



Generalitat de Catalunya
**Agència Catalana
del Consum**

Estudi sobre Consum i Reforma Horària

Desembre 2021



Institut
Opinòmetre

Índex

1. Introducció.....	3
2. Antecedents	3
3. Objectius de l'estudi	4
4. Metodologia.....	4
5. Contrastant l'opinió dels consumidors catalans sobre els principals aspectes de la reforma horària a través d'un grup de discussió	6
6. Caracterització socioeconòmica de la mostra	11
7. Reforma horària	18
7.1. Grau d'acord amb la implantació d'una reforma horària amb característiques definides ..	18
7.2. Grau d'acord amb propostes horàries concretes que tenen impacte a la vida quotidiana	21
7.3. Opinió sobre els horaris comercials actuals	30
7.4. Opinió sobre la salubritat dels horaris propis.....	33
7.5. Opinió sobre la recuperació de les hores de desfasament respecte de la resta del món	35
8. Hàbits horaris actuals dels consumidors catalans	36
8.1. Consum d'alimentació i/o productes per a la llar	36
8.2. Consum de roba, calçat, complements i similars	42
8.3. Consum de serveis personals i similars	48
8.4. Consum en bars, restaurants i similars	54
8.5. Consum d'esport pagat.....	60
8.6. Consum d'oci cultural (cinema, teatre, espectacles i similars).....	66
9. Llocs de compra actuals dels consumidors catalans.....	72
9.1. Comerç d'alimentació i productes per a la llar.....	72
9.2. Consum de roba, calçat, complements i similars	75
9.3. Consum d'electrodomèstics.....	78
9.4. Format de compra: presencial vers on-line	81
10. Opinió sobre els horaris comercials actuals, l'auto-regulació de la demanda i el grau d'acord amb la proposta de la reforma horària.....	82
11. Freqüència de compra en línia i el seu impacte en el comportament dels consumidors catalans	84

12. Comerç de proximitat i adopció de mitjans digitals	87
13. Teletreball i canvis en hàbits de consum	90
14. Impacte de la pandèmia en els hàbits de compres i oci	92
15. Valoració experta dels resultats de l'enquesta	94
16. Resum de les principals conclusions	101
Annexes	105
Guió del primer grup de discussió	105
Guió del segon grup de discussió	107
Qüestionari a la població catalana de consumidors	109
Referències	117

1. Introducció

Dins de les accions encaminades a la implantació d'una Reforma Horària, l'Agència Catalana de Consum (ACC) va treure a concurs públic la realització d'un estudi sobre la percepció de la població catalana sobre els horaris que proposa dita reforma en l'apartat de consum. L'anunci es va fer en el marc de la Taula Quadrangular del Comerç i Consum per a la Reforma Horària sent l'objectiu principal captar la reacció dels consumidors catalans davant d'una futura racionalització dels horaris comercials d'acord amb el Pla Viure Millor: Pla de transició cap a la Reforma Horària. El Pla Viure Millor va ser aprovat pel Govern de la Generalitat a l'octubre de 2020 i contempla l'aplicació progressiva de mesures concretes per a millorar els usos del temps de la ciutadania, de forma que siguin més eficients, competitius i racionals.

El present informe és el resultat d'aquesta acció. Realitzat per l'Institut Opinòmetre, mostra els resultats i conclusions de la prospecció sobre la població catalana de 16 i més anys en aquest tema.

2. Antecedents

Des de la creació de les Taules Quadrangulars en el procés d'elaboració del Pacte per a la Reforma Horària l'any 2016, la Taula de Comerç i Consum ha impulsat iniciatives orientades a la consecució d'uns usos del temps que siguin més saludables, que millorin la qualitat de vida dels consumidors i dels treballadors del sector, que facilitin la conciliació de la vida laboral i familiar i que donin lloc a una major productivitat.

La Taula Quadrangular de Comerç i Consum està formada per l'Oficina per a la Reforma Horària, entitat que coordina la transversalitat de les polítiques públiques del temps i de reforma horària; l'Agència Catalana del Consum; la Direcció General de Comerç del Departament d'Empresa i Coneixement; la Direcció General de Relacions laborals del Departament de Treball, així com diverses entitats i organitzacions empresarials, sindicals i de defensa dels drets dels consumidors.

El 21 de setembre de 2021 Núria Vergés ha estat nomenada Directora General de Cures, Organització del Temps i Equitat en els Treballs. Aquesta Direcció està adscrita al Departament d'Igualtat i Feminismes, té entre els seus principals objectius impulsar programes que trenquin la bretxa salarial i fomentar actuacions que eliminin les desigualtats en l'accés de les dones al mercat laboral. També pretén promoure polítiques d'organització del temps i reforma horària que permetin la conciliació de la vida personal, familiar, associativa, de ciutadania i laboral.

3. Objectius de l'estudi

Els punts clau dels estudis qualitatiu i quantitatiu que s'han dut a terme entre octubre i novembre de 2021, han estat els següents:

- Establir l'opinió dels consumidors catalans en relació a l'adopció d'horaris comercials més racionals i saludables, especialment pel que fa al comerç presencial i de proximitat.
- Esbrinar quins canvis socials són necessaris segons els consumidors catalans per a afavorir una acceptació majoritària del canvi en els horaris comercials.
- Estimar el grau de penetració real i impacte de les tecnologies en els hàbits i els horaris de compra.
- Estimar quins són els possibles beneficis des del punt de vista dels horaris, de l'adaptació del comerç de proximitat a la venda en línia.
- Canvis en els hàbits horaris de compra derivats de la pandèmia de la COVID-19.

4. Metodologia

La metodologia adoptada per l'Institut Opinòmetre per a realitzar l'estudi ha consistit en l'organització de dos grups de discussió i d'una enquesta a la població catalana de 16 i més anys.

En el primer grup de discussió han participat nou persones representant als consumidors catalans i la seva missió ha estat la de validar els temes escollits per a formar part de l'enquesta.

En el segon grup han participat sis experts involucrats o relacionats amb la promoció de la reforma horària així com amb temes socials referents a l'ús del temps i un representant del sector del comerç.

Els dos grups de discussió s'han realitzat sota un guió estructurat que va ser enviat als participants abans de la seva celebració i amb el consentiment dels mateixos per a trobar-se en una plataforma en línia que va permetre l'enregistrament de les sessions. Posteriorment, personal especialitzat de l'Institut Opinòmetre ha fet el buidatge i síntesi dels continguts, que formen part d'aquest informe.

L'enquesta a la població catalana de 16 i més anys s'ha realitzat entre els dies 13 i 27 d'octubre de 2021. La població objectiu estava distribuïda de la següent forma:

Població	Grandària dels municipis			
	Petits	Mitjans	Grans	Total
RMB	1.078.370	1.038.624	2.846.981	4.963.975
Resta Catalunya	1.723.605	606.463	486.436	2.816.504
Total	2.801.975	1.645.087	3.333.417	7.780.479

S'han considerat municipis petits els de fins a 30.000 habitants; mitjans els d'entre 30.000 i 100.000 i grans els de més de 100.000 habitants.

I la mostra extreta sobre aquesta població:

Mostra	Grandària dels municipis			
	Petits	Mitjans	Grans	Total
RMB	111	107	293	510
Resta Catalunya	177	62	50	290
Total	288	169	343	800

La fitxa tècnica de l'enquesta és la següent:

Fitxa tècnica	
Població objectiu	Consumidors catalans de 16 i més anys
Grandària de la població objectiu	7.780.479 persones
Grandària de la mostra	800 casos
Nivell de confiança	95%
Error mostral	±5%
Mètode d'entrevista	Enquesta telefònica assistida per ordinador (CATI)
Període d'enquesta	Del 13-10-2021 al 27-10-2021
Treball de Camp	Institut Opinòmetre

El tractament de dades s'ha fet utilitzant el mòdul d'estadística descriptiva del programa SPSS versió 25 i, l'informe ofereix principalment gràfics simples, taules descriptives, gràfics creuats i anàlisis de diferències de mitjanes. Per a contrastar diferències de proporcions, s'ha utilitzat l'estadístic Chi Quadrat i per a contrastar diferències de mitjanes la F de Snedecor aplicant anàlisis ANOVA. Les tècniques s'han escollit segons la seva adaptació a les variables qualitatives i quantitatives a que ha donat lloc l'enquesta.

5. Contrastant l'opinió dels consumidors catalans sobre els principals aspectes de la reforma horària a través d'un grup de discussió

Un cop elaborat el qüestionari de l'enquesta, es va organitzar un grup de discussió, format per consumidors catalans de municipis grans, mitjans i petits per a debatre els temes proposats al guió sobre la reforma horària per tal de validar el qüestionari. El grup de discussió va tenir lloc de forma virtual el dia 8 de setembre de 2021, entre les 18 i les 19:30 hores. Organitzat per l'Institut Opinòmetre, moderat per la Dra. Alicia Coduras i controlat per la sociòloga Meritxell Perramon.

L'objectiu del grup de discussió ha estat el de recavar l'opinió de consumidors de diferents indrets de Catalunya sobre els temes proposats a l'enquesta que s'anava a realitzar poc després a la població objectiu com a fonament de l'estudi sobre la percepció dels consumidors catalans enfront d'uns horaris comercials i uns usos del temps d'acord amb el marc que estableix el "Pla Viure Millor: Pla de Transició cap a la Reforma Horària". Tot seguit es pot veure la síntesi extreta d'aquesta sessió sobre cada tema.

Primer tema: La Generalitat ha estat treballant des de l'any 2014 en promocionar una reforma horària per tal d'apropar Catalunya a una regulació més semblant a la dels països europeus i que augmenti la qualitat de vida i la salut de la població. Per aquest motiu es va dissenyar el Pla Viure Millor que, desafortunadament s'ha vist afectat, com altres temes, per la pandèmia. A mida que la situació sanitària millora, el Pla va prenent forma i, de fet, en alguns aspectes, la pandèmia ha servit per a valorar el comportament de la població davant de canvis que tenen a veure amb la reforma horària. Així, ens hem adaptat a certes restriccions horàries quan no hi ha hagut altres solucions, malgrat que aquestes han afectat a sectors comercials i de serveis personals. També s'ha accelerat l'adopció del teletreball en diverses modalitats i altres canvis.

En aquesta sessió anem a debatre sobre el tema dels horaris i les mesures que proposa el Pla Viure Millor que afecten al consum. Per a començar, els vull preguntar si coneixen o han sentit parlar d'aquest Pla o de la reforma horària que voldria aconseguir la Generalitat.

Els consumidors han sentit parlar, especialment als mitjans de comunicació, de temes relacionats amb possibles canvis d'horaris i ajustaments en els de jornada laboral per apropar-se a un sistema més semblant als de altres països europeus, però no havien sentit parlar del Pla Viure Millor ni de la Reforma Horària amb aquests noms específics. No eren conscients de l'existència d'un pla avançat en aquest àmbit.

Segon tema: Pel que veuen al seu entorn, pensen que la població catalana fa les seves compres i consums de serveis personals en horaris saludables i racionals? És el mateix a municipis petits, mitjans o grans o hi ha diferències? Els hi agraden els horaris actuals? S'adaptarien a un horari comercial de 7:00 a 19:30 hores? Com haurien de ser els horaris d'aquesta franja en els diferents tipus de locals i establiments (alimentació i productes per a la llar, roba, calçat, forns, perruqueries, mobles ...? Quins canvis socials

s'haurien de donar per poder aplicar un horari com aquest? Quins problemes i beneficis veuen en un horari d'aquest tipus per a la població i els empresaris i treballadors del sector?

Sobre aquests temes, hi ha opinions diverses. La majoria pensa que fem les coses tard i que mentre l'horari ho permeti així seguirem, perquè ho tenim força arrelat i perquè si no es coordinen més els horaris laborals amb els d'altres sectors una reforma d'aquest tipus no és viable.

“La gent, durant la pandèmia s'ha adaptat a la situació i horaris, però un cop s'ha recuperat certa normalitat, es tendeix a tornar als hàbits que es tenien. Hi ha diferents models de llars i de municipis que condicionen les hores de fer consum, no només als establiments d'alimentació, sinó també a altres. En moltes perruqueries també tanquen tard perquè molta gent va a darrera hora quan surt de la feina. Per suposat que els treballadors dels comerços també voldrien arribar a casa més d'hora, però mentre tot l'ecosistema no estigui coordinat, sempre hi haurà horaris més i menys favorables”.

“Hi ha famílies que han de fer les compres grans en cap de setmana, i el fet de que les grans superfícies obrin fins i tot en diumenge, afavoreix aquest tipus de consum, que moltes vegades és aprofitat per a fer activitats amb la família en centres comercials. Però en municipis mitjans, com per exemple és el cas de Vic, hi ha massa grans superfícies per a la població que té el municipi, i això ha destruït el comerç en les zones centrals del municipi. En molts carrers no hi ha ni una botiga i això treu dinamisme i vida a la ciutat. Si es canvia l'horari i es coordina amb el sector privat, ens anirem adaptant, com ho hem fet durant la pandèmia, però no resulta atractiu, especialment, per a la gent gran i de mitjana edat. Els joves, més conscienciats amb els temes ecologistes, es mostren més a favor d'adoptar aquest tipus de vida i la veuen més saludable i conciliadora”.

“En molts municipis petits, el tenir cotxe resulta essencial per anar a comprar, ja que les compres petites es poden fer al municipi, però les grans i de segons quines coses s'han de fer a municipis més grans que quedin a prop i, si els horaris es redueixen tant, no hi hauria forma de poder seguir amb aquesta manera de fer les coses”.

La racionalitat està en organitzar-se adequadament davant de possibles canvis, però, de nou, surt el tema de que si no es coordina tot serà molt difícil que la gent adopti aquests horaris a menys que es vegin forçats a fer-ho. La mesura més consensuada per a impulsar una reforma horària és la de compactar la jornada laboral i coordinar els diferents sectors tot el que sigui possible per no perjudicar-ne a cap.

Un dels participants indica que “els horaris llargs es poden resoldre en torns i que això també és una manera de donar feina a més gent”. També s'esmenta que “un horari com aquest pot derivar en molta més gent comprant en línia, cosa que, pot perjudicar al comerç de proximitat i local”.

En definitiva, a la majoria no els hi agradaria que el comerç tanqués més d'hora, a pesar d'entendre que la gent que treballa en el sector també té dret a millorar la seva qualitat de vida. Des del punt de vista de la salubritat estan d'acord en que és millor i fins i tot pot ser ideal, però els hi pot el costum. De nou, els participants més joves són els més disposats a assolir un canvi com aquest.

Terçer tema: Pel que veuen al seu entorn, pensen que la població catalana fa els consums de l'indústria de l'oci en horaris saludables i racionals? És el mateix a municipis petits, mitjans o grans o hi ha diferències? Els hi agraden els horaris actuals de bars, restaurants, cinemes, teatres, concerts, exposicions, discoteques? Què pensen d'una franja horària de 7 del matí a 2 de la nit depenent del tipus d'activitat? Com haurien de ser els horaris d'aquesta franja en els diferents tipus de locals i establiments (bars, restaurants, pubs, discoteques, concerts, exposicions, teatre, cinema ...? Quins canvis socials s'haurien de donar per poder aplicar un horari com aquest? Quins problemes i beneficis veuen en un horari d'aquest tipus per a la població i els empresaris i treballadors del sector?

“El tipus de vida que tenim a Catalunya en general és força noctàmbul, especialment a l'estiu i als llocs turístics. Precisament, molts turistes venen cercant aquest tipus de vida per uns dies o mesos. Aquest horari de 7 a 2 de la matinada es podria aplicar a alguns tipus de locals, però no es veu viable per a pubs i discoteques. Aquests establiments i els seus empresaris i treballadors no sortirien ben parats i els adolescents i joves es podrien oposar fortament malgrat que molts pares estarien contents. Aquí tenim molt arrelada la mentalitat de fer activitats a la nit. L'hora punta dels restaurants comença, com a mínim a les 21 hores i si s'acabés de sopar a les 11 o les 12 de la nit, llavors es necessitaria més temps per a anar a la discoteca o altres llocs similars. Actualment, les discoteques, especialment en caps de setmana, tanquen al voltant de les 5 de la matinada i els temps en que hi havia discoteca de 6 a 10 per als adolescents i de 10 en endavant per als majors de 18 anys ja no es recorden. La gent queda tard a sopar a nivell particular amb els amics, sent l'hora més habitual entre les 21 i les 22 hores. Els horaris escolars també condicionen. Els que tenen fills que acaben a les 15 hores, planifiquen el sopar a partir de les 21 hores ja que no hi ha prou diferències de temps entre àpats i, a més, moltes activitats extraescolars acaben a les 21h.”

Com es pot canviar tot això? No ho veuen fàcil.

“Per fer un canvi d'aquest tipus, s'hauria de canviar la mentalitat de la gent, cosa força difícil i que, en tot cas, s'hauria d'abordar progressivament i acompanyada de molta pedagogia. Però, en el fons, sempre està el perjudici als empresaris i treballadors del sector, que saben que la seva feina és aquesta i que es fa de nit. Els participants veuen difícil organitzar aquest canvi de mentalitat a curt termini ja que no vivim a un país nòrdic, on les hores de sol funcionen diferent i la gent s'adapta a viure d'una altra manera”.

“El que està clar és que per a fer les activitats d'aquest tipus més d'hora, hauríem de matinar més i fer-ho tot abans. És un canvi social i cultural ambiciós, però també sabem que amb un altre horari solar, havia funcionat de forma similar al que es planteja en temps passats al nostre país”.

En definitiva, en aquesta proposta horària, el que es veu més difícil d'adaptar és l'oci nocturn. Durant la pandèmia ja s'ha vist que si tanques els locals més d'hora, els joves es queden al carrer, proliferen els “botellons” i tampoc s'arregla el problema.

Quart tema: Què pensen dels horaris actuals pel que fa a jornada laboral, educació fins als 18 anys, educació de 18 i més anys, distribució del temps de persones jubilades, hora de dinar i sopar, horari dels mitjans audiovisuals i hores de son? són saludables i racionals? Haurien de ser més aviat com a la majoria de països europeus

Els horaris escolars actuals comparats amb els que hi havia fa anys, representen una progressió cap a la jornada continuada i la reducció, però si això no està coordinat amb els horaris de jornada laboral, llavors, apareixen els problemes, que a més són diferents segons les edats dels infants a cada llar. A alguns els hi agrada més l'horari partit perquè es coordina millor amb el seu horari laboral i a altres el continuat perquè el veuen millor per als escolars. Malgrat tot, també hi ha casos en què, al mig dia els infants tenen dues hores de descans, la qual cosa no es veu convenient perquè trenca el ritme i acaba sent menys saludable. També, tot depèn de si els infants es queden a dinar a l'escola o no. De moment hi ha molts models difícils de coordinar.

Pel que fa als mitjans audiovisuals, "tots estan d'acord en que la programació està organitzada d'una forma que ens fa anar a dormir tard. Les notícies del migdia a les 15h no es consideren ben programades i haurien de ser més d'hora. Els programes més interessants o entretinguts a la nit acaben massa tard, fins i tot a la 1 de la matinada. Tot això no afavoreix la salut i les hores de son". Aquí, tothom creu que calen actuacions de millora i aplicar una major racionalitat.

En definitiva, "tot s'allarga molt perquè hauríem de viure al menys una hora abans, però per tot. Si no es coordina la feina, l'escola, la universitat, etc., no hi haurà manera d'anar implantant un canvi de mentalitat cap a una reforma horària". D'altra banda amb els canvis d'horari d'estiu i d'hivern, podem veure com "a l'estiu molts comerços, especialment en zones turístiques, obren a partir de les 18 hores, ja que abans fa massa sol i calor per anar de compres i a les botigues no els hi surt a compte obrir abans perquè no hi ha demanda i en canvi, els costos generals no s'aturen".

"També els àpats ens condicionen molt els horaris. Així als països europeus, l'àpat més important és el desdèjuni, mentre que el dinar es simplifica molt i el sopar es fa entre les 18 i les 19. Aquí, el dinar és l'àpat principal, i també el sopar, moment en que moltes famílies poden estar complertes, per tant, això marca una important diferència que està tant arrelada que no serà fàcil de canviar. Si de cas, si tot s'avança una hora, serà una mica més senzill millorar".

Cinquè tema: Fan servir mitjans digitals per comprar, fer reserves o altres gestions de consum? Pensen que la pandèmia ha incrementat l'ús de tecnologies pel que fa al consum? Estan la població catalana i el sector de comerç i serveis personals preparats per desenvolupar i atendre una gran demanda en línia? Els hi agrada fer servir les tecnologies per a consumir? Quins beneficis té i quins problemes li veuen?

Alguns participants no els hi agrada comprar en línia i són més tradicionalistes, però veuen l'avantatge sobre tot a l'hora de fer viatges i activitats d'oci cultural com comprar entrades de cinema, teatre i similars. En canvi, de moment, la majoria prefereix anar a comprar els productes quotidians a les botigues. Entenen que les compres s'aniran posant al dia i respecten que hi hagi aquesta alternativa, però algunes coses no els hi agraden. Per exemple, "les compres a Amazon han perjudicat molt al comerç local i a les petites botigues".

"La majoria pensa que ha de protegir el comerç local i compren per Internet el que no troben. D'altra banda, fer compres en línia fa perdre el contacte social, no sempre compres productes de qualitat, es perd el plaer del fet d'anar a comprar, veure els productes frescos, etc. Sobre tot compren roba i altres tipus de productes però molt poc pel que fa a alimentació. Sí que valoren l'oferta tan ampla, i altres avantatges, però també hi ha perill de fer compra additiva o

compulsiva. La pandèmia ha accelerat el progrés de la compra per Internet, però molts han tornat al sistema tradicional”.

Sisè tema: Molt ràpidament, què pensen de les polítiques públiques pel que fa a la gestió del fus horari? Pensen que hem de continuar amb els canvis d'horari d'hivern i estiu? Quin horari els agradaria en cas d'adopció d'un únic horari: estiu, hivern, horari solar com abans?

Pel que fa a les polítiques públiques opinen que només s'hauria de retallar una hora i no fer uns horaris tan restrictius. S'hauria de fer una prova pilot amb alternatives una mica més amples. “Els hi agradaria que no es fessin més canvis horaris i l'opinió sobre quin es quedarien és dispersa, malgrat que sembla més favorable quedar-se amb un horari en què s'aprofitin més les hores de sol. Els canvis de fus horari no són bons per a la salut i la majoria preferiria un horari solar. S'haurien de considerar els cicles i ritmes circadians de cara a fer el millor per a la salut”. El grup té dubtes sobre l'estalvi energètic i l'eficàcia del canvi de fus horari “perquè si a l'hivern augmentem el consum d'energia per les calefaccions i la llum, a l'estiu també l'incrementem amb els aires condicionats i altres consums”. El cotxe elèctric i els cada vegada més nombrosos electrodomèstics independents i dispositius digitals, també estan suposant un augment significatiu del consum d'electricitat, de manera que caldria revisar l'efectivitat del canvi de fus horari.

Setè tema: Ha canviat la pandèmia els hàbits de consum de la població significativament pel que fa als horaris de compra? En cas afirmatiu, de quina manera? Quina influència ha tingut el teletreball en les persones que l'han adoptat en algun grau? Són canvis que perduraran, o la gent tornarà a comportar-se com abans de la pandèmia?

“Estan d'acord en que durant el confinament va haver canvis d'hàbits de consum, però no massa acusats i més aviat degut a les restriccions que, un cop acabades, han fet tornar a la majoria als hàbits anteriors a la pandèmia. Pensen que els canvis no perduraran i que el teletreball s'adoptarà de forma mixta. El teletreball pot permetre acabar abans la feina i poder organitzar millor les compres, però depèn de cada cas, ja que per altres ha suposat treballar més hores. Alguns el consideren un experiment fallit”.

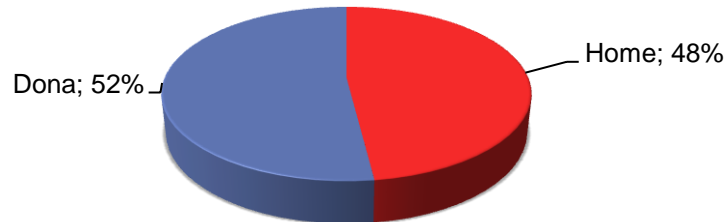
“La restauració i l'hostaleria han estat entre els sectors més perjudicats i s'han perdut molts establiments, però poc a poc tot s'està normalitzant. Tots tendeixen a pensar que tornarem progressivament a la forma de viure d'abans de la pandèmia”.

Els participants han trobat molt interessant el debat i esperen que a la realitat els promotors i impulsors de la reforma horària tinguin present totes les peculiaritats de les formes de vida en funció de l'edat, el tipus de municipi, les zones turístiques i tots els aspectes a considerar, i que siguin prudents en lloc de dràstics a l'hora d'implantar els canvis, tenint present també els aspectes diferencials del nostre país respecte de la resta d'Europa i que el punt de vista del sector públic pot no coincidir amb el del sector privat en molts apartats.

6. Caracterització socioeconòmica de la mostra

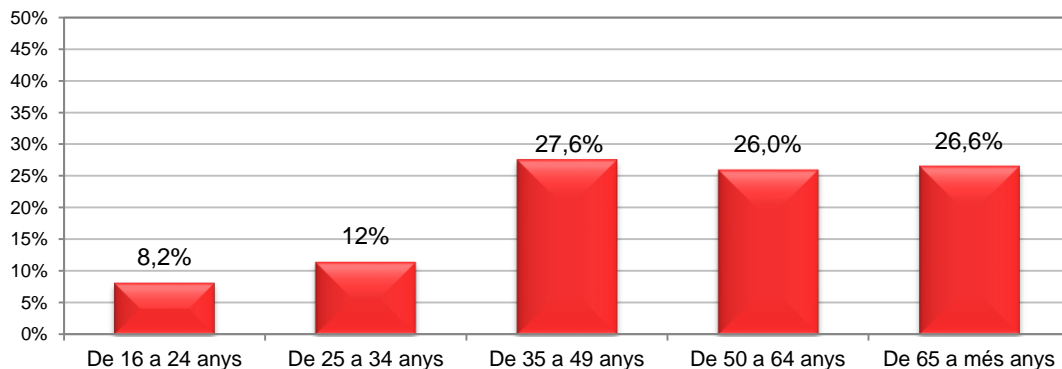
La mostra entrevistada es compon d'un 52% de dones i d'un 48% d'homes, seguint la distribució de la població objectiu.

Figura 1. Distribució de la mostra segons el gènere



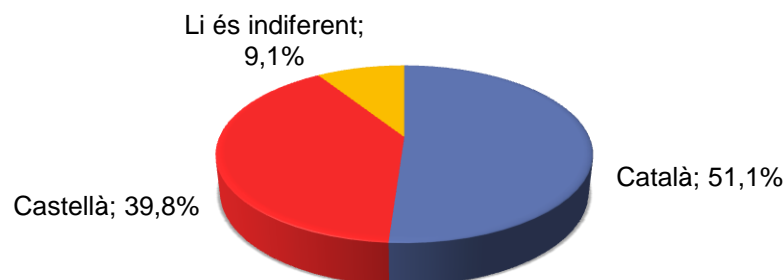
L'edat mitjana de la mostra és de 51,6 anys amb una desviació de 17 anys. La participació en l'estudi ha estat més intensa a partir del 35 anys, fet que mostra l'envelliment de la població catalana, ja que a la seva distribució és evident el menor pes que van tenint, progressivament, els grups d'edat d'entre 16 i 24 anys.

Figura 2. Distribució de la mostra segons el grup d'edat



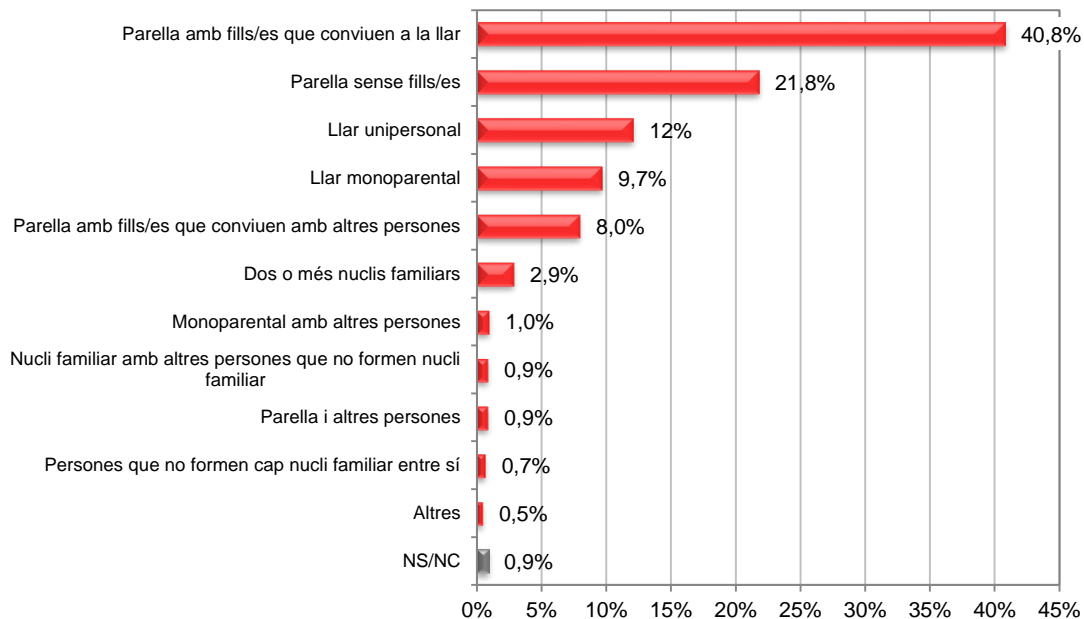
La distribució de la llengua en què s'ha fet l'entrevista es divideix pràcticament per la meitat entre els que han escollit el català i els que han escollit el castellà o els hi ha estat indiferent fer servir una o altra llengua.

Figura 3. Distribució de la mostra segons la llengua que ha fet servir a l'entrevista



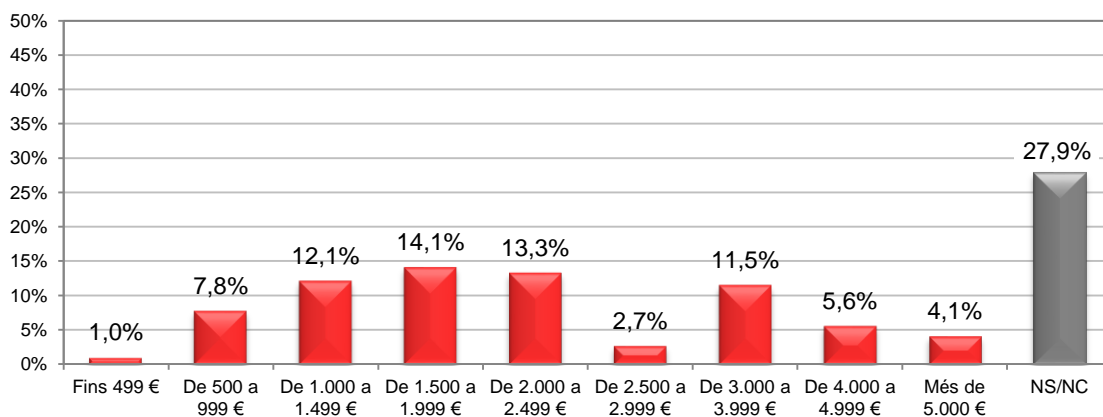
La distribució del model de llar és dispersa però mostra una forta concentració de casos de parelles amb fills que conviuen en el mateix habitatge (40,8%), un grup rellevant de parelles sense fills (21,8%), un 12% de llars unipersonals, un 9,7% de llars monoparentals, un 8% de parelles amb fills que conviuen amb altres persones i, percentatges marginals d'altres casos.

Figura 4. Distribució de la mostra segons el model de llar



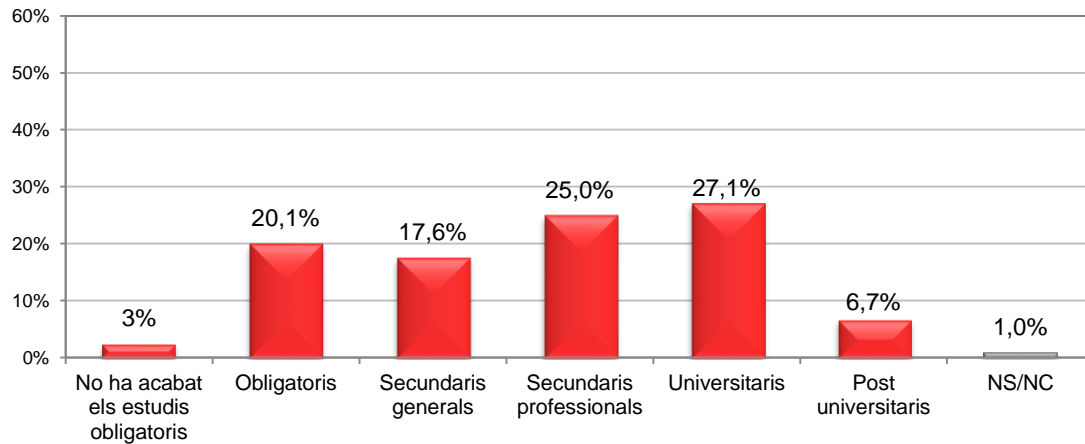
Un 27,9% de la mostra no ha donat informació sobre el seu tram de renda mensual. La informació recopilada en aquest aspecte, assenyala que, aproximadament, un 8,8% té un nivell força baix de renda, mentre que un 26,2% té un nivell mig-baix, un 16% un nivell mig, un 17,1% un nivell alt i un 4,1% un nivell molt alt.

Figura 5. Distribució de la mostra segons el nivell de renda mensual



En relació al nivell d'estudis acabats, una quarta part dels entrevistats no té estudis o té estudis obligatoris, un 42,6% estudis secundaris (el 17,6% generals i el 25% professionals) i una tercera part té estudis universitaris i/o de post grau.

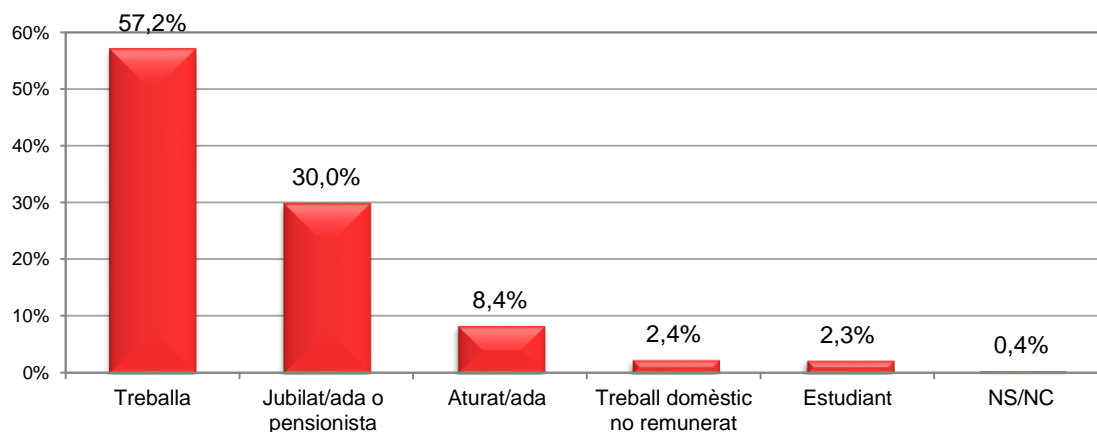
Figura 6. Distribució de la mostra segons el nivell d'estudis més alt acabat



La distribució de la situació laboral dels entrevistats en el moment de l'enquesta és diversa i en ella es poden observar proporcions de persones en diferents casos, si bé, el més freqüent és estar treballant (57,2%). Des del punt de vista de l'estudi, és important haver captat un notable contingent de persones en aquesta situació, degut a que els horaris de treball són un factor molt rellevant a l'hora d'establir els horaris que les persones escullen per fer diversos tipus de consum.

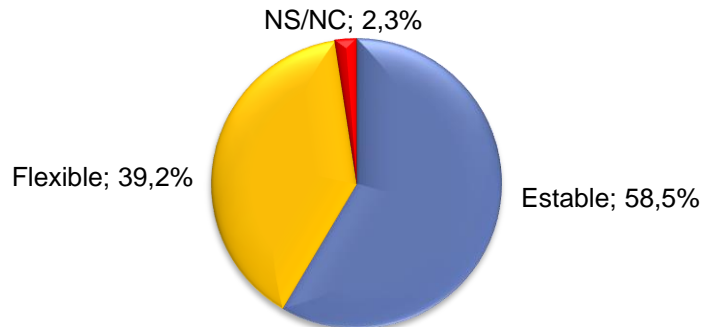
L'envelliment progressiu de la població es ratifica amb el pes de les persones en situació de retir, jubilació i similars, ja que abasta més de la quarta part de la mostra (30%) agregant els que han treballat i els que no ho han fet abans de retirar-se. En canvi, els estudiants representen un 2,3% de la mostra i la resta estan en diverses situacions: atur, treballs domèstics no remunerats,...

Figura 7. Distribució de la mostra segons la situació laboral en el moment de l'enquesta



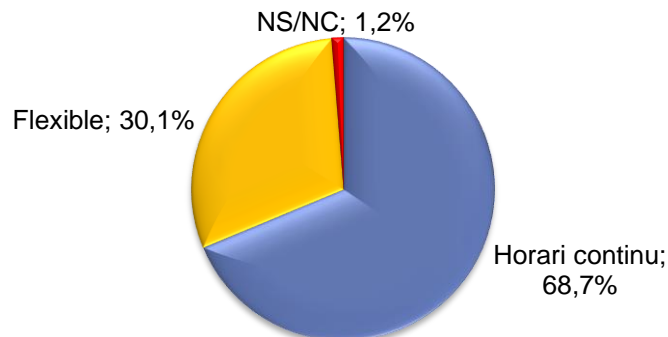
En el cas dels que treballen, la majoria (58,5%) té un horari estable, mentre que un 39,2% el té flexible. El resultat suggereix que encara predominen les feines amb un horari concret d'entrada i sortida, però, possiblement degut a la pandèmia i els canvis que ha portat, s'observa que hi ha una proporció notable de persones que en aquests moments poden gaudir d'un horari flexible i organitzar la seva feina de forma més personalitzada.

