



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal: Direcció de Comerç i Consum

Presentació de Resultats

Del 14 al 30 d'abril 2015

S A
CON

Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r15021



**Ajuntament
de Barcelona**

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r15021

**ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 14 AL 30 D'ABRIL DE 2015**

Gabinet Tècnic de Programació - Gerència Adjunta de Projectes Estratègics
Departament d'Estudis d'Opinió

C/ Avinyó, n. 32, 2a. Planta
Tel. 934 027 918
Fax. 934 023 210
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
- 006 COMERÇ I CONSUM
 - 008 Responsable de compres
 - 009 Grau de satisfacció
 - 010 Millor atenció
 - 011 Valoració de diferents aspectes
 - 012 Sistema de pagament
 - 014 Obertura dels comerços en diumenge
- 015 PERFIL DELS ENTREVISTATS



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més, llars amb telèfon.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1.047 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista telefònica a la llar amb suport informàtic (CATI).

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

Mostreig aleatori estratificat. Els estrats s'han format per l'encreuament dels deu districtes municipals amb el gènere 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 calculades de forma proporcional segons el padró municipal.

AFIXACIÓ

Proporcional.

PONDERACIÓ

En funció de la població objectiu real en cadascun dels estrats definits a la mostra per tal d'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 $\pm 3,09$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

Del 14 al 30 d'abril de 2015.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Análisis e Investigación S.L.

El bloc de preguntes de la Direcció de Comerç i Consum forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL d'ABRIL de 2015.



SIGLES

B

Base. Perfil d'enquestats que responen a la pregunta de l'estudi

N

Número de respostes. 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

Comerç i consum



RESUM DE RESULTATS

COMERÇ I CONSUM

ENCARREGAT DE LA COMPRA

El 49,5% dels barcelonins/es s'encarrega sempre de fer les compres de casa seva, en contraposició del 7% que no ho fa mai o gairebé mai.

En aquesta qüestió encara es detecten diferències importants segons gènere -un 67% de les dones se'n encarrega sempre, mentre un 29,5% dels homes ho fa- i edat: només un 7,9% dels més joves hi va sempre i un 17,4% sovint, mentre el 63,4% dels majors de 65 anys hi va sempre.

Evolució: Hi ha pocs canvis en l'evolució dels resultats de les preguntes sobre el comerç de la ciutat. En tot cas, es detecta certa tendència a un disminució de la proporció de persones que es dediquen sempre a la compra de casa i un augment de les que ho fan sovint.

GRAU DE SATISFACCIÓ AMB EL COMERÇ

El grau de satisfacció amb els principals aspectes del sector comerç de la ciutat: l'oferta, els horaris i el tracte és alt entre els que s'encarreguen de comprar.

El 96,9% es mostra satisfet (puntuat entre 5 i 10) amb l' oferta, el 95,8% amb l'atenció personal i el 93,8% amb els horaris.

Evolució: El grau de satisfacció amb els principals aspectes del comerç és alt i estable en el temps.

TIPUS D'ESTABLIMENT

La botiga de barri o especialitzada és on millor se senten tractats més de la meitat dels entrevistats (51,1%). Un 23,7%, en canvi, es troba millor als mercats municipals i un 13,1% al supermercat.

Evolució: La preferència per la botiga del barri i el mercat municipal també es manté força

inalterable.

ASPECTES DEL PROCÉS DE COMPRA

Tots els aspectes del procés de compra tenen molta importància pels compradors de Barcelona, però sobretot valoren molt la honradesa, el tracte que reben i la professionalitat.

Evolució: La consideració i la ponderació dels aspectes relacionats amb el moment de la compra també és manté estable i constant en la seqüència temporal.



RESUM DE RESULTATS

SISTEMA DE PAGAMENT

En general, els barcelonins/es paguen més amb efectiu les compres més habituals (els aliments i altres productes quotidians) i utilitzen força majoritàriament la targeta per realitzar compres més especials, com la roba i el calçat i el parament de la llar. Per la compra de productes d'oci hi ha divisió d'opcions (51% paga amb targeta i un 42% amb efectiu).

