

Enquesta Òmnibus Municipal:

Direcció de Comerç

Presentació de Resultats

De l'11 de març al 6 d'abril de 2016



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r16017

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE COMERÇ
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DE L'11 DE MARÇ AL 6 D'ABRIL 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 electrònic, mecànic, 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

1.007 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

De l'11 de març al 6 d'abril de 2016.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Opinometre S.L.

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

La meitat dels veïns/es de Barcelona s'encarrega sempre de la compra a casa seva (50,8%). Tanmateix, el 22,2% ho fa sovint i el 14,3% algunes vegades. En canvi, el 5% hi va poques vegades i el 7,7%, mai o gairebé mai.

La responsabilitat d'encarregar-se de les compres ve molt influenciada pel gènere i l'edat. Mentre el 69,2% de les dones se n'encarrega sempre, només un 29,8% dels homes ho fa. A la vegada, deixant de banda els més joves, només un 1 de cada 3 barcelonins/es d'entre 25 a 34 anys se'n fa càrrec sempre (35,5%) mentre que sí que ho fan 2 de cada 3 dels que tenen 65 anys o més (67,9%).

Evolució: Els resultats d'aquesta onada s'acosten molt als que es van recollir tot just ara fa un any, a l'abril de 2015, després del salt dels que compren sempre al setembre anterior.

GRAU DE SATISFACCIÓ AMB EL COMERÇ

El grau de satisfacció amb els diferents aspectes relacionats amb el comerç de Barcelona -l'oferta, els horaris i el tracte- és molt alt entre els compradors de la ciutat.

L'oferta comercial la valoren 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

Pràcticament la meitat dels entrevistats/es coincideix a assenyalar la botiga del barri com l'establiment on el tracten millor (49,6%). Una quarta part, en canvi, valoren més el tracte que reben en el mercat municipal (25,9%) i el 14,4% el del supermercat.

Evolució: La preferència pel tracte rebut a la

botiga del barri es manté inalterable.

ASPECTES DEL PROCÉS DE COMPRA

La immensa majoria dels consumidors de la ciutat valoren bastant o molt tots els aspectes associats al procés de compra, arribant pràcticament a la unanimitat en la honradesa (96%), la professionalitat (95,2%) i el tracte que reben (93,9%).

Evolució: La consideració com a importants de tots els aspectes del procés de compra ha estat una constant històrica. La honradesa sempre ha estat l'aspecte que més ciutadans/es ha qualificat com a bastant o molt important.



RESUM DE RESULTATS

COMERÇ A LA CIUTAT

SISTEMA DE PAGAMENT

Pels barcelonins/es, és més habitual pagar en efectiu les compres d'aliments i altres productes quotidians. I, en canvi, és més freqüent fer-ho amb targeta de crèdit o dèbit al adquirir roba i calçat, productes de parament de la llar i -tot i que en menor mesura- l'oci i la cultura.

L'ús de la targeta de crèdit/dèbit decreix en els segments més joves – entre 16 i 24 anys- i més grans -64 anys i més- de la població.

Evolució: En aquesta onada s'ha registrat un lleuger retrocés de l'ús de la targeta de crèdit/dèbit en la compra de totes les categories de productes, trencant, per ara, la tendència a incrementar-se en les compres més habituals.

OBERTURA COMERÇOS DIUMENGE

Els veïns/es de la ciutat estan molt dividits en relació a l'obertura de comerços en diumenge: un 40,4% hi està en contra i un 38,7% hi està a

favor, mentre un 19,2% no es posiciona.

Val la pena constatar les diferències d'opinió que es registren segons el districte municipal de residència. Així, mentre un 51,6% dels veïns/es de Sarrià – Sant Gervasi hi està a favor, el 50,7% dels de Sant Andreu, el 48,6% dels de Sants- Montjuïc i el 45,9% dels de Nou Barris hi estan en contra.

Evolució: Es registra un increment de les posicions més confrontades en relació a l'obertura dels comerços en diumenge. Han augmentat els que hi estan a favor i els que hi estan en contra i, conseqüentment, han disminuït els que no hi estan ni a favor ni en contra.

Aquesta és la tercera onada consecutiva que augmenta la proporció de persones que estan en contra de la mesura, En aquesta ocasió, però, també n'augmenten els partidaris, cosa que no succeïa des de finals del 2014.

