



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal: Direcció de Serveis de Comerç

Presentació de Resultats

Del 2 al 20 de desembre de 2021



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r21006

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 2 AL 20 DE DESEMBRE DE 2021

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 resident a 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

Considerant un nivell de confiança del 95,5%, sota el supòsit de màxima indeterminació ($P = 50\%$ i $Q = 50\%$), de mostreig aleatori estratificat i de població finita, l'error és de $\pm 3,2\%$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

Del 2 al 20 de desembre de 2021

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

Aquest 2021, encara amb certes restriccions d'aforaments ens comerços (max 70%), els hàbits de compra que es van veure afectats en major o menor mesura per la pandèmia en el 2020 recuperen una certa normalitat prèvia. Vam veure com s'havien alterat alguns costums de tendència de compra en cert tipus d'establiments i l'ús de determinats mitjans de transport, amb una preferència per la proximitat. Les restriccions per la pandèmia van afectar tant l'obertura / tancament (especialment als centres comercials, grans establiments especialitzats i no de primera necessitat), com als aforaments, mesures sanitàries... I aquest 2021 en veiem recuperació:

- Es recupera la preferència pel supermercat / hipermercat tant per la compra d'alimentació en general com en altres productes d'ús quotidià, en perjudici sobretot de la botiga de barri i el mercat.

- Retorna la preferència pels centres comercials sobretot en roba i calçat.
- En tots els articles, el més perjudicat és la botiga de barri o especialitzada.
- Pel que fa al sistema de transport, cert repunt del transport privat sobretot en roba i calçat.

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

El 71% de les persones enquestades compra els aliments al supermercat/hipermercat, l'11,1% a botigues especialitzades o de barri i el 9,8% al mercat municipal.

Per comprar aliments frescos, en aquesta onada es prefereix anar al supermercat / hipermercat (35,8%), seguit pel mercat municipal (29,9%) i a la botiga de barri (29,1%).

La majoria de barcelonins/es tria el supermercat / hipermercat (75,9%) per adquirir altres productes

d'ús quotidià (neteja, productes d'higiene personal...), segueix a distància la preferència per la botiga del barri (13,7%).

Evolució: Aquest 2021 puja 7,3 punts i arriba al màxim de la sèrie (3,3 punts comparat amb el 2019) el supermercat / hipermercat com l'establiment majoritari per comprar els aliments, mentre que la botiga de barri i el mercat municipal baixen 5,1p. i 4,2p. respectivament.

En l'alimentació fresca es registra el mateix comportament: en supermercats puja (+4,2p.) i en botiga de barri (-2,8p.) i mercat municipal (-2,4p.) baixa.

Pel que fa als altres productes d'ús quotidià, la proporció majoritària la continua tenint el supermercat amb el 75,9%, pujant 3,8 punts.



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 al centre comercial (37,4%) o a la botiga especialitzada (29,8%). Per comprar **articles de parament de la llar** es decanten per botigues del barri o especialitzades (37,2%). També ho fan, però en menor mesura, al gran establiment especialitzat (16,7%) i als centres comercials (16,3%). Els **productes d'oci i cultura** els compren majoritàriament a les botigues especialitzades o de barri (45,4%), per internet (19,1%) i als centres comercials (13,7%). Finalment els **productes d'electrònica, informàtica i telefonia** es compren principalment per internet (26,8%) i als centres comercials (22,5%).

Evolució: En els articles de roba i calçat, parament de la llar, oci i cultura i electrònica i informàtica hi ha una recuperació dels centres comercials una vegada tretes les restriccions per la Covid-19, a costa sobretot de la botiga de barri / especialitzada i especialment en la roba i calçat (-9,1p.), productes d'oci i cultura (-8,2p.) i productes d'electrònica, informàtica i telefonia (-7,3p.).

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 (86%), alimentació fresca (89,9%) i altres productes d'ús quotidià (83,6%). 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 42,2% va a peu, però el 30,9% utilitza transports públics. Per comprar productes de parament de la llar, anar a peu també és majoritari (45,2%), i un 21,4% utilitza transport privat. Per comprar productes d'oci i cultura, el 49,4% hi va a peu, i un 17,3% hi va en transport públic. I pels productes d'electrònica, informàtica i telefonia el 31,2% hi va a peu, mentre un 22% hi va en transports públics.

