



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal: Direcció de Comerç i Consum

Presentació de Resultats

Del 4 al 14 de juny de 2014



Registre Públic d'Enquestes i Estudis d' Opinió: r14020



**Ajuntament
de Barcelona**

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r14020

**ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 4 AL 14 DE JUNY DE 2014**

Gabinet Tècnic de Programació - Gerència Adjunta de Projectes Estratègics
Departament d'Estudis d'Opinió

C/ Avinyó, n. 32, 2a. Planta
Tel. 934 027 918
Fax. 934 023 210
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

004 RESUM DE RESULTATS

007 HÀBITS DE COMPRA

008 Establiment habitual

014 Sistema de transport

020 ZONES COMERCIALS

021 Compra a zones comercials

024 Tipus de productes

026 Aspecte més valorat

027 COMERÇ ELECTRÒNIC

028 Compra per internet

029 Freqüència

030 Tipus de producte

031 PERFIL DELS ENTREVISTATS



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més, llars amb telèfon.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1.008 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista telefònica a la llar amb suport informàtic (CATI).

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

Mostreig aleatori estratificat. Els estrats s'han format per l'encreuament dels deu districtes municipals amb el gènere 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 calculades de forma proporcional segons el padró municipal.

AFIXACIÓ

Proporcional.

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 $\pm 3,10$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

Del 4 al 14 de juny de 2014.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Institut Opinòmetre

El bloc de preguntes de la Direcció de Comerç i Consum forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de JUNY de 2014.



RESUM DE RESULTATS

El 66,2% dels barcelonins acostuma a comprar els **aliments** al supermercat. La resta d'entrevistats ho fa sobretot al mercat municipal (13,4%) o a la botiga de barri o especialitzada (12,4%) mentre un 6,8% prefereix anar a altres establiments. Si bé comprar els aliments al supermercat és el preferit a tots els segments analitzats, entre les persones de més de 54 anys hi ha una major tendència a anar al mercat municipal i a les botigues especialitzades.

El 39,8% de les persones entrevistades diu comprar l'**alimentació fresca** al mercat municipal, mentre que el 30,0% la compra a les botigues de barri o especialitzades i el 25,5% al supermercat. Només un 3,4% prefereix un altre tipus d'establiment per comprar aquests productes. Les persones de més de 54 anys són les que més compren al mercat municipal l'alimentació fresca, mentre que els menors de 35 anys tendeixen més a comprar-la al supermercat.

Per comprar els **altres productes d'ús quotidià** (neteja, productes d'higiene personal...) la majoria prefereix anar al supermercat (73,1%). A molta distància, el 17,6% es decanta per les botigues de barri o especialitzades. Pocs els adquireixen a l'hipermercat (4,0%), al gran magatzem (1,5%) o als

centres comercials (1,6%).

Les persones de més de 54 anys van més a les botigues de barri o especialitzades (a l'entorn del 25%), tot i que anar al supermercat continua sent majoritari.

Prop de la meitat dels barcelonins, el 48,8%, compra habitualment la **roba i el calçat** a botigues de barri o especialitzades, per davant dels que prefereixen adquirir aquests articles a un centre comercial (34,5%) o a un gran magatzem (9,6%). Les persones de menys de 45 anys compren habitualment la roba i el calçat a centres comercials, incrementant la proporció dels que prefereixen aquests establiments quant més joves són.

A tots els segments analitzats, comprar els productes de **parament de la llar** a les botigues de barri o especialitzades és el més habitual (49,1%). Ara bé, entre els menors de 35 anys incrementa la proporció dels que compren aquests productes a grans magatzems, mentre entre els de 35 a 44 n'hi ha més que prefereixen l'oferta dels centres comercials.

A mesura que incrementa l'edat de l'entrevistat és més comú que es compri **productes d'oci i cultura** a botigues especialitzades i de barri, mentre que quant

més jove s'és augmenta la proporció dels que compren aquests productes a centres comercials.

La gran majoria dels barcelonins quan van a comprar els aliments es desplacen a peu per arribar a l'establiment escollit (82,8%). Per darrera, un 10,6% diu anar-hi en cotxe, el 2,5% en autobús, un 0,8 en moto i un 1,0% en metro.

Els barcelonins també es desplacen majoritàriament a peu per anar a comprar l'alimentació fresca (85,3%). A continuació, un 8,1% diu que hi va en cotxe, el 0,9% en moto i un 2,6% en autobús.

Anar a peu per comprar altres productes d'ús quotidià és el que fa la gran majoria d'entrevistats (81,8%). En aquest cas, els que hi van en cotxe arriben al 11,1% i els que ho fan en metro o autobús al 3,2%. Destacar l'ús d'Internet per part de l'1% dels entrevistats, que arriba al 1,8% entre els entrevistats de 45 a 54 anys.

Quan van a comprar roba i calçat, la major part hi va a peu (52,6%), en metro (15,8%) o autobús (10,1%). D'altra banda, un 12,2% diu que va en cotxe i el 4,0% en moto. Fan un ús més gran del metro per anar a comprar roba i calçat, els de 25 a 34 anys. Les persones de més edat manifesten anar a peu.



RESUM DE RESULTATS

En relació als productes de parament de la llar, un 48,9% va a comprar-los a peu, mentre un 21,3% hi va en cotxe. D'altra banda, el 11,4% prefereix anar en metro i un 7,0% en autobús. Els desplaçaments a peu per fer aquest tipus de compra són majoritàries entre les persones de 45 i més anys, mentre que les que encara no tenen aquesta edat prefereixen usar el cotxe per aquest tipus de compra.

Pel que fa als productes d'oci i cultura un 57,7% efectua la compra a peu, un 10,3 % va en metro, un 8,6% en bus i un 9,1% en cotxe.

El 77,5% afirma que acostuma a comprar a alguna zona comercial, per un 20,1% que diu que no hi va mai i el 2,4% que no dona resposta. Les zones comercials on més entrevistats van a comprar són Barnacentre i el Corte Inglés de Pl. Catalunya (21,9%), L'Illa Diagonal i el Corte Inglés de Diagonal (17,3%), el centre comercial La Maquinista (17,0%), el centre comercial Diagonal Mar (13,0%) i el de les Glòries (10,1%).

Les persones que acostumen a comprar a les zones comercials, el que més hi busquen és roba i calçat (68,6% a la primera i 61,1% a la segona).

A certa distància, diuen comprar productes d'oci i cultura (20,5% a la primera i 26,7% a la segona), productes d'alimentació (26,4% a la primera i 19,5% a la segona) i articles de parament de la llar (14,0% i 13,6% respectivament).

La varietat és l'aspecte que més es valora de la zona comercial visitada pels entrevistats (37,2%) i, en segon lloc, la proximitat (26,4%).

Altres aspectes que es tenen en compte són la l'espai (12,1%), el tipus de botigues (8,5), el tipus de productes (7,9%) i l' ambient (5,5%). La resta d'aspectes són mencionats per sota del 5%.

El 56,2% dels barcelonins afirma haver comprat alguna vegada per Internet.

Aquesta proporció és més alta entre les persones menors de 45 anys, Propera al 80% entre els de 25 a 34 anys. A partir dels 45 anys la proporció és decreixent, reduint-se fins al 20,5% entre els que tenen més de 64 anys.

La majoria de persones que ha comprat alguna vegada per Internet ho fa de manera ocasional (62,3%). El 3,9% diu fer-ho amb una freqüència

setmanal, un 4,8% cada dues setmanes, el 17,5% mensualment i un 11,3% cada dos mesos.

Els productes que més es compren per Internet estan relacionats amb l'oci (60,8%). En primer lloc el 19,9% ha comprat llibres i en segon lloc el 19,0% de compradors ha adquirit serveis relatius a un viatge. Pel que fa a la resta d'articles, un 22,8% ha comprat productes i serveis d'informàtica i telefonia, un 26,4% roba i calçat, el 12,0% parament de la llar, el 10,2% aliments, un 6,1% altres productes quotidians i un 3,7% material esportiu, entre altres.



