

Enquesta Òmnibus Municipal:

Direcció de Serveis de Comerç

Presentació de Resultats

Del 21 de novembre al 13 de desembre de 2023



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r23038

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 21 DE NOVEMBRE AL 13 DE DESEMBRE DE 2023

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 ZONES COMERCIALS

- 024 Compra a zones comercials
- 025 Zones a les que compra
- 027 Tipus de produte que hi
acostuma a comprar

029 PERFIL DELS ENTREVISTATS/ADES



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població resident a Barcelona de 16 anys i més.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1007 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

En funció de la població objectiu real en cadascun dels estrats definits a la mostra per tal d'ajustar la mostra obtinguda a la mostra teòrica inicial i obtenir els resultats del conjunt de la ciutat

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 21 de novembre al 13 de desembre de 2023

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

DYM S.A.



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

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

El 73,1% de les persones enquestades compra els aliments al supermercat/hipermercat, el 12,1% al mercat municipal i l'11,2% a botigues especialitzades o de barri.

Per comprar aliments frescos, també continua la preferència pel supermercat / hipermercat (42,8%), seguit per la botiga de barri (30%) i el mercat municipal (22,5%).

Així mateix la gran majoria de barcelonins/es tria el supermercat / hipermercat (84,7%) per adquirir altres productes d'ús quotidià (neteja, productes d'higiene personal...), segueix a distància la preferència per la botiga del barri (10,1%).

Evolució: Continua el supermercat / hipermercat com l'establiment majoritari per comprar els aliments, incrementant la seva preferència respecte a fa un any en 6 punts i assolint un

màxim de la sèrie temporal. A la vegada el mercat ha baixat 2,5p. en un any.

En l'alimentació fresca mantenen les quotes de mercat els tres establiments principals.

Pel que fa als altres productes d'ús quotidià, la proporció majoritària la continua tenint el supermercat que puja 7,9 punts en un any.

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 de barri o especialitzada (34,1%) o al centre comercial (33,8%). Per comprar **articles de parament de la llar** també es decanten per botigues del barri o especialitzades (31,2%) i segueixen en menor mesura els centres comercials i el gran

establiment especialitzat (17,5% i 17,2% respectivament).

Els **productes d'oci i cultura** els compren majoritàriament a les botigues especialitzades o de barri (48,8%), per internet (14,9%) i als centres comercials (9,5%).

Finalment els **productes d'electrònica, informàtica i telefonia** es compren principalment per internet (27%), a les botigues especialitzades o de barri (22,7%), i una mica menys al gran establiment especialitzat (16,8%) i als centres comercials (14,8%).

Evolució: En els articles de roba i calçat, hi ha un decrement (5,1p.) en la compra a botiga de barri / especialitzada respecte al juny passat, i també en menor mesura (1,9p.) respecte al desembre del 2022.



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. Cont.

Evolució: També, en relació a fa un any incrementa, el gran establiment especialitzat i internet, situant-se tots dos al voltant de l'11%. En els productes de parament de la llar la botiga de barri acumula una pèrdua de 3,7 punts anuals, mentre els centres comercials han incrementat, tant al juny passat com aquest desembre, amb una pujada de 4,5 punts anuals. Els d'oci i cultura es mantenen amb petites oscil·lacions, i en els productes d'electrònica, informàtica i telefonia puja la compra al gran establiment especialitzat, respecte tant al juny passat com al desembre de 2022 (3,8p. i 2,4p. respectivament) i baixa als centres comercials (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 (91,5%), alimentació fresca (91,2%) i altres productes d'ús quotidià (90,1%). 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 50,6% va a peu, però el 27,5% utilitza transports públics (sobretot el metro amb un 16,4%). Per comprar productes de parament de la llar, anar a peu també és majoritari (40,5%), un 19% utilitza transports públics i un 15,3% privats. Per comprar productes d'oci i cultura, el 57,3% hi va a peu, i un 11,1% hi va en transport públic. I finalment pels productes d'electrònica, informàtica i telefonia el 34,2% hi va a peu, mentre un 18,6% hi va en transports públics.

Evolució: En els aliments i altres productes d'ús quotidià és manté com a predominant i amb increments el anar a peu al ser una compra de més proximitat.

Per la resta de productes el anar a peu, ja és menys majoritari i és estable en productes com la roba i calçat o d'electrònica, mentre que puja en els d'oci i cultura (4,5p. i 2,5p. respecte juny 2023 i desembre 2022 respectivament) i baixa lleugerament en parament de la llar en relació al desembre 2022. En aquests darrers l'ús del cotxe baixa 3,4 punts anualment com també en els d'oci i cultura (2,5p.).

L'ús dels transports públics baixa en els productes d'oci i cultura i de roba i calçat (3,8p. i 3,5p. respectivament) en relació al desembre de 2022.

.

.

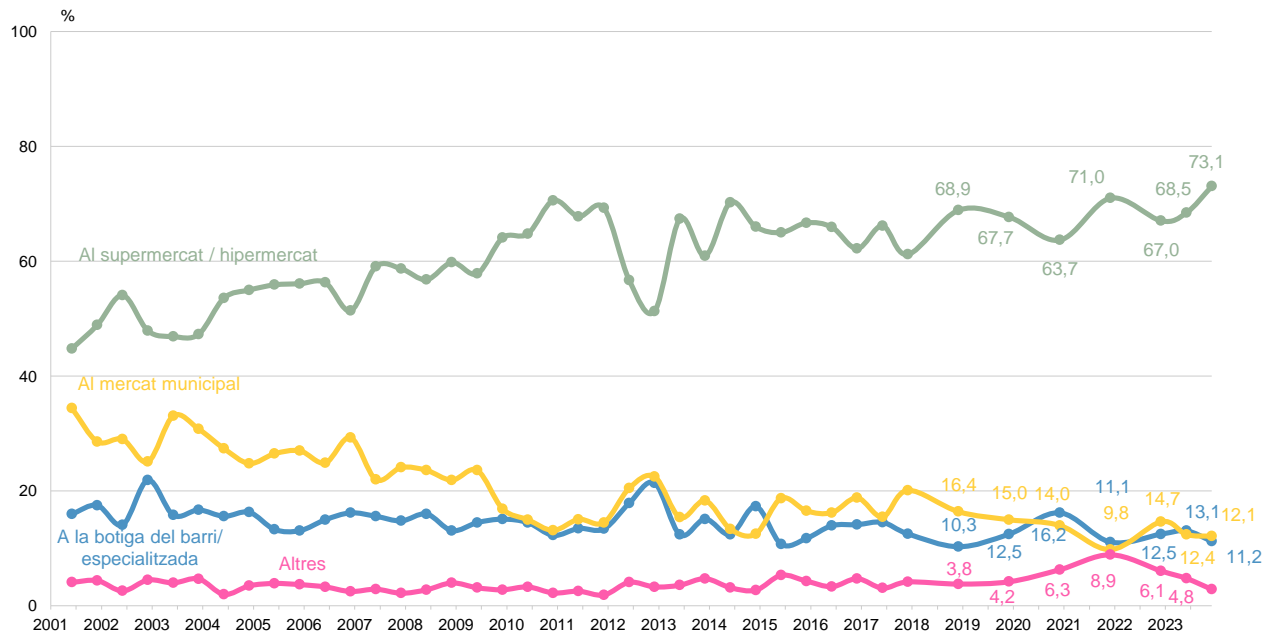
.



ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA

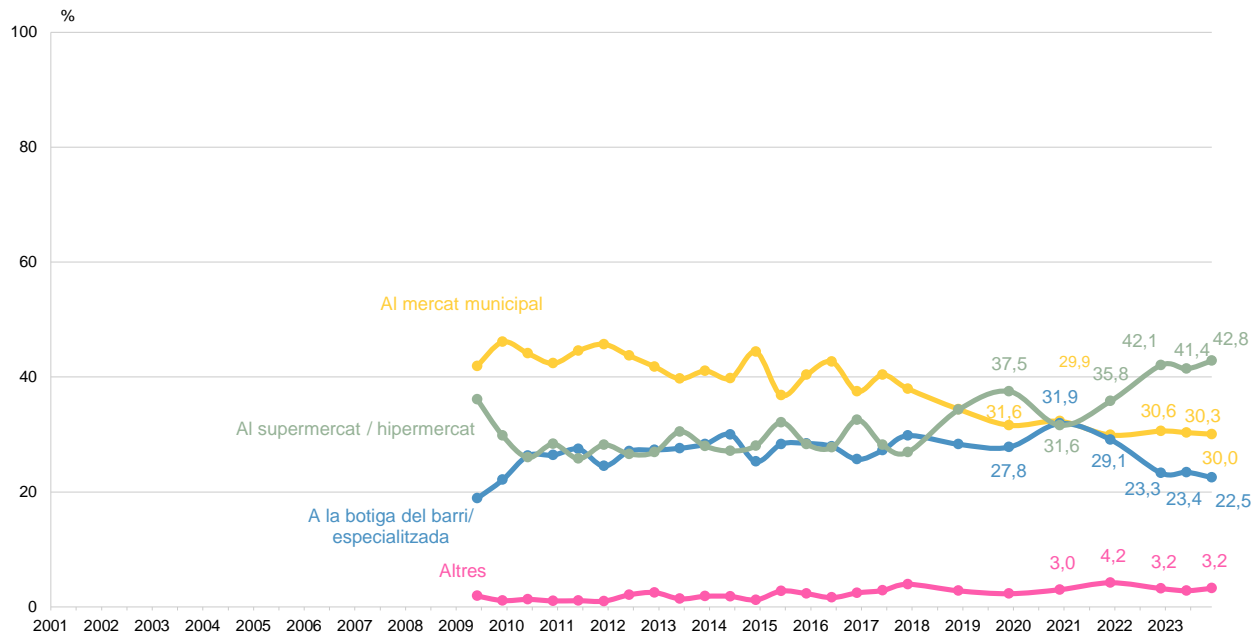




ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA

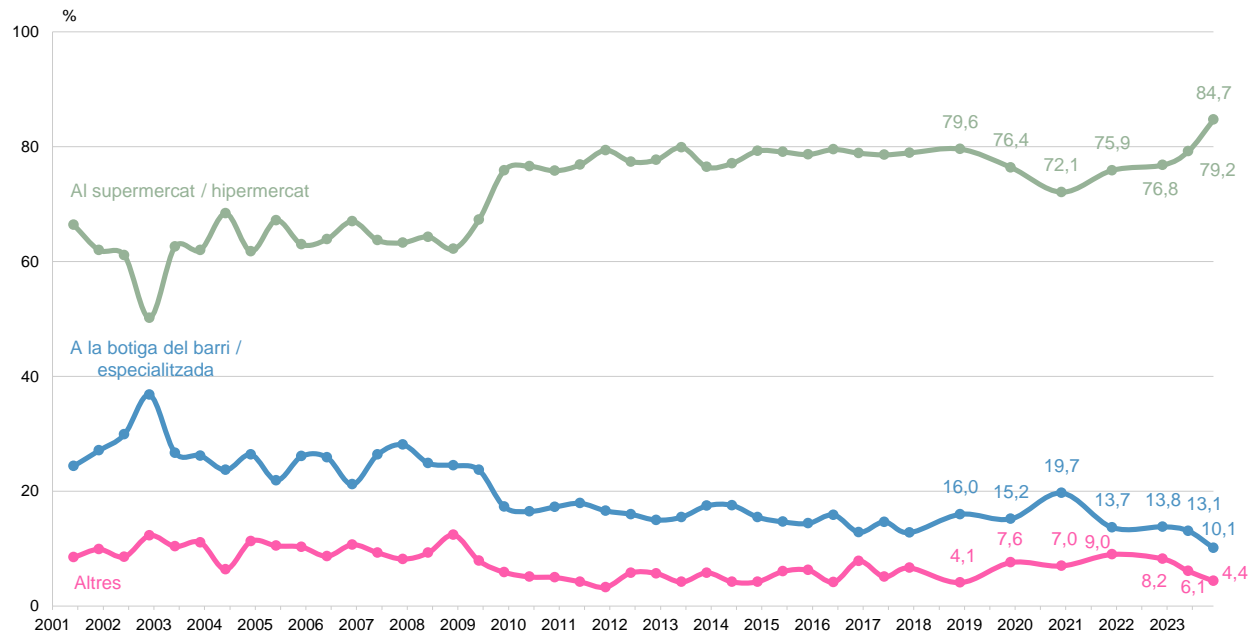




ESTABLIMENT HABITUAL

ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA

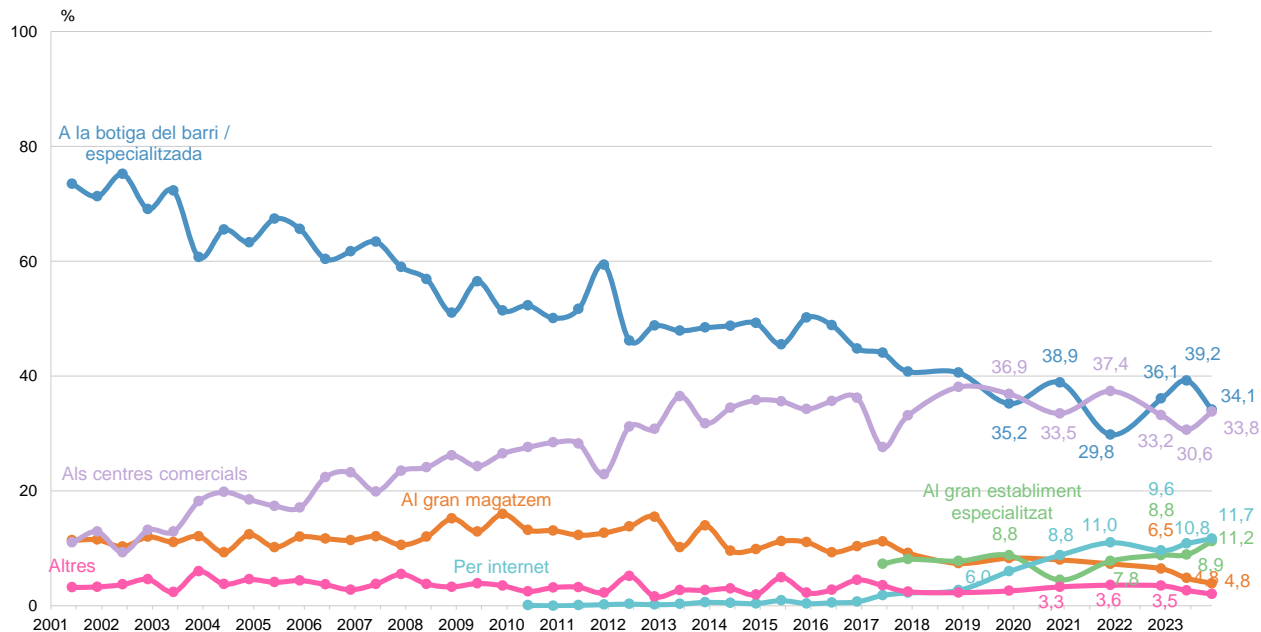




ESTABLIMENT HABITUAL

ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA



CM_16 A quin establiment acostuma comprar la roba i el calçat? N 1007