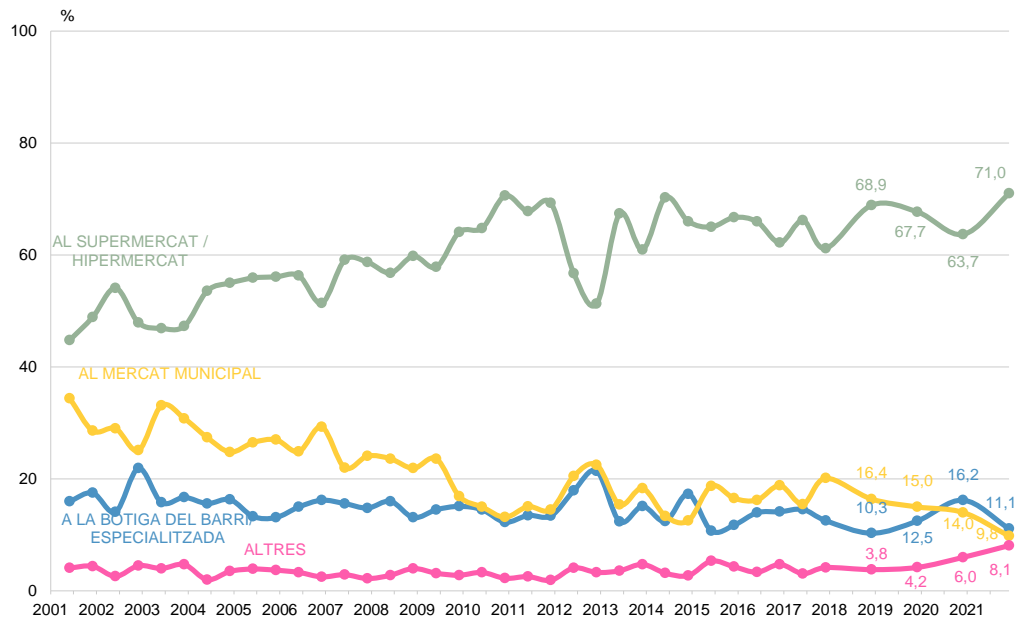
Evolució: Hi ha cert repunt en l'ús del vehicle privat (nivells prepanidemics o una mica superiors) en els aliments i altres productes d'ús quotidià (+2,9p. tots dos), en detriment d'anar a peu. La roba i calçat i productes d'electrònica, informàtica i telefonia també incrementen aquest ús del vehicle privat (+4,5p. i +3,7p. respectivament) juntament amb els transports públics (+3p. i +3,5p. cadascun), igualment baixant el anar a peu.



ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA

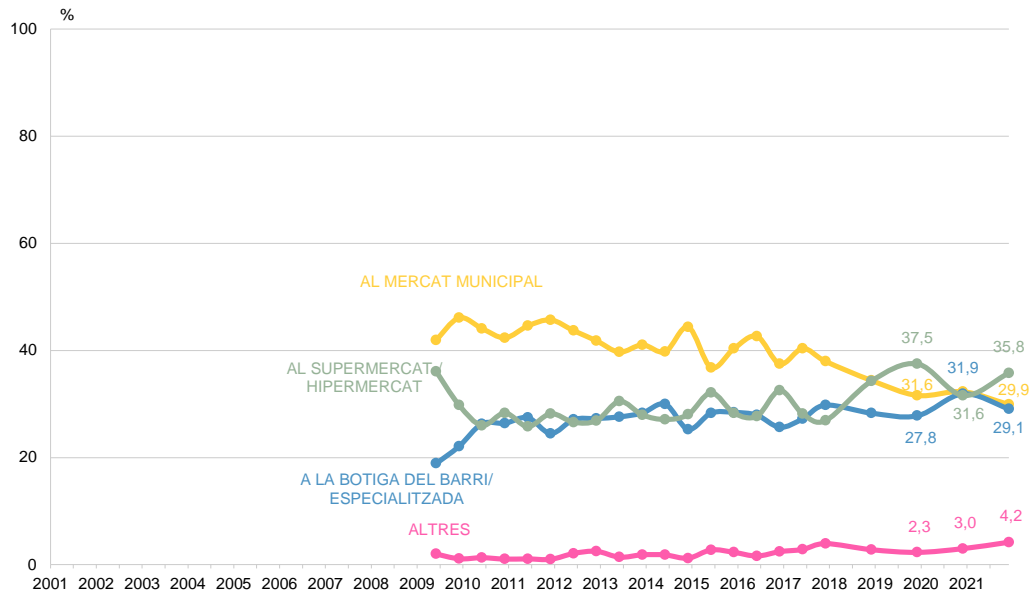




ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA

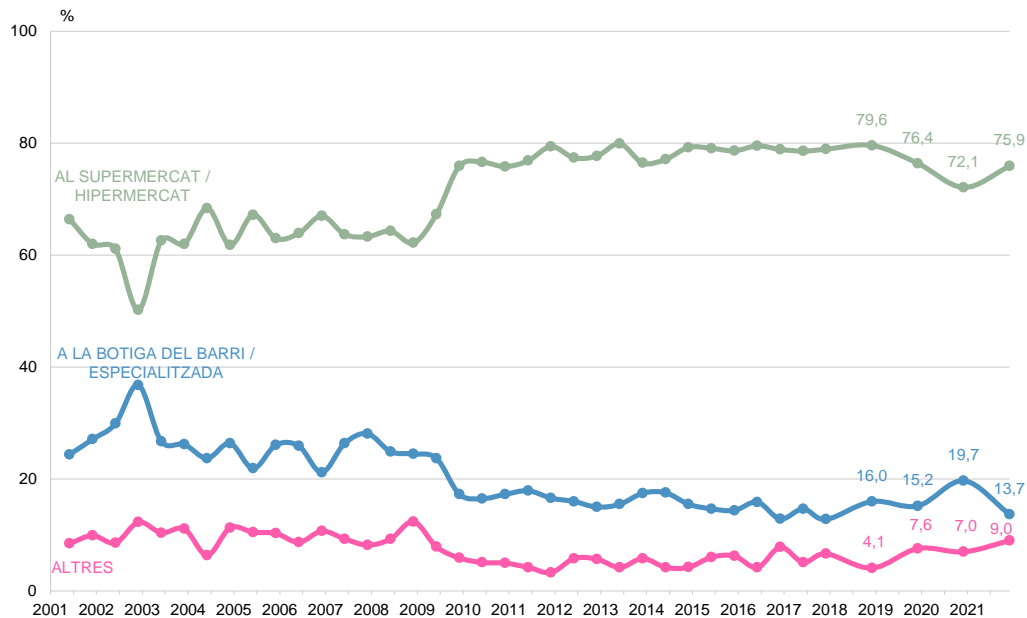




ESTABLIMENT HABITUAL

ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA

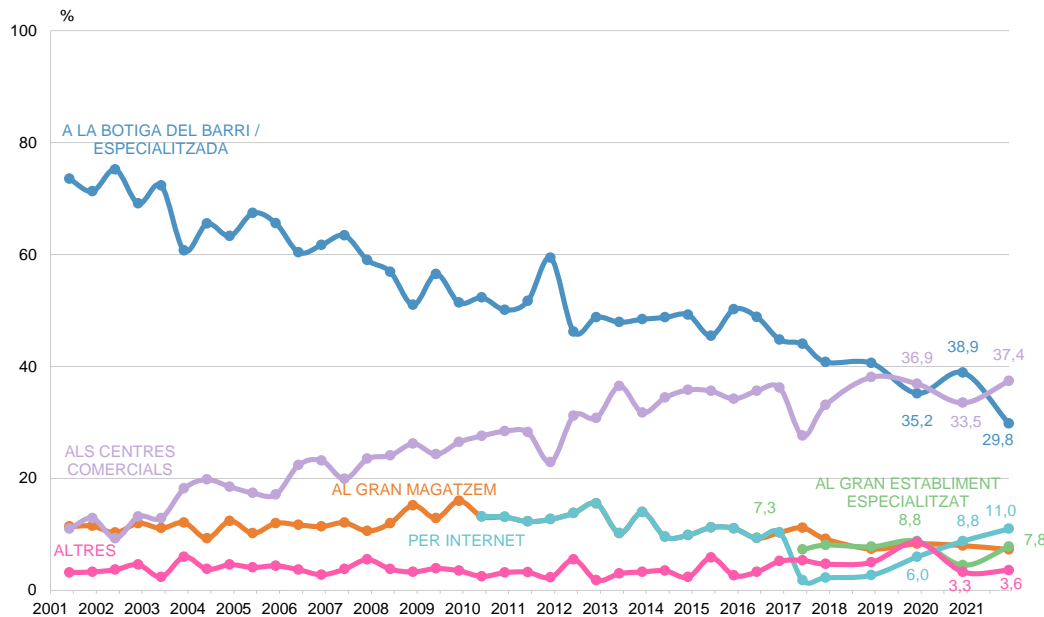




ESTABLIMENT HABITUAL

ROBA I CALÇAT

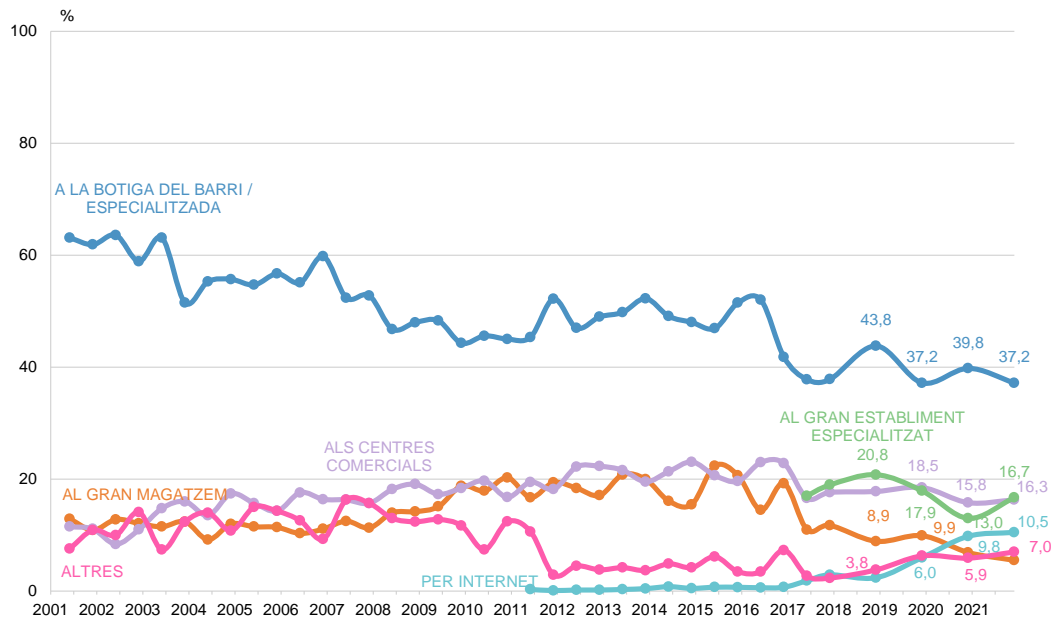
