



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal: Direcció de Serveis de Comerç

Presentació de Resultats

Del 30 de novembre al 16 de desembre de 2019



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r19015

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 30 DE NOVEMBRE AL 16 DE DESEMBRE DE 2019

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 mitjà 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



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 en cadascun dels districtes.

AFIXACIÓ

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 30 de novembre al 16 de desembre de 2019

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Gesop S.L.



SIGLES

E

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

En línies generals, es mantenen tendències fonamentals observades en les pautes de compra dels/les barcelonins/es apuntades en altres onades. La tendència però, principal de cada tipus, és diferent segons el tipus de producte.

- ♦ **Prefereixen el supermercat / hipermercat per la compra d'alimentació en general i ja supera al mercat municipal en alimentació fresca. I en altres articles d'ús quotidià es manté estable.**
- ♦ **Baixa la preferència pels comerços del barri o les botigues especialitzades per la compra de la resta d'articles. En roba i calçat s'estabilitza el repunt dels centres comercials. Internet guanya quota de mercat, sobretot en els productes d'oci i cultura.**

Pel que fa al sistema de transport, **el desplaçament a peu és molt majoritari per la compra de productes quotidians** i menys majoritari (sobretot en roba i calçat i parament de la llar), però també el més habitual per a la resta de compres. El transport públic s'incrementa respecte al privat.

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

El 67,1% compra els aliments al supermercat/hipermercat, el 15% al mercat municipal i el 12,5% a botigues especialitzades o de barri.

Per comprar aliments frescos en aquesta onada es prefereix anar al supermercat / hipermercat (37,5%) més que al mercat municipal (31,6%). Mentre que a la botiga de barri hi va el 27,8%.

La majoria de barcelonins/es tria el supermercat / hipermercat (76,4%) per adquirir altres productes d'ús quotidià (neteja, productes d'higiene personal...), segueix a distància la preferència per la botiga del barri (15,2%).

Evolució: En aquesta onada, es manté el supermercat / hipermercat com l'establiment majoritari per comprar els aliments tot i baixar lleugerament porta un increment de 6,5 punts en els darrers 24 mesos. La baixada dels mercats municipals en aquest període és de 5,1 punts.

En l'alimentació fresca és registra la mateixa tendència, els mercats municipals històricament proveïdors d'aquests productes, han perdut quota des de l'any 2012 i es més constant des de juny del 2017. En els darrers 24 mesos han baixat 6,4 punts. El supermercat / hipermercat ha passat a ser proveïdor majoritari. La botiga de barri manté la seva quota de mercat.



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 ja pràcticament en la mateixa proporció la **roba i el calçat** al centre comercial (36,9%) o a la botiga especialitzada (35,2%).

Per comprar **articles de parament de la llar** es decanten per botigues del barri o especialitzades (37,2%). També ho fan en bona mesura als centres comercials (18,5%) i al gran establiment especialitzat (17,9%). Els **productes d'oci i cultura** els compren majoritàriament a les botigues especialitzades o de barri (48%), per internet (16%) i als centres comercials (13,1%). Finalment els **productes d'electrònica, informàtica i telefonia** es compren principalment a la botiga especialitzada (27,8%) i per internet (22,3%).

Evolució: En els articles de roba i calçat continua baixant la compra en la botiga de barri (5,4 punts), mentre que es manté estable la compra als centres comercials i puja la compra per internet (3,3 punts). Pel que fa als articles de parament de la llar, baixa la compra a la botiga especialitzada (6,6 punts), retornant a percentatges del 2016 i 2017 i puja la compra per internet en 3,6 punts.

En els productes d'oci i cultura i després de la pujada de l'any passat, baixa la compra a la botiga especialitzada o de barri (11,3 p.), mentre que puja la compra per internet (10,3 p.).

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 (89,3%), alimentació fresca (91,6%) i altres productes d'ús quotidià (86,3%).

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 43,5% hi va a peu, però el 37,2% utilitza transports públics. Per comprar productes de parament de la llar, anar a peu també és majoritari (42,1%), però un 25,1% utilitza transports públics. Per comprar productes d'oci i cultura, el 53,9% hi va a peu, mentre un 23,3% hi va en transport públic. I pels productes d'electrònica, informàtica i telefonia el 37,3% hi va a peu, mentre un 26,3% hi va en transports públics.

