



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal

Departament de Consum
OMIC

Presentació de Resultats

Del 12 al 26 de juny de 2019

S A
CON

Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r19013



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r19013

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DEPARTAMENT DE CONSUM - OMIC
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 12 AL 26 DE JUNY DE 2019

Departament d'Estudis d'Opinió - Gabinet Tècnic de Programació
Oficina Municipal de Dades

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 ELECTRÒNIC

007 Compra per internet

008 Reclamacions de les compres
per internet

009 L'OFICINA MUNICIPAL D'INFORMACIÓ AL CONSUMIDOR (OMIC)

011 Coneixement de l'OMIC

012 Ús pàgina web de l'OMIC

013 Mitjà prescriptor de l'OMIC

014 Coneixement associacions
privades de consumidors

015 Ús d'altra oficina pública o
associacions privades
d'informació i defensa del
consumidor

016 PERFIL DELS ENTREVISTATS/ADES



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1000 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista personal realitzada amb suport informàtic (CAPI) al carrer.

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

Mostreig aleatori estratificat. Els estrats s'han format per l'encreuament dels deu districtes municipals amb el sexe 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. A més, s'han establert quotes marginals per a persones en situació d'atur en cadascun dels districtes.

AFIXACIÓ

Proporcional a la població segons el Padró municipal d'habitants.

PONDERACIÓ

No és procedent.

ERROR MOSTRAL

Per a un nivell de confiança del 95,5% (2σ), i $P = Q$, l'error és de $\pm 3,2$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

Del 12 al 26 de juny de 2019

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Gesop S.L.



SIGLES

B

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

N

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 electrònic



RESUM DE RESULTATS

COMERÇ ELECTRÒNIC

COMPRA PER INTERNET

Comprar alguna vegada per internet ho han fet 6 de cada 10 ciutadans/es de Barcelona.

És una compra influenciada entre altres factors per l'edat, que es divideix en dos grups. Un que està per sota de la mitjana en el que és situa la població de 55 anys o més. En aquest el segment més distanciat de la mitjana és el de 65 anys o més (22%). La resta es situa per damunt d'aquesta i la màxima proporció es dona en la franja d'edat de 25 a 34 anys (90,5%).

A la vegada els homes (69,7%) hi han comprat una mica més que les dones (63,9%).

De la població que ha comprat alguna vegada per internet, el 88% també ho ha fet durant els darrers dotze mesos.

Evolució: El creixement de la compra per internet al llarg del temps es manté en nivells similars a l'any passat.

RECLAMACIONS DE LES COMPRES PER INTERNET

El 57,4% dels que compren per internet ha hagut de reclamar alguna vegada a causa d'aquestes adquisicions a la xarxa. I a la majoria d'aquests (82,2%), l'empresa a qui li va comprar li va resoldre el problema.

Dels que no ho van resoldre amb l'empresa, un total de 68 persones en aquesta onada, 11 van anar a una oficina d'atenció o defensa del consumidor.

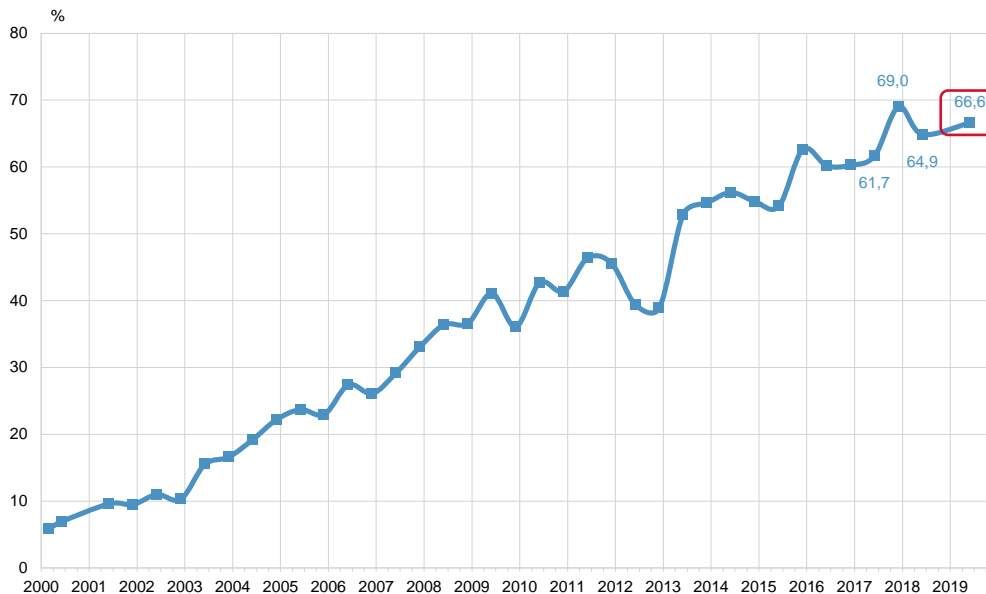
Evolució: Pugen les reclamacions per les compres per internet (25,8 punts) però es manté la resolució per part de l'empresa (5,7p.). Es recorre menys (10,1p.) a les oficines de defensa del consumidor per aquest tipus de compres, tot i ser pocs per considerar-ho significatiu.