HÀBITS DE COMPRA





ESTABLIMENT HABITUAL PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

HÀBITS DE COMPRA

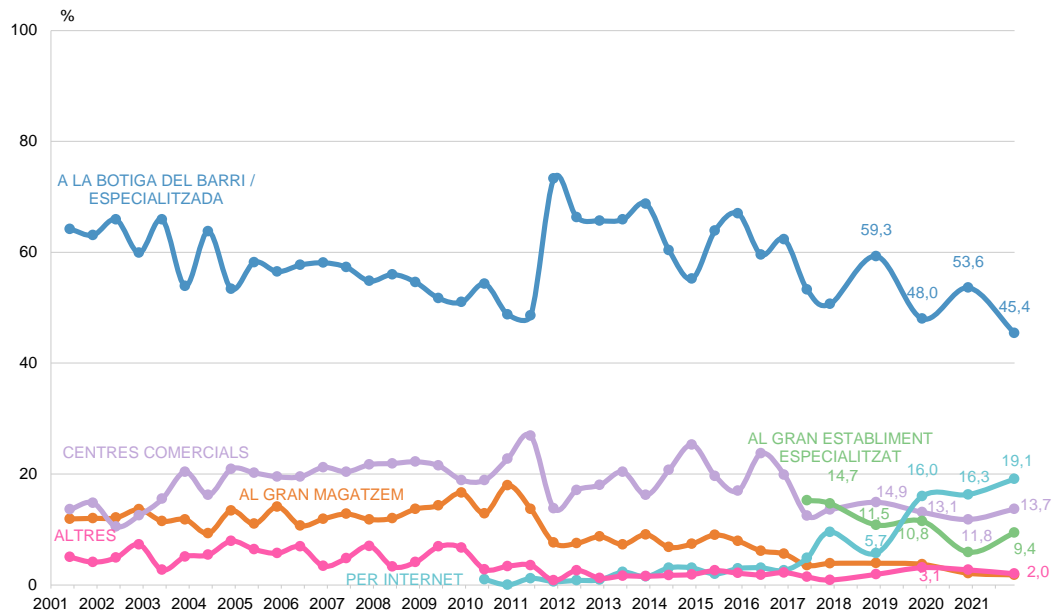




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA

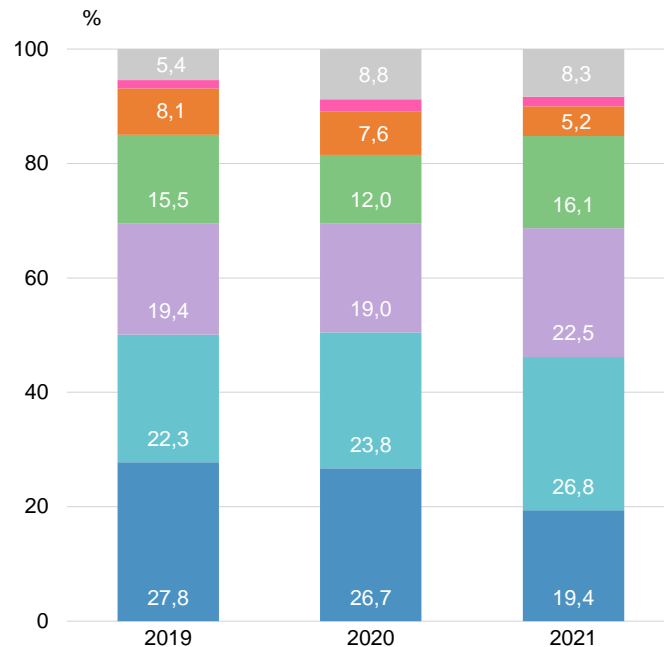




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES D'ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA*

