



Ajuntament  
de Barcelona

# Enquesta Òmnibus Municipal:

## Direcció de Serveis de Comerç

**Presentació de Resultats**

**Del 7 al 21 de desembre de 2018**

S A  
CON

Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r18008



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r18008

**ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL**  
**DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ**  
**PRESENTACIÓ DE RESULTATS**  
DEL 7 AL 21 DE DESEMBRE DE 2018

Departament d'Estudis d'Opinió - Gabinet Tècnic de Programació  
**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 Sistema de transport. Compra  
d'aliments
- 015 Sistema de transport. Compra  
d'alimentació fresca
- 016 Sistema de transport. Compra  
d'altres productes d'ús  
quotidià
- 017 Sistema de transport. Compra  
de roba i calçat

- 018 Sistema de transport. Compra de  
productes de parament de la  
llar
- 019 Sistema de transport. Compra de  
productes d'oci i cultura

## **020 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 del territori (zona 1= Ciutat Vella, Sants – Montjuïc i Nou Barris; zona 2 = Eixample, Les Corts i Sarrià - Sant Gervasi; zona 3 = Gràcia, Horta-Guinardó, Sant Andreu i Sant Martí)

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 districte municipal i una altra per a persones en situació d'atur.

### 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% ( $2\sigma$ ), i  $P = Q$ , l'error és de  $\pm 3,2$  per al conjunt de la mostra.

### DATA DE REALITZACIÓ

Del 7 al 21 de desembre de 2018

### 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

En línies generals, es continuen mantenint les característiques bàsiques dels hàbits 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 per la compra d'alimentació (a l'alça) i altres articles d'ús quotidià (estable).**
- ♦ **El mercat municipal per la compra d'aliments frescos (a la baixa).**
- ♦ **I els comerços del barri o les botigues especialitzades per la compra de la roba i el calçat (estable), productes del parament de la llar (a l'alça) i d'oci i cultura (a l'alça).**

En quan 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.

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

El 66,1% compra els aliments al supermercat, el 16,4% al mercat municipal i el 10,3% a botigues especialitzades o de barri.

Per comprar aliments frescos es prefereix anar ja gairebé per igual als mercats municipals (34,4%) o al supermercat. Mentre que a la botiga de barri hi va el 28,3%.

La majoria de barcelonins/es tria el supermercat (75,7%) per adquirir altres productes d'ús quotidià (neteja, productes d'higiene personal...), segueix a distància la preferència per la botiga del barri (16%).

**Evolució:** En aquesta onada, en relació al desembre del 2017, en els aliments en general puja la preferència de compra al supermercat en 8,2 punts, mentre que la del mercat municipal baixa 3,7 punts. En l'alimentació fresca és

manté el mercat municipal com a preferit per comprar, encara que baixa 3,6 punts i pràcticament es igualat pel supermercat degut a la forta pujada que experimenta en aquesta onada (7,2p.).

Es manté la tendència en altres productes d'ús quotidià, on el supermercat és majoritari (75,7%) amb una lleugera pujada de la botiga especialitzada (3,2p).



## RESUM DE RESULTATS

## HÀBITS DE COMPRA

### ESTABLIMENT HABITUAL DE COMPRA DE ROBA I CALÇAT, PARAMENT DE LA LLAR I OCI I CULTURA

Els/les barcelonins/es majoritàriament compren la roba i el calçat a la botiga especialitzada (40,6%) o al centre comercial (38,1%).

Per comprar parament de la llar es decanten per botigues del barri o especialitzades (43,8%). També ho fan en bona mesura al gran establiment especialitzat (20,8%), seguit pels centres comercials (17,8%).

Els productes d'oci i cultura els compren majoritàriament a les botigues especialitzades o de barri (59,3%), als centres comercials (14,9%) i als grans establiments especialitzats (10,8%).

**Evolució:** En roba i calçat continua estable la compra en la botiga de barri i repunta la compra als centres comercials, pujant 5 punts.

En parament de la llar puja la compra a la botiga especialitzada (6p.) i és mantenen els percentatges amb petites variacions a la resta d'establiments.

En els productes d'oci i cultura, puja després de dos anys de descens, la compra a la botiga especialitzada o de barri (8,6p.), mentre que baixa al gran establiment especialitzat i per internet (3,9 i 3,8 punts respectivament).

### 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%) i altres productes d'ús quotidià (88,2%). 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 45,9% hi va a peu, però el 34,1% utilitza transports públics. Per comprar productes de parament de la llar, anar a peu també és majoritari (46%), però un 27,7% utilitza transports privats i un 22,2%, públics. Per comprar productes d'oci i cultura, el 63,2% hi va a peu, mentre un 19,6% hi va en transports públics.

