

# Enquesta Òmnibus Municipal:

## Direcció de Comerç

### Presentació de Resultats

Del 12 de desembre de 2016 al 4 de gener de 2017



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r16038

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL

DIRECCIÓ DE COMERÇ

PRESENTACIÓ DE RESULTATS

DEL 12 DE DESEMBRE DE 2016 AL 4 DE GENER DE 2017

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 electrònica, mecànica, 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

1.000 entrevistes.

### METODOLOGIA

Entrevista telefònica realitzada amb suport informàtic (sistema 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 segons el padró municipal d'habitants.

### 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 12 de desembre de 2016 al 4 de gener de 2017.

### EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Opinòmetre S.L.

El bloc de preguntes de la Direcció de Comerç forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de DESEMBRE de 2016.



## 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:

- ♦ **Prefereixen el supermercat per la compra d'alimentació i altres articles d'ús quotidià.**
- ♦ **El mercat municipal per la compra d'aliments frescos, però pràcticament amb la mateixa proporció que el supermercat.**
- ♦ **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 60,3% compra els aliments al supermercat, el 18,8% al mercat municipal i el 14,1% a botigues especialitzades o de barri.

Per comprar aliments frescos hi ha pràcticament la mateixa gent que acudeix als mercats municipals (37,5%) que al supermercat (31,1%), i també són força els que van a la botiga de barri (25,7%).

La majoria de barcelonins/es tria el supermercat (75,6%) per adquirir productes d'ús quotidià (neteja, productes d'higiene personal...), tot i la preferència d'un petit grup per la botiga del barri (12,9%).

Es manté la preferència dels **joves pel supermercat** respecte la gent gran que prefereix les botigues de barri i els mercats municipals.

**Evolució:** El canvi més destacat respecte l'anterior onada és l'augment de persones que compren l'alimentació fresca al supermercat.



## 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 compren la roba i el calçat a la botiga especialitzada (44,8%) o al centre comercial (36,2%).

Per comprar parament de la llar es decanten per botigues del barri o especialitzades (41,8%), tot i que també n'hi ha una bona part que ho fa als centres comercials (22,8%) o als grans magatzems (19,3%).

En canvi, els productes d'oci i cultura els compren majoritàriament a les botigues especialitzades o de barri (62,3%) i, en alguns casos, als centres comercials (19,9%).

La preferència dels joves per comprar als centres comercials, sobretot la roba i el calçat (60,8% dels menors de 25 anys i 52,7% dels d'entre 25 i 34 anys) influeix en l'increment de la seva importància en els hàbits del conjunt de la ciutat.

**Evolució:** Es va consolidant la tendència de comprar cada vegada més els productes menys quotidians als centres comercials, cosa que fa que s'acosti a l'hàbit de comprar-ho al barri, com era habitual.

### SISTEMES DE TRANSPORT

Desplaçar-se a peu és la manera com més barcelonins/es realitza les compres, sobretot aquelles que són més habituals. Així, per comprar aliments (83,8%), alimentació fresca (85,4%) i altres productes d'ús quotidià (81,9%) 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 49,4% hi va a peu però el 30,9% utilitza transports públics. Per comprar productes de parament de la llar, anar a peu també és majoritari (45,4%), però un 27% utilitza

transports privats i un 21,7%, públics. Per comprar productes d'oci i cultura el 57,6% hi va a peu, mentre un 20,5% hi va en transports públics.

**Evolució:** Respecte al mes de juny augmenten els que utilitzen transports públics per comprar roba i calçat i transports privats per adquirir el parament de la llar, mentre es mantenen les preferències per anar a comprar productes d'oci i cultura.

