

# Enquesta Òmnibus Municipal:

## Direcció de Comerç i Consum

### Presentació de Resultats

Del 16 al 30 de juny 2015



**Ajuntament  
de Barcelona**

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r15029

**ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL  
DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM  
PRESENTACIÓ DE RESULTATS  
DEL 16 AL 30 DE JUNY DE 2015**

Departament d'Estudis d'Opinió  
**Gabinet Tècnic de Programació**

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 mitja sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, de gravació o altres, sense el permís del propietari del copyright.

---



# ÍNDEX

---

- |     |   |     |  |
|-----|---|-----|--|
| 003 | FITXA TÈCNICA   | 019 | Sistema de transport. Compra de productes de parament de la llar |
| 005 | COMERÇ I CONSUM   | 020 | Sistema de transport. Compra de productes d'oci i cultura        |
| 009 | Establiment habitual. Aliments                                | 021 | ZONES COMERCIALS   |
| 010 | Establiment habitual. Alimentació fresca                      | 023 | Compra a zones comercials  |
| 011 | Establiment habitual. Altres productes d'ús quotidià          | 024 | Zones a les que compra   |
| 012 | Establiment habitual. Roba i calçat                           | 026 | Tipus de producte que hi acostuma comprar                        |
| 013 | Establiment habitual. Productes de parament de la llar        | 028 | Aspecte més valorat de la zona comercial                         |
| 014 | Establiment habitual. Productes d'oci i cultura.              | 029 | COMERÇ ELECTRÒNIC  |
| 015 | Sistema de transport. Compra d'aliments                       | 031 | Compra per internet  |
| 016 | Sistema de transport. Compra d'alimentació fresca             | 032 | Freqüència de compra per internet                                |
| 017 | Sistema de transport. Compra d'altres productes d'ús quotidià | 033 | Tipus de producte comprat per internet                           |
| 018 | Sistema de transport. Compra de roba i calçat                 | 034 | 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% ( $2\sigma$ ), i  $P = Q$ , l'error és de  $\pm 3,1$  per al conjunt de la mostra.

### DATA DE REALITZACIÓ

Del 16 al 30 de juny de 2015.

### EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Análisis e Investigación S.L.

El bloc de preguntes de la Direcció de Comerç i Consum forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de JUNY de 2015.



## 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



## RESUM DE RESULTATS

## HÀBITS DE COMPRA

En línies generals, es mantenen les característiques bàsiques dels hàbits de compra dels barcelonins/es, que es resumeixen en:

- ♦ **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 especialitzats per la compra de la roba i el calçat, productes del parament de la llar i oci i cultura.**

En quan al sistema de transport, **el desplaçament a peu és majoritari per la compra de productes quotidians** i s'igualava amb els transports públics per la compra de roba i calçat i amb els transports privats per la compra de productes de parament de la llar. La compra d'oci i cultura també es realitza majoritàriament a peu.

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

El 60,7% compra els aliments al supermercat, un 18,7% al mercat municipal i el 10,7% a botigues especialitzades o de barri.

Els mercats municipals continuen sent l'establiment de referència per la compra de l'alimentació fresca (36,8%), tot i la important proporció que en compren o bé al supermercat (29,8%) o bé al teixit comercial del barri (28,3%).

Per comprar altres productes d'ús quotidià (neteja, productes d'higiene personal...), el supermercat és el lloc on va la immensa majoria de la població (73,6%).

En general, **els segments més joves de la població tendeixen més a comprar al supermercat** i la gent més gran a les botigues de barri i als mercats municipals.

**Evolució:** La compra d'aliments al supermercat va perdent preferències des d'ara fa just un any i mentre que mercat municipal i botiga de barri es van alternant en la segona posició.

La proporció de gent que compra alimentació fresca al mercat municipal ha disminuït de tal manera que se situa molt a prop de la dels que la compren al supermercat i a la botiga del barri.

I en altres productes d'ús quotidià, la tendència a l'alça de la compra al supermercat contrasta amb el descens de l'hàbit de compra a les botigues de barri.



## RESUM DE RESULTATS

## HÀBITS DE COMPRA

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

L'hàbit de compra de roba i calçat divideix els barcelonins/es entre els que van a les botigues especialitzades o de barri (45,5%) i els que van als centres comercials (35,6%).

Els productes de parament de la llar es compren principalment a botigues del barri o especialitzades (46,9%), amb una important proporció de veïns/es que també ho fan als grans magatzems (22,4%) o als centres comercials (20,7%).

Finalment, els productes d'oci i cultura es compren majoritàriament a les botigues especialitzades o de barri (63,9%), i en menor mesura, als centres comercials (19,6%).

La preferència de la gent jove pels centres comercials per comprar tots aquests tipus de productes posa en perill l'hegemonia de les

botigues especialitzades o de barri.

**Evolució:** En la compra de roba i calçat la tendència de deixar de comprar a la botiga de barri a favor dels centres comercials s'accentua, després de quatre onades en que els que compren en botigues especialitzades s'havien mantingut i fins i tot augmentat. A dia d'avui, la preferència de compra en un o altre lloc són molt similars.

El mateix succeeix en la compra de productes del parament de la llar: tendència a baixar els que compren a botigues de barri i, en canvi, a créixer els que compren tan a centres comercials com a grans magatzems.

Per últim, l'hàbit de compra de productes d'oci i cultura ha fet en aquesta onada un canvi de tendència, registrant-se un salt important de les persones que ho compren en botigues de barri o especialitzades. Trencant així l'evolució descendent que tenia des de feia 1 any.





## RESUM DE RESULTATS

## HÀBITS DE COMPRA

### SISTEMES DE TRANSPORT

La immensa majoria de la població de Barcelona es desplaça a peu per realitzar les compres de productes quotidians; com són els aliments (79,8%), l'alimentació fresca (84,7%) i altres productes quotidians (80,4%).

En canvi, hi ha més opcions i combinacions de transport per compres més esporàdiques.

Així, per comprar roba i calçat, hi ha pràcticament tanta gent que hi va a peu (38,7%) com en transport públic (38,2%), més un 21,6% que s'hi desplaça en transport privat. En la compra del parament de la llar, l'empat és entre els que hi van a peu (35,8%) i els que utilitzen transports privats (35,5%). En aquest cas, els transports públics els utilitza el 24,3% d'entrevistats. Finalment, l'opció més comuna per anar a comprar oci i cultura és anar-hi caminant (57,8%), tot i que no són pocs els que hi van amb transport públic (23,7%).

**Evolució:** Tan en la compra de roba i calçat com en la compra del parament de la llar es produeix una reducció important del número de persones que hi van a peu respecte el desembre passat. En el cas de la roba i calçat coincideix en un augment proporcional de les persones que utilitzen el transport públic i en el cas del parament de la llar, de l'ús de transports privats.

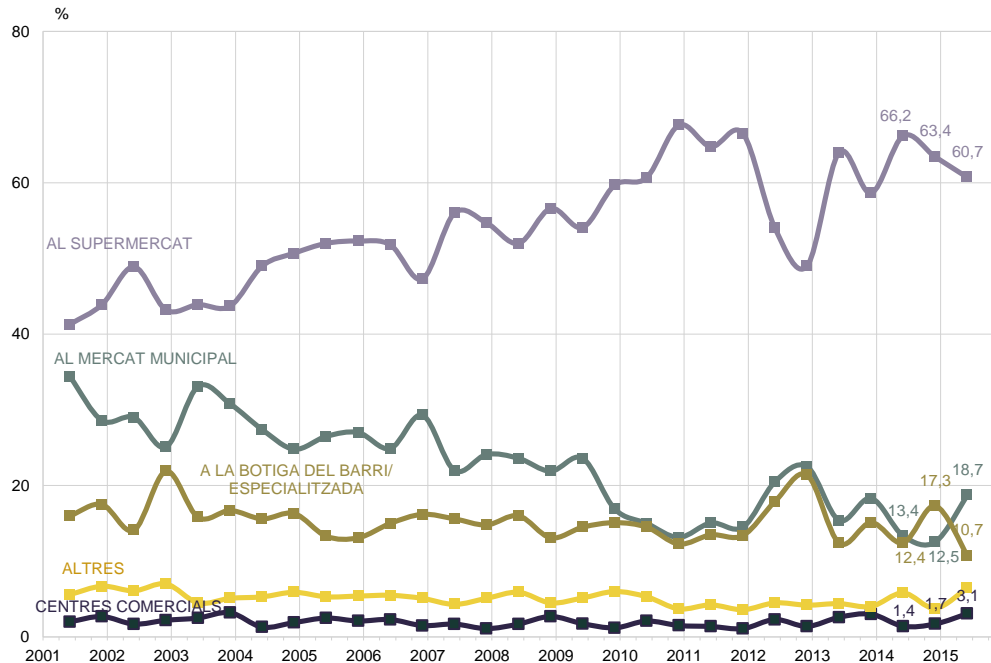
Per anar a comprar oci i cultura es registra un augment dels desplaçaments a peu i en transports públics.