**Evolució:** Respecte al desembre passat s'incrementa el anar a peu en els productes més quotidians on els percentatges ja eren molt alts. Però també augmenta en els d'oci i cultura (9,7p.) i en els de parament de la llar (8,4p.).

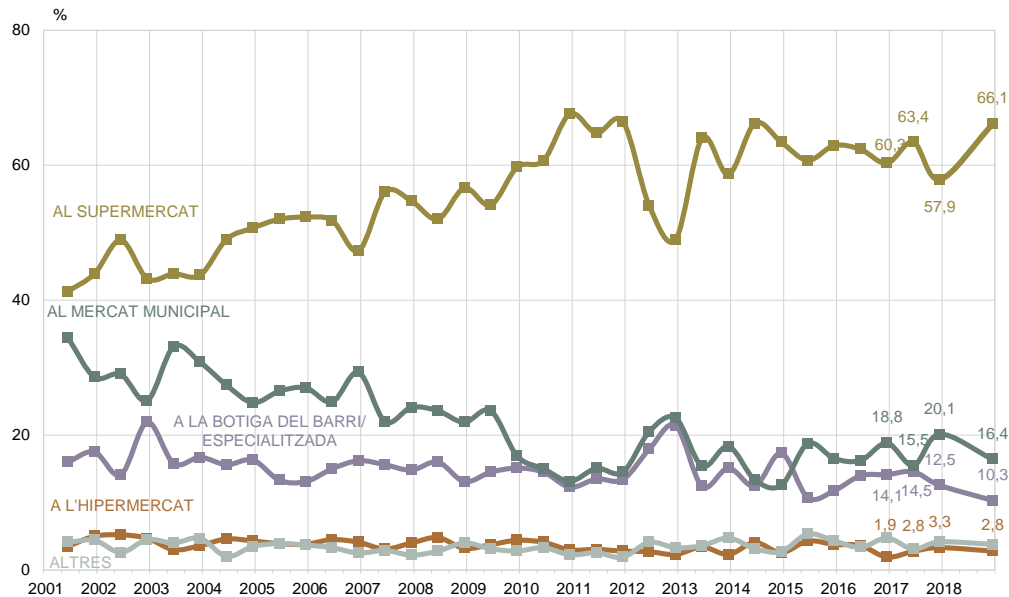




## ESTABLIMENT HABITUAL

### ALIMENTS

### HÀBITS DE COMPRA

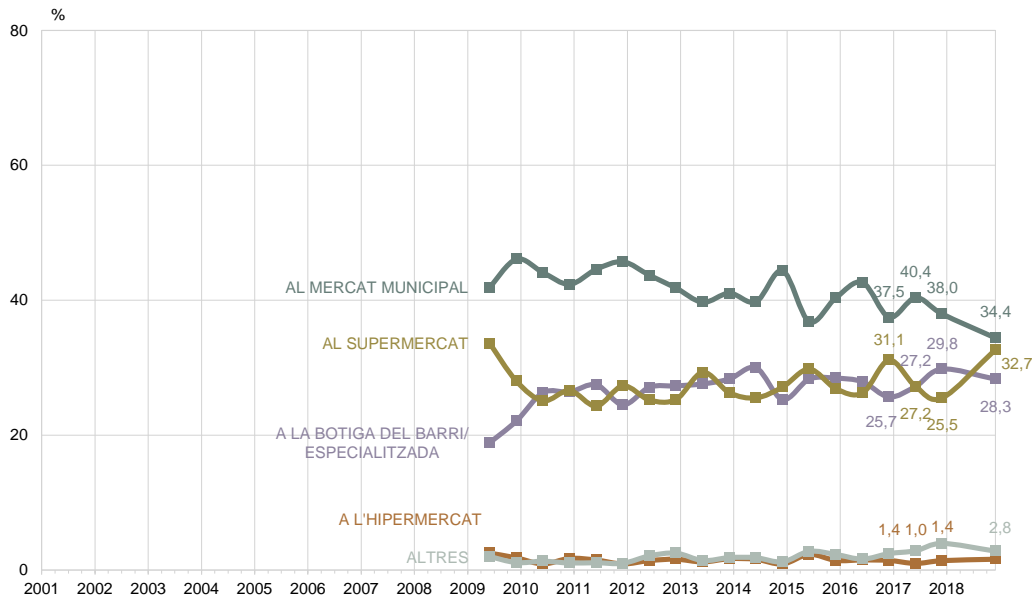