Evolució: Els sistemes de pagament utilitzats també es mantenen estables segons els diferents tipus de compra.

OBERTURA COMERÇOS DIUMENGE

Hi ha una divisió d'opinions en relació a la conveniència o no de l'obertura dels comerços en diumenges: el 36,1% hi està a favor, mentre el 35,3% en contra. Entremig, el 27,3% no hi està ni a favor ni en contra.

Evolució: La opinió sobre la conveniència de

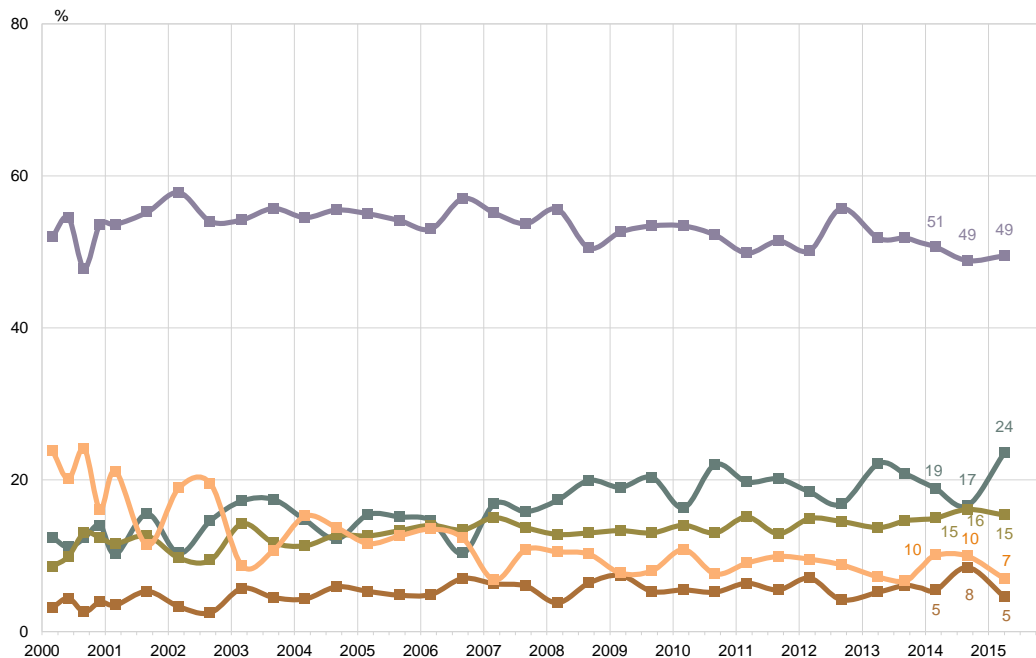
l'obertura dels comerços en diumenge va començar amb un posicionament clarament contrari i en aquests moments està molt dividida, n'hi ha tants a favor com tants en contra.



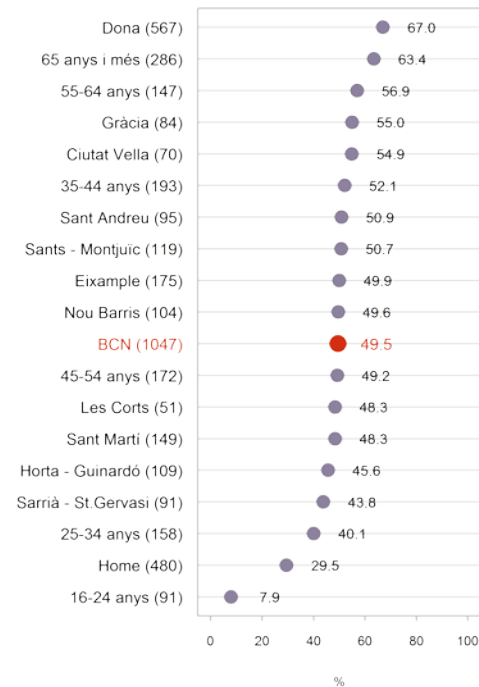
ACOSTUMA A FER LES COMPRES

COMERÇ I CONSUM

EVOLUCIÓ



PERFIL (% SEMPRE)



