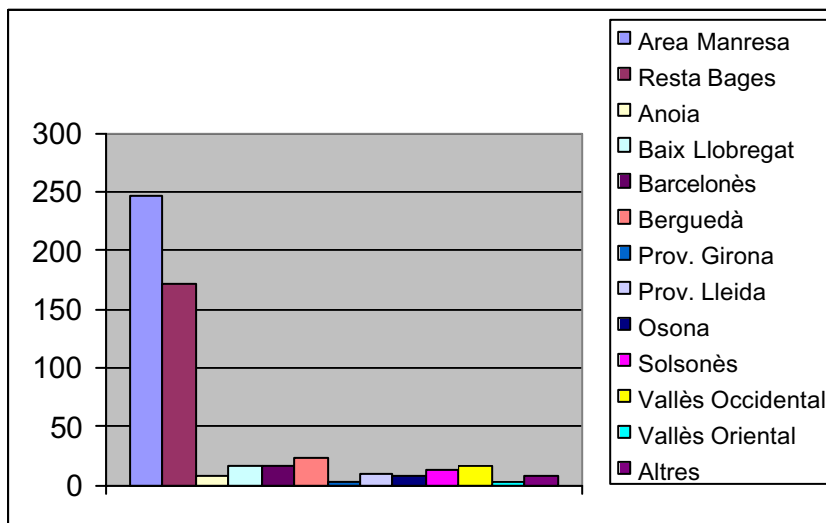
<sup>25</sup> En l'estudi de l'any 2000 aquest percentatge era del 69%. Per tant, les diferències no són significatives.

<sup>26</sup> Aquests municipis són: Sant Fruitós de Bages, El Pont de Vilomara, Sant Vicenç de Castellet, Santpedor, Sant Joan de Vilatorrada, Navarces, Fonollosa, Rajadell i Sant Salvador de Guardiola.

Taula 133.- Lloc de residència de les persones entrevistades<sup>27</sup>

|                          |             | Base         |            |
|--------------------------|-------------|--------------|------------|
|                          | Freqüències | Percentatges | % Acumulat |
| <b>TOTAL</b>             | 539         | 100          | 100        |
| <b>V1POBLACIO_1</b>      | 539         | 100          |            |
| <b>Area Manresa</b>      | 247         | 46           | 46         |
| <b>Resta Bages</b>       | 172         | 32           | 78         |
| <b>Anoia</b>             | 7           | 1            | 79         |
| <b>Baix Llobregat</b>    | 17          | 3            | 82         |
| <b>Barcelonès</b>        | 16          | 3            | 85         |
| <b>Berguedà</b>          | 23          | 4            | 89         |
| <b>Prov. Girona</b>      | 2           | 0            | 90         |
| <b>Prov. Lleida</b>      | 10          | 2            | 92         |
| <b>Osona</b>             | 7           | 1            | 93         |
| <b>Solsonès</b>          | 12          | 2            | 95         |
| <b>Vallès Occidental</b> | 16          | 3            | 98         |
| <b>Vallès Oriental</b>   | 2           | 0            | 99         |
| <b>Altres</b>            | 8           | 1            | 100        |

Gràfic 17.- Lloc de residència



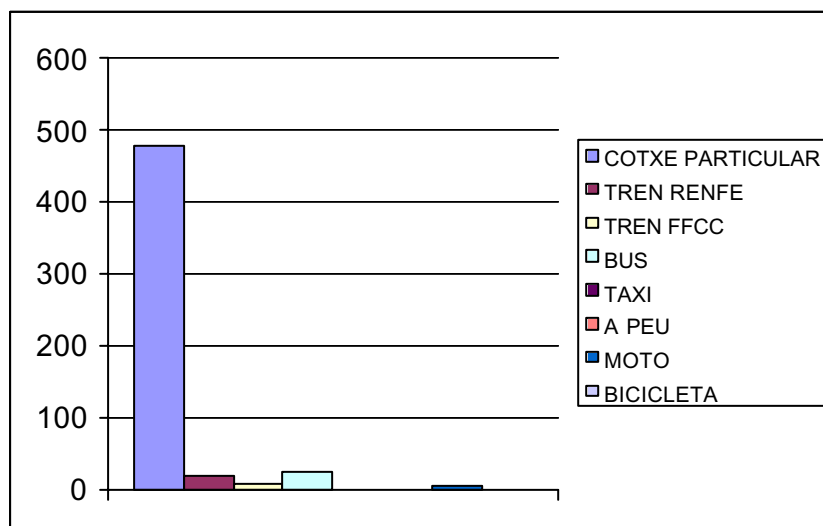
### 8.3.- Mitjà de transport utilitzat per arribar fins al punt d'enquesta

Pel que fa al mitjà de transport utilitzat per arribar fins a Manresa, gairebé el 90% de les persones enquestades diuen haver fet servir el cotxe. El percentatge del transport públic (ferrocarrils, autobusos, taxis) està lleugerament per sobre del 10%.

<sup>27</sup> Vegeu detalls de la distribució per poblacions en l'annex 4.

**Taula 134.- Mitjà de transport**

|                                     | Freqüències | Percentatges | % Acumulat |
|-------------------------------------|-------------|--------------|------------|
| <b>TOTAL</b>                        | 539         | 100          | 100        |
| <b>MITJÀ DE TRANSPORT UTILITZAT</b> |             |              |            |
| <b>V4TRANSPORT</b>                  | 539         | 100          |            |
| <b>COTXE PARTICULAR</b>             | 478         | 89           | 89         |
| <b>TREN RENFE</b>                   | 19          | 4            | 92         |
| <b>TREN FFCC</b>                    | 9           | 2            | 94         |
| <b>BUS</b>                          | 26          | 5            | 99         |
| <b>TAXI</b>                         | 1           | 0            | 99         |
| <b>A PEU</b>                        | 0           | 0            | 99         |
| <b>MOTO</b>                         | 5           | 1            | 100        |
| <b>BICICLETA</b>                    | 1           | 0            | 100        |

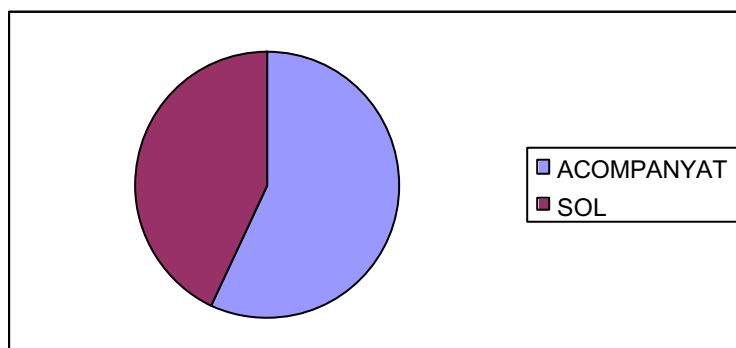
**Gràfic 18.- Mitjà de transport emprat**

#### 8.4.- L'acompanyament de les persones entrevistades

Una mica més de la meitat de la mostra, concretament el 57%, va acompanyada en el moment de ser entrevistada. Queda, per tant, un 43% de persones que es troben a Manresa i que, en aquell moment, anaven soles.

**Taula 135.- Els acompanyants de la persona entrevistada**

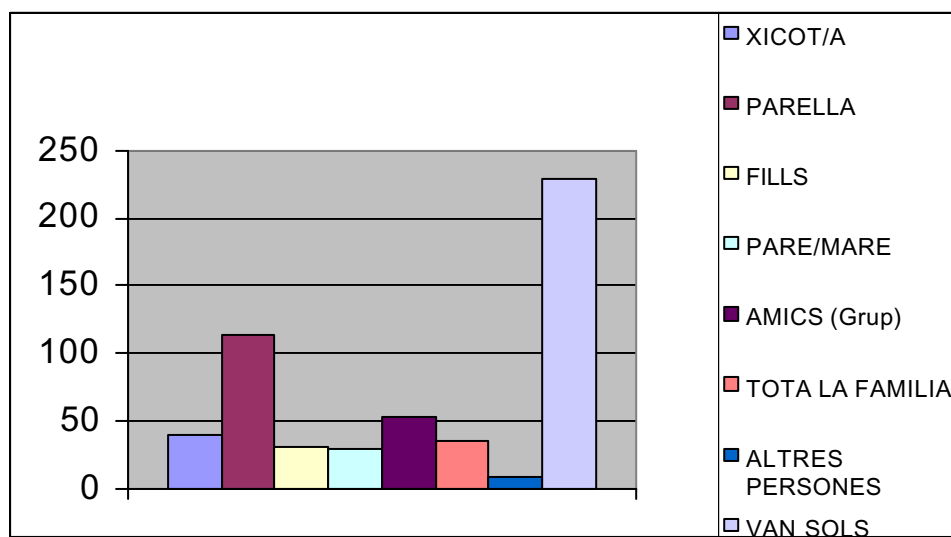
|                            | Freqüències | Percentatges | % Acumulat |
|----------------------------|-------------|--------------|------------|
| <b>TOTAL</b>               | 539         | 100          | 100        |
| <b>VA SOL O ACOMPANYAT</b> |             |              |            |
| <b>V2COMPANYIA</b>         | 539         | 100          |            |
| <b>ACOMPANYAT</b>          | 307         | 57           | 57         |
| <b>SOL</b>                 | 231         | 43           | 100        |

**Gràfic 19.- Acompanyament de les persones enquestades**

Els acompanyants, en la majoria de casos, són persones properes, sobretot familiars. Així, la major freqüència la presenta la parella (28% si a la parella li afegim el xicot o xicoteta), seguida dels amics (10%), fills (6%) i d'altres membres de la família (11% si hi incloem els pares).

**Taula 136.- Perfil de les persones acompanyants**

|                        | Freqüències | Percentatges | % s. Acompanyats |
|------------------------|-------------|--------------|------------------|
| <b>TOTAL</b>           | 539         | 100          | 100              |
| <b>QUI L'ACOMPANYA</b> |             |              |                  |
| <b>V3QUIACOMPA</b>     | 539         | 100          |                  |
| <b>XICOT/A</b>         | 40          | 7            | 13               |
| <b>PARELLA</b>         | 114         | 21           | 37               |
| <b>FILLS</b>           | 31          | 6            | 10               |
| <b>PARE/MARE</b>       | 29          | 5            | 9                |
| <b>AMICS (Grup)</b>    | 53          | 10           | 17               |
| <b>TOTA LA FAMÍLIA</b> | 35          | 6            | 11               |
| <b>ALTRES PERSONES</b> | 8           | 1            | 3                |
| <b>VAN SOLS</b>        | 229         | 42           |                  |

**Gràfic 20.- Perfil de les persones acompanyants**

### 8.5.- Motiu per trobar-se en el lloc d'enquestament

Els motius adduïts per les persones entrevistades per justificar la seva presència en qualsevol dels tres punts d'enquestament suara esmentats estan dominats per les compres (61% dels casos), seguides de força lluny per motius de passeig o lleure (12%) o de feina (7%).

De la resta de categories, amb percentatges iguals o inferiors al 5%, caldria comentar la baixa atractivitat turística de la ciutat (1%).

**Taula 137.- Motius de desplaçament<sup>28</sup>**

|                                                | Freqüències | Percentatges | % Acumulat |
|------------------------------------------------|-------------|--------------|------------|
| <b>TOTAL</b>                                   | 539         | 100          | 100        |
| <b>MOTIU PEL QUAL ES TROBA EN AQUEST PUNT</b>  |             |              |            |
| <b>V5MOTIULLOC</b>                             | 539         | 100          |            |
| <b>ZONA ON TREBALLA HABITUALMENT</b>           | 36          | 7            | 7          |
| <b>GESTIONS DE FEINA/TREBALL TEMPORAL ZONA</b> | 18          | 3            | 10         |
| <b>ESTUDIS</b>                                 | 17          | 3            | 13         |
| <b>GESTIONS ADMINISTRATIVES</b>                | 11          | 2            | 15         |
| <b>METGE</b>                                   | 26          | 5            | 20         |
| <b>PASSEIG/LLEURE</b>                          | 67          | 12           | 32         |
| <b>TURISME</b>                                 | 4           | 1            | 33         |
| <b>COMPRES</b>                                 | 330         | 61           | 94         |
| <b>CINEMA</b>                                  | 4           | 1            | 95         |
| <b>ALTRES</b>                                  | 25          | 5            | 100        |
| <b>NS/NC</b>                                   | 1           | 0            | 100        |

De tots els motius esmentats anteriorment, l'enquesta s'interessava especialment per aquells que tenien que veure amb l'activitat comercial. Per això, la variable V6 (ha comprat alguna cosa?) pretenia reflectir la compra o no de les persones enquestades.

**Taula 138.- Acció de compra**

|                           | Freqüències | Percentatges | % Acumulat |
|---------------------------|-------------|--------------|------------|
| <b>TOTAL</b>              | 539         | 100          | 100        |
| <b>HA COMPRAT QUELCOM</b> |             |              |            |
| <b>V6COMPRAT</b>          | 539         | 100          |            |
| <b>NO</b>                 | 259         | 48           | 48         |
| <b>SÍ</b>                 | 279         | 52           | 100        |
| <b>NC</b>                 | 1           | 0            | 100        |

Ara bé, una dada força interessant és la que recollia la variable V7 (pensa comprar alguna cosa?). En aquesta pregunta, es demanava a les persones enquestades si, no havent comprat encara, tenien pensat de fer-ho. Un total de 168 persones varen declarar que tenien previst comprar. Si les sumem a les 279 que ja ho havien fet, el total de persones entrevistades que, havent vingut a Manresa, han comprat alguna cosa s'eleva a 447, xifra que expressada en percentatges suposa gairebé el 83%. Això vol dir que un 16% de les persones enquestades no pensen comprar res, xifra molt semblant al 17% de l'estudi de l'any 2000.