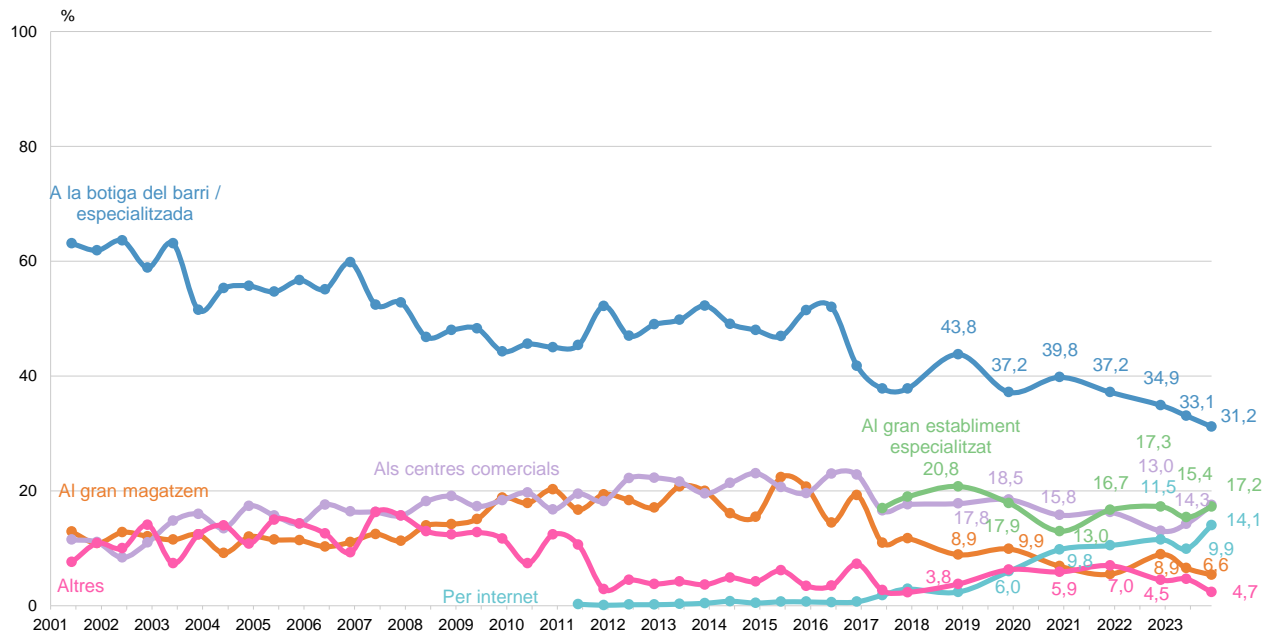
Al Juny 2017 s'afegeix la categoria Gran Establiment Especialitzat



ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

HÀBITS DE COMPRA

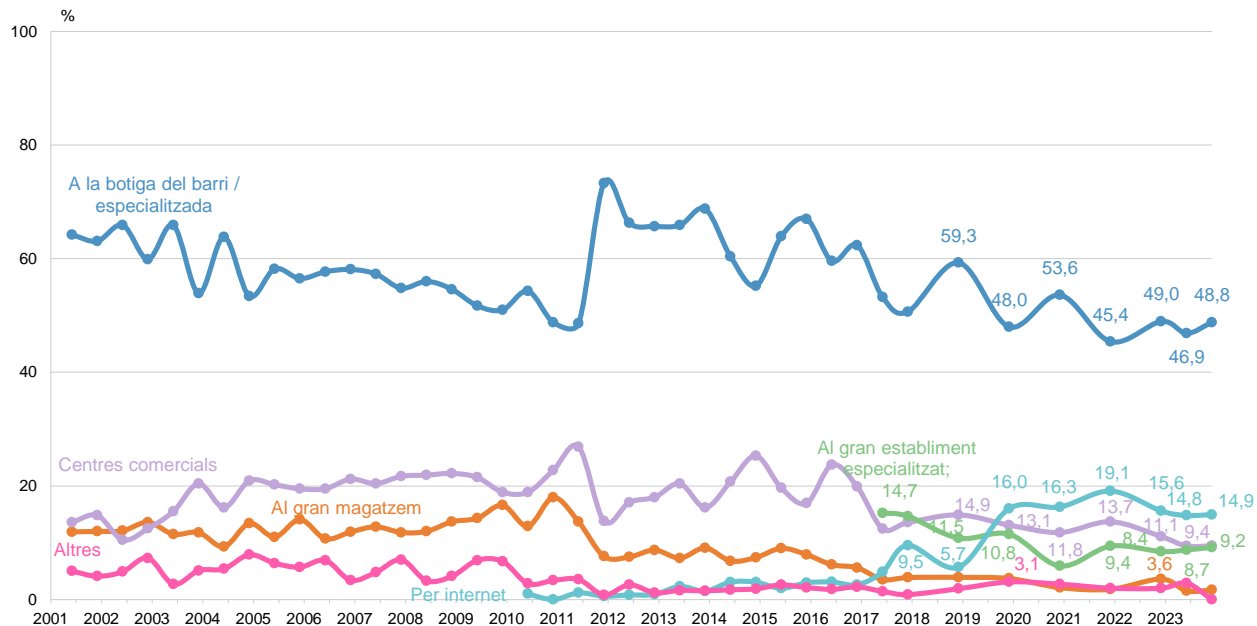




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA

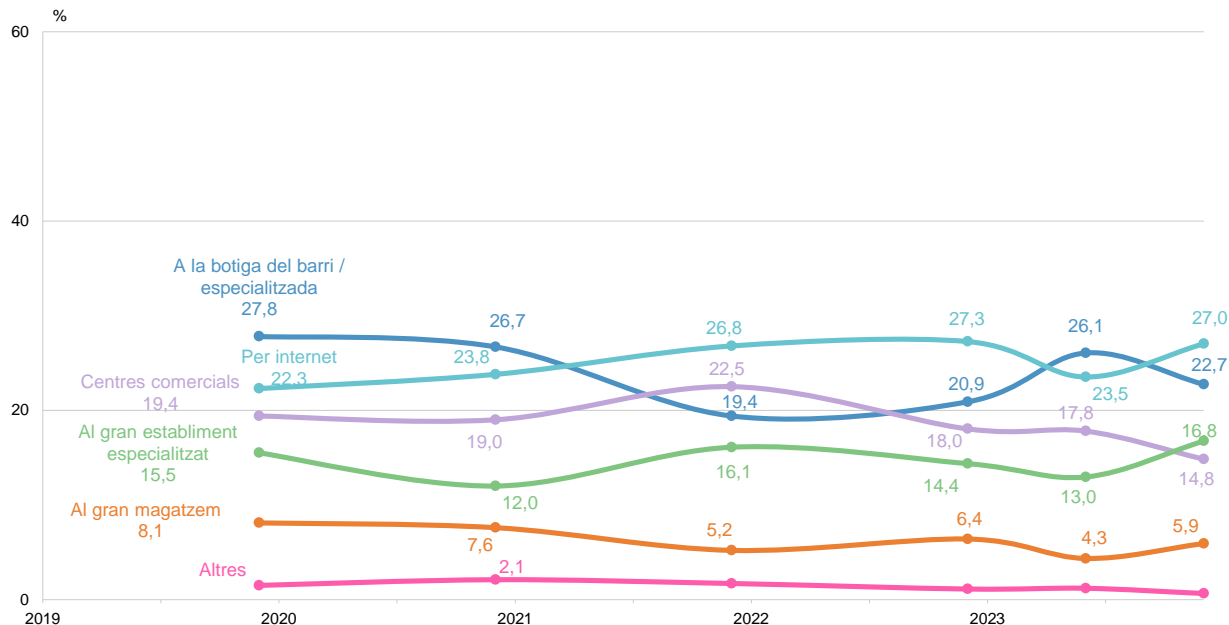




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES D'ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA*

