

Sd'A
CON

r08017

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM
PRESENTACIÓ DE RESULTATS

SETEMBRE 2008

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió **r08017**

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL DIRECCIÓ DE COMERÇ I CONSUM

SETEMBRE 2008

Direcció de Comunicació Corporativa i Qualitat
Direcció de Serveis d'Estudis i Avaluació

Paradís, n. 14, Planta: 3
Tel. 934 027 918
Fax. 934 023 210
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.



Ajuntament de Barcelona

Direcció de Comunicació Corporativa i Qualitat
Direcció de Serveis d'Estudis i Avaluació

ÍNDEX

- 006 COMPRADORS
- 007 GRAU DE SATISFACCIÓ
RESPECTE A TRES ASPECTES
COMERCIALS
- 010 GRAU DE SATISFACCIÓ
RESPECTE A DIFERENTS TIPUS
DE COMERÇ
- 011 VALORACIÓ DE DIFERENTS
ASPECTES
- 012 PAGAMENT DELS PRODUCTES
- 017 OBERTURA DE COMERÇOS EN
DIUMENGE
- 018 TAULES D'EVOLUCIÓ
- 027 DADES D'IDENTIFICACIÓ



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1000 entrevistes.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 i més anys amb llar amb telèfon.

METODOLOGIA

Entrevista telefònica.

AFIXACIÓ

Proporcional.

PONDERACIÓ

No procedeix.

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

S'ha realitzat una mostra aleatòria estratificada segons districte, sexe, edat i nacionalitat. S'han aplicat quotes per cadascun dels estrats calculades segons el Padró municipal d'Habitants

ERROR MOSTRAL

Per a un nivell de confiança del 95,5% (2s), i $P = Q$, l'error és de $\pm 3,16$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

El 8, 9, 10 i 12 de setembre de 2008.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

GESOP

El bloc de preguntes de Comerç i Consum forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de SETEMBRE de 2008.

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.

R

Tipus de resposta. Possibilitat o possibilitats que s'han contemplat per la pregunta formulada



DIRECCIÓ DE
COMERÇ I CONSUM

COMPRADORS

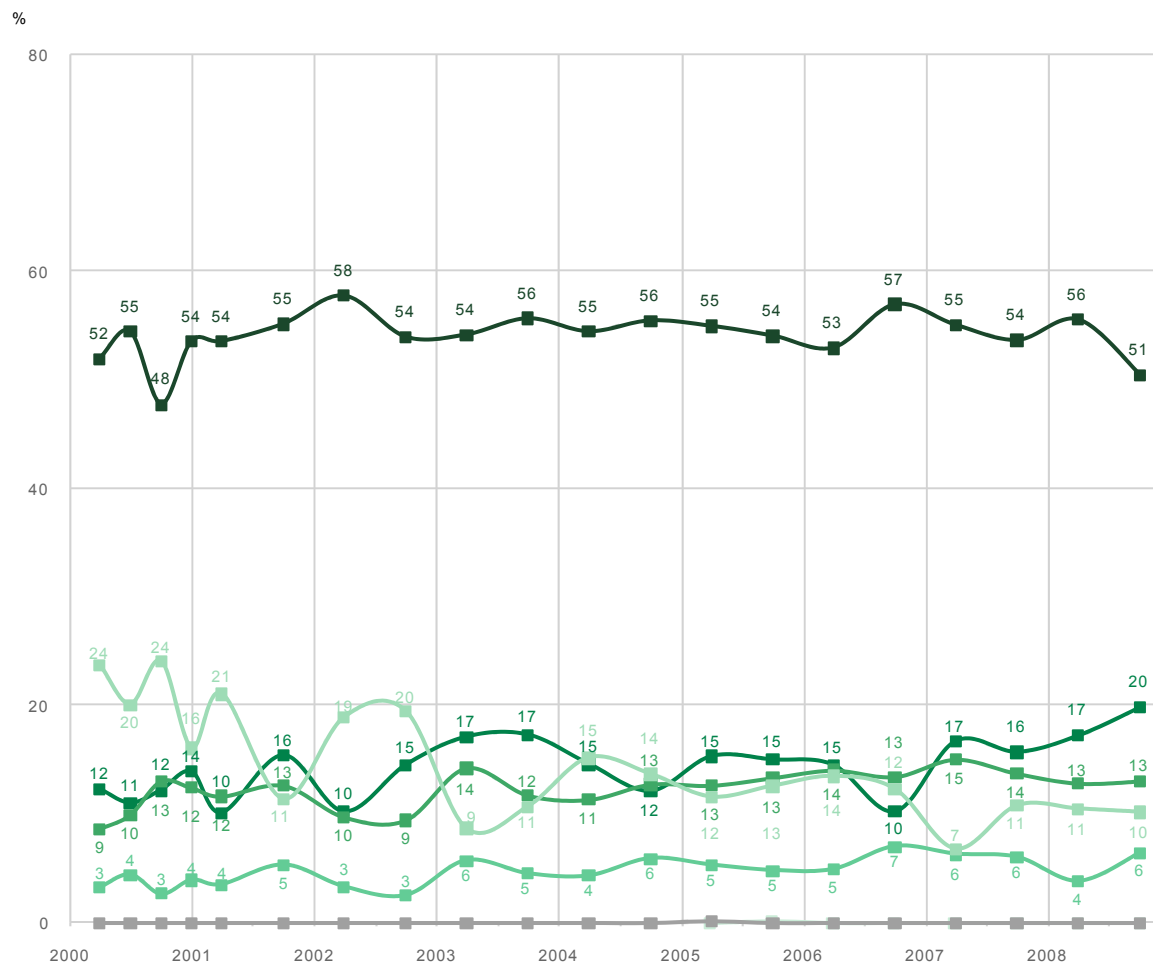
P1.- VOSTÈ PERSONALMENT ACOSTUMA A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA?

Prop de 9 de cada 10 enquestats diu que fa la compra de casa seva: el 50,5% diu fer-la sempre, el 19,9% sovint, el 13,0% a vegades i el 13,8% diu fer les compres de casa de forma ocasional.

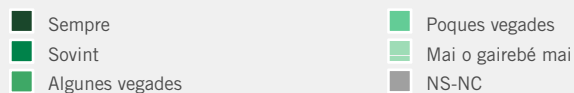
El 70,4% de les dones acostuma a realitzar sempre les compres a casa seva i un altre 14,7% ho fa sovint. Entre els homes, el 27,9% afirma realitzar les compres de casa seva sempre i un altre 25,8% sovint.

Per grups d'edat, els joves són els que menys s'encarreguen de fer la compra de casa (el 53,8% afirma realitzar-la poques vegades o mai).

Evolució: El percentatge de persones que diu fer la compra de casa seva amb més o menys freqüència continua fregant el 90%.



P1. N 1000



GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE A TRES ASPECTES COMERCIALS

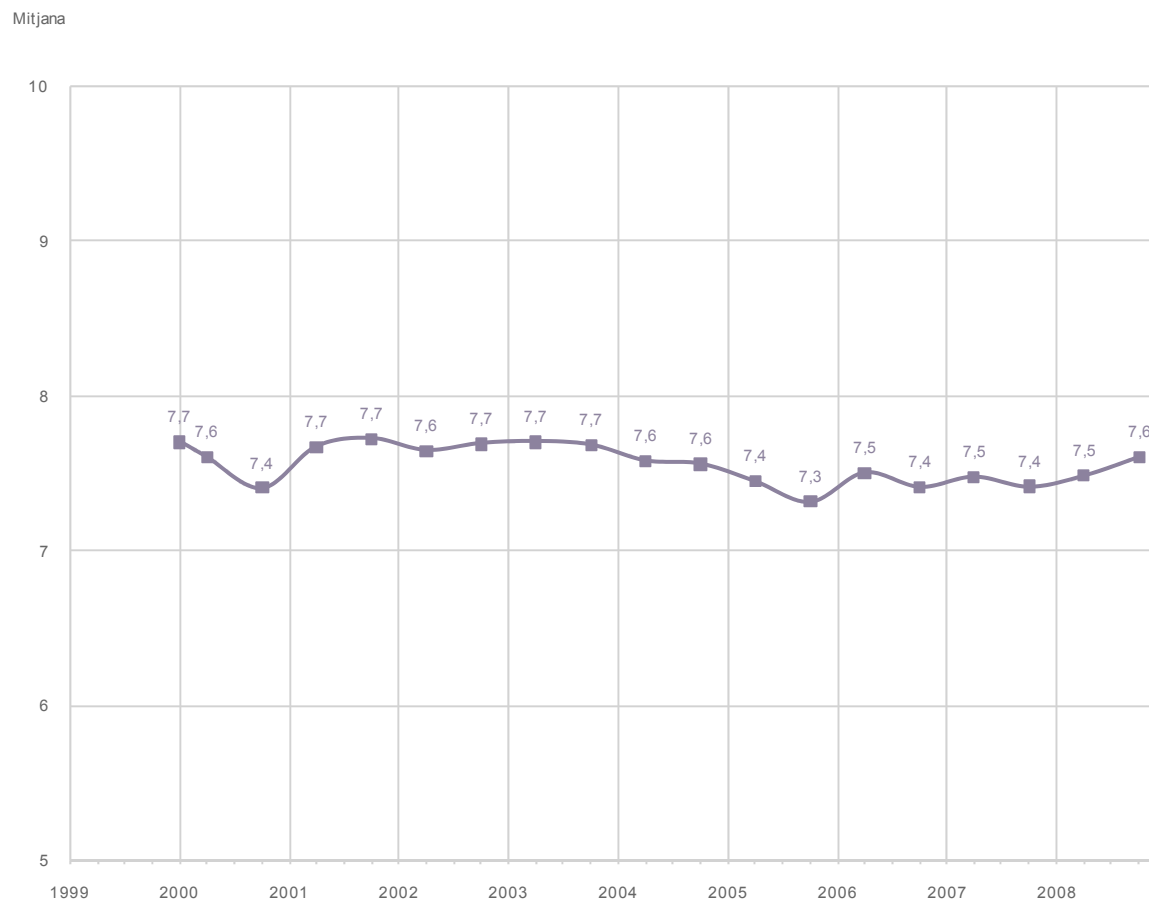
P2.- GRAU DE SATISFACCIÓ AMB L'OFERTA COMERCIAL DE BARCELONA

En una escala de 0 a 10, el grau de satisfacció dels compradors barcelonins respecte l'oferta comercial de la ciutat és de 7,6.