## ESTABLIMENT HABITUAL

### ALIMENTACIÓ FRESCA\*

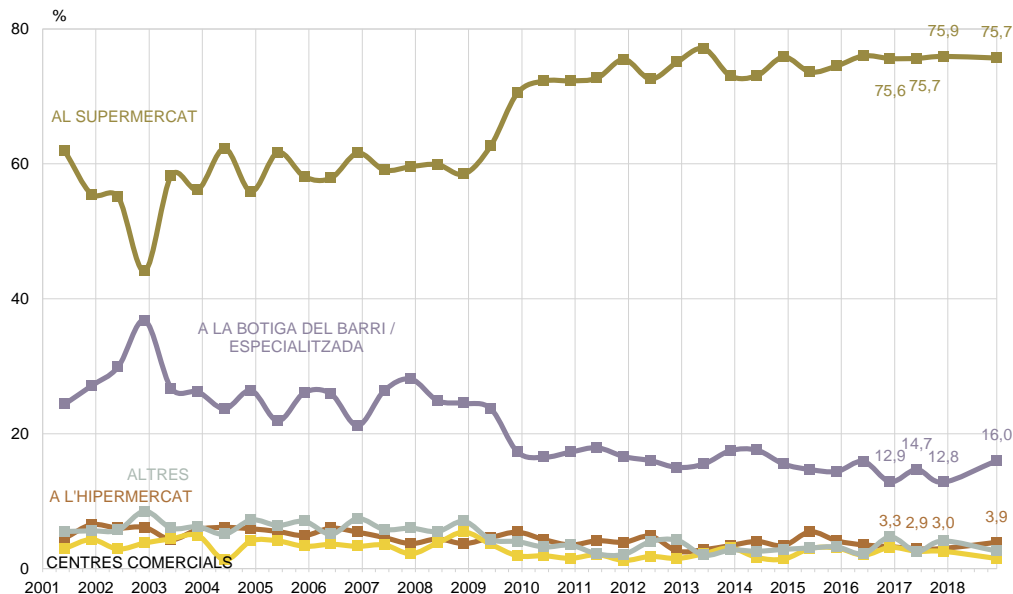
### HÀBITS DE COMPRA





## ESTABLIMENT HABITUAL ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

## HÀBITS DE COMPRA

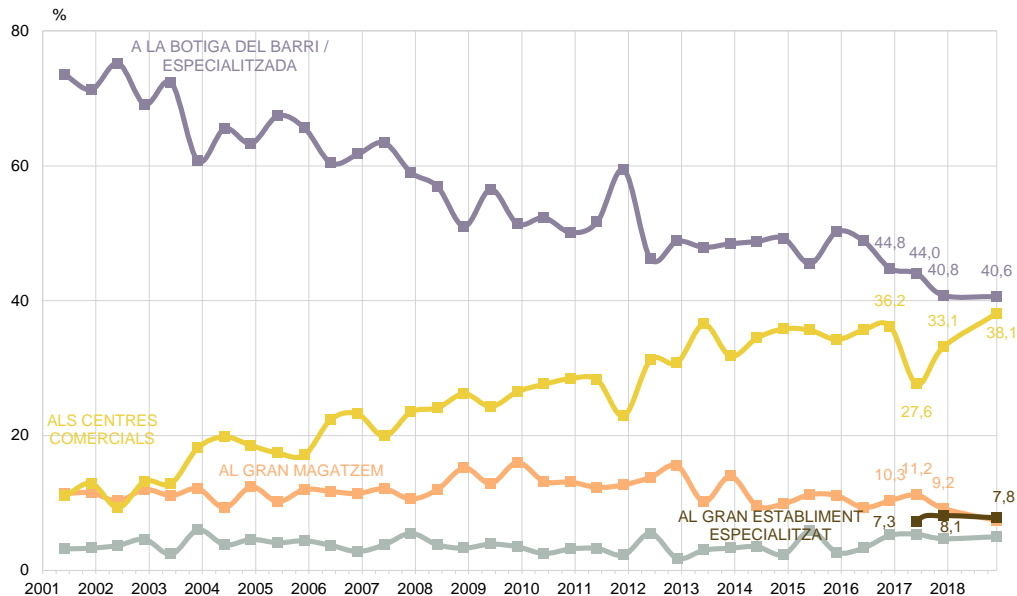