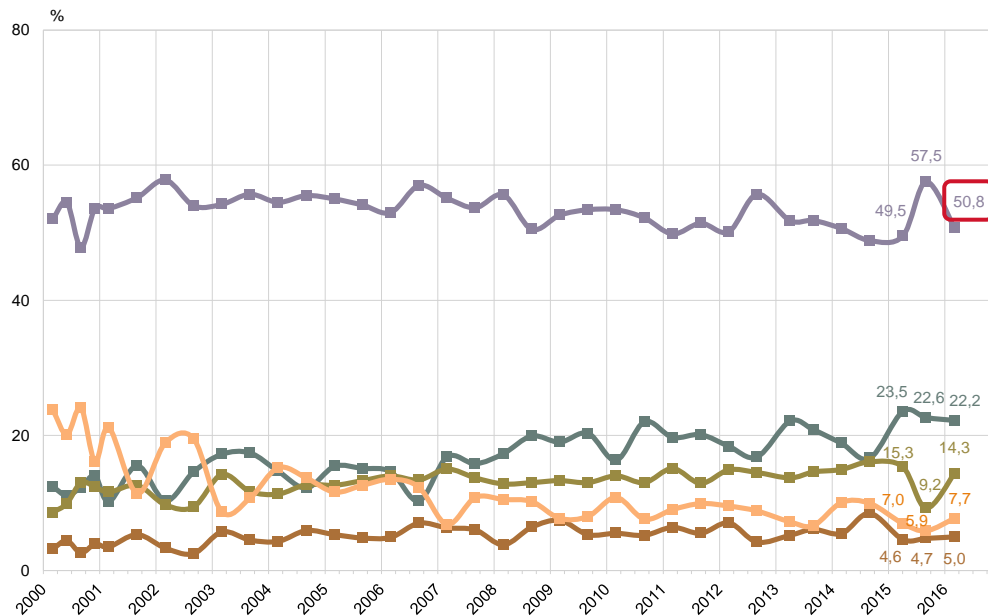


RESPONSABLE DE FER LES COMPRES

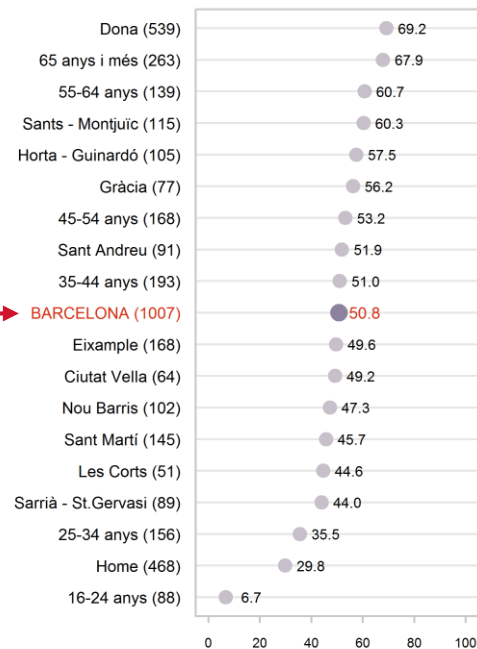
EVOLUCIÓ – CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

COMERÇ A LA CIUTAT

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



P1 Vostè personalment acostuma a realitzar les compres de casa seva? N 1007

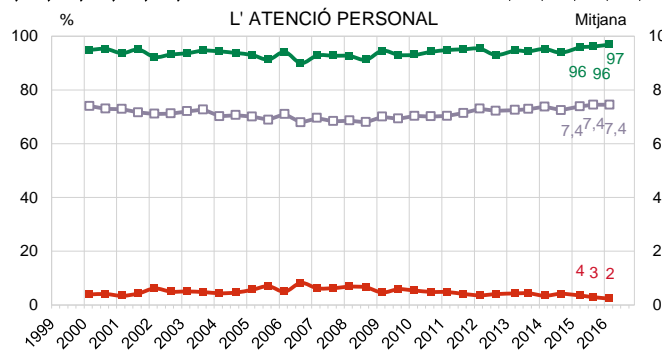
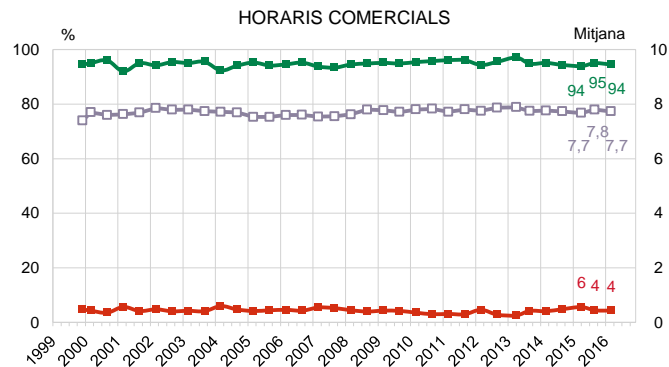
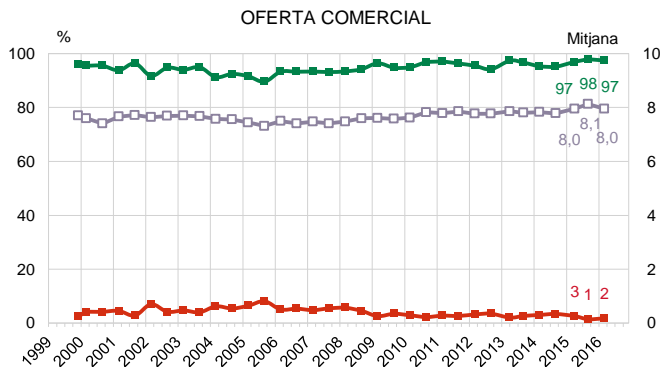
■ Sempre
■ Sovint
■ Algunes vegades