<sup>28</sup> Vegeu més informació en l'annex 7.

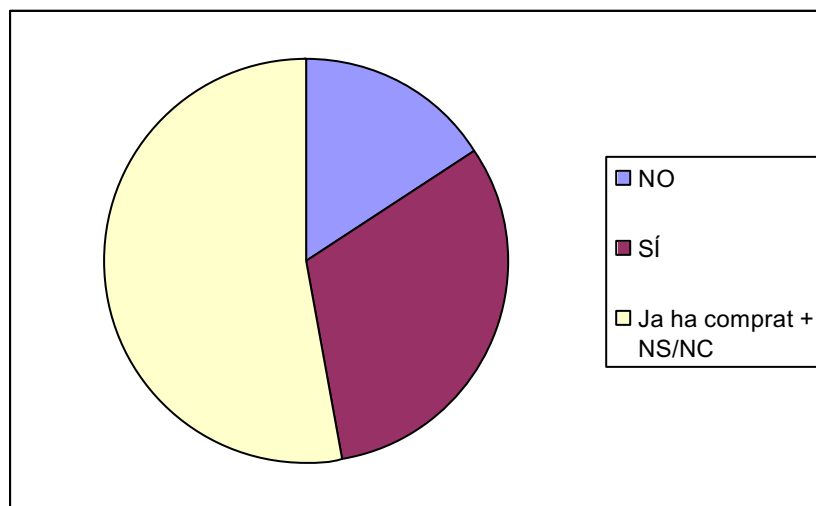
Com es veia en el punt anterior -motius del desplaçament-, només el 61% de la mostra venia expressament (com a motiu principal<sup>29</sup>) a la ciutat per fer les seves compres. Això vol dir que aproximadament una de cada cinc persones que arriba a Manresa, sense que el seu motiu principal siguin les compres, finalment també compra alguna cosa.

Cal esmentar, però, que el fet que la població enquestada sigui gent de fora de Manresa fa créixer aquest percentatge perquè la gent, posada a fer un desplaçament a un nucli urbà, aprofita per fer més d'una cosa. Moltes vegades, aquesta altra cosa és realitzar compres aprofitant la gamma i la varietat que el tram comercial de la ciutat ofereix (vegeu apartat 7 sobre motius de compra).

**Taula 139.- Intenció de compra - Compra efectiva o futura**

|                              | Freqüències | Percentatges | % Acumulat |
|------------------------------|-------------|--------------|------------|
| <b>TOTAL</b>                 | 539         | 100          | 100        |
| <b>PENSA COMPRAR</b>         |             |              |            |
| <b>V7PENSACOMPRAR</b>        | 539         | 100          |            |
| <b>NO</b>                    | 86          | 16           | 16         |
| <b>SÍ</b>                    | 168         | 31           | 47         |
| <b>Ja ha comprat + NS/NC</b> | 285         | 53           | 100        |

**Gràfic 21.- Intenció de compra - Compra efectiva o futura**



## 8.6.- Tipologia de compres

Aquesta variable era de tipus múltiple, és a dir, que es podia dir que s'havia comprat més d'un tipus de producte. D'aquesta manera, els percentatges que apareixen en la taula 140 estan calculats sobre el total de persones entrevistades (539). Així, l'alimentació és esmentada pel 71% de la mostra si tenim en compte que el 37% exposa la compra d'alimentació fresca i el 34% la compra d'alimentació seca com a producte comprat. Cal tenir en compte que aquesta dada queda força alterada pel fet d'haver fet l'enquesta en la zona comercial del polígon dels Trullols (el 49% de les persones enquestades manifesten haver fet les seves compres en un format d'hipermercat, com es veu en la taula 141).

<sup>29</sup> En l'aplicació pràctica, les persones enquestades només podien dir un motiu per desplaçar-se al lloc en què havien estat enquestades.

La taula 140 mostra la importància de cadascuna de les categories de compra analitzades.

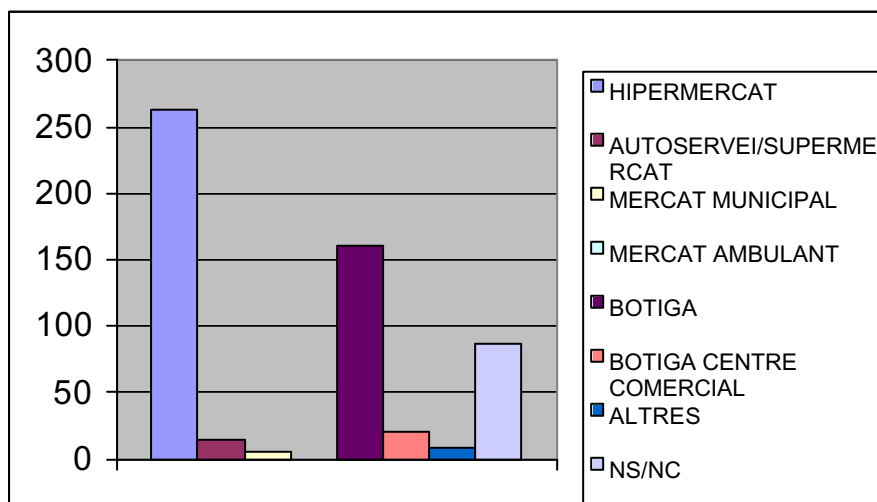
**Taula 140.- Tipologia de la compra**

|                                  | <b>Freqüències</b> | <b>Percentatges</b> | <b>% 2000</b> |
|----------------------------------|--------------------|---------------------|---------------|
| <b>TOTAL</b>                     | 539                | 100                 | 100           |
| <b>COMPRES</b>                   |                    |                     |               |
| <b>V8COMPRES</b>                 | 539                | 100                 | 100           |
| <b>ALIMENTACIÓ FRESCA</b>        | 202                | 37                  | 40            |
| <b>ALIMENTACIÓ SECA</b>          | 185                | 34                  | 42            |
| <b>QUOTIDIÀ NO ALIMENTARI</b>    | 121                | 22                  | 26            |
| <b>VESTIT CALÇAT ADULTS</b>      | 123                | 23                  | 21            |
| <b>VESTIT CALÇAT NENS</b>        | 30                 | 6                   | 5             |
| <b>COMPLEMENTES PERSONALS</b>    | 27                 | 5                   | 4             |
| <b>CULTURA I LLEURE</b>          | 49                 | 9                   | 5             |
| <b>MOBLES O ELECTRODOMÈSTICS</b> | 27                 | 5                   | 8             |
| <b>JOGUINES, ESPORTS</b>         | 16                 | 3                   | 2             |
| <b>SUBMINISTRAMENTS PROFESS.</b> | 15                 | 3                   | 1             |
| <b>ALTRES</b>                    | 43                 | 8                   | 5             |
| <b>NS/NC<sup>30</sup></b>        | 85                 | 16                  | 17            |

**Taula 141.- Format dels establiments comercials**

|                                | <b>Freqüències</b> | <b>Percentatges</b> | <b>% 2000</b> |
|--------------------------------|--------------------|---------------------|---------------|
| <b>TOTAL</b>                   | 539                | 100                 |               |
| <b>TIPUS D'ESTABLIMENT</b>     |                    |                     |               |
| <b>V9ESTABLIMENT</b>           | 539                | 100                 | 100           |
| <b>HIPERMERCAT</b>             | 263                | 49                  | 55            |
| <b>AUTOSERVEI/SUPERMERCAT</b>  | 14                 | 3                   | 2             |
| <b>MERCAT MUNICIPAL</b>        | 5                  | 1                   | 1             |
| <b>MERCAT AMBULANT</b>         | 0                  | 0                   | 0             |
| <b>BOTIGA</b>                  | 160                | 30                  | 22            |
| <b>BOTIGA CENTRE COMERCIAL</b> | 20                 | 4                   | 5             |
| <b>ALTRES</b>                  | 8                  | 1                   | 0             |
| <b>NS/NC</b>                   | 87                 | 16                  | 17            |

<sup>30</sup> Bàsicament gent que no pensa comprar.

**Gràfic 22.- Format dels establiments comercials**

### 8.7.- Els motius de la compra

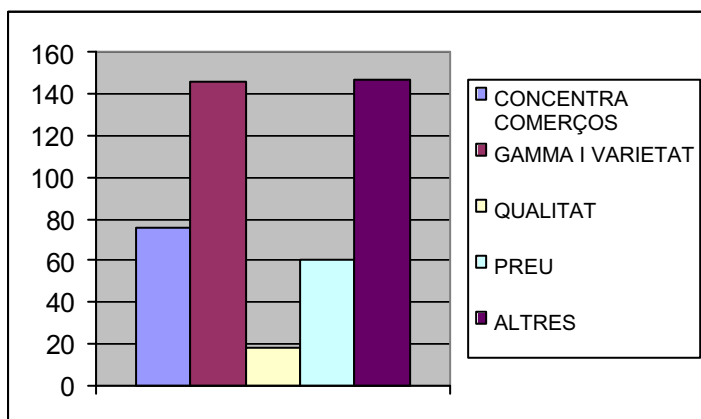
Els motius que les persones enquestades addueixen per comprar en el tipus de comerç que han triat són, per aquest ordre, la gamma i la varietat (27%), la concentració d'establiments (14%) i el preu (11%). És simptomàtic que només el 3% de la gent declari com a motiu de compra la qualitat. Cal destacar l'existència d'un 27% de persones que donen motius diferents als comentats fins ara (es tracta d'una amalgama de comoditat, confiança, accés a aparcament, proximitat, gent que està de pas, etc.).

**Taula 142.- Motius de la compra**

|                             | Freqüències | Percentatges | % 2000 |
|-----------------------------|-------------|--------------|--------|
| <b>TOTAL</b>                | 539         | 100          | 100    |
| <b>MOTIUS DE LA COMPRA</b>  |             |              |        |
| <b>V10MOTIVACIOCOMPRA</b>   | 539         | 100          |        |
| <b>CONCENTRA COMERÇOS</b>   | 76          | 14           | 12     |
| <b>GAMMA I VARIETAT</b>     | 146         | 27           | 31     |
| <b>QUALITAT</b>             | 18          | 3            | 7      |
| <b>PREU</b>                 | 60          | 11           | 18     |
| <b>ALTRES</b> <sup>31</sup> | 147         | 27           | 22     |
| <b>NS/NC</b> <sup>32</sup>  | 92          | 17           | 19     |

<sup>31</sup> Inclou la categoria proximitat, que l'any 2000 va ser considerada de forma independent i suposava el 4% del total.

<sup>32</sup> Bàsicament gent que no pensa comprar.

**Gràfic 23.- Motius de la compra**

L'encreuament d'aquesta dada amb algunes altres dona resultats força interessants. Així, per exemple, l'encreuament amb el lloc on s'ha fet l'entrevista deixa veure que:

- La qualitat esdevé el motiu més important per a aquelles persones que trobem a la zona del Passeig i carrer Guimerà.
- En canvi, la gent que trobem a les zones d'hipermercat dona com a motiu principal el preu, la gamma i la concentració comercial.

**Taula 143.- Motiu de compra per punt de mostreig**

| % Verticals             |     | CONCEN-<br>TRACIÓ | GAMMA I<br>VARIETAT | QUALITAT | PREU | ALTRES | NS/NC |
|-------------------------|-----|-------------------|---------------------|----------|------|--------|-------|
| <b>TOTAL</b>            | 539 | 76                | 146                 | 18       | 60   | 147    | 92    |
| <b>PUNT DE CONTACTE</b> |     |                   |                     |          |      |        |       |
| <b>VLLOC</b>            | 539 | 76                | 146                 | 18       | 60   | 147    | 92    |
| <b>HIPERMERCAT</b>      | 52  | 45                | 60                  | 28       | 82   | 65     | 10    |
| <b>GUIMERA, PG.</b>     | 22  | 34                | 12                  | 44       | 3    | 20     | 41    |
| <b>ZONA BORN,</b>       | 26  | 21                | 29                  | 28       | 15   | 15     | 49    |

Aquestes dades queden reforçades a partir de la següent taula:

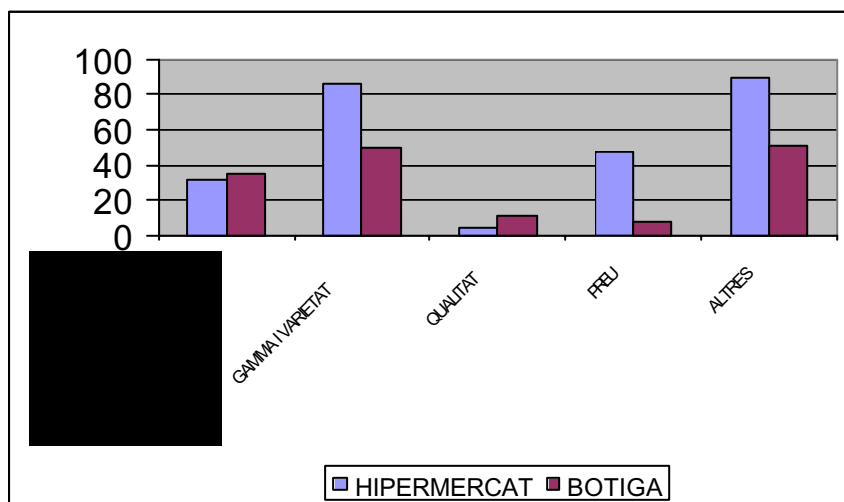
**Taula 144.- Motiu de compra per tipus d'establiment. % horitzontals**

| % Horitzontals                     |     | CONCEN-<br>TRACIÓ | GAMMA I<br>VARIETAT | QUALITAT | PREU | ALTRES | NS/NC |
|------------------------------------|-----|-------------------|---------------------|----------|------|--------|-------|
| <b>TOTAL</b>                       | 539 | 14                | 27                  | 3        | 11   | 27     | 17    |
| <b>TIPUS D'ESTABLIMENT</b>         |     |                   |                     |          |      |        |       |
| <b>V9ESTABLIMENT</b>               | 539 | 14                | 27                  | 3        | 11   | 27     | 17    |
| <b>HIPERMERCAT</b>                 | 263 | 12                | 33                  | 2        | 18   | 34     | 2     |
| <b>AUTOSERVEI/SUPERME<br/>RCAT</b> | 14  | 36                | 14                  | 7        | 29   | 14     |       |
| <b>MERCAT MUNICIPAL</b>            | 5   | 60                | 20                  | 20       | 0    | 0      | 0     |
| <b>MERCAT AMBULANT</b>             | 0   | 0                 | 0                   | 0        | 0    | 0      | 0     |
| <b>BOTIGA</b>                      | 160 | 22                | 31                  | 7        | 4    | 32     | 4     |
| <b>BOTIGA CENTRE<br/>COMERCIAL</b> | 20  | 35                | 30                  |          | 10   | 20     | 5     |
| <b>ALTRES</b>                      | 8   | 38                | 13                  | 0        | 13   | 25     | 13    |
| <b>NS/NC</b>                       | 87  | 1                 | 7                   | 1        | 0    | 0      | 91    |

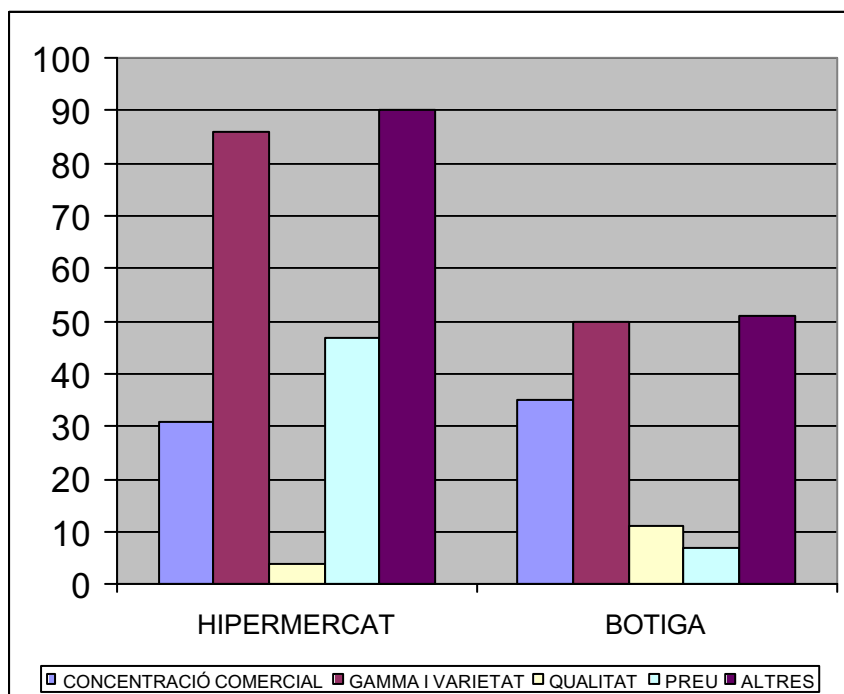
De tots els formats estudiats, només l'hipermercat i la botiga especialitzada presenten prou casos com per poder-ne treure conclusions mínimament representatives. Així, la concentració i la qualitat apareixen sobrevalorades per la gent que compra en botigues, mentre que la gent que prefereix el format hipermercat valora més el preu, la gamma i la varietat.

Els gràfics següents pretenen reflectir els motius principals d'aquests dos formats comercials (dades expressades en %).

**Gràfic 24.- Motius de la compra - Tipus d'establiment (%)**



**Gràfic 25.- Motius de la compra: hipermercat i botiga (%)**

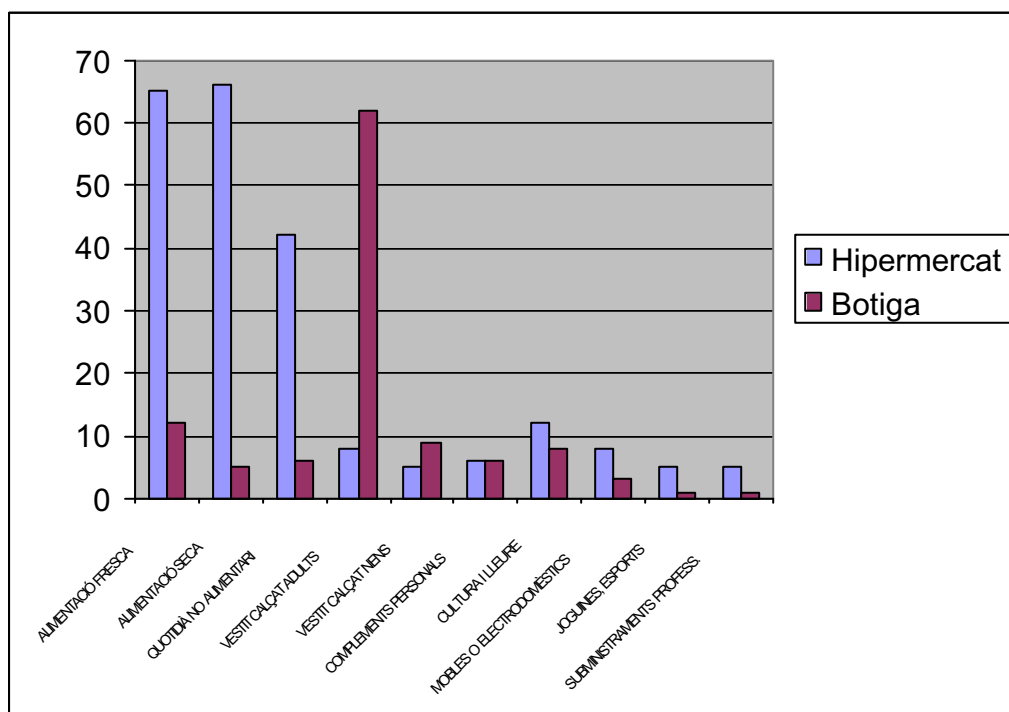


Com a complement d'aquesta informació, la taula 145 ens permet veure com diferents establiments comercials s'especialitzen també en l'abastament de productes diferents. En aquest sentit, ens interessa ressaltar l'especialització dels hipermercats en alimentació i productes quotidians no alimentaris.

**Taula 145.- Les compres en diferents formats comercials<sup>33</sup>**

| % Verticals                    | HIPERMERCAT | AUTO/SUPER | MERCAT MUNICIPAL | MERCAT AMBULANT | BOTIGA | BOTIGA CENTRE COM. | ALTRES | NS/NC |
|--------------------------------|-------------|------------|------------------|-----------------|--------|--------------------|--------|-------|
| TOTAL                          | 263         | 14         | 5                | 0               | 160    | 20                 | 8      | 87    |
| COMPRES                        |             |            |                  |                 |        |                    |        |       |
| V8COMPRES                      | 262         | 14         | 5                | 0               | 160    | 20                 | 8      | 87    |
| ALIMENTACIÓ FRESCA             | 65          | 93         | 100              | 0               | 12     | 25                 | 0      | 3     |
| ALIMENTACIÓ SECA               | 66          | 21         | 0                | 0               | 5      | 35                 | 0      | 0     |
| QUOTIDIA NO ALIMENTARI         | 42          | 7          | 0                | 0               | 6      | 20                 | 0      | 0     |
| VESTIT CALÇAT ADULTS           | 8           | 36         | 40               | 0               | 62     | 40                 | 0      | 0     |
| VESTIT CALÇAT NENS             | 5           | 0          | 0                | 0               | 9      | 5                  | 13     | 0     |
| COMPLEMENTES PERSONALS         | 6           | 0          | 0                | 0               | 6      | 10                 | 13     | 0     |
| CULTURA I LLEURE               | 12          | 14         | 20               | 0               | 8      | 20                 | 25     | 0     |
| MOBLES O ELECTRODOMÈSTICS      | 8           | 7          |                  | 0               | 3      | 5                  | 0      | 0     |
| JOGUINES, ESPORTS              | 5           | 0          | 0                | 0               | 1      | 10                 | 0      | 0     |
| SUBMINISTRAMENTS PROFESSIONALS | 5           | 0          | 0                | 0               | 1      | 5                  | 0      | 0     |
| ALTRES                         | 5           | 0          | 0                | 0               | 13     | 25                 | 50     | 0     |
| NS/NC                          | 1           | 0          | 0                | 0               | 2      | 0                  | 0      | 91    |

<sup>33</sup> Com que el tipus d'establiment era una variable múltiple, els percentatges sumen més del 100%.

**Gràfic 26.- Compres en hipermercat i botiga**

## 9.- CONCLUSIONS

- En general, les dades obtingudes a partir d'aquesta recerca no difereixen massa de les de l'any 2000.
- La varietat de l'oferta i la concentració d'establiments són els principals motius que fan de Manresa una ciutat comercialment atractiva. Aquest segment del mercat està liderat de manera compartida per les botigues tradicionals del centre de la ciutat i pels hipermercats.
- En canvi, el factor preu només és determinant per a una part molt petita de la població enquestada. Aquest segment de la demanda acostuma a fer les seves compres en hipermercats.
- Un percentatge molt petit (al voltant del 3%) dels compradors i compradores admet que la qualitat és el motiu principal pel qual compren en determinats llocs. Aquest segment de la demanda és més probable trobar-lo a la zona comercial del centre de Manresa.
- L'estudi ha posat de manifest un ús aclaparador dels mitjans de transport privats per anar a realitzar les compres.



## 10.- ANNEXOS

### Annex 1.- Dades del total d'abordatges realitzats en el treball de camp

#### Distribució dels contactes per punt de mostreig

|                    |      |
|--------------------|------|
| Lloc               |      |
| Zona Hipermercat   | 45%  |
| Zona Guimerà       | 26%  |
| Zona Born          | 29%  |
| Total casos : 1303 | 100% |

#### Distribució dels contactes per horari

|                    |      |
|--------------------|------|
| Horari             |      |
| Matí               | 49%  |
| Tarda              | 51%  |
| Total casos : 1303 | 100% |

#### Distribució dels contactes per sexe

|                    |      |
|--------------------|------|
| Sexe               |      |
| Home               | 36%  |
| Dona               | 64%  |
| Total casos : 1303 | 100% |

#### Distribució dels contactes per lloc de residència

|                                        |      |
|----------------------------------------|------|
| Manresa                                | 59%  |
| Fora de Manresa (casos objecte estudi) | 41%  |
| Total casos : 1303                     | 100% |

#### Distribució dels contactes per dia de l'entrevista

|                    |      |
|--------------------|------|
| Dimarts            | 37%  |
| Divendres          | 33%  |
| Dissabte           | 30%  |
| Total casos : 1303 | 100% |

## Annex 2.- Enquestes Vàlides

## Punt de mostreig

|                                   | Freqüències | Percentatges | % Acumulat |
|-----------------------------------|-------------|--------------|------------|
| <b>TOTAL</b>                      | 539         | 100          | 100        |
| <b>PUNT DE CONTACTE</b>           |             |              |            |
| <b>VLLOC</b>                      | 539         | 100          |            |
| <b>ZONA HIPERMERCAT</b>           | 279         | 52           | 52         |
| <b>ZONA GUIMERÀ, PASSEIG</b>      | 121         | 22           | 74         |
| <b>ZONA BORN, PL. S. DOMÈNEC.</b> | 139         | 26           | 100        |

## Punt de mostreig per població d'origen

| Freqüències              |     | ZONA<br>HIPERMERCAT | GUIMERÀ,<br>PASSEIG | BORN, PLAÇA<br>S. DOMÈNEC |
|--------------------------|-----|---------------------|---------------------|---------------------------|
| <b>TOTAL</b>             | 539 | 279                 | 121                 | 139                       |
| <b>V1POBLACIO_1</b>      | 539 | 279                 | 121                 | 139                       |
| <b>Area Manresa</b>      | 247 | 138                 | 58                  | 51                        |
| <b>Resta Bages</b>       | 172 | 98                  | 36                  | 38                        |
| <b>Anoia</b>             | 7   | 3                   | 1                   | 3                         |
| <b>Baix Llobregat</b>    | 17  | 7                   | 4                   | 6                         |
| <b>Barcelonès</b>        | 16  | 5                   | 4                   | 7                         |
| <b>Berguedà</b>          | 23  | 10                  | 4                   | 9                         |
| <b>Prov. Girona</b>      | 2   | 1                   | 1                   | 0                         |
| <b>Prov. Lleida</b>      | 10  | 3                   | 2                   | 5                         |
| <b>Osona</b>             | 7   | 0                   | 3                   | 4                         |
| <b>Solsonès</b>          | 12  | 4                   | 2                   | 6                         |
| <b>Vallès Occidental</b> | 16  | 4                   | 5                   | 7                         |
| <b>Vallès Oriental</b>   | 2   | 1                   | 0                   | 1                         |
| <b>Altres</b>            | 8   | 3                   | 1                   | 2                         |