HÀBITS DE COMPRA

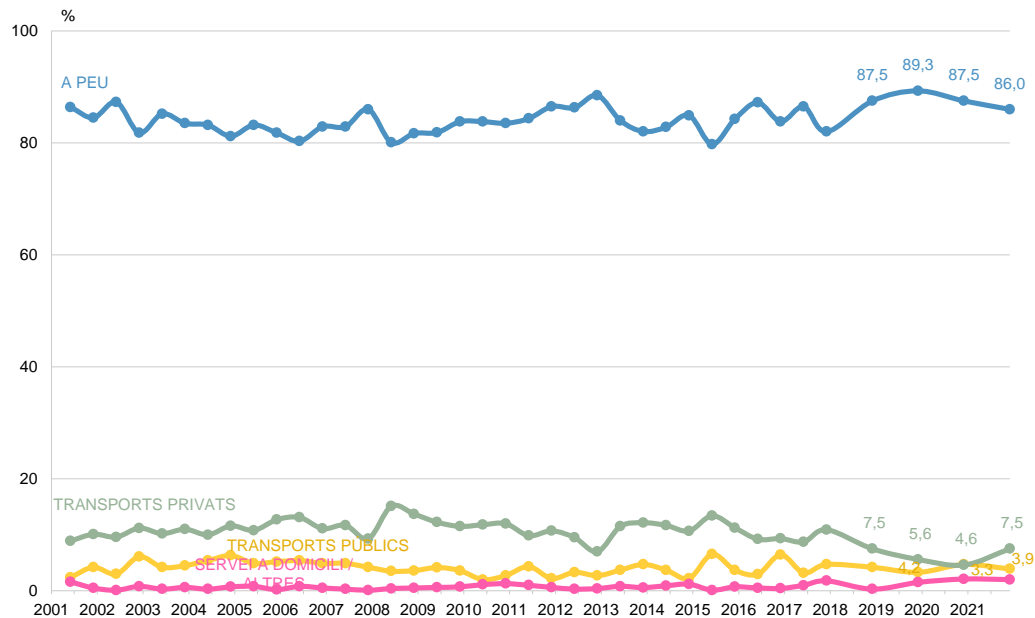




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA

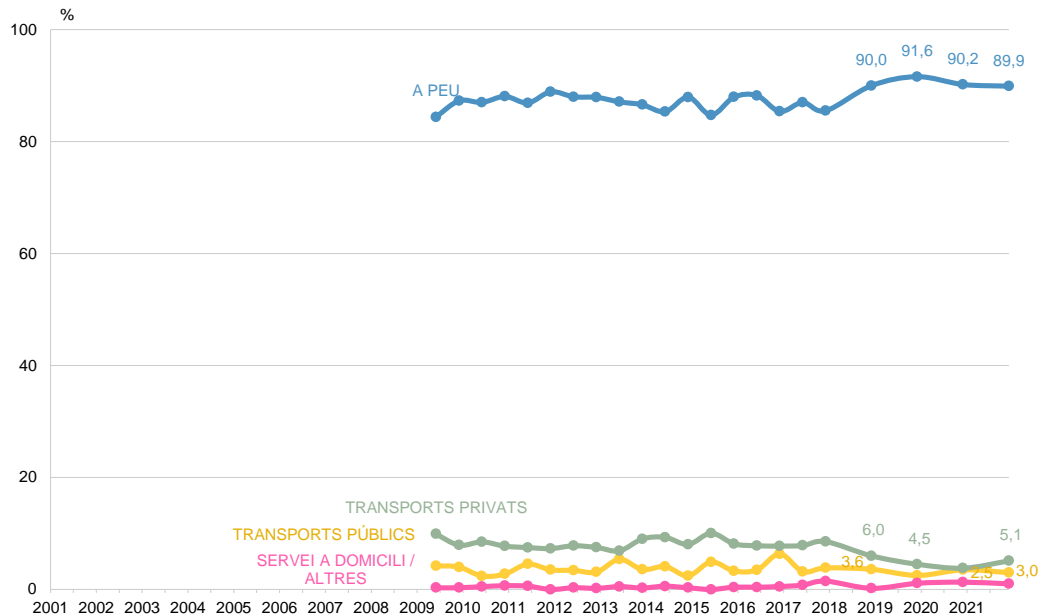




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA

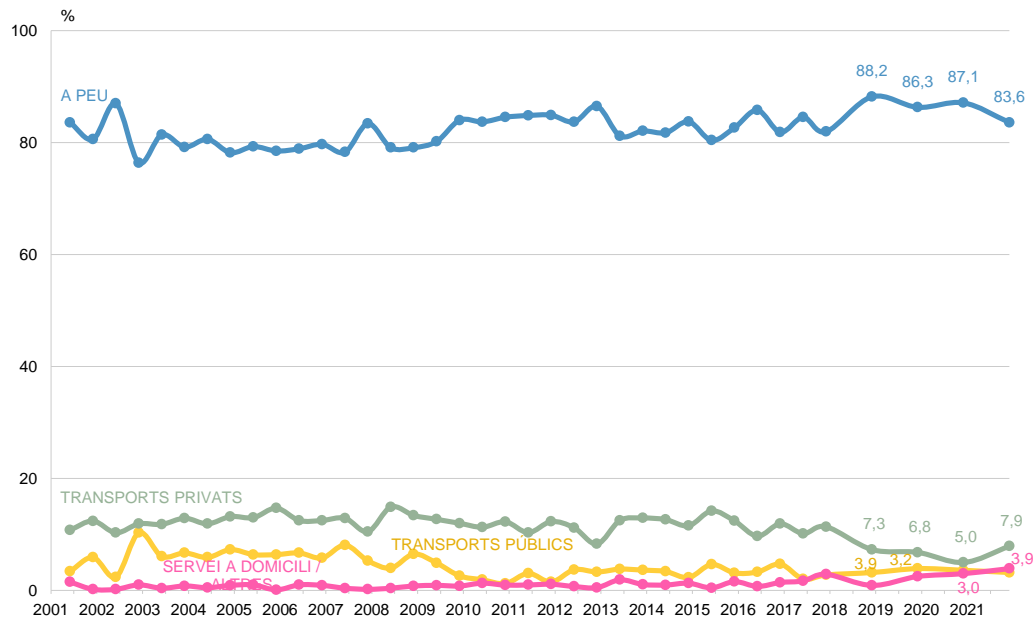




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA

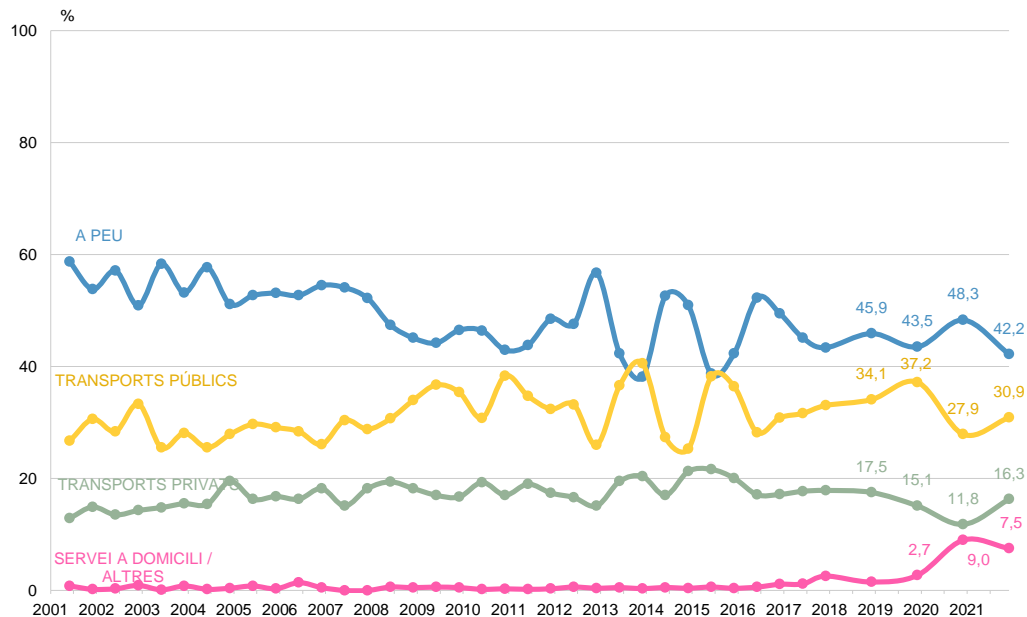




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA

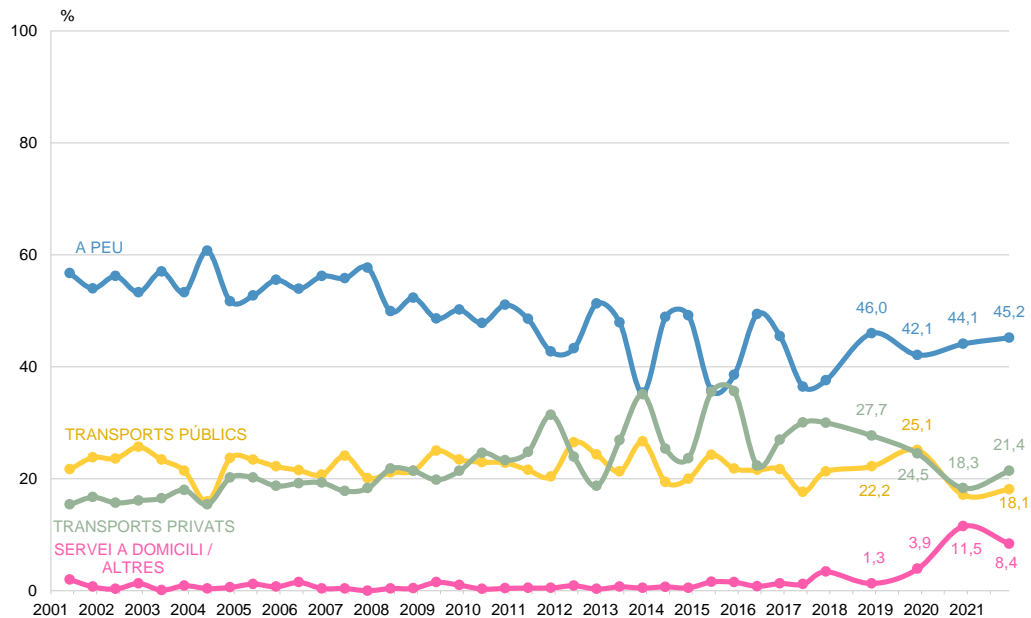




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

HÀBITS DE COMPRA

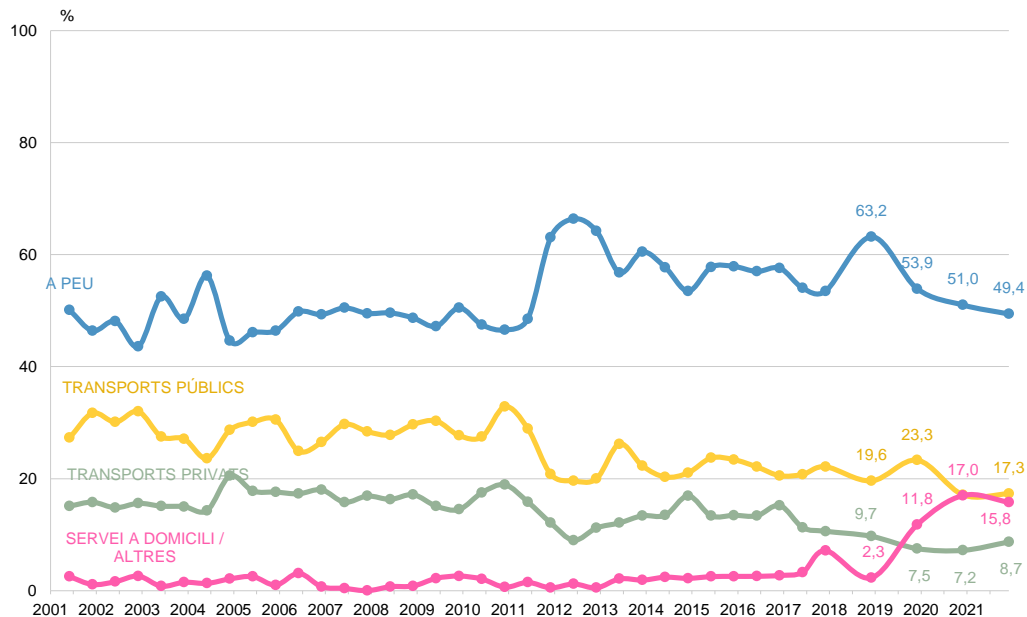