■ Poques vegades
■ Mai o gairebé mai



GRAU DE SATISFACCIÓ

COMERÇ A LA CIUTAT



P2

Dels següents aspectes que li llegiré 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** 929
- 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

%	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març
A LA BOTIGA DE BARRI / BOTIGA ESPECIALITZADA	53,4	54,4	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
AL MERCAT MUNICIPAL	22,2	19,5	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
AL SUPERMERCAT	12,7	14,7	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
ALS CENTRES COMERCIALS	4,3	3,9	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
AL GRAN MAGATZEM	2,5	2,7	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
A L'HIPERMERCAT	1,6	2,2	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
DEPÉN (DEL LLOC, DEL PERSONAL)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2	0,1	-	0,2	-	-	0,1	0,3	0,3	0,2	0,1
ALTRES	1,6	0,6	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	-
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	1,6	2,1	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
N	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)

P3

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

B Realitzen les compres de casa seva
 N 929



VALORACIÓ D'ASPECTES EN L'ACTE DE COMPRA

COMERÇ A LA CIUTAT

	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	
% MOLT I BASTANT																						
LA HONRADESA	95,6	95,8	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	
LA PROFESSIONALITAT	92,7	93,4	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	
EL TRACTE QUE REP	94,6	93,8	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	
LA RAPIDESA	85,1	86,4	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	
L'ASSESSORAMENT DEL PRODUCTE	85,5	84,8	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	
N	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)	

	2006		2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016	
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	
% MOLT																						
LA HONRADESA	69,4	66,5	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	
EL TRACTE QUE REP	58,2	57,1	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	
LA PROFESSIONALITAT	54,6	59,0	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	
L'ASSESSORAMENT DEL PRODUCTE	43,7	45,2	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	
LA RAPIDESA	43,9	43,3	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	
N	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)	