HÀBITS DE COMPRA

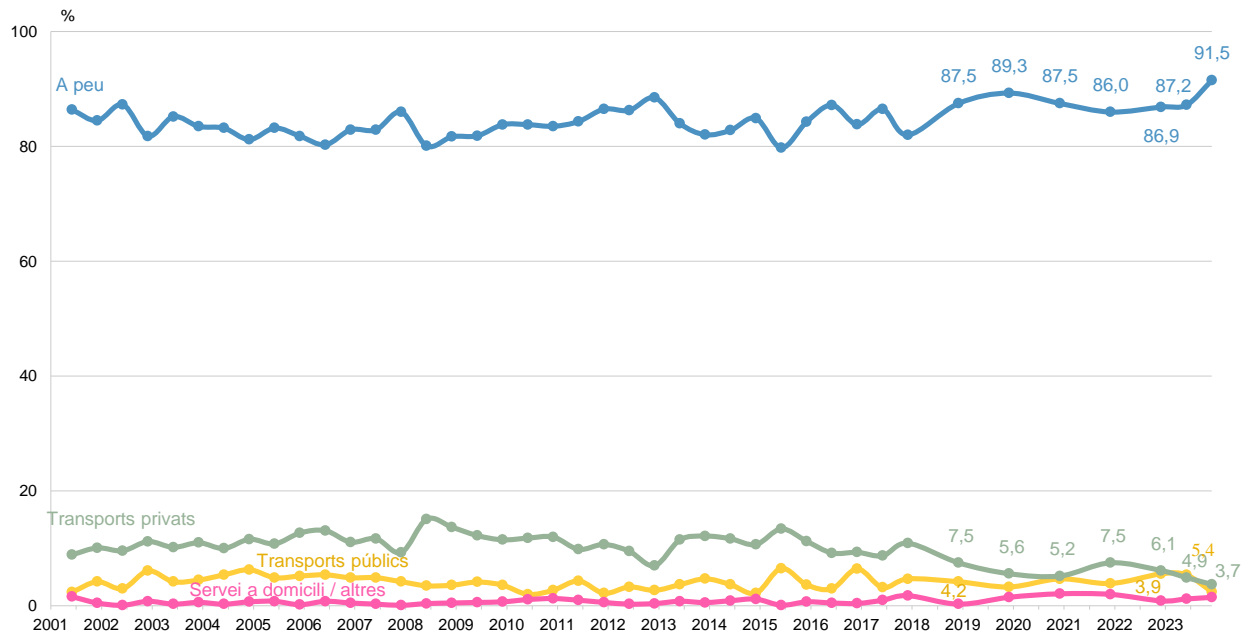




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA

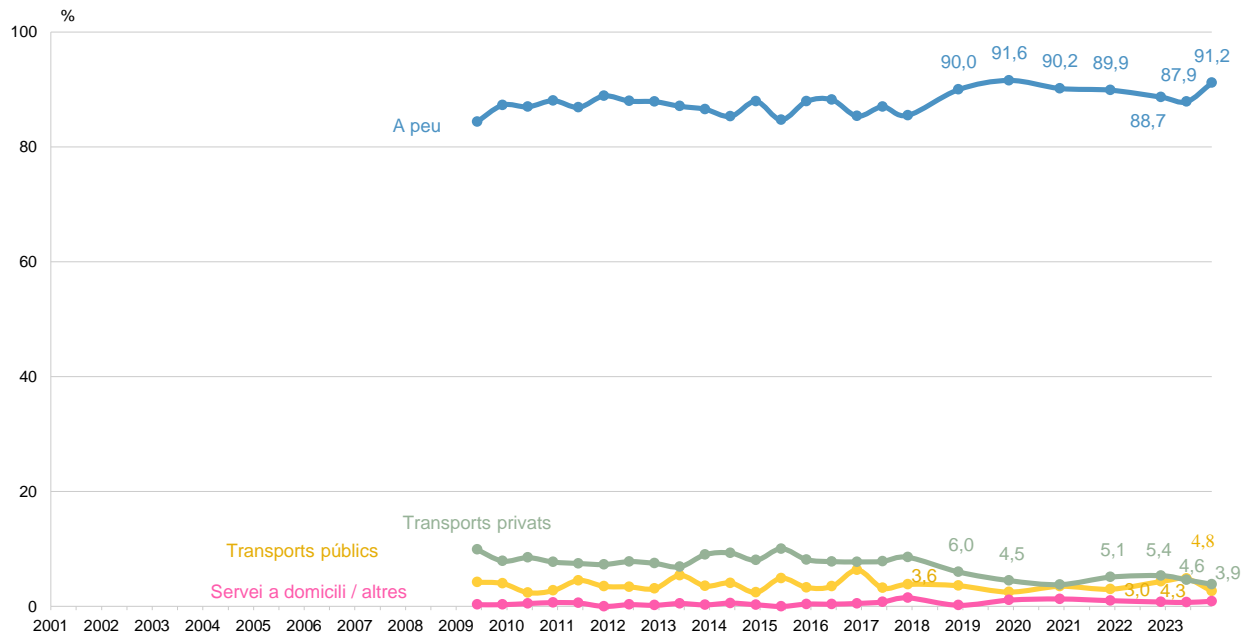




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA

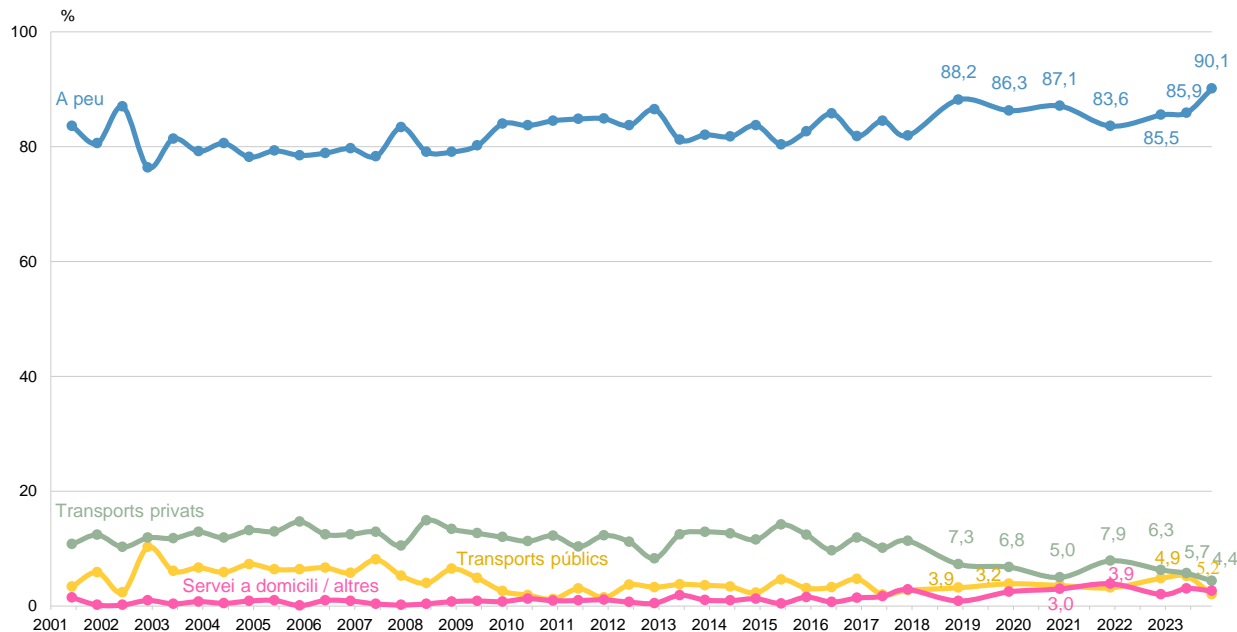




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA

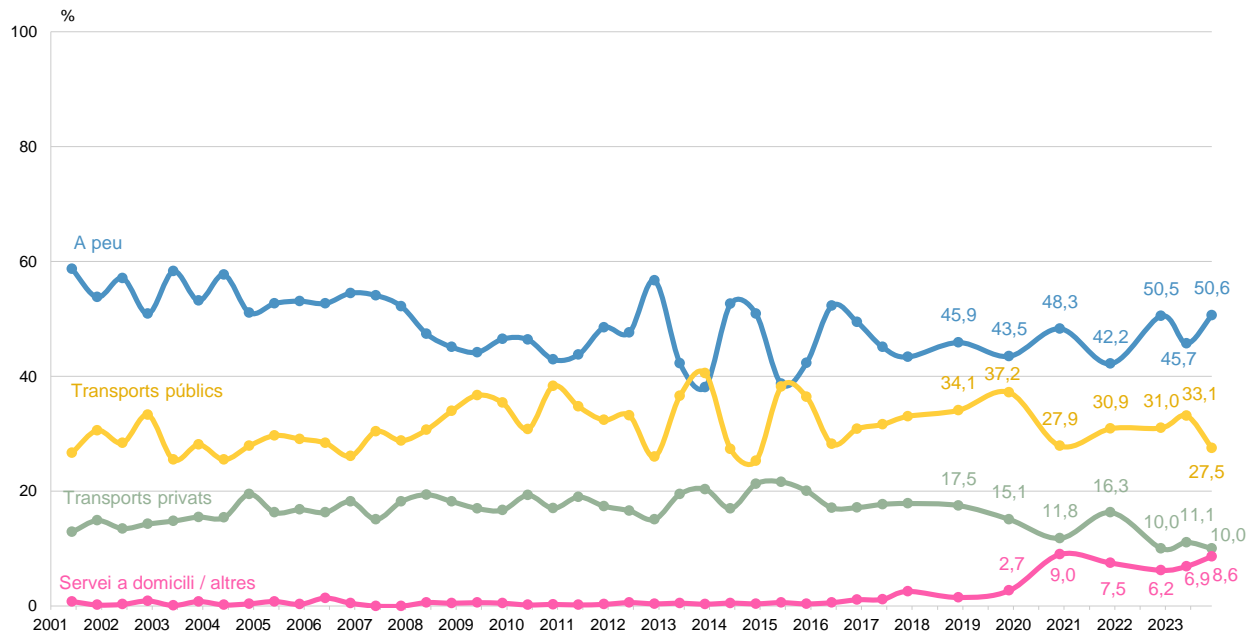




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA



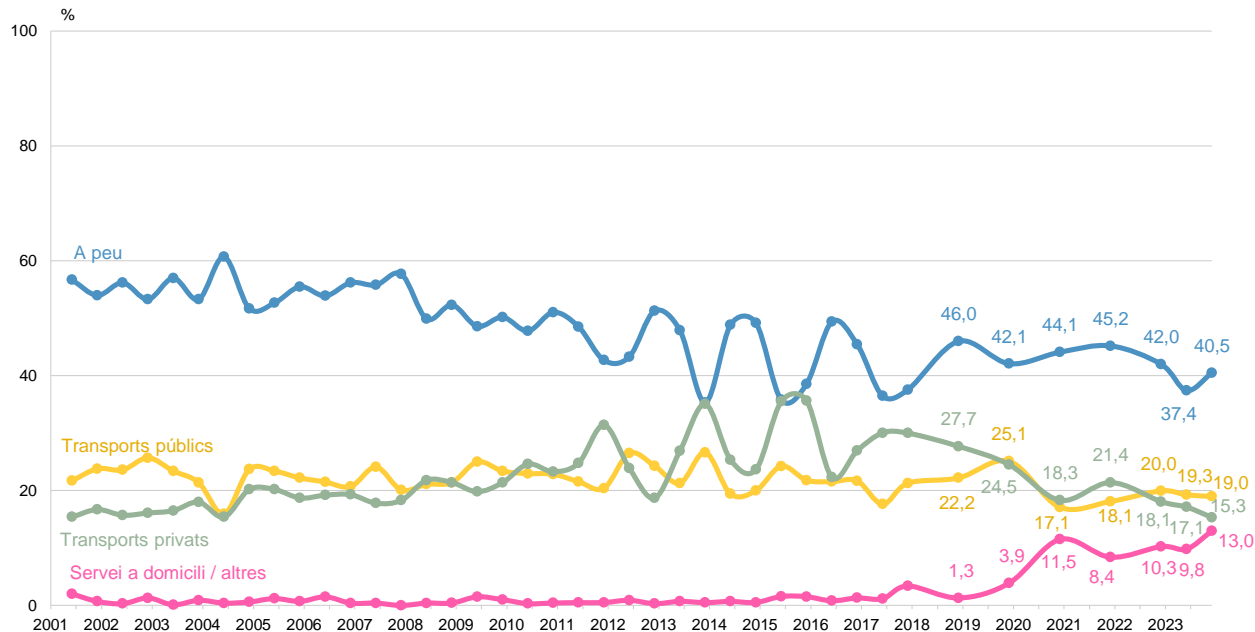
CM_17 Quin sistema de transport acostuma utilitzar per anar a comprar la roba i el calçat? 1007



SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

HÀBITS DE COMPRA

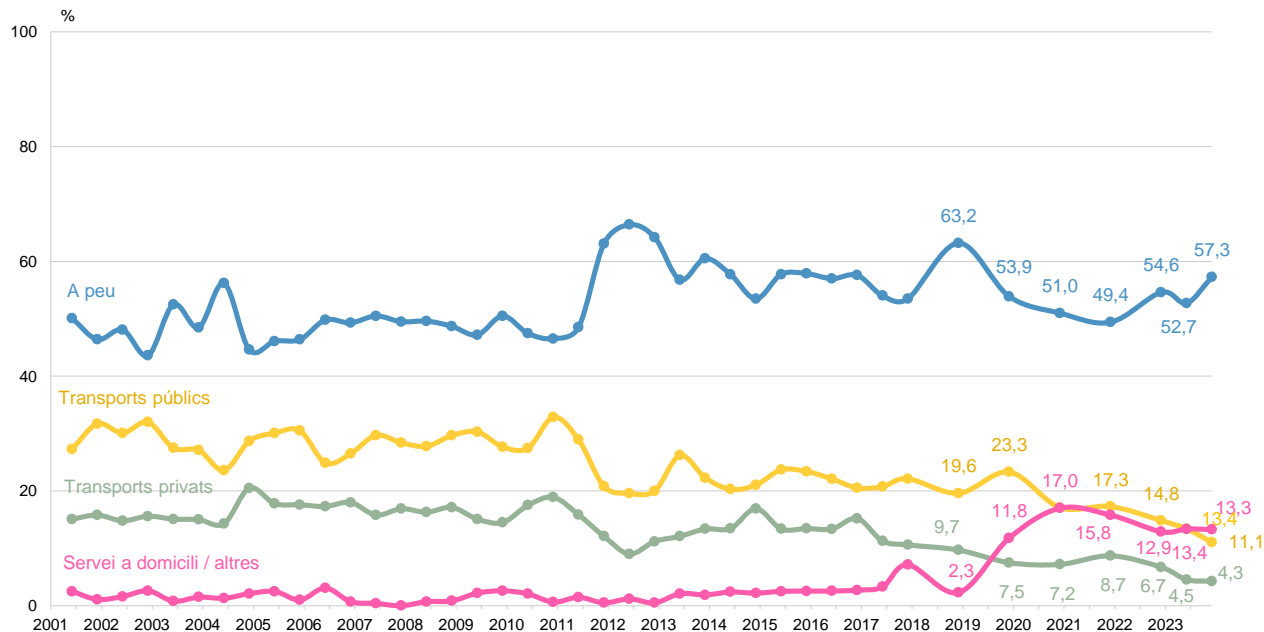




