



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal:

Direcció de Serveis de Comerç

Presentació de Resultats

Del 8 de juny al 3 de juliol de 2018

S A
CON

Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r18006



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r18006

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 8 DE JUNY AL 3 DE JULIOL DE 2018

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

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



Protegim el Medi Ambient.

No imprimiu aquest document si no és necessari.

Tots els drets reservats. Aquesta publicació no pot ser reproduïda, ni en tot ni en part, ni registrada en o transmesa per un sistema de recuperació en cap forma ni en cap 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
comprar

012 Aspecte més valorat de la zona
comercial

013 COMERÇ ELECTRÒNIC

015 Compra per internet

016 Freqüència de compra per internet

017 Tipus de producte comprat per
internet

018 PERFIL DELS ENTREVISTATS



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1000 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista telefònica realitzada amb suport informàtic (CATI) complementada amb entrevistes personals realitzades amb suport informàtic (CAPI) al carrer en llocs predeterminats per tal de completar quotes

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

Mostreig aleatori estratificat. Els estrats s'han format per l'encreuament del territori (zona 1= Ciutat Vella, Sants – Montjuïc i

Nou Barris; zona 2 = Eixample, Les Corts i Sarrià - Sant Gervasi; zona 3 = Gràcia, Horta-Guinardó, Sant Andreu i Sant Martí) 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 districte municipal i una altra per a persones en situació d'atur.

AFIXACIÓ

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

PONDERACIÓ

No és procedent.

ERROR MOSTRAL

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

DATA DE REALITZACIÓ

Del 8 de juny al 3 de juliol de 2018

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Gesop S.L.

ORGANISME PROMOTOR

Oficina Municipal de Dades

El bloc de preguntes de la Direcció de Comerç forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de JUNY de 2018



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 71,2% dels barcelonins/es.

Principalment ho fan els/les més joves; així entre els 16 i els 24 anys ho fan el 79,2%, seguit a prop pel grup d'edat dels 25 als 34 anys (78,5%). Ho fan dones i homes pràcticament per igual.

La zona del Centre Comercial La Maquinista (19,2%), Barnacentre – El Corte Inglés de Pl. Catalunya (14,1%), el Centre Comercial de Les Glòries (12,5%), Diagonal - l'Illa i el Corte Inglés de Diagonal (12,3%) i Diagonal Mar (12,1%), són les zones on més veïns i veïnes van a comprar.

Evolució: El percentatge de compra a zones comercials continua a l'entorn del 70%. La Maquinista es manté com la primera zona, mentre que Barnacentre, tot i estar la segona, baixa 4,3 i 4,6 punts en relació al desembre i juny passat respectivament.

També baixa com a zona de compra Diagonal - l'Illa i el Corte Inglés de Diagonal en 4,8 punts i 7 punts respecte al desembre i juny passats. Aquestes baixades es compensen a nivell general amb petites pujades a l'entorn del 2% (dintre del marge d'error de l'enquesta) en diferents zones de la ciutat. El Centre Comercial de Les Glòries s'estabilitza a l'entorn del 12% després de la seva reforma.

TIPUS DE PRODUCTE

La roba i el calçat són els productes que més barcelonins/es busquen a les zones comercials (el 72,3% el compren a la primera zona i el 74,9%, a la segona).

També n'hi ha força que hi compren aliments tant a la primera zona (49,4%) com a la segona (30,6%). Els segueixen "altres productes quotidians" (14,3%) a la primera zona i productes d'oci i cultura (12,7%) a la segona.

Evolució: Es manté la compra majoritària de roba i calçat. Augmenta la compra d'aliments i baixen les relacionades amb l'oci i la cultura.

ASPECTE MÉS VALORAT

La capacitat de poder escollir productes (31,3%) i la proximitat (29,5%) són els aspectes que més valoren els compradors de les zones comercials de Barcelona.