# ESTABLIMENT HABITUAL

## ROBA I CALÇAT

## HÀBITS DE COMPRA

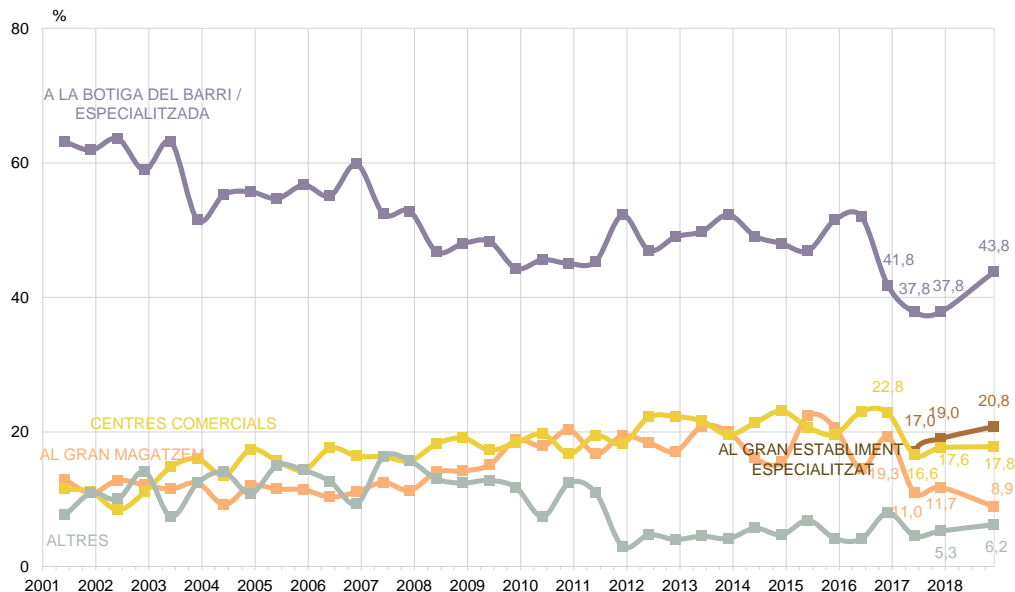




## ESTABLIMENT HABITUAL

### PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR\*

### HÀBITS DE COMPRA

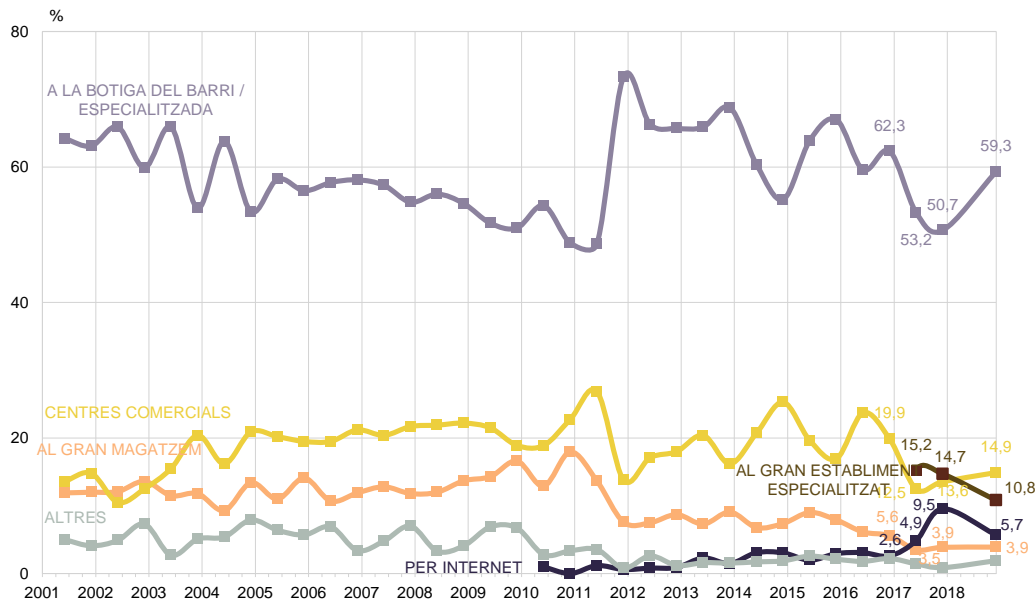




# ESTABLIMENT HABITUAL

## PRODUCTES D'OCI I CULTURA\*

## HÀBITS DE COMPRA

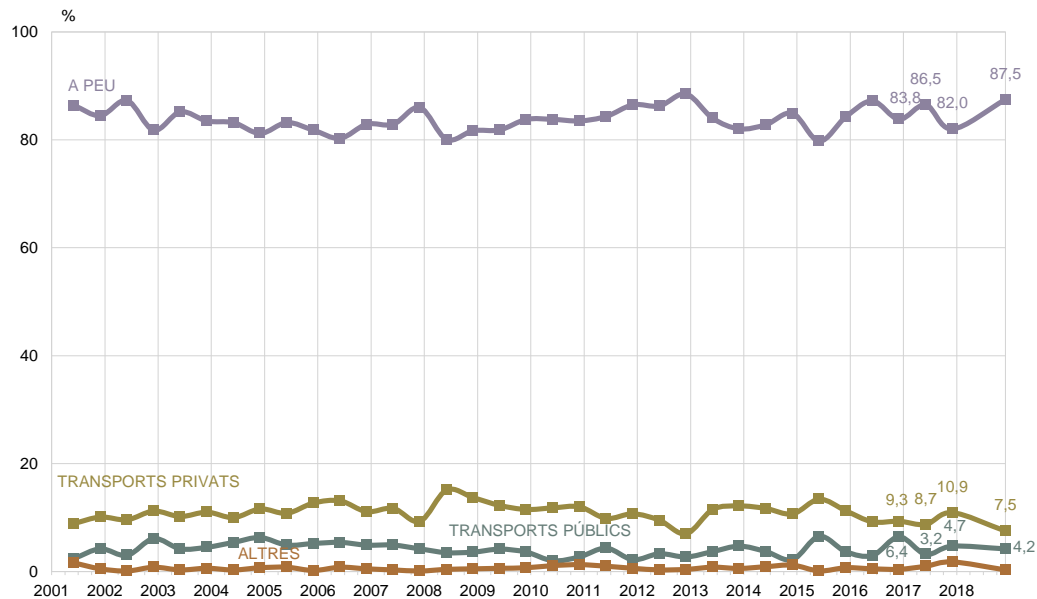