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA

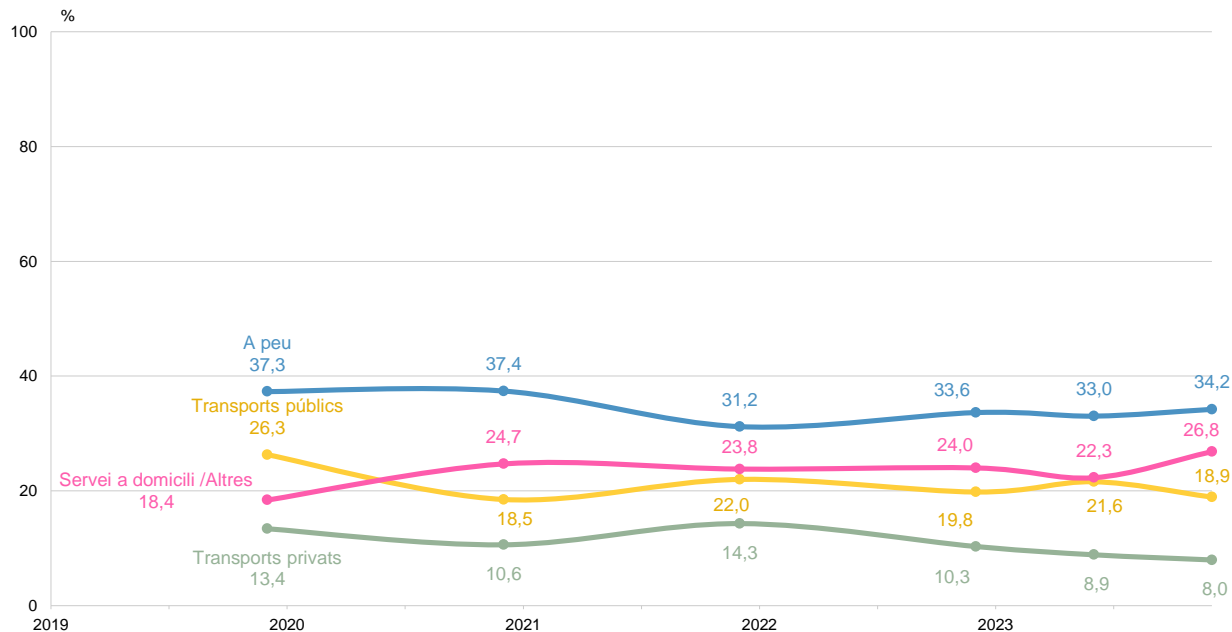




SISTEMA DE TRANSPORT

PRODUCTES D'ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA*

HÀBITS DE COMPRA





02

Zones comercials





RESUM DE RESULTATS

ZONES COMERCIALS

COMPRA EN ZONES COMERCIALS

Acostumen a comprar a zones comercials de la ciutat el 84,9% dels/les barcelonins/es. La compra en les zones comercials és elevada i principalment ho fan més les persones del tram d'edat de 25 a 34 anys (91,2%), seguit pel tram de 16 a 24 anys (91%). Es situen per sota de la mitjana les persones de 55 a 64 anys (79,6%), i les de 65 i més anys (77,1%). Hi compren en percentatges similars dones i homes.

