

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM
PRESENTACIÓ DE RESULTATS

DESEMBRE 2009

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió **r09027**

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM

DESEMBRE 2009

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
- 012 TRANSPORT UTILITZAT PER ANAR A COMPRAR
- 018 COMPRA A ZONES COMERCIALS
- 020 VALORACIÓ DE LES ZONES COMERCIALS
- 021 COMPRA PER INTERNET

- 024 TAULES D'EVOLUCIÓ

- 041 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

Del 23 al 27 de novembre de 2009.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

GESOP

El bloc de preguntes de Comerç i Consum forma part de l'Òmnibus Municipal de DESEMBRE de 2009.

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:

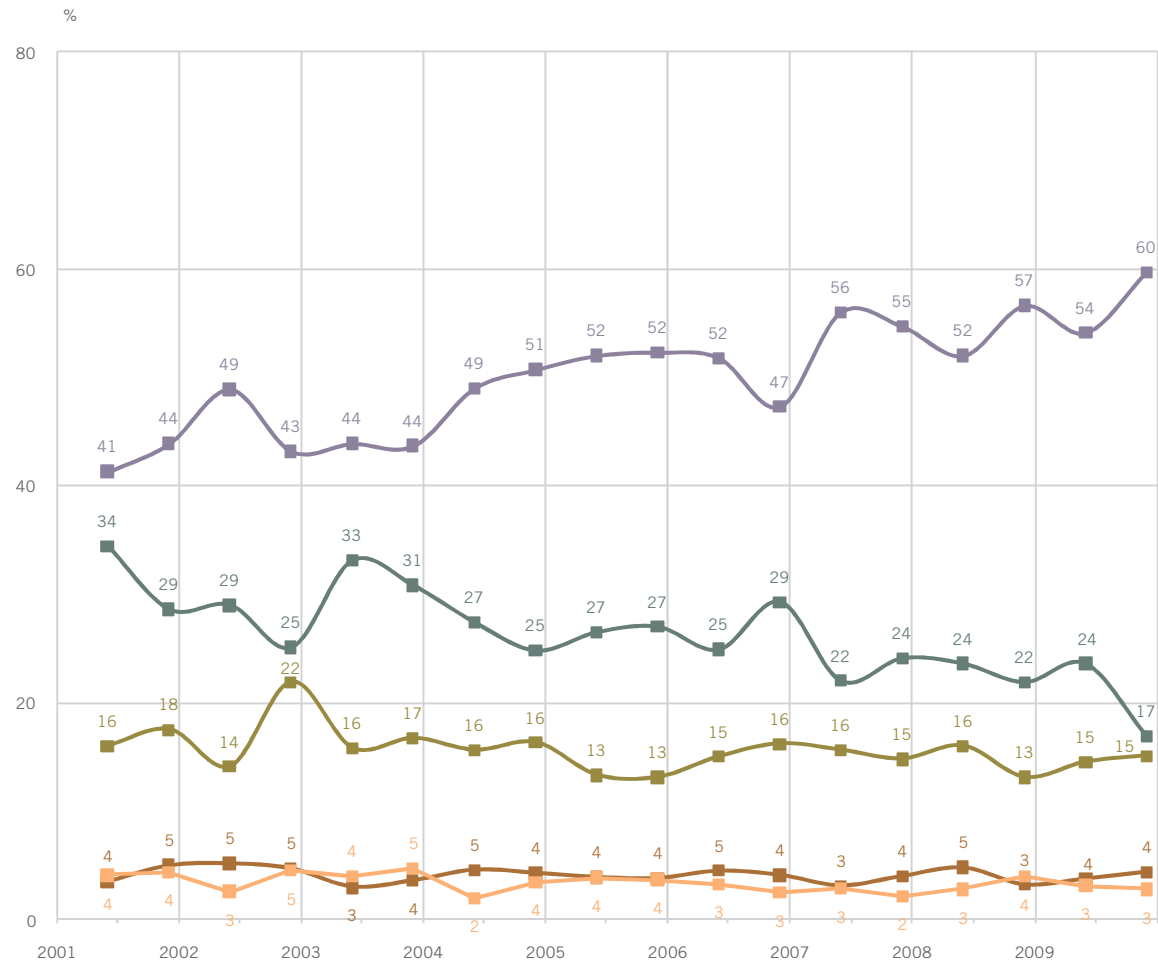
a) ELS ALIMENTS

La majoria dels consultats solen comprar els productes d'alimentació al supermercat (59,7%), molt per davant dels que diuen comprar aquest tipus de productes al mercat municipal (16,9%) i la botiga especialitzada o de barri (15,1%).

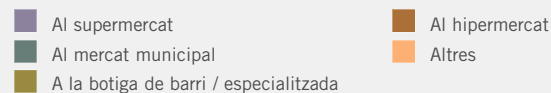
De manera més residual, el 7,2% dels entrevistats van a comprar els aliments a les grans superfícies com hipermercats (4,4%), grans magatzems (1,6%) o centres comercials (1,2%).

Els supermercats són l'establiment més comú per la compra d'alimentació per a tots els segments de població analitzats, però destaca especialment entre els més joves i en va decreixen l'ús a mesura que avança l'edat dels entrevistats. El mercat municipal destaca entre les persones entre 55 i 64 anys (24,4%) i la botiga de barri o especialitzada entre els més grans (21,0%).

Evolució: Continua la tendència a l'alça dels que diuen anar a comprar els aliments al supermercat, que incrementen en aquesta onada 6 punts obtenint així el valor més alt de la sèrie. Per contra, van a la baixa els que opten pel mercat municipal.



P1. N 1000



HÀBITS DE COMPRA

P1.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

b) L'ALIMENTACIÓ FRESCA

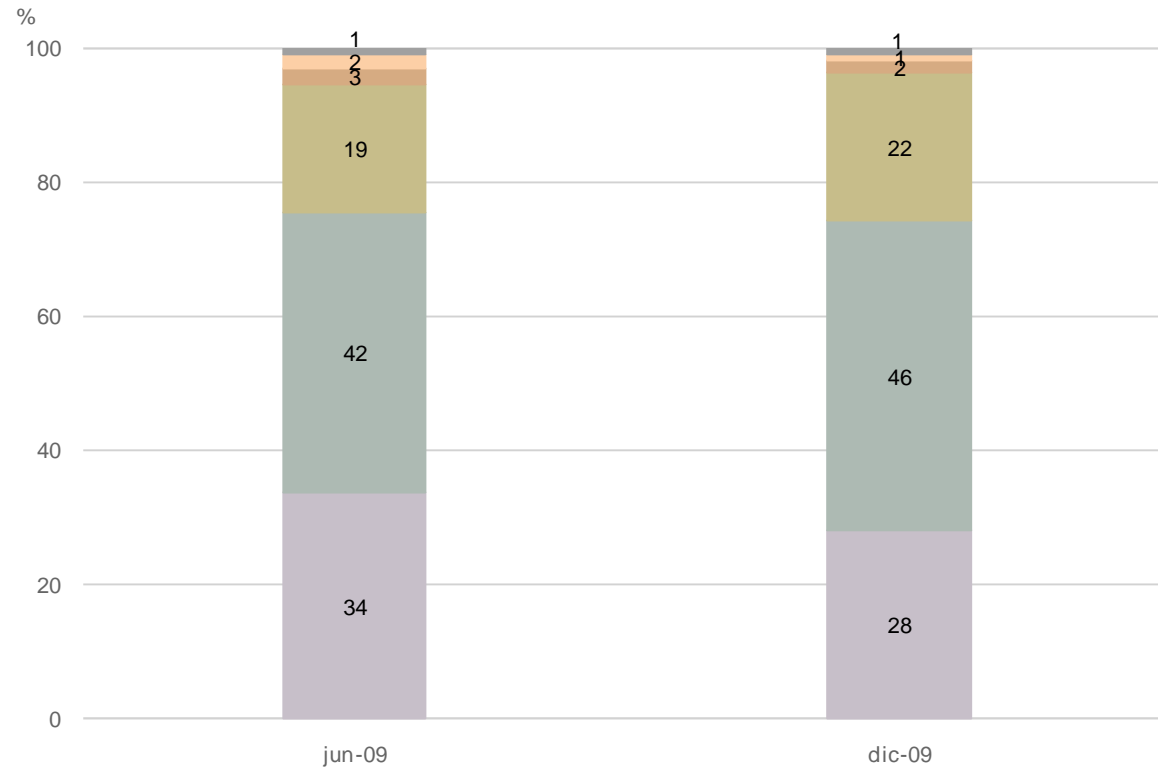
Quan es pregunta específicament per l'alimentació fresca, la majoria de barcelonins diu comprar-la al mercat municipal (46,1%), força per davant dels que opten per comprar-la al supermercat (28,0%) o a les botigues de barri o especialitzades (22,1%).

Són pocs els que van a les grans superfícies per comprar aquest tipus de productes (2,8%).

Entre els menors de 35 anys hi ha major tendència a comprar l'alimentació fresca al supermercat, mentre que entre els majors de 35 s'opta més pel mercat municipal, especialment els que tenen entre 55 i 64 anys (55,7%).

Evolució*: Respecte la consulta de juny es redueixen els que diuen anar a comprar els aliments frescos al supermercat en favor dels que opten pel mercat municipal i les botigues de barri o especialitzades.

* El juny de 2009 es va preguntar primer per l'alimentació fresca i després per la resta d'aliments.