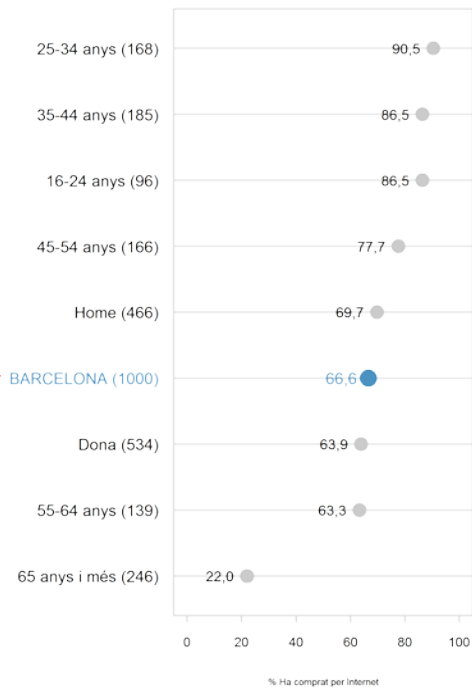
COMPRA PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



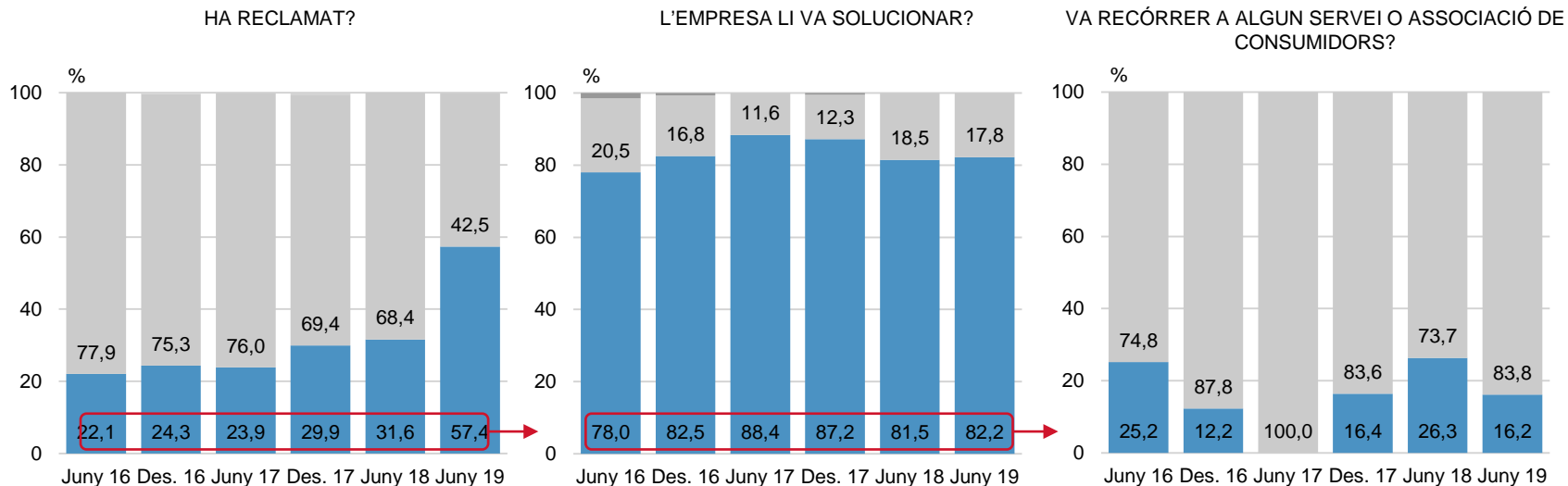
CM_8 Ha comprat alguna vegada per internet?
(comerç electrònic)

