

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL  
DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM  
PRESENTACIÓ DE RESULTATS

DESEMBRE 2008

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió **r08031**

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL  
DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM

DESEMBRE 2008

**Direcció de Comunicació Corporativa i Qualitat**

Direcció de Serveis d'Estudis i Avaluació

Paradís, n. 14, Planta: 3

Tel. 934 027 918

FAX. 934 023 210

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.



**Ajuntament de Barcelona**

**Direcció de Comunicació Corporativa i Qualitat**  
Direcció de Serveis d'Estudis i Avaluació

## ÍNDEX

- 006 HÀBITS DE COMPRA
- 011 TRANSPORT UTILITZAT PER ANAR A COMPRAR
- 016 COMPRA A ZONES COMERCIALS
- 018 VALORACIÓ DE LES ZONES COMERCIALS
- 019 COMPRA PER INTERNET
  
- 022 TAULES D'EVOLUCIÓ
  
- 036 DADES D'IDENTIFICACIÓ

## FITXA TÈCNICA

### ÀMBIT

Municipi de Barcelona

### GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1000 entrevistes.

### UNIVERS

Població de Barcelona de 16 i més anys amb llar amb telèfon.

### METODOLOGIA

Entrevista telefònica.

### AFIXACIÓ

Proporcional.

### PONDERACIÓ

No procedeix.

### PROCEDIMENT DE MOSTREIG

S'ha realitzat una mostra aleatòria estratificada segons districte, sexe, edat i nacionalitat. S'han aplicat quotes per cadascun dels estrats calculades segons el Padró municipal d'Habitants

### ERROR MOSTRAL

Per a un nivell de confiança del 95,5% (2s), i  $P = Q$ , l'error és de  $\pm 3,16$  per al conjunt de la mostra.

### DATA DE REALITZACIÓ

El 24, 25, 26, 27 i 28 de novembre de 2008.

### EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

GESOP

El bloc de preguntes de Comerç i Consum forma part de l'Òmnibus Municipal de DESEMBRE de 2008.

## 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.

**R**

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



DIRECCIÓ DE  
COMERÇ I CONSUM

# HÀBITS DE COMPRA

P1.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

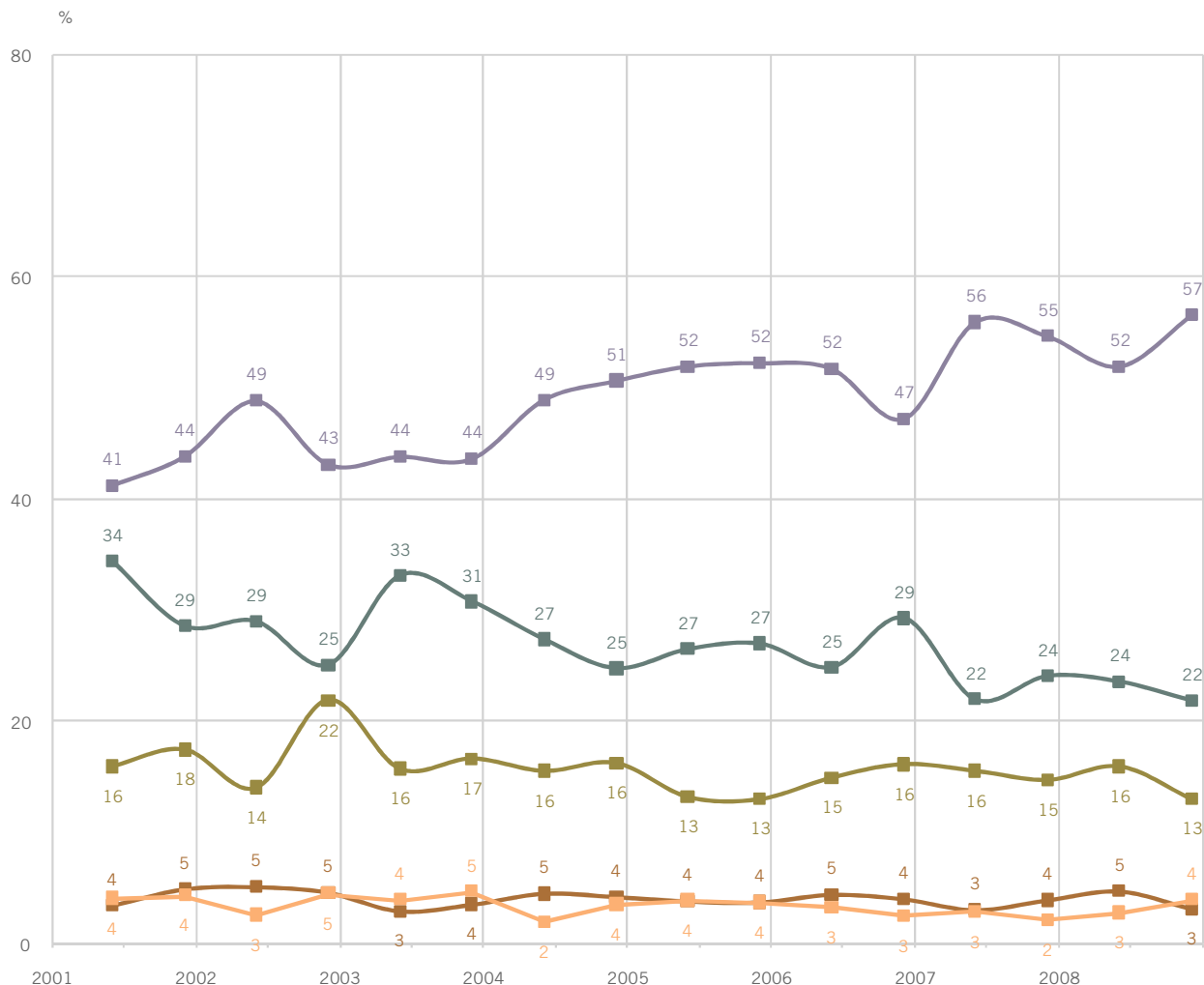
a) ELS ALIMENTS

La majoria dels barcelonins diu que acostuma a comprar els aliments al supermercat (56,6%), per davant dels que compren als mercats municipals (21,9%) i a les botigues de barri o especialitzades (13,1%).

En menor mesura els consultats compren els aliments als hipermercats, centres comercials o grans magatzems.

Les dones i els majors de 55 anys acostumen a anar més a comprar al mercat i a les botigues de barri o especialitzades, mentre que els homes i els més joves tendeixen més a anar al supermercat.

**Evolució:** El desembre de 2008 torna a augmentar el percentatge dels que compren els aliments als supermercats i assoleix el valor més alt de la sèrie. Aquest tipus d'establiment es manté com el preferit per la majoria de barcelonins per a comprar productes alimentaris.



P1. N 1000

- Al supermercat
- Al mercat municipal
- A la botiga del barri/especialitzada
- Al hipermercat
- Altres



# HÀBITS DE COMPRA

P1.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

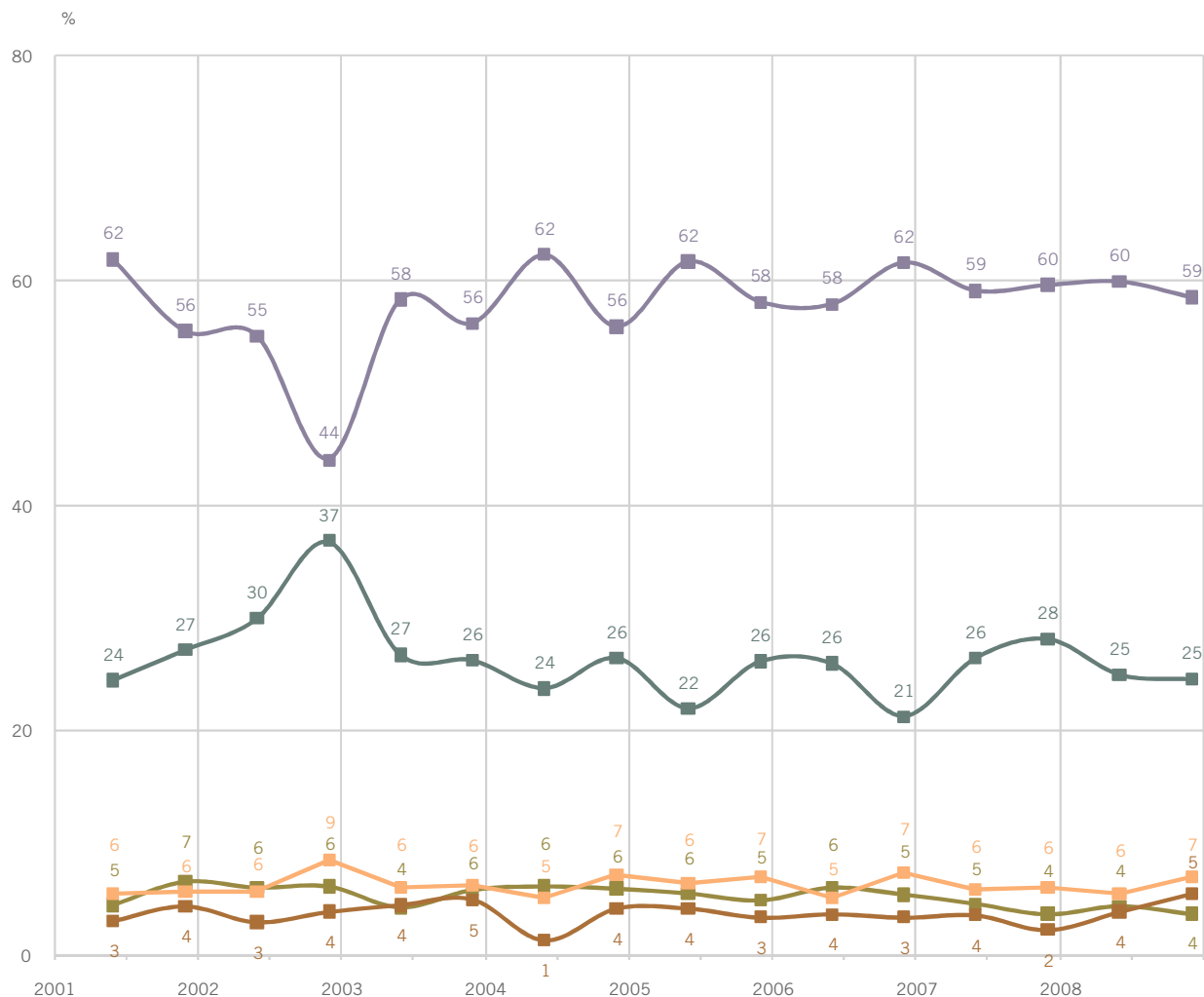
b) ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

Pel que fa a la compra d'altres productes d'ús quotidià (neteja, perfumeria,...), la majoria de barcelonins també opta pel supermercat (58,5%), seguit a força distància per la botiga de barri o especialitzada (24,5%).

En molta menor mesura, els consultats compren aquest tipus de productes als centres comercials, als hipermercats, als mercats municipals o als grans magatzems.

Els majors de 64 anys opten més per la botiga de barri o especialitzada, mentre els més joves tendeixen a preferir els supermercats i els centres comercials per la compra d'aquest tipus de productes.

**Evolució:** Els resultats es mantenen estables respecte la consulta de juny d'aquest mateix any.



P1. N 1000

- Al supermercat
- A la botiga del barri/especialitzada
- Al hipermercat
- Als centres comercials
- Altres





# HÀBITS DE COMPRA

## P3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

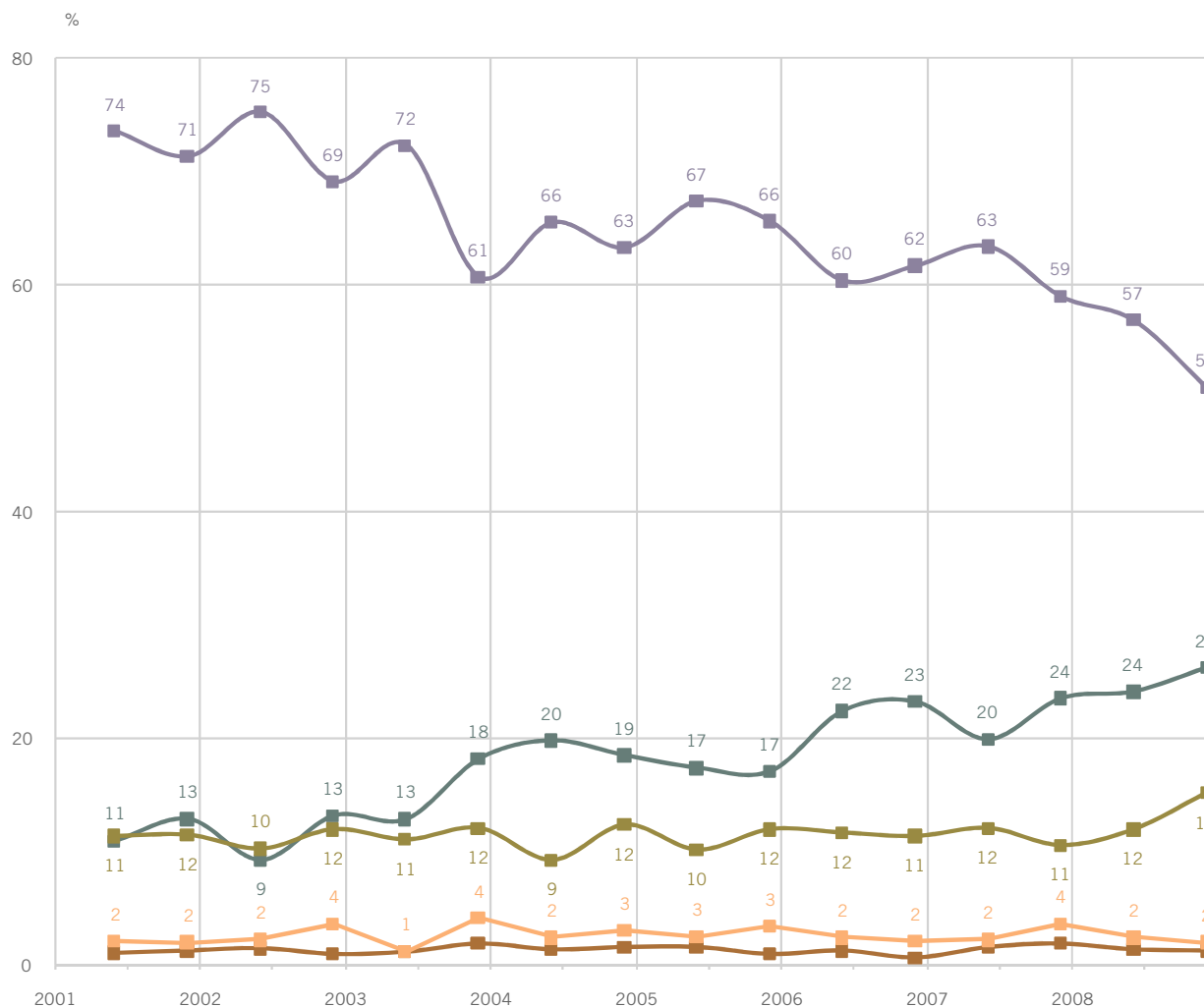
### a) LA ROBA I EL CALÇAT

Poc més de la meitat dels barcelonins tria les botigues de barri o especialitzades per comprar la roba i el calçat, mentre una quarta part opta per anar als centres comercials i un 15,2% als grans magatzems.