Més de 3 de cada quatre compradors diuen estar molt o bastant satisfets amb l'oferta comercial de la ciutat, per un 17,3% que està satisfet, i un 4,6% que ho està poc o gens.

Les persones que tenen entre 25 i 44 anys i els residents a Sarrià - Sant Gervasi són els que millor valoren l'oferta comercial de la ciutat.

Evolució: La mitjana de satisfacció del setembre de 2008 és similar a la obtinguda durant tota la sèrie.



- P2. **B** Acostumen a realitzar les compres a casa seva
N 887
R 0=Gens satisfet, 10=Molt satisfet



GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE A TRES ASPECTES COMERCIALS

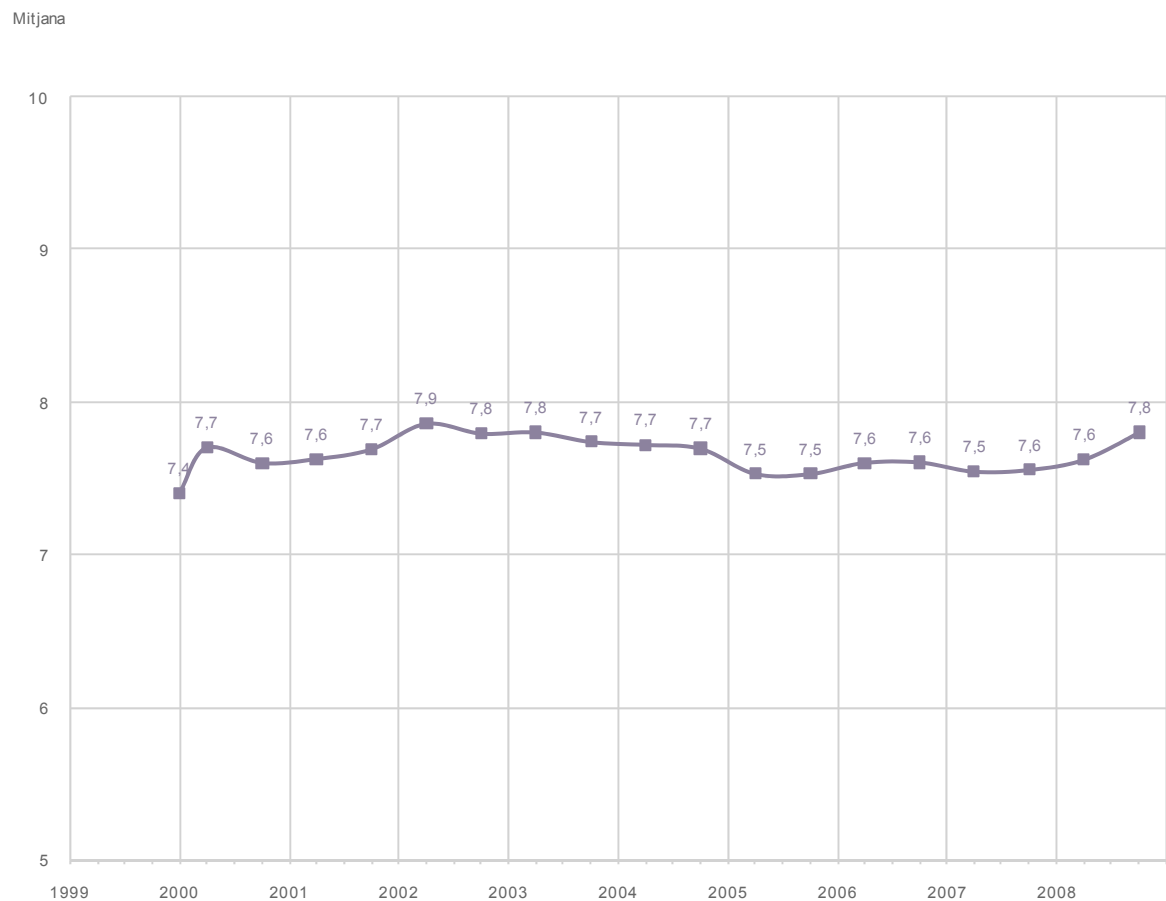
P2.- GRAU DE SATISFACCIÓ AMB ELS HORARIS COMERCIALS DE BARCELONA

Els compradors estan també bastant satisfets amb els horaris comercials de la ciutat i els valoren amb una nota mitjana de 7,8.

El 30,5% n'està molt content, el 50,2% bastant, el 14,1% regular i el 4,0% poc o gens.

Es mostren especialment satisfets les dones (8,1), els majors de 65 anys (8,1) i els residents a Nou Barris (8,0) i Sant Martí (8,0).

Evolució: La mitjana actual de satisfacció és dues dècimes més alta que en les dues anteriors consultes, i és una de les més altes del conjunt de la sèrie.



- P2. **B** Acostumen a realitzar les compres a casa seva
N 888
R 0=Gens satisfet, 10=Molt satisfet

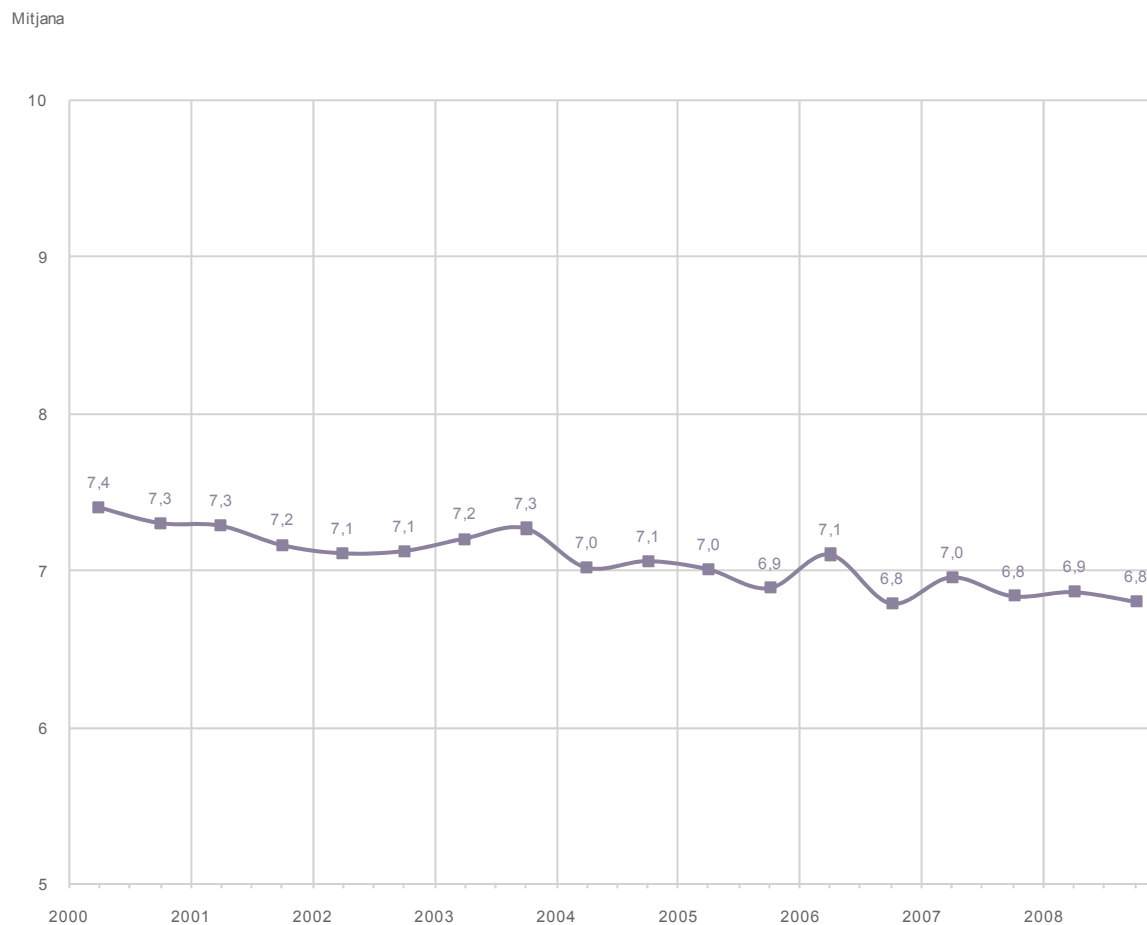


GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE A TRES ASPECTES COMERCIALS

P2.- GRAU DE SATISFACCIÓ AMB L'ATENCIÓ PERSONAL PER PART DELS COMERCIANTS DE BARCELONA

En una mateixa escala de 0 a 10, els compradors barcelonins atorguen a l'atenció personal dels comerciants una nota mitjana de 6,8. El 58,2% se sent molt o bastant satisfet, el 33,0% regular i el 6,6% poc o gens.