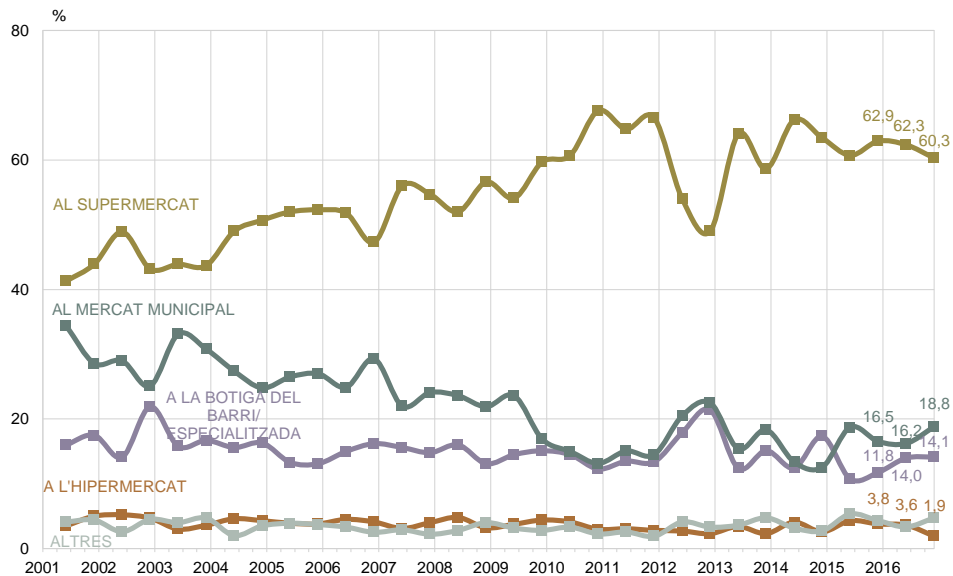




# ESTABLIMENT HABITUAL

## 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?

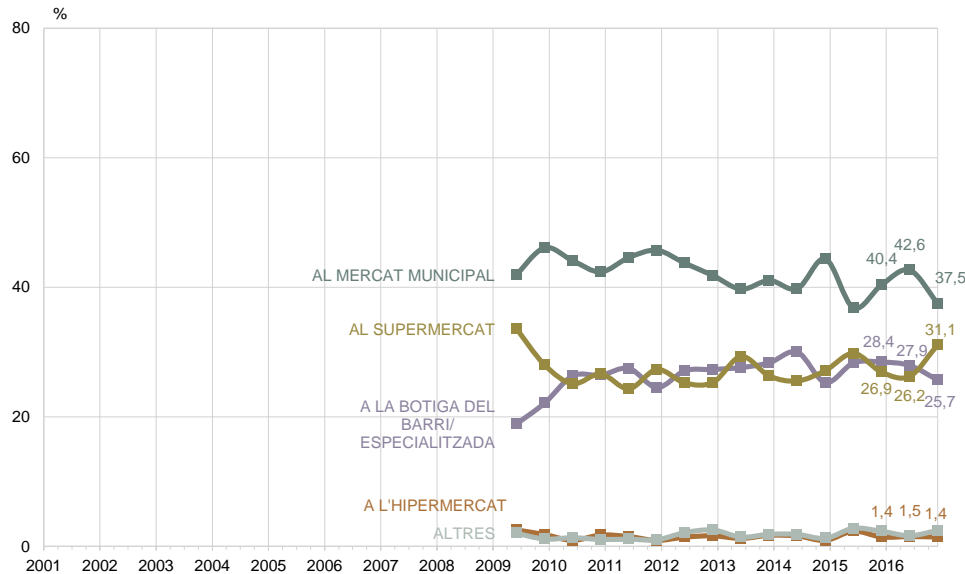
N 1000



## 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?

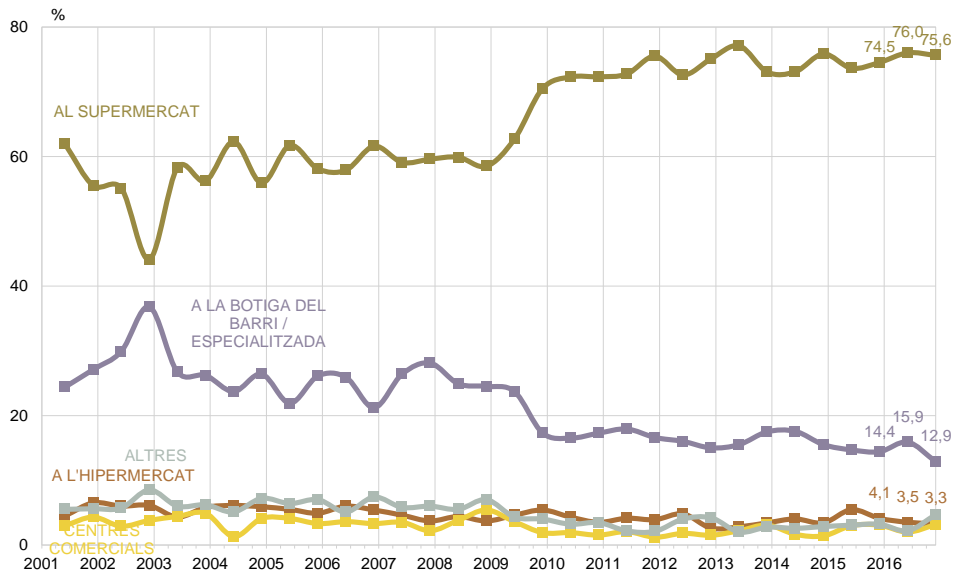
N 1000

\*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?

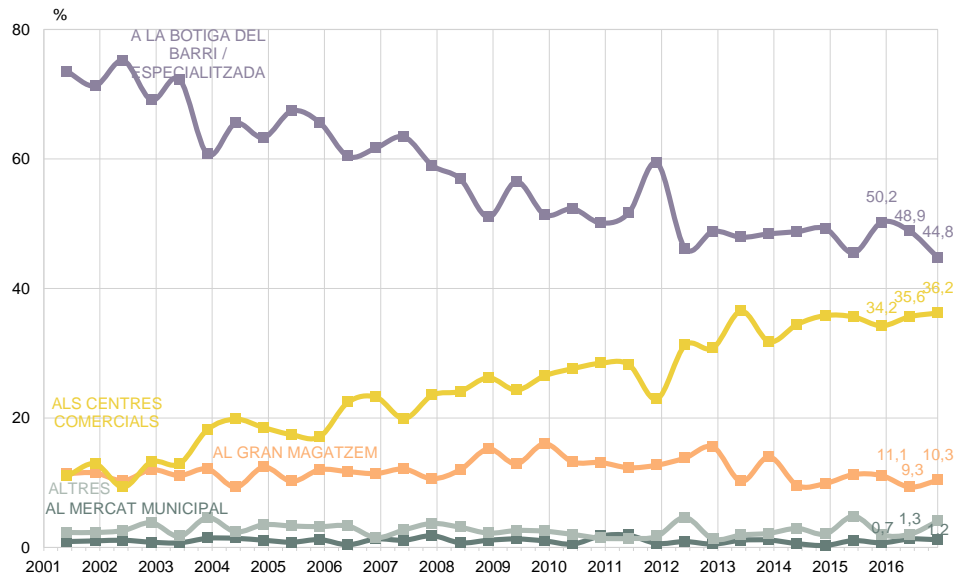
N 1000



## ESTABLIMENT HABITUAL

### ROBA I CALÇAT

### HÀBITS DE COMPRA



P3

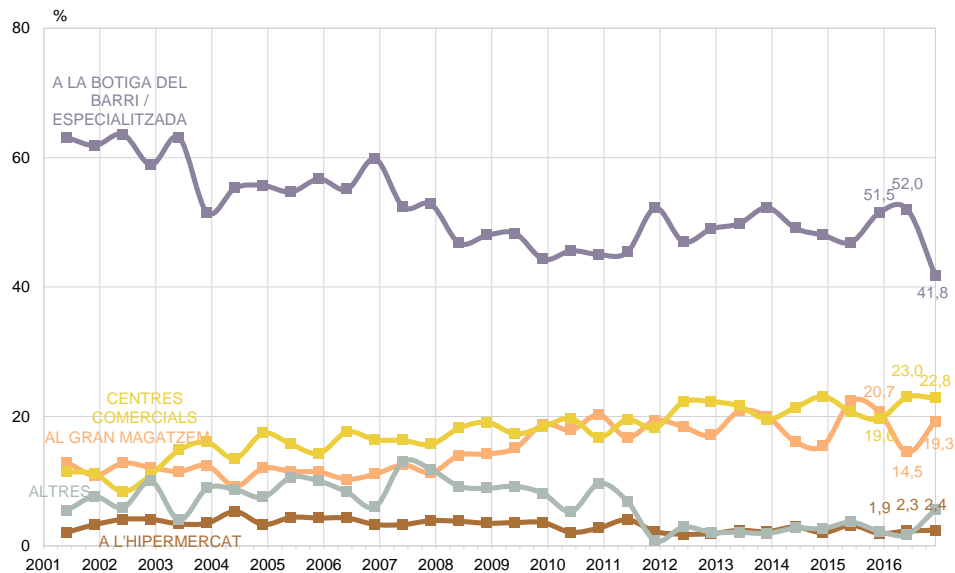
A quin establiment acostuma comprar la roba i el calçat? I els productes de parament de la llar? I els productes d'oci i cultura?