A la resta d'establiments comercials molt pocs barcelonins hi compren roba o calçat.

Les dones i a mesura que augmenta l'edat de l'entrevistat creix la tendència a comprar la roba i el calçat a les botigues de barri o especialitzades. Per contra a mesura que redueix l'edat del consultat més és prefereix comprar aquests productes als centres comercials, fins assolir el 50,5% de joves entre 16 i 25 anys.

**Evolució:** Per a la compra de roba i calçat, continua la tendència descendent a anar a les botigues de barri o especialitzades (5,9% menys respecte a fa sis mesos), en favor dels centres comercials i els grans magatzems.



P3. N 1000

- A la botiga del barri/especialitzada
- Als centres comercials
- Al gran magatzem
- A l'hipermercat
- Altres



# HÀBITS DE COMPRA

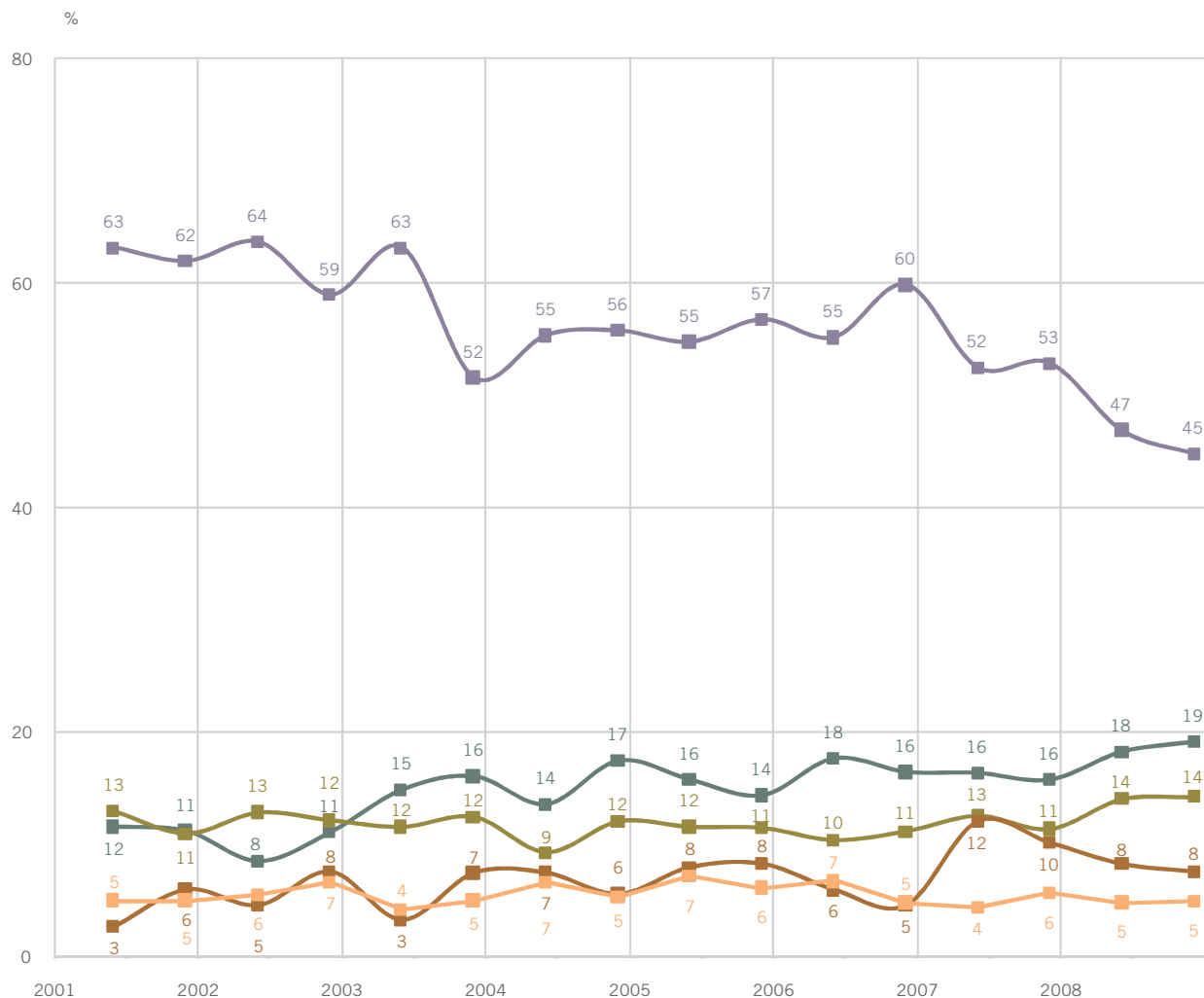
P3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

b) ELS PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR

Per a la compra de productes de parament per la llar, la majoria dels consultats solen anar a botigues de barri o especialitzades, encara que continua la tendència a la baixa, accentuada sobretot al llarg d'aquest any 2008.

En menor mesura, els barcelonins també compren aquest tipus de productes als centres comercials (19,1%) i els grans magatzems (14,2%), per davant dels que ho fan al supermercat (7,5%) o altres tipus d'establiments (4,9%).

**Evolució:** La tendència a anar a la botiga de barri o especialitzada continua la tendència a la baixa en favor dels centres comercials i grans magatzems.



P3. N 1000

- A la botiga del barri/especialitzada
- Als centres comercials
- Al gran magatzem
- Al supermercat
- Altres



# HÀBITS DE COMPRA

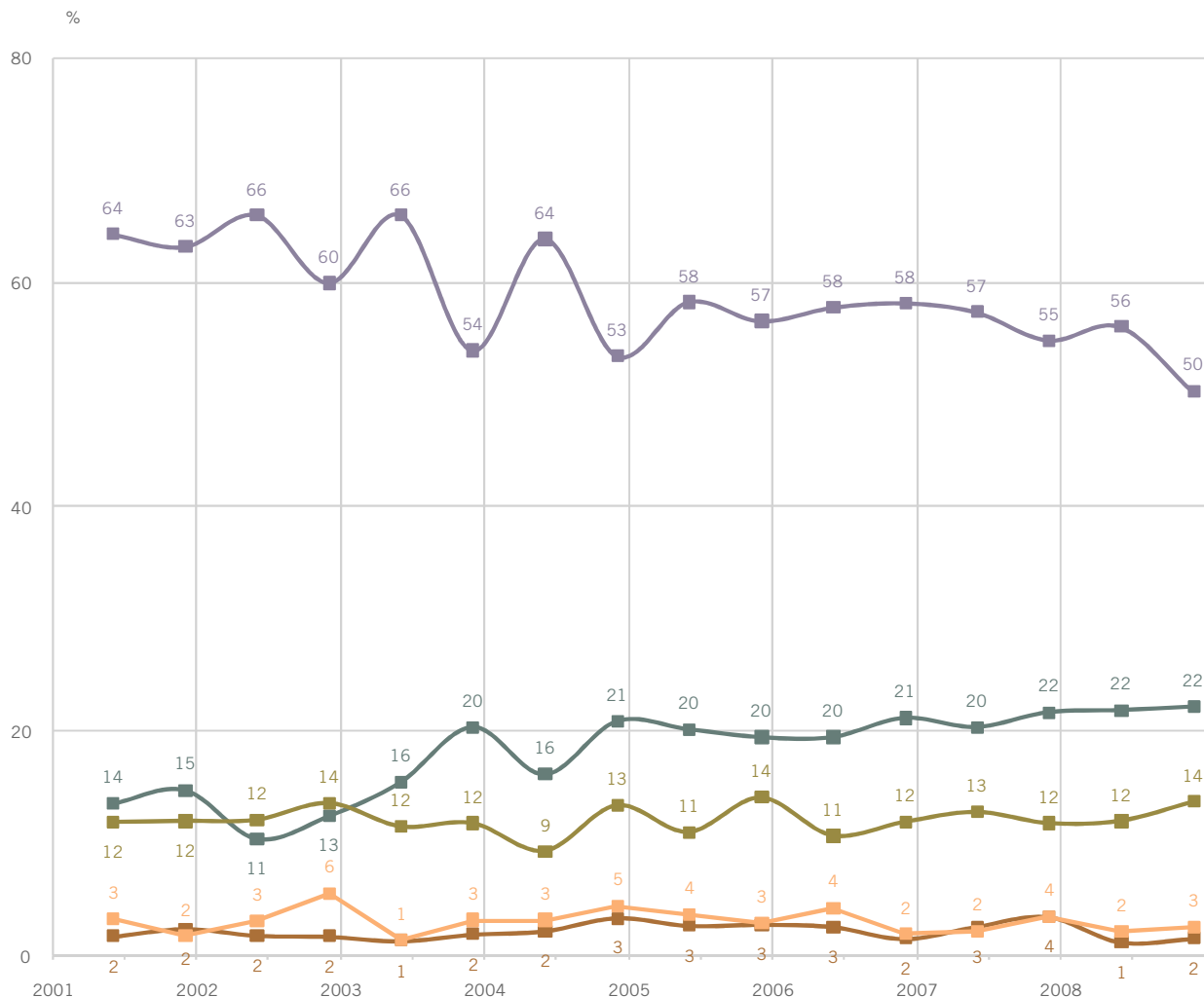
P3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

c) ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA

La compra de productes d'oci i cultura els consultats la fan majorment a les botigues de barri o especialitzades (50,3%). Però també, en menor mesura, als centres comercials (22,2%) i als grans magatzems (13,7%). Tant sols l'1,5% de barcelonins compren aquest tipus de productes a l'hipermercat.

La compra de productes d'oci i cultura a les botigues de barri o especialitzades és més freqüent entre les persones d'edat més avançada, mentre que entre els menors de 25 anys el percentatge cau gairebé 12 punts per sota la mitjana (38,7%). Per contra, els grans magatzems i sobretot els centres comercials són més preferits pels joves.

**Evolució:** També per l'oci i la cultura es tendeix cada cop menys a comprar a botigues de barri en favor dels centres comercials i els grans magatzems, per bé que la tendència no és tant forta com per altres productes.