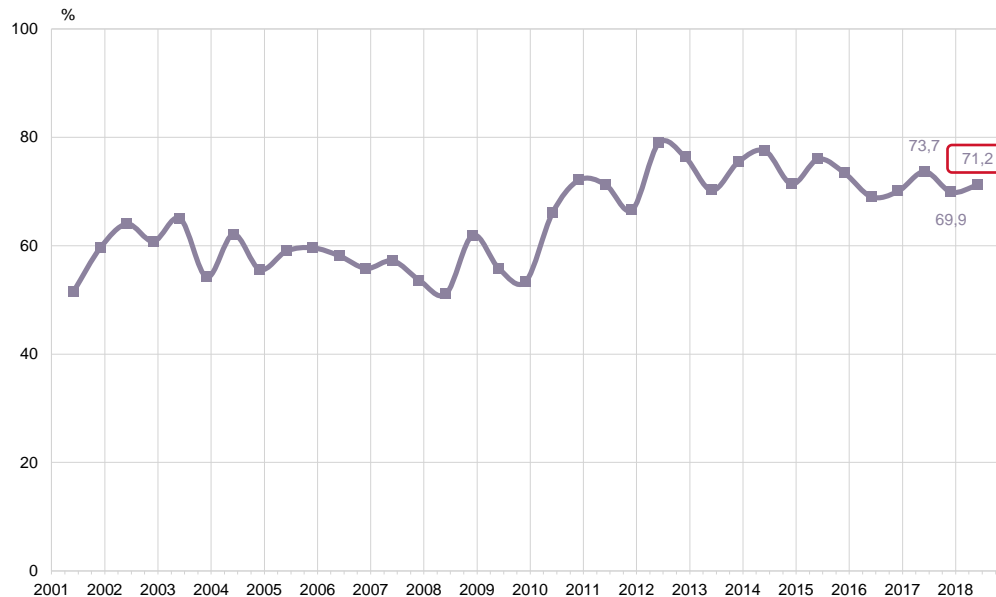
Evolució: La valoració d'aquests dos aspectes es és manté com la preferida tot i baixar 6,2 punts el poder escollir productes respecte a l'anterior onada. Destaca la pèrdua de valoració de "la concentració de botigues" que baixa 6,9 punts aquesta onada i ho fa 8,3 punts respecte a fa un any. El "tracte al client" recupera 3,1 punts respecte al desembre i 4,2 punts respecte al juny 2017.



COMPRA A ZONES COMERCIALS

ZONES COMERCIALS

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



% 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 (1/2)

ZONES COMERCIALS

| % | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| PASSEIG DE GRÀCIA - RAMBLA DE CATALUNYA | | | | | | | | | | | | | | 6,3 | 4,8 |
| 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 | | |
| 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 | | |
| 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 |
| HERON CITY | 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 |
| 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 |
| PLAÇA ESPANYA / CC LAS ARENAS | 1,1 | 1,6 | 2,1 | 2,8 | 1,2 | 2,0 | 2,0 | 2,0 | 3,6 | 1,9 | 2,7 | 2,3 | 2,0 | 3,3 | 3,2 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| N | (1016) | (1000) | (1000) | (1000) | (1000) | (1001) | (1008) | (1013) | (1008) | (1004) | (998) | (1000) | (1012) | (1007) | (1000) |

Notes:

* 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 (2/2)

ZONES COMERCIALS

| % | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 |
|------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny |
| 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 |
| BORN | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,4 | 0,7 | 1,4 |
| 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 |
| 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 |
| EL TRIANGLE - CARRER PELAI | | | | | | | | | | | | | | | 2,4 |
| ALTRES | 7,7 | 13,6 | 20,4 | 15,0 | 21,0 | 25,3 | 18,0 | 24,7 | 19,3 | 8,2 | 6,9 | 6,6 | 9,6 | 11,1 | 5,9 |
| ZONES COMERCIALS FORA DE BARCELONA | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1,3 | 2,6 | |
| NO COMPRA EN 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 |
| 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 |
| N | (1016) | (1000) | (1000) | (1000) | (1000) | (1001) | (1008) | (1013) | (1008) | (1004) | (998) | (1000) | (1012) | (1007) | (1000) |

