



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal:

Direcció de Serveis de Comerç

Presentació de Resultats

De l'11 de desembre de 2017 al 18 de gener de 2018

S A
CON

Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r17036



**Ajuntament
de Barcelona**

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r17036

**ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ
PRESENTACIÓ DE RESULTATS**
DE L'11 DE DESEMBRE DE 2017 AL 18 DE GENER DE 2018

Departament d'Estudis d'Opinió-Gabinet Tècnic de Programació
Oficina Municipal de Dades

C/ Avinyó, 32, 2a planta
Tel. 934 027 918
08002 Barcelona



Protegim el Medi Ambient.

No imprimiu aquest document si no és necessari.

Tots els drets reservats. Aquesta publicació no pot ser reproduïda, ni en tot ni en part, ni registrada en o transmesa per un sistema de recuperació en cap forma ni en cap mitjà sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, de gravació o altres, sense el permís del propietari del copyright.



ÍNDEX

003 FITXA TÈCNICA

005 HÀBITS DE COMPRA

- 008 Establiment habitual. Aliments
- 009 Establiment habitual.
Alimentació fresca
- 010 Establiment habitual. Altres
productes d'ús quotidià
- 011 Establiment habitual. Roba i
calçat
- 012 Establiment habitual. Productes
de parament de la llar
- 013 Establiment habitual. Productes
d'oci i cultura.
- 014 Sistema de transport. Compra
d'aliments
- 015 Sistema de transport. Compra
d'alimentació fresca
- 016 Sistema de transport. Compra
d'altres productes d'ús
quotidià
- 017 Sistema de transport. Compra
de roba i calçat

- 018 Sistema de transport. Compra de
productes de parament de la
llar

- 019 Sistema de transport. Compra de
productes d'oci i cultura

020 ZONES COMERCIALS

- 022 Compra a zones comercials
- 023 Zones a les que compra
- 025 Tipus de producte que hi acostuma
comprar
- 027 Aspecte més valorat de la zona
comercial

028 COMERÇ ELECTRÒNIC

- 030 Compra per internet
- 031 Freqüència de compra per internet
- 032 Tipus de producte comprat per
internet

033 PERFIL DELS ENTREVISTATS



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1.007 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista telefònica realitzada amb suport informàtic (CATI).

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

Mostreig aleatori estratificat. Els estrats s'han format per l'encreuament dels deu districtes municipals amb el sexe i amb l'edat dels ciutadans (l'edat es divideix en sis categories: de 16 a 24, de 25 a 34, de 35 a 44, de 45 a 54, de 55 a 64 i de 65 anys i més). S'han aplicat quotes per a cadascun dels estrats.

AFIXACIÓ

Proporcional a la població segons el Padró municipal d'habitants.

PONDERACIÓ

En funció de la població objectiu real en cadascun dels estrats definits a la mostra per tal d'obtenir els resultats del conjunt de la ciutat.

ERROR MOSTRAL

Per a un nivell de confiança del 95,5% (2σ), i $P = Q$, l'error és de $\pm 3,2$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

De l'11 de desembre de 2017 al 18 de gener de 2018.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Apolda S.L.

El bloc de preguntes de la Direcció de Comerç forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de DESEMBRE de 2017.



SIGLES

E

Base. Perfil d'enquestats que responen a la pregunta de l'estudi

N

Número de respostes. Quantitat de respostes valorades per la pregunta concreta de l'estudi. En el cas de gràfics amb evolució s'indica el nombre d'entrevistes de la darrera consulta.

R

Tipus de resposta. Possibilitat o possibilitats que s'han contemplat per a la pregunta formulada



01

Hàbits de compra



RESUM DE RESULTATS

HÀBITS DE COMPRA

En línies generals, es mantenen les característiques bàsiques dels hàbits de compra dels barcelonins/es apuntades en altres onades. La tendència però, principal de cada tipus, és a mantenir-se o descendent:

- ♦ **Prefereixen el supermercat per la compra d'alimentació i altres articles d'ús quotidià.**
- ♦ **El mercat municipal per la compra d'aliments frescos**
- ♦ **I els comerços del barri o les botigues especialitzades per la compra de la roba i el calçat, productes del parament de la llar i d'oci i cultura.**

En quan al sistema de transport, **el desplaçament a peu és molt majoritari per la compra de productes quotidians** i menys majoritari però també el més habitual per a la resta de compres.

ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA D'ALIMENTS, ALIMENTACIÓ FRESCA I ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

El 57,9% compra els aliments al supermercat, el 20,1% al mercat municipal i el 12,5% a botigues especialitzades o de barri.

Per comprar aliments frescos es prefereix anar més als mercats municipals (38%) que a la botiga de barri (29,8%) o al supermercat (25,5%).

La majoria de barcelonins/es tria el supermercat (75,9%) per adquirir altres productes d'ús quotidià (neteja, productes d'higiene personal...), segueix a distància la preferència per la botiga del barri (12,8%).

Evolució: En aquesta onada en els aliments baixa la preferència de compra al supermercat en 5,5 punts, mentre que la del mercat municipal puja 4,6 punts. En l'alimentació fresca és manté el mercat municipal com a preferit per comprar,

encara que baixa 2,4 punts, mentre que la botiga de barri en puja 2,6. La compra en supermercat baixa per segona onada consecutiva (1,7p).

Es manté la tendència en altres productes d'ús quotidià, on el supermercat és majoritari (75,9%) amb una lleugera baixada de la botiga especialitzada (1,9p).



RESUM DE RESULTATS

HÀBITS DE COMPRA

ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA DE ROBA I CALÇAT, PARAMENT DE LA LLAR I OCI I CULTURA

Els barcelonins/es majoritàriament compren la roba i el calçat a la botiga especialitzada (40,8%) o al centre comercial (33,1%).

Per comprar parament de la llar es decanten per botigues del barri o especialitzades (37,8%). També ho fan en bona mesura a les grans superfícies especialitzades, que s'incorporà com a categoria a l'estudi en l'onada anterior (19%), seguit pels centres comercials (17,6%).

Els productes d'oci i cultura els compren majoritàriament a les botigues especialitzades o de barri (50,7%), als grans establiments especialitzats (14,7%) i als centres comercials (12,6%).

Puja la preferència dels més joves per comprar als centres comercials, sobretot la roba i el calçat (68,1% dels menors de 25 anys), i baixa al

33,9% del 42,2% entre els de 25 i 34 anys aproximant-se a la mitjana.

Evolució: En roba i calçat continua la tendència a la baixa de la compra en la botiga de barri, 3,2 punts en aquesta onada i gairebé 10 punts en els darrers dos anys. Pugen els centres comercials (5,5p) per recuperar la cota al voltant del 35%.

En parament de la llar és mantenen els percentatges respecte l'onada anterior, amb un increment de 2 punts de la compra en gran establiment especialitzat.

En els productes d'oci i cultura, continua el descens de les compres a la botiga especialitzada o de barri (2,6p) i destaca la pujada de les compres per internet, pujant 4,7 punts per situar-se a l'entorn del 10%.

SISTEMES DE TRANSPORT

Desplaçar-se a peu és la manera com més barcelonins/es realitzen les compres, sobretot

aquelles que són més habituals. Així, per comprar aliments (82%), alimentació fresca (85,5%) i altres productes d'ús quotidià (82,5%), l'ús de la resta de sistemes de transport és molt poc rellevant.

Per la resta de compres, les menys habituals, tot i que la majoria també hi va a peu, s'utilitzen més transports. Per exemple, per comprar roba i calçat, un 43,4% hi va a peu però el 33% utilitza transports públics. Per comprar productes de parament de la llar, anar a peu també és majoritari (37,6%), però un 30% utilitza transports privats i un 21,3%, públics. Per comprar productes d'oci i cultura el 53,5% hi va a peu, mentre un 22,1% hi va en transports públics.

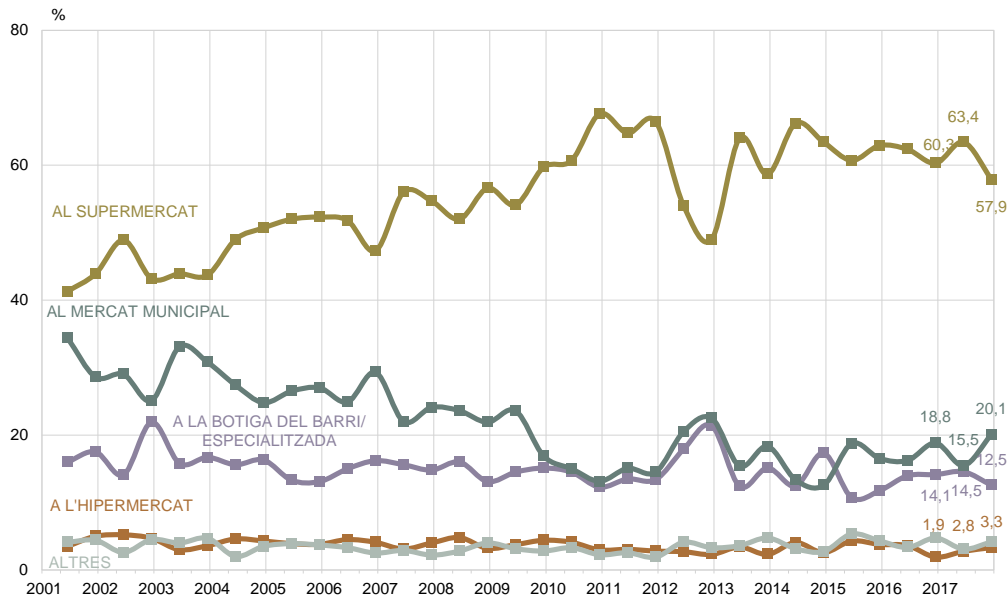
Evolució: Respecte al mes de juny pugen lleugerament els que utilitzen transports públics per comprar roba i calçat i productes de parament de la llar. Es manté estable l'ús de transports privats



ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA



P1

A quin establiment acostuma comprar els aliments?