La zona de Barnacentre – El Corte Inglés de Pl. Catalunya (zona delimitada per plaça Catalunya, Les Rambles, carrer Ferran/Jaume I i Via Laietana) amb un 23,7%, el Centre Comercial La Maquinista (19,1%), El Centre Comercial Les Glòries (16,7%) juntament amb Diagonal–Illa–Corte Inglés Diagonal (13,3%) i Diagonal Mar (11,9%) són les zones on més veïns i veïnes van a comprar.

Evolució: El percentatge de compra a zones comercials puja 7,8 punts comparant amb

l'onada del juny passat i és un màxim en la sèrie temporal.

En aquesta edició continuen incrementant les zones que històricament havien concentrat majors percentatges (a excepció de Diagonal–Illa que baixa lleugerament respecte al juny) i segueixen com a punts d'atracció importants. El Centre Comercial de Les Glòries és el que registra el major increment (6,8p.) seguit per Barnacentre (3,6p.) i el Centre Comercial La Maquinista (3,5p.). I baixen principalment, l'Esquerra de l'Eixample (2,8p.) i Sants Creu Coberta (2,4p.)

TIPUS DE PRODUCTE

La roba i calçat, és el producte que més barcelonins/es busquen a les zones comercials seguits pels aliments (tant producte fresc com la resta). Així, a la primera zona comercial on acostumen a anar i que identifiquen espontàniament, hi van a comprar principalment la roba i calçat (62,9%) seguit a distància per

aliment no fresc i aliment fresc (21,5% i 18,7% respectivament). A la segona zona comercial on s'acostuma a anar, també es compra més roba i calçat (64,1%), la resta d'aliments (excepte producte fresc, un 16,7%) i articles de parament de la llar (14,6%).

Evolució: La roba i el calçat és manté una lleugerament per sobre del 60% encara que baixa una mica (2,8p.) respecte al juny passat. Puja la compra de productes d'electrònica (2,9p.) en la primera zona escollida.

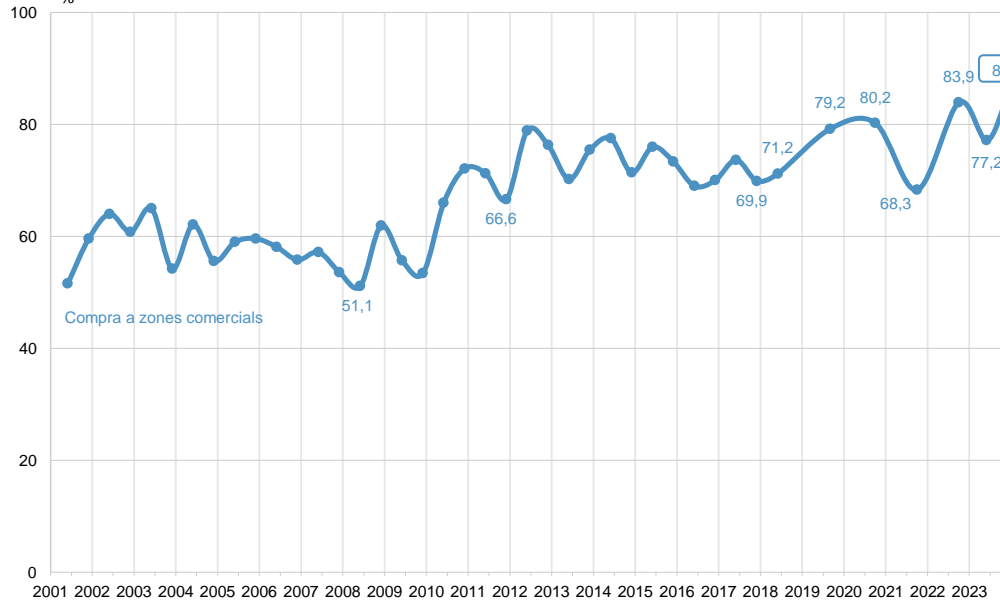


COMPRA A ZONES COMERCIALS

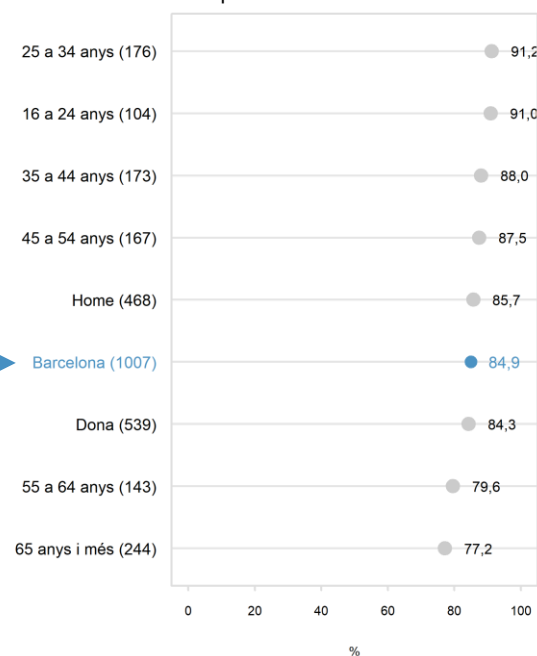
EVOLUCIÓ / CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

ZONES COMERCIALS

% Evolució



Compra a Zones Comercials



CM_5

Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?

N 1007

R Espontània. Multiresposta



ZONES A LES QUE COMPRA EVOLUCIÓ (1/2)

ZONES COMERCIALS

%	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023			
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.	Oct.	Oct.	Oct.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.		
Barnacentre - el Corte Inglés (pl. Cat.)	26,3	21,5	21,9	20,3	23,0	26,9	16,5	16,1	18,7	18,4	14,1	11,1	11,1	12,4	12,8	20,1	23,7							
Cc la Maquinista	15,0	17,4	17,0	16,8	17,9	20,2	19,2	18,3	18,8	17,5	19,2	13,9	9,9	10,3	12,5	15,7	19,1							
Cc Glòries	10,4	11,2	10,1	9,2	12,2	10,2	7,0	6,8	10,6	12,3	12,5	9,7	8,2	11,4	8,7	9,9	16,7							
Diagonal-Illa - el Corte Inglés (Diagonal)	15,1	15,7	17,3	18,1	17,3	17,9	17,3	15,3	19,3	17,1	12,3	9,2	7,7	8,1	10,7	14,3	13,3							
Diagonal Mar	9,4	12,5	13,0	11,1	9,3	12,0	12,0	11,1	10,2	10,8	12,1	9,3	7,2	6,2	5,8	10,0	11,9							
Sant Antoni comerç	1,9	1,3	0,8	0,8	1,6	1,3	0,9	0,5	1,6	1,1	3,1	1,4	1,3	1,9	3,4	2,6	6,0							
Gran de Gràcia	3,0	1,9	2,2	1,7	2,0	3,1	0,9	2,5	2,4	3,4	3,6	4,2	4,7	3,9	8,0	6,2	5,2							
Passeig de Gràcia - Rambla de Catalunya *	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,3	4,8	4,7	3,8	7,0	4,7	5,6	3,7							
Passeig de Gràcia	3,8	3,9	4,6	3,2	3,9	2,1	1,5	6,3	4,0	-	-	-	-	-	-	-	-							
Sants-Creu Coberta	3,6	2,5	2,9	1,7	2,7	1,4	2,1	1,6	3,0	1,0	3,3	6,0	6,4	2,8	7,2	6,0	3,6							
Heron City (Can Dragó)	2,0	1,2	3,4	2,3	2,3	3,1	3,4	2,2	3,6	1,6	3,6	2,9	1,6	2,3	6,5	2,7	3,2							
Poble Nou	0,7	0,5	0,8	0,2	0,4	0,7	0,2	0,4	0,8	0,6	0,9	2,4	5,0	1,2	2,1	0,7	2,9							
Sarrià	0,7	0,7	0,9	0,4	0,6	0,6	0,4	0,6	0,7	0,4	1,1	3,5	6,0	3,3	4,9	0,8	2,7							
n	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1019)	(1015)	(1007)						

CM_5 Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?