## Motiu per dia d'enquestament

| Freqüències                                   |     | DIMARTS 1 | DIVENDRES 4 | DISSABTE 5 |
|-----------------------------------------------|-----|-----------|-------------|------------|
| <b>TOTAL</b>                                  | 539 | 182       | 173         | 184        |
| <b>MOTIU PEL QUAL ES TROBA EN AQUEST PUNT</b> |     |           |             |            |
| <b>V5MOTIULLOC</b>                            | 539 | 182       | 173         | 184        |
| <b>TREBALL HABITUAL</b>                       | 36  | 21        | 9           | 6          |
| <b>GESTIONS FEINA/TREBALL TEMP</b>            | 18  | 9         | 8           | 1          |
| <b>ESTUDIS</b>                                | 17  | 9         | 6           | 2          |
| <b>GESTIONS ADMINISTRATIVES</b>               | 11  | 5         | 5           | 1          |
| <b>METGE</b>                                  | 26  | 14        | 11          | 1          |
| <b>PASSEIG/LLEURE</b>                         | 67  | 26        | 15          | 26         |
| <b>TURISME</b>                                | 4   | 1         | 0           | 3          |
| <b>COMPRES</b>                                | 330 | 88        | 108         | 134        |
| <b>CINEMA</b>                                 | 4   | 0         | 2           | 2          |
| <b>ALTRES</b>                                 | 25  | 8         | 9           | 8          |
| <b>NS/NC</b>                                  | 1   | 1         | 0           | 0          |

## Annex 3.- Distribució de la mostra per edats

| EDAT | Freqüència | Percentatge | Porc. acum. | Quartils    |
|------|------------|-------------|-------------|-------------|
| 14   | 1          | 0%          | 1%          |             |
| 15   | 2          | 0%          | 1%          |             |
| 16   | 11         | 2%          | 3%          |             |
| 17   | 6          | 1%          | 4%          |             |
| 18   | 13         | 2%          | 6%          |             |
| 19   | 9          | 2%          | 8%          |             |
| 20   | 24         | 4%          | 12%         |             |
| 21   | 21         | 4%          | 16%         |             |
| 22   | 15         | 3%          | 19%         |             |
| 23   | 14         | 3%          | 22%         |             |
| 24   | 10         | 2%          | 23%         |             |
| 25   | 19         | 4%          | 27%         | 1er quartil |
| 26   | 12         | 2%          | 29%         |             |
| 27   | 13         | 2%          | 32%         |             |
| 28   | 16         | 3%          | 35%         |             |
| 29   | 12         | 2%          | 37%         |             |
| 30   | 11         | 2%          | 39%         |             |
| 31   | 11         | 2%          | 41%         |             |
| 32   | 14         | 3%          | 43%         |             |
| 33   | 12         | 2%          | 46%         |             |
| 34   | 10         | 2%          | 47%         |             |
| 35   | 11         | 2%          | 50%         |             |
| 36   | 7          | 1%          | 51%         | Mediana     |
| 37   | 12         | 2%          | 53%         |             |
| 38   | 9          | 2%          | 55%         |             |
| 39   | 12         | 2%          | 57%         |             |
| 40   | 10         | 2%          | 59%         |             |
| 41   | 9          | 2%          | 60%         |             |
| 42   | 13         | 2%          | 63%         |             |
| 43   | 10         | 2%          | 65%         |             |
| 44   | 12         | 2%          | 67%         |             |
| 45   | 20         | 4%          | 71%         |             |
| 46   | 14         | 3%          | 73%         |             |
| 47   | 11         | 2%          | 75%         | 3er quartil |
| 48   | 6          | 1%          | 76%         |             |
| 49   | 7          | 1%          | 78%         |             |
| 50   | 12         | 2%          | 80%         |             |
| 51   | 5          | 1%          | 81%         |             |
| 52   | 9          | 2%          | 83%         |             |
| 53   | 6          | 1%          | 84%         |             |
| 54   | 7          | 1%          | 85%         |             |
| 55   | 5          | 1%          | 86%         |             |
| 56   | 10         | 2%          | 88%         |             |
| 57   | 2          | 0%          | 88%         |             |
| 58   | 3          | 1%          | 89%         |             |
| 59   | 4          | 1%          | 89%         |             |
| 60   | 7          | 1%          | 91%         |             |
| 61   | 3          | 1%          | 91%         |             |
| 62   | 5          | 1%          | 92%         |             |
| 63   | 6          | 1%          | 93%         |             |
| 64   | 3          | 1%          | 94%         |             |
| 65   | 3          | 1%          | 94%         |             |
| 67   | 3          | 1%          | 95%         |             |
| 68   | 2          | 0%          | 95%         |             |
| 69   | 4          | 1%          | 96%         |             |
| 70   | 3          | 1%          | 97%         |             |
| 71   | 2          | 0%          | 97%         |             |
| 72   | 2          | 0%          | 97%         |             |

|    |   |    |      |  |
|----|---|----|------|--|
| 73 | 4 | 1% | 98%  |  |
| 75 | 3 | 1% | 99%  |  |
| 76 | 3 | 1% | 99%  |  |
| 78 | 1 | 0% | 99%  |  |
| 80 | 1 | 0% | 100% |  |
| 81 | 1 | 0% | 100% |  |
| 82 | 1 | 0% | 100% |  |

|                          | Freqüències | Percentatges | % Acumulat |
|--------------------------|-------------|--------------|------------|
| Edats agrupades          |             |              |            |
| <b>TOTAL</b>             | 539         | 100          | 100        |
| <b>V11EDAT_1</b>         | 539         | 100          | 0          |
| <b>Menors de 18 anys</b> | 20          | 4            | 4          |
| <b>18-29</b>             | 178         | 33           | 37         |
| <b>30-39</b>             | 109         | 20           | 57         |
| <b>40-49</b>             | 112         | 21           | 78         |
| <b>50-65</b>             | 87          | 16           | 94         |
| <b>Més de 65</b>         | 33          | 6            | 100        |

## Annex 4.- Població de residència de les persones enquestades

| TOTAL                      | Freqüències | Percentatges | % Acumulat |
|----------------------------|-------------|--------------|------------|
|                            | 539         | 100          |            |
| POBLACIÓ DE RESIDÈNCIA     |             |              |            |
| V1POBLACIÓ                 | 539         | 100          |            |
| ARTÈS                      | 17          | 3            | 3          |
| AVINYÓ                     | 2           | 0            | 4          |
| BALSARENY                  | 9           | 2            | 5          |
| CALDERS                    | 4           | 1            | 6          |
| CALLÚS                     | 13          | 2            | 8          |
| CARDONA                    | 12          | 2            | 11         |
| CASTELLBELL I EL VILAR     | 12          | 2            | 13         |
| CASTELLGALI                | 7           | 1            | 14         |
| FONOLLOSA                  | 5           | 1            | 15         |
| MOIA                       | 7           | 1            | 16         |
| MONISTROL DE CALDERS       | 2           | 0            | 17         |
| MONISTROL MONTSERRAT       | 18          | 3            | 20         |
| MURA                       | 3           | 1            | 21         |
| NAVARCLES                  | 35          | 6            | 27         |
| NAVÀS                      | 12          | 2            | 29         |
| PONT DE VILOMARA           | 19          | 4            | 33         |
| RAJADELL                   | 3           | 1            | 33         |
| SALLENT                    | 22          | 4            | 37         |
| SANT FELIU SASSERRA        | 2           | 0            | 38         |
| SANT FRUITÓS DE BAGES      | 37          | 7            | 45         |
| SANT JOAN DE VILATORRADA   | 62          | 12           | 56         |
| SANT MATEU DE BAGES        | 1           | 0            | 56         |
| SANT SALVADOR DE GUARDIOLA | 9           | 2            | 58         |
| SANT VICENÇ DE CASTELLET   | 42          | 8            | 66         |
| STA. MARIA D'OLO           | 3           | 1            | 66         |
| SANTPEDOR                  | 35          | 6            | 73         |
| SÚRIA                      | 25          | 5            | 78         |
| TALAMANCA                  | 1           | 0            | 78         |
| ABRERA                     | 1           | 0            | 78         |
| ANDORRA                    | 1           | 0            | 78         |
| BADALONA                   | 1           | 0            | 78         |
| BALAGUER                   | 1           | 0            | 78         |
| BANYOLES                   | 1           | 0            | 79         |
| BARCELONA                  | 15          | 3            | 81         |
| BERGA                      | 6           | 1            | 83         |
| EL BRUC                    | 3           | 1            | 83         |
| CALAF                      | 3           | 1            | 84         |
| CASSERRES                  | 1           | 0            | 84         |
| CASTELLAR DEL VALLÈS       | 1           | 0            | 84         |
| CASTELLTERÇOL              | 1           | 0            | 84         |
| CERDANYOLA                 | 1           | 0            | 84         |
| COLLBATÓ                   | 1           | 0            | 85         |
| CORNELLÀ                   | 1           | 0            | 85         |
| ESPARREGUERA               | 1           | 0            | 85         |
| GIRONA                     | 2           | 0            | 85         |
| GIRONELLA                  | 7           | 1            | 86         |
| GRANOLLERS                 | 1           | 0            | 87         |
| IGUALADA                   | 7           | 1            | 88         |
| IVORRA                     | 1           | 0            | 88         |
| LLEIDA                     | 3           | 1            | 89         |
| OLESA DE MONTSERRAT        | 8           | 1            | 90         |
| OLIANA                     | 1           | 0            | 90         |
| PINÓS                      | 2           | 0            | 91         |
| PRATS DE LLUÇANÈS          | 5           | 1            | 92         |
| PUIGREIG                   | 6           | 1            | 93         |

|                            |    |   |     |
|----------------------------|----|---|-----|
| RELLINARS                  | 2  | 0 | 93  |
| SABADELL                   | 3  | 1 | 94  |
| SANT ANDREU DE LA BARCA    | 1  | 0 | 94  |
| SANT CUGAT                 | 2  | 0 | 94  |
| SOLSONA                    | 10 | 2 | 96  |
| TÀRREGA                    | 1  | 0 | 96  |
| TERRASSA                   | 7  | 1 | 98  |
| TORA                       | 1  | 0 | 98  |
| VACARISSES                 | 1  | 0 | 98  |
| VALLCEBRE                  | 1  | 0 | 98  |
| VIC                        | 2  | 0 | 99  |
| VILADA                     | 1  | 0 | 99  |
| ALTRES CIUTATS E. ESPANYOL | 5  | 1 | 100 |

## Annex 5 .- Població de residència per dia d'enquesta

| Freqüències       | Total | DIMARTS 1 | DIVENDRES 4 | DISSABTE 5 |
|-------------------|-------|-----------|-------------|------------|
| TOTAL             | 539   | 182       | 173         | 184        |
| V1POBLACIO_1      | 539   | 182       | 173         | 184        |
| Area Manresa      | 247   | 91        | 71          | 85         |
| Resta Bages       | 172   | 59        | 73          | 40         |
| Anoia             | 7     | 2         | 0           | 5          |
| Baix Llobregat    | 17    | 4         | 5           | 8          |
| Barcelonès        | 16    | 4         | 7           | 5          |
| Berguedà          | 23    | 6         | 8           | 9          |
| Prov. Girona      | 2     | 1         | 1           | 0          |
| Prov. Lleida      | 10    | 2         | 1           | 7          |
| Osona             | 7     | 2         | 0           | 5          |
| Solsonès          | 12    | 3         | 1           | 8          |
| Vallès Occidental | 16    | 5         | 3           | 8          |
| Vallès Oriental   | 2     | 0         | 1           | 1          |
| Altres            | 8     | 2         | 1           | 3          |

## Annex 6.- Mitjà de transport utilitzat per punt de mostreig (% verticals)

| % Verticals                     |     | ZONA<br>HIPERMERCAT | ZONA GUIMERA<br>PASSEIG | ZONA BORN, Pça. S.<br>DOMÈNEC |
|---------------------------------|-----|---------------------|-------------------------|-------------------------------|
| TOTAL                           | 538 | 279                 | 121                     | 139                           |
| MITJÀ DE TRANSPORT<br>UTILITZAT |     |                     |                         |                               |
| V4TRANSPORT                     | 538 | 279                 | 121                     | 139                           |
| COTXE PARTICULAR                | 89  | 98                  | 79                      | 78                            |
| TREN RENFE                      | 4   | 0                   | 11                      | 4                             |
| TREN FFCC                       | 2   | 0                   | 4                       | 3                             |
| BUS                             | 5   | 0                   | 4                       | 14                            |
| TAXI                            | 0   | 0                   | 0                       | 0                             |
| MOTO                            | 1   | 1                   | 2                       | 0                             |