Evolució: La valoració de l'atenció personal que ofereixen els comerciants de la ciutat segueix amb tendència a la baixa i aquest setembre de 2008 torna a perdre la dècima que havia guanyat en la passada consulta.



- P2. **B** Acostumen a realitzar les compres a casa seva
N 878
R 0=Gens satisfet, 10=Molt satisfet



GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE A DIFERENTS TIPUS DE COMERÇ

P3.- A QUIN TIPUS D'ESTABLIMENT L'ATENEN MILLOR?

Els compradors consideren que estan millor atesos a les botigues de barri o especialitzades (52,7%). A força distància, les segueixen els mercats municipals (23,4%) i els supermercats (14,5%). Amb percentatges molt inferiors apareixen els centres comercials (3,2%), els grans magatzems (2,2%) i els hipermercats (0,8%).

Evolució: L'opinió dels compradors pel que fa als establiments on se senten millor atesos no varia gaire respecte les anteriors consultes. Millora una mica la percepció d'atenció en els mercats municipals i els grans centres comercials en detriment dels supermercats i hipermercats.

	Març 00	Set. 00	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04
A LA BOTIGA DE BARRI	49,7	53,2	50,2	51,6	53,8	52,4			
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	4,2	4,0	5,1	7,8	5,7	7,3			
A LA BOTIGA DE BARRI / BOTIGA ESPECIALITZADA							42,9	52,9	58,3
AL MERCAT MUNICIPAL	19,3	15,9	12,3	15,9	16,8	14,0	27,3	18,9	16,3
AL SUPERMERCAT	16,9	16,7	16,9	11,9	13,8	14,2	19,5	14,3	12,9
ALS GRANS CENTRES COMERCIALS	1,6	2,2	3,4	1,5	0,7	1,6	3,0	2,9	2,7
AL GRAN MAGATZEM	2,5	2,6	5,7	3,6	3,1	3,7	0,9	4,3	3,8
A L'HIPERMERCAT	1,3	1,6	1,1	0,8	1,2	2,0	1,7	1,6	1,2
ALTRES	0,9	1,8	2,0	5,2	1,0	2,4	1,7	1,5	2,8
NS-NC	3,5	1,8	3,3	1,8	3,9	2,4	3,0	3,7	2,1
N	(762)	(759)	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)

	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
A LA BOTIGA DE BARRI									
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA									
A LA BOTIGA DE BARRI / BOTIGA ESPECIALITZADA	52,3	55,8	51,0	53,4	54,4	52,9	52,6	52,2	52,7
AL MERCAT MUNICIPAL	17,6	20,2	20,0	22,2	19,5	22,1	23,1	22,0	23,4
AL SUPERMERCAT	15,9	15,3	16,0	12,7	14,7	14,2	12,8	16,1	14,5
ALS GRANS CENTRES COMERCIALS	3,2	1,9	4,2	4,3	3,9	3,6	4,3	1,0	3,2
AL GRAN MAGATZEM	3,4	2,5	2,4	2,5	2,7	1,8	2,6	1,9	2,2
A L'HIPERMERCAT	2,3	0,5	1,1	1,6	2,2	1,9	0,7	3,7	0,8
ALTRES	2,2	2,2	0,6	1,6	0,6	0,5	2,4	1,0	0,3
NS-NC	3,1	1,7	4,6	1,6	2,1	2,9	1,7	2,1	2,9
N	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(895)	(892)	(895)	(898)

P3. Acostumen a realitzar les compres a casa seva
 898



VALORACIÓ DE DIFERENTS ASPECTES

P4.- QUAN VA A COMPRAR COM VALORA ELS SEGÜENTS ASPECTES

Els barcelonins valoren molt positivament l'oferta comercial de la ciutat. Entre els aspectes proposats, valoren especialment bé l'honoradesa (el 96,2% valoren molt o bastant aquest aspecte), la professionalitat (96,1%) i el tracte rebut (93,0%). També la gran majoria de consultats valoren molt o bastant la rapidesa (88,8%) i l'assessorament del producte (83,6%).

Les dones valoren lleugerament millor aquests aspectes proposats que no pas els homes.

Evolució: Tots els aspectes proposats són lleugerament més valorats que en la darrera consulta, i l'honoradesa, la professionalitat i el tracte es mantenen com els aspectes més valorats.

	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04
L'HONRADESA	97,1	96,6	96,3	95,3	94,5	93,4	95,6	95,6
LA PROFESSIONALITAT	96,3	95,1	93,6	92,3	92,0	91,9	94,8	94,3
EL TRACTE QUE REP	94,3	93,5	93,8	93,8	95,0	94,5	93,0	94,1
LA RAPIDESA	92,1	88,6	88,9	86,2	85,3	85,0	83,8	89,1
ASSESSORAMENT PRODUCTE	92,0	86,1	85,6	84,2	82,7	85,9	83,0	87,5
N	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)

	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
L'HONRADESA	96,8	95,9	95,6	95,8	96,6	96,7	93,9	96,2
LA PROFESSIONALITAT	95,1	95,6	92,7	93,4	94,2	96,7	92,3	96,1
EL TRACTE QUE REP	95,1	93,7	94,6	93,8	96,0	95,9	92,3	93,0
LA RAPIDESA	88,3	86,7	85,1	86,4	90,7	90,2	86,7	88,8
ASSESSORAMENT PRODUCTE	84,4	87,5	85,5	84,8	88,6	88,1	83,7	83,6
N	(883)	(873)	(865)	(877)	(895)	(892)	(895)	(898)

- P4. **B** Acostumen a realitzar les compres a casa seva
N 898
R Suma de les opcions de resposta molt i bastant

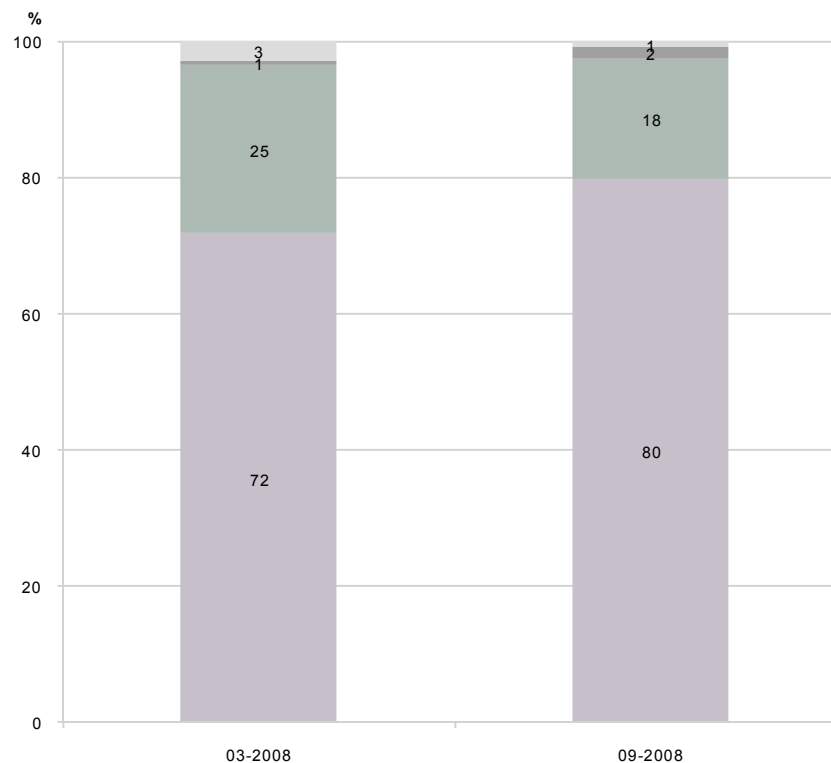


PAGAMENT DELS PRODUCTES

P5.- QUAN VA A COMPRAR ALIMENTS VOSTÈ HABITUALMENT PAGA EN EFECTIU O TARGETA DE CRÈDIT?

El 79,9% dels barcelonins acostuma a pagar els aliments en efectiu o targeta de dèbit, per un 17,5% que sol pagar amb targeta de crèdit. El 2,6% no es posiciona sobre aquesta qüestió o bé no va a comprar mai productes alimentaris.

Evolució: L'ús de l'efectiu i targeta de dèbit per comprar aliments ha crescut en els últims sis mesos, en detriment de la targeta de crèdit.