N 1007
R Espontània. Multiresposta

* Fins al desembre de 2017, la categoria "Passeig de Gràcia - Rambla Catalunya" i "el Triangle-Carrer Pelai eren" "Passeig de Gràcia" i "Rambla Catalunya- El Triangle".



ZONES A LES QUE COMPRA EVOLUCIÓ (2/2)

ZONES COMERCIALS

%	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.	Oct.	Oct.	Oct.	Juny	Des.				
Eix de Sant Andreu	1,9	2,2	2,1	1,4	1,5	1,1	1,2	1,4	1,7	1,6	1,8	7,1	3,8	1,9	5,5	1,9	2,7					
El Triangle - carrer Pelai - el Raval	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,4	1,0	0,9	1,1	0,6	1,5	3,4	2,6					
Rambra de Catalunya - el Triangle	7,4	4,1	5,2	4,6	4,4	1,7	2,1	10,4	6,8	-	-	-	-	-	-	-						
Plaça Espanya / cc las Arenas	1,2	2,0	2,0	2,0	3,6	1,9	2,7	2,3	2,0	3,3	3,2	1,4	0,4	1,6	1,5	1,6	2,5					
No u Eixample - Esquerra de l'Eixample	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	2,8	7,5	7,4	5,2	4,9	2,1					
Eix Sants-les Corts	1,3	1,4	1,8	0,3	2,0	1,5	1,3	1,1	1,1	1,0	1,5	4,5	6,1	4,4	3,2	1,2	1,9					
Eix de Maragall	0,8	0,2	0,4	-	0,4	0,1	-	0,2	-	0,2	0,6	3,5	1,4	0,8	1,2	0,7	1,8					
Eix d' Horta	0,6	0,6	0,5	0,7	0,4	0,4	0,3	0,6	0,6	0,5	1,7	2,1	3,4	3,4	5,3	1,7	1,5					
Eix de la Sgda Família	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	3,0	3,2	0,5	4,8	1,2	1,0					
Altres	7,5	18,8	11,5	11,0	18,4	4,5	6,6	4,8	6,6	7,0	10,0	21,8	21,0	17,8	22,5	7,3	4,8					
Zones comercials fora de barcelona	-	-	-	-	-	-	-	-	1,3	2,6	-	-	-	-	-	-						
No compra a zones comercials	29,0	23,3	20,1	26,2	21,2	24,2	30,3	27,5	23,4	26,9	27,9	20,5	18,6	30,6	15,1	17,8	14,8					
Ns / nc	0,8	1,2	2,4	2,4	2,9	2,5	0,7	2,5	1,7	1,5	0,9	0,3	1,2	1,1	1,0	5,0	0,3					
n	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1019)	(1015)	(1007)				

CM_5 Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?

N 1007
R Espontània. Multiresposta

* Fins al desembre de 2017, la categoria "Passeig de Gràcia – Rambla Catalunya" i "el Triangle-Carrer Pelai eren" "Passeig de Gràcia" i "Rambla Catalunya- El Triangle".



TIPUS DE PRODUCTE QUE HI ACOSTUMA A COMPRAR

EVOLUCIÓ (1/2)

ZONES COMERCIALS

PRIMERA ZONA

%	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023			
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.	Oct.	Oct.	Oct.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.		
Roba i calçat	74,4	71,5	68,6	76,3	73,3	75,6	76,8	77,4	71,1	72,3	72,3	47,9	35,1	51,4	32,0	65,7	62,9							
Resta d'aliments (excepte producte fresc)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39,1	51,9	37,6	63,0	16,8	21,5							
Producte fresc (carn, peix, verdura, hortalissa)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57,1	64,4	50,2	54,2	17,8	18,7							
Aliments*	23,8	24,3	26,4	18,6	25,9	23,1	20,2	16,3	23,2	24,3	49,4	-	-	-	-	-	-							
Parament de la llar	14,5	14,8	14,0	14,1	15,5	15,8	14,6	11,3	13,3	12,7	9,0	5,2	5,0	7,5	4,4	11,7	13,4							
Electrònica / informàtica / telefonia	6,0	6,4	5,6	7,4	6,2	8,6	9,8	10,5	7,0	8,0	6,0	4,3	2,3	3,2	3,0	9,2	12,2							
Oci i cultura	31,5	24,4	20,5	21,8	22,2	30,0	20,4	19,0	21,7	21,7	7,4	5,9	2,8	3,8	4,1	9,1	10,7							
Altres productes quotidians	8,8	11,9	10,3	7,8	12,1	9,7	7,2	6,4	9,0	9,9	14,3	15,4	12,5	13,0	10,1	6,1	7,7							
Altres	0,3	0,1	3,3	0,9	2,0	2,4	1,2	1,3	0,9	1,9	3,2	0,8	0,0	0,7	0,7	0,3	1,0							
De tot	-	2,3	-	-	1,1	0,5	0,4	-	0,5	0,4	0,3	-	2,5	-	0,4	1,4	2,5							
Ns / nc	0,3	2,2	1,3	1,1	0,9	1,4	0,7	1,0	2,0	0,1	0,3	0,8	0,1	0,0	0,1	1,1	0,1							
n	(702)	(749)	(777)	(722)	(763)	(737)	(689)	(702)	(759)	(722)	(712)	(792)	(803)	(683)	(856)	(786)	(855)							

CM_6

Quin tipus de producte acostuma a comprar-hi? Algun altre?

B Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN
N 855
R Espontània. Multiresposta

Al partir del 2019 s'han dividit els "aliments" en "producte fresc" i "resta d'aliments"



TIPUS DE PRODUCTE QUE HI ACOSTUMA A COMPRAR

EVOLUCIÓ (2/2)

ZONES COMERCIALS

SEGONA ZONA

%	2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021		2022		2023		
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep.	Oct.	Oct.	Oct.	Oct.	Juny	Des.	Juny	Des.			
Roba i calçat	74,8	69,1	61,1	76,9	74,1	73,6	70,3	76,1	76,1	69,7	74,9	67,5	69,6	65,6	67,7	65,3	64,1						
Aliments*	17,2	17,5	19,5	15,1	17,8	19,9	16,5	11,6	19,0	15,5	30,6	-	-	-	-	-	-						
Resta d'aliments (excepte producte fresc)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18,3	22,9	24,5	25,2	15,0	16,7						
Parament de la llar	15,3	17,3	13,6	15,8	16,3	15,8	14,5	12,5	10,6	12,0	10,9	7,3	9,0	8,3	23,4	12,7	14,6						
Oci i cultura	27,8	27,6	26,7	20,9	24,7	25,3	26,2	21,7	19,2	23,1	12,7	17,9	9,1	9,0	8,8	10,1	12,0						
Producte fresc (carn, peix, verdura, hortalissa)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22,2	21,2	21,9	18,6	12,2	10,9						
Electrònica / informàtica	7,1	7,3	6,2	8,4	5,8	9,2	11,4	11,3	5,4	6,9	9,0	10,1	7,7	5,9	5,7	9,8	10,8						
Altres productes quotidians	7,1	7,4	5,2	5,8	8,4	10,1	3,5	6,0	7,3	8,9	10,0	8,0	7,1	9,5	8,5	6,6	5,6						
Altres	0,5	3,0	11,0	0,9	2,7	3,4	1,2	0,3	0,7	4,5	5,0	1,9	0,5	2,1	1,5	0,7	0,5						
De tot	-	-	-	-	0,4	-	0,8	-	-	0,3	0,5	-	0,2	-	-	0,3	0,8						
Ns / nc	0,2	1,3	1,4	0,6	1,8	0,7	0,4	2,5	1,8	1,4	0,5	0,2	0,5	0,0	0,2	1,9	0,6						
n	(424)	(440)	(414)	(348)	(486)	(414)	(266)	(326)	(397)	(374)	(402)	(464)	(406)	(421)	(549)	(418)	(482)						

CM_6

Quin tipus de producte acostuma a comprar-hi? Algun altre?