## Annex 7.- Motiu de desplaçament per punt de mostreig i per procedència de l'enquestat

| % Verticals    |     | ZONA<br>HIPERMERCAT | ZONA GUIMERA,<br>PASSEIG | ZONA BORN, P. S.<br>DOMÈNEC |
|----------------|-----|---------------------|--------------------------|-----------------------------|
| TOTAL          | 539 | 279                 | 121                      | 139                         |
| V5MOTIU LLOC   | 539 | 279                 | 121                      | 139                         |
| ZONA TREBALLO  | 7   | 3                   | 17                       | 6                           |
| GESTIONS FEINA | 3   | 1                   | 3                        | 7                           |
| ESTUDIS        | 3   | 0                   | 8                        | 5                           |
| GESTIONS ADM.  | 2   | 0                   | 5                        | 4                           |
| METGE          | 5   | 3                   | 5                        | 8                           |
| PASSEIG/LLEURE | 12  | 7                   | 15                       | 21                          |
| TURISME        | 1   | 1                   | 0                        | 0                           |
| COMPRES        | 61  | 80                  | 41                       | 42                          |
| CINEMA         | 1   | 1                   | 0                        | 0                           |
| ALTRES         | 5   | 3                   | 6                        | 7                           |
| NS/NC          | 0   | 0                   | 0                        | 0                           |

| % Verticals                             |     | Àrea<br>Manresa | Rest<br>Bages | Anoia | Baix<br>Llobregat | Barcelonès | Berguedà | Prov.<br>Girona | Prov.<br>Lleida | Osona | Solsonès | Vallès<br>Occidental | Vallès<br>Oriental | Altres |
|-----------------------------------------|-----|-----------------|---------------|-------|-------------------|------------|----------|-----------------|-----------------|-------|----------|----------------------|--------------------|--------|
| TOTAL                                   | 539 | 247             | 172           | 7     | 17                | 16         | 23       | 2               | 10              | 7     | 12       | 16                   | 2                  | 8      |
| MOTIU PEL QUAL ES TROBA EN AQUEST PUNT  |     |                 |               |       |                   |            |          |                 |                 |       |          |                      |                    |        |
| V5MOTIU LLOC                            | 539 | 247             | 172           | 7     | 17                | 16         | 23       | 2               | 10              | 7     | 12       | 16                   | 2                  | 8      |
| ZONA ON TREBALLO HABITUALMENT           | 7   | 8               | 4             | 0     | 12                | 6          | 4        | 50              | 0               | 14    | 8        | 13                   | 50                 | 0      |
| GESTIONS DE FEINA/TREBALL TEMPORAL ZONA | 3   | 2               | 3             | 0     | 6                 | 13         | 4        | 0               | 10              | 0     | 0        | 19                   | 0                  | 17     |
| ESTUDIS                                 | 3   | 2               | 3             | 14    | 6                 | 13         | 4        | 50              | 10              | 0     | 0        | 0                    | 0                  | 17     |
| GESTIONS ADMINISTRATIVES                | 2   | 3               | 2             | 0     | 0                 | 0          | 0        | 0               | 0               | 0     | 0        | 0                    | 0                  | 0      |
| METGE                                   | 5   | 4               | 8             | 0     | 0                 | 0          | 9        | 0               | 0               | 0     | 0        | 0                    | 0                  | 0      |
| PASSEIG/LLEURE                          | 12  | 12              | 9             | 57    | 24                | 13         | 9        | 0               | 30              | 14    | 17       | 25                   | 0                  | 17     |
| TURISME                                 | 1   | 1               | 0             | 0     | 6                 | 6          | 0        | 0               | 0               | 0     | 0        | 0                    | 0                  | 0      |
| COMPRES                                 | 61  | 67              | 66            | 29    | 47                | 19         | 57       | 0               | 40              | 71    | 75       | 38                   | 0                  | 33     |
| CINEMA                                  | 1   | 1               | 1             | 0     | 0                 | 0          | 0        | 0               | 0               | 0     | 0        | 0                    | 0                  | 0      |
| ALTRES                                  | 5   | 2               | 4             | 0     | 0                 | 31         | 13       | 0               | 10              | 0     | 0        | 6                    | 50                 | 17     |

## Annex 8.- Motius i tipus de compres

| Freqüències               |     | ZONA ON TREBALLA HABITUALMENT | GESTIONS DE FEINA/TREBALL TEMPORAL ZONA | ESTUDIS | GESTIONS ADMINISTRATIVES | METGE | PASSEIG/LLEURE | TURISME | COMPRES | CINEMA | ALTRES | NS/NC |
|---------------------------|-----|-------------------------------|-----------------------------------------|---------|--------------------------|-------|----------------|---------|---------|--------|--------|-------|
| <b>TOTAL</b>              | 539 | 36                            | 18                                      | 17      | 11                       | 26    | 67             | 4       | 330     | 4      | 25     | 1     |
| <b>V6COMPRA</b>           | 539 | 36                            | 18                                      | 17      | 11                       | 26    | 67             | 4       | 330     | 4      | 25     | 1     |
| <b>Ha comprat</b>         | 278 | 9                             | 5                                       | 3       | 2                        | 13    | 25             | 3       | 205     | 1      | 11     | 1     |
| <b>Comprerà</b>           | 168 | 7                             | 1                                       | 3       | 4                        | 6     | 23             | 1       | 115     | 1      | 7      | 0     |
| <b>NS/NC<sup>34</sup></b> | 93  | 20                            | 12                                      | 11      | 5                        | 7     | 19             | 0       | 10      | 2      | 7      | 0     |

| Freqüències                                   |     | ALIMENT FRESCA | ALIMENTACIÓ SECA | QUOTIDIÀ NO ALIMENTARI | VESTIT CALÇAT | VESTIT CALÇAT NENS | COMPLEMENT S PERSONALS | CULTURA I LLEURE | MOBLES O ELECTRODOM | JOGUINES, ESPORTS | SUBMINISTRAMENTS | ALTRES | NS/NC |
|-----------------------------------------------|-----|----------------|------------------|------------------------|---------------|--------------------|------------------------|------------------|---------------------|-------------------|------------------|--------|-------|
| <b>TOTAL</b>                                  | 539 | 202            | 185              | 121                    | 123           | 30                 | 27                     | 49               | 27                  | 16                | 15               | 43     | 85    |
| <b>MOTIU PEL QUAL ES TROBA EN AQUEST PUNT</b> |     |                |                  |                        |               |                    |                        |                  |                     |                   |                  |        |       |
| <b>V5MOTIU LLOC</b>                           | 539 | 202            | 185              | 121                    | 123           | 30                 | 27                     | 49               | 27                  | 16                | 15               | 43     | 85    |
| <b>ZONA ON TREBALLA</b>                       | 36  | 6              | 4                | 3                      | 4             | 0                  | 0                      | 3                | 0                   | 0                 | 2                |        | 20    |
| <b>GESTIONS DE FEINA</b>                      | 18  | 1              | 3                | 2                      | 2             | 0                  | 0                      | 0                | 0                   | 0                 | 1                | 1      | 11    |
| <b>ESTUDIS</b>                                | 17  | 2              | 0                | 0                      | 1             | 0                  | 0                      | 2                | 0                   | 0                 | 1                | 2      | 10    |
| <b>GESTIONS ADMINISTRATIVES</b>               | 11  | 2              | 0                | 0                      | 1             | 0                  | 1                      | 1                | 2                   | 0                 | 0                | 0      | 5     |
| <b>METGE</b>                                  | 26  | 7              | 4                | 5                      | 5             | 3                  |                        | 2                |                     | 1                 | 0                | 2      | 8     |
| <b>PASSEIG/LLEURE</b>                         | 67  | 14             | 10               | 10                     | 16            | 3                  | 2                      | 6                | 1                   | 3                 | 0                | 8      | 18    |
| <b>TURISME</b>                                | 4   | 1              | 2                | 3                      | 0             | 0                  | 0                      | 0                | 0                   | 0                 | 0                | 1      | 0     |
| <b>COMPRES</b>                                | 330 | 164            | 154              | 96                     | 88            | 24                 | 23                     | 32               | 21                  | 12                | 11               | 26     | 6     |
| <b>CINEMA</b>                                 | 4   | 1              | 2                | 0                      | 0             | 0                  | 0                      | 1                | 0                   | 0                 | 0                | 0      | 2     |
| <b>ALTRES</b>                                 | 25  | 3              | 6                | 2                      | 6             | 0                  | 1                      | 2                | 3                   | 0                 | 0                | 3      | 5     |
| <b>NS/NC</b>                                  | 1   | 1              | 0                | 0                      | 0             | 0                  | 0                      | 0                | 0                   | 0                 | 0                | 0      | 0     |

<sup>34</sup> Inclou aquelles persones que no compraran res.

## Annex 9.- Punt de mostreig per tipus de compra

| % Verticals <sup>35</sup> |     | ZONA<br>HIPERMERCAT | ZONA GUIMERA<br>PASSEIG | ZONA BORN<br>SANT DOMÈNEC |
|---------------------------|-----|---------------------|-------------------------|---------------------------|
| TOTAL                     | 539 | 279                 | 121                     | 139                       |
| COMPRES                   |     |                     |                         |                           |
| V8COMPRES                 | 538 | 278                 | 121                     | 139                       |
| ALIMENTACIÓ FRESCA        | 38  | 62                  | 17                      | 6                         |
| ALIMENTACIÓ SECA          | 34  | 63                  | 2                       | 4                         |
| QUOTIDIÀ NO ALIMENTARI    | 22  | 41                  | 4                       | 2                         |
| VESTIT CALÇAT ADULTS      | 23  | 8                   | 38                      | 40                        |
| VESTIT CALÇAT NENS        | 6   | 6                   | 3                       | 7                         |
| COMPLEMENT S PERSONALS    | 5   | 5                   | 2                       | 6                         |
| CULTURA I LLEURE          | 9   | 12                  | 6                       | 6                         |
| MOBLES/ELECTRODOMÈSTICS   | 5   | 8                   | 2                       | 1                         |
| JOGUINES, ESPORTS         | 3   | 5                   | 0                       | 1                         |
| SUB. PROFESSIONALS        | 3   | 5                   | 2                       | 0                         |
| ALTRES                    | 8   | 7                   | 5                       | 13                        |
| NS/NC                     | 16  | 3                   | 32                      | 28                        |

## Annex 10.- Població de residència per tipus de compra

| Freqüència   |     | ALIMENTACIÓ<br>FRESCA | ALIMENTACIÓ<br>SECA | QUOTIDIÀ NO<br>ALIMENTARI | VESTIT<br>CALÇAT<br>ADULTS | VESTIT<br>CALÇAT NENS | COMPLEMENT<br>S PERSONALS | CULTURA I<br>LLEURE | MOBLES O<br>ELECTRODOMÈSTICS | JOGUINES,<br>ESPORTS | SUBMINISTRAS<br>MENTS<br>PROFESS | ALTRES | NS/NC |
|--------------|-----|-----------------------|---------------------|---------------------------|----------------------------|-----------------------|---------------------------|---------------------|------------------------------|----------------------|----------------------------------|--------|-------|
| TOTAL        | 539 | 202                   | 185                 | 121                       | 123                        | 30                    | 27                        | 49                  | 27                           | 16                   | 15                               | 43     | 85    |
| V1POBLACIÓ 1 | 539 | 202                   | 185                 | 121                       | 123                        | 30                    | 27                        | 49                  | 27                           | 16                   | 15                               | 43     | 85    |
| Area Manresa | 247 | 105                   | 92                  | 66                        | 40                         | 13                    | 16                        | 22                  | 13                           | 3                    | 8                                | 17     | 42    |
| Resta Bages  | 172 | 68                    | 62                  | 40                        | 39                         | 10                    | 6                         | 16                  | 10                           | 7                    | 4                                | 12     | 17    |
| Anoia        | 7   | 2                     | 3                   | 2                         | 2                          | 0                     | 0                         | 0                   | 0                            | 1                    | 0                                | 0      | 3     |
| B Llobregat  | 17  | 6                     | 5                   | 3                         | 6                          | 3                     |                           | 1                   | 0                            | 2                    | 0                                | 0      | 6     |
| Barcelonès   | 16  | 2                     | 2                   | 3                         | 4                          | 0                     | 2                         | 1                   | 1                            | 0                    | 0                                | 3      | 3     |
| Berguedà     | 23  | 6                     | 7                   | 0                         | 8                          | 1                     | 1                         | 3                   | 1                            | 1                    | 0                                | 5      | 4     |
| Prov Girona  | 2   | 1                     | 0                   | 0                         | 1                          | 0                     | 0                         | 0                   | 0                            | 0                    | 1                                | 0      | 0     |
| Prov. Lleida | 10  | 1                     | 2                   | 1                         | 6                          | 1                     | 0                         | 1                   | 0                            | 1                    | 0                                | 3      | 0     |
| Osona        | 7   | 1                     | 0                   | 0                         | 5                          | 0                     | 1                         | 0                   | 0                            | 0                    | 0                                | 0      | 1     |
| Solsonès     | 12  | 4                     | 4                   | 3                         | 8                          | 2                     | 1                         | 3                   | 0                            | 0                    | 0                                | 0      | 2     |
| Vallès Occ.  | 16  | 3                     | 5                   | 2                         | 3                          | 0                     | 0                         | 0                   | 0                            | 0                    | 1                                | 2      | 5     |
| Vallès Or.   | 2   | 0                     | 0                   | 0                         | 0                          | 0                     | 0                         | 0                   | 0                            | 0                    | 1                                | 0      | 1     |
| Altres       | 6   | 3                     | 3                   | 1                         | 1                          | 0                     | 0                         | 0                   | 1                            | 0                    | 0                                | 0      | 1     |
| SD           | 1   | 0                     | 0                   | 0                         | 0                          | 0                     | 0                         | 1                   | 0                            | 1                    | 0                                | 1      | 0     |
| NS/NC        | 1   | 0                     | 0                   | 0                         | 0                          | 0                     | 0                         | 1                   | 1                            | 0                    | 0                                | 0      | 0     |

<sup>35</sup> Aquesta variable era multiresposta. Per això els percentatges sumen més del 100%.