N 1000



RECLAMACIONS DE LES COMPRES PER INTERNET

COMERÇ ELECTRÒNIC



CN_10 Ha hagut de reclamar a causa d'alguna de les seves compres per internet? **B** Han comprat per Internet **N** 666

CN_11 L'empresa responsable de la venda li va solucionar el problema? **B** Han hagut de reclamar **N** 382 **Sí** **No** **NC**

CN_12 Va recórrer a algun servei o associació d'atenció o defensa del consumidor? **B** L'empresa no els va solucionar el problema **N** 68



02

Oficina Municipal d'Informació al Consumidor (OMIC)



RESUM DE RESULTATS

OMIC

CONEIXEMENT DE L'OMIC

El 24,5% dels/les barcelonins/es diu conèixer l'OMIC. És més coneguda entre els 45 i 54 anys i els 65 anys i més (31,9% i 31,3% respectivament) i ho és amb la menor proporció entre els més joves, entre els de 16 a 24 anys (7,3%) i dels 25 als 34 anys (16,7%).

De les persones que coneixen l'OMIC un 12,2% ha utilitzat la seva pàgina web, principalment també en el tram del 45 als 54 anys (22,6%).

La informació procedent d'amics i familiars continua sent la principal forma de conèixer l'OMIC i la seva pàgina web (40,7%), segueix internet en general (14,3%), i per la televisió i la ràdio (11,8%).

Evolució: La notorietat de l'OMIC puja 6,7 punts en aquesta onada comparat a fa un any i supera el 20,5% (màxim de finals de 2017).

CONEIXEMENT D'ALGUNA ASSOCIACIÓ PRIVADA DE CONSUMIDORS

El 29,8% dels/les barcelonins/es coneix alguna associació privada de consumidors.

Més conegudes pels homes (34,5%) que per les dones (25,7%). El grup d'edat que més en coneix és el de 45 a 54 anys (42,3%). Té la menor proporció el grup de 16 a 24 anys (7,3%), seguit a distància pel de 65 i més (19,9%).

Evolució: El nivell de coneixement puja 4,2 punts en comparació al juny 2018.

ÚS D'OFICINES D'INFORMACIÓ I DEFENSA DE CONSUMIDORS

El 14% dels/les entrevistats/es ha utilitzat alguna altra associació privada o oficina pública de informació i defensa del consumidor.