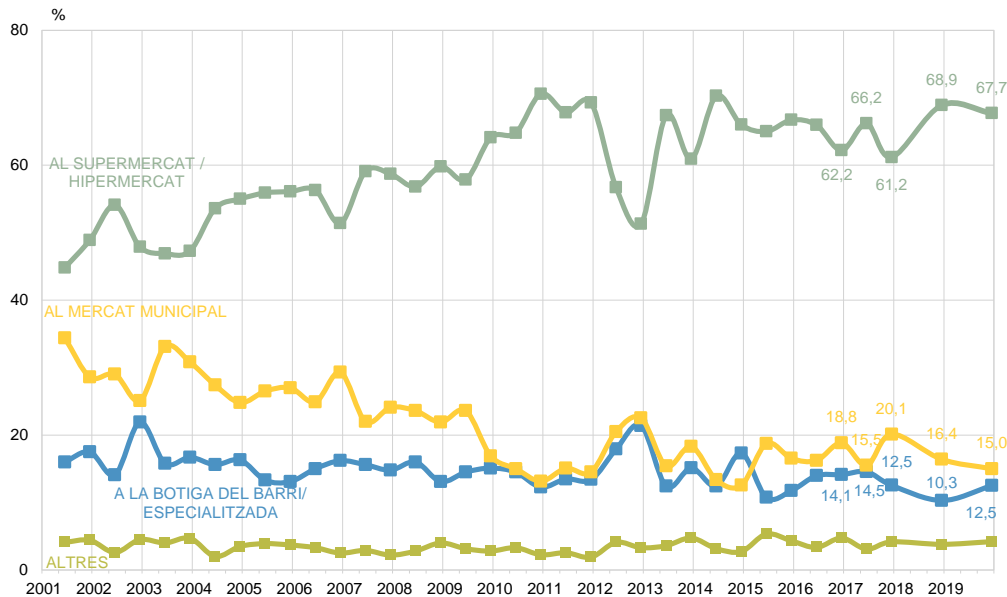
Evolució: Respecte al desembre del 2018 es manté el anar a peu en els productes més quotidians, on els percentatges ja eren molt alts. En la resta de productes s'incrementa l'ús del transport públic en detriment del privat.



ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA

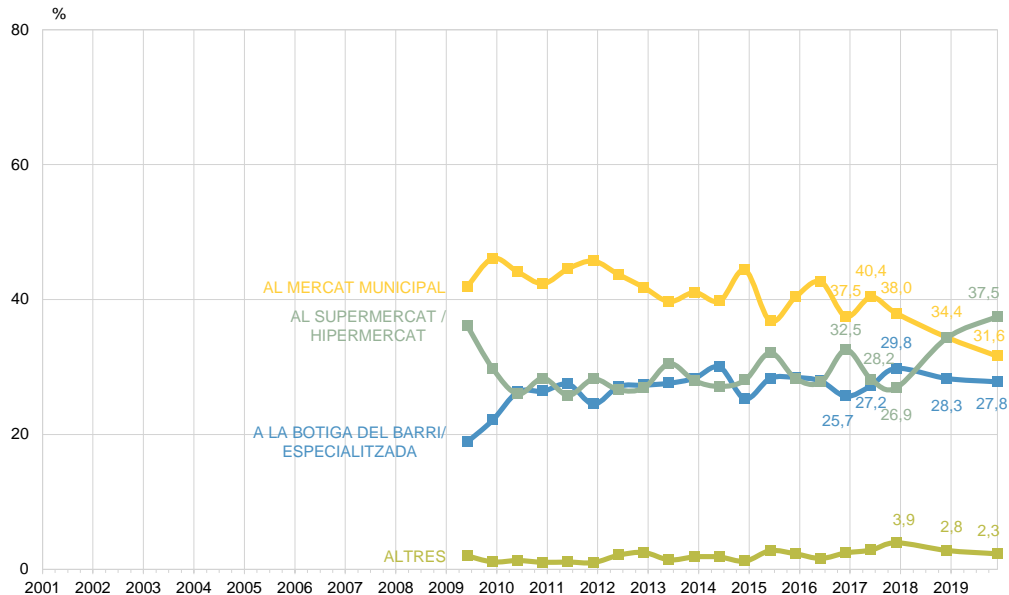




ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA

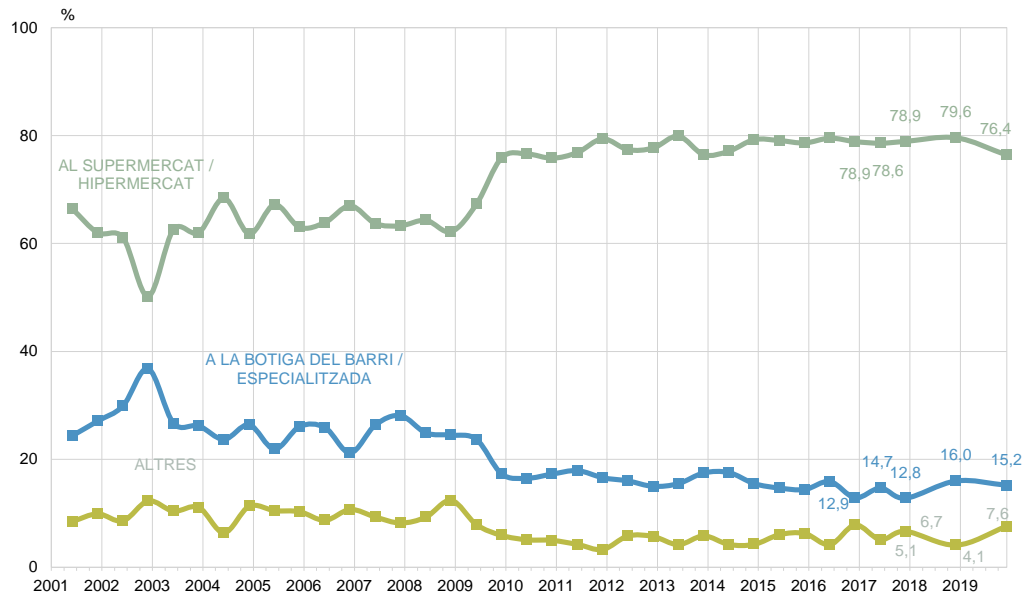




ESTABLIMENT HABITUAL

ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA

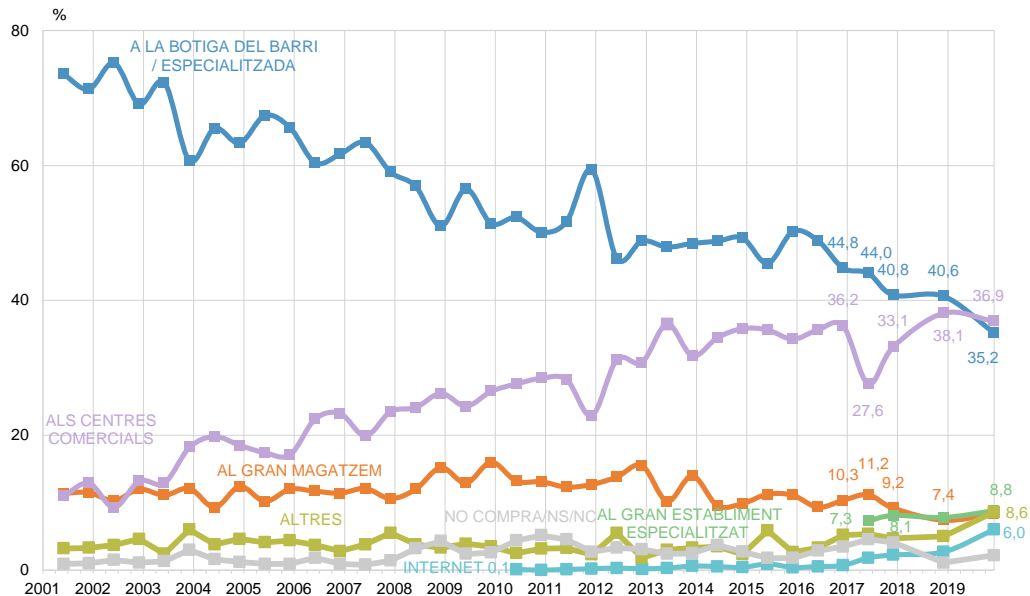




ESTABLIMENT HABITUAL

ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA

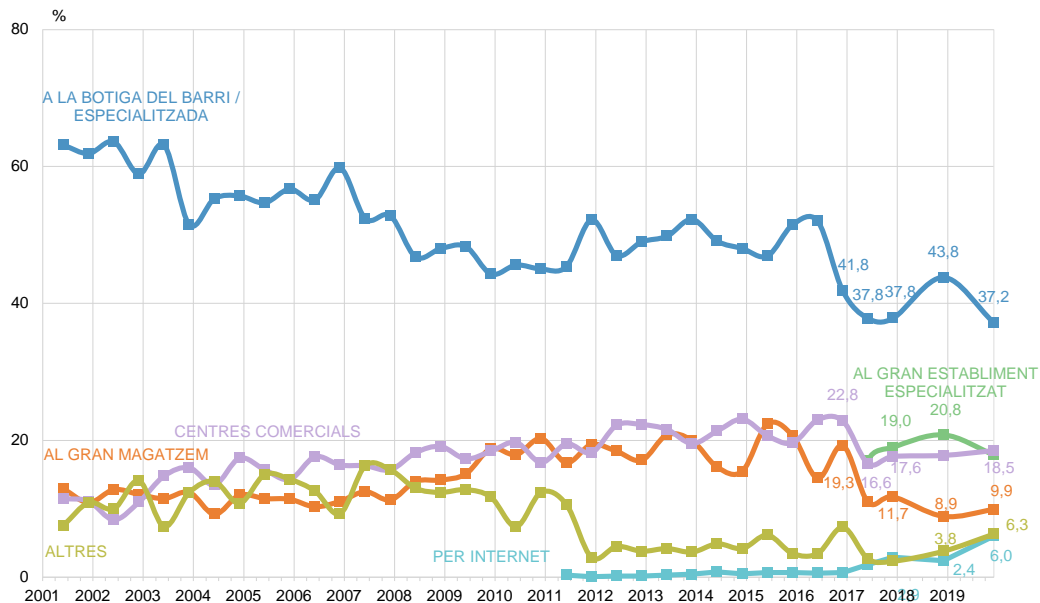




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

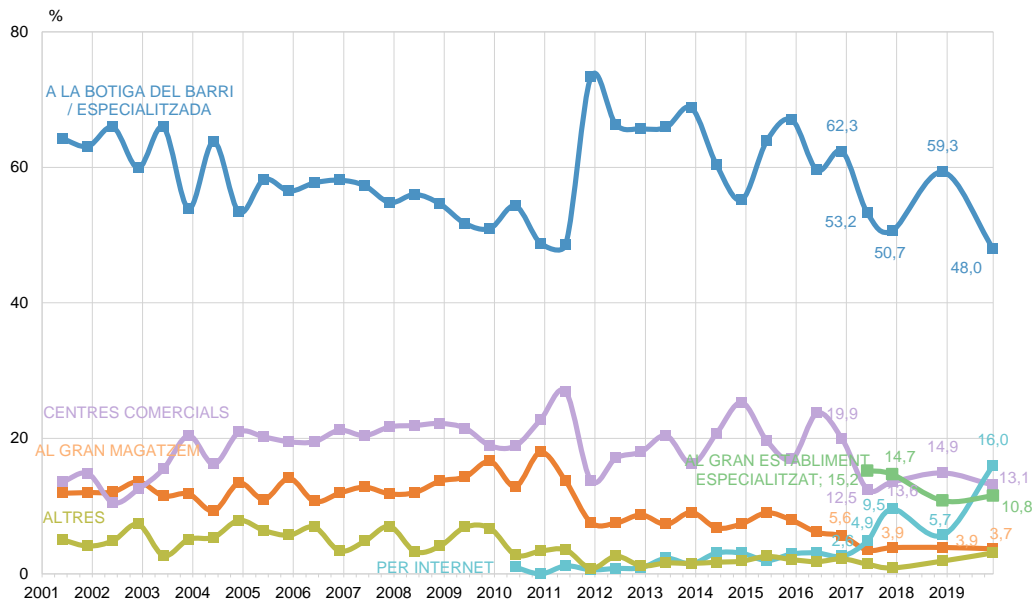
HÀBITS DE COMPRA





ESTABLIMENT HABITUAL PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA

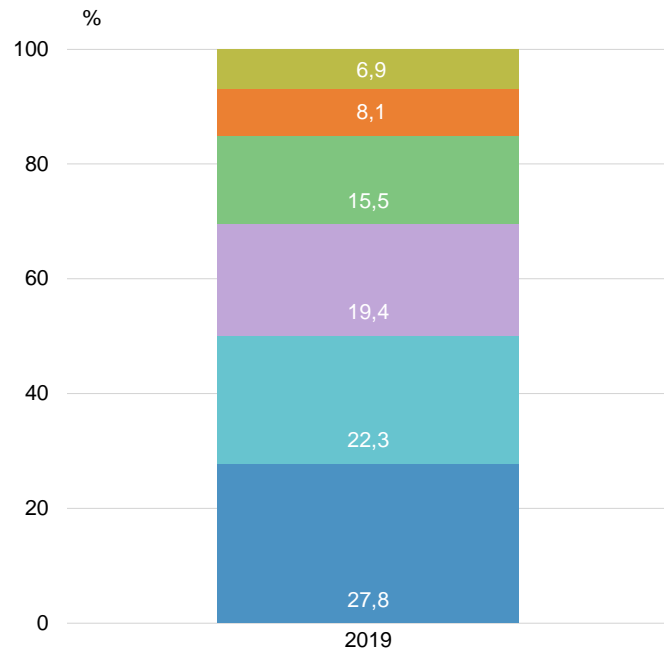




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES D'ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA*

