

# Enquesta Òmnibus Municipal:

## Direcció de Serveis de Comerç

**Presentació de Resultats**

**Del 13 al 30 d'octubre de 2020**



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r20005

**ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL**  
**DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ**  
**PRESENTACIÓ DE RESULTATS**  
DEL 13 AL 30 D'OCTUBRE DE 2020

Departament d'Estudis d'Opinió  
**Oficina Municipal de Dades**

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



Protegim el Medi Ambient.

No imprimiu aquest document si no és necessari.

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



# ÍNDEX

---

- 003 FITXA TÈCNICA
- 005 ZONES COMERCIALS
- 007 Compra a zones comercials
- 008 Zones a les que compra
- 010 Tipus de producte que hi acostuma a comprar
- 012 COMERÇ A LA CIUTAT
- 014 Sistema de pagament
- 019 Obertura dels comerços en diumenge
- 021 Importància criteris compra producte
- 023 PERFIL DELS ENTREVISTATS/ADES



## FITXA TÈCNICA

---

### ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

### UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més.

### GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1000 entrevistes.

### METODOLOGIA

Entrevista personal realitzada amb suport informàtic (CAPI) al carrer.

### PROCEDIMENT DE MOSTREIG

Mostreig aleatori estratificat. Els estrats s'han format per l'encreuament dels deu districtes municipals amb el sexe i amb l'edat dels ciutadans (l'edat es divideix en sis categories: de 16 a 24, de 25 a 34, de 35

a 44, de 45 a 54, de 55 a 64 i de 65 anys i més). S'han aplicat quotes per a cadascun dels estrats. A més, s'han establert quotes marginals per a persones en situació d'atur i estrangeres en cadascun dels districtes.

### ASSIGNACIÓ

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

### PONDERACIÓ

En funció de la població objectiu real en cadascun dels estrats definits a la mostra per tal d'ajustar la mostra obtinguda a la mostra teòrica inicial i 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  $\pm 3,2$  per al conjunt de la mostra.

### DATA DE REALITZACIÓ

Del 13 al 30 d'octubre de 2020

### EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Gesop S.L.



## SIGLES

**B**

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

**N**

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

**R**

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



# 01

## Zones comercials



## RESUM DE RESULTATS

## ZONES COMERCIALS

### COMPRA EN ZONES COMERCIALS

Acostumen a comprar a zones comercials de la ciutat el 80,2% dels/les barcelonins/es.

Principalment ho fan els/les més joves; així entre els 16 i els 24 anys ho fan el 89,8%, seguit a prop pel grup d'edat dels 25 als 34 anys (86,3%). I menys les persones de 65 anys i mes (72,3%). Ho fan dones i homes pràcticament per igual.

La zona de Barnacentre – El Corte Inglés de Pl. Catalunya (11,1%), el Centre Comercial La Maquinista (9,9%), el Centre Comercial de Les Glòries (8,2%) i Diagonal - l'illa i el Corte Inglés de Diagonal (7,7%), són les zones on més veïns i veïnes van a comprar.

**Evolució:** El percentatge de compra a zones comercials es manté en percentatge similar a l'any 2019 i arriba ja al 80,2%. que és la màxima de la sèrie temporal.

En aquesta edició continua la tendència, constatada amb més intensitat a partir del 2019, d'una major distribució de la població entre les diferents zones comercials de la ciutat en detriment de les zones que històricament havien concentrat la majoria de les

compres. Aquesta onada destaca la pujada de les compres al Nou Eixample- esquerra de l'Eixample (4,6p.) i la baixada, per segon any consecutiu, de La Maquinista que baixa 4 punts i de l'Eix de Sant Andreu que en perd 3,3.

### TIPUS DE PRODUCTE

Els aliments (tant producte fresc com la resta) i la roba i calçat i són els productes que més barcelonins/es busquen a les zones comercials. Així, a la primera zona comercial que identifiquen espontàniament hi van a comprar principalment producte fresc (64,4%), seguit per la resta d'aliments (51,9%) i la roba i calçat (35,1%). A més distància compren altres productes quotidians (12,5%) i de parament de la llar (5%).

Mentre a la segona zona comercial hi van a comprar més roba i calçat (69,6%), resta d'aliments no frescos (22,9%), producte fresc (21,2%) i oci i cultura i parament de la llar (9,1% i 9% respectivament).

**Evolució:** Es consolida la compra majoritària d'alimentació en la primera zona comercial en detriment de la roba i calçat (baixa 12,7 punts fins al 35,1%). La roba i calçat segueix però com la compra

preferida a la segona zona comercial, amb un lleuger increment de 2,1 punts.