Figura 8. Per als que treballen, distribució del tipus d'horari que fan (estable o flexible)



Del total de treballadors que tenen un horari estable, un 68,7% fa un horari continu i un 30,1% un horari partit.

Figura 9. Per als que tenen un horari estable: tipus d'horari que fan



Dels que fan *horari continu*, l'hora més freqüent d'entrada és les 8 del matí, sent també destacables les 6, les 7, les 7:30, les 8:30 i les 9 del matí. Pel que fa a l'hora de sortida, la més freqüent és les 15 hores, seguida de les 14 hores, les 17 hores, les 18 hores i les 16 hores (veure Figura 10).

Dels que fan *horari partit*, l'hora més freqüent d'entrada és les 8 del matí, seguida de les 9. D'altra banda, la sortida de mitja jornada més freqüent, es fa a les 14 hores, sent també força destacable el fer-la a les 13 hores o a les 13:30. L'entrada després d'aquesta sortida és més freqüent a les 15 hores, destacant també les 16 hores. L'horari de sortida de la feina més freqüent es dona a les 18 hores, tanmateix, la distribució de l'hora final de sortida és més dispersa que les altres tres, de forma que els horaris queden força repartits entre les 16 i les 21:30 hores, destacant les 16:30, les 17, les 17:30, les 18:30, les 19 i les 19:30 (veure Figura 11).

Figura 10. Per als que tenen un horari estable continu, distribucions de les hores d'entrada i de sortida

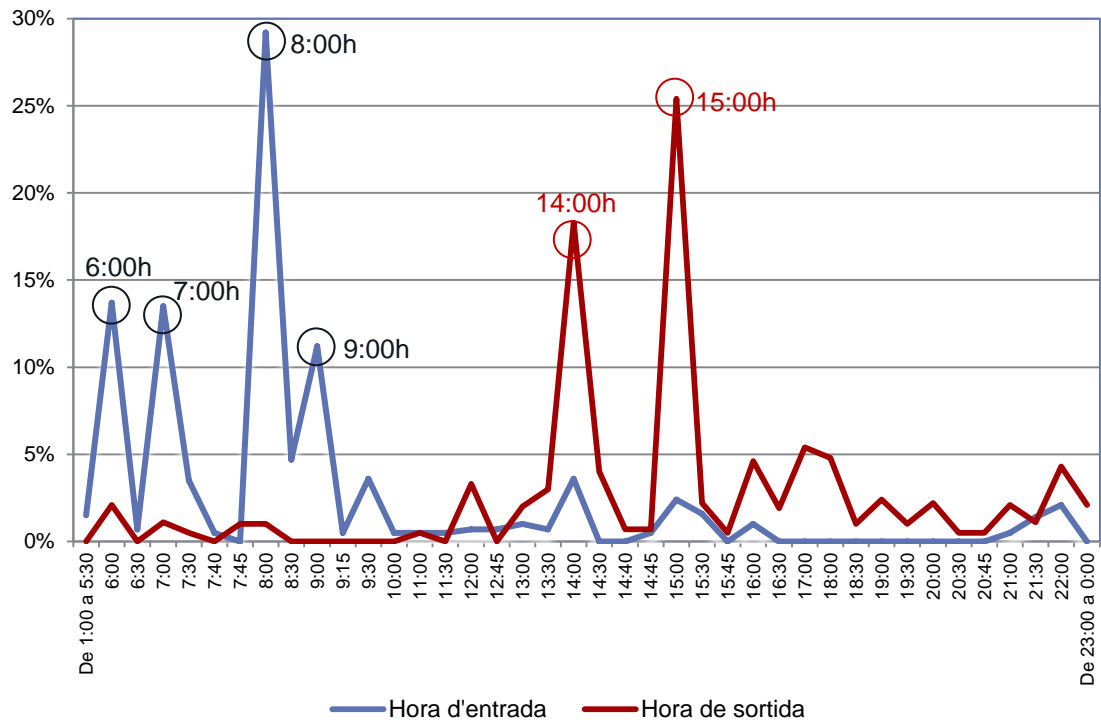
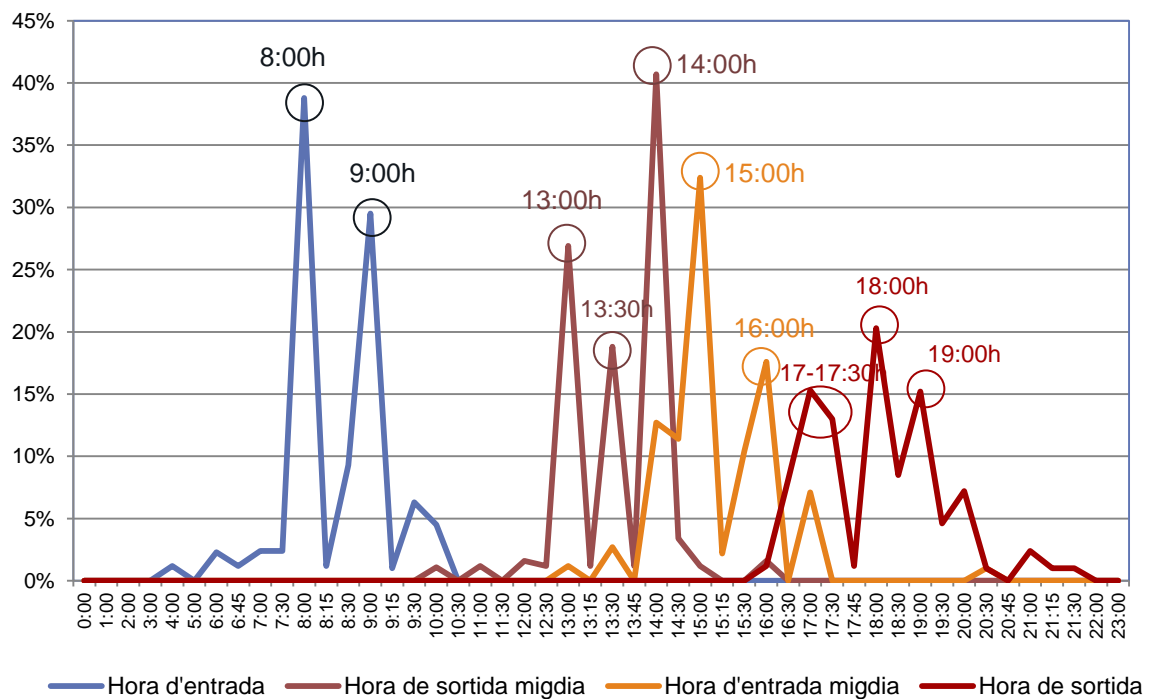


Figura 11. Per als que tenen un horari estable partit, distribucions de les hores d'entrada i de sortida



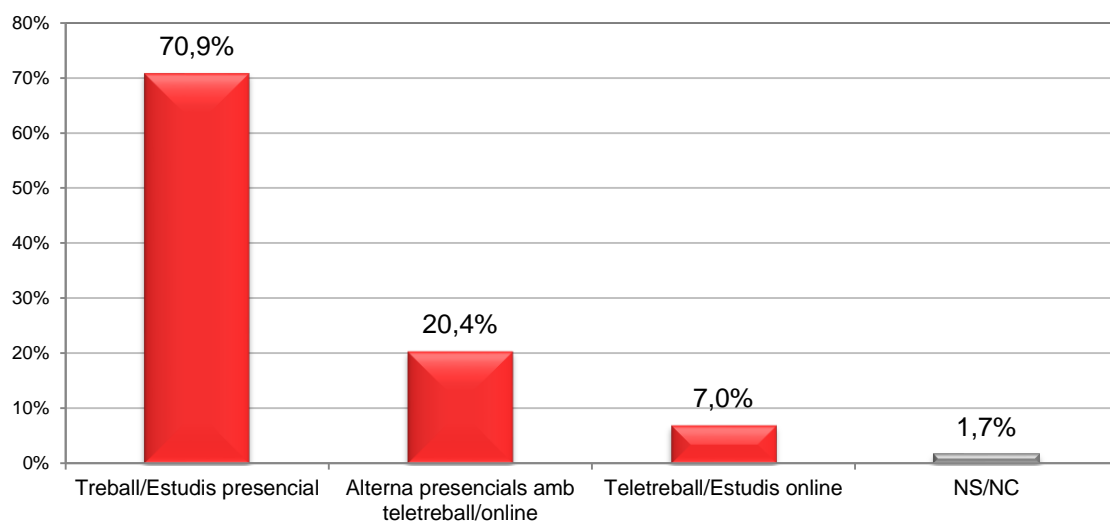
La conclusió que es pot extreure d'aquests resultats és que dins de la població de consumidors que treballa, conviuen diversos horaris que depenen dels sectors, si bé, la majoria tendeix a ser més aviat racional pel que fa a les hores d'entrada i sortida.

Una franja important dels que tenen horari continu comença força aviat (entre les 6 i les 7 del matí) i surt a les 14 o les 15 hores, però el més habitual és treballar de 8 o 9 del matí fins a les 18 o 19 de la tarda, casos en que fora més ideal sortir a les 17 hores com a molt tard. Aquesta possibilitat és difícil a hores d'ara degut a que molts treballadors pertanyen a sectors que no estan coordinats per a fer horaris més racionals, com poden ser l'educació, la restauració, la sanitat i molts d'altres.

Actualment, quasi un 71% de la població de consumidors es desplaça a la feina o als estudis, fent una modalitat presencial. Per tant, malgrat la pandèmia, la majoria està tornant als hàbits de comportament tradicionals en aquest apartat.

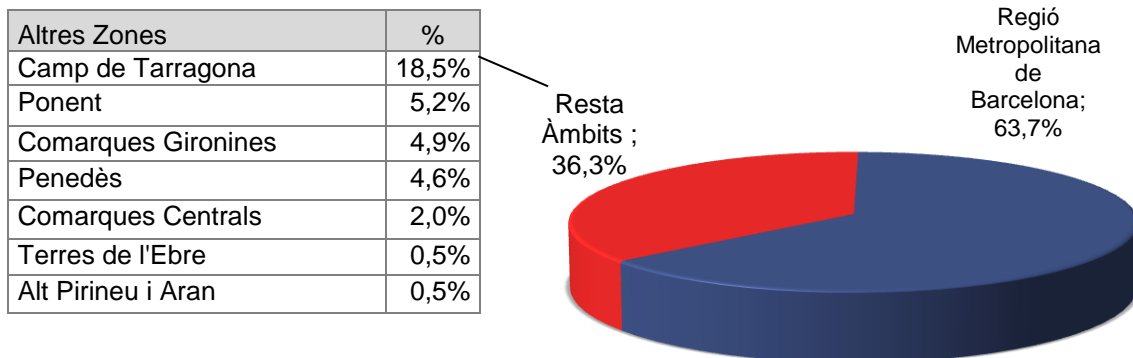
La tendència a adoptar un model mixt, alternant activitat presencial i virtual, encara no abasta una quarta part de la població i afecta a un 20,4% del conjunt. En canvi, un 7% l'ha adoptat plenament, ja sigui per treballar, estudiar o les dues coses.

Figura 12. Per als que treballen o estudien: tipus de modalitat que fan



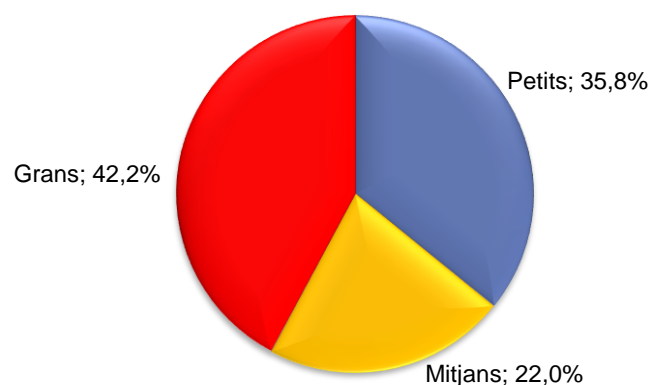
Pel que fa a l'àmbit geogràfic, quasi un 64% de la mostra pertany a la regió metropolitana de Barcelona i un 36,3% a altres zones. D'entre aquestes altres zones, destaca un 18,5% al Camp de Tarragona. També estan representades altres zones, com ara el Ponent (5,2%), les Comarques Gironines (4,9%), el Penedès (4,6%), les Comarques Centrals (2%), l'Alt Pirineu i Aran (0,5%) i les Terres de l'Ebre (0,5%).

Figura 13. Distribució de la mostra segons l'àmbit geogràfic



Finalment, pel que fa a la grandària del municipi de residència dels entrevistats, un 42,2% resideix a municipis grans (de més de 100.000 habitants), un 22% a municipis mitjans (d'entre 30.000 i 100.000 habitants) i un 35,8% a municipis petits (de menys de 30.000 habitants), quedant força ben representats els consumidors dels tres tipus.

Figura 14. Distribució de la mostra segons la grandària del municipi de residència



7. Reforma horària

7.1. Grau d'acord amb la implantació d'una reforma horària amb característiques definides

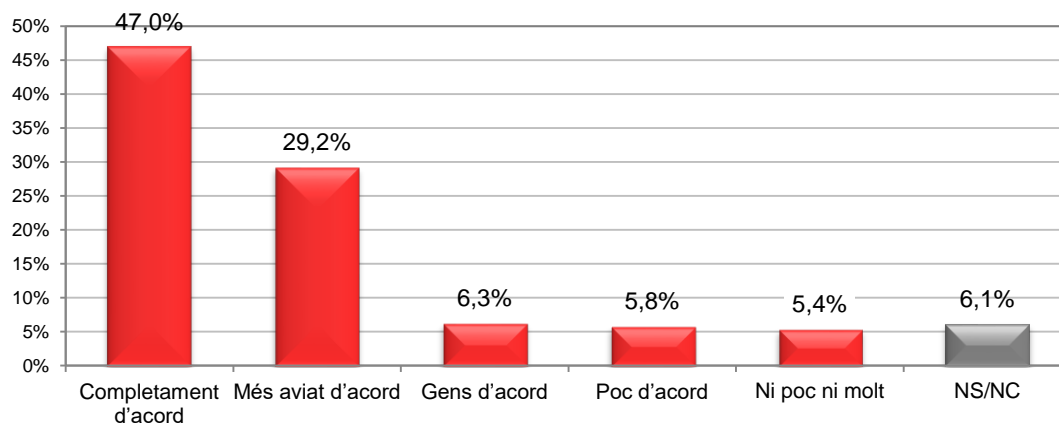
La reforma horària és una iniciativa ciutadana que proposa l'impuls de canvis horaris perquè puguem gaudir de més llibertat en la gestió del nostre temps. Es considera que sincronitzant els nostres hàbits horaris amb els de la resta del món i amb un ritme més ordenat, guanyarem temps personal, millorant la salut i guanyant qualitat de vida. De cara al 2025, el Pla de reforma horària proposa haver recuperat les hores de desfasament horari amb relació a la resta del món i impulsar una nova cultura del temps a les organitzacions a favor de models més eficients i més flexibles com ara compactar la jornada laboral, tancar els comerços abans, fomentar les hores dels àpats més aviat, canviar les hores punta de mitjans audiovisuals a més d'hora, guanyar temps per a una millor conciliació de vida laboral i professional, racionalitzar l'oci, etc.

Al preguntar als consumidors catalans el seu grau d'acord en aplicar una reforma horària en aquests termes, un 76,2% s'ha mostrat completament o més aviat d'acord amb aquesta iniciativa, mentre que un 5,4% ha dit que no està ni poc ni molt d'acord i un 12,1% està poc o gens d'acord (veure Figura 15). En conseqüència, el resultat posa de manifest que una reforma horària en aquest termes seria interessant per a més de tres quartes parts d'aquesta població.

Taula 1. Grau d'acord amb implantar una reforma horària en els termes descrits

Estadístics descriptius	Valor	Interpretació
Mitjana	4,12 punts	Bastant d'acord en conjunt
Desviació estàndard	1,18 punts	Dispersió de resposta baixa
Mediana	5,00 punts	El 50% de la mostra està completament d'acord
Moda	5,00 punts	La nota més freqüent ha estat la màxima
Escala de valoració de 5 punts on 1 = completament en desacord i 5 = completament d'acord		
Estadístics calculat sobre el total de casos que han donat una nota (751)		

Figura 15. Distribució de la mostra segons el grau d'acord amb l'aplicació d'un Pla de reforma horària

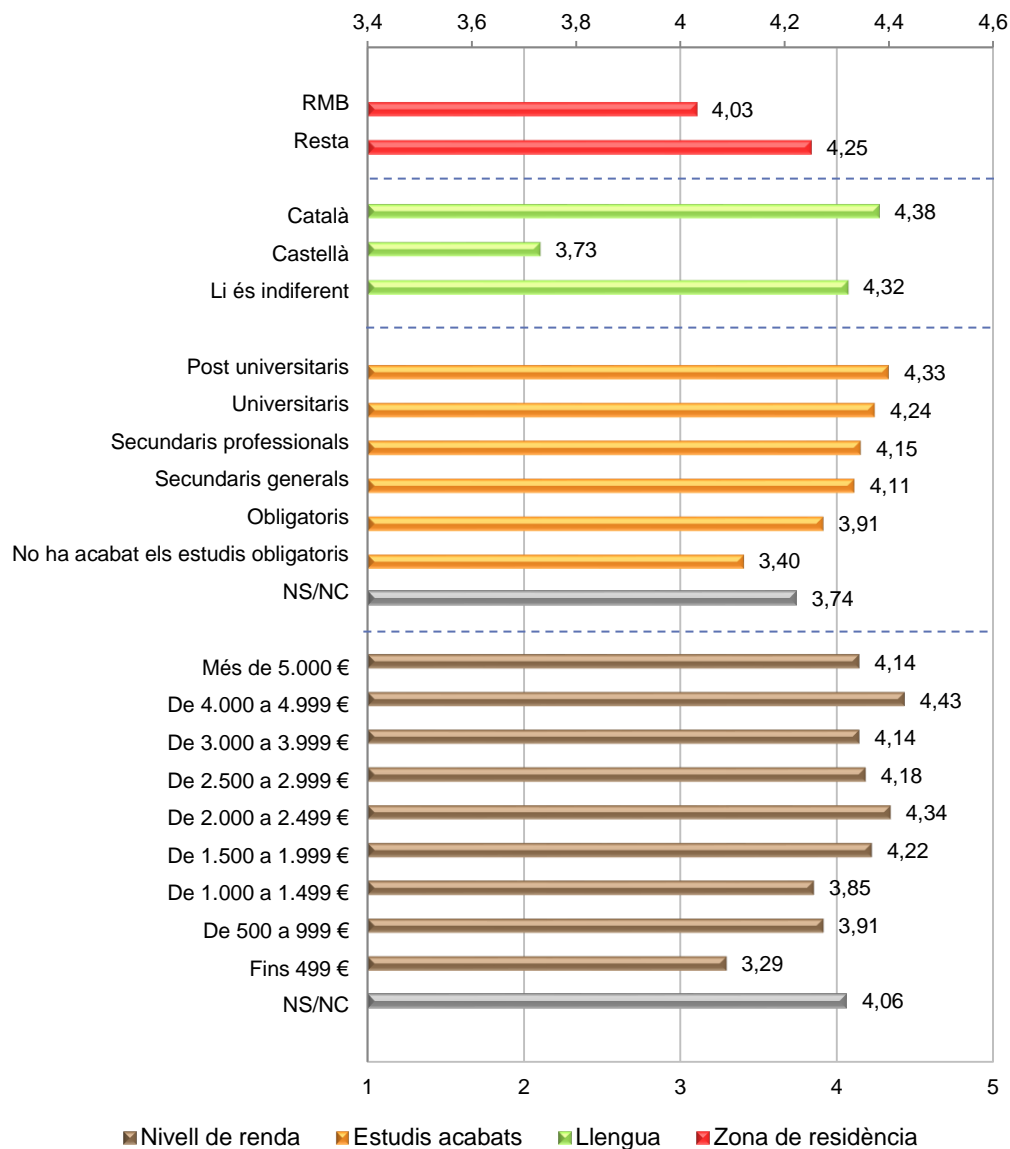


Analitzant les notes mitjanes del grau d'acord amb una reforma horària en els termes especificats en funció de les variables de caracterització socioeconòmica de la mostra, s'han trobat les diferències significatives mostrades a la Taula 2 i descrites a la Figura 16.

Taula 2. Variables socioeconòmiques que tenen algun efecte en el grau d'acord amb la implantació d'una reforma horària en els termes especificats

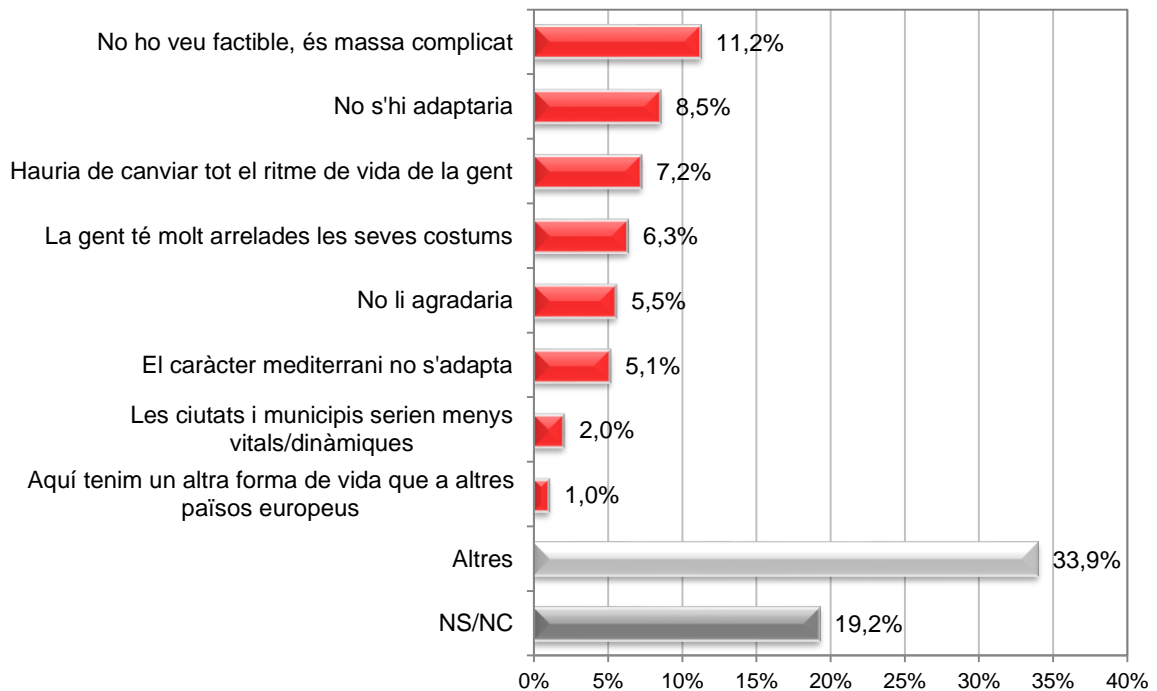
Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Zona de residència	RMB	4,03	0,011
	Resta	4,25*	Estan més d'acord els que viuen fora de la zona RMB
Llengua	Català	4,38	0,000
	Castellà	3,73*	Estan menys d'acord els que han escollit el castellà per a fer l'entrevista
	Li és indiferent	4,32	
Estudis acabats	NS/NC	3,74	0,024
	No ha acabat els estudis obligatoris	3,40	Es dona una relació quasi lineal entre el nivell d'estudis i el grau d'acord amb la implantació d'una reforma horària en els termes especificats, de manera que, a mida que els estudis són de més nivell, les mitjanes de grau d'acord augmenten
	Obligatori	3,91	
	Secundaris generals	4,11	
	Secundaris professionals	4,15	
	Universitaris	4,24	
	Post universitaris	4,33*	
Nivell de renda	NS/NC	4,06	0,031
	Fins 499 €	3,29	Malgrat no donar-se una relació lineal perfecte, el grau d'acord tendeix a créixer amb el nivell de renda. Aquesta variable està correlacionada amb el nivell d'estudis acabats, de manera que el tipus d'influència que tenen les dues variables és força similar
	De 500 a 999 €	3,91	
	De 1.000 a 1.499 €	3,85	
	De 1.500 a 1.999 €	4,22	
	De 2.000 a 2.499 €	4,34	
	De 2.500 a 2.999 €	4,18	
	De 3.000 a 3.999 €	4,14	
	De 4.000 a 4.999 €	4,43*	
Més de 5.000 €	4,14		
La resta de variables: gènere, edat, situació laboral, tipus de llar, tipus d'horaris a la feina, etc. No han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències remarcables.			

Figura 16. Mitjanes de grau d'acord amb la reforma horària proposada en les variables socioeconòmiques que tenen algun efecte sobre aquest



Com s'ha vist a la Figura 15, un 12,1% dels entrevistats no està d'acord amb la implantació d'una reforma horària en els termes especificats. Els motius que ha esmentat aquest col·lectiu són molt diversos. Malgrat tot, destaquen els relacionats amb la factibilitat i complexitat associada a aquest tipus de reforma, els relacionats amb la pròpia adaptabilitat, els canvis que comportaria en les formes de vida, l'arrelament dels costums, el fet de no agradar i la visió del caràcter mediterrani com a poc adaptable a les formes d'organització d'altres zones d'Europa.

Figura 17. Per als que no estan d'acord amb la implantació d'una reforma en els termes proposats, principals motius per haver donat aquesta opinió



7.2. Grau d'acord amb propostes horàries concretes que tenen impacte a la vida quotidiana

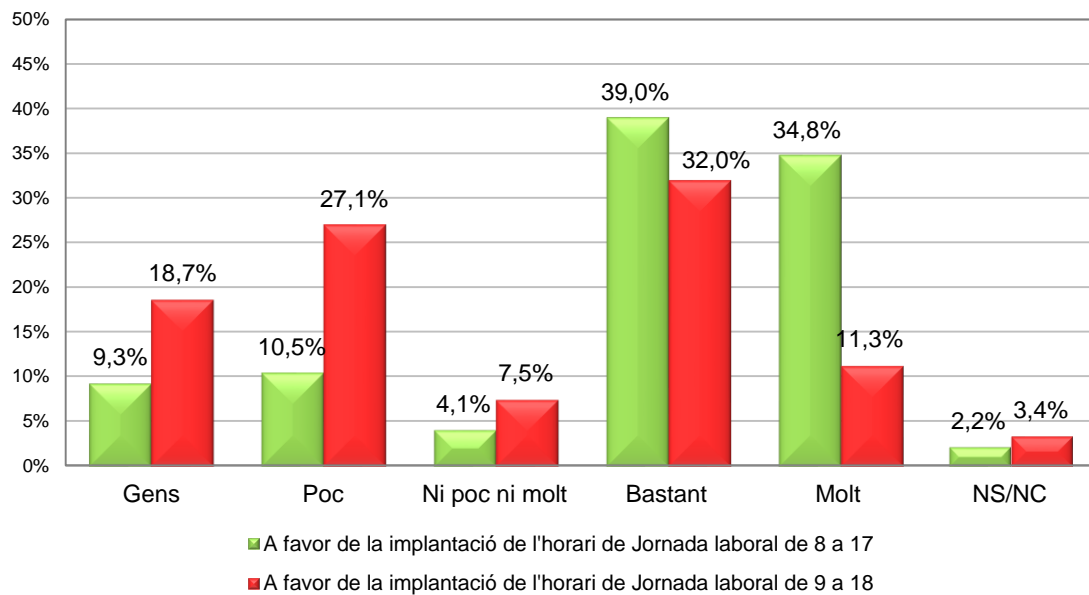
En aquest apartat es mostren els resultats obtinguts al consultar a la mostra de consumidors catalans entrevistada, el grau en què estarien a favor de propostes concretes de possibles horaris de jornada laboral, centres educatius, organismes públics i diverses àrees de consum.

a) Proposta d'horaris a la Jornada laboral

Comparant les dues propostes horàries de 8 a 17 i de 9 a 18 de la tarda, s'observa que la primera té més casos a favor. Així, un 73,8% estaria bastant o molt a favor, mentre que en l'altra cas, aquesta xifra és del 43,3%. En el primer cas, un 19,8% estaria poc o gens a favor, mentre que en el segon seria un 45,8% el que prendria aquesta postura. El nivell d'indiferència és baix en ambdós casos.

En conclusió i, parlant de forma generalitzada, deixant de banda les particularitats dels sectors, la població en general, està més a favor de començar a treballar a les 8 del matí i plegar a les 17 hores, la qual cosa resulta més propera als estàndards europeus.

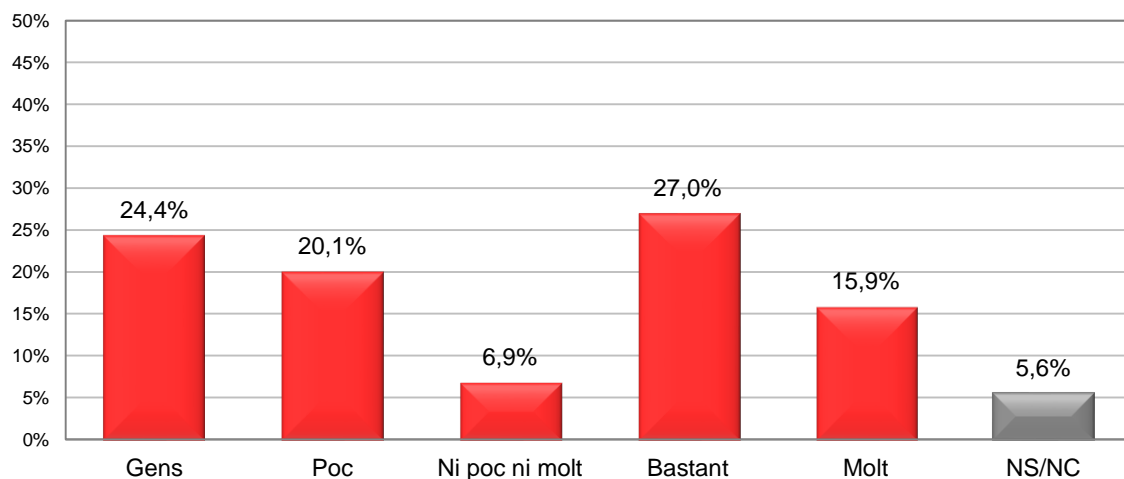
Figura 18. Grau a favor de propostes concretes d'horaris de jornada laboral



b) Proposta d'horari en Centres educatius

Pel que fa a la proposta d'horari de centres educatius fins a 18 anys de 8 del matí a 19 hores, incloent activitats extraescolars, la resposta és força dispersa. Així, un 44,5% no estaria a favor, mentre que quasi un 7% es mostra indiferent i un 42,9% estaria a favor. El resultat suggereix que seria convenient per a una porció important de la població, però una proporció similar i, fins i tot, una mica més elevada, no estaria d'acord amb aquest horari.

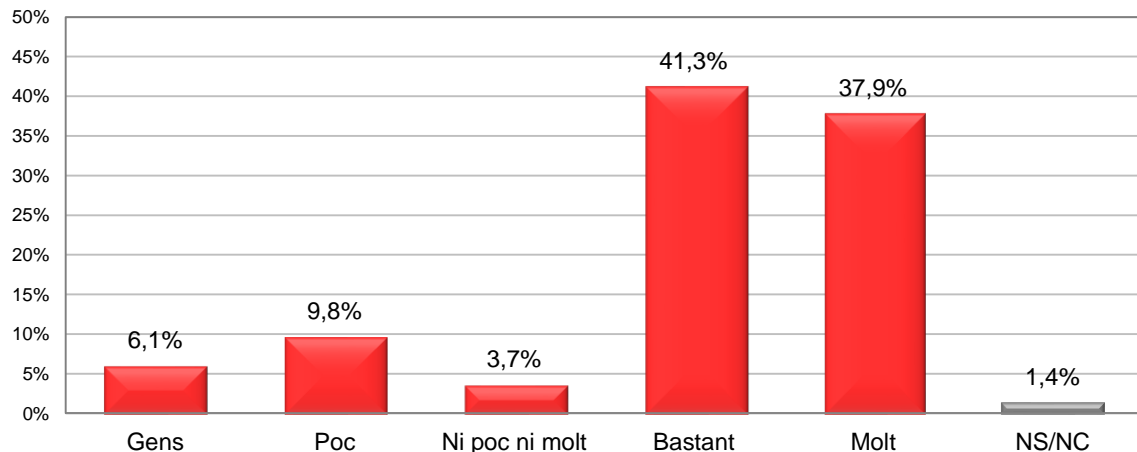
Figura 19. Grau a favor d'una proposta concreta d'horari de centres educatius fins 18 anys, de 8:00h. a 19:00h. incloent activitats extraescolars



c) *Proposta d'horari per a Organismes Públics*

En el cas de la proposta d'horari per a organismes públics de 8 del matí a 17 hores, la resposta és molt menys dispersa i favorable. Així, un 79,2% estaria bastant o molt a favor, mentre que quasi un 4% es mostra indiferent i un 15,9% no estaria a favor. El resultat suggereix que seria convenient per a més de tres quartes parts de la població.

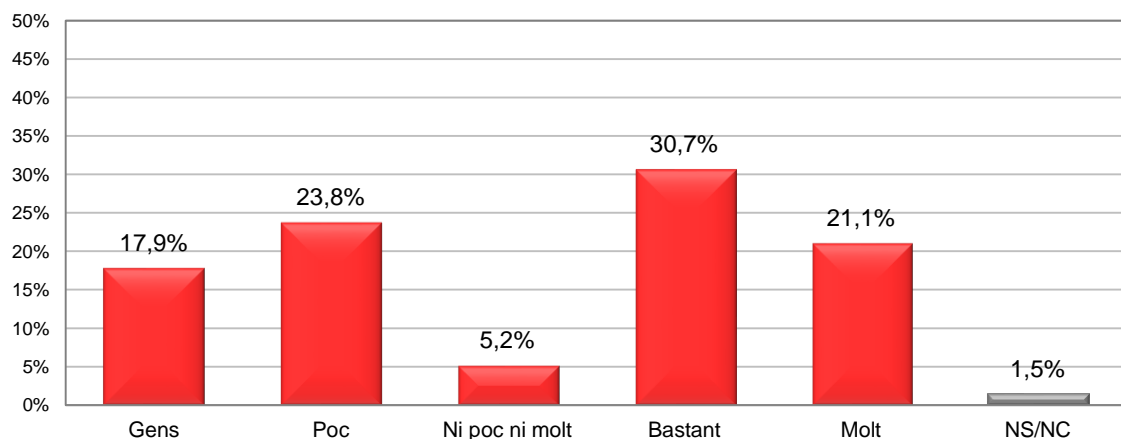
Figura 20. Grau a favor d'una proposta concreta d'horari d'organismes públics, de 8:00h a 17:00h.



d) *Proposta d'horari per a Comerços*

Pel que fa a la proposta d'horari comercial de 7 del matí a 19:30 hores, més semblant als horaris que s'apliquen a alguns països europeus, la resposta és dispersa. Així, un 51,8% estaria bastant o molt a favor, mentre que un 5,2% es mostra indiferent i un 41,7% no estaria a favor. El resultat suggereix que seria convenient per a una mica més de la meitat de la població, però havent-hi un important contingent que no estaria a favor.

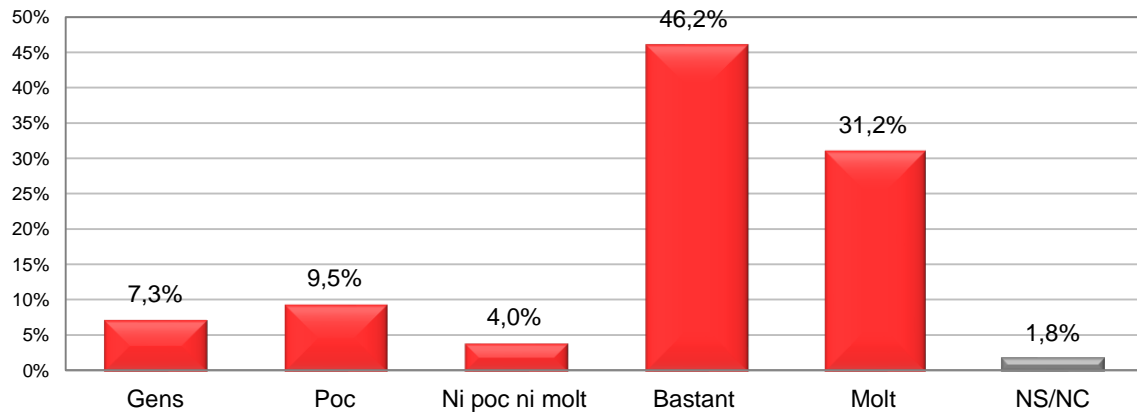
Figura 21. Grau a favor d'una proposta concreta d'horari comercial de 7:00h a 19:30 h



e) *Proposta d'horari per a activitats d'oci cultural*

En el cas de la proposta d'horari per a activitats d'oci cultural entre les 18 i les 00:30 hores, la resposta és molt menys dispersa i favorable. Així, un 77,4% estaria bastant o molt a favor, mentre que un 4% es mostra indiferent i un 16,8% no estaria a favor. El resultat suggereix que seria convenient per a més de tres quartes parts de la població.

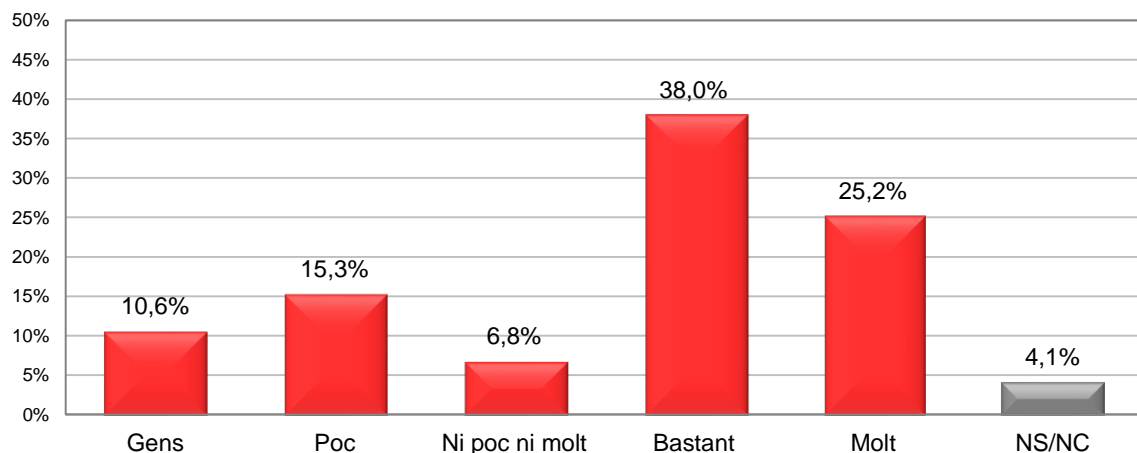
Figura 22. Grau a favor d'una proposta concreta d'horari d'oci cultural de 18:00h a 00:30h



f) *Proposta d'horari per a activitats d'oci nocturn*

Pel que fa a la proposta d'horari per a activitats d'oci nocturn de 18 a 2:30 hores, la resposta és més dispersa, però es decanta cap a estar a favor. Així, un 63,2% estaria bastant o molt a favor, mentre que quasi un 7% es mostra indiferent i un 25,9% estaria poc o gens a favor. El resultat suggereix que seria convenient per a una bona part de la població, però havent-hi una quarta part que no estaria a favor.