SIGLES

B

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

N

Número de respostes. 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

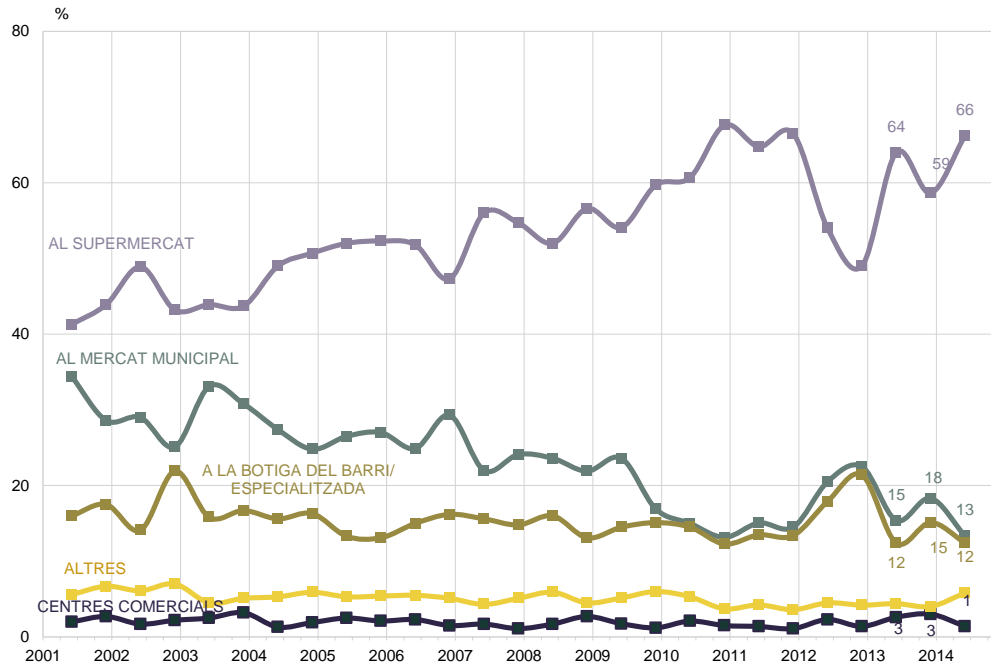
Hàbits de compra



ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA



P1

A quin establiment acostuma comprar els aliments? I, més concretament, l'alimentació fresca? I els altres productes d'ús quotidià?

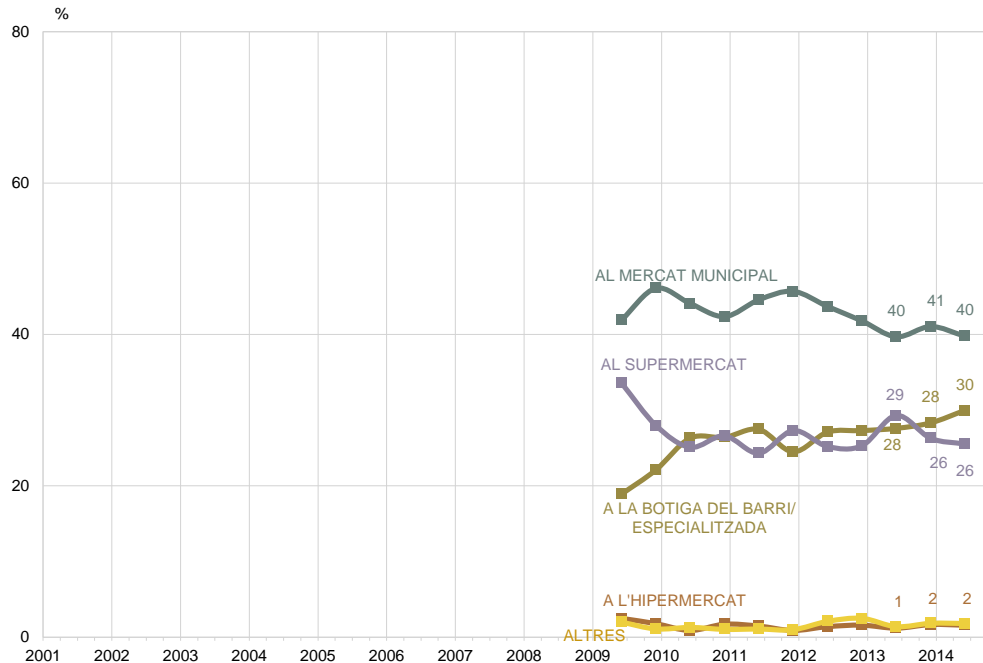
N 1008



ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA



P1

A quin establiment acostuma comprar els aliments? I, més concretament, l'alimentació fresca? I els altres productes d'ús quotidià?

N 1008

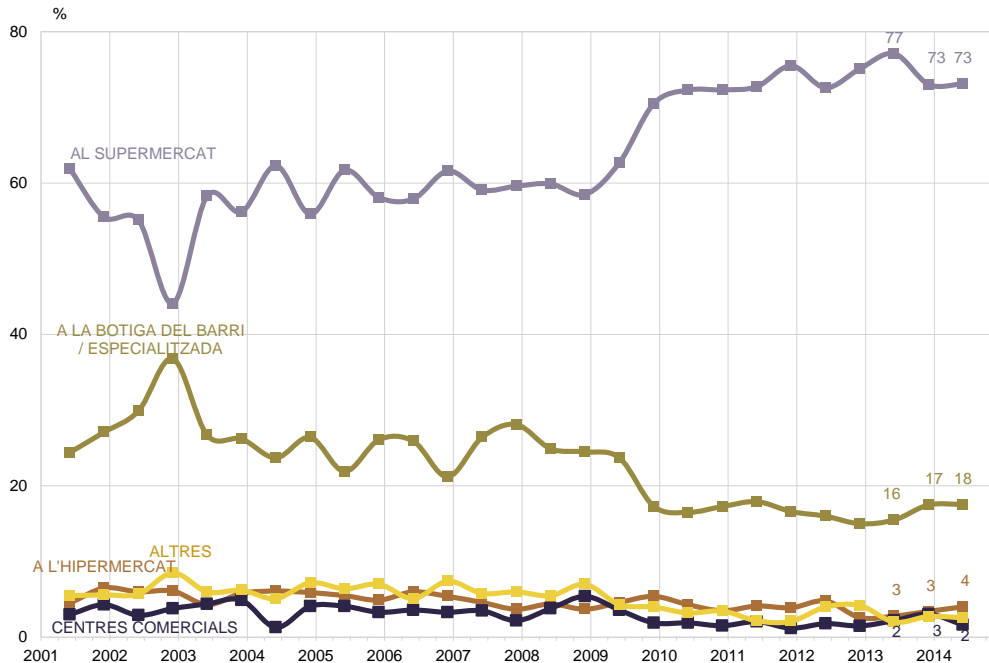
*El juny de 2009 es va preguntar primer per l'alimentació fresca i després per la resta d'aliments. Des del desembre de 2011 s'especifica als entrevistats que l'alimentació fresca inclou carn, peix, xarcuteria, fruites, verdures, pa...



ESTABLIMENT HABITUAL

ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA



P1

A quin establiment acostuma comprar els aliments? I, més concretament, l'alimentació fresca? I els altres productes d'ús quotidià?

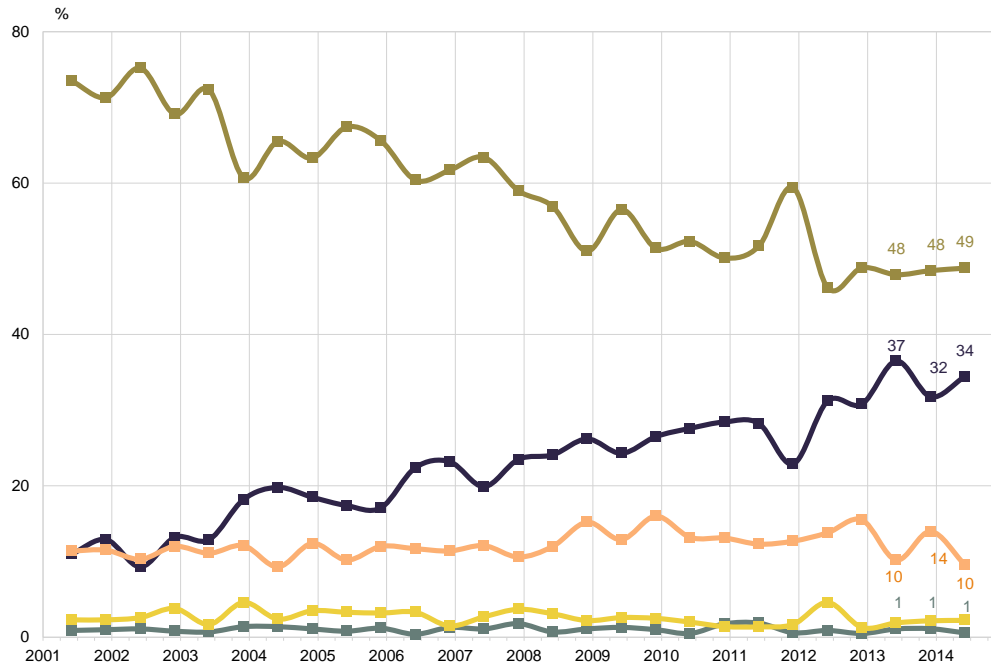
N 1008



ESTABLIMENT HABITUAL

ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA



P3

A quin establiment acostuma comprar la roba i el calçat? I els productes de parament de la llar? I els productes d'oci i cultura?