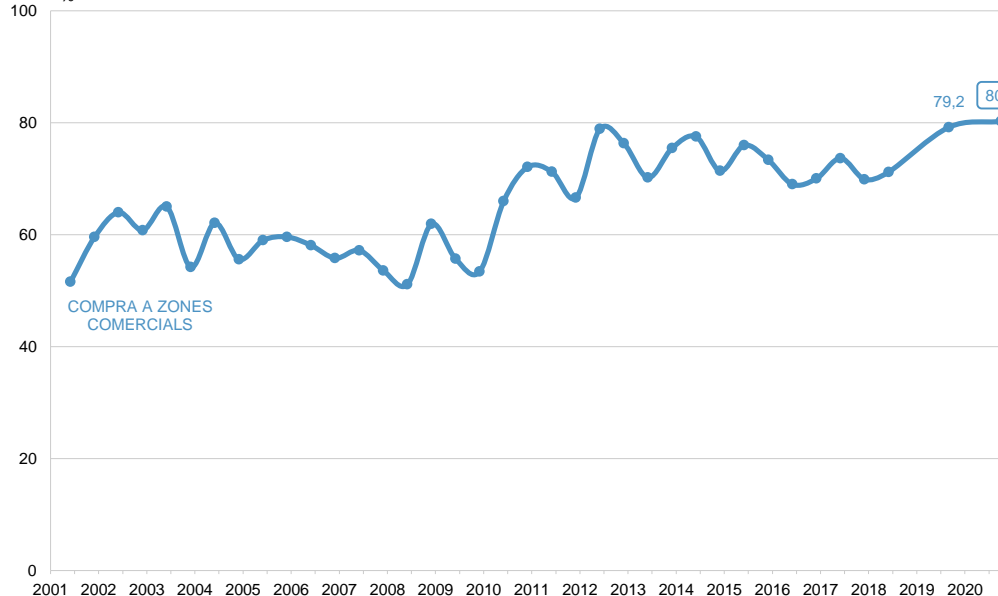


## COMPRA A ZONES COMERCIALS

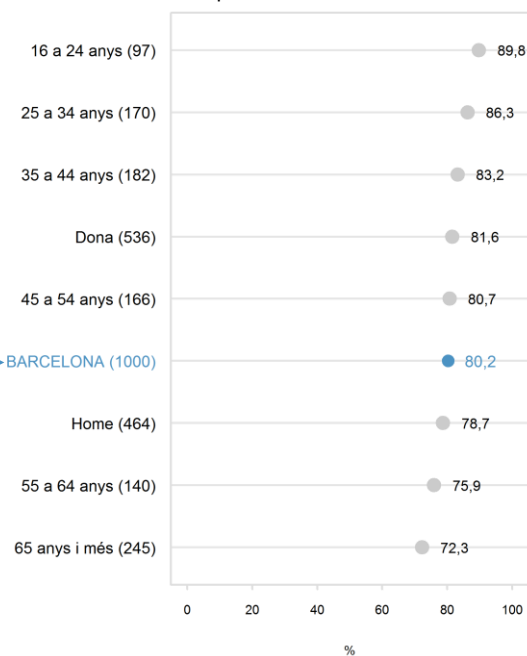
### EVOLUCIÓ / CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

## ZONES COMERCIALS

% Evolució



Compra a Zones Comercials



CM\_5

Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?

N 1000

R Espontània. Multiresposta





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

## ZONES COMERCIALS

%	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	2019	2020
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.
BARNACENTRE - EL CORTE INGLÉS (PL. CAT.)	27,1	21,1	25,3	21,3	26,3	21,5	21,9	20,3	23,0	26,9	16,5	16,1	18,7	18,4	14,1	11,1	11,1
CC LA MAQUINISTA	13,7	15,7	17,7	17,8	15,0	17,4	17,0	16,8	17,9	20,2	19,2	18,3	18,8	17,5	19,2	13,9	9,9
CC GLÒRIES	10,8	10,2	13,8	12,7	10,4	11,2	10,1	9,2	12,2	10,2	7,0	6,8	10,6	12,3	12,5	9,7	8,2
DIAGONAL-ILLA - EL CORTE INGLÉS (DIAGONAL)	14,6	13,1	19,2	18,2	15,1	15,7	17,3	18,1	17,3	17,9	17,3	15,3	19,3	17,1	12,3	9,2	7,7
NOU EIXAM PLE - ESQUERRA DE L'EIXAM PLE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	2,8	7,5
DIAGONAL MAR	10,6	10,4	13,6	11,5	9,4	12,5	13,0	11,1	9,3	12,0	12,0	11,1	10,2	10,8	12,1	9,3	7,2
SANTS-CREU COBERTA	3,1	3,2	1,6	1,6	3,6	2,5	2,9	1,7	2,7	1,4	2,1	1,6	3,0	1,0	3,3	6,0	6,4
EIX SANTS-LES CORTS	0,8	1,3	2,0	1,4	1,3	1,4	1,8	0,3	2,0	1,5	1,3	1,1	1,1	1,0	1,5	4,5	6,1
SARRIÀ	0,7	0,3	1,2	0,5	0,7	0,7	0,9	0,4	0,6	0,6	0,4	0,6	0,7	0,4	1,1	3,5	6,0
POBLE NOU	0,3	0,5	0,1	0,5	0,7	0,5	0,8	0,2	0,4	0,7	0,2	0,4	0,8	0,6	0,9	2,4	5,0
GRAN DE GRÀCIA	1,7	1,7	2,2	2,7	3,0	1,9	2,2	1,7	2,0	3,1	0,9	2,5	2,4	3,4	3,6	4,2	4,7
BORN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	0,7	1,4	3,6	4,4
BULEVARDS DE NOU BARRIS	0,5	0,5	0,6	0,8	1,7	0,8	0,4	0,3	0,5	0,3	0,4	0,3	0,2	0,2	2,2	4,4	4,4
EIX DE SANT ANDREU	2,0	1,2	3,6	2,6	1,9	2,2	2,1	1,4	1,5	1,1	1,2	1,4	1,7	1,6	1,8	7,1	3,8
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

CM\_5 Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?

N 1000  
R Espontània. Multiresposta

\* Fins al desembre de 2017, la categoria "Passeig de Gràcia – Rambla Catalunya" i "el Triangle-Carrer Pelai eren" "Passeig de Gràcia" i "Rambla Catalunya- El Triangle".



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

## ZONES COMERCIALS

%	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	2019	2020
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.
PASSEIG DE GRÀCIA - RAMBLA DE CATALUNYA *	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,3	4,8	4,7	3,8
PASSEIG DE GRÀCIA	1,7	4,0	2,2	4,7	3,8	3,9	4,6	3,2	3,9	2,1	1,5	6,3	4,0	-	-	-	-
EL TRIANGLE - CARRER PELAI	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,4	1,0	0,9	1,1
RAMBLA DE CATALUNYA - EL TRIANGLE	5,0	4,5	4,9	9,1	7,4	4,1	5,2	4,6	4,4	1,7	2,1	10,4	6,8	-	-	-	-
DRETA DE L'EIXAMPLE	0,7	1,0	1,5	0,5	1,7	0,7	1,6	0,7	1,7	1,0	0,9	1,3	1,6	0,9	1,9	4,0	3,6
EIX D'HORTA	0,9	0,3	1,7	0,8	0,6	0,6	0,5	0,7	0,4	0,4	0,3	0,6	0,6	0,5	1,7	2,1	3,4
EIX DE LA SGDA FAMILIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	3,0	3,2
EIX DEL CLOT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	2,2	2,9
LES RAMBLES	0,6	0,3	1,4	1,2	0,8	1,8	1,7	1,4	1,2	0,5	0,7	1,6	0,8	0,8	1,1	1,3	2,4
HERON CITY (CAN DRAGÓ)	2,2	1,7	3,9	3,1	2,0	1,2	3,4	2,3	2,3	3,1	3,4	2,2	3,6	1,6	3,6	2,9	1,6
EIX DE MARAGALL	-	0,1	0,1	0,1	0,8	0,2	0,4	-	0,4	0,1	-	0,2	-	0,2	0,6	3,5	1,4
SANT ANTONI CENTRE COMERCIAL	1,2	1,1	1,2	1,2	1,9	1,3	0,8	0,8	1,6	1,3	0,9	0,5	1,6	1,1	3,1	1,4	1,3
ALTRES	5,1	4,4	12,1	12,4	4,5	17,6	9,8	10,6	18,5	4,5	7,2	4,0	5,7	7,7	5,7	7,7	3,7
ZONES COMERCIALS FORA DE BARCELONA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,3	2,6	-	-	-
NO COMPRA A ZONES COMERCIALS	27,5	32,4	20,3	21,6	29,0	23,3	20,1	26,2	21,2	24,2	30,3	27,5	23,4	26,9	27,9	20,5	18,6
NS/ NC	1,3	1,0	0,8	2,1	0,8	1,2	2,4	2,4	2,9	2,5	0,7	2,5	1,7	1,5	0,9	0,3	1,2
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

CM\_5 Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?