P1. N 1000

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



HÀBITS DE COMPRA

P1.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

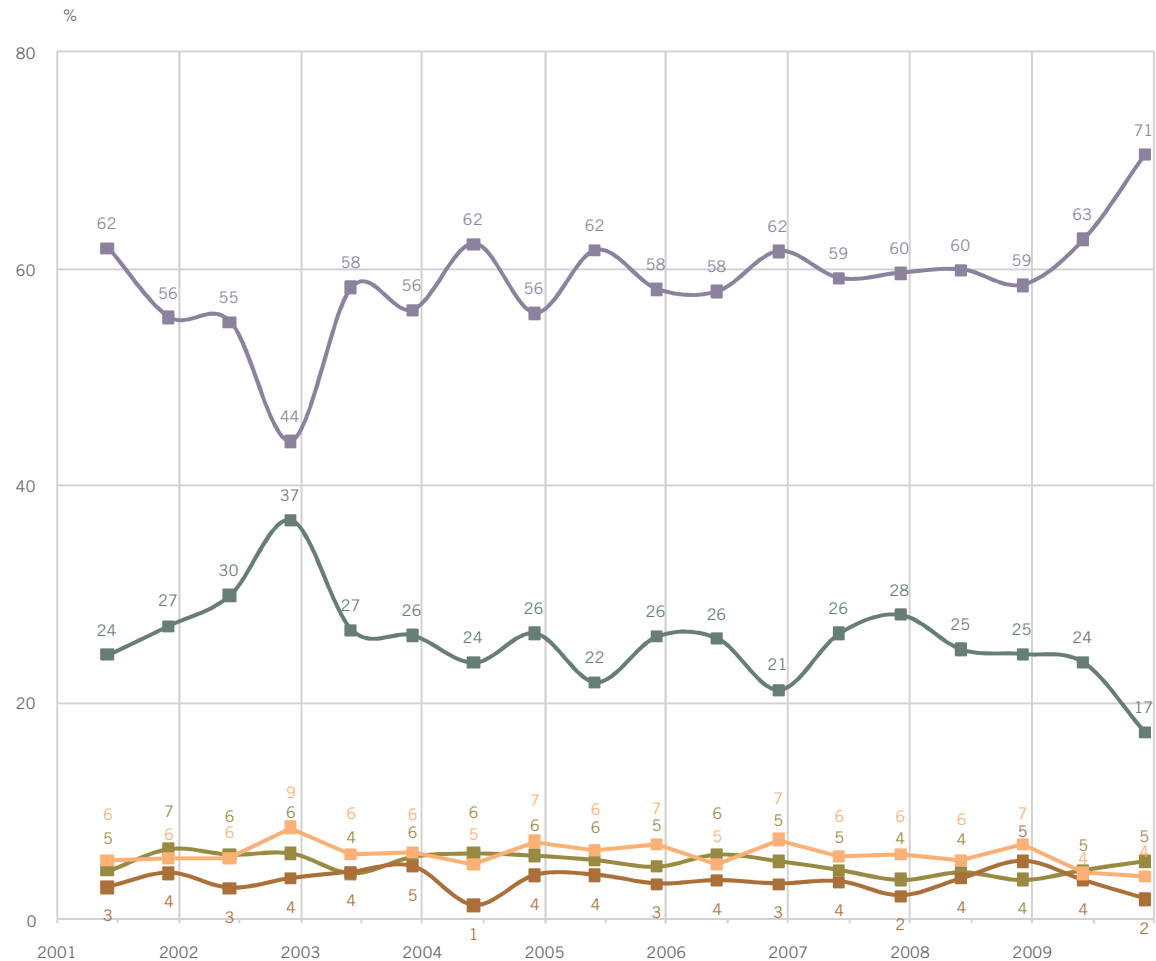
c) ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

Pel que fa a la compra d'altres productes d'ús quotidià (de neteja, perfumeria,...), la majoria de barcelonins també opta per comprar-los al supermercat (70,5%), molt per davant dels que prefereixen comprar aquest tipus de productes a les botigues de barri o especialitzades (17,3%).

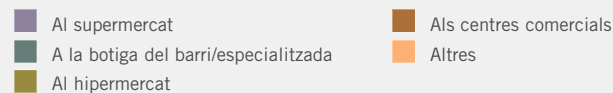
Un 5,4% opta per anar-hi a l'hipermercat, un 2,2% als grans magatzems, un 1,9% als centres comercials i l'1,6% hi va al mercat municipal.

Per a tots els segments analitzats, el supermercat és l'establiment preferit per comprar aquest tipus de productes, i ho és especialment pels segments d'edat més joves. Per contra, a mesura que avança l'edat s'opta més per la botiga de barri o especialitzada.

Evolució: La distribució de les respostes es manté similar a les anteriors consultes, però incrementen notablement els que opten per comprar aquests productes als supermercats, assolint el valor més alt de la sèrie, en detriment dels que els compren a les botigues de barri o especialitzades, que van a la baixa i obtenen el valor més baix de la sèrie.



P1. N 1000



HÀBITS DE COMPRA

P3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

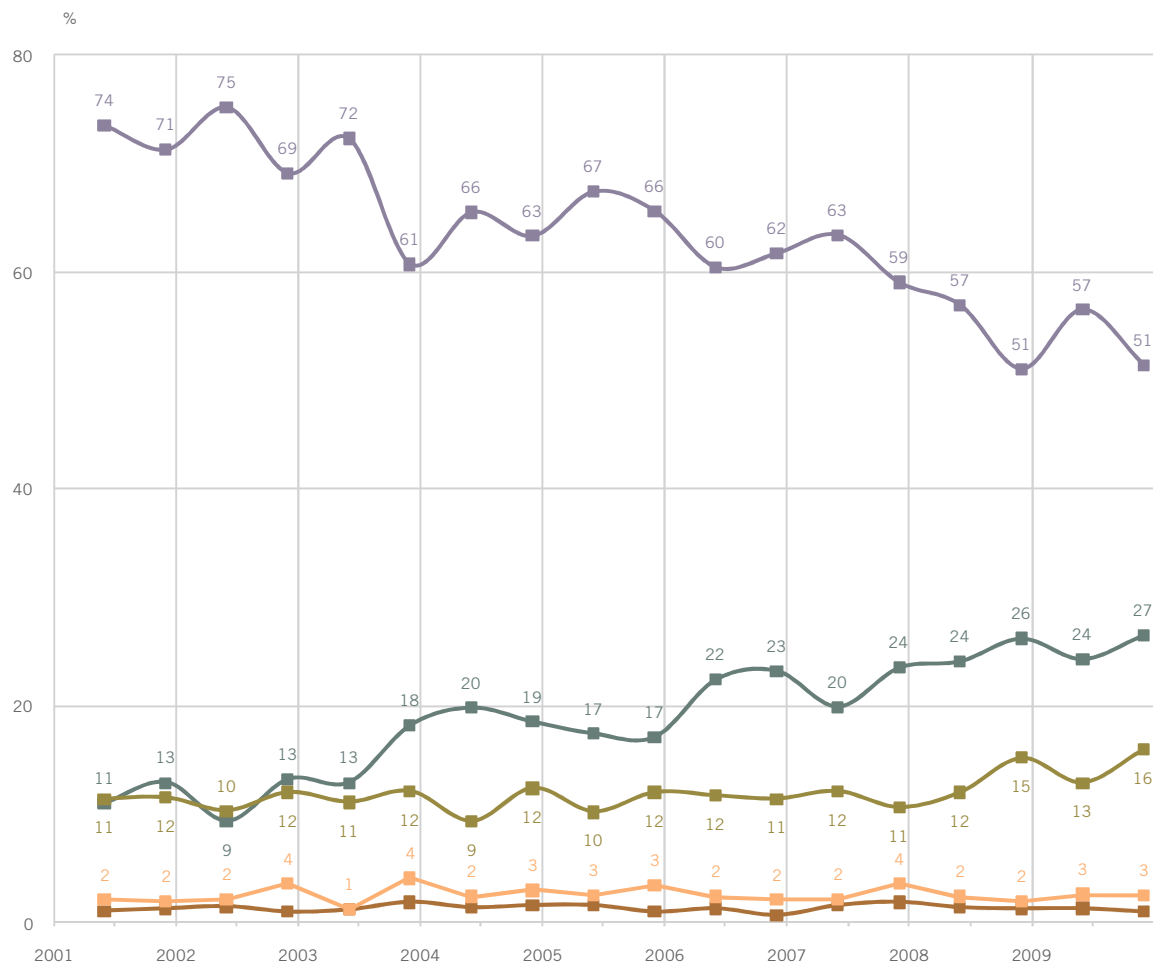
a) LA ROBA I EL CALÇAT

Pel que fa a la roba i el calçat, en canvi, els entrevistats prefereixen majoritàriament comprar-ho a les botigues de barri o especialitzades (51,4%), mentre un altra quarta part (26,5%) opta per anar als centres comercials i un 16,0% als grans magatzems.

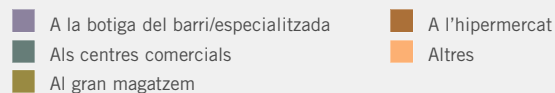
Són pocs els barcelonins que opten per comprar la roba i el calçat a altres tipus d'establiments.

Els centres comercials són l'establiment preferit per anar-hi a comprar aquest tipus de productes pels menors de 35 anys, mentre que els que superen aquesta edat tenen més tendència a anar-hi a les botigues especialitzades.

Evolució: Les botigues de barri i especialitzades continuen sent les preferides per comprar roba i calçat però amb una clara tendència a la baixa en favor dels centres comercials i els grans magatzems que continuen a l'alça i obtenen en aquesta consulta el valor més alt de la sèrie.



P3. N 1000



HÀBITS DE COMPRA

P3.- A QUIN ESTABLIMENT ACOSTUMA A COMPRAR:

b) ELS PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR

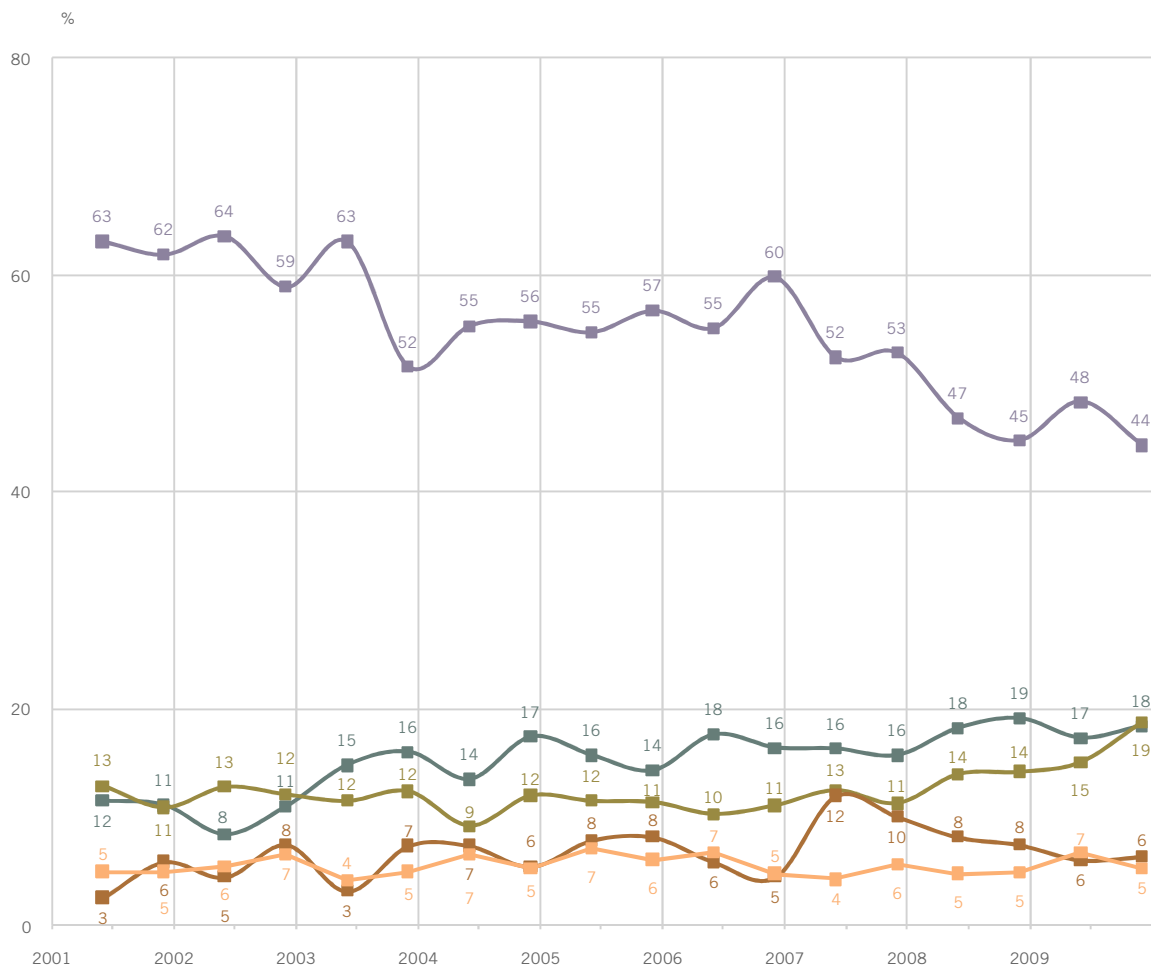
La majoria de consultats sol anar a les botigues de barri o especialitzades per la compra de productes de parament de la llar (44,3%), força per davant dels que opten per altres tipus de comerços.

