



Ajuntament  
de Barcelona

# Enquesta Òmnibus Municipal: Direcció de Comerç

**Presentació de Resultats**

**Del 27 de setembre al 30 d'octubre de 2017**



Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r17038



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r17038

**ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL**  
**DIRECCIÓ DE COMERÇ**  
**PRESENTACIÓ DE RESULTATS**  
DEL 27 DE SETEMBRE AL 30 D'OCTUBRE 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

999 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 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.

### 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% ( $2\sigma$ ), i  $P = Q$ , l'error és de  $\pm 3,2$  per al conjunt de la mostra.

### DATA DE REALITZACIÓ

Del 27 de setembre al 30 d'octubre de 2017.

### EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Apolda S.L.



## SIGLES

**E**

**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 a la ciutat



## RESUM DE RESULTATS

## COMERÇ A LA CIUTAT

### ENCARREGAT DE LA COMPRA

El 51,9% de les persones enquestades realitza sempre les compres de casa seva; les fan sovint el 20,4% i algunes vegades el 14,7%. En canvi, el 5,1% ho fa poques vegades i el 7,8%, 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 (68,1%), mentre que els homes ho fan el 33,2%. Aquesta compra la realitzen principalment les persones de 65 i més anys (66,8%) seguit per les de 55 a 64 anys (65%). La menor proporció correspon als més joves (16-24 anys) amb el 7,5%, seguit a distància pel tram d'edat de 24-34 anys amb el 41,2%.

**Evolució:** Les diferències respecte el març de 2017 mostren una lleugera reversió de la tendència al repartiment de les compres. Així puja el percentatge de compres realitzades

sempre per la mateixa persona (5,3 punts) majoritàriament dona (68,1%) i també baixen (6,3 p.) les que les realitzen “algunes / poques vegades”, i les que afirmen que “mai / gairebé mai”, pugen per la seva banda 1,8 punts.

### GRAU DE SATISFACCIÓ AMB EL COMERÇ

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

L'oferta comercial es puntua amb un 8,2 sobre 10, els horaris amb un 8 i el tracte personal amb un 7,6.

**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 l'atenen millor (53,7%).

Un 19,9% se sent més ben atès al mercat municipal, mentre que l'13,4% al supermercat.

**Evolució:** En relació a l'anterior onada puja la botiga de barri (3,3 punts) i baixa el mercat municipal (4,9 p.) mentre que el supermercat puja lleugerament (1,9 p.).

### ASPECTES DEL PROCÉS DE COMPRA

Tots els aspectes associats al procés de compra són molt/bastant importants pels consumidors, però ho són molt, principalment, l'honradesa (69,6%), el tracte (59,7%) i la professionalitat (56,8%).

**Evolució:** A l'hora de valorar 5 aspectes (honradesa, professionalitat, tracte, assessorament i rapidesa) quan es va a comprar, l'honradesa, continua com la més important. El tracte i la professionalitat 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 (50,6% vs. 45,8%), mentre que a altres productes quotidians és pràcticament igual (47,7% vs. 48,4%), situant-se la targeta per primer cop damunt de l'efectiu en la sèrie temporal. Finalment la targeta de crèdit s'utilitza en major proporció per a la resta, com l'oci i la cultura (54,6%), la roba i el calçat (71,9%) i el parament de la llar (71%).

**Evolució:** S'estabilitzen les proporcions de la tendència de realitzar més pagaments amb targeta de crèdit/dèbit amb lleugers decrements que frenen la tendència alcista. En els productes de consum quotidià el pagament en efectiu es manté lleugerament per sobre.

### OBERTURA COMERÇOS DIUMENGE

Un 45,4% dels veïns/es de Barcelona està en contra de l'obertura dels comerços en diumenge mentre un 42,7% hi està a favor.

**Evolució:** La quantitat de persones que està en contra de l'obertura comercial en diumenges baixa del 48,5% al 45,4% respecte l'onada anterior. Els que hi estan a favor, pugen gradualment des de setembre del 2015 i en aquesta onada 1,6 punts. El posicionament dels que no estaven ni a favor / ni en contra, puja el seu percentatge fins al 10,8%.

### CRITERIS COMPRA PRODUCTE

El principals criteris en importància l'hora de comprar un producte son la qualitat (90,4%), i el preu (82,5%). El criteri amb menor importància relativa, és que el producte sigui ecològic (61,9%).