P5. N 1000

■ En efectiu/dèbit
■ Targeta crèdit

■ NS-NC
■ No compra

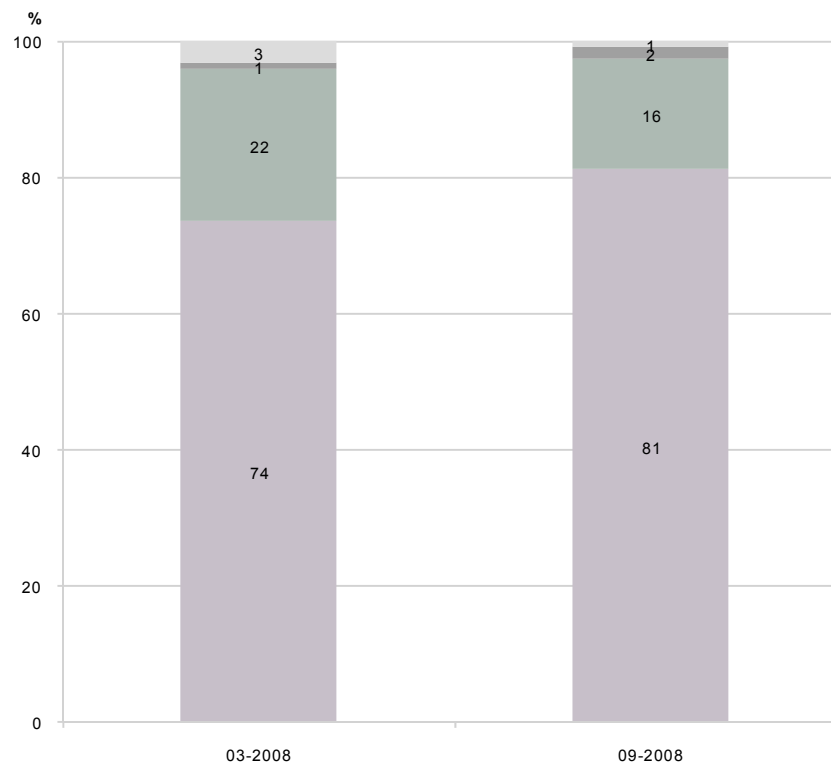


PAGAMENT DELS PRODUCTES

P5.- QUAN VA A COMPRAR ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS VOSTÈ HABITUALMENT PAGA EN EFECTIU O TARGETA DE CRÈDIT?

Respecte la compra d'altres productes d'ús quotidià, la gran majoria de barcelonins també opta per pagar-los en efectiu (el 81,2%), per un 16,2% que prefereix pagar en targeta de crèdit. El 2,6% restant no en compra o no es posiciona.

Evolució: També en aquest cas ha augmentat al voltant de sis punts percentuals l'ús de la targeta de dèbit o pagament en efectiu en detriment de la targeta de crèdit.



P5. N 1000

En efectiu/dèbit
Targeta crèdit

NS-NC
No compra

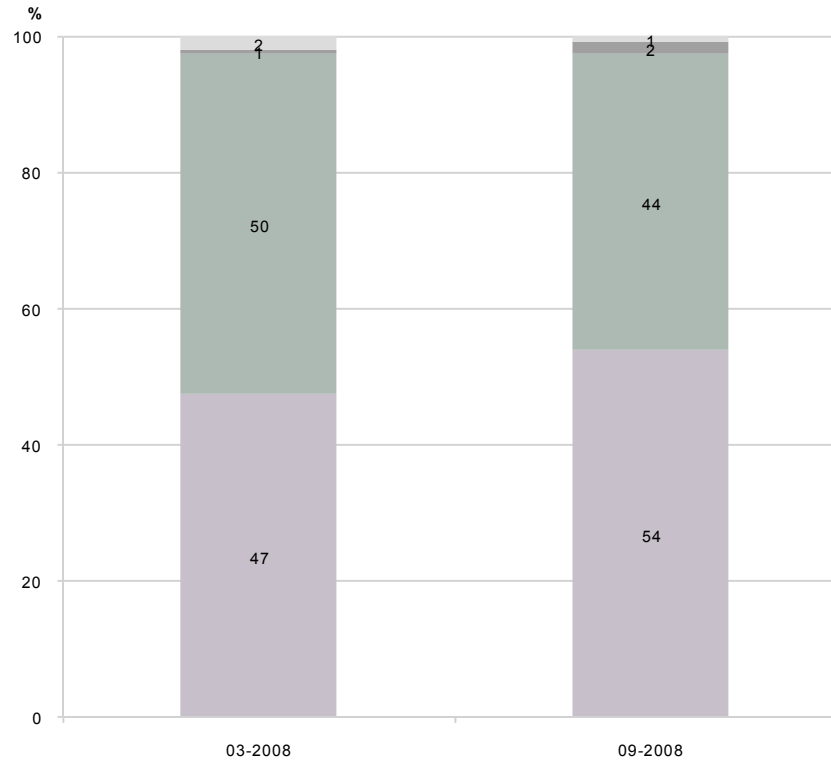


PAGAMENT DELS PRODUCTES

P5.- QUAN VA A COMPRAR ROBA, CALÇAT VOSTÈ HABITUALMENT PAGA EN EFECTIU O TARGETA DE CRÈDIT?

Pel que fa a la roba i el calçat, és més alt el percentatge de compradors que usa la targeta de crèdit per fer els pagaments, arribant al 43,5%. Però són majoria els que paguen en efectiu o targeta de dèbit (53,9%). El 2,6% restant no va a comprar roba o no es posiciona.

Evolució: Respecte el març d'aquest mateix any, els que compren sense crèdit augmenten més de 6 punts percentuals en detriment dels que paguen amb crèdit.



P5. N 1000

■ En efectiu/dèbit
■ Targeta crèdit

■ NS-NC
■ No compra

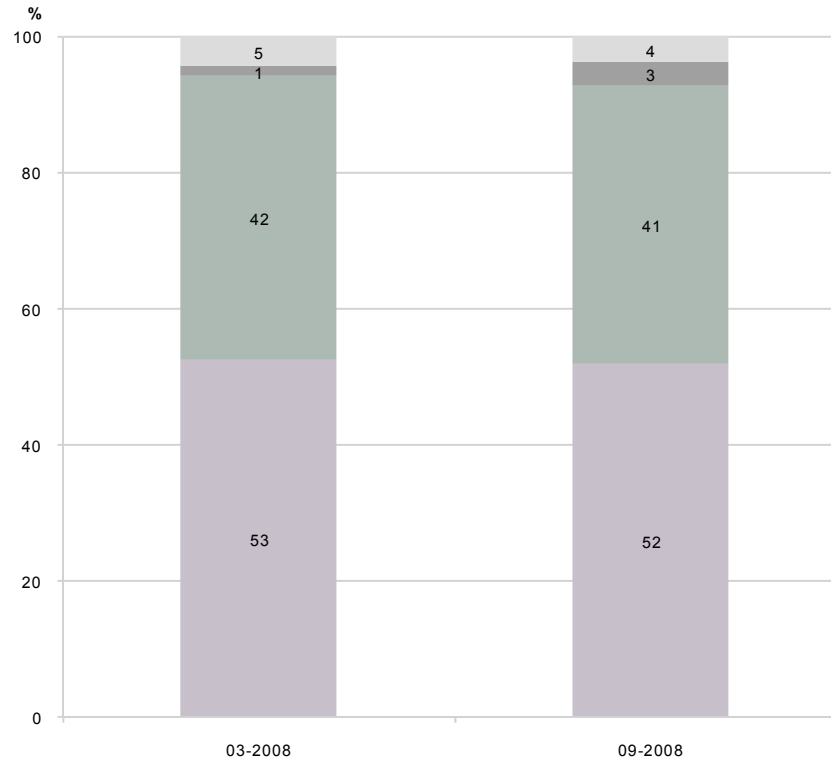


PAGAMENT DELS PRODUCTES

P5.- QUAN VA A COMPRAR PARAMENT PER LA LLAR VOSTÈ HABITUALMENT PAGA EN EFECTIU O TARGETA DE CRÈDIT?

El 51,9% de les compres de parament per la llar es paguen habitualment en targeta de dèbit o efectiu, per un important 40,9% que opta per pagar-les a crèdit. Un 3,8% no realitza aquest tipus de compres i un altre 3,4% no es posiciona sobre la qüestió.

Evolució: La proporció de persones que decideixen pagar les compres de parament per la llar amb o sense crèdit no varia respecte el març de 2008.



P5. N 1000

En efectiu/dèbit
 Targeta crèdit
 NS-NC
 No compra

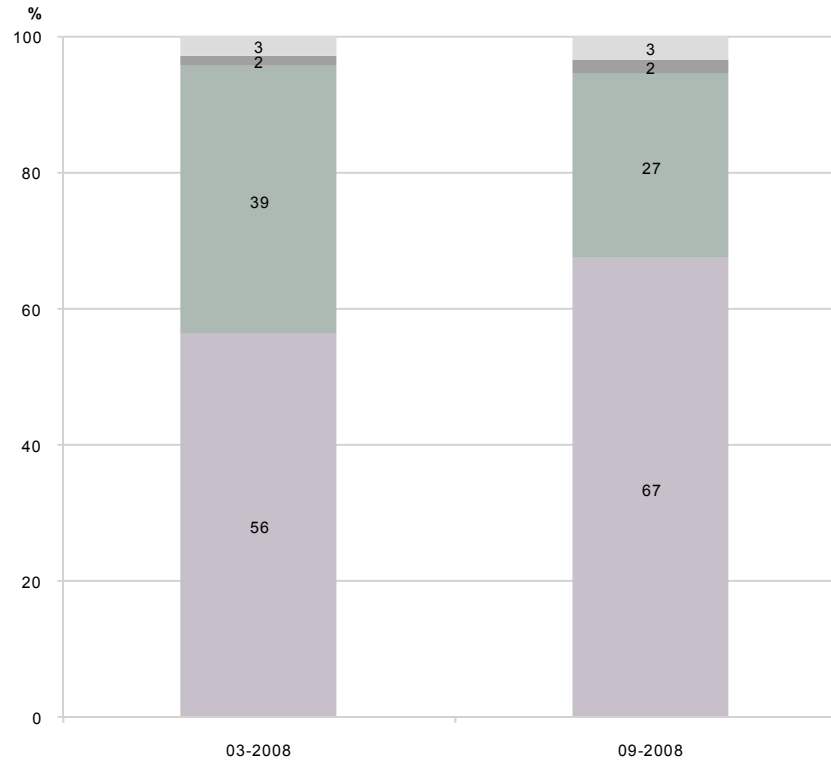


PAGAMENT DELS PRODUCTES

P5.- QUAN VA A COMPRAR OCI (LLIBRES, CD, JOCS,...) VOSTÈ HABITUALMENT PAGA EN EFECTIU O TARGETA DE CRÈDIT?

