

Enquesta Òmnibus Municipal:

Direcció de Comerç

Presentació de Resultats

Del 29 de setembre al 18 d'octubre de 2016



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r16035

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE COMERÇ
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 29 DE SETEMBRE AL 18 D'OCTUBRE DE 2016

Departament d'Estudis d'Opinió
Gabinet Tècnic de Programació

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 electrònica, mecànica, per fotocòpia, de gravació o altres, sense el permís del propietari del copyright.



ÍNDEX

- 003 FITXA TÈCNICA
- 005 COMERÇ A LA CIUTAT
 - 008 Responsable de fer les compres
 - 009 Grau de satisfacció
 - 010 Tipus d'establiment on l'atenen millor
 - 011 Valoració d'aspectes en l'acte de compra
 - 012 Sistema de pagament
 - 013 Obertura dels comerços en diumenge
- 014 PERFIL DELS ENTREVISTATS



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1.000 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista telefònica 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 segons el padró municipal d'habitants.

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 $\pm 3,1$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

Del 29 de setembre al 18 d'octubre de 2016.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Opinòmetre S.L.

El bloc de preguntes de la Direcció de Comerç forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de SETEMBRE de 2016.



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 a la ciutat



RESUM DE RESULTATS

COMERÇ A LA CIUTAT

ENCARREGAT DE LA COMPRA

Pràcticament la meitat dels veïns/es de Barcelona s'encarrega sempre de la compra a casa seva (49,3%), mentre un de cada cinc ho fa sovint (19,8%) i un de cada sis ho fa algunes vegades (16,6%). En canvi, el 6% ho fa poques vegades i el 8,4%, mai o gairebé mai.

Les diferències de gènere i edat són molt importants en quan a realitzar aquesta tasca. Tan és així que el 68% de les dones se'n fa càrrec sempre mentre només ho fa el 28% dels homes. A la vegada, i deixant de banda els més joves, només el 29,5% de la gent d'entre 25 a 34 anys compra sempre mentre que si que ho fan per sobre del 60% les persones que tenen més de 55 anys.

Evolució: Tot i que les diferències respecte el març són petites, es detecta més repartiment d'aquesta responsabilitat i, per tant, menys gent que se'n fa càrrec sempre o sovint.

GRAU DE SATISFACCIÓ AMB EL COMERÇ

La immensa majoria dels barcelonins/es estan satisfets amb l'oferta, els horaris i l'atenció personal del comerç de la ciutat.

L'oferta comercial es puntua amb un 8,0 sobre 10, els horaris amb un 7,7 i el tracte personal amb un 7,4.

Evolució: El grau de satisfacció amb els principals aspectes del comerç es manté satisfactòriament al llarg de tota la sèrie.

TIPUS D'ESTABLIMENT

La meitat dels entrevistats/es coincideix a assenyalar la botiga del barri com l'establiment on el tracten millor (50,9%). Un 27,1% se sent més ben atès al mercat municipal, mentre que l'11,8% al supermercat.

Evolució: Les preferències dels barcelonins/es en aquest aspecte es mantenen pràcticament inalterables des del 2007.

ASPECTES DEL PROCÉS DE COMPRA

Tots els aspectes associats al procés de compra són molt importants pels consumidors, però són imprescindibles la honradesa (94,9%), el tracte (94,6%) i la professionalitat (93,5%).

Evolució: En un context de valorar tots els aspectes que acompanyen el procés de compra, la honradesa sempre és vista com la més important, tot i que en aquesta ocasió pràcticament en la mateixa mesura que el tracte.



RESUM DE RESULTATS

COMERÇ A LA CIUTAT

SISTEMA DE PAGAMENT

El pagament en efectiu continua sent majoritari per les compres més habituals com els aliments (54,8%) i altres productes quotidians (51,4%) i la targeta de crèdit per la resta, com l'oci i la cultura (54,3%), la roba i el calçat (69,4%) i el parament de la llar (72,8%).

