



Ajuntament  
de Barcelona

# Enquesta Òmnibus Municipal: Direcció de Serveis de Comerç

**Presentació de Resultats**

**De l'1 al 18 d'octubre de 2021**



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r21005

**ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL**  
**DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ**  
**PRESENTACIÓ DE RESULTATS**  
DE L'1 AL 18 D'OCTUBRE DE 2021

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 resident a 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

De l'1 al 18 d'octubre de 2021

### 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 68,3% dels/les barcelonins/es.

Principalment ho fan més les persones del tram d'edat de 45 a 54 anys (77,8%), seguit pel tram més jove de 16 a 24 anys (74,2%). Es situen per sota de la mitjana les de 55 o més anys, amb la menor compra en el tram de 65 i mes anys (55,9%). Hi compren dones i homes per igual.

La zona de Barnacentre – El Corte Inglés de Pl.

Catalunya (és la zona delimitada per plaça Catalunya, Les Rambles, carrer Ferran/Jaume I i Via Laietana) amb un 12,4%, el Centre Comercial de Les Glòries (11,4%), i el Centre Comercial La Maquinista (9,9%), són les zones on més veïns i veïnes van a comprar.

**Evolució:** El percentatge de compra a zones comercials baixa en aquesta edició (-12p.) i es situa lleugerament per sota del 70%, deixant enrere el percentatge dels dos darrers anys al voltant del 80%.

En aquesta edició mantenen o recuperen força els centres comercials en un procés de retorn a la

clientela pre-pandèmia. El CC. Glòries puja un 3,2%, afavorint de retruc a l'eix del Clot que puja 2%. Baixen per contra les zones comercials del Poble Nou (-3,8%) i Sants-Creu Coberta (-3,6p.).

### TIPUS DE PRODUCTE

La roba i calçat i els aliments (tant producte fresc com la resta) són els productes que més barcelonins/es busquen a les zones comercials. Així, a la primera zona comercial on acostumen a anar i que identifiquen espontàniament, hi van a comprar principalment la roba i calçat (51,4%) i producte fresc (50,2%), seguit per la resta d'aliments (37,6%). A més distància compren altres productes quotidians (7,5%) i de parament de la llar (3,8%).

Mentre, a la segona zona comercial es mantenen les preferències, en aquest cas el producte fresc es situa a la tercera opció darrere de la resta d'aliments i l'oci i cultura passa davant dels productes de parament de la llar.

**Evolució:** La roba i calçat recupera (+16,3 punts) la primera posició com a compra en la primera zona comercial, que va perdre els anys 2019 i 2020 en

benefici dels aliments. També recupera lleugerament en aquesta zona el parament de la llar.



# COMPRA A ZONES COMERCIALS

## EVOLUCIÓ / CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

## 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	2021
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.	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	12,4
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	11,4
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	10,3
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	8,1
NOU EIXAMPLE - ESQUERRA DE L'EIXAMPLE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	2,8	7,5	7,4
PASSEIG DE GRÀCIA - RAMBLA DE CATALUNYA *	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,3	4,8	4,7	3,8	7,0
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	0,6
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	-	-	-	-	-
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	6,2
EIX DEL CLOT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	2,2	2,9	4,9
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	4,4
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	3,9
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	3,4
N	(1000)	(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	2021
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.	Oct.
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	3,3
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	2,8
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	2,5
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	2,3
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	2,2
GRÀCIA NOVA	0,8	0,2	0,4	0,3	0,4		0,6	0,8	0,3	0,4	0,8	0,1	0,6	0,5		2,4	0,6	2,0
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	1,9
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	1,9
BORN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	0,7	1,4	3,6	4,4	1,8
LES RAMBLAS	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	1,6
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	1,4	0,4	1,6
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	1,2
ALTRES	3,2	2,7	9,7	9,4	3,7	15,8	7,7	7,9	15,1	2,4	3,7	1,7	3,0	4,1	4,0	10,4	7,3	4,1
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	30,6
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	1,1
N	(1000)	(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	2021
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.	Oct.
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	51,4
PRODUCTE FRESC (CARN, PEIX, VERDURA, HORTALISSA)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57,1	64,4	50,2
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	-	-	-
RESTA D'ALIMENTS (EXCEPTE PRODUCTE FRESC)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39,1	51,9	37,6
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	13,0
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	7,5
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	3,8
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	3,2
COMPLEMENTS / 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	0,7
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	0,0
N	(724)	(666)	(789)	(763)	(702)	(749)	(777)	(722)	(763)	(737)	(689)	(702)	(759)	(722)	(712)	(792)	(803)	(683)

CM\_6 Quin tipus de producte acostuma a comprar-hi? Algun altre?

B Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN  
N 683  
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	2021
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.	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	65,6
RESTA D'ALIMENTS (EXCEPTE PRODUCTE FRESC)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18,3	22,9	24,5
PRODUCTE FRESC (CARN, PEIX, VERDURA, HORTALISSA)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22,2	21,2	21,9
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	-	-	-
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	8,0	7,1	9,5
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	17,9	9,1	9,0
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	7,3	9,0	8,3
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	5,9
REGALS / COMPLEMENTES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,4	2,0	-	0,5	0,7
RESTAURACIÓ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,5	-	-	0,7
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	-	0,7
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	0,0
N	(324)	(300)	(511)	(485)	(424)	(440)	(414)	(348)	(486)	(414)	(266)	(326)	(397)	(374)	(402)	(464)	(406)	(421)

CM\_6 Quin tipus de producte acostuma a comprar-hi? Algun altre?

B Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN  
N 421  
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 el pagament amb el mòbil/app's manté percentatges del 10%. Mentre l'efectiu veu reduït una mica el seu ús en alguns articles o es manté, i va del 31,9% en producte fresc, al 14,6% 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 56,7% amb targeta i 10,4% amb el mòbil i en efectiu el 31,9%. 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 14,6%, seguit pel pagament en articles de parament de la llar amb el 17,6%.

El pagament en efectiu és més habitual en les persones majors de 65 anys i va del 50,6% en productes fresc al 23,7% en electrònica i informàtica.

**Evolució:** Enguany es mantenen els percentatges d'ús de l'efectiu en tot els productes amb l'excepció del producte fresc on perd aquest pagament perd 3 punts. La targeta incrementa percentatge gràcies a la reducció del percentatge de no compra com en els productes d'informàtica, on augmenta 4,5 punts amb la reducció de qui no compra en 4,8 punts.

### OBERTURA COMERÇOS DIUMENGE

Un 46,3% dels/les veïns/es de Barcelona està en contra de l'obertura dels comerços en diumenge mentre un 46,2% hi està en contra.

**Evolució:** Partidaris/es i detractors/es de l'obertura en diumenge igualen posicions mantenint resultats de l'any passat i que sembla estabilitzar-se en aquest percentatge, amb una reducció de les persones que no estaven ni a favor ni en contra en 1,5 punts.

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 en el 2020.

L'increment de les posicions a favor es recolzada en major mesura per els homes i la població més jove.

### CRITERIS COMPRA PRODUCTE

El principals criteris en importància l'hora de comprar un producte són la qualitat (95,9%), i el preu (88,9%). I els criteri amb menor importància relativa, és que el producte sigui ecològic (61,2%) i poder comprar-lo per internet (32,3%).

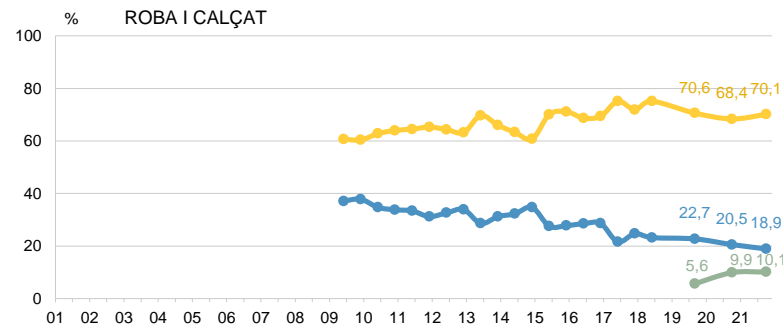
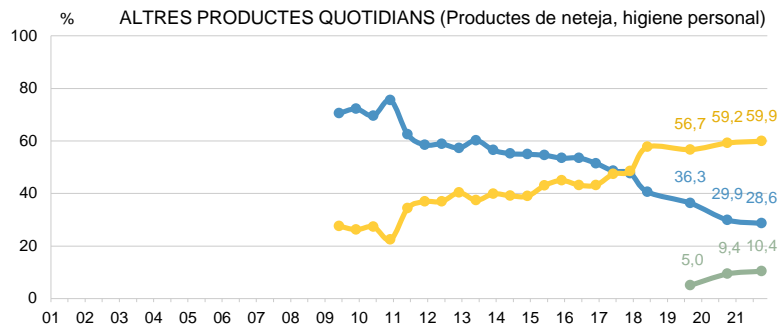
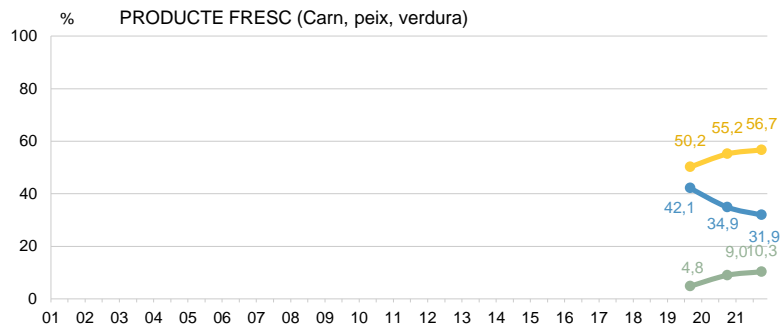
**Evolució:** Enguany es mantenen o pugen tots els criteris, especialment els relacionats amb l'ecologia i el compromís social de en la seva producció, que pugen a l'hora de comprar els productes en 11p. i 7,6 punts respectivament.