# SISTEMA DE TRANSPORT

## COMPRA D'ALIMENTS

## HÀBITS DE COMPRA

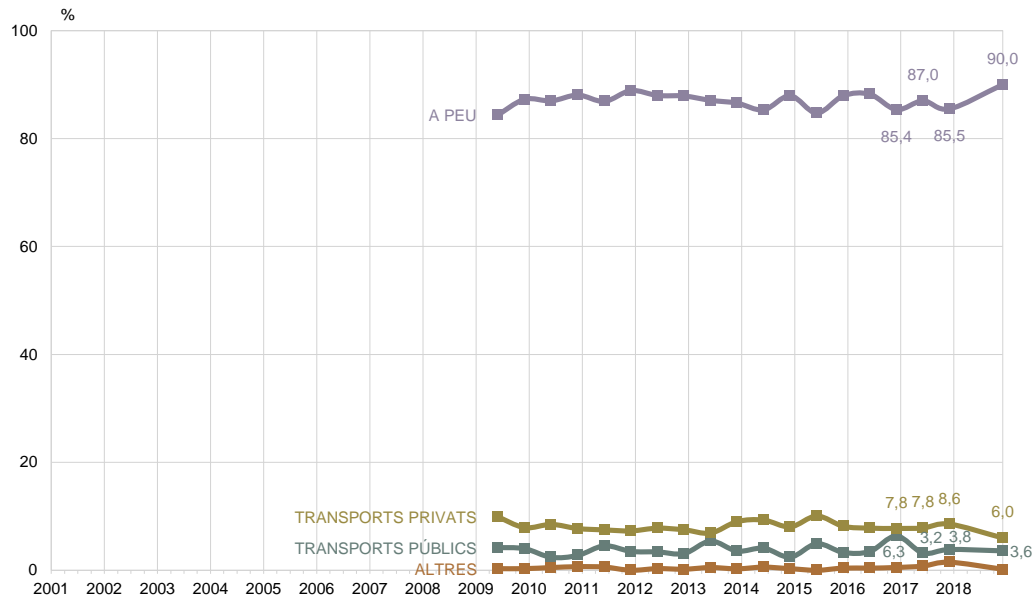




# SISTEMA DE TRANSPORT

## COMPRA D'ALIMENTACIÓ FRESCA\*

## HÀBITS DE COMPRA



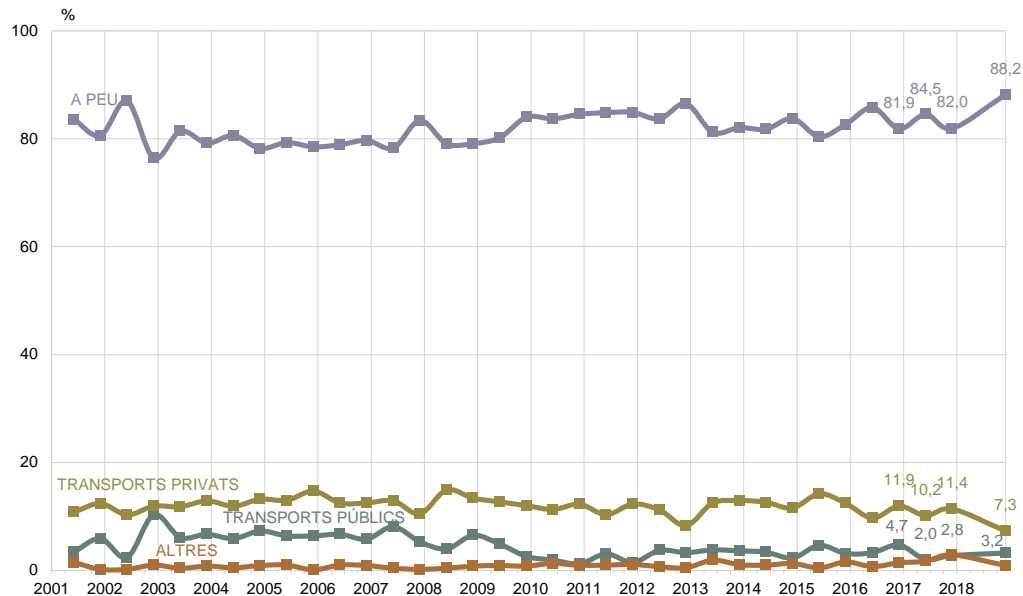




# SISTEMA DE TRANSPORT

## COMPRA D'ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