Figura 23. Grau a favor d'una proposta concreta d'horari per a l'oci nocturn de 18:00h. a 2:30h.

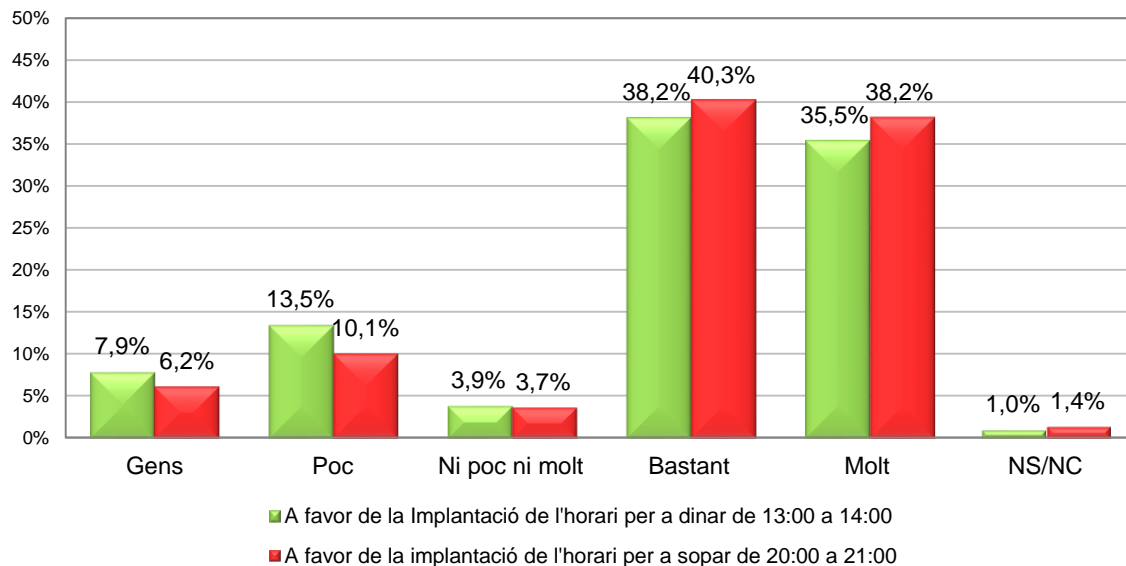


g) *Proposta d'horaris per als àpats*

Finalment, pel que fa a canvis rellevants d'hàbits diaris, al comparar dues propostes horàries per a dinar i sopar més ajustades als costums de molts països europeus, s'observa que les dues tenen bastants més casos a favor que en contra. Així, un 73,7% estaria bastant o molt a favor d'avançar l'hora de dinar, mentre que en el cas del sopar, aquesta xifra és del 78,5%. En el primer cas, un 21,4% estaria poc o gens a favor, mentre que en el segon seria un 13,8% el que prendria aquesta postura.

El nivell d'indiferència és baix en ambdós casos. En conclusió i, parlant de forma generalitzada, deixant de banda les particularitats, la població catalana de consumidors en general, està bastant a favor de dinar a les 13 hores i de sopar a les 20 hores, la qual cosa resulta més propera als estàndards europeus.

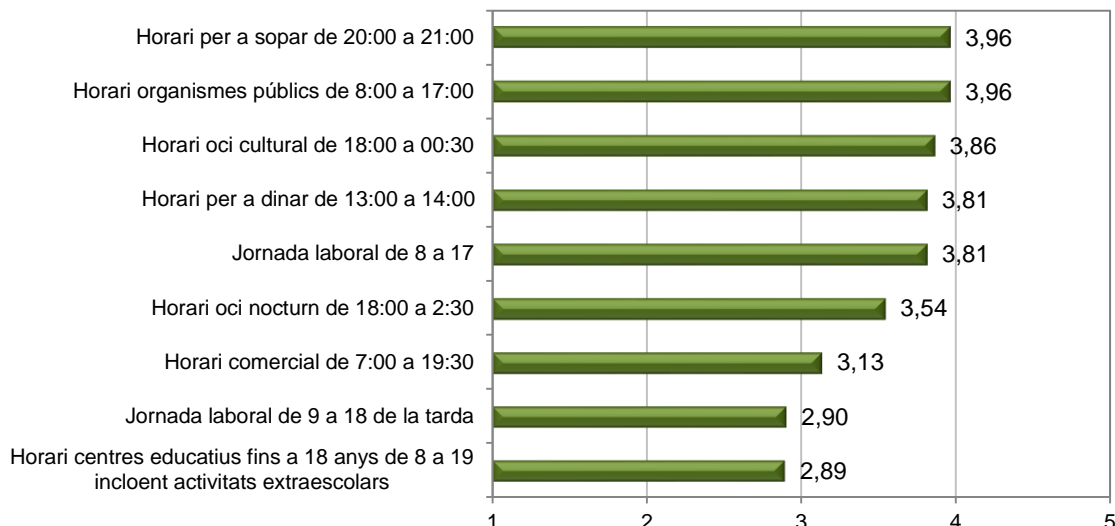
Figura 24. Grau a favor de propostes concretes d'horaris de dinar i sopar



En resum, les notes mitjanes que han atorgat els consumidors a aquestes propostes es poden veure a la Figura 25. Totes les propostes excepte les de la jornada laboral de 9 a 18 de la tarda i la dels horaris dels centres educatius fins a 18 anys són més acceptades que rebutjades.

Malgrat tot, cap de les que tenen més vots a favor que en contra arriba a una nota de 4 punts (bastant a favor) o superior, la qual cosa posa de manifest que una part significativa de la població no estaria d'acord amb aquestes propostes. Les més acceptades són les d'avançar l'horari de sopar a les 8 de la tarda i la de funcionament dels organismes públics de 8 del matí a 5 de la tarda, seguides de l'oci cultural i l'horari per a dinar a les 13h.

Figura 25. Grau mig d'acord dels consumidors catalans sobre diverses propostes horàries relacionades amb la seva forma de vida i el consum a sectors rellevants.
Nota mitjana (escala 1=gens a favor, 5=molt a favor)



Aprofundint en les opinions sobre les diferents propostes horàries, s'ha analitzat el grau en què la població és favorable a les propostes horàries formulades en els apartats anteriors en funció de factors socioeconòmics com: el gènere, l'edat, la llengua, la situació laboral i tipus de jornada i horaris, el nivell d'estudis i nivell de renda, composició de la llar i variables de territori com la zona i grandària del municipi de residència. Els resultats de les anàlisis revelen que exceptuant uns pocs factors, la majoria no mostren una influència significativa en la valoració dels horaris proposats.

Les següents taules mostren una síntesi dels resultats més rellevants obtinguts en relació a cada proposta horària.

Taula 3. Jornada laboral de 8:00h. a 17:00h.

Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Tipus d'horari pels que treballen	Continu	3,47	0,007 Estan més a favor els que fan horari partit.
	Partit	4,03*	
Estudis acabats	No ha acabat els estudis obligatoris	3,80	0,066 (significatiu al 90% de confiança). Es dona una relació quasi lineal entre el nivell d'estudis i el grau de a favor amb un horari de jornada laboral de 8 a 17 hores, de manera que, a mida que els estudis són de més nivell, les mitjanes de grau de a favor tendeixen a augmentar.
	Obligatori	3,71	
	Secundaris generals	3,60	
	Secundaris professionals	3,90	
	Universitaris	3,90	
	Post universitaris	4,10*	
	NS/NC	3,15	
Grau d'acord amb la reforma horària proposada	Gens d'acord	3,59	0,001 Malgrat no donar-se una relació lineal perfecte, el grau a favor tendeix a créixer amb el grau d'acord amb la reforma horària plantejada.
	Poc d'acord	3,59	
	Ni poc ni molt	3,40	
	Més aviat d'acord	3,67	
	Completament d'acord	4,02*	
La resta de variables: gènere, edat, situació laboral, tipus de llar, etc., no han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències remarcables.			

Taula 4. Jornada laboral de 9:00h. a 18:00h.

Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Tipus d'horari pels que treballen	Continu	2,61	0,010
	Partit	2,99*	Estan més a favor els que fan horari partit.
Estudis acabats	No ha acabat els estudis obligatoris	3,10	0,001
	Obligatori	3,13	El grau de a favor sobre un horari de jornada laboral de 9 a 18 hores és superior entre els que no han acabat els estudis obligatoris, els que els han acabat i els que tenen estudis post universitaris.
	Secundaris generals	2,60	
	Secundaris professionals	2,85	
	Universitaris	2,81	
	Post universitaris	3,45*	
	NS/NC	2,89	

La resta de variables: gènere, edat, situació laboral, tipus de llar, etc., no han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències remarcables.

Taula 5. Horari de centres educatius fins a 18 anys de 8:00h. a 19:00h. incloent activitats extraescolars

Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Llengua	Català	3,00*	0,048
	Castellà	2,82	Malgrat que les diferències no són molt significatives, les persones de parla catalana estan més a favor.
	Indiferent	2,57	
Gènere	Home	3,13*	0,000
	Dona	2,68	Els homes són més favorables que les dones.

La resta de variables: tipus de municipi, zona de residència, edat, situació laboral, tipus de llar, etc., no han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències remarcables.

Taula 6. Horari d'oci cultural 18 a 0:30

Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Llengua	Català	3,97*	0,021
	Castellà	3,74	Malgrat que les diferències no son molt significatives, les persones de parla catalana estan més a favor
	Indiferent	3,74	
Situació laboral	Treballa	3,93	0,065 (significatiu al 90% de confiança)
	Estudis/Atur/ERTE	3,65*	El grup que treballa i els jubilats/discapacitats estan una mica més a favor
	Jubilat/Discapacitat	3,83	
Grau d'acord amb la reforma horària proposada	Gens d'acord	3,53	0,039
	Poc d'acord	3,72	A mida que augmenta el grau d'acord amb la reforma horària ho fa el favor sobre aquest horari, excepte entre els indiferents
	Ni poc ni molt	3,60	
	Més aviat d'acord	3,88	
	Completament d'acord	3,98*	

La resta de variables: tipus de municipi, zona de residència, gènere, edat, nivell d'estudis, tipus de llar, etc., no han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències remarcables.

Taula 7. Horari d'organismes públics 8:00h. a 17:00h.

Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Llengua	Català	3,96	0,010
	Castellà	4,05*	Malgrat que les diferències no són molt significatives, les persones de parla castellana estan més a favor.
	Indiferent	3,59	
Grup d'edat	16-24	3,60	0,069 (significatiu al 90% de confiança).
	25-34	3,87	El grau de a favor augmenta amb l'edat, però les diferències són poc significatives.
	35-49	3,97	
	50-64	4,04*	
	65+	4,04*	
Grau d'acord amb la reforma horària proposada	Gens d'acord	3,97	0,055 (significatiu al 90% de confiança)
	Poc d'acord	3,76	Els que estan més i menys d'acord amb la reforma horària són els que estan més a favor d'aquest horari.
	Ni poc ni molt	3,81	
	Més aviat d'acord	3,81	
	Completament d'acord	4,07*	

La resta de variables: tipus de municipi, zona de residència, edat, situació laboral, tipus de llar, etc., no han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències remarcables.

Taula 8. Horari comercial de 7:00h a 19:30h

Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Llengua	Català	3,24*	0,035
	Castellà	3,08	Malgrat que les diferències no són molt significatives, les persones de parla catalana estan més a favor.
	Indiferent	2,78	
Gènere	Home	3,03	0,000
	Dona	3,23*	Els dones són més favorables que els homes.
Grup d'edat	16-24	2,80	0,010
	25-34	2,75	El grup d'edat de 35-49 anys és el més favorable a aquest horari.
	35-49	3,29*	
	50-64	3,21	
	65+	3,17	
Estudis acabats	No ha acabat els estudis obligatoris	2,99	0,064 (significatiu al 90% de confiança)
	Obligatoris	3,45*	La gent amb nivells d'estudis mitjans i baixos tendeix a estar més d'acord amb aquest horari.
	Secundaris generals	3,09	
	Secundaris professionals	3,11	
	Universitaris	2,99	
	Post universitaris	2,98	
	NS/NC	3,83*	
	Grau d'acord amb la reforma horària proposada	Gens d'acord	
Poc d'acord		2,64	A mida que augmenta el grau d'acord amb la reforma horària ho fa el a favor sobre aquest horari, excepte entre els que no estan gens d'acord amb la mateixa.
Ni poc ni molt		2,75	
Més aviat d'acord		3,15	
Completament d'acord		3,30*	

La resta de variables: tipus de municipi, zona de residència, situació laboral, tipus de llar, etc., no han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències remarcables.

Taula 9. Horari d'oci nocturn de 18:00h a 2:30h

Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Grandària de municipi	Petit	3,67	0,055 (significatiu al 90%) Malgrat que les diferències no són molt significatives, els residents a municipis mitjans estan menys a favor.
	Mitjà	3,36*	
	Gran	3,53	
Grup d'edat	16-24	2,78*	0,000 El grup d'edat de 16-24 anys és el menys favorable a aquest horari.
	25-34	3,53	
	35-49	3,58	
	50-64	3,69	
	65+	3,61	
Nivell de renda	Fins 499 €	2,53*	0,004
	De 500 a 999 €	3,11	El grup de renda més baix és el que està menys d'acord amb aquesta proposta horària.
	De 1.000 a 1.499 €	3,76	
	De 1.500 a 1.999 €	3,56	
	De 2.000 a 2.499 €	3,72	
	De 2.500 a 2.999 €	3,14	
	De 3.000 a 3.999 €	3,60	
	De 4.000 a 4.999 €	4,00	
	Més de 5.000 €	3,58	
Grau d'acord amb la reforma horària proposada	NS/NC	3,42	0,019 Els que estan més d'acord amb la reforma horària són els que estan més a favor d'aquest horari.
	Gens d'acord	3,24	
	Poc d'acord	3,26	
	Ni poc ni molt	3,11	
	Més aviat d'acord	3,56	
	Completament d'acord	3,66*	

La resta de variables: tipus de municipi, zona de residència, situació laboral, tipus de llar, etc., no han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències remarcables.

Taula 10. Horari de dinar a les 13:00h.

Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Grandària de municipi	Petit	3,95*	0,038 Malgrat que les diferències no són molt significatives, els residents a municipis petits estan més a favor.
	Mitjà	3,80	
	Gran	3,69	
Gènere	Home	3,70	0,021 Els dones són més favorables que els homes.
	Dona	3,91*	
Grup d'edat	16-24	3,40*	0,002 El grup d'edat de 16-24 anys és el menys favorable a aquest horari.
	25-34	3,48	
	35-49	3,91	
	50-64	3,85	
	65+	3,93	
Grau d'acord amb la reforma horària proposada	Gens d'acord	3,58	0,000 Els que estan més d'acord amb la reforma horària són els que estan més a favor d'aquest horari.
	Poc d'acord	3,37	
	Ni poc ni molt	3,35	
	Més aviat d'acord	3,73	
	Completament d'acord	4,01*	

La resta de variables: tipus de municipi, zona de residència, situació laboral, tipus de llar, etc., no han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències remarcables.

Taula 11. Horari de sopar a les 20:00h.

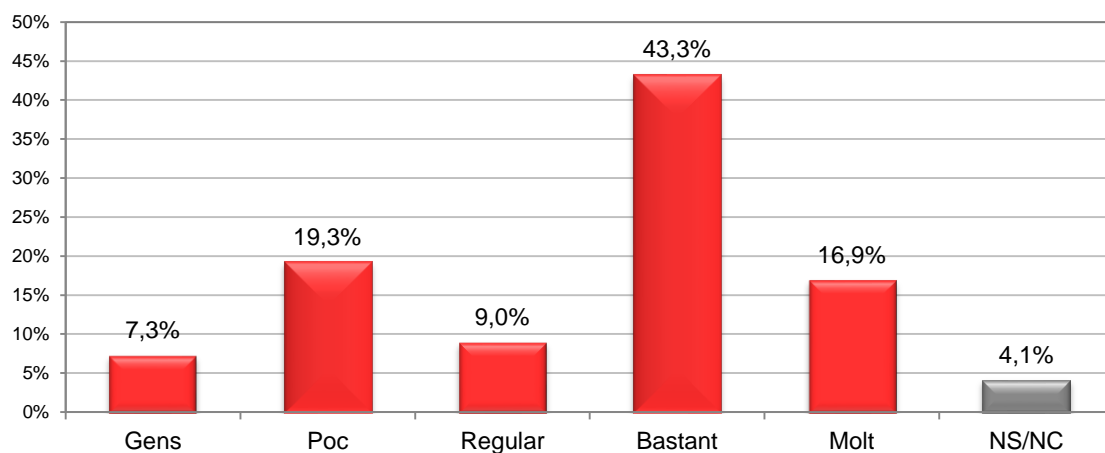
Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Grandària de municipi	Petit	4,11*	0,013 Malgrat que les diferències no són molt significatives, els residents a municipis petits estan més a favor.
	Mitjà	3,95	
	Gran	3,83	
Gènere	Home	3,82	0,002 Els dones són més favorables que els homes.
	Dona	4,08*	
Grup d'edat	16-24	3,41*	0,001 El grup d'edat de 16-24 anys és el menys favorable a aquest horari.
	25-34	3,88	
	35-49	4,09	
	50-64	3,92	
	65+	4,04	
Grau d'acord amb la reforma horària proposada	Gens d'acord	3,67	0,000 Els que estan més d'acord amb la reforma horària són els que estan més a favor d'aquest horari.
	Poc d'acord	3,93	
	Ni poc ni molt	3,39	
	Més aviat d'acord	3,89	
	Completament d'acord	4,13*	

La resta de variables: tipus de municipi, zona de residència, situació laboral, tipus de llar, etc., no han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències remarcables.

7.3. Opinions sobre els horaris comercials actuals

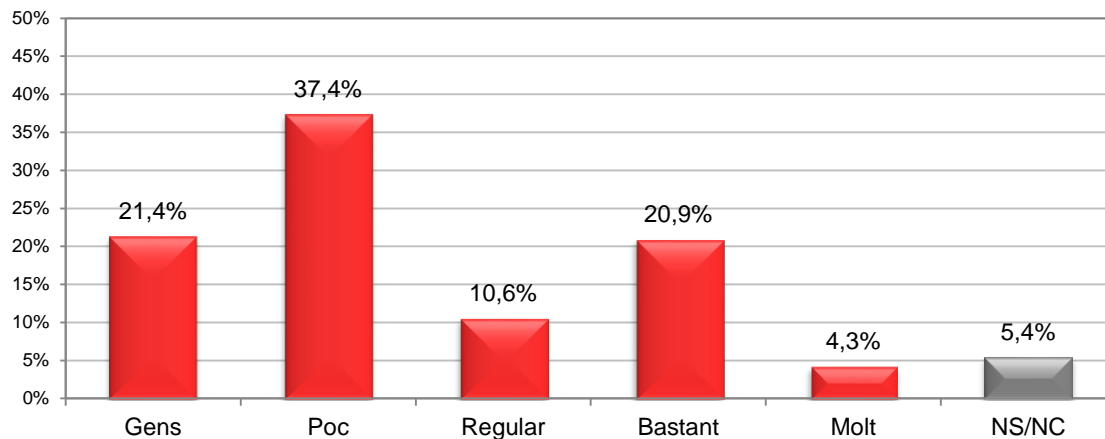
També s'ha preguntat a la població entrevistada la seva opinió respecte als horaris comercials actuals en el seu municipi. Les opinions sobre la salubritat dels horaris comercials actuals per als consumidors és dispersa però la major part dels entrevistats pensa que són bastant saludables (43,3%).

Figura 26. Distribució de la mostra segons opinió sobre el grau en que els horaris comercials actuals són saludables per als consumidors residents en el propi municipi



En canvi, les opinions sobre la salubritat dels horaris de treball actuals per als treballadors és concentren en sentit invers: més de la meitat dels entrevistats (58,8%) pensa que són poc o gens saludables.

Figura 27. Distribució de la mostra segons opinió sobre el grau en que els horaris comercials actuals són saludables per als treballadors del sector



La valoració mitjana de la salubritat dels horaris comercials per als consumidors del propi municipi no mostra cap grau de dependència significativa dels factors socioeconòmics que caracteritzen la mostra. En canvi, en la valoració de la salubritat dels horaris de treball, les dones apareixen com una mica més crítiques que els homes.

Taula 12. Salubritat dels horaris de treball actuals

Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Gènere	Home	2,56	0,024 Homes i dones pensen que els horaris de treball són més aviat poc saludables per als treballadors del seu municipi, però les dones són una mica més crítiques sobre aquest tema.
	Dona	2,37*	
Grup d'edat	16-24	2,49	0,002 El grup d'edat de 35-49 anys és el més crític de tots en fer aquesta valoració.
	25-34	2,42	
	35-49	2,22*	
	50-64	2,51	
	65+	2,70	
Nivell d'estudis	No ha acabat els estudis obligatoris	3,01*	0,005 Els entrevistats que no han acabat els estudis obligatoris són els que mostren la valoració més favorable de la salubritat dels horaris actuals de treball.
	Obligatori	2,58	
	Secundaris generals	2,65	
	Secundaris professionals	2,38	
	Universitaris	2,26	
	Post universitaris	2,64	
Grau d'acord amb la reforma horària proposada	Gens d'acord	2,65	0,034 Els que estan més d'acord amb la reforma horària són els que pitjor valoren la salubritat dels horaris de treball dins d'una resposta similar en totes les categories d'aquesta variable.
	Poc d'acord	2,68	
	Ni poc ni molt	2,74	
	Més aviat d'acord	2,50	
	Completament d'acord	2,32*	

La resta de variables: tipus de municipi, zona de residència, situació laboral, tipus de llar, etc., no han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències remarcables.

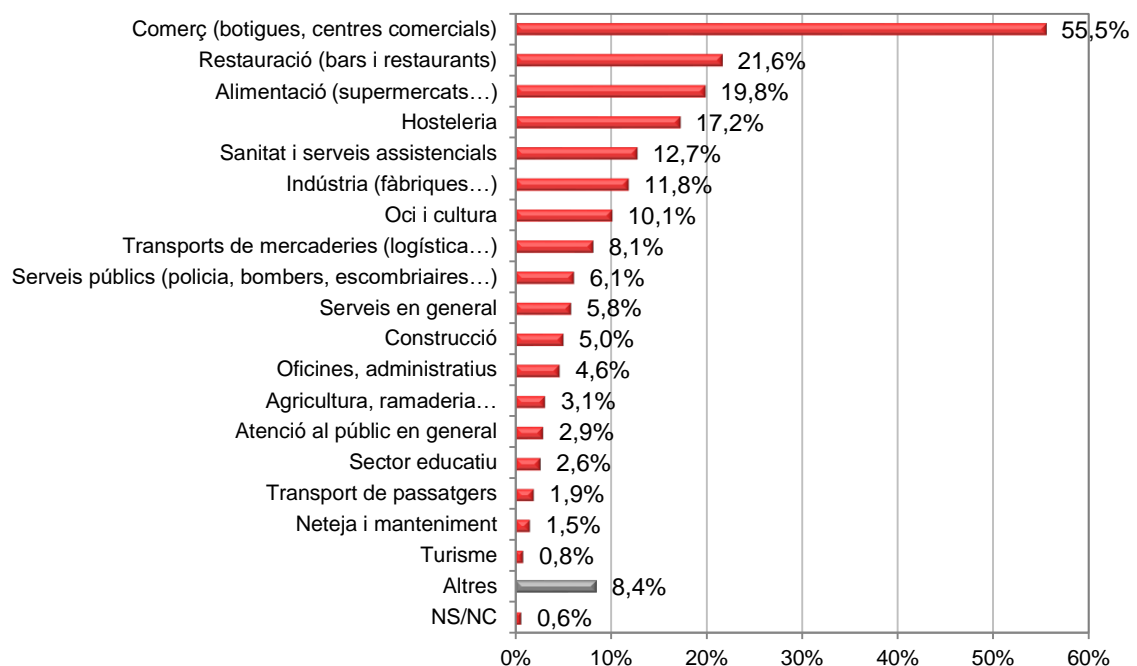
Segons els consumidors hi ha diversos sectors en que els horaris dels treballadors són poc saludables, però entre ells, el que més destaca és el del comerç (botigues, centres comercials). El segon sector més citat és el de la restauració (bars i restaurants), molts dels quals comencen l'activitat molt d'hora i acaben molt tard a la nit. El tercer és el comerç en alimentació, supermercats, mercats i similars. Li segueixen els sectors d'hostaleria, sanitat i serveis assistencials, indústria i oci i cultura.

El gran repte de la reforma horària és el d'aconseguir harmonitzar la forma de vida de les societats actuals amb els horaris de treball en els diversos sectors. L'aplicació de torns i rotacions de treball és una de les formes en què es poden abordar alguns d'aquests problemes, però la crisi actual no afavoreix la contractació de personal més enllà del considerat necessari. La gent necessita treballar i accepta els horaris i condicions que hi ha en els diversos sectors, ja que hi ha una forta competència per a ocupar tot tipus de llocs de treball.

En aquest apartat cal considerar no només els horaris en què molts establiments i serveis estan oberts al públic sinó també les hores de treball a porta tancada per a preparar i netejar establiments, per a fer aprovisionament, reposició, inventari i altres tasques que amplien els horaris més enllà de la percepció del consumidor.

Els aspectes a coordinar són nombrosos i es tracta d'un repte complex. Les noves tecnologies canvien progressivament les formes de treball i van tenint impacte en tots aquests sectors ja sigui en temes de gestió, tracte amb els clients, comptabilitat, logística i altres. L'impacte de moltes tecnologies ha simplificat certes tasques ajudant a escorçar el temps de la seva execució. La digitalització s'ha vist accelerada per la pandèmia i s'està implantant ràpidament en molts dels sectors on els horaris dels treballadors es consideren poc saludables, però s'hauria d'estudiar l'impacte que està tenint en termes de temps i facilitació del treball.

Figura 28. Sectors més afectats per horaris poc saludables per als treballadors

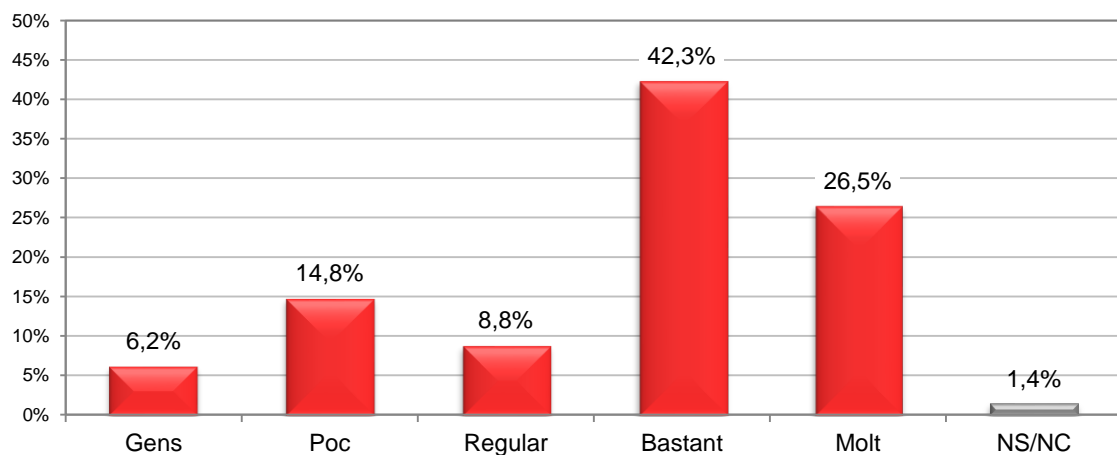


7.4. Opinions sobre la salubritat dels horaris propis

Sobre una escala de cinc punts, els consumidors catalans donen una puntuació mitjana de 3,69 punts sobre la consideració de fins a quin punt són saludables els horaris que segueixen a les seves vides en general. Tanmateix destaca un 21% de la població que esta poc o gens d'acord amb aquesta afirmació.

Per tant, la conclusió és que, en general, en terme mig, els consumidors consideren que els seus horaris són bastant saludables, tot i haver una part important de la població que creu que es podrien millorar.

Figura 29. Valoració de la salubritat dels horaris propis

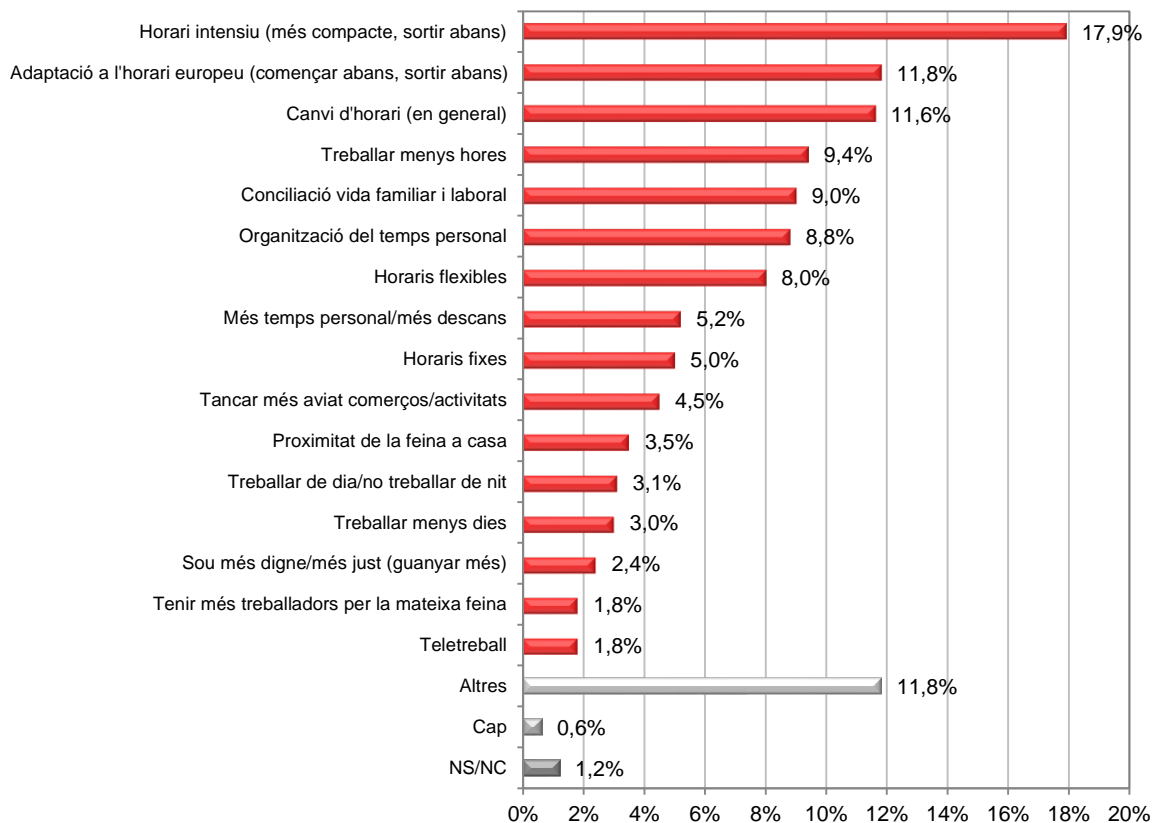


Mitjana = 3,69 punts Desviació estàndard = 1,197 punts

Entre els aspectes citats com elements que podrien millorar la salubritat dels horaris propis, el més esmentat és el poder tenir un horari intensiu, més compacte o poder sortir abans. De fet, complementant aquesta idea, el segon aspecte concret més citat és l'adaptació dels horaris a un esquema més europeu.

També destaquen a la distribució els canvis d'horari en general, treballar menys hores, millorar la conciliació de la vida familiar i personal, distribuir millor el temps personal, horaris flexibles,... entre molts altres elements.

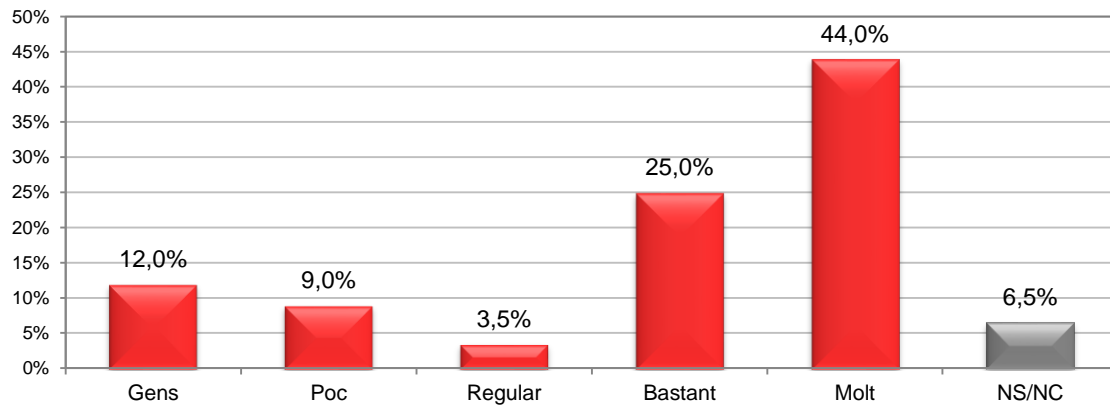
Figura 30. Aspectes que milloraria per augmentar la salubritat dels horaris propis



7.5. Opinió sobre la recuperació de les hores de desfasament respecte de la resta del món

Sobre una escala de cinc punts, els consumidors catalans donen una puntuació mitjana de 3,86 punts sobre estar a favor de recuperar les hores de desfasament horari en relació a l'horari solar. Per tant, la conclusió és que, en general, els entrevistats es mostren bastant a favor de recuperar les hores de desfasament amb relació a l'horari solar.

Figura 31. Opinió sobre la recuperació de les hores de desfasament horari actuals amb relació a l'horari solar



Mitjana = 3,86 punts Desviació estàndard = 1,425 punts

Aquesta valoració no depèn de cap variable socioeconòmica de caracterització de la mostra. Malgrat tot, sí que es dona una relació dèbil però positiva i significativa entre estar a favor d'una reforma horària i estar a favor de la recuperació de l'actual desfasament horari, tal i com es pot veure en els resultats de la taula següent.

Taula 13. Recuperació de les hores de desfasament horari actuals amb relació a l'horari solar segons grau d'acord amb la reforma horària

Variables	Categories	Mitjanes	Significació i conclusió
Grau d'acord amb la reforma horària	Gens d'acord	3,46	0,002
	Poc d'acord	3,50	Malgrat que les diferències no són molt significatives, les persones més d'acord amb una reforma horària estan més a favor de recuperar el desfasament.
	Ni poc ni molt	3,27	
	Més aviat d'acord	3,97*	
	Completament d'acord	3,96*	

La resta de variables: tipus de municipi, zona de residència, edat, situació laboral, tipus de llar, etc., no han donat resultats estadísticament significatius, de manera que les notes mitjanes no mostren diferències.

8. Hàbits horaris actuals dels consumidors catalans

A continuació es fa una anàlisi de les franges horàries (dies feiners i caps de setmana) per a fer compres de diversos productes/serveis habituals a la nostra vida diària, com són:

- Alimentació i/o productes per a la llar
- Roba, calçat, complements i similars
- Serveis personals i similars
- Consums en bars, restaurants i similars
- Compres/consum d'esport pagat
- Oci cultural (cinema, teatre, espectacles i similars)

Per a cadascun dels productes/serveis s'analitzen les relacions entre les franges horàries (dies feiners i caps de setmana) i les característiques socioeconòmiques dels consumidors catalans entrevistats, que són:

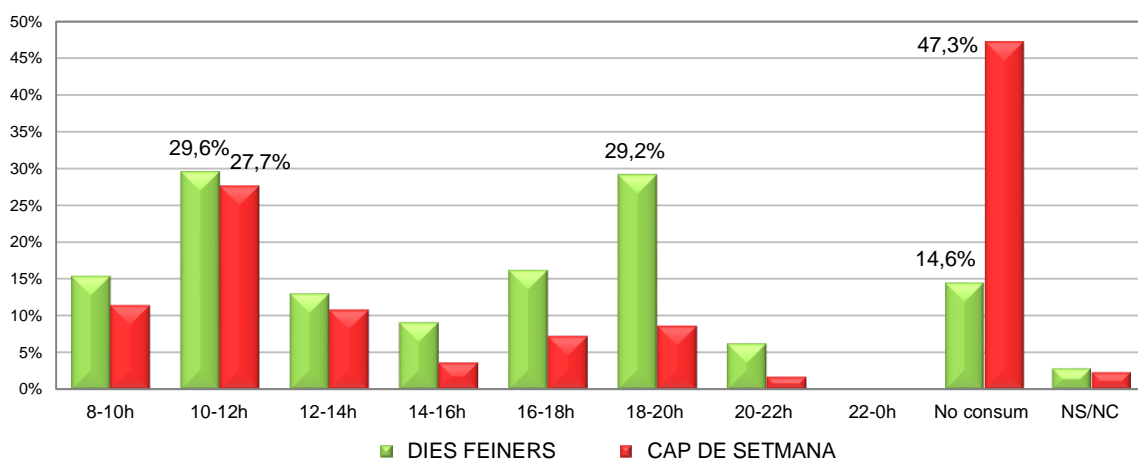
- Àmbit geogràfic de la mostra: Zona Regió Metropolitana de Barcelona (RMB) i Resta de Catalunya
- Grandària del municipi (petits, mitjans i grans)
- Gènere de l'entrevistat (home/dona)
- Edat de l'entrevistat (joves, mitjana edat i grans)
- Situació laboral

En els següents gràfics s'ha associat el color verd amb els dies feiners i el color vermell amb els caps de setmana.