# 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

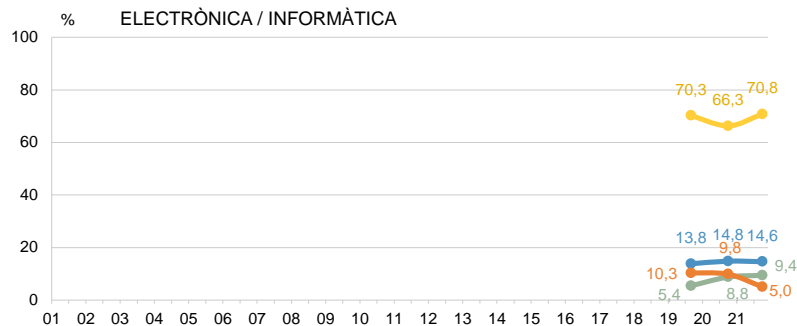
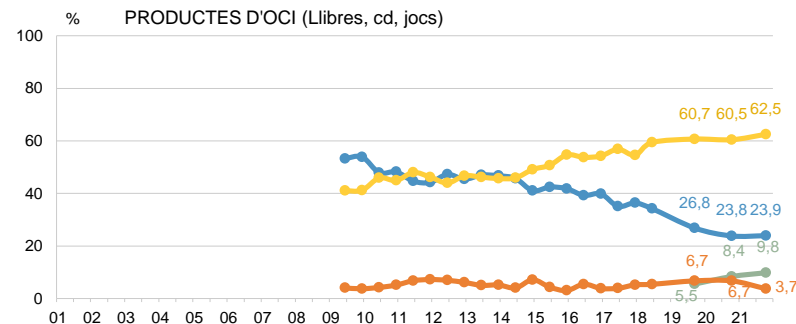
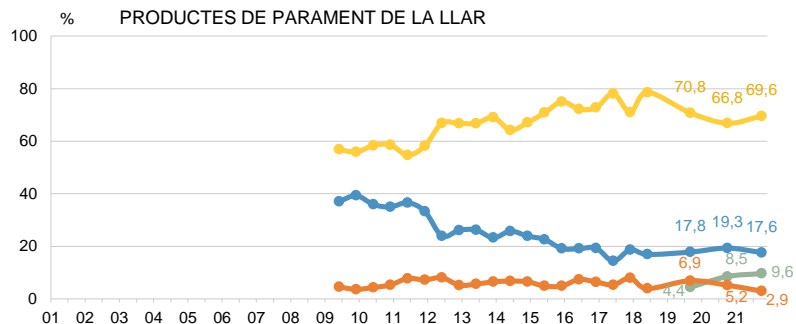
■ Mòbil / App