Evolució: Continua la tendència de realitzar més pagaments amb targeta de crèdit/ dèbit tot i que el pagament en efectiu en les compres menys habituals es consolida per un segment de la població.

OBERTURA COMERÇOS DIUMENGE

Un 46,7% dels veïns/es de Barcelona està en contra de l'obertura dels comerços en diumenge mentre un 40% hi està a favor.

Mentre el 58,8% dels residents a Sarrià – Sant Gervasi, el 44,6% dels de l'Eixample i el 43,4% de Les Corts hi estan a favor, a Horta – Guinardó

(59%), Sants- Montjuic (55,7%) i Nou Barris (53,4%) hi estan majoritàriament en contra.

La majoria dels joves de la ciutat d'entre 16 i 24 anys també hi està a favor (67,6%), mentre que a partir dels 35 anys s'hi està majoritàriament en contra.

Evolució: La quantitat de persones que està en contra d'aquesta possibilitat creix sense parar des del 2014, mentre que els que hi estan a favor havien disminuït però a les dues últimes onades tornen a recuperar-se. Cada vegada hi ha més gent posicionada en aquesta qüestió.

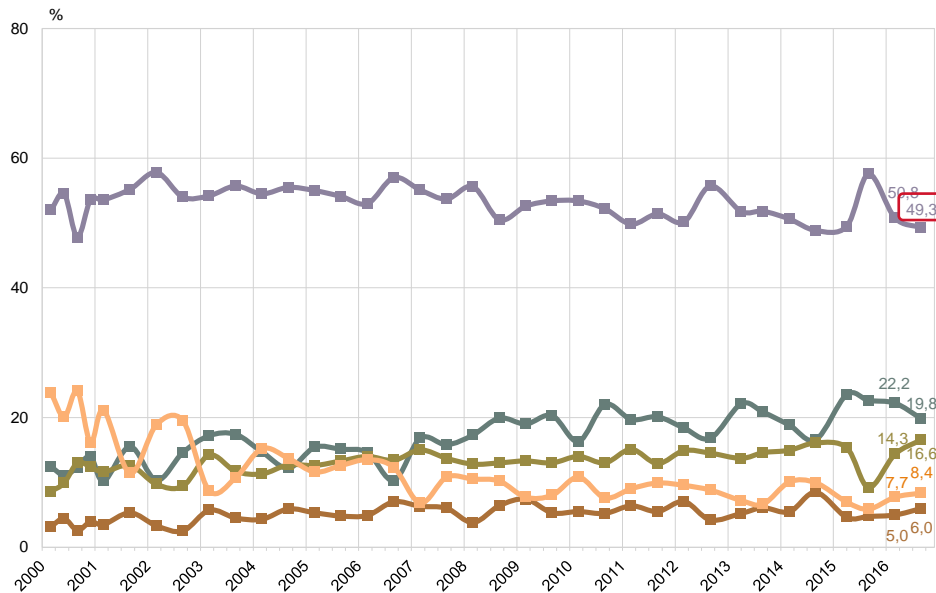


RESPONSABLE DE FER LES COMPRES

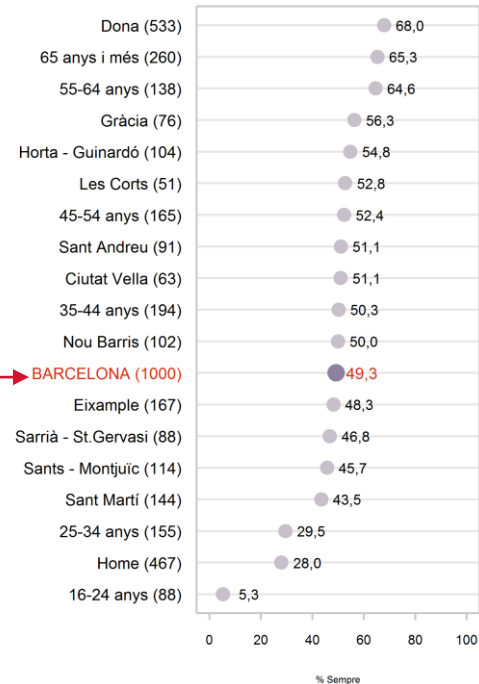
EVOLUCIÓ – CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

COMERÇ A LA CIUTAT

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



P1

Vostè personalment acostuma a realitzar les compres de casa seva?

