

TIPUS DE LLAR

MEMBRES LLAR
26,40% parelles amb fills <18 anys

22,50% llars unipersonals <65 anys

RESPONSABLE COMPRA
23,80% estan en actiu laboralment o treballen

50% compradors classe mitja i alta

TIPUS FORMAT COMERCIAL

PRODUCTES QUOTIDIANS
Supermercat online o botigues especialitzades online

EQUIPAMENT PERSONA I LLAR
Botigues especialitzades online o botiga eixos comercials/franquícia

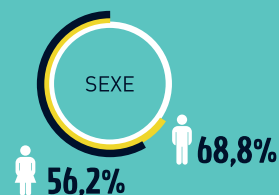
Percentatge d'entrevistats Que compren habitualment per internet*



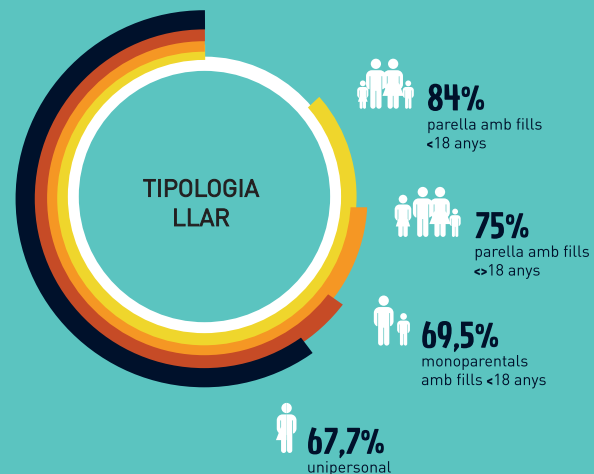
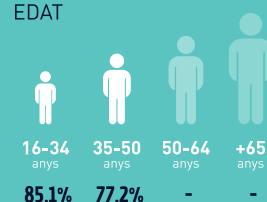
QUOTA DE COMPRA PER INTERNET

*Multi-resposta (compren en més d'un canal)

PERFIL



EDAT

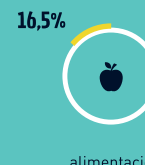
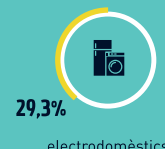
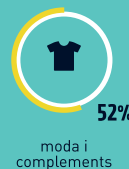
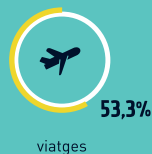


DADES DE COMPRA DE L'ÚLTIM ANY



TIPOLOGIA PRODUCTE

Multi resposta (els percentatges sumen més del 100%)



Tots els productes, excepte alimentació, són comprats en major proporció per responsables de compra amb edat entre 16 i 34 anys

Oci, entrades, llibres, música, joguines, moda i complementos i alimentació són comprats en major proporció per responsables de compra amb edat entre 35 i 49 anys