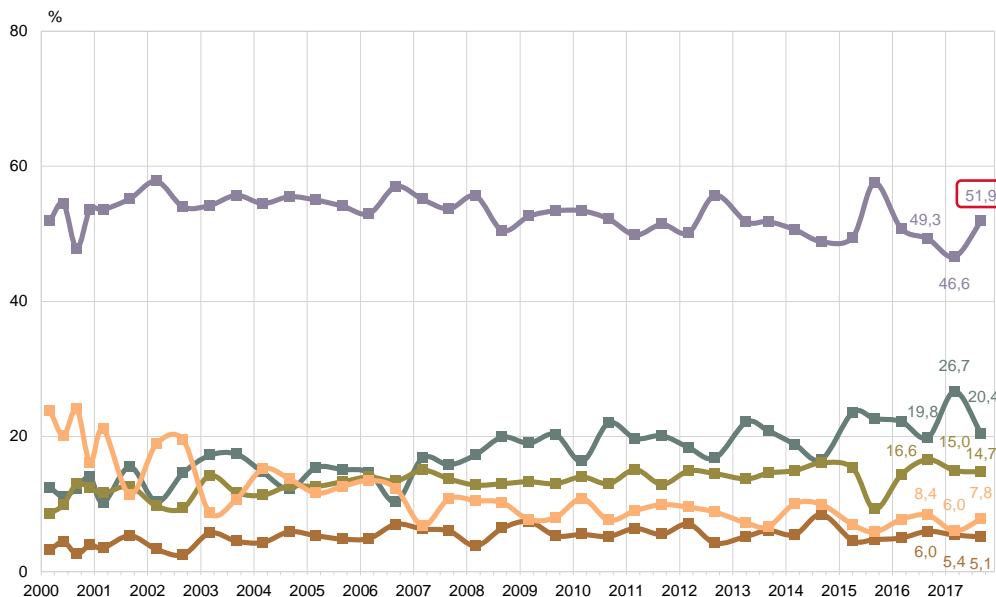


# RESPONSABLE DE FER LES COMPRES

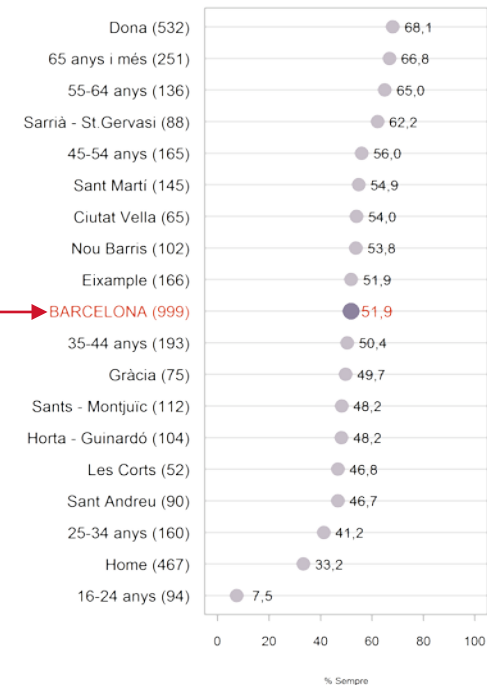
## EVOLUCIÓ – CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES

COMERÇ A LA CIUTAT

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



P1 *Vostè personalment acostuma a realitzar les compres de casa seva?* N 999

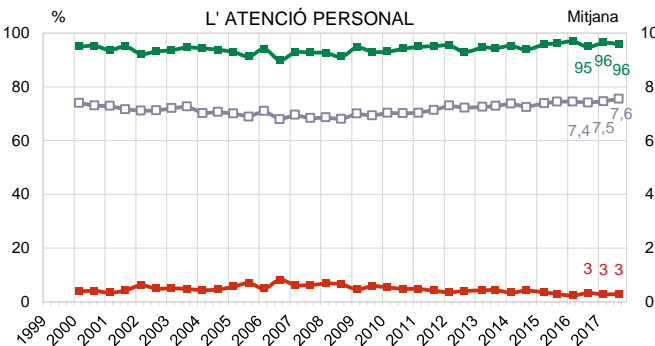
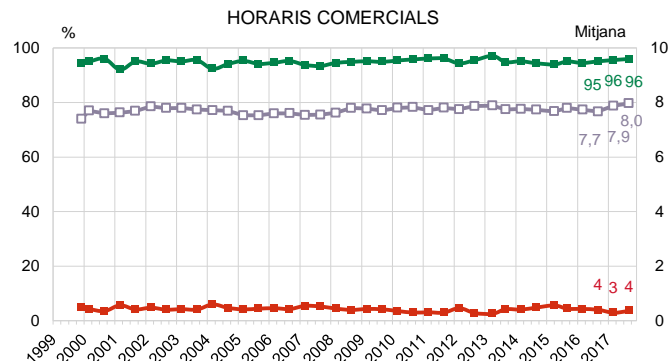
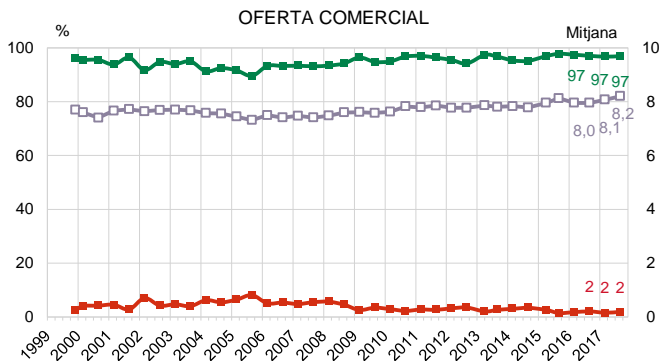
■ Sempre  
■ Sovint  
■ Algunes vegades