N 1000



## 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?

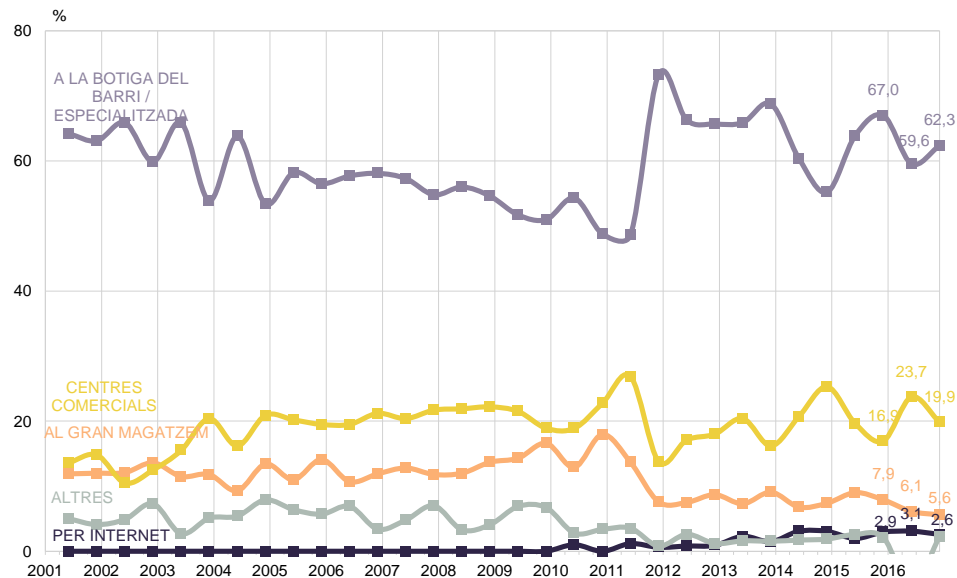
N 1000

\* 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?

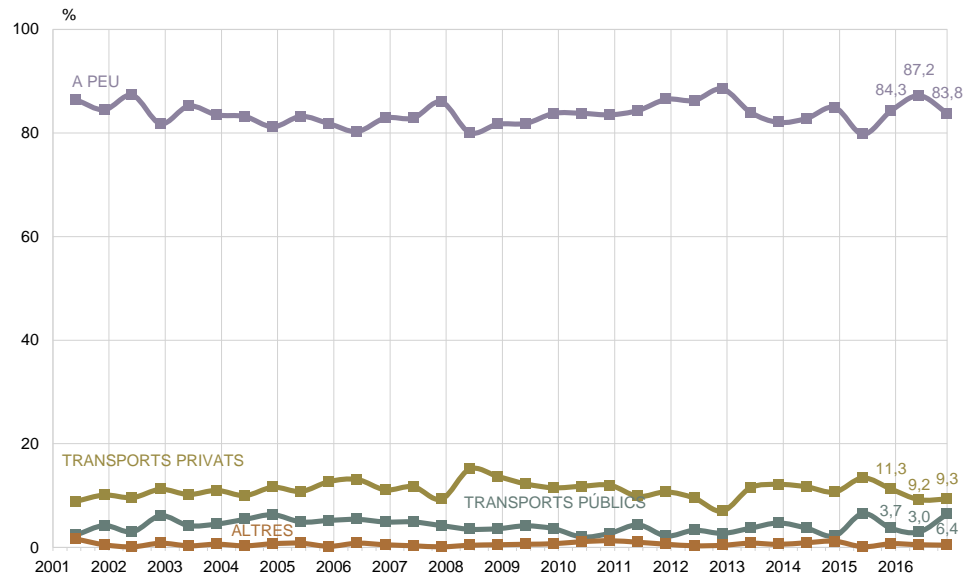
N 1000

\*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

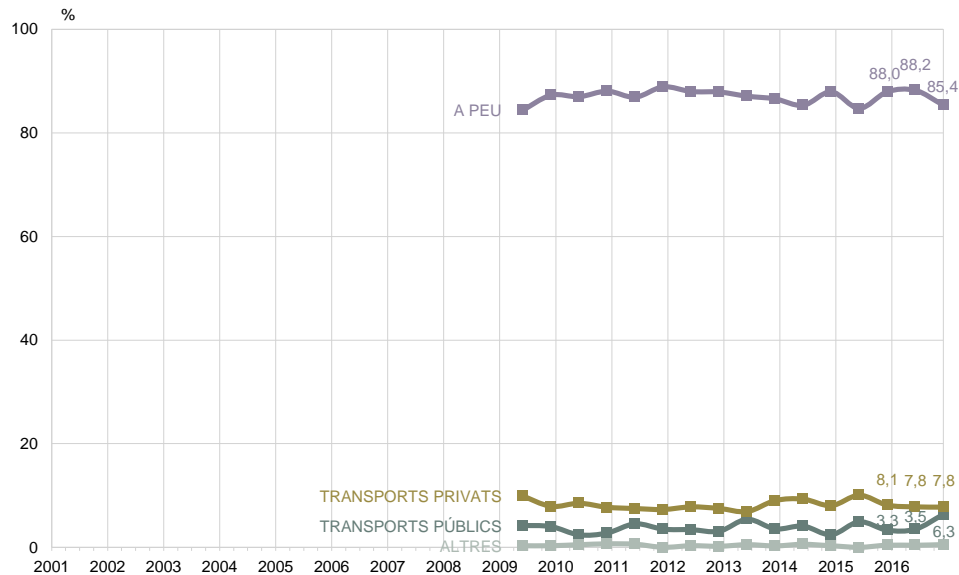
Quin sistema de transport acostuma utilitzar per anar a comprar els aliments? I, més concretament, l'alimentació fresca? I els altres productes d'ús quotidià?

N 1000



## 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 1000

\* 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...