CM_5 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 | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 |
|-----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| 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 |
| ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA | 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 |
| COMPLEMENTS / REGALS | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1,4 | 2,0 |
| RESTAURACIÓ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,6 |
| DE TOT | | | 1,5 | 0,3 | | 2,3 | | | 1,1 | 0,5 | 0,4 | | 0,5 | 0,4 | 0,3 |
| 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 |
| 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 |
| N | (724) | (666) | (789) | (763) | (702) | (749) | (777) | (722) | (763) | (737) | (689) | (702) | (759) | (722) | (712) |



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

ZONES COMERCIALS

| % | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny |
| 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 |
| 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 |
| OCI 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 |
| PARAMENT DE LA LLAR | 8,6 | 12,3 | 21,1 | 23,3 | 15,3 | 17,3 | 13,6 | 15,8 | 16,3 | 15,8 | 14,5 | 12,5 | 10,6 | 12,0 | 10,9 |
| ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANES | 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 |
| 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 |
| RESTAURACIÓ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2,5 |
| COMPLEMENTS / REGALS | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2,4 | 2,0 |
| DE TOT | - | - | 0,6 | | | | | | 0,4 | | 0,8 | | | 0,3 | 0,5 |
| 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 |
| 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 |
| N | (324) | (300) | (511) | (485) | (424) | (440) | (414) | (348) | (486) | (414) | (266) | (326) | (397) | (374) | (402) |

CM_6 Quin tipus de producte acostuma a comprar-hi? Acostumen a comprar a una 2ª zona comercial de BCN
Algun altre? 402

