



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal:

Direcció de Serveis de Comerç

Presentació de Resultats

Del 9 al 23 de desembre de 2020



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r20006

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ
PRESENTACIÓ DE RESULTATS

Del 9 al 23 de desembre de 2020

Departament d'Estudis d'Opinió
Oficina Municipal de Dades

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



Protegim el Medi Ambient.

No imprimiu aquest document si no és necessari.

Tots els drets reservats. Aquesta publicació no pot ser reproduïda, ni en tot ni en part, ni registrada en o transmesa per un sistema de recuperació en cap forma ni en cap mitja sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, de gravació o altres, sense el permís del propietari del copyright.



ÍNDEX

003 FITXA TÈCNICA

005 HÀBITS DE COMPRA

- 008 Establiment habitual. Aliments
- 009 Establiment habitual.
Alimentació fresca
- 010 Establiment habitual. Altres
productes d'ús quotidià
- 011 Establiment habitual. Roba i
calçat
- 012 Establiment habitual. Productes
de parament de la llar
- 013 Establiment habitual. Productes
d'oci i cultura.
- 014 Establiment habitual. Productes
d'informàtica, telefonia.
- 015 Sistema de transport. Compra
d'aliments
- 016 Sistema de transport. Compra
d'alimentació fresca
- 017 Sistema de transport. Compra
d'altres productes d'ús
quotidià
- 018 Sistema de transport. Compra
de roba i calçat

- 019 Sistema de transport. Compra de
productes de parament de la
llar
- 020 Sistema de transport. Compra de
productes d'oci i cultura
- 021 Sistema de transport. Compra de
d'informàtica, telefonia

022 PERFIL DELS ENTREVISTATS/ADES



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1000 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista personal realitzada amb suport informàtic (CAPI) al carrer.

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

Mostreig aleatori estratificat. Els estrats s'han format per l'encreuament dels deu districtes municipals amb el sexe i amb l'edat dels ciutadans (l'edat es divideix en sis categories: de 16 a 24, de 25 a 34, de 35 a 44, de 45 a 54, de 55 a 64 i de 65 anys i

més). S'han aplicat quotes per a cadascun dels estrats. A més, s'han establert quotes marginals per a persones en situació d'atur i estrangeres en cadascun dels districtes.

ASSIGNACIÓ

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

PONDERACIÓ

No és procedent

ERROR MOSTRAL

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

DATA DE REALITZACIÓ

Del 9 al 23 de desembre de 2020

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Gesop S.L.



SIGLES

B

Base. Perfil d'enquestats que responen a la pregunta de l'estudi

N

Número de respostes. Quantitat de respostes valorades per la pregunta concreta de l'estudi. En el cas de gràfics amb evolució s'indica el nombre d'entrevistes de la darrera consulta.

R

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



01

Hàbits de compra





RESUM DE RESULTATS

HÀBITS DE COMPRA

Aquest 2020 els hàbits de compra s'han vist afectats en major o menor mesura per la pandèmia. Aquesta ha alterat les costums de tendència de compra en cert tipus d'establiments i l'ús de certs mitjans de transport, amb una preferència per la proximitat. Les restriccions per la pandèmia ha afectat tant a l'obertura o tancament (especialment als centres comercials, grans establiments especialitzats i no de primera necessitat), com als aforaments. Amb aquest marc de restriccions per la pandèmia:

- Continua la preferència pel supermercat / hipermercat tant per la compra d'alimentació en general com en altres productes d'ús quotidià, per bé que baixa en benefici sobretot de la botiga de barri. En l'alimentació fresca convergeixen en la mateixa proporció supermercat, botiga de barri i mercat, quan l'any passat s'anava més al supermercat.

- Repunta la botiga de barri / especialitzada tant en roba i calçat, parament de la llar, com oci i cultura, i es manté en electrònica i informàtica. Els centre comercials registren descensos per les restriccions. Creix la venda per internet en roba i calçat i es manté en la resta de productes.

- Pel que fa al sistema de transport, el desplaçament a peu és molt majoritari per la compra de productes quotidians i menys en la resta tot i incrementar-se en roba i calçat i parament de la llar. Menys ús dels transports públics i privats al fer compra de més proximitat i major ús del servei a domicili, sobretot en oci i cultura i electrònica i informàtica.

ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA D'ALIMENTS, ALIMENTACIÓ FRESCA I ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

El 63,7% compra els aliments al supermercat/hipermercat, el 16,2% a botigues especialitzades o de barri i el 14% al mercat municipal.

Per comprar aliments frescos, en aquesta onada es prefereix anar per igual tant al mercat municipal (32,3%) com a la botiga de barri (31,9%) com al supermercat / hipermercat (31,6%).

La majoria de barcelonins/es tria el supermercat / hipermercat (72,1%) per adquirir altres productes d'ús quotidià (neteja, productes d'higiene personal...), segueix a distància la preferència per la botiga del barri (19,7%).

Evolució: Aquest 2020 baixa 4 punts el supermercat / hipermercat com l'establiment majoritari per comprar els aliments en benefici de la botiga de barri (+3,7p.). En l'alimentació fresca es registra el mateix comportament en supermercats (-5,9p.) i botiga de barri (+4,1p), i es mantenen amb un petit increment els mercats, convergint els tres cap a les mateixes proporcions de compra.

Pel que fa als altres productes d'ús quotidià, la proporció majoritària, tot i baixar 4,3 punts, la continua tenint el supermercat amb el 72,1%.



