

Enquesta Òmnibus Municipal:

Direcció de Comerç i Consum

Presentació de Resultats

Del 28 setembre al 19 d'octubre de 2015



Enquesta Òmnibus Municipal – Setembre 2015
Presentació de Resultats – Direcció de Comerç i Consum

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r15033

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 28 DE SETEMBRE AL 19 D'OCTUBRE DE 2015

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.



ÍNDIX

- 003 FITXA TÈCNICA
- 005 COMERÇ I CONSUM
 - 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

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

DATA DE REALITZACIÓ

Del 28 de setembre al 19 d'octubre 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 de SETEMBRE 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 57,5% dels barcelonins/es sempre s'encarrega de la compra de casa seva, el 22,6% ho fa sovint i el 9,2% algunes vegades. Només el 5,9% no ho fa mai o gairebé mai.

El gènere i l'edat són les variables que més influencien en el perfil majoritari dels que compren sempre a casa seva. El 72,3% de les dones se n'encarrega sempre, mentre només ho fa el 40,7% dels homes. I, per altra banda, aquesta tasca també recau, amb percentatges pròxims al 70%, als grups d'edat de més de 45 anys.

En canvi, en aquest aspecte no influeix gaire el districte de residència, amb la única excepció de del de Sarrià – Sant Gervasi, on són comparativament més pocs els que s'encarreguen sempre de la compra de casa seva (45,2%).

Evolució: En aquesta consulta es registra un

augment de les persones que s'encarreguen sempre de la compra de la casa, en detriment sobretot dels que diuen fer-ho alguna vegada o mai.

GRAU DE SATISFACCIÓ AMB EL COMERÇ

El grau de satisfacció amb els diferents components del comerç de la ciutat -l'oferta, els horaris i el tracte- és alt entre pràcticament tots els que s'encarreguen de comprar.

El 97,8% aprova l'oferta, el 96,1% l'atenció personal que rep per part dels comerciants i el 95% els horaris.

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

TIPUS D'ESTABLIMENT

La botiga de barri és on millor se senten tractats quasi la meitat dels entrevistats/es (46,1%). En canvi, un 28,7% valora més el tracte rebut als

mercats municipals i un 13,3% al supermercat.

Evolució: La preferència per la botiga del barri es manté inqüestionable, tot i que en aquesta onada es redueix la diferència que manté amb el mercat municipal (disminueix 10 punts percentuals respecte l'abril).

ASPECTES DEL PROCÉS DE COMPRA

Tots els aspectes que intervenen en el procés de compra tenen molta importància pels consumidors de Barcelona, però sobretot valoren molt la honradesa (98,2% ho valora molt o bastant), el tracte que reben (97,6%) i la professionalitat (96,1%).

Evolució: La consideració dels aspectes relacionats amb la compra també és manté estable, i així i tot s'aprecia petits increments respecte l'anterior onada en pràcticament tots ells.



RESUM DE RESULTATS

COMERÇ I CONSUM

SISTEMA DE PAGAMENT

Més de la meitat de la població paga amb efectiu les compres més comunes i habituals, com els aliments i altres productes quotidians; però en canvi, en més del 70% dels casos utilitza la targeta de crèdit per adquirir productes de més valor i adquisició menys habitual, com la roba i el calçat i el parament de la llar. Per adquirir productes d'oci i cultura, un 54,7% de consumidors també utilitza la targeta de crèdit.

Evolució: Tot i que el pagament en efectiu continua sent majoritari en els productes habituals, la targeta de crèdit tendeix a créixer en les compres de totes les categories de productes.

OBERTURA COMERÇOS DIUMENGE

Hi ha una lleugera majoria oposada a la mesura de l'obertura dels comerços en diumenge (39,3%) en competència molt aferrissada amb els que hi estan a favor (34,9%). Entremig, un de

cada 4 entrevistats/es no s'acaba de posicionar i diu no estar-hi ni a favor ni en contra.

Evolució: S'ha produït un altre canvi de cicle en el que l'oposició a l'obertura dels comerços en diumenge torna a ser majoritària després de dues onades consecutives de creixement. Caldrà confirmar aquesta tendència en les pròximes consultes.

