



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal: Direcció de Comerç

Presentació de Resultats

Del 15 de març al 6 d'abril de 2017

S A
CON

Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r17017



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r17017

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE COMERÇ
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 15 DE MARÇ AL 6 D'ABRIL DE 2017

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 Importància

015 PERFIL DELS ENTREVISTATS



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1.003 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista telefònica realitzada 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 15 de març al 6 d'abril de 2017.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Apolda S.L.

El bloc de preguntes de la Direcció de Comerç forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de MARÇ de 2017.



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

El 46,6% de les persones enquestades realitza sempre les compres de casa seva, les fan sovint el 26,7% i algunes vegades el 15%. En canvi, el 5,4% ho fa poques vegades i el 6%, mai o gairebé mai.

Entre les persones que realitzen sempre les compres de casa seva les diferències de gènere són molt importants ja que les acostumen a realitzar majoritàriament les dones (61,6%), mentre que els homes ho fan el 29,5%. Aquesta compra la realitzen principalment les persones de 65 i més anys (61,7%) seguit per les de 45 a 54 anys (56,0%). La menor proporció correspon als més joves (16-24 anys) amb el 9,7%, seguit a distància pel tram d'edat de 24-34 anys amb el 36,2%.

Evolució: Les diferències respecte el desembre mostren una gradual tendència al repartiment de les compres. Així baixa el percentatge de

compres realitzades sempre per la mateixa persona i també les que les realitzen “algunes / poques vegades”, i “mai / gairebé mai”, pujant les que les “realitzen sovint”.

GRAU DE SATISFACCIÓ AMB EL COMERÇ

La gran 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 8,1 sobre 10, els horaris amb un 7,9 i el tracte personal amb un 7,5.

Evolució: El grau de satisfacció amb els principals aspectes del comerç es manté estable.

TIPUS D'ESTABLIMENT

La meitat dels entrevistats/es coincideix a assenyalar la botiga del barri/ botiga especialitzada com l'establiment on el l'atenen millor (50,4%).

Un 24,8% se sent més ben atès al mercat municipal, mentre que l'11,5% 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/bastant importants pels consumidors, però ho són molt, principalment, la honradesa (71,1%), professionalitat (60,1%) i el tracte (56,6%).

Evolució: A l'hora de valorar 5 aspectes (honradesa, professionalitat, tracte, assessorament i rapidesa) quan es va a comprar, la honradesa, sempre és vista com la més important. La professionalitat i el tracte segueixen a l'honradesa com a molt importants en la sèrie temporal.



RESUM DE RESULTATS

COMERÇ A LA CIUTAT

SISTEMA DE PAGAMENT

El pagament en efectiu és lleugerament superior a la targeta en les compres més habituals com els aliments (49,4%), amb la major diferència d'aquest (3,3 punts) i altres productes quotidians (48,6%), situant-se per primer cop per sota del 50%. La targeta de crèdit s'utilitza en major proporció per la resta, com l'oci i la cultura (56,8%), la roba i el calçat (75,1%) i el parament de la llar (78,1%).

Evolució: Continua la tendència de realitzar més pagaments amb targeta de crèdit/dèbit. En els productes de consum quotidià tendeix a igualar-se amb el pagament en efectiu mentre que a la resta de productes es consolida l'ús d'aquesta.

OBERTURA COMERÇOS DIUMENGE

Un 48,5% dels veïns/es de Barcelona està en contra de l'obertura dels comerços en diumenge mentre un 41,1% hi està a favor.

Evolució: La quantitat de persones que està en contra de l'obertura comercial en diumenges creix aproximant-se al 50%, pujant 1,8 punts respecte l'onada anterior. Els que hi estan a favor, després de disminuir a les tres últimes onades, tornen a recuperar-se. El posicionament dels que no estaven ni a favor / ni en contra (baixa el seu percentatge fins al 8,8%), i fa que s'incrementi la posició en contra en major proporció que els partidaris de l'obertura.

CRITERIS COMPRA PRODUCTE

El principals criteris en importància l'hora de comprar un producte son la qualitat (92,2%), i el preu (89,0%). El criteri amb menor proporció, encara que per damunt del 50%, és que el producte sigui ecològic (55,3%).