■ Poques vegades  
■ Mai o gairebé mai



# GRAU DE SATISFACCIÓ

## COMERÇ A LA CIUTAT



P2

Dels següents aspectes relacionats amb el comerç de la ciutat, digu'm el seu grau de satisfacció en una escala de 0 a 10

**B** Realitzen les compres de casa seva  
**N** 921  
**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	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	49,6	50,9	50,4	53,7
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	19,9
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	13,4
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	1,6
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	1,3
AL GRAN ESTABLIMENT ESPECIALITZAT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,2
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	0,8
DEPÈN (DEL LLOC, DEL PERSONAL)	-	-	-	-	-	-	0,2	0,1	0,0	0,2	0,0	0,0	0,1	0,3	0,3	0,2	0,1	0,2	0,1	0,6
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	0,0	0,5	-	0,1	0,0	0,2	2,5	0,0
A TOT ARREU	-	-	-	-	4,1	3,4	3,2	3,0	2,4	1,4	1,7	0,0	4,0	2,0	0,7	0,6	1,7	0,0	0,1	0,0
A CAP	-	-	-	-	0,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	3,5	0,2
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	7,2
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)	(917)	(940)	(921)

P3

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

B Realitzen les compres de casa seva  
 N 921



## VALORACIÓ D'ASPECTES EN L'ACTE DE COMPRA

## COMERÇ A LA CIUTAT

% MOLT + BASTANT	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	Set.
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	96,0
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	95,6
LA HONRADESA	93,9	3,1	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	1,3	96,0	94,9	95,8	94,3
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	88,0
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	87,8
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)	(917)	(940)	(921)

% MOLT	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	Set.
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	69,6
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	59,7
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	56,8
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	44,9
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	39,9
N	(895)	(898)	(923)	(920)	(892)	(924)	(933)	(899)	(906)	(912)	(928)	(962)	(911)	(917)	(972)	(944)	(929)	(917)	(940)	(921)