N 1008

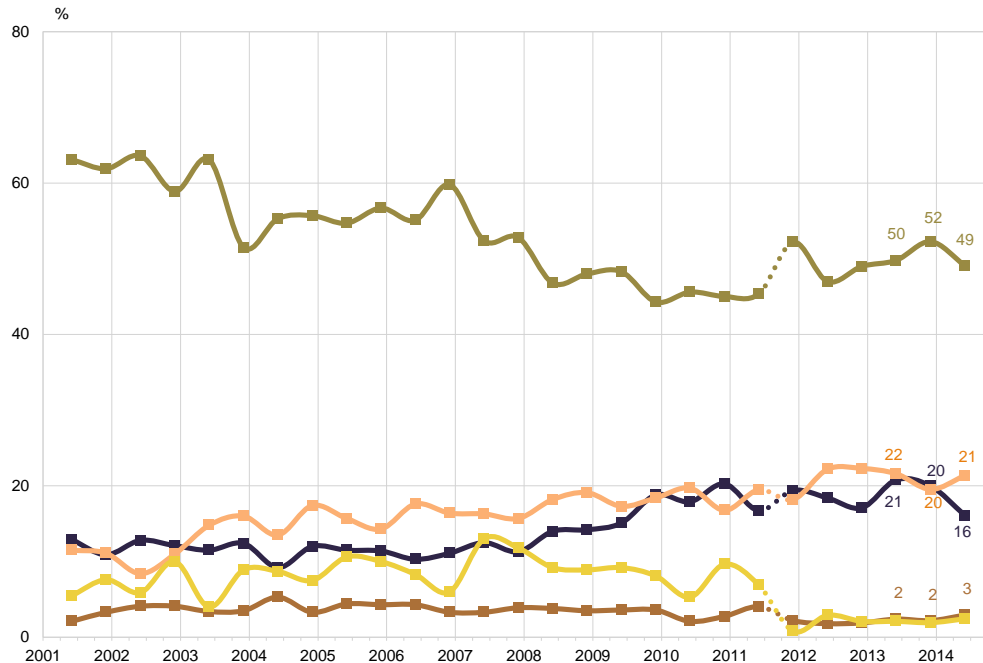
- A la botiga del barri / especialitzada
- Als centres comercials
- Al gran magatzem
- Al mercat municipal
- Altres



ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

HÀBITS DE COMPRA



P3

A quin establiment acostuma comprar la roba i el calçat? I els productes de parament de la llar? I els productes d'oci i cultura?

N 1008

■ A la botiga del barri / especialitzada
■ Als centres comercials
■ A l'hipermercat

■ Al gran magatzem
■ Altres

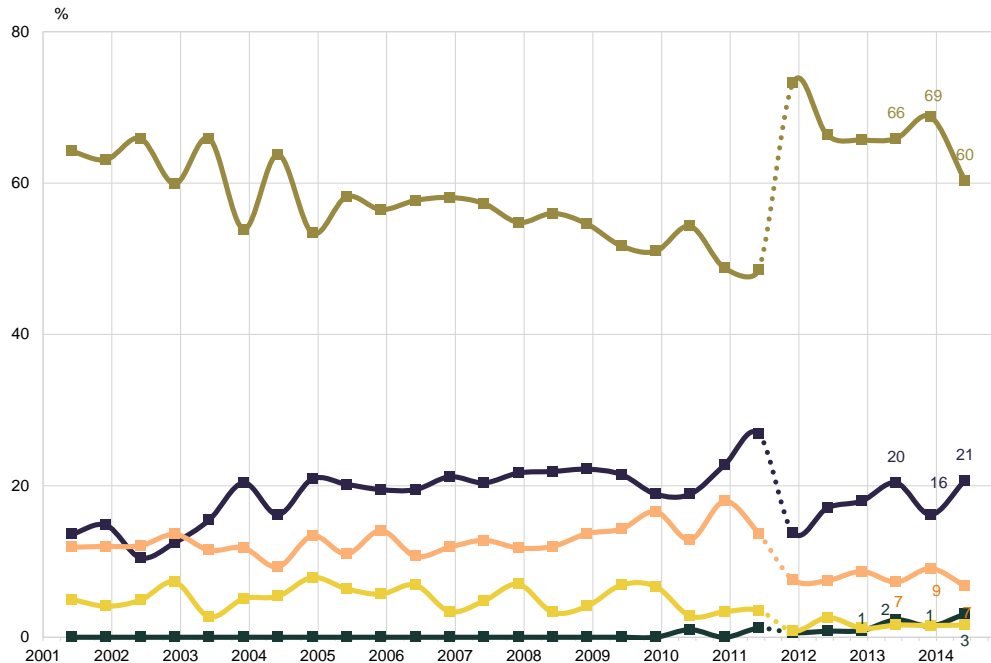
*Des del desembre de 2011 s'especifica als entrevistats que els productes de la llar inclouen tèxtil de la llar, mobles, electrodomèstics, decoració, ferreteria, floristeria...



ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA



P3

A quin establiment acostuma comprar la roba i el calçat? I els productes de parament de la llar? I els productes d'oci i cultura?

N 1008

■ A la botiga del barri / especialitzada
■ Als centres comercials
■ Al gran magatzem

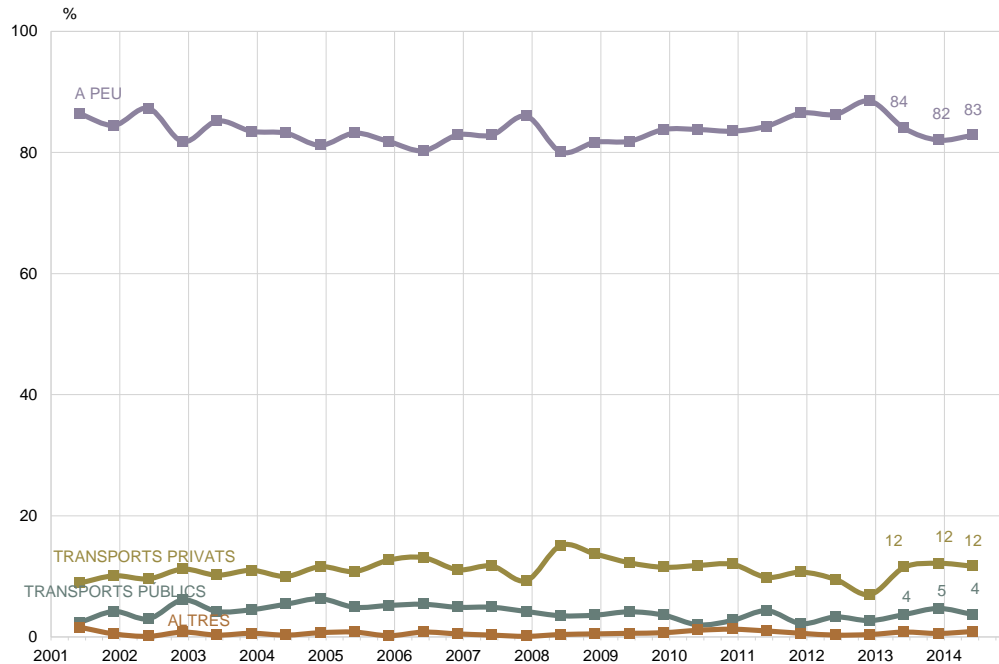
■ Per internet
■ Altres

*Des del desembre de 2011 s'especifica als entrevistats que els productes d'oci i cultura inclouen llibres, diaris, papereria, joguines, música, esport...



SISTEMA DE TRANSPORT COMPRA D'ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA



P2

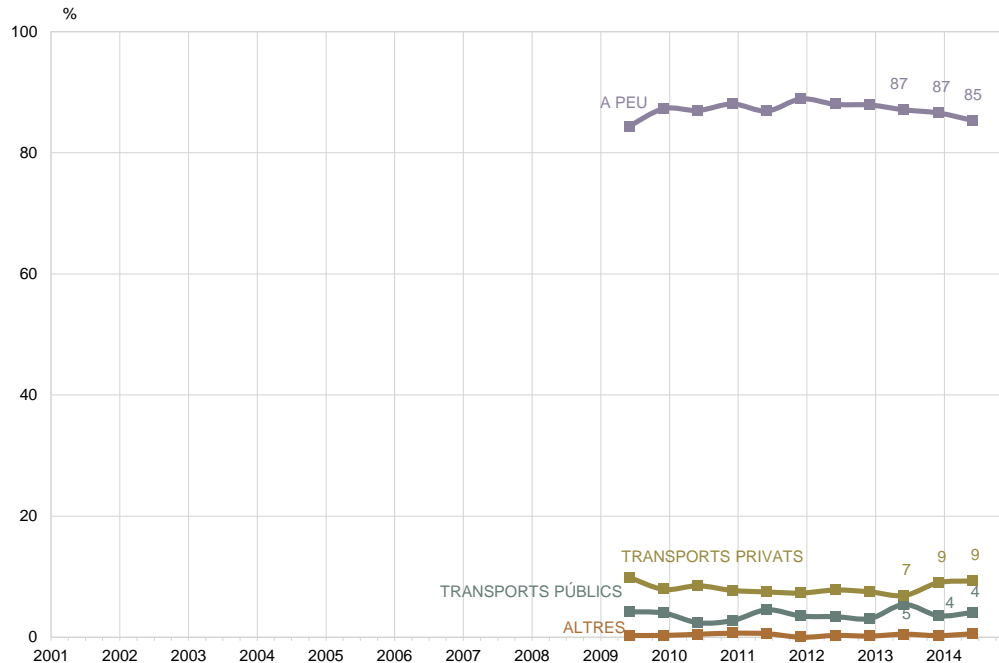
Quin sistema de transport acostuma utilitzar per anar a comprar els aliments? I, més concretament, l'alimentació fresca? I els altres productes d'ús quotidià?