N 1000  
R Espontània. Multiresposta



## TIPUS DE PRODUCTE QUE HI ACOSTUMA COMPRAR

### EVOLUCIÓ (1/2)

### ZONES COMERCIALS

PRIMERA ZONA %	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	2019	2020
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.
PRODUCTE FRESC (CARN, PEIX, VERDURA, HORTALISSA)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57,1	64,4
RESTA D'ALIMENTS (EXCEPTE PRODUCTE FRESC)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39,1	51,9
ALIMENTS*	22,9	20,6	22,1	19,8	23,8	24,3	26,4	18,6	25,9	23,1	20,2	16,3	23,2	24,3	49,4	-	-
ROBA I CALÇAT	72,7	76,7	64,9	72,2	74,4	71,5	68,6	76,3	73,3	75,6	76,8	77,4	71,1	72,3	72,3	47,9	35,1
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	8,7	10,1	12,3	9,4	8,8	11,9	10,3	7,8	12,1	9,7	7,2	6,4	9,0	9,9	14,3	15,4	12,5
PARAMENT DE LA LLAR	11,5	13,4	19,8	18,7	14,5	14,8	14,0	14,1	15,5	15,8	14,6	11,3	13,3	12,7	9,0	5,2	5,0
OCI I CULTURA	31,8	30,9	16,9	19,3	31,5	24,4	20,5	21,8	22,2	30,0	20,4	19,0	21,7	21,7	7,4	5,9	2,8
ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA	1,4	1,2	-	6,9	6,0	6,4	5,6	7,4	6,2	8,6	9,8	10,5	7,0	8,0	6,0	4,3	2,3
COMPLEMENTES / REGALS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,4	2,0	-	-
RESTAURACIÓ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-
ALTRES	1,2	1,1	1,5	0,9	0,3	0,1	3,3	0,9	2,0	2,4	1,2	1,3	0,9	0,5	0,7	0,8	0,0
DE TOT	-	-	1,5	0,3	-	2,3	-	-	1,1	0,5	0,4	-	0,5	0,4	0,3	-	2,5
NS/ NC	0,8	0,9	2,7	1,7	0,3	2,2	1,3	1,1	0,9	1,4	0,7	1,0	2,0	0,1	0,3	0,8	0,1
N	(724)	(666)	(789)	(763)	(702)	(749)	(777)	(722)	(763)	(737)	(689)	(702)	(759)	(722)	(712)	(792)	(803)

CM\_6

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

B Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN  
N 803  
R Espontània. Multiresposta

Al partir del 2019 s'han dividit els "aliments" en "producte fresc" i "resta d'aliments"



## TIPUS DE PRODUCTE QUE HI ACOSTUMA COMPRAR

### EVOLUCIÓ (2/2)

### ZONES COMERCIALS

SEGONA ZONA %	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	2019	2020
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.
ROBA I CALÇAT	71,9	71,3	60,7	64,5	74,8	69,1	61,1	76,9	74,1	73,6	70,3	76,1	76,1	69,7	74,9	67,5	69,6
RESTA D'ALIMENTS (EXCEPTE PRODUCTE FRESC)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18,3	22,9
ALIMENTS*	17,3	15,7	18,2	10,3	17,2	17,5	19,5	15,1	17,8	19,9	16,5	11,6	19,0	15,5	30,6	-	-
PRODUCTE FRESC (CARN, PEIX, VERDURA, HORTALISSA)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22,2	21,2
OCÍ I CULTURA	26,5	23,7	19,8	26,6	27,8	27,6	26,7	20,9	24,7	25,3	26,2	21,7	19,2	23,1	12,7	17,9	9,1
PARAMENT DE LA LLAR	8,6	12,3	2,1	23,3	15,3	17,3	13,6	15,8	16,3	15,8	14,5	12,5	10,6	12,0	10,9	7,3	9,0
ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA	3,1	1,0	0,2	9,9	7,1	7,3	6,2	8,4	5,8	9,2	11,4	11,3	5,4	6,9	9,0	10,1	7,7
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	7,4	6,0	8,2	4,7	7,1	7,4	5,2	5,8	8,4	10,1	3,5	6,0	7,3	8,9	10,0	8,0	7,1
REGALS / COMPLEMENTES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,4	2,0	-	0,5
RESTAURACIÓ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,5	-	-
ALTRES	1,5	3,3	2,2	0,8	0,5	3,0	11,0	0,9	2,7	3,4	1,2	0,3	0,7	2,1	0,5	1,9	-
DE TOT	-	-	0,6	-	-	-	-	-	0,4	-	0,8	-	-	0,3	0,5	-	0,2
NS/ NC	2,5	2,3	3,7	1,4	0,2	1,3	1,4	0,6	1,8	0,7	0,4	2,5	1,8	1,4	0,5	0,2	0,5
N	(324)	(300)	(511)	(485)	(424)	(440)	(414)	(348)	(486)	(414)	(266)	(326)	(397)	(374)	(402)	(464)	(406)

CM\_6

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

B Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN  
N 406  
R Espontània. Multiresposta

Al partir del 2019 s'han dividit els "aliments" en "producte fresc" i "resta d'aliments"



# 02

## Comerç a la ciutat





## RESUM DE RESULTATS

## COMERÇ A LA CIUTAT

### SISTEMA DE PAGAMENT

L'ús de la targeta de crèdit/dèbit és el sistema preferit per realitzar els pagaments en tots els tipus d'articles i es comença a introduir el pagament amb el mòbil/app's, mentre l'efectiu veu reduït el seu ús, i va del 34,9% en producte fresc, al 14,8% en productes d'electrònica i informàtica. Així, en les compres més habituals, com els aliments, on l'efectiu era el preferit, en aquesta onada el producte fresc el paguen el 55,2% amb targeta i el 9% amb el mòbil. A partir d'aquesta pauta en el producte fresc, on el pagament en efectiu té el seu màxim percentatge, les diferències entre el pagament amb targeta / mòbil-app's i l'efectiu s'incrementen segons el tipus de producte. Veiem que aquesta diferència es màxima quan es tracta de pagar productes d'electrònica i informàtica, on el pagament en efectiu, com indicàvem, representa el 14,8%, seguit pel pagament en articles de parament de la llar amb el 19,3%. El pagament per mòbil es situa al voltant del 9%.