N 1000

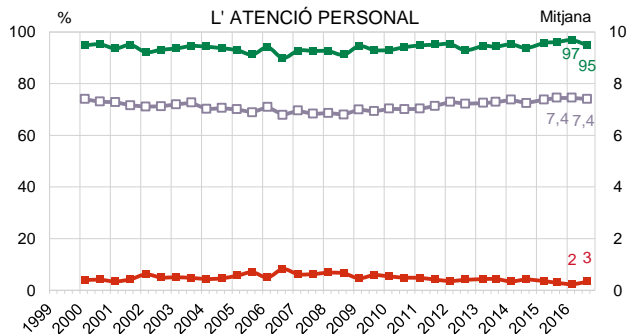
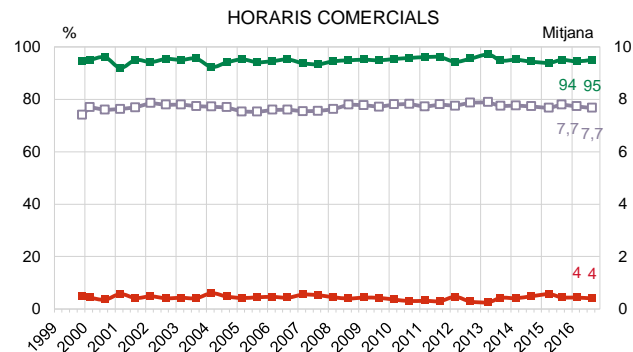
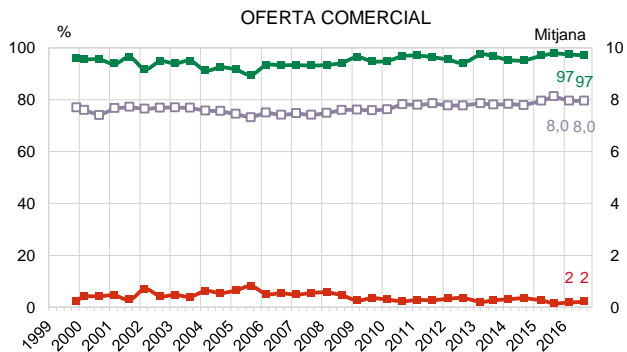
■ Sempre
■ Sovint
■ Algunes vegades

■ Poques vegades
■ Mai o gairebé mai



GRAU DE SATISFACCIÓ

COMERÇ A LA CIUTAT



P2

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

B Realitzen les compres de casa seva
N 917
R 0= Gens satisfet, 10= Molt satisfet

■ Satisfet (5 a 10)
■ Poc/gens satisfet (0 a 4)
■ Mitjana



TIPUS D'ESTABLIMENT ON L'ATENEN MILLOR

COMERÇ A LA CIUTAT

%	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.
A LA BOTIGA DE BARRI/ BOTIGA ESPECIALITZADA	52,9	52,6	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	46,1	49,6	50,9
AL MERCAT MUNICIPAL	22,1	23,1	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	28,7	25,9	27,1
AL SUPERMERCAT	14,2	12,8	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	13,3	14,4	11,8
ALS CENTRES COMERCIALS	3,6	4,3	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	4,9	2,7	4,2
AL GRAN MAGATZEM	1,8	2,6	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	2,4	1,1	1,2
A L'HIPERMERCAT	1,9	0,7	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	1,0	0,2	0,7
DEPÉN (DEL LLOC, DEL PERSONAL)	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2	0,1	-	0,2	-	-	0,1	0,3	0,3	0,2	0,1	0,2
ALTRES	0,5	2,4	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	-	0,1	-	0,2
A TOT ARREU	-	-	-	-	-	-	4,1	3,4	3,2	3,0	2,4	1,4	1,7	-	4,0	2,0	0,7	0,6	1,7	-
A CAP	-	-	-	-	-	-	0,2	-	0,1	-	-	0,1	0,4	-	-	-	-	0,1	-	-
NS / NC	2,9	1,7	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	2,6	4,3	4,0
N	(932)	(892)	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)	(917)