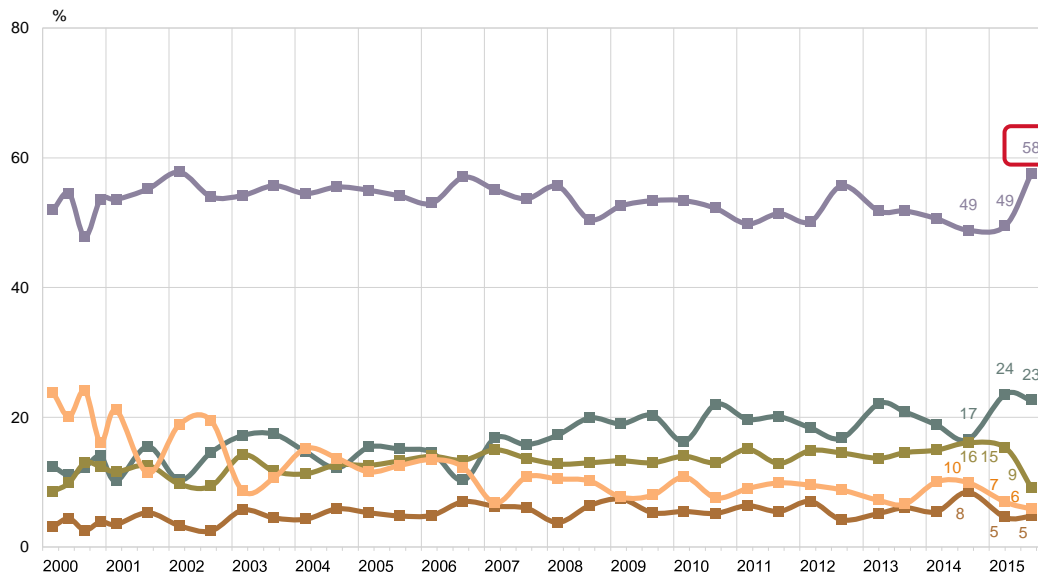


RESPONSABLE DE FER LES COMPRES

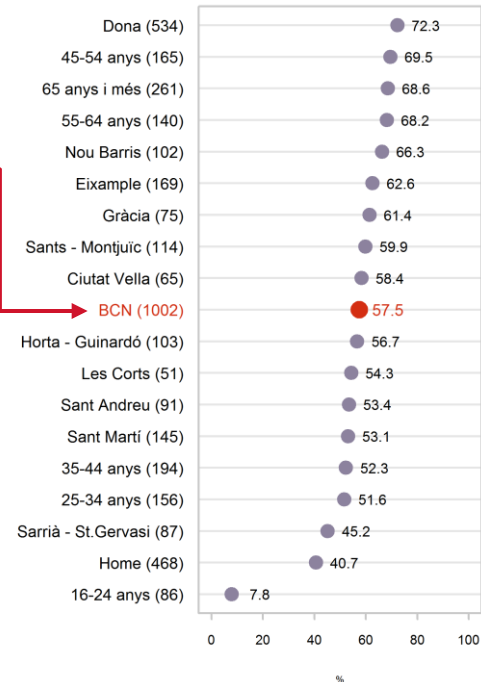
EVOLUCIÓ – CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