RESUM DE RESULTATS

HÀBITS DE COMPRA

ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA DE ROBA I CALÇAT, PARAMENT DE LA LLAR, OCI I CULTURA I PRODUCTES D'ELECTRÒNICA, INFORMÀTICA I TELEFONIA.

Els/les barcelonins/es compren la **roba i el calçat** principalment a la botiga especialitzada (38,9%) o al centre comercial (33,5%). Per comprar **articles de parament de la llar** es decanten per botigues del barri o especialitzades (39,8%). També ho fan, però en menor mesura, als centres comercials (15,8%) i al gran establiment especialitzat (13%). Els **productes d'oci i cultura** els compren majoritàriament a les botigues especialitzades o de barri (53,6%), per internet (16,3%) i als centres comercials (11,8%). Finalment els **productes d'electrònica, informàtica i telefonia** es compren principalment a la botiga especialitzada (26,7%) i per internet (23,8%).

Evolució: En els articles de roba i calçat, parament de la llar, oci i cultura i electrònica i informàtica, baixen les compres al gran establiment especialitzat entre 3 i 5 punts, com també als centres comercials i gran magatzem, en proporcions una mica menors, afectats per l'impacte de la pandèmia. I pugen en els tres primers tipus de productes les compres en la botiga de barri/ especialitzada.

SISTEMES DE TRANSPORT

Desplaçar-se a peu és la manera com més barcelonins/es realitzen les compres, sobretot aquelles que són més habituals. Així hi van per comprar aliments (87,5%), alimentació fresca (90,2%) i altres productes d'ús quotidià (87,1%). L'ús de la resta de sistemes de transport és molt poc rellevant.

Per la resta de compres, les menys habituals, tot i que la majoria també hi va a peu, s'utilitzen més transports. Per exemple, per comprar roba i

calçat, un 48,3% hi va a peu, però el 27,9% utilitza transports públics. Per comprar productes de parament de la llar, anar a peu també és majoritari (44,1%), i un 17,1% utilitza transports públics. Per comprar productes d'oci i cultura, el 51% hi va a peu, i també un 17,1% hi va en transport públic. I pels productes d'electrònica, informàtica i telefonia el 37,4% hi va a peu, mentre un 18,5% hi va en transports públics.

Evolució: Augmenta el anar a peu al realitzar compres de més proximitat en detriment d'altres mitjans de transport.

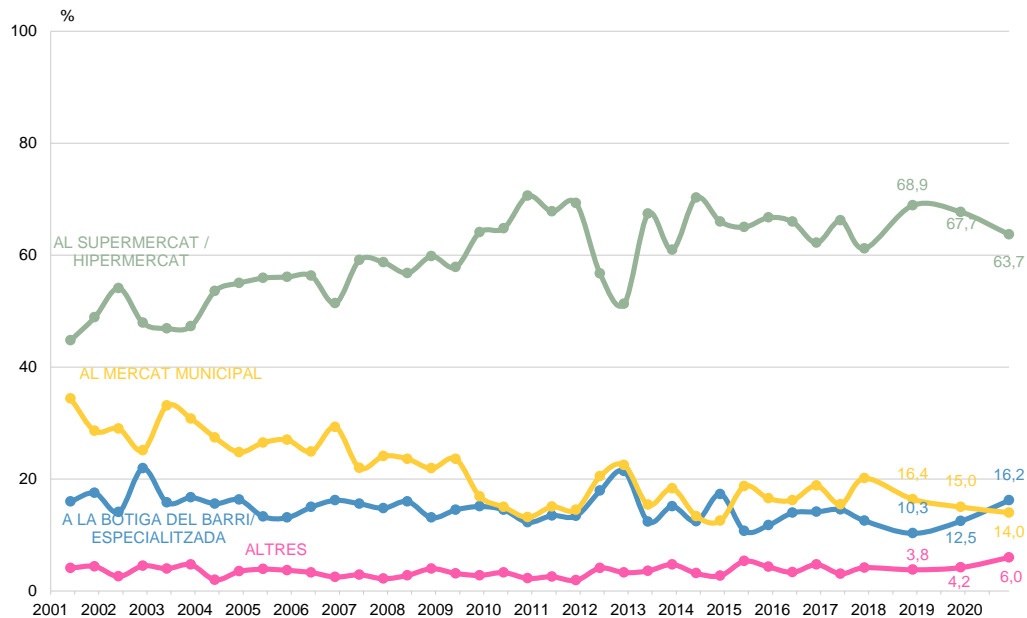
Les baixades més rellevants són en l'ús de transport públics per anar a comprar roba i calçat (-9,3p.) i productes de parament de la llar (-8p.).



ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA

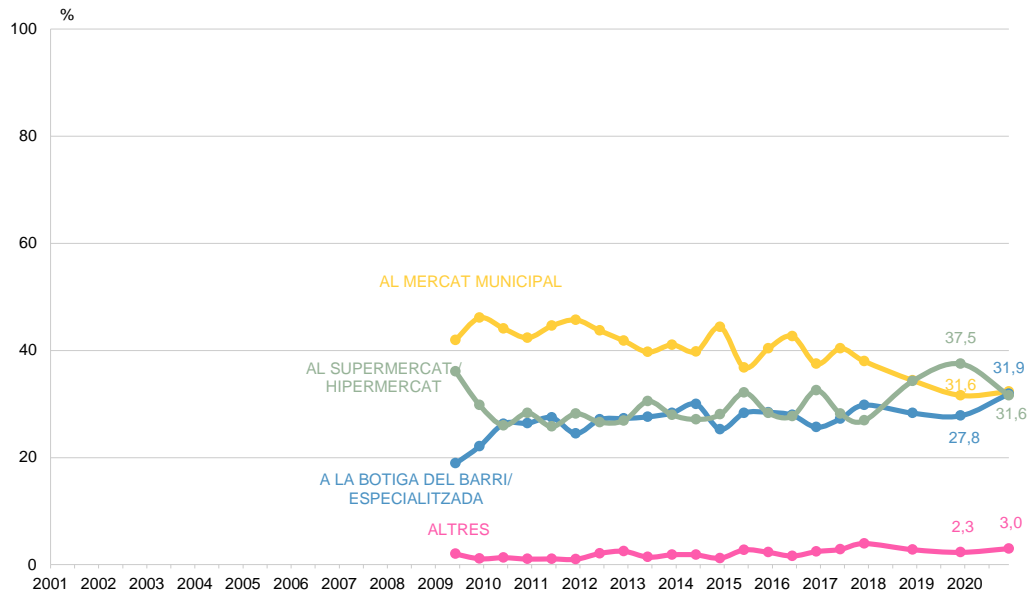




ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA

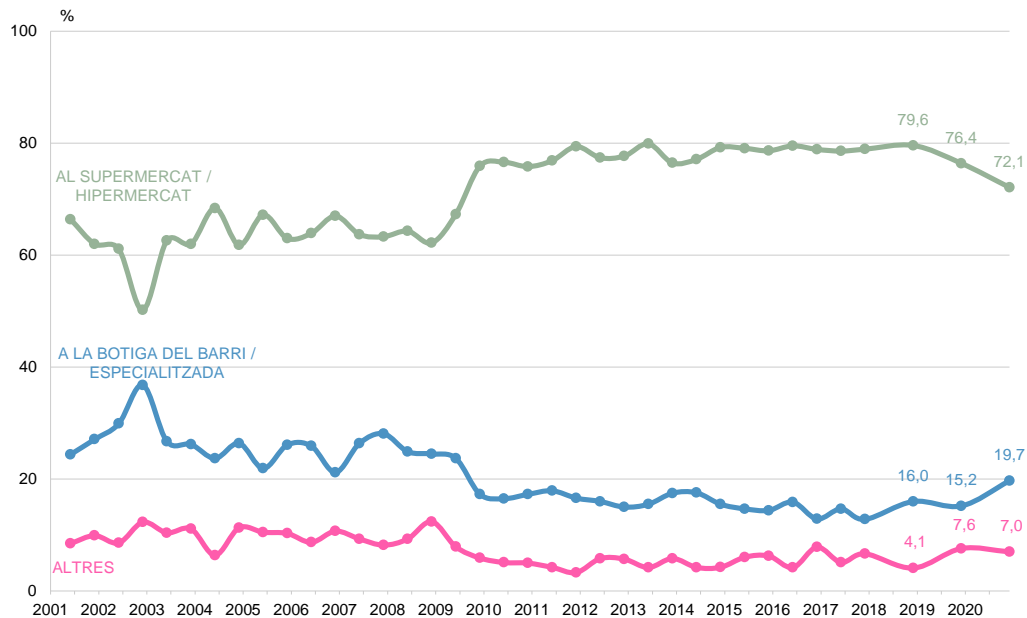




ESTABLIMENT HABITUAL

ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA

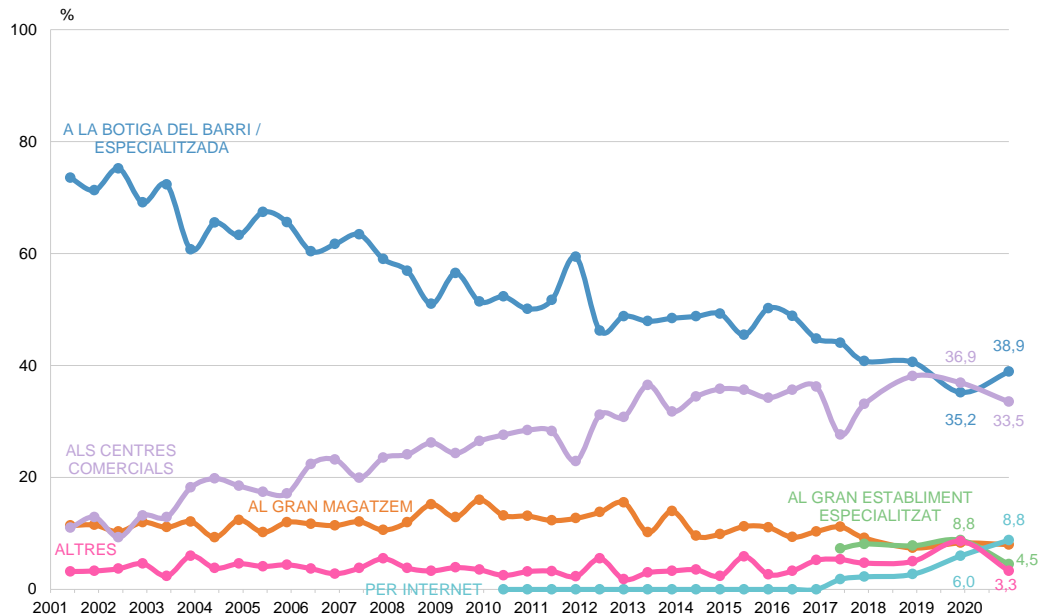




ESTABLIMENT HABITUAL

ROBA I CALÇAT

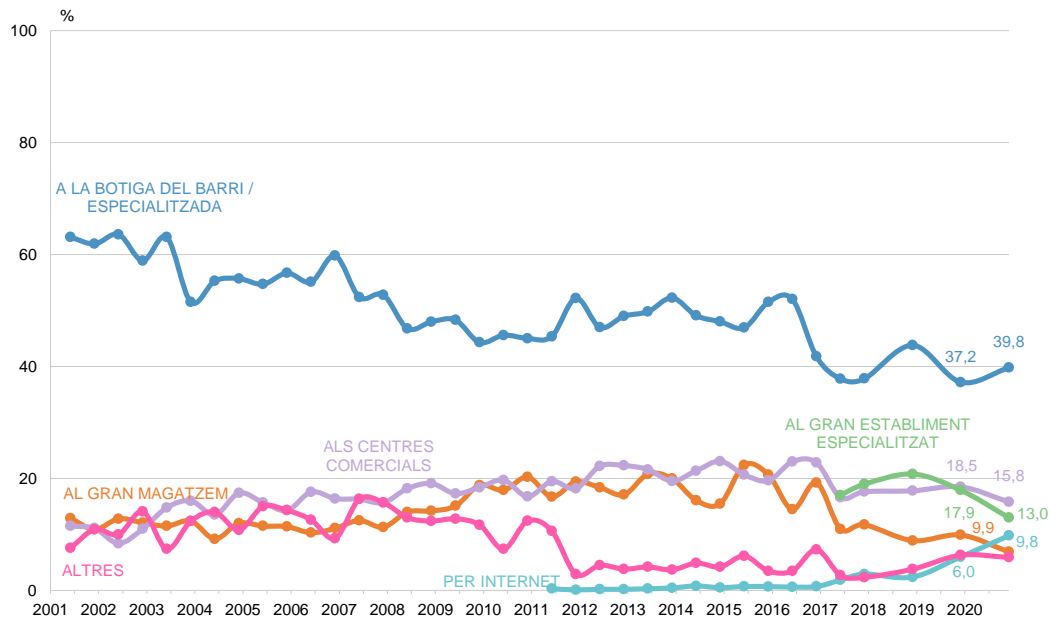