Espontània. Multiresposta



ASPECTE MÉS VALORAT DE LA ZONA COMERCIAL

ZONES COMERCIALS

| % | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 |
|--------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny |
| LA VARIETAT (LLIBERTAT DE L'ELECCIÓ) | 40,5 | 35,3 | 30,4 | 41,5 | 35,3 | 36,5 | 37,2 | 42,5 | 40,9 | 45,2 | 33,8 | 43,1 | 31,2 | 37,5 | 31,3 |
| LA PROXIMITAT | 22,1 | 23,0 | 25,9 | 20,7 | 30,1 | 29,2 | 26,4 | 21,1 | 26,9 | 33,3 | 29,0 | 32,3 | 28,7 | 30,2 | 29,5 |
| L'ESPAI | 10,5 | 10,2 | 9,0 | 10,2 | 11,7 | 13,4 | 12,1 | 10,5 | 13,4 | 7,5 | 13,6 | 7,8 | 14,7 | 11,2 | 15,2 |
| EL TIPUS DE BOTIGUES | 6,1 | 7,5 | 6,5 | 2,0 | 10,5 | 8,1 | 8,5 | 6,8 | 6,1 | 4,0 | 6,4 | 6,4 | 7,2 | 6,6 | 9,6 |
| LA CONCENTRACIÓ DE BOTIGUES | 11,5 | 13,4 | 13,3 | 13,0 | 12,1 | 19,0 | 4,5 | 4,5 | 8,2 | 2,9 | 5,9 | 5,3 | 15,5 | 14,1 | 7,2 |
| EL TRACTE AL CLIENT | 3,7 | 2,9 | 6,5 | 6,8 | 4,6 | 8,6 | 3,2 | 4,4 | 4,9 | 0,3 | 5,0 | 1,6 | 2,7 | 3,7 | 6,9 |
| EL PREU | 3,7 | 2,4 | 8,4 | 11,9 | 2,4 | 5,9 | 3,7 | 3,5 | 5,4 | 0,5 | 1,9 | 3,2 | 1,7 | 4,1 | 4,6 |
| L'APARCAMENT | 4,0 | 3,5 | 4,3 | 2,0 | 4,8 | 4,8 | 2,6 | 5,3 | 3,9 | 4,3 | 2,6 | 4,2 | 2,6 | 2,6 | 4,2 |
| LA COMODITAT | 1,9 | 2,6 | 3,5 | 4,1 | 3,1 | 6,8 | 3,6 | 3,3 | 2,4 | 4,6 | 3,6 | 4,6 | 3,6 | 3,7 | 4,2 |
| LA UBICACIÓ | 3,6 | 2,3 | 3,3 | 0,9 | 2,3 | 3,8 | 1,7 | 3,3 | 4,0 | 3,0 | 0,7 | 1,9 | 2,4 | 2,1 | 3,4 |
| ESTÀ BEN COMUNICAT | 3,2 | 2,7 | 2,2 | 1,6 | 3,8 | 5,4 | 2,7 | 1,3 | 3,0 | 5,4 | 2,6 | 2,1 | 2,2 | 4,3 | 3,4 |
| LA QUALITAT | 2,3 | 4,2 | 5,3 | 4,6 | 2,8 | 6,0 | 1,2 | 2,7 | 4,6 | 2,0 | 3,7 | 2,2 | 2,2 | 1,4 | 3,4 |
| EL TIPUS DE PRODUCTES | 4,0 | 3,2 | 6,5 | 5,9 | 6,4 | 4,7 | 7,9 | 3,2 | 3,2 | 2,1 | 5,1 | 2,4 | 2,5 | 3,3 | 3,2 |
| L'OFERTA D'OCI I RESTAURACIÓ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2,4 | 2,4 | 3,2 |
| LA TRANQUIL·LITAT | 2,1 | 1,5 | 1,8 | 0,8 | 2,3 | 1,2 | 2,0 | 1,9 | 1,2 | 1,4 | 1,7 | 2,0 | 2,7 | 2,5 | 2,9 |
| L'AMBIENT | 2,9 | 4,4 | 2,3 | 2,1 | 2,3 | 3,7 | 5,5 | 2,5 | 4,2 | 1,4 | 2,5 | 1,8 | 2,4 | 2,5 | 2,8 |
| LA POSSIBILITAT DE PASSEIG I COMPRA | 2,1 | 2,6 | 3,5 | 1,2 | 2,0 | 3,2 | 3,8 | 3,0 | 2,2 | 1,5 | 1,3 | 1,9 | 1,7 | 1,2 | 1,7 |
| COSTUMS I CONEIXEMENT | 1,2 | 0,6 | 1,3 | 0,1 | 1,0 | 2,5 | 0,8 | 1,0 | 2,0 | 1,2 | 0,3 | 1,2 | 0,5 | 0,7 | 1,3 |
| L'HORARI | 0,6 | 0,3 | 0,6 | 1,0 | 0,9 | 0,6 | 1,1 | | 0,1 | 7,5 | 0,6 | 0,6 | 0,3 | 0,3 | 1,0 |
| ALTRES | 5,5 | 3,0 | 6,7 | 8,1 | 4,3 | 5,6 | 3,6 | 5,6 | 3,6 | 5,3 | 1,6 | 1,9 | 1,6 | 1,1 | 1,1 |
| TOT EN GENERAL | 1,2 | 2,9 | 2,0 | 3,5 | 0,4 | 0,4 | 2,8 | 2,6 | 1,0 | 0,7 | 2,6 | 2,3 | 1,7 | 1,6 | 1,1 |
| NS / NC | 11,5 | 2,4 | 1,8 | 3,0 | 3,1 | 1,7 | 2,3 | 2,7 | 1,9 | 1,2 | 1,4 | 0,9 | 3,7 | 2,7 | 2,4 |
| N | (724) | (666) | (789) | (763) | (702) | (749) | (777) | (722) | (763) | (737) | (689) | (702) | (759) | (722) | (712) |

CM_7 Què és el que més valora de la zona comercial on va a comprar?
B Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN
N 712
R Espontània. Multiresposta



02

Comerç electrònic



RESUM DE RESULTATS

COMERÇ ELECTRÒNIC

COMPRA PER INTERNET

Comprar alguna vegada per internet ho han fet 6 de cada 10 ciutadans/es de Barcelona.

És una compra influenciada entre altres factors per l'edat, que es divideix en dos grups. Un que està per sota de la mitjana en el que és situa la població de 55 anys o més. En aquest el segment més distanciat de la mitjana és el de 65 anys o més (27,2%). La resta es situa per damunt d'aquesta i la màxima proporció es dona en la franja d'edat de 25 a 34 anys (89%).