El 18,8% acostuma a comprar-los als grans magatzems i un 18,4% als centres comercials.

Un 6,4% sol anar-hi al supermercat i un 3,6% a l'hipermercat, entre altres.

També per aquest tipus de productes es dona la tendència que els joves solen preferir en major mesura els centres comercials i els grans magatzems mentre que els més grans tendeixen a preferir les botigues de barri o especialitzades.

Evolució: Per la compra de productes de parament per la llar també van a la baixa les botigues de barri o especialitzades, en favor sobretot dels 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:

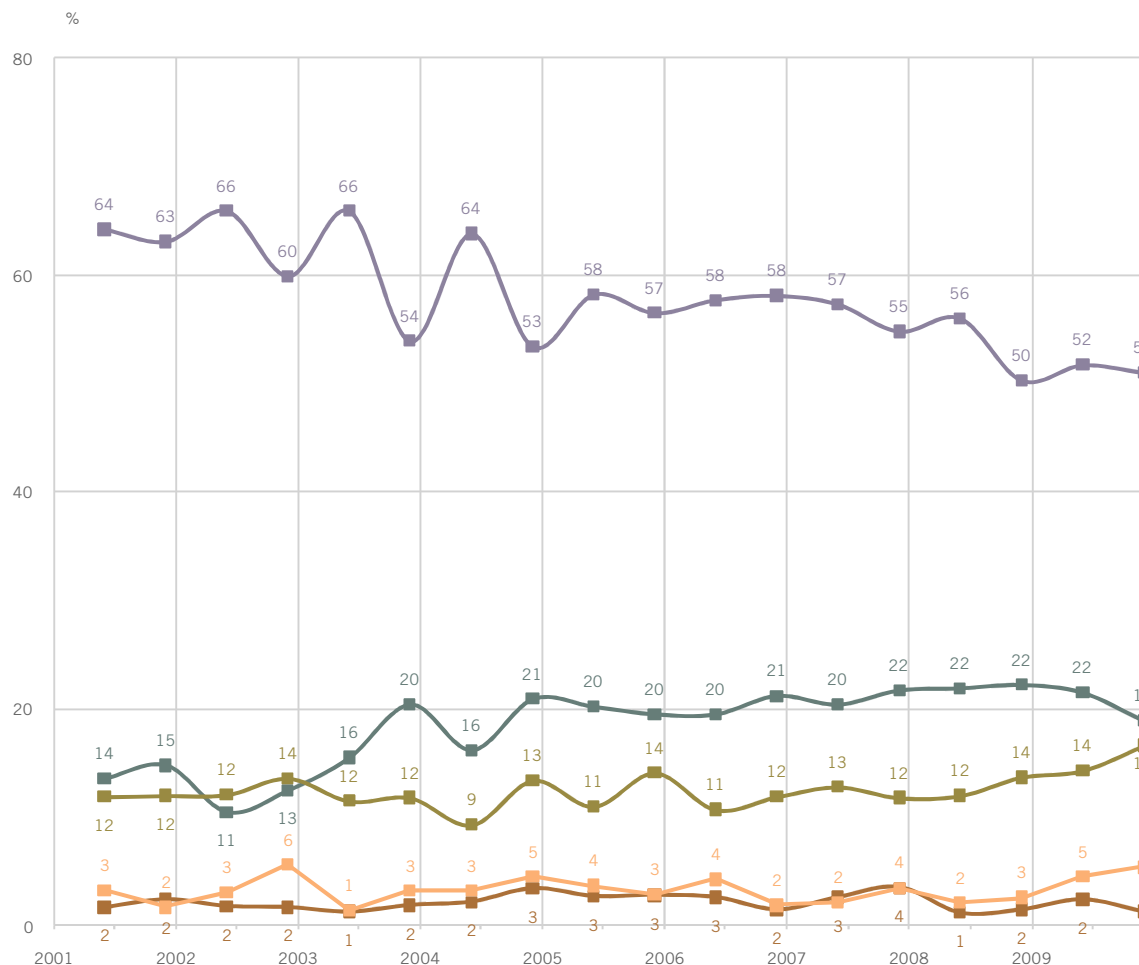
c) ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA

Finalment, pel que fa a la compra de productes d'oci i cultura els barcelonins opten majoritàriament per les botigues de barri o especialitzades (51,0%), força per davant dels centres comercials (18,9%) i els grans magatzems (16,6%).

Pocs compren aquests productes a altres establiments comercials com els hipermercats (1,3%) o els supermercats (1,2%).

La botiga de barri o especialitzades son les preferides per a comprar aquest tipus de productes en tots els segments de població analitzats, però una vegada més els dos segments d'edat més joves tenen més tendència a comprar-los als centres comercials.

Evolució: Es mantenen unes proporcions molt similars a l'anterior consulta, amb certa reducció dels centres comercials en favor dels grans magatzems.



P3. N 1000

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



TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

P2.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

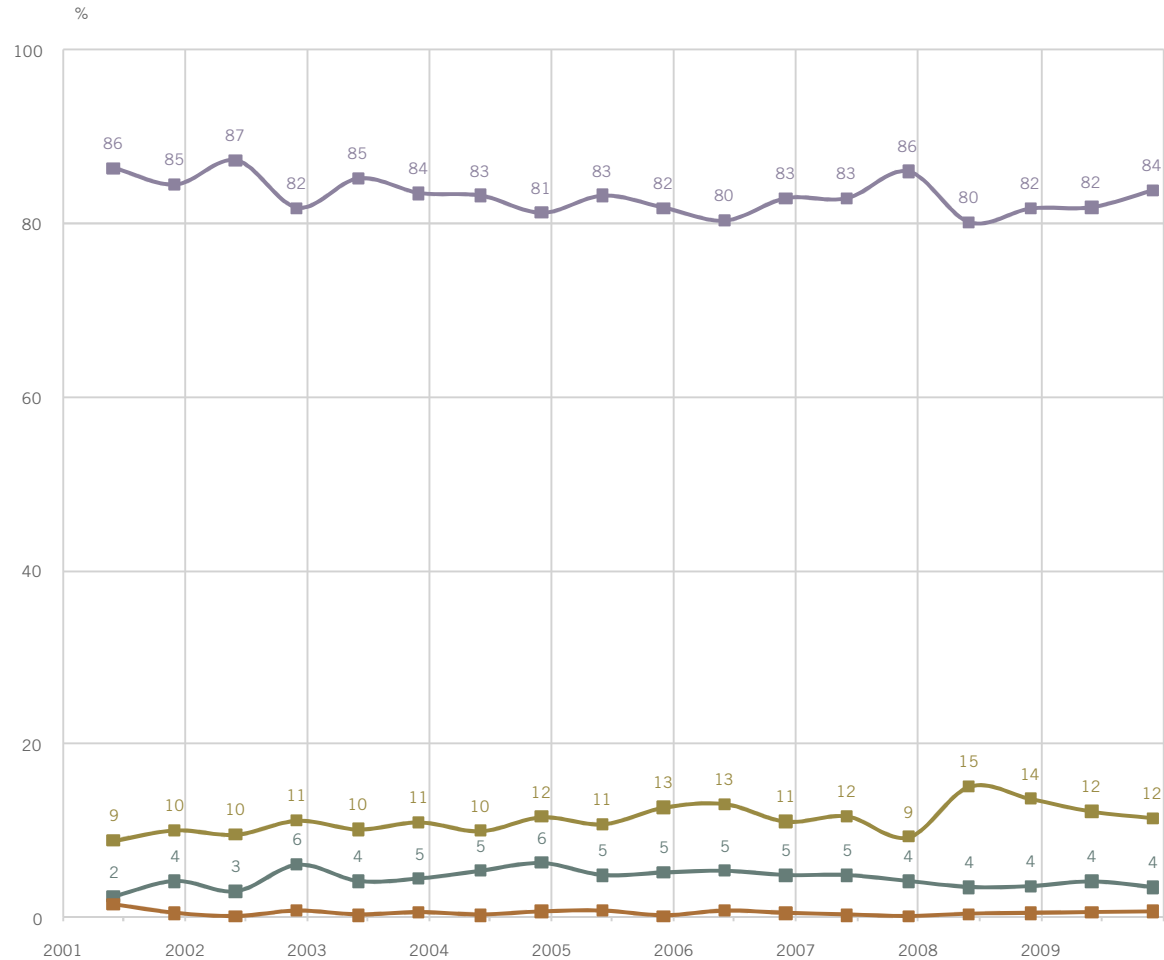
a) ELS ALIMENTS

La gran majoria es desplaça a peu (83,8%) per anar a comprar els productes alimentaris.

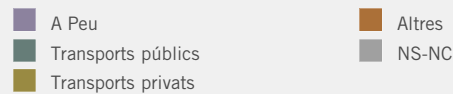
Un 11,5% opta per fer aquestes compres amb vehicle privat, gairebé tots amb cotxe, i un 3,6% hi va amb transport públic.

Aquestes proporcions es mantenen similars per a tots els segments de població analitzats, amb cert augment de l'ús del cotxe entre els que tenen entre 45 i 54 anys.

Evolució: La distribució de les respostes es manté molt similar a les anteriors consultes.