P4

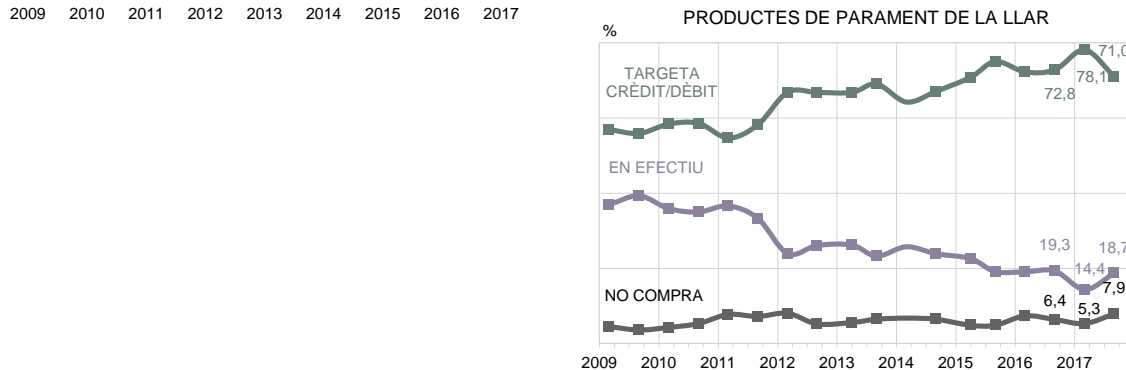
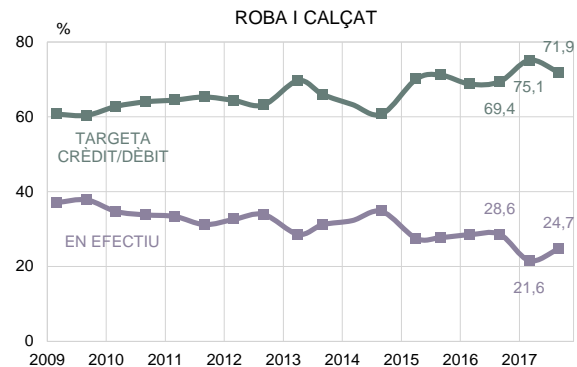
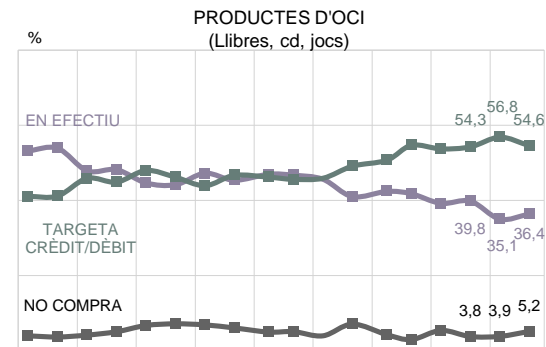
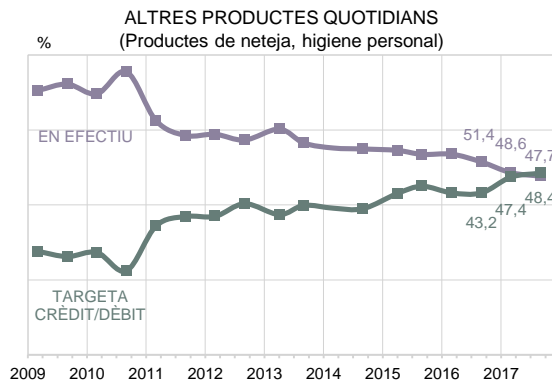
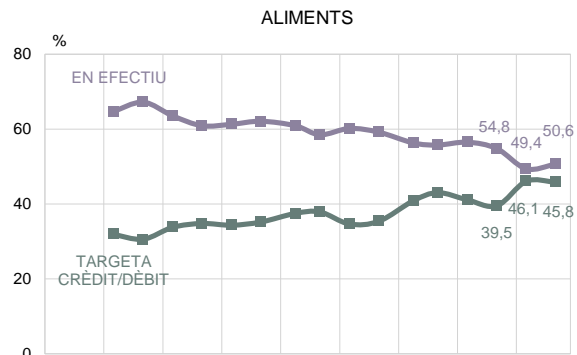
Quan va a comprar, vostè valora molt, bastant, poc o gens els següents aspectes..

Realitzen les compres de casa seva  
 921



## SISTEMA DE PAGAMENT

## COMERÇ A LA CIUTAT



P5

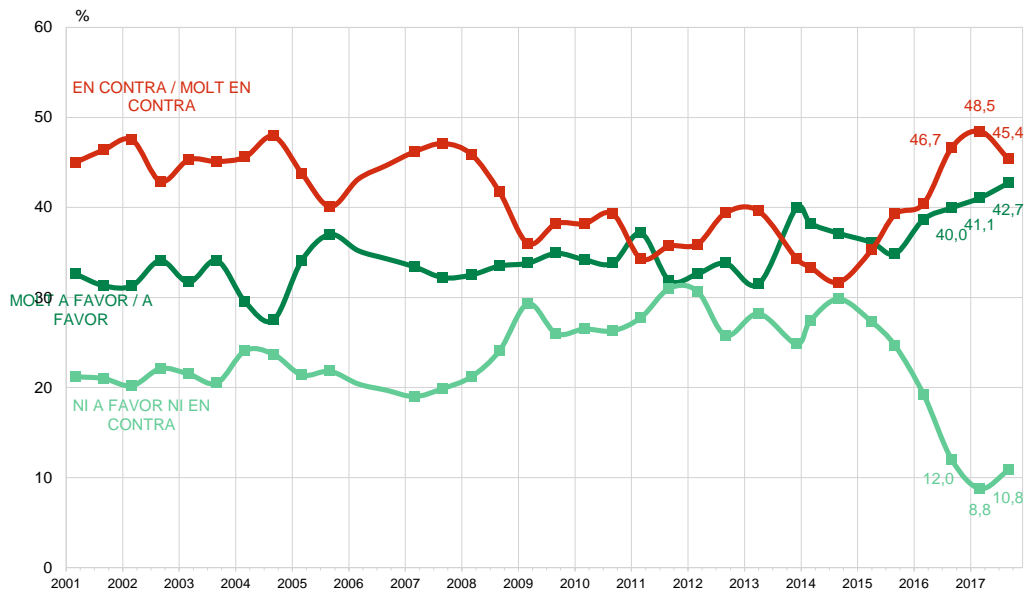
Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/debit?