## 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?

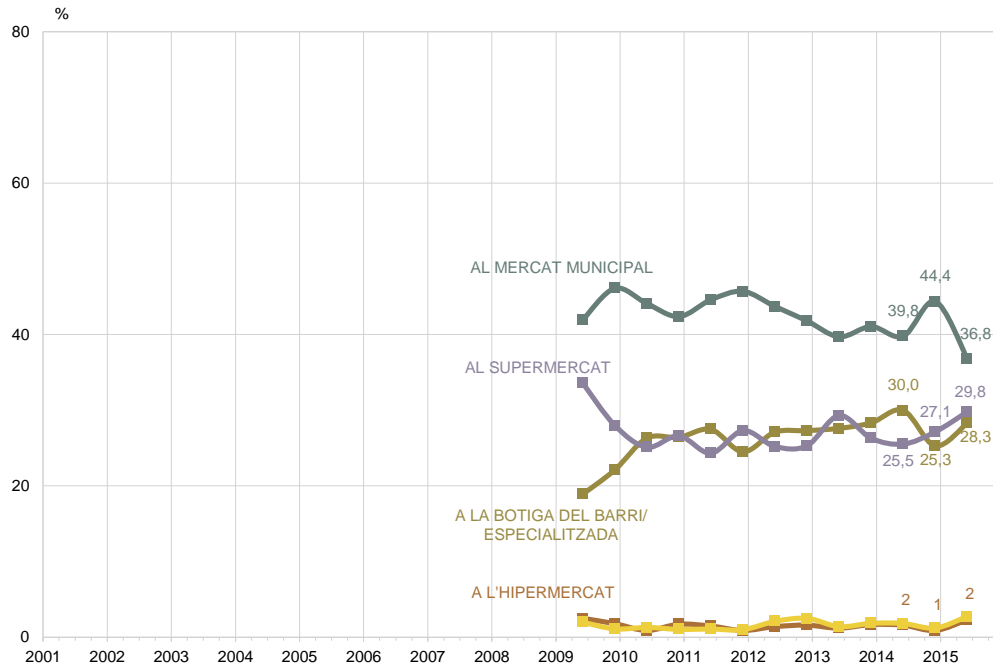
N 1008



## 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

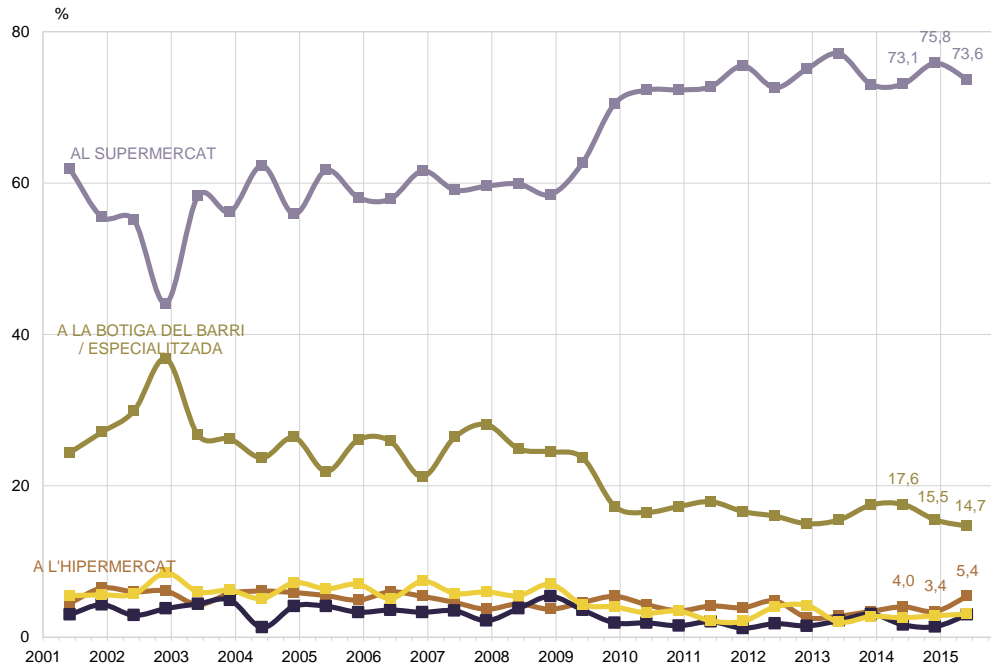
\*El juny de 2009 es va preguntar primer per l'alimentació fresca i després per la resta d'aliments. Des del desembre de 2011 s'especifica als entrevistats que l'alimentació fresca inclou carn, peix, xarcuteria, fruites, verdures, pa...