P3

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

Realitzen les compres de casa seva
 917



VALORACIÓ D'ASPECTES EN L'ACTE DE COMPRA

COMERÇ A LA CIUTAT

% MOLT I BASTANT	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.
LA HONRADESA	96,6	96,7	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	98,2	96,0	94,9
EL TRACTE QUE REP	96,0	95,9	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	96,1	93,9	94,6
LA PROFESSIONALITAT	94,2	96,7	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	97,6	95,2	93,5
LA RAPIDESA	90,7	90,2	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	90,6	87,3	89,2
L'ASSESSORAMENT DEL PRODUCTE	88,6	88,1	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	89,5	88,4	86,0
N	(932)	(892)	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)	(917)

% MOLT	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.
LA HONRADESA	72,5	73,5	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	75,9	73,0	65,4
EL TRACTE QUE REP	61,9	62,3	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	62,5	59,7	54,5
LA PROFESSIONALITAT	60,4	63,3	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	61,2	59,8	54,3
L'ASSESSORAMENT DEL PRODUCTE	49,1	51,1	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	50,3	48,6	40,8
LA RAPIDESA	51,4	50,1	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	40,2	38,4	32,8
N	(932)	(892)	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)	(917)

P4

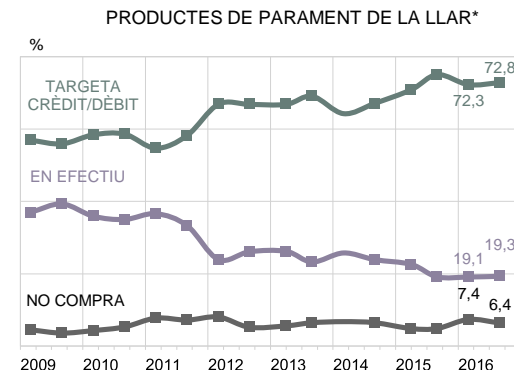
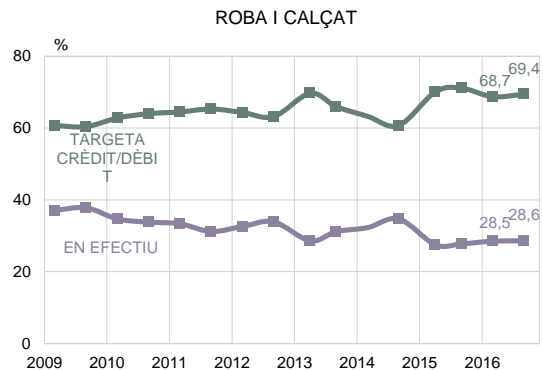
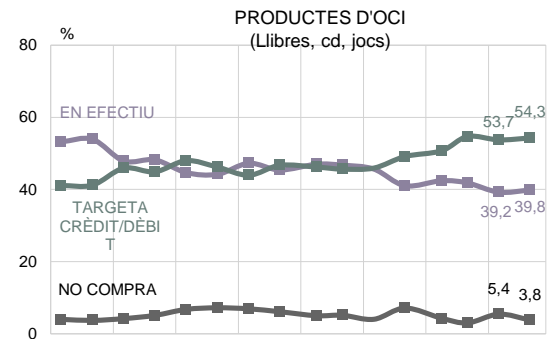
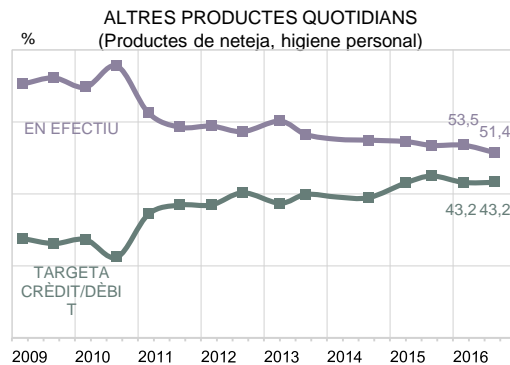
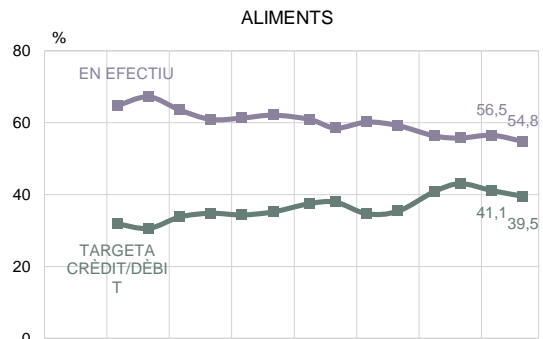
Quan va a comprar, vostè valora molt, bastant, poc o gens els següents aspectes..