El 67,4% dels barcelonins prefereix fer el pagament de les compres d'oci en efectiu o dèbit per un 27,0% que opta habitualment per pagar a crèdit.

Evolució: Respecte la consulta de març de 2008 creixen més de deu punts els que opten per pagar en efectiu en detriment de la targeta de crèdit.



P5. N 1000

■ En efectiu/dèbit
■ Targeta crèdit

■ NS-NC
■ No compra



OBERTURA DELS COMERÇOS EN DIUMENGE

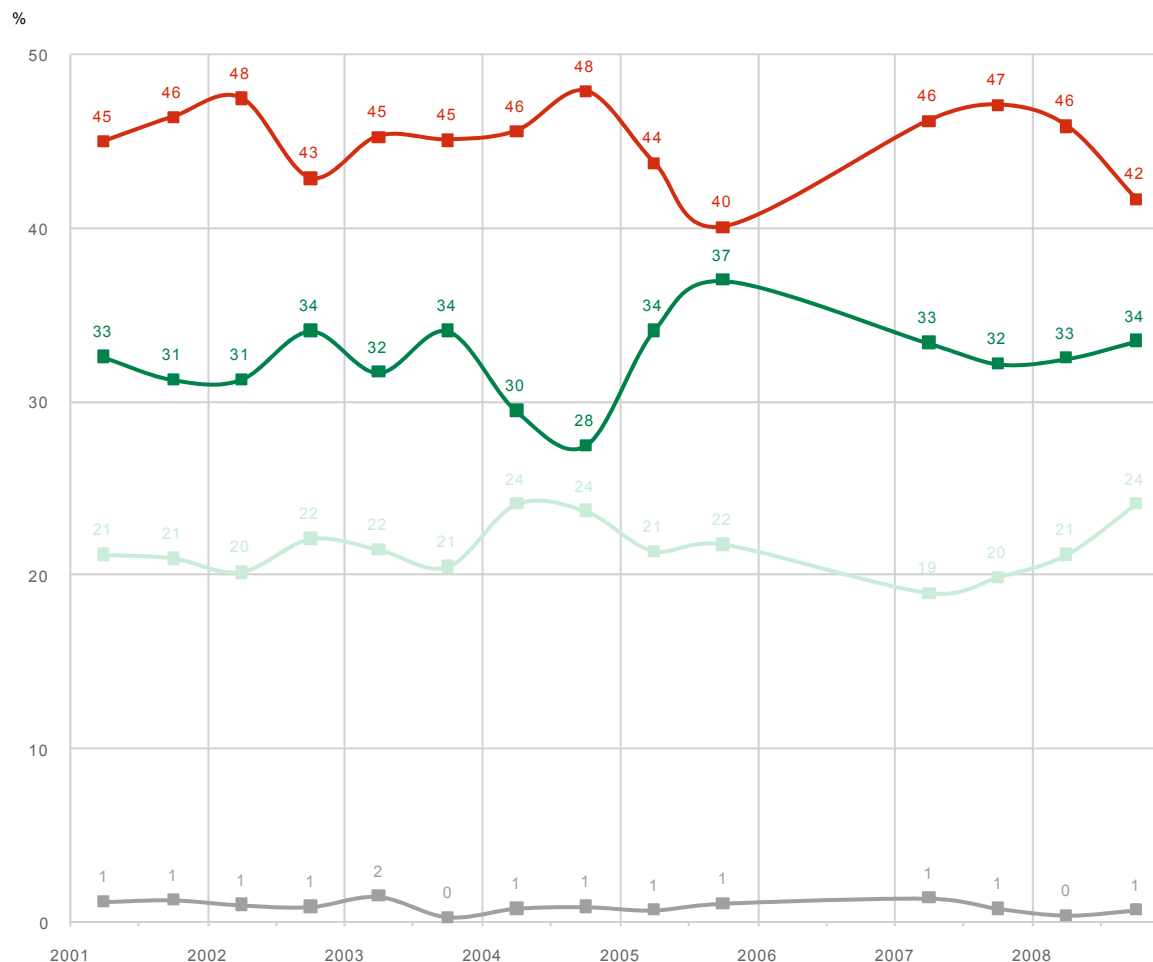
P6.- EN QUINA MESURA ESTÀ A FAVOR O EN CONTRA DE L'OBERTURA DELS COMERÇOS EN DIUMENGE?

Els 41,7% dels barcelonins es mostra més aviat en contra de l'obertura dels comerços en diumenge, el 33,5% hi està més aviat a favor i el 24,1% ni a favor ni en contra. Un 0,7% dels enquestats no es posiciona.

Els homes i els segments d'edat més joves es mostren clarament més a favor de l'obertura de comerços en diumenge que no pas les dones i els grups d'edat més avançats.

Per districte de residència, els veïns de Les Corts són els més partidaris d'obrir botigues els diumenges i els d'Horta-Guinardó i Nou Barris on hi estan més en contra.

Evolució: Minven els contraris a obrir els comerços en diumenge alhora que augmenten lleugerament els que no es defineixen i els partidaris d'obrir.



P6. N 1000

■ Molt a favor / A favor ■ En contra / Molt en contra
■ Ni a favor ni en contra ■ NS-NC



TAULES D'EVOLUCIÓ

TAULES D'EVOLUCIÓ

1.- VOSTE PERSONALMENT ACOSTUMA A REALITZAR LES COMPRES DE CASA SEVA?

%	Març 00	Juny 00	Set. 00	Des. 00	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
SEMPRE	52,0	54,5	47,8	53,6	53,6	55,2	57,8	54,0	54,2	55,7	54,5	55,5	55,0	54,1	53,0	57,0	55,1	53,7	55,6	50,5
SOVINT	12,4	11,1	12,3	14,0	10,2	15,5	10,3	14,6	17,2	17,4	14,7	12,2	15,4	15,1	14,6	10,3	16,8	15,8	17,3	19,9
ALGUNES VEGADES	8,6	9,9	13,0	12,4	11,6	12,6	9,7	9,4	14,2	11,7	11,3	12,7	12,6	13,3	14,0	13,4	15,0	13,7	12,8	13,0
POQUES VEGADES	3,2	4,4	2,6	3,9	3,5	5,3	3,3	2,5	5,7	4,5	4,3	5,9	5,3	4,8	4,9	7,0	6,3	6,0	3,8	6,4
MAI O GAIREBÉ MAI	23,8	20,1	24,1	16,1	21,1	11,4	18,9	19,5	8,7	10,7	15,2	13,7	11,6	12,6	13,5	12,3	6,8	10,8	10,5	10,2
ALTRES														0,1						
NS-NC													0,1	0,0						
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

2.- EN UNA ESCALA DEL 0 AL 10, EM PODRIA DIR QUIN ES EL SEU GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE DE L'OFERTA COMERCIAL DE BARCELONA? (ESSENT O MOLTI INSAISFET I 10 MOLTI SATISFET) (BASE: ACOSTUMEN A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA)

%	Des. 99	Març 00	Set. 00	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
0	0,2	0,9	0,3	1,0	0,6	1,7	0,5	1,1	0,3	1,7	0,6	1,4	1,9	1,5	0,8	1,5	1,3	0,7	0,9
1	0,0	0,0	0,3	0,3	0,0	0,1	0,0	0,0	0,3	0,4	0,1	0,2	0,3	0,3	0,1	0,3	0,1	0,1	0,2
2	0,1	0,3	0,7	0,4	0,2	1,1	0,6	0,8	0,7	1,3	0,2	0,7	1,0	0,3	0,8	0,3	0,7	0,7	0,4
3	0,9	0,7	0,8	0,8	0,3	2,2	1,2	0,8	0,6	1,1	0,7	1,5	1,3	1,0	1,3	0,5	1,0	1,7	1,2
4	1,2	2,2	2,2	2,2	1,7	1,8	1,9	2,1	2,1	1,9	3,8	2,7	3,6	1,8	2,4	2,1	2,4	2,6	1,8
5	6,0	9,6	11,1	7,6	7,2	9,4	8,4	9,1	9,0	6,6	8,0	9,1	7,7	9,0	10,3	8,4	7,3	7,5	5,8
6	10,3	10,0	11,6	9,4	9,5	6,4	6,7	7,1	8,5	8,3	8,5	7,8	10,3	10,9	9,0	10,4	12,2	9,1	11,5
7	20,0	14,8	18,7	15,1	16,7	12,1	15,8	13,3	15,0	14,6	17,0	18,6	16,7	14,7	18,2	17,2	18,2	18,7	15,9
8	32,4	32,8	31,9	30,8	32,2	28,2	31,8	28,9	29,2	31,4	31,9	28,4	28,6	32,0	30,7	30,6	30,7	33,1	32,7
9	15,7	14,3	11,7	13,4	17,8	13,7	19,1	18,2	19,1	14,9	14,1	13,8	14,5	12,3	13,7	14,8	13,3	13,7	14,1
10	11,6	14,0	10,5	17,5	13,0	21,9	12,9	17,4	14,1	15,6	13,0	13,9	11,7	14,5	11,4	12,0	11,4	11,4	14,1
NS-NC	1,6	0,4	0,3	1,6	0,8	1,2	1,0	1,3	1,0	2,5	2,1	1,9	2,3	1,6	1,4	1,8	1,3	0,9	1,2
N	(1000)	(762)	(759)	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)
MITJANA	7,7	7,6	7,4	7,7	7,7	7,6	7,7	7,7	7,7	7,6	7,6	7,4	7,3	7,5	7,4	7,5	7,4	7,5	7,6



