

## HÁBITOS DE COMPRA Y OCIO DE LOS RESIDENTES DE BURRIANA

### 6.1

Para determinar los hábitos de compra de las familias residentes en Burriana se ha llevado a cabo un trabajo de campo consistente en la realización de 450 encuestas a las familias que residen en el municipio. En esta encuesta se hace referencia a todos los aspectos del acto de compra, como por ejemplo el lugar de compra, la frecuencia, el gasto realizado, las motivaciones, el volumen de compras realizado fuera de Burriana, etc.

Los resultados se presentan por intervalos de edad del decisor de compra. Para representar la conducta de compra, se ha procedido a diferenciar entre tres perfiles de familias:

- ✚ **Familias jóvenes** con decisor de compra entre 20 y 29 años.
- ✚ **Familias de mediana edad** con decisor de compra entre 30 y 49 años.
- ✚ **Familias maduras** con decisor de compra entre 50 y 70 años.

Por otro lado, también se ha realizado el análisis en función de las zonas en las que se divide la ciudad correspondiéndose cada una de estas zonas con los distritos censales.

La delimitación de estos distritos es la siguiente:

- ✚ **Distrito 1:** Avinguda de Jaime Chicharro, L'Escorredor, Carrer Major, Avinguda del setze de juliol.
- ✚ **Distrito 2:** Camí D'Onda, Carrer Mayor, Carrer del Músic M.Ibáñez.

# **Distrito 3:** Avinguda de Valencia, L'Escorredor, Avinguda de Jaime Chicharro, Avinguda de Jaume I, Avinguda del Transport.

# **Distrito 4:** Avinguda de Valencia, L'Encarnació, Camí D'Onda.

# **Distrito 5:** Sección diseminada de la zona Este de Burriana, a partir de la Avinguda de Jaume I y Avinguda Cardenal Vicente Enrique y Tarancón. Incluyendo la zona costera.

## PATRÓN DE COMPRA EN BIENES DE CONSUMO DIARIO

6.1.1

### Compra fuerte

Se entiende por compra fuerte la que realizan los consumidores para satisfacer sus necesidades alimenticias y de higiene durante un periodo de tiempo igual o superior a una semana. Esta compra se suele realizar en un único establecimiento y en Burriana, este tipo de compra lo realizan aproximadamente el 48% de las familias.

Atendiendo a segmentos de edad, entre los residentes que suelen realizar este tipo de compra, son las familias de edad madura las que representan una menor tendencia a llevarla a cabo (35,5%) frente al resto de segmentos<sup>1</sup>.

**Las tiendas de libre servicio son las que tienen más importancia en este tipo de compra**, de hecho, la enseña *Mercadona* es la preferida por las familias para realizar esta compra (46%). Otro establecimiento que tiene gran importancia en la compra fuerte es el hipermercado *Carrefour*, ya que el 16% de los entrevistados asegura realizar allí la compra fuerte.

Se han identificado otros establecimientos, que aunque con menor peso, también son tenidos en cuenta como es el caso del establecimiento *Lidl* con un 7% y *Caprabo* con un 8%. Este último, frecuentado especialmente entre el conjunto de familias de edad avanzada<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Consultar tablas A.1 y A.2 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>2</sup> Consultar tabla A.4 y A.5 de la encuesta de residentes de Burriana.

Los motivos que argumentan los entrevistados para elegir el establecimiento donde realizar la compra fuerte son principalmente **la proximidad** (28%), **la comodidad** (26%) y **el precio** (11%)<sup>3</sup>.

Por término medio, en el caso de Burriana, **las familias realizan la compra fuerte cuatro veces al mes** y preferiblemente el sábado es el día de la semana donde se practica este tipo de compras.

Los residentes de Burriana que realizan la compra fuerte en *Mercadona* y *Carrefour* prefieren efectuar esta compra durante los fines de semana, mientras que los entrevistados que suelen llevar a cabo esta compra en los establecimientos *Caprabo*, *Lidl* y *Alcampo* tienden a realizarla el lunes en mayor proporción<sup>4</sup>.