8.1. Consum d'alimentació i/o productes per a la llar

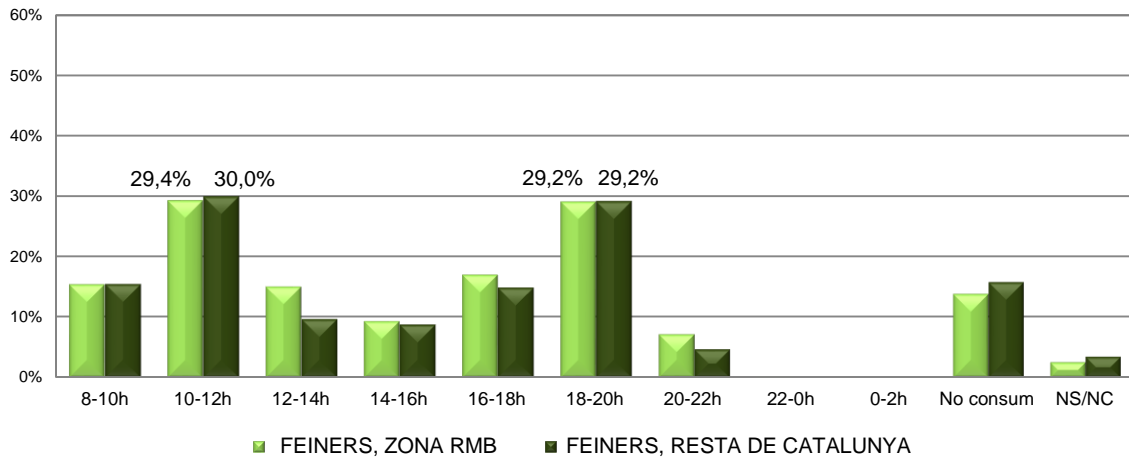
Les franges horàries per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar en dies feiners són de 10 a 12 del matí i de 18 a 20 de la tarda. Malgrat tot, totes les franges horàries tenen certa demanda de consum, sent destacables les de 8 a 10, de 12 a 14, i de 16 a 18. Un 14,6% no fa aquestes compres en dies feiners. Pel que fa als caps de setmana, un 47,3% no fa aquest tipus de consum i el major percentatge de consumidors fa les compres entre 10 i 12 del matí, seguit de les 8 a 10 i de 12 a 14. En horari de tarda les franges més intenses són de 18 a 20 i de 16 a 18.

Figura 32. Distribucions de franges horàries actuals per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar en dies feiners i caps de setmana



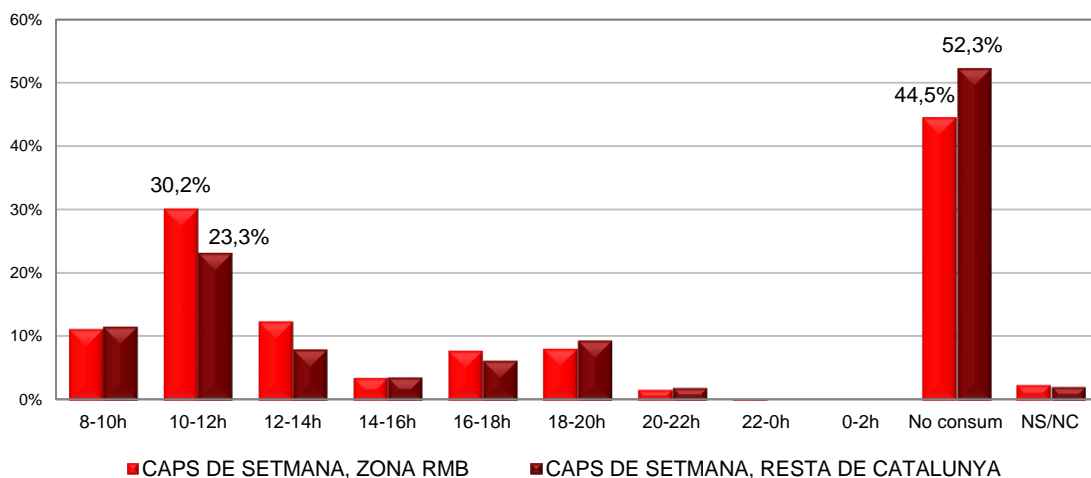
Les diferències horàries en comportament de consum d'alimentació i/o productes per a la llar en dies feiners entre municipis de la zona RMB i la resta de Catalunya no són molt acusades. Les que més destaquen són una major aflluència a la RMB en la franja de 12 a 14 hores, en la de 16 a 18 hores i en la de 20 a 22 hores de la nit.

Figura 33. Distribucions de franges horàries actuals per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar en dies feiners en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



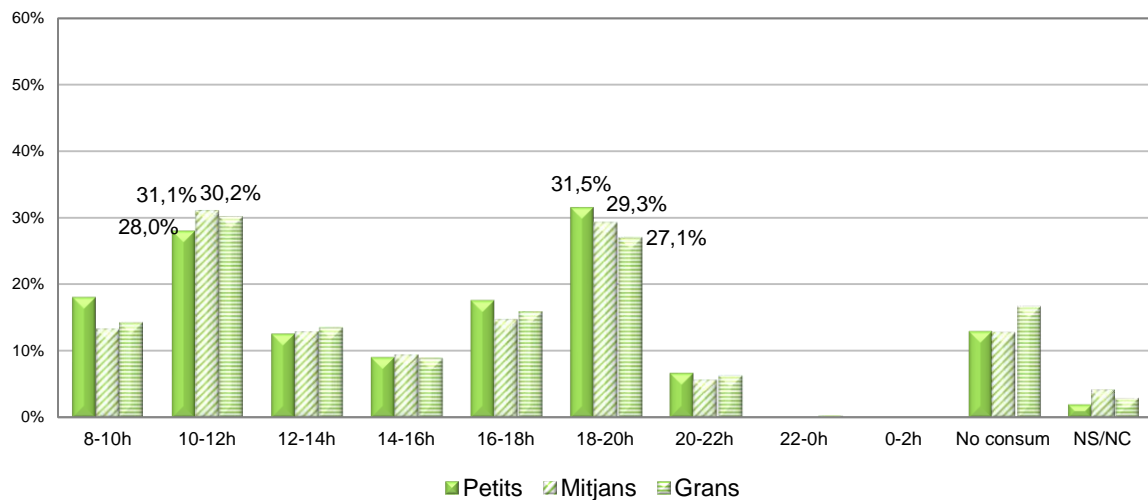
En caps de setmana, les diferències entre àmbits territorials tampoc són molt acusades. Les que més destaquen són una major aflluència a la RMB en les franges de 10 a 12 del matí, en la de 12 a 14 hores i en la de 16 a 18 hores, mentre que l'aflluència és menor en la franja de 18 a 20 hores de la nit.

Figura 34. Distribucions de franges horàries actuals per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar en caps de setmana en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



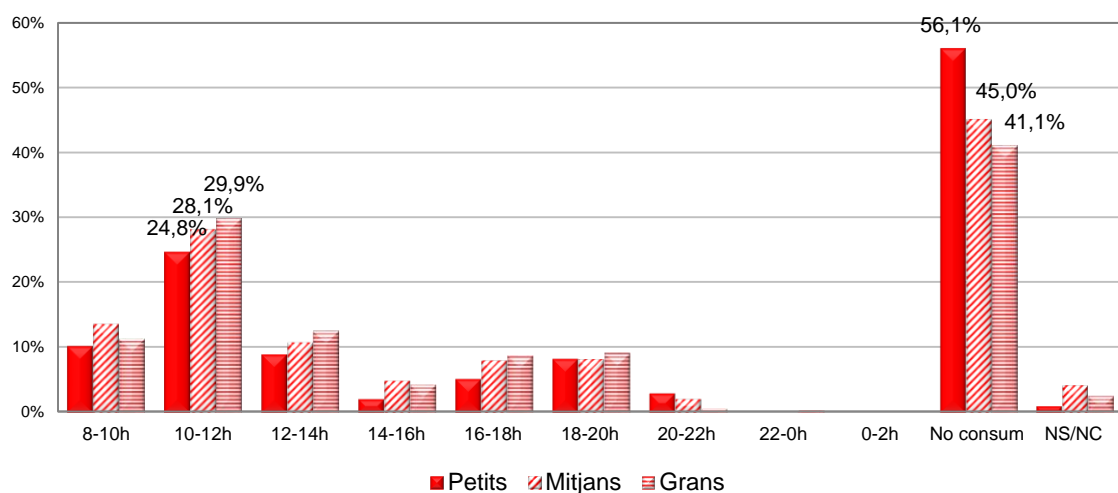
Tampoc s'observen diferències significatives segons grandària de municipi: petits, mitjans i grans. En concret, en dia feiner, les que més destaquen són una major afluència en la franja de 8 a 10, de 16 a 18 i de 18 a 20 de la tarda en els municipis petits.

Figura 35. Distribucions de franges horàries actuals per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons la grandària dels municipis en dies feiners



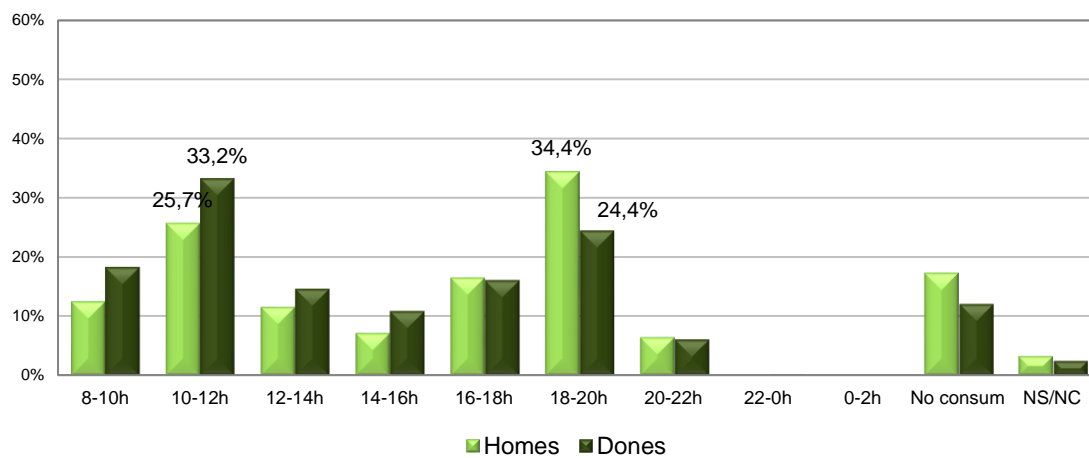
En caps de setmana, s'observa com creix moderadament l'afluència a mida que ho fa la grandària dels municipis en totes les franges horàries excepte de 8 a 10 del matí i de 20 a 22 de la nit.

Figura 36. Distribucions de franges horàries actuals per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons la grandària dels municipis en caps de setmana



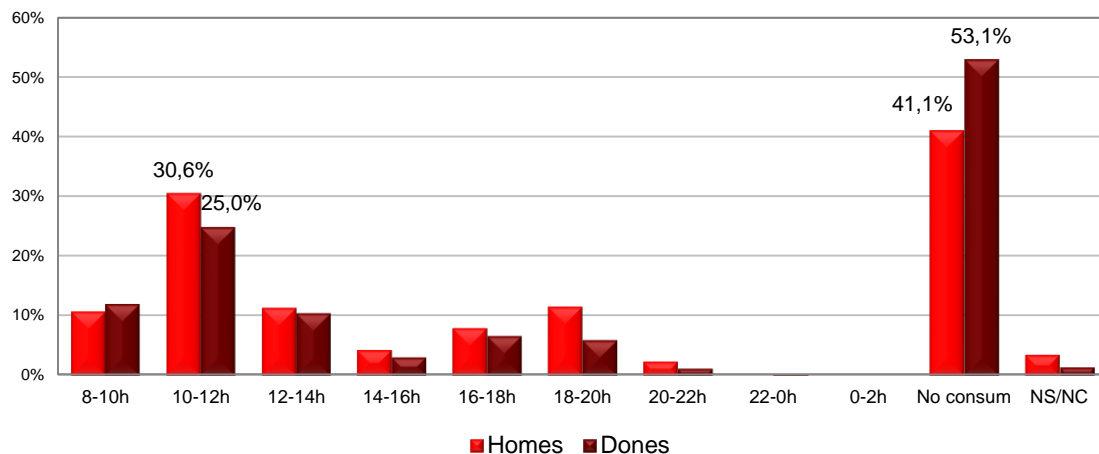
En relació al gènere, les diferències en el comportament de consum en dia feiner són significatives. En quasi totes les franges horàries excepte en la de 18 a 20 de la tarda, s'observa com l'afluència d'homes és inferior a la de dones. De fet, els casos en que la resposta és no comprar, són superiors entre els homes, així com els de no resposta. En les franges de 16 a 18 de la tarda i de 20 a 22 de la nit, les proporcions d'homes i dones s'igualen. En conclusió, en la societat catalana, la participació de la dona en aquest consum en dies feiners és encara superior a la dels homes i es concentra especialment en la franja de 10 a 12 del matí.

Figura 37. Distribucions de franges horàries actuals per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons el gènere en dies feiners



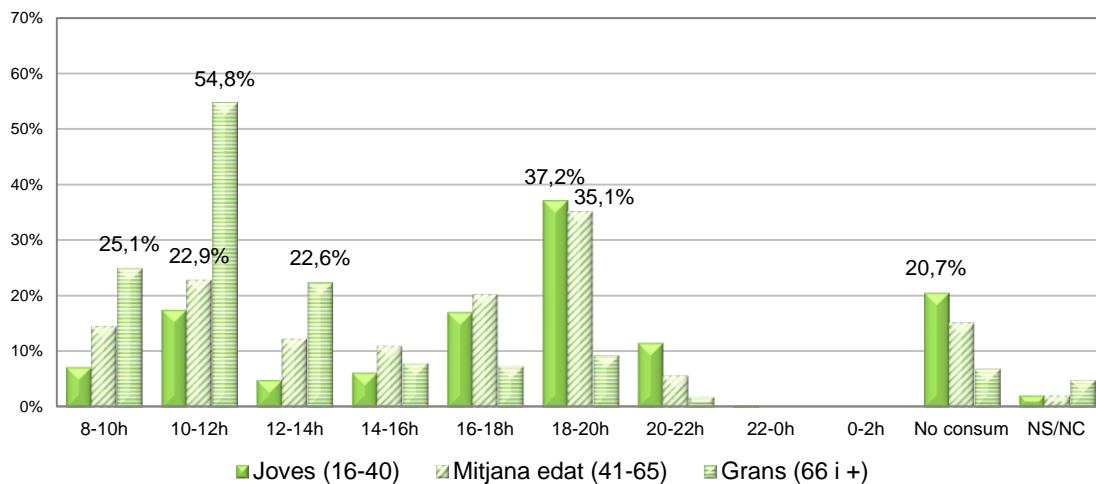
En caps de setmana el comportament s'inverteix i són els homes els que reporten més afluència en totes les franges horàries excepte en la de 8 a 10 del matí. En aquest cas, la proporció de dones és superior a la d'homes en els casos en que la resposta és no comprar.

Figura 38. Distribucions de franges horàries actuals per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons el gènere en caps de setmana



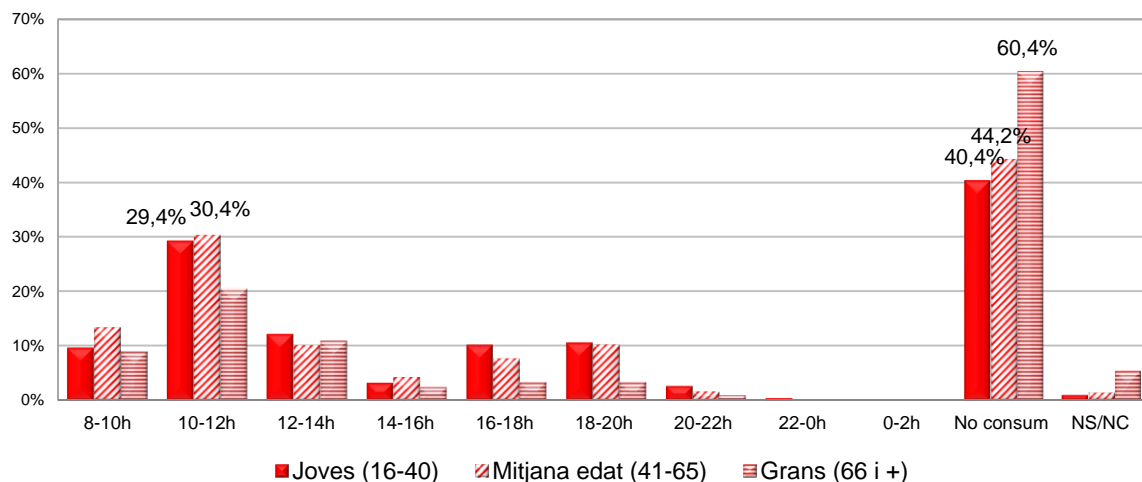
Respecte l'edat, també s'observen diferències significatives. La franja de més aflluència per a persones joves d'entre 16 i 40 anys d'edat és de 18 a 20 de la tarda, igual que en el cas de mitjana edat. En canvi, les persones de 66 i més anys es concentren als matins, especialment entre les 10 i les 12. També cal destacar que el grup més jove és el que mostra més casos de no compra/consum, resultat que amb gran probabilitat està relacionat amb la permanència de molts joves fins a 30 anys al domicili familiar.

Figura 39. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons els grups d'edat en dies feiners



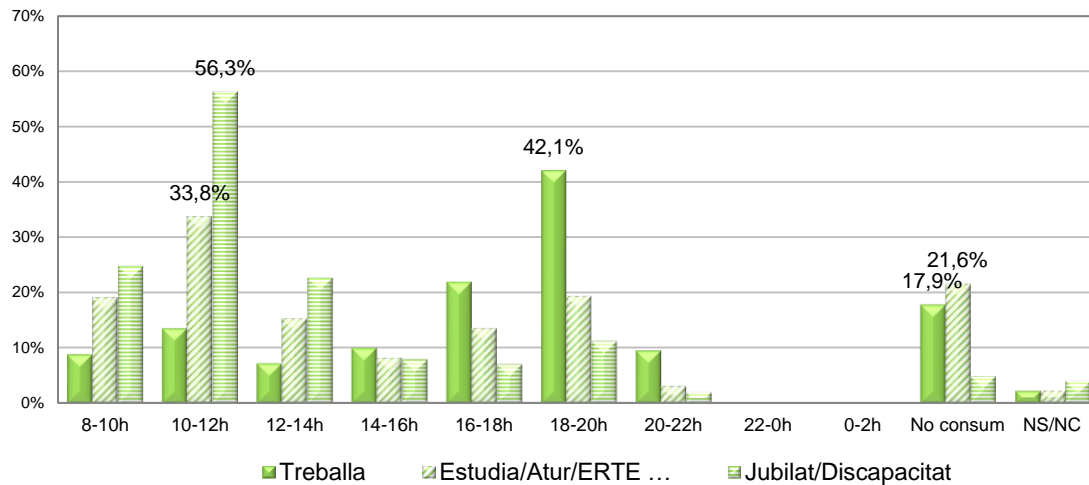
En caps de setmana, la gent gran modera molt el seu consum en totes les franges horàries i la gent jove i de mitjana edat es concentren en la franja de 10 a 12 del matí i es dispersen en la resta de franges fins a la nit.

Figura 40. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons els grups d'edat en caps de setmana



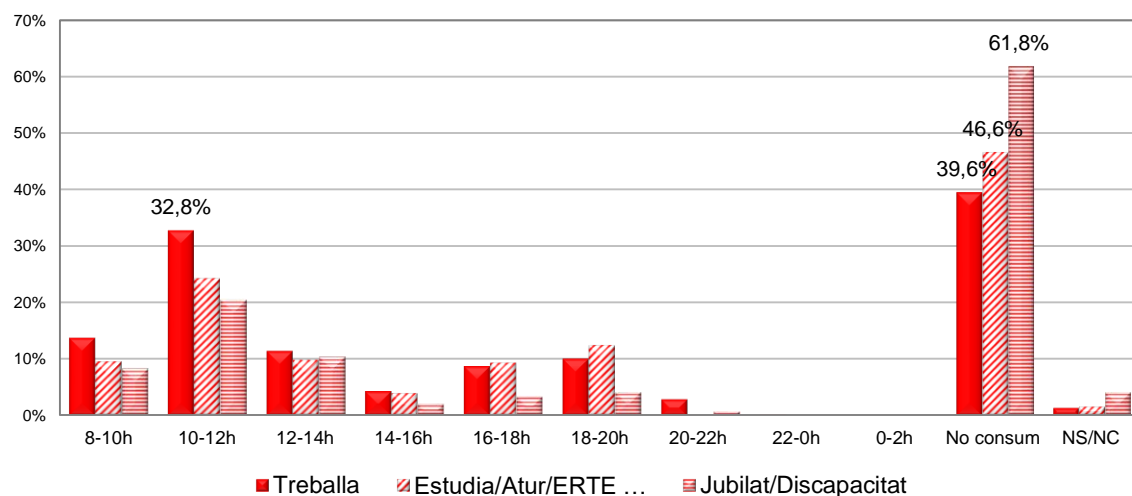
En funció de la situació laboral també hi ha diferències acusades en les franges horàries de consum d'aquest tipus de producte. En dia feiner les persones que treballen usen més la franja de 18 a 20 hores, mentre que els jubilats usen molt més la franja de 10 a 12 del matí i, els que estudien o estan inactius es dispersen més en totes les franges.

Figura 41. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons els grups de situació laboral en dies feiners



En caps de setmana, les persones que treballen, estudien o estan inactius i els jubilats usen més la franja de 10 a 12 del matí, però els primers ho fan amb més intensitat tant en aquesta com en la resta del matí. En canvi, en la franja de 18 a 20 de la tarda destaquen els estudiants i inactius.

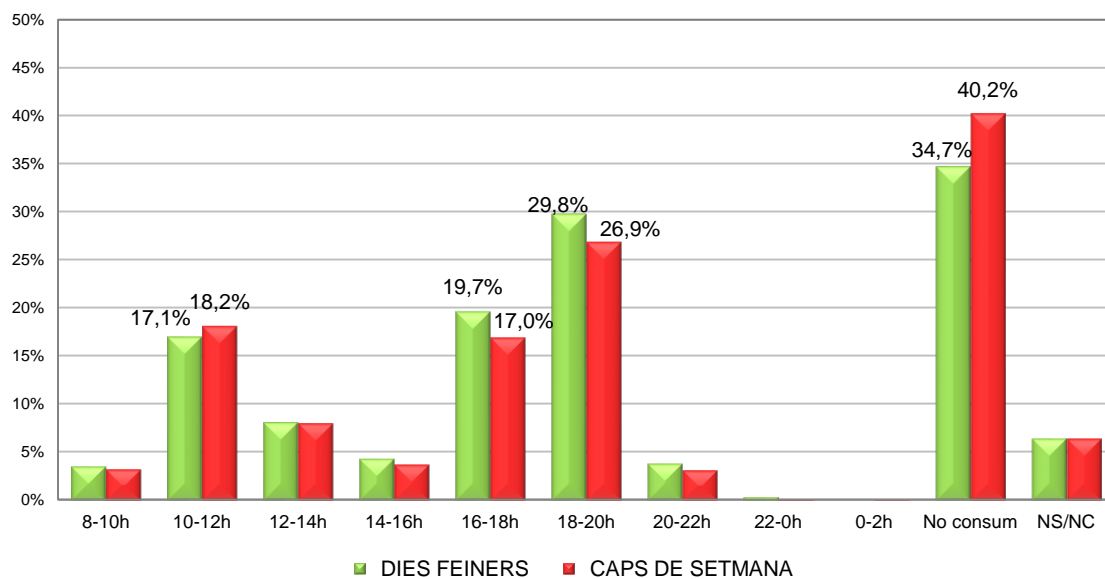
Figura 42. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons els grups de situació laboral en caps de setmana



8.2. Consum de roba, calçat, complements i similars

Les franges horàries per a fer compres o consum de roba, calçat, complements i similars en dies feiners són de 18 a 20 de la tarda, de 16 a 18 de la tarda i de 10 a 12 del matí. Malgrat tot, totes les franges horàries tenen certa demanda de consum, sent destacable la de 12 a 14 del matí. Un 34,7% no fa aquestes compres en dies feiners.

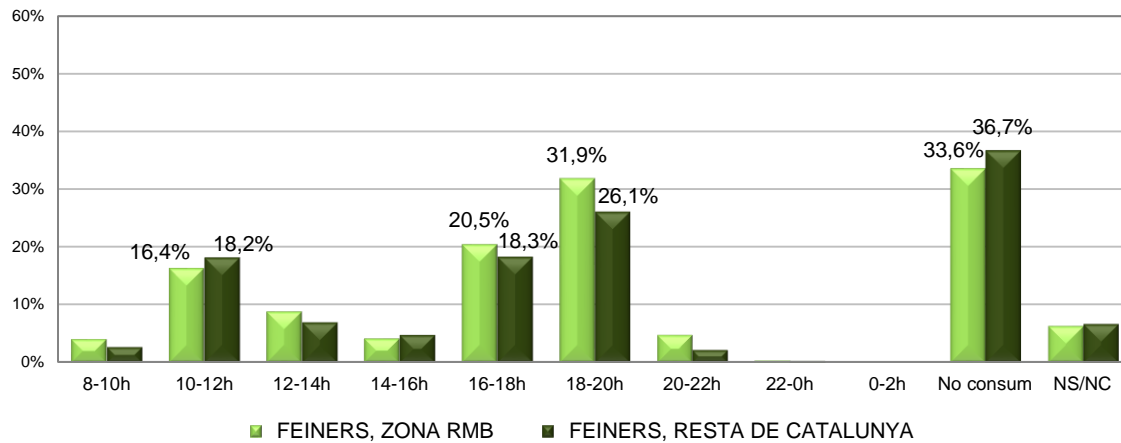
Figura 43. Distribucions de franges horàries actuals per a fer compres o consum de roba, calçat, complements i similars en dies feiners i caps de setmana



Pel que fa als caps de setmana, un 40,2% no fa aquest tipus de consum i el major percentatge de consumidors fa les compres entre 18 i 20 de la tarda, seguit de les 10 a les 12 del matí.

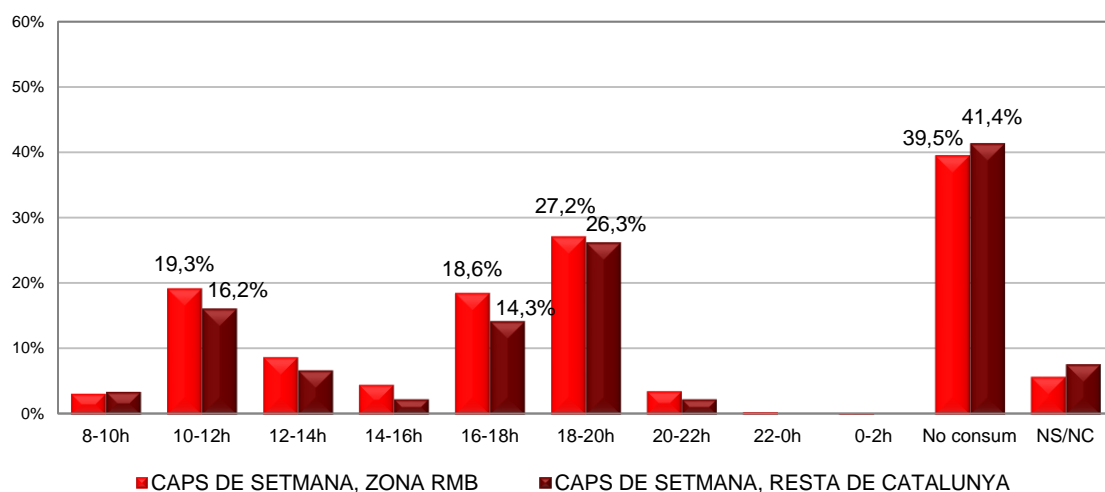
No es donen diferències horàries significatives en el consum de roba, calçat, complements i similars en dies feiners segons àmbit territorial. Les que més destaquen són una major afluència fora de la RMB en la franja de 10 a 12 hores, i una menor afluència en la resta de franges. En general, el consum és una mica més baix en la resta d'àmbits que a la RMB.

Figura 44. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres de roba, calçat, complements i similars en dies feiners en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



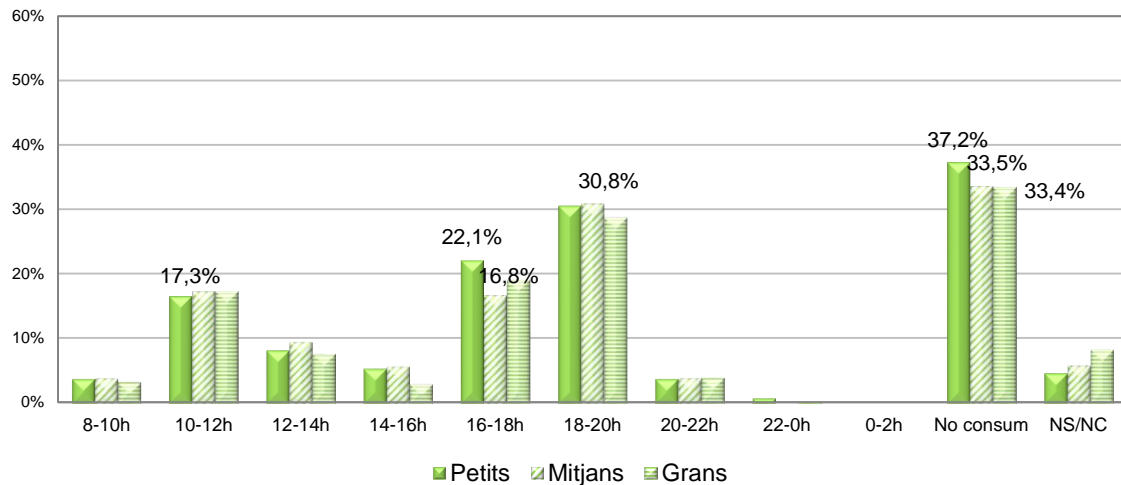
En caps de setmana la distribució del consum és similar, si bé en totes les franges horàries el consum és menor en els municipis fora de la zona RMB.

Figura 45. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres de roba, calçat, complements i similars en caps de setmana en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



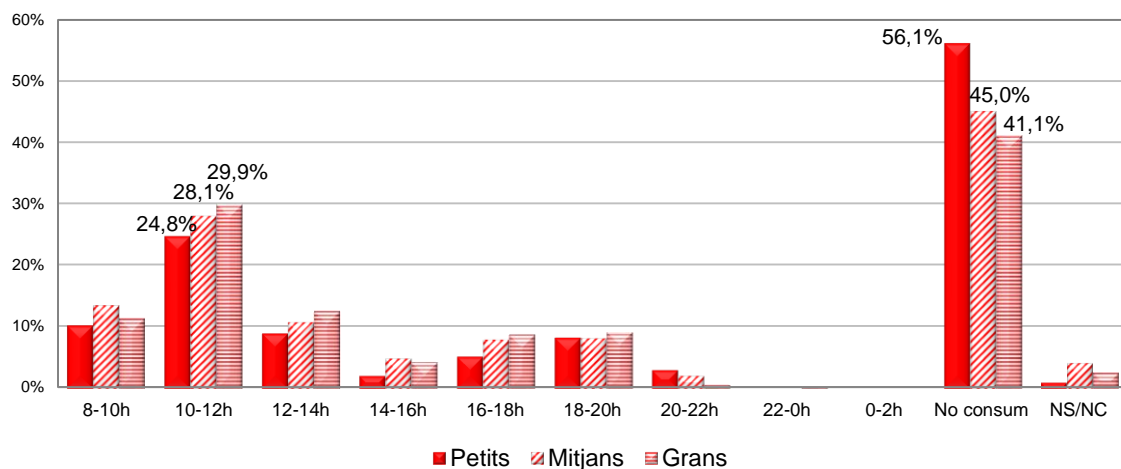
Tampoc s'observen diferències significatives en funció de la grandària del municipi. Les distribucions de consumidors en totes les franges horàries són bastant similars. La diferència que més destaca és una major afluència en la franja de 16 a 18 en els municipis petits comparats amb els mitjans i els grans.

Figura 46. Distribucions de franges horàries actuals per a fer compres de roba, calçat i similars segons la grandària dels municipis en dies feiners



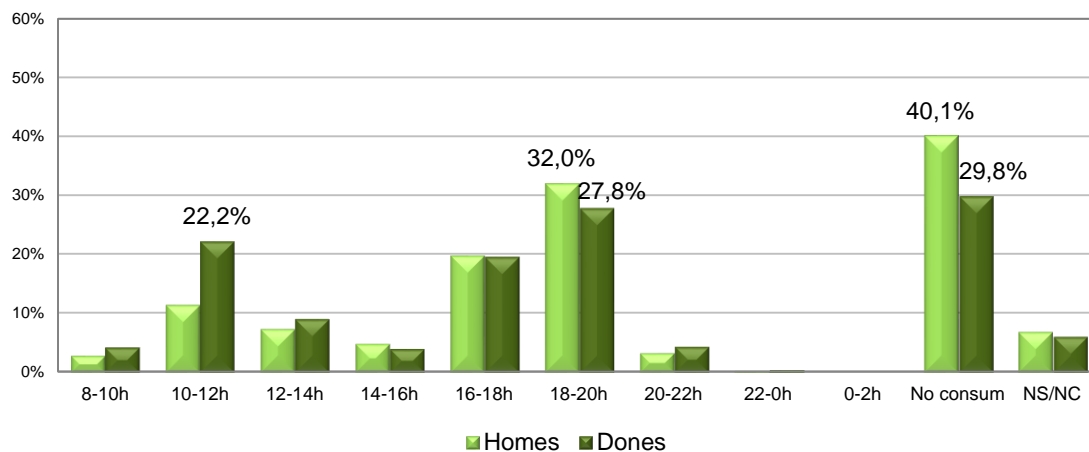
En caps de setmana s'observa com creix moderadament l'afluència a mida que ho fa la grandària dels municipis en totes les franges horàries excepte en la de 8 a 10 del matí i la de 20 a 22 de la nit.

Figura 47. Distribucions de franges horàries actuals per a fer compres de roba, calçat, complements i similars segons la grandària dels municipis en caps de setmana



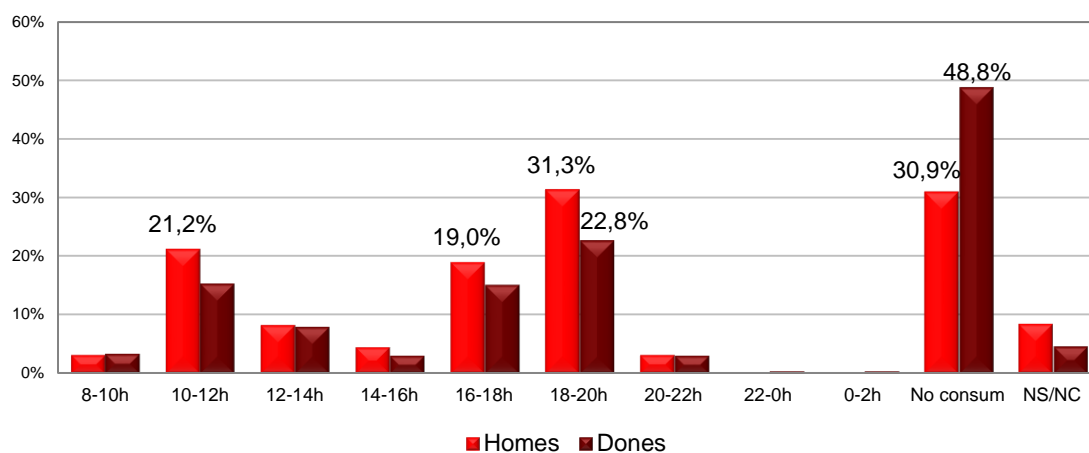
Les diferències horàries en comportament de consum de roba, calçat, complements i similars en dies feiners entre homes i dones no són gaire significatives. En quasi totes les franges horàries excepte en les de 14 a 16 i de 18 a 20 hores de la tarda, s'observa com l'afluència d'homes és inferior a la de dones. De fet, el casos en que la resposta és no comprar, són superiors entre els homes, així com els de no resposta. En la franja de 16 a 18 de la tarda les proporcions d'homes i dones s'igualen.

Figura 48. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres de roba, calçat, complements i similars segons el gènere en dies feiners



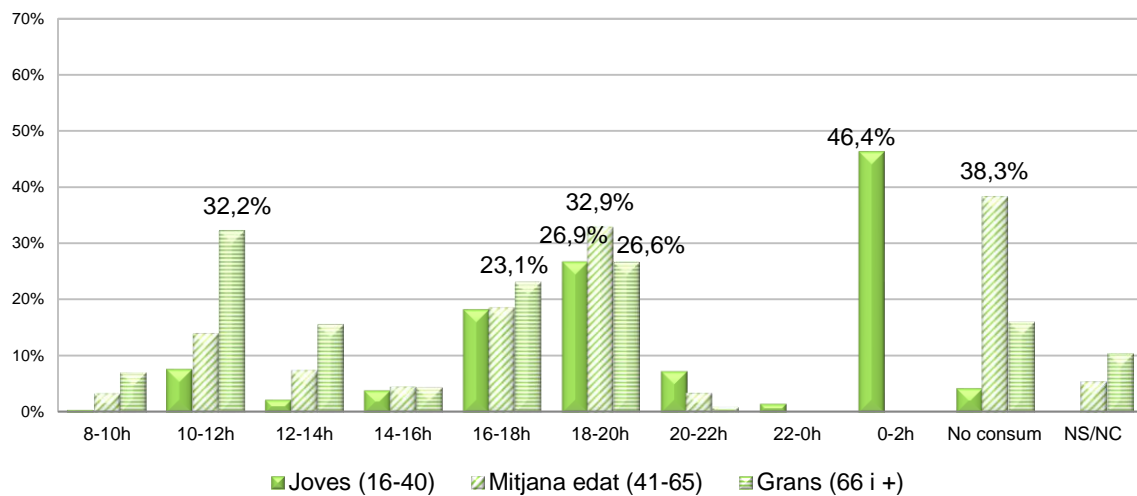
En cap de setmana les diferències són més acusades i el comportament s'inverteix, sent els homes els que reporten més afluència en totes les franges horàries. En aquest cas, la proporció de dones és superior a la d'homes en els casos en que la resposta és no comprar.