| % Verticals      |     | ALIMENTACIÓ<br>FRESCA | ALIMENTACIÓ<br>SECA | QUOTIDIÀ NO<br>ALIMENTARI | VESTIT CALÇAT<br>ADULTS | VESTIT CALÇAT<br>NENS | COMPLEMENTS<br>PERSONALS | CULTURAL<br>LLEURE | MOBLES O<br>ELECTRODOMÈ<br>STICS | JOGUINES,<br>ESPORTS | SUBMINISTRAM<br>ENTS PROFESS. | ALTRES | NS/NC |
|------------------|-----|-----------------------|---------------------|---------------------------|-------------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------|----------------------------------|----------------------|-------------------------------|--------|-------|
| TOTAL            | 539 | 202                   | 185                 | 121                       | 123                     | 30                    | 27                       | 49                 | 27                               | 16                   | 15                            | 43     | 85    |
| V1POBLACI<br>O_1 | 539 | 202                   | 185                 | 121                       | 123                     | 30                    | 27                       | 49                 | 27                               | 16                   | 15                            | 43     | 85    |
| Area<br>Manresa  | 46  | 52                    | 50                  | 55                        | 33                      | 43                    | 59                       | 45                 | 48                               | 19                   | 53                            | 40     | 49    |
| Resta<br>Bages   | 32  | 34                    | 34                  | 33                        | 32                      | 33                    | 22                       | 33                 | 37                               | 44                   | 27                            | 28     | 20    |
| Anoia            | 1   | 1                     | 2                   | 2                         | 2                       | 0                     | 0                        | 0                  | 0                                | 6                    | 0                             | 0      | 4     |
| B Llobregat      | 3   | 3                     | 3                   | 2                         | 5                       | 10                    | 0                        | 2                  | 0                                | 13                   | 0                             | 0      | 7     |
| Barcelonès       | 3   | 1                     | 1                   | 2                         | 3                       | 0                     | 7                        | 2                  | 4                                | 0                    | 0                             | 7      | 4     |
| Berguedà         | 4   | 3                     | 4                   | 0                         | 7                       | 3                     | 4                        | 6                  | 4                                | 6                    | 0                             | 12     | 5     |
| Prov Girona      | 0   | 0                     | 0                   | 0                         | 1                       | 0                     | 0                        | 0                  | 0                                | 0                    | 7                             | 0      | 0     |
| Prov Lleida      | 2   | 0                     | 1                   | 1                         | 5                       | 3                     | 0                        | 2                  | 0                                | 6                    | 0                             | 7      | 0     |
| Osona            | 1   | 0                     | 0                   | 0                         | 4                       | 0                     | 4                        | 0                  | 0                                | 0                    | 0                             | 0      | 1     |
| Solsonès         | 2   | 2                     | 2                   | 2                         | 7                       | 7                     | 4                        | 6                  | 0                                | 0                    | 0                             | 0      | 2     |
| Vallès Occ.      | 3   | 1                     | 3                   | 2                         | 2                       | 0                     | 0                        | 0                  | 0                                | 0                    | 7                             | 5      | 6     |
| Vallès Or.       | 0   | 0                     | 0                   | 0                         | 0                       | 0                     | 0                        | 0                  | 0                                | 0                    | 7                             | 0      | 1     |
| Altres           | 1   | 1                     | 2                   | 1                         | 1                       | 0                     | 0                        | 0                  | 4                                | 0                    | 0                             | 0      | 1     |
| SD               | 0   | 0                     | 0                   | 0                         | 0                       | 0                     | 0                        | 2                  | 0                                | 6                    | 0                             | 2      | 0     |
| NS/NC            | 0   | 0                     | 0                   | 0                         | 0                       | 0                     | 0                        | 2                  | 4                                | 0                    | 0                             | 0      | 0     |

## Annex 11.- Població de residència per motiu de compra

| % Verticals       |     | CONCEN<br>TRACIÓ | GAMMA I<br>VARIETA<br>T | QUALITA<br>T | PREU | ALTRES | NS/NC |
|-------------------|-----|------------------|-------------------------|--------------|------|--------|-------|
| TOTAL             | 539 | 76               | 146                     | 18           | 60   | 147    | 92    |
| V1POBLACI<br>O_1  | 539 | 76               | 146                     | 18           | 60   | 147    | 92    |
| Area Manresa      | 46  | 46               | 45                      | 44           | 47   | 50     | 41    |
| Resta Bages       | 32  | 34               | 35                      | 44           | 42   | 27     | 25    |
| Anoia             | 1   | 1                | 1                       | 0            | 0    | 1      | 3     |
| Baix Llobregat    | 3   | 1                | 4                       | 0            | 2    | 3      | 5     |
| Barcelonès        | 3   | 3                | 1                       | 0            | 2    | 4      | 5     |
| Berguedà          | 4   | 4                | 7                       | 0            | 2    | 3      | 5     |
| Prov Girona       | 0   | 1                | 0                       | 0            | 0    | 1      | 0     |
| Prov. Lleida      | 2   | 4                | 1                       | 0            | 2    | 3      | 0     |
| Osona             | 1   | 0                | 1                       | 6            | 0    | 3      | 1     |
| Solsonès          | 2   | 4                | 3                       | 0            | 0    | 2      | 2     |
| Vallès Occidental | 3   | 0                | 1                       | 6            | 2    | 3      | 8     |
| Vallès Oriental   | 0   | 0                | 0                       | 0            | 2    | 0      | 1     |
| Altres            | 1   | 1                | 0                       | 0            | 2    | 1      | 2     |
| SD                | 0   | 0                | 0                       | 0            | 0    | 1      | 0     |
| NS/NC             | 0   | 0                | 1                       | 0            | 0    | 0      | 0     |

## Annex 12.- Població de residència per tipus d'establiment

| % Verticals              |     | HIPERMERCAT | AUTOSERVEI/<br>SUPERMERCAT | MERCAT<br>MUNICIPAL | MERCAT<br>AMBULANT | BOTIGA | BOTIGA CENTRE<br>COMERCIAL | ALTRES | NS/NC |
|--------------------------|-----|-------------|----------------------------|---------------------|--------------------|--------|----------------------------|--------|-------|
| <b>TOTAL</b>             | 539 | 263         | 14                         | 5                   | 0                  | 160    | 20                         | 8      | 87    |
| <b>V1POBLACIO_1</b>      | 539 | 263         | 14                         | 5                   | 0                  | 160    | 20                         | 8      | 87    |
| <b>Area Manresa</b>      | 46  | 49          | 36                         | 100                 | 0                  | 39     | 55                         | 38     | 46    |
| <b>Resta Bages</b>       | 32  | 35          | 57                         | 0                   | 0                  | 32     | 25                         | 25     | 23    |
| <b>Anoia</b>             | 1   | 1           | 0                          | 0                   | 0                  | 1      | 0                          | 0      | 3     |
| <b>Baix Llobregat</b>    | 3   | 3           | 0                          | 0                   | 0                  | 3      | 0                          | 0      | 6     |
| <b>Barcelonès</b>        | 3   | 2           | 0                          | 0                   | 0                  | 4      | 5                          | 13     | 5     |
| <b>Berguedà</b>          | 4   | 3           | 0                          | 0                   | 0                  | 4      | 0                          | 25     | 7     |
| <b>Prov. Girona</b>      | 0   | 0           | 7                          | 0                   | 0                  | 1      | 0                          | 0      | 0     |
| <b>Prov. Lleida</b>      | 2   | 1           | 0                          | 0                   | 0                  | 4      | 0                          | 0      | 0     |
| <b>Osona</b>             | 1   | 0           | 0                          | 0                   | 0                  | 4      | 0                          | 0      | 1     |
| <b>Solsonès</b>          | 2   | 2           | 0                          | 0                   | 0                  | 3      | 15                         | 0      | 2     |
| <b>Vallès Occidental</b> | 3   | 2           | 0                          | 0                   | 0                  | 5      | 0                          | 0      | 5     |
| <b>Vallès Oriental</b>   | 0   | 0           | 0                          | 0                   | 0                  | 0      | 0                          | 0      | 1     |
| <b>Altres</b>            | 1   | 1           | 0                          | 0                   | 0                  | 1      | 0                          | 0      | 1     |

## Annex 13.- Població de residència per compra efectiva o futura

| % Horitzontals           | Ha comprat | Comprà | No comprà +<br>NS/NC |
|--------------------------|------------|--------|----------------------|
| <b>TOTAL</b>             | 52         | 31     | 17                   |
| <b>V1POBLACIO_1</b>      | 52         | 31     | 17                   |
| <b>Area Manresa</b>      | 51         | 32     | 17                   |
| <b>Resta Bages</b>       | 52         | 33     | 15                   |
| <b>Anoia</b>             | 29         | 29     | 43                   |
| <b>Baix Llobregat</b>    | 41         | 29     | 29                   |
| <b>Barcelonès</b>        | 56         | 19     | 25                   |
| <b>Berguedà</b>          | 43         | 35     | 22                   |
| <b>Prov. Girona</b>      | 50         | 50     | 0                    |
| <b>Prov. Lleida</b>      | 70         | 20     | 10                   |
| <b>Osona</b>             | 57         | 29     | 14                   |
| <b>Solsonès</b>          | 58         | 25     | 17                   |
| <b>Vallès Occidental</b> | 50         | 31     | 19                   |
| <b>Vallès Oriental</b>   | 50         | 0      | 50                   |
| <b>Altres</b>            | 67         | 17     | 17                   |

## Annex 14.- Tipus d'establiment per sexe

| % Verticals     | HIPERMERCAT | AUTOSERVEI/<br>SUPERMERCAT | MERCAT<br>MUNICIPAL | BOTIGA | BOTIGA CENTRE<br>COMERCIAL | ALTRES |
|-----------------|-------------|----------------------------|---------------------|--------|----------------------------|--------|
| <b>V0sexe_1</b> |             |                            |                     |        |                            |        |
| <b>Home</b>     | 37          | 33                         | 0                   | 29     | 38                         | 33     |
| <b>Dona</b>     | 63          | 67                         | 100                 | 71     | 63                         | 67     |

**Annex 15.- Compra efectiva o futura per sexe**

| % Horitzontals  | Ha comprat | Compràrà | No compràrà + NS/NC |
|-----------------|------------|----------|---------------------|
| <b>V0SEXE_1</b> | 50         | 31       | 19                  |
| <b>Home</b>     | 50         | 30       | 20                  |
| <b>Dona</b>     | 50         | 31       | 18                  |

**Annex 16.- Compra efectiva o futura per data d'enquesta i punt de mostreig**

| % Verticals                |     | Ha comprat | Compràrà | No compràrà + NS/NC |
|----------------------------|-----|------------|----------|---------------------|
| <b>TOTAL</b>               | 539 | 278        | 168      | 93                  |
| <b>DIA DE L'ENTREVISTA</b> |     |            |          |                     |
| <b>DIMARTS 1</b>           | 34  | 33         | 30       | 44                  |
| <b>DIVENDRES 4</b>         | 32  | 32         | 32       | 32                  |
| <b>DISSABTE 5</b>          | 34  | 35         | 38       | 24                  |

| % Verticals                  |     | Ha comprat | Compràrà | No compràrà + NS/NC |
|------------------------------|-----|------------|----------|---------------------|
| <b>TOTAL</b>                 | 539 | 278        | 168      | 93                  |
| <b>PUNT DE CONTACTE</b>      |     |            |          |                     |
| <b>VLLOC</b>                 | 539 | 278        | 168      | 93                  |
| <b>ZONA HIPERMERCAT</b>      | 52  | 69         | 44       | 13                  |
| <b>ZONA GUIMERA, PASSEIG</b> | 22  | 16         | 23       | 41                  |
| <b>ZONA BORN, PLAÇA S.D.</b> | 26  | 15         | 33       | 46                  |

**Annex 17.- Edat per compra efectiva o futura**

| % Verticals                | Total | Menors de 18 anys | 18-29 | 30-39 | 40-49 | 50-65 | Més de 65 | Mitjana | Desviació | Casos |
|----------------------------|-------|-------------------|-------|-------|-------|-------|-----------|---------|-----------|-------|
| <b>Ha comprat</b>          | 52    | 30                | 39    | 65    | 51    | 59    | 70        | 3,53    | 1,32      | 52    |
| <b>Compràrà</b>            | 31    | 50                | 40    | 17    | 36    | 24    | 21        | 3,07    | 1,33      | 31    |
| <b>No compràrà + NS/NC</b> | 17    | 20                | 20    | 18    | 13    | 17    | 9         | 3,11    | 1,28      | 17    |

## Annex 18.- Edat i tipus de compra

| % Verticals                  | Total | Menors de 18 anys | 18-29 | 30-39 | 40-49 | 50-65 | Més de 65 |
|------------------------------|-------|-------------------|-------|-------|-------|-------|-----------|
| ALIMENTACIÓ FRESCA           | 38    | 5                 | 21    | 42    | 46    | 52    | 61        |
| ALIMENTACIÓ SECA             | 34    | 5                 | 19    | 34    | 43    | 54    | 58        |
| QUOTIDIA NO ALIMENTARI       | 22    | 0                 | 13    | 22    | 27    | 40    | 27        |
| VESTIT CALÇAT ADULTS         | 23    | 55                | 30    | 27    | 15    | 10    | 12        |
| VESTIT CALÇAT NENS           | 6     | 0                 | 2     | 10    | 10    | 5     | 3         |
| COMPLEMENTS PERSONALS        | 5     | 0                 | 7     | 1     | 5     | 9     | 0         |
| CULTURA I LLEURE             | 9     | 5                 | 13    | 7     | 9     | 6     | 6         |
| MOBLES ELECTRODOMESTIC       | 5     | 0                 | 2     | 7     | 8     | 7     | 3         |
| JOGUINES, ESPORTS            | 3     | 0                 | 2     | 4     | 3     | 3     | 6         |
| SUBMINISTRAMENT PROFESSIONAL | 3     | 0                 | 1     | 6     | 3     | 5     | 0         |
| ALTRES                       | 8     | 25                | 10    | 6     | 7     | 6     | 3         |