El pagament en efectiu és més habitual en les persones majors de 65 anys i va del 51,9% en productes fresc al 18,2% en electrònica i informàtica.

**Evolució:** L'efectiu continua la seva baixada en els productes on més s'utilitzava, com per exemple el producte fresc on perd 7,2 punts i es manté en canvi en productes com el parament de la llar (+1,5p i es situa al voltant del 20%.) o en productes d'electrònica i informàtica on el seu ús era més minoritari (+1p. i s'aproxima al 15%). S'incrementa l'ús del pagament per mòbil/app.

### OBERTURA COMERÇOS DIUMENGE

Un 45,8% dels/les veïns/es de Barcelona està a favor de l'obertura dels comerços en diumenge mentre un 45,8% hi està en contra.

**Evolució:** Les opinions a favor de l'obertura en diumenge superen lleugerament per primer cop des de 2016 a les posicions contràries, i sembla una tendència que es consolida poc a poc. Des de setembre de l'any 2014 s'ha anat reduint el percentatge de persones amb opinió neutral optant per estar a favor o en contra. Ara les postures estan dividides amb petites variacions des del 2017 amb tendència a registrar petits increments a favor, una vegada s'han igualat amb el temps. Cal veure si es consolida la tendència. L'increment de les posicions a

favor es recolzada en major mesura per la població més jove.

### CRITERIS COMPRA PRODUCTE

El principals criteris en importància l'hora de comprar un producte són la qualitat (96%), i el preu (86,8%). I els criteri amb menor importància relativa, és que el producte sigui ecològic (53,6%) i poder comprar-lo per internet (33,5%).

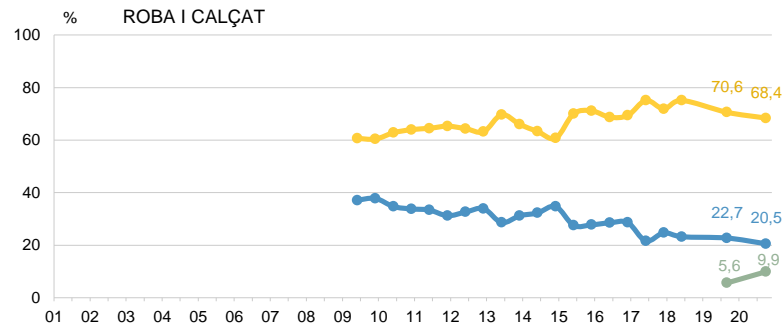
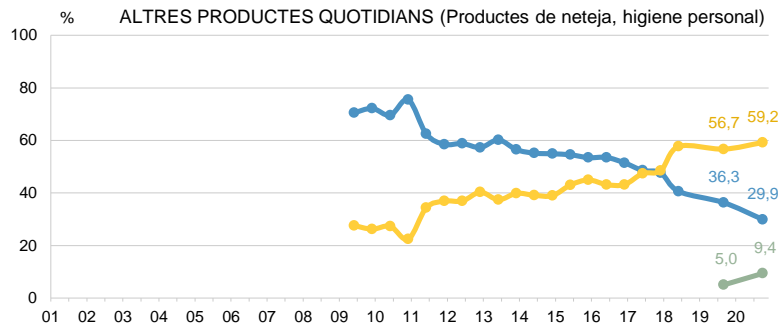
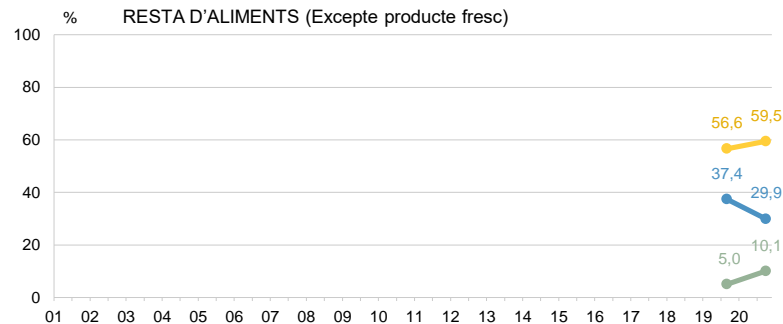
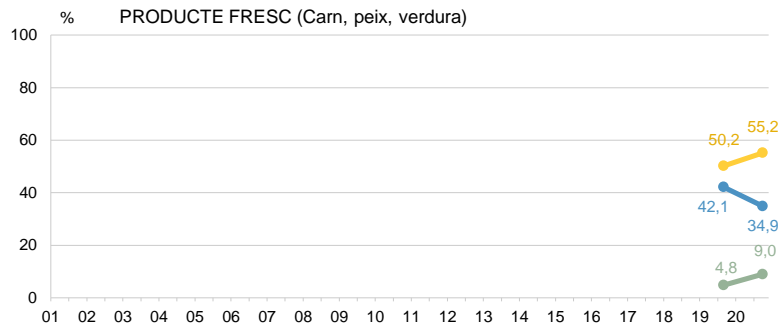
**Evolució:** Enguany es mantenen els factors més importants en la compra, n' hi ha però que han perdut rellevància respecte la darrera edició. Així factors que han perdut importància a l'hora de realitzar la compra, com que el producte sigui de ecològic, que perd 11,1 punts en la valoració positiva "molt/bastant important", o el compromís social de productor/a, que ho fa en 7,3 punts.