A la vegada s'observa que els homes (73,7%) hi han comprat més que les dones (57,3%).

Evolució: El creixement de la compra per internet baixa lleugerament en aquesta onada (4,1p).

FREQÜÈNCIA

La majoria de persones que ha comprat alguna vegada per Internet ho fa de manera ocasional (53,3%). El 20% ho fa cada mes i l'12,6% cada

dos mesos. El 7,2% cada dues setmanes i cada setmana ho fa el 6,5%.

Evolució: Per bé que els percentatges de compra habitual encara son baixos, a cada onada es mantenen o pugen amb mesura mentre baixa la compra ocasional (3 punts en aquesta onada i 5,2p. respecte a fa un any).

TIPUS DE PRODUCTE

La compra online que fan els barcelonins/es inclou tota mena de productes, però bona part d'aquests són d'informàtica o telefonia (34,7%), de roba i calçat (34,4%) i d'oci i cultura (34,2%).

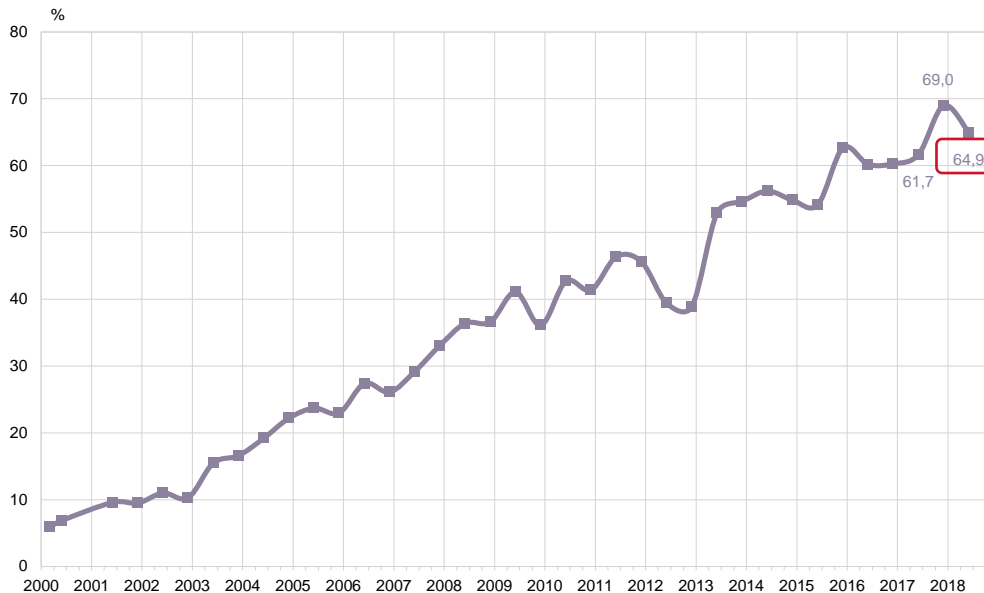
Evolució: Pugen les mencions als articles d'informàtica, ho fan també però amb menor intensitat les de roba i calçat, mentre que baixen les relacionades amb l'oci i cultura.