# 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

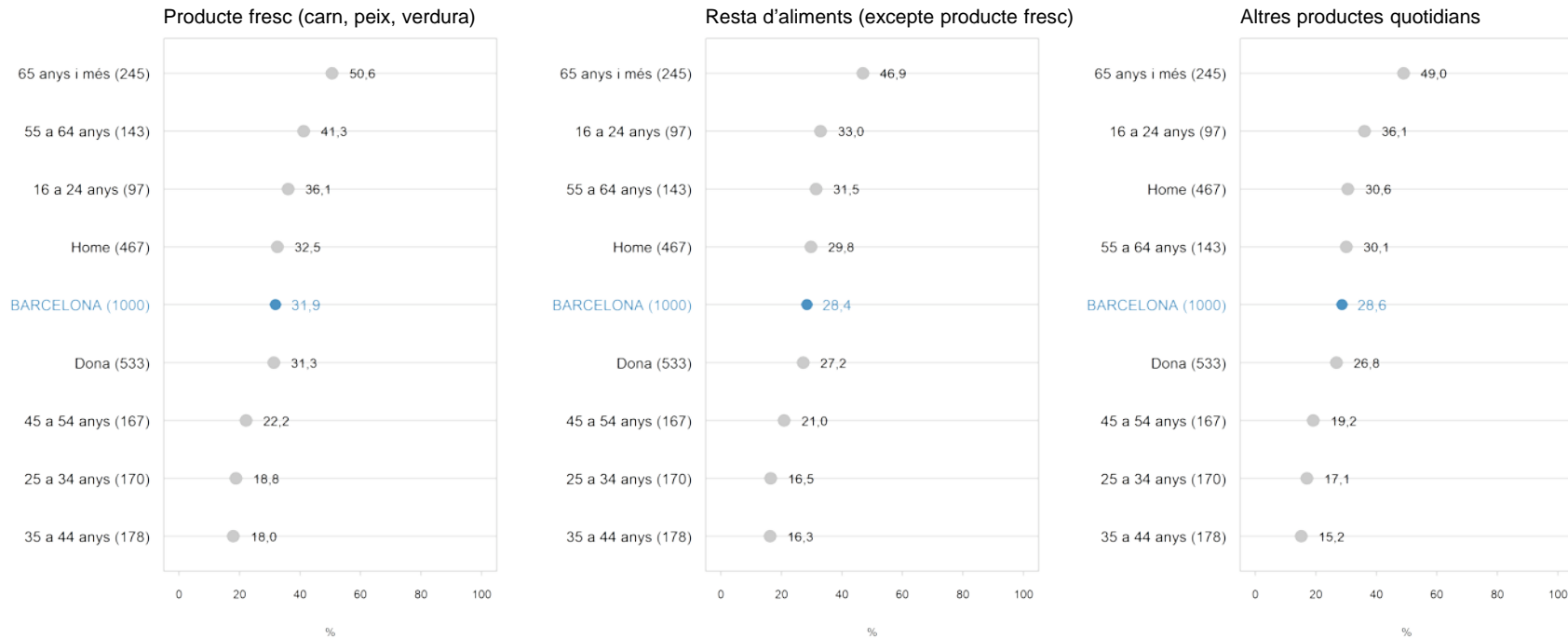




## PAGAMENT EN EFECTIU

### 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/debit?*

N 1000



## PAGAMENT EN EFECTIU

### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES (2/3)

### COMERÇ A LA CIUTAT





## PAGAMENT EN EFECTIU

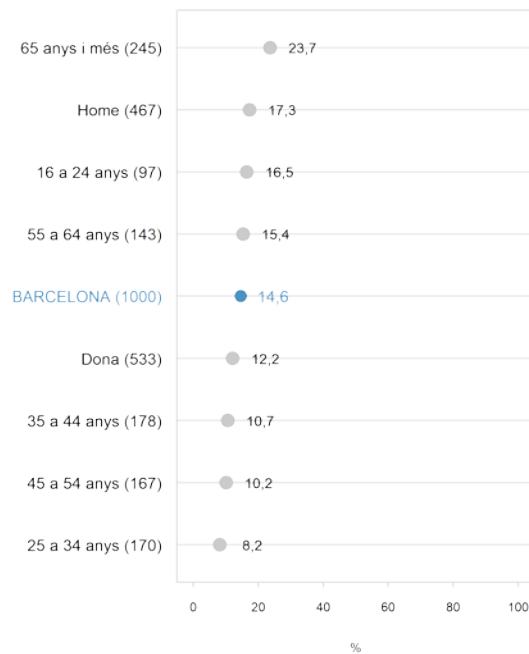
### CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES (3/3)

### COMERÇ A LA CIUTAT

Productes d'oci (llibres, cd, jocs)