# SISTEMA DE PAGAMENT

## EVOLUCIÓ (1/2)

## COMERÇ A LA CIUTAT



CM\_11 *Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/dèbit?* **N** 1000

■ En efectiu  
■ Targeta crèdit/dèbit

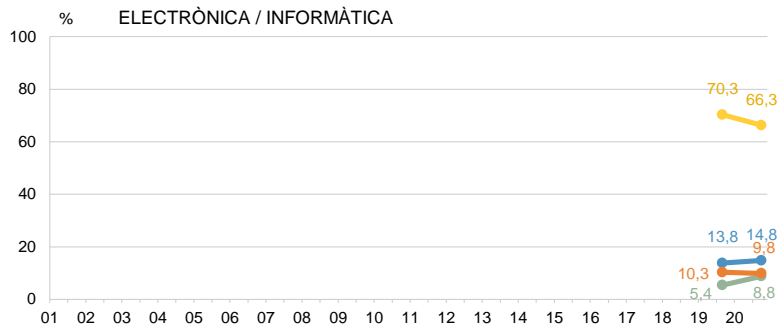
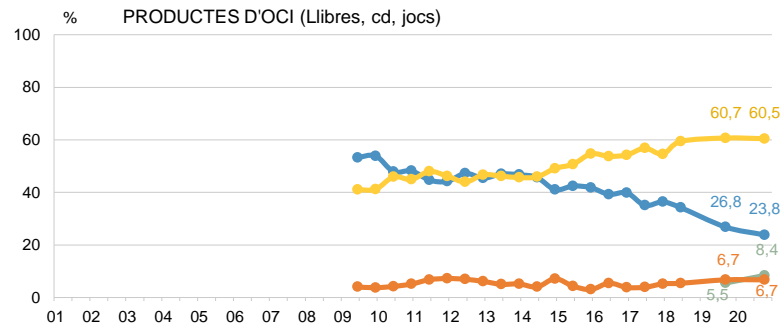
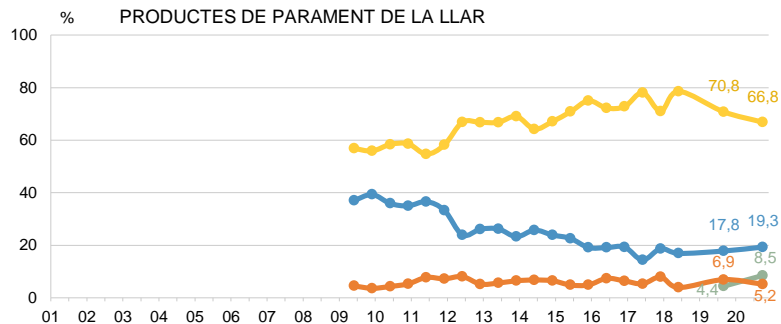
■ Mòbil / App



# SISTEMA DE PAGAMENT

## EVOLUCIÓ (2/2)

## COMERÇ A LA CIUTAT



CM\_11 *Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/dèbit?*

N 1000

■ En efectiu  
■ Targeta crèdit/dèbit

■ Mòbil / App  
■ No compra

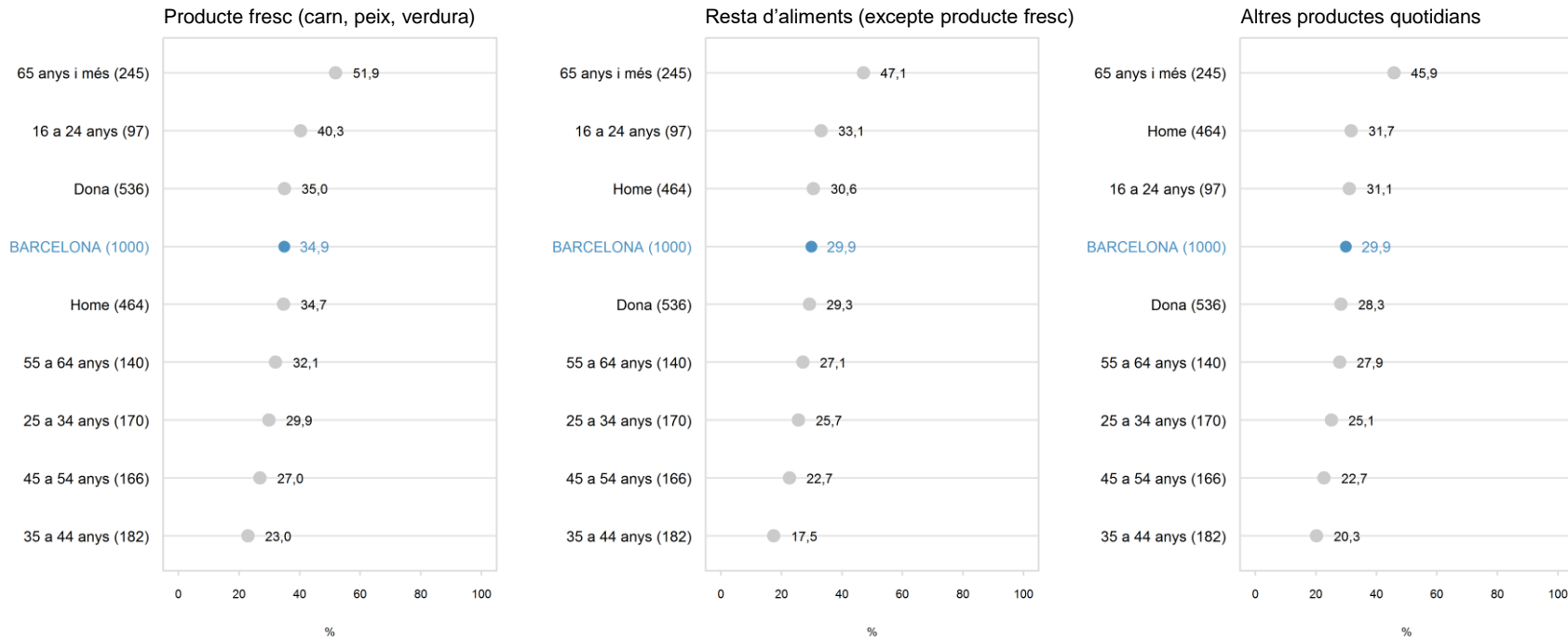




## PAGAMENT EN EFECTIU

### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES (1/3)

### COMERÇ A LA CIUTAT



CM\_11 *Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/dèbit?*

N 1000



## PAGAMENT EN EFECTIU

### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES (2/3)

### COMERÇ A LA CIUTAT



CM\_11 *Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/dèbit?*

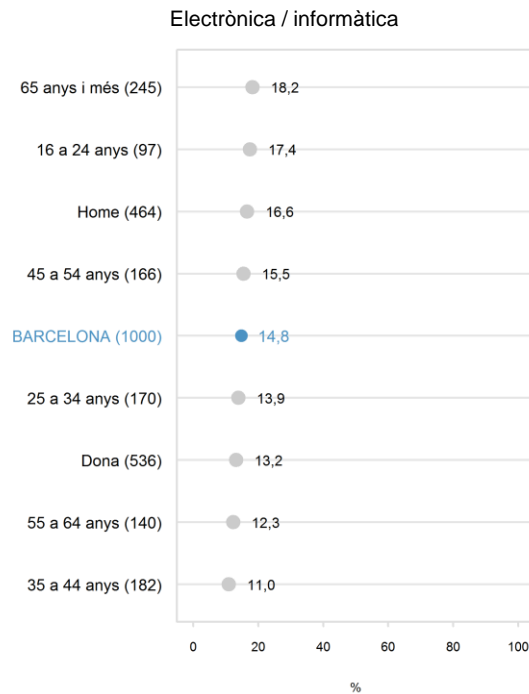
N 1000



## PAGAMENT EN EFECTIU

### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES (3/3)