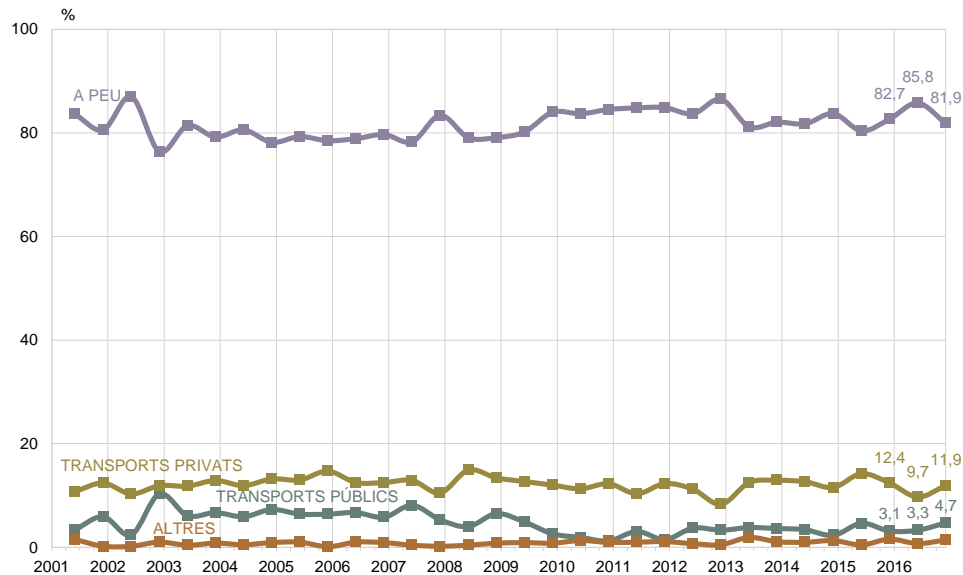




# SISTEMA DE TRANSPORT

## 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?

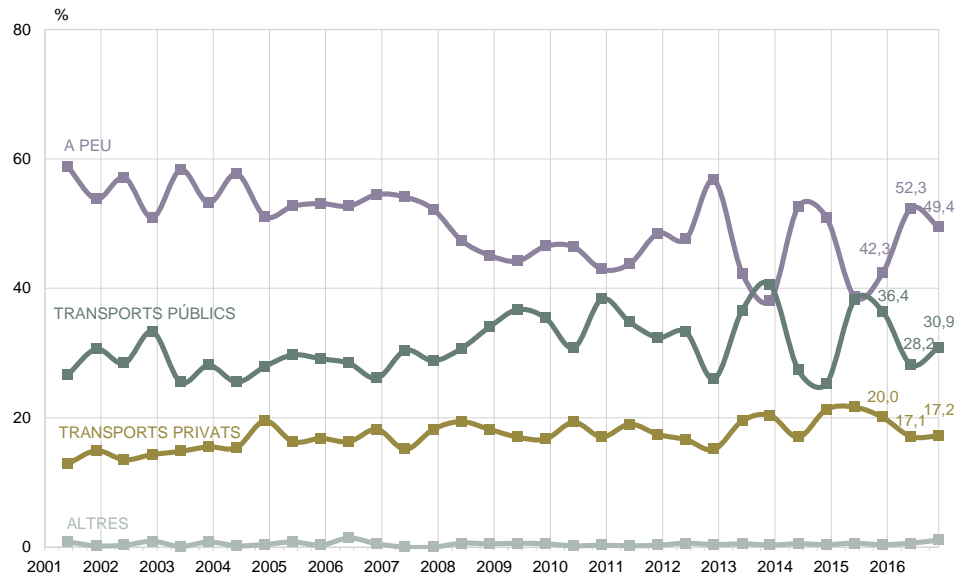
N 1000



# 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?

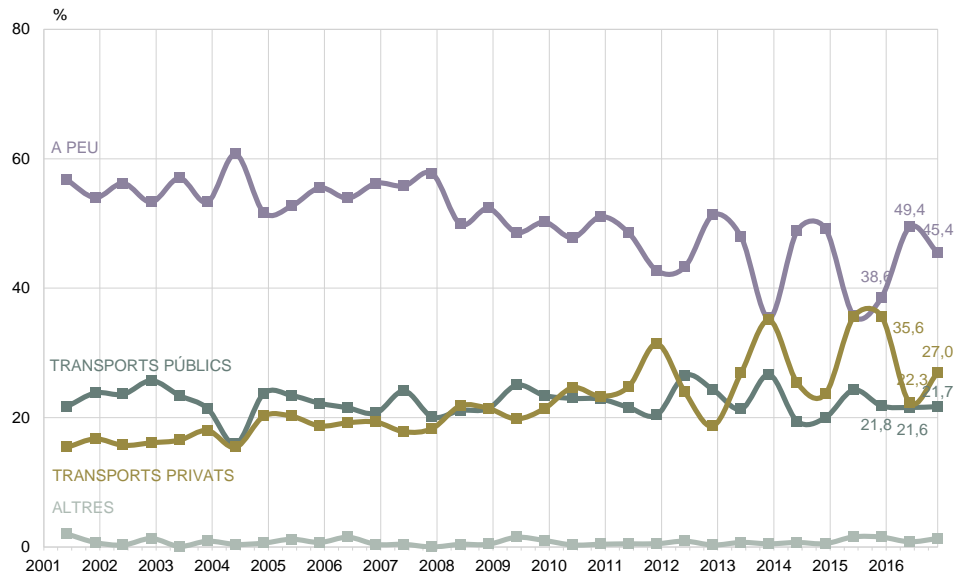
N 1000



## 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?

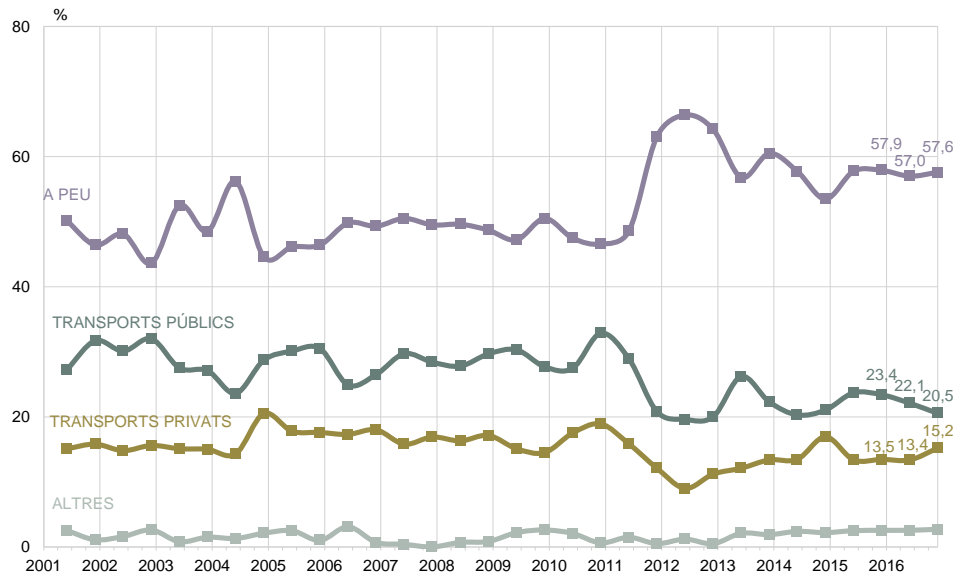
N 1000

\* 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 1000

\* 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

7 de cada 10 barcelonins/es compra a zones comercials de la ciutat (70%).

Entre els 25 i els 34 anys (82,8%) i, en menor mesura dels 16 als 24 (78,7%) la compra a zones comercials és molt estesa. De la mateixa manera que en aquells districtes on es troben algunes de les principals zones comercials de la ciutat, com Les Corts (84,4%), Sant Andreu (75,2%), Sant Martí (74,5%) i Nou Barris (73,2%) també s'incrementa aquest hàbit.

El Centre Comercial La Maquinista (18,3%), Barnacentre – El Corte Inglés de Pl. Catalunya (16,1%), la zona de Diagonal- l'Illa i el Corte Inglés de Diagonal (15,3%) i Diagonal Mar (11,1%) i el Triangle (10,4%) són les zones on més veïns i veïnes van a comprar.