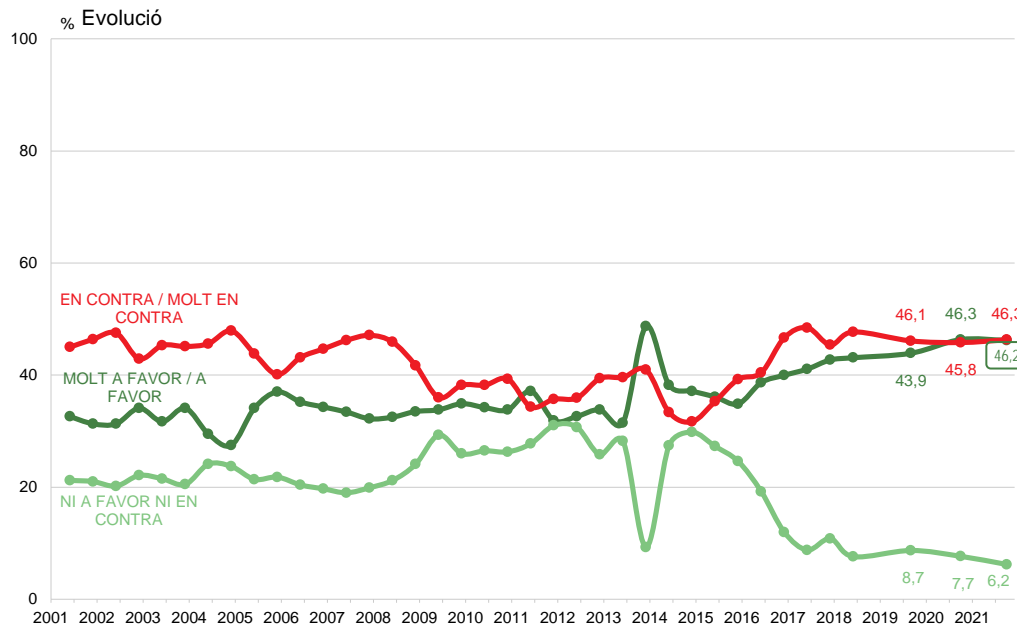
Electrònica / informàtica





## OBERTURA DELS COMERÇOS EN DIUMENGE EVOLUCIÓ / CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

### COMERÇ A LA CIUTAT

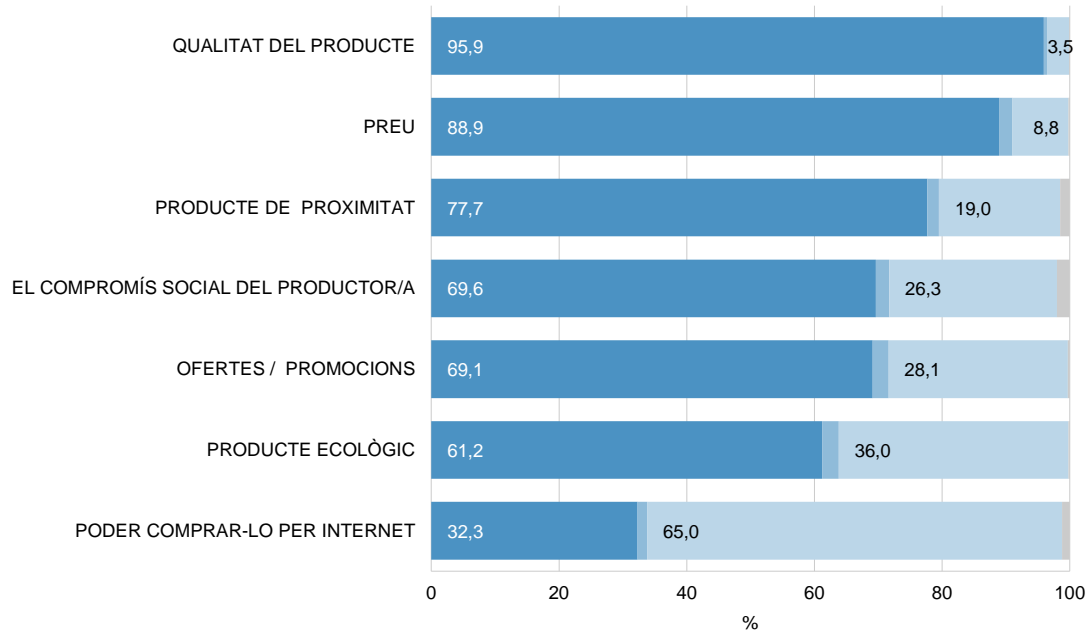




## IMPORTÀNCIA CRITERIS COMPRA PRODUCTE

### 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

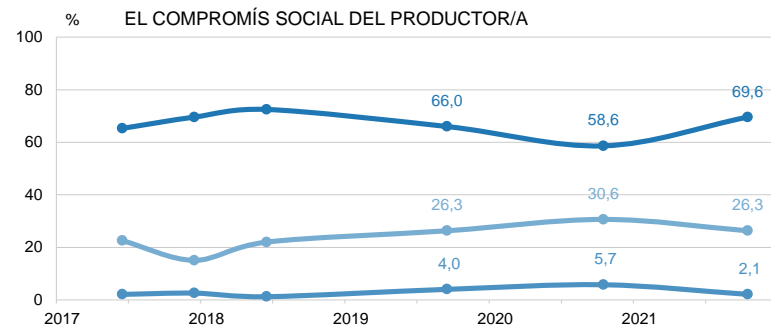