P4

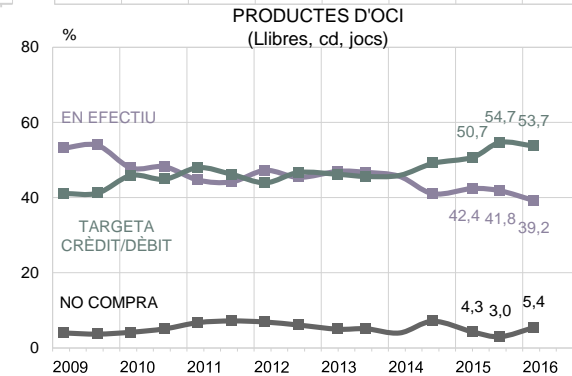
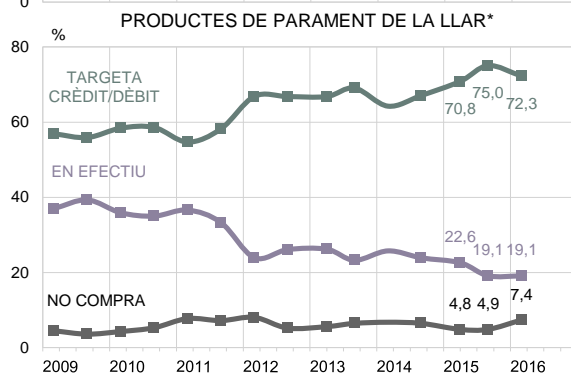
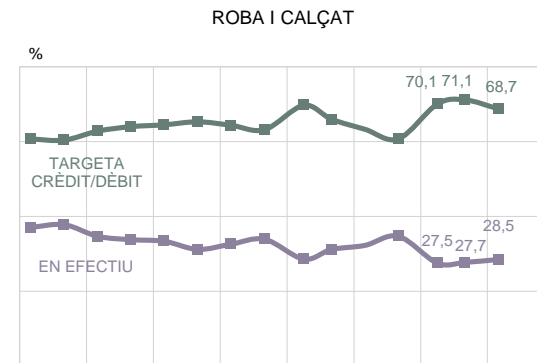
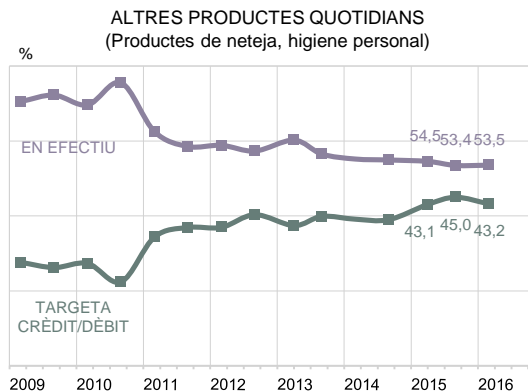
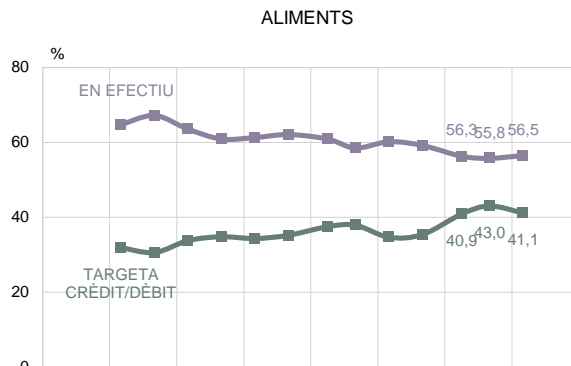
Quan va a comprar, vostè valora molt, bastant, poc o gens els següents aspectes..

B Realitzen les compres de casa seva
N 929



SISTEMA DE PAGAMENT

COMERÇ A LA CIUTAT



P5

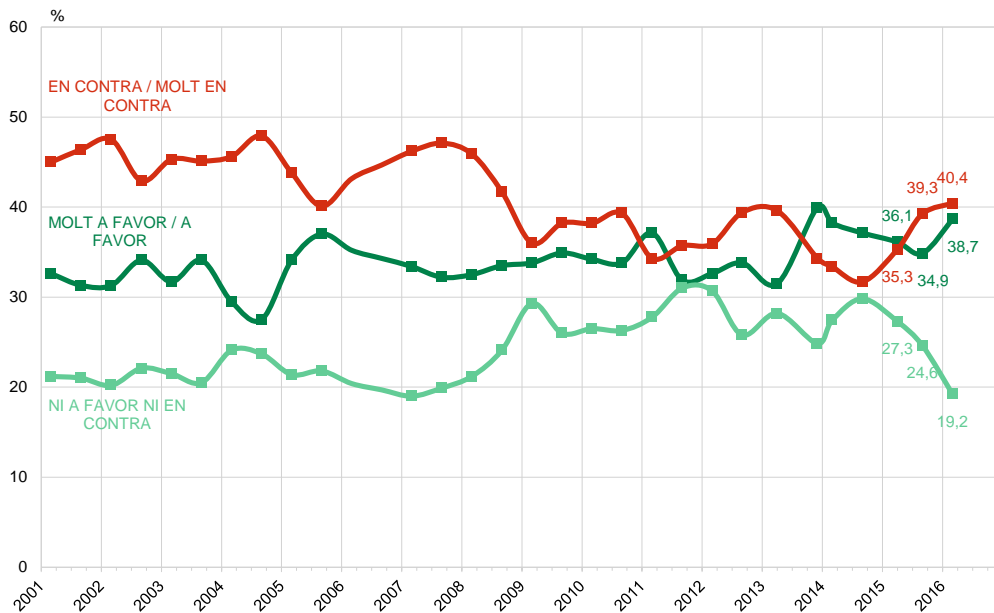
Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/dèbit?

N 1007



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?