Figura 49. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres de roba, calçat, complements i similars segons el gènere en caps de setmana



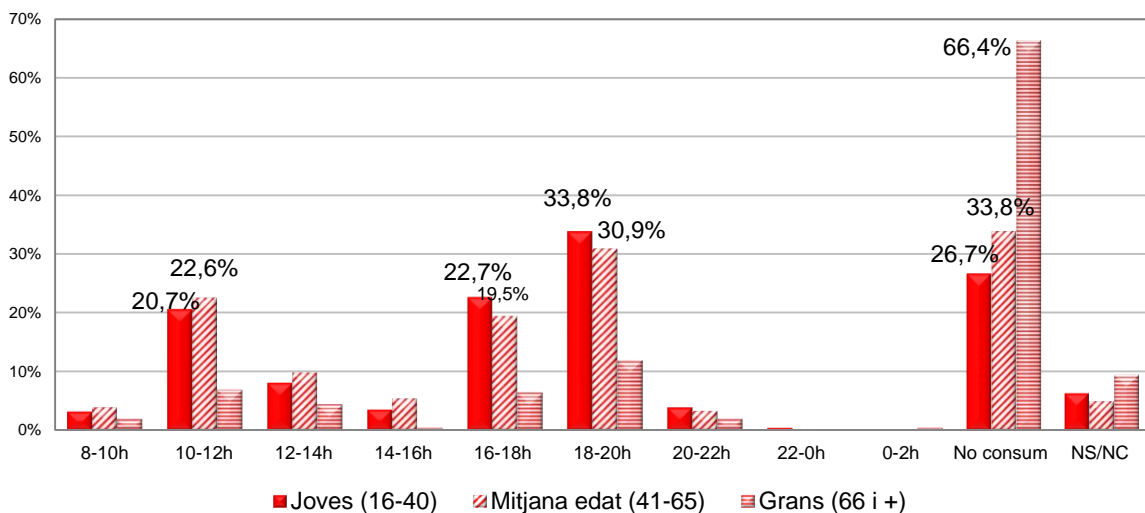
En relació a l'edat, en dia feiner, la franja de més aflluència per a persones joves d'entre 16 i 40 anys d'edat és de 18 a 20 de la tarda, igual que en el cas de mitjana edat. En canvi, les persones de 66 i més anys es concentren als matins, especialment entre les 10 i les 12. També cal destacar que el grup més jove és el que mostra més casos de no compra/consum, resultat que amb gran probabilitat està relacionat amb la permanència de molts joves fins a 30 anys al domicili familiar.

Figura 50. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres de roba, calçat, complements i similars segons els grups d'edat en dies feiners



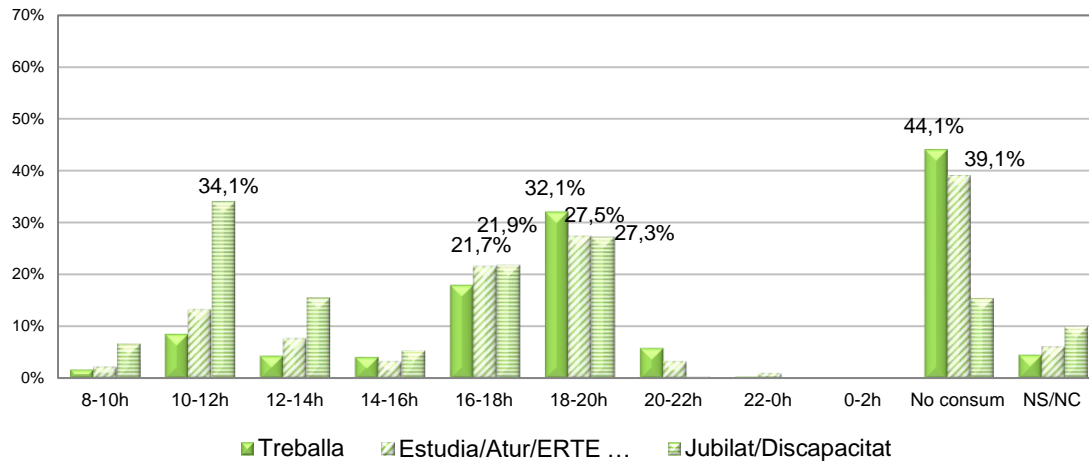
En caps de setmana la gent gran modera molt el seu consum en totes les franges horàries i la gent jove i de mitjana edat es concentren en les franges de 10 a 12 del matí, de 16 a 18 i de 18 a 20 de la tarda i es dispersen en la resta de franges fins a la nit.

Figura 51. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres de roba, calçat i complements segons els grups d'edat en caps de setmana



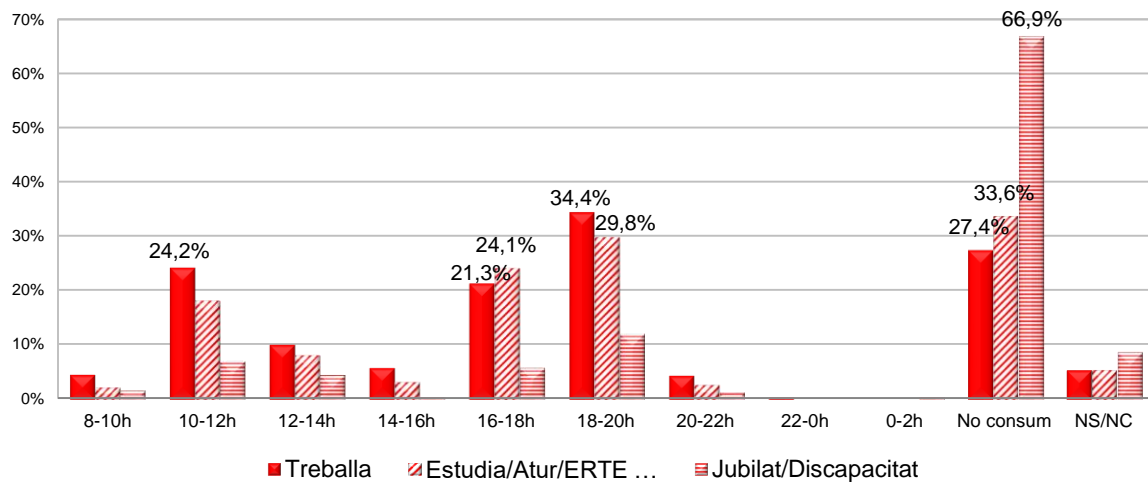
Segons la situació laboral, en dia feiner les persones que treballen usen més la franja de 18 a 20 hores, mentre que els jubilats usen molt més la franja de 10 a 12 del matí i, els que estudien o estan inactius es dispersen més en totes les franges.

Figura 52. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres de roba, calçat, complements i similars segons els grups de situació laboral en dies feiners



En caps de setmana les diferències entre grups de situació laboral no són acusades. Les persones que treballen, estudien o estan inactius i els jubilats usen més la franja de 18 a 20 de la tarda, però els primers ho fan amb més intensitat tant en aquesta com en les franges del matí. En canvi en la franja de 16 a 18 de la tarda destaquen més els estudiants i els inactius. Els jubilats són els que menys compren en cap de setmana.

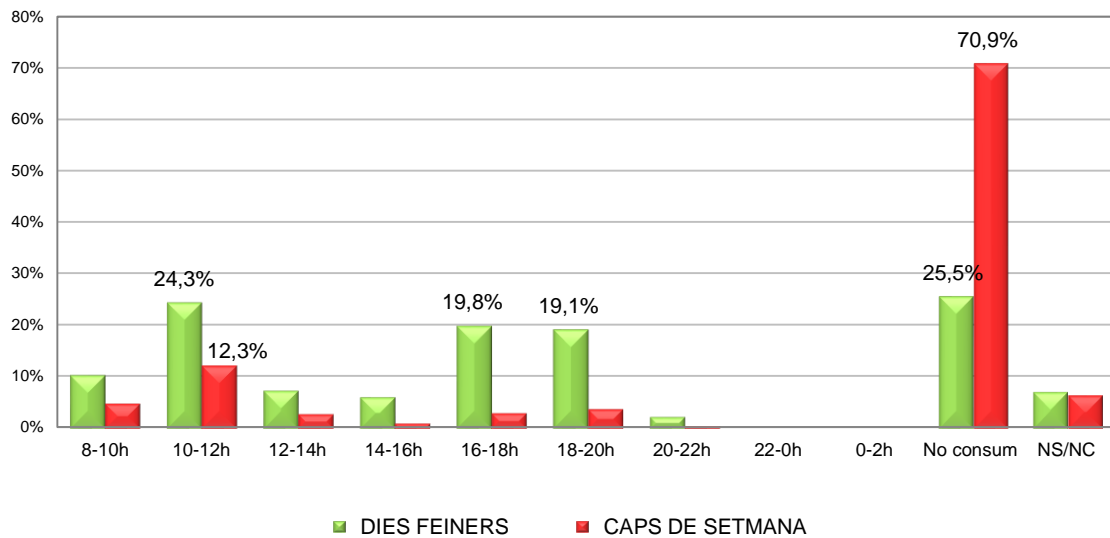
Figura 53. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres de roba, calçat, complements i similars segons els grups de situació laboral en caps de setmana



8.3. Consum de serveis personals i similars

Les franges horàries per a fer consum de serveis personals en dies feiners són de 10 a 12 del matí, de 16 a 18 de la tarda i de 18 a 20 de la tarda. Malgrat tot, totes les franges horàries tenen certa demanda de consum, sent destacable la de 8 a 10 del matí. Un 25,5% no fa aquestes compres en dies feiners.

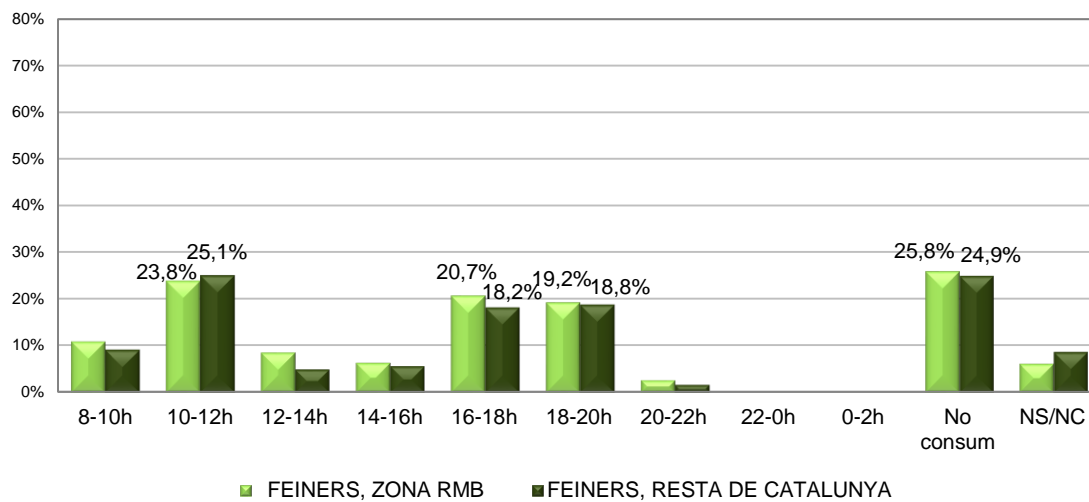
Figura 54. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum de serveis personals i similars en dies feiners i caps de setmana



Pel que fa als caps de setmana, un 70,9% no fa aquest tipus de consum i el major percentatge de consumidors que fa aquestes activitats les fa entre 10 i 12 del matí.

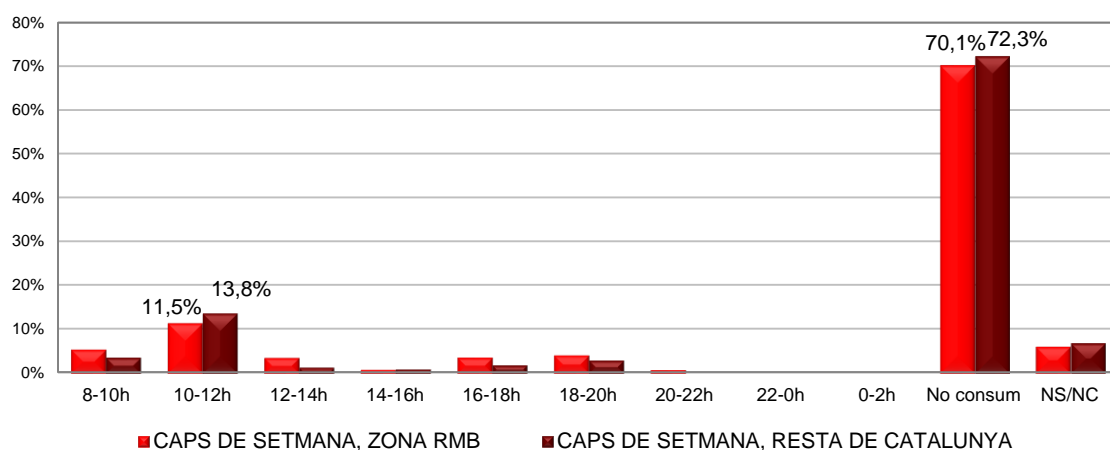
Les diferències horàries en comportament de consum de serveis personals en dies feiners entre municipis de la zona RMB i la resta no són molt acusades. Les que més destaquen són una major aflluència en la resta de municipis en la franja de 10 a 12 hores, i una menor aflluència en la resta de franges.

Figura 55. Distributions de franges horàries actuals per a fer consum de serveis personals en dies feiners en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



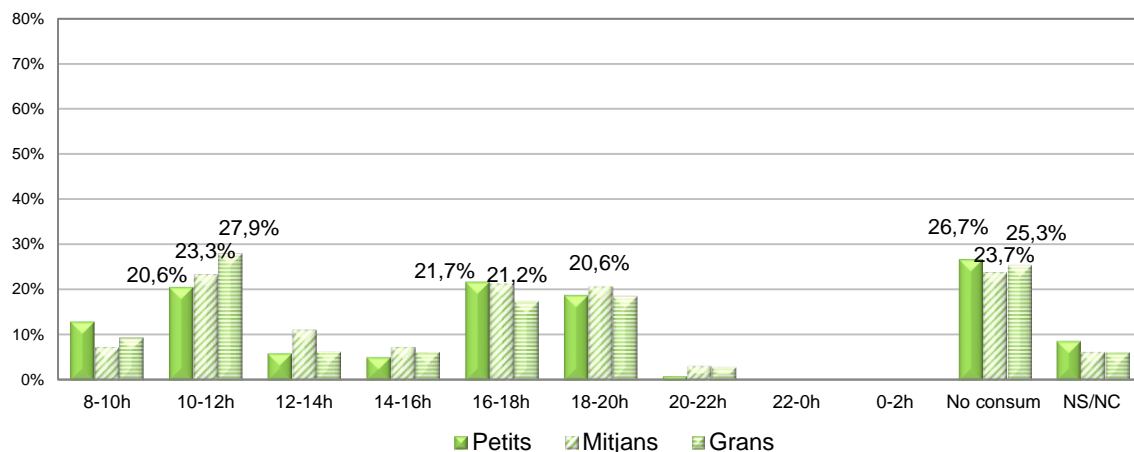
En caps de setmana, la distribució segons àmbits territorials és similar, si bé fora de la RMB el consum és lleugerament més concentrat entre les 10 i 12 del matí.

Figura 56. Distributions de franges horàries actuals per a fer compres de serveis personals en caps de setmana en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



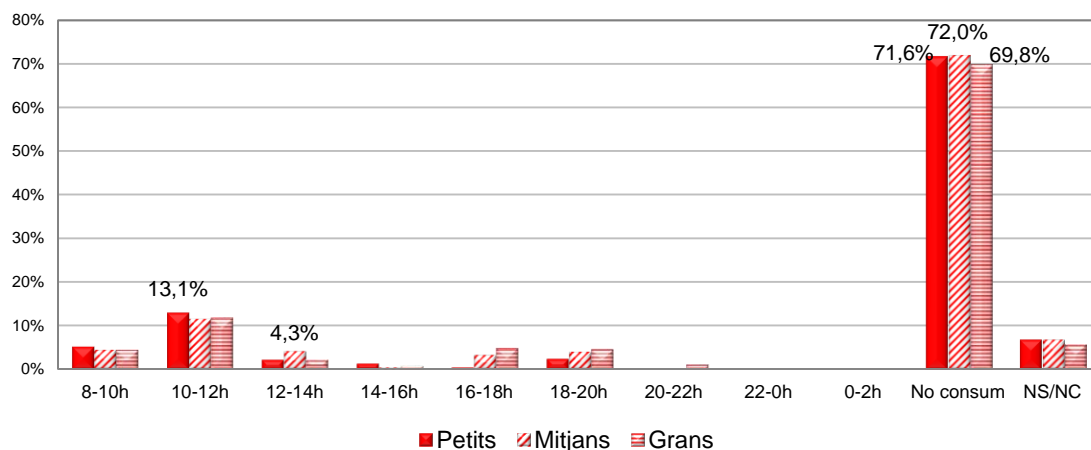
En dies feiners, les diferències entre municipis petits, mitjans i grans tampoc són molt acusades. En els municipis petits, la distribució és més dispersa que en els grans amb quatre franges de major aflluència (de 8 a 10, de 10 a 12, de 16 a 18 i de 18 a 20). En els municipis mitjans, també hi ha dispersió, però les majors concentracions són de 10 a 12, de 16 a 18 i de 18 a 20. En els municipis grans es dona la major concentració de 10 a 12 i també destaquen les franges de 16 a 18 i de 18 a 20 hores.

Figura 57. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum de serveis personals segons la grandària dels municipis en dies feiners



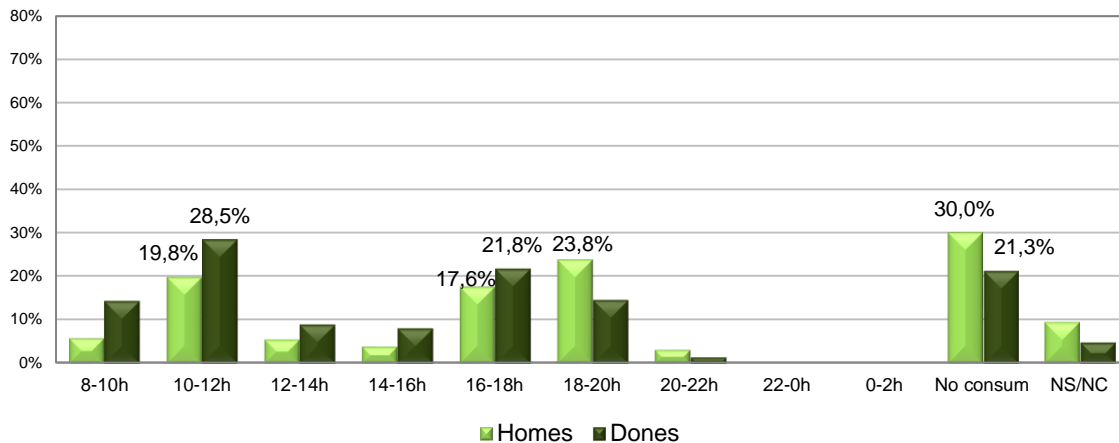
En caps de setmana, l'horari més popular és el de 10 a 12 del matí en tots els tipus de municipis. En els municipis grans, hi ha més aflluència que en la resta en les franges horàries de la tarda i en els municipis mitjans de 12 a 14 comparats amb la resta.

Figura 58. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum de serveis personals segons la grandària dels municipis en caps de setmana



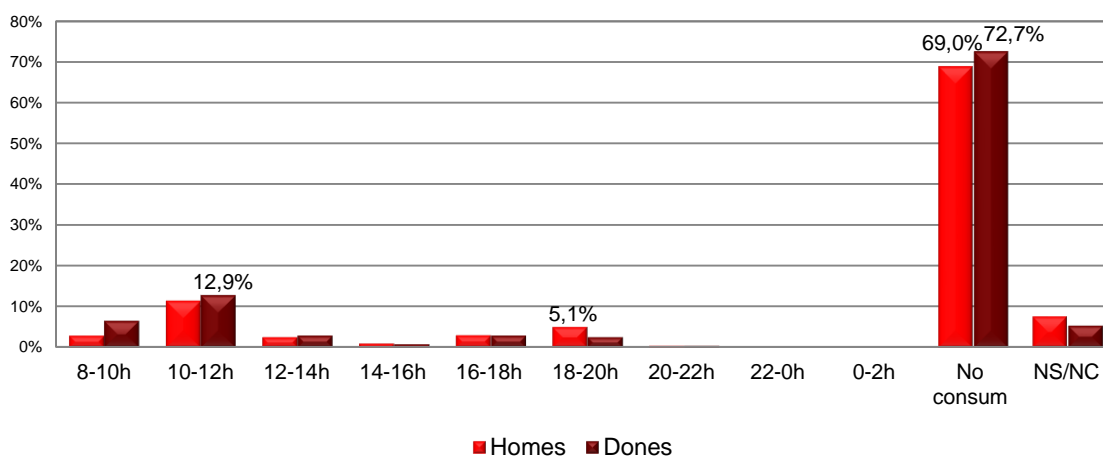
Les diferències horàries en comportament de consum de serveis personals en dies feiners entre homes i dones són significatives. En quasi totes les franges horàries excepte en la de 18 a 20, s'observa com l'afluència d'homes és inferior a la de dones. De fet, el casos en que la resposta és no consumir, són superiors entre els homes, així com els de no resposta.

Figura 59. Distributions de franges horàries actuals per a fer consum de serveis personals segons el gènere en dies feiners



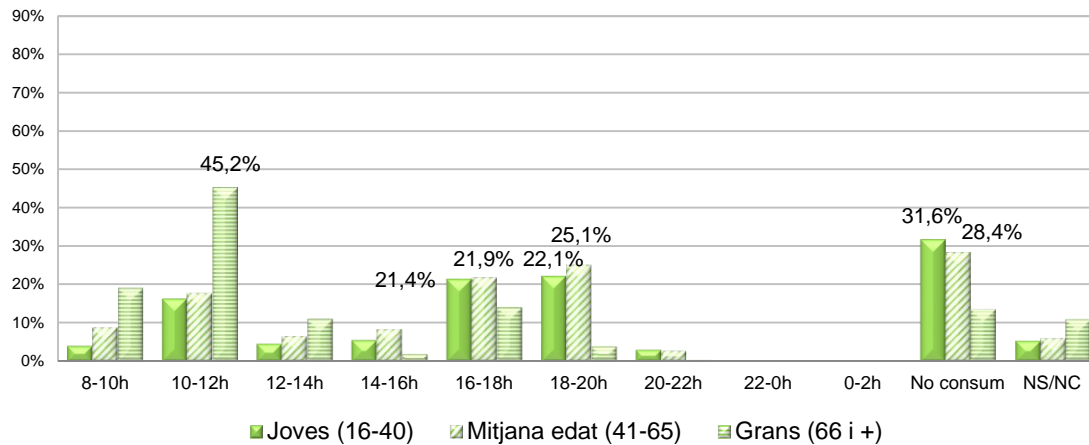
En caps de setmana el consum és força més baix que en dies feiners, però les dones són més compradores que els homes en totes les franges horàries excepte de 18 a 20 en que la proporció d'homes és major. En aquest cas, la proporció de dones és superior a la d'homes en els casos en que la resposta és no comprar.

Figura 60. Distributions de franges horàries actuals per a fer consums de serveis personals segons el gènere en caps de setmana



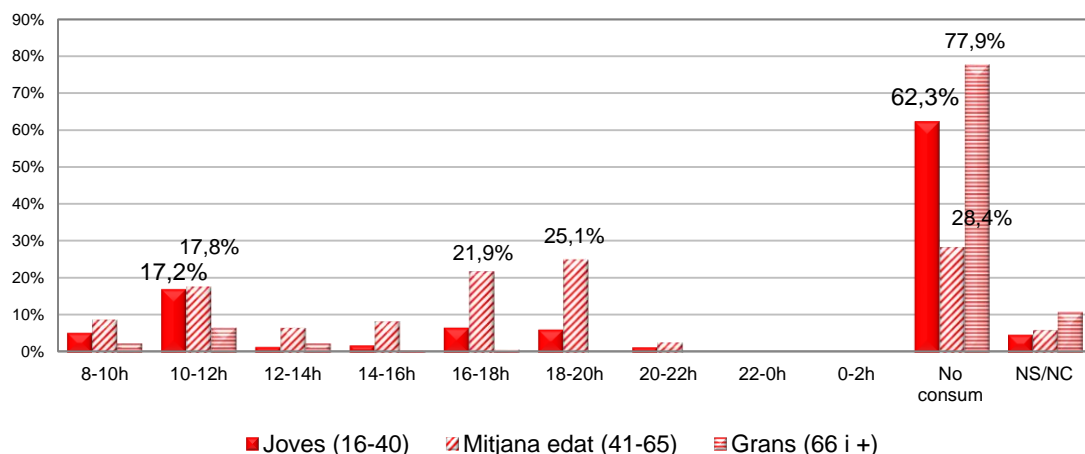
Per edats, s'observa com en dia feiner les persones més grans concentren aquestes activitats sobre tot en les franges de 10 a 12, de 8 a 10 i de 16 a 18. La gent de mitjana edat i més jove mostra un comportament més repartit entre totes les franges horàries i fa menys consum que la gent de més edat.

Figura 61. Distributions de franges horàries actuals per a fer consum de serveis personals segons els grups d'edat en dies feiners



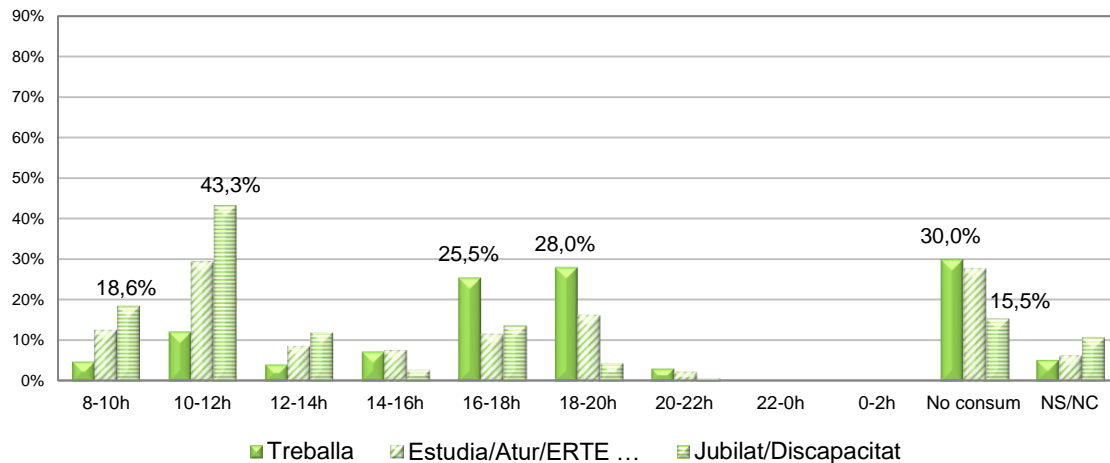
En caps de setmana la gent gran baixa molt el seu consum de serveis personals en totes les franges horàries i pràcticament no consumeix en horari de tarda; la gent jove es concentra més en la franja de 10 a 12 del matí, i la de mitjana edat en les de 16 a 18 i de 18 a 20 de la tarda destacant també en la de 10 a 12 del matí.

Figura 62. Distributions de franges horàries actuals per a fer consum de serveis personals segons els grups d'edat en caps de setmana



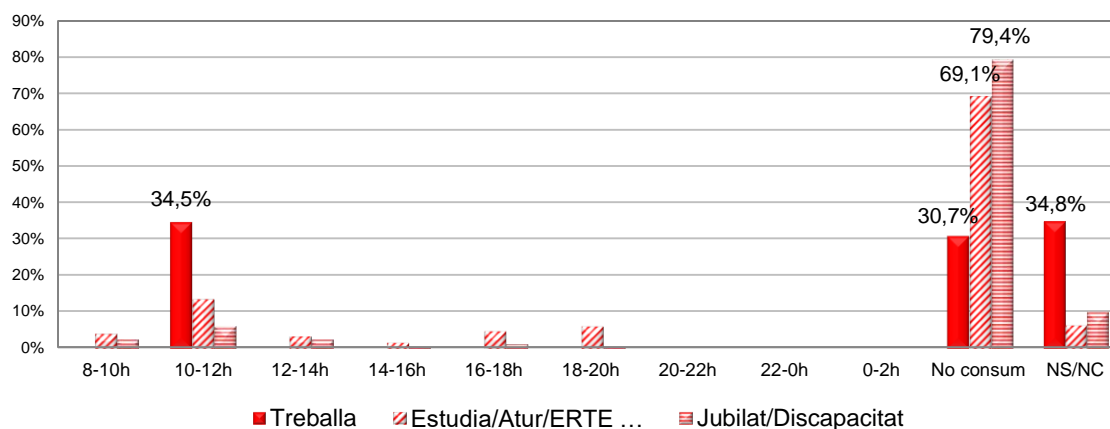
En relació a la situació laboral, els dies feiners les persones que treballen tenen un comportament més dispers i usen més les franges de 18 a 20 hores, mentre que els jubilats usen molt més la franja de 10 a 12 del matí i, els que estudien o estan inactius es dispersen més en totes les franges, si bé mostren una forta aflluència de 10 a 12 del matí.

Figura 63. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum de serveis personals segons els grups de situació laboral en dies feiners



Les diferències horàries en comportament de consum de serveis personals en caps de setmana entre grups de situació laboral també són rellevants. Les persones que treballen tenen una important aflluència en caps de setmana en aquest tipus d'activitat de 10 a 12 del matí, mentre que el consum baixa molt en la resta de grups i el que hi ha es dispersa entre les 8 i les 20 hores.

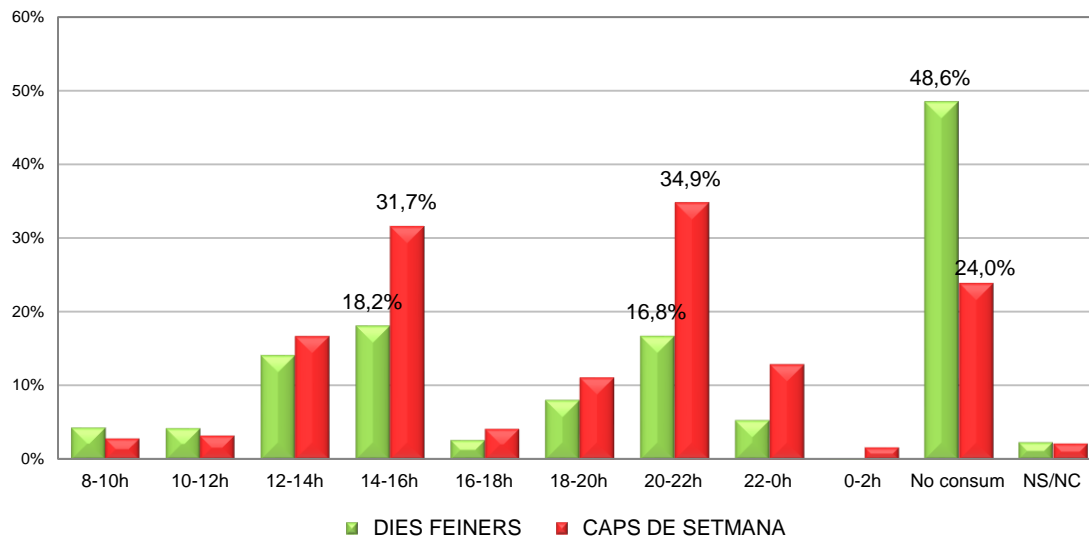
Figura 64. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum de serveis personals segons els grups de situació laboral en caps de setmana



8.4. Consum en bars, restaurants i similars

Les franges horàries més populars per a fer consums en bars i/o restaurants en dies feiners són de 20 a 22 de la nit, de 14 a 16 de la tarda i, amb menys intensitat, de 12 a 14 de la tarda i de 22 a 24 de la nit. Un 48,6% no fa aquestes compres en dies feiners.

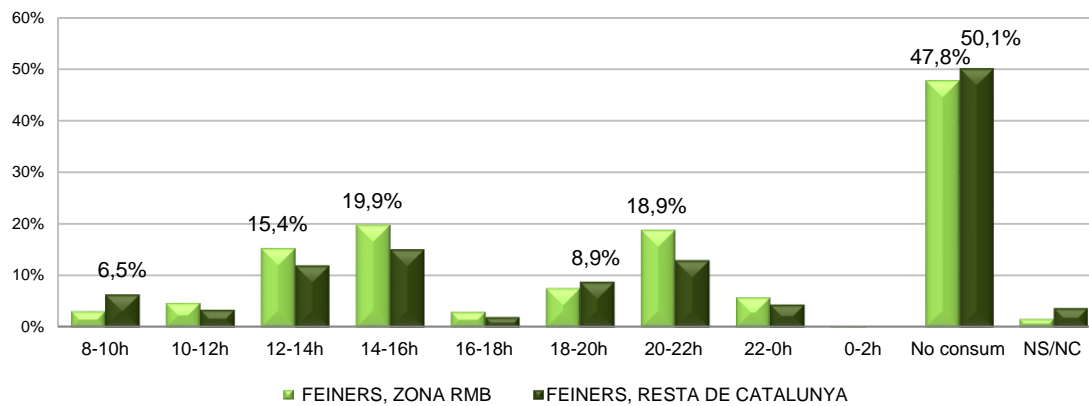
Figura 65. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum en bars, restaurants i similars en dies feiners i caps de setmana.



Pel que fa als caps de setmana, un 48,6% no fa aquest tipus de consum i el major percentatge de consumidors que fa aquestes activitats els fa entre 14 i 16 de la tarda i entre 20 i 22 hores de la nit.

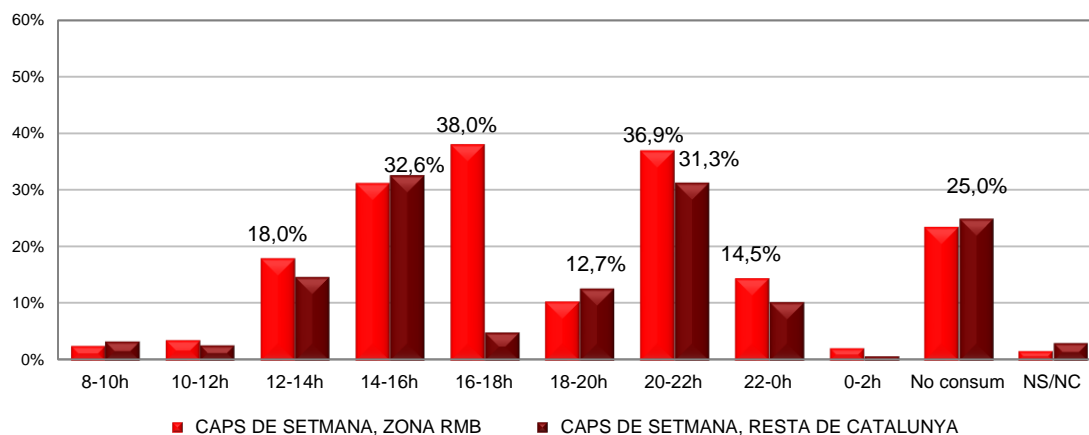
En dia feiner no s'observen masses diferències significatives en els horaris de consum de restauració entre municipis de la RMB i la resta d'àmbits territorials. Les que més destaquen són, una major aflluència fora de la RMB en la franja de 8 a 10 hores i en la de 18 a 20 de la tarda, i una menor aflluència en la resta de franges. En general el consum és una mica més baix fora de la RMB.

Figura 66. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum en bars, restaurants i similars en dies feiners en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



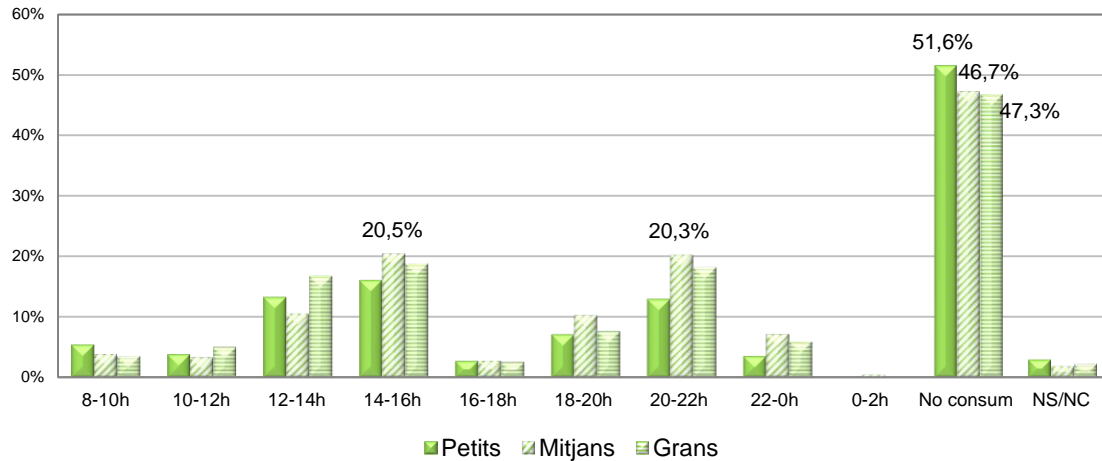
En cap de setmana, en canvi, les diferències són més acusades. La major diferència es dona en la franja de 16 a 18h, que és un horari de molta aflluència a la RMB mentre que a la resta de Catalunya el consum és molt baix, donat que la major aflluència s'avança a la franja de 14 a 16h, d'acord a un horari de dinar més adient a la reforma horària en aquests àmbits. A les altres franges, l'aflluència es menor que a la zona RMB, especialment de 16 a 18 de la tarda, amb l'excepció de la franja de 18 a 20 de la tarda, on aquesta activitat s'intensifica més fora de la RMB.