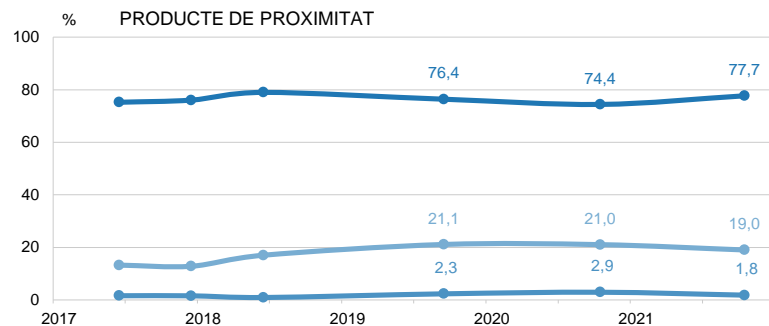
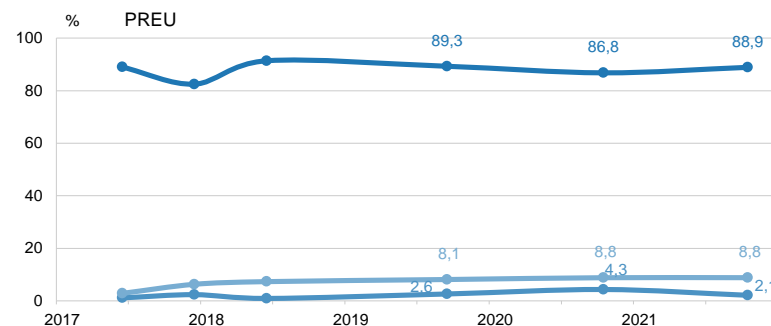
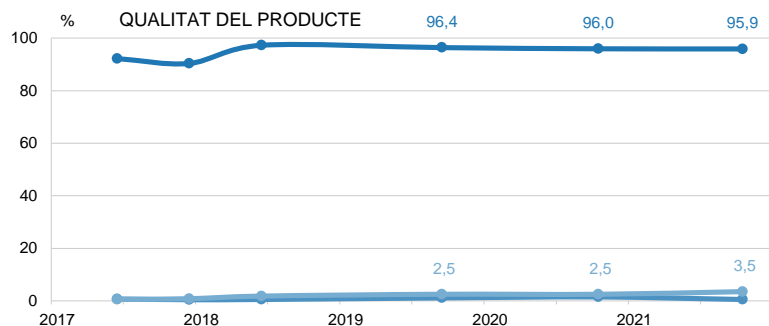
■ Poc / Gens important  
■ No compro aquest producte



# 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

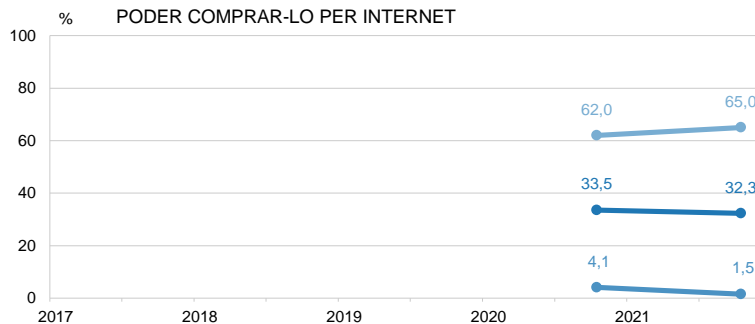
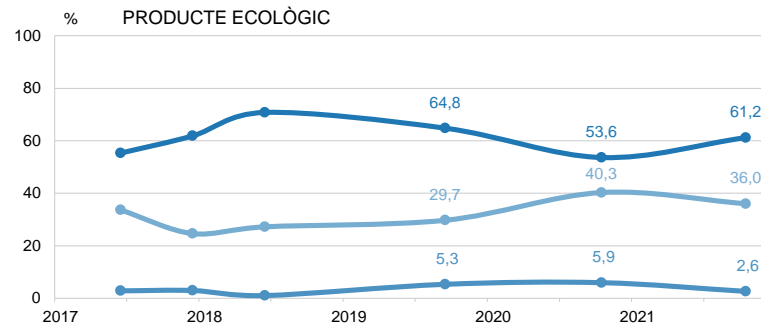
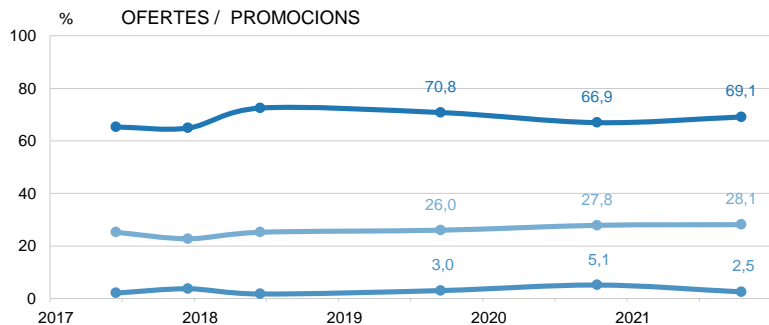
■ Molt / Bastant important  
■ Regular