P1 *Vostè personalment acostuma a realitzar les compres de casa seva?* N 1047

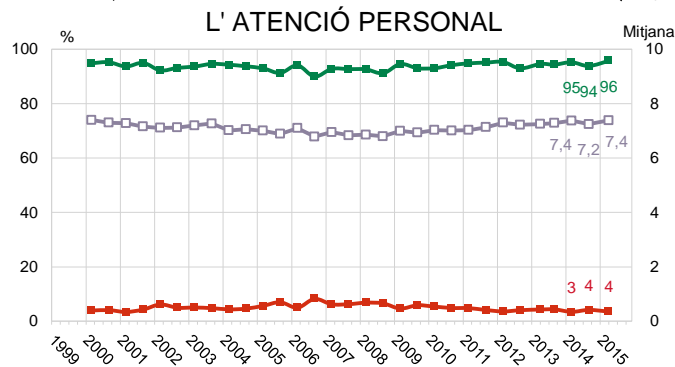
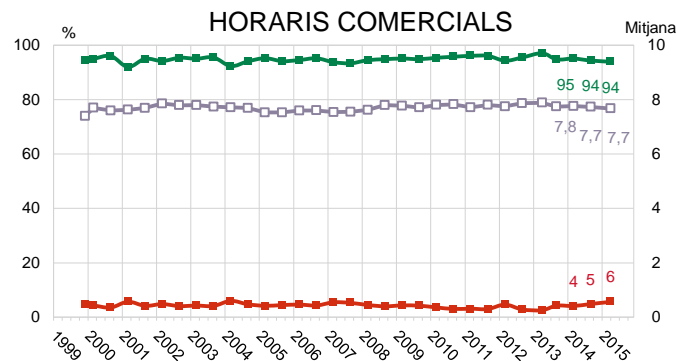
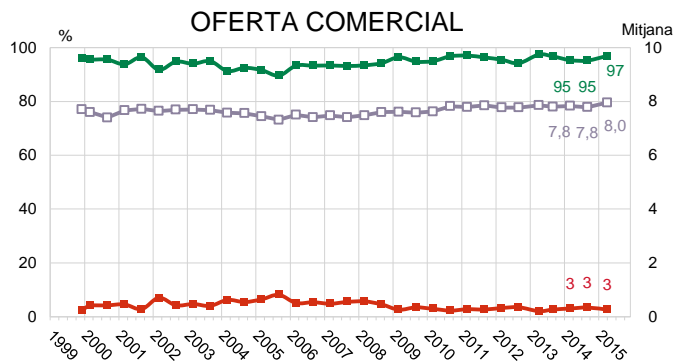
■ Sempre
■ Sovint
■ Algunes vegades

■ Poques vegades
■ Mai o gairebé mai



GRAU DE SATISFACCIÓ

COMERÇ I CONSUM



P2

Dels següents aspectes que li llegiré a continuació relacionats amb el comerç de la ciutat, digu'm el seu grau de satisfacció en una escala de 0 a 10