P2. N 1000



TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

P2.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

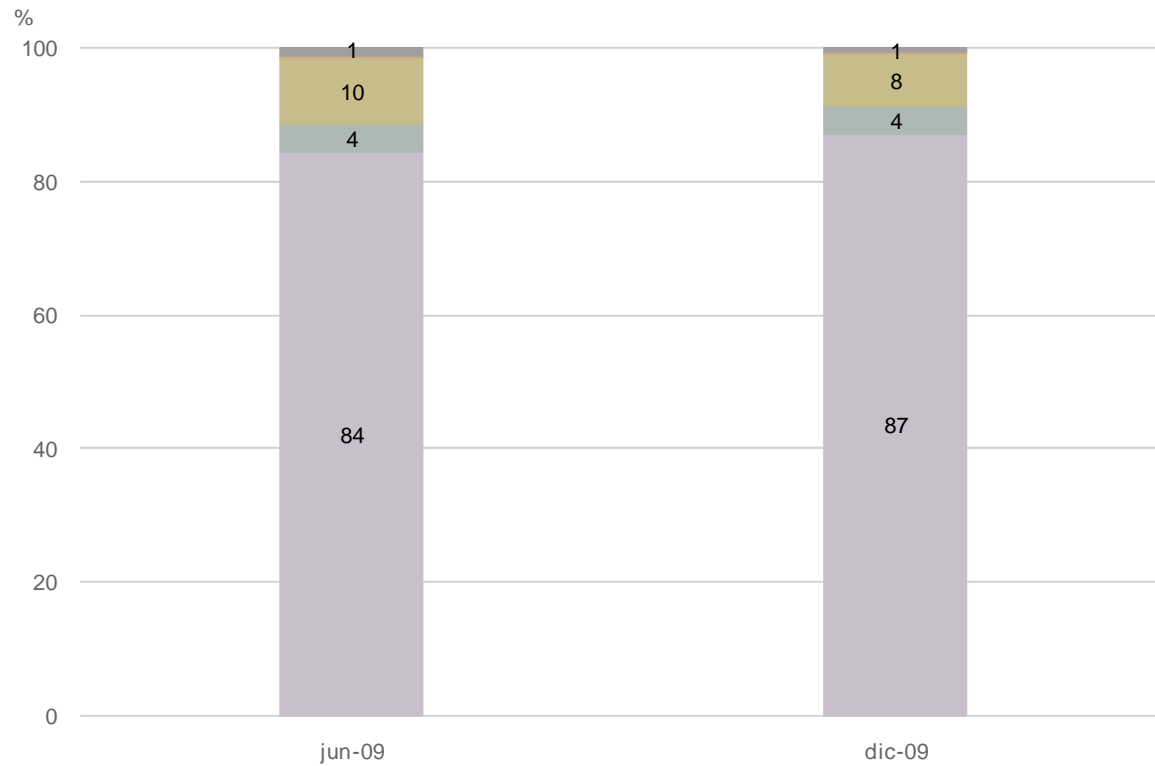
b) L'ALIMENTACIÓ FRESCA

En relació específicament a l'alimentació fresca, també la gran majoria de barcelonins opta per anar a comprar a peu aquest tipus de productes (87,3%).

Un 7,9% opta per desplaçar-se amb un vehicle privat (gairebé tots amb cotxe) per aquestes compres i un 4,0% amb transport públic.

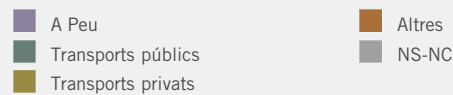
Per a tots els segments de població analitzats, són majoria els que es desplacen a peu per anar a comprar l'alimentació fresca. També en aquest cas entre els de 45 i 54 anys s'observa un cert increment dels que van en cotxe.

Evolució*: Respecte la consulta de juny augmenten lleugerament els que diuen anar a comprar els aliments frescos a peu.



* El juny de 2009 es va preguntar primer per l'alimentació fresca i després per la resta d'aliments.

P2. N 1000



TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

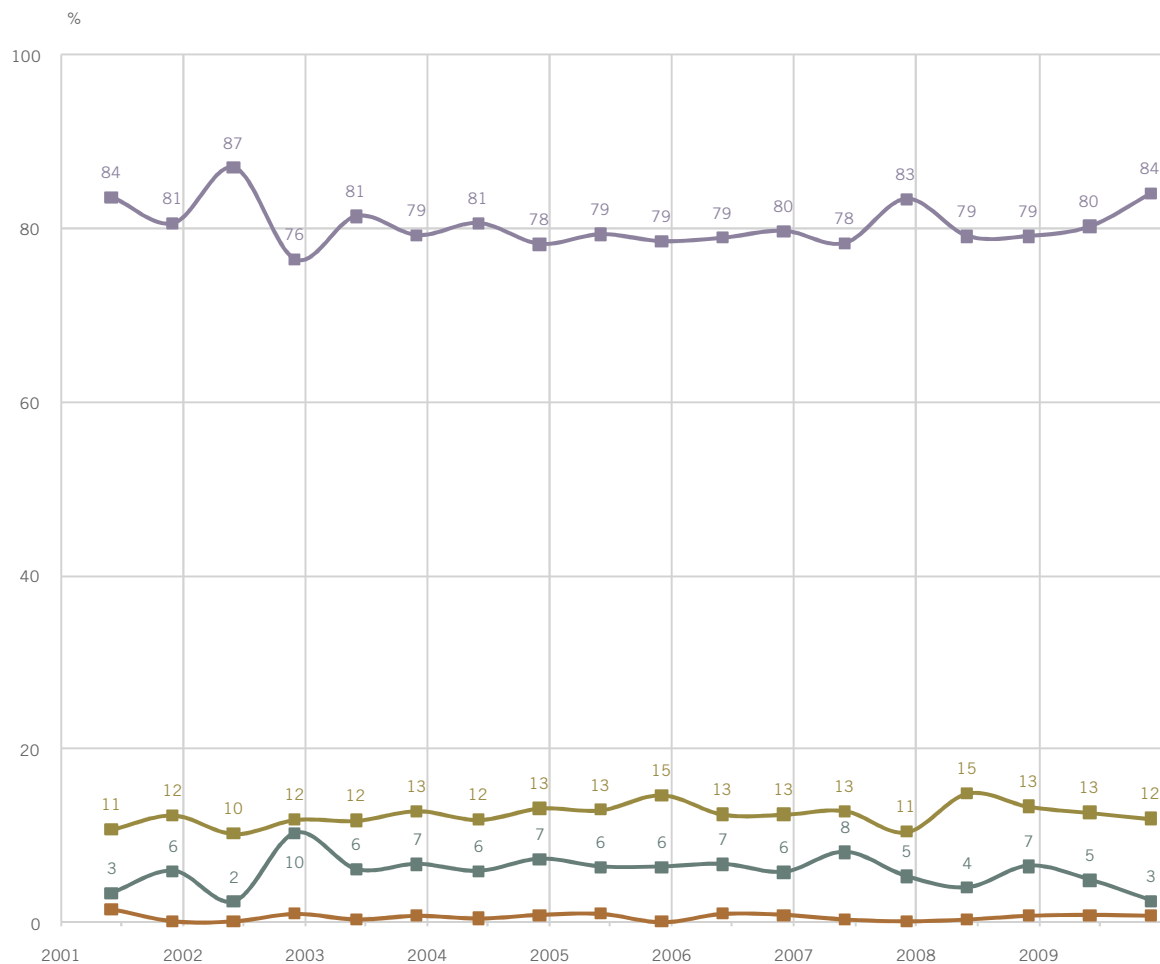
P2.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

c) ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

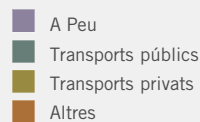
Pel que fa la compra d'altres productes d'ús quotidià (neteja, perfumeria,...) també la gran majoria opta per anar-hi a peu (84,0%), molt per davant dels que opten per desplaçar-s'hi en vehicle privat (12,0%), bàsicament el cotxe, o transport públic (2,6%).

Les persones que tenen entre 45 i 54 anys tornen a destacar per ser les que més utilitzen el cotxe per a fer aquest tipus de compres.

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



P2. N 1000



TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

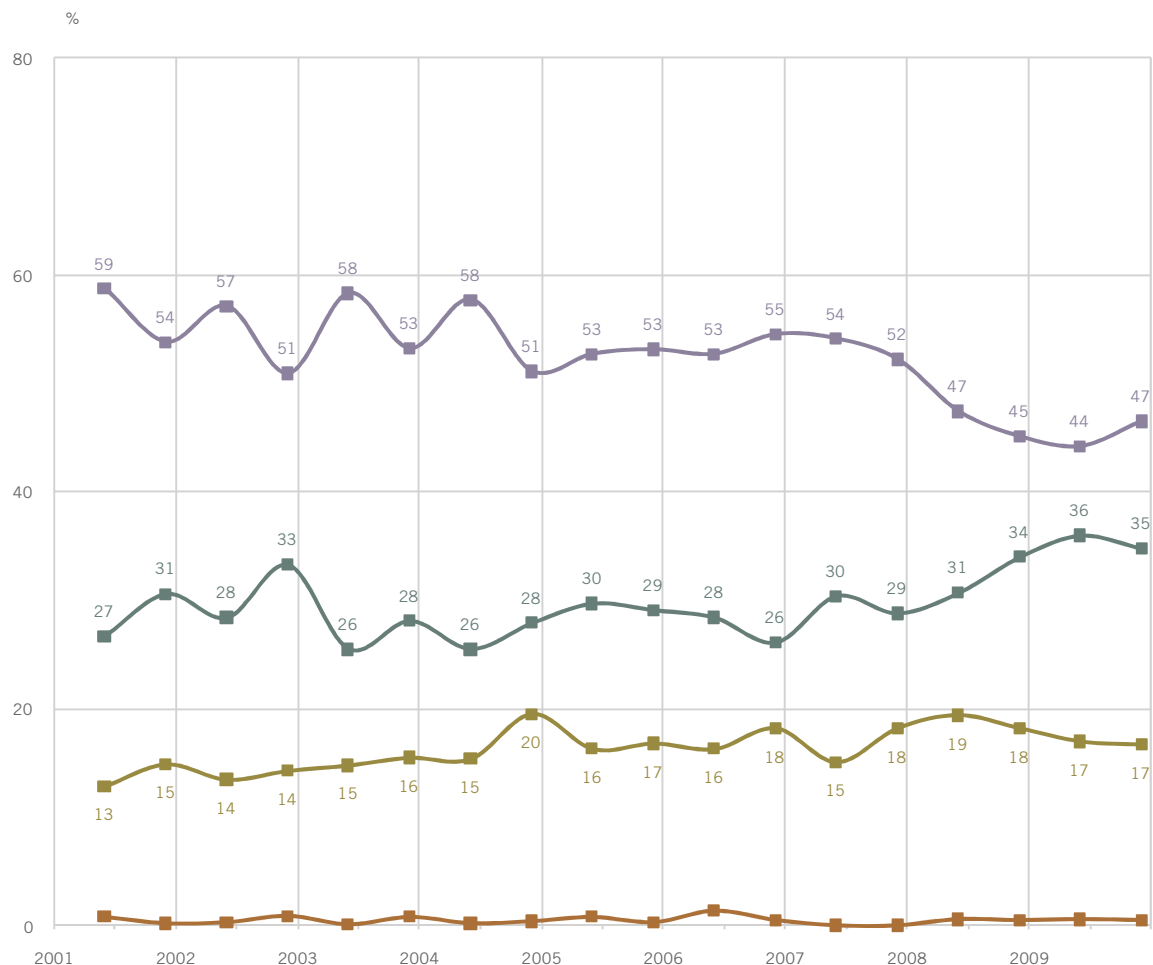
P4.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

a) LA ROBA I EL CALÇAT

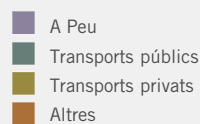
Pel que fa a les compres de roba i el calçat, els entrevistats que es desplacen a peu continuen sent majoria, però augmenten notablement els que hi van amb transport públic, i en menor mesura, també el transport privat respecte els productes analitzats fins al moment: un 46,5% hi va a peu, un 35,4% amb transport públic i el 16,7% amb vehicle privat.

A mesura que avança l'edat de l'entrevistat incrementa la tendència a desplaçar-se a peu o en autobús per anar a comprar la roba i el calçat mentre que els segments d'edat més joves solen optar més pel metro.