N 999



## 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?

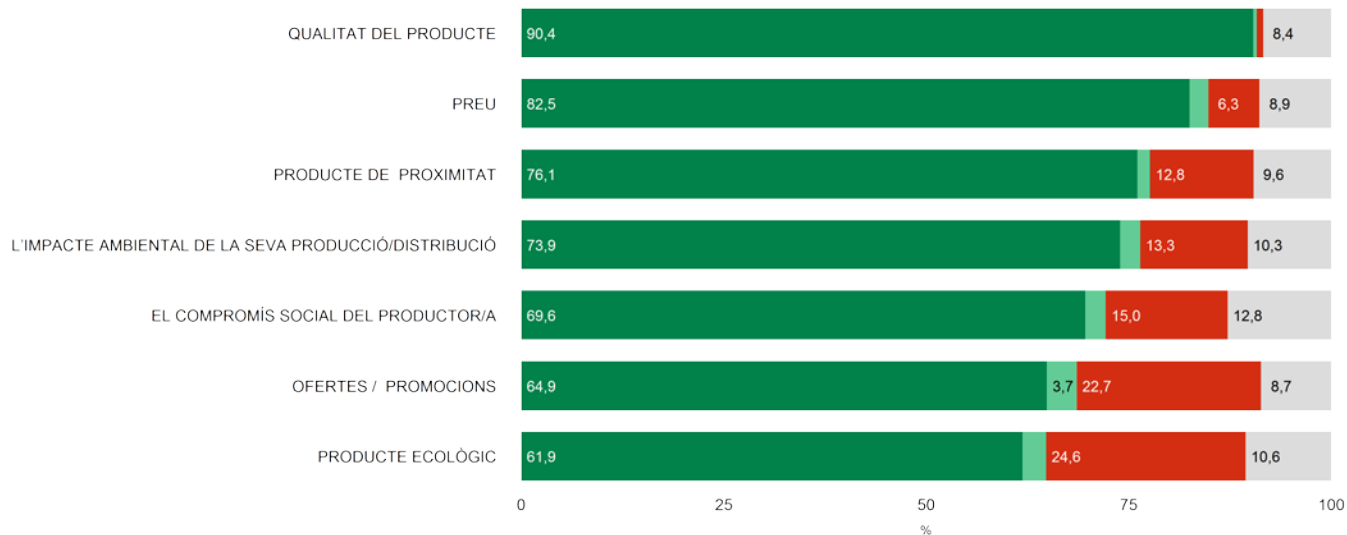
■ 999

\* 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".



## IMPORTÀNCIA CRITERIS COMPRA PRODUCTE

COMERÇ A LA CIUTAT



P7

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

N 999

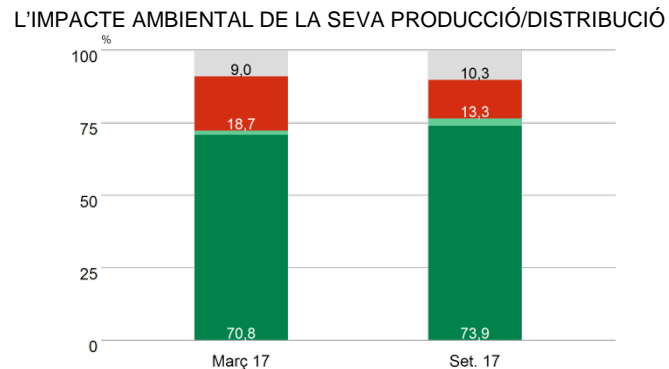
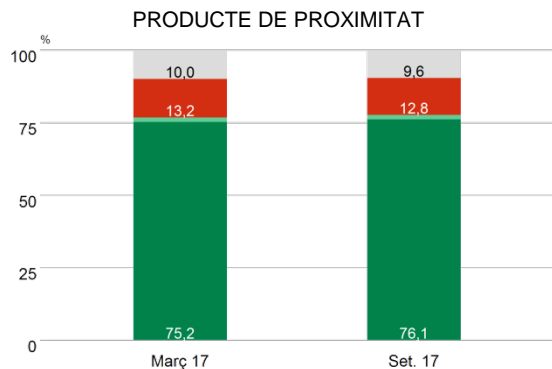
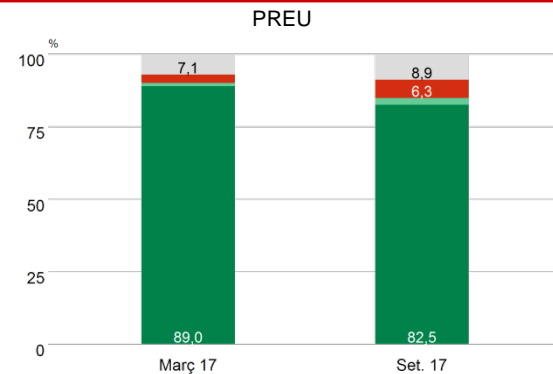
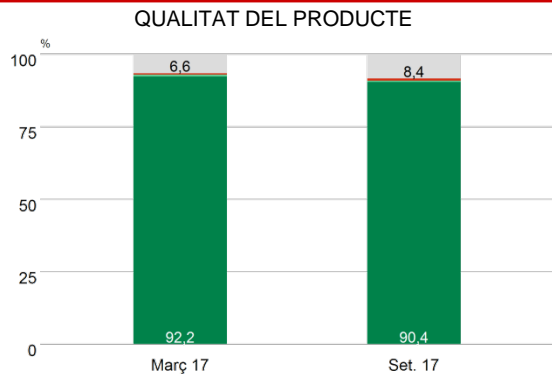
Molt / Bastant important  
Regular