HÀBITS DE COMPRA

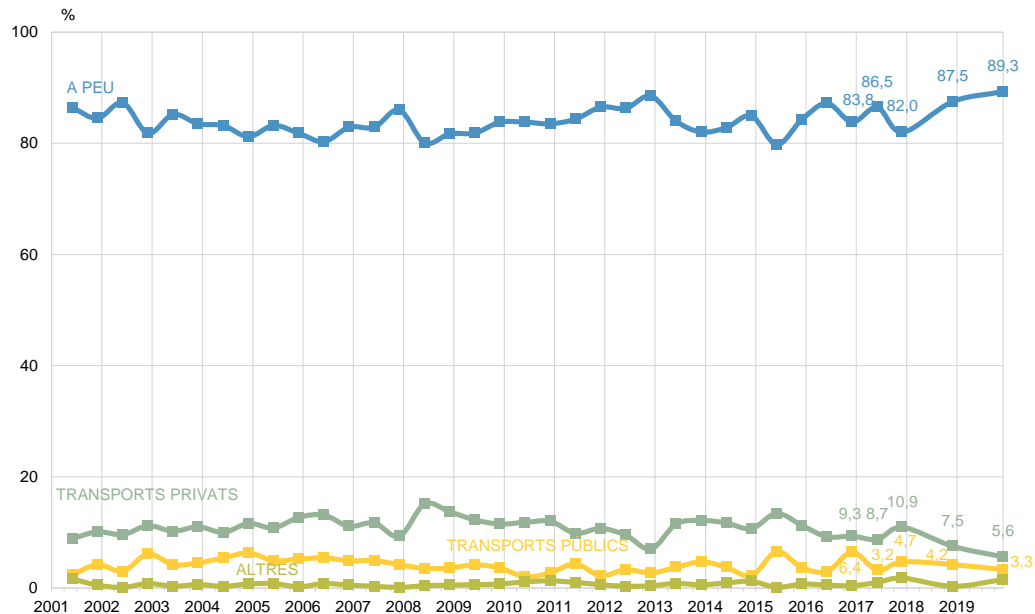




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALIMENTS

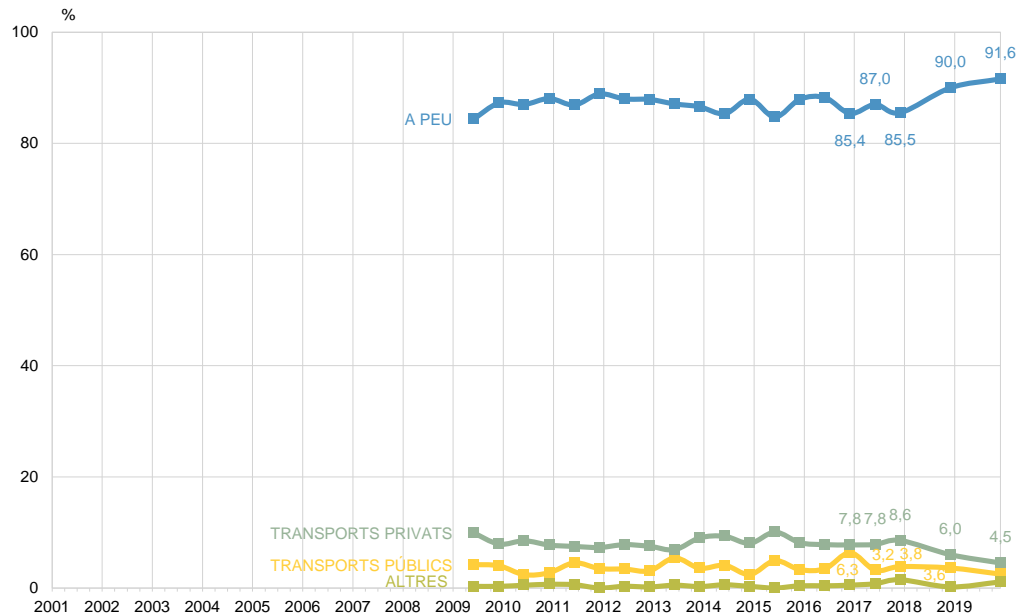
HÀBITS DE COMPRA





SISTEMA DE TRANSPORT COMPRA D'ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA

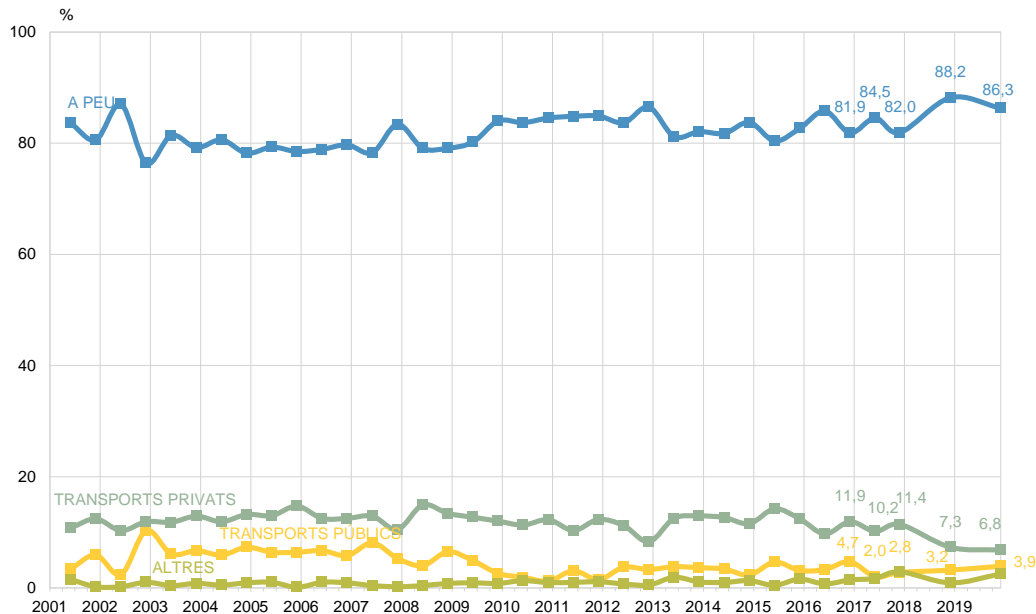




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

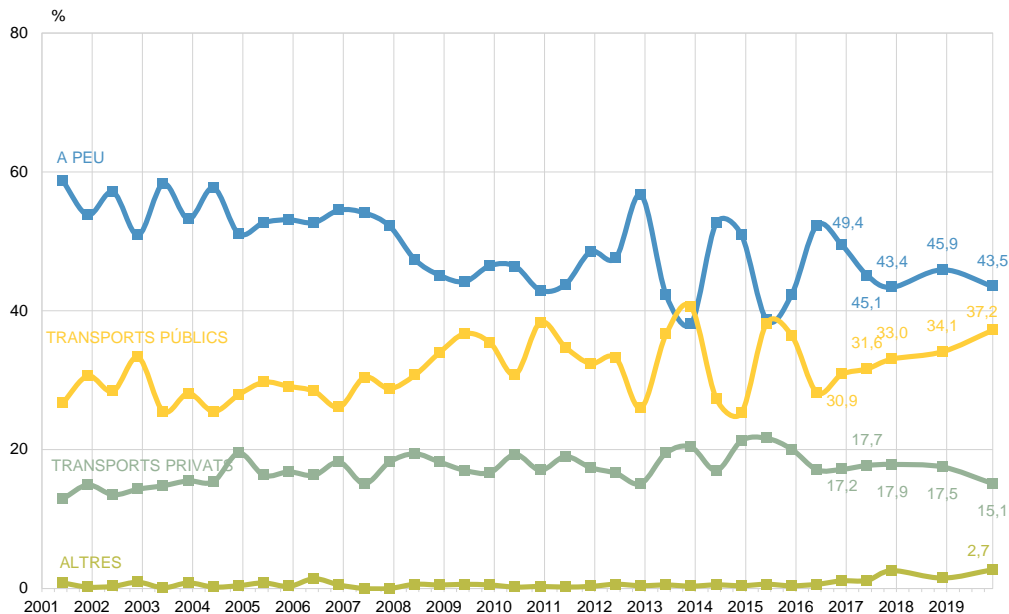
HÀBITS DE COMPRA





SISTEMA DE TRANSPORT COMPRA DE ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA

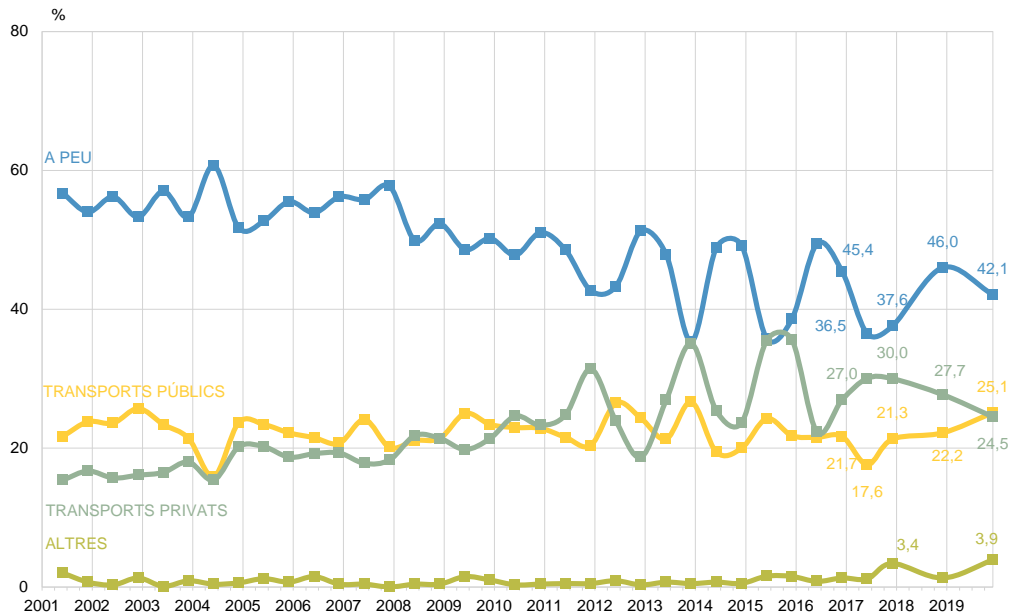




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

HÀBITS DE COMPRA

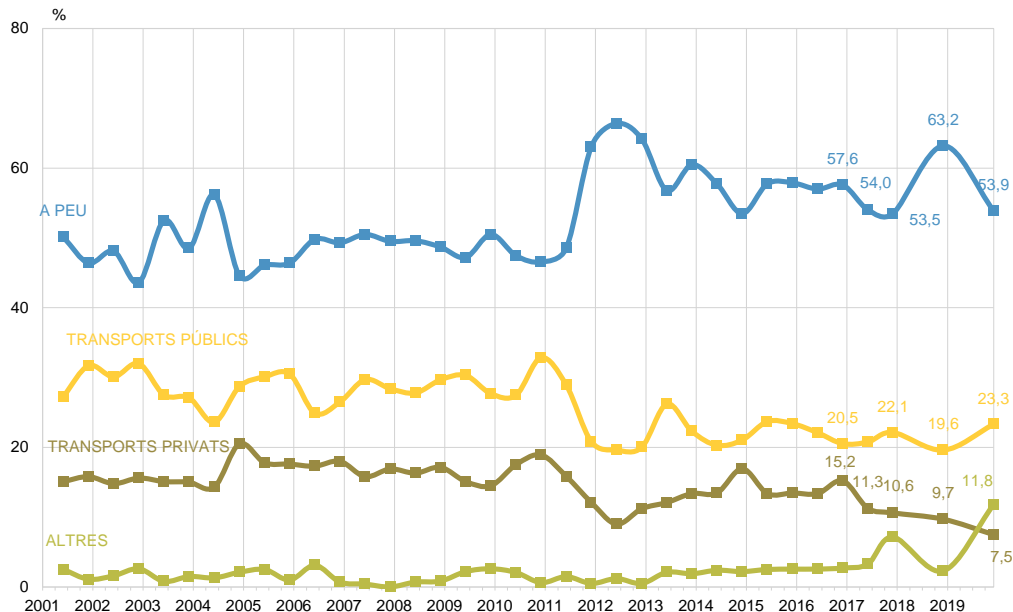




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA

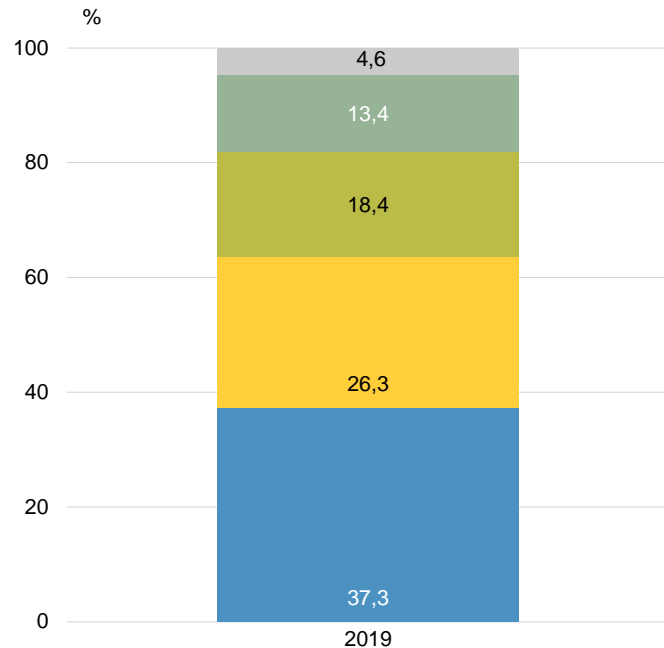




SISTEMA DE TRANSPORT

PRODUCTES D'ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA*

HÀBITS DE COMPRA





02

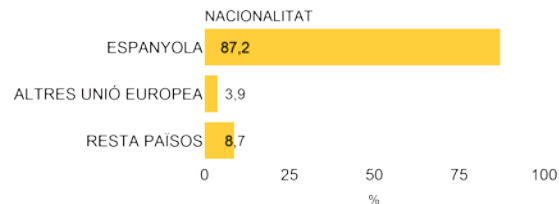
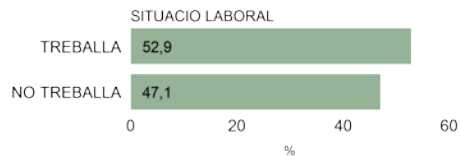
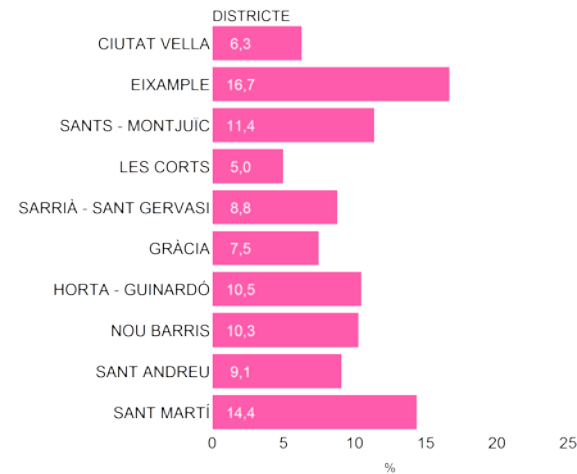
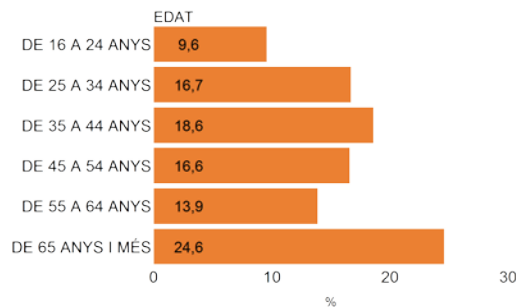
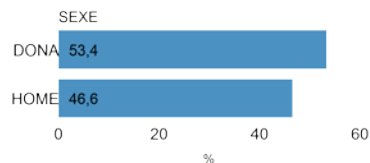
Perfil dels entrevistats