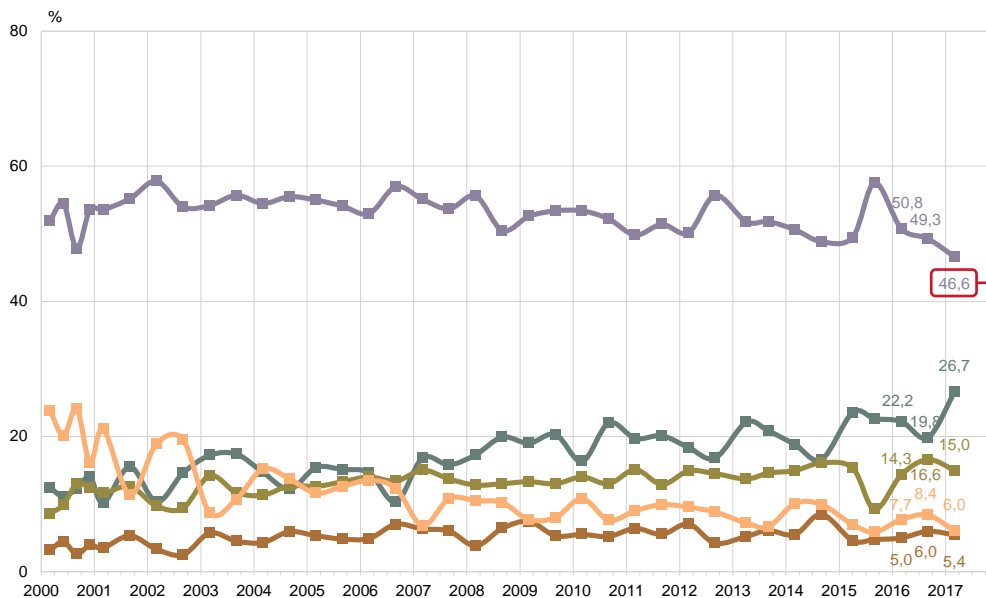


RESPONSABLE DE FER LES COMPRES

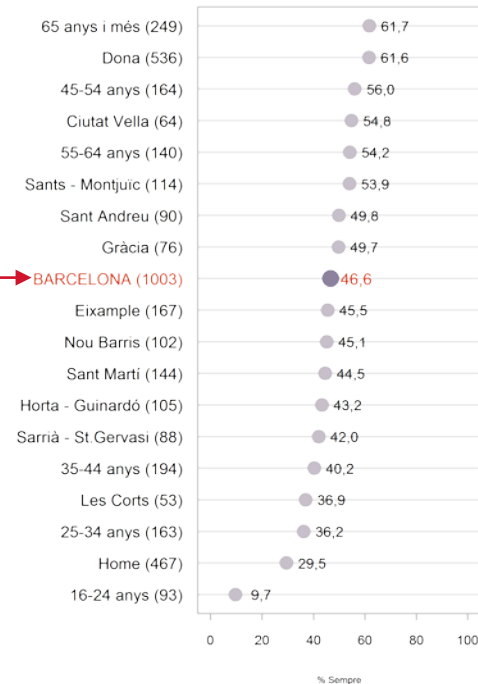
EVOLUCIÓ – CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