## HÀBITS DE COMPRA

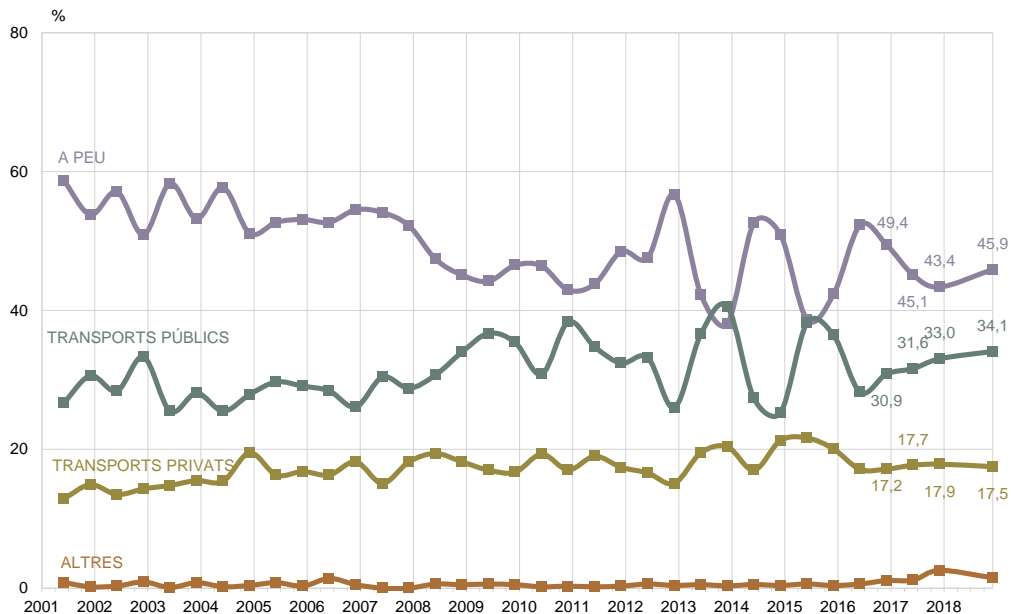




# SISTEMA DE TRANSPORT

## COMPRA DE ROBA I CALÇAT

## HÀBITS DE COMPRA

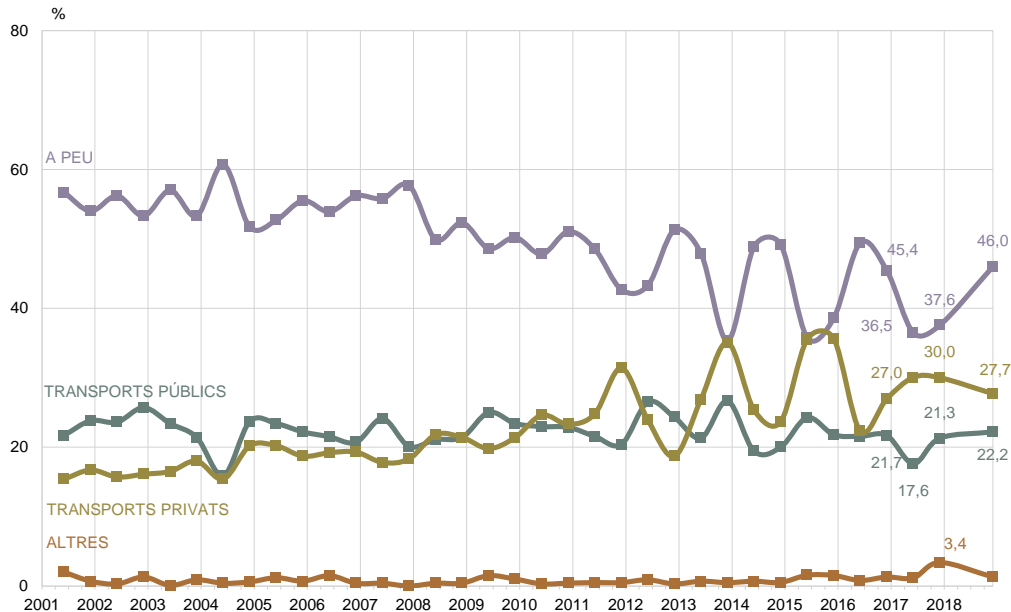




# SISTEMA DE TRANSPORT

## COMPRA DE PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR\*

## HÀBITS DE COMPRA

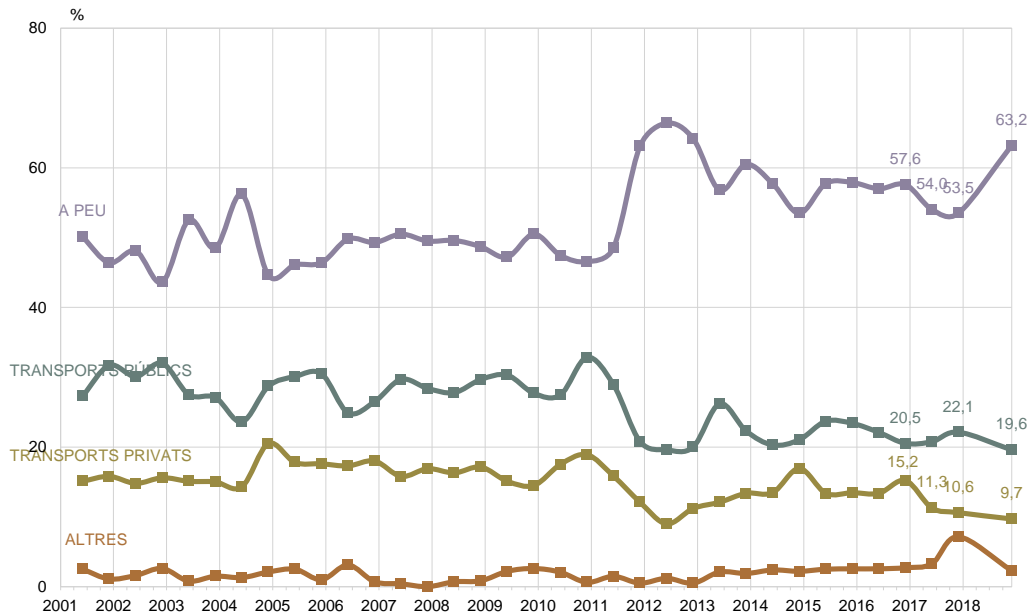