N 1008



SISTEMA DE TRANSPORT COMPRA D' ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA



P2

Quin sistema de transport acostuma utilitzar per anar a comprar els aliments? I, més concretament, l'alimentació fresca? I els altres productes d'ús quotidià?

N 1008

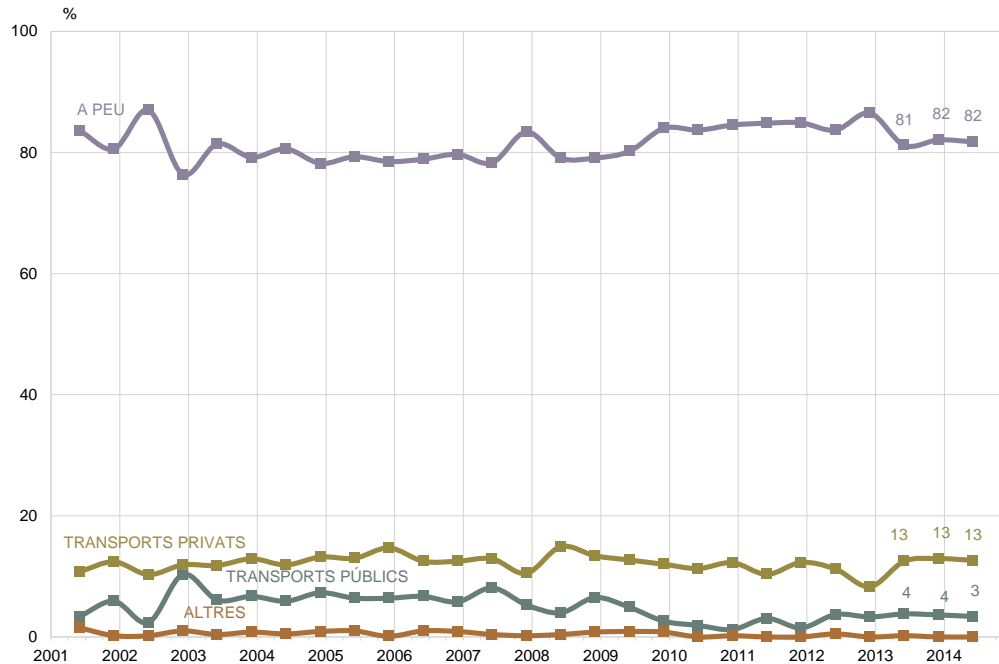
* El juny de 2009 es va preguntar primer per l'alimentació fresca i després per la resta d'aliments. Des del desembre de 2011 s'especifica als entrevistats que l'alimentació fresca inclou carn, peix, xarcuteria, fruites, verdures, pa...



SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA



P2

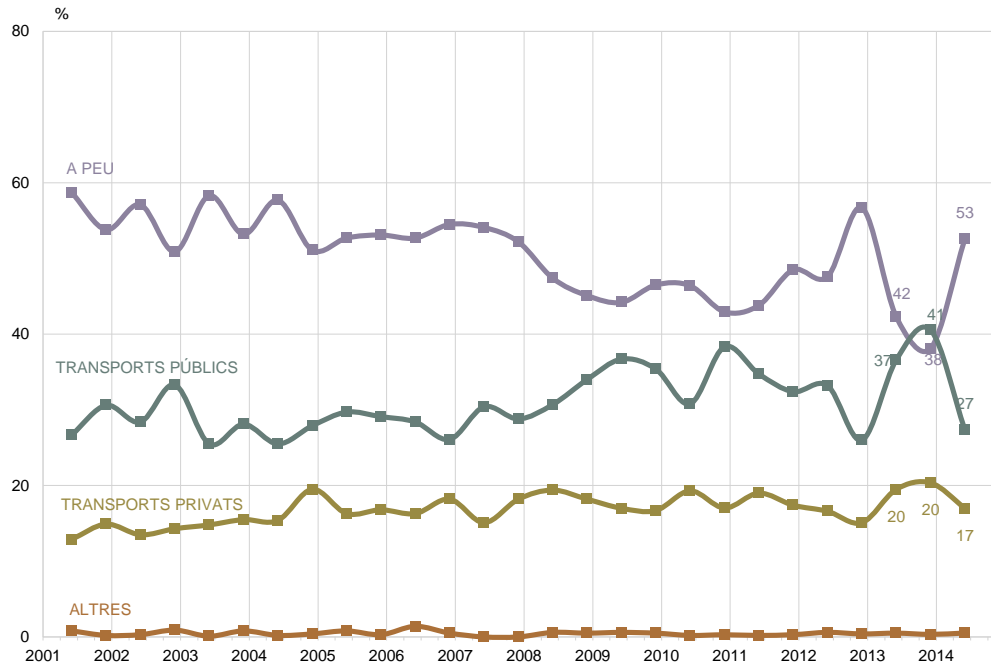
Quin sistema de transport acostuma utilitzar per anar a comprar els aliments? I, més concretament, l'alimentació fresca? I els altres productes d'ús quotidià?

N 1008



SISTEMA DE TRANSPORT COMPRA DE ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA



P4

Quin sistema de transport acostuma utilitzar per anar a comprar la roba i el calçat? I els productes de parament de la llar? I els productes d'oci i cultura?

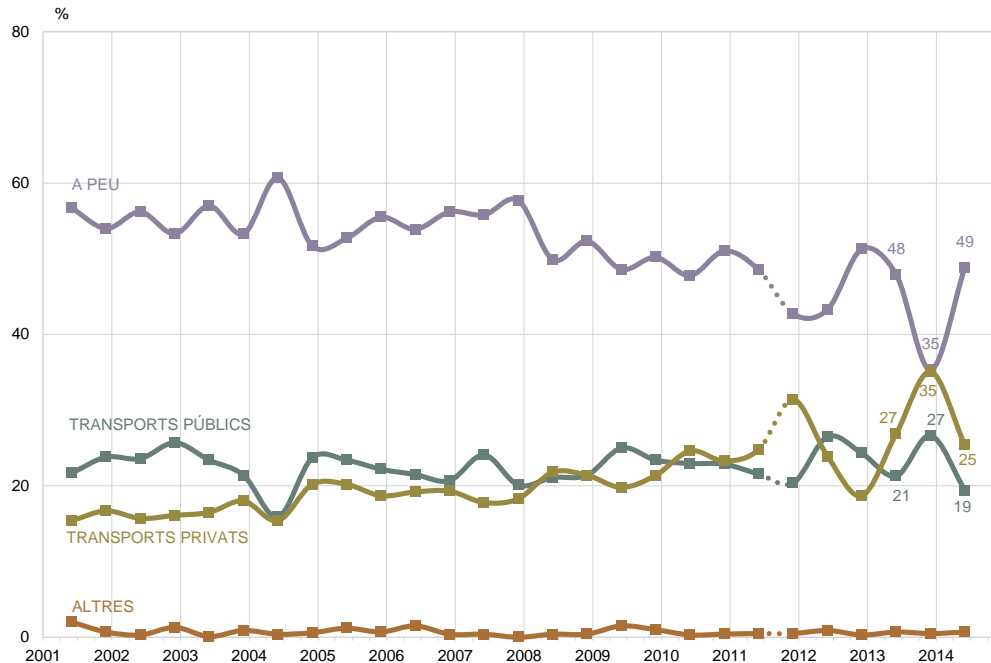
N 1008



SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

HÀBITS DE COMPRA



P4

Quin sistema de transport acostuma utilitzar per anar a comprar la roba i el calçat? I els productes de parament de la llar? I els productes d'oci i cultura?