## Annex 19.- Edat per tipus d'establiment

| % Verticals             | Menors de 18 anys | 18-29 | 30-39 | 40-49 | 50-65 | Més de 65 |
|-------------------------|-------------------|-------|-------|-------|-------|-----------|
| TIPUS ESTABLIMENT       |                   |       |       |       |       |           |
| HIPERMERCAT             | 10                | 30    | 48    | 61    | 72    | 73        |
| AUTOSERVEI SUPERMERCAT  | 0                 | 4     | 5     | 0     | 1     | 3         |
| MERCAT MUNICIPAL        | 0                 | 0     | 1     | 4     | 0     | 0         |
| BOTIGA                  | 70                | 43    | 30    | 20    | 15    | 6         |
| BOTIGA CENTRE COMERCIAL | 0                 | 7     | 2     | 3     | 1     | 3         |
| ALTRES                  | 0                 | 2     | 1     | 3     | 0     | 0         |

## Annex 20.- Tipus de compra per dia d'enquesta

| % Verticals               |     | DIMARTS 1 | DIVENDRES 4 | DISSABTE 5 |
|---------------------------|-----|-----------|-------------|------------|
| TOTAL                     | 539 | 182       | 173         | 184        |
| COMPRES                   |     |           |             |            |
| V8COMPRES                 | 538 | 181       | 173         | 184        |
| ALIMENTACIÓ FRESCA        | 38  | 43        | 32          | 38         |
| ALIMENTACIÓ SECA          | 34  | 34        | 33          | 36         |
| QUOTIDIA NO ALIMENTARI    | 22  | 17        | 21          | 29         |
| VESTIT CALÇAT ADULTS      | 23  | 13        | 26          | 30         |
| VESTIT CALÇAT NENS        | 6   | 4         | 6           | 7          |
| COMPLEMENTS PERSONALS     | 5   | 2         | 6           | 7          |
| CULTURA I LLEURE          | 9   | 6         | 13          | 8          |
| MOBLES O ELECTRODOMESTICS | 5   | 2         | 6           | 8          |
| JOGUINES, ESPORTS         | 3   | 2         | 3           | 3          |
| SUBMINISTRAMENTS PROFESS. | 3   | 2         | 5           | 2          |
| ALTRES                    | 8   | 7         | 9           | 8          |
| NS/NC                     | 16  | 23        | 14          | 11         |

## Annex 21.- Tipus de compra per tipus d'establiment

| % verticals                      |     | HIPERMERCAT | AUTOSERVEI/SUPERMERCAT | MERCAT MUNICIPAL | BOTIGA | BOTIGA CENTRE COMERCIAL | ALTRES | NS/NC |
|----------------------------------|-----|-------------|------------------------|------------------|--------|-------------------------|--------|-------|
| <b>TOTAL</b>                     | 539 | 263         | 14                     | 5                | 160    | 20                      | 8      | 87    |
| <b>COMPRES</b>                   |     |             |                        |                  |        |                         |        |       |
| <b>V8COMPRES</b>                 | 538 | 262         | 14                     | 5                | 160    | 20                      | 8      | 87    |
| <b>ALIMENTACIÓ FRESCA</b>        | 38  | 65          | 93                     | 100              | 12     | 25                      | 0      | 3     |
| <b>ALIMENTACIÓ SECA</b>          | 34  | 66          | 21                     | 0                | 5      | 35                      | 0      | 0     |
| <b>QUOTIDIA NO ALIMENTARI</b>    | 22  | 42          | 7                      | 0                | 6      | 20                      | 0      | 0     |
| <b>VESTIT CALÇAT ADULTS</b>      | 23  | 8           | 36                     | 40               | 62     | 40                      | 0      | 0     |
| <b>VESTIT CALÇAT NENS</b>        | 6   | 5           | 0                      | 0                | 9      | 5                       | 13     | 0     |
| <b>COMPLEMENTES PERSONALS</b>    | 5   | 6           | 0                      | 0                | 6      | 10                      | 13     | 0     |
| <b>CULTURA I LLEURE</b>          | 9   | 12          | 14                     | 20               | 8      | 20                      | 25     | 0     |
| <b>MOBLES ELECTRODOM</b>         | 5   | 8           | 7                      | 0                | 3      | 5                       | 0      | 0     |
| <b>JOGUINES, ESPORTS</b>         | 3   | 5           | 0                      | 0                | 1      | 10                      | 0      | 0     |
| <b>SUBMINISTRAMENTS PROFESS.</b> | 3   | 5           | 0                      | 0                | 1      | 5                       | 0      | 0     |
| <b>ALTRES</b>                    | 8   | 5           | 0                      | 0                | 13     | 25                      | 50     | 0     |
| <b>NS/NC</b>                     | 16  | 1           | 0                      | 0                | 2      | 0                       | 0      | 91    |

## Annex 22.- Tipus de compra per motiu de desplaçament

| % Verticals                  |     | ZONA ON TREBALLA HABITUALMENT | GESTIONS DE FEINA/TREBALL TEMPORAL ZONA | ESTUDIS | GESTIONS ADMINISTRATIVES | METGE | PASSEIG/LLEURE | TURISME | COMPRES | CINEMA | ALTRES | NS/NC |
|------------------------------|-----|-------------------------------|-----------------------------------------|---------|--------------------------|-------|----------------|---------|---------|--------|--------|-------|
| <b>TOTAL</b>                 | 539 | 36                            | 18                                      | 17      | 11                       | 26    | 67             | 4       | 330     | 4      | 25     | 1     |
| <b>COMPRES</b>               |     |                               |                                         |         |                          |       |                |         |         |        |        |       |
| <b>V8COMPRES</b>             | 538 | 36                            | 18                                      | 17      | 11                       | 26    | 66             | 4       | 330     | 4      | 25     | 1     |
| <b>ALIMENTACIÓ FRESCA</b>    | 38  | 17                            | 6                                       | 12      | 18                       | 27    | 21             | 25      | 50      | 25     | 12     | 100   |
| <b>ALIMENTACIÓ SECA</b>      | 34  | 11                            | 17                                      | 0       | 0                        | 15    | 15             | 50      | 47      | 50     | 24     | 0     |
| <b>QUOTIDIA NO ALIMENT</b>   | 22  | 8                             | 11                                      | 0       | 0                        | 19    | 15             | 75      | 29      | 0      | 8      | 0     |
| <b>VESTIT/CALÇAT ADULTS</b>  | 23  | 11                            | 11                                      | 6       | 9                        | 19    | 24             | 0       | 27      | 0      | 24     | 0     |
| <b>VESTIT/CALÇAT NENS</b>    | 6   | 0                             | 0                                       | 0       | 0                        | 12    | 5              | 0       | 7       | 0      |        | 0     |
| <b>COMPLEMENTES PERSONA</b>  | 5   | 0                             | 0                                       | 0       | 9                        | 0     | 3              | 0       | 7       | 0      | 4      | 0     |
| <b>CULTURA I LLEURE</b>      | 9   | 8                             | 0                                       | 12      | 9                        | 8     | 9              | 0       | 10      | 25     | 8      | 0     |
| <b>MOBLES ELECTRODOM</b>     | 5   | 0                             | 0                                       | 0       | 18                       | 0     | 2              | 0       | 6       | 0      | 12     | 0     |
| <b>JOGUINES, ESPORTS</b>     | 3   | 0                             | 0                                       | 0       | 0                        | 4     | 5              | 0       | 4       | 0      |        | 0     |
| <b>SUBMINISTRAM PROFESS.</b> | 3   | 6                             | 6                                       | 6       | 0                        | 0     | 0              | 0       | 3       | 0      |        | 0     |
| <b>ALTRES</b>                | 8   | 0                             | 6                                       | 12      | 0                        | 8     | 12             | 25      | 8       | 0      | 12     | 0     |
| <b>NS/NC</b>                 | 16  | 56                            | 61                                      | 59      | 45                       | 31    | 27             | 0       | 2       | 50     | 20     | 0     |

**Annex 23.- Dia d'entrevista per tipus d'establiment**

| % Verticals                    |     | ZONA ON<br>TREBALL<br>HABITUALMENT | GESTIONS<br>FEINA/TREBALL<br>TEMPORAL ZONA | ESTUDIS | GESTIONS<br>ADMINISTRATIVES | METGE | PASSEIG/LLEURE | TURISME | COMPRES | CINEMA | ALTRES | NS/NC |
|--------------------------------|-----|------------------------------------|--------------------------------------------|---------|-----------------------------|-------|----------------|---------|---------|--------|--------|-------|
| <b>TOTAL</b>                   | 539 | 36                                 | 18                                         | 17      | 11                          | 26    | 67             | 4       | 330     | 4      | 25     | 1     |
| <b>DIA DE<br/>L'ENTREVISTA</b> |     |                                    |                                            |         |                             |       |                |         |         |        |        |       |
| <b>V13DATAENQUESTA</b>         | 539 | 36                                 | 18                                         | 17      | 11                          | 26    | 67             | 4       | 330     | 4      | 25     | 1     |
| <b>DIMARTS 1</b>               | 34  | 58                                 | 50                                         | 53      | 45                          | 54    | 39             | 25      | 27      | 0      | 32     | 100   |
| <b>DIVENDRES 4</b>             | 32  | 25                                 | 44                                         | 35      | 45                          | 42    | 22             |         | 33      | 50     | 36     | 0     |
| <b>DISSABTE 5</b>              | 34  | 17                                 | 6                                          | 12      | 9                           | 4     | 39             | 75      | 41      | 50     | 32     | 0     |

**Annex 24.- Model d'enquesta****FUNDACIÓ UNIVERSITÀRIA DEL BAGES.****QÜESTIONARI FLUXOS I ATRACTIVITAT COMERCIAL A MANRESA  
PERSONES RESIDENTS FORA DE MANRESA**

V0 Sexe: Home ( 1) Dona ( 2)

V Lloc: Hipermercat ( 1) Carrer Guimerà ( 2) Zona Born / Sant Domènec ( 3)

V1 Em podria dir a quina població viu actualment \_\_\_\_\_ ( )

V2 Veig que va ....

|            |   |              |
|------------|---|--------------|
| Acompanyat | 1 | → Pregunta 3 |
| Sol        | 2 | → Pregunta 4 |

V3 Qui l'acompanya?

|                 |   |
|-----------------|---|
| Xicot/a         | 1 |
| Parella         | 2 |
| Fill/s          | 3 |
| Pare/mare       | 4 |
| Amic/s (grup)   | 5 |
| Tota la família | 6 |
| Altres          | 7 |

V4 Amb quin mitjà de transport ha vingut des de fora de Manresa ?

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Cotxe particular        | 1 |
| Tren (RENFE)            | 2 |
| Tren (FFCC Generalitat) | 3 |
| Bus                     | 4 |
| Taxi                    | 5 |
| A peu                   | 6 |
| Moto                    | 7 |
| Bicicleta               | 8 |
| Altres                  | 9 |

V5 Quin és el motiu principal pel qual es troba en aquest punt de la ciutat? (**resposta única**)

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| És la zona on treballa habitualment                 | 1  |
| Gestions de feina / Temporalment treballa a la zona | 2  |
| Estudis                                             | 3  |
| Gestions administratives                            | 4  |
| Metge                                               | 5  |
| Passeig/lleure                                      | 6  |
| Turisme                                             | 7  |
| Compres                                             | 8  |
| Cinema                                              | 9  |
| Altres (especificar)                                | 10 |
| NS / NC                                             | 11 |

V6 Ha comprat alguna cosa durant la seva estada en aquest punt / zona ?

|    |                |
|----|----------------|
| NO | 1 → Pregunta 7 |
| SI | 2 → Pregunta 8 |

V7 Però, pensa fer-ho ?

NO 1 → Pregunta 11  
SI 2 → Pregunta 8

V8 Què és el que ha comprat o pensa comprar? (**resposta múltiple**)

|                                |                            |
|--------------------------------|----------------------------|
| Alimentació fresca             | 1                          |
| Alimentació seca               | 2                          |
| Quotidià no alimentari         | 3 (drogueria , perfumeria) |
| Vestit calçat adults           | 4                          |
| Vestit calçat nens             | 5                          |
| Complements personals          | 6 (moneders, joieria)      |
| Cultura- lleure                | 7                          |
| Mobles, electrodomèstics       | 8                          |
| Joguines, esport               | 9                          |
| Subministraments professionals | 10                         |
| Altres (espec.)                | 11                         |
| NS / NC                        | 12                         |

V9 Tipus d'establiment on ha realitzat les seves compres (**resposta múltiple**)

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Hipermercat             | 1 |
| Autoservei/supermercat  | 2 |
| Mercat municipal        | 3 |
| Mercat ambulant         | 4 |
| Botiga                  | 5 |
| Botiga centre comercial | 6 |
| Altres (especificar)    | 7 |
| NS / NC                 | 9 |

V10 Quin és el motiu principal pel qual ve a comprar a aquesta zona/lloc? (**resposta única**)

|                        |   |
|------------------------|---|
| Concentració comercial | 1 |
| Gamma varietat         | 2 |
| Qualitat               | 3 |
| Preu                   | 4 |
| Altres (especificar)   | 5 |
| NS / NC                | 9 |

V11 Moltes gràcies, per finalitzar em podria dir la seva edat? ( )

V12 A efectes de control de l'entrevista em pot dir el seu numero de Telèfon .....