COMPRA PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC

EVOLUCIÓ



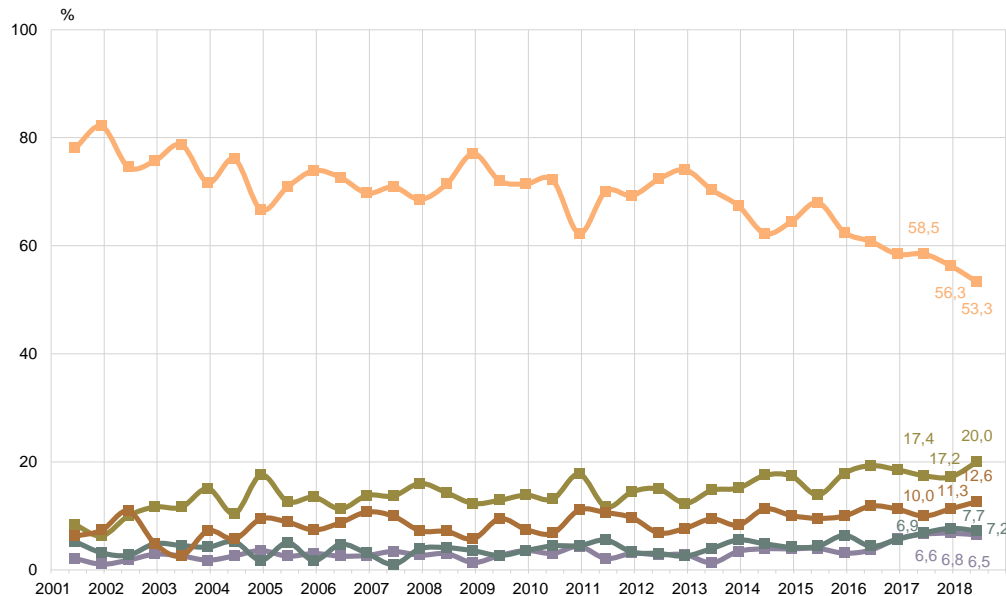
CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES





FREQÜÈNCIA DE COMPRA PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC



CM_9 Amb quina freqüència acostuma a comprar per internet? **B** Han comprat alguna vegada per internet
N 649

Setmanalment
Cada quinze dies
Mensualment

Cada dos mesos
Ocasionalment



TIPUS DE PRODUCTE COMPRAT PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC

| % | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | | 2018 |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny | Des. | Juny |
| INFORMÀTICA, TELEFONIA, FOTOGRAFIA... | 20,0 | 16,9 | 15,0 | 20,1 | 19,3 | 31,8 | 22,8 | 24,7 | 31,1 | 32,2 | 26,6 | 26,1 | 10,9 | 29,0 | 34,7 |
| ROBA I CALÇAT | 21,9 | 23,5 | 22,1 | 22,4 | 25,3 | 28,7 | 26,4 | 30,6 | 33,7 | 31,5 | 27,8 | 26,6 | 27,0 | 30,3 | 34,4 |
| OCI EN GENERAL (LLIBRES, CD, JOCS..) | 69,2 | 71,5 | 73,1 | 73,0 | 72,2 | 58,3 | 60,8 | 54,2 | 57,0 | 62,9 | 55,6 | 59,9 | 30,1 | 47,5 | 34,2 |
| VIATGES | 35,5 | 33,1 | 32,7 | 32,1 | 25,3 | 23,2 | 19,0 | 21,3 | 18,2 | 17,7 | 17,9 | 17,7 | 8,8 | 9,9 | 12,2 |
| LLIBRES | 13,6 | 14,9 | 14,2 | 12,9 | 19,1 | 15,1 | 19,9 | 14,0 | 14,7 | 21,8 | 17,7 | 20,4 | 14,7 | 21,0 | 11,6 |
| ENTRADES CINEMA O ESPECTACLES | 13,2 | 13,4 | 14,7 | 15,9 | 10,8 | 9,6 | 8,2 | 9,9 | 9,5 | 8,8 | 10,3 | 12,5 | 2,9 | 4,0 | 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 | 1,7 | 4,7 | 3,4 |
| MÚSICA | 7,0 | 6,4 | 6,3 | 5,1 | 5,3 | 3,8 | 5,2 | 4,5 | 4,0 | 5,3 | 4,6 | 4,5 | 2,1 | 6,5 | 2,2 |
| PARAMENT DE LA LLAR | 3,8 | 7,5 | 9,6 | 5,4 | 10,2 | 9,4 | 12,0 | 11,2 | 14,4 | 11,0 | 11,0 | 11,6 | 11,8 | 14,3 | 15,3 |
| ALIMENTS | 12,7 | 12,5 | 14,2 | 9,0 | 9,3 | 7,0 | 10,2 | 10,9 | 6,4 | 9,2 | 8,1 | 9,0 | 8,7 | 8,5 | 11,9 |
| ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS | 5,3 | 7,7 | 6,3 | 5,4 | 7,6 | 5,9 | 6,1 | 3,6 | 6,5 | 6,4 | 2,5 | 4,6 | 5,3 | 8,5 | 8,6 |
| MATERIAL ESPORTIU | - | 0,4 | 2,8 | 1,8 | 3,2 | 2,0 | 3,7 | 3,7 | 3,4 | 2,4 | 3,5 | 3,3 | 1,1 | 3,8 | 4,2 |
| COMPLEMENTES | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,4 | 1,9 | 4,2 |
| JOGUINES | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0,5 | 4,4 | 3,4 |
| ALTRES | 4,5 | 1,8 | 3,3 | 2,8 | 3,4 | 7,4 | 4,3 | 6,3 | 6,4 | 4,1 | 3,5 | 5,6 | 1,2 | 4,4 | 7,1 |
| NS / NC | 2,8 | 0,4 | 0,3 | 1,3 | 1,1 | 1,6 | 1,2 | 0,4 | 0,7 | 0,8 | 0,3 | 2,0 | 1,4 | 1,0 | 0,2 |
| N | (471) | (456) | (394) | (389) | (529) | (537) | (559) | (554) | (545) | (631) | (599) | (607) | (623) | (694) | (649) |