## 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?

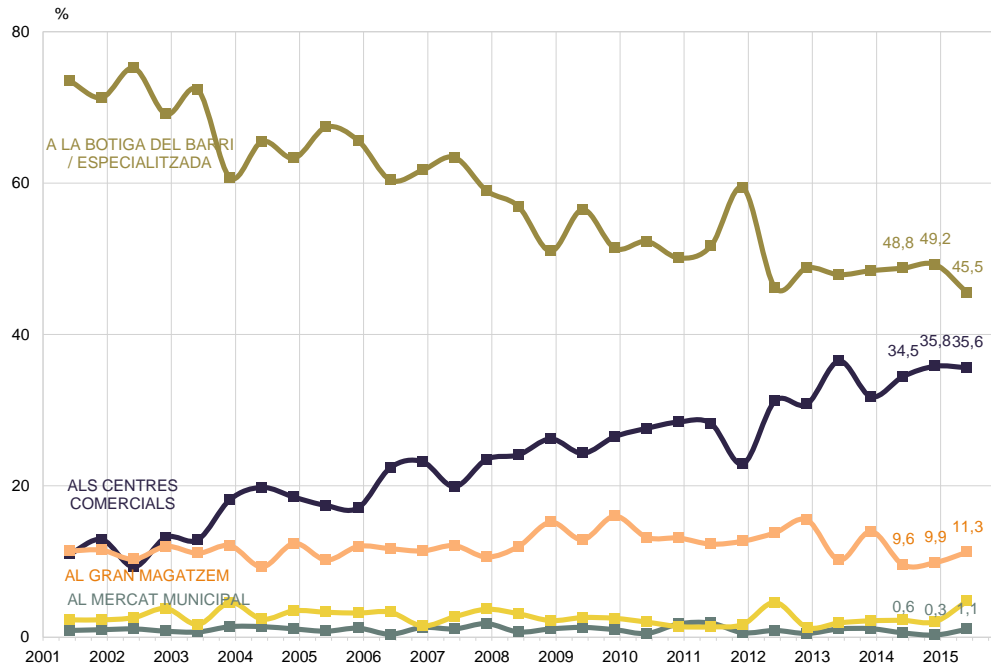
N 1008



## 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?

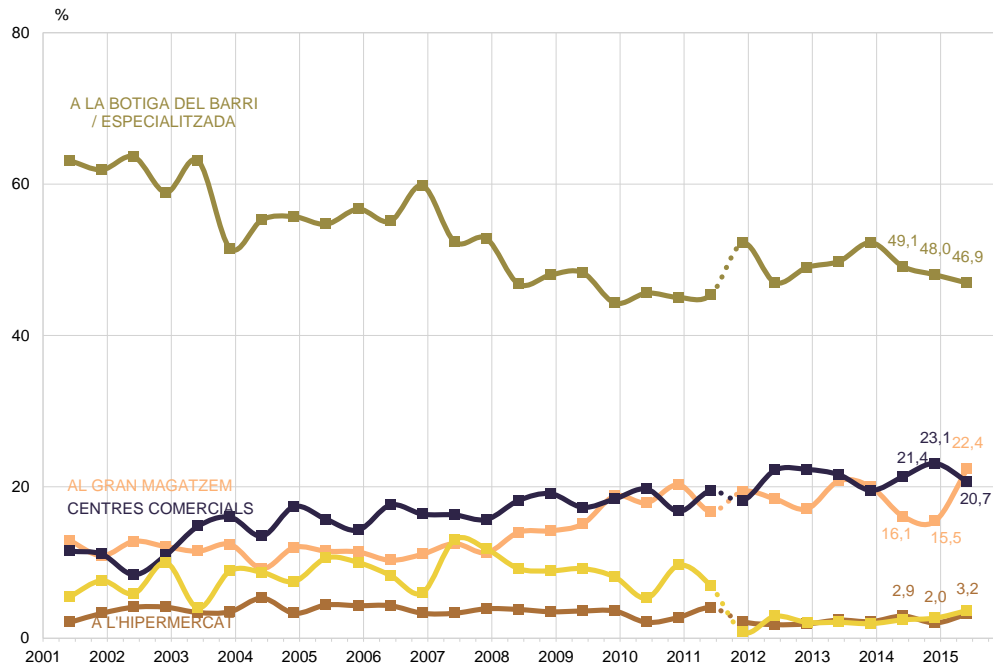
N 1008



## 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?

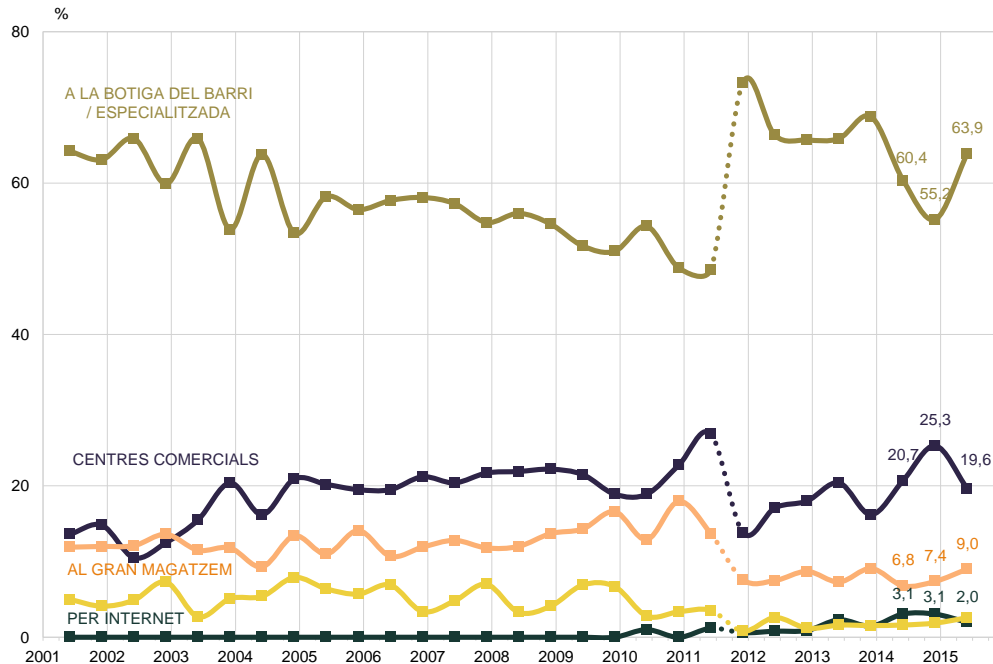
N 1008

\* 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?

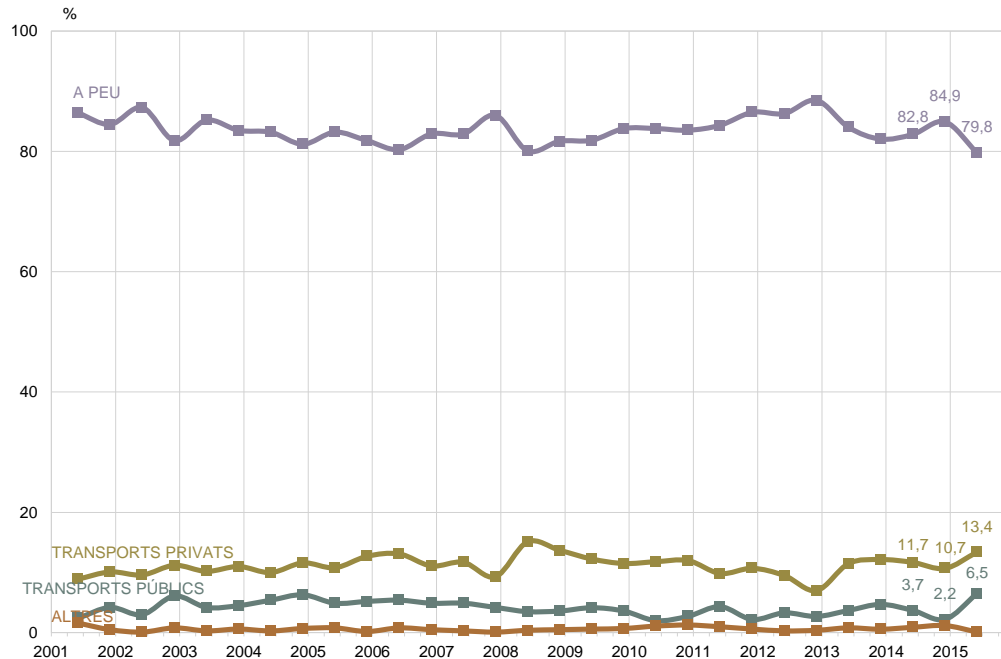
N 1008

\*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?