COMERÇ I CONSUM

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



P1 Vostè personalment acostuma a realitzar les compres de casa seva? N 1002

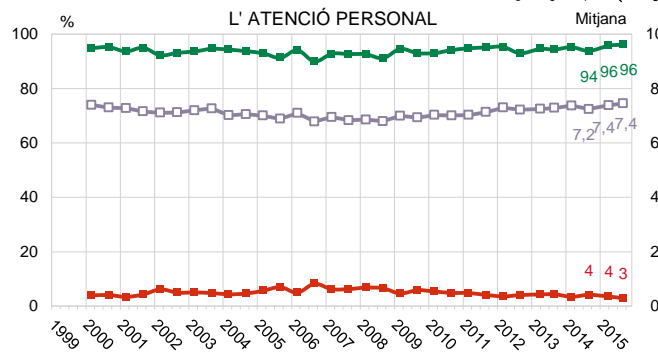
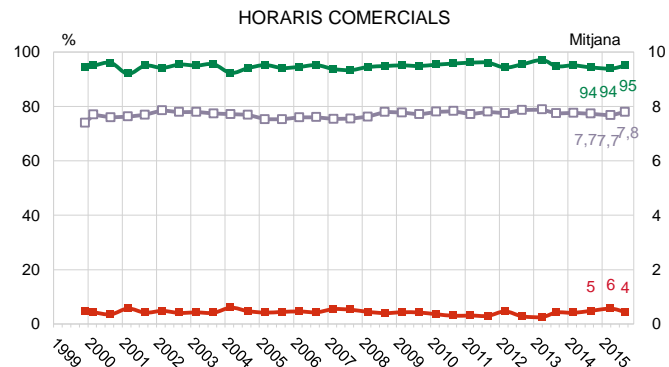
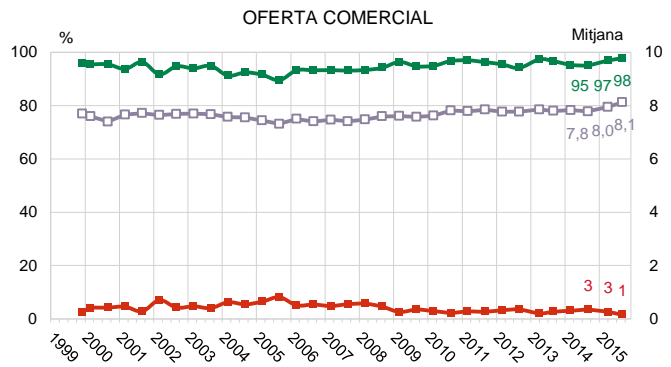
■ Sempre
■ Sovint
■ Algunes vegades

■ Poques vegades
■ Mai o gairebé mai



GRAU DE SATISFACCIÓ

COMERÇ I CONSUM



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 944
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 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	Set.
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
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
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
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
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
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
DEPÉN (DEL LLOC, DEL PERSONAL)	-	-	-	-	-	-	0,2	0,1	-	0,2	-	-	0,1	0,3	0,3	0,2
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
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
A CAP	-	-	-	-	0,2	-	0,1	-	-	0,1	0,4	-	-	-	-	0,1
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
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)

P3

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

B Realitzen les compres de casa seva
N 944

* 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	Set.
% 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	98,2
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
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
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
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
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)
	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Març	Set.	Abril	Set.	Març	Set.	Abril	Set.
% 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
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
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
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
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
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)