CM_10 Quin tipus de producte acostuma a comprar per internet?

B Han comprat alguna vegada per internet
N 649
R Espontània. Multiresposta



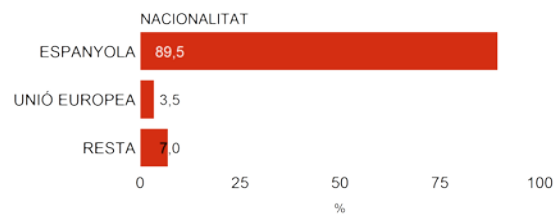
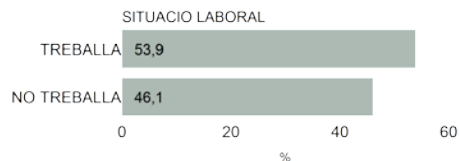
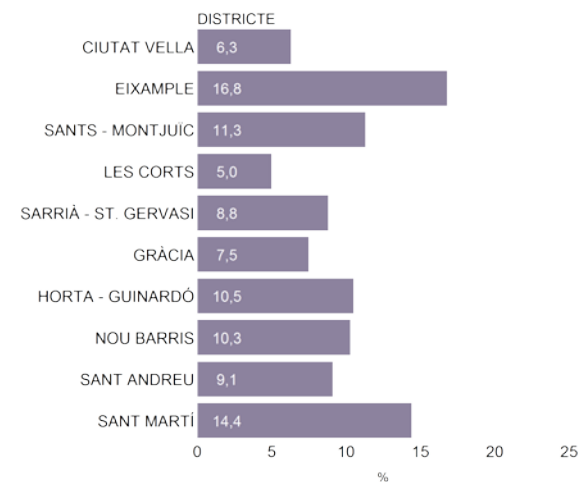
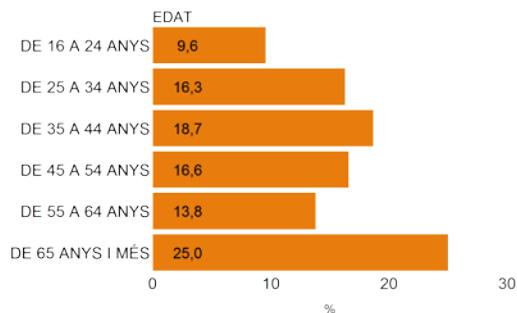
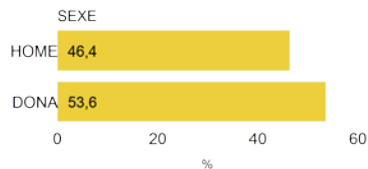
03