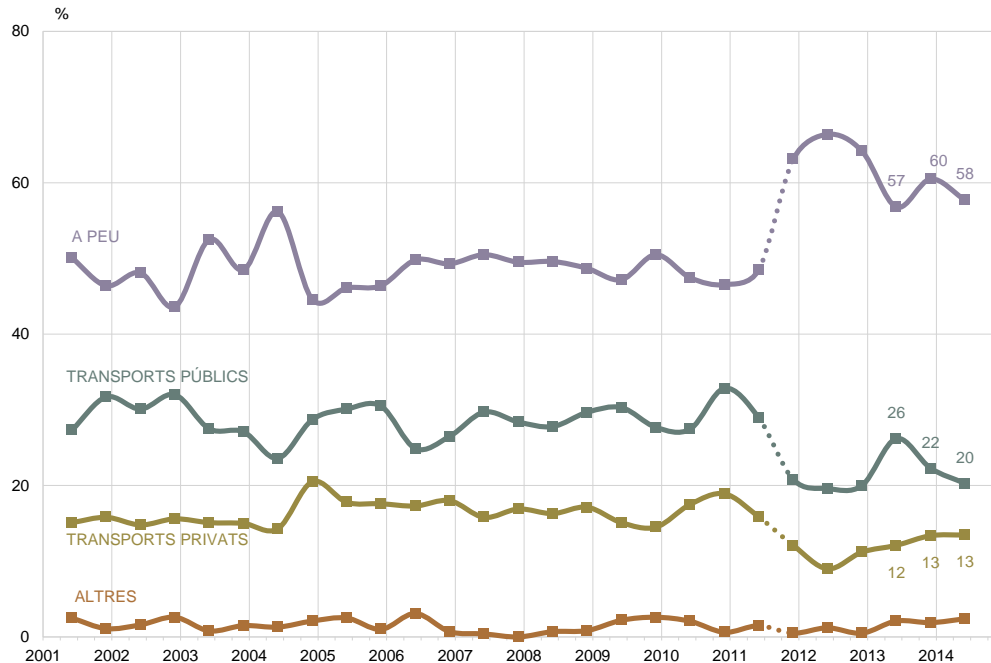
N 1008

* Des del desembre de 2011 s'especifica als entrevistats que els productes de la llar inclouen tèxtil de la llar, mobles, electrodomèstics, decoració, ferreteria, floristeria...



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

HÀBITS DE COMPRA



P4

Quin sistema de transport acostuma utilitzar per anar a comprar la roba i el calçat? I els productes de parament de la llar? I els productes d'oci i cultura? **N** 1008

* Des del desembre de 2011 s'especifica als entrevistats que els productes d'oci i cultura inclouen llibres, diaris, papereria, joguines, música, esport...



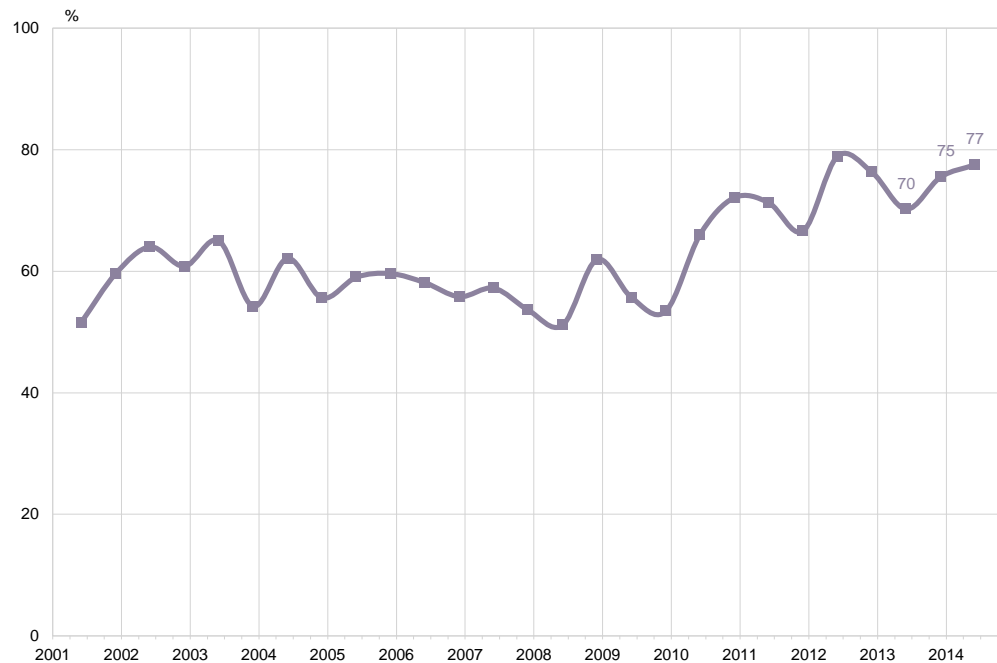
02

Zones comercials



COMPRA A ZONES COMERCIALS

ZONES COMERCIALS



P5

Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?

N 1008

R Espontània. Multiresposta



COMPRA A ZONES COMERCIALS^(1/2)

ZONES A LES QUE COMPRA

ZONES COMERCIALS

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
BARNACENTRE - EL CORTE INGLÉS (PL. CAT.) *	9,7	11,7	14,3	16,0	15,8	13,3	14,4	20,1	27,1	21,1	25,3	21,3	26,3	21,5	21,9
DIAGONAL-ILLA - EL CORTE INGLÉS (DIAGONAL) **	10,5	9,9	8,5	12,4	10,8	11,4	10,7	16,9	14,6	13,1	19,2	18,2	15,1	15,7	17,3
CC LA MAQUINISTA	-	-	-	-	-	-	6,8	10,3	13,7	15,7	17,7	17,8	15,0	17,4	17,0
DIAGONAL MAR	-	-	-	-	-	-	6,7	7,7	10,6	10,4	13,6	11,5	9,4	12,5	13,0
CC GLÒRIES	-	-	-	-	-	-	7,5	8,7	10,8	10,2	13,8	12,7	10,4	11,2	10,1
RAMBLA DE CATALUNYA - EL TRIANGLE ***	16,0	14,0	11,5	11,1	11,4	8,0	12,7	6,8	5,0	4,5	4,9	9,1	7,4	4,1	5,2
PASSEIG DE GRÀCIA	14,6	11,6	8,9	5,7	6,9	7,3	6,8	5,7	1,7	4,0	2,2	4,7	3,8	3,9	4,6
HERON CITY	-	-	-	-	-	-	0,5	1,8	2,2	1,7	3,9	3,1	2,0	1,2	3,4
SANTS-CREU COBERTA	3,5	4,7	5,5	5,3	4,4	3,2	2,7	2,4	3,1	3,2	1,6	1,6	3,6	2,5	2,9
GRAN VIA 2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	3,6	2,9	-	5,2	2,4
GRAN DE GRÀCIA	3,7	4,0	3,8	4,1	3,4	3,1	3,1	2,1	1,7	1,7	2,2	2,7	3,0	1,9	2,2
EIX DE SANT ANDREU	4,9	3,3	3,9	5,4	4,3	4,0	2,6	3,3	2,0	1,2	3,6	2,6	1,9	2,2	2,1
PLAÇA ESPANYA / CC LAS ARENAS	-	-	-	-	-	-	-	-	1,1	1,6	2,1	2,8	1,2	2,0	2,0
EIX SANTS-LES CORTS	1,6	0,3	0,6	2,7	1,4	1,9	1,2	1,8	0,8	1,3	2,0	1,4	1,3	1,4	1,8
LES RAMBLES	2,7	3,7	2,1	4,1	2,6	4,1	3,4	2,5	0,6	0,3	1,4	1,2	0,8	1,8	1,7
DRETA DE L'EIXAMPLE	1,4	1,9	1,4	1,9	1,1	1,7	1,6	1,7	0,7	1,0	1,5	0,5	1,7	0,7	1,6
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1015)	(1016)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1001)	(1008)

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 Altrament, en aquesta taula només s'inclouen les dades des de juny de 2007; per veure les dades anteriors heu d'anar a les taules d'evolució.

P5

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

N 1008

R Espontània. Multiresposta



COMPRA A ZONES COMERCIALS^(2/2)

ZONES A LES QUE COMPRA

ZONES COMERCIALS

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
SANT ANTONI CENTRE COMERCIAL	3,2	1,9	1,9	2,4	1,9	1,7	1,4	0,9	1,2	1,1	1,2	1,2	1,9	1,3	0,8
CC MAREMÀGNUM	-	-	-	-	-	-	0,1	-	-	0,8	0,6	0,5	0,5	0,7	1,0
SARRIÀ	0,6	0,7	0,7	1,5	0,7	0,9	0,6	0,6	0,7	0,3	1,2	0,5	0,7	0,7	0,9
POBLE NOU	0,6	1,2	1,4	2,6	0,6	1,9	1,3	0,4	0,3	0,5	0,1	0,5	0,7	0,5	0,8
BARNAVASI-GALVANY	0,3	0,1	0,3	0,3	0,5	0,5	0,6	0,3	0,1	0,1	0,4	0,3	-	-	0,6
GRÀCIA NOVA	1,2	0,6	1,2	0,3	0,2	1,0	0,6	0,8	0,8	0,2	0,4	0,3	0,4	-	0,6
EIX D'HORTA	1,2	1,3	1,1	2,3	1,4	1,4	1,7	1,1	0,9	0,3	1,7	0,8	0,6	0,6	0,5
BULEVARDS DE NOU BARRIS	1,4	1,4	1,6	3,7	1,6	2,5	2,0	1,2	0,5	0,5	0,6	0,8	1,7	0,8	0,4
EIX DE MARAGALL	0,9	0,9	0,5	1,0	1,4	0,5	0,3	0,3	-	0,1	0,1	0,1	0,8	0,2	0,4
NOU DRASSANES	0,2	0,1	0,2	0,1	1,1	0,1	-	0,1	0,4	0,1	0,2	0,3	-	-	0,3
VERNEDA EIX COMERCIAL	1,5	0,3	0,2	0,4	0,6	0,5	0,7	1,1	0,5	-	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1
ALTRES	0,1	0,4	0,0	0,0	2,7	0,0	7,6	7,6	2,3	1,0	4,5	5,0	2,3	9,5	2,8
NO COMPRA A ZONES COMERCIALS	42,4	46,0	47,0	36,8	43,0	45,1	32,9	26,7	27,5	32,4	20,3	21,6	29,0	23,3	20,1
NS / NC	0,4	0,4	1,9	1,3	1,3	1,5	1,1	1,2	1,3	1,0	0,8	2,1	0,8	1,2	2,4
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1015)	(1016)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1001)	(1008)