P4

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

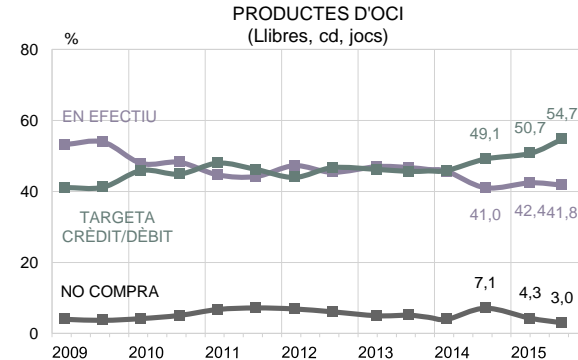
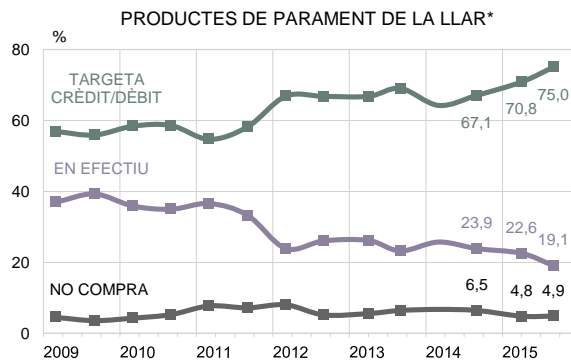
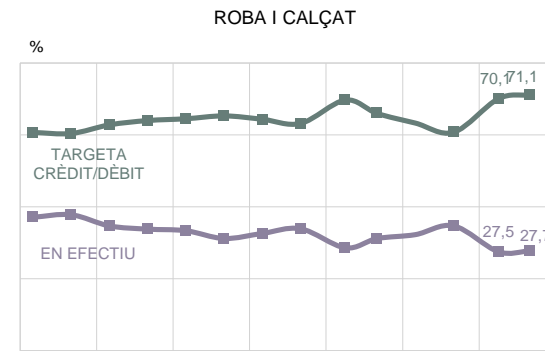
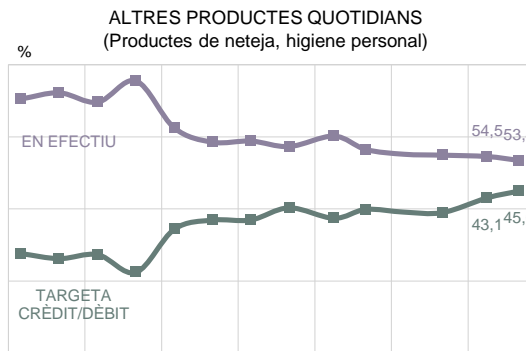
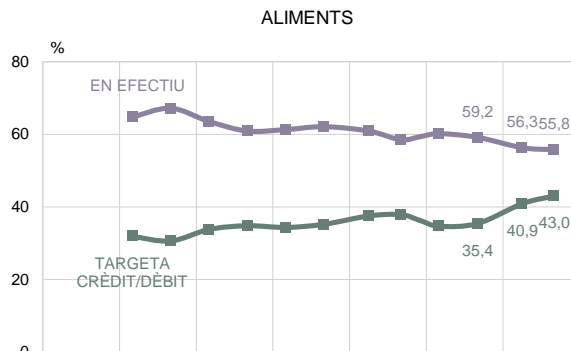
Realitzen les compres de casa seva
 944

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



SISTEMA DE PAGAMENT

COMERÇ I CONSUM



P5

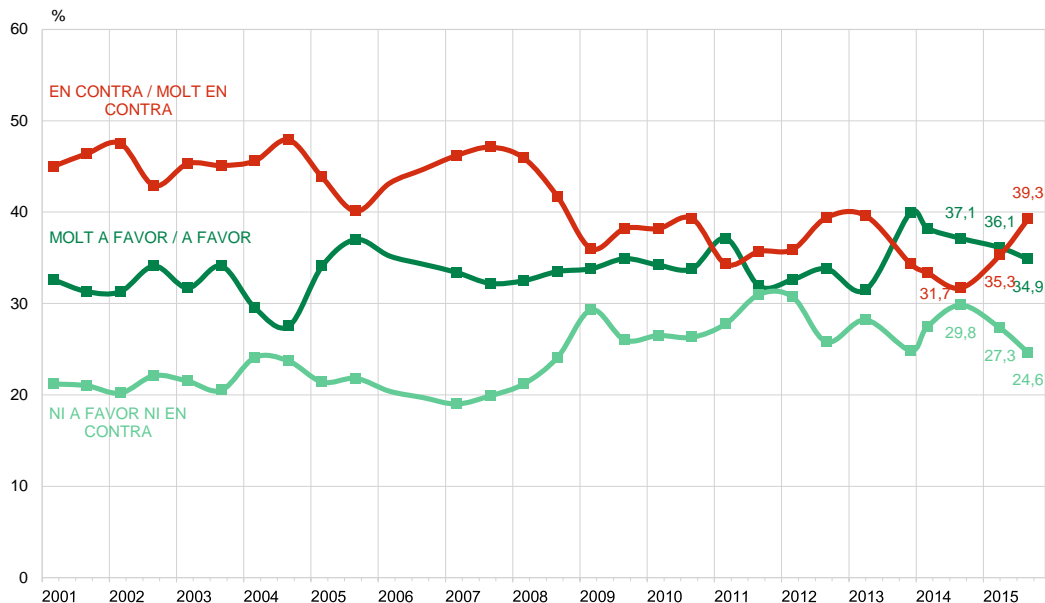
Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/dèbit?