# SISTEMA DE TRANSPORT

## COMPRA DE PRODUCTES D'OCI I CULTURA\*

## HÀBITS DE COMPRA





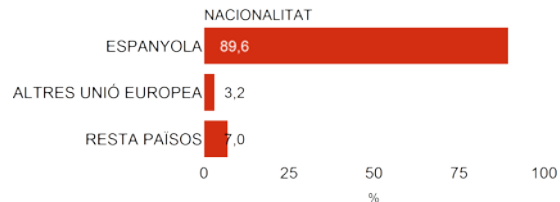
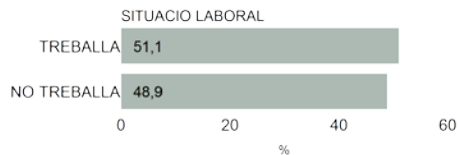
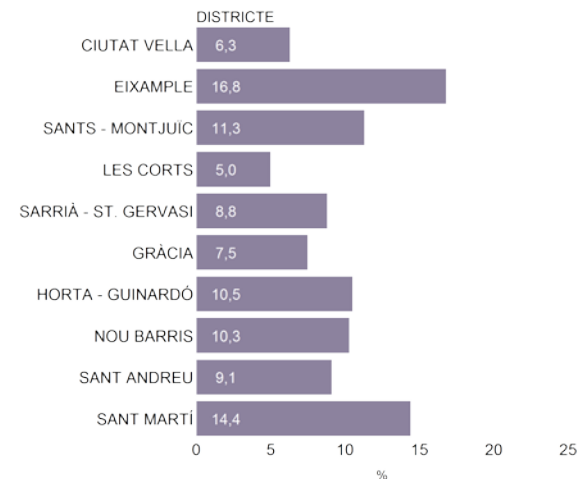
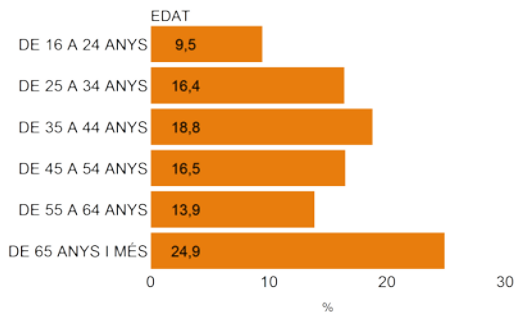
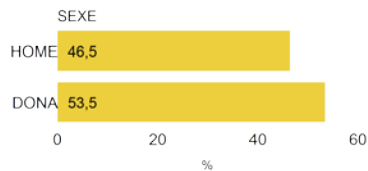
# 03