V13 Data : / / 2003

V14 Hora : 10-12 12 –14 16-18 18-20

V15 Entrevistador/a : codi ( )

V16 Tabulador/a codi ( )



## **IV. Índex de taules i gràfics**





# ÍNDEX DE TAULES I GRÀFICS

## TAULES

### Enquesta dels hàbits de compra dels manresans i manresanes

|            |                                                   |    |
|------------|---------------------------------------------------|----|
| Taula 1.-  | Relació entre mostra i població real dels barris  | 16 |
| Taula 2.-  | Horari de les entrevistes                         | 17 |
| Taula 3.-  | Distribució de les entrevistes per barris         | 25 |
| Taula 4.-  | Sexe de les persones entrevistades                | 26 |
| Taula 5.-  | Edat dels entrevistats (per grups d'edat)         | 27 |
| Taula 6.-  | Estadístiques de l'edat dels entrevistats         | 27 |
| Taula 7.-  | Situació en la llar de les persones entrevistades | 27 |
| Taula 8.-  | Activitat de les persones entrevistades           | 28 |
| Taula 9.-  | Nombre de persones a la llar                      | 29 |
| Taula 10.- | Mitjà de transport per anar a comprar             | 29 |
| Taula 11.- | Localització compra fruita i verdura              | 31 |
| Taula 12.- | Tipus de comerç fruita i verdura                  | 31 |
| Taula 13.- | Localització compra carn                          | 32 |
| Taula 14.- | Tipus de comerç compra carn                       | 32 |
| Taula 15.- | Localització compra peix                          | 33 |
| Taula 16.- | Tipus de comerç compra peix                       | 33 |
| Taula 17.- | Localització compra xarcuteria                    | 34 |
| Taula 18.- | Tipus de comerç compra xarcuteria                 | 34 |
| Taula 19.- | Localització compra productes secs i conserves    | 35 |
| Taula 20.- | Tipus de comerç compra productes secs i conserves | 35 |
| Taula 21.- | Localització compra begudes                       | 36 |
| Taula 22.- | Tipus de comerç compra begudes                    | 36 |
| Taula 23.- | Localització compra pa                            | 37 |
| Taula 24.- | Tipus de comerç compra pa                         | 37 |
| Taula 25.- | Localització compra drogueria                     | 38 |
| Taula 26.- | Tipus de comerç compra drogueria                  | 38 |
| Taula 27.- | Localització compra perfumeria                    | 39 |
| Taula 28.- | Tipus de comerç compra perfumeria                 | 39 |
| Taula 29.- | Localització compra roba exterior home            | 40 |
| Taula 30.- | Tipus de comerç compra roba exterior home         | 40 |
| Taula 31.- | Localització compra roba exterior dona            | 41 |
| Taula 32.- | Tipus de comerç roba exterior dona                | 41 |
| Taula 33.- | Localització compra roba exterior infantil        | 42 |
| Taula 34.- | Tipus de comerç compra roba infantil              | 42 |
| Taula 35.- | Localització compra calçat adult                  | 43 |
| Taula 36.- | Tipus de comerç compra calçat adult               | 43 |
| Taula 37.- | Localització compra calçat infantil               | 44 |
| Taula 38.- | Tipus de comerç compra calçat infantil            | 44 |
| Taula 39.- | Localització compra roba interior                 | 45 |
| Taula 40.- | Tipus comerç compra roba interior                 | 45 |
| Taula 41.- | Localització compra joieria                       | 46 |
| Taula 42.- | Tipus de comerç compra joieria                    | 46 |
| Taula 43.- | Localització compra tèxtil llar                   | 47 |
| Taula 44.- | Tipus de comerç compra tèxtil llar                | 47 |
| Taula 45.- | Localització compra mobles                        | 48 |
| Taula 46.- | Tipus de comerç compra mobles                     | 48 |
| Taula 47.- | Localització compra <i>menage</i> llar            | 49 |
| Taula 48.- | Tipus de comerç compra <i>menage</i> llar         | 49 |
| Taula 49.- | Localització compra electrodomèstics              | 50 |
| Taula 50.- | Tipus de comerç compra electrodomèstics           | 50 |

|             |                                                                |    |
|-------------|----------------------------------------------------------------|----|
| Taula 51.-  | Localització compra productes informàtica                      | 51 |
| Taula 52.-  | Tipus d'establiment compra productes informàtica               | 51 |
| Taula 53.-  | Compra de productes de bricolatge                              | 52 |
| Taula 54.-  | Tipus de comerç compra bricolatge                              | 52 |
| Taula 55.-  | Localització compra jardineria                                 | 53 |
| Taula 56.-  | Tipus de comerç compra jardineria                              | 53 |
| Taula 57.-  | Localització compra automòbil                                  | 54 |
| Taula 58.-  | Tipus de comerç compra automòbil                               | 54 |
| Taula 59.-  | Localització compra recanvis automòbil                         | 55 |
| Taula 60.-  | Tipus de comerç compra recanvis automòbil                      | 55 |
| Taula 61.-  | Localització compra llibres                                    | 56 |
| Taula 62.-  | Tipus de comerç compra llibres                                 | 56 |
| Taula 63.-  | Localització compra discos                                     | 57 |
| Taula 64.-  | Tipus de comerç compra discos                                  | 57 |
| Taula 65.-  | Localització compra joguines                                   | 58 |
| Taula 66.-  | Tipus de comerç compra joguines                                | 58 |
| Taula 67.-  | Localització compra productes esport                           | 59 |
| Taula 68.-  | Tipus de comerç compra productes esport                        | 59 |
| Taula 69.-  | Localització compra objectes de regal                          | 60 |
| Taula 70.-  | Tipus de comerç compra objectes de regal                       | 60 |
| Taula 71.-  | Persona que compra l'alimentació                               | 61 |
| Taula 72.-  | Persona que compra vestit i calçat                             | 62 |
| Taula 73.-  | Persona que compra l'equipament familiar                       | 63 |
| Taula 74.-  | Persona que compra llibres, discos i material esportiu         | 64 |
| Taula 75.-  | Persona que compra l'automòbil                                 | 65 |
| Taula 76.-  | Compra per catàleg                                             | 67 |
| Taula 77.-  | Compra per televisió                                           | 68 |
| Taula 78.-  | Compra per promotor a domicili                                 | 69 |
| Taula 79.-  | Compra per internet                                            | 69 |
| Taula 80.-  | Compra per telèfon                                             | 70 |
| Taula 81.-  | Freqüència compra alimentació fresca                           | 71 |
| Taula 82.-  | Freqüència compra alimentació seca                             | 71 |
| Taula 83.-  | Freqüència de compra drogueria i perfumeria                    | 71 |
| Taula 84.-  | Hora i dia compra alimentació i drogueria                      | 72 |
| Taula 85.-  | Hora i dia compra equipament personal i llar                   | 72 |
| Taula 86.-  | Freqüències desplaçament Sant Fruitós                          | 73 |
| Taula 87.-  | Motius desplaçament Sant Fruitós                               | 74 |
| Taula 88.-  | Freqüència desplaçament Barcelona                              | 74 |
| Taula 89.-  | Motiu desplaçament Barcelona                                   | 74 |
| Taula 90.-  | Freqüència desplaçament Terrassa                               | 75 |
| Taula 91.-  | Motiu desplaçament Terrassa                                    | 75 |
| Taula 92.-  | Freqüència desplaçament Sabadell                               | 75 |
| Taula 93.-  | Motiu desplaçament Sabadell                                    | 76 |
| Taula 94.-  | Freqüència desplaçament Andorra                                | 76 |
| Taula 95.-  | Motiu desplaçament Andorra                                     | 76 |
| Taula 96.-  | Encreuament entre sexe i barri                                 | 77 |
| Taula 97.-  | Encreuament entre sexe i activitat                             | 78 |
| Taula 98.-  | Encreuament entre sexe i edat                                  | 78 |
| Taula 99.-  | Encreuament entre sexe i transport emprat per anar a comprar   | 78 |
| Taula 100.- | Compra de fruita i verdura per barris                          | 79 |
| Taula 101.- | Compra de carn per barris                                      | 80 |
| Taula 102.- | Compra productes secs per barris                               | 81 |
| Taula 103.- | Compra drogueria per barris                                    | 82 |
| Taula 104.- | Compra roba exterior home per barris                           | 83 |
| Taula 105.- | La compra de llibres per barris                                | 84 |
| Taula 106.- | La compra d'electrodomèstics per barris                        | 85 |
| Taula 107.- | La compra de productes d'informàtica per barris                | 86 |
| Taula 108.- | Tipus establiment de compra de peix per qui compra alimentació | 87 |

|                                                                                            |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Taula 109.- Tipus establiment de compra de secs i conserves per qui compra alimentació     | 88  |
| Taula 110.- La compra de peix segons algunes categories de sexe i activitat                | 89  |
| Taula 111.- La compra d'alimentació seca i conserves per diverses cat. de sexe i activitat | 90  |
| Taula 112.- Les compres en el propi barri                                                  | 91  |
| Taula 113.- Les compres al Barri Antic                                                     | 92  |
| Taula 114.- Les compres al Passeig, Guimerà i rodalies                                     | 93  |
| Taula 115.- Les compres a l'àrea de <i>Carrefour</i> Manresa                               | 94  |
| Taula 116.- Compres a la resta de Manresa                                                  | 95  |
| Taula 117.- La compra a l'àrea de <i>Champion</i> de Sant Fruitós                          | 96  |
| Taula 118.- Les compres a Barcelona ciutat                                                 | 97  |
| Taula 119.- Les compres en botiga tradicional                                              | 99  |
| Taula 120.- Les compres en botiga especialitzada                                           | 100 |
| Taula 121.- La compra en botiga de centre comercial                                        | 101 |
| Taula 122.- La compra en gran botiga especialitzada                                        | 102 |
| Taula 123.- La compra en autoservei i superservei                                          | 103 |
| Taula 124.- La compra en <i>discount</i>                                                   | 104 |
| Taula 125.- La compra en hipermercat                                                       | 105 |
| Taula 126.- La compra en els mercats municipals                                            | 106 |
| Taula 127.- La compra en mercat ambulant                                                   | 107 |
| Taula 128.- La compra en gran magatzem                                                     | 108 |

## Enquesta d'atractivitat comercial de Manresa

|                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----|
| Taula 129.- Lloc de realització de l'enquesta                         | 124 |
| Taula 130.- Data i hora de realització de les entrevistes             | 124 |
| Taula 131.- El sexe de les persones entrevistades                     | 129 |
| Taula 132.- L'edat de la població entrevistada                        | 129 |
| Taula 133.- Lloc de residència de les persones entrevistades          | 130 |
| Taula 134.- Mitjà de transport                                        | 134 |
| Taula 135.- Els acompanyants de la persona entrevistada               | 131 |
| Taula 136.- Perfils de les persones acompanyants                      | 132 |
| Taula 137.- Motius de desplaçament                                    | 133 |
| Taula 138.- Acció de compra                                           | 133 |
| Taula 139.- Intenció de compra                                        | 134 |
| Taula 140.- Tipologia de la compra                                    | 135 |
| Taula 141.- Format dels establiments comercials                       | 135 |
| Taula 142.- Motius de la compra                                       | 136 |
| Taula 143.- Motiu de compra per punt de mostreig                      | 137 |
| Taula 144.- Motiu de compra per tipus d'establiment. (% horitzontals) | 137 |
| Taula 145.- Les compres en diferents formats comercials               | 139 |

## GRÀFICS

### Enquesta dels hàbits de compra dels manresans i manresanes

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Gràfic 1.- Distribució de les entrevistes per barris            | 25 |
| Gràfic 2.- El sexe de les persones entrevistades                | 26 |
| Gràfic 3.- Distribució d'edats de la mostra                     | 27 |
| Gràfic 4.- Situació en la llar de les persones entrevistades    | 28 |
| Gràfic 5.- Activitat de les persones entrevistades              | 29 |
| Gràfic 6.- Mitjà de transport emprat per anar a comprar         | 30 |
| Gràfic 7.- Qui compra alimentació (%)                           | 61 |
| Gràfic 8.- Qui compra vestit i calçat (%)                       | 62 |
| Gràfic 9.- Qui compra equipament familiar o de la llar (%)      | 63 |
| Gràfic 10.- Qui compra llibres, discos i productes d'esport (%) | 64 |
| Gràfic 11.- Qui compra l'automòbil                              | 65 |

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Gràfic 12.- La compra per catàleg (%)             | 68 |
| Gràfic 13.- La compra per televisió (%)           | 68 |
| Gràfic 14.- La compra per promotor a domicili (%) | 69 |
| Gràfic 15.- La compra per internet (%)            | 70 |
| Gràfic 16.- La compra per telèfon (%)             | 70 |

## Enquesta d'atractivitat comercial de Manresa

|                                                           |     |
|-----------------------------------------------------------|-----|
| Gràfic 17.- Lloc de residència                            | 130 |
| Gràfic 18.- Mitjà de transport emprat                     | 131 |
| Gràfic 19.- Acompanyament de les persones enquestades     | 132 |
| Gràfic 20.- Perfil de les persones acompanyants           | 132 |
| Gràfic 21.- Intenció de compra - Compra efectiva o futura | 134 |
| Gràfic 22.- Format dels establiments comercials           | 136 |
| Gràfic 23.- Motius de la compra                           | 137 |
| Gràfic 24.- Motius de la compra - Tipus d'establiment     | 138 |
| Gràfic 25.- Motius de la compra: hipermercat i botiga     | 138 |
| Gràfic 26.- Compres en hipermercat i botiga               | 140 |



Col·laboren:



Fons Social Europeu



Mil idees per Manresa