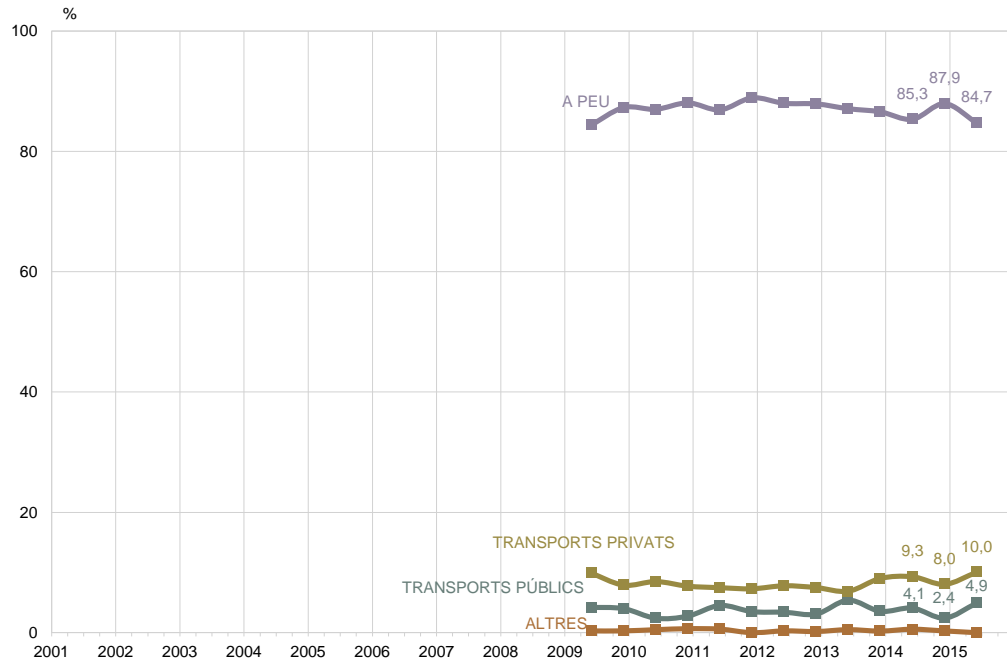
N 1008





## 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

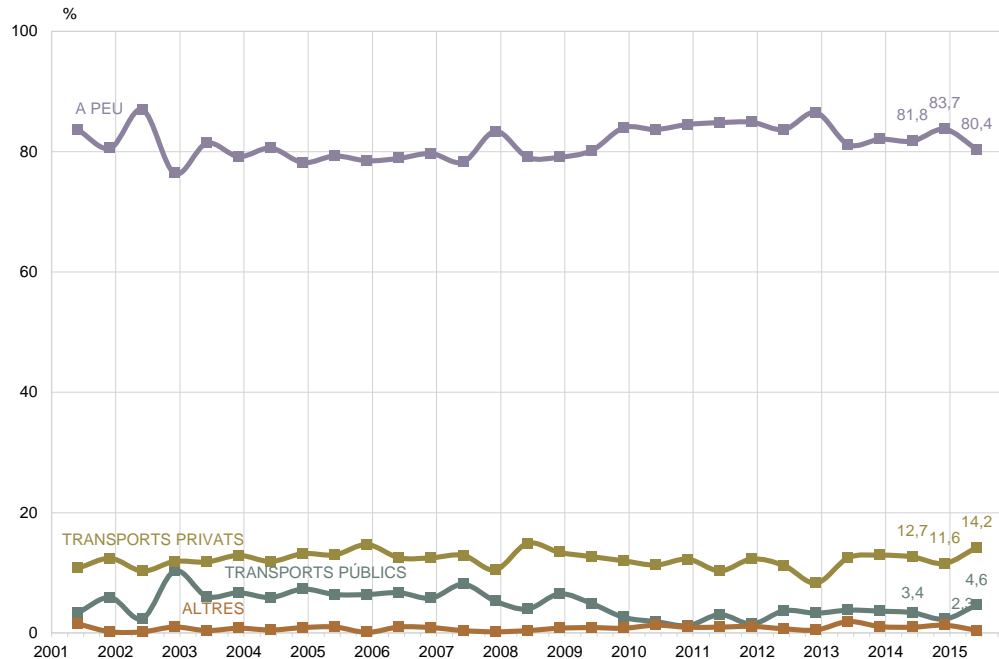
\* El juny de 2009 es va preguntar primer per l'alimentació fresca i després per la resta d'aliments. Des del desembre de 2011 s'especifica als entrevistats que l'alimentació fresca inclou carn, peix, xarcuteria, fruites, verdures, pa...



## SISTEMA DE TRANSPORT

### COMPRA D'ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA



P2

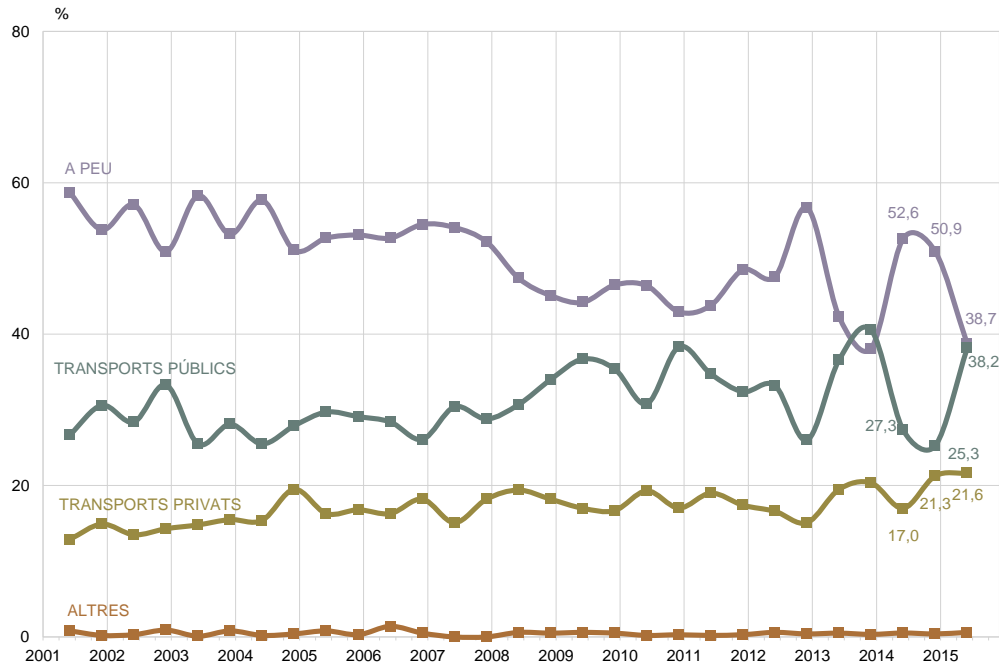
Quin sistema de transport acostuma utilitzar per anar a comprar els aliments? I, més concretament, l'alimentació fresca? I els altres productes d'ús quotidià?

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?

