



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal: Direcció de Serveis de Comerç

Presentació de Resultats

Del 26 de novembre al 22 de desembre de 2022



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r22038

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 26 DE NOVEMBRE AL 22 DE DESEMBRE DE 2022

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/ADES



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població resident a Barcelona de 16 anys i més

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1010 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

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 26 de novembre al 22 de desembre de 2022

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

Aquest 2022 continua la preferència pel supermercat / hipermercat tant per la compra d'alimentació en general i fresca com en altres productes d'ús quotidià, en perjudici sobretot de la botiga de barri en l'alimentació fresca.

- Baixa la preferència pels centres comercials després del repunt de l'any passat.
- La botiga de barri o especialitzada puja en productes d'alimentació en general, roba i calçat i també en oci i cultura.
- Pel que fa al sistema de transport, cert decrement del transport privat sobretot en roba i calçat

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

El 67% de les persones enquestades compra els aliments al supermercat/hipermercat, el 14,7% al mercat municipal i el 12,5% a botigues especialitzades o de barri.

Per comprar aliments frescos, també continua la preferència pel supermercat / hipermercat (42,1%), seguit pel mercat municipal (30,6%) i a la botiga de barri (23,3%).

La majoria de barcelonins/es tria el supermercat / hipermercat (76,8%) per adquirir altres productes d'ús quotidià (neteja, productes d'higiene personal...), segueix a distància la preferència per la botiga del barri (13,8%).

Evolució: Aquest 2022 continua, tot i baixar 4 punts, el supermercat / hipermercat com l'establiment majoritari per comprar els aliments i la botiga de barri per la seva part incrementa en 4,9 punts.

En l'alimentació fresca la compra en supermercats puja (+6,3p.) a costa de la botiga de barri (-5,8p.).

Pel que fa als altres productes d'ús quotidià, la proporció majoritària la continua tenint el supermercat i es mantenen els mateixos

percentatges que al 2021.

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 (36,1%) o al centre comercial (33,2%). Per comprar **articles de parament de la llar** també es decanten per botigues del barri o especialitzades (34,9%) segueixen en menor mesura el gran establiment especialitzat (17,3%) i als centres comercials (13%).

Els **productes d'oci i cultura** els compren majoritàriament a les botigues especialitzades o de barri (49%), per internet (15,6%) i als centres comercials (11,1%).



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. Cont.

Finalment els **productes d'electrònica, informàtica i telefonia** es compren principalment per internet (27,3%), als centres comercials (20,9%) i als centres comercials (18%).

Evolució: En els articles de roba i calçat, oci i cultura hi ha un increment (6,3p. i 3,6p. respectivament) en la compra a botiga de barri / especialitzada. Els centres comercials baixen en els quatre tipus de productes i la compra per internet puja 7,9 punts en els productes d'electrònica, informàtica i telefonia.

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 (86,9%), alimentació fresca (88,7%) i altres productes d'ús quotidià (85,5%). 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 50,5% va a peu, però el 31% utilitza transports públics. Per comprar productes de parament de la llar, anar a peu també és majoritari (42%), un 20% utilitza transports públics i un 18,1% privats. Per comprar productes d'oci i cultura, el 54,6% hi va a peu, i un 14,8% hi va en transport públic. I pels productes

d'electrònica, informàtica i telefonia el 33,6% hi va a peu, mentre un 19,8% hi va en transports públics.

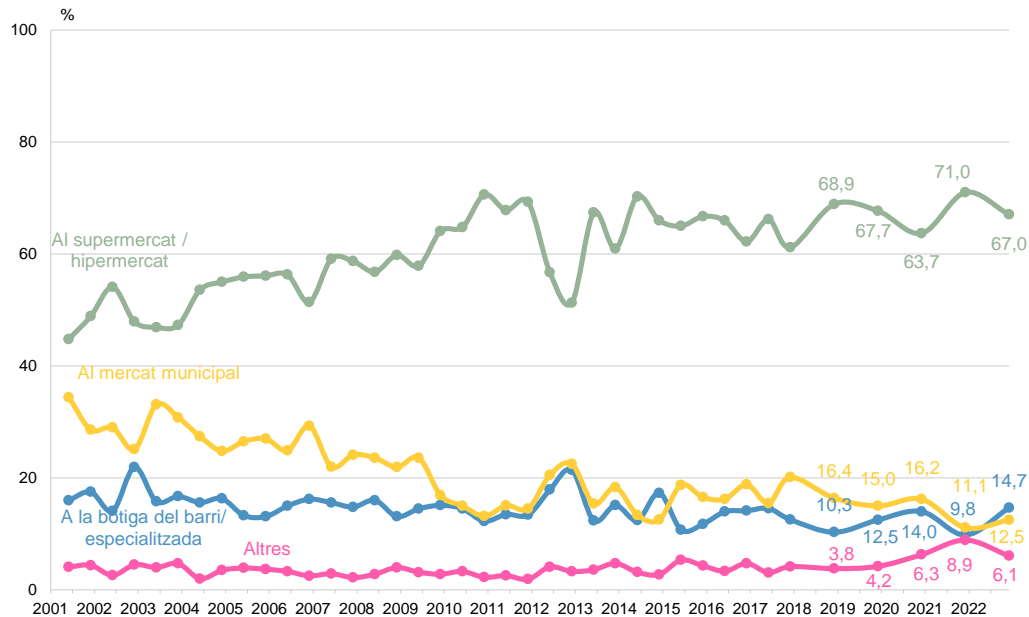
Evolució: En els aliments i altres productes d'ús quotidià s'incrementa lleugerament l'ús del transport públic. En la roba i calçat i en productes d'oci i cultura, en consonància a l'increment de la venda en botigues de barri o especialitzades, incrementa el anar-hi a peu (8,3p. i 5,2p. respectivament). Hi ha una baixada general de l'ús del transport privat, sobre tot en l'adquisició de roba i calçat, que baixa 6,3 punts.



ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA

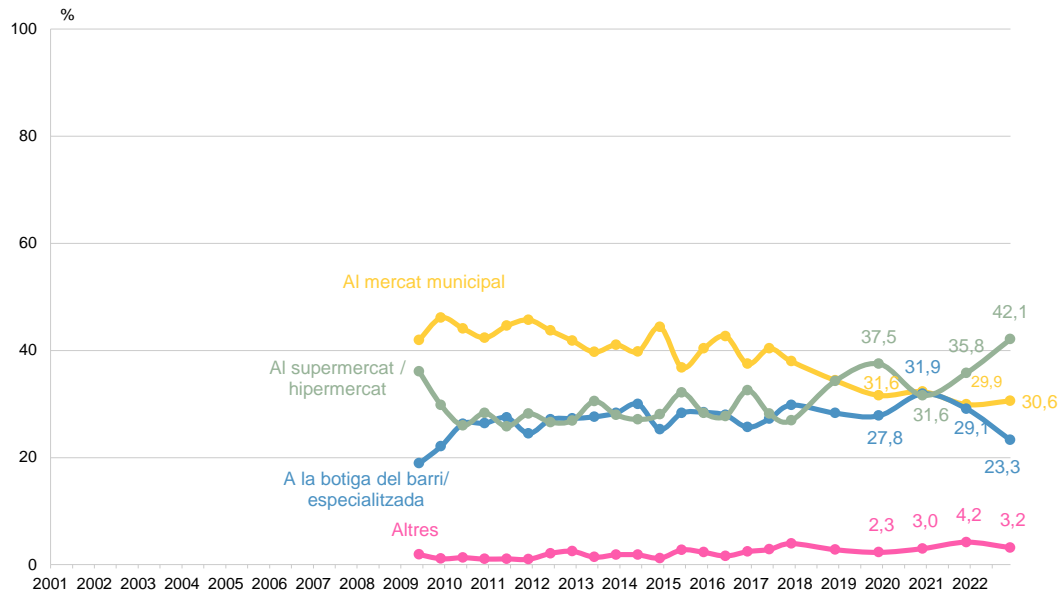




ESTABLIMENT HABITUAL

ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA

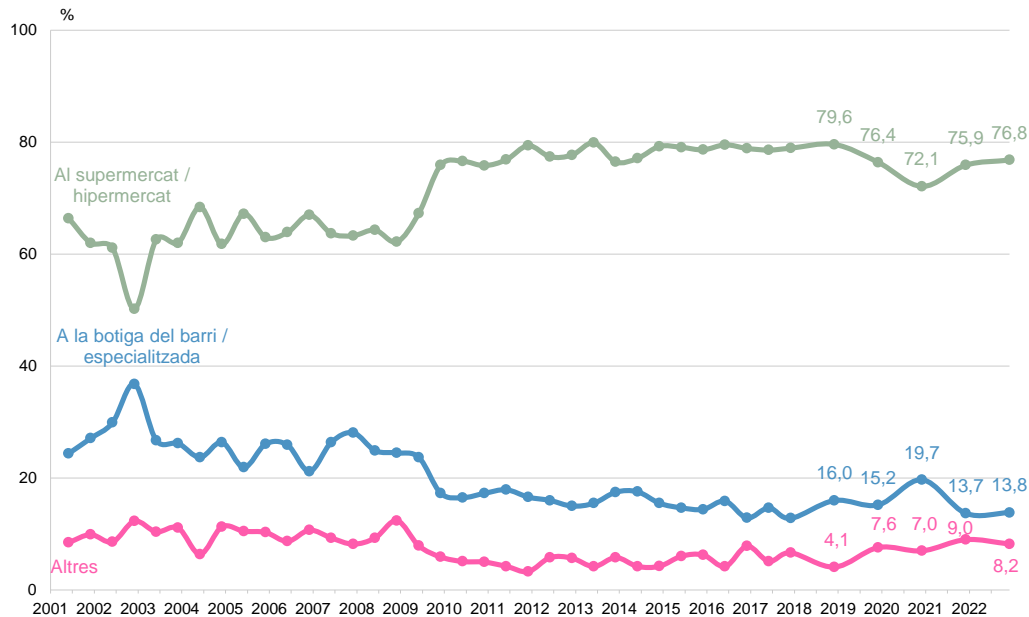




ESTABLIMENT HABITUAL

ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