**Evolució:** El percentatge de compra a zones comercials es manté similar a ara fa sis mesos, trencant una tendència a la baixa d'un any.

Per altra banda, les compres a les diferents zones comercials es mantenen similars al juny, tot i que totes s'ajusten a la baixa, però en canvi augmenta de manera destacada la compra a Rambla Catalunya – El Triangle.

### TIPUS DE PRODUCTE

La roba i el calçat és el producte que més barcelonins/es busquen a les zones comercials (el 77,4% el compren a la primera zona i el 76,1%, a la segona).

També n'hi ha força que hi compren productes d'oci i cultura (19% a la primera zona) i aliments (19,3%).

**Evolució:** En línies generals, no varien gaire els tipus de productes que els veïns/es compren a les zones comercials de la ciutat.

### ASPECTE MÉS VALORAT

La capacitat de poder escollir productes (43,1%) i la proximitat (32,3%) són els aspectes que més valoren els compradors de les zones comercials de Barcelona.

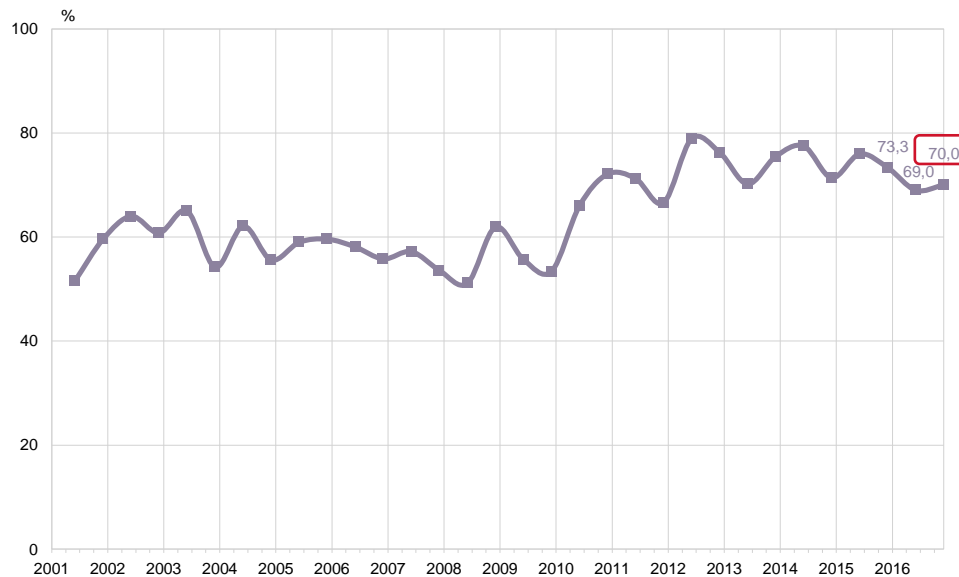
**Evolució:** La valoració d'aquests dos aspectes augmenta lleugerament respecte el juny, recuperant el que havien perdut llavors respecte el desembre del 2015. En canvi, ha baixat de forma destacada la valoració de l'espai com a punt fort de les zones comercials.



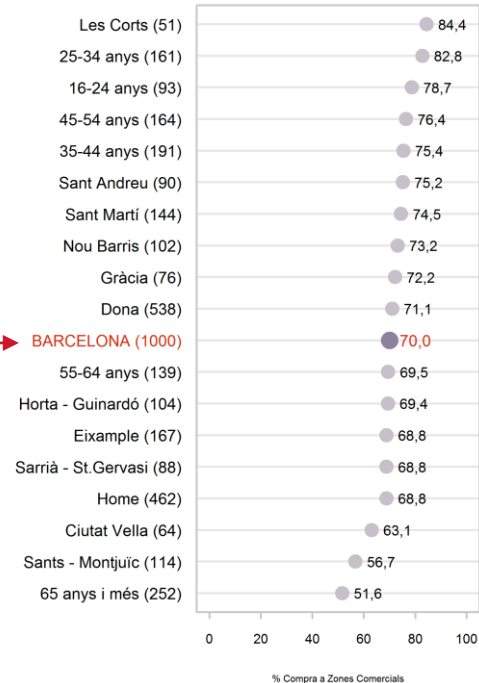
## COMPRA A ZONES COMERCIALS

## ZONES COMERCIALS

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



P5

Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?

N 1000

R Espontània. Multiresposta



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

## ZONES COMERCIALS

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.
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
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	20,3	23,0	26,9	16,5	16,1
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	18,1	17,3	17,9	17,3	15,3
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
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	4,6	4,4	1,7	2,1	10,4
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
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	3,2	3,9	2,1	1,5	6,3
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	1,7	2,0	3,1	0,9	2,5
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
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
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	1,4	1,2	0,5	0,7	1,6
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	1,7	2,7	1,4	2,1	1,6
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	1,4	1,5	1,1	1,2	1,4
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	0,7	1,7	1,0	0,9	1,3
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1015)	(1016)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1001)	(1008)	(1013)	(1008)	(1004)	(998)	(1000)

### 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 1000

R Espontània. Multiresposta





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

## ZONES COMERCIALS

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.
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	0,3	2,0	1,5	1,3	1,1
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	0,7	0,4	0,4	0,3	0,6
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	0,4	0,6	0,6	0,4	0,6
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	0,8	1,6	1,3	0,9	0,5
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	0,2	0,4	0,7	0,2	0,4
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	0,3	0,5	0,3	0,4	0,3
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	-	0,4	0,1		0,2
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	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1
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	0,8	0,3	0,4	0,8	0,1
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	0,1	-	0,3		0,1
ALTRES	12,8	9,2	9,1	14,6	12,7	11,0	16,9	14,3	7,6	5,6	14,9	13,5	9,7	19,6	11,7	11,1	18,9	6,1	3,6	1,3
NO COMPRA EN 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	26,2	21,2	24,2	30,3	27,5
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	2,4	2,9	2,5	0,7	2,5
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1015)	(1016)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1001)	(1008)	(1013)	(1008)	(1004)	(998)	(1000)

P5

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

N 1000

R Espontània. Multiresposta



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

## ZONES COMERCIALS

### PRIMERA ZONA

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	
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	76,3	73,3	75,6	76,8	77,4	
OCCI 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	21,8	22,2	30,0	20,4	19,0	
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	18,6	25,9	23,1	20,2	16,3	
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	14,1	15,5	15,8	14,6	11,3	
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
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	7,8	12,1	9,7	7,2	6,4	
TOT							2,4	15,8	-	-	1,5	0,3	-	2,3	-	-	1,1	0,5	0,4		
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	0,9	2,0	2,4	1,2	1,3	
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	1,1	0,9	1,4	0,7	1,0	
N	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)	(660)	(721)	(724)	(666)	(789)	(763)	(702)	(749)	(777)	(722)	(763)	(737)	(689)	(702)	