**El gasto medio realizado por acto de compra fuerte asciende a 104,34 euros.**

### Compra cotidiana

La compra cotidiana es aquella que realizan las familias con la finalidad de proveerse de aquellos bienes de consumo diario de carácter perecedero tales como pan, huevos, etc. Este tipo de compra se realiza con mayor frecuencia a la compra fuerte, por lo que el gasto realizado es menor.

En el caso de Burriana, la compra cotidiana se realiza cada dos días (43%) y el establecimiento preferido para ello, es el supermercado *Mercadona*, concretamente el que se encuentra situado en el Cami d'Onda. Esta compra en este establecimiento tiene más importancia entre las familias de mediana edad donde el 34% asegura acudir.

**El gasto medio por acto de compra cotidiana asciende a 25,73 euros<sup>5</sup>.**

### Mercado municipal

Un 46% de los residentes de Burriana afirma acudir con frecuencia al mercado municipal y la tendencia de visita es mayor a medida que aumenta el nivel de edad<sup>6</sup>.

Destacar, los productos que más suelen comprar en el mercado municipal de Burriana la verdura y la carne (28%)<sup>7</sup>.

<sup>3</sup> Consultar tabla de A.6 a la A.11 de la encuesta de residentes de Burriana.

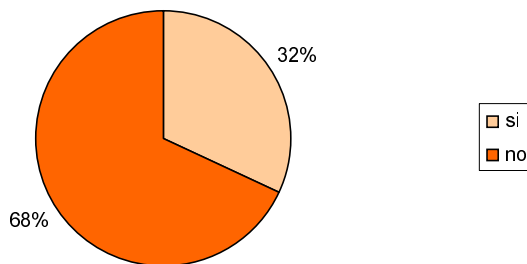
<sup>4</sup> Consultar tabla de A.12 a la A. 19 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>5</sup> Consultar tabla A.21, A.22, A.23 y A.24 de la encuesta de residentes de Burriana.

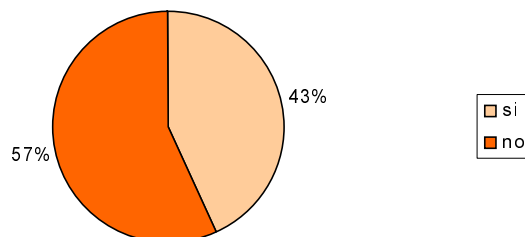
<sup>6</sup> Consultar tabla A.25, A.26 y A.27 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>7</sup> Consultar tabla A.28, A.29 y A.30 de la encuesta de residentes de Burriana.

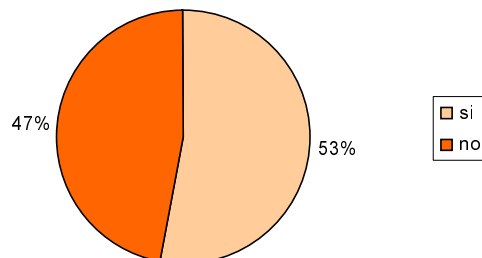
Visita el mercado municipal con frecuencia. Edad: de 20 a 29 años.



Visita el mercado municipal con frecuencia. Edad: de 30 a 49 años.



Visita el mercado municipal con frecuencia. Edad: Más de 50 años.



En cuanto a los motivos por los que se acude a comprar al mercado municipal destacar, que los residentes de Burriana creen que **los aspectos más importantes son: La calidad de los productos (36%), producto fresco (23%) y el precio (10%).**

En referencia a los motivos de por que no se acude a comprar al mercado municipal, los entrevistados afirman que no lo hacen en primer lugar, por la lejanía (30%), en segundo lugar, por el horario que el mercado tiene (22%) y en tercer lugar por la falta de tiempo del que disponen (16%)<sup>8</sup>.

## PATRÓN DE COMPRA EN BIENES DE EQUIPAMIENTO PERSONAL

### 6.1.2

Para el análisis del comportamiento en la adquisición de bienes de equipamiento personal se han considerado la ropa, el calzado y los complementos como las partidas más importantes de este grupo de productos.

**El principal destino del gasto realizado en este tipo de productos es el propio municipio**, concentrando el 48% del gasto en este tipo de bienes. Castellón es nombrado como el segundo destino para la compra de estos productos de equipamiento personal (28%) y Villarreal como el tercero (12%)<sup>9</sup>.