■ 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

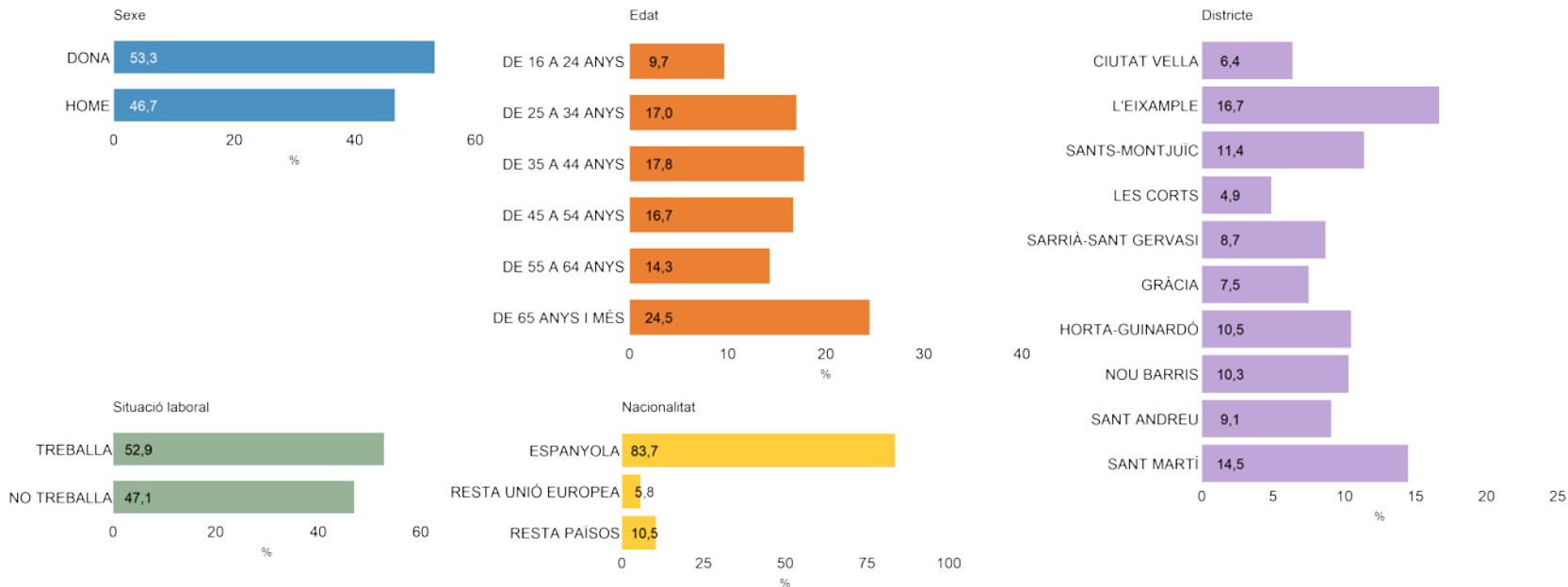
## Perfil dels entrevistats/ades





## QUOTES

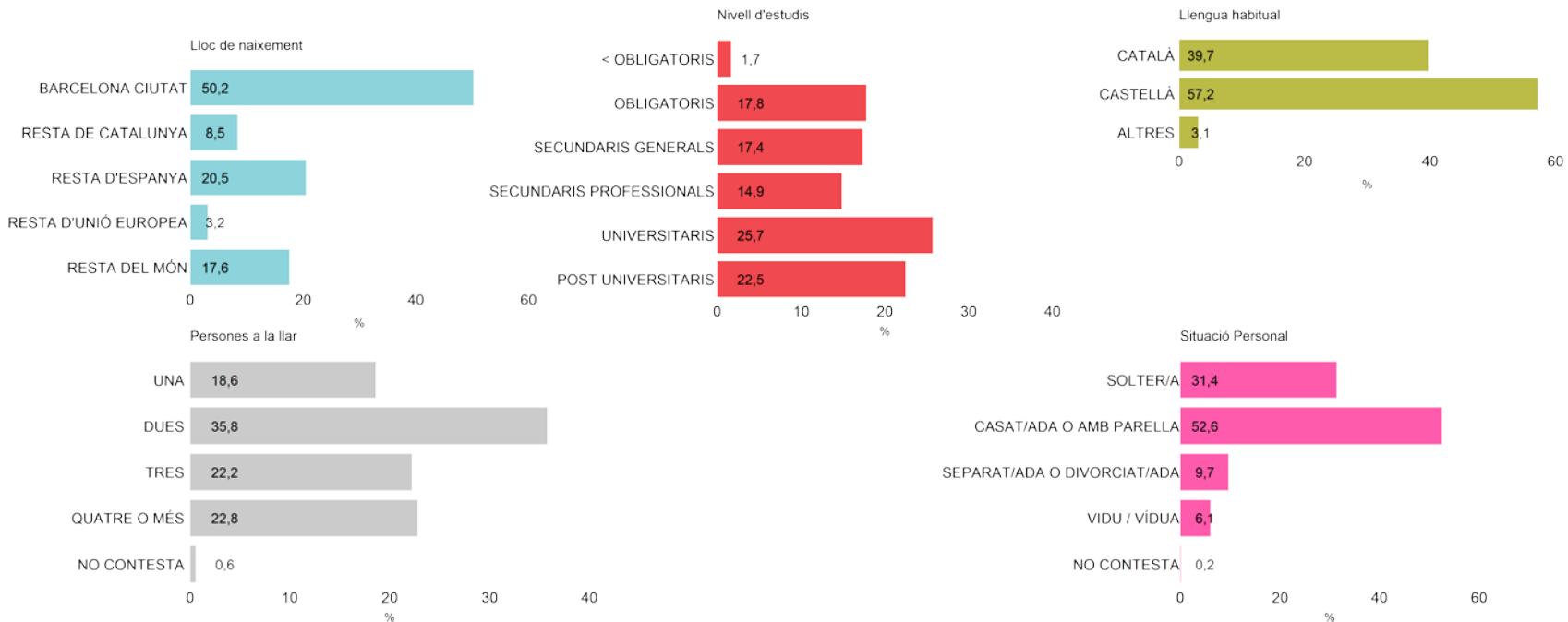
## PERFIL DELS ENTREVISTATS





## POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