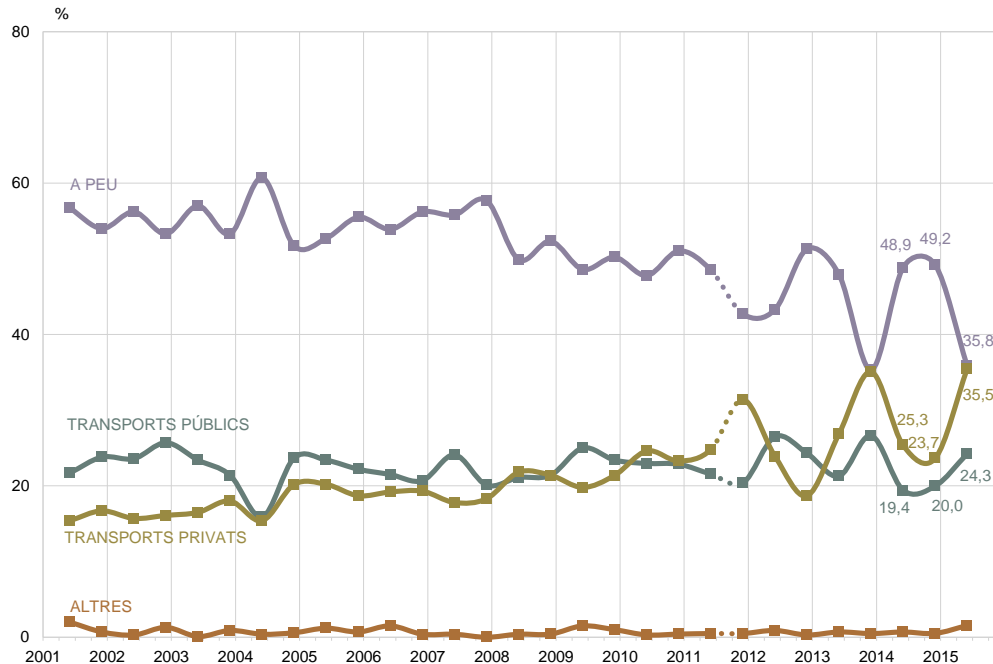
N 1008



## 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?

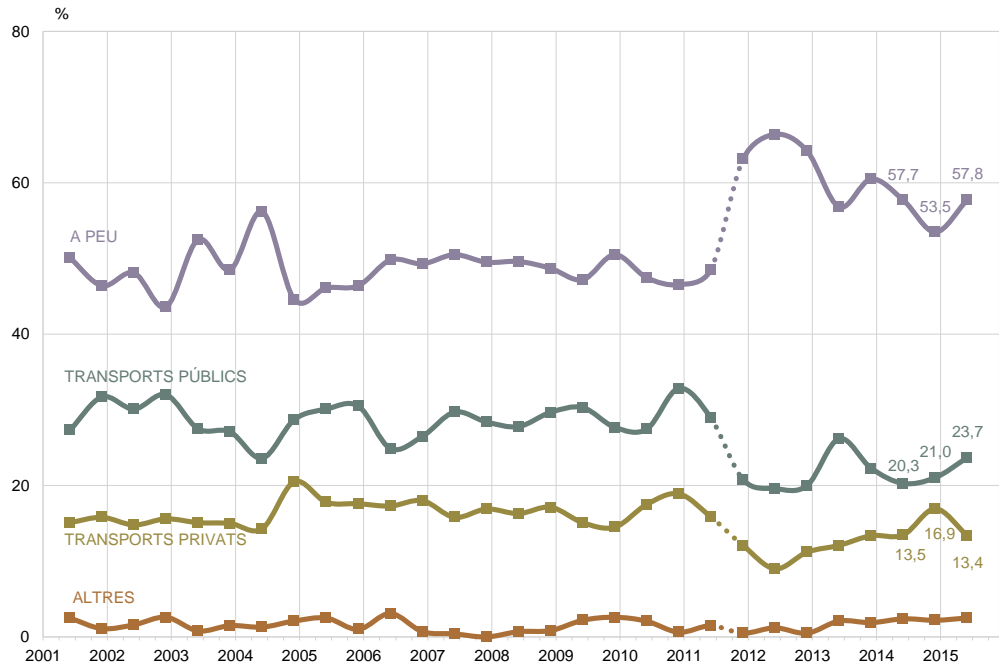
N 1008

\*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



## RESUM DE RESULTATS

## ZONES COMERCIALS

### COMPRA EN ZONES COMERCIALS

Tres quartes parts dels ciutadans/es de Barcelona compra habitualment en una zona comercial (76%)

Comprar a zones comercials és més habitual dels 16 als 44 anys, com ho demostra la proporció que hi van dels entre 35 i 44 anys (88,4%), entre 16 i 24 (85,9%) o 25 i 34 anys (81,6%). També els veïns de Ciutat Vella (84,1%) i de Les Corts (83,2%) hi van més que els veïns de la resta de barris.

Les zones comercials amb més aflluència són: Barnacentre –El Corté Inglés de Pl. Catalunya (23%), el Centre Comercial La Maquinista (17,9%), Diagonal- l'Illa i el Corte Inglés de Diagonal (17,3%), el Centre Comercial de Les Glòries (12,2%) i Diagonal Mar (9,3%).

**Evolució:** L'hàbit de comprar en zones comercials torna a créixer després del retrocés sofert el desembre passat, situant-se en la franja

alta de la sèrie.

Per altra banda i tot i que amb diferències importants entre elles, les zones comercials preferides pels barcelonins/es acostumen a ser les mateixes. En aquesta onada, s'incrementa el número de persones que diuen comprar a Barnacentre i el Centre Comercial Les Glòries i, en canvi, disminueixen els de Diagonal Mar.

### TIPUS DE PRODUCTE

La roba i el calçat és el que més habitualment es busca a les zones comercials (73,3% a la primera zona i 74,1% a la segona).

Amb menor demanda, també s'hi compren aliments (25,9% a la primera zona i 17,8% a la segona), productes d'oci i cultura (22,2% i 24,7%) o parament de la llar (15,5% i 16,3%).

**Evolució:** Respecte els resultats del desembre de l'any passat, augmenten els veïns que diuen anar a comprar aliments a les zones comercials.

### ASPECTE MÉS VALORAT

La varietat d'ofertes i, per tant, la llibertat d'elecció que permet la concentració de botigues en una zona comercial és l'aspecte més valorat d'aquests espais (40,9%).

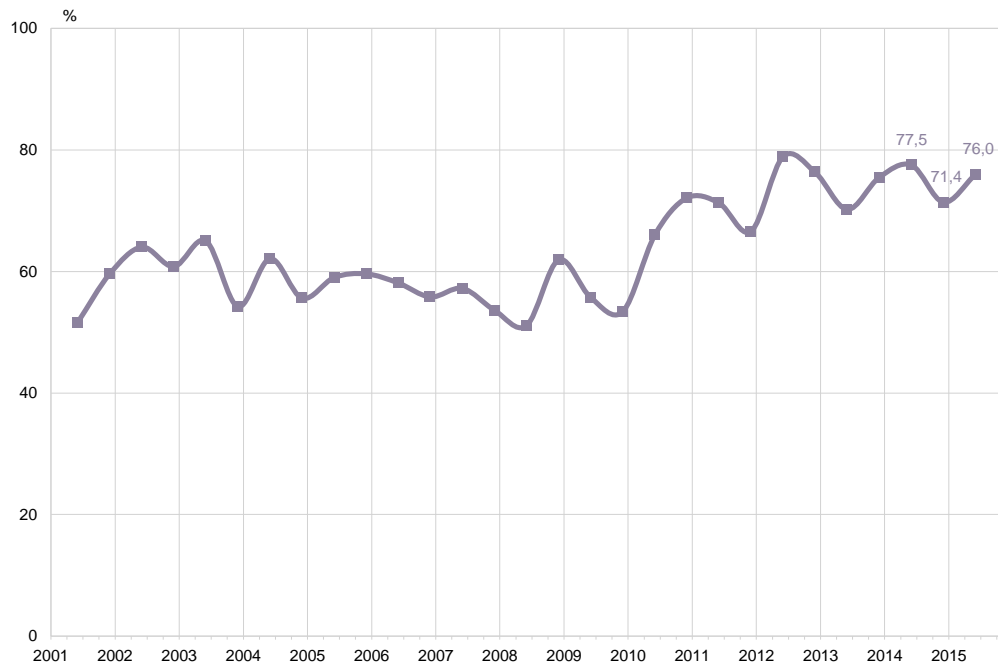
La proximitat n'és el segon (26,9%) i l'espai (13,4%), el tercer.

**Evolució\*:** La varietat i la llibertat d'elecció continua sent el principal punt fort de les zones comercials, tot i disminuir les mencions respecte el desembre. D'altra banda, creix la valoració de la proximitat, consolidant-se com a segon aspecte destacat.

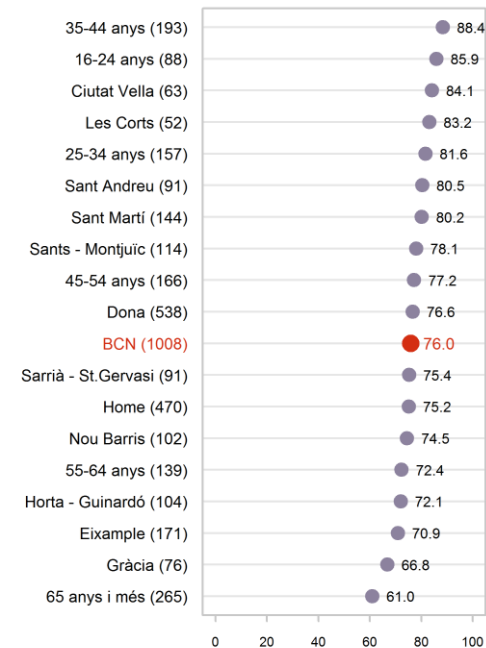


## COMPRA A ZONES COMERCIALS

## ZONES COMERCIALS



% COMPREN EN ZONES COMERCIALS



P5

Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?

N 1008

R Espontània. Multiresposta





## ZONES A LES QUE COMPRA (1/2)

## ZONES COMERCIALS

%	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
BARNACENTRE - EL CORTE INGLÉS (PL. CAT.) *	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	20,3	23,0
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
DIAGONAL-ILLA - EL CORTE INGLÉS (DIAGONAL) **	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	18,1	17,3
CC GLÒRIES					7,5	8,7	10,8	10,2	13,8	12,7	10,4	11,2	10,1	9,2	12,2
DIAGONAL MAR					6,7	7,7	10,6	10,4	13,6	11,5	9,4	12,5	13,0	11,1	9,3
RAMBLA DE CATALUNYA - EL TRIANGLE ***	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	4,6	4,4
GRAN VIA 2								0,6	3,6	2,9		5,2	2,4	3,4	4,3
PASSEIG DE GRÀCIA	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	3,2	3,9
PLAÇA ESPANYA / CC LAS ARENAS							1,1	1,6	2,1	2,8	1,2	2,0	2,0	2,0	3,6
SANTS-CREU COBERTA	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	1,7	2,7
HERON CITY					0,5	1,8	2,2	1,7	3,9	3,1	2,0	1,2	3,4	2,3	2,3
EIX SANTS-LES CORTS	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	0,3	2,0
GRAN DE GRÀCIA	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	1,7	2,0
DRETA DE L'EIXAMPLE	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	0,7	1,7
SANT ANTONI CENTRE COMERCIAL	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	0,8	1,6
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1015)	(1016)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1001)	(1008)	(1013)	(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 2008; 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