En cuanto a los motivos por los que los vecinos de Burriana realizan las compras de equipamiento personal fuera de su municipio, destacar **el reducido surtido de las tiendas de Burriana (50%) y hay pocas tiendas (13%), generalizándose mucho más entre los residentes más jóvenes** ya que a medida que aumenta la edad de los ciudadanos, estos muestran una mayor cota de fidelidad, realizando este tipo de compras en el propio municipio<sup>10</sup>.

Para la adquisición de estos bienes, los residentes de Burriana **prefieren acudir a las pequeñas tiendas de ropa (36%)**, independientemente del intervalo de edad del entrevistado y de la ubicación de la residencia familiar, no encontrándose grandes diferencias entre la opinión de las familias entrevistadas<sup>11</sup>.

<sup>8</sup> Consultar tabla de la A.31 a la A.34 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>9</sup> Consultar tabla B.1 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>10</sup> Consultar tabla B.2, B.3, B.4 y B.5 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>11</sup> Consultar tabla B.6 de la encuesta de residentes de Burriana.

### Mercado ambulante

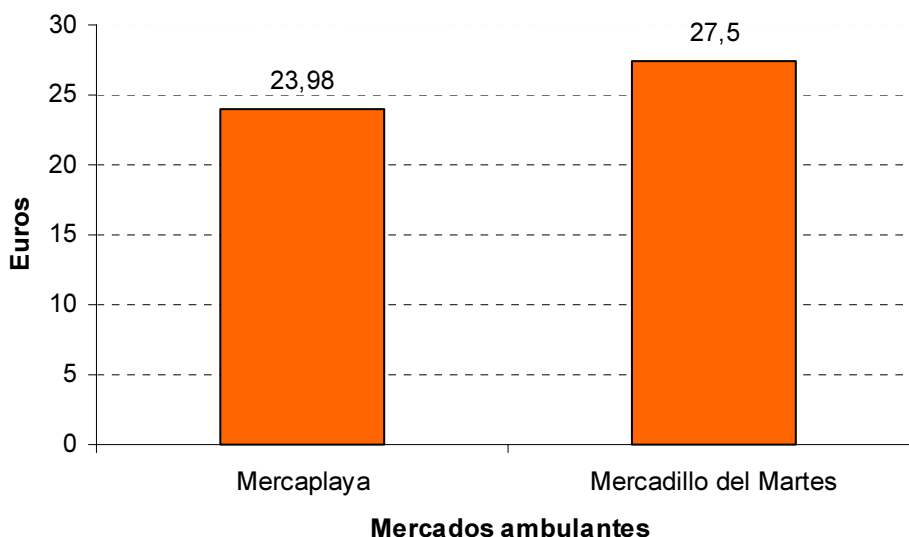
Un 68% de las familias entrevistadas compran en este mercadillo y más de la mitad de las personas que acuden lo hacen todas las semanas. Por término medio, el gasto realizado cada vez que se visita este mercadillo asciende a 27,51 euros.

Los productos de alimentación son los que más se adquieren en este mercadillo (81,5%) seguido de productos de bienes de equipamiento personal (68,5%)<sup>12</sup>.

**Al mercado ambulante de Mercaplaya acude un 40% de los residentes de Burriana. De todas las personas que acuden, el 29% lo hacen todas las semanas.** El gasto medio realizado en el mercadillo de Mercaplaya es de aproximadamente de 23,98 euros.

Los productos de bienes de equipamiento personal es la primera partida más adquirida en este mercado ambulante (76%), seguido de alimentación (48%), y bienes de equipamiento del hogar (31%)<sup>13</sup>.

**Gasto medio en mercados ambulantes**



<sup>12</sup> consultar tabla B.7, B.8, B.11, B.12, B.13, B.14, y B.15 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>13</sup> Consultar tabla B.9, B.10, B.11, B.12, B.13, B.16 y B.17 de la encuesta de residentes de Burriana.



### 6.1.3

## PATRÓN DE COMPRA EN BIENES DE EQUIPAMIENTO DEL HOGAR

Los bienes de equipamiento del hogar lo componen los muebles, los electrodomésticos, artículos de bricolaje, productos de decoración para el hogar y otros complementos del hogar.