P6

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

Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN

N 702

R Espontània. Multiresposta



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

## ZONES COMERCIALS

### SEGONA ZONA

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.
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	76,9	74,1	73,6	70,3	76,1
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	20,9	24,7	25,3	26,2	21,7
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	15,8	16,3	15,8	14,5	12,5
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	15,1	17,8	19,9	16,5	11,6
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
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	5,8	8,4	10,1	3,5	6,0
TOT			-	-	-	-	0,6	8,5	-	-	0,6	-	-	-	-	-	0,4		0,8	
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	0,9	2,7	3,4	1,2	0,3
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	0,7	0,4	2,5
N	(227)	(204)	(185)	(229)	(191)	(156)	(316)	(335)	(324)	(300)	(511)	(485)	(424)	(440)	(414)	(348)	(486)	(414)	(266)	(326)

P6

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

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

**N** 326

**R** Espontània. Multiresposta



## ASPECTE MÉS VALORAT DE LA ZONA COMERCIAL

## ZONES COMERCIALS

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.
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	42,5	40,9	45,2	33,8	43,1
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	21,1	26,9	33,3	29,0	32,3
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	10,5	13,4	7,5	13,6	7,8
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	6,8	6,1	4,0	6,4	6,4
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	4,5	8,2	2,9	5,9	5,3
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	3,3	2,4	4,6	3,6	4,6
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	5,3	3,9	4,3	2,6	4,2
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	3,5	5,4	0,5	1,9	3,2
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	3,2	3,2	2,1	5,1	2,4
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	2,7	4,6	2,0	3,7	2,2
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	1,3	3,0	5,4	2,6	2,1
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	1,9	1,2	1,4	1,7	2,0
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	3,0	2,2	1,5	1,3	1,9
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
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	2,5	4,2	1,4	2,5	1,8
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	4,4	4,9	0,3	5,0	1,6
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	1,0	2,0	1,2	0,3	1,2
ALTRES	0,9	1,1	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	3,3	2,2	2,4
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	2,6	1,0	0,7	2,6	2,3
RES	0,9	1,3	-	-	-	0,2	-	0,0	0,3	0,8	0,6	0,9	0,3	1,0	2,2	1,7	0,3	2,1	0,9	1,1
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	2,7	1,9	1,2	1,4	0,9
N	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)	(660)	(721)	(724)	(666)	(789)	(763)	(702)	(749)	(777)	(722)	(763)	(737)	(689)	(702)

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** 702  
**R** Espontània. Multiresposta



# 03

## Comerç electrònic



## RESUM DE RESULTATS

## COMERÇ ELECTRÒNIC

### COMPRA PER INTERNET

6 de cada 10 ciutadans/es de Barcelona ha comprat en alguna ocasió per internet (60,3%).

Aquesta pràctica està molt influenciada per l'edat dels entrevistats/es. Així, mentre més del 80% dels que tenen entre 16 i 44 anys ha comprat en alguna ocasió per internet, només el 23,1% dels que tenen més de 64 anys ho han fet.

A la vegada, hi ha més homes (68,3%) que dones (53,2%) que han comprat a la xarxa.

**Evolució:** La proporció de veïns que han comprat per internet és la mateixa que ara fa 6 mesos.

### FREQÜÈNCIA

La majoria de persones que ha comprat alguna vegada per Internet ho fa de manera ocasional (58,4%). El 18,5% ho fa cada mes i l'11,3% cada dos mesos. El 5,8% compra cada setmana i el 5,6% cada dues setmanes.

**Evolució:** Respecte el juny augmenten els internautes que compren setmanalment i cada dues setmanes a costa dels que ho fan de manera més esporàdica.

### 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 (59,9%).

Llibres (20,4%), viatges (17,7%) i entrades per espectacles o cinema (12,5%) són els més habituals en aquest àmbit.

La compra de roba i calçat (26,6%) i de productes d'informàtica o telefonia (26,1%) també és important, de la mateixa manera, tot i que en menor mesura, del parament de la llar (11,6%).

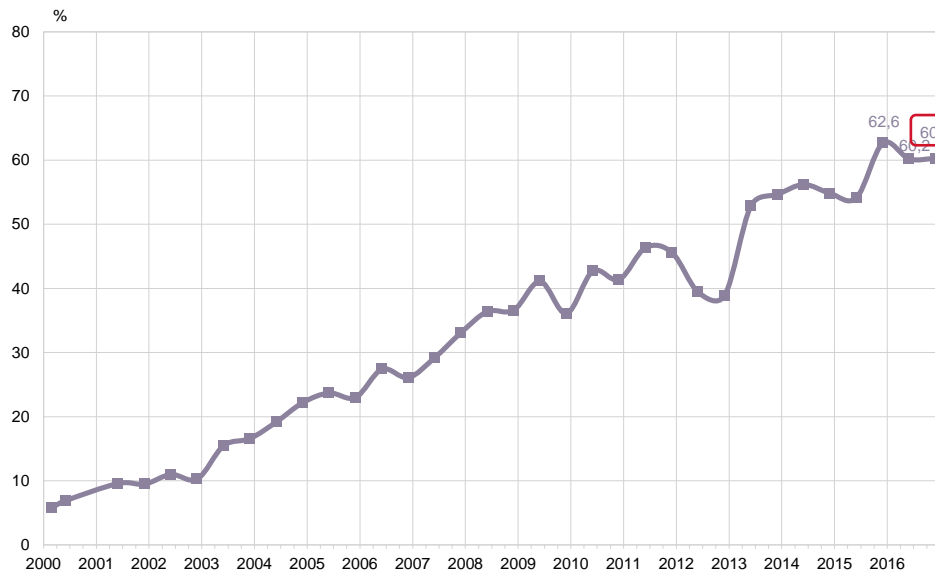
**Evolució:** En general, es mantenen les compres dels principals tipus de producte, amb un ascens destacat respecte el juny de la compra de llibres.