B Realitzen les compres de casa seva
N 972
R 0= Gens satisfet; 10= Molt satisfet

S Satisfet (5 a 10)
R Poc/gens satisfet (0 a 4)
M Mitjana



TIPUS D'ESTABLIMENT ON L'ATENEN MILLOR

COMERÇ I CONSUM

%	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril
A LA BOTIGA DE BARRI / BOTIGA ESPECIALITZADA	52,2	52,7	50,6	48,5	49,3	47,8	43,7	48,3	48,1	44,6	49,4	51,5	48,2	51,9	51,1
AL MERCAT MUNICIPAL	22,0	23,4	25,2	23,8	24,0	27,1	26,6	23,4	22,5	26,1	24,2	21,0	25,0	21,1	23,7
AL SUPERMERCAT	16,1	14,5	12,5	15,3	13,2	12,2	15,9	15,8	15,6	17,0	12,3	12,3	15,4	13,4	13,1
ALS CENTRES COMERCIALS	3,7	3,2	3,8	3,5	3,0	4,0	4,0	3,0	0,6	3,6	4,1	6,0	3,0	3,5	5,2
AL GRAN MAGATZEM	1,9	2,2	1,8	2,5	2,4	1,3	2,1	2,7	4,0	2,5	2,4	2,7	1,3	2,7	2,0
A L'HIPERMERCAT	1,0	0,8	0,8	1,3	1,1	0,9	1,3	0,8	3,4	1,9	0,9	1,2	0,7	0,8	1,0
DEPÉN (DEL LLOC, DEL PERSONAL)	-	-	-	-	-	-	0,2	0,1	-	0,2	-	-	0,1	0,3	0,3
ALTRES	1,0	0,3	0,1	0,4	0,0	0,1	0,2	0,2	0,5	0,1	0,1	1,2	-	0,5	-
A TOT ARREU	-	-	-	-	4,1	3,4	3,2	3,0	2,4	1,4	1,7	-	4,0	2,0	0,7
A CAP	-	-	-	-	0,2	-	0,1	-	-	0,1	0,4	-	-	-	-
NS / NC	2,1	2,9	5,2	4,7	2,6	3,2	2,7	2,8	3,0	2,4	4,5	3,9	2,4	3,6	2,9
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)

P3

Em podria dir a quin tipus d'establiment l'atenen millor?

B Realitzen les compres de casa seva
N 972

* En aquesta taula només s'inclouen les dades des de març de 2008. Per veure les dades anteriors consulteu les taules d'evolució.



VALORACIÓ D'ASPECTES EN L'ACTE DE COMPRA

COMERÇ I CONSUM

	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril
% MOLT I BASTANT															
LA HONRADESA	93,9	96,2	94,6	94,9	93,8	96,8	95,2	96,7	95,6	93,6	95,9	96,1	93,8	93,1	96,9
EL TRACTE QUE REP	92,3	93,0	93,7	94,2	93,6	95,3	95,7	95,2	94,6	93,2	95,2	94,7	95,4	93,7	96,3
LA PROFESSIONALITAT	92,3	96,1	94,3	95,0	93,9	96,0	94,3	94,9	94,2	90,7	94,7	95,2	92,4	93,6	95,2
LA RAPIDESA	86,7	88,8	87,3	86,5	87,0	88,7	91,5	90,2	88,0	87,7	88,8	90,0	86,6	87,6	88,7
L'ASSESSORAMENT DEL PRODUCTE	83,7	83,6	81,9	83,9	83,3	87,3	81,6	85,3	83,5	83,8	86,2	87,3	84,4	83,5	87,2
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)

	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril
% MOLT															
LA HONRADESA	65,0	70,7	68,1	69,3	68,0	72,5	72,1	72,6	70,9	65,5	71,7	71,4	63,7	60,6	73,8
LA PROFESSIONALITAT	53,6	59,4	55,4	59,1	53,9	57,7	60,6	62,1	60,3	56,3	59,9	57,5	53,4	51,7	61,4
EL TRACTE QUE REP	55,2	54,7	52,5	57,7	55,0	55,8	57,4	57,8	56,9	56,1	57,9	57,3	54,9	54,0	58,3
L'ASSESSORAMENT DEL PRODUCTE	42,7	42,3	41,3	42,3	45,1	43,0	42,8	44,8	44,4	39,8	43,4	44,9	39,6	38,8	44,8
LA RAPIDESA	41,8	42,0	38,9	42,0	40,0	38,1	43,3	43,4	40,4	34,0	35,7	38,4	34,7	39,4	37,1
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)

P4

Quan va a comprar, vostè valora molt, bastant, poc o gens els següents aspectes..