## ZONES A LES QUE COMPRA (2/2)

## ZONES COMERCIALS

%	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
EIX DE SANT ANDREU	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	1,4	1,5
LES RAMBLES	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	1,4	1,2
CC MAREMÀGNUM	-	-	-	-	0,1	-	-	0,8	0,6	0,5	0,5	0,7	1,0	0,3	0,8
SARRIÀ	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	0,4	0,6
BULEVARDS DE NOU BARRIS	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	0,3	0,5
EIX D'HORTA	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	0,7	0,4
POBLE NOU	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	0,2	0,4
EIX DE MARAGALL	0,5	1,0	1,4	0,5	0,3	0,3	-	0,1	0,1	0,1	0,8	0,2	0,4	-	0,4
GRÀCIA NOVA	1,2	0,3	0,2	1,0	0,6	0,8	0,8	0,2	0,4	0,3	0,4	-	0,6	0,8	0,3
BARNAVASI-GALVANY	0,3	0,3	0,5	0,5	0,6	0,3	0,1	0,1	0,4	0,3	-	-	0,6	0,1	0,2
VERNEDA EIX COMERCIAL	0,2	0,4	0,6	0,5	0,7	1,1	0,5	-	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1	-	-
NOU DRASSANES	0,2	0,1	1,1	0,1	-	0,1	0,4	0,1	0,2	0,3	-	-	0,3	0,1	-
ALTRES	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	4,1	9,4
NO COMPRA EN ZONES COMERCIALS	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	26,2	21,2
NS / NC	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	2,4	2,9
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1015)	(1016)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1001)	(1008)	(1013)	(1008)

**Nota:** En aquesta taula només s'inclouen les dades des de juny de 2008; per veure les dades anteriors heu d'anar a les taules d'evolució.



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

## ZONES COMERCIALS

### PRIMERA ZONA

%	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
ROBA I CALÇAT	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	76,3	73,3
ALIMENTS	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	18,6	25,9
OCI I CULTURA	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	21,8	22,2
PARAMENT DE LA LLAR	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	14,1	15,5
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	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	7,8	12,1
ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA	-	-	-	-	-	1,3	1,4	1,2	-	6,9	6,0	6,4	5,6	7,4	6,2
TOT	-	-	-	-	2,4	15,8	-	-	1,5	0,3	-	2,3	-	-	1,1
ALTRES	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	0,9	2,0
NS/ NC	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	1,1	0,9
N	(511)	(619)	(557)	(534)	(660)	(721)	(724)	(666)	(789)	(763)	(702)	(749)	(777)	(722)	(763)

P6

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

**B** Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN  
**N** 763  
**R** Espontània. Multiresposta

\* En aquesta taula només s'inclouen les dades des de juny de 2008; per veure les dades anteriors heu d'anar a les taules d'evolució.



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

## ZONES COMERCIALS

### SEGONA ZONA\*

%	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
ROBA I CALÇAT	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	76,9	74,1
OCI I CULTURA	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	20,9	24,7
ALIMENTS	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	15,1	17,8
PARAMENT DE LA LLAR	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	15,8	16,3
ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA	-	-	-	-	-	1,2	3,1	1,0	0,2	9,9	7,1	7,3	6,2	8,4	5,8
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	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	5,8	8,4
TOT	-	-	-	-	0,6	8,5	-	-	0,6	-	-	-	-	-	0,4
ALTRES	-	-	2,6	-	1,6	2,0	1,5	3,3	2,2	0,8	0,5	3,0	11,0	0,9	2,7
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	0,6	1,8
N	(185)	(229)	(191)	(156)	(316)	(335)	(324)	(300)	(511)	(485)	(424)	(440)	(414)	(348)	(486)

P6

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

**B** Acostumen a comprar a una 2ª zona comercial de BCN  
**N** 486  
**R** Espontània. Multiresposta

\* En aquesta taula només s'inclouen les dades des de juny de 2008; per veure les dades anteriors heu d'anar a les taules d'evolució.



## ASPECTE MÉS VALORAT DE LA ZONA COMERCIAL

## ZONES COMERCIALS

%	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
LA VARIETAT (LLIBERTAT DE L'ELECCIÓ)	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	42,5	40,9
LA PROXIMITAT	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	21,1	26,9
L'ESPAI	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	10,5	13,4
LA CONCENTRACIÓ DE BOTIGUES	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	4,5	8,2
EL TIPUS DE BOTIGUES	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	6,8	6,1
EL PREU	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	3,5	5,4
EL TRACTE AL CLIENT	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	4,4	4,9
LA QUALITAT	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	2,7	4,6
L'AMBIENT	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	2,5	4,2
LA UBICACIÓ	-	-	-	-	2,0	2,3	3,6	2,3	3,3	0,9	2,3	3,8	1,7	3,3	4,0
L'APARCAMENT	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	5,3	3,9
EL TIPUS DE PRODUCTES	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	3,2	3,2
ESTÀ BEN COMUNICAT	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	1,3	3,0
LA COMODITAT	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	3,3	2,4
LA POSSIBILITAT DE PASSEIG I COMPRA	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	3,0	2,2
COSTUMS I CONEIXEMENT	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	1,0	2,0
LA TRANQUIL·LITAT	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	1,9	1,2
ALTRES	1,4	1,9	2,3	0,7	2,4	3,8	6,1	3,3	7,4	9,2	5,1	6,2	4,7	5,6	3,7
TOT EN GENERAL	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	2,6	1,0
RES	-	-	-	0,2	-	0,0	0,3	0,8	0,6	0,9	0,3	1,0	2,2	1,7	0,3
NS/ NC	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	2,7	1,9
N	(511)	(619)	(557)	(534)	(660)	(721)	(724)	(666)	(789)	(763)	(702)	(749)	(777)	(722)	(763)

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** 763  
**R** Espontània. Multiresposta

\* En aquesta taula només s'inclouen les dades des de juny de 2008; per veure les dades anteriors heu d'anar a les taules d'evolució.



# 03

## Comerç electrònic



## RESUM DE RESULTATS

## COMERÇ ELECTRÒNIC

### COMPRA PER INTERNET

Més de la meitat dels ciutadans de Barcelona (54,1%) ha comprat alguna vegada per Internet.

Òbviament, l'edat és un dels factors que més influeix en aquesta pràctica, havent-hi un gran salt a partir dels 55 anys, però sobretot a partir dels 65, amb un descens molt important de compradors online (19,9%).

Igualment s'observa que els homes (60,2%) hi estan més avesats que les dones (48,8%).

**Evolució:** El número de veïns/es de Barcelona que han comprat per internet acumula dues onades de descens des del nivell màxim de juny del 2014 (56,2%). Tot i així, sembla que la proporció de gent que en alguna ocasió compra per internet difícilment baixarà del 50%.

### FREQÜÈNCIA

La majoria de persones que ha comprat alguna vegada per Internet ho fa de manera ocasional (68%).

El 13,9% hi compra un cop al mes, el 9,6% cada dos mesos, un 4,4% cada dues setmanes i, finalment, un 4% cada setmana.

**Evolució:** En aquest treball augmenten lleugerament els que compren ocasionalment i disminueixen els que ho fan més habitualment.

### TIPUS DE PRODUCTE

Les compres de serveis o productes relacionats amb l'oci és el que més barcelonins/es compren per internet (57%). I, dins d'aquests, destaquen els que compren viatges o llibres (18,2% i 14,7%, respectivament).