Respecto a las tiendas en las que se suelen adquirir bienes de equipamiento del hogar **destacan los comercios especializados**, tanto las pequeñas tiendas (40%) como las medianas y las grandes (23%)<sup>14</sup>.

Los consumidores locales, en general, asocian precios caros con calidad y además comparan cuidadosamente los atributos de cada una de las marcas, implicándose en el proceso de compra. Les gusta comprar productos nuevos cuando están en una tienda. Piden consejo a alguien antes de comprar un producto y valoran la publicidad y propaganda que se realizan en los establecimientos<sup>15</sup>.

**El vecino de Burriana valora de forma positiva el comercio de su municipio.** Los residentes afirman que **el comercio presta un buen servicio**, ofrece productos de bastante calidad y que la imagen y los escaparates de los establecimientos son llamativos. En definitiva, **se trata de un comercio moderno que «va a más»**<sup>16</sup>.

Entre las mejoras que reclaman los vecinos de Burriana se encuentran: **mejorar la facilidad de aparcamiento (14%), limitar el ruido (11%), que haya más oferta de ocio (11%) y más oferta cultural (9%)**<sup>17</sup>.

Ante la posibilidad de la apertura de un Centro Comercial en la zona costera de Burriana, un 70% de los entrevistados están de acuerdo en aumentar la oferta comercial en esta zona del municipio.

En cuanto a si realizarían compras en dicho equipamiento en el caso de su apertura, los vecinos de Burriana aseguran que sí, que comprarían tanto en los comercios del centro comercial como en el hipermercado que estaría integrado en este centro (75%)<sup>18</sup>.

<sup>14</sup> Consultar tabla C.1 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>15</sup> Consultar tabla C.5, C.6 y C.7 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>16</sup> Consultar tabla C.8, C.9 y C.10 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>17</sup> Consultar tabla C.11, C.12 y C.13 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>18</sup> Consultar tabla de la C.14 a la C.19 de la encuesta de residentes de Burriana.



## OFERTA DE OCIO DE BURRIANA

6.1.4

Las pautas de compra de los residentes de Burriana en determinados momentos quedan definidas por las actividades de ocio que llevan a cabo.

Según los resultados del estudio de ocio, podemos señalar que existe una tendencia a practicar ocio cultural, es decir, **un ocio basado en actividades culturales realizadas fuera del hogar (ir al teatro, cine, museos, exposiciones, etc.)**. Por otro lado, se observa una menor importancia del ocio basado en la practica de actividades deportivas, de juegos de azar, bingo<sup>19</sup>, etc.

También **echan en falta establecimientos de restauración, tipo bares, cafeterías, teterías, así como pub's para la gente joven**<sup>20</sup>.

## OTROS ASPECTOS DE INTERÉS

6.1.5

**Un 35% de las familias de Burriana poseen una segunda vivienda de uso vacacional.** El 13% de estas viviendas están ubicadas en la zona costera del municipio y un 14% de se ubican fuera de Burriana<sup>21</sup>.

**La estancia media en la segunda vivienda es de 67 días.** Un 64% de las compras durante el periodo vacacional se realizan en Burriana mientras que un 35% de estas compras se producen en el lugar de vacaciones<sup>22</sup>.

**Un 36% de los residentes de Burriana realiza viajes en verano,** siendo los ciudadanos más jóvenes los que presentan un mayor porcentaje a la hora de viajar (54%). La duración media de estos viajes oscila entre los diez días<sup>23</sup>.

En cuanto a la distribución del gasto durante estos viajes, señalar que el porcentaje del gasto medio realizado en alojamiento es del 42%, en trasportes es del 14%, en bienes de consumo diarios del 13% y en bienes de equipamiento personal y souvenirs es del 11%<sup>24</sup>.

<sup>19</sup> Consultar tablas D.1, D2 y D3 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>20</sup> Consultar tabla D.4, D.5 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>21</sup> Consultar tabla D.6, D7, D.8 y D.9 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>22</sup> Consultar tabla de la D.10 a la D.14 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>23</sup> Consultar tabla D.15, D.16, D17 y D.18 de la encuesta de residentes de Burriana.

<sup>24</sup> Consultar tabla D.19 de la encuesta de residentes de Burriana.