Poc / Gens important  
Ns / Nc



# IMPORTÀNCIA CRITERIS COMPRA PRODUCTE EVOLUCIÓ

COMERÇ A LA CIUTAT



P7

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

N 999

Molt / Bastant important  
Regular

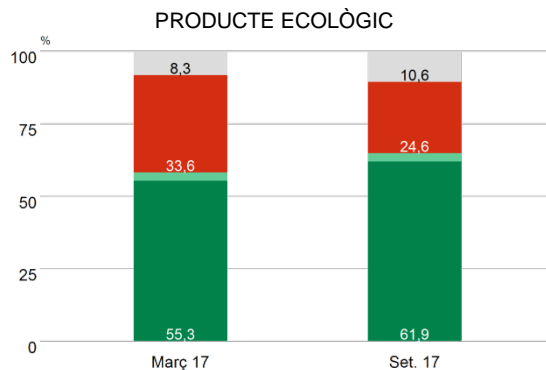
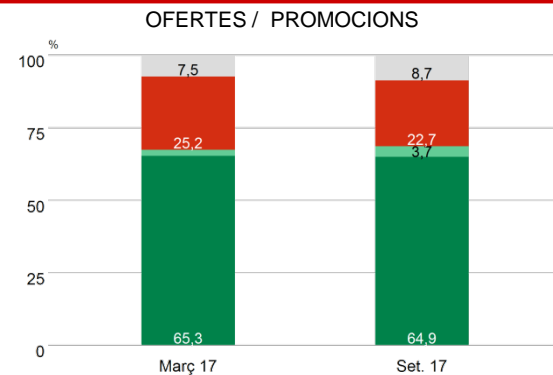
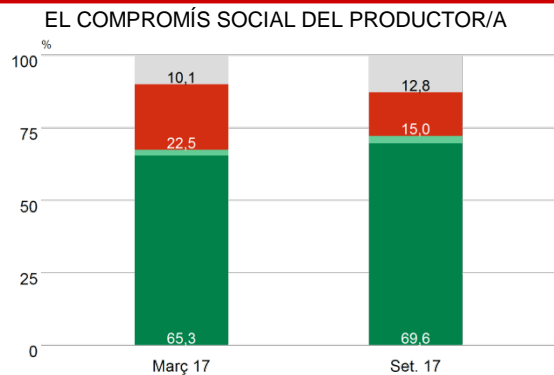
Poc / Gens important  
Ns / Nc