COMERÇ A LA CIUTAT

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



P1 Vostè personalment acostuma a realitzar les compres de casa seva? N 1003

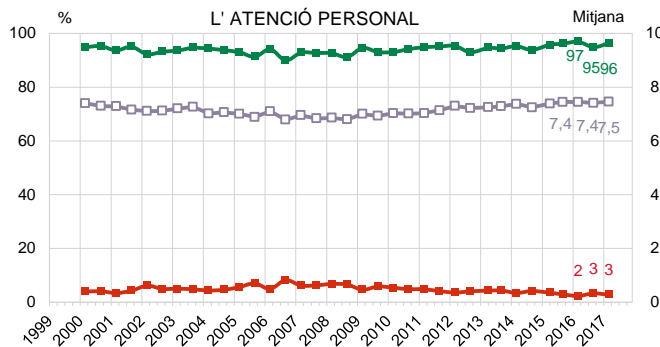
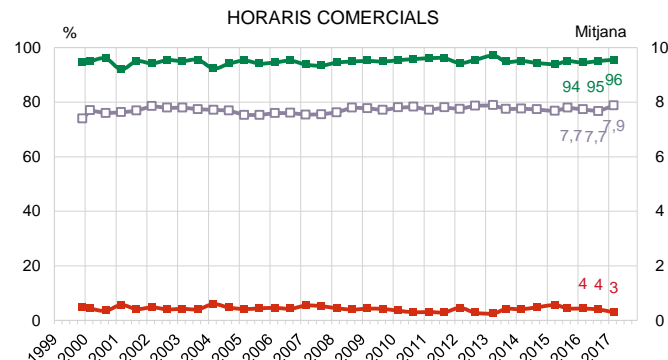
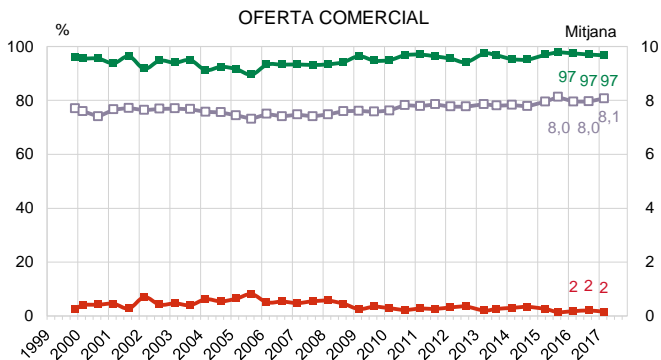
■ Sempre
■ Sovint
■ Algunes vegades

■ 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, diguim el seu grau de satisfacció en una escala de 0 a 10

B Realitzen les compres de casa seva
N 940
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

%	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Març
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	46,1	49,6	50,9	50,4
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	28,7	25,9	27,1	24,8
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	13,3	14,4	11,8	11,5
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	4,9	2,7	4,2	0,7
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	2,4	1,1	1,2	1,6
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	1,0	0,2	0,7	3,3
DEPÉN (DEL LLOC, DEL PERSONAL)	-	-	-	-	-	-	0,2	0,1	-	0,2	-	-	0,1	0,3	0,3	0,2	0,1	0,2	0,1
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	-	0,1	-	0,2	2,5
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	-	0,1
A CAP	-	-	-	-	0,2	-	0,1	-	-	0,1	0,4	-	-	-	-	0,1	-	-	3,5
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	2,6	4,3	4,0	1,6
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)	(917)	(940)

P3

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

B Realitzen les compres de casa seva
N 940



VALORACIÓ D'ASPECTES EN L'ACTE DE COMPRA

COMERÇ A LA CIUTAT

	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Març
% MOLT + BASTANT																			
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	96,1	93,9	94,6	95,8
LA HONRADESA	93,9	26,4	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	22,6	96,0	94,9	95,8
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	97,6	95,2	93,5	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	90,6	87,3	89,2	89,2
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	89,5	88,4	86,0	87,5
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)	(917)	(940)
% 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	75,9	73,0	65,4	71,1
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	61,2	59,8	54,3	60,1
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	62,5	59,7	54,5	56,6
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	50,3	48,6	40,8	40,3
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	40,2	38,4	32,8	35,1
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)	(917)	(940)