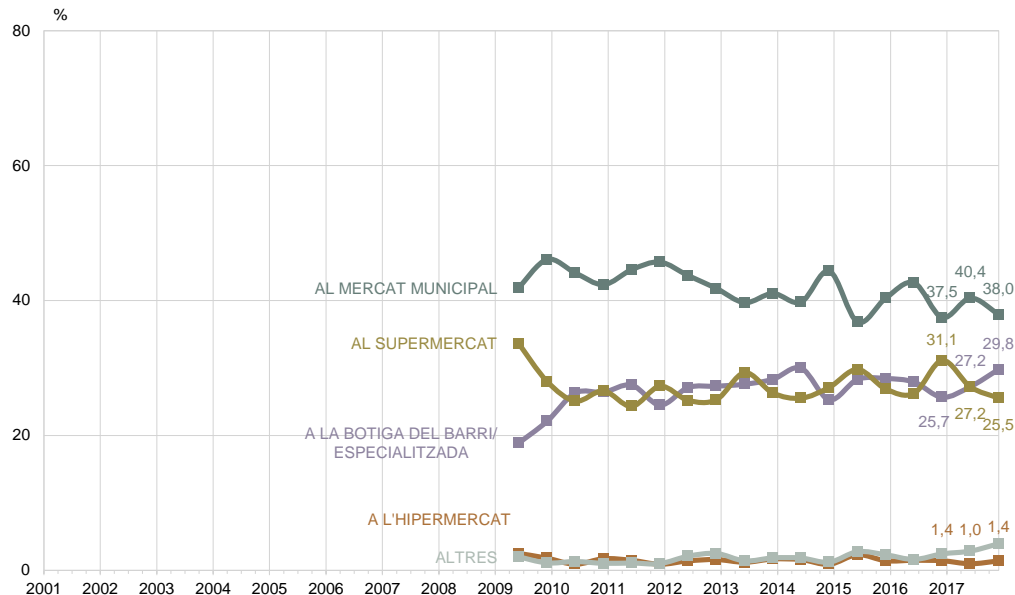
N 1007



ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA



P1

... I, més concretament, l'alimentació fresca?

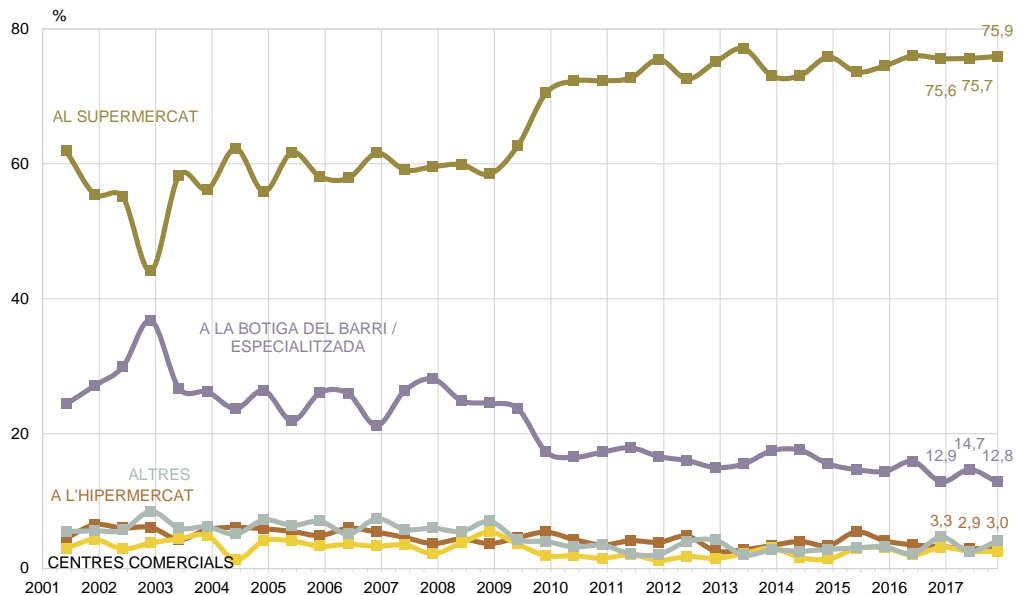
N 1007

*El juny de 2009 es va preguntar per primera vegada per l'alimentació fresca i després per la resta d'aliments. Des del desembre de 2011 s'especifica als entrevistats que l'alimentació fresca inclou carn, peix, xarcuteria, fruites, verdures, pa...



ESTABLIMENT HABITUAL ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA

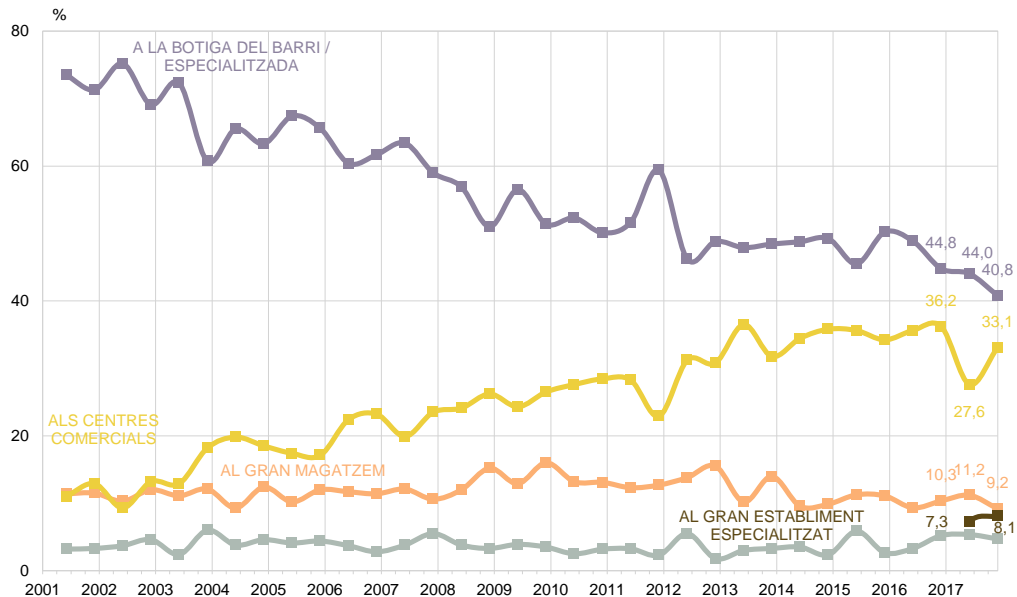




ESTABLIMENT HABITUAL

ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA



P3

A quin establiment acostuma comprar la roba i el calçat?

N 1007

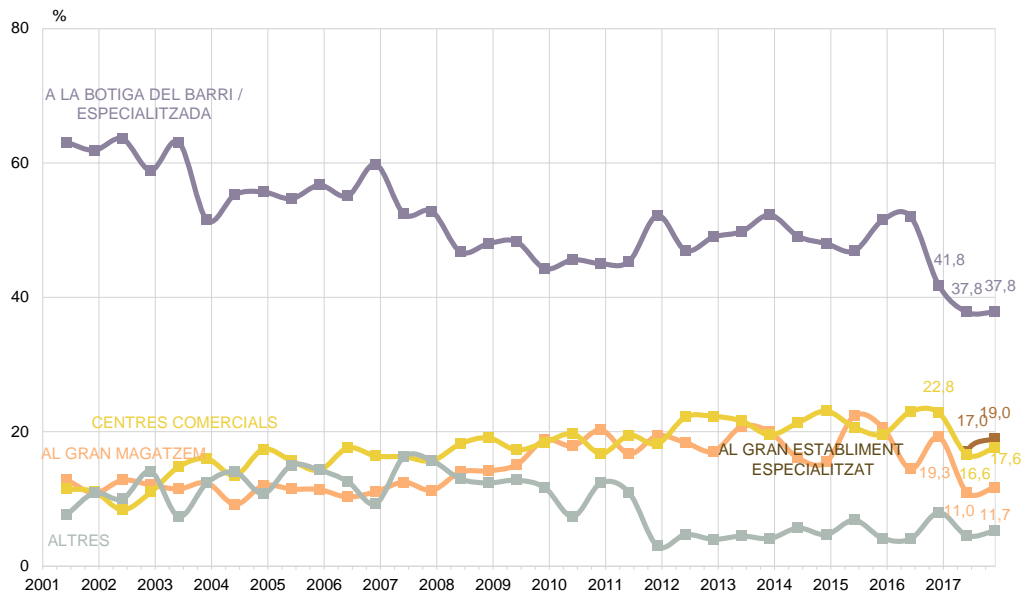
Al Juny 2017 s'afegeix la categoria Gran Establiment Especialitzat



ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

HÀBITS DE COMPRA

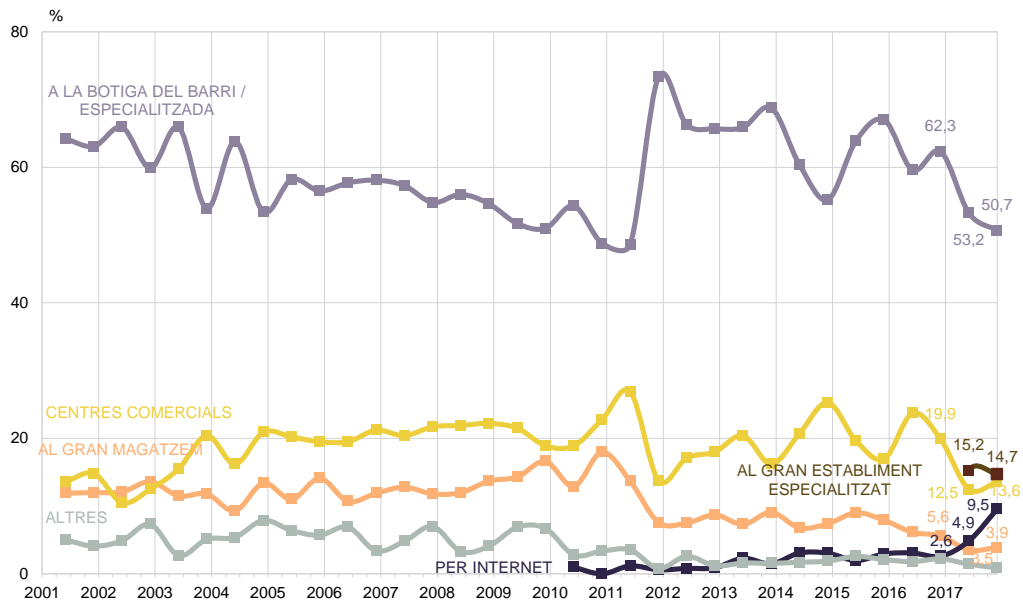




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

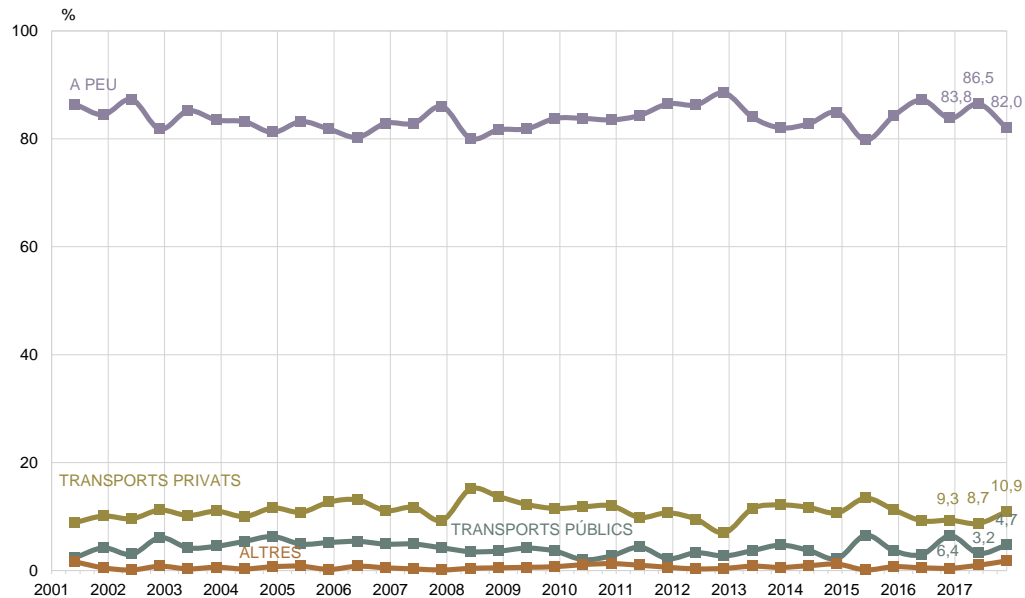
HÀBITS DE COMPRA





SISTEMA DE TRANSPORT COMPRA D'ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA



P2

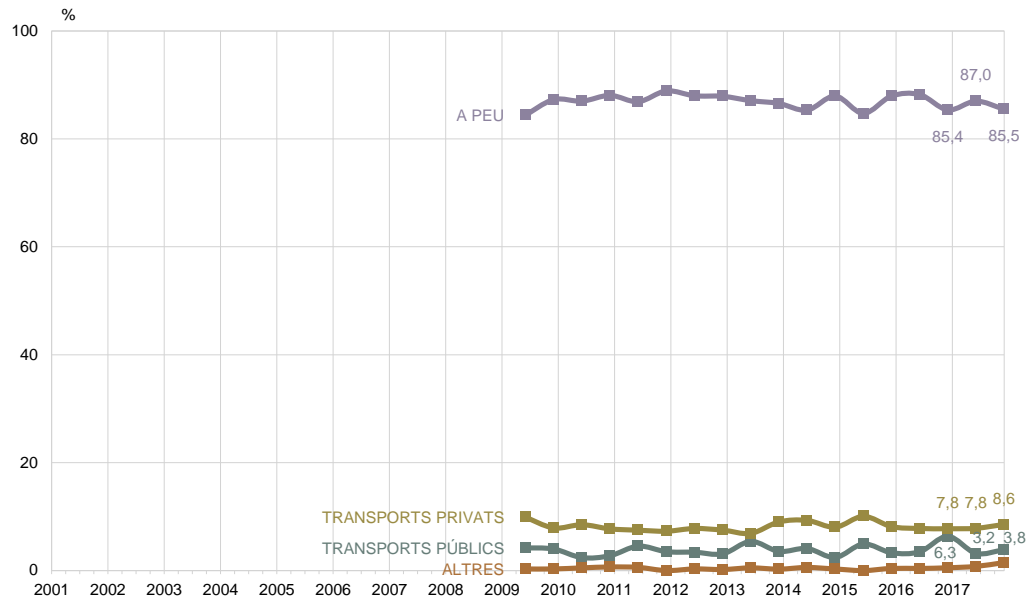
Quin sistema de transport acostuma utilitzar per anar a comprar els aliments? I

N 1007



SISTEMA DE TRANSPORT COMPRA D'ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA

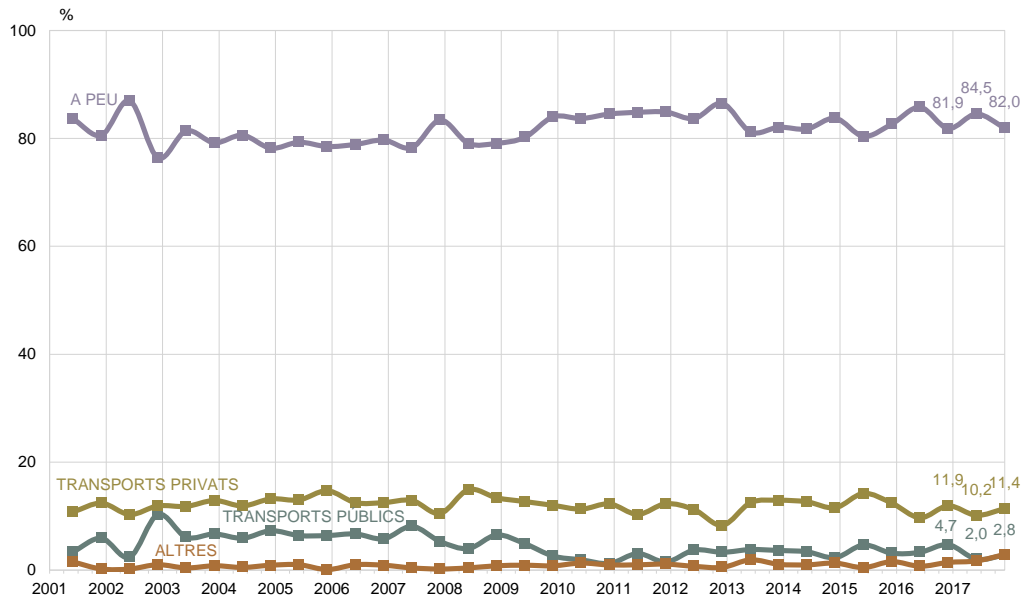




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA

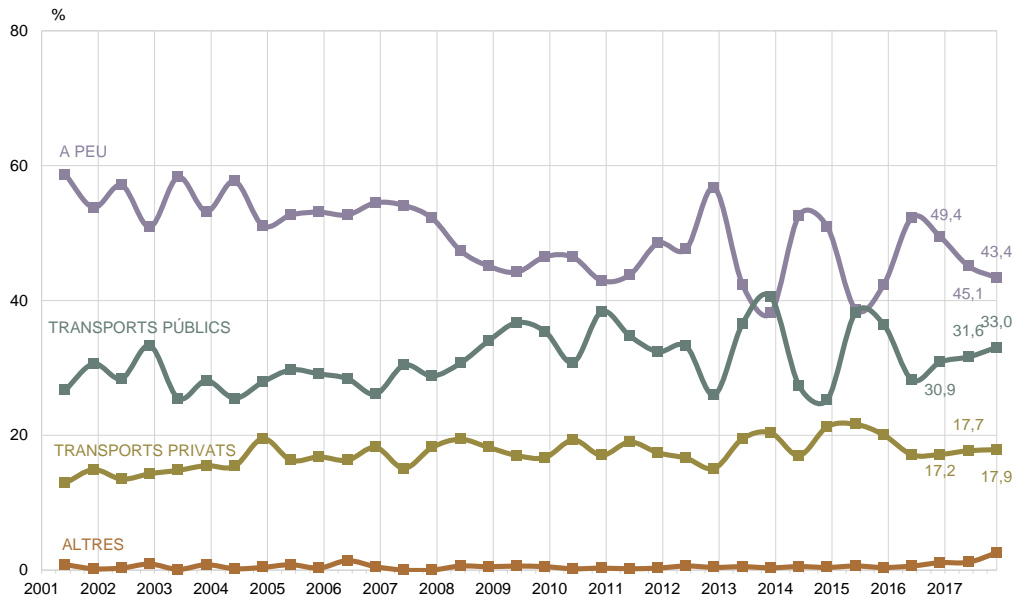




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA

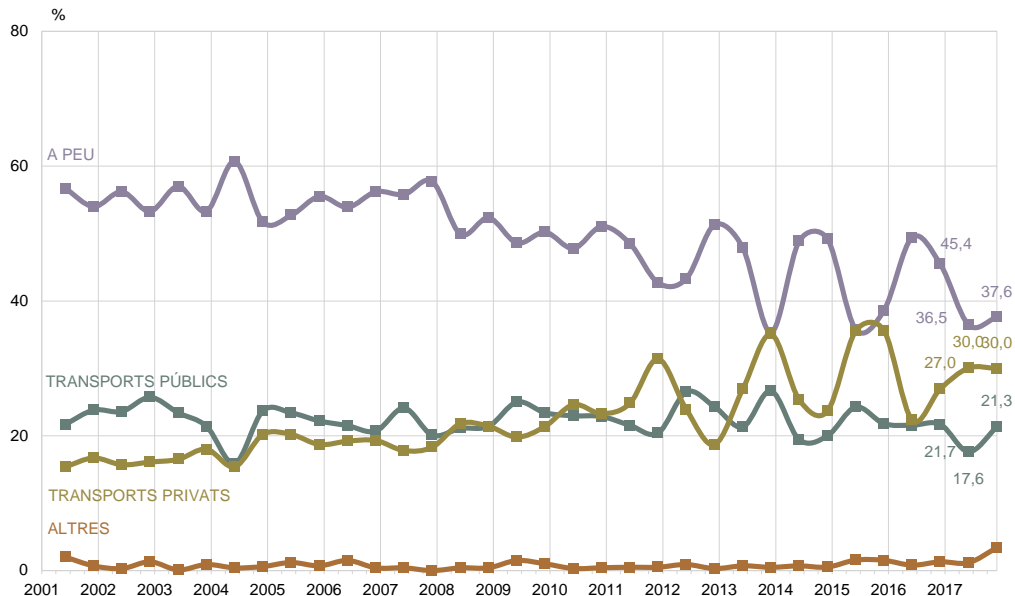




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

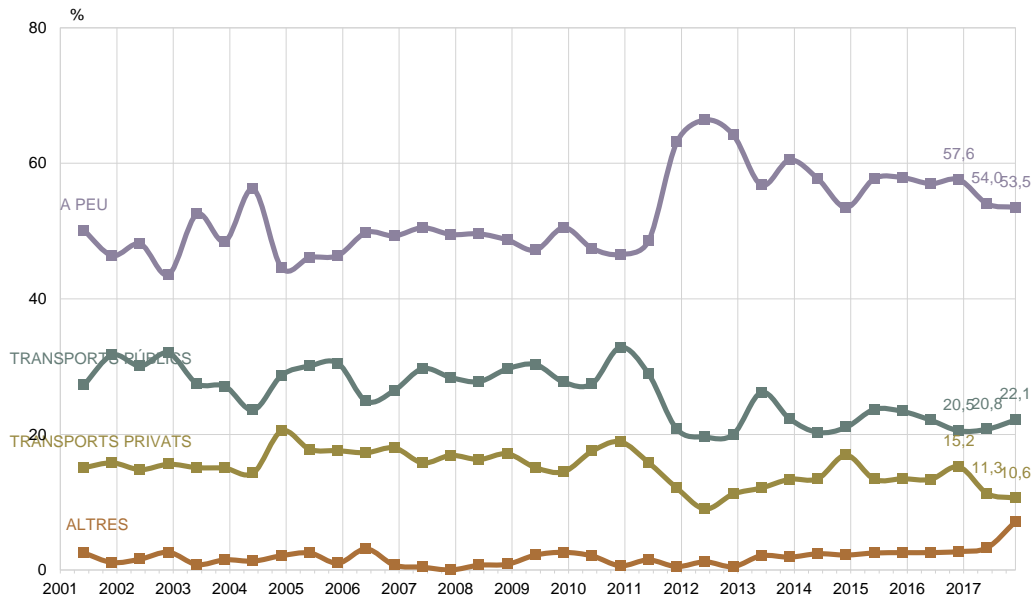
HÀBITS DE COMPRA





SISTEMA DE TRANSPORT COMPRA DE PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA





02

Zones comercials



RESUM DE RESULTATS

ZONES COMERCIALS

COMPRA EN ZONES COMERCIALS

7 de cada 10 barcelonins/es compra a zones comercials de la ciutat (69,9%).

Entre els 16 i els 24 anys (80,5%), seguit a prop pel grup d'edat dels 45 als 54 (78,8%), la compra a zones comercials de la ciutat és molt estesa. El districte on es dona la proporció més és a Sant Martí (82,9%), seguit per Les Corts (77,6%) mentre que la més baixa és dona Gràcia (58%) i a Sants-Montjuïc (60,5%).

La zona de Barnacentre – El Corte Inglés de Pl. Catalunya (18,4%), el Centre Comercial La Maquinista (17,5%), Diagonal - l'Illa i el Corte Inglés de Diagonal (17,1%), són les zones on més veïns i veïnes van a comprar.

Evolució: El percentatge de compra a zones comercials es manté a l'entorn del 70%, tot i baixar aquesta onada 3,8 punts. Les tres principals zones o bé es mantenen estables, com el cas de Barnacentre o baixen poc , 1,3 punts

de La Maquinista i 2,2 punts de Diagonal-Illa. Les Glòries recobra una mica de pols després dels baixos percentatges de les onades del 2016 on va baixar a l'entorn del 7%.

TIPUS DE PRODUCTE

La roba i el calçat són els productes que més barcelonins/es busquen a les zones comercials (el 72,3% el compren a la primera zona i el 69,7%, a la segona).

També n'hi ha força que hi compren aliments a la primera zona (24,3%) i productes d'oci i cultura (21,7%).

Evolució: En línies generals, no varien gaire les preferències dels tipus de productes que els veïns/es compren a les zones comercials de la ciutat. Per bé que el percentatge varien lleugerament, la compra de roba i calçat es majoritària a molta diferència del segon tipus de producte. En aquest onada puja 3,9 punts la compra d'oci i cultura a la segona zona.

ASPECTE MÉS VALORAT

La capacitat de poder escollir productes (37,5%) i la proximitat (30,2%) són els aspectes que més valoren els compradors de les zones comercials de Barcelona.