### COMERÇ A LA CIUTAT



CM\_11 *Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/dèbit?*

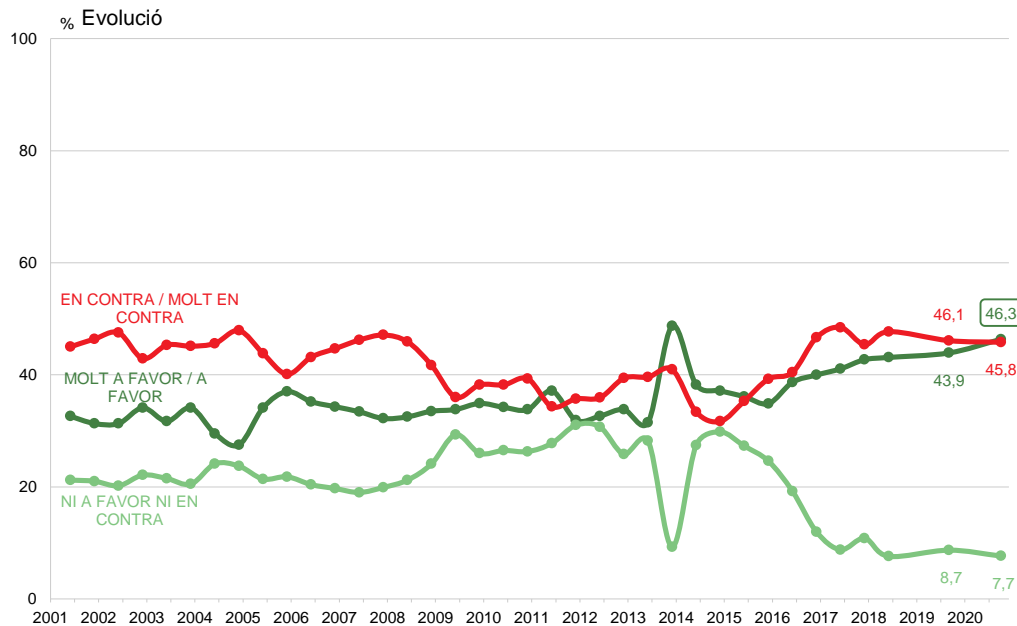
N 1000



## OBERTURA DELS COMERÇOS EN DIUMENGE

### EVOLUCIÓ / CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

COMERÇ A LA CIUTAT

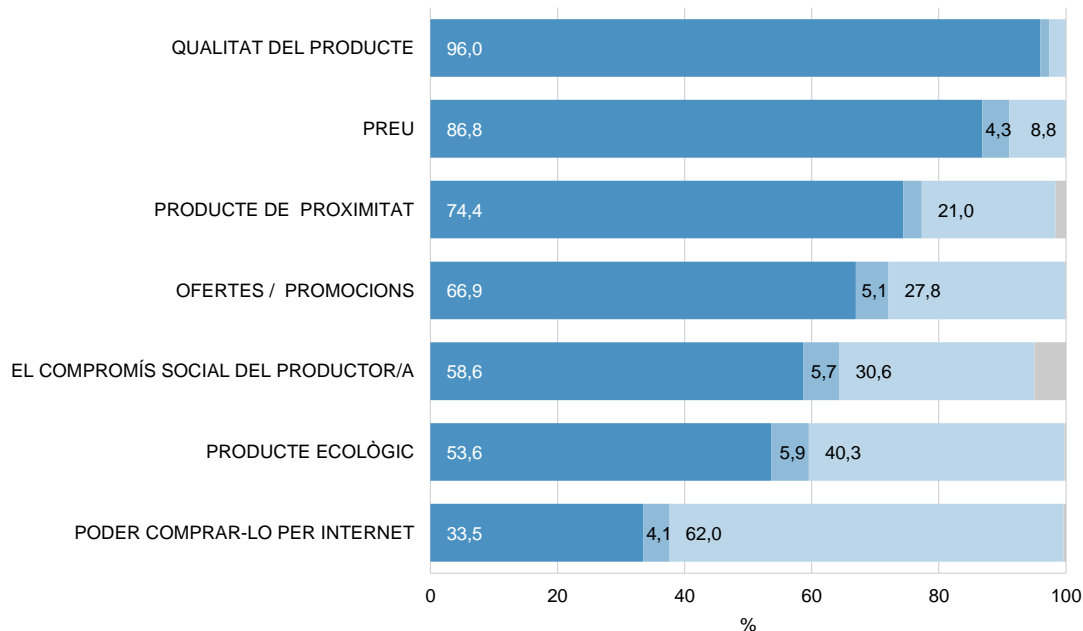




# IMPORTÀNCIA CRITERIS COMPRA PRODUCTE

## RESUM

## COMERÇ A LA CIUTAT



CM\_13 A l'hora de comprar un producte considera aquests criteris molt, bastant poc o gens importants?