Realitzen les compres de casa seva
 972

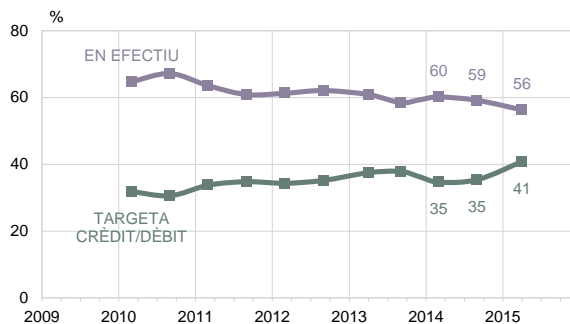
* En aquesta taula només s'inclouen les dades des de març de 2008. Per veure les dades anteriors consulteu les taules d'evolució.



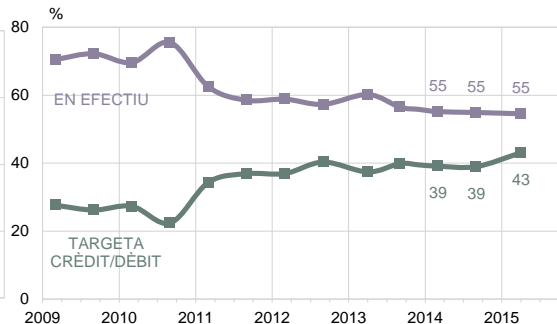
QUIN SISTEMA DE PAGAMENT UTILITZA

COMERÇ I CONSUM

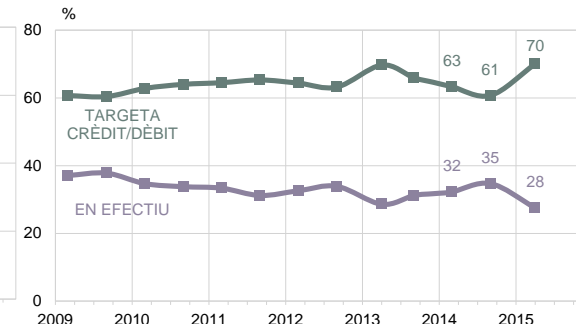
ALIMENTS



ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS (Productes de neteja, higiene personal)



ROBA I CALÇAT



P5

Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/dèbit?

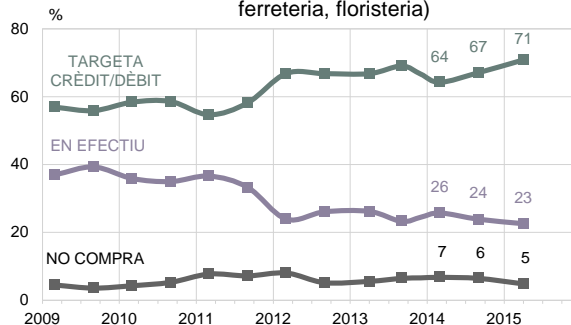
N 1047



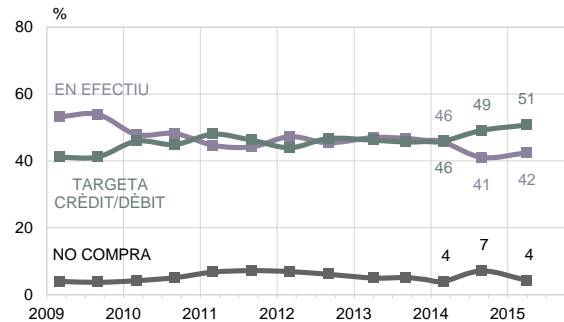
QUIN SISTEMA DE PAGAMENT UTILITZA

COMERÇ I CONSUM

PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR*
(Tèxtil de la llar, mobles, electrodomèstics, decoració, ferreteria, floristeria)



PRODUCTES D'OCI
(Llibres, cd, jocs)



P5

Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/debit?