N 1002



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

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



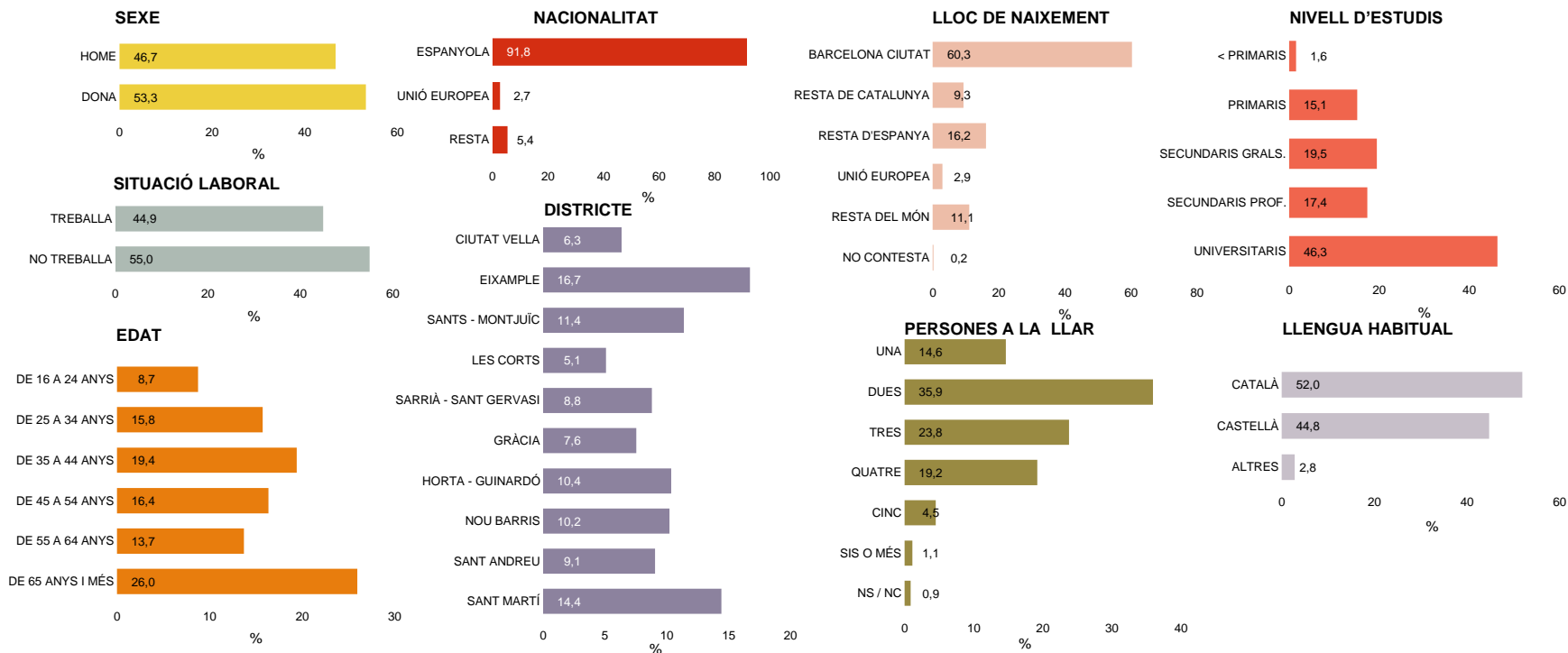
02

Perfil dels entrevistats



DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

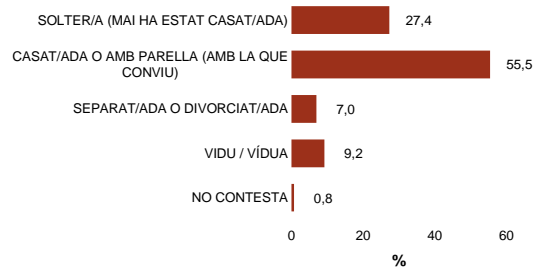




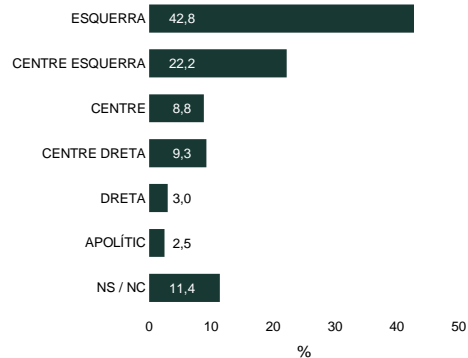
POSICIONAMENT

PERFIL DELS ENTREVISTATS

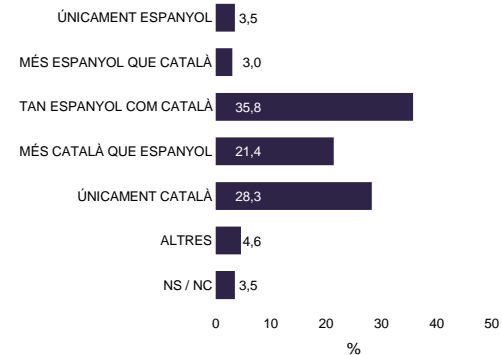