P3. N 1000

- A la botiga del barri/especialitzada
- Als centres comercials
- Al gran magatzem
- Al hipermercat
- Altres



## TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

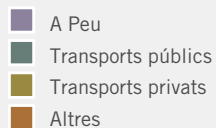
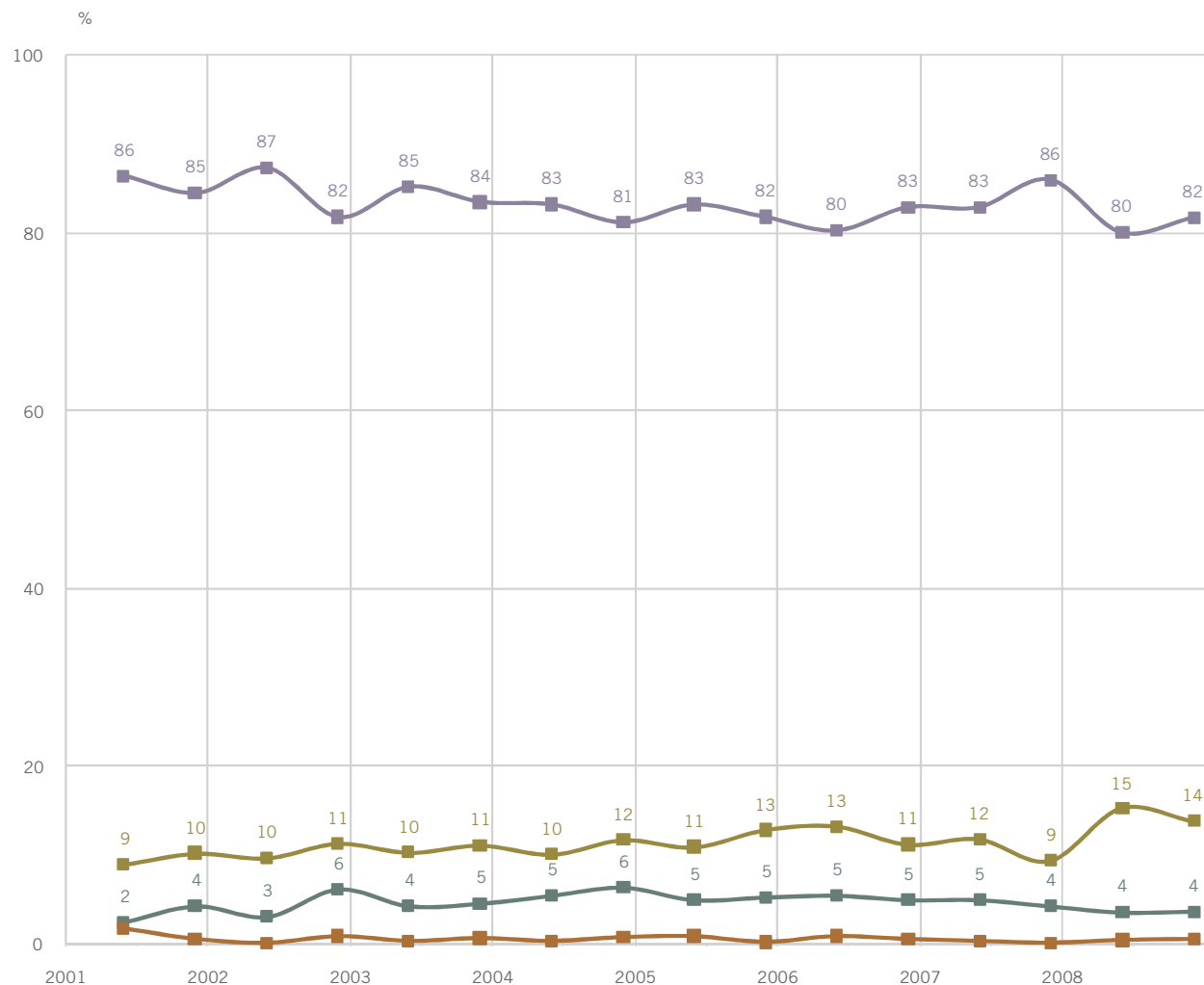
### P2.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

#### a) ELS ALIMENTS

En referència al sistema de transport utilitzat per fer la compra dels aliments, el 81,7% dels consultats diu que hi va a peu, per un 13,7% que utilitza el transport privat, principalment el cotxe, i el 3,6% el transport públic.

Entre les persones que tenen entre 35 i 44 anys augmenta la tendència a utilitzar el cotxe per realitzar les compres d'alimentació, per contra, entre la gent més gran es té lleugerament més tendència a anar a peu.

**Evolució:** El sistema de transport utilitzat per la compra d'alimentació es manté estable respecte la passada consulta.



P2. N 1000



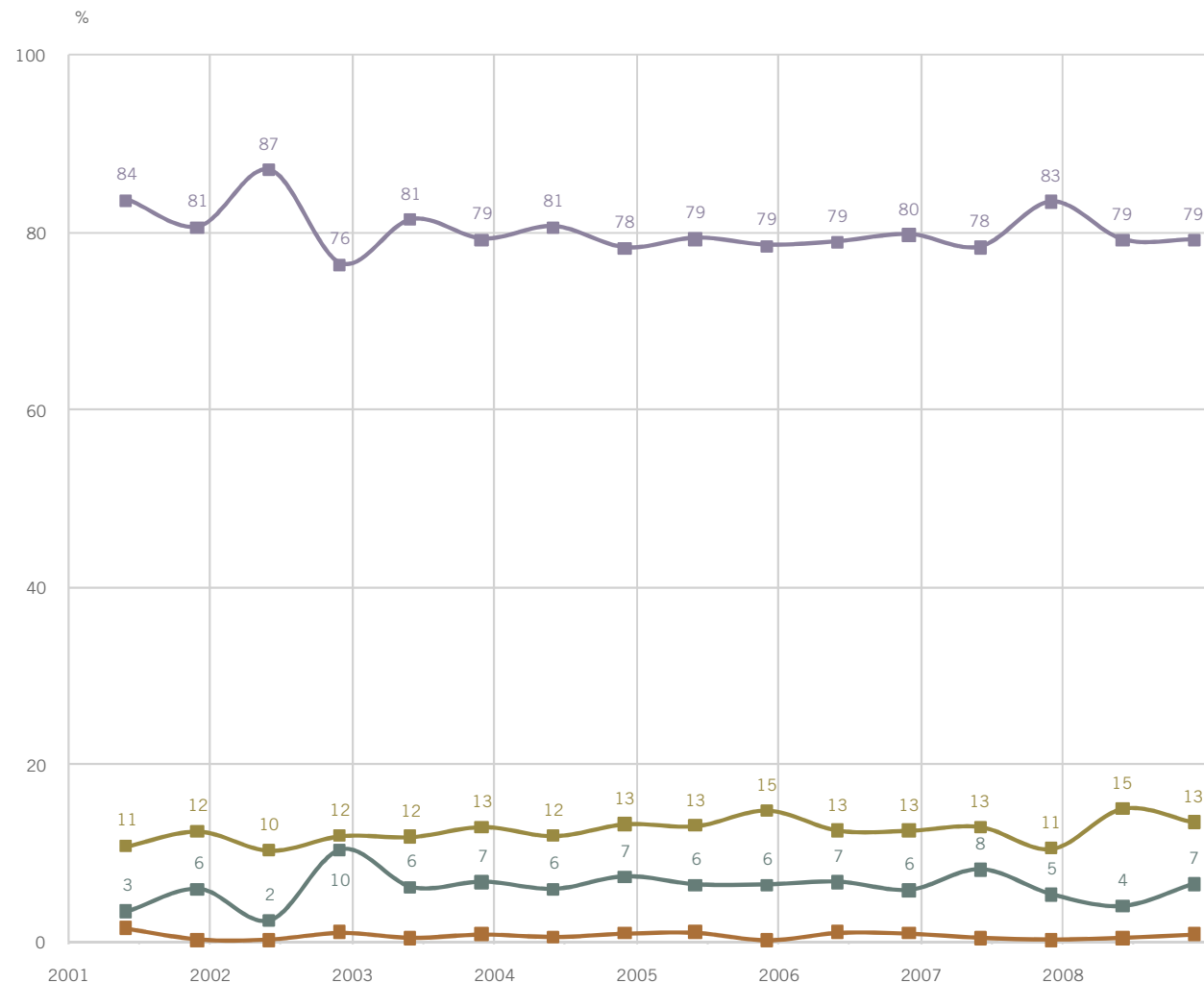
## TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

P2.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

b) ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

Per comprar altres productes d'ús quotidià (neteja, perfumeria...), el 79,1% hi va a peu, el 13,4% en transport privat, principalment el cotxe, i el 6,5% en transport públic. El 0,5% dels compradors hi va en bicicleta.

**Evolució:** Aquestes proporcions es mantenen estables respecte les anteriors consultes.



P2. N 1000

- A Peu
- Transports públics
- Transports privats
- Altres



## TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

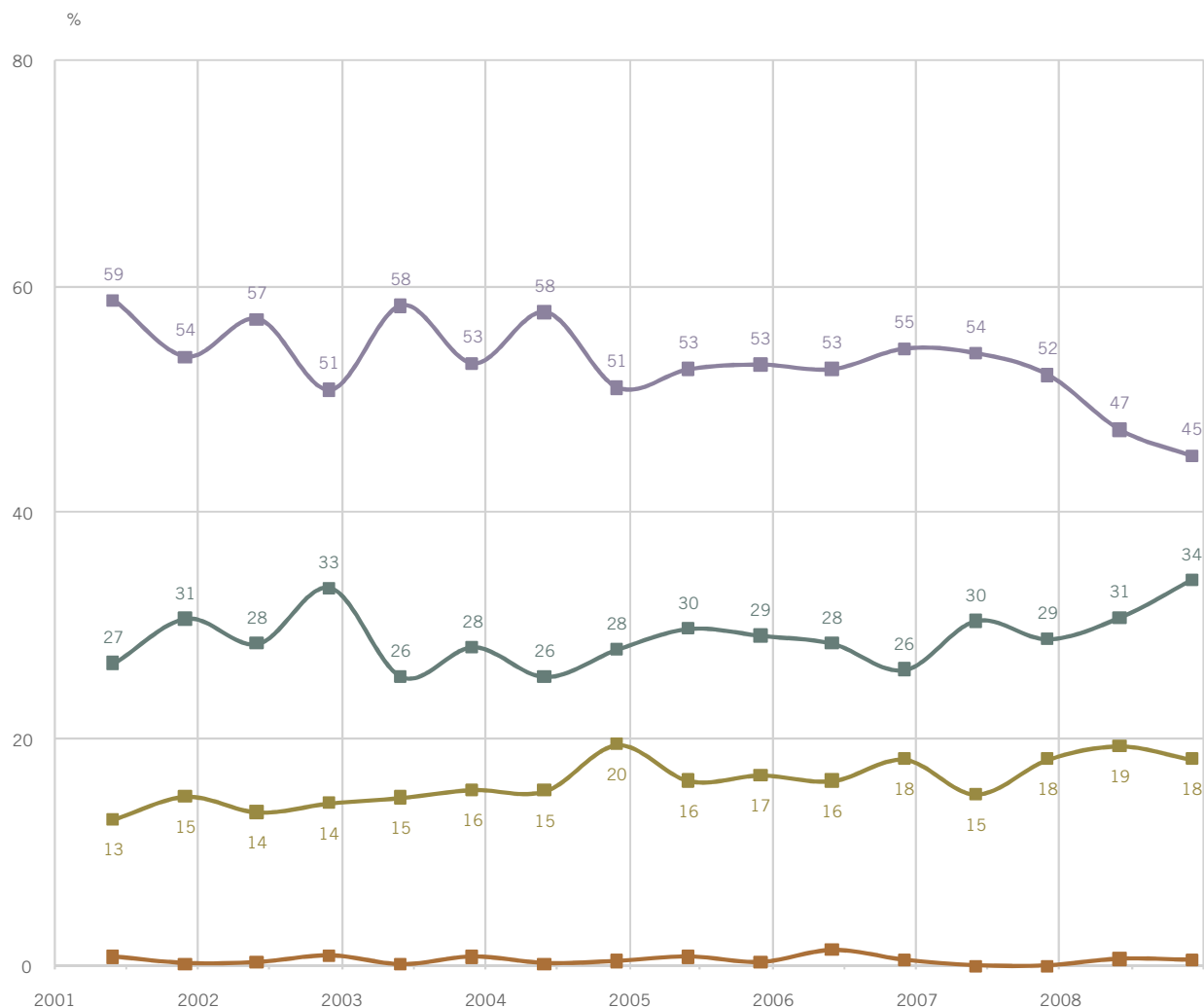
### P4.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

#### a) LA ROBA I EL CALÇAT

Per comprar roba i calçat, el 45,1% de barcelonins diu que hi va a peu, el 34,0% en transport públic (principalment el 21,5% en metro i el 12,3% en autobús) i el 18,2% en transport privat (el 13,4% en cotxe, el 4,0% en moto). El 0,8% dels compradors hi va en bicicleta.

Entre les persones de 45 a 54 anys i les majors de 64 el percentatge de persones que va a comprar roba i calçat a peu assoleix el 50%. Per contra, entre els joves creix considerablement els que hi van amb metro, sobretot entre els menors de 25 anys, entre els que assoleix el 40,9%. En canvi, entre els més grans que utilitzen el transport públic agrada més l'autobús.

**Evolució:** Continua la tendència a la baixa d'anar a comprar la roba i el calçat a peu (en relació al menor ús del barri per aquestes compres) i s'utilitza cada vegada més el transport públic.