HÀBITS DE COMPRA





ESTABLIMENT HABITUAL PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

HÀBITS DE COMPRA

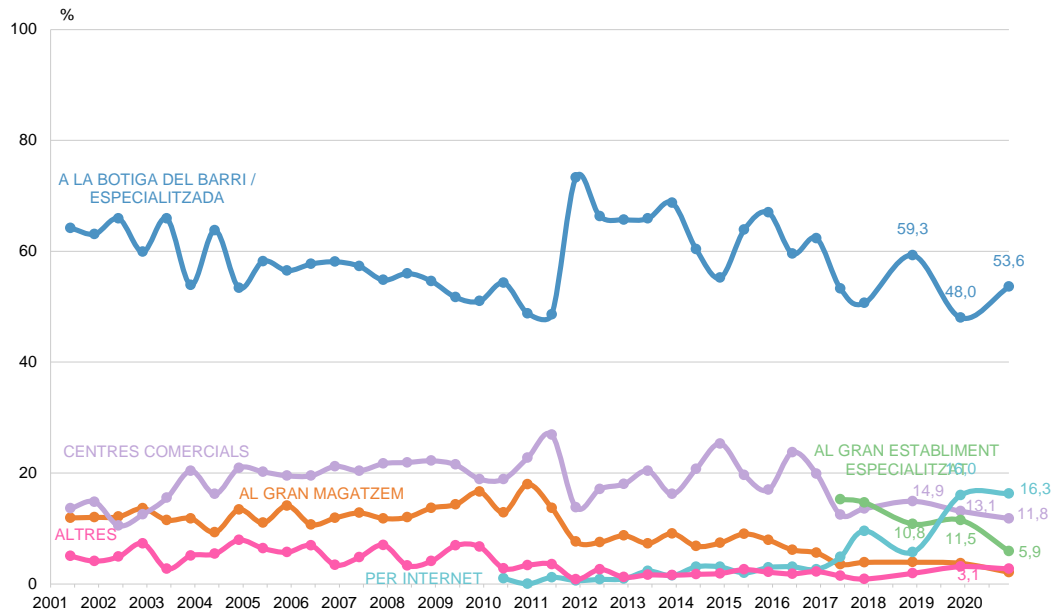




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA

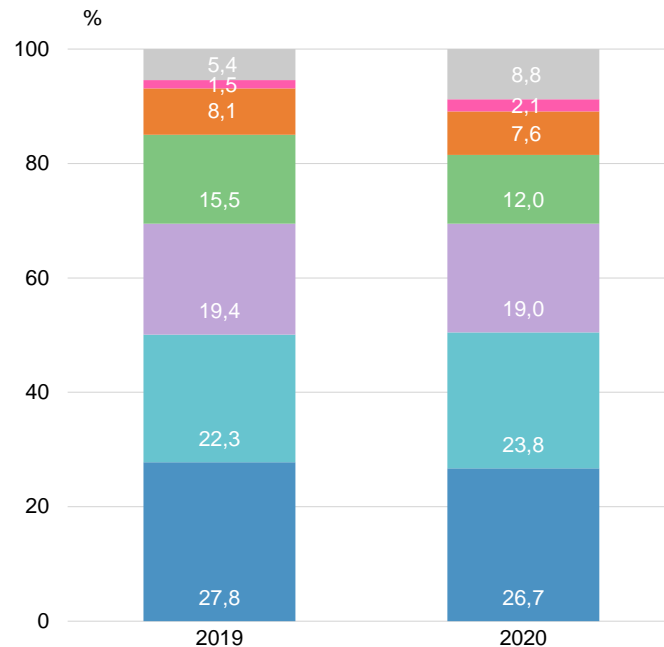




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES D'ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA*