TAULES D'EVOLUCIÓ

2.- I, TAMBE, EN UNA ESCALA DEL 0 AL 10, QUIN ES EL SEU GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE DELS HORARIS DEL COMERÇ DE BARCELONA? (ESSENT 0 MOLT INSATISFET I 10 MOLT SATISFET) (BASE: ACOSTUMEN A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA)

%	Des. 99	Març 00	Set. 00	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
0	0,5	0,4	0,7	1,1	0,7	0,5	0,7	0,8	0,7	0,9	1,0	0,9	0,9	0,9	0,7	1,4	1,0	0,4	0,6
1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,2	0,2	0,0	0,1	0,0	0,4	0,1	0,6	0,1	0,3	0,1	0,3	0,1	0,2	0,0
2	0,8	0,9	0,3	0,4	0,6	0,4	0,6	0,3	0,7	0,8	0,9	0,6	1,0	0,2	0,5	0,8	0,3	0,6	0,4
3	1,6	1,3	1,1	1,5	0,9	1,7	0,7	0,9	0,8	0,8	0,6	1,0	1,0	0,8	1,4	0,9	1,2	0,4	0,7
4	1,9	1,7	1,6	2,5	1,8	2,0	2,0	2,2	2,0	3,1	2,1	1,1	1,4	2,3	1,7	2,1	2,6	2,8	2,3
5	8,7	5,9	6,2	5,6	6,0	5,8	4,3	6,6	6,2	12,5	7,0	9,4	8,1	5,8	5,7	5,0	7,5	6,6	4,5
6	10,7	8,1	11,1	8,7	6,5	8,3	6,7	7,9	8,3	17,1	7,0	11,0	9,3	9,8	8,9	10,1	8,3	8,9	9,7
7	20,6	16,9	17,8	14,7	17,5	13,7	17,8	14,9	16,9	22,1	17,3	16,5	17,2	19,0	21,2	19,0	18,8	18,0	16,7
8	30,3	34,6	36,0	35,5	36,9	30,2	35,4	32,7	32,1	21,7	31,4	29,7	34,1	31,9	32,6	33,6	30,4	34,7	33,5
9	12,6	15,0	14,1	12,7	16,4	14,7	17,4	18,1	16,9	9,4	15,4	13,4	12,5	14,8	14,4	12,6	15,5	12,5	16,5
10	11,6	14,4	10,9	14,8	11,7	21,6	13,8	14,9	15,1	9,6	16,1	15,3	12,9	13,3	12,4	13,5	12,9	13,7	14,0
NS-NC	0,7	0,7	0,4	2,3	0,8	1,0	0,5	0,7	0,3	1,7	1,2	0,6	1,4	0,8	0,5	0,8	1,3	1,0	1,1
N	(1000)	(762)	(759)	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)
MITJANA	7,4	7,7	7,6	7,6	7,7	7,9	7,8	7,8	7,7	7,7	7,7	7,5	7,5	7,6	7,6	7,5	7,6	7,6	7,8



TAULES D'EVOLUCIÓ

2.- EN UNA ESCALA DEL 0 AL 10, QUIN ES EL SEU GRAU DE SATISFACCIÓ RESPECTE L'ATENCIÓ PERSONAL QUE REP PER PART DELS COMERCIANIS? (ESSENTI 0 MOLTI INSATISFEIT I 10 MOLTI SATISFEIT)
(BASE: ACOSTUMEN A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA)

%	Març 00	Set. 00	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
0	0,7	0,8	0,4	0,7	1,4	1,1	0,3	0,7	1,3	0,6	0,6	0,5	0,3	0,6	0,6	0,6	0,4	0,4
1	0,3	0,3	0,0	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1	0,3	0,1	0,3	0,7	0,2	0,1	0,0	0,1	0,3
2	0,3	0,5	0,8	0,3	0,7	0,7	0,3	0,8	0,6	0,3	0,8	0,8	0,7	1,4	1,2	0,4	1,3	0,9
3	0,5	0,8	1,0	1,2	1,4	1,0	1,4	1,3	0,9	1,3	0,5	2,3	0,9	1,9	1,8	2,1	1,8	1,4
4	2,2	1,7	1,3	1,7	2,5	2,0	2,7	1,8	1,4	2,1	3,7	3,1	2,3	4,1	2,5	3,1	3,1	3,5
5	9,2	8,3	11,8	10,4	15,0	12,0	11,0	10,3	6,1	13,0	12,5	13,6	10,8	13,0	13,3	15,2	11,7	13,7
6	13,0	13,8	13,4	15,0	12,8	14,3	13,3	11,8	7,8	17,4	18,9	18,0	18,2	19,2	16,7	17,6	20,4	19,3
7	20,5	22,1	18,8	24,8	18,7	22,5	21,2	22,7	15,3	22,2	23,1	22,6	24,3	21,9	23,5	24,9	25,5	24,6
8	31,4	29,1	30,3	27,3	22,9	24,6	29,6	28,7	34,0	22,8	20,2	20,8	23,2	21,8	22,3	21,0	20,3	21,2
9	11,7	12,3	9,6	9,6	10,0	11,3	9,1	12,5	15,7	9,5	9,1	7,9	8,7	7,5	8,6	7,2	7,2	6,0
10	9,2	9,6	9,8	7,9	12,7	8,4	9,5	8,6	15,4	8,8	9,3	8,4	9,0	6,6	8,4	6,8	7,5	6,5
NS-NC	1,2	0,7	2,9	0,7	1,6	1,9	1,3	0,6	1,3	1,6	1,4	1,7	0,9	1,8	1,0	1,0	0,6	2,2
N	(762)	(759)	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)
MITJANA	7,4	7,3	7,3	7,2	7,1	7,1	7,2	7,3	7,0	7,1	7,0	6,9	7,1	6,8	7,0	6,8	6,9	6,8



TAULES D'EVOLUCIÓ

3.- A QUIN TIPUS D'ESTABLIMENT L'ATENEN MILLOR? (BASE: ACOSTUMEN A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA)

%	Març 00	Set. 00	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08	
A LA BOTIGA DE BARRI	49,7	53,2	50,2	51,6	53,8	52,4													
A LA BOTIGA ESPECIALITZADA	4,2	4,0	5,1	7,8	5,7	7,3													
A LA BOTIGA DE BARRI/BOTIGA ESPECIALITZADA							42,9	52,9	58,3	52,3	55,8	51,0	53,4	54,4	52,9	52,6	52,2	52,7	
AL MERCAT MUNICIPAL	19,3	15,9	12,3	15,9	16,8	14,0	27,3	18,9	16,3	17,6	20,2	20,0	22,2	19,5	22,1	23,1	22,0	23,4	
AL SUPERMERCAT	16,9	16,7	16,9	11,9	13,8	14,2	19,5	14,3	12,9	15,9	15,3	16,0	12,7	14,7	14,2	12,8	16,1	14,5	
A L'HIPERMERCAT	1,3	1,6	1,1	0,8	1,2	2,0	1,7	1,6	1,2	2,3	0,5	1,1	1,6	2,2	1,9	0,7	1,0	0,8	
AL GRAN MAGATZEM	2,5	2,6	5,7	3,6	3,1	3,7	0,9	4,3	3,8	3,4	2,5	2,4	2,5	2,7	1,8	2,6	1,9	2,2	
ALS GRANS CENTRES COMERCIALS	1,6	2,2	3,4	1,5	0,7	1,6	3,0	2,9	2,7	3,2	1,9	4,2	4,3	3,9	3,6	4,3	3,7	3,2	
ALTRES	0,9	1,8	2,0	5,2	1,0	2,4	1,7	1,5	2,8	2,2	2,2	0,6	1,6	0,6	0,5	2,4	1,0	0,3	
NS-NC	3,5	1,8	3,3	1,8	3,9	2,4	3,0	3,7	2,1	3,1	1,7	4,6	1,6	2,1	2,9	1,7	2,1	2,9	
N	(762)	(759)	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)	

4.- QUAN VA A COMPRAR, "EL TRACTE QUE REP" EL VALORA MOLT, BASTANT, REGULAR POC O GENS? (BASE: ACOSTUMEN A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA)