Figura 67. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum en bars, restaurants i similars els caps de setmana en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



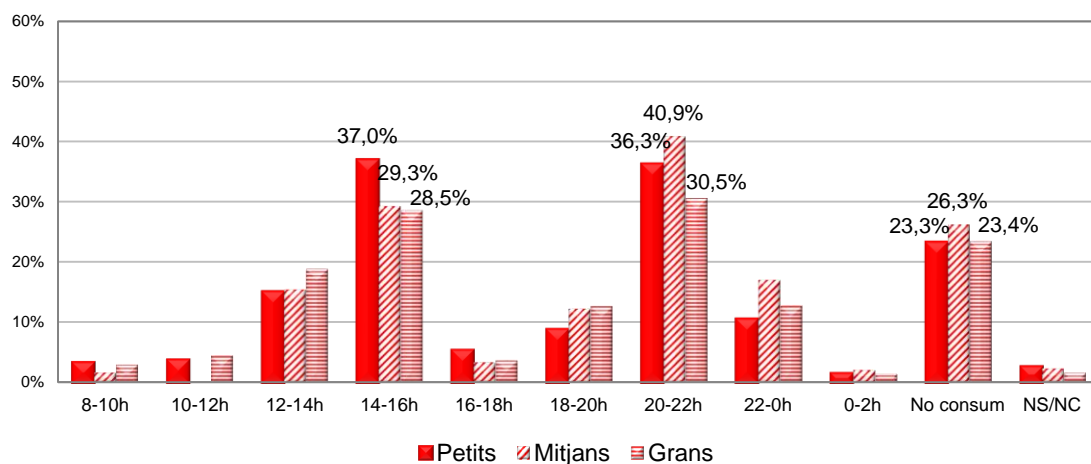
Segons grandària de municipi, en dia feiner s'observa una major aflluència de 14 a 16h, 20 a 22h i de 22 a 0h. ens els municipis mitjans i grans, i de 8 a 10h en els petits.

Figura 68. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum en bars, restaurants i similars segons la grandària dels municipis en dies feiners



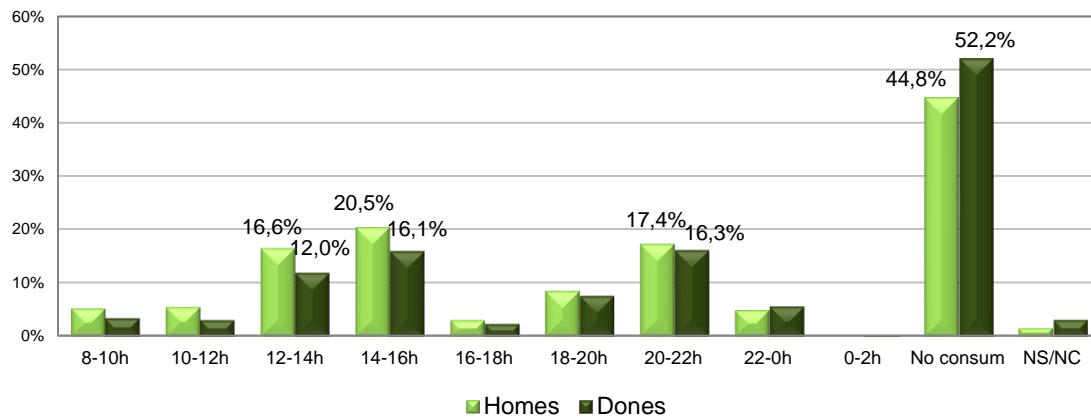
Mentre que en caps de setmana, es produeix una major aflluència en municipis petits i grans que en mitjans de 8 a 12h; major aflluència de 12 a 14h en municipis grans; major aflluència de 14 a 16h en municipis petits; major aflluència de 18 a 20h en municipis mitjans i grans; major aflluència de 20 a 22 en municipis mitjans i petits i major aflluència de 22 a 0h en municipis mitjans.

Figura 69. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum en bars, restaurants i similars segons la grandària dels municipis en caps de setmana



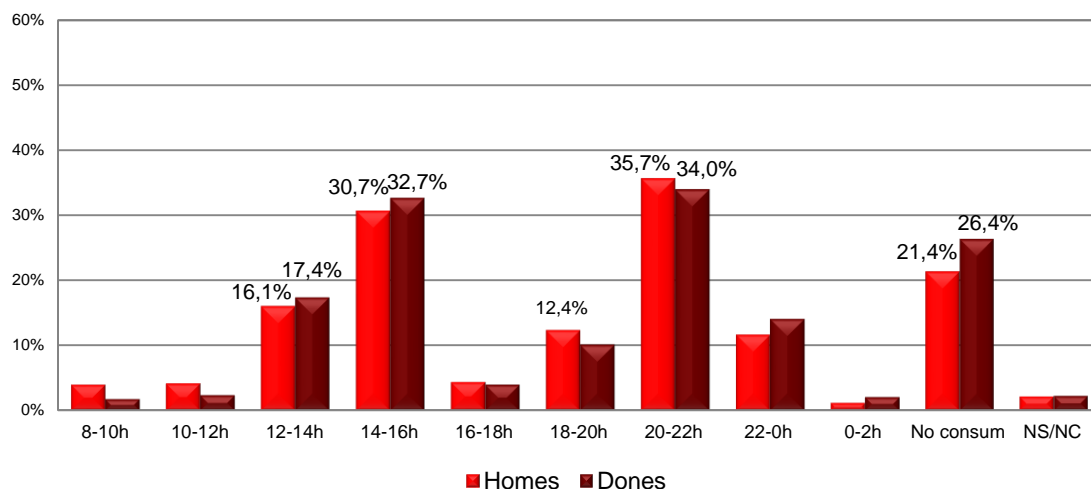
Respecte al comportament de consum de restauració en dies feiners entre homes i dones, cal destacar que l'afluència d'homes és superior a la de dones en totes les franges horàries. Només hi ha una petita diferència de 22 a 0h i no és significativa.

Figura 70. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum en bars, restaurants i similars segons el gènere en dies feiners



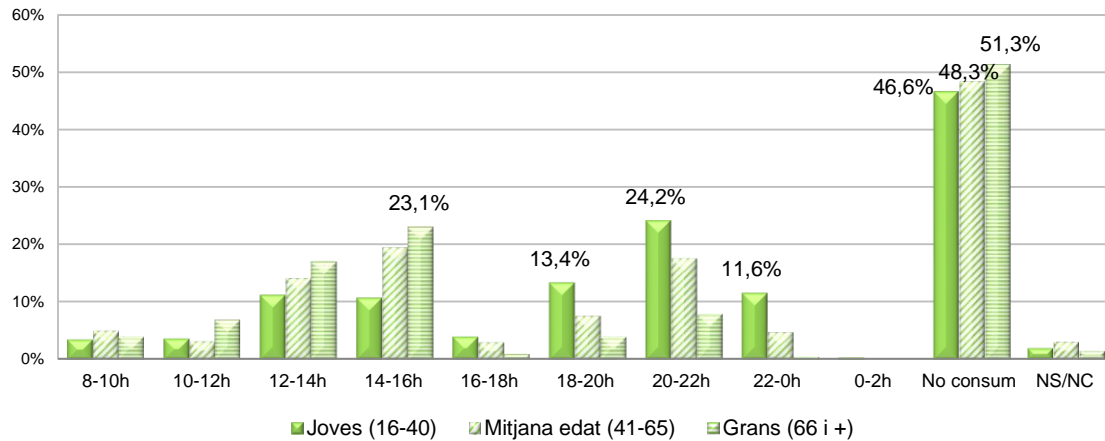
En caps de setmana el consum és força més alt que en dies feiners tant entre els homes com les dones, però les dones són menys consumidores (la proporció de dones és superior a la d'homes en els casos en que la resposta és no consumeix). En relació als horaris s'observa una lleugera major afluència en les franges del migdia en el cas de les dones i de la tarda en el cas dels homes.

Figura 71. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum en bars, restaurants i similars segons el gènere en caps de setmana



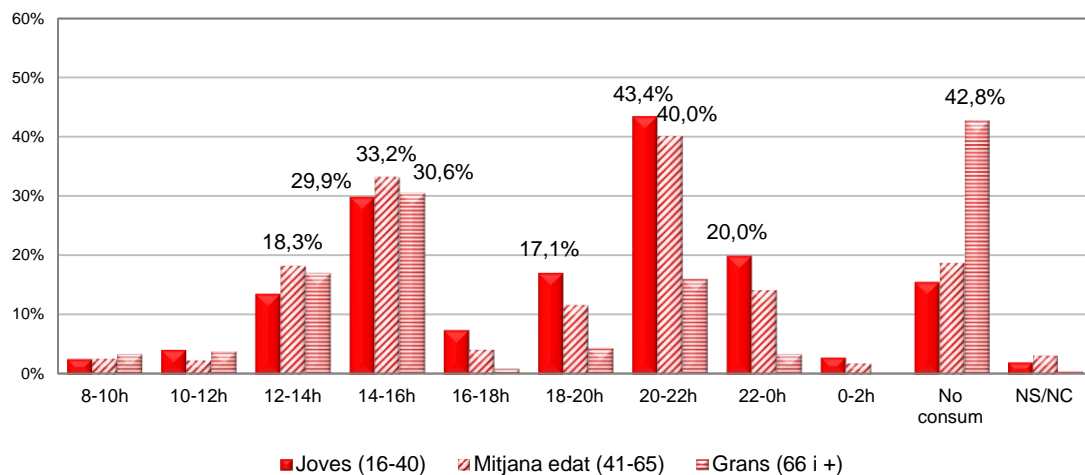
Les diferències horàries en comportament de consum en bars, restaurants i similars en dies feiners entre grups d'edat més rellevants son: les persones més grans concentren aquestes activitats sobre tot en les franges de 12 a 18h. La gent de mitjana edat i més jove mostra un comportament més repartit entre totes les franges horàries i fa més consum que la gent més de més edat, amb una afluència destacada entre les 20 i les 0h, especialment els més joves.

Figura 72. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum en bars, restaurants i similars segons els grups d'edat en dies feiners



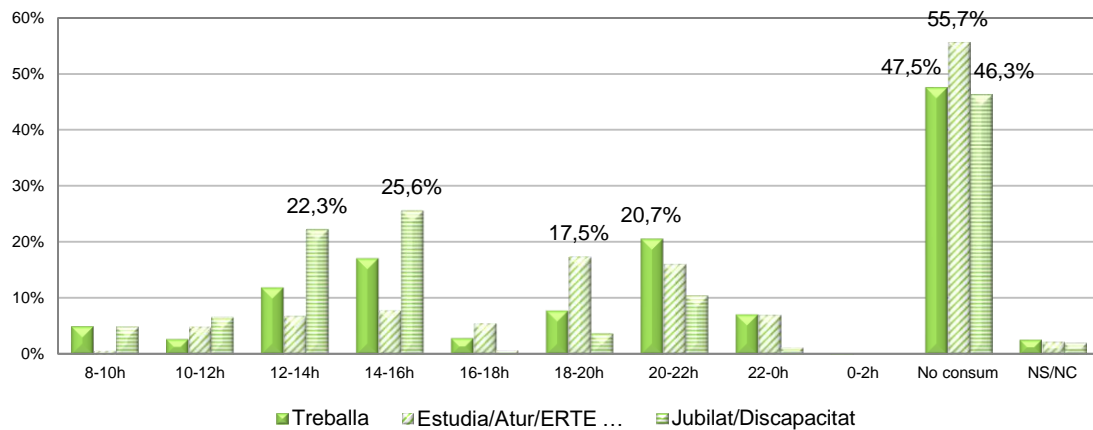
En caps de setmana, la gent gran baixa molt el seu consum en totes les franges horàries i pràcticament no consumeix en horari de tarda, exceptuant de 20 a 22h; la gent jove i la de mitjana edat mostra afluències destacades de 12 a 16h i de 18 a 0h de la nit.

Figura 73. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum en bars, restaurants i similars segons els grups d'edat en caps de setmana



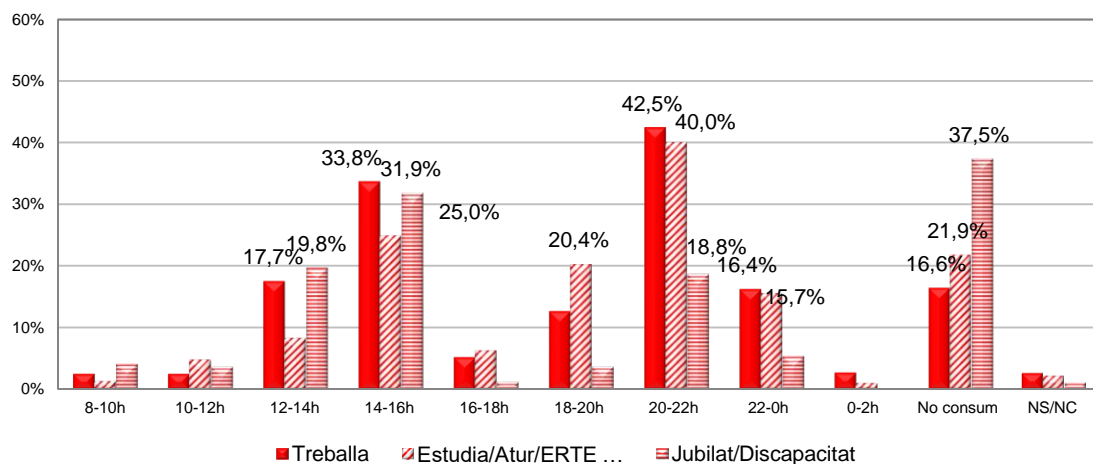
No s'observen diferències significatives en funció de la situació laboral en dia feiner. Les persones que treballen tenen un comportament dispers i usen més la franja de 20 a 22h, mentre que els estudiants i aturats fan menys consum amb horaris més concentrats a la tarda de 18 a 20h. Els jubilats/discapacitats fan més consum en horaris de matí, especialment entre les 12 i les 16 hores.

Figura 74. Distributions de franges horàries actuals per a fer consum en bars, restaurants i similars segons els grups de situació laboral en dies feiners



En caps de setmana, el consum augmenta en tots els grups respecte dels dies feiners. Les diferències horàries en comportament entre grups de situació laboral més rellevants són: les persones que treballen tenen una important aflluència en caps de setmana en aquest tipus d'activitat de 14 a 16 hores i de 20 a 22 hores. Els estudiants i aturats consumeixen sobre tot de 14 a 16h i de 20 a 22h, i els jubilats/discapacitats de 14 a 16h principalment i amb menor percentatge de 12 a 14h i de 22 a 0h.

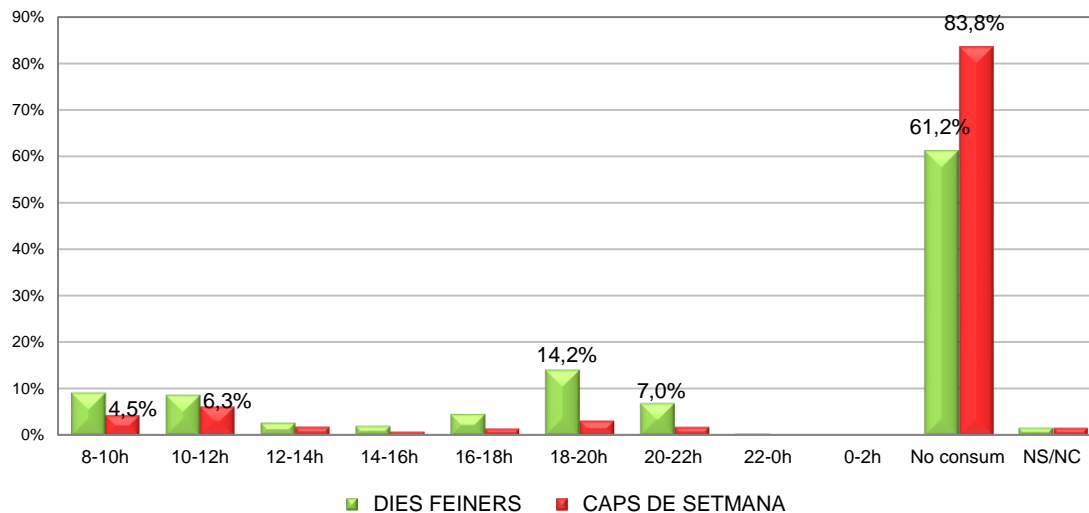
Figura 75. Distributions de franges horàries actuals per a fer consum en bars, restaurants i similars segons els grups de situació laboral en caps de setmana



8.5. Consum d'esport pagat

Les franges horàries més populars per a fer consum d'esport pagat en dies feiners són de 18 a 20 de la tarda, de 8 a 10 del matí i, amb menys intensitat, de 10 a 12 del matí i de 20 a 22 de la nit. El 61,2% no fa aquestes activitats en dies feiners.

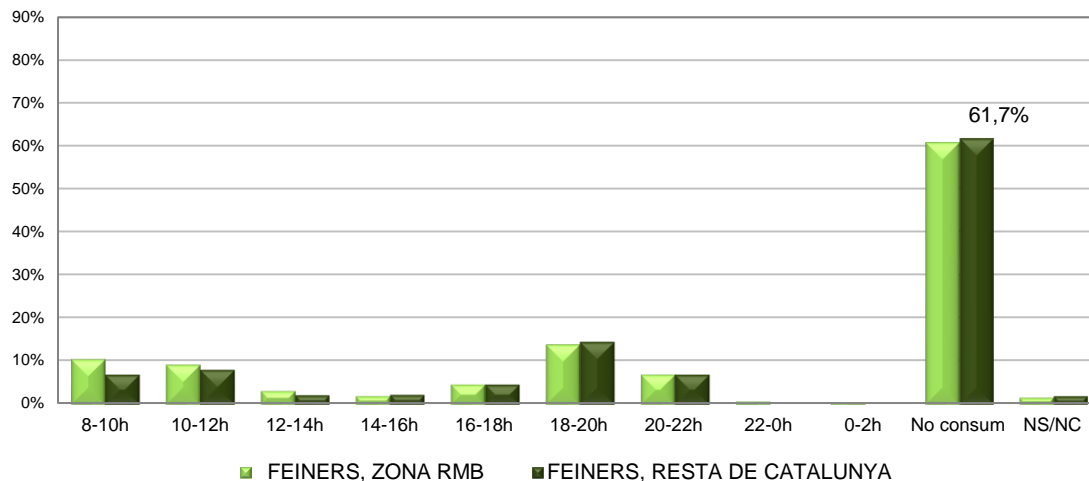
Figura 76. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum d'esport pagat en dies feiners i caps de setmana



Pel que fa als caps de setmana, un 83,8% no fa aquest tipus de consum i el major percentatge de consumidors que fa aquestes activitats les fa entre 10 i 12 del matí i entre 8 i 10 del matí (6,3% i 4,5% respectivament).

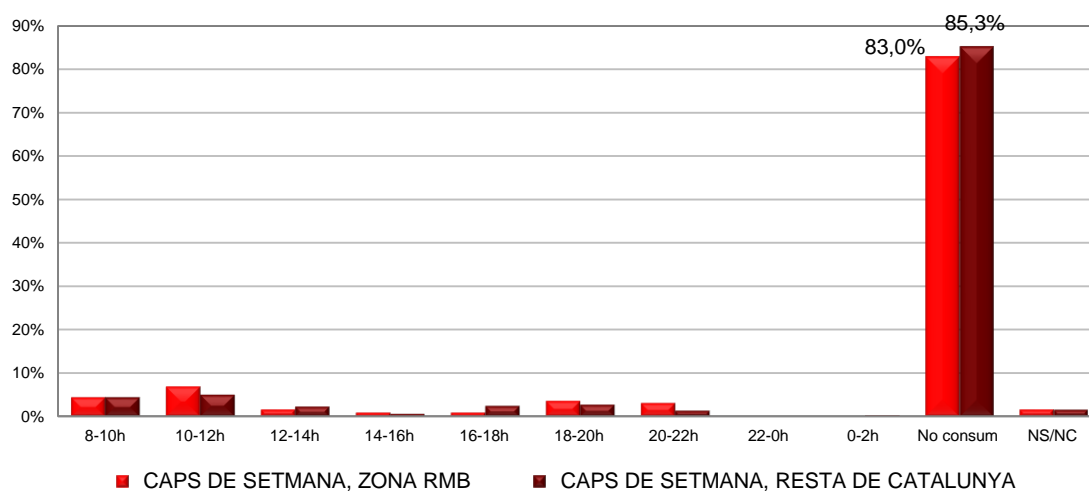
No s'observen diferències horàries en comportament de consum d'esport pagat en dies feiners entre municipis de la RMB i la resta de Catalunya, si bé hi ha un consum una mica més baix fora de la RMB en quasi totes les franges, excepte en la franja de 18 a 20h, on és lleugerament superior.

Figura 77. Distribucions de franges horàries actuals per a fer esport pagat en dies feiners en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



El comportament de consum d'esport pagat en caps de setmana entre municipis de la RMB i la resta és similar, però el consum baixa molt comparat amb els dies feiners.

Figura 78. Distribucions de franges horàries actuals per a fer esport pagat els caps de setmana en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



Tampoc hi ha diferències significatives segons grandària de municipi, si bé s'observa un menor consum en general d'aquestes activitats en els municipis petits tant en dia feiner com en cap de setmana.

Figura 79. Distribucions de franges horàries actuals per a fer esport pagat segons la grandària dels municipis en dies feiners

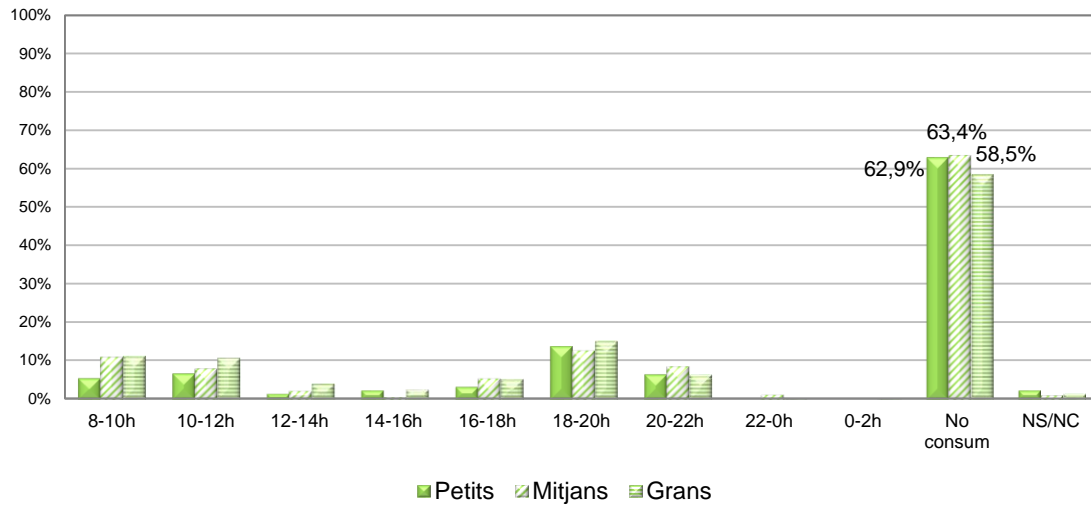
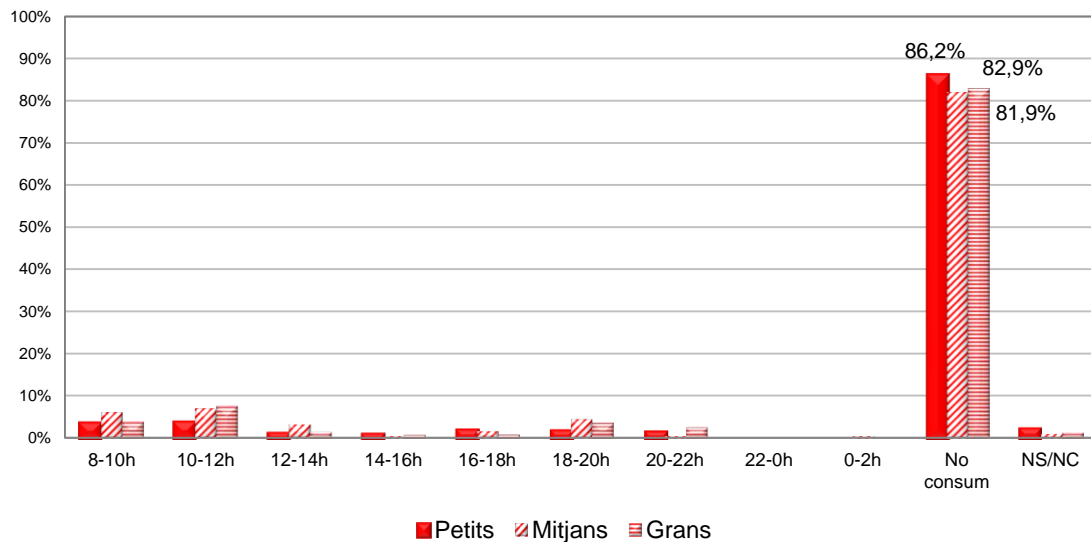
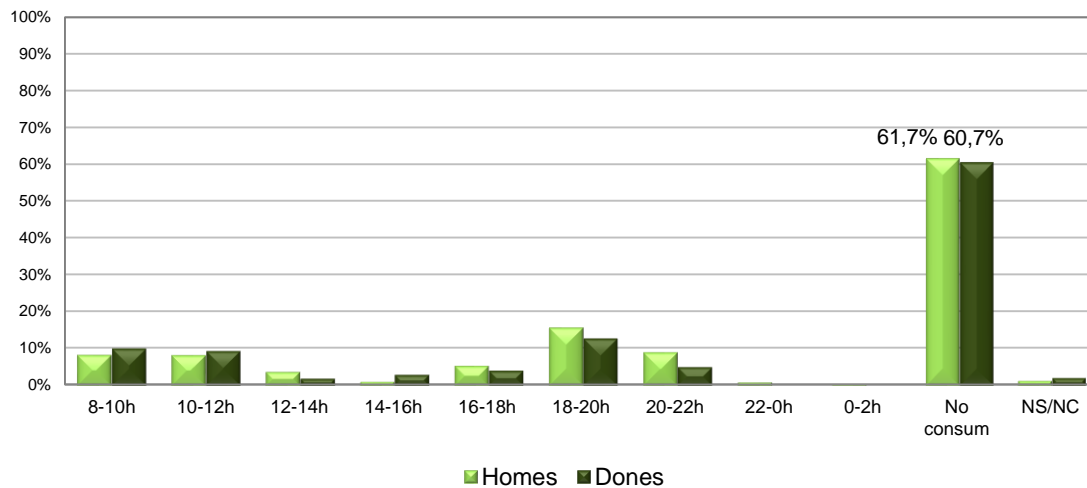


Figura 80. Distribucions de franges horàries actuals per a fer esport pagat segons la grandària dels municipis en caps de setmana



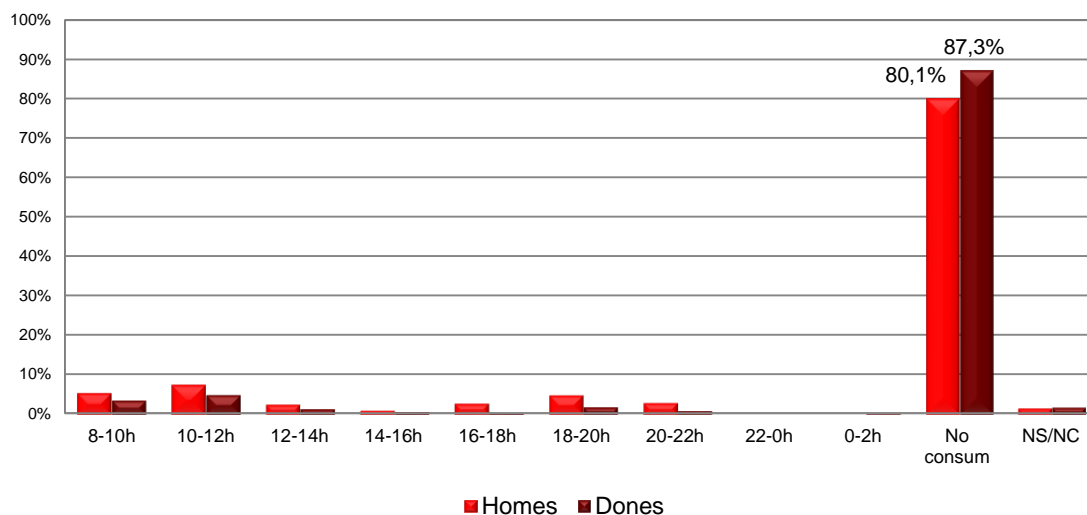
Les diferències horàries en comportament de consum d'esport pagat en dies feiners entre homes i dones no són significatives i només destaca que l'aflluència d'homes és superior a la de dones en quasi totes les franges horàries i que les dones no acostumen a fer esports després de les 22h.

Figura 81. Distribucions de franges horàries actuals per a fer esport pagat segons el gènere en dies feiners



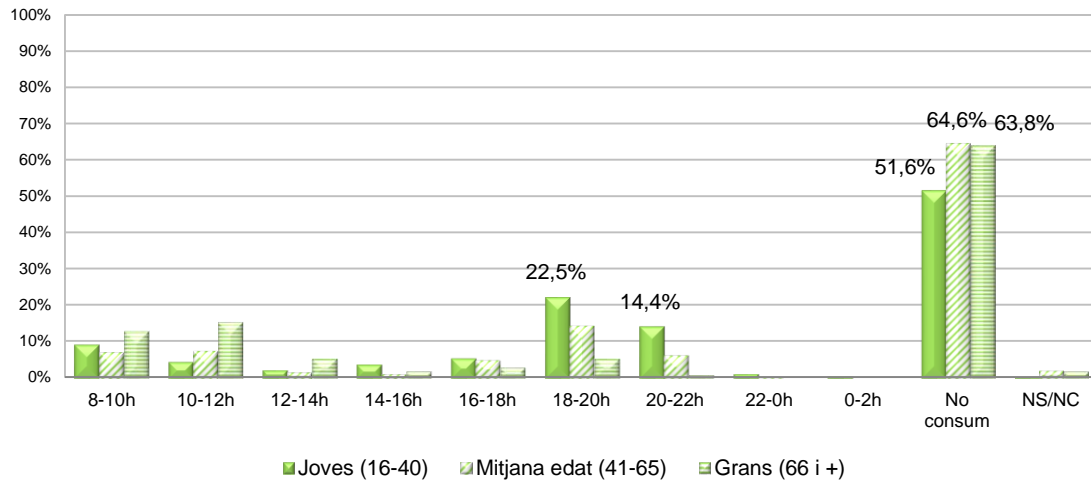
En caps de setmana, les dones fan menys consum que els homes en totes les franges horàries i es concentren més com ells entre 8 i 12 del matí.

Figura 82. Distribucions de franges horàries actuals per a fer esport pagat segons el gènere en caps de setmana



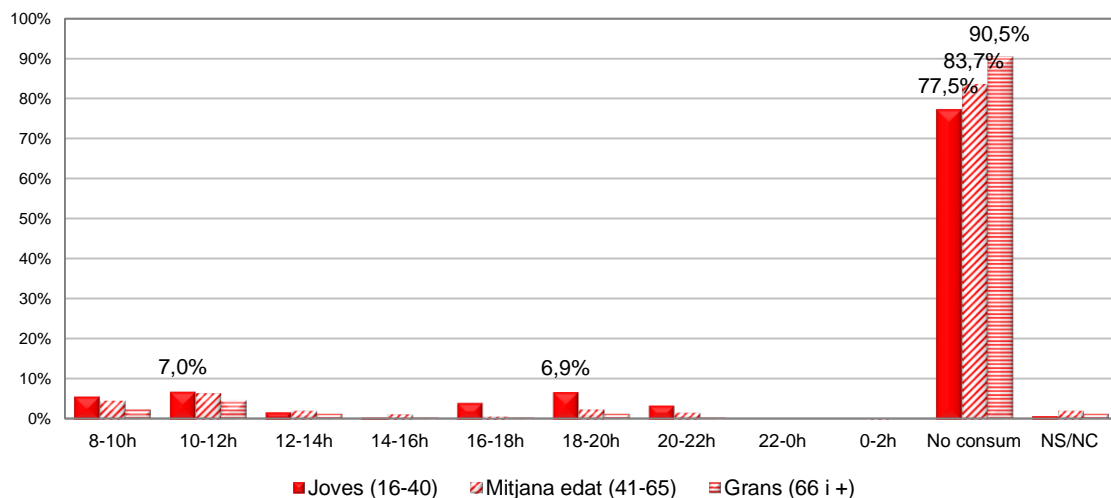
Les diferències en dies feiners entre grups d'edat més rellevants són: les persones més grans concentren aquestes activitats sobre tot en les franges de 8 a 12h; la gent de mitjana edat fa uns horaris més repartits i especialment concentrats de 8 a 12h i de 18 a 22h; el més joves fan més consum que els altres dos grups i es concentren sobre tot entre les 18 i les 20h i entre les 20 i les 22h.

Figura 83. Distributions de franges horàries actuals per a fer esport pagat segons els grups d'edat en dies feiners



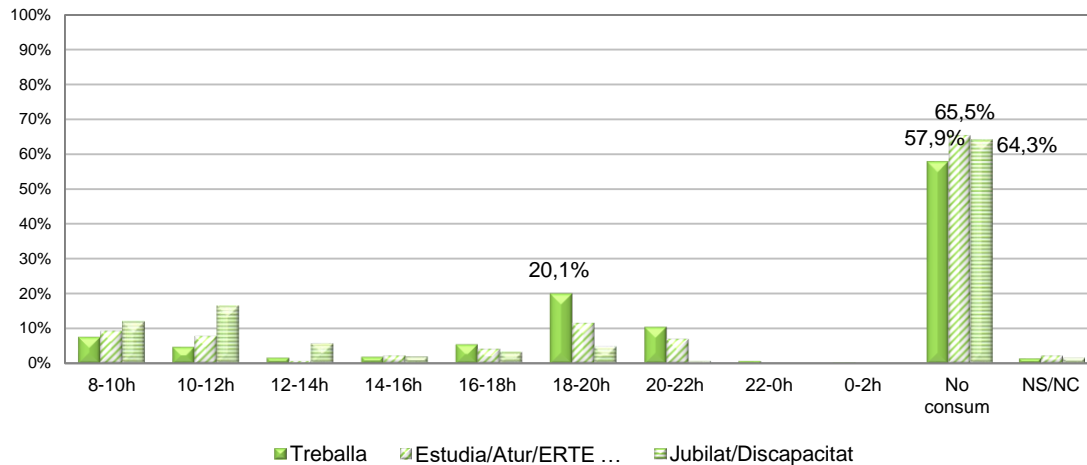
En caps de setmana només destaca que la gent jove fa més consum i el concentra sobre tot entre les 10h i les 12h i entre 18 i 20h. Els grups de mitjana i major edat es distribueixen de forma molt dispersa en totes les franges horàries amb una punta entre 10 i 12 hores.

Figura 84. Distributions de franges horàries actuals per a fer esport pagat segons els grups d'edat en caps de setmana



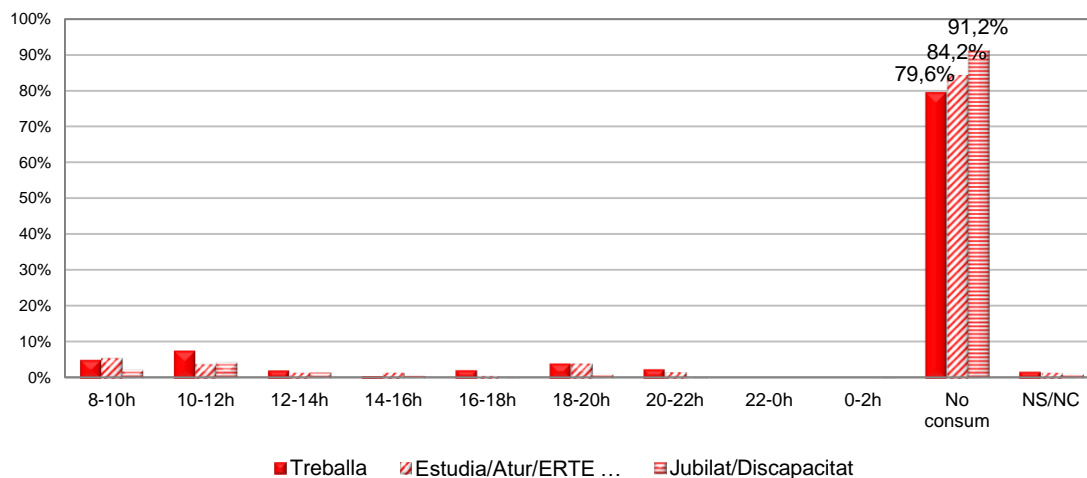
Segons situació laboral, en dia feiner l'aflluència de 8 a 10 del matí augmenta a mida que baixa el nivell d'activitat de les persones; l'horari punta dels que treballen és de 18 a 22h, mentre que el d'estudiants i aturats és també el més prevalent, però a una aflluència significativament inferior. Els jubilats tenen força menor presència que en els altres grups en horari de tarda. El menor consum es dona entre els que treballen.

Figura 85. Distributions de franges horàries actuals per a fer esport pagat segons els grups de situació laboral en dies feiners



En caps de setmana, el consum es redueix molt en tots els grups respecte dels dies feiners. Les diferències horàries en comportament entre grups de situació laboral més rellevants són: les persones que treballen, els estudiants i aturats tenen la punta d'aflluència en caps de setmana en aquest tipus d'activitat de 8 a 12 hores i de 18 a 20 hores. Els més grans també, però no fan pràcticament consum a la tarda.