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA

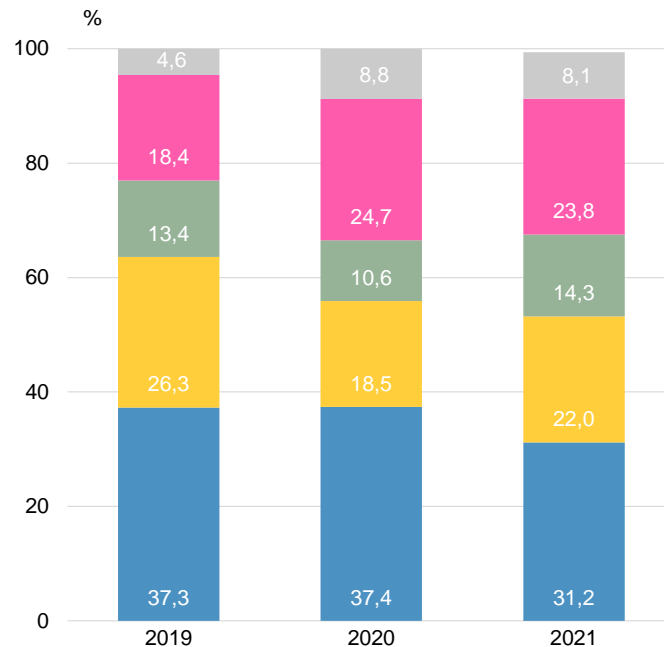




SISTEMA DE TRANSPORT

PRODUCTES D'ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA*

HÀBITS DE COMPRA





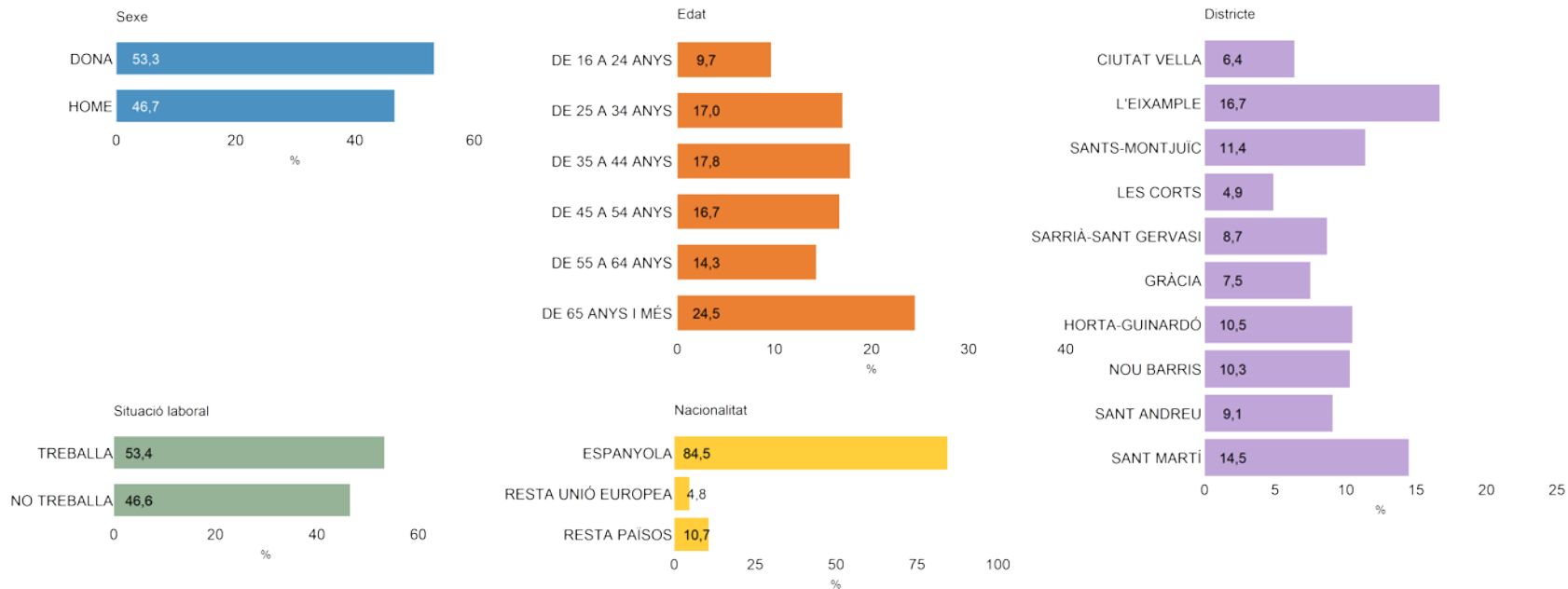
02

Perfil dels entrevistats/ades



QUOTES

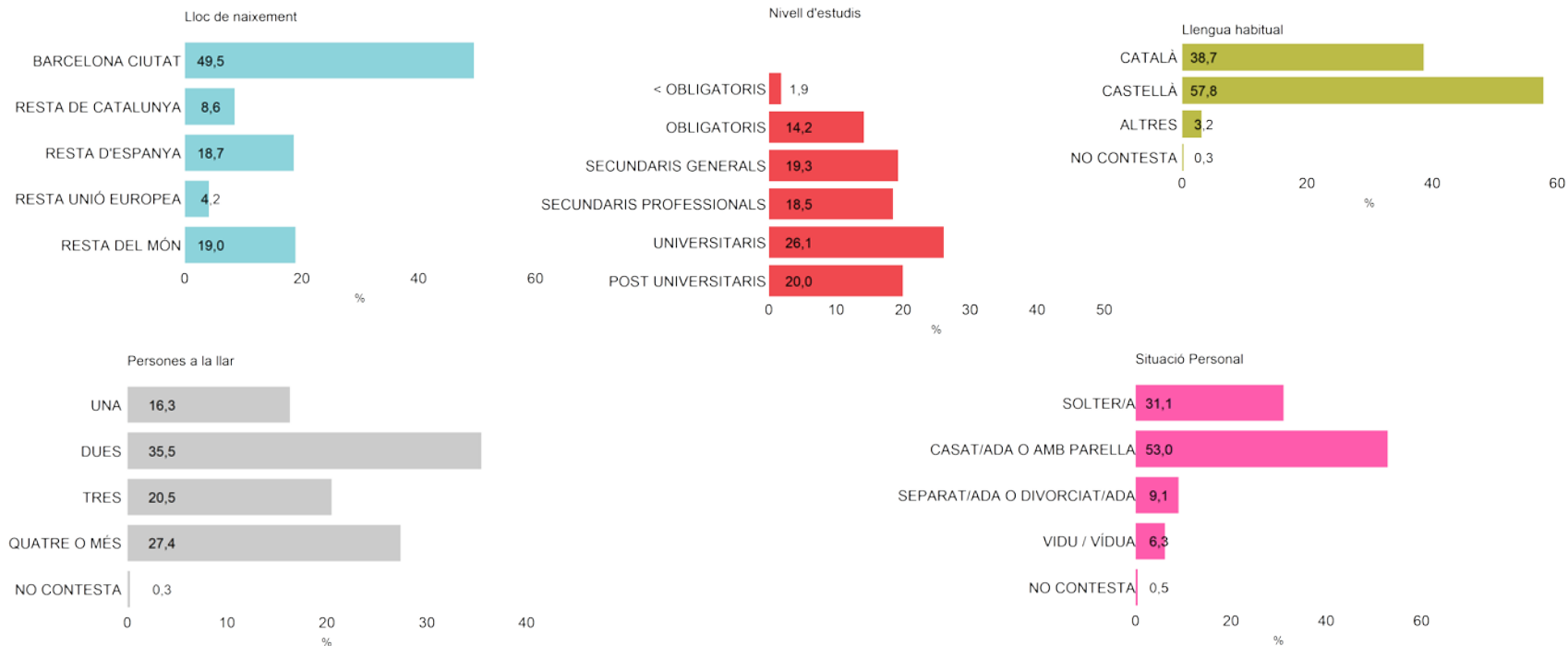