Realitzen les compres de casa seva
 917



SISTEMA DE PAGAMENT

COMERÇ A LA CIUTAT



P5

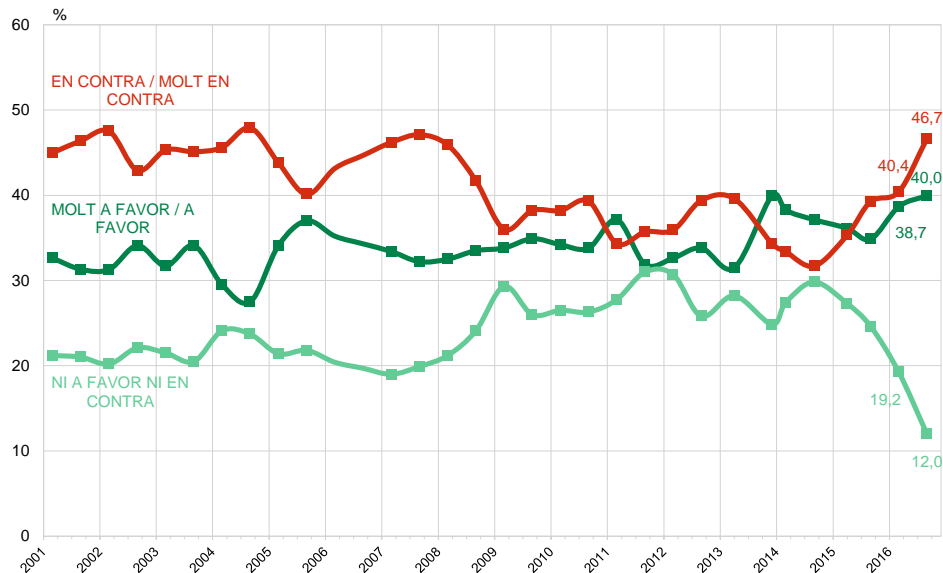
Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/dèbit?

N 1000



OBERTURA DELS COMERÇOS EN DIUMENGE

COMERÇ A LA CIUTAT



P6

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

N 1000

* A l'onada de setembre de 2013 i des del setembre del 2015 no es llegeix l'opció de resposta "Ni a favor ni en contra".