P4

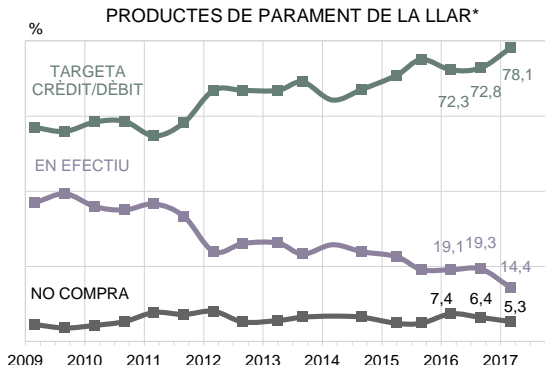
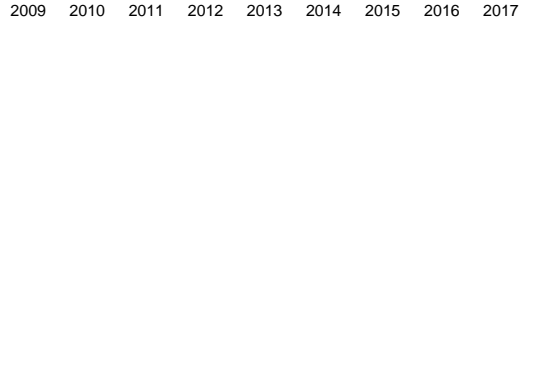
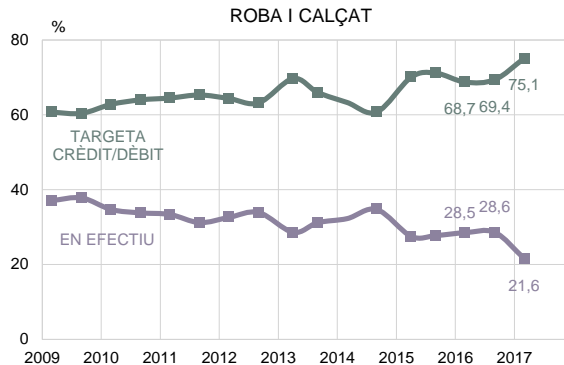
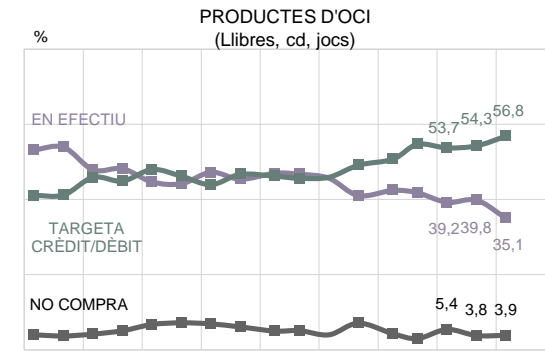
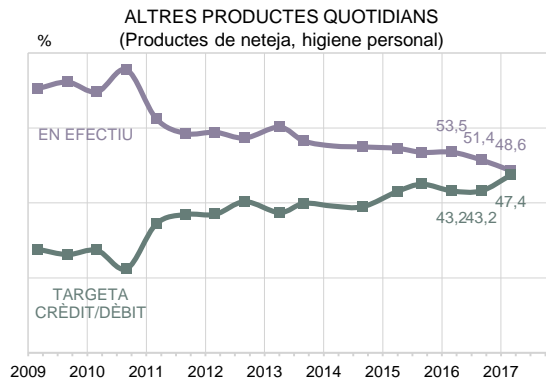
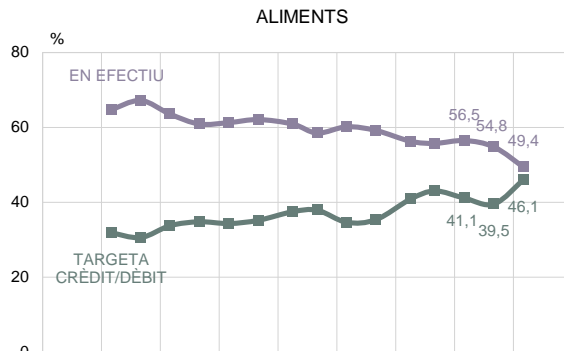
Quan va a comprar, vostè valora molt, bastant, poc o gens els següents aspectes..