N 1000

Molt / Bastant important  
Regular

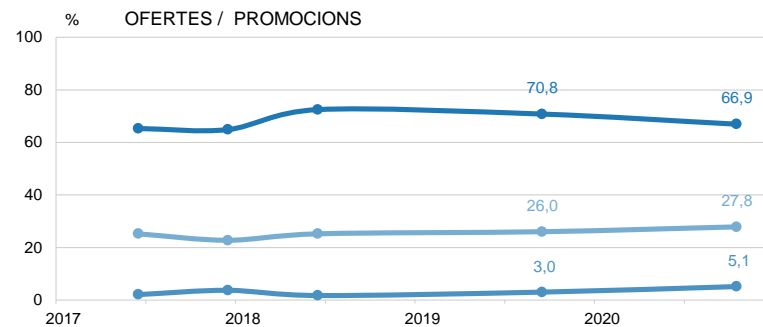
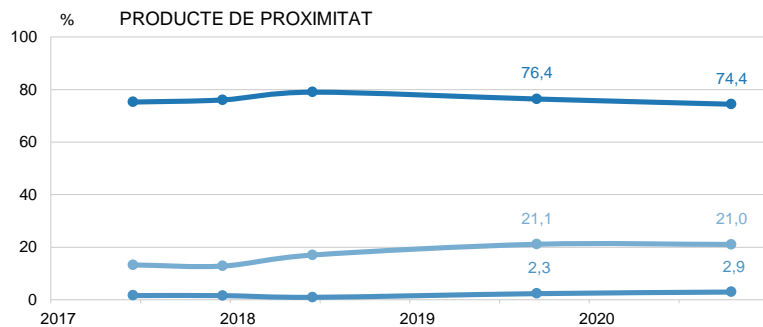
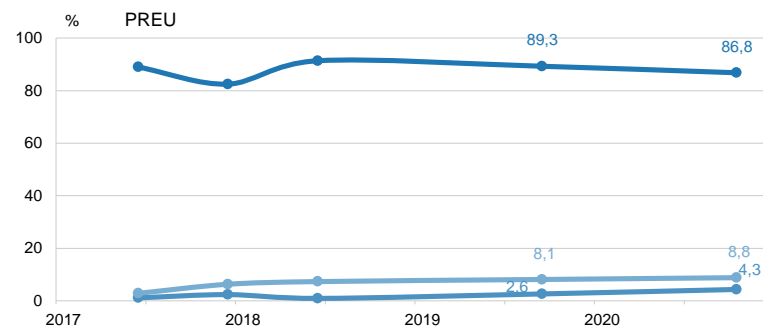
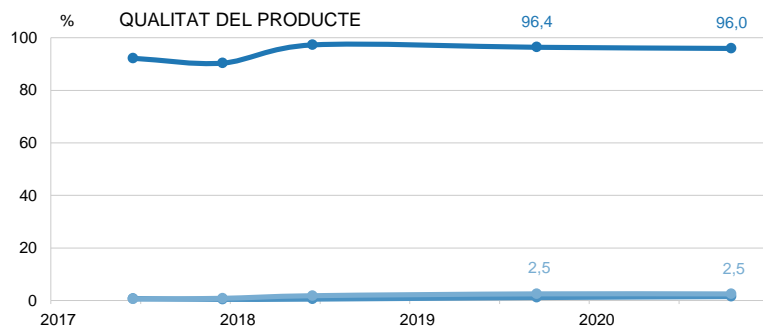
Poc / Gens important  
No compro aquest producte



# IMPORTÀNCIA CRITERIS COMPRA PRODUCTE

## EVOLUCIÓ (1/2)

## COMERÇ A LA CIUTAT



CM\_13 A l'hora de comprar un producte considera aquests criteris molt, bastant poc o gens importants?

N 1000

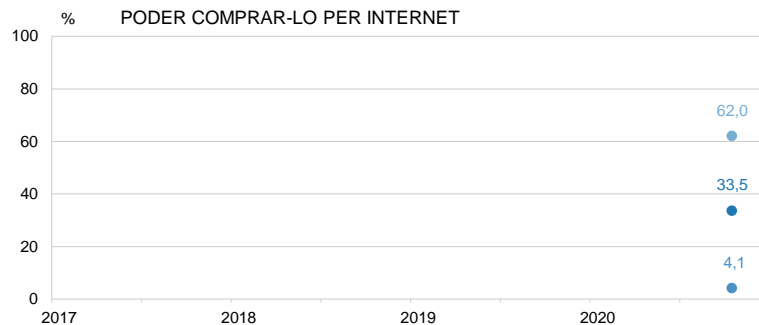
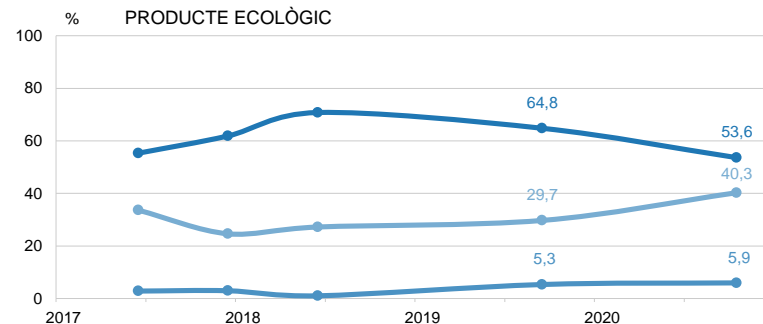
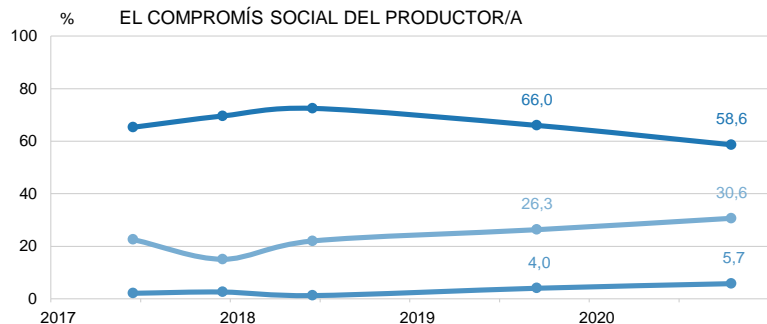
■ Molt / Bastant important  
■ Regular

■ Poc / Gens important



## IMPORTÀNCIA CRITERIS COMPRA PRODUCTE EVOLUCIÓ (2/2)

### COMERÇ A LA CIUTAT



CM\_13 A l'hora de comprar un producte considera aquests criteris molt, bastant poc o gens importants?