QUOTES

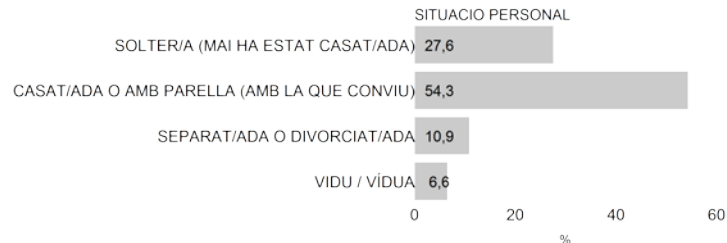
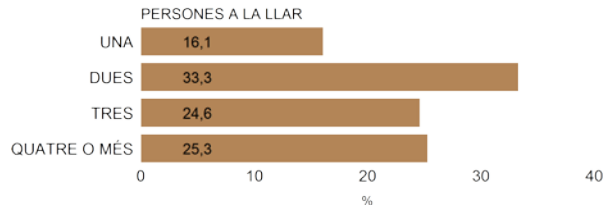
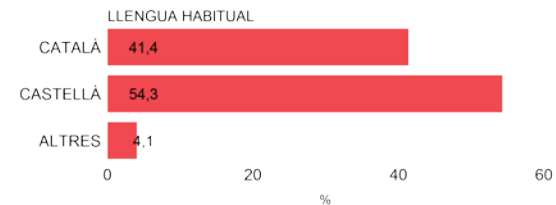
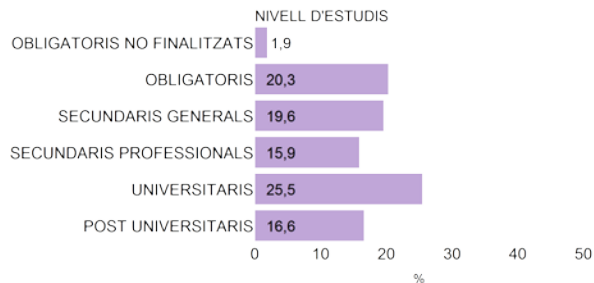
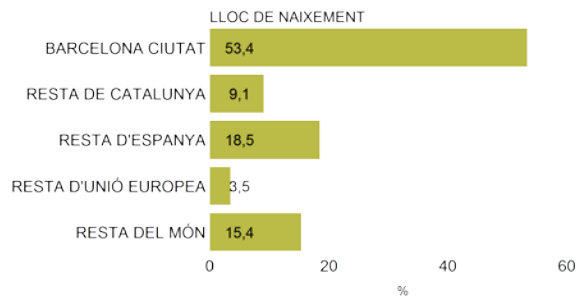
PERFIL DELS ENTREVISTATS





POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

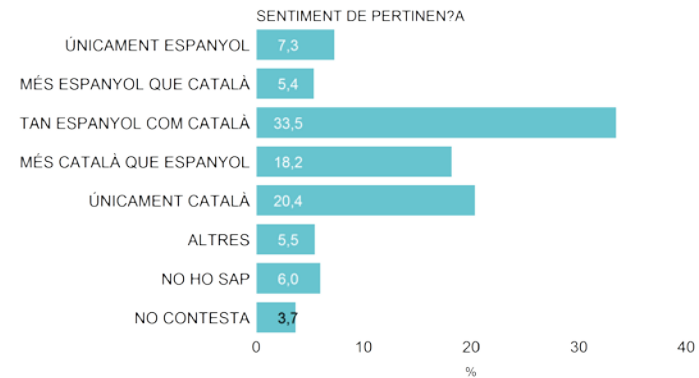
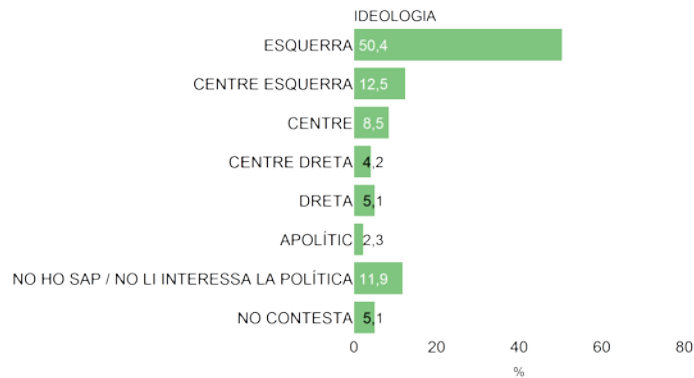
PERFIL DELS ENTREVISTATS





DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS





**Ajuntament
de Barcelona**