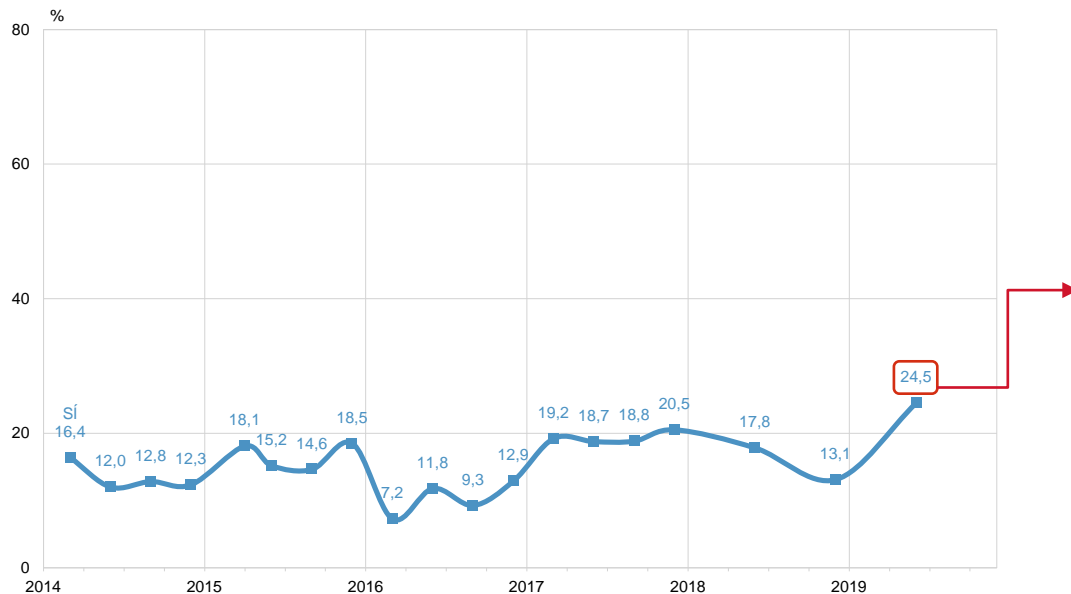


CONeixEMENT DE L'OMIC

EVOLUCIÓ – CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

OMIC

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



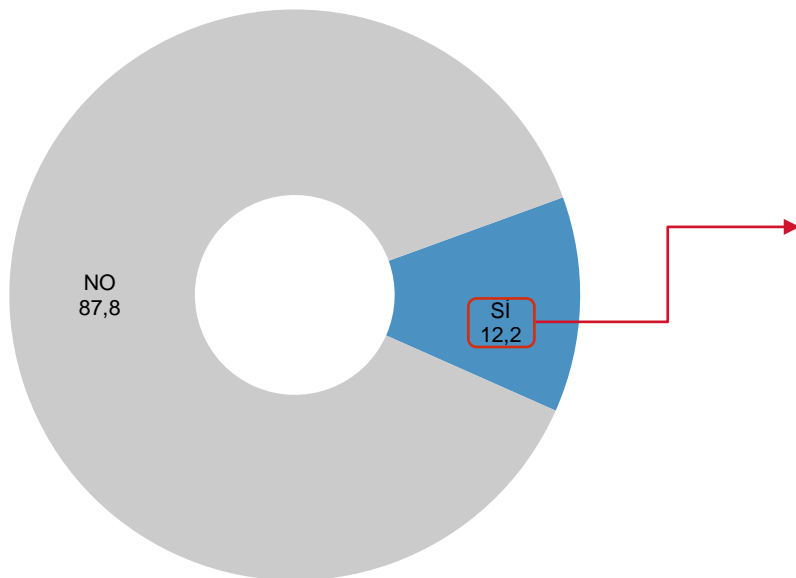
CN_2 Vostè coneix l'OMIC, és a dir, l'oficina municipal d'informació al consumidor?

N 1000

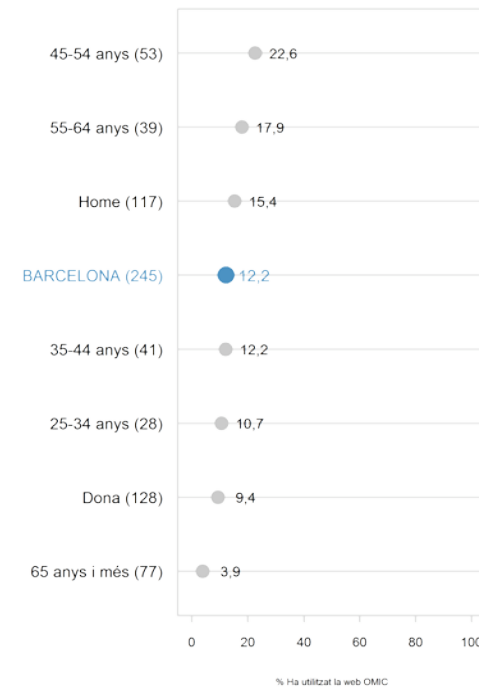


ÚS DE LA PÀGINA WEB DE L'OMIC

OMIC



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



CN_2B Vosté ha utilitzat la pàgina web de l'Omic
(oficina municipal d'informació a les persones
consumidores)?