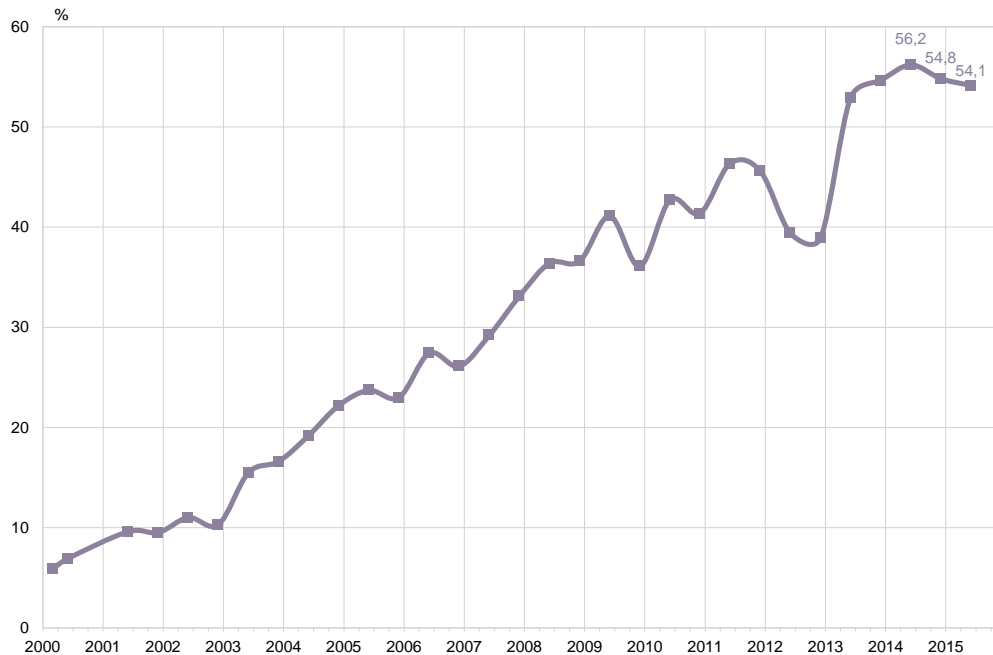
Un terç dels compradors digitals (33,7%) compra roba i calçat, i quasi un altre terç (31,1%) compra productes de telefonia, informàtica o fotografia.

**Evolució:** En els últims anys, els canvis més destacats en quan als productes adquirits per internet són el descens de la proporció dels que adquireixen oci i cultura (del 81,3% al desembre de 2008 a l'actual 57%) i l'augment dels que adquireixen roba i calçat (del 7,1% al 33,7%).

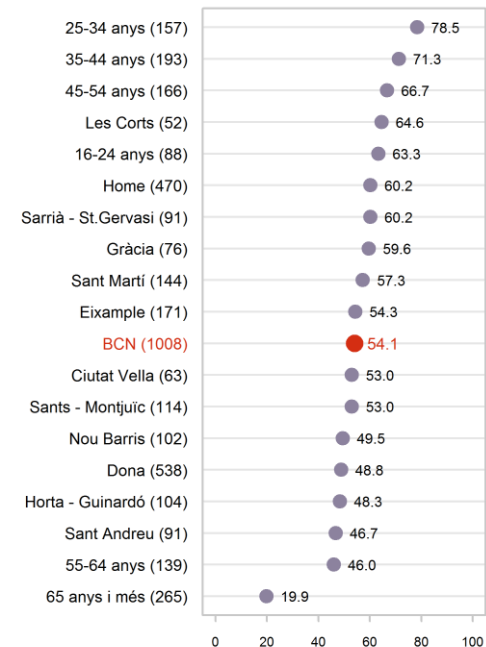


## COMPRA PER INTERNET

## COMERÇ ELECTRÒNIC



### % SÍ HA COMPRAT ALGUNA VEGADA

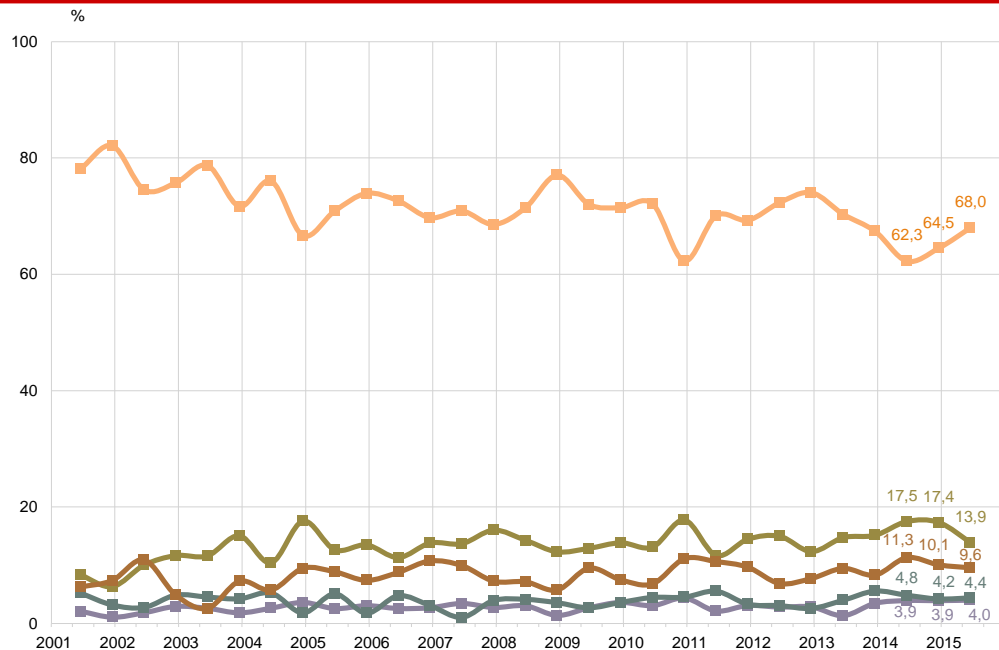






## FREQUÈNCIA DE COMPRA PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC



P9

Amb quin freqüència acostuma a comprar per internet?

**B** Han comprat alguna vegada per internet  
**N** 545

Setmanalment  
Cada quinze dies  
Mensualment

Cada dos mesos  
Ocasiónalment



## TIPUS DE PRODUCTE COMPRAT PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC

%	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny
OCI EN GENERAL (LLIBRES, CD, JOCS...)	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	54,2	57,0
VIATGES	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	21,3	18,2
LLIBRES	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	14,0	14,7
ENTRADES CINEMA O ESPECTACLES	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	9,9	9,5
PACKS D'OCI,...)	3,6	12,8	6,8	9,4	2,6	-	-	3,1	1,5	1,5	5,9	2,5	2,9	0,5	5,8
PELLÍCULES, VIDEOJOCS	-	-	-	-	-	-	-	0,7	3,6	5,4	5,9	4,0	5,6	3,9	4,8
MÚSICA	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	4,5	4,0
ROBA I CALÇAT	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	30,6	33,7
INFORMÀTICA, TELEFONIA, FOTOGRAFIA, REVELAT, ETC.	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	24,7	31,1
PARAMENT DE LA LLAR	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	11,2	14,4
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	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	3,6	6,5
ALIMENTS	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	10,9	6,4
MATERIAL ESPORTIU	-	-	-	-	-	-	-	0,4	2,8	1,8	3,2	2,0	3,7	3,7	3,4
ALTRES	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	6,3	6,4
TOT	-	-	-	-	-	-	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-
NS / NC	0,3	-	-	0,8	0,2	0,5	2,8	0,4	0,3	1,3	1,1	1,6	1,2	0,4	0,7
N	(364)	(366)	(411)	(361)	(427)	(400)	(471)	(456)	(394)	(389)	(529)	(537)	(559)	(554)	(545)

P10

Quin tipus de producte acostuma a comprar per internet?

**B** Han comprat alguna vegada per internet  
**N** 545  
**R** Espontània. Multiresposta

\* En aquesta taula només s'inclouen les dades des de juny de 2008; per veure les dades anteriors heu d'anar a les taules d'evolució.