N 1000

■ Molt / Bastant important  
■ Regular

■ Poc / Gens important



# 03

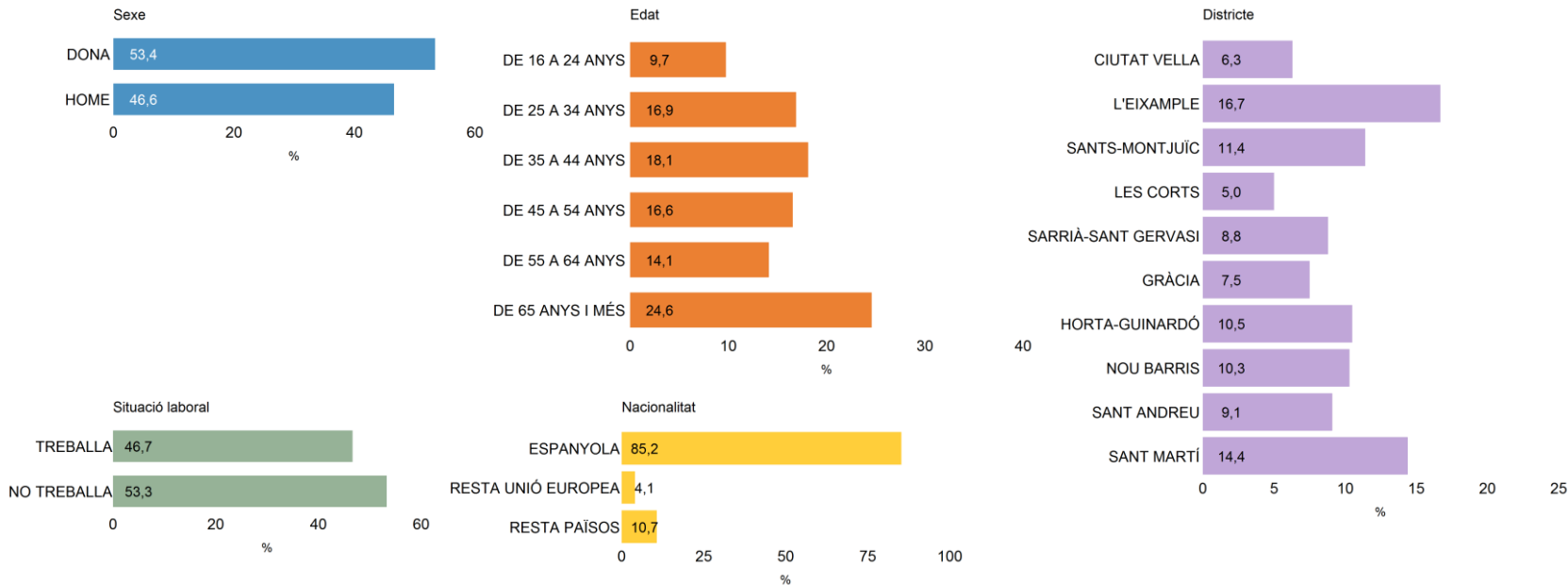
## Perfil dels entrevistats/ades





## QUOTES

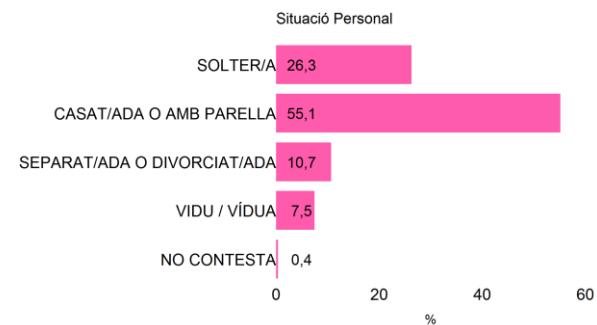
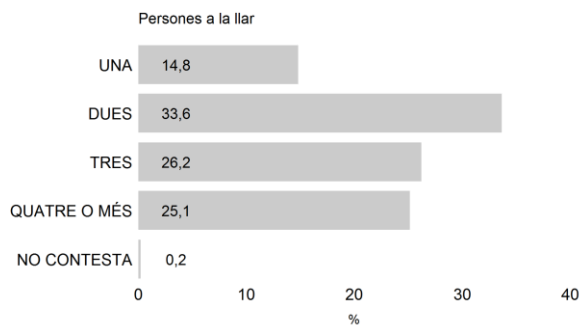
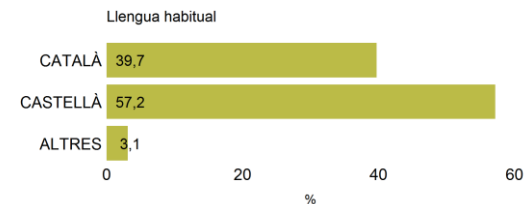
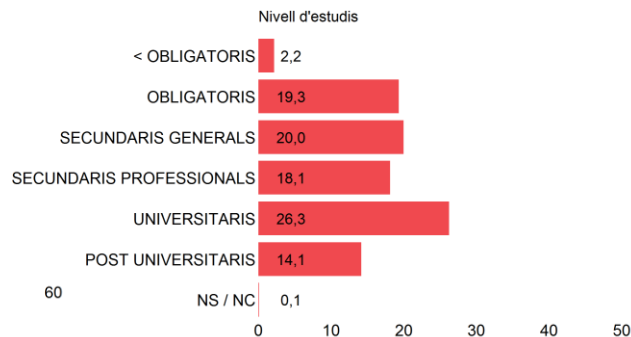
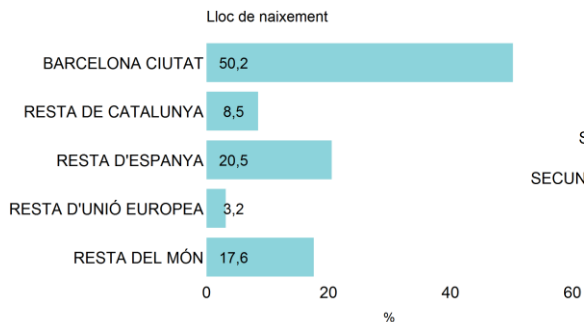
## PERFIL DELS ENTREVISTATS





## POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

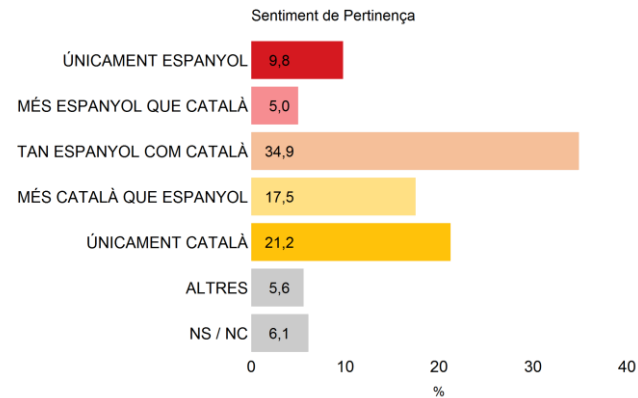
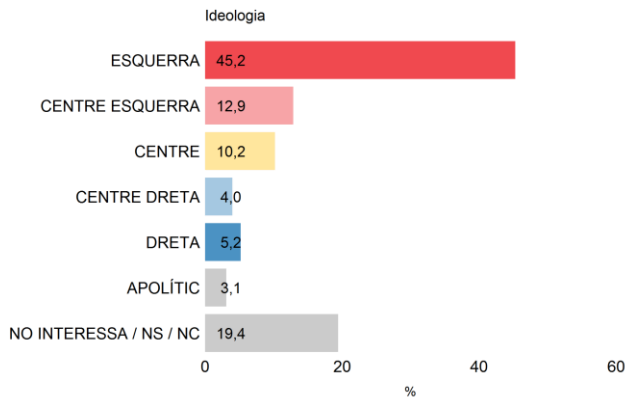
## PERFIL DELS ENTREVISTATS





## POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

## PERFIL DELS ENTREVISTATS





**Ajuntament  
de Barcelona**