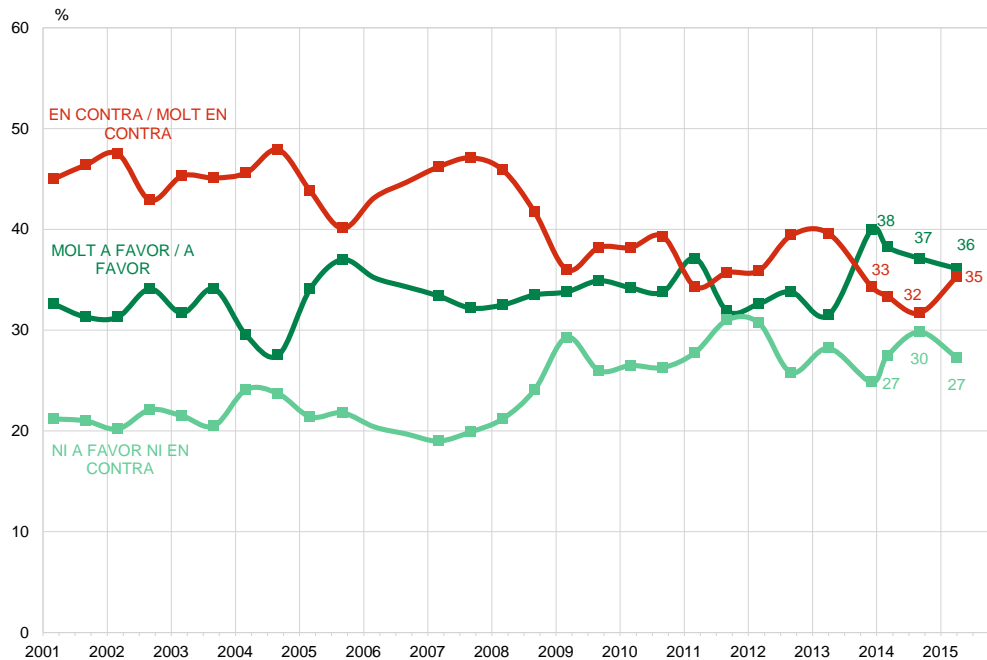
N 1047

(* A partir de 2012 s'ha especificat als entrevistats que els productes de la llar inclouen: tèxtil de la llar, mobles, electrodomèstics, decoració, ferreteria, floristeria.



OBERTURA DELS COMERÇOS EN DIUMENGE

COMERÇ I CONSUM



P6

En quina mesura està a favor o en contra de l'obertura dels comerços en diumenge?

N 1047

* A l'onada de setembre de 2013 no es va llegir l'opció de resposta "Ni a favor ni en contra".