Coneixen l'OMIC
 N 245



MITJÀ PRESCRIPTOR OMIC

OMIC

%	2014				2015				2016				2017				2018		2019	
	Març	Juny	Set	Des	Abril	Juny	Set	Des	Març	Juny	Set	Des	Març	Juny	Set	Des	Juny	Des	Juny	
M'HO HAN DIT	37,6	33,1	36,6	21,3	34,5	30,9	27,8	37,7	38,0	30,0	31,9	29,2	28,1	31,0	28,1	33,7	36,5	26,7	40,0	
INTERNET (EN GENERAL)	17,0	8,9	9,2	8,9	14,4	7,6	10,8	15,1	18,1	9,3	18,3	15,2	10,5	7,8	19,2	16,3	13,5	18,3	14,3	
TELEVISIÓ I RÀDIO	9,6	7,3	6,9	12,2	20,8	14,9	8,1	24,8	9,8	7,7	7,8	12,4	14,5	17,0	10,7	11,8	11,8	14,5	11,8	
PER MOTIUS LABORALS	-	3,4	9,1	10,4	4,3	7,5	5,5	4,3	7,0	8,4	6,7	9,3	10,0	7,7	10,8	8,8	5,1	11,5	9,4	
PREMSA (DIARIS)	11,2	6,7	4,8	11,3	16,3	13,4	11,0	13,3	14,1	2,6	10,8	7,9	9,9	13,6	8,1	7,3	9,6	8,4	5,7	
FULLETS / PUBLICITAT	3,5	3,9	3,7		1,0	2,1	5,6	3,2	5,2	5,2	7,7	3,8	1,6	2,0	1,1	2,5	1,7	3,8	4,9	
WEB MUNICIPAL	1,2	4,2	0,8		2,2	2,6	2,1	2,6	5,5	7,7	5,3	6,2	0,9	3,7	4,3	4,0	5,6	6,1	4,5	
AJUNTAMENT EN GENERAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	2,2	3,1	4,1	
VIU APROP, PASSA PEL DAVANT	-	5,6	4,6	5,5	1,5	1,9	4,2	3,8	6,7	17,2	4,2	7,1	5,3	8,2	4,3	4,8	5,1	6,1	3,3	
TELÈFON 010	4,4	2,4	1,6	2,4	0,5		0,7	0,6	1,4	2,7		0,8	0,6	0,5	0,5	2,5	1,1	2,3	0,4	
ALTRES INTERNET	-	-	-	-	-	-	3,4	2,7					2,6	0,5		0,5	0,6	-	0,4	
ALTRES	8,9	4,5	5,3	10,6	9,8	7,8	9,3	8,2	2,6	1,7	3,3	4,7	2,1	3,2	2,6		2,8	3,1	2,9	
NS / NC	14,4	19,2	19,1	22,9	16,1	23,7	21,1	4,2	4,0	10,9	8,5	7,1	19,7	15,3	16,1	11,7	11,2	4,6	9,0	
N	(166)	(123)	(131)	(125)	(189)	(153)	(147)	(186)	(73)	(117)	(92)	(128)	(192)	(192)	(187)	(206)	(178)	(131)	(245)	

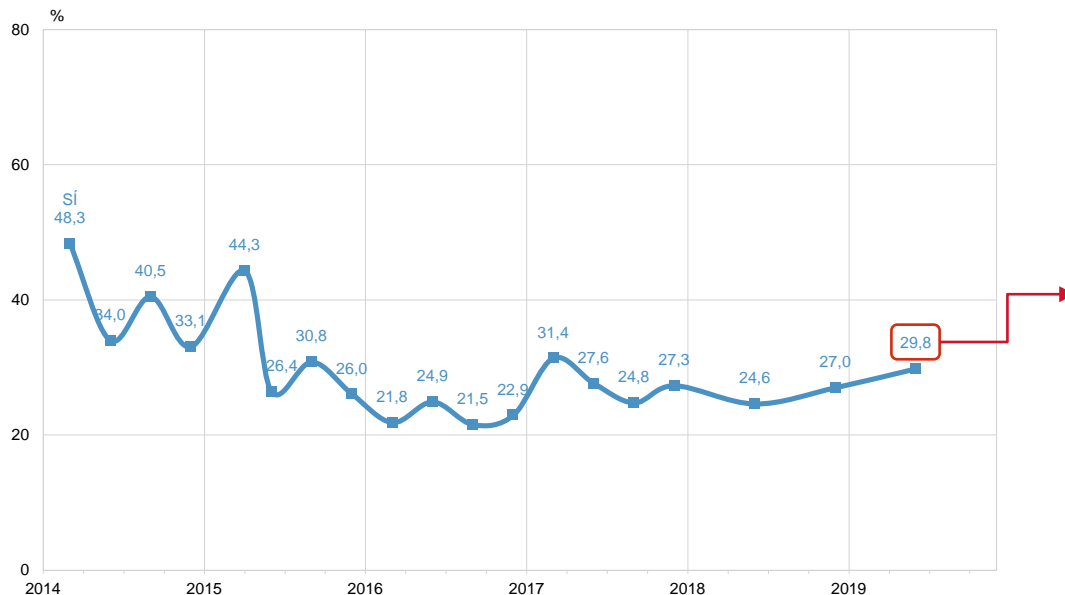


CONEIXEMENT ASSOCIACIONS PRIVADES DE CONSUMIDORS

EVOLUCIÓ – CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

OMIC

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



% Coneix associació privada de consumidors

CN_4 Coneix alguna associació privada de consumidors?