Evolució: Respecte la consulta de juny d'aquest any, s'observa certa recuperació dels desplaçaments a peu, en detriment del transport públic.



P4. N 1000



TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

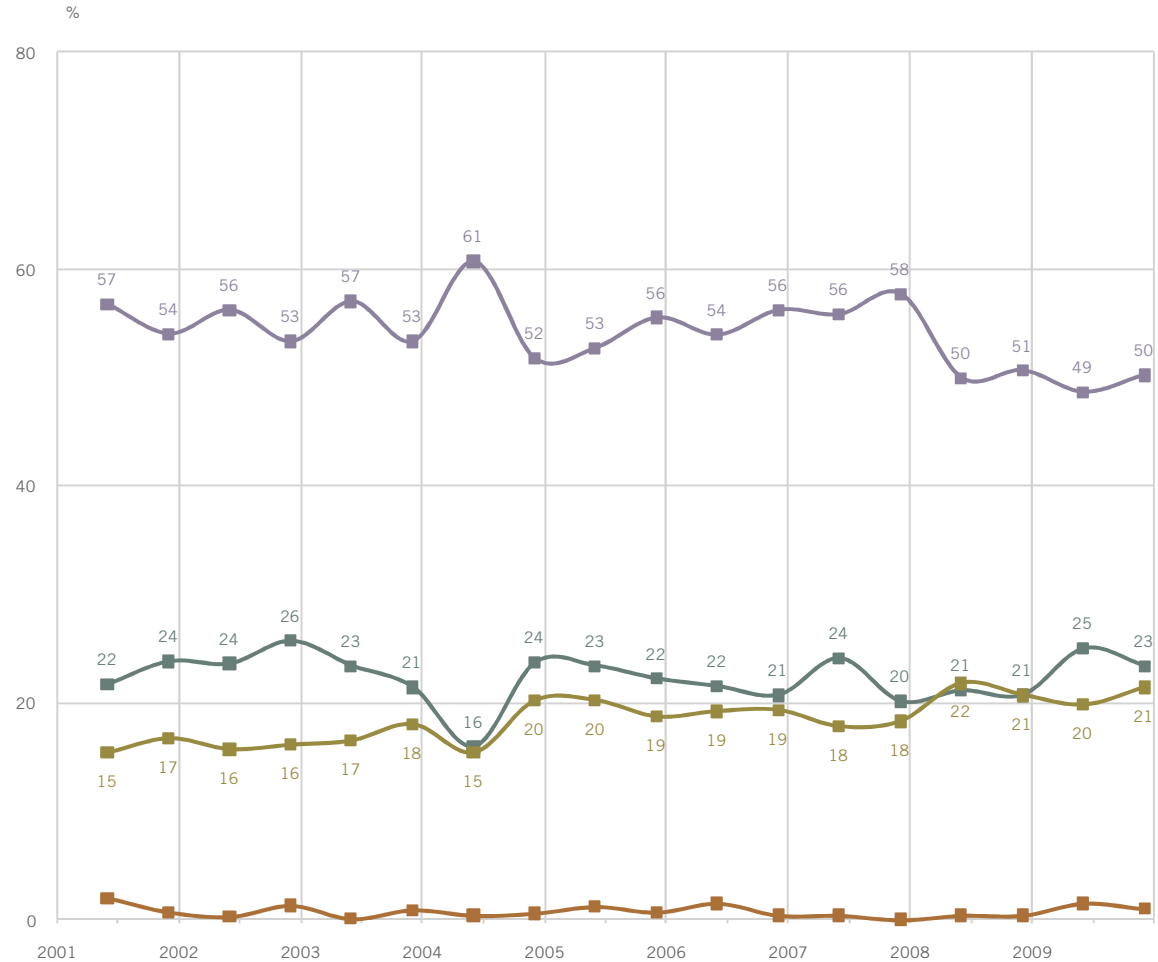
P4.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:

b) EL PARAMENT DE LA LLAR

Un 50,2% dels entrevistats diu desplaçar-se a peu per anar comprar productes pel parament de la llar, força per davant del 23,4% que es desplaça amb transport públic i el 21,4% que ho fa amb vehicle propi.

També en aquest cas, s'observa una major tendència entre els més grans per desplaçar-se a peu. Pel que fa als desplaçaments en transport públic, els més grans opten més per l'autobús mentre que els joves prefereixen el metro. Els joves també destaquen per l'ús del cotxe per a fer aquest tipus de compres.

Evolució: Es mantenen unes proporcions molt similars a l'anterior consulta.



P4. N 1000

- A Peu
- Transports públics
- Transports privats
- Altres



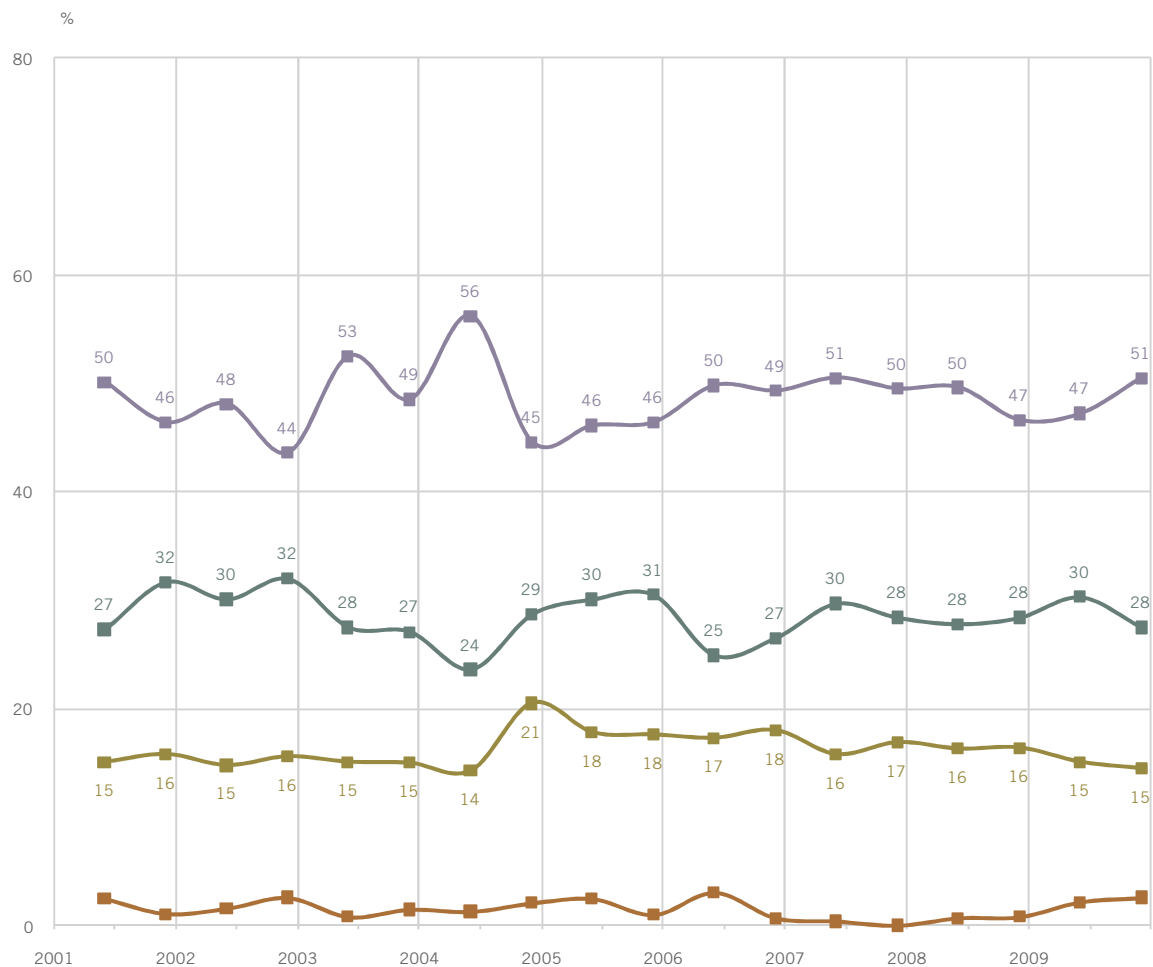
TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR

P4.- SISTEMA DE TRANSPORT PER ANAR A COMPRAR:
c) ELS PRODUCTES D'OCI I CULTURA

En referència al sistema de transport utilitzat per a comprar productes d'oci i cultura, el 50,5% diu anar-hi a peu, el 27,7% en transport públic (principalment en metro - 17,9%- i en autobús -8,3%-) i el 14,5% en transport privat (el 9,9% en cotxe i el 4,1% en moto i el 0,5% en bicicleta).

Com per la compra dels altres productes analitzats, la gent gran opta en major mesura per desplaçar-se a peu quan han de comprar aquests productes, mentre els més joves solen utilitzar el metro.

Evolució: Es mantenen unes proporcions similars respecte les anteriors consultes amb cert increment dels desplaçaments a peu, en detriment de l'ús del transport públic.



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?

Els barcelonins que es desplacen a alguna zona comercial de la ciutat per comprar, solen fer-ho a zones ubicades al centre de la ciutat.

Les zones més freqüentades són Barnacentre, ubicada al barri gòtic (13,3%), l'Illa Diagonal (11,4%), la Rambla Catalunya (8,0%) i el Passeig de Gràcia (7,3%). En menor mesura també es citen les Rambles (4,0%).

Amb menor freqüència els barcelonins citen altres zones comercials ubicades als diferents barris de la ciutat com ara l'Eix de Sant Andreu (4,0%), el de Sants-Creu Coberta (3,2%), el de Gran de Gràcia (3,1%), o els Bulevards de Nou Barris (2,5%), entre altres.

Un 45,1% afirma que no va mai a comprar a cap zona comercial de la ciutat.

Evolució: Les zones comercials en les que els barcelonins diuen anar a comprar es mantenen similars a consultes anteriors.

	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	Juny 09	Des. 09
BARNACENTRE	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	15,8	13,3
DIAGONAL-ILLA	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	10,8	11,4
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	11,4	8,0
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	6,9	7,3
LES RAMBLES	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	2,6	4,1
L'EIX DE SANT ANDREU	-	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	4,3	4,0
SANTS-CREU COBERTA	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	4,4	3,2
GRAN DE GRÀCIA	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	3,4	3,1
BULEVARDS DE NOU BARRIS	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	1,6	2,5
EIX SANTS-LES CORTS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,6	0,3	0,6	2,7	1,4	1,9
POBLE NOU	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	0,6	1,9
SANT ANTONI CENTRE COMERCIAL	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	1,9	1,7
DRETA DE L'EIXAMPLE	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	1,1	1,7
L'EIX HORTA	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	1,4	1,4
GRÀCIA NOVA	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	0,2	1,0
SARRIÀ	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	0,7	0,9
L'EIX MARAGALL	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	1,4	0,5
VERNEDA EIX COMERCIAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,5	0,3	0,2	0,4	0,6	0,5
BARNAVASI-GALVANY	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	0,5	0,5
NOU DRASSANES	-	0,1	0,3	-	0,3	0,3	0,2	-	-	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	1,1	0,1
P. DE GRÀCIA/RBLA. CATALUNYA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SAGRADA FAMILIA	-	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALTRES	12,3	-	-	-	-	-	-	-	-	1,7	0,1	0,4	-	-	2,7	-
NO ACOSTUMO ANAR-HI	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	43,0	45,1
NO SAP / NO CONTESTA	-	0,3	0,1	0,3	-	0,4	-	-	0,5	-	0,4	0,4	1,9	1,3	1,3	1,5
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

* Nota: En aquesta taula s'inclou l'evolució des de 2002. Per a les dades anteriors veure l'apartat: Taules d'evolució.