%	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
MOLT	61,3	56,2	60,8	54,0	52,2	54,4	54,4	60,1	52,7	55,4	58,2	57,1	61,9	62,3	55,2	54,7
BASTANT	33,0	37,2	33,0	39,8	42,7	40,1	38,7	34,0	42,5	38,3	36,4	36,7	34,1	33,5	37,1	38,3
REGULAR	0,0	3,6	3,1	3,1	2,6	3,4	3,8	3,2	2,0	2,7	2,1	3,3	1,7	2,0	4,7	2,4
POC	3,3	2,5	2,2	2,9	1,9	1,7	2,5	2,3	2,5	3,0	2,9	2,2	1,5	1,7	2,7	4,0
GENS	2,0	0,5	0,6	0,2	0,3	0,4	0,7	0,3	0,3	0,5	0,3	0,6	0,5	0,3	0,3	0,4
NS-NC	0,4	0,0	0,2	0,0	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,0	0,1
N	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)



TAULES D'EVOLUCIÓ

4.- QUAN VA A COMPRAR, "L'ASSESSORAMENT DEL PRODUCTE" EL VALORA MOLT, BASTANT, REGULAR POC O GENS? (BASE: ACOSTUMEN A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA)

%	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
MOLT	56,8	42,0	48,7	40,4	36,7	40,0	41,6	47,2	42,2	45,8	43,7	45,2	49,1	51,1	42,7	42,3
BASTANT	35,2	44,1	36,9	43,9	46,0	45,9	41,4	40,3	42,1	41,7	41,8	39,7	39,5	37,0	41,0	41,3
REGULAR	4,8	6,3	6,9	8,4	7,9	6,5	5,5	4,4	6,6	5,2	5,3	6,6	4,9	5,2	7,3	2,0
POC	2,0	5,8	5,4	6,1	5,3	5,8	7,9	6,4	6,8	5,7	6,0	6,4	4,0	4,4	6,8	11,0
GENS	0,4	1,6	1,6	1,0	3,0	1,5	2,8	1,5	2,0	0,8	2,9	1,5	2,0	2,0	1,3	2,4
NS-NC	0,8	0,2	0,5	0,2	1,2	0,3	0,7	0,2	0,2	0,8	0,1	0,7	0,4	0,3	0,9	0,9
N	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)

4.- QUAN VA A COMPRAR, "LA HONRADESA" LA VALORA MOLT, BASTANT, REGULAR POC O GENS? (BASE: ACOSTUMEN A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA)

%	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
MOLT	69,6	65,6	72,0	66,5	58,9	62,0	71,5	71,1	68,0	70,3	69,4	66,5	72,5	73,5	65,0	70,7
BASTANT	27,5	31,0	24,3	28,8	35,6	31,4	24,2	24,4	28,9	25,5	26,2	29,3	24,0	23,2	28,8	25,5
REGULAR	1,5	1,9	2,0	3,4	2,7	4,1	2,0	2,4	1,7	1,9	2,4	2,2	1,7	1,7	3,9	0,9
POC	1,0	0,9	0,7	0,9	2,3	1,7	0,9	1,3	1,2	1,3	1,4	1,3	1,3	0,8	1,5	2,2
GENS	0,4	0,3	0,4	0,2	0,2	0,6	0,5	0,2	0,0	0,1	0,1	0,3	0,3	0,3	0,6	0,1
NS-NC	0,0	0,2	0,6	0,2	0,2	0,2	0,9	0,5	0,2	0,8	0,2	0,5	0,1	0,4	0,2	0,6
N	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)



TAULES D'EVOLUCIÓ

4.- QUAN VA A COMPRAR, "LA RAPIDESA" LA VALORA MOLT, BASTANT, REGULAR POC O GENS? (BASE: ACOSTUMEN A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA)

%	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
MOLT	53,5	41,9	54,5	43,9	40,6	40,3	42,0	44,3	43,6	44,7	43,9	43,3	51,4	50,1	41,8	42,0
BASTANT	38,7	46,7	34,4	42,4	44,7	44,7	41,9	44,8	44,7	42,0	41,2	43,1	39,3	40,1	44,9	46,8
REGULAR	5,3	7,7	7,4	10,2	9,7	10,8	12,6	6,8	7,4	8,1	7,6	7,8	5,6	5,7	9,1	4,9
POC	1,5	3,2	3,0	2,6	3,9	3,9	3,2	3,1	3,7	3,8	5,8	5,1	3,3	3,0	3,9	5,3
GENS	0,3	0,6	0,2	0,9	0,5	0,3	0,4	0,6	0,3	0,7	1,0	0,6	0,4	0,7	0,2	0,9
NS-NC	0,8	0,0	0,5	0,1	0,4	0,0	0,0	0,3	0,2	0,7	0,4	0,1		0,3	0,1	0,1
N	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)

4.- QUAN VA A COMPRAR, "LA PROFESSIONALITAT" LA VALORA MOLT, BASTANT, REGULAR POC O GENS? (BASE: ACOSTUMEN A REALITZAR LES COMPRES A CASA SEVA)

%	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 06	Set. 06	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
MOLT	65,1	54,2	63,1	55,2	51,7	51,3	58,3	60,4	55,5	59,7	54,6	59,0	60,4	63,3	53,6	59,4
BASTANT	31,2	41,0	30,5	37,1	40,3	40,6	36,6	34,0	39,6	36,0	38,2	34,4	33,8	33,4	38,7	36,7
REGULAR	1,4	2,7	4,3	5,0	5,3	5,3	2,7	3,0	2,7	2,7	3,8	3,4	3,5	1,6	4,2	1,2
POC	1,5	1,9	1,4	2,0	1,6	1,9	1,9	1,9	1,8	1,0	2,2	2,3	1,6	1,2	3,0	2,1
GENS	0,3	0,1	0,5	0,6	0,4	0,8	0,5	0,3	0,3	0,3	0,8	0,7	0,3	0,1	0,4	0,2
NS-NC	0,5	0,1	0,2	0,1	0,7	0,1	0,1	0,5	0,0	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3		0,3
N	(789)	(886)	(811)	(805)	(913)	(893)	(848)	(863)	(883)	(873)	(865)	(877)	(932)	(892)	(895)	(898)



TAULES D'EVOLUCIÓ

5.- QUAN VA A COMPRAR EL SEGUENT PRODUCTE VOSTRE HABITUALMENT PAGA:

1.- ALIMENTS

%	Març 08	Set. 08
EN EFECTIU/DÈBIT	71,8	79,9
TARJA CRÈDIT	24,7	17,5
NS-NC	0,7	1,8
NO COMPRA	2,8	0,8
N	(1000)	(1000)

2.-ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS

%	Març 08	Set. 08
EN EFECTIU/DÈBIT	73,7	81,2
TARJA CRÈDIT	22,1	16,2
NS-NC	0,9	1,6
NO COMPRA	3,3	1,0
N	(1000)	(1000)

3.-ROBA I CALÇAI

%	Març 08	Set. 08
EN EFECTIU/DÈBIT	47,4	53,9
TARJA CRÈDIT	50,1	43,5
NS-NC	0,5	1,6
NO COMPRA	2,0	1,0
N	(1000)	(1000)



TAULES D'EVOLUCIÓ

4.- PARAMENT DE LA LLAR

%	Març 08	Set. 08
EN EFECTIU/DÈBIT	52,6	51,9
TARJA CRÈDIT	41,5	40,9
NS-NC	1,4	3,4
NO COMPRA	4,5	3,8
N	(1000)	(1000)

5.- OCI (LLIBRES, CD, JOCS)

%	Març 08	Set. 08
EN EFECTIU/DÈBIT	56,3	67,4
TARJA CRÈDIT	39,3	27,0
NS-NC	1,6	2,2
NO COMPRA	2,8	3,4
N	(1000)	(1000)

6.- EN QUINA MESURA ESTA A FAVOR O EN CONTRA DE L'OBERTURA DELS COMERÇOS EN DIUMENGE?

%	Març 01	Set. 01	Març 02	Set. 02	Març 03	Set. 03	Març 04	Set. 04	Març 05	Set. 05	Març 07	Set. 07	Març 08	Set. 08
MOLT A FAVOR	7,2	5,3	6,7	7,0	6,9	4,4	6,2	4,8	8,2	6,5	8,6	6,8	8,4	6,9
A FAVOR	25,4	26,0	24,6	27,1	24,8	29,7	23,3	22,7	25,9	30,5	24,8	25,4	24,1	26,6
NI A FAVOR NI EN CONTRA	21,2	21,0	20,2	22,1	21,5	20,5	24,1	23,7	21,4	21,8	19,0	19,9	21,2	24,1
EN CONTRA	32,3	35,6	35,6	27,7	27,9	29,6	27,0	29,7	31,6	28,3	29,8	30,5	30,6	27,4
MOLT EN CONTRA	12,7	10,8	11,9	15,2	17,4	15,5	18,6	18,2	12,2	11,8	16,4	16,6	15,3	14,3
NS-NC	1,2	1,3	1,0	0,9	1,5	0,3	0,8	0,9	0,7	1,1	1,4	0,8	0,4	0,7
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)



DADES D'IDENTIFICACIÓ

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z1.- QUINS CANALS DE TELEVISIÓ ACOSTUMAA VEURE MÉS HABITUALMENT?