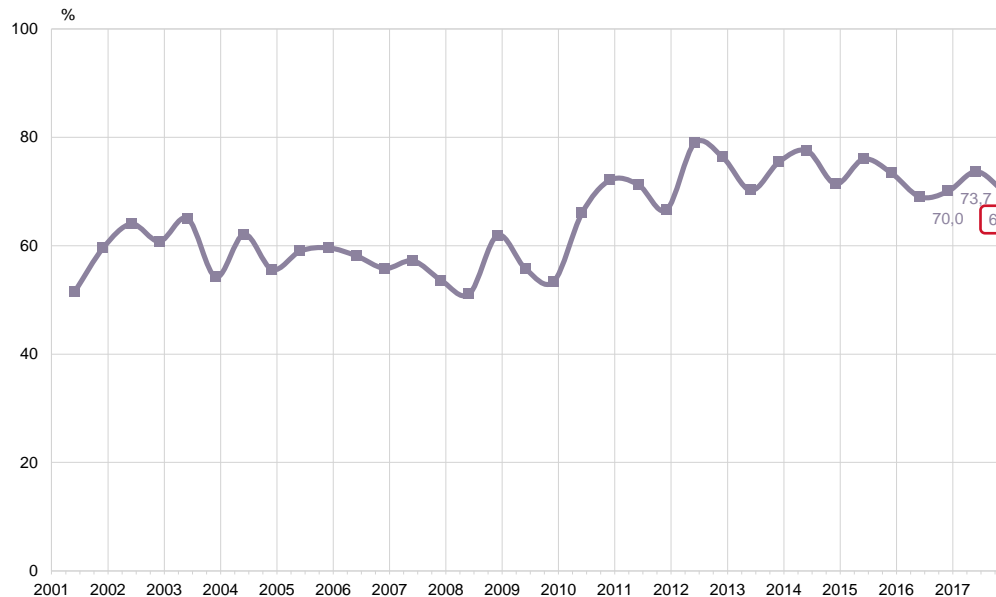
Evolució: La valoració d'aquests dos aspectes es recupera respecte el desembre. Així la capacitat de poder escollir productes puja 6,3 punts i la proximitat ho fa en 1,5 punts respecte al juny passat.



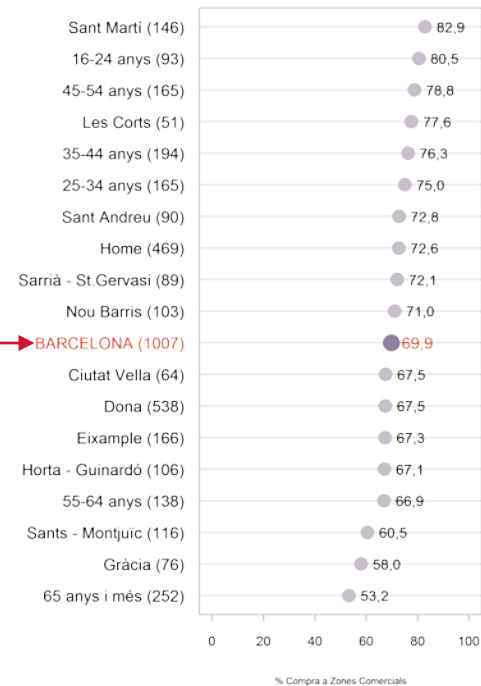
COMPRA A ZONES COMERCIALS

ZONES COMERCIALS

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



P5

Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?

N 1007

R Espontània. Multiresposta



ZONES A LES QUE COMPRA

ZONES COMERCIALS

%	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.
BARNACENTRE - EL CORTE INGLÉS (PL. CAT.) *	14,4	20,1	27,1	21,1	25,3	21,3	26,3	21,5	21,9	20,3	23,0	26,9	16,5	16,1	18,7	18,4
CC LA MAQUINISTA	6,8	10,3	13,7	15,7	17,7	17,8	15,0	17,4	17,0	16,8	17,9	20,2	19,2	18,3	18,8	17,5
DIAGONAL-ILLA - EL CORTE INGLÉS (DIAGONAL) **	10,7	16,9	14,6	13,1	19,2	18,2	15,1	15,7	17,3	18,1	17,3	17,9	17,3	15,3	19,3	17,1
CC GLÒRIES	7,5	8,7	10,8	10,2	13,8	12,7	10,4	11,2	10,1	9,2	12,2	10,2	7,0	6,8	10,6	12,3
DIAGONAL MAR	6,7	7,7	10,6	10,4	13,6	11,5	9,4	12,5	13,0	11,1	9,3	12,0	12,0	11,1	10,2	10,8
PASSEIG DE GRÀCIA - RAMBLA DE CATALUNYA																6,3
EL TRIANGLE - CARRER PELAI																2,4
PASSEIG DE GRÀCIA	6,8	5,7	1,7	4,0	2,2	4,7	3,8	3,9	4,6	3,2	3,9	2,1	1,5	6,3	4,0	
RAMBLA DE CATALUNYA - EL TRIANGLE ***	12,7	6,8	5,0	4,5	4,9	9,1	7,4	4,1	5,2	4,6	4,4	1,7	2,1	10,4	6,8	
GRAN DE GRÀCIA	3,1	2,1	1,7	1,7	2,2	2,7	3,0	1,9	2,2	1,7	2,0	3,1	0,9	2,5	2,4	3,4
PLAÇA ESPANYA / CC LAS ARENAS			1,1	1,6	2,1	2,8	1,2	2,0	2,0	2,0	3,6	1,9	2,7	2,3	2,0	3,3
EIX DE SANT ANDREU	2,6	3,3	2,0	1,2	3,6	2,6	1,9	2,2	2,1	1,4	1,5	1,1	1,2	1,4	1,7	1,6
HERON CITY	0,5	1,8	2,2	1,7	3,9	3,1	2,0	1,2	3,4	2,3	2,3	3,1	3,4	2,2	3,6	1,6
SANT ANTONI CENTRE COMERCIAL	1,4	0,9	1,2	1,1	1,2	1,2	1,9	1,3	0,8	0,8	1,6	1,3	0,9	0,5	1,6	1,1
TURÓ PARK - EL CORTE INGLÉS DE FR. MACIÀ															0,1	1,1
SANTS-CREU COBERTA	2,7	2,4	3,1	3,2	1,6	1,6	3,6	2,5	2,9	1,7	2,7	1,4	2,1	1,6	3,0	1,0
EIX SANTS-LES CORTS	1,2	1,8	0,8	1,3	2,0	1,4	1,3	1,4	1,8	0,3	2,0	1,5	1,3	1,1	1,1	1,0
ALTRES	20,5	17,5	7,7	5,8	16,6	14,0	10,3	20,8	14,1	12,3	20,1	6,3	7,4	6,6	8,5	7,5
ZONES COMERCIALS FORA DE BARCELONA															1,3	2,6
NO COMPRA EN ZONES COMERCIALS	32,9	26,7	27,5	32,4	20,3	21,6	29,0	23,3	20,1	26,2	21,2	24,2	30,3	27,5	23,4	26,9
NS / NC	1,1	1,2	1,3	1,0	0,8	2,1	0,8	1,2	2,4	2,4	2,9	2,5	0,7	2,5	1,7	1,5
N	(1000)	(1015)	(1016)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1001)	(1008)	(1013)	(1008)	(1004)	(998)	(1000)	(1012)	(1007)

Notes:

* Fins al desembre de 2009, la categoria "Barnacentre – El Corte Inglés (plaça de Catalunya)" era "Barnacentre" i no incloïa les mencions referents al centre comercial.

** Fins al desembre de 2009, la categoria "Diagonal – Illa – El Corte Inglés (Diagonal)" era "Diagonal – Illa" i no incloïa les mencions als centres comercials.

*** Fins al desembre de 2009, la categoria "Rambla Catalunya – El Triangle" era "Rambla Catalunya" i no incloïa les mencions al centre comercial.

P5

Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona? I a quina?

N 1007

R Espontània. Multiresposta



TIPUS DE PRODUCTE QUE HI ACOSTUMA COMPRAR (1/2)

ZONES COMERCIALS

PRIMERA ZONA	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.
%																
ALIMENTS	25,6	15,2	22,9	20,6	22,1	19,8	23,8	24,3	26,4	18,6	25,9	23,1	20,2	16,3	23,2	24,3
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	12,9	5,7	8,7	10,1	12,3	9,4	8,8	11,9	10,3	7,8	12,1	9,7	7,2	6,4	9,0	9,9
ROBA I CALÇAT	71,8	65,1	72,7	76,7	64,9	72,2	74,4	71,5	68,6	76,3	73,3	75,6	76,8	77,4	71,1	72,3
PARAMENT DE LA LLAR	11,5	10,3	11,5	13,4	19,8	18,7	14,5	14,8	14,0	14,1	15,5	15,8	14,6	11,3	13,3	12,7
OCI I CULTURA	22,3	24,4	31,8	30,9	16,9	19,3	31,5	24,4	20,5	21,8	22,2	30,0	20,4	19,0	21,7	21,7
ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA		1,3	1,4	1,2		6,9	6,0	6,4	5,6	7,4	6,2	8,6	9,8	10,5	7,0	8,0
COMPLEMENTS / REGALS																1,4
DE TOT	2,4	15,8			1,5	0,3		2,3			1,1	0,5	0,4		0,5	0,4
ALTRES	1,2	0,6	1,2	1,1	1,5	0,9	0,3	0,1	3,3	0,9	2,0	2,4	1,2	1,3	0,9	0,5
NS / NC	1,7	0,8	0,8	0,9	2,7	1,7	0,3	2,2	1,3	1,1	0,9	1,4	0,7	1,0	2,0	0,1
N	(660)	(721)	(724)	(666)	(789)	(763)	(702)	(749)	(777)	(722)	(763)	(737)	(689)	(702)	(759)	(722)

P6

Quin tipus de producte acostuma a comprar-hi?
Algun altre?

B Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN

N 722

R Espontània. Multiresposta



TIPUS DE PRODUCTE QUE HI ACOSTUMA COMPRAR (2/2)

ZONES COMERCIALS

SEGONA ZONA

%	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.
ALIMENTS	13,6	13,6	17,3	15,7	18,2	10,3	17,2	17,5	19,5	15,1	17,8	19,9	16,5	11,6	19,0	15,5
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	7,0	3,6	7,4	6,0	8,2	4,7	7,1	7,4	5,2	5,8	8,4	10,1	3,5	6,0	7,3	8,9
ROBA I CALÇAT	74,7	69,8	71,9	71,3	60,7	64,5	74,8	69,1	61,1	76,9	74,1	73,6	70,3	76,1	76,1	69,7
PARAMENT DE LA LLAR	14,6	9,6	8,6	12,3	21,1	23,3	15,3	17,3	13,6	15,8	16,3	15,8	14,5	12,5	10,6	12,0
OCI I CULTURA	27,2	24,8	26,5	23,7	19,8	26,6	27,8	27,6	26,7	20,9	24,7	25,3	26,2	21,7	19,2	23,1
ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA		1,2	3,1	1,0	0,2	9,9	7,1	7,3	6,2	8,4	5,8	9,2	11,4	11,3	5,4	6,9
COMPLEMENTES / REGALS																2,4
DE TOT	0,6	8,5			0,6						0,4		0,8			0,3
ALTRES	1,6	25,6	1,5	3,3	2,2	0,8	0,5	3,0	11,0	0,9	2,7	3,4	1,2	0,3	0,7	2,1
NS / NC	1,6	8,7	2,5	2,3	3,7	1,4	0,2	1,3	1,4	0,6	1,8	0,7	0,4	2,5	1,8	1,4
N	(316)	(335)	(324)	(300)	(511)	(485)	(424)	(440)	(414)	(348)	(486)	(414)	(266)	(326)	(397)	(374)

P6

Quin tipus de producte acostuma a comprar-hi?
Algun altre?

B Acostumen a comprar a una 2ª zona comercial de BCN

N 374

R Espontània. Multiresposta



ASPECTE MÉS VALORAT DE LA ZONA COMERCIAL

ZONES COMERCIALS

%	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.
LA VARIETAT (LLIBERTAT DE L'ELECCIÓ)	42,9	42,9	40,5	35,3	30,4	41,5	35,3	36,5	37,2	42,5	40,9	45,2	33,8	43,1	31,2	37,5
LA PROXIMITAT	27,6	22,9	22,1	23,0	25,9	20,7	30,1	29,2	26,4	21,1	26,9	33,3	29,0	32,3	28,7	30,2
LA CONCENTRACIÓ DE BOTIGUES	7,9	10,0	11,5	13,4	13,3	13,0	12,1	19,0	4,5	4,5	8,2	2,9	5,9	5,3	15,5	14,1
L'ESPAI	6,2	8,0	10,5	10,2	9,0	10,2	11,7	13,4	12,1	10,5	13,4	7,5	13,6	7,8	14,7	11,2
EL TIPUS DE BOTIGUES	5,8	5,8	6,1	7,5	6,5	2,0	10,5	8,1	8,5	6,8	6,1	4,0	6,4	6,4	7,2	6,6
ESTÀ BEN COMUNICAT	1,4	2,9	3,2	2,7	2,2	1,6	3,8	5,4	2,7	1,3	3,0	5,4	2,6	2,1	2,2	4,3
EL PREU	3,8	3,3	3,7	2,4	8,4	11,9	2,4	5,9	3,7	3,5	5,4	0,5	1,9	3,2	1,7	4,1
EL TRACTE AL CLIENT	3,3	1,9	3,7	2,9	6,5	6,8	4,6	8,6	3,2	4,4	4,9	0,3	5,0	1,6	2,7	3,7
LA COMODITAT	2,0	2,8	1,9	2,6	3,5	4,1	3,1	6,8	3,6	3,3	2,4	4,6	3,6	4,6	3,6	3,7
EL TIPUS DE PRODUCTES	3,0	5,2	4,0	3,2	6,5	5,9	6,4	4,7	7,9	3,2	3,2	2,1	5,1	2,4	2,5	3,3
L'APARCAMENT	2,6	1,8	4,0	3,5	4,3	2,0	4,8	4,8	2,6	5,3	3,9	4,3	2,6	4,2	2,6	2,6
L'AMBIENT	3,0	2,6	2,9	4,4	2,3	2,1	2,3	3,7	5,5	2,5	4,2	1,4	2,5	1,8	2,4	2,5
LA TRANQUIL·LITAT	2,0	1,8	2,1	1,5	1,8	0,8	2,3	1,2	2,0	1,9	1,2	1,4	1,7	2,0	2,7	2,5
L'OFERTA D'OCI I RESTAURACIÓ															2,4	2,4
LA UBICACIÓ	2,0	2,3	3,6	2,3	3,3	0,9	2,3	3,8	1,7	3,3	4,0	3,0	0,7	1,9	2,4	2,1
LA QUALITAT	3,5	3,4	2,3	4,2	5,3	4,6	2,8	6,0	1,2	2,7	4,6	2,0	3,7	2,2	2,2	1,4
LA POSSIBILITAT DE PASSEIG I COMPRA	4,1	2,0	2,1	2,6	3,5	1,2	2,0	3,2	3,8	3,0	2,2	1,5	1,3	1,9	1,7	1,2
ALTRES	4,7	5,5	7,3	3,9	8,6	9,3	6,1	8,7	5,4	6,5	5,7	14,1	2,5	3,6	2,4	2,1
TOT EN GENERAL	2,0	0,6	1,2	2,9	2,0	3,5	0,4	0,4	2,8	2,6	1,0	0,7	2,6	2,3	1,7	1,6
RES			0,3	0,8	0,6	0,9	0,3	1,0	2,2	1,7	0,3	2,1	0,9	1,1	1,8	0,1
NS / NC	4,5	8,5	11,5	2,4	1,8	3,0	3,1	1,7	2,3	2,7	1,9	1,2	1,4	0,9	3,7	2,7
N	(660)	(721)	(724)	(666)	(789)	(763)	(702)	(749)	(777)	(722)	(763)	(737)	(689)	(702)	(759)	(722)

P7

Què és el que més valora de la zona comercial on va a comprar? I de l'altra zona comercial?

B Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN

N 722

R Espontània. Multiresposta



03

Comerç electrònic



RESUM DE RESULTATS

COMERÇ ELECTRÒNIC

COMPRA PER INTERNET

7 de cada 10 ciutadans/es de Barcelona ha comprat en alguna ocasió per internet (69%).

És una compra influenciada entre altres factors per l'edat que es divideix en dos grups. Un que està per sota de la mitjana en el que és situa la població de 55 anys o més. En aquest el segment més distanciat de la mitjana és el de 65 anys o més (35,19%). La resta es situa per damunt d'aquesta i la màxima proporció es dona en la franja d'edat de 16 a 24 anys (89,9%).

A la vegada s'observa que els homes (76,1%) hi han comprat més que les dones (62,1%).

També es detecten algunes diferències per districtes, doncs els compradors que resideixen a Les Corts (80,7%) són els que hi compren més, mentre els de Sants-Montjuïc (57,9%) ho fan en la menor proporció.

Evolució: El creixement de la compra per internet ha estat constant amb variacions i les baixades sempre han portat recuperacions a l'alça. En aquesta onada torna a pujar amb força (7,3p) després de consolidar el nivell del 60%.

FREQÜÈNCIA

La majoria de persones que ha comprat alguna vegada per Internet ho fa de manera ocasional (56,3%). El 17,2% ho fa cada mes i l'11,3% cada dos mesos. El 7,7% compra cada setmana i el 7,7% cada dues setmanes.

Evolució: Per bé que els percentatges de compra habitual encara son baixos a cada onada es mantenen o pugen amb mesura mentre baixa la compra ocasional (2,2 punts en aquesta onada).

TIPUS DE PRODUCTE

La compra online que fan els barcelonins/es inclou tota mena de productes, però bona part d'aquests són d'oci i cultura (47,5%), de roba i calçat (30,3%) i d'informàtica o telefonia (29%).