B Acostumen a comprar a alguna zona comercial de BCN
N 482
R Espontània. Multiresposta

Al partir del 2019 s'han dividit els "aliments" en "producte fresc" i "resta d'aliments"



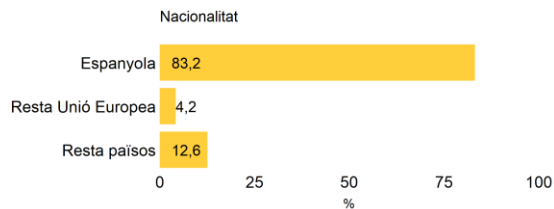
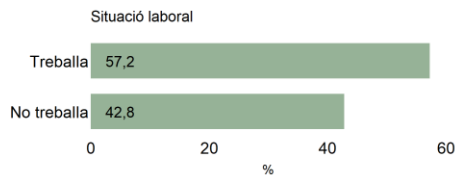
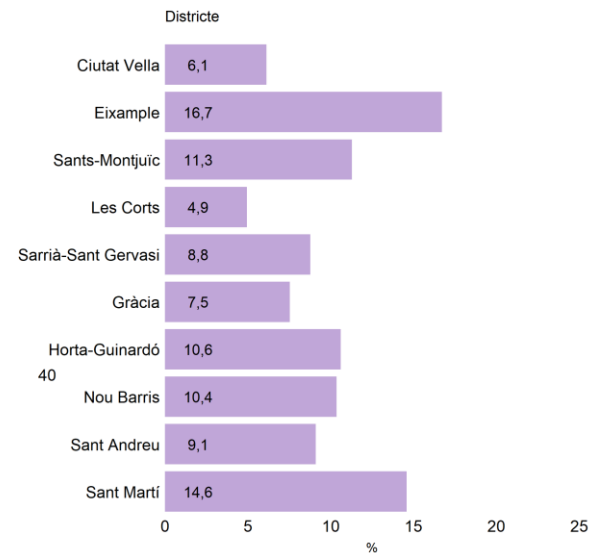
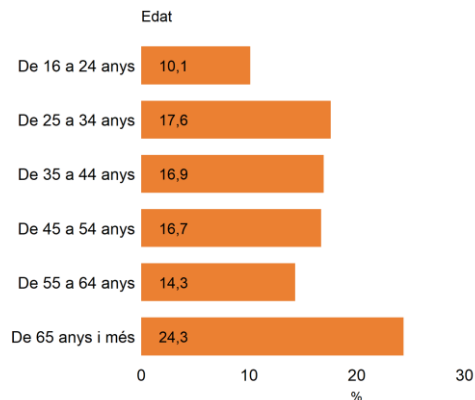
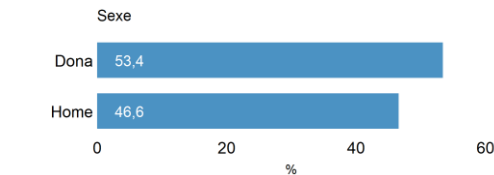
03

Perfil dels entrevistats/ades



QUOTES

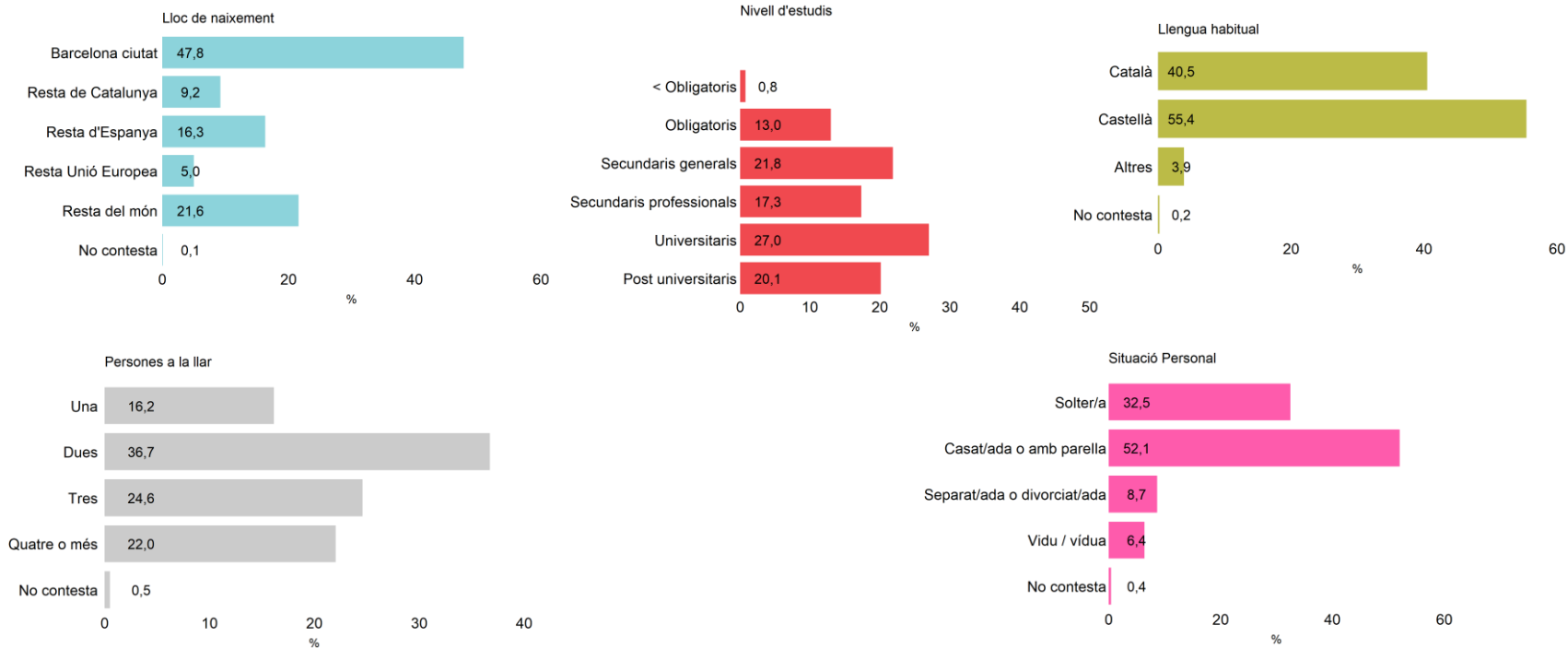
PERFIL DELS ENTREVISTATS





POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

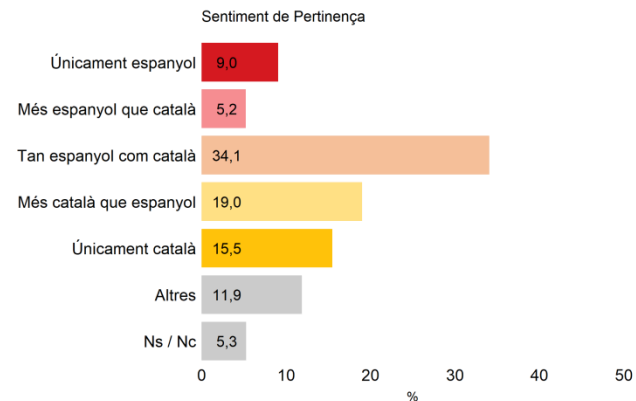
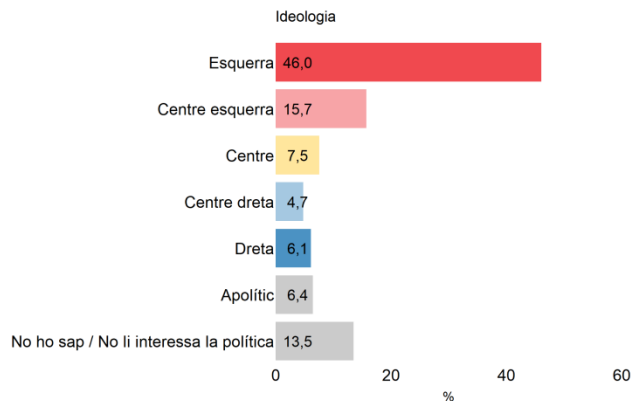
PERFIL DELS ENTREVISTATS





DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS





**Ajuntament
de Barcelona**