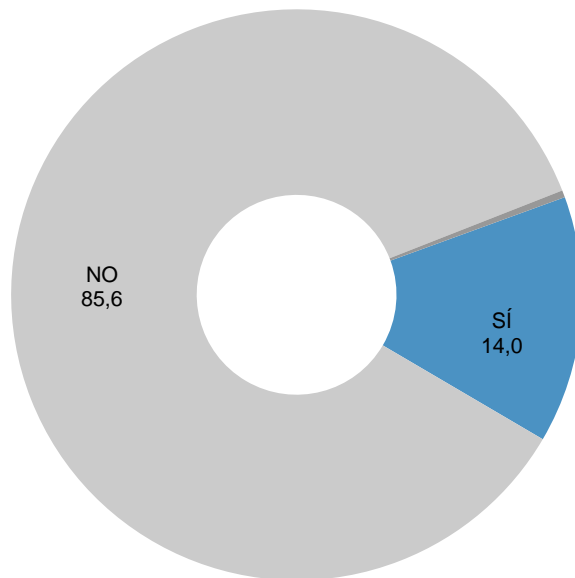
N 1000

El juny de 2015 es va variar lleugerament l'enunciat de la pregunta. Fins aleshores es preguntava: "Coneix alguna associació o institució de defensa dels drets del consumidor?"



ÚS D'ALTRA OFICINA PÚBLICA O ASSOCIACIÓ PRIVADA DE INFORMACIÓ I DEFENSA DELS CONSUMIDORS

OMIC



CN_5 Ha utilitzat en alguna ocasió altra oficina pública o associació privada de informació i defensa del consumidor?

N 1000



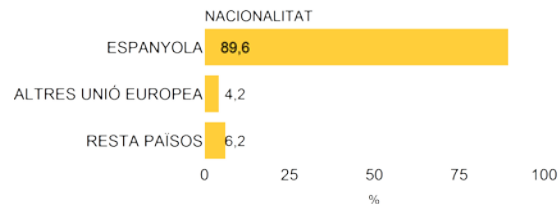
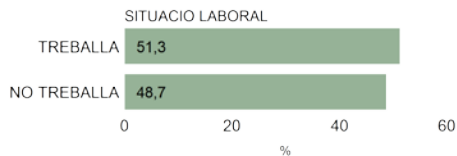
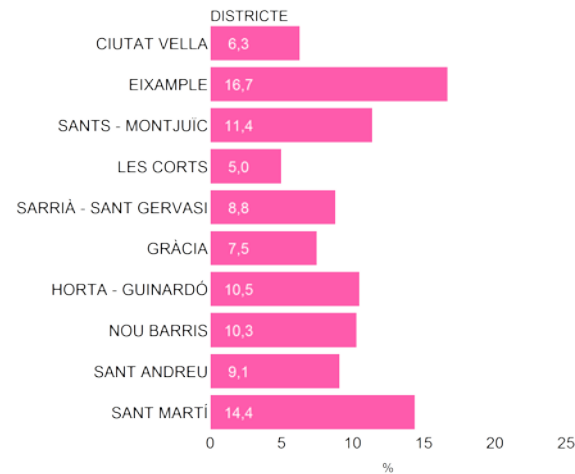
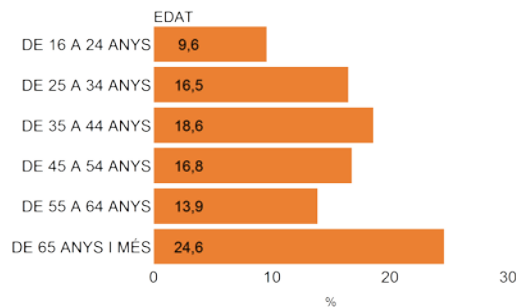
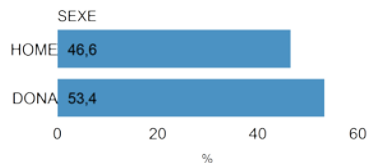
03