■ 1007

* En aquesta onada ni a l'onada de setembre de 2013 no s'ha llegit l'opció de resposta "Ni a favor ni en contra".



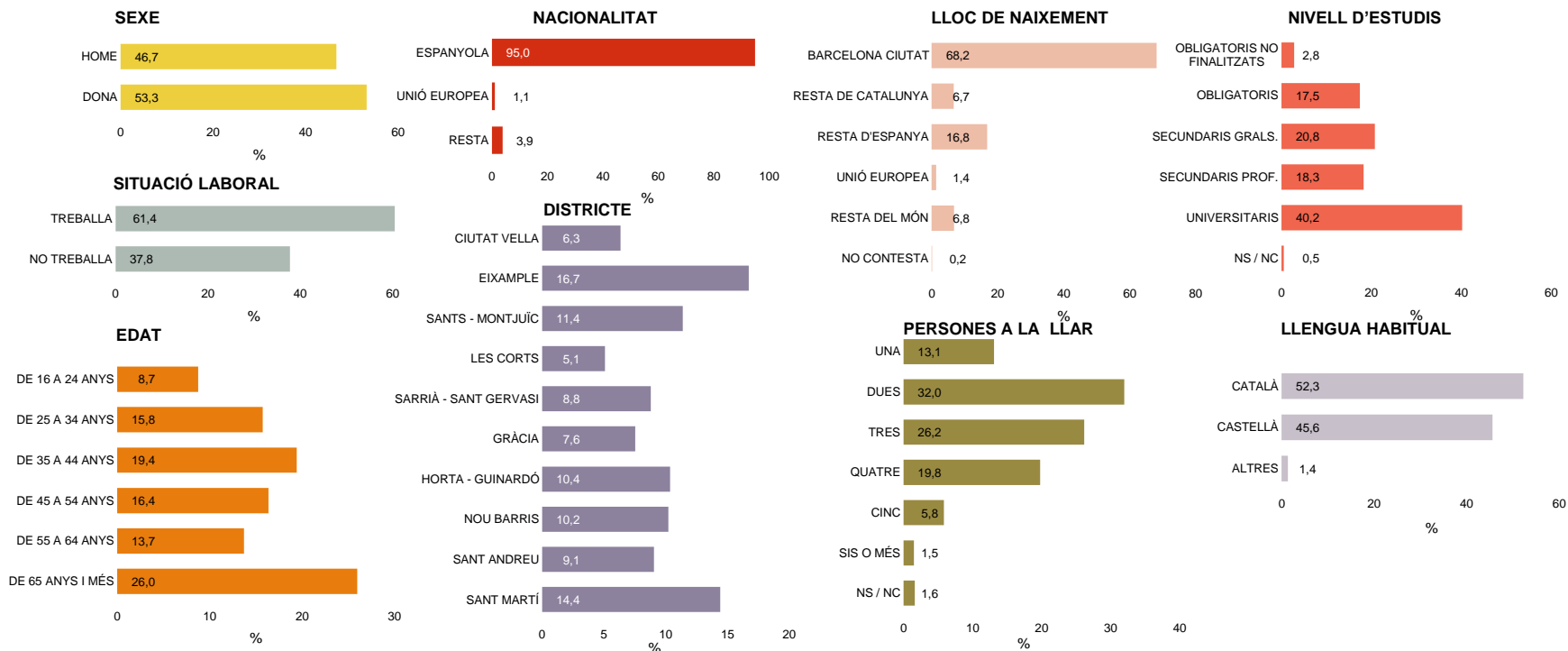
02

Perfil dels entrevistats



DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

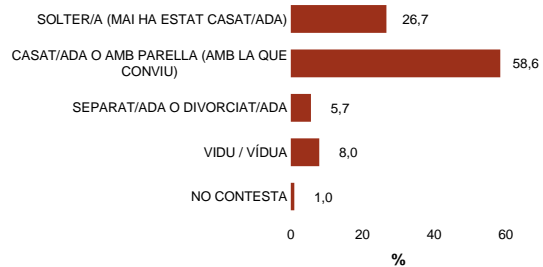




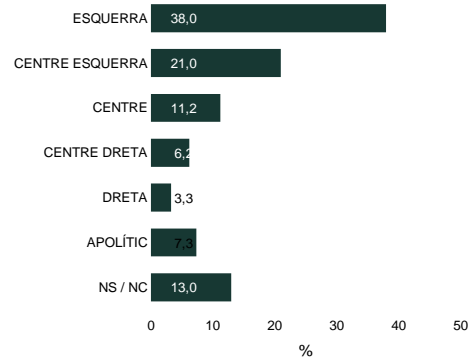
POSICIONAMENT

PERFIL DELS ENTREVISTATS

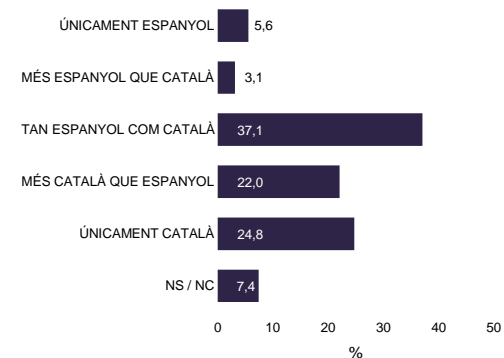