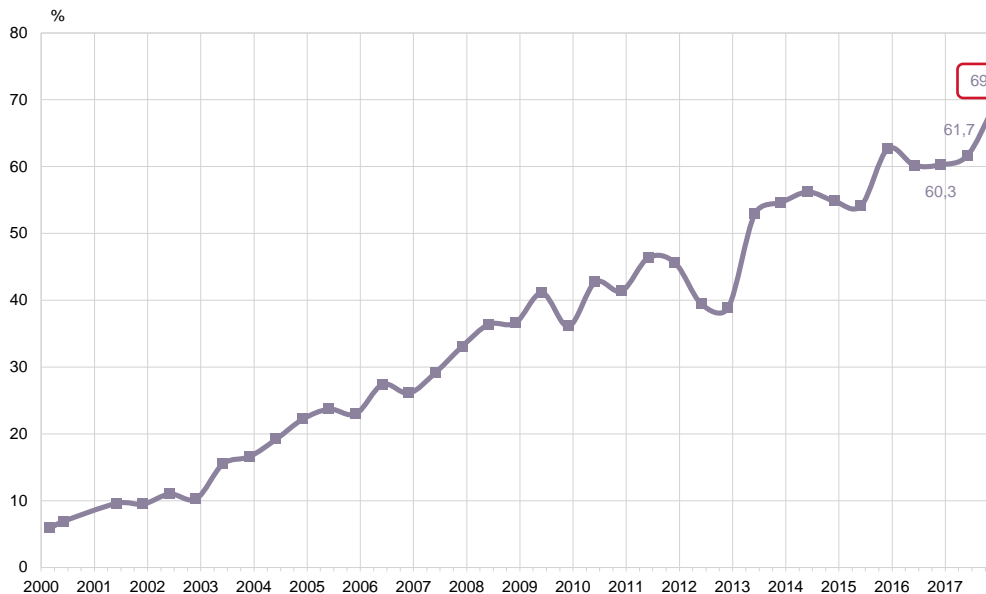
Evolució: Pugen les mencions als articles d'informàtica, ho fan també però amb menor intensitat les de roba i calçat i parament de la llar.



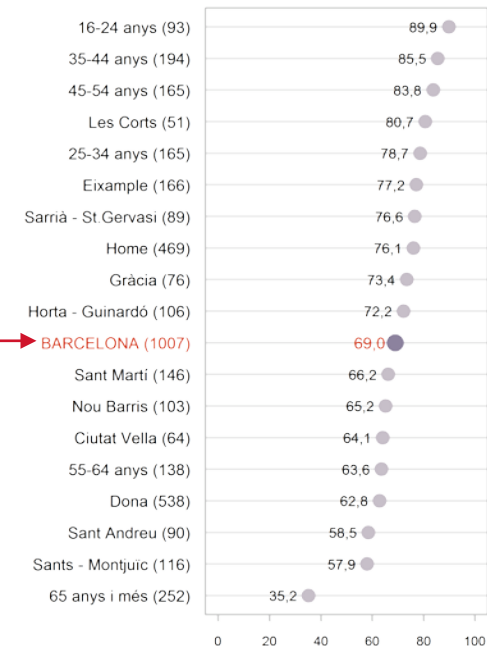
COMPRA PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



% Ha comprat per internet

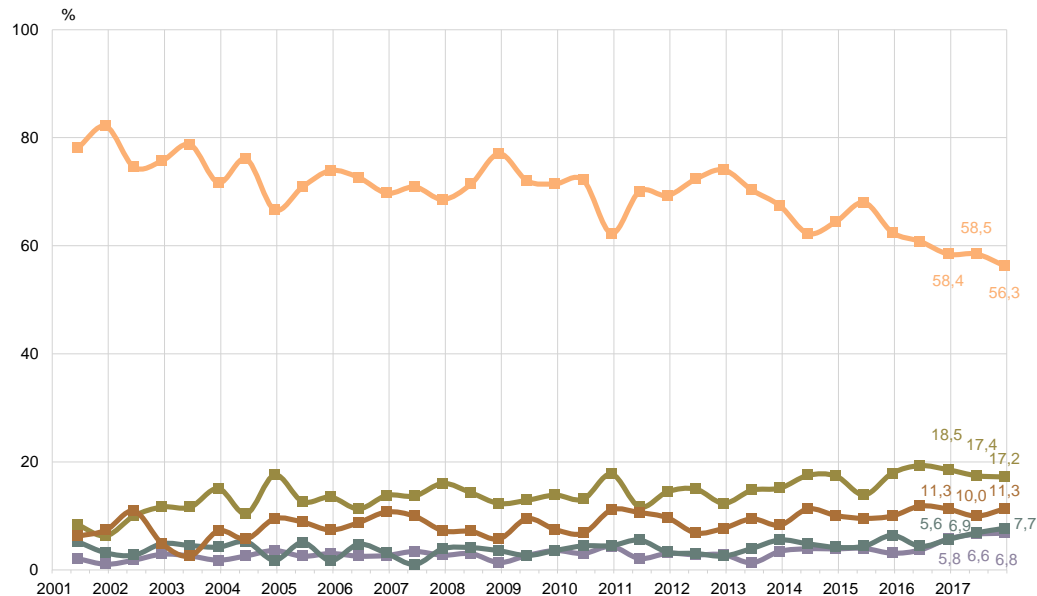
P8 Ha comprat alguna vegada per internet?
(comerç electrònic)

N 1007



FREQÜÈNCIA DE COMPRA PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC



P9

Amb quina freqüència acostuma a comprar per internet?

■ Han comprat alguna vegada per internet
N 694

■ Setmanalment
■ Cada quinze dies
■ Mensualment

■ Cada dos mesos
■ Ocasionalment



TIPUS DE PRODUCTE COMPRAT PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC

%	2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.
OCI EN GENERAL (LLIBRES, CD, JOCS...)	68,6	66,2	69,2	71,5	73,1	73,0	72,2	58,3	60,8	54,2	57,0	62,9	55,6	59,9	30,1	47,5
LLIBRES	17,3	12,6	13,6	14,9	14,2	12,9	19,1	15,1	19,9	14,0	14,7	21,8	17,7	20,4	14,7	21,0
VIATGES	30,9	34,0	35,5	33,1	32,7	32,1	25,3	23,2	19,0	21,3	18,2	17,7	17,9	17,7	8,8	9,9
ENTRADES CINEMA O ESPECTACLES	10,3	11,4	13,2	13,4	14,7	15,9	10,8	9,6	8,2	9,9	9,5	8,8	10,3	12,5	2,9	4,0
MÚSICA	7,5	8,2	7,0	6,4	6,3	5,1	5,3	3,8	5,2	4,5	4,0	5,3	4,6	4,5	2,1	6,5
PELLÍCULES, VIDEOJOCES				0,7	3,6	5,4	5,9	4,0	5,6	3,9	4,8	2,6	4,4	3,6	1,7	4,7
EXPERIÈNCIES (SPA, TRACTAMENTS....)													0,5			1,3
RESTAURANTS													0,2	0,3		0,1
ALTRES LLEURE	2,6			3,1	1,5	1,5	5,9	2,5	2,9	0,5	5,8	6,6	0,2	0,8		
ROBA I CALÇAT	20,4	19,8	21,9	23,5	22,1	22,4	25,3	28,7	26,4	30,6	33,7	31,5	27,8	26,6	27,0	30,3
INFORMÀTICA, TELEFONIA, FOTOGRAFIA...	20,8	27,0	20,0	16,9	15,0	20,1	19,3	31,8	22,8	24,7	31,1	32,2	26,6	26,1	10,9	29,0
PARAMENT DE LA LLAR	6,3	2,9	3,8	7,5	9,6	5,4	10,2	9,4	12,0	11,2	14,4	11,0	11,0	11,6	11,8	14,3
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	5,6	6,7	5,3	7,7	6,3	5,4	7,6	5,9	6,1	3,6	6,5	6,4	2,5	4,6	5,3	8,5
ALIMENTS	14,8	12,8	12,7	12,5	14,2	9,0	9,3	7,0	10,2	10,9	6,4	9,2	8,1	9,0	8,7	8,5
MATERIAL ESPORTIU				0,4	2,8	1,8	3,2	2,0	3,7	3,7	3,4	2,4	3,5	3,3	1,1	3,8
ALTRES	6,1	4,4	4,5	1,8	3,3	2,8	3,4	7,4	4,3	6,3	6,4	4,1	3,5	5,6	2,1	10,7
NS / NC	0,2	0,5	2,8	0,4	0,3	1,3	1,1	1,6	1,2	0,4	0,7	0,8	0,3	2,0	1,4	1,0
N	(427)	(400)	(471)	(456)	(394)	(389)	(529)	(537)	(559)	(554)	(545)	(631)	(599)	(607)	(623)	(694)

P10

Quin tipus de producte acostuma a comprar per internet?