P4. N 1000

- A Peu
- Transports públics
- Transports privats
- Altres



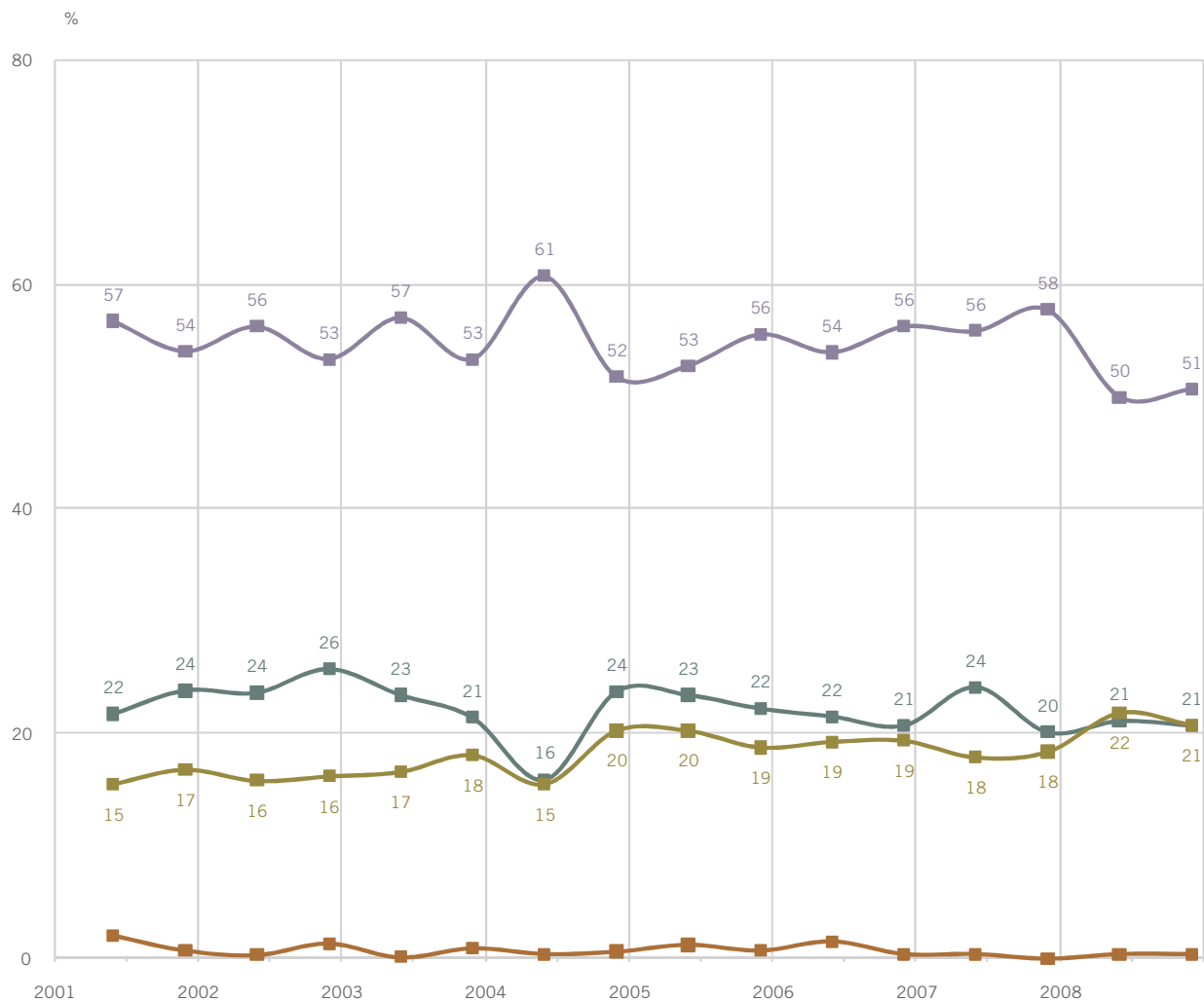
## TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

### P4.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

#### b) EL PARAMENT DE LA LLAR

Per comprar productes de parament de la llar, el 50,6% diu que va a peu, un 20,7% en transport públic (en concret, el 11,6% en metro, el 8,8% en autobús i el 0,3% en taxi) i un altre 20,7% en transport privat (per a més detall, el 18,0% en cotxe i el 2,3% en moto). El 0,4% dels compradors agafa la bicicleta.

**Evolució:** Aquestes proporcions es mantenen estables a fa sis mesos.



P4. N 1000

- A Peu
- Transports públics
- Transports privats
- Altres



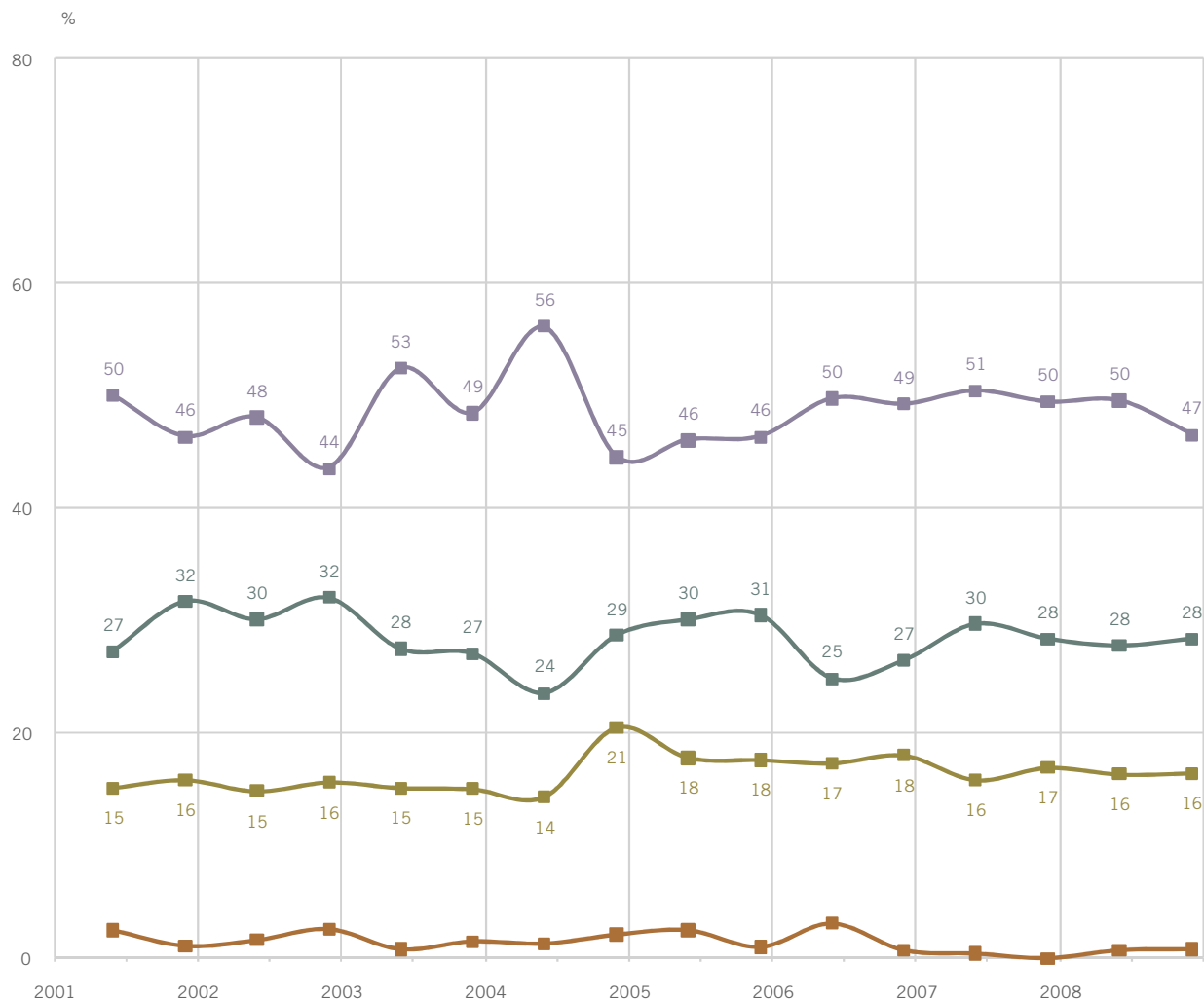
## TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

P4.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

c) ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA

En referència al sistema de transport utilitzar per a comprar productes d'oci i cultura, el 46,6% diu anar-hi a peu, el 28,4% en transport públic (el 18,0% en metro, el 10,3% en autobús, el 0,1% en tren) i el 16,4% en transport privat (l'11,1% en cotxe i el 4,3% en moto). L'1,0% d'aquests compradors hi van en bicicleta.

**Evolució:** No es detecta un canvi d'hàbits recent pel que fa als desplaçaments quan van a comprar productes d'aquest tipus.



P4. N 1000

- A Peu
- Transports públics
- Transports privats
- Altres





## COMPRA A ZONES COMERCIALS

P5.- ACOSTUMA A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA? I A QUINA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA ACOSTUMA A COMPRAR?

El desembre de 2008 creix el nombre de persones que va a alguna zona comercial de Barcelona per comprar. El percentatge dels que diuen no acostumar a anar a cap zona comercial es redueix fins el 36,8%.

Les zones comercials més freqüentades són: Barnacentre (16,0%), Diagonal-Illa (12,4%), Rambla de Catalunya (11,1%), Passeig de Gràcia (5,7%), l'Eix de Sant Andreu (5,4%), Sants-Creu Coberta (5,3%), Gran de Gràcia (4,1%) i les Rambles (4,1%), entre altres.

**Evolució:** El desembre de 2008 gairebé totes les zones comercials de Barcelona augmenten el seu percentatge de visitants, a excepció de La Rambla de Catalunya i el Passeig de Gràcia que continuen disminuint-lo.

	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
BARNACENTRE	27,2	20,5	20,0	11,8	17,0	7,6	14,8	14,9	17,3	14,4	8,6	10,6	9,7	11,7	14,3	16,0
DIAGONAL-ILLA	11,8	5,9	2,8	12,0	11,9	10,0	8,3	9,3	10,5	10,3	10,9	9,8	10,5	9,9	8,5	12,4
RAMBLA CATALUNYA	-	-	12,3	15,5	15,7	16,5	14,2	14,5	13,8	13,1	17,1	17,7	16,0	14,0	11,5	11,1
PASSEIG DE GRÀCIA	-	-	12,0	11,2	10,4	12,0	12,2	10,1	11,0	10,4	11,9	11,3	14,6	11,6	8,9	5,7
L'EIX DE SANT ANDREU	2,7	4,3	-	4,8	5,8	3,6	4,0	4,1	3,3	5,3	4,1	4,1	4,9	3,3	3,9	5,4
SANTS-CREU COBERTA	3,7	6,0	6,4	6,3	7,3	4,7	5,6	5,7	7,4	6,9	7,4	3,5	3,5	4,7	5,5	5,3
GRAN DE GRÀCIA	1,9	4,3	4,0	3,4	6,3	3,0	3,9	3,6	3,0	4,2	3,9	3,3	3,7	4,0	3,8	4,1
LES RAMBLES	1,7	0,9	6,8	5,3	3,5	5,9	4,0	2,9	3,1	4,4	4,6	3,2	2,7	3,7	2,1	4,1
BULEVARDS DE NOU BARRIS	2,4	2,3	2,9	1,7	2,5	1,4	2,3	2,0	1,6	2,9	2,0	1,7	1,4	1,4	1,6	3,7
EIX SANTS-LES CORTS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,6	0,3	0,6	2,7
POBLE NOU	0,4	1,3	1,6	2,6	1,6	1,4	1,7	0,9	1,5	1,0	1,8	1,4	0,6	1,2	1,4	2,6
SANT ANTONI CENTRE COMERCIAL	2,2	2,5	1,7	1,4	3,9	3,2	2,8	1,0	2,0	3,7	2,1	1,6	3,2	1,9	1,9	2,4
L'EIX HORTA	1,1	2,0	1,5	1,4	1,7	1,2	1,7	2,2	3,0	1,4	0,8	0,7	1,2	1,3	1,1	2,3
DRETA DE L'EIXAMPLE	1,6	3,5	3,2	2,1	2,5	1,3	2,7	2,1	3,0	1,3	1,1	1,3	1,4	1,9	1,4	1,9
SARRIÀ	0,3	0,9	1,4	0,7	1,3	1,3	0,5	1,1	0,8	0,2	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	1,5
L'EIX MARAGALL	0,3	0,3	0,7	0,9	1,3	1,3	0,5	1,0	1,1	0,6	0,3	0,3	0,9	0,9	0,5	1,0
VERNEDA EIX COMERCIAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,5	0,3	0,2	0,4
GRÀCIA NOVA	0,7	0,5	0,3	0,1	1,1	0,4	1,4	1,2	0,8	0,8	0,3	0,5	1,2	0,6	1,2	0,3
BARNAVASI-GALVANY	0,2	1,2	1,1	0,2	0,6	0,3	0,2	0,4	0,2	0,3	0,1	1,3	0,3	0,1	0,3	0,3
NOU DRASSANES	0,1	0,1	-	0,1	0,3	-	0,3	0,3	0,2	-	-	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1
P. DE GRÀCIA/RBLA. CATALUNYA	5,0	19,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SAGRADA FAMILIA	-	-	-	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALTRES	0,9	2,4	12,3	-	-	-	-	-	-	-	-	1,7	0,1	0,4	-	-
NO ACOSTUMO ANAR-HI	48,4	40,1	36,0	38,9	34,9	45,5	37,9	44,0	41,0	40,4	41,4	44,2	42,4	46,0	47,0	36,8
NO SAP / NO CONTESTA	0,0	0,3	-	0,3	0,1	0,3	-	0,4	-	-	0,5	-	0,4	0,4	1,9	1,3
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

P5. **R** Suma de dues respostes  
**N** 1000



## COMPRA A ZONES COMERCIALS

### P6.- QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR A LA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA?

El tipus de producte que més s'acostuma a comprar a les zones comercials és la roba i el calçat (es cita al 70,8% de les respostes a la primera zona comercial esmentada i al 76,9% de les respostes per la segona zona comercial). En segon lloc i a força distància, el 27,6% de les respostes esmenta l'oci (llibres, CD's, jocs,...) a la primera zona i el 34,1% en la segona i els aliments (el 27,3% a la primera zona i el 15,7% a la segona).

Segueixen altres productes quotidians (15,2% primera zona i 8,7% a la segona) i parament per la llar (el 8,7% a la primera zona i el 9,2% a la segona).

**Evolució:** El desembre de 2008 augmenta de forma considerable la compra d'aliments i altres productes quotidians a les zones comercials respecte la passada consulta.