SITUACIÓ PERSONAL



IDEOLOGIA



SENTIMENT DE PERTINÈNCIA

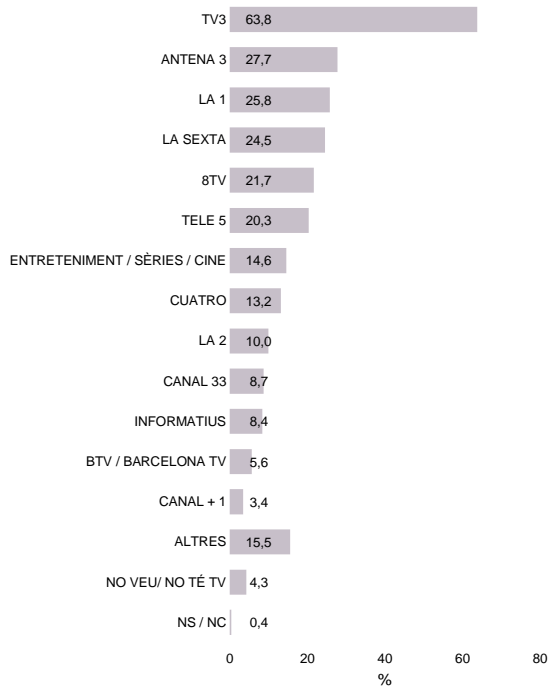




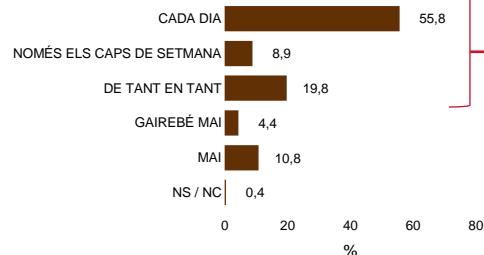
HÀBITS INFORMATIUS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

CANAL TELEVISIÓ

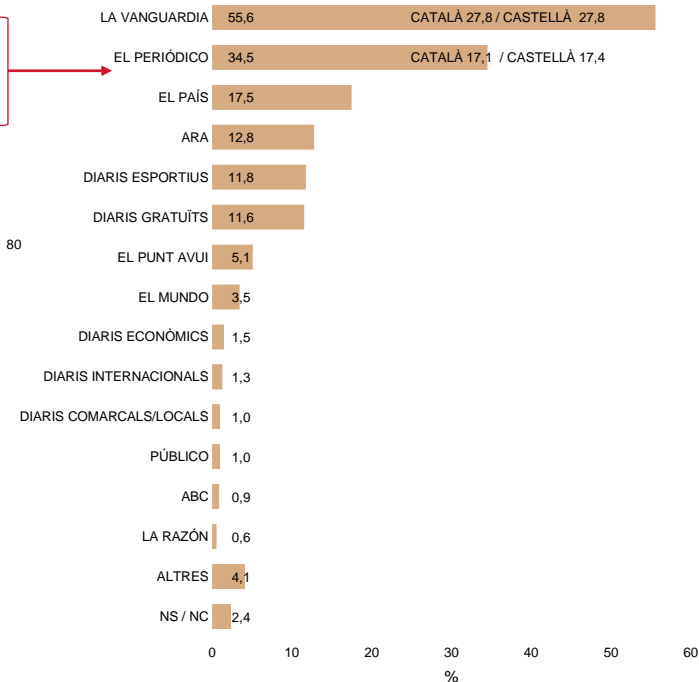


FREQÜÈNCIA LECTURA PREMSA



DIARIS MÉS LLEGITS

(BASE LLEGEIXEN PREMSA: 894)





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**