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?

La roba i el calçat són els productes més comprats a les zones comercials a les que es desplacen els barcelonins per realitzar les seves compres, així ho diuen el 76,8% de les respostes per la primera zona comercial citada i el 72,4% per la segona.

A molta distància els barcelonins també s'hi desplacen per comprar aliments (26,2% a la primera zona citada i 15,4% a la segona), productes relacionats amb l'oci (llibres, música, jocs,...) (un 22,8% a la primera zona citada i un 33,3% a la segona), entre altres productes citats amb menys freqüència.

Evolució: La roba i el calçat es manté com el principal producte que es compra a les zones comercials de la ciutat.

Primera Zona

	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	Juny 09	Des. 09
ROBA, CALÇAT	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	78,6	76,8
ALIMENTS	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	21,2	26,2
OCI (LLIBRES, CDS, JOCS..)	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	28,2	22,8
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	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	8,3	12,2
PARAMENT DE LA LLAR	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	11,0	10,1
ALTRES	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	0,4	1,5
NS-NC	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	0,2	-
N	(640)	(608)	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)

Segona Zona

	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	Juny 09	Des. 09
ROBA, CALÇAT	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	74,3	72,4
OCI (LLIBRES, CDS, JOCS..)	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	30,4	33,3
ALIMENTS	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	10,5	15,4
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	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	6,3	9,0
PARAMENT DE LA LLAR	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	13,1	7,7
ALTRES	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	2,6	-
NS-NC	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	1,0	-
N	(270)	(215)	(297)	(209)	(190)	(217)	(247)	(216)	(193)	(189)	(227)	(204)	(185)	(229)	(191)	(156)

* Nota: En aquesta taula s'inclou l'evolució des de 2002. Per a les dades anteriors veure l'apartat: Taules d'evolució.

- P6. **B** Acostumen a comprar a alguna zona comercial
N 534
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?

La varietat és l'aspecte que més es valora de la zona comercial on els barcelonins van a comprar (44,6%).

En segon lloc, la proximitat és el segon aspecte més ben valorat (19,5%), força per davant de la concentració de botigues (9,2%), el tipus de botigues (6,7%), la bona comunicació de la zona (4,5%), el tracte al client (3,9%) o l'espai (3,7%), entre altres.

Evolució: La varietat de la zona comercial continua sent l'aspecte citat amb més insistència pels barcelonins. Es manté una distribució de les respostes similar a les anteriors consultes.

	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	Juny 09	Des. 09
VARIETAT	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	50,6	44,6
PROXIMITAT	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	16,3	19,5
CONCENTRACIÓ DE BOTIGUES	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	6,8	9,2
TIPUS DE BOTIGUES	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	6,1	6,7
BEN COMUNICAT	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	3,2	4,5
TRACTE AL CLIENT	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	4,1	3,9
L'ESPAI	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	4,5	3,7
AMBIENT	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	3,9	3,4
PASSEIG I COMPRA	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	3,8	3,2
COSTUMS I CONEIXEMENT	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	1,4	2,8
COMODITAT	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	5,4	2,4
PREU	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	1,8	2,1
QUALITAT	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	4,5	1,9
TRANQUIL·LITAT	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	1,8	1,7
TIPUS DE PRODUCTES	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	1,4	1,7
APARCAMENT	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	0,5	1,3
LLIBERTAT D'ELECCIÓ	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	0,2	1,1
HORARI	0,6	0,3	0,2	0,9	0,2	0,5	0,8	-	1,0	0,2	-	0,2	0,4	0,6	0,4	0,4
SERVEIS	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	0,4	0,2
FORMA DE PAGAMENT	-	-	-	-	0,2	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	1,4	1,9
RES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	1,3	-	-	-	0,2
ALTRES	4,2	0,8	0,8	1,5	1,1	0,4	1,5	2,2	3,4	3,2	-	-	-	1,0	1,6	-
NS-NC	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	2,0	3,2
N	(640)	(608)	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)

* Nota: En aquesta taula s'inclou l'evolució des de 2002. Per a les dades anteriors veure l'apartat: Taules d'evolució.

P7. **B** Acostumen a comprar a alguna zona comercial
N 534
R Suma de les dues respostes



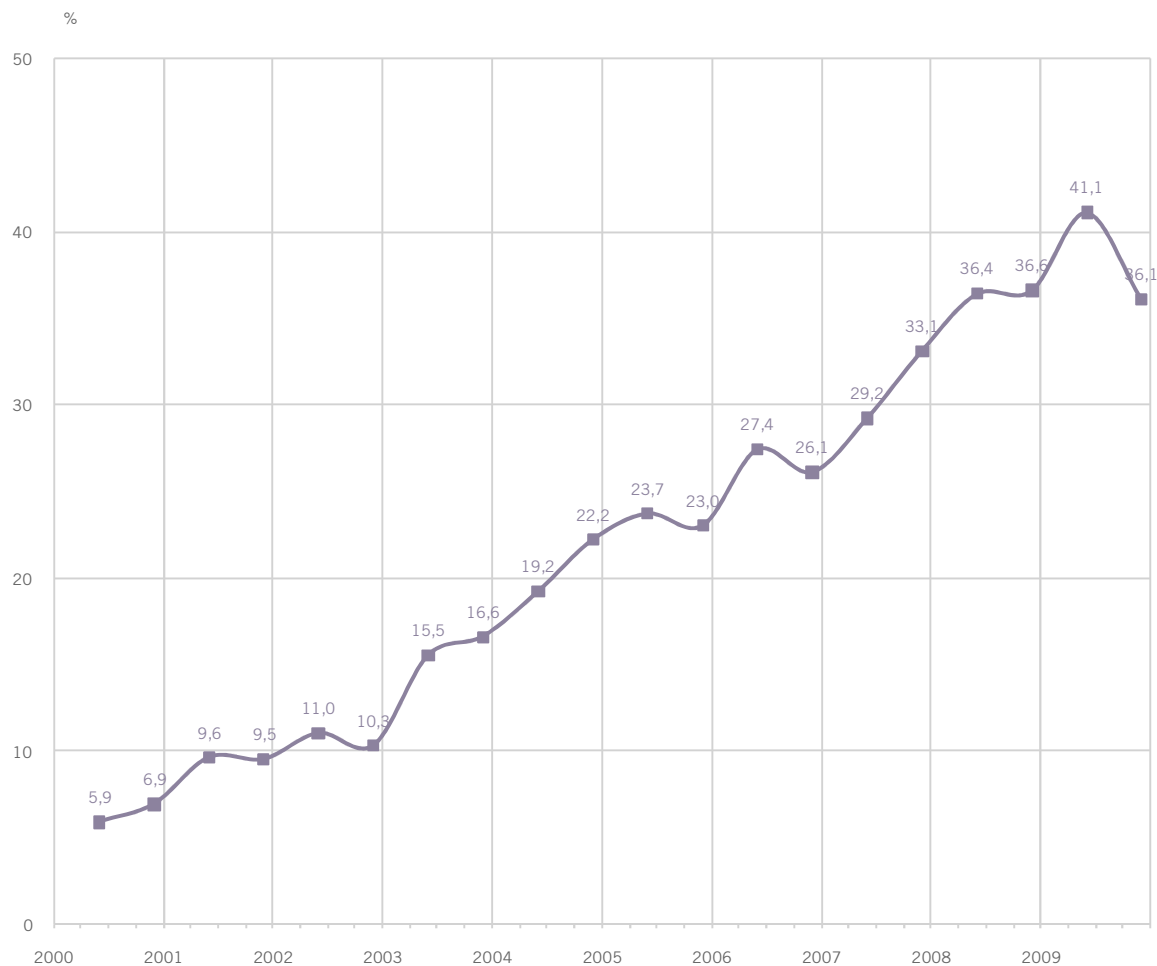
COMPRA PER INTERNET

P8.- HA COMPRAT ALGUNA VEGADA PER INTERNET?

El 36,1% dels barcelonins afirma haver comprat alguna vegada per internet.

Els homes (43,6%) més que no pas les dones (29,4%) i les persones que tenen entre 25 i 34 anys (61,2%) són les que més han utilitzat aquest mitjà per fer les compres.

Evolució: Malgrat la tendència general és que l'ús d'internet per fer les compres sigui cada vegada més freqüent, en aquesta consulta retrocedeix lleugerament.



P8. **N** 1000



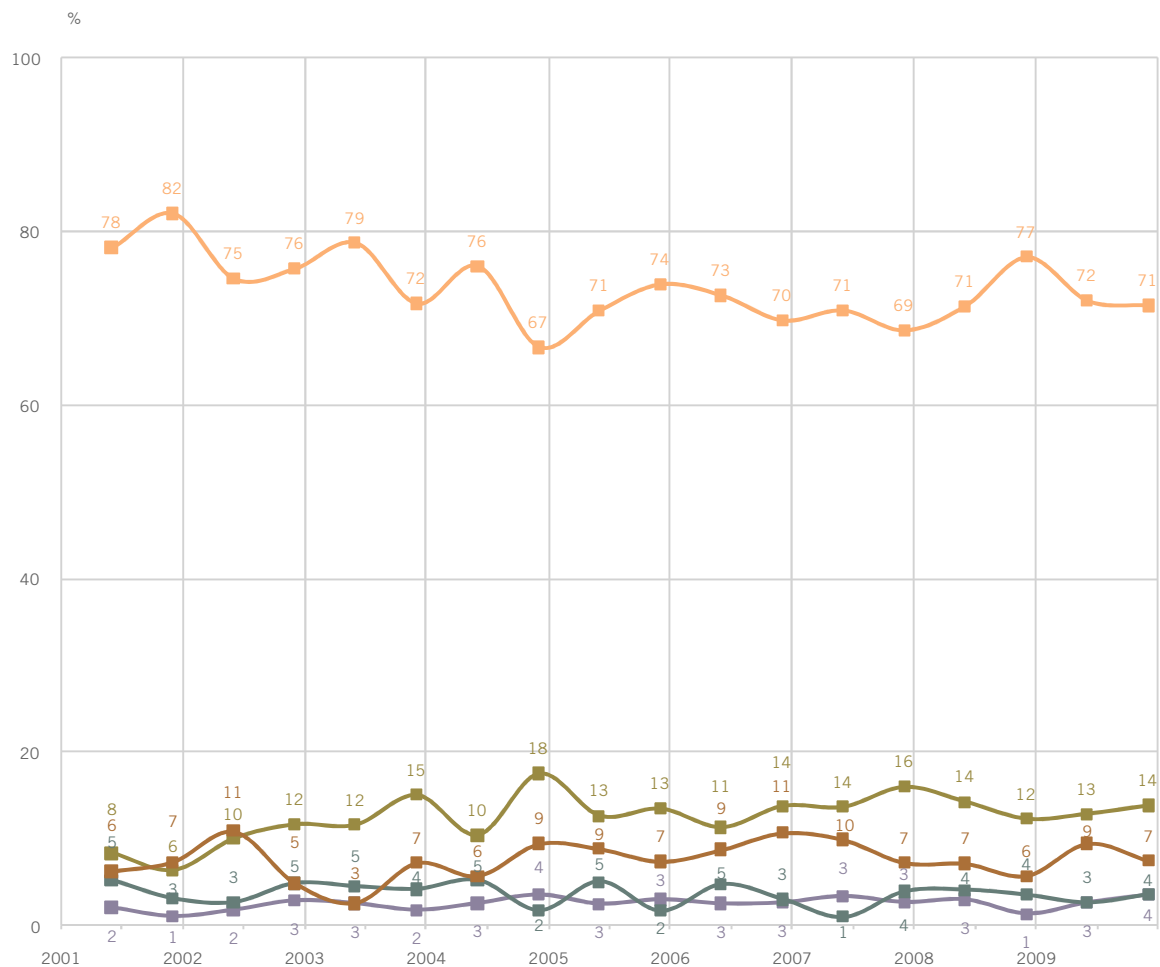
COMPRA PER INTERNET

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

Entre els consultats que diuen haver comprat alguna vegada per internet, la majoria ho fa de manera ocasional (71,5%).