P5

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

N 1008

R Espontània. Multiresposta



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

ZONES COMERCIALS

PRIMERA ZONA

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
ROBA I CALÇAT	74,1	69,6	78,3	70,8	78,6	76,8	71,8	65,1	72,7	76,7	64,9	72,2	74,4	71,5	68,6
OCI I CULTURA	16,8	20,7	28,6	27,6	28,2	22,8	22,3	24,4	31,8	30,9	16,9	19,3	31,5	24,4	20,5
ALIMENTS	22,6	17,4	17,4	27,3	21,2	26,2	25,6	15,2	22,9	20,6	22,1	19,8	23,8	24,3	26,4
PARAMENT DE LA LLAR	6,8	4,1	8,6	8,7	11,0	10,1	11,5	10,3	11,5	13,4	19,8	18,7	14,5	14,8	14,0
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	9,4	8,4	10,2	15,2	8,3	12,2	12,9	5,7	8,7	10,1	12,3	9,4	8,8	11,9	10,3
ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA	-	-	-	-	-	-	-	1,3	1,4	1,2	-	6,9	6,0	6,4	5,6
TOT	-	-	-	-	-	-	2,4	15,8	-	-	1,5	0,3	-	2,3	-
ALTRES	1,0	1,5	0,0	0,2	0,4	1,5	1,2	0,6	1,2	1,1	1,5	0,9	0,3	0,1	3,3
NS / NC	0,0	0,2	1,0	0,6	0,2	0,0	1,7	0,8	0,8	0,9	2,7	1,7	0,3	2,2	1,3
N	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)	(660)	(721)	(724)	(666)	(789)	(763)	(702)	(749)	(777)

P6

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

B Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN

N 777

R Espontània. Multiresposta



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

ZONES COMERCIALS

SEGONA ZONA

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
ROBA I CALÇAT	59,5	63,7	73,5	76,9	74,3	72,4	74,7	69,8	71,9	71,3	60,7	64,5	74,8	69,1	61,1
OCI I CULTURA	26,0	24,5	29,2	34,1	30,4	33,3	27,2	24,8	26,5	23,7	19,8	26,6	27,8	27,6	26,7
ALIMENTS	6,6	6,4	9,7	15,7	10,5	15,4	13,6	13,6	17,3	15,7	18,2	10,3	17,2	17,5	19,5
PARAMENT DE LA LLAR	13,2	6,4	10,3	9,2	13,1	7,7	14,6	9,6	8,6	12,3	21,1	23,3	15,3	17,3	13,6
ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA	-	-	-	-	-	-	-	1,2	3,1	1,0	0,2	9,9	7,1	7,3	6,2
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	7,5	13,2	4,9	8,7	6,3	9,0	7,0	3,6	7,4	6,0	8,2	4,7	7,1	7,4	5,2
TOT	-	-	-	-	-	-	0,6	8,5	-	-	0,6	-	-	-	-
ALTRES	1,3	0,5	-	-	2,6	-	1,6	2,0	1,5	3,3	2,2	0,8	0,5	3,0	11,0
NS / NC	-	-	1,6	1,3	1,0	-	1,6	8,7	2,5	2,3	3,7	1,4	0,2	1,3	1,4
N	(227)	(204)	(185)	(229)	(191)	(156)	(316)	(335)	(324)	(300)	(511)	(485)	(424)	(440)	(414)

P6

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

Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN

414

Espontània. Multiresposta



ASPECTE MÉS VALORAT DE LA ZONA COMERCIAL

ZONES COMERCIALS

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
LA VARIETAT (LLIBERTAT DE L'ELECCIÓ)	46,7	45,1	38,6	40,1	50,8	45,7	42,9	42,9	40,5	35,3	30,4	41,5	35,3	36,5	37,2
LA PROXIMITAT	17,0	18,3	22,1	19,5	16,3	19,5	27,6	22,9	22,1	23,0	25,9	20,7	30,1	29,2	26,4
L'ESPAI	3,3	6,7	3,1	3,1	4,5	3,7	6,2	8,0	10,5	10,2	9,0	10,2	11,7	13,4	12,1
EL TIPUS DE BOTIGUES	4,0	6,3	6,3	4,2	6,1	6,7	5,8	5,8	6,1	7,5	6,5	2,0	10,5	8,1	8,5
EL TIPUS DE PRODUCTES	3,5	6,0	4,3	3,1	1,4	1,7	3,0	5,2	4,0	3,2	6,5	5,9	6,4	4,7	7,9
L'AMBIENT	3,1	4,9	3,3	4,5	3,9	3,4	3,0	2,6	2,9	4,4	2,3	2,1	2,3	3,7	5,5
LA CONCENTRACIÓ DE BOTIGUES	7,3	2,8	12,9	14,7	6,8	9,2	7,9	10,0	11,5	13,4	13,3	13,0	12,1	19,0	4,5
LA POSSIBILITAT DE PASSEIG I COMPRA	1,7	1,1	5,3	5,2	3,8	3,2	4,1	2,0	2,1	2,6	3,5	1,2	2,0	3,2	3,8
EL PREU	7,7	6,0	4,9	3,4	1,8	2,1	3,8	3,3	3,7	2,4	8,4	11,9	2,4	5,9	3,7
LA COMODITAT	3,1	2,4	1,6	3,2	5,4	2,4	2,0	2,8	1,9	2,6	3,5	4,1	3,1	6,8	3,6
EL TRACTE AL CLIENT	6,5	6,5	3,1	4,0	4,1	3,9	3,3	1,9	3,7	2,9	6,5	6,8	4,6	8,6	3,2
ESTÀ BEN COMUNICAT	4,2	2,6	5,3	4,2	3,2	4,5	1,4	2,9	3,2	2,7	2,2	1,6	3,8	5,4	2,7
L'APARCAMENT	0,9	0,6	0,6	0,6	0,5	1,3	2,6	1,8	4,0	3,5	4,3	2,0	4,8	4,8	2,6
ELS SERVEIS	0,9	0,9	1,0	0,3	0,4	0,2	0,8	2,2	1,7	-	4,2	2,6	3,0	2,3	2,0
LA TRANQUIL·LITAT	2,1	2,1	3,9	2,3	1,8	1,7	2,0	1,8	2,1	1,5	1,8	0,8	2,3	1,2	2,0
LA UBICACIÓ	-	-	-	-	-	-	2,0	2,3	3,6	2,3	3,3	0,9	2,3	3,8	1,7
LA QUALITAT	7,5	6,2	2,7	3,9	4,5	1,9	3,5	3,4	2,3	4,2	5,3	4,6	2,8	6,0	1,2
L'HORARI	-	0,2	0,4	0,6	0,4	0,4	0,5	0,6	0,6	0,3	0,6	1,0	0,9	0,6	1,1
COSTUMS I CONEIXEMENT	2,3	1,5	2,5	1,8	1,4	2,8	2,3	1,7	1,2	0,6	1,3	0,1	1,0	2,5	0,8
LA FORMA DE PAGAMENT	-	-	-	-	-	0,2	-	-	0,6	0,5	0,3	0,1	0,9	0,3	0,2
ALTRES	-	-	-	1,0	1,6	-	1,2	1,1	3,3	2,6	2,3	5,4	0,4	3,0	1,4
TOT EN GENERAL	0,5	-	1,6	0,5	1,4	1,9	2,0	0,6	1,2	2,9	2,0	3,5	0,4	0,4	2,8
RES	0,9	1,3	-	-	-	0,2	-	0,0	0,3	0,8	0,6	0,9	0,3	1,0	2,2
NS / NC	1,4	1,1	2,7	4,5	2,0	3,2	4,5	8,5	11,5	2,4	1,8	3,0	3,1	1,7	2,3
N	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)	(660)	(721)	(724)	(666)	(789)	(763)	(702)	(749)	(777)