HÀBITS DE COMPRA

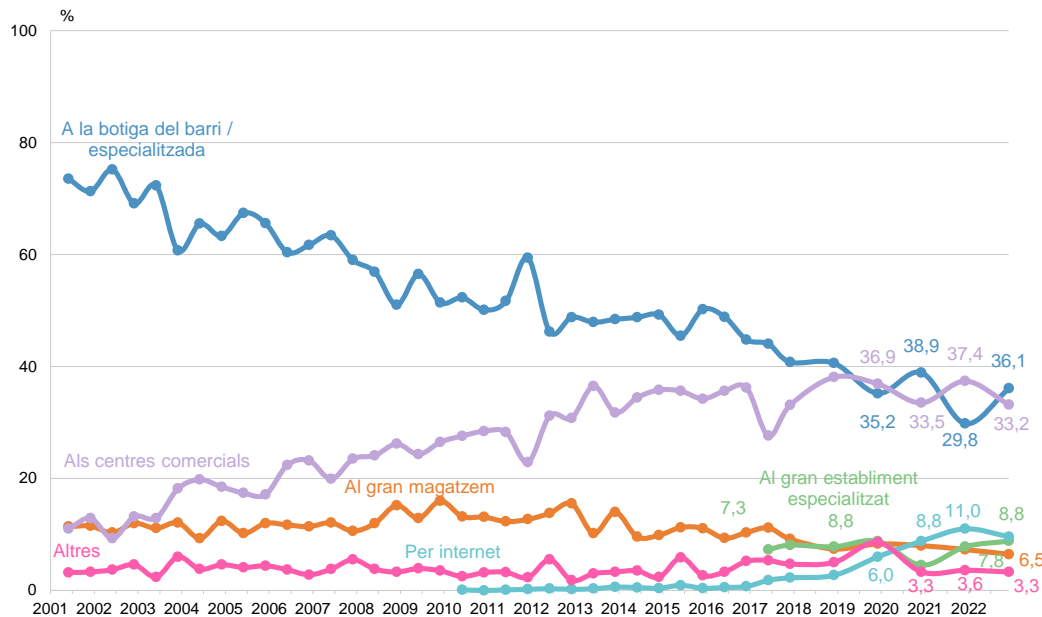




ESTABLIMENT HABITUAL

ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA

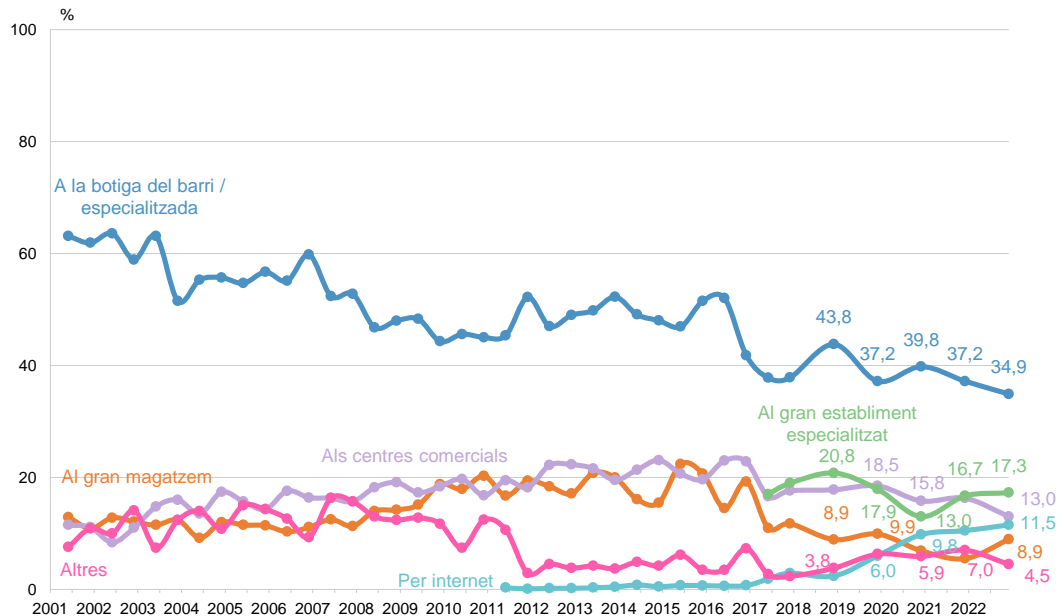




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

HÀBITS DE COMPRA

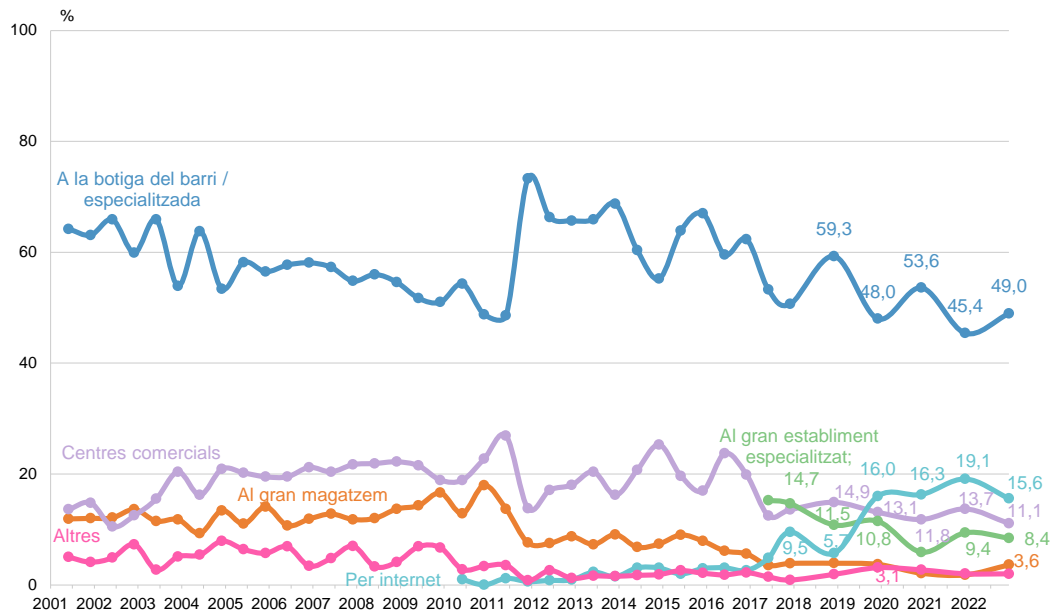