#### Primera Zona

	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
ROBA, CALÇAT	78,3	78,9	79,8	70,1	78,5	77,7	79,4	74,6	76,6	79,0	75,4	76,5	74,1	69,6	78,3	70,8
OCI (LLIBRES, CDS, JOCS..)	31,4	29,0	30,2	24,0	28,6	24,5	25,1	23,2	26,4	21,3	17,9	28,3	16,8	20,7	28,6	27,6
PARAMENT DE LA LLAR	8,7	12,9	12,2	13,0	10,2	5,5	11,3	8,1	12,0	8,4	6,0	8,6	6,8	4,1	8,6	8,7
ALIMENTS	15,7	21,3	19,2	24,3	17,5	10,5	15,9	14,7	13,9	12,8	16,5	8,1	22,6	17,4	17,4	27,3
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	13,8	9,6	15,2	7,7	10,0	10,0	11,4	7,0	7,8	8,1	7,2	5,0	9,4	8,4	10,2	15,2
ALTRES	0,8	0,8	0,2	1,3	0,6	1,1	0,3	0,5	0,7	0,7	1,9	0,5	1,0	1,5	1,0	0,2
NS-NC	0,6	0,3	0,2	0,2	0,2	0,6	0,3	1,1	0,0	0,5	1,4	0,5	0,0	0,2	0,0	0,6
N	(516)	(596)	(640)	(608)	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)

#### Segona Zona

	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
ROBA, CALÇAT	61,1	59,7	66,7	67,9	67,3	60,8	76,8	58,1	61,5	69,4	59,1	65,6	59,5	63,7	73,5	76,9
OCI (LLIBRES, CDS, JOCS..)	39,7	38,2	29,6	30,7	41,8	34,0	30,0	32,3	37,7	27,8	26,9	26,5	26,0	24,5	29,2	34,1
PARAMENT DE LA LLAR	9,5	13,6	7,8	6,5	11,1	9,6	12,6	18,4	14,6	11,1	10,4	12,2	13,2	6,4	10,3	9,2
ALIMENTS	11,1	11,5	14,8	8,4	7,1	7,7	6,3	4,6	4,5	3,7	6,2	4,8	6,6	6,4	9,7	15,7
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	7,9	11,0	7,4	8,8	8,1	6,7	6,8	5,5	4,0	6,0	6,7	4,8	7,5	13,2	4,9	8,7
ALTRES	0,8	0,0	0,4	0,9	0,7	0,5	0,5	0,0	0,0	1,9	2,6	1,1	1,3	0,5	0,0	0,0
NS-NC	1,6	0,5	1,5	0,5	0,0	0,0	0,5	0,9	0,0	0,9	2,6	1,1	0,0	0,0	1,6	1,3
N	(126)	(191)	(270)	(215)	(297)	(209)	(190)	(217)	(247)	(216)	(193)	(189)	(227)	(204)	(185)	(229)

- P6. **B** Acostumen a comprar a alguna zona comercial  
**N** 1000  
**R** Suma de les dues respostes



# VALORACIÓ DE LES ZONES COMERCIALS

## P7.- QUE ÉS EL QUE MÉS VALORA DE LES ZONES COMERCIALS ON VA A COMPRAR?

El que més valoren els barcelonins de la zona comercial on van a comprar és la varietat (s'esmenta en el 39,7% de les respostes). En segon lloc també es valora la proximitat de la zona comercial (19,5%) i l'elevat grau de concentració de botigues (14,7%).

En menor mesura, els barcelonins també valoren de les zones comercials on van a comprar que si pugui passejar i comprar, l'ambient, el tipus de botigues que hi ha, que estigui ben comunicada, el tracte al client, la qualitat, el preu, la comoditat o el tipus de productes dels que disposa, entre altres.

**Evolució:** La varietat de la zona comercial continua sent l'aspecte citat amb més insistència pels barcelonins, i la proximitat i la concentració de botigues es mantenen el segon i el tercer respectivament.

	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
VARIETAT	54,1	61,1	63,4	56,6	52,0	54,1	52,7	50,4	57,8	51,3	45,1	47,0	46,2	44,8	37,8	39,7
PROXIMITAT	15,9	13,1	17,3	18,3	20,3	15,5	20,1	19,1	16,3	16,1	14,8	14,0	17,0	18,3	22,1	19,5
CONCENTRACIÓ DE BOTIGUES	1,6	2,5	1,1	5,6	8,6	5,4	6,4	5,9	3,9	4,4	5,5	7,0	7,3	2,8	12,9	14,7
PASSEIG I COMPRA	5,6	4,4	4,1	4,4	6,2	2,2	2,9	2,7	4,2	1,7	3,6	2,7	1,7	1,1	5,3	5,2
AMBIENT	2,9	3,7	2,3	3,9	6,9	11,1	7,2	4,0	4,1	6,9	6,0	2,5	3,1	4,9	3,3	4,5
TIPUS DE BOTIGUES	3,3	3,7	2,5	1,8	5,7	5,5	6,1	3,6	5,6	3,7	3,6	5,0	4,0	6,3	6,3	4,2
BEN COMUNICAT	2,1	2,7	2,2	3,3	2,3	3,9	2,3	2,7	3,7	2,2	1,2	2,5	4,2	2,6	5,3	4,2
TRACTE AL CLIENT	4,8	6,2	5,3	4,9	4,5	5,7	2,6	10,6	5,4	4,9	7,2	7,0	6,5	6,5	3,1	4,0
QUALITAT	5,8	9,2	10,9	7,9	10,6	6,5	5,6	9,9	7,1	6,7	5,7	5,9	7,5	6,2	2,7	3,9
PREU	6,2	7,2	5,2	7,2	3,5	4,4	3,1	7,7	10,5	5,0	5,9	8,8	7,7	6,0	4,9	3,4
COMODITAT	4,5	7,0	6,3	4,1	1,5	3,3	2,9	3,2	3,9	2,3	2,9	2,5	3,1	2,4	1,6	3,2
TIPUS DE PRODUCTES	4,8	2,0	6,4	4,3	4,8	4,1	3,5	4,7	7,6	3,7	5,5	5,2	3,5	6,0	4,3	3,1
L'ESPAI	2,1	0,3	2,0	4,3	5,5	7,7	5,6	3,1	4,4	6,9	3,6	3,8	3,3	6,7	3,1	3,1
TRANQUIL·LITAT	1,0	1,5	1,3	0,8	2,0	0,9	0,6	0,4	0,2	1,0	-	1,8	2,1	2,1	3,9	2,3
COSTUMS I CONEIXEMENT	3,7	3,4	2,3	2,5	5,2	1,1	2,1	2,2	2,0	2,5	2,1	2,2	2,3	1,5	2,5	1,8
APARCAMENT	1,2	0,2	0,9	1,2	0,9	0,4	0,6	0,9	0,7	0,7	0,2	0,5	0,9	0,6	0,6	0,6
HORARI	0,2	0,3	0,6	0,3	0,2	0,9	0,2	0,5	0,8	-	1,0	0,2	-	0,2	0,4	0,6
SERVEIS	1,0	0,3	0,6	1,0	0,9	0,2	0,5	0,5	0,7	0,7	1,4	0,2	0,9	0,9	1,0	0,3
LLIBERTAT D'ELECCIÓ	0,6	0,0	0,3	0,2	0,9	0,2	0,5	0,2	0,3	0,5	0,3	0,4	0,5	0,4	0,8	0,3
FORMA DE PAGAMENT	0,4	0,0	-	-	-	-	0,2	0,2	-	-	0,2	-	-	-	-	-
TOT	-	-	-	0,2	0,2	1,7	1,4	2,3	0,3	0,7	0,7	0,4	0,5	-	1,6	0,5
RES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	1,3	-	-
ALTRES	2,1	2,7	4,2	0,8	0,8	1,5	1,1	0,4	1,5	2,2	3,4	3,2	-	-	-	1,0
NS-NC	0,2	0,2	0,8	0,8	1,2	1,5	1,3	2,7	0,3	1,3	1,7	1,4	1,4	1,1	2,7	4,5
N	(516)	(596)	(640)	(608)	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)

P7. **B** Acostumen a comprar a alguna zona comercial  
**N** 619  
**R** Suma de les dues respostes

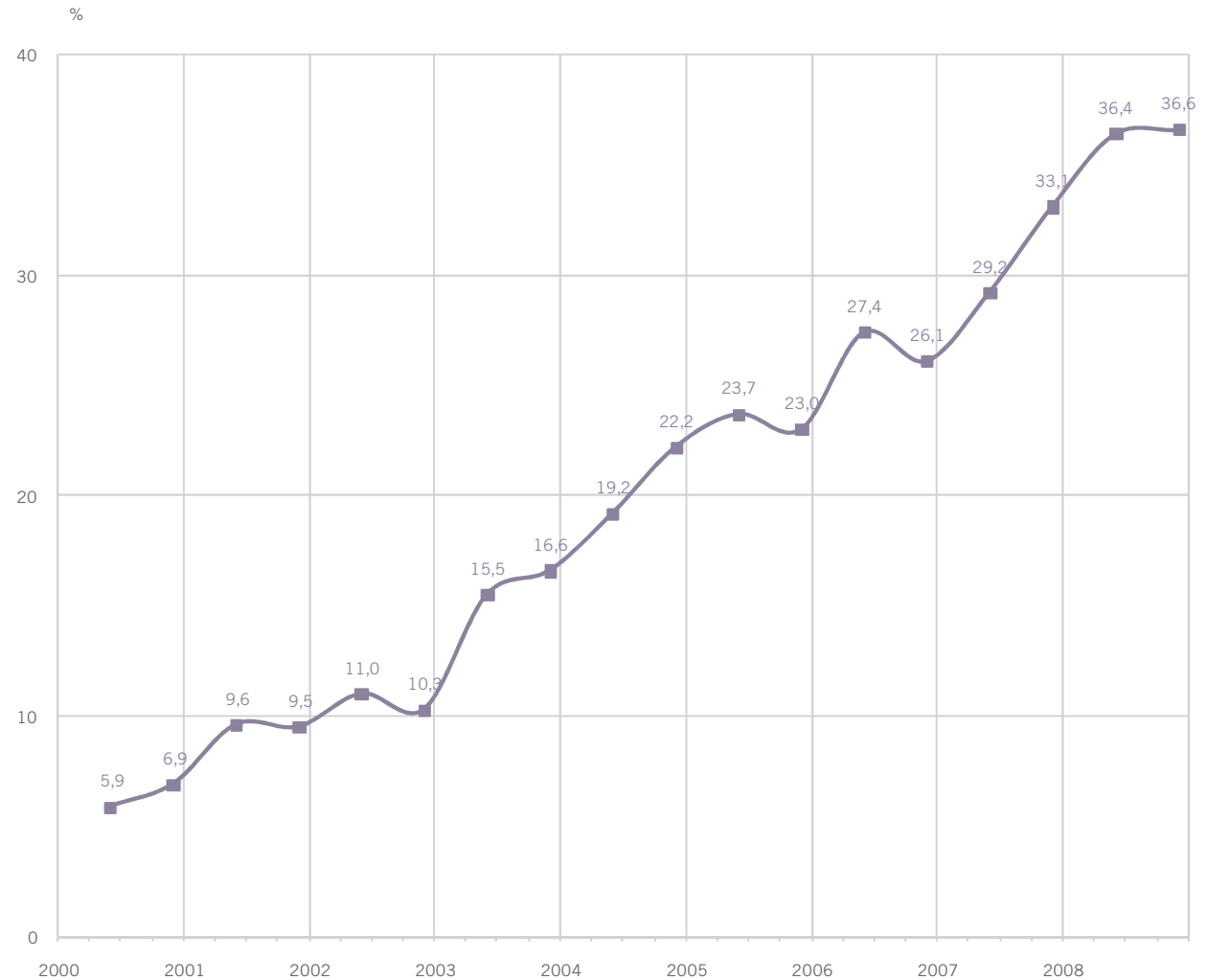


## COMPRA PER INTERNET

### P8.- HA COMPRAT ALGUNA VEGADA PER INTERNET?

El 36,6% de barcelonins diu haver comprat alguna vegada per Internet. Hi compren més els homes (el 47,4%) que les dones (el 27,2%), i és més habitual per a les persones de 25 a 34 anys (el 61,0%), les de 35 a 44 anys (50,3%) i d'alt nivell d'estudis (el 56,7%) que per altres sectors de població.

**Evolució:** Malgrat la tendència a incrementar el nombre de compradors per Internet consulta rere consulta, en aquest desembre de 2008 s'ha mantingut estable respecte el juny d'aquest mateix any.