B Han comprat alguna vegada per internet

N 694

R Espontània. Multiresposta



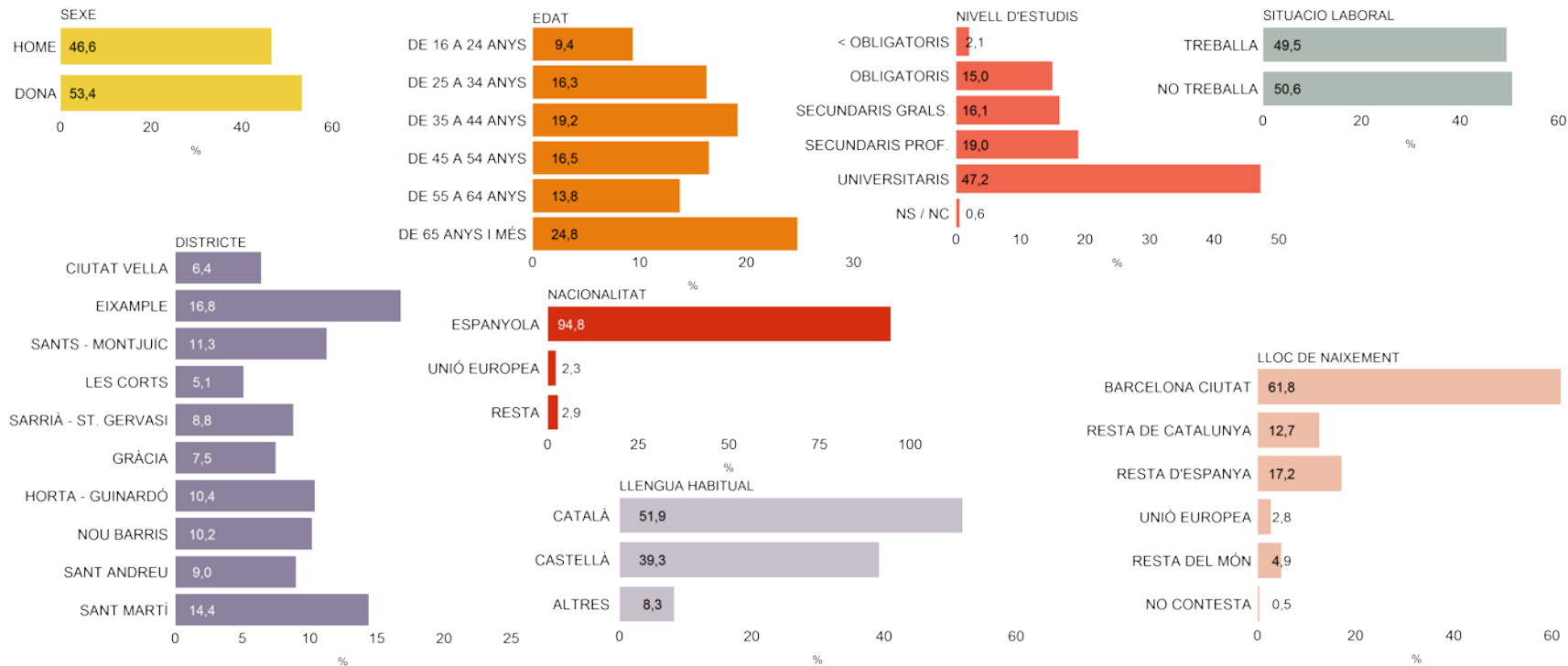
04

Perfil dels entrevistats



DADES PERSONALS

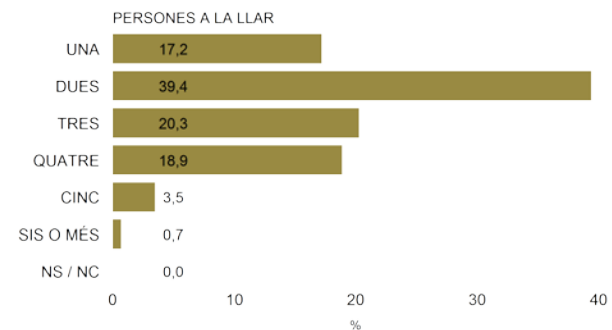
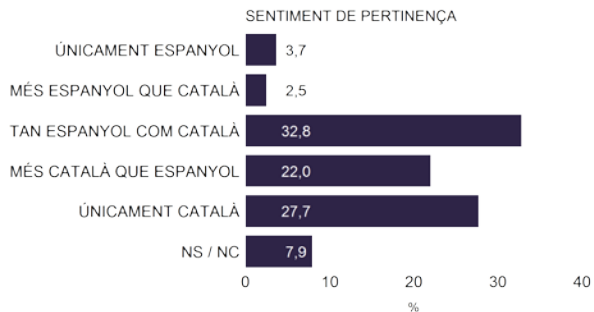
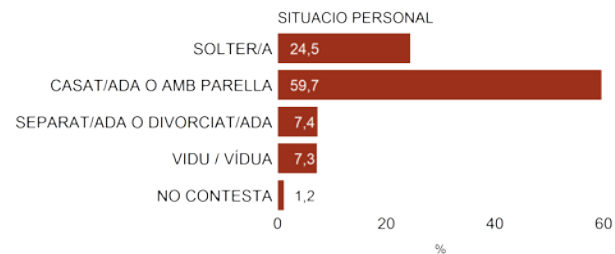
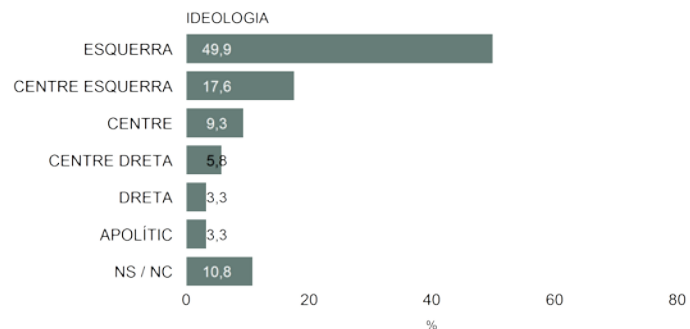
PERFIL DELS ENTREVISTATS





POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

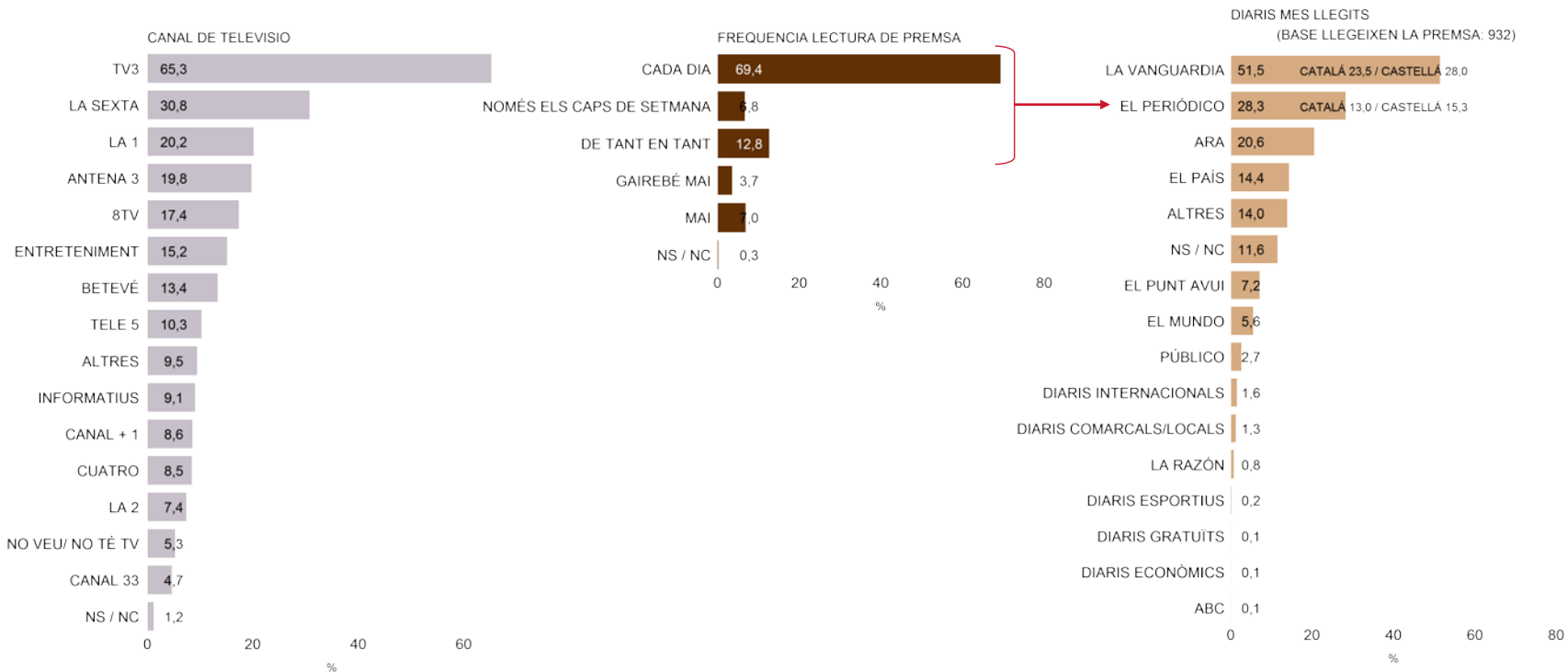
PERFIL DELS ENTREVISTATS





HÀBITS INFORMATIUS

PERFIL DELS ENTREVISTATS





ENQUESTES I ESTUDIS D'OPINIÓ

Aquests estudis sociològics permeten determinar les prioritats de la població, conèixer la realitat social, saber com es valora l'activitat i els serveis municipals, i esbrinar l'opinió sobre l'actuació política municipal.



Pla
d'Estudis Sociològics



Sèrie
d'Avaluació Contínua



Enquestes
de Sistemes de Qualitat



Investigació
de Comunicació



Estudis
Ad-Hoc



**Ajuntament
de Barcelona**