(ESPONTÀNIA)

(SUMA DE LES TRES RESPOSTES)

	(N)	TOTAL %
TOTAL	(1000)	100,0%
TV1	(314)	31,4%
TV2	(101)	10,1%
TV3	(693)	69,3%
K3 / C33	(164)	16,4%
3-24	(34)	3,4%
ANTENA3	(300)	30,0%
TELE 5	(369)	36,9%
CUATRO	(166)	16,6%
LA SEXTA	(110)	11,0%
BARCELONA TV	(69)	6,9%
CITY TV / TDB	(72)	7,2%
CANAL +	(45)	4,5%
FOX	(24)	2,4%

	(N)	TOTAL %
TOTAL	(1000)	100,0%
TELEPORTE	(11)	1,1%
DISNEY CHANNEL	(13)	1,3%
AXN	(11)	1,1%
NATIONAL GEOGRAPHIC	(7)	0,7%
CALLE 13	(7)	0,7%
INTERECONOMÍA	(6)	0,6%
CANAL HISTORIA	(5)	0,5%
ALTRES CANALS	(43)	4,3%
NOM RLA TELEVISIÓ	(20)	2,0%
NOTÉ TELEVISIÓ	(5)	0,5%
NS	(16)	1,6%
NC	(2)	0,2%



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z2 - AMB QUINA FREQUÈNCIA LLEGEIX LA PREMSA?

	TOTAL	
	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
CADADIA	(562)	56,2%
NO MÉS ELS CAPS DE SETMANA	(121)	12,1%
DE TANT EN TANT	(194)	19,4%
QUASI MAI	(33)	3,3%
MAI	(89)	8,9%
NC	(1)	0,1%

Z2A - QUINS SÓN ELS DIARIS QUE LLEGEIX MÉS HABITUALMENT (IMPRESOS O PER INTERNET)?

(ESPONTÀNIA)
(SUMA DE LES DUES RESPOSTES)

	TOTAL	
	(N)	%
TOTAL	(910)	100,0%
LA VANGUARDIA	(405)	44,5%
EL PERIÒDICO (EN CATALÀ)	(231)	25,4%
EL PERIÒDICO (EN CASTELLÀ)	(187)	20,5%
EL PAÍS	(155)	17,0%
AVUI	(85)	9,3%
EL MUNDO	(28)	3,1%
ABC	(4)	0,4%
LA RAZÓN	(14)	1,5%
EL PUNT	(9)	1,0%
EL PÚBLICO	(7)	0,8%
DIARIS ESPORTIUS	(85)	9,3%
DIARIS GRATUÏTS	(164)	18,0%
ALTRES DIARIS COMARCALS/LOCALS	(7)	0,8%
DIARIS INTERNACIONALS	(3)	0,3%
DIARIS ECONÒMICS	(10)	1,1%
ALTRES	(7)	0,8%
NS	(8)	0,9%
NC	(1)	0,1%



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z3/Z4 (Resum).- Escala ideològica i sentiment de pertinença

IDEOLOGIA (1=EXT.ESQUERRA/ 5=EXT.DRETA)

PERTINENÇA (1=ÚNICAMENT ESPANYOL/ 5=ÚNICAMENT CATALÀ)

		TOTAL
IDEOLOGIA	Mitjana	2,0
	Des.Est.	1,2
	(n)	(779)
PERTINENÇA	Mitjana	3,4
	Des.Est.	1,1
	(n)	(937)

Z3.- DE LES SEGÜENTS OPCIONS IDEOLÒGQUES, AQUINA SE SENT VOSTÈ MÉS PROPER?

	(N)	TOTAL %
TOTAL	(1000)	100,0%
ESQUERRA	(366)	36,6%
CENTRE ESQUERRA	(163)	16,3%
CENTRE	(143)	14,3%
CENTRE DRETA	(61)	6,1%
DRETA	(46)	4,6%
NS	(75)	7,5%
NC	(59)	5,9%
APOLÍTIC	(87)	8,7%

Z4.- I, AQUINA DE LES SEGÜENTS SITUACIONS SE SENT MÉS PROPER?

	(N)	TOTAL %
TOTAL	(1000)	100,0%
ÚNICAMENT ESPANYOL	(68)	6,8%
MÉS ESPANYOL QUE CATALÀ	(37)	3,7%
TANT ESPANYOL COM CATALÀ	(413)	41,3%
MÉS CATALÀ QUE ESPANYOL	(251)	25,1%
ÚNICAMENT CATALÀ	(168)	16,8%
NS	(37)	3,7%
NC	(26)	2,6%



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z7.- SEXE

	TOTAL	
	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
HOME	(469)	46,9%
DONA	(531)	53,1%

Z8A1 (RESUM).- EDAT

EDAT	TOTAL	
	Mitjana	Des. Est.
		48,5
		18,7
	(n)	(1000)

Z8A2.- GRUPS D'EDAT

	TOTAL	
	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
DE 16 A 24 ANYS	(93)	9,3%
DE 25 A 34 ANYS	(194)	19,4%
DE 35 A 44 ANYS	(183)	18,3%
DE 45 A 54 ANYS	(151)	15,1%
DE 55 A 64 ANYS	(133)	13,3%
65 I MÉS ANYS	(246)	24,6%

Z9.- LLOC DE NÀIXEMENT

	TOTAL	
	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
BARCELONA CIUTAT	(636)	63,6%
RESTA CATALUNYA	(84)	8,4%
RESTA D'ESPANYA	(203)	20,3%
UNÓ EUROPEA	(25)	2,5%
RESTA DEL MÓN	(47)	4,7%
NO CONTESTA	(5)	0,5%

Z10.- NACIONALITAT

	TOTAL	
	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
ESPANYA	(950)	95,0%
UNÓ EUROPEA	(22)	2,2%
ALTRES	(28)	2,8%

Z11.- LLENGUA HABITUAL

	TOTAL	
	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
CATALÀ	(537)	53,7%
CASTELLÀ	(454)	45,4%
ALTRES LLENGÜES	(5)	0,5%
NO CONTESTA	(4)	0,4%



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z12.- NIVELL D'ESTUDIS ACABATS DE L'ENTREVISTAT

	TOTAL	
	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
MENYS QUE PRIMARIS	(35)	3,5%
PRIMARIS (PRIMÀRIA, EGB, ESO)	(222)	22,2%
SECUNDARIS (BATXILLERAT, PREU, BUP, COU)	(216)	21,6%
SECUNDARIS PROFESSIONALS (COMERÇ, FP1, FP2, MÒDULS)	(157)	15,7%
UNIVERSITARIS (DIPLOMATURA, GRAU MIG, SUPERIOR)	(364)	36,4%
NC	(6)	0,6%

Z13A.- ACTUALMENT, QUINA ÉS LA SEVA ACTIVITAT LABORAL?

	TOTAL	
	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
TREBALLA PER COMPTA PROPÍ	(103)	10,3%
TREBALLA PER COMPTA D'ALTRE	(429)	42,9%
JUBILAT/DA	(279)	27,9%
ATURAT/DA / BUSCA FEINA	(55)	5,5%
TASQUES DE L'ALLAR (NO REMUNERADES)	(49)	4,9%
ESTUDIANT	(79)	7,9%
NC	(6)	0,6%

Z13B.- I QUINA ÉS LA SEVA OCUPACIÓ?

(BASE: TREBALLEN EN L'ACTUALITAT)
(ESPONTÀNIA)

	TOTAL	
	(N)	%
TOTAL	(532)	100,0%
DIRECTIU/ GERENT/ EMPRESARI AMB MÉS DE 3 TREBALLADORS	(26)	4,9%
AUTÒNOM/ EMPRESARI AMB 3 O MENYS TREBALLADORS	(84)	15,8%
PROFESSIONAL/ TÈCNIC/ COMANDAMENT INTERMEDI	(171)	32,1%
EMPLEAT ADMINISTRATIU D'OFICINA, SERVEIS, COMERCIALS	(103)	19,4%
TREBALLADORS DE RESTAURACIÓ, COMERÇ, SERVEIS PERSONALS	(98)	18,4%
TREBALLADOR/ GERENT INDÚSTRIA I CONSTRUCCIÓ	(46)	8,6%
NC	(4)	0,8%



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z15 (RESUM).- QUANTES PERSONES VIUEN A CASA SEVA (COMPTANT-SE VOSTÈ)?

		TOTAL
PERSONES VIUEN A CASA	Mitjana	2,8
	Des.Est.	1,1
	(n)	(987)

Z15.- QUANTES PERSONES VIUEN A CASA SEVA (COMPTANT-SE VOSTÈ)?

	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
1	(121)	12,1%
2	(323)	32,3%
3	(272)	27,2%
4	(218)	21,8%
5	(41)	4,1%
6	(8)	0,8%
7	(4)	0,4%
NC	(13)	1,3%

Z16.- ESTAT QVL

	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
SOLTER/A (MAI HA ESTAT CASAT)	(291)	29,1%
CASAT/DA	(556)	55,6%
MU AMB PARELLA	(41)	4,1%
SEPARAT/DA	(99)	9,9%
DIVORCIAT/DA	(13)	1,3%

Z21.- DISTRICTE MUNICIPAL

	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
CIUTAT VELLA	(66)	6,6%
EIXAMPLE	(168)	16,8%
SANTS-MONJÚIC	(114)	11,4%
LES CORTS	(51)	5,1%
SARRIÀ-SANT GERVASI	(85)	8,5%
GRÀCIA	(77)	7,7%
HORTA-GUINARDÓ	(106)	10,6%
NOU BARRIS	(104)	10,4%
SANT ANDREU	(90)	9,0%
SANT MARTÍ	(139)	13,9%

EN QUINA LENGUA VOL QUE LI FAGI L'ENTREVISTA?

	(N)	%
TOTAL	(1000)	100,0%
CATALÀ	(562)	56,2%
CASTELLÀ	(438)	43,8%



ENQUESTES I ESTUDIS D'OPINIÓ BARCELONA

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