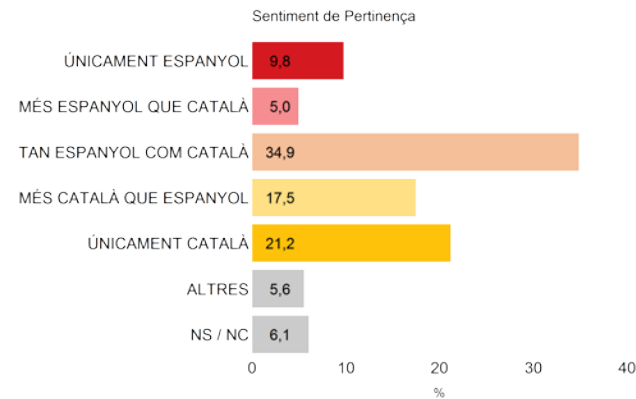
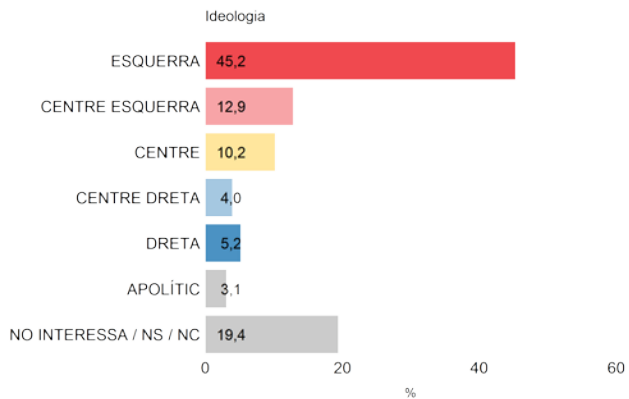
## PERFIL DELS ENTREVISTATS





## POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

## PERFIL DELS ENTREVISTATS





**Ajuntament  
de Barcelona**