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA

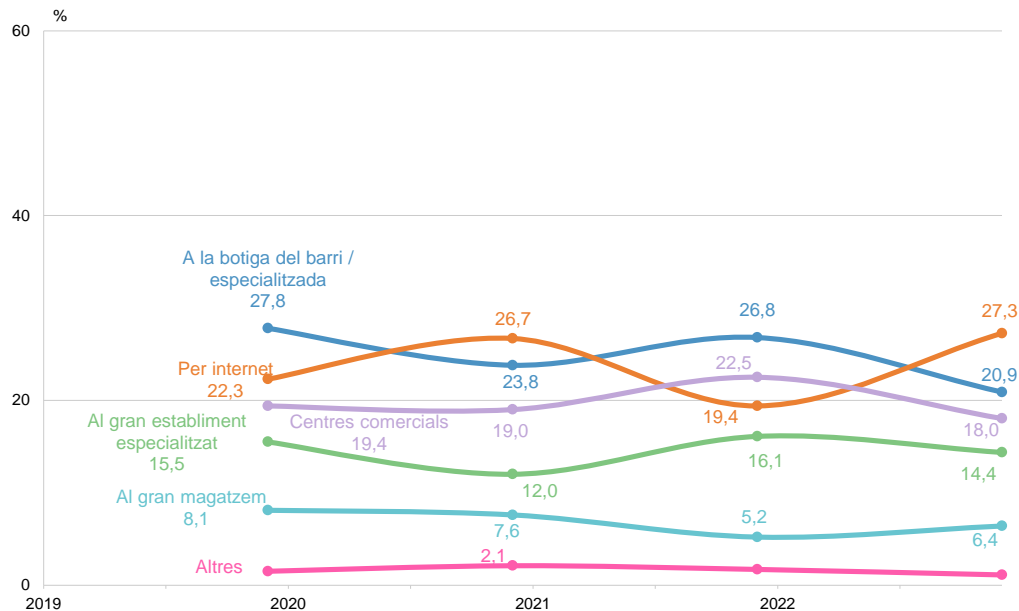




ESTABLIMENT HABITUAL

PRODUCTES D'ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA*

HÀBITS DE COMPRA

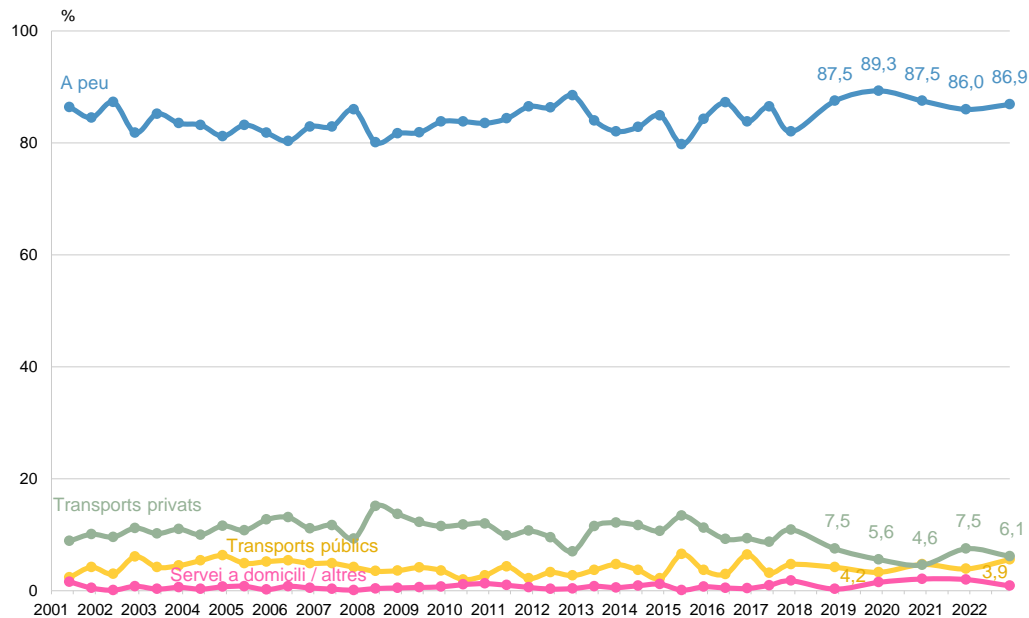




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALIMENTS

HÀBITS DE COMPRA

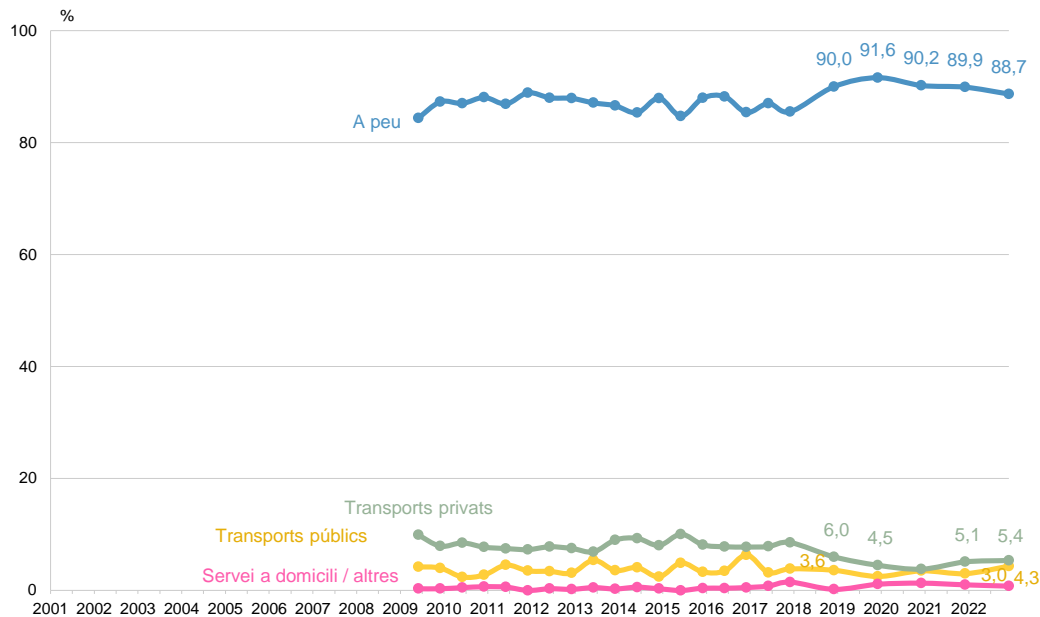




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALIMENTACIÓ FRESCA*

HÀBITS DE COMPRA

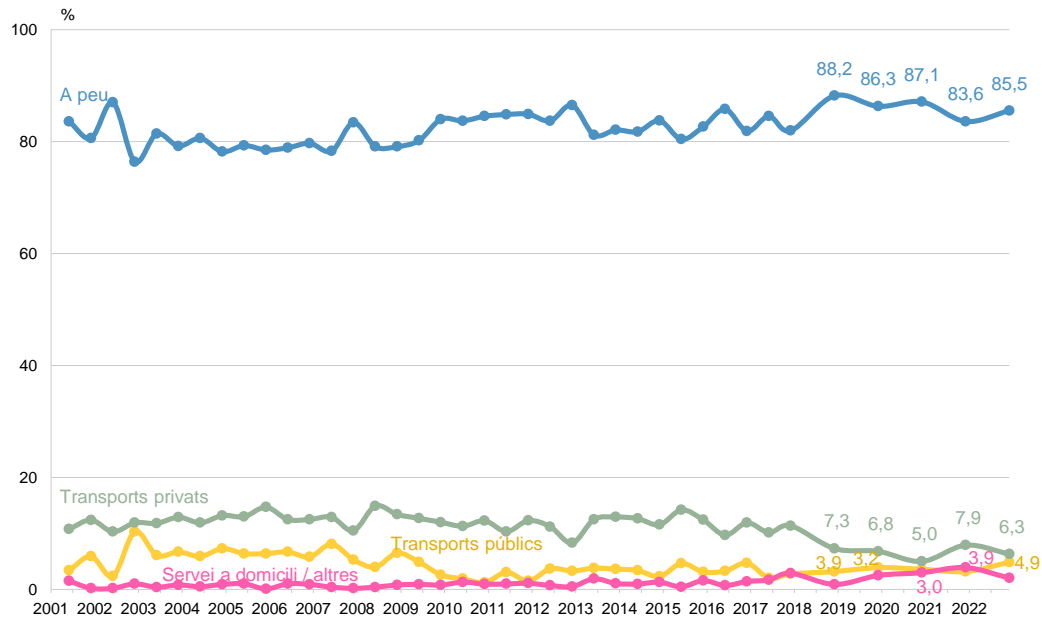




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA D'ALTRES PRODUCTES D'ÚS QUOTIDIÀ