Perfil dels entrevistats/ades



QUOTES

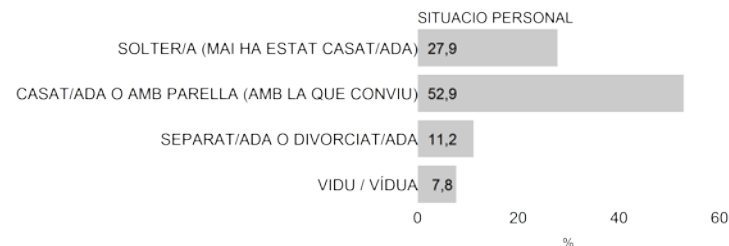
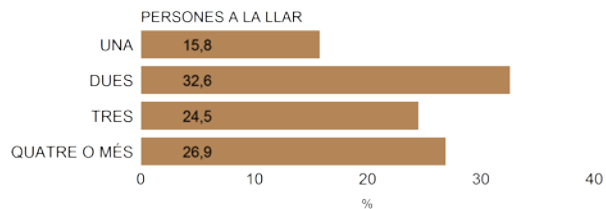
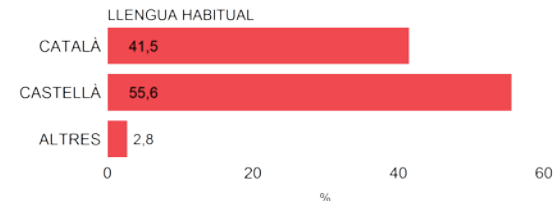
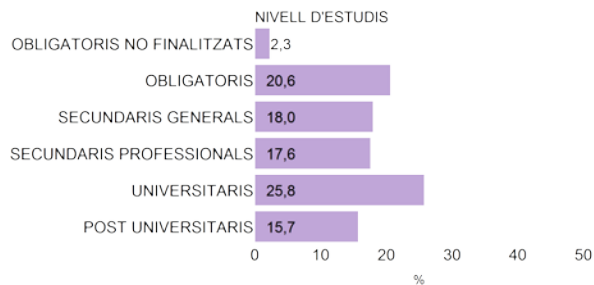
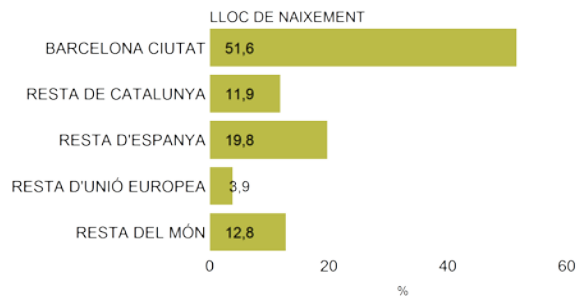
PERFIL DELS ENTREVISTATS





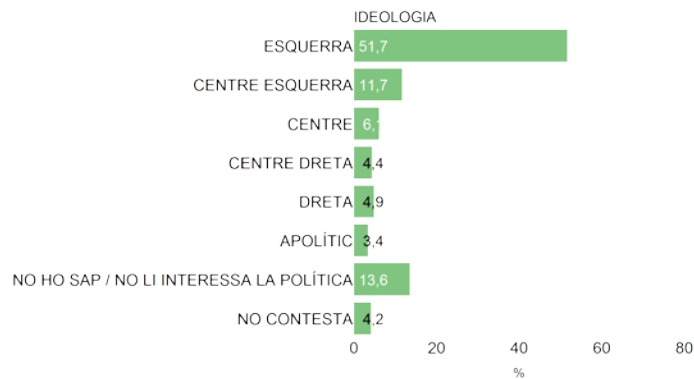
POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

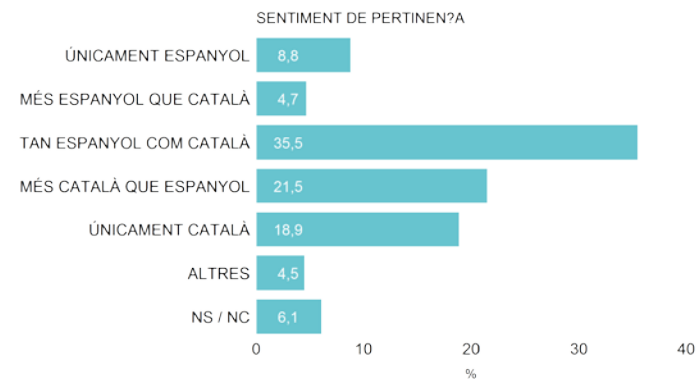




DADES PERSONALS



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**