P8. N 1000

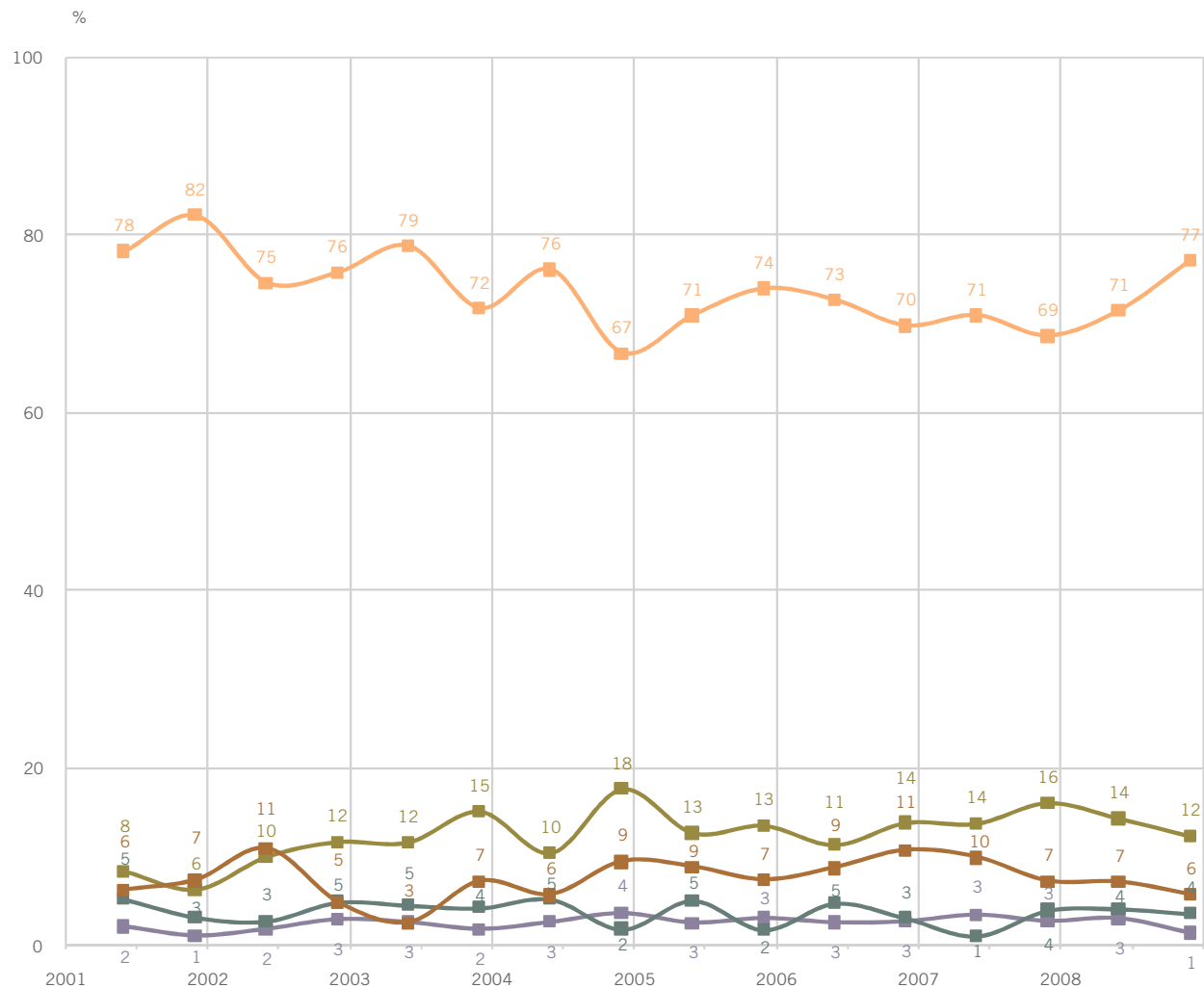


# COMPRA PER INTERNET

## P9.- AMB QUINA FREQUÈNCIA ACOSTUMA A COMPRAR PER INTERNET?

La majoria de consultats diu que compra per Internet de forma ocasional (77,0%). El 12,3% ho fa mensualment, el 5,7% cada dos mesos, el 3,6% cada 15 dies i el 1,4% setmanalment.

**Evolució:** La gran majoria dels que compren per Internet ho continuen fent de forma ocasional.



P9. **B** Han comprat alguna vegada per Internet  
**N** 366

- Setmanalment
- Cada quinze dies
- Mensualment
- Cada dos mesos
- Ocasionalment



## COMPRA PER INTERNET

### P10.- QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR PER INTERNET?

Les compres més habituals per Internet són les relacionades amb el lleure. El 92,1% dels que han comprat alguna vegada per Internet diu que ha comprat productes d'oci, concretament, el 40,4% ha comprat viatges, el 14,5% entrades per espectacles, el 13,9% llibres, el 10,4% música i el 12,8% altres productes relacionats amb el lleure. El 17,2% dels consultats que han comprat per Internet en alguna ocasió, han comprat productes d'informàtica i telefonia, el 12,6% aliments, el 12,3% roba i calçat, el 3,6% parament per la llar i un altre 3,6% altres productes quotidians.

**Evolució:** En relació a fa un any, el volum de compra de productes i serveis de lleure per Internet augmenta més de vint punts percentuals. També augmenta considerablement la compra de productes d'informàtica i telefonia i la roba i el calçat.

	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
OCI EN GENERAL (LLIBRES, CDS, JOCS..)	79,2	73,7	61,8	71,8	71,6	69,3	77,1	76,6	83,1	79,6	82,5	82,0	82,9	71,3	81,3	92,1
VIATGES	17,7	21,1	-	-	21,3	22,3	41,7	36,0	41,4	36,5	42,3	41,4	44,5	10,9	42,9	40,4
ENTRADES ESPECTACLES	-	-	-	-	5,8	11,4	11,5	8,6	11,0	9,6	8,8	8,8	11,6	-	12,4	14,5
LLIBRES	34,4	29,5	-	-	23,9	18,7	10,4	18,5	12,2	13,5	18,6	16,5	13,7	-	15,1	13,9
ALTRES LLEURE	7,3	2,1	-	-	6,5	4,2	5,2	7,7	7,2	9,6	4,0	6,1	3,8	-	3,6	12,8
MÚSICA	19,8	21,1	-	-	14,2	12,7	8,3	5,9	11,4	10,4	8,8	9,2	9,2	-	7,4	10,4
INFORMÀTICA I TELEFONIA	12,5	10,5	5,5	1,9	14,8	16,9	13,5	11,3	7,6	23,0	11,7	15,7	18,2	6,9	12,9	17,2
ALIMENTS	19,8	25,3	27,3	30,1	22,6	21,7	14,6	21,6	23,2	13,0	16,8	17,2	9,9	17,2	17,9	12,6
ROBA, CALÇAT	3,1	2,1	4,5	1,0	4,5	4,2	3,6	4,1	5,5	7,4	6,2	5,7	5,8	6,9	7,1	12,3
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	6,3	7,4	5,5	8,7	7,7	6,6	4,2	5,9	7,6	3,5	4,0	4,2	5,5	2,7	7,7	3,6
PARAMENT DE LA LLAR	0,0	2,1	2,7	4,9	0,6	4,8	2,6	3,6	2,1	3,5	2,6	1,5	3,4	2,1	5,8	3,6
PER AL COTXE	-	-	-	-	1,3	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALTRES	17,7	10,5	8,2	1,9	3,9	2,4	2,1	2,7	3,0	3,0	10,2	6,5	5,1	4,5	0,5	0,5
NS-NC	0,0	0,0	0,9	0,0	0,0	0,0	0,5	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	0,6	0,3	-
N	(96)	(95)	(110)	(103)	(155)	(166)	(192)	(222)	(237)	(230)	(274)	(261)	(292)	(331)	(364)	(366)

P10. **B** Han comprat alguna vegada per Internet

**N** 366

**R** Suma de les dues respostes



## TAULES D'EVOLUCIÓ

## 1.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR: ELS ALIMENTS

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
A LA BOTIGA DEL BARRI	14,4	16,0	13,2	21,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	1,6	1,5	0,9	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	-	-	-	-	15,8	16,7	15,6	16,3	13,3	13,1	15,0	16,2	15,6	14,8	16,0	13,1
AL MERCAT MUNICIPAL	34,4	28,6	29,0	25,1	33,1	30,8	27,4	24,8	26,5	27,0	24,9	29,3	22,0	24,1	23,6	21,9
AL SUPERMERCAT	41,3	43,9	48,9	43,2	43,9	43,7	49,0	50,7	52,0	52,3	51,8	47,3	56,0	54,7	52,0	56,6
AL HIPERMERCAT	3,5	5,0	5,2	4,7	3,0	3,6	4,6	4,3	3,9	3,8	4,5	4,1	3,1	4,0	4,8	3,2
AL GRAN MAGATZEM	1,2	1,5	0,8	2,0	1,5	1,3	0,7	1,6	1,2	1,5	0,8	1,0	1,2	1,0	1,0	1,1
ALS CENTRES COMERCIALS	2,0	2,7	1,7	2,2	2,5	3,2	1,3	1,9	2,5	2,1	2,3	1,5	1,7	1,1	1,7	2,7
ALTRES	0,9	0,2	0,1	0,3		0,2			0,2	0,1	0,2			0,1	0,1	0,2
NO SAP	0,7	0,6	0,2	0,5	0,1	0,5	1,3	0,4	0,4	-	0,5	0,6	0,4	0,2	0,6	1,2
NO CONTESTA	-	-	-	0,1	0,1	-	0,1	-	-	0,1	-	-	-	-	0,2	-
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

## 1.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR: ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ (NO ALIMENTS)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
A LA BOTIGA DEL BARRI	17,0	20,4	20,1	29,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	7,4	6,7	9,8	7,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	-	-	-	-	26,7	26,2	23,7	26,4	21,9	26,1	25,9	21,2	26,4	28,1	24,9	24,5
AL MERCAT MUNICIPAL	2,4	2,8	3,6	3,0	2,8	2,8	2,6	5,2	3,4	3,1	3,1	5,4	2,8	3,4	3,1	3,6
AL SUPERMERCAT	61,9	55,5	55,1	44,1	58,3	56,2	62,3	55,9	61,7	58,1	57,9	61,6	59,1	59,6	59,9	58,5
AL HIPERMERCAT	4,5	6,5	6,0	6,1	4,3	5,8	6,1	5,9	5,5	4,9	6,0	5,4	4,6	3,7	4,4	3,7
AL GRAN MAGATZEM	2,1	2,6	2,0	5,2	3,1	3,3	2,3	1,9	2,5	3,6	1,8	1,9	3,0	2,4	2,2	2,9
ALS CENTRES COMERCIALS	3,0	4,3	2,9	3,8	4,4	4,9	1,3	4,1	4,1	3,3	3,6	3,3	3,5	2,2	3,8	5,4
ALTRES	1,0	0,2	0,1	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1	0,5	0,3	0,2	0,1		0,2	0,2	0,5
NO SAP	0,7	1,0	0,4	0,6	0,1	0,7	1,4	0,5	0,4	0,6	1,5	1,0	0,5	0,4	1,3	0,9
NO CONTESTA	-	-	-	0,1	0,2	-	0,1	-	-	-	-	0,1	0,1	-	0,2	-
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



## 2.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: ELS ALIMENTS

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
A PEU	86,4	84,5	87,3	81,8	85,2	83,5	83,2	81,2	83,2	81,8	80,3	82,9	82,9	86,0	80,1	81,7
METRO	0,9	2,1	1,4	2,7	1,7	2,2	3,2	2,9	2,4	2,6	2,6	2,1	1,4	2,0	1,2	1,6
AUTOBÚS	1,3	2,1	1,5	3,1	2,4	2,3	2,2	3,3	2,2	2,5	2,7	2,8	3,3	1,8	2,0	2,0
TAXI	-	-	-	0,2	0,1	-	-	-	0,2	-	-	-	0,1	0,3	0,2	-
TREN	0,2	-	0,1	0,1	-	-	-	0,1	0,1	0,1	0,1	-	0,1	0,1	0,1	-
MOTO	0,5	0,7	0,6	1,0	0,9	0,3	1,0	1,1	1,0	1,1	1,2	1,0	1,7	0,8	1,9	1,4
COTXE	8,4	9,4	9,0	10,2	9,3	10,7	9,0	10,5	9,8	11,6	11,9	10,1	9,6	8,4	13,0	12,1
BICICLETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	0,1	0,2	0,2
ALTRES	1,6	0,5	0,1	0,8	0,3	0,6	0,3	0,7	0,8	0,2	0,8	0,5	0,3	0,1	0,4	0,5
NO SAP	0,7	0,7	-	0,1	-	0,4	1,1	0,2	0,3	-	0,4	0,6	0,2	-	0,5	0,4
NO CONTESTA	-	-	-	-	0,1	-	-	-	-	0,1	-	-	-	0,4	0,4	0,1
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

## 2.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ (NO ALIMENT)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
A PEU	83,6	80,6	87,0	76,4	81,4	79,2	80,6	78,2	79,3	78,5	78,9	79,7	78,3	83,4	79,1	79,1
METRO	1,9	3,1	1,3	5,4	3,4	3,0	2,5	3,4	3,3	3,4	3,1	2,4	3,0	2,9	1,6	2,9
AUTOBÚS	1,3	2,8	1,0	4,8	2,6	3,7	3,1	3,5	2,9	2,6	3,3	3,4	5,0	2,3	2,2	3,6
TAXI	0,2	-	0,1	0,1	0,1	-	0,1	0,2	0,2	0,1	-	-	0,1	-	0,2	-
TREN	-	-	-	-	-	-	0,2	0,2	-	0,3	0,3	-	-	0,1	-	-
MOTO	0,7	0,9	0,8	1,1	1,5	0,7	1,2	1,5	1,5	1,3	0,7	1,2	1,8	0,8	1,9	1,7
COTXE	10,1	11,5	9,5	10,8	10,3	12,2	10,7	11,7	11,5	13,4	11,8	11,3	10,6	9,5	12,7	11,2
BICICLETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,2	0,3	0,5
ALTRES	1,5	0,2	0,2	1,0	0,4	0,8	0,5	0,9	1,0	0,1	1,0	0,9	0,4	0,2	0,4	0,8
NO SAP	0,7	0,9	0,1	0,2	0,1	0,4	1,1	0,4	0,3	0,3	0,9	1,0	0,3	0,1	1,3	0,2
NO CONTESTA	-	-	-	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-	0,1	-	0,5	0,3	-
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