B Realitzen les compres de casa seva
N 940



SISTEMA DE PAGAMENT

COMERÇ A LA CIUTAT

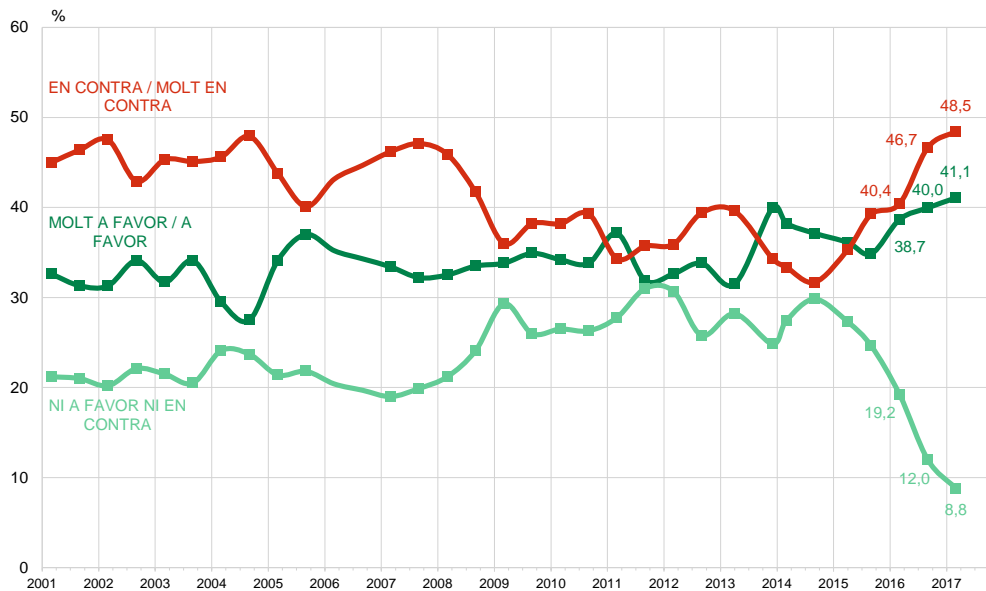


P5 *Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/debit?* N 1003



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?

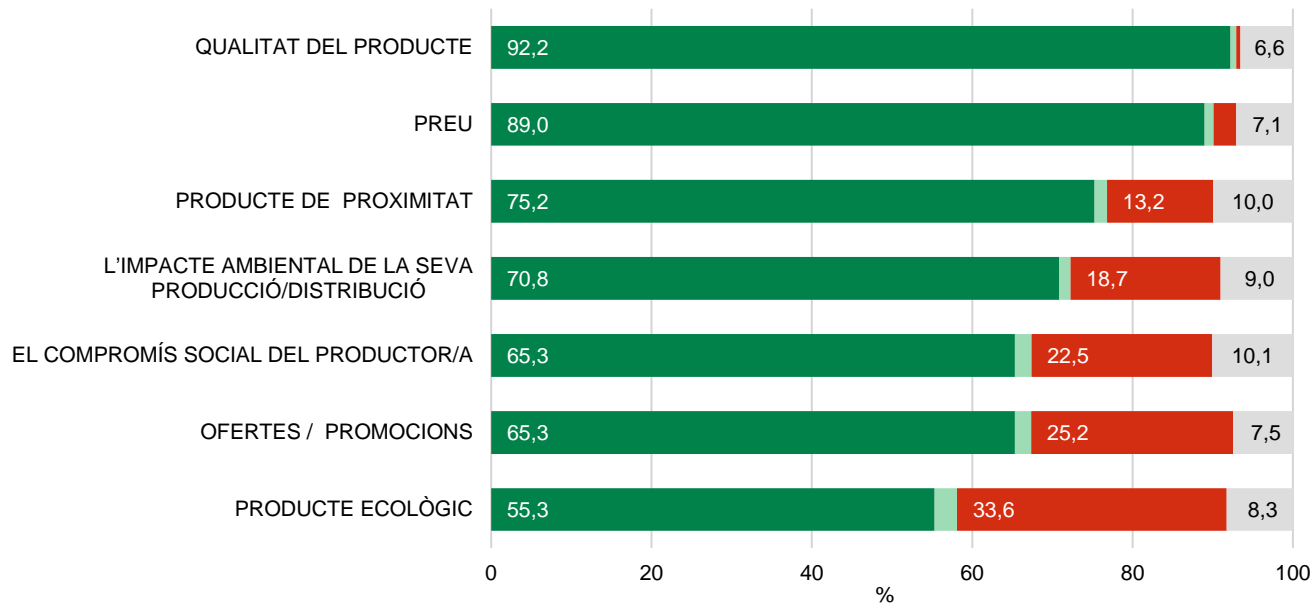
N 1003

* 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".



CRITERIS COMPRA PRODUCTE.IMPORTÀNCIA

COMERÇ A LA CIUTAT



P7

A l'hora de comprar un producte considera aquests criteris molt, bastant poc o gens importants?