SITUACIÓ PERSONAL



IDEOLOGIA



SENTIMENT DE PERTINÈNCIA

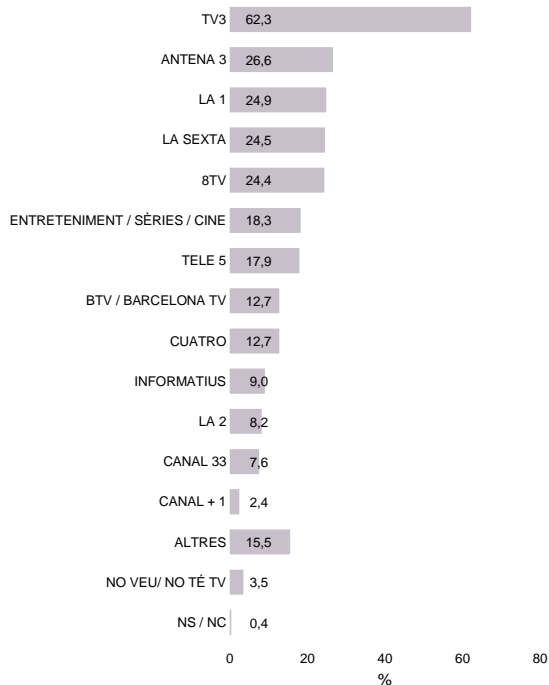




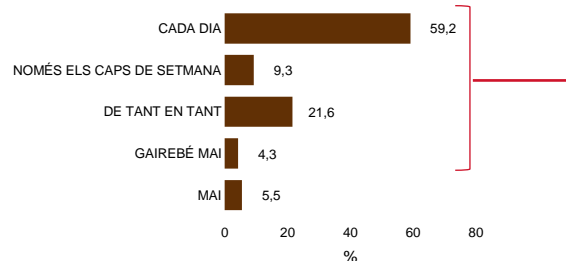
HÀBITS INFORMATIUS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

CANAL TELEVISIÓ

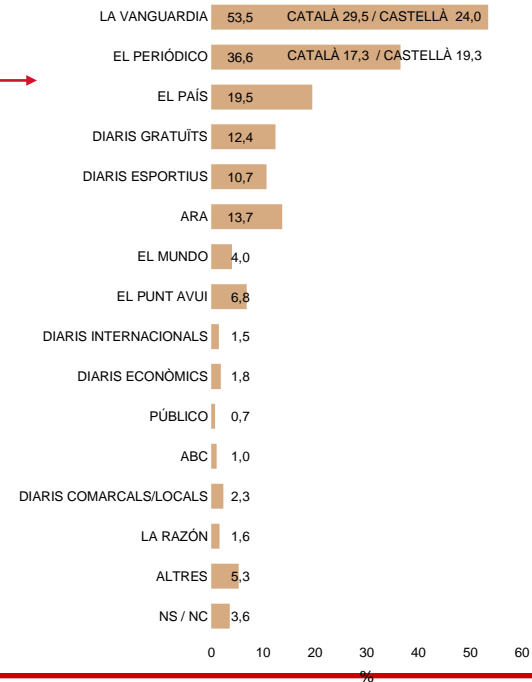


FREQÜÈNCIA LECTURA PREMSA



DIARIS MÉS LLEGITS

(BASE LLEGEIXEN PREMSA: 945)





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**