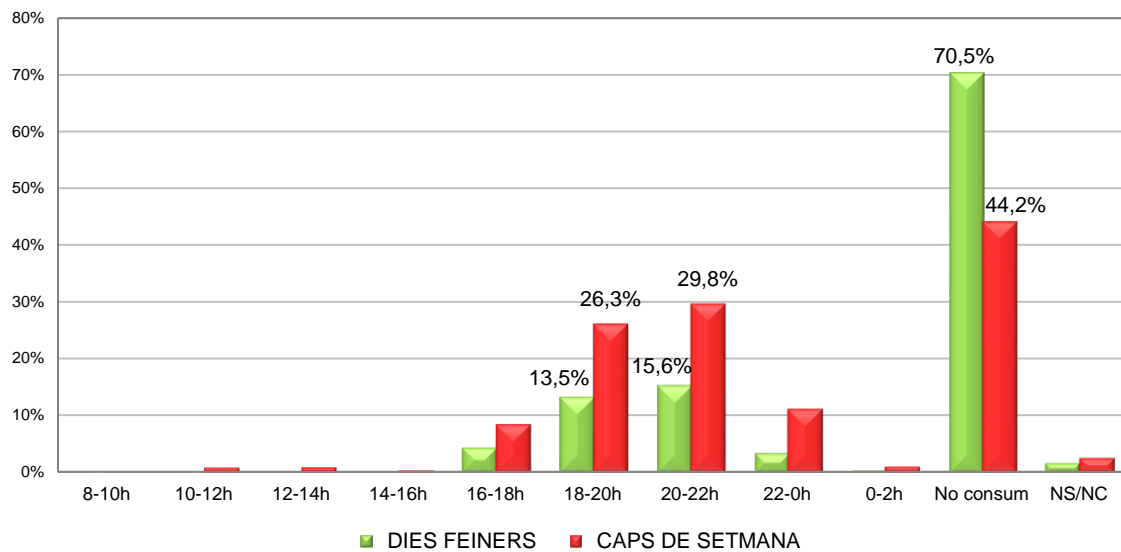
Figura 86. Distributions de franges horàries actuals per a fer esport pagat segons els grups de situació laboral en caps de setmana



8.6. Consum d'oci cultural (cinema, teatre, espectacles i similars)

Les franges horàries més populars per a fer consum d'oci cultural (cinema, teatre, espectacles i similars) en dies feiners són de 20 a 22 de la nit, de 18 a 20 de la tarda i, amb menys intensitat, de 16 a 18 de la tarda. Un 70,5% no fa aquestes activitats en dies feiners.

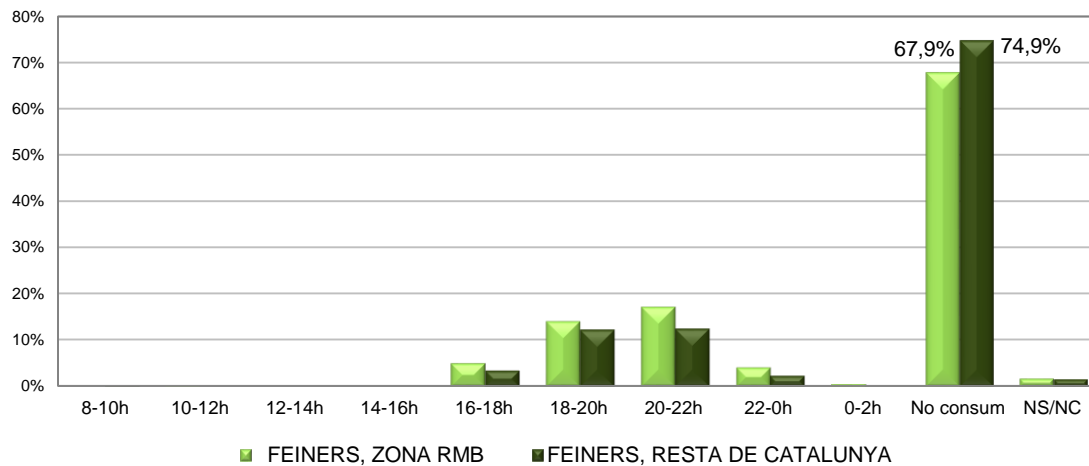
Figura 87. Distribucions de franges horàries actuals per a fer consum d'oci cultural en dies feiners i caps de setmana



Pel que fa als caps de setmana, un 44,2% no fa aquest tipus de consum i el major percentatge de consumidors que fa aquestes activitats les fa entre 18 i 22 de la nit (56%).

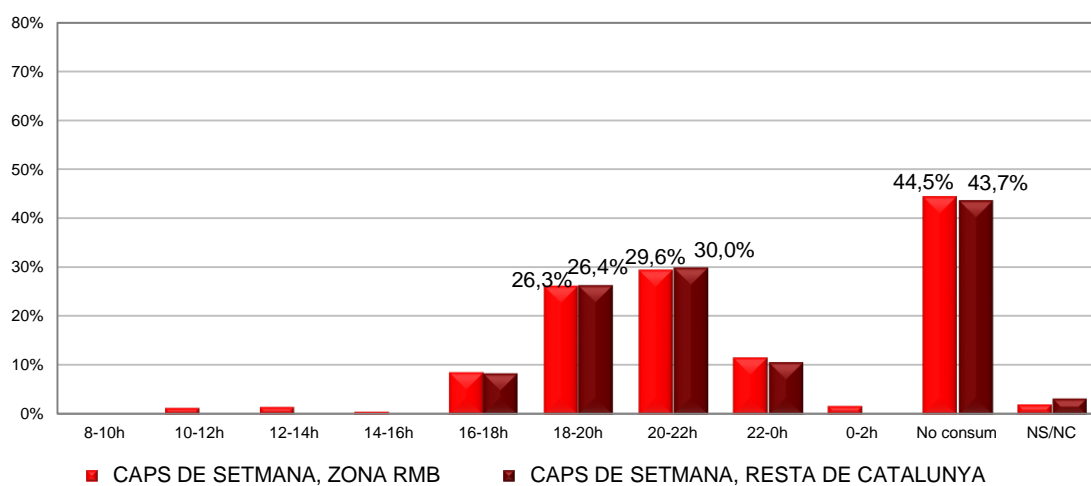
Les diferències horàries en comportament de consum d'oci cultural en dies feiners entre àmbits territorials no són significatives, ja que l'afluència presenta una distribució similar concentrada entre les 16 i les 22 hores. La única diferència és que el consum és menor fora de la RMB.

Figura 88. Distribucions de franges horàries actuals per a fer activitats d'oci cultural en dies feiners en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



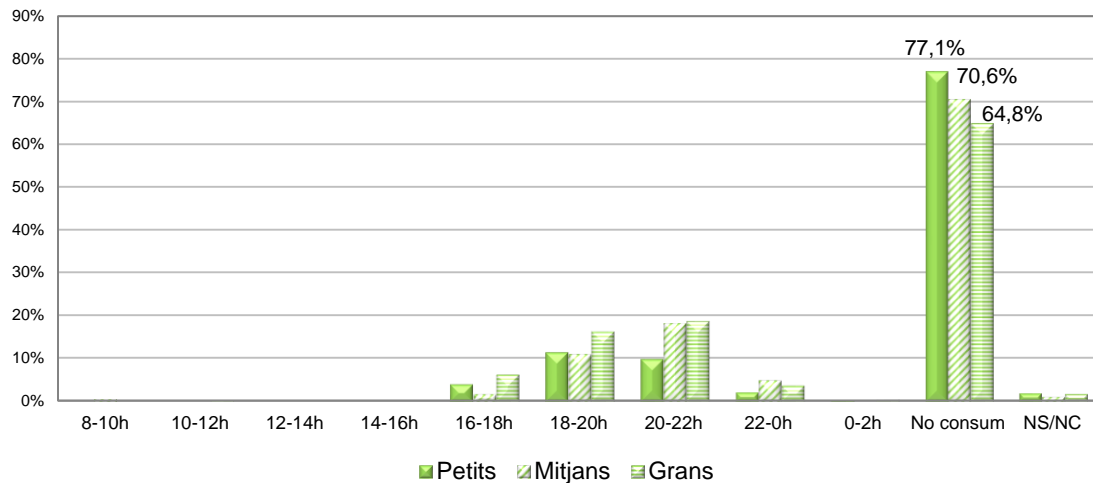
El comportament de consum d'oci cultural en caps de setmana entre municipis de la RMB i la resta és similar, però el consum creix molt comparat amb els dies feiners i és una mica més dispers a la RMB.

Figura 89. Distribucions de franges horàries actuals per a fer activitats d'oci cultural els caps de setmana en municipis de la zona RMB i en la resta de Catalunya



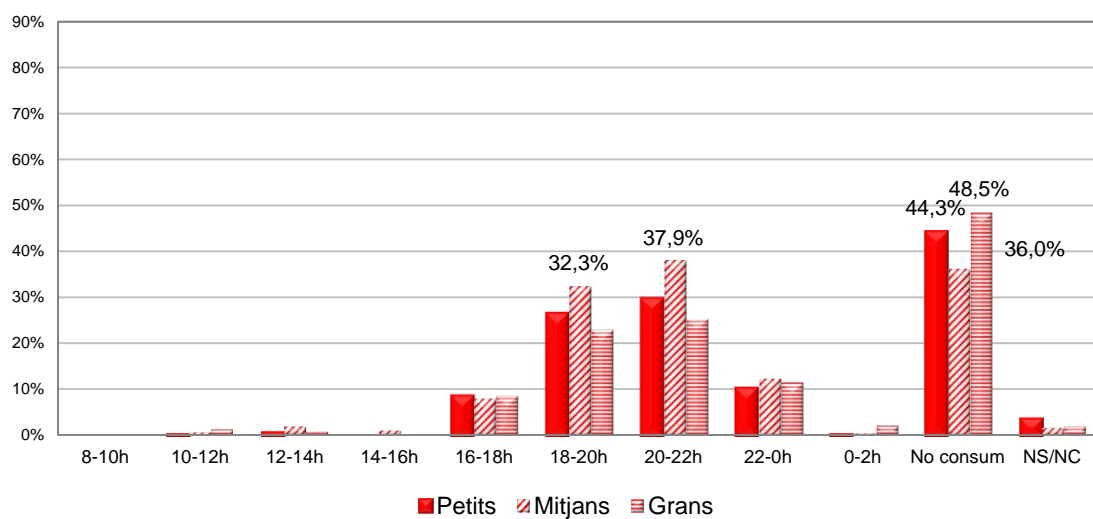
Les diferències horàries en consum d'oci cultural en dies feiners entre municipis petits, mitjans i grans més significatives són: el consum disminueix a mida que ho fa la grandària del municipi; la major aflluència en municipis petits es dona entre 18 a 20h i en els mitjans i grans de 20 a 22h.

Figura 90. Distribucions de franges horàries actuals per a fer activitats d'oci cultural segons la grandària dels municipis en dies feiners



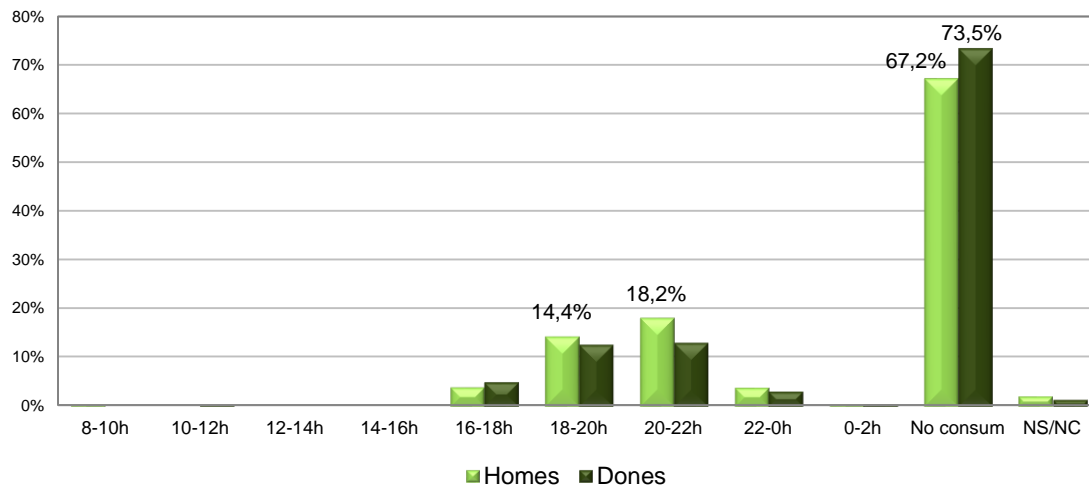
En caps de setmana destaca un major consum en municipis mitjans. La distribució del consum és similar en tots tipus de municipi i té una forma aproximadament "Normal" amb el pic a la franja de 20 a 22h.

Figura 91. Distribucions de franges horàries actuals per a fer activitats d'oci cultural segons la grandària dels municipis en caps de setmana



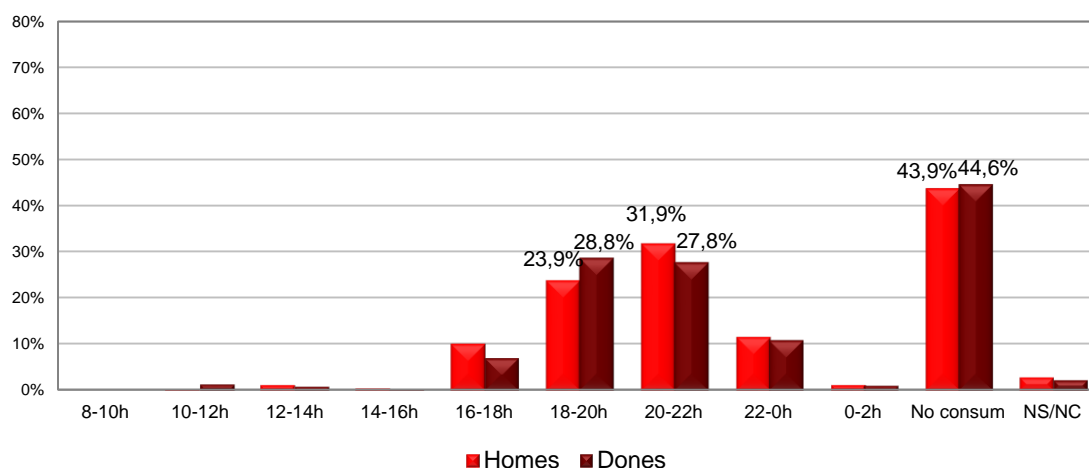
Les diferències entre homes i dones no són significatives i només destaca que l'afluència d'homes és superior a la de dones en quasi totes les franges horàries en que es concentra l'afluència que van de 16 a 22h.

Figura 92. Distribucions de franges horàries actuals per a fer activitats d'oci cultural segons el gènere en dies feiners



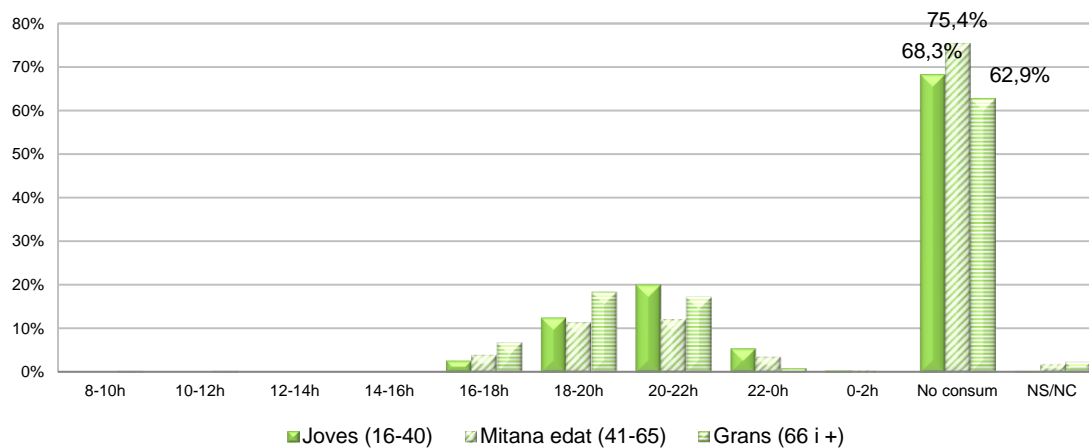
En caps de setmana el consum és força més alt que en dies feiners en ambdós gèneres, destacant un major consum de 18 a 20h en el cas de les dones, mentre que ells ho fan més activament de 20 a 22h.

Figura 93. Distribucions de franges horàries actuals per a fer esport pagat segons el gènere en caps de setmana



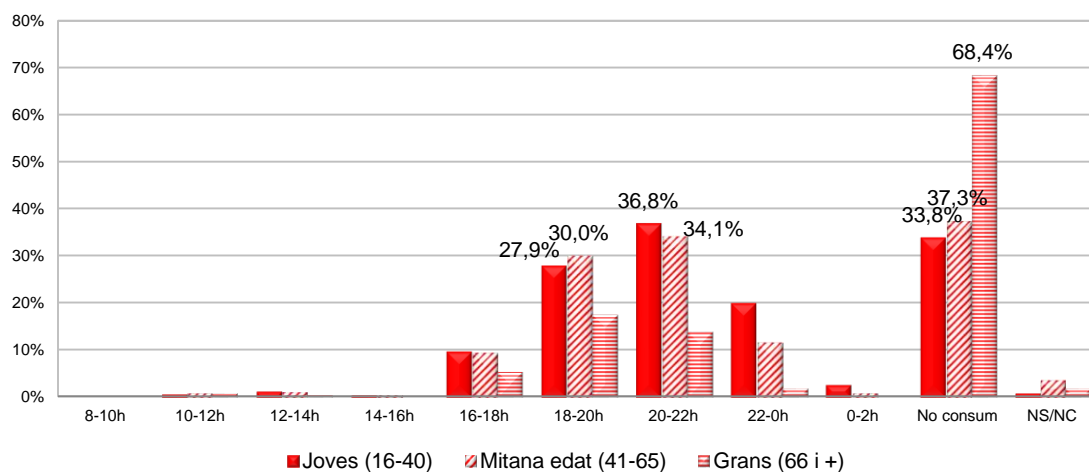
Per grups d'edat, les persones de mitjana edat són les que fan menys consum en dies feiners. Tots els grups concentren aquestes activitats en les franges de 16 a 22h; la gent jove i de mitjana edat mostra una mica més de dispersió que els més grans.

Figura 94. Distribucions de franges horàries actuals per a fer activitats d'oci cultural segons els grups d'edat en dies feiners



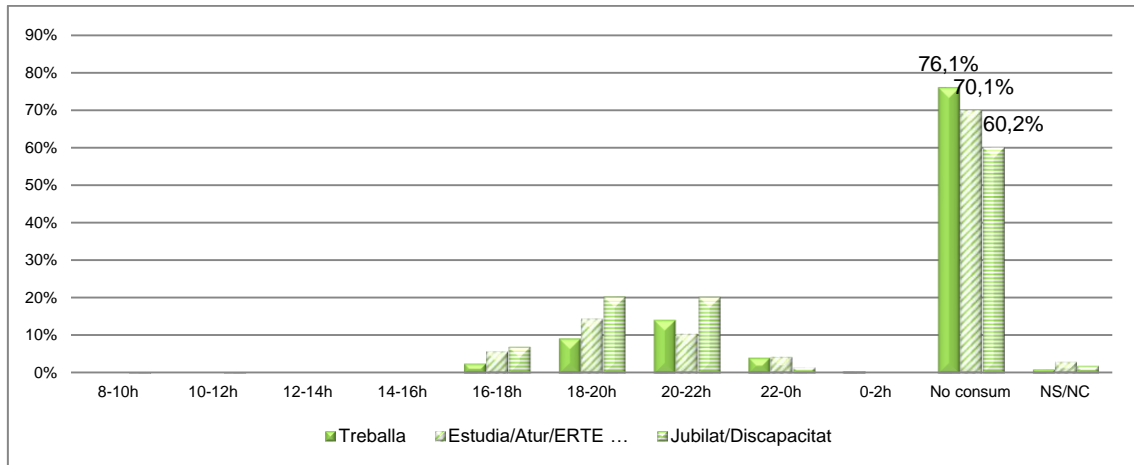
En caps de setmana, el consum és més elevat que en dies feiners excepte en el grup dels més grans on baixa quasi 6 punts percentuals. La gent jove i de mitjana edat mostra distribucions horàries similars concentrades de 16 a 22h, si bé, el consum d'aquests és sempre més elevat.

Figura 95. Distribucions de franges horàries actuals per a fer activitats d'oci cultural segons els grups d'edat en caps de setmana



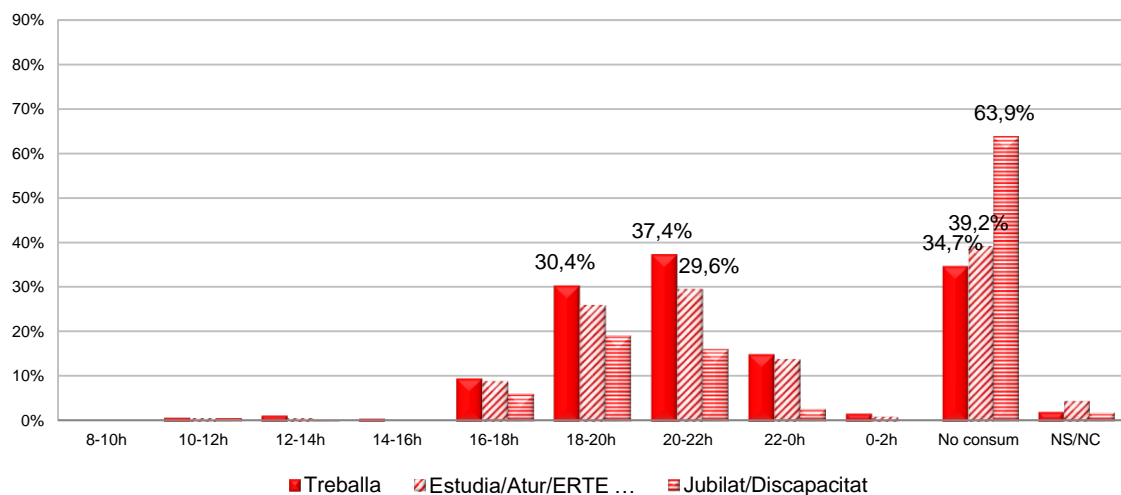
En relació a la situació laboral, la intensitat de consum d'oci cultural en dia feiner augmenta a mida que baixa el nivell d'activitat de les persones; l'horari punta de tots els grups és de 18 a 22h, però els jubilats i discapacitats es concentren més de 18 a 20 que la resta.

Figura 96. Distribucions de franges horàries actuals per a fer activitats d'oci cultural segons els grups de situació laboral en dies feiners



En caps de setmana, el consum es redueix en el grup de jubilats i augmenta en els altres dos. Els horaris es dispersen més, si bé els pics estan entre les 18 i les 22 hores, i els que treballen fan un consum més intens.

Figura 97. Distribucions de franges horàries actuals per a fer activitats d'oci cultural segons els grups de situació laboral en caps de setmana

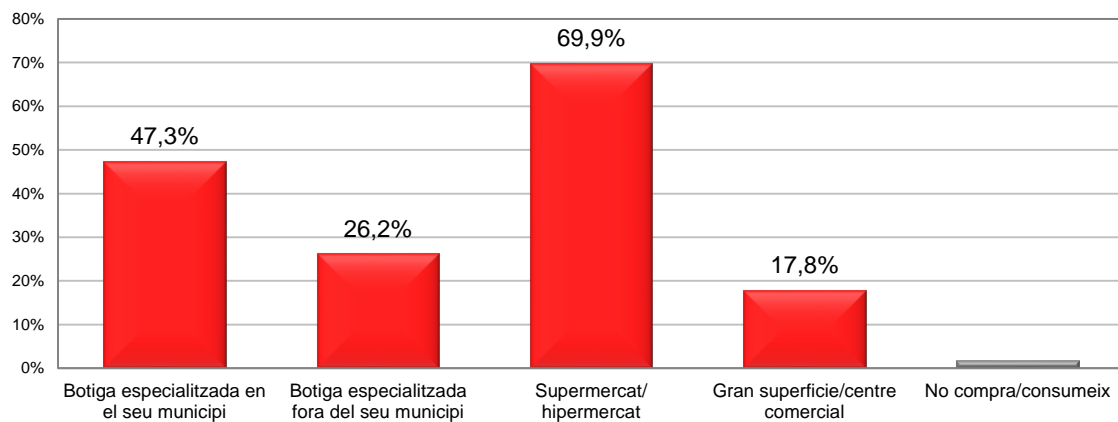


9. Llocs de compra actuals dels consumidors catalans

9.1. Comerç d'alimentació i productes per a la llar

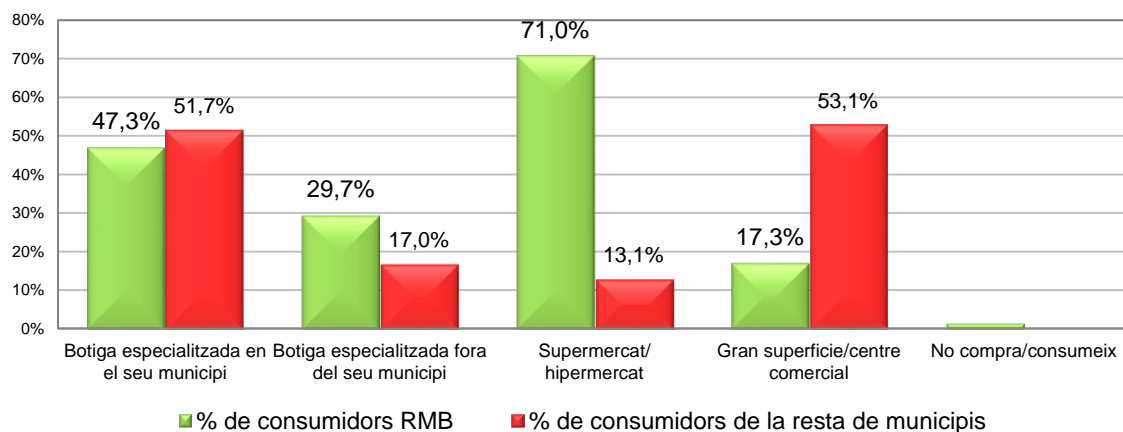
Entre els tipus de comerços proposats, la majoria de consumidors catalans fa compres d'alimentació i productes per a la llar al supermercat/hipermercat. En segon lloc, els consumidors prefereixen les botigues especialitzades en el seu municipi i en tercer lloc, les botigues especialitzades fora del seu municipi. En darrer lloc queden les grans superfícies i centres comercials.

Figura 98. Distribucions de tipus de comerços per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar



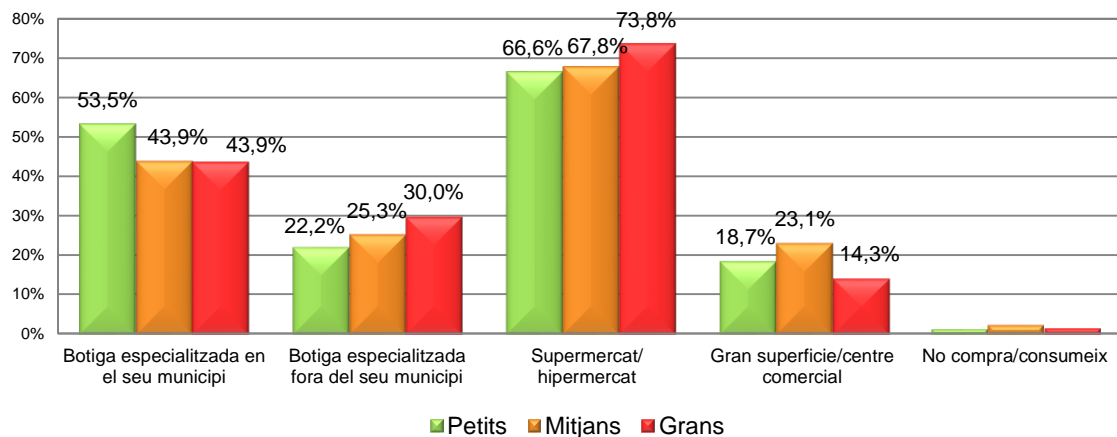
Les principals diferències de comportament entre els consumidors de la RMB i la resta d'àmbits de Catalunya són: les proporcions de consumidors de municipis fora de la RMB que compren en grans superfícies són més elevades que les de la RMB. En canvi, les proporcions de consumidors que compren en supermercats i botigues especialitzades fora del seu municipi són més elevades a la RMB, especialment la primera.

Figura 99. Distribucions de tipus de comerços per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons l'àmbit de residència (multiresposta)



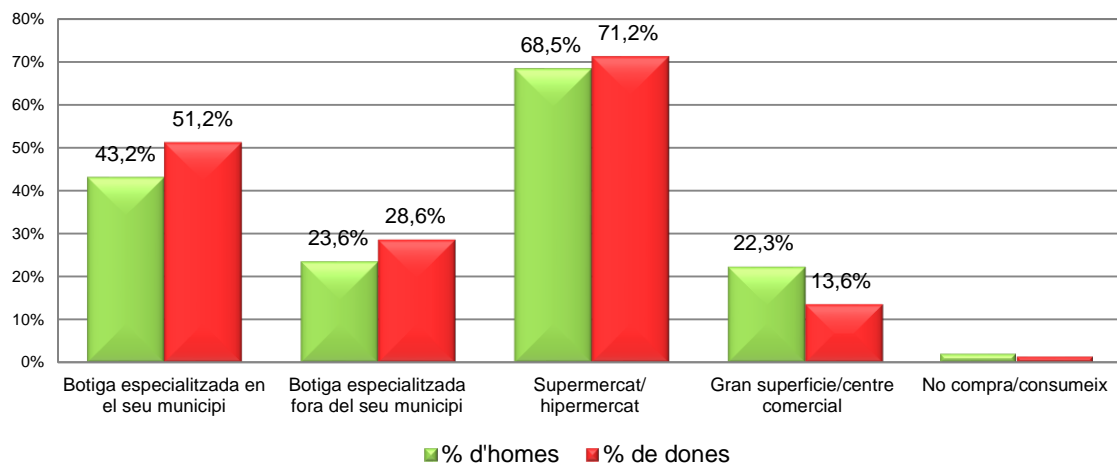
En funció del tipus de municipi, s'observa que la proporció més elevada de compradors en botigues especialitzades del seu municipi es dona en municipis petits. La de compradors en botigues especialitzades fora del seu municipi es dona en municipis grans (a mida que creix la grandària creix el consum en aquests establiments). La de compradors en supermercats es dona en els municipis més grans, i la de compradors en gran superfícies/centres comercials en els municipis mitjans.

Figura 100. Distributions de tipus de comerços per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons la grandària del municipi (multiresposta)



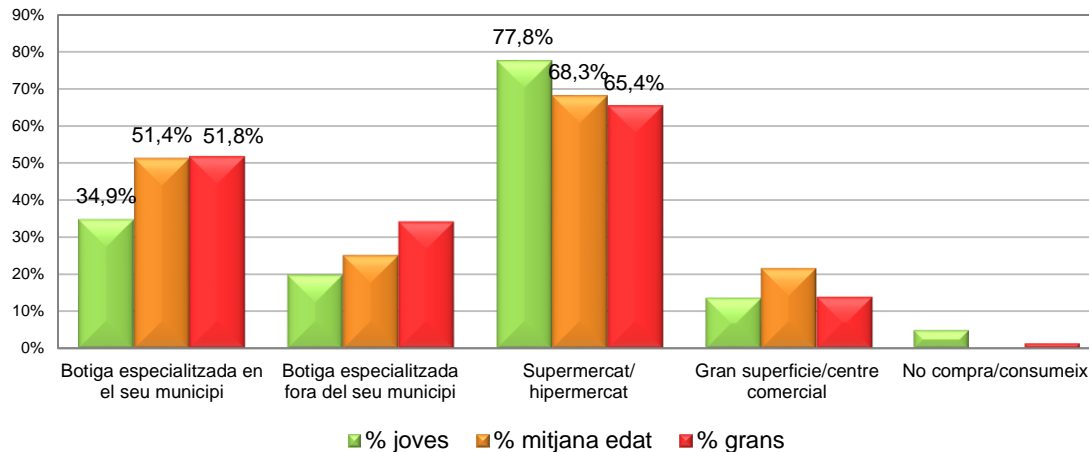
Les dones compren més que els homes els productes d'alimentació/llar en botigues especialitzades dins i fora del seu municipi, i també en supermercats, mentre que la proporció d'homes que compren en grans superfícies/centres comercials, és major que la de dones.

Figura 101. Distributions de tipus de comerços per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons el gènere (multiresposta)



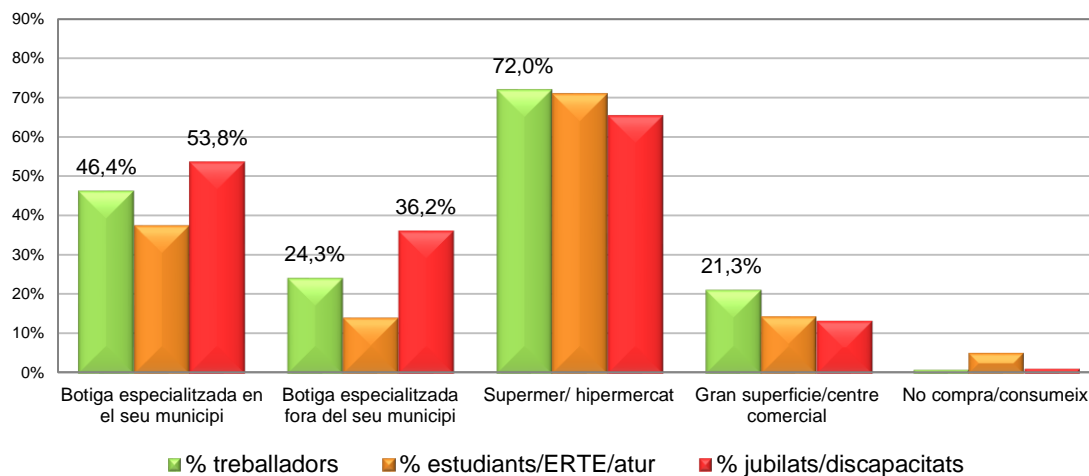
A mida que l'edat augmenta també ho fan les proporcions de compradors en botigues especialitzades, ja siguin dins o fora del municipi. En canvi, a mida que disminueix l'edat decreixen les proporcions de compradors en supermercats. Finalment, la gent de mitjana edat és la que més compra en grans superfícies/centres comercials i, la gent més jove és la que menys va a comprar aquests productes.

Figura 102. Distributions de tipus de comerços per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons el grup d'edat (multiresposta)



Segons situació laboral destaca que si bé tots els grups compren l'alimentació majoritàriament en supermercats, els jubilats ho fan també a les botigues especialitzades dins i fora del municipi. Així, a mida que baixa l'activitat, també ho fa el consum en supermercats i en grans superfícies. Estudiants i persones no actives són els que menys compren.

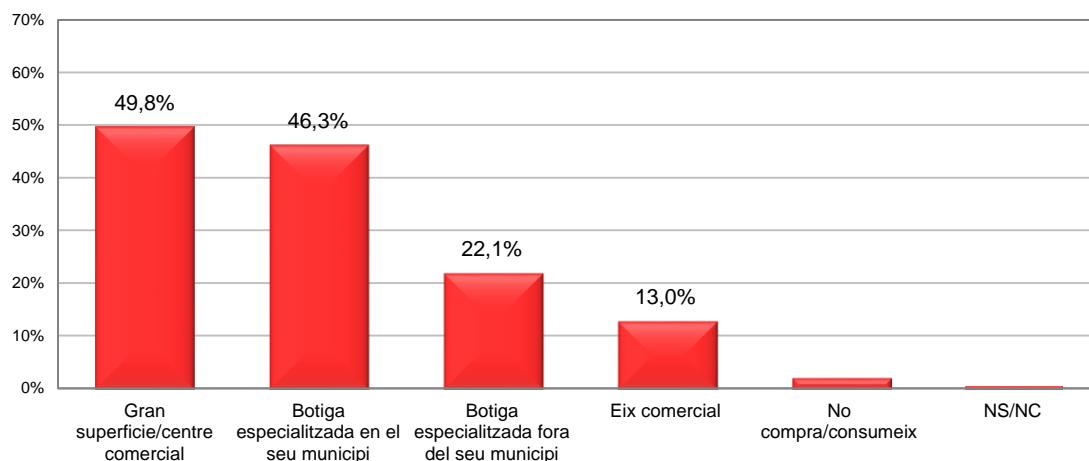
Figura 103. Distributions de tipus de comerços per a fer compres o consum d'alimentació i/o productes per a la llar segons la situació laboral (multiresposta)



9.2. Consum de roba, calçat, complements i similars

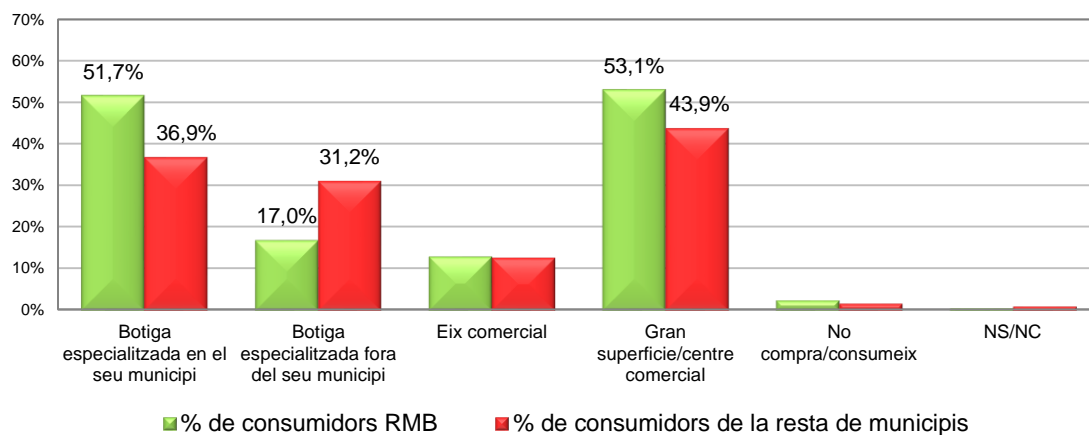
Entre els tipus de comerços proposats, la majoria de consumidors catalans fa compres de roba, calçat, complements i similars en grans superfícies i centres comercials, i en botigues especialitzades de dins i fora del propi municipi. En quart lloc, els consumidors prefereixen l'eix comercial.

Figura 104. Distribucions de tipus de comerços per a fer compres de roba, calçat, complements i similar



Els consumidors de la RMB prefereixen les grans superfícies, centres comercials i botigues especialitzades del seu municipi més que les altres alternatives, mentre que els que resideixen a la resta d'àmbits de Catalunya, consumeixen en major proporció a les botigues especialitzades de fora dels seus municipis.