Un 7,5% diu comprar per internet cada dos mesos i un altre 13,9% diu fer-ho amb una periodicitat mensual. Un altre 7,2% compra per internet amb major freqüència: el 3,6% cada dues setmanes i un altre 3,6% 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 361

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



COMPRA PER INTERNET

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

Els productes d'oci, com ara viatges (34,3%), llibres (13,3%), entrades a espectacles (11,9%) o música (8,9%), entre altres, continuen sent les principals compres que es fan per internet.

Un altre 19,4% diu que sol comprar per internet els productes i serveis relacionats amb la informàtica i la telefonia, per davant dels que diuen comprar-hi aliments (16,1%) i roba i calçat (15,0%), entre altres productes.

Evolució: Es mantenen unes proporcions molt similars a la consulta de juny de 2009.

	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	Juny 09	Des. 09
OCI EN GENERAL (LLIBRES, CDS, JOCS..)	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	76,6	77,8
VIATGES	-	-	21,3	22,3	41,7	36,0	41,4	36,5	42,3	41,4	44,5	10,9	42,9	40,4	36,7	34,3
LLIBRES	-	-	23,9	18,7	10,4	18,5	12,2	13,5	18,6	16,5	13,7	-	15,1	13,9	14,6	13,3
ENTRADES ESPECTACLES	-	-	5,8	11,4	11,5	8,6	11,0	9,6	8,8	8,8	11,6	-	12,4	14,5	9,5	11,9
MÚSICA	-	-	14,2	12,7	8,3	5,9	11,4	10,4	8,8	9,2	9,2	-	7,4	10,4	9,0	8,9
ALTRES LLEURE	-	-	6,5	4,2	5,2	7,7	7,2	9,6	4,0	6,1	3,8	-	3,6	12,8	6,8	9,4
INFORMÀTICA I TELEFONIA	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	13,9	19,4
ALIMENTS	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	16,8	16,1
ROBA, CALÇAT	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	15,6	15,0
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	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	5,6	5,0
PARAMENT DE LA LLAR	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	6,1	3,9
PER AL COTXE	-	-	1,3	0,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALTRES	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	1,5	1,4
NS-NC	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	-	-	0,8
N	(110)	(103)	(155)	(166)	(192)	(222)	(237)	(230)	(274)	(261)	(292)	(331)	(364)	(366)	(411)	(361)

* Nota: En aquesta taula s'inclou l'evolució des de 2002. Per a les dades anteriors veure l'apartat: Taules d'evolució.

- P10. **B** Han comprat alguna vegada per Internet
N 361
R Suma de les dues respostes



TAULES D'EVOLUCIÓ

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	Juny 09	Des. 09
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	14,5	15,1
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	23,6	16,9
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	54,1	59,7
A L'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	3,8	4,4
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	1,1	1,6
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	1,8	1,2
ALTRES	0,9	0,2	0,1	0,3		0,2			0,2	0,1	0,2			0,1	0,1	0,2	0,4	
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	0,9	0,9
NO CONTESTA	-	-	-	0,1	0,1	-	0,1	-	-	0,1	-	-	-	-	0,2	-		0,2
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

1.- I L'ALIMENTACIÓ FRESCA?

%	Juny 09	Des. 09
A LA BOTIGA DEL BARRI / ESPECIALITZADA	18,9	22,1
AL MERCAT MUNICIPAL	41,9	46,1
AL SUPERMERCAT	33,6	28,0
A L'HIPERMERCAT	2,5	1,8
AL GRAN MAGATZEM	0,8	0,5
ALS CENTRES COMERCIALS	1,1	0,5
ALTRES	0,1	0,1
NO SAP	1,1	0,6
NO CONTESTA		0,3
N	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

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	Juny 09	Des. 09
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	23,7	17,3
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	1,1	1,6
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	62,7	70,5
A L'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	4,6	5,4
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	2,8	2,2
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	3,6	1,9
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	0,4	0,2
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	1,1	0,6
NO CONTESTA	-	-	-	0,1	0,2	-	0,1	-	-	-	-	0,1	0,1	-	0,2	-		0,3
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

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	Juny 09	Des. 09
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	81,9	83,8
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	2,1	1,7
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	1,9	1,6
TAXI	-	-	-	0,2	0,1	-	-	-	0,2	-	-	-	0,1	0,3	0,2	-	0,1	0,1
TREN	0,2	-	0,1	0,1	-	-	-	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	1,1	0,9
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	10,7	10,5
BICICLETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	0,1	0,2	0,2	0,5	0,1
TRAMVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1
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	0,6	0,7
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	1,0	0,3
NO CONTESTA	-	-	-	-	0,1	-	-	-	-	0,1	-	-	-	0,4	0,4	0,1	0,2	0,1
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

2.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A COMPRAR: L'ALIMENTACIÓ FRESCA

%	Juny 09	Des. 09
A PEU	84,4	87,3
METRO	1,9	2,0
AUTOBÚS	2,0	1,8
TAXI	0,2	0,1
TREN	0,1	
MOTO	1,3	1,2
COTXE	8,2	6,5
BICICLETA	0,4	0,2
TRAMVIA		0,1
ALTRES	0,3	0,3
NO SAP	1,0	0,3
NO CONTESTA	0,2	0,2
N	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

2.- I QUIN SISTEMA DE TRANSPORT ACOSTUMA UTILITZAR PER ANAR A 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	Juny 09	Des. 09
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	80,2	84,0
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	2,8	0,9
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	1,8	1,5
TAXI	0,2	-	0,1	0,1	0,1	-	0,1	0,2	0,2	0,1	-	-	0,1	-	0,2		0,2	0,1
TREN	-	-	-	-	-	-	0,2	0,2	-	0,3	0,3	-	-	0,1	-		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	0,8	1,0
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	11,4	10,8
BICICLETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,2	0,3	0,5	0,5	0,2
TRAMVIA																		0,1
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	0,9	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	1,2	0,5
NO CONTESTA	-	-	-	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-	0,1	-	0,5	0,3		0,1	0,1
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

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	Juny 09	Des. 09
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	56,5	51,4
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	1,3	1,0
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	0,4	0,2
A L'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	1,3	1,0
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	12,9	16,0
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	24,3	26,5
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	0,9	1,3
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	2,2	2,2
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	0,2	0,4
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

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	Juny 09	Des. 09
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	48,3	44,3
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	0,5	0,4
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	6,1	6,4
A L'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	3,6	3,6
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	15,1	18,8
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	17,3	18,4
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	2,6	1,3
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	6,0	5,6
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	0,5	1,2
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

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	Juny 09	Des. 09
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	51,7	51,0
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	0,1	0,3
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	1,0	1,2
A L'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	2,4	1,3
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	14,3	16,6
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	21,5	18,9
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	3,4	3,9
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	5,3	5,4
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	0,3	1,4
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

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	Juny 09	Des. 09
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	44,2	46,5
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	23,0	21,0
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	12,2	13,1
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		0,7	0,6
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	0,8	0,3
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	4,4	5,0
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	12,1	10,9
BICICLETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2	1,1	1,1	0,8	0,5	0,8
TRAMVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	-	-			0,4
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	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	1,3	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	0,2	0,2
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

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	Juny 09	Des. 09
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	48,6	50,2
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	15,4	13,9
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	8,5	8,2
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	0,7	0,7
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		0,4	0,1
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	1,7	2,6
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	17,5	18,4
BICICLETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	0,7	0,5	0,4	0,6	0,4
TRAMVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	-	-			0,5
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	1,5	1,0
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	4,6	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	0,5	1,1
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

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	Juny 09	Des. 09
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	47,2	50,5
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	19,9	17,9
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	9,5	8,3
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		0,5	0,4
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	0,4	0,2
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	3,9	4,1
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	10,6	9,9
BICICLETA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5	1,2	1,0	1,0	0,6	0,5
TRAMVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	0,1	-			0,7
BICING																		0,2
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	2,2	2,6
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	4,5	3,1
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	0,7	1,6
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

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

%	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	July 09	Des. 09
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	6,9	7,3
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	11,4	8,0
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	15,8	13,3
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	10,8	11,4
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	2,6	4,1
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	4,3	4,0
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	4,4	3,2
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	3,4	3,1
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	1,6	2,5
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	0,6	1,9
EIX SANTS-LES CORTS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,6	0,3	0,6	2,7	1,4	1,9
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	1,1	1,7
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	1,9	1,7
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	1,4	1,4
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	0,2	1,0
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	0,7	0,9
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	0,5	0,5
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	1,4	0,5
VERNEDA EIX COMERCIAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,5	0,3	0,2	0,4	0,6	0,5
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	1,1	0,1
SAGRADA FAMILIA	-	-	-	0,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ALTRES	0,9	2,4	12,3	-	-	-	-	-	-	-	-	1,7	0,1	0,4	-	-	2,7	-
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	43,0	45,1
NO SAP / NO CONTESTA	-	0,3	-	0,3	0,1	0,3	-	0,4	-	-	0,5	-	0,4	0,4	1,9	1,3	1,3	1,5
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

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	Juny 09	Des. 09
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	21,2	26,2
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	8,3	12,2
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	78,6	76,8
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	11,0	10,1
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	28,2	22,8
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	0,4	1,5
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	0,2	-
NC	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
N	(516)	(596)	(640)	(608)	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)

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	Juny 09	Des. 09
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	10,5	15,4
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	6,3	9,0
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	74,3	72,4
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	13,1	7,7
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	30,4	33,3
ALTRES	0,8	-	0,4	0,9	0,7	0,5	0,5	-	-	1,9	2,6	1,1	1,3	0,5	-	-	2,6	-
NS	-	0,5	1,5	0,5	-	-	0,5	0,9	-	0,9	2,6	1,1	-	-	1,6	0,9	1,0	-
NC	1,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	-	-
N	(126)	(191)	(270)	(215)	(297)	(209)	(190)	(217)	(247)	(216)	(193)	(189)	(227)	(204)	(185)	(229)	(191)	(156)