HÀBITS DE COMPRA

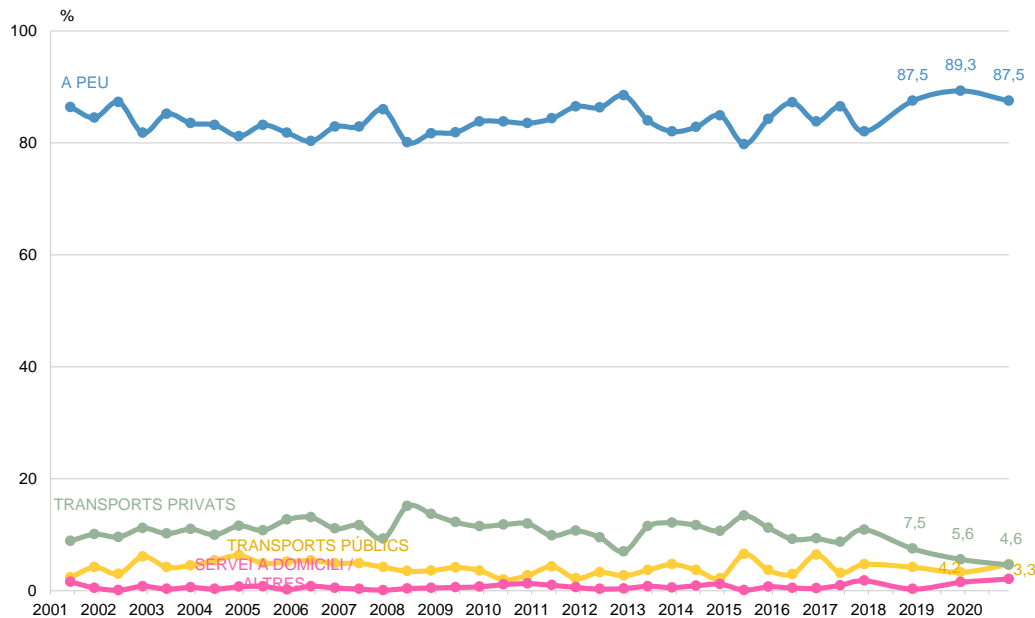




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA

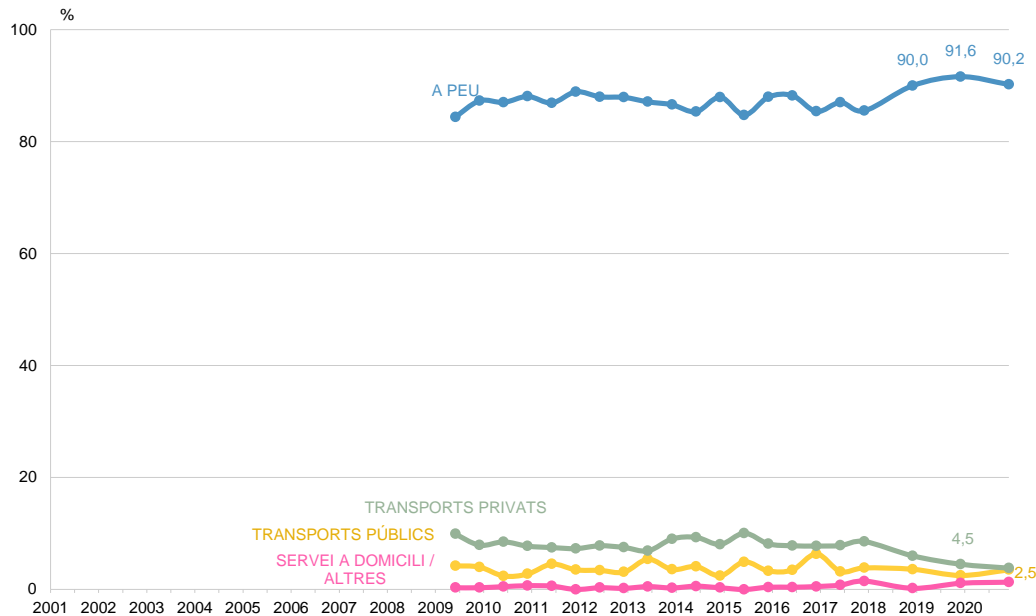




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA

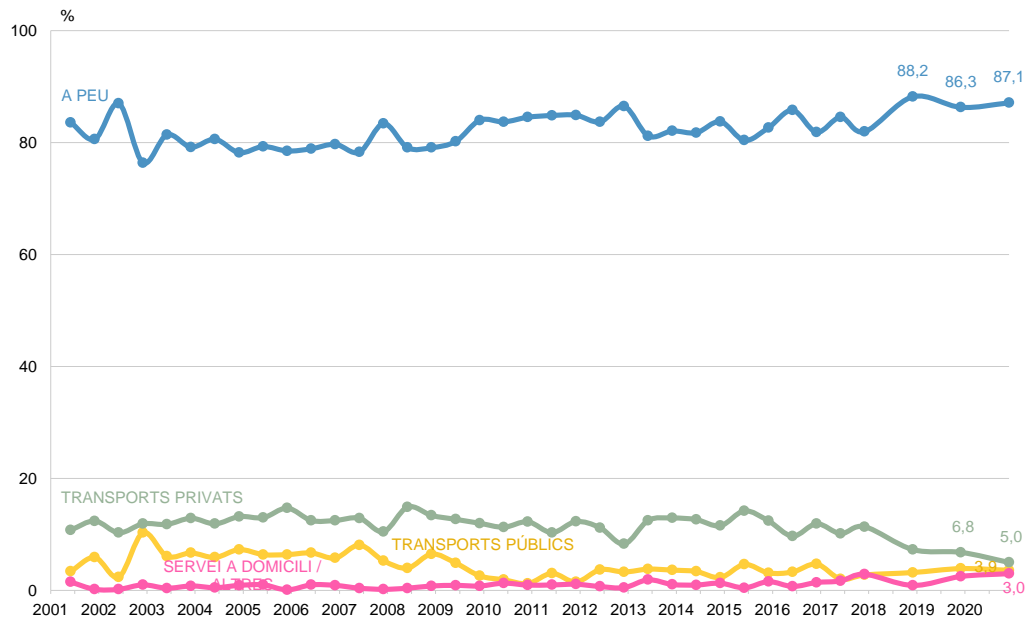




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

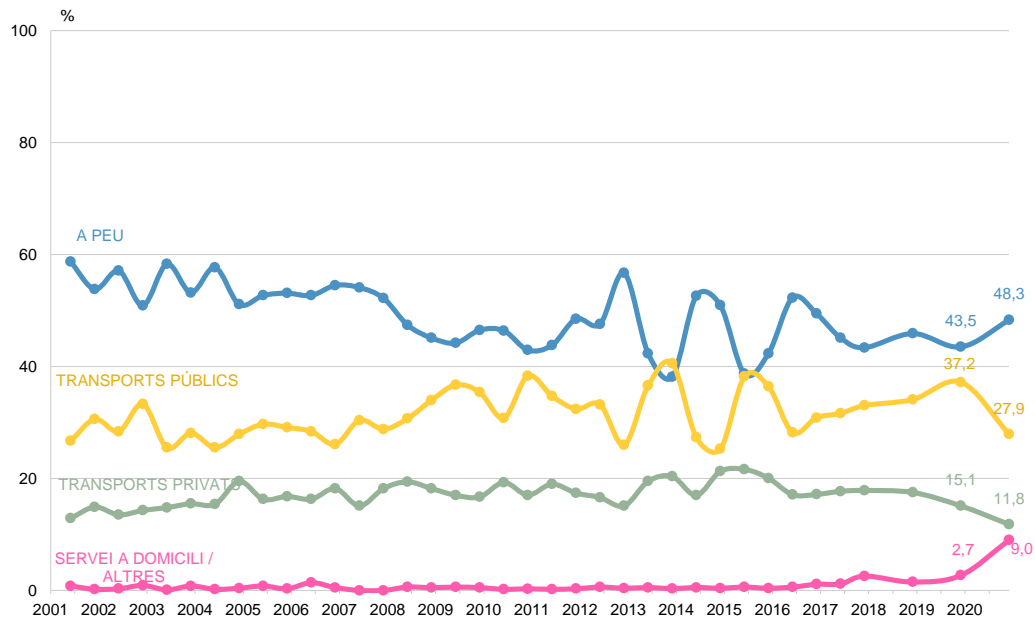
HÀBITS DE COMPRA





SISTEMA DE TRANSPORT COMPRA DE ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA

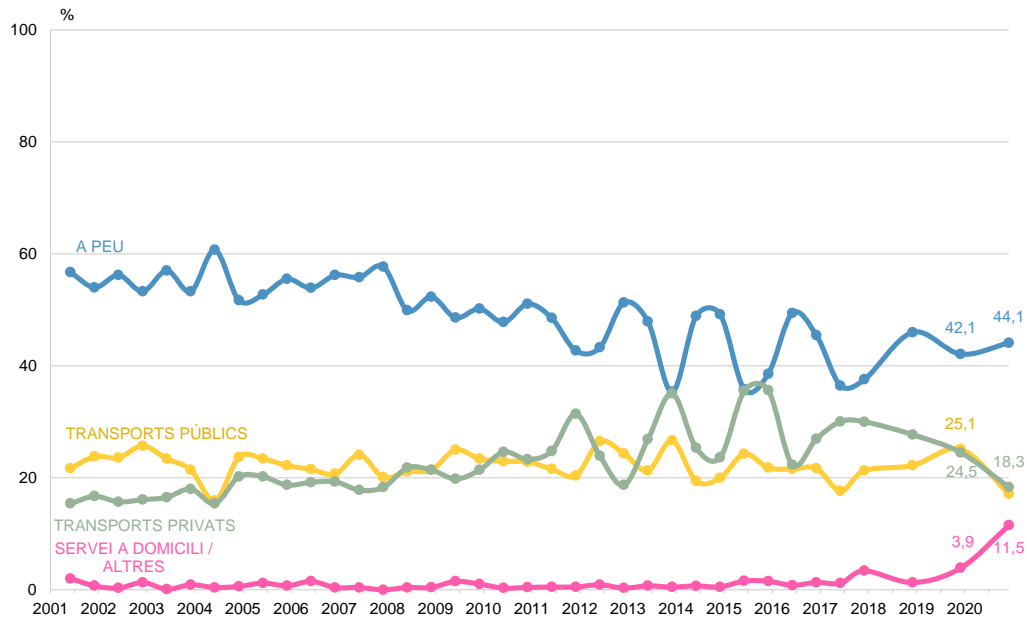




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

HÀBITS DE COMPRA

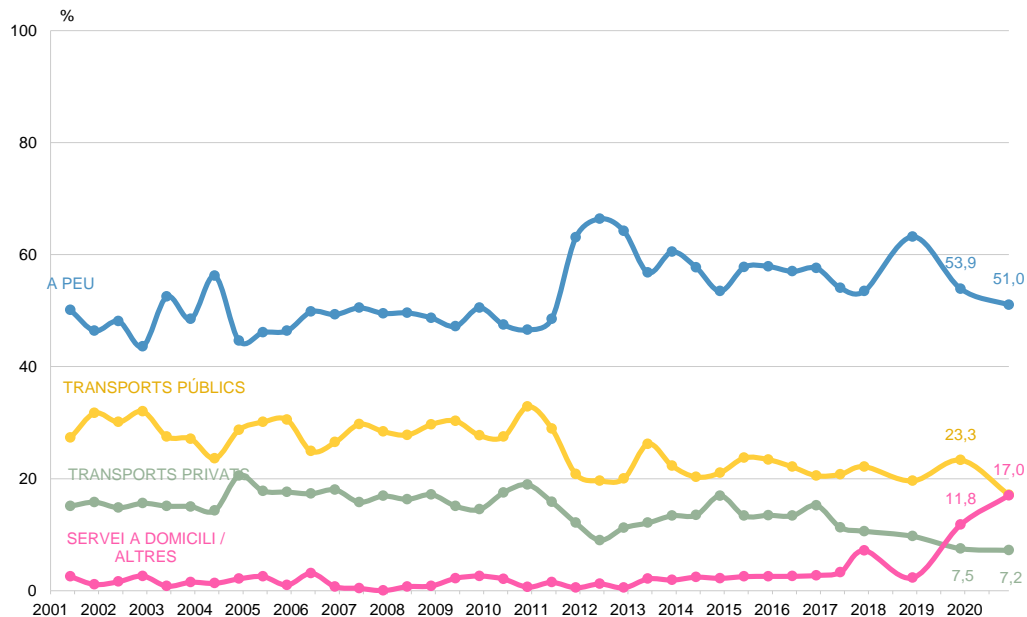




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA





SISTEMA DE TRANSPORT

PRODUCTES D'ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA*

HÀBITS DE COMPRA





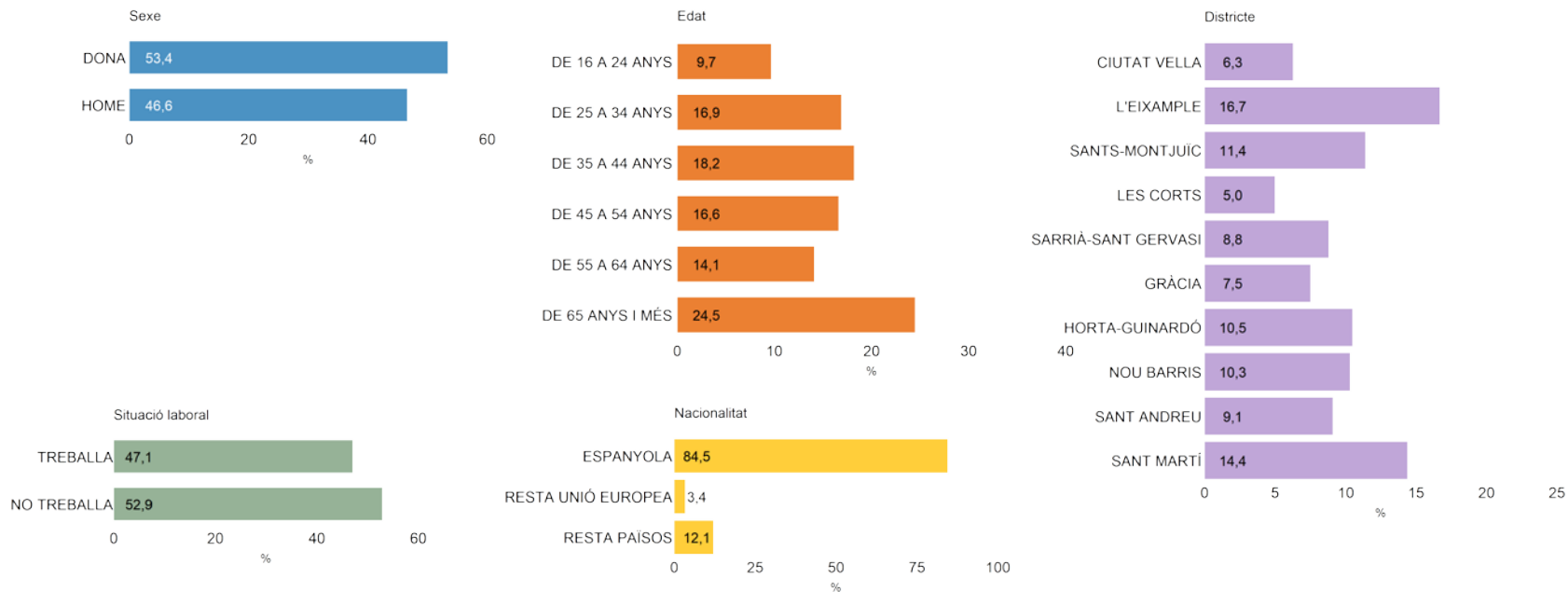
02

Perfil dels entrevistats/ades



QUOTES

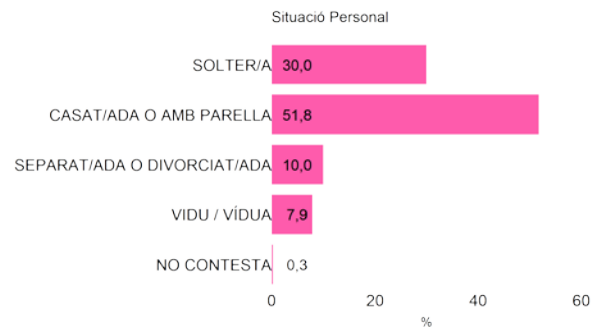