## 3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR: LA ROBA I EL CALÇAT

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
A LA BOTIGA DEL BARRI	33,7	31,1	26,8	35,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	39,8	40,2	48,4	34,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	-	-	-	-	72,3	60,7	65,5	63,3	67,4	65,6	60,4	61,7	63,4	59,0	56,9	51,0
AL MERCAT MUNICIPAL	0,9	1,0	1,1	0,8	0,7	1,4	1,4	1,1	0,8	1,2	0,4	1,3	1,1	1,8	0,7	1,1
AL SUPERMERCAT	0,2		0,7	0,8	0,2	0,5	0,3	0,9	0,4	0,4	0,4	0,3	0,8	0,8	0,5	0,6
AL HIPERMERCAT	1,1	1,3	1,5	1,0	1,2	1,9	1,4	1,6	1,6	1,0	1,3	0,7	1,6	1,9	1,4	1,3
AL GRAN MAGATZEM	11,4	11,5	10,3	12,0	11,1	12,1	9,3	12,4	10,2	12,0	11,7	11,4	12,1	10,6	12,0	15,2
ALS CENTRES COMERCIALS	11,0	12,9	9,3	13,2	12,9	18,2	19,8	18,5	17,4	17,1	22,4	23,2	19,9	23,5	24,1	26,2
ALTRES	1,0	1,0	0,4	2,0	0,3	2,2	0,7	1,0	1,3	1,8	1,6	0,5	0,3	1,0	1,2	0,3
NO COMPRA																0,6
NO SAP	0,9	0,9	1,3	1,0	0,7	2,5	1,5	1,1	0,9	0,8	1,7	0,9	0,7	1,3	2,8	3,4
NO CONTESTA	-	0,1	0,2	0,1	0,6	0,5	0,1	0,1	-	0,1	0,1	-	0,1	0,1	0,4	0,3
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

## 3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR: ELS PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
A LA BOTIGA DEL BARRI	32,7	28,9	25,7	36,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	30,4	33,0	37,9	22,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	-	-	-	-	63,1	51,5	55,3	55,7	54,7	56,7	55,1	59,8	52,4	52,8	46,8	44,7
AL MERCAT MUNICIPAL	0,4	0,8	0,8	0,7	0,5	0,6	0,7	1,0	1,2	1,3	0,9	0,9	0,8	1,0	0,4	0,7
AL SUPERMERCAT	2,6	5,9	4,5	7,5	3,2	7,4	7,4	5,5	7,9	8,2	5,9	4,5	12,0	10,1	8,2	7,5
AL HIPERMERCAT	2,1	3,3	4,1	4,1	3,4	3,5	5,3	3,3	4,4	4,3	4,3	3,3	3,3	3,9	3,8	3,5
AL GRAN MAGATZEM	12,9	10,9	12,8	12,1	11,5	12,4	9,2	12,0	11,5	11,4	10,3	11,1	12,5	11,3	14,0	14,2
ALS CENTRES COMERCIALS	11,5	11,1	8,4	11,0	14,8	16,0	13,5	17,4	15,7	14,3	17,6	16,4	16,3	15,7	18,2	19,1
ALTRES	2,5	0,9	0,6	1,8	0,3	0,9	0,6	1,0	1,5	0,5	1,5	0,6	0,2	0,7	0,6	0,7
NO COMPRA																3,3
NO SAP	4,9	4,8	5,0	3,5	2,1	6,8	7,8	4,1	2,8	3,1	4,1	3,4	2,3	4,3	6,8	4,8
NO CONTESTA	-	0,4	0,2	0,4	1,1	0,9	0,2	-	0,3	0,2	0,3	-	0,2	0,2	1,2	1,5
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

## 3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA COMPRAR: ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
A LA BOTIGA DEL BARRI	24,0	21,4	20,5	26,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	40,2	41,7	45,4	33,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	-	-	-	-	65,9	53,9	63,8	53,4	58,2	56,5	57,7	58,1	57,3	54,8	56,0	50,3
AL MERCAT MUNICIPAL	0,2	0,1	0,4	0,6	0,3	0,4	0,6	0,4	0,2	0,2	0,3		0,3	0,3	0,3	0,2
AL SUPERMERCAT	0,4	0,4	0,8	1,5	0,6	1,0	0,6	1,5	0,9	1,1	1,0	1,1	1,0	1,3	0,6	1,0
AL HIPERMERCAT	1,7	2,4	1,8	1,7	1,3	1,9	2,2	3,4	2,7	2,8	2,6	1,5	2,6	3,5	1,2	1,5
AL GRAN MAGATZEM	11,9	12,0	12,1	13,6	11,5	11,8	9,3	13,4	11,0	14,1	10,7	11,9	12,8	11,8	12,0	13,7
ALS CENTRES COMERCIALS	13,6	14,8	10,5	12,5	15,5	20,4	16,2	20,9	20,2	19,5	19,5	21,2	20,4	21,7	21,9	22,2
ALTRES	2,7	1,2	1,9	3,5	0,5	1,8	2,0	2,6	2,6	1,6	3,0	0,8	0,9	1,9	1,2	1,4
NO COMPRA																4,3
NO SAP	5,0	5,1	6,3	5,8	2,0	7,9	5,0	4,4	3,3	3,5	4,8	5,3	3,8	4,3	5,4	3,7
NO CONTESTA	0,3	0,9	0,3	0,9	2,4	0,9	0,3	-	0,9	0,7	0,4	0,1	0,9	0,4	1,4	1,7
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

## 4.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: LA ROBA I EL CALÇAT

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
A PEU	58,7	53,8	57,1	50,9	58,3	53,2	57,7	51,1	52,7	53,1	52,7	54,5	54,1	52,2	47,4	45,1
METRO	17,0	19,5	17,8	21,1	15,0	16,8	15,0	16,3	19,4	16,6	15,9	15,2	17,4	17,5	18,6	21,5
AUTOBÚS	9,1	10,7	9,3	11,4	9,8	10,2	10,1	9,8	9,4	11,8	11,5	10,6	12,0	10,4	11,3	12,3
TAXI	0,4	0,4	0,7	0,6	0,1	0,8	0,1	0,6	0,4	0,4	0,5	0,3	0,6	0,5	0,4	
TREN	0,2	-	0,6	0,2	0,6	0,3	0,3	1,2	0,5	0,3	0,5	-	0,1	0,4	0,4	0,2
MOTO	2,8	3,0	2,9	3,0	4,0	4,0	3,1	4,2	3,4	4,1	2,2	4,0	3,6	3,6	4,2	4,0
COTXE	10,1	11,9	10,6	11,3	10,8	11,5	12,3	15,3	12,9	12,7	14,1	14,2	11,3	13,5	14,1	13,4
BICICLETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2	1,1	1,1	0,8
TRAMVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	-	-	
ALTRES	0,8	0,2	0,3	0,9	0,1	0,8	0,2	0,4	0,8	0,3	1,4	0,5	-	-	0,6	0,5
CAP / NO COMPRA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,8
NO SAP	0,9	0,4	0,6	0,4	0,7	2,1	1,1	0,9	0,5	0,4	1,2	0,7	0,3	0,8	1,4	0,7
NO CONTESTA	-	0,1	0,1	0,2	0,6	0,3	0,1	0,2	-	0,3	-	-	0,1	-	0,5	0,7
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

## 4.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: ELS PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
A PEU	56,7	54,0	56,2	53,3	57,0	53,3	60,7	51,7	52,7	55,5	53,9	56,2	55,8	57,7	49,9	50,6
METRO	13,2	15,2	14,4	15,9	13,8	12,8	8,7	12,7	14,9	12,3	10,9	11,6	13,3	12,1	12,3	11,6
AUTOBÚS	7,8	8,0	8,6	9,1	9,0	7,7	6,7	10,0	7,6	9,3	9,9	8,6	10,1	7,5	8,0	8,8
TAXI	0,2	0,5	0,3	0,4	0,2	0,5	0,2	0,5	0,5	0,3	0,4	0,4	0,6	0,2	0,4	0,3
TREN	0,5	0,1	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,5	0,4	0,3	0,3	0,1	-	0,3	0,4	
MOTO	2,3	2,0	1,9	2,4	2,9	2,9	1,7	3,6	3,0	2,6	2,4	3,3	2,3	2,7	2,5	2,3
COTXE	13,1	14,7	13,8	13,7	13,6	15,1	13,7	16,6	17,2	16,1	16,8	16,0	15,4	14,9	18,8	18,0
BICICLETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	0,7	0,5	0,4
TRAMVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	-	-	
ALTRES	2,0	0,7	0,3	1,3	0,1	0,9	0,4	0,6	1,2	0,7	1,5	0,4	0,4	-	0,4	0,4
CAP / NO COMPRA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3
NO SAP	4,2	4,0	4,1	3,0	1,8	5,8	7,3	3,7	2,0	2,6	3,7	3,4	1,7	3,6	5,4	2,9
NO CONTESTA	-	0,8	0,1	0,6	1,2	0,6	0,3	0,1	0,5	0,3	0,2	-	0,2	0,3	1,4	1,4
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

## 4.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
A PEU	50,1	46,4	48,1	43,6	52,5	48,5	56,2	44,6	46,1	46,4	49,8	49,3	50,5	49,5	49,6	46,6
METRO	18,8	21,5	19,5	21,5	18,0	17,0	15,0	16,9	19,9	18,1	14,4	15,6	17,3	18,7	18,8	18,0
AUTOBÚS	7,6	9,7	9,7	9,9	9,0	9,1	8,2	10,4	9,1	11,8	9,6	10,8	11,4	8,8	8,2	10,3
TAXI	0,4	0,4	0,4	0,3	0,1	0,4	0,1	0,7	0,6	0,2	0,5	-	0,5	0,5	0,3	
TREN	0,5	0,1	0,5	0,3	0,4	0,6	0,3	0,7	0,5	0,4	0,4	0,1	0,2	0,3	0,5	0,1
MOTO	2,9	3,2	3,0	3,1	4,3	3,7	2,9	4,6	4,2	3,8	3,4	4,0	3,0	3,4	3,9	4,3
COTXE	12,2	12,6	11,8	12,5	10,8	11,3	11,4	15,9	13,6	13,8	13,9	14,0	12,3	12,3	11,4	11,1
BICICLETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	1,2	1,0	1,0
TRAMVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	0,1	-	
ALTRES	2,5	1,1	1,6	2,6	0,8	1,5	1,3	2,1	2,5	1,0	3,1	0,7	0,4	-	0,7	0,8
CAP / NO COMPRA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,3
NO SAP	4,5	4,2	5,2	5,3	1,8	7,2	4,3	4,0	2,5	3,4	4,6	5,5	3,3	3,7	4,4	2,5
NO CONTESTA	0,5	0,8	0,2	0,9	2,3	0,7	0,3	0,1	1,0	1,1	0,3	-	0,3	1,5	1,2	1,0
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

## 5.- VOSTÈ ACOSTUMA A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA? I A QUINA ZONA COMERCIAL ACOSTUMA A COM (SUMA DE DUES RESPOSTES)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
P. DE GRÀCIA/RBLA. CATALUNYA	5,0	19,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PASSEIG DE GRÀCIA	-	-	12,0	11,2	10,4	12,0	12,2	10,1	11,0	10,4	11,9	11,3	14,6	11,6	8,9	5,7
RAMBLA CATALUNYA	-	-	12,3	15,5	15,7	16,5	14,2	14,5	13,8	13,1	17,1	17,7	16,0	14,0	11,5	11,1
GRAN DE GRÀCIA	1,9	4,3	4,0	3,4	6,3	3,0	3,9	3,6	3,0	4,2	3,9	3,3	3,7	4,0	3,8	4,1
POBLE NOU	0,4	1,3	1,6	2,6	1,6	1,4	1,7	0,9	1,5	1,0	1,8	1,4	0,6	1,2	1,4	2,6
L'EIX HORTA	1,1	2,0	1,5	1,4	1,7	1,2	1,7	2,2	3,0	1,4	0,8	0,7	1,2	1,3	1,1	2,3
SANTS-CREU COBERTA	3,7	6,0	6,4	6,3	7,3	4,7	5,6	5,7	7,4	6,9	7,4	3,5	3,5	4,7	5,5	5,3
SARRIÀ	0,3	0,9	1,4	0,7	1,3	1,3	0,5	1,1	0,8	0,2	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	1,5
BARNAVASI-GALVANY	0,2	1,2	1,1	0,2	0,6	0,3	0,2	0,4	0,2	0,3	0,1	1,3	0,3	0,1	0,3	0,3
NOU DRASSANES	0,1	0,1	-	0,1	0,3	-	0,3	0,3	0,2	-	-	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1
BARNACENTRE	27,2	20,5	20,0	11,8	17,0	7,6	14,8	14,9	17,3	14,4	8,6	10,6	9,7	11,7	14,3	16,0
BULEVARDS DE NOU BARRIS	2,4	2,3	2,9	1,7	2,5	1,4	2,3	2,0	1,6	2,9	2,0	1,7	1,4	1,4	1,6	3,7
GRÀCIA NOVA	0,7	0,5	0,3	0,1	1,1	0,4	1,4	1,2	0,8	0,8	0,3	0,5	1,2	0,6	1,2	0,3
DRETA DE L'EIXAMPLE	1,6	3,5	3,2	2,1	2,5	1,3	2,7	2,1	3,0	1,3	1,1	1,3	1,4	1,9	1,4	1,9
L'EIX MARAGALL	0,3	0,3	0,7	0,9	1,3	1,3	0,5	1,0	1,1	0,6	0,3	0,3	0,9	0,9	0,5	1,0
L'EIX DE SANT ANDREU	2,7	4,3	-	4,8	5,8	3,6	4,0	4,1	3,3	5,3	4,1	4,1	4,9	3,3	3,9	5,4
LES RAMBLES	1,7	0,9	6,8	5,3	3,5	5,9	4,0	2,9	3,1	4,4	4,6	3,2	2,7	3,7	2,1	4,1
SANT ANTONI CENTRE COMERCIAL	2,2	2,5	1,7	1,4	3,9	3,2	2,8	1,0	2,0	3,7	2,1	1,6	3,2	1,9	1,9	2,4
DIAGONAL-ILLA	11,8	5,9	2,8	12,0	11,9	10,0	8,3	9,3	10,5	10,3	10,9	9,8	10,5	9,9	8,5	12,4
EIX SANTS-LES CORTS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,6	0,3	0,6	2,7
VERNEDA EIX COMERCIAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,5	0,3	0,2	0,4
SAGRADA FAMILIA	-	-	-	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALTRES	0,9	2,4	12,3	-	-	-	-	-	-	-	-	1,7	0,1	0,4	-	-
NO ACOSTUMO ANAR-HI	48,4	40,1	36,0	38,9	34,9	45,5	37,9	44,0	41,0	40,4	41,4	44,2	42,4	46,0	47,0	36,8
NO SAP / NO CONTESTA	-	0,3	-	0,3	0,1	0,3	-	0,4	-	-	0,5	-	0,4	0,4	1,9	1,3
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