# IMPORTÀNCIA CRITERIS COMPRA PRODUCTE EVOLUCIÓ

COMERÇ A LA CIUTAT



P7

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

N 999

■ Molt / Bastant important ■ Poc / Gens important  
■ Regular ■ Ns / Nc



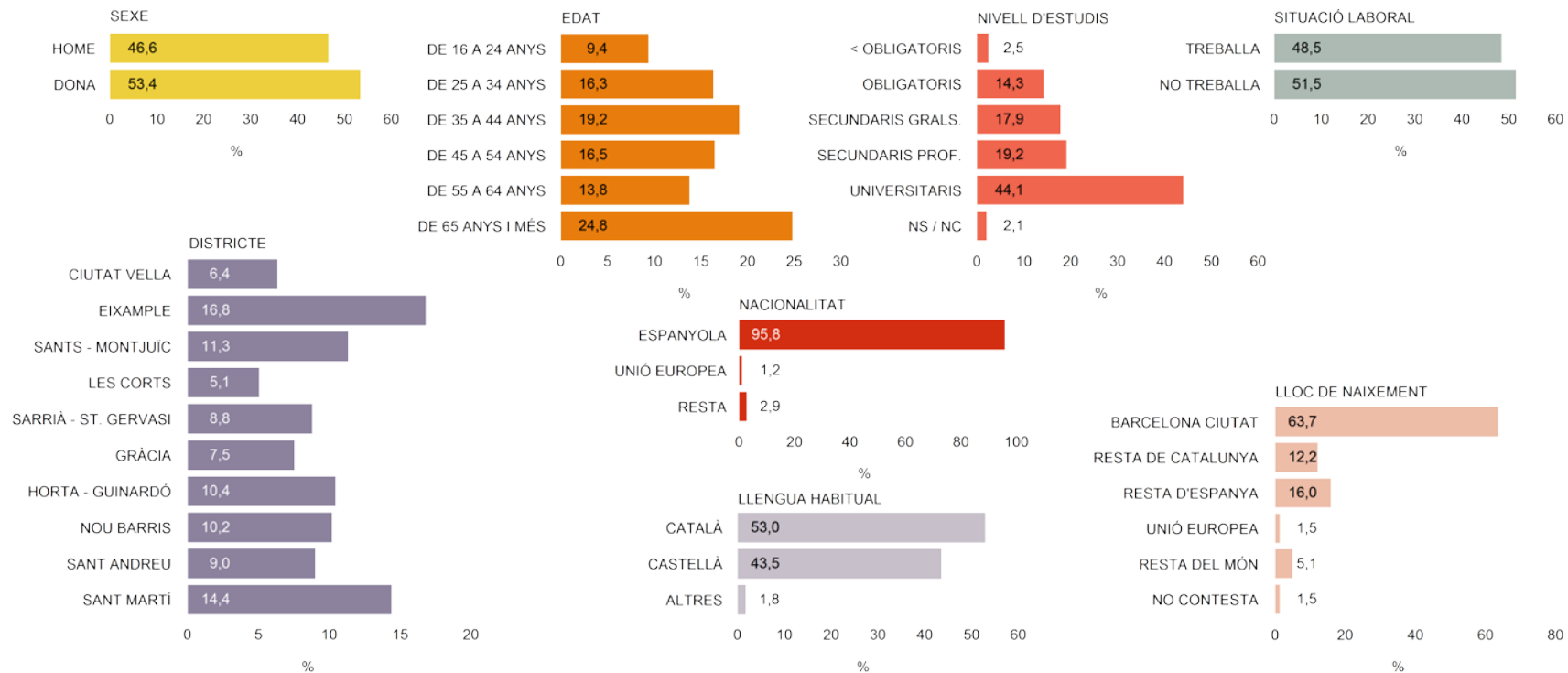
# 02

## Perfil dels entrevistats



## DADES PERSONALS

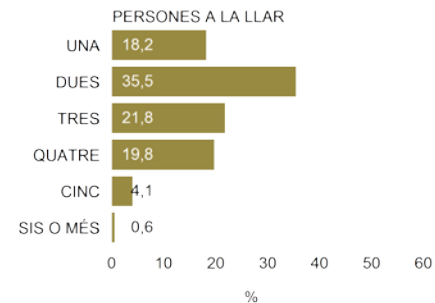
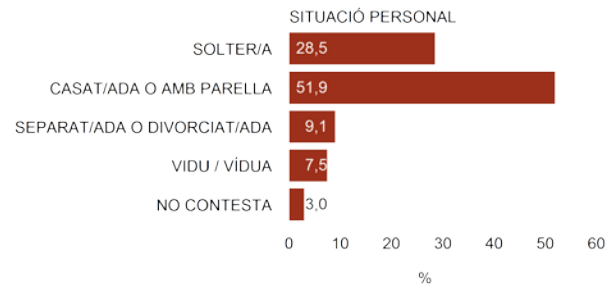
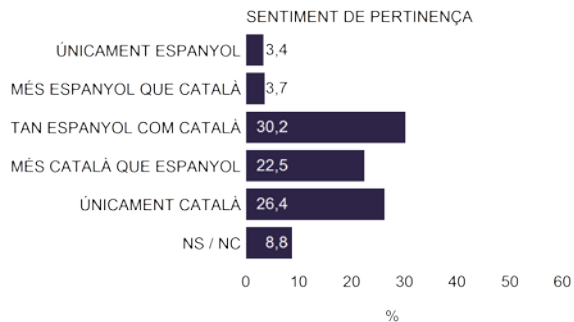
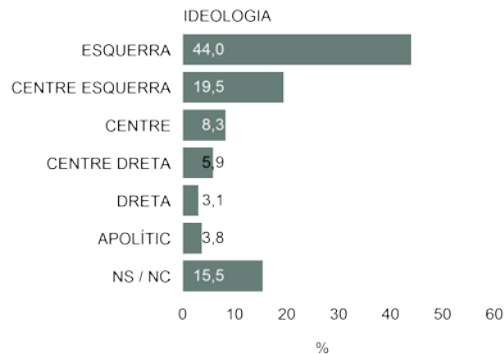
## PERFIL DELS ENTREVISTATS





## POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

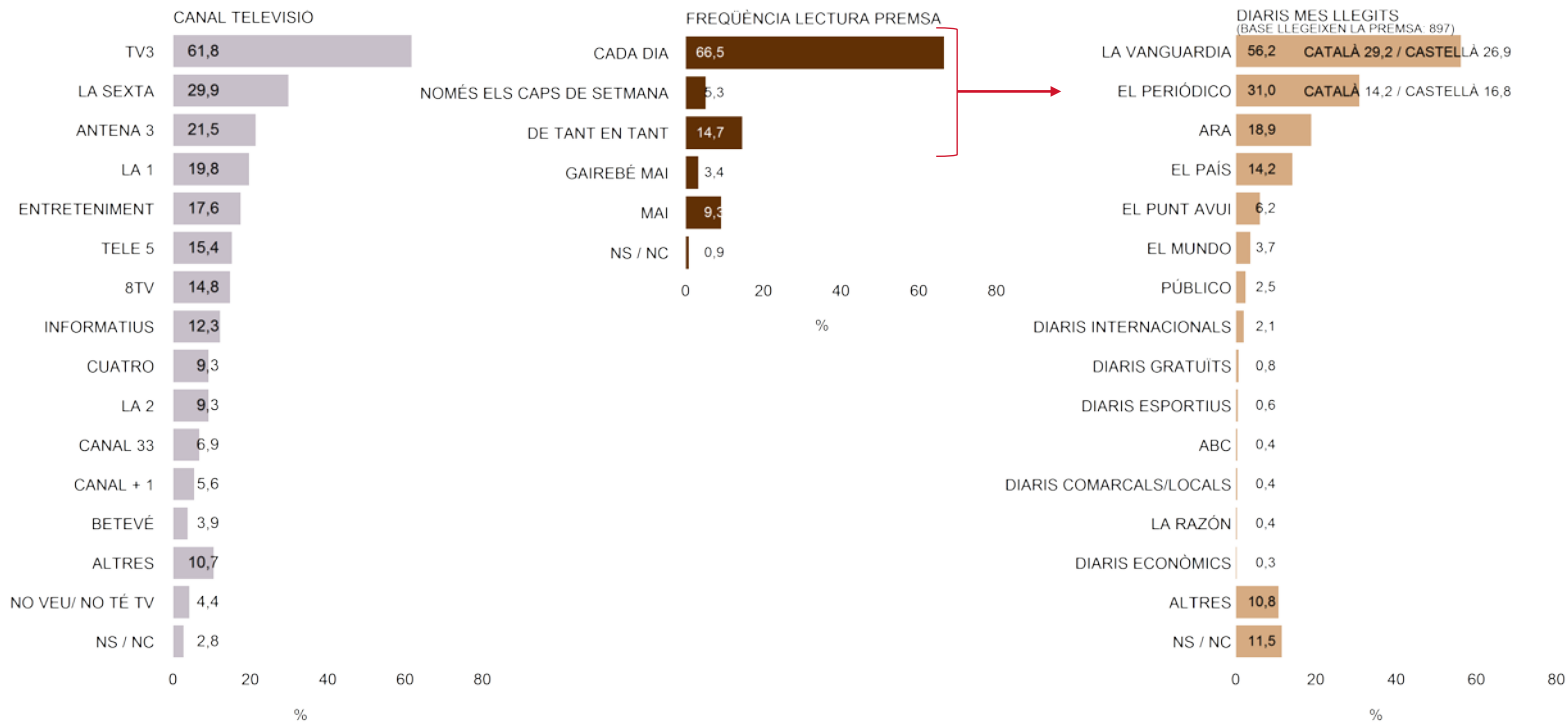
## PERFIL DELS ENTREVISTATS





## 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**