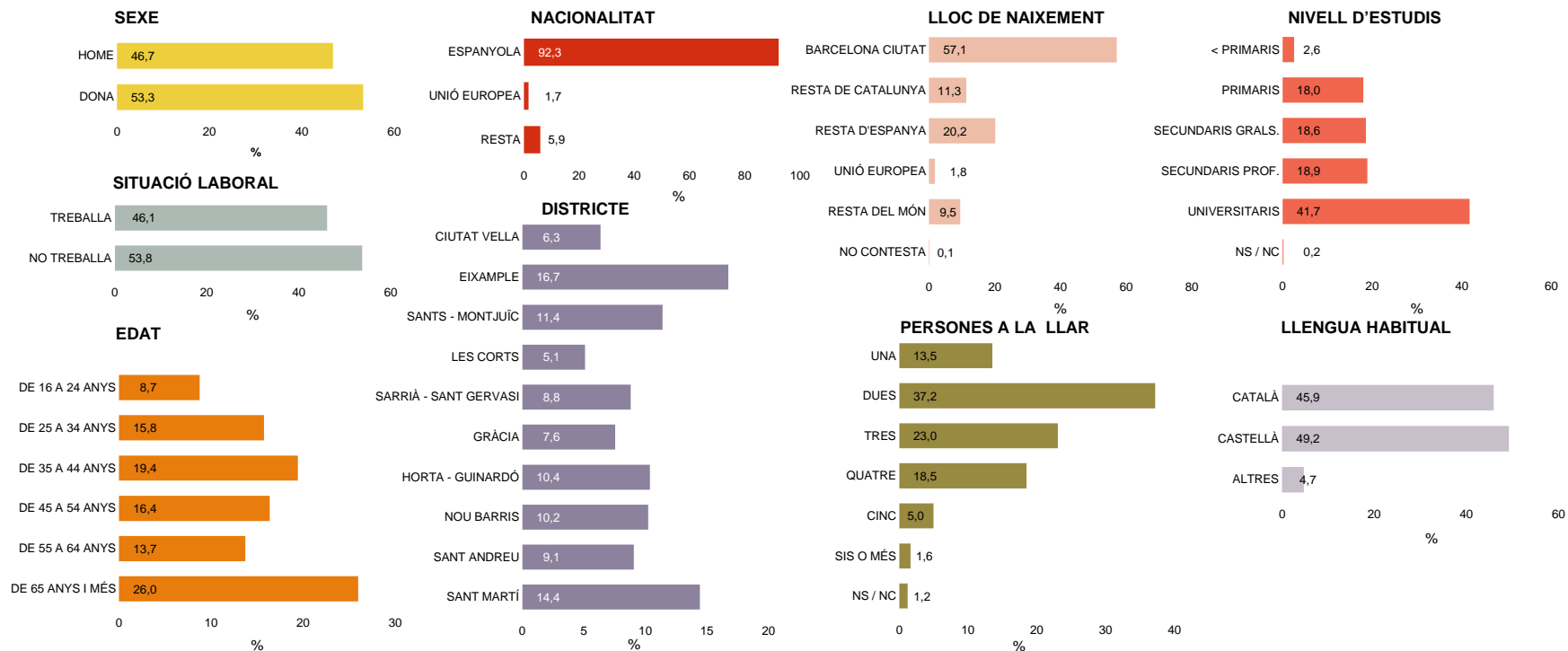
02

Perfil dels entrevistats



DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

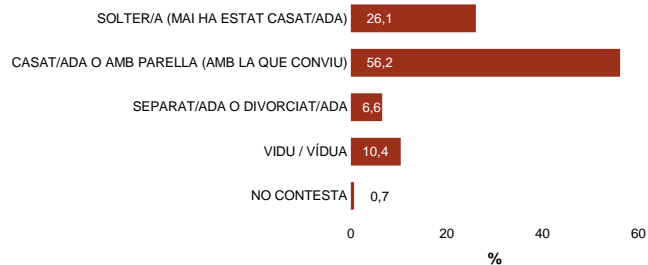




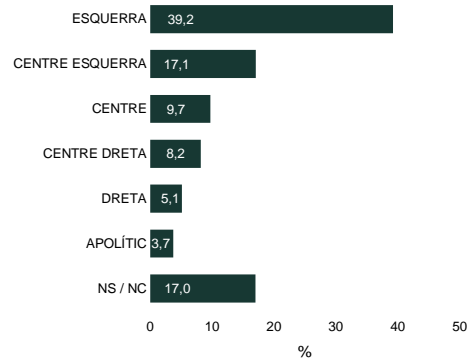
POSICIONAMENT

PERFIL DELS ENTREVISTATS

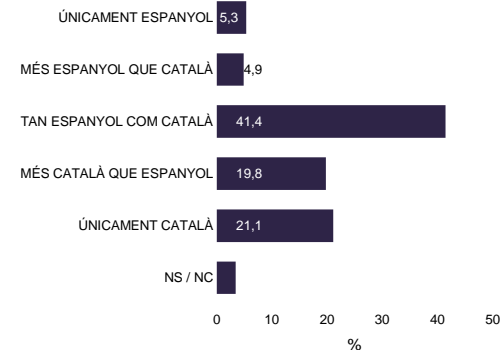
SITUACIÓ PERSONAL



IDEOLOGIA



SENTIMENT DE PERTINÈNCIA