## 6.- I QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR-HI A LA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA? (PRIMERA ZONA) (SUMA DE LES DUES RESPOSTES) (BASE: ACOSTUMEN A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
ALIMENTS	15,7	21,3	19,2	24,3	17,5	10,5	15,9	14,7	13,9	12,8	16,5	8,1	22,6	17,4	17,4	27,3
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	8,7	12,9	12,2	13,0	10,2	5,5	11,3	7,0	7,8	8,1	7,2	5,0	9,4	8,4	10,2	15,2
ROBA, CALÇAT	78,3	78,9	79,8	70,1	78,5	77,7	79,4	74,6	76,6	79,0	75,4	76,5	74,1	69,6	78,3	70,8
PARAMENT DE LA LLAR	13,8	9,6	15,2	7,7	10,0	10,0	11,4	8,1	12,0	8,4	6,0	8,6	6,8	4,1	8,6	8,7
OCI (LLIBRES, CDS, JOCS...)	31,4	29,0	30,2	24,0	28,6	24,5	25,1	23,2	26,4	21,3	17,9	28,3	16,8	20,7	28,6	27,6
ALTRES	0,8	0,8	0,2	1,3	0,6	1,1	0,3	0,5	0,7	0,7	1,9	0,5	1,0	1,5	-	0,2
NS	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,6	0,3	1,1	-	0,5	1,4	0,5	-	0,2	1,0	0,6
NC	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
N	(516)	(596)	(640)	(608)	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)

## 6.- I QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR-HI A LA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA? (SEGONA ZONA) (SUMA DE LES DUES RESPOSTES) (BASE: ACOSTUMEN A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
ALIMENTS	11,1	11,5	7,8	8,4	7,1	7,7	6,3	4,6	4,5	3,7	6,2	4,8	6,6	6,4	9,7	15,7
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	7,9	11,0	7,4	8,8	8,1	6,7	6,8	5,5	4,0	6,0	6,7	4,8	7,5	13,2	4,9	8,7
ROBA, CALÇAT	61,1	59,7	66,7	67,9	67,3	60,8	76,8	58,1	61,5	69,4	59,1	65,6	59,5	63,7	73,5	76,9
PARAMENT DE LA LLAR	9,5	13,6	14,8	6,5	11,1	9,6	12,6	18,4	14,6	11,1	10,4	12,2	13,2	6,4	10,3	9,2
OCI (LLIBRES, CDS, JOCS...)	39,7	38,2	29,6	30,7	41,8	34,0	30,0	32,3	37,7	27,8	26,9	26,5	26,0	24,5	29,2	34,1
ALTRES	0,8	-	0,4	0,9	0,7	0,5	0,5	-	-	1,9	2,6	1,1	1,3	0,5	-	-
NS	-	0,5	1,5	0,5	-	-	0,5	0,9	-	0,9	2,6	1,1	-	-	1,6	0,9
NC	1,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4
N	(126)	(191)	(270)	(215)	(297)	(209)	(190)	(217)	(247)	(216)	(193)	(189)	(227)	(204)	(185)	(229)

## 7.- QUÈ ÉS EL QUE MÉS VALORA DE LES ZONES COMERCIALS ON VA A COMPRAR?

(SUMA DE DUES RESPOSTES) (BASE: ACOSTUMEN A COMPRAR A ALGUNA ZONA COMERCIAL DE BARCELONA)

%	July 01	Des. 01	July 02	Des. 02	July 03	Des. 03	July 04	Des. 04	July 05	Des. 05	July 06	Des. 06	July 07	Des. 07	July 08	Des. 08
VARIETAT	54,1	61,1	63,4	56,6	52,0	54,1	52,7	50,4	57,8	51,3	45,1	47,0	46,2	44,8	37,8	39,7
TRACTE AL CLIENT	4,8	6,2	5,3	4,9	4,5	5,7	2,6	10,6	5,4	4,9	7,2	7,0	6,5	6,5	3,1	4,0
PASSEIG I COMPRA	5,6	4,4	4,1	4,4	6,2	2,2	2,9	2,7	4,2	1,7	3,6	2,7	1,7	1,1	5,3	5,2
COMODITAT	4,5	7,0	6,3	4,1	1,5	3,3	2,9	3,2	3,9	2,3	2,9	2,5	3,1	2,4	1,6	3,2
PROXIMITAT	15,9	13,1	17,3	18,3	20,3	15,5	20,1	19,1	16,3	16,1	14,8	14,0	17,0	18,3	22,1	19,5
QUALITAT	5,8	9,2	10,9	7,9	10,6	6,5	5,6	9,9	7,1	6,7	5,7	5,9	7,5	6,2	2,7	3,9
PREU	6,2	7,2	5,2	7,2	3,5	4,4	3,1	7,7	10,5	5,0	5,9	8,8	7,7	6,0	4,9	3,4
AMBIENT	2,9	3,7	2,3	3,9	6,9	11,1	7,2	4,0	4,1	6,9	6,0	2,5	3,1	4,9	3,3	4,5
CONCENTRACIÓ DE BOTIGUES	1,6	2,5	1,1	5,6	8,6	5,4	6,4	5,9	3,9	4,4	5,5	7,0	7,3	2,8	12,9	14,7
APARCAMENT	1,2	0,2	0,9	1,2	0,9	0,4	0,6	0,9	0,7	0,7	0,2	0,5	0,9	0,6	0,6	0,6
BEN COMUNICAT	2,1	2,7	2,2	3,3	2,3	3,9	2,3	2,7	3,7	2,2	1,2	2,5	4,2	2,6	5,3	4,2
COSTUMS I CONEIXEMENT	3,7	3,4	2,3	2,5	5,2	1,1	2,1	2,2	2,0	2,5	2,1	2,2	2,3	1,5	2,5	1,8
TIPUS DE BOTIGUES	3,3	3,7	2,5	1,8	5,7	5,5	6,1	3,6	5,6	3,7	3,6	5,0	4,0	6,3	6,3	4,2
TIPUS DE PRODUCTES	4,8	2,0	6,4	4,3	4,8	4,1	3,5	4,7	7,6	3,7	5,5	5,2	3,5	6,0	4,3	3,1
SERVEIS	1,0	0,3	0,6	1,0	0,9	0,2	0,5	0,5	0,7	0,7	1,4	0,2	0,9	0,9	1,0	0,3
FORMA DE PAGAMENT	0,4	-	-	-	-	-	0,2	0,2	-	-	0,2	-	-	-	-	-
L'ESPAI	2,1	0,3	2,0	4,3	5,5	7,7	5,6	3,1	4,4	6,9	3,6	3,8	3,3	6,7	3,1	3,1
LLIBERTAT D'ELECCIÓ	0,6	-	0,3	0,2	0,9	0,2	0,5	0,2	0,3	0,5	0,3	0,4	0,5	0,4	0,8	0,3
HORARI	0,2	0,3	0,6	0,3	0,2	0,9	0,2	0,5	0,8	-	1,0	0,2	-	0,2	0,4	0,6
TRANQUIL·LITAT	1,0	1,5	1,3	0,8	2,0	0,9	0,6	0,4	0,2	1,0	-	1,8	2,1	2,1	3,9	2,3
TOT	-	-	-	0,2	0,2	1,7	1,4	2,3	0,3	0,7	0,7	0,4	0,5	-	1,6	0,5
RES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	1,3	-	-
ALTRES	2,1	2,7	4,2	0,8	0,8	1,5	1,1	0,4	1,5	2,2	3,4	3,2	-	-	-	1,0
NS	0,2	0,2	0,8	0,8	1,2	1,5	1,3	2,2	0,3	1,3	1,7	1,4	1,4	1,1	2,7	4,0
NC	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	0,5
N	(516)	(596)	(640)	(608)	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)

## 8.- HA COMPRAT ALGUNA VEGADA PER INTERNET (COMERÇ ELECTRÒNIC)? (\*)

%	Juny 00	Des. 00	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
SÍ	5,9	6,9	9,6	9,5	11,0	10,3	15,5	16,6	19,2	22,2	23,7	23,0	27,4	26,1	29,2	33,1	36,4	36,6
NO	94,0	92,7	90,2	90,4	88,7	89,7	84,4	83,4	80,6	77,7	76,3	77,0	72,5	73,9	70,3	66,7	63,6	63,4
NS-NC	0,1	0,4	0,2	0,1	0,3	-	0,1	-	0,2	0,1	-	-	0,1	-	0,5	0,2	-	-
N	(799)	(839)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

(\*) JUNY I DESEMBRE DE 2000 ES DEMANAVA A TOTS ELS QUE ACOSTUMEN A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA, MENTRE QUE A PARTIR 2001 ES PREGUNTA A TOTHOM.

FINS EL 2003 ES DEMANAVA SI HAVIA COMPRAT "ALGUNA COSA"

## 9.- AMB QUINA FREQUÈNCIA ACOSTUMA A COMPRAR PER INTERNET? (BASE: HAN COMPRAT ALGUNA VEGADA PER INTERNET)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
SETMANALMENT	2,1	1,1	1,8	2,9	2,6	1,8	2,6	3,6	2,5	3,0	2,6	2,7	3,4	2,7	3,0	1,4
CADA DUES SETMANES	5,2	3,2	2,7	4,9	4,5	4,2	5,2	1,8	5,1	1,7	4,7	3,1	1,0	3,9	4,1	3,6
MENSUALMENT	8,3	6,3	10,0	11,7	11,6	15,1	10,4	17,6	12,7	13,5	11,3	13,8	13,7	16,0	14,3	12,3
CADA DOS MESOS	6,3	7,4	10,9	4,9	2,6	7,2	5,7	9,5	8,9	7,4	8,8	10,7	9,9	7,3	7,1	5,7
OCASIONALMENT	78,1	82,1	74,5	75,7	78,7	71,7	76,0	66,7	70,9	73,9	72,6	69,7	70,9	68,6	71,4	77,0
NS	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	0,4	-	-	1,0	1,5	-	-
NC	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-
N	(96)	(95)	(110)	(103)	(155)	(166)	(192)	(222)	(237)	(230)	(274)	(261)	(292)	(331)	(364)	(366)

## 10.- I QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR-HI PER INTERNET? (BASE: HAN COMPRAT ALGUNA VEGADA PER INTERNET) (SUMA DE LES DUES RESPOSTES)

%	Juny 01	Des. 01	Juny 02	Des. 02	Juny 03	Des. 03	Juny 04	Des. 04	Juny 05	Des. 05	Juny 06	Des. 06	Juny 07	Des. 07	Juny 08	Des. 08
ALIMENTS	19,8	25,3	27,3	30,1	22,6	21,7	14,6	21,6	23,2	13,0	16,8	17,2	9,9	17,2	17,9	12,6
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	6,3	7,4	5,5	8,7	7,7	6,6	4,2	5,9	7,6	3,5	4,0	4,2	5,5	2,7	7,7	3,6
ROBA, CALÇAT	3,1	2,1	4,5	1,0	4,5	4,2	3,6	4,1	5,5	7,4	6,2	5,7	5,8	6,9	7,1	12,3
PARAMENT DE LA LLAR	-	2,1	2,7	4,9	0,6	4,8	2,6	3,6	2,1	3,5	2,6	1,5	3,4	2,1	5,8	3,6
LLIBRES	34,4	29,5	-	-	23,9	18,7	10,4	18,5	12,2	13,5	18,6	16,5	13,7	-	15,1	13,9
VIATGES	17,7	21,1	-	-	21,3	22,3	41,7	36,0	41,4	36,5	42,3	41,4	44,5	10,9	42,9	40,4
MÚSICA	19,8	21,1	-	-	14,2	12,7	8,3	5,9	11,4	10,4	8,8	9,2	9,2	-	7,4	10,4
ENTRADES ESPECTACLES	-	-	-	-	5,8	11,4	11,5	8,6	11,0	9,6	8,8	8,8	11,6	-	12,4	14,5
ALTRES LLEURE	7,3	2,1	-	-	6,5	4,2	5,2	7,7	7,2	9,6	4,0	6,1	3,8	-	3,6	12,8
OCI EN GENERAL (LLIBRES, CDS, JOCS..)	-	-	61,8	71,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60,4	-	-
INFORMÀTICA I TELEFONIA	12,5	10,5	5,5	1,9	14,8	16,9	13,5	11,3	7,6	23,0	11,7	15,7	18,2	6,9	12,9	17,2
PER AL COTXE	-	-	-	-	1,3	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALTRES	17,7	10,5	8,2	1,9	3,9	2,4	2,1	2,7	3,0	3,0	10,2	6,5	5,1	4,5	0,5	0,5
NS	-	-	0,9	-	-	-	0,5	0,5	-	-	-	-	1,0	0,6	0,3	-
N	(96)	(95)	(110)	(103)	(155)	(166)	(192)	(222)	(237)	(230)	(274)	(261)	(292)	(331)	(364)	(366)