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 777

R Espontània. Multiresposta



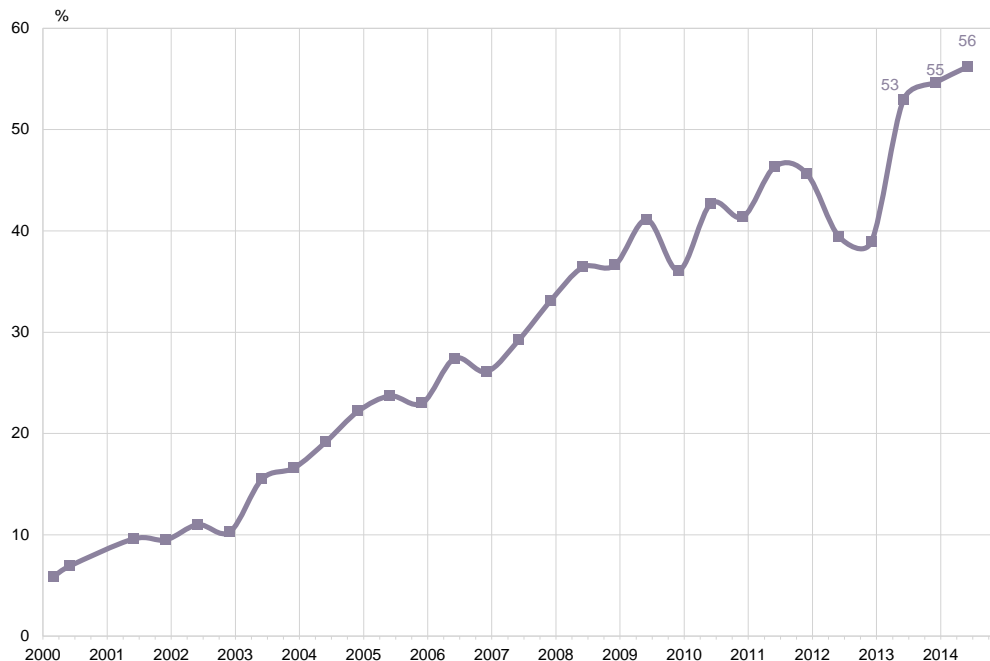
03

Comerç electrònic

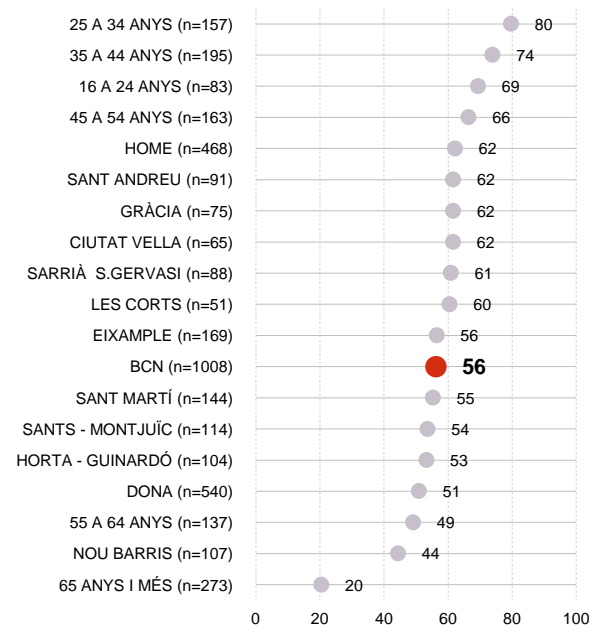


COMPRA PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC



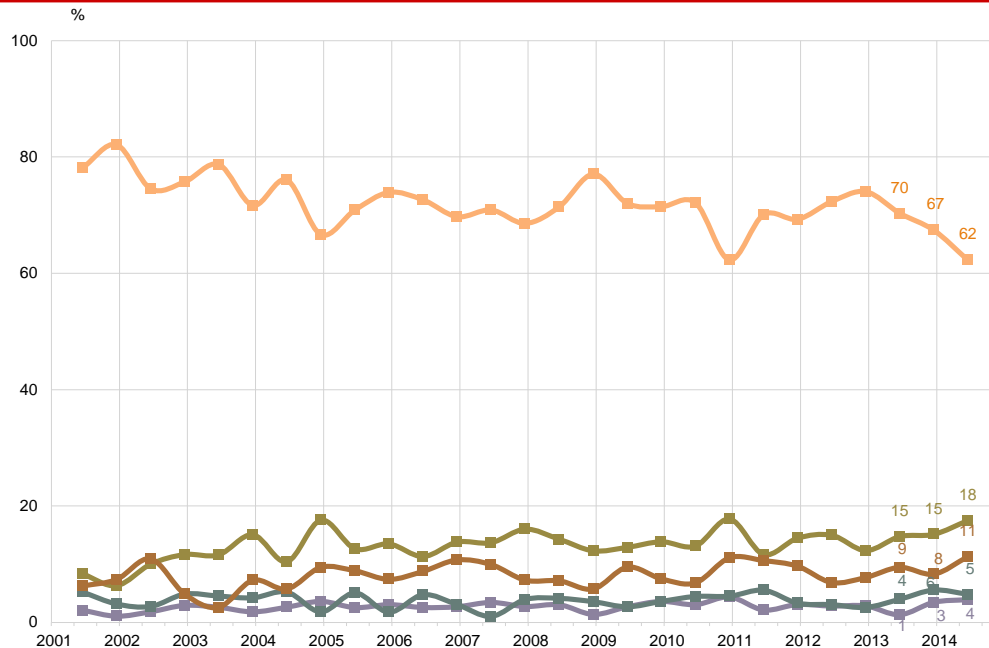
% SÍ HA COMPRAT ALGUNA VEGADA





FREQUÈNCIA DE COMPRA PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC



P10 *Amb quina freqüència acostuma a comprar per internet?* **B** Han comprat alguna vegada per internet
N 537

■ Setmanalment
■ Cada quinze dies
■ Mensualment
■ Cada dos mesos
■ Ocasiónalment



TIPUS DE PRODUCTE COMPRAT PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
OCI EN GENERAL (LLIBRES, CD, JOCS..)	82,9	10,9	81,3	92,1	76,6	77,8	68,6	66,2	69,2	71,5	73,1	73,0	72,2	58,3	60,8
LLIBRES	13,7	-	15,1	13,9	14,6	13,3	17,3	12,6	13,6	14,9	14,2	12,9	19,1	15,1	19,9
VIATGES	44,5	10,9	42,9	40,4	36,7	34,3	30,9	34,0	35,5	33,1	32,7	32,1	25,3	23,2	19,0
ENTRADES CINEMA O ESPECTACLES	11,6	-	12,4	14,5	9,5	11,9	10,3	11,4	13,2	13,4	14,7	15,9	10,8	9,6	8,2
PELLÍCULES, VIDEOJOCES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,7	3,6	5,4	5,9	4,0	5,6
MÚSICA	9,2	-	7,4	10,4	9,0	8,9	7,5	8,2	7,0	6,4	6,3	5,1	5,3	3,8	5,2
ALTRES LLEURE (RESTAURANTS, SPA, OFERTES O PACKS D'OCI,...)	3,8	-	3,6	12,8	6,8	9,4	2,6	-	-	3,1	1,5	1,5	5,9	2,5	2,9
INFORMÀTICA, TELEFONIA, FOTOGRAFIA, REVELAT, ETC.	18,2	6,9	12,9	17,2	13,9	19,4	20,8	27,0	20,0	16,9	15,0	20,1	19,3	31,8	22,8
ROBA I CALÇAT	5,8	6,9	7,1	12,3	15,6	15,0	20,4	19,8	21,9	23,5	22,1	22,4	25,3	28,7	26,4
PARAMENT DE LA LLAR	3,4	2,1	5,8	3,6	6,1	3,9	6,3	2,9	3,8	7,5	9,6	5,4	10,2	9,4	12,0
ALIMENTS	9,9	17,2	17,9	12,6	16,8	16,1	14,8	12,8	12,7	12,5	14,2	9,0	9,3	7,0	10,2
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	5,5	2,7	7,7	3,6	5,6	5,0	5,6	6,7	5,3	7,7	6,3	5,4	7,6	5,9	6,1
MATERIAL ESPORTIU	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	2,8	1,8	3,2	2,0	3,7
ALTRES	5,1	4,5	0,5	0,5	1,5	1,4	6,1	4,4	4,0	1,8	3,3	2,8	3,4	7,4	4,3
TOT	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	-	-	-	-	-	-
NS / NC	1,0	0,6	0,3	-	-	0,8	0,2	0,5	2,8	0,4	0,3	1,3	1,1	1,6	1,2
N	(292)	(331)	(364)	(366)	(411)	(361)	(427)	(400)	(471)	(456)	(394)	(389)	(529)	(537)	(559)

P11

Quin tipus de producte acostuma a comprar per internet?