TAULES D'EVOLUCIÓ

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)

%	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	Juny 09	Des. 09
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	50,6	44,6
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	16,3	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	6,8	9,2
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	6,1	6,7
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	3,2	4,5
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	4,1	3,9
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	4,5	3,7
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	3,9	3,4
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	3,8	3,2
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	1,4	2,8
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	5,4	2,4
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	1,8	2,1
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	4,5	1,9
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	1,4	1,7
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	1,8	1,7
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	0,5	1,3
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	0,2	1,1
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	0,4	0,4
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	0,4	0,2
FORMA DE PAGAMENT	0,4	-	-	-	-	-	0,2	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	1,4	1,9
RES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	1,3	-	-	-	0,2
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	1,6	-
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	1,8	3,0
NC	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,2	0,2
N	(516)	(596)	(640)	(608)	(650)	(542)	(621)	(556)	(590)	(596)	(581)	(558)	(572)	(536)	(511)	(619)	(557)	(534)

TAULES D'EVOLUCIÓ

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	Juny 09	Des. 09
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	41,1	36,1
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	58,9	63,9
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)	(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	Juny 09	Des. 09
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	2,7	3,6
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	2,7	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	12,9	13,9
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	9,5	7,5
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	72,0	71,5
NS	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	0,4	-	-	1,0	1,5	-	-	0,2	-
NC	-	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
N	(96)	(95)	(110)	(103)	(155)	(166)	(192)	(222)	(237)	(230)	(274)	(261)	(292)	(331)	(364)	(366)	(411)	(361)



TAULES D'EVOLUCIÓ

10.- I QUIN TIPUS DE PRODUCTE ACOSTUMA A COMPRAR 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	Juny 09	Des. 09
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	16,8	16,1
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANES	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	5,6	5,0
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	15,6	15,0
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	6,1	3,9
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	14,6	13,3
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	36,7	34,3
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	9,0	8,9
ENTRADES ESPECTACLES	-	-	-	-	5,8	11,4	11,5	8,6	11,0	9,6	8,8	8,8	11,6	-	12,4	14,5	9,5	11,9
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	6,8	9,4
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	13,9	19,4
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	1,5	1,4
NS-NC	-	-	0,9	-	-	-	0,5	0,5	-	-	-	-	1,0	0,6	0,3	-	-	0,8
N	(96)	(95)	(110)	(103)	(155)	(166)	(192)	(222)	(237)	(230)	(274)	(261)	(292)	(331)	(364)	(366)	(411)	(361)

(*) AL JUNY DE 2003 AQUESTA PREGUNTA ÉS OBERTA.



DADES D'IDENTIFICACIÓ

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z1.- QUINS CANALS DE TELEVISIÓ ACOSTUMA A VEURE MÉS HABITUALMENT?:

(ESPONTÀNIA)

(SUMA DE LES TRES RESPOSTES)

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
TV 1	30,2%
TV 2	10,9%
TV 3	63,5%
K3 / C33	14,3%
3-24	3,5%
ANTENA 3	26,9%
TELE 5	31,7%
CUATRO	21,1%
LA SEXTA	19,6%
BTV / BARCELONA TV	5,7%
CITY TV / TD8	7,4%
CANAL +	4,0%
FOX	2,2%
TELEDEPORTE	1,1%
DISNEY CHANNEL	1,5%

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
AXN	,8%
NATIONAL GEOGRAPHIC	,2%
CALLE 13	,1%
INTERECONOMIA	1,2%
CANAL HISTORIA	,4%
DISCOVERY CHANNEL	,3%
CNN	,3%
COSMOPOLITAN	,3%
VIAJAR	,1%
CLAN	,8%
BARÇA TV	1,0%
ALTRES	4,4%
NO MIRA LA TELEVISIÓ	2,5%
NO TÉ TELEVISIÓ	,9%
NO SAP	,9%
NO CONTESTA	,1%



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z2.- AMB QUINA FREQUÈNCIA LLEGEIX LA PREMSA IMPRESA O PER INTERNET?

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
CADA DIA	57,0%
NOMÉS ELS CAPS DE SETMANA	10,3%
DE TANT EN TANT	18,8%
QUASIMAI	5,4%
MAI	8,4%
NO CONTESTA	,1%

Z2A.- QUINS SÓN ELS DIARIS QUE LLEGEIX AMB MÉS FREQUÈNCIA?:

(BASE: LLEGEIXEN PREMSA)
(SUMA DE LES DUES RESPOSTES)

	TOTAL
TOTAL	(915)
	100,0%
LA VANGUARDIA	49,1%
EL PERIÓDICO (EN CATALÀ)	19,5%
EL PERIÓDICO (EN CASTELLÀ)	20,0%
EL PAÍS	16,2%
AVUI	6,0%
EL MUNDO	3,5%
ABC	1,4%
LA RAZÓN	,9%
EL PUNT	,4%
PÚBLICO	1,0%
DIARIS ESPORTIUS	4,0%
DIARIS GRATUÏTS	18,6%
ALTRES DIARIS COMARCALS/LOCALS	,2%
DIARIS INTERNACIONALS	,2%
DIARIS ECONÒMICS	,7%
ALTRES	,2%
NO SAP	,9%
NO CONTESTA	,3%



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z3/Z4 (RESUM).- ESCALA IDEOLÒGICA I SENTIMENT DE PERTINENÇA

IDEOLOGIA (1=EXT.ESQUERRA / 5=EXT.DRETA)

PERTINENÇA (1=ÚNICAMENT ESPANYOL / 5=ÚNICAMENT CATALÀ)

		TOTAL
IDEOLOGIA	Mitjana	2,1
	Des.Est.	1,3
	(n)	(720)
PERTINENÇA	Mitjana	3,3
	Des.Est.	1,2
	(n)	(927)

Z3.- DE LES SEGÜENTS OPCIONS IDEOLÒGIQUES, A QUINA SE SENT VOSTÈ MÉS PROPER?

	TOTAL
TOTAL	(1000)
ESQUERRA	100,0%
CENTRE ESQUERRA	33,6%
CENTRE	14,4%
CENTRE DRETA	11,9%
DRETA	6,2%
NO SAP	5,9%
NO CONTESTA	8,3%
APOLÍTIC	5,4%
	14,3%

Z4.- I, A QUINA DE LES SEGÜENTS SITUACIONS SE SENT MÉS PROPER?

	TOTAL
TOTAL	(1000)
ÚNICAMENT ESPANYOL	100,0%
MÉS ESPANYOL QUE CATALÀ	10,3%
TANT ESPANYOL COM CATALÀ	5,3%
MÉS CATALÀ QUE ESPANYOL	37,6%
ÚNICAMENT CATALÀ	23,7%
NO SAP	15,8%
NO CONTESTA	4,1%
	3,2%



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Q1.- SEXE

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
HOME	47,2%
DONA	52,8%

Q2 (RESUM).- EDAT

		TOTAL
EDAT	Mitjana	48,8
	Des.Est.	18,7
	(n)	(1000) ¹

Q2.- EDAT

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
DE 16 A 24	9,2%
DE 25 A 34	19,6%
DE 35 A 44	18,4%
DE 45 A 54	15,4%
DE 55 A 64	13,1%
65 IMÉS	24,3%

Z6.- LLOC DE NAIXEMENT

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
BARCELONA CIUTAT	57,1%
RESTA CATALUNYA	9,3%
RESTA D'ESPANYA	24,5%
UNIÓ EUROPEA	2,1%
RESTA DEL MÓN	6,9%
NO CONTESTA	,1%

Z7.- LLENGUA HABITUAL

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
CATALÀ	45,5%
CASTELLÀ	53,8%
ALTRES LLENGUES	,6%
NO CONTESTA	,1%



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z8.- NIVELL D'ESTUDIS ACABATS DE L'ENTREVISTAT

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
MENYS DE PRIMARIS	3,5%
PRIMARIS	23,7%
SECUNDARIS	22,2%
SECUNDARIS PROFESSIONALS	17,2%
UNIVERSITARIS	33,1%
NO CONTESTA	,3%

Z9.- ACTUALMENT, QUINA ÉS LA SEVA ACTIVITAT LABORAL?

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
TREBALLA PER COMPTE PROPI	7,8%
TREBALLA PER COMPTE D'ALTRI	38,4%
JUBILAT/DA / INCAPACITAT / PENSIONISTA	28,4%
ATURAT/DA / BUSCA FEINA	11,2%
TASQUES DE LA LLAR (NO REMUNERADES)	6,1%
ESTUDIANT	7,7%
NO CONTESTA	,4%

Z10.- IQUINA ÉS LA SEVA OCUPACIÓ?:

(BASE: TREBALLEN EN L'ACTUALITAT)
(ESPONTÀNIA)

	TOTAL
TOTAL	(462)
	100,0%
DIRECTIU / GERENT / EMPRESARI AMB MÉS DE 3 TREBALLADORS	6,7%
AUTÒNOM / EMPRESARI AMB 3 O MENYS TREBALLADORS	11,3%
PROFESSIONAL / TÈCNIC / COMANDAMENT INTERMEDI	30,5%
EMPLEAT ADMINISTRATIU D'OFICINA, SERVEIS, COMERCIALS	25,1%
TREBALLADORS DE RESTAURACIÓ, COMERÇ, SERVEIS PERSONALS, SEGU	16,7%
TREBALLADOR / OBRER INDÚSTRIA I CONSTRUCCIÓ	9,3%
NO CONTESTA	,4%



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z 16 (RESUM).- QUANTES PERSONES VIUEN A CASA SEVA (COMPTANT-SE VOSTÈ)?

		TOTAL
PERSONES VIUEN A CASA	Mitjana	2,7
	Des.Est.	1,1
	(n)	(983) ¹

Z 16.- QUANTES PERSONES VIUEN A CASA SEVA (COMPTANT-SE VOSTÈ)?

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
1	11,8%
2	36,2%
3	24,3%
4	20,2%
5	4,5%
6	1,1%
7	,2%
NO CONTESTA	1,7%

Z 15.- ESTAT CIVIL

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
SOLTER/A (MAI HA ESTAT CASAT)	30,3%
CASAT/DA, VIU A MB PARELLA	55,0%
SEPARAT/DA, DIVORCIAT/DA	5,4%
VIDU/A	8,3%
NO CONTESTA	1,0%

Q 3.- DISTRICTE MUNICIPAL

	TOTAL
TOTAL	(1000)
	100,0%
CIUTAT VELLA	6,9%
EIXAMPLE	16,7%
SANTS-MONTJUÏC	11,3%
LES CORTS	5,1%
SARRIÀ -SANT GERVA SI	8,5%
GRÀCIA	7,7%
HORTA -GUINARDÓ	10,4%
NOU BARRIS	10,3%
SANT ANDREU	9,1%
SANT MARTÍ	14,0%



ENQUESTES I ESTUDIS D'OPINIÓ BARCELONA

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