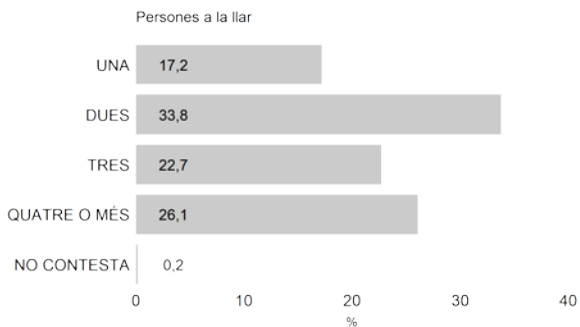
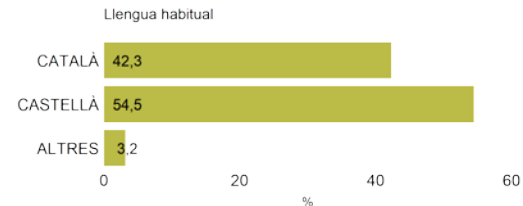
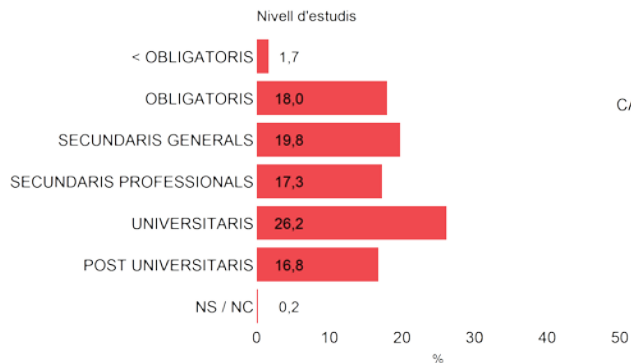
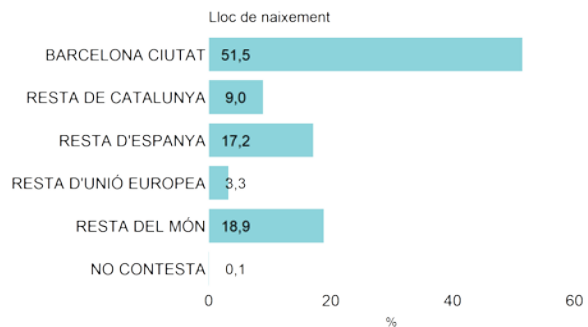
PERFIL DELS ENTREVISTATS





POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

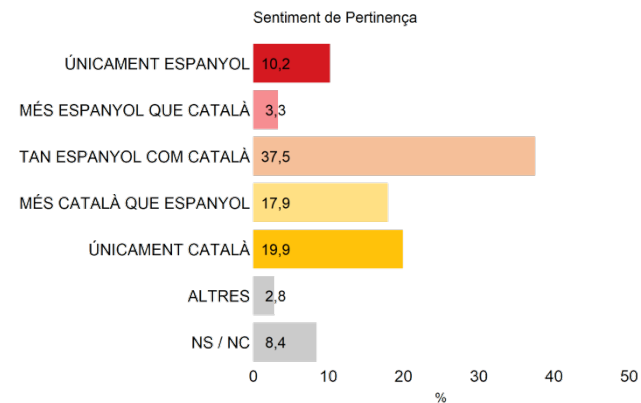
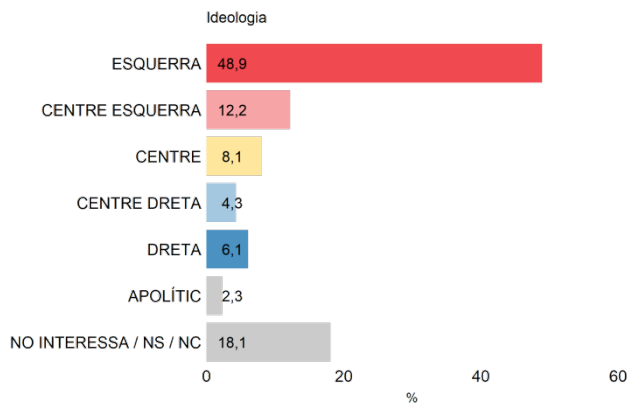
PERFIL DELS ENTREVISTATS





DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS





**Ajuntament
de Barcelona**