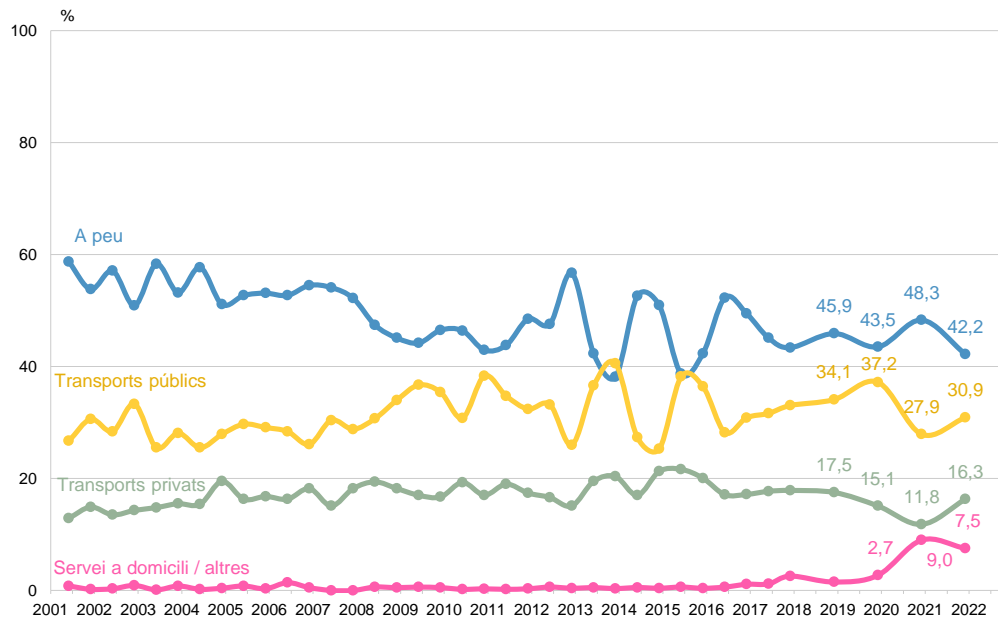
HÀBITS DE COMPRA





SISTEMA DE TRANSPORT COMPRA DE ROBA I CALÇAT

HÀBITS DE COMPRA

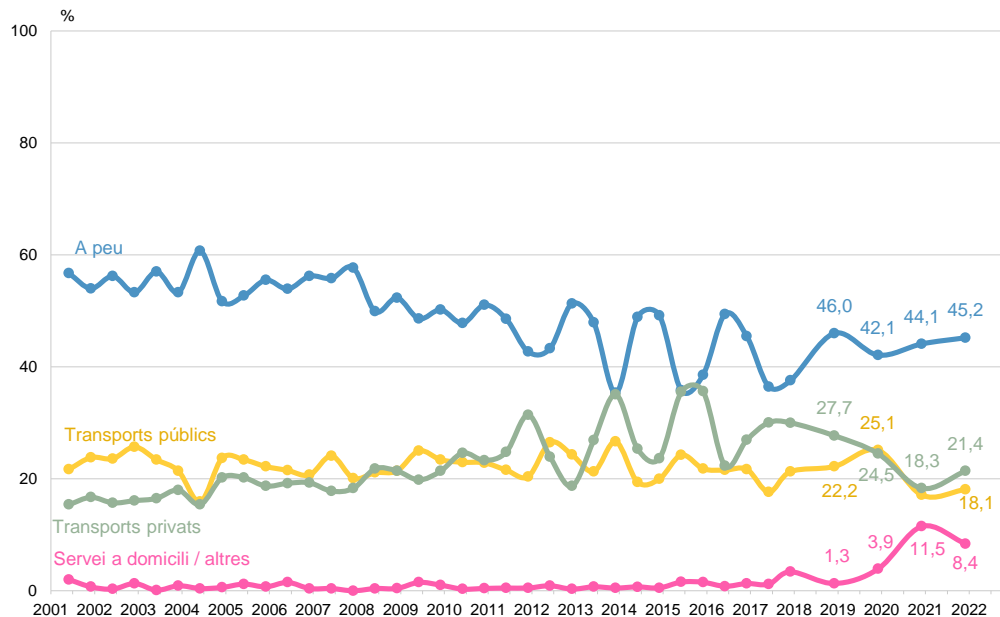




SISTEMA DE TRANSPORT

COMPRA DE PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*

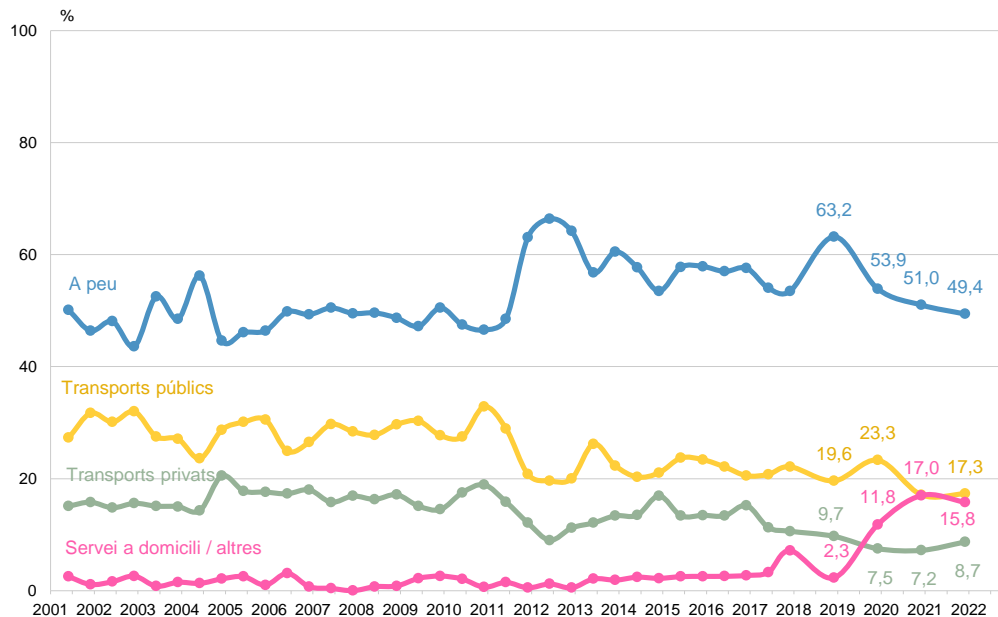
HÀBITS DE COMPRA





SISTEMA DE TRANSPORT COMPRA DE PRODUCTES D'OCI I CULTURA*