Perfil dels entrevistats



DADES PERSONALS

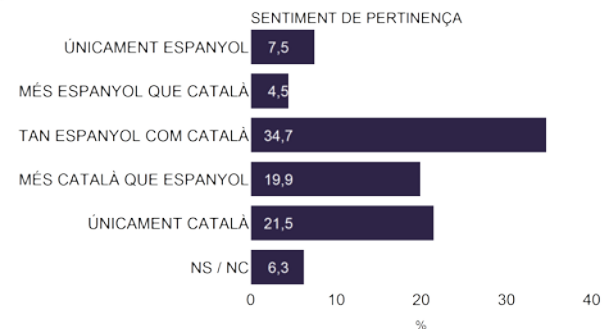
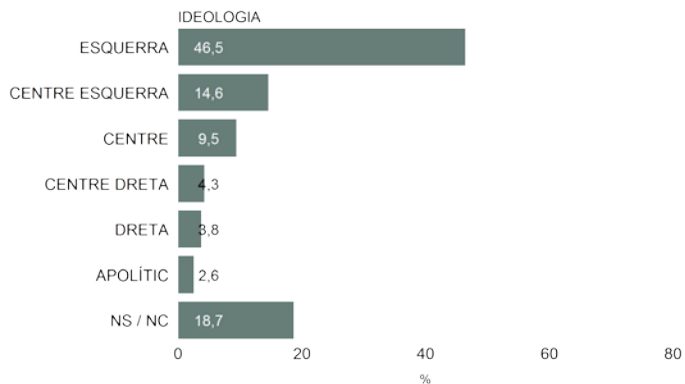
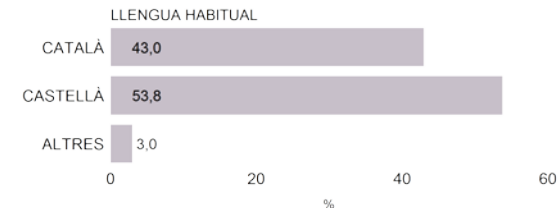
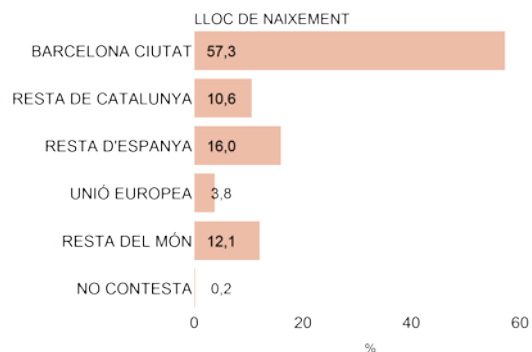
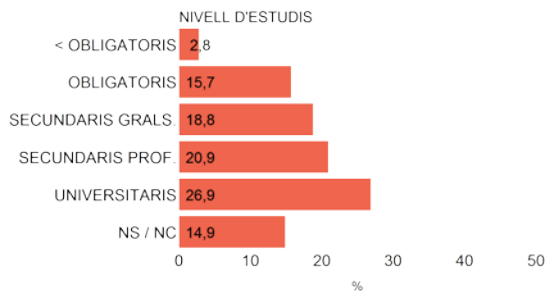
PERFIL DELS ENTREVISTATS





POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

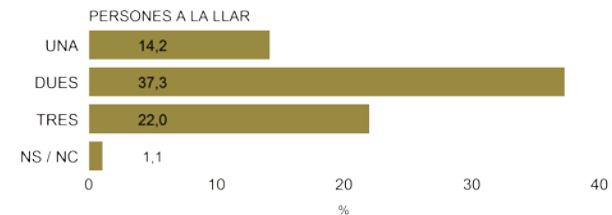
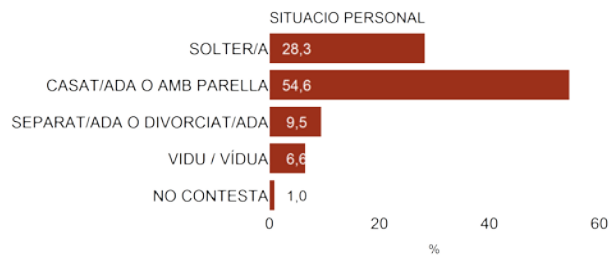
PERFIL DELS ENTREVISTATS





DADES PERSONALS

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**