B Han comprat alguna vegada per internet

N 559

R Espontània. Multiresposta



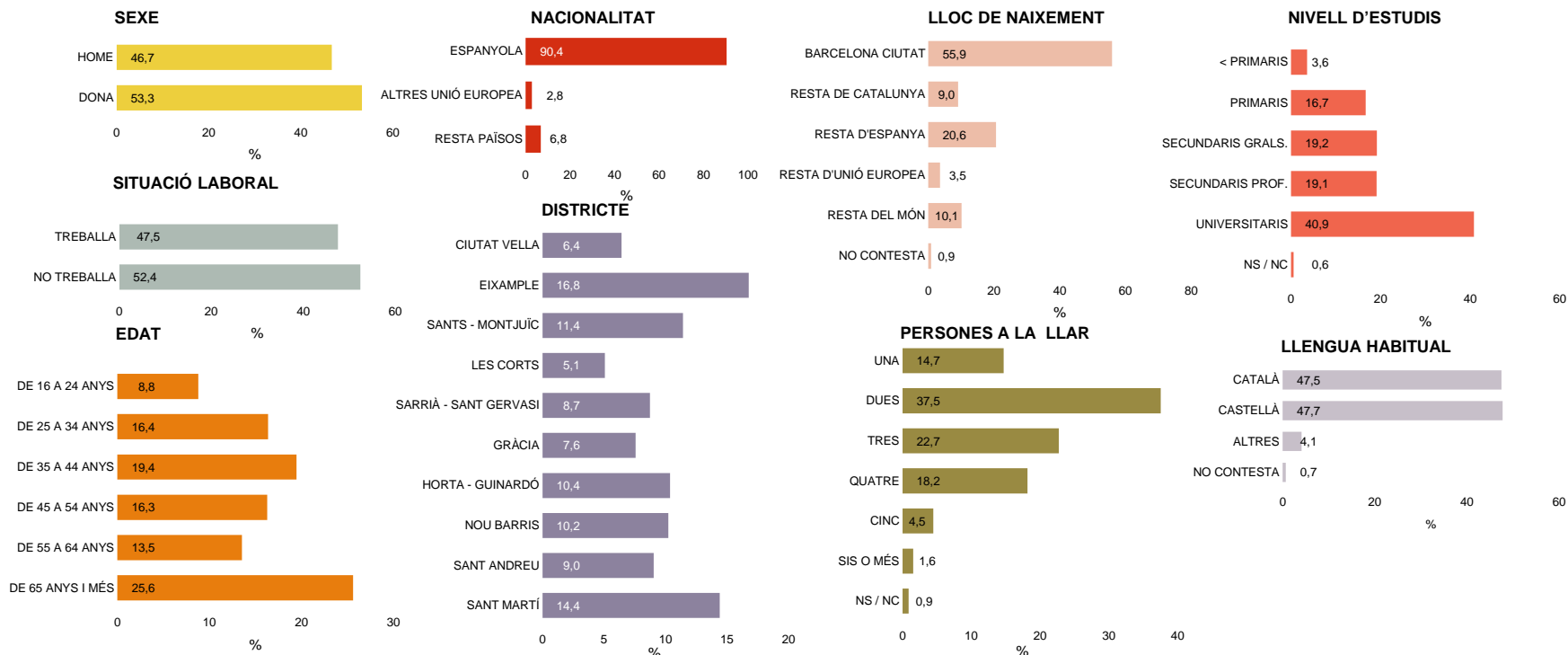
04

Perfil dels entrevistats



DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

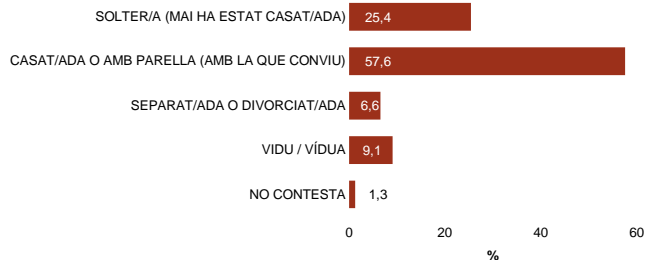




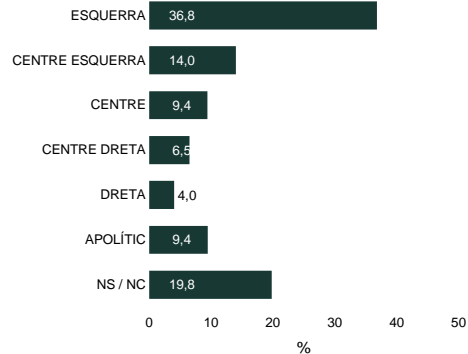
POSICIONAMENT

PERFIL DELS ENTREVISTATS

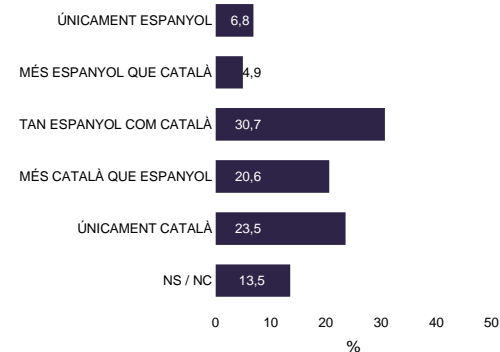
SITUACIÓ PERSONAL



IDEOLOGIA



SENTIMENT DE PERTINÈNCIA

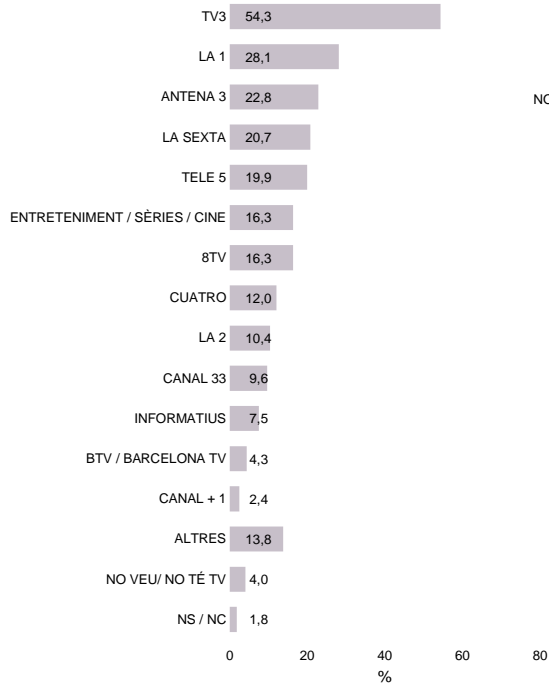




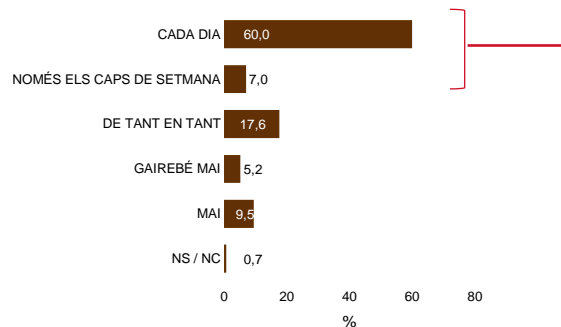
HÀBITS INFORMATIUS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

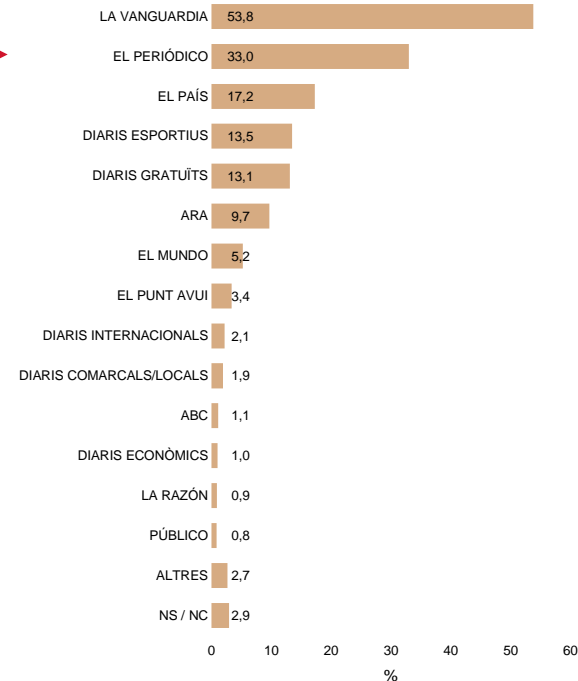
CANAL TELEVISIÓ



FREQÜÈNCIA LECTURA PREMSA



DIARIS MÉS LLEGITS (BASE LLEGEIXEN PREMSA: 903)





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**