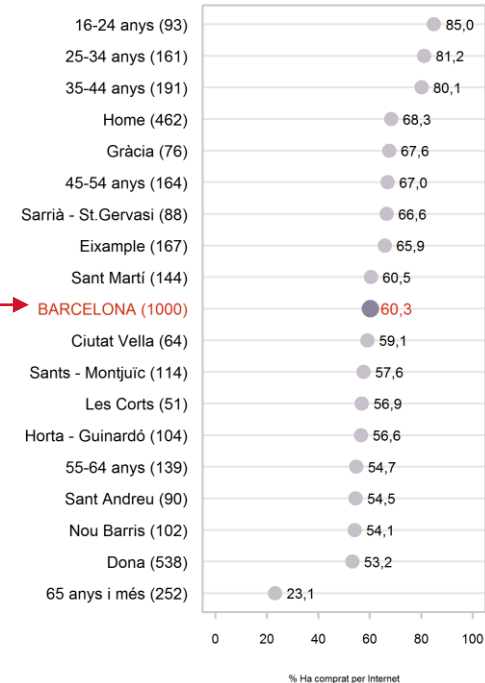
## COMPRA PER INTERNET

## COMERÇ ELECTRÒNIC

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



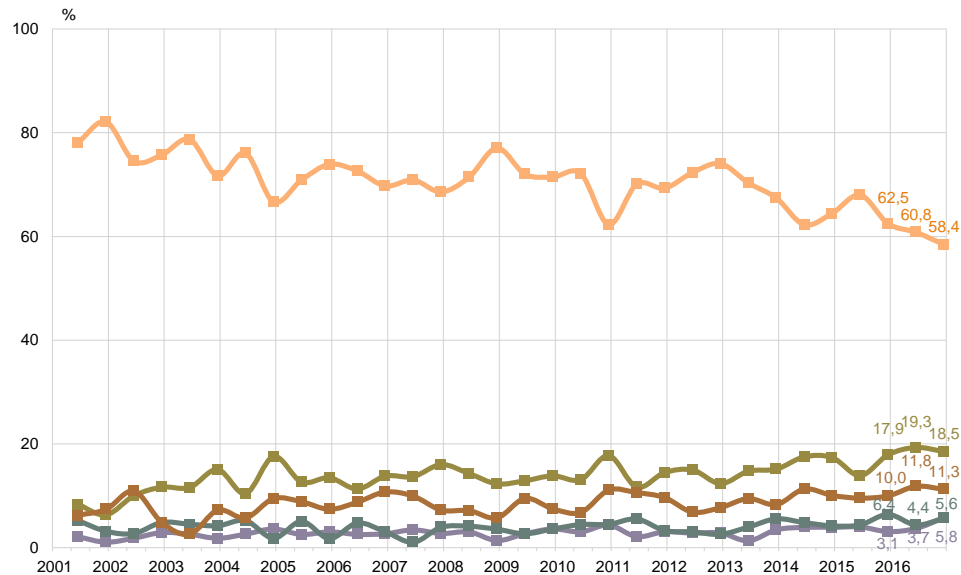
P8 Ha comprat alguna vegada per internet?  
(comerç electrònic)

N 1000



## FREQÜÈNCIA DE COMPRA PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC



P9

Amb quina freqüència acostuma a comprar per internet?

■ Han comprat alguna vegada per internet  
N 607

■ Setmanalment

■ Cada quinze dies

■ Mensualment

■ Cada dos mesos

■ Ocasionalment





## TIPUS DE PRODUCTE COMPRAT PER INTERNET

## COMERÇ ELECTRÒNIC

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	
OCIEN 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	54,2	57,0	62,9	55,1	59,9	
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	14,0	14,7	21,8	17,7	20,4	
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	21,3	18,2	17,7	17,9	17,7	
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	9,9	9,5	8,8	10,3	12,5	
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	4,5	4,0	5,3	4,6	4,5	
PEL·LÍCULES, VIDEOJOCS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,7	3,6	5,4	5,9	4,0	5,6	3,9	4,8	2,6	4,4	3,6	
ALTRES LLEURE	3,8	-	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	6,6	0,2	0,8	
RESTAURANTS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2	0,3
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	30,6	33,7	31,5	27,8	26,6	
INFORMÀTICA, TELEFONIA, FOTOGRAFIA...	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	24,7	31,1	32,2	26,6	26,1	
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	11,2	14,4	11,0	11,0	11,6	
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	10,9	6,4	9,2	8,1	9,0	
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	3,6	6,5	6,4	2,5	4,6	
MATERIAL ESPORTIU	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	2,8	1,8	3,2	2,0	3,7	3,7	3,4	2,4	3,5	3,3	
COL·LECCIONISME	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	2,5	
MASCOTES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	0,2	
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	6,3	6,4	4,1	1,9	2,9	
ALTRES	-	-	-	-	1,5	1,4	6,1	4,4	4,5	1,8	3,3	2,8	3,4	7,4	4,3	6,3	6,4	4,1	2,7	2,9	
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	0,4	0,7	0,8	0,3	2,0	
N	(292)	(331)	(364)	(366)	(411)	(361)	(427)	(400)	(471)	(456)	(394)	(389)	(529)	(537)	(559)	(554)	(545)	(631)	(599)	(607)	

P10

Quin tipus de producte acostuma a comprar per internet?