HÀBITS DE COMPRA

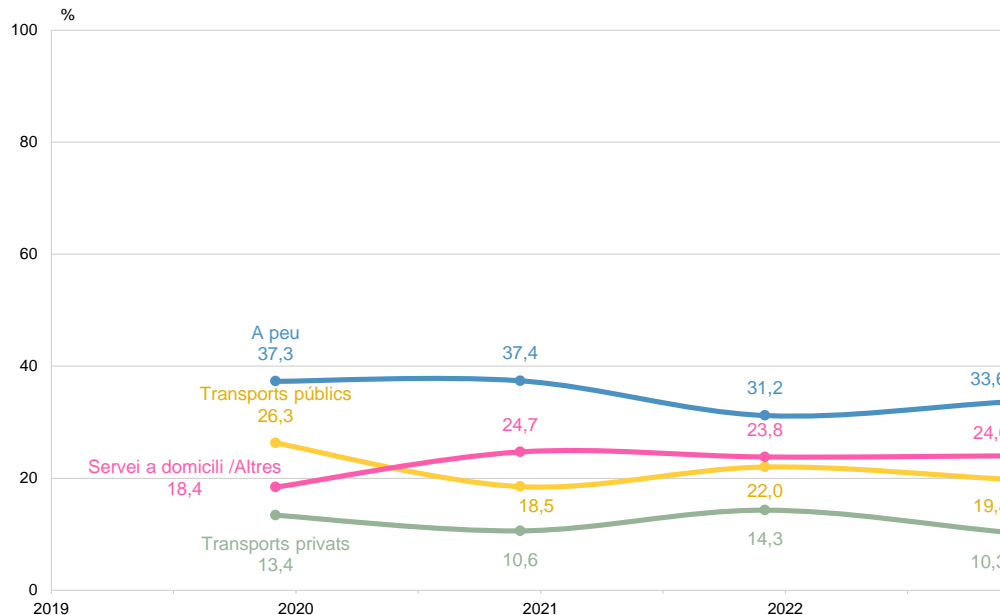




SISTEMA DE TRANSPORT

PRODUCTES D'ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA*

HÀBITS DE COMPRA





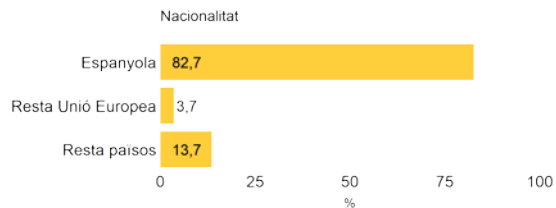
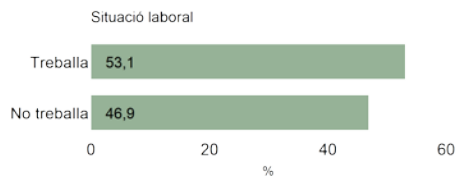
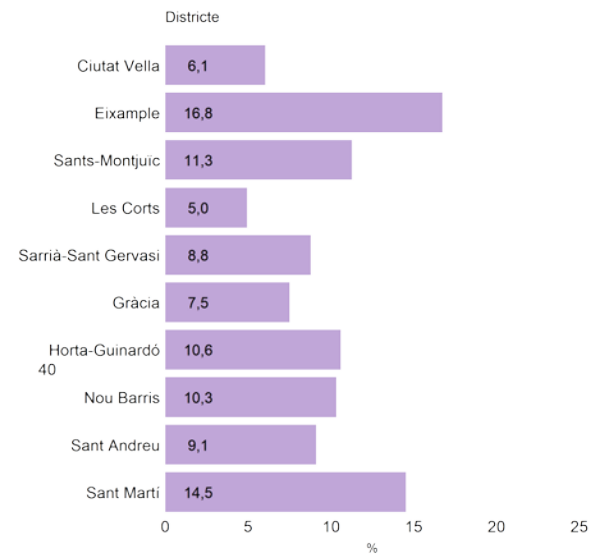
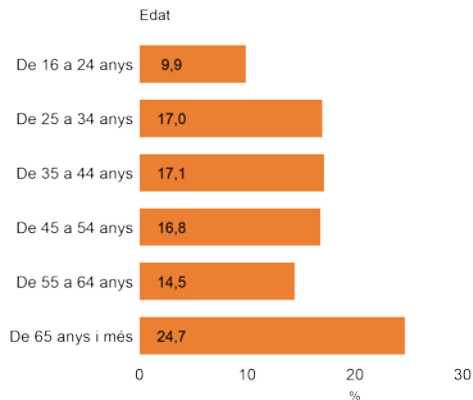
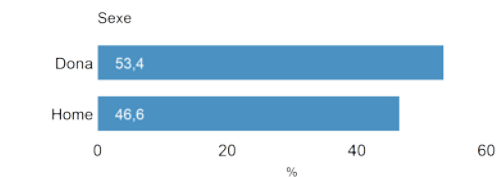
02