N 1003

Molt / Bastant important
Regular

Poc / Gens important
Ns / Nc



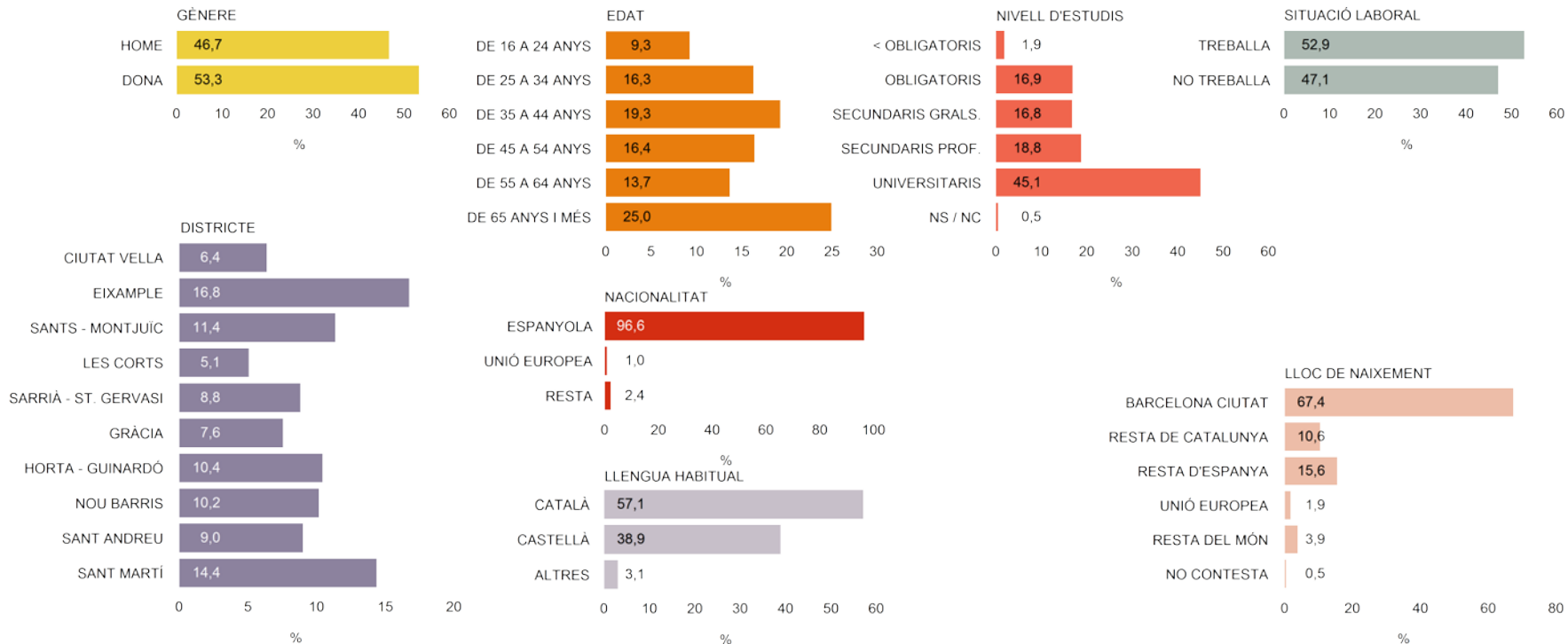
02

Perfil dels entrevistats



DADES PERSONALS

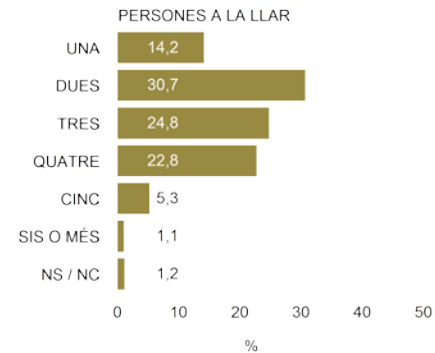
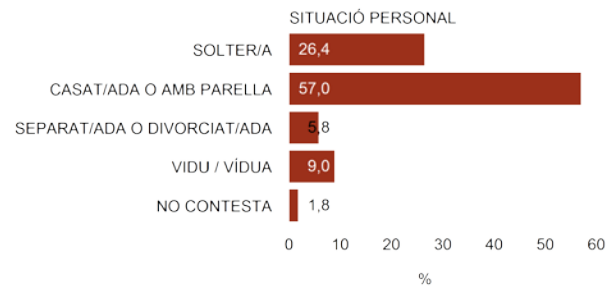
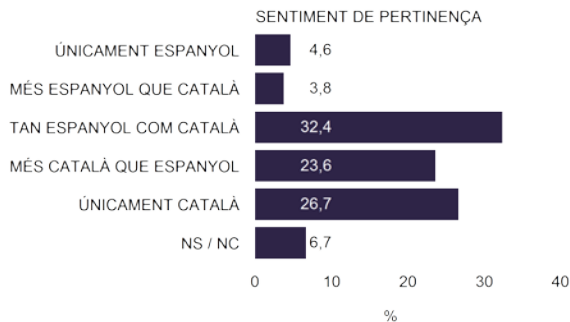
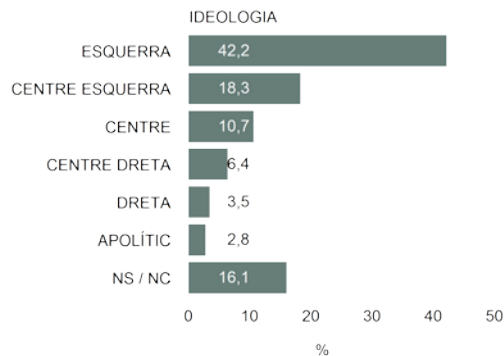
PERFIL DELS ENTREVISTATS





POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

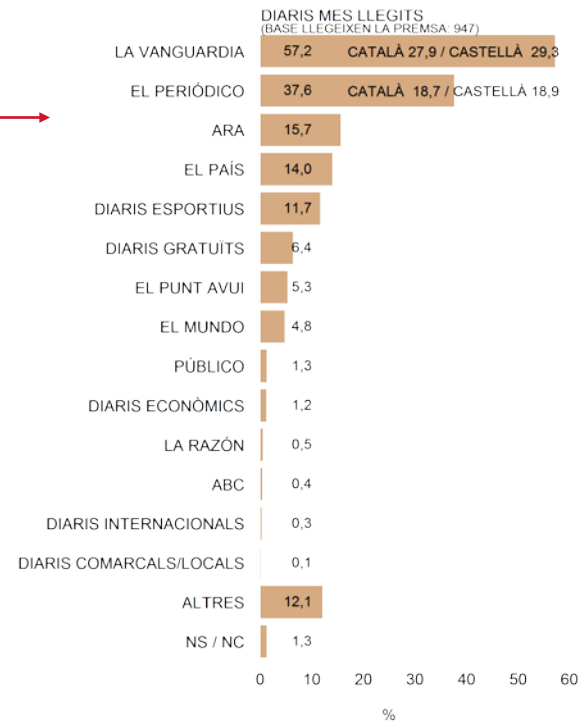
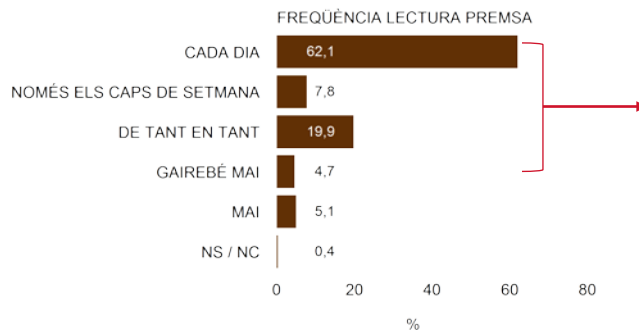
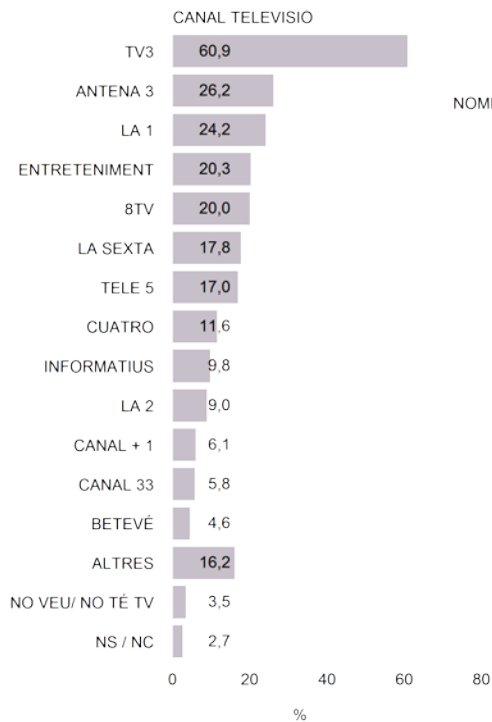
PERFIL DELS ENTREVISTATS





HÀBITS INFORMATIUS

PERFIL DELS ENTREVISTATS





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