## Perfil dels entrevistats



## QUOTES

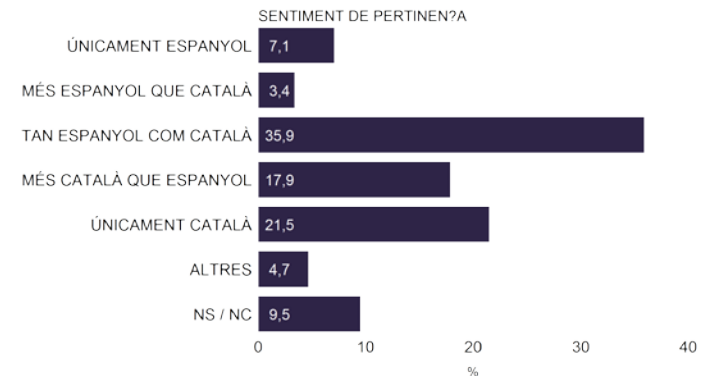
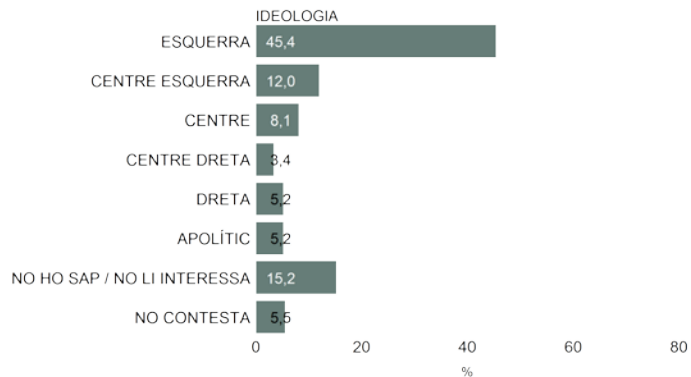
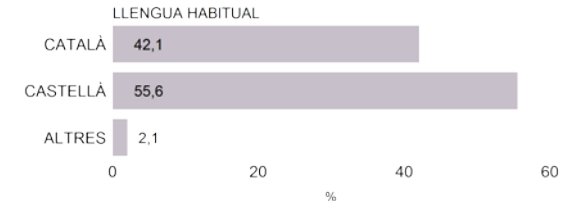
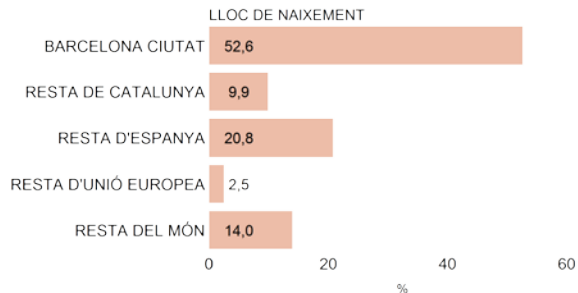
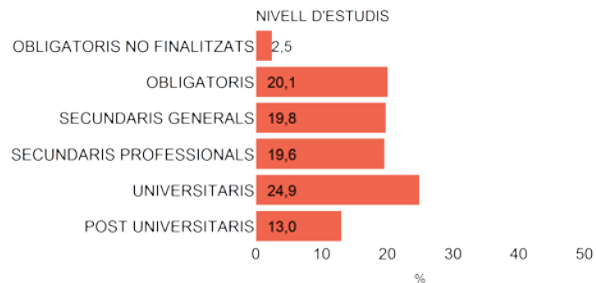
## PERFIL DELS ENTREVISTATS





## POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

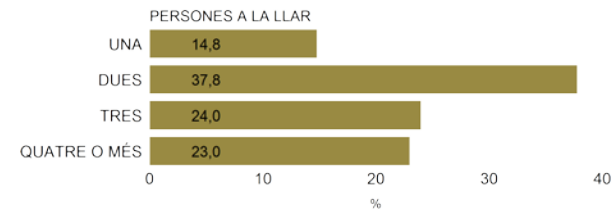
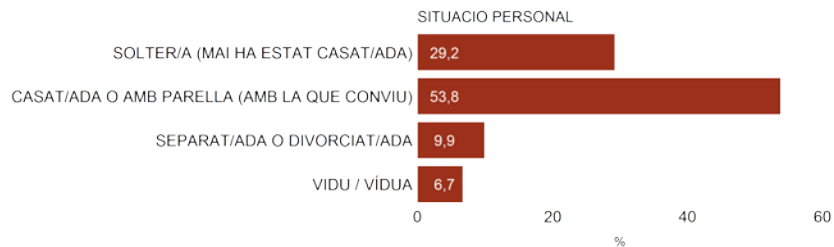
## PERFIL DELS ENTREVISTATS





## DADES PERSONALS

## PERFIL DELS ENTREVISTATS







## ENQUESTES I ESTUDIS D'OPINIÓ

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**