PERFIL DELS ENTREVISTATS





POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

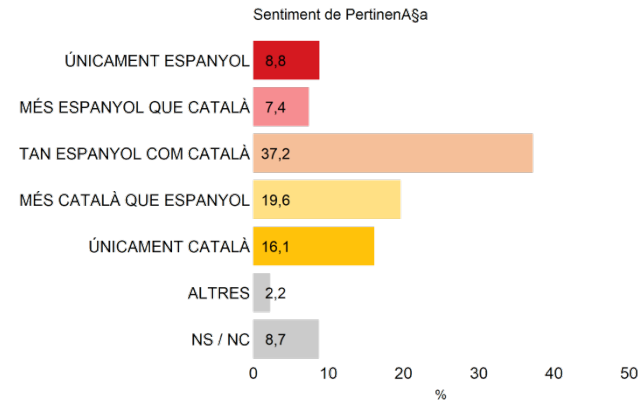
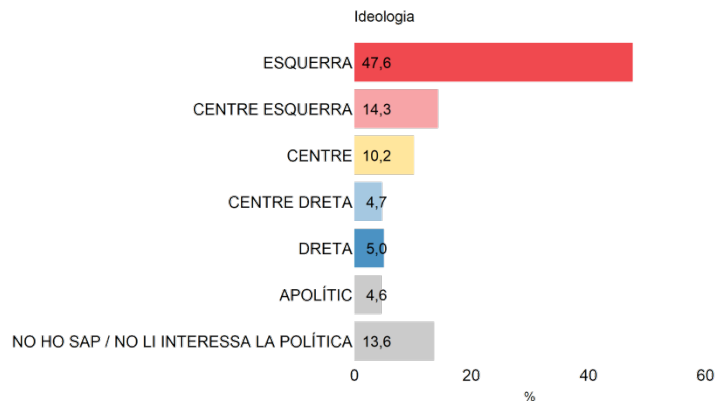
PERFIL DELS ENTREVISTATS





DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS





**Ajuntament
de Barcelona**