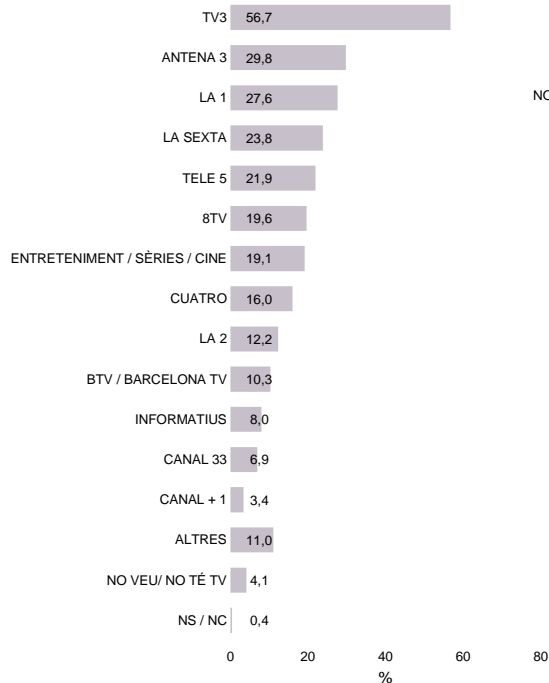




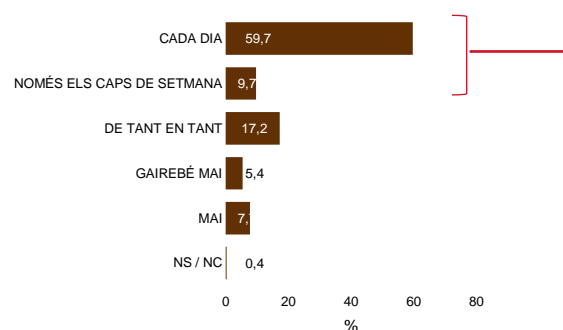
HÀBITS INFORMATIUS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

CANAL TELEVISIÓ

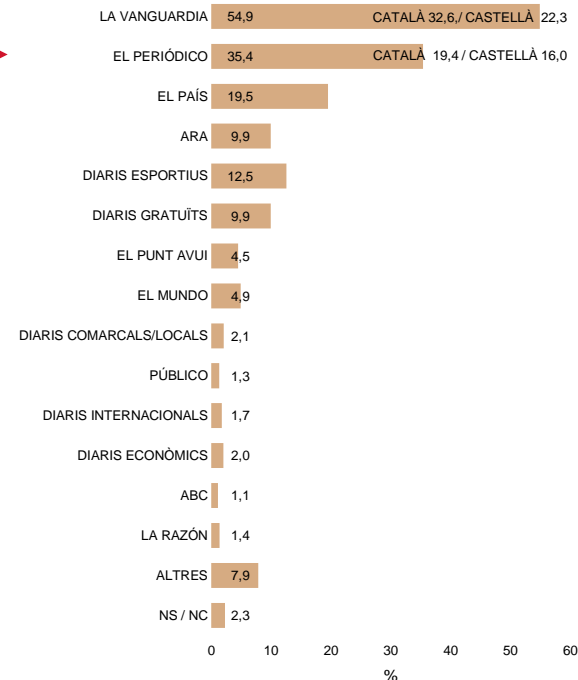


FREQÜÈNCIA LECTURA PREMSA



DIARIS MÉS LLEGITS

(BASE LLEGEIXEN PREMSA: 958)





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**