B Han comprat alguna vegada per internet  
N 607  
R Espontània. Multiresposta



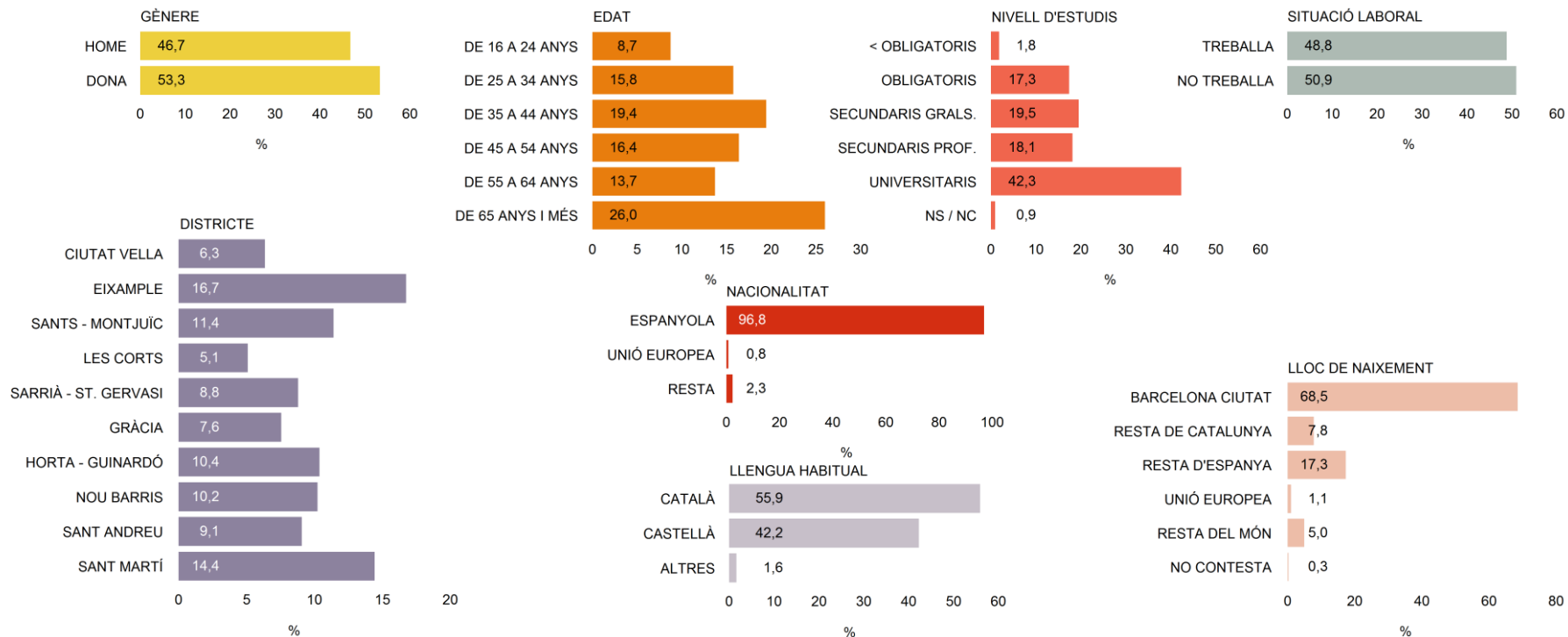
# 04

## Perfil dels entrevistats



## DADES PERSONALS

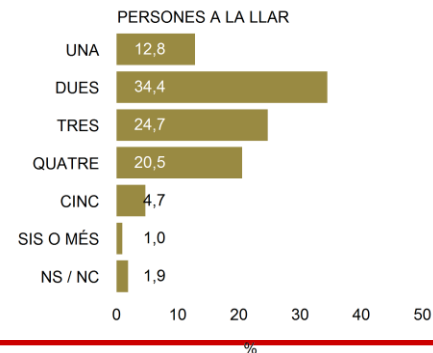
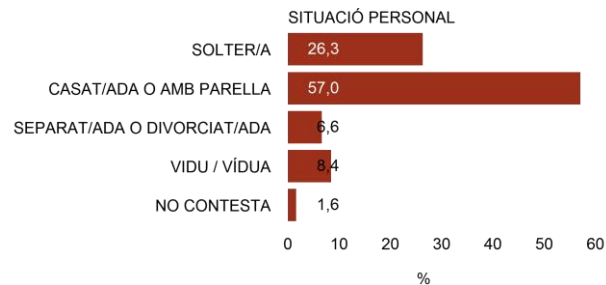
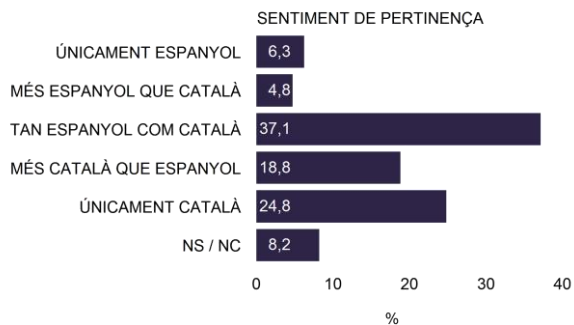
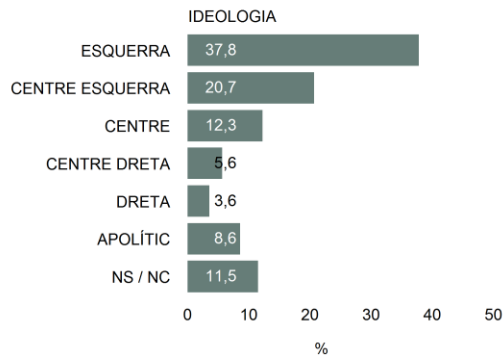
## PERFIL DELS ENTREVISTATS





## POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

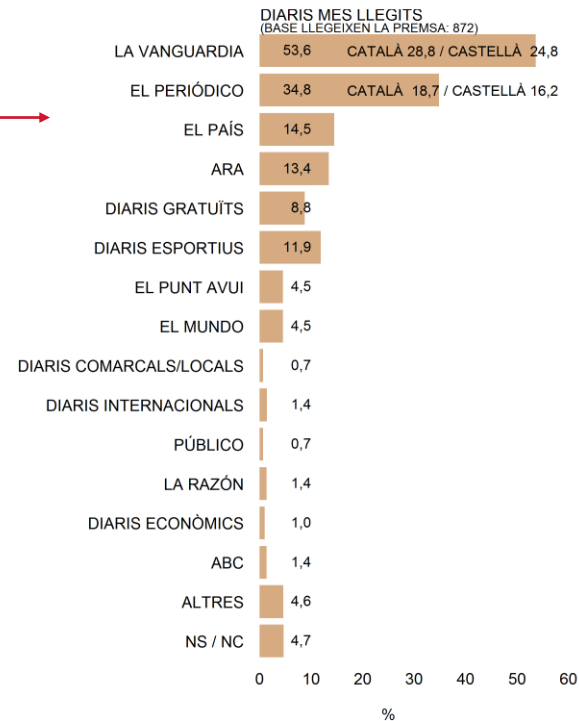
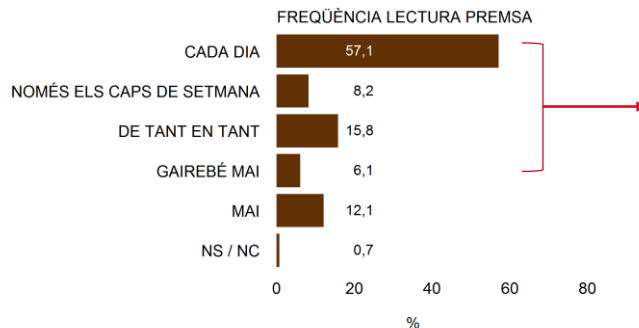
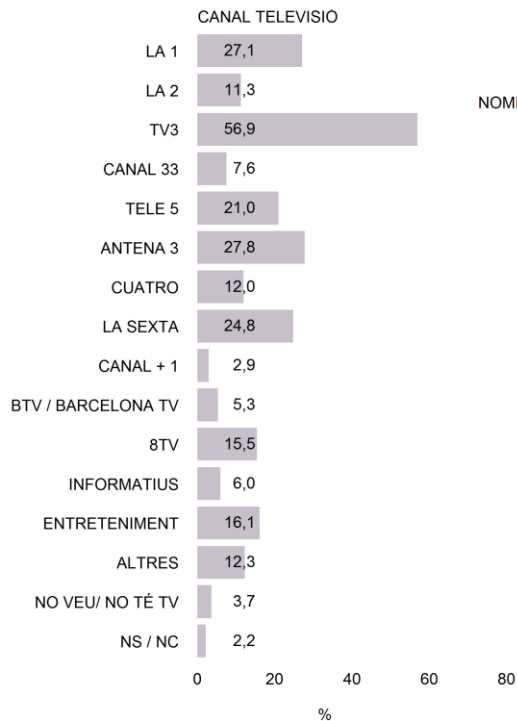
## PERFIL DELS ENTREVISTATS





## 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**