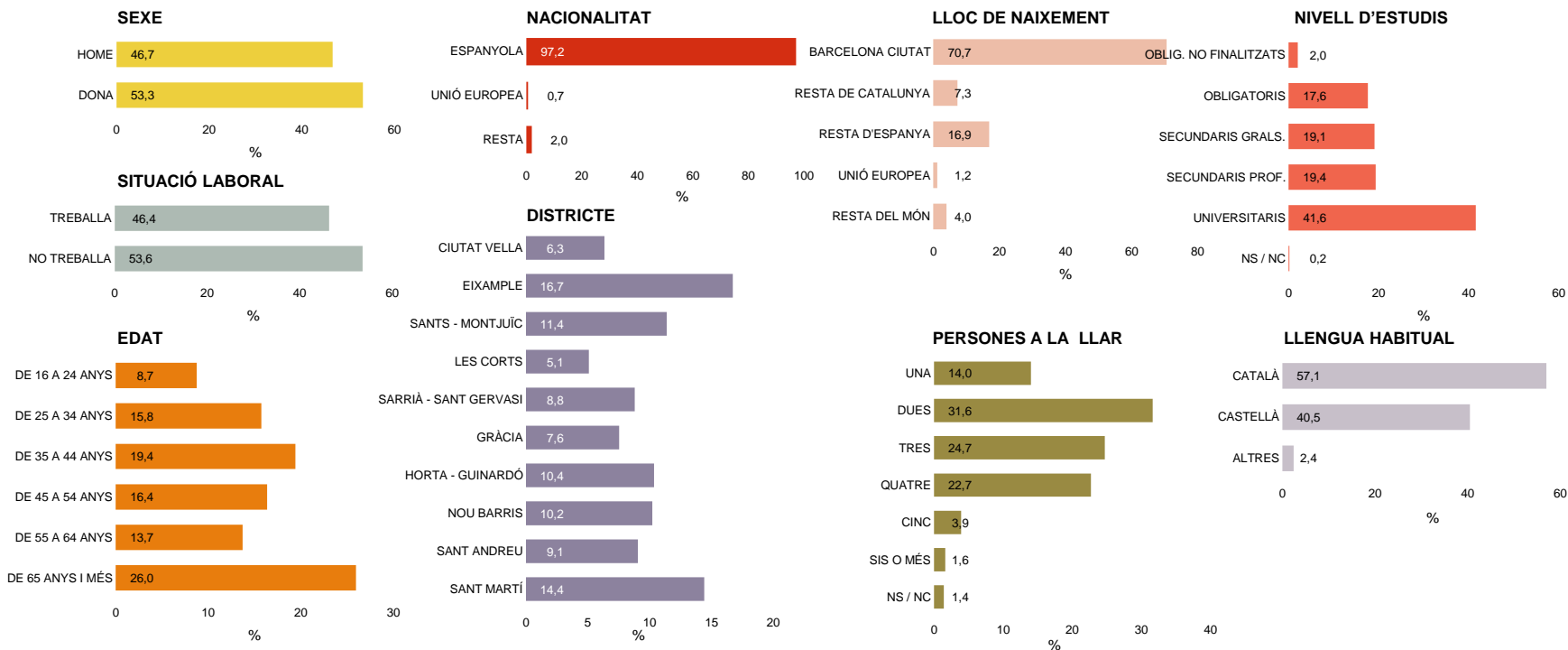
02

Perfil dels entrevistats



DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

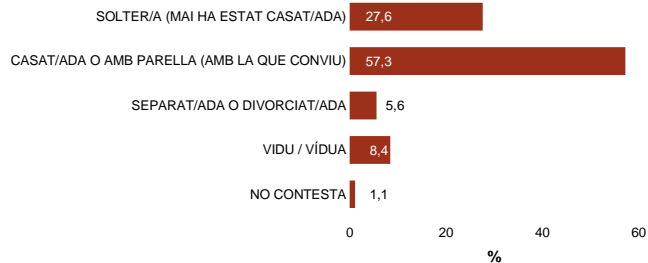




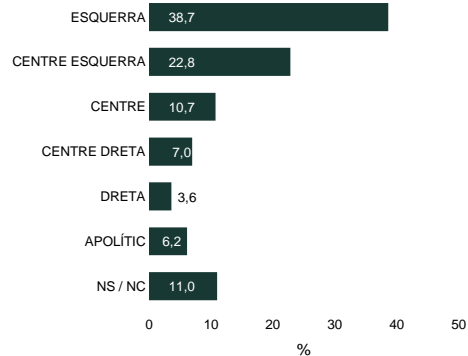
POSICIONAMENT

PERFIL DELS ENTREVISTATS

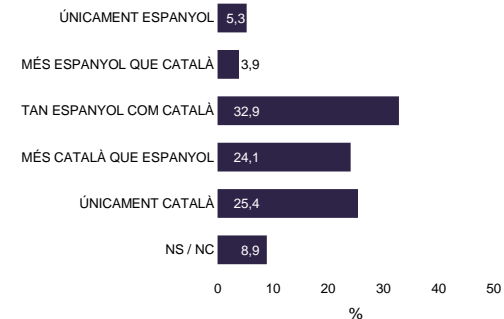
SITUACIÓ PERSONAL



IDEOLOGIA



SENTIMENT DE PERTINÈNCIA