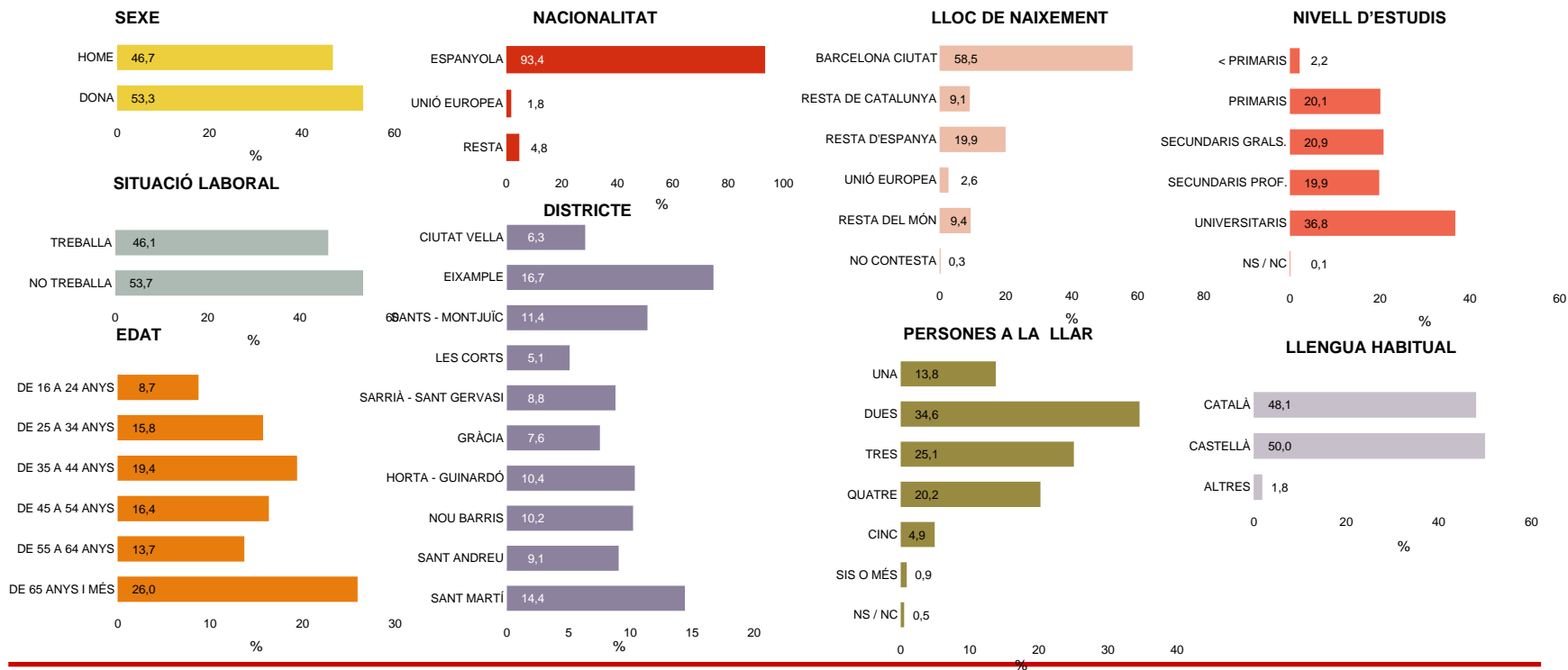
# 02

## Perfil dels entrevistats



## DADES PERSONALS

## PERFIL DELS ENTREVISTATS

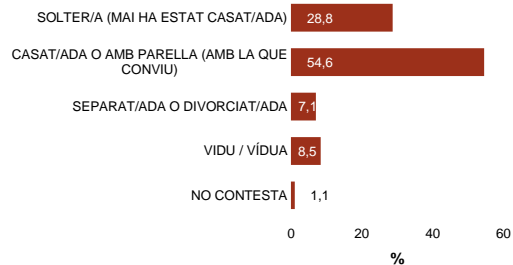




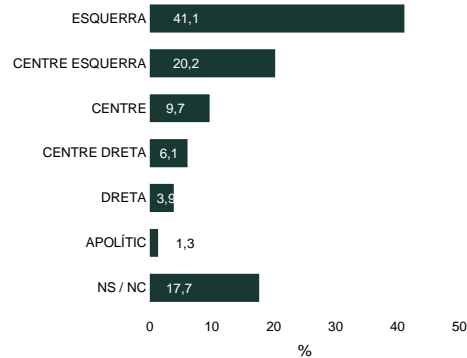
## POSICIONAMENT

## PERFIL DELS ENTREVISTATS

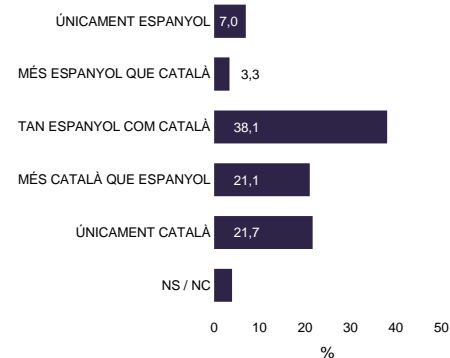
### SITUACIÓ PERSONAL



### IDEOLOGIA

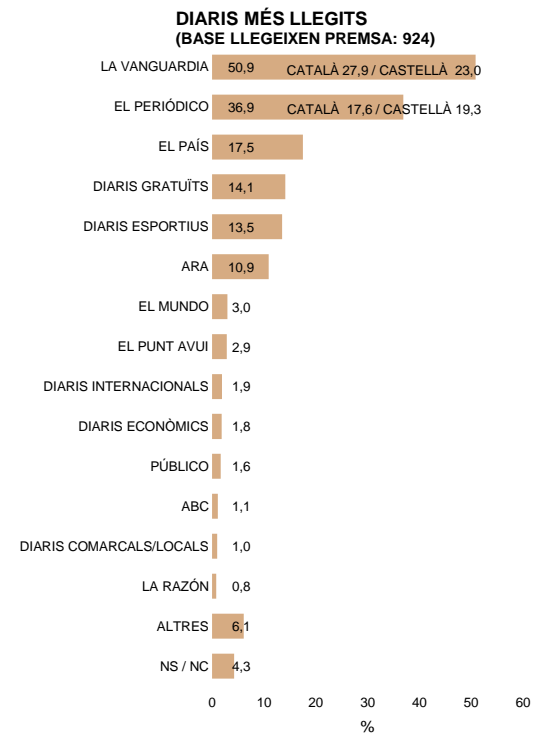
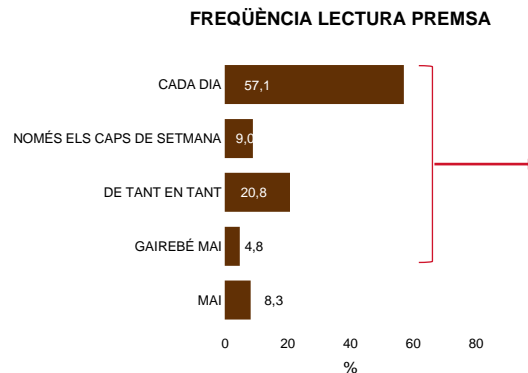
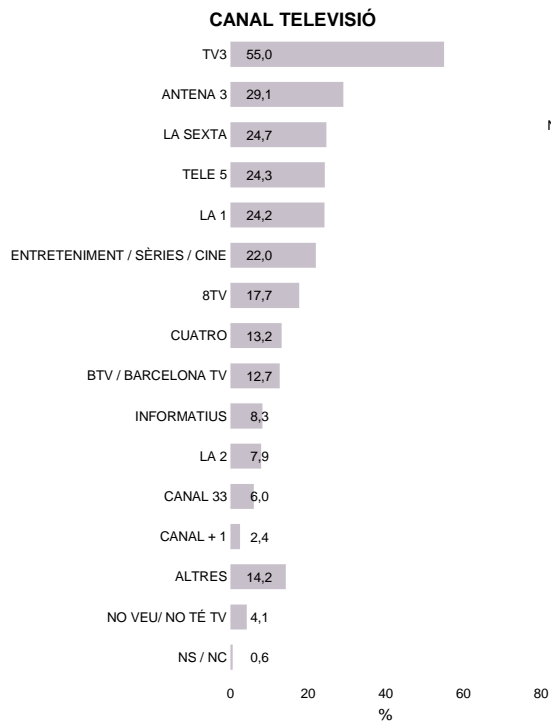


### SENTIMENT DE PERTINENÇA





## HÀBITS INFORMATIUS





## 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