Perfil dels entrevistats/ades



QUOTES

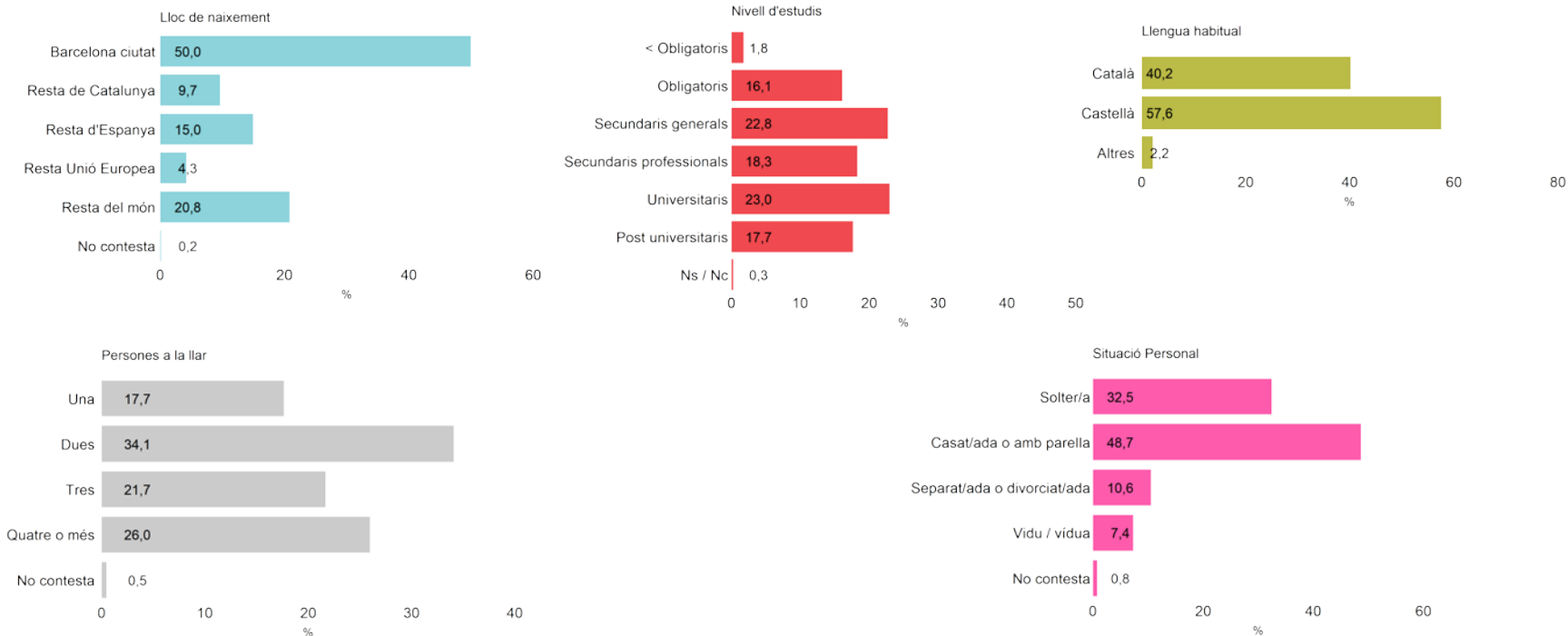
PERFIL DELS ENTREVISTATS





POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

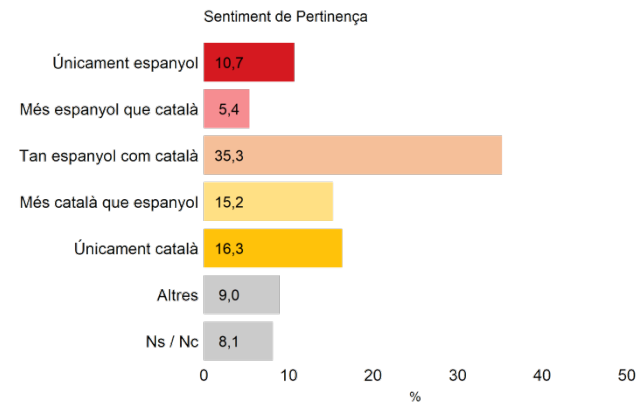
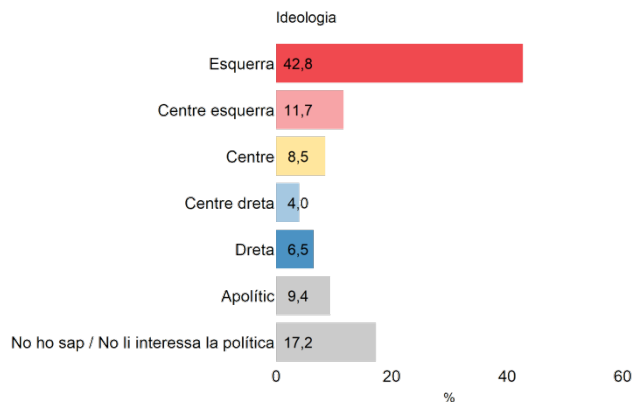
PERFIL DELS ENTREVISTATS





DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS





**Ajuntament
de Barcelona**