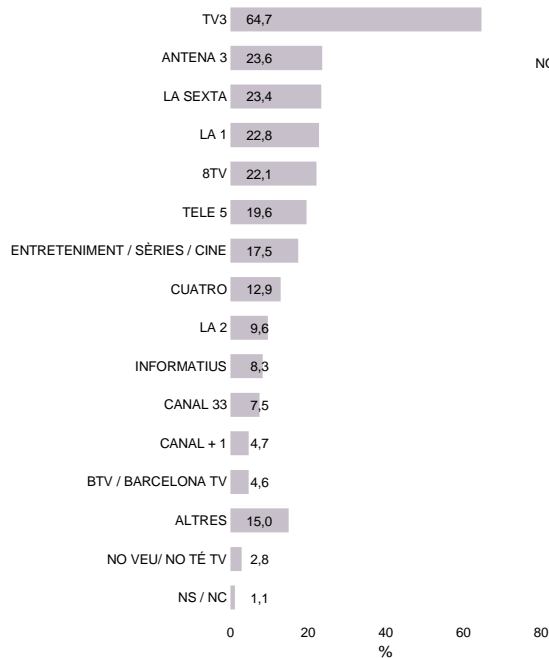




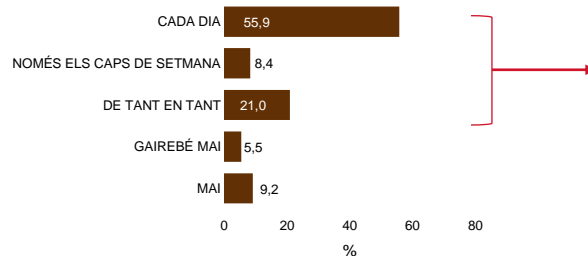
HÀBITS INFORMATIUS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

CANAL TELEVISIÓ

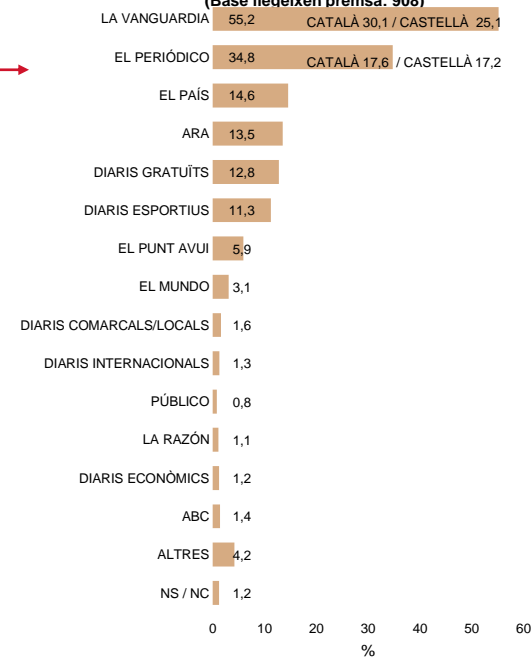


FREQÜÈNCIA LECTURA PREMSA



DIARIS MÉS LLEGITS

(Base llegeixen premsa: 908)





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**