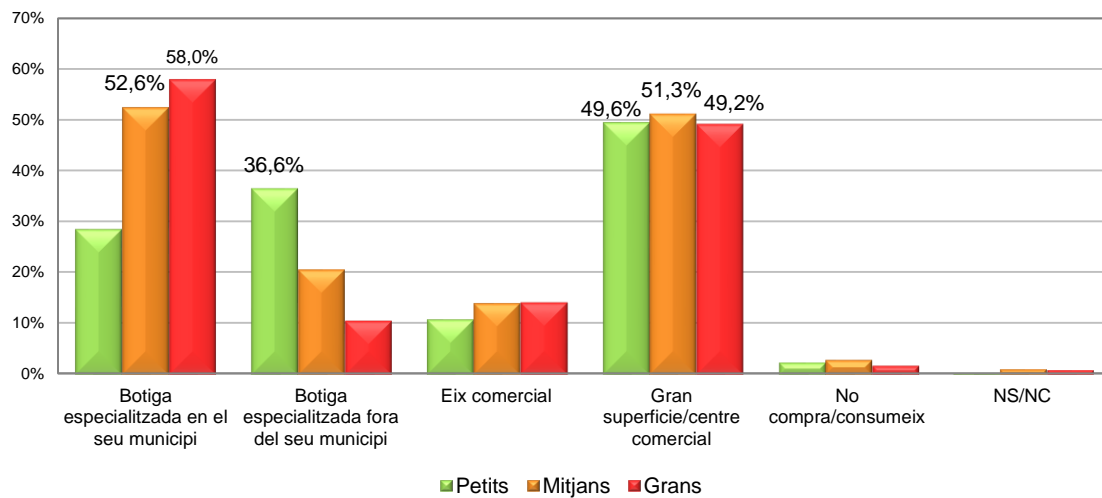
Figura 105. Distribucions de tipus de comerços per a fer compres de roba, calçat, complements i similars segons l'àmbit de residència (multiresposta)



Les principals diferències de comportament entre els consumidors de municipis petits, mitjans i grans són: la proporció més elevada de compradors en botigues especialitzades del seu municipi es dona en municipis grans mentre que en els municipis petits hi ha una major proporció de compradors en botigues especialitzades fora del seu municipi.

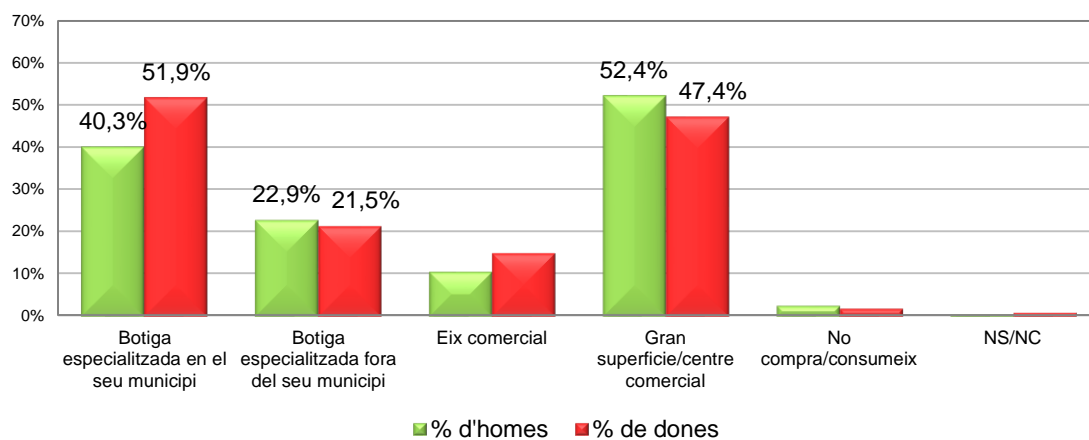
Per tant, a mesura que augmenta la grandària del municipi creix el consum local en aquest tipus de productes.

Figura 106. Distributions de tipus de comerços per a fer compres de roba, calçat, complements i similars segons la grandària del municipi (multiresposta)



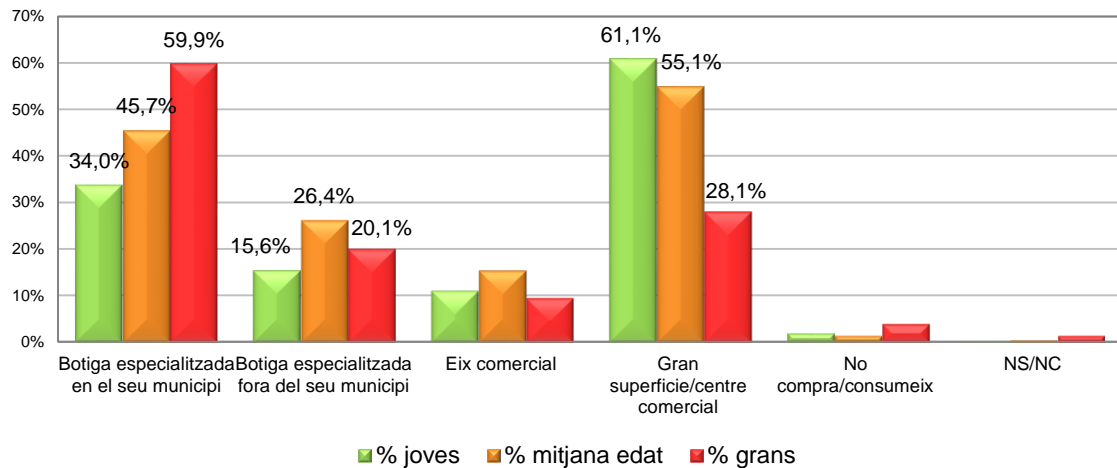
Les dones compren més que els homes en botigues especialitzades dins del seu municipi, i també en els eixos comercials, mentre que la proporció d'homes que compren en grans superfícies/centres comercials és major que la de dones.

Figura 107. Distributions de tipus de comerços per a fer compres de roba, calçat, complements i similars segons el gènere (multiresposta)



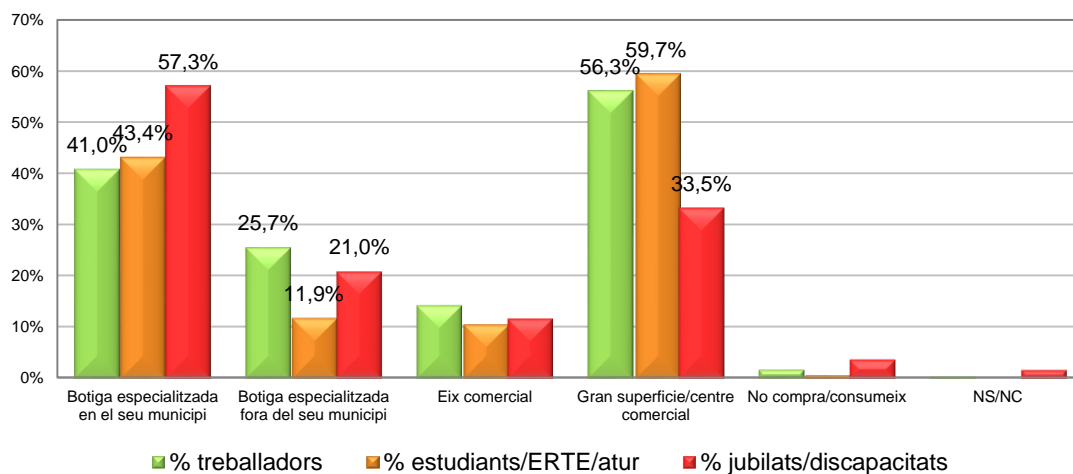
A mida que l'edat augmenta també ho fan les proporcions de compradors en botigues especialitzades dins del municipi. En canvi, a mida que augmenta l'edat decreixen les proporcions de compradors en grans superfícies i centres comercials. Finalment, la gent de mitjana edat és la que mostra les proporcions més elevades de compradors en botigues especialitzades fora del municipi i en eixos comercials.

Figura 108. Distributions de tipus de comerços per a fer compres de roba, calçat, complements i similars segons el grup d'edat (multiresposta)



Les principals diferències de comportament entre els consumidors segons la seva situació laboral són: a mida que disminueix l'activitat creix la compra en botigues especialitzades del municipi. Per tant, els jubilats són els que més compren en aquest tipus d'establiments. Treballadors, estudiants i aturats, en canvi, compren majoritàriament en grans superfícies i centres comercials.

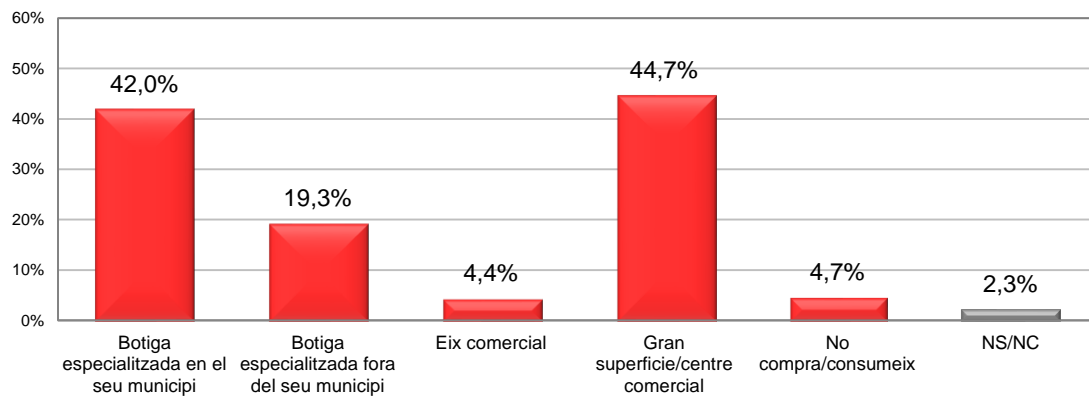
Figura 109. Distributions de tipus de comerços per a fer compres de roba, calçat, complements i similars segons la situació laboral (multiresposta)



9.3. Consum d'electrodomèstics

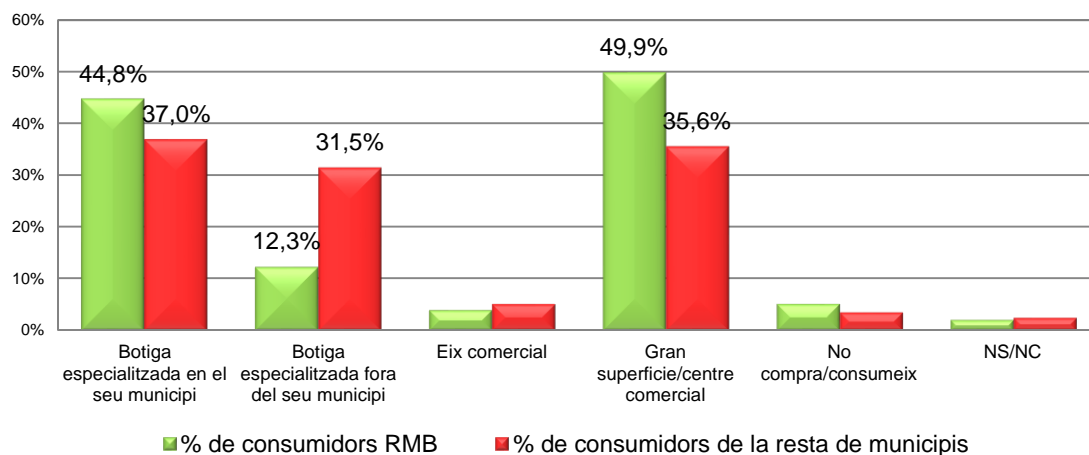
La majoria de consumidors catalans fa les compres d'electrodomèstics en grans superfícies, centres comercials i en botigues especialitzades de dins i fora del propi municipi. En quart lloc els consumidors prefereixen l'eix comercial.

Figura 110. Distribucions de tipus de comerços per a fer compres d'electrodomèstics



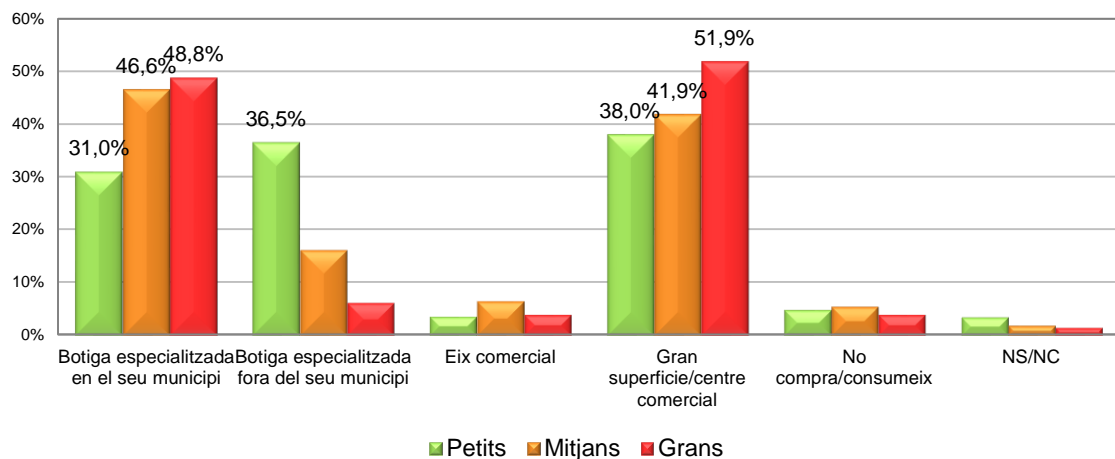
S'observen algunes diferències en la compra d'aquest tipus de productes en funció de l'àmbit territorial. Els consumidors de la RMB prefereixen les grans superfícies, centres comercials i botigues especialitzades del seu municipi, mentre que els que resideixen en municipis d'altres àmbits fan, proporcionalment, major consum en botigues especialitzades fora d'ell.

Figura 111. Distribucions de tipus de comerços per a fer compres d'electrodomèstics segons l'àmbit de residència (multiresposta)



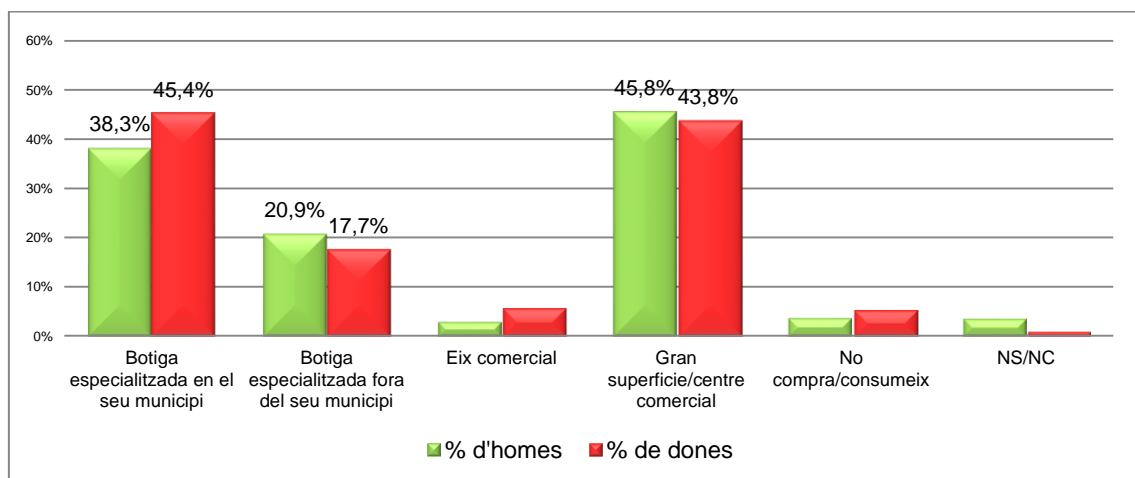
D'altra banda, igual que en el cas de la roba i calçat, a mida que augmenta la grandària del municipi augmenta el consum d'electrodomèstics en botigues especialitzades del propi municipi i decreix el consum en botigues especialitzades de fora del municipi. Els consumidors de municipis mitjans són els que més compren en eixos comercials, però les proporcions són baixes. A mida que augmenta la grandària del municipi, també ho fa el consum en grans superfícies.

Figura 112. Distributions de tipus de comerços per a fer compres d'electrodomèstics segons la grandària del municipi (multiresposta)



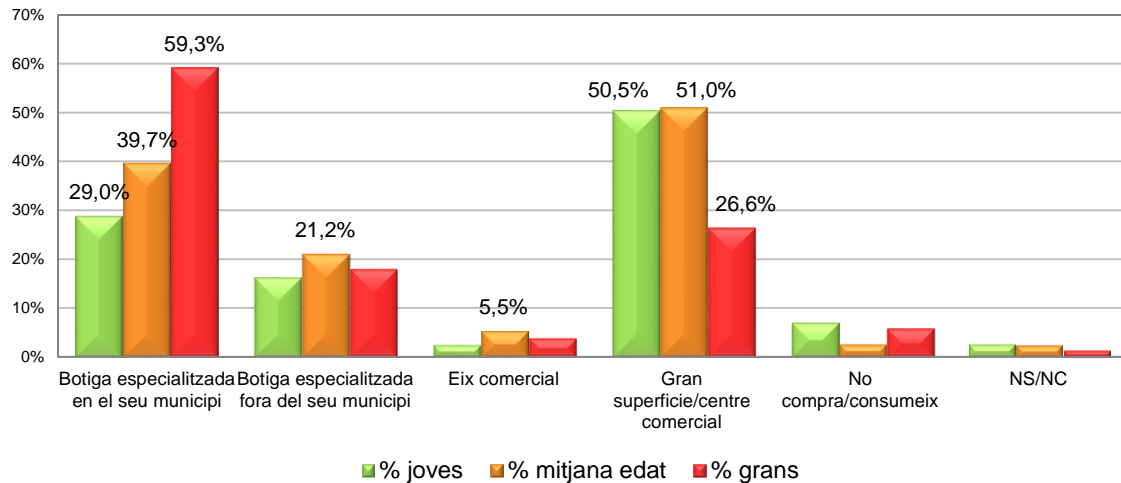
Igualment, les dones compren més que els homes en botigues especialitzades dins del seu municipi, i també en els eixos comercials, mentre que els homes ho fan en grans superfícies/centres comercials.

Figura 113. Distributions de tipus de comerços per a fer compres d'electrodomèstics segons el gènere (multiresposta)



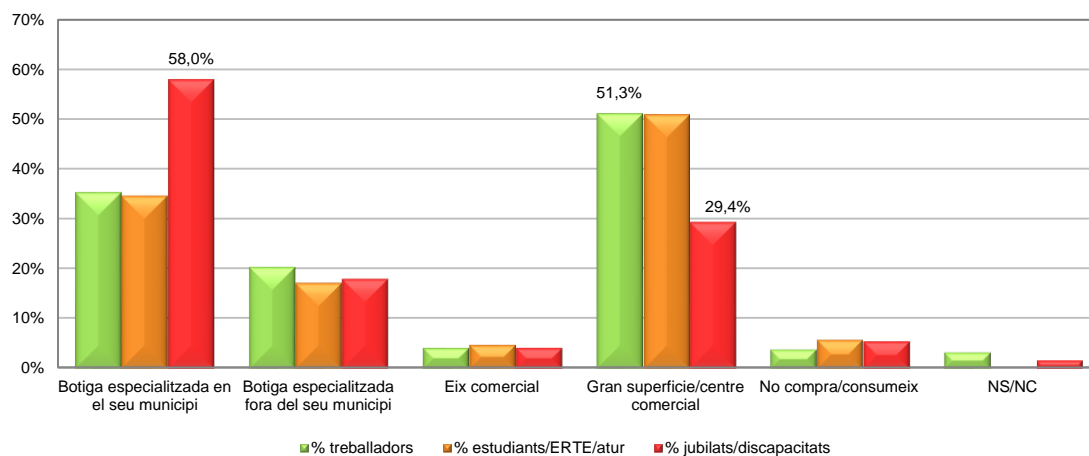
A mida que l'edat augmenta també ho fan les proporcions de compradors en botigues especialitzades dins del municipi. En canvi, la proporció de consumidors grans en centres comercials és força més baixa. Finalment, la gent de mitjana edat és la que mostra la proporció més elevada de compradors en botigues especialitzades fora del municipi i en eixos comercials.

Figura 114. Distributions de tipus de comerços per a fer compres d'electrodomèstics segons el grup d'edat (multiresposta)



Segons situació laboral destaca que els jubilats compren més en botigues especialitzades que la resta. En canvi, els que treballen, estudien o estan en situacions d'atur, compren molt més en grans superfícies i centres comercials. El consum en altres tipus d'establiments no mostra diferències significatives.

Figura 115. Distributions de tipus de comerços per a fer compres d'electrodomèstics segons la situació laboral (multiresposta)



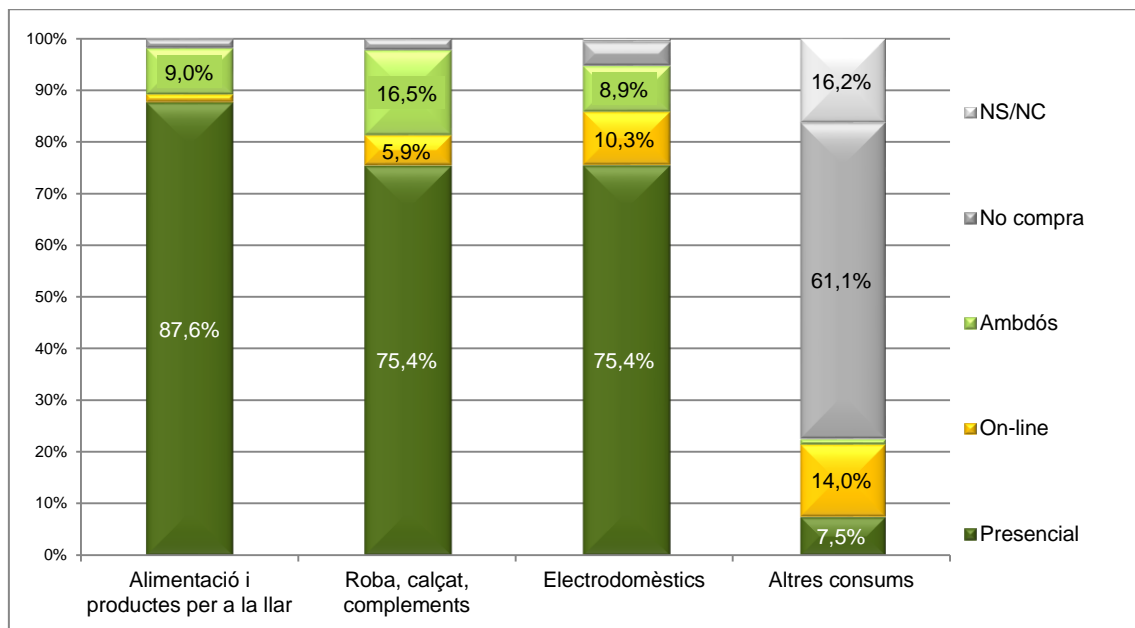
9.4. Format de compra: presencial vers on-line

També s'ha preguntat als consumidors en quin format feien la compra referent als principals productes de consum: presencial o online. El gràfic següent mostra com la compra presencial és majoritària tant en alimentació i productes de la llar, com en roba i calçat i electrodomèstics. Tanmateix, les proporcions dels que fan servir les dues formes es van incrementant poc a poc, especialment en el cas de la roba, calçat i complements.

Els electrodomèstics, juntament amb "altres consums" en el que s'inclouen llibres, viatges, ... i "multicompres" (en molts casos en plataformes online), són els que es realitzen online en major proporció, tot i ser un format encara minoritari per al conjunt de la població.

En aquest sentit, la compra presencial és encara tant predominant que, amb la mostra disponible, no es poden determinar diferències significatives en base a les variables de caracterització social.

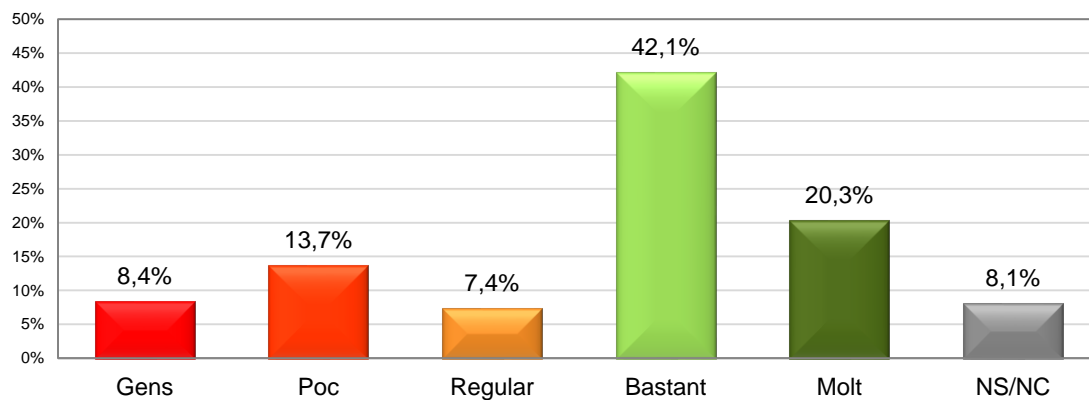
Figura 116. Distribució de consumidors segons la utilització de tecnologia digital per a la seva realització



10. Opinió sobre els horaris comercials actuals, l'auto-regulació de la demanda i el grau d'acord amb la proposta de la reforma horària

Segons els resultats de l'enquesta, s'estima que un 62,4% dels consumidors catalans estan bastant o molt d'acord amb que, actualment els horaris comercials estan autoregulats per la demanda i les característiques del seu municipi. Aquesta valoració no mostra cap dependència respecte l'àmbit territorial (RMB o resta de Catalunya), de la grandària del municipi o altres factors rellevants.

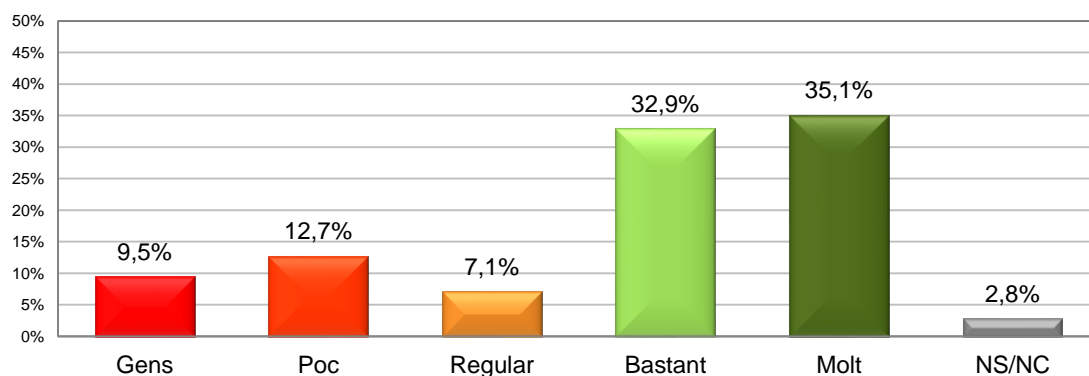
Figura 117. Distribució de resposta: fins a quin punt pensa que els horaris comercials estan autoregulats per la demanda i les característiques del seu municipi?



Mitjana = 3,57 punts Desviació estàndard = 1,23 punts

D'altra banda, s'estima que un 68% dels consumidors catalans es mostren bastant o molt d'acord amb la proposta de la reforma horària sobre adoptar un horari comercial de 7 a 19:30, respectant les peculiaritats que es poden donar dins d'alguns subsectors.

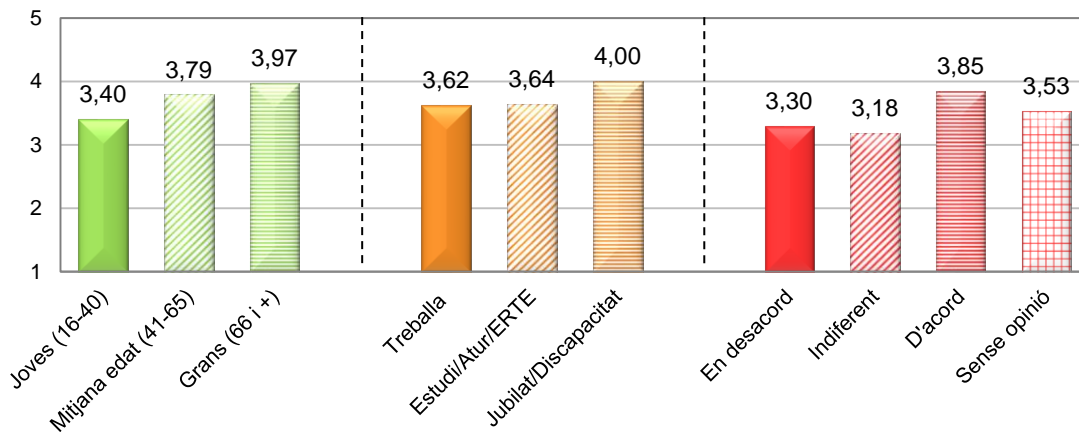
Figura 118. Distribució de resposta: fins a quin punt s'adaptaria a l'horari comercial de 7 a 19:30 proposat per la reforma horària amb l'objectiu de millorar la qualitat de vida de la població, per a fer compres en general?



Mitjana = 3,73 punts Desviació estàndard = 1,32 punts

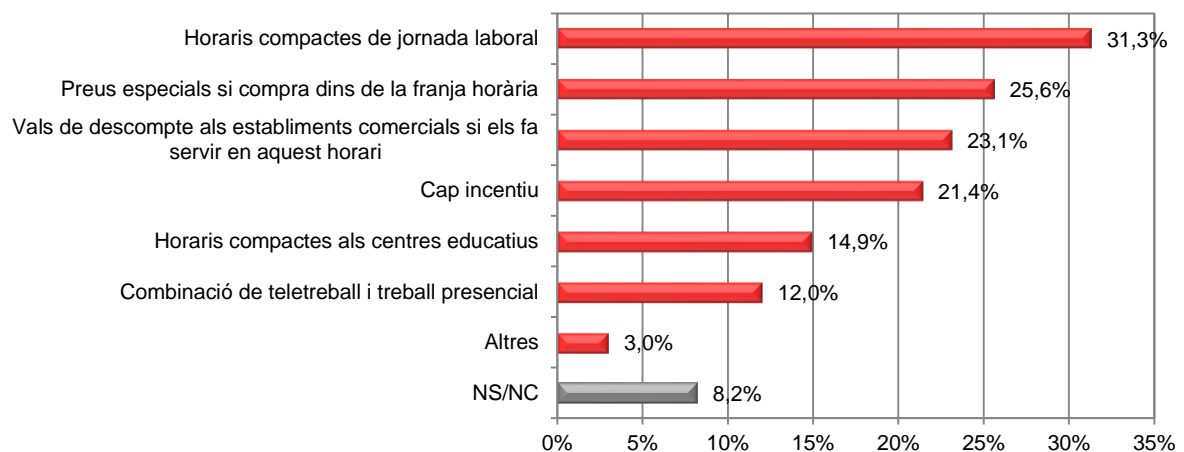
El grau d'acord amb la proposta d'aquest horari comercial no depèn del gènere, ni de l'àmbit territorial, ni de la grandària del municipi, però sí que depèn de l'edat, de la situació laboral i del grau d'acord amb el fet d'aplicar una reforma horària. Així, els més grans de 65 anys, els jubilats/discapacitats i els que estan d'acord amb impulsar una reforma horària s'adaptarien més a aquest horari, si bé, en totes les categories la majoria valora aquesta proposta amb més de 3 punts sobre 5.

Figura 119. Mitjanes de puntuació del grau en que s'adaptarien els consumidors a la proposta d'horari comercial de 7 a 19:30 en funció de l'edat, la situació laboral i el grau d'acord amb una reforma horària en general



Preguntats sobre incentius que podrien augmentar aquesta adaptació, un horari compacte de jornada laboral és el que té més acceptació, seguit de preus especials si es compra dins de la franja horària i vals de descompte als establiments comercials si els fan servir en aquest horari. Un 21,4% dels consumidors no necessitaria cap incentiu per adaptar-se. Els horaris escolars compactes i la combinació de teletreball i treball presencial no tenen tanta acceptació com els anteriors.

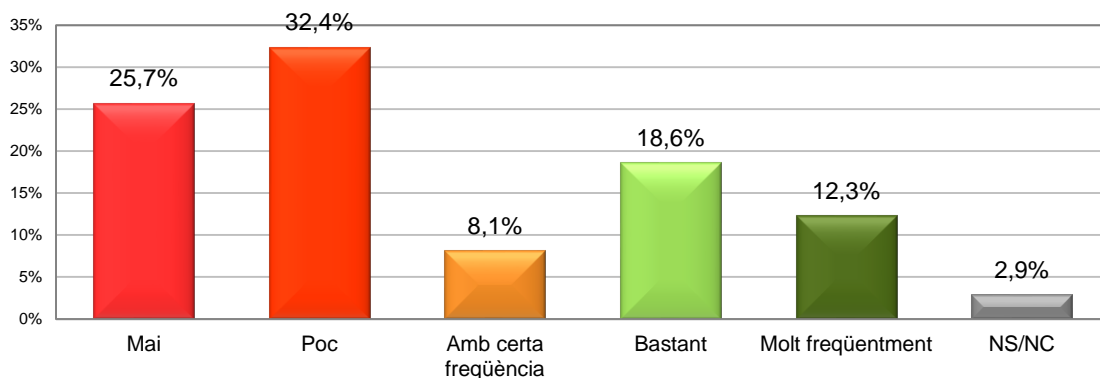
Figura 120. Incentius que poden augmentar l'acceptació



11. Freqüència de compra en línia i el seu impacte en el comportament dels consumidors catalans

Un 71,4% dels consumidors fan compres en línia. D'ells, un 12,3% ho fa amb molta freqüència, un 18,6% amb bastanta freqüència, un 8,1% amb certa freqüència i un 32,4% amb poca freqüència. La resta, un 25,7% no compra mai.

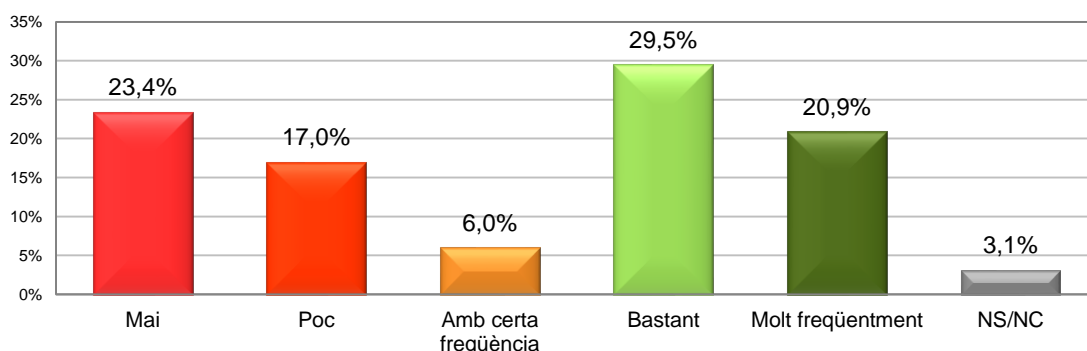
Figura 121. Freqüència de compres en línia de qualsevol tipus



Mitjana = 2,53 punts Desviació estàndard = 1,38 punts

Adicionalment, un 73,4% dels consumidors catalans fa servir tecnologies digitals per a fer gestions relacionades amb el consum, tals com reservacions, consultes, encàrrecs, recerca i altres. D'aquests, un 20,9% ho fa molt freqüentment, un 29,5% bastant freqüentment, un 6% amb certa freqüència i un 17% amb poca freqüència. Un 23,4% no les fa servir mai amb aquest propòsit.

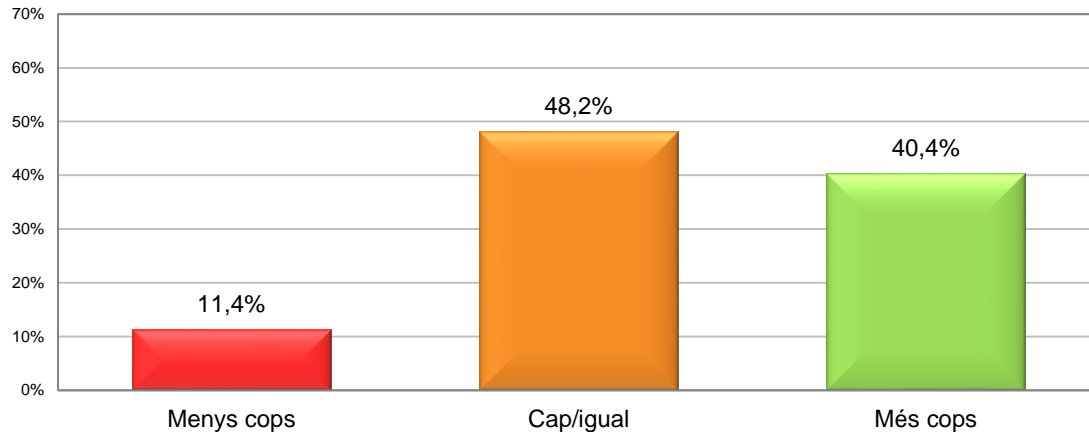
Figura 122. Freqüència d'ús de tecnologies digitals per a fer gestions relacionades amb consum



Mitjana = 3,08 punts Desviació estàndard = 1,52 punts

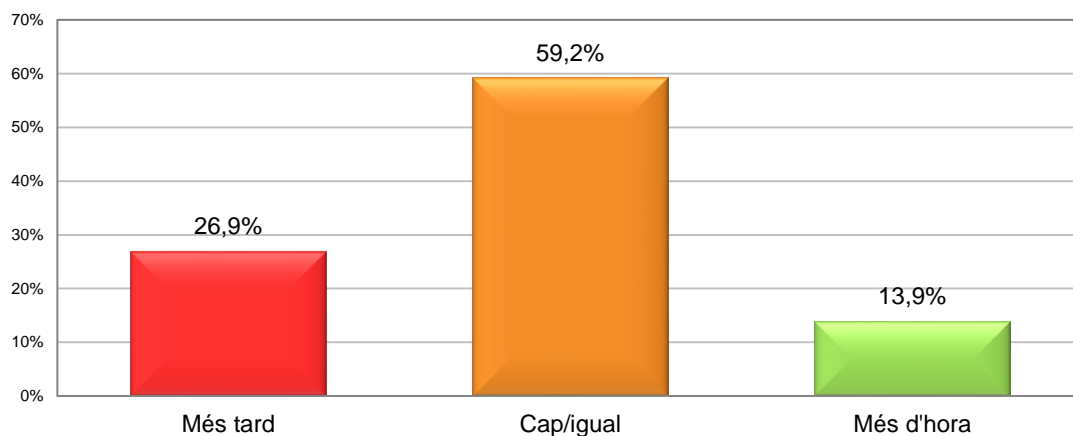
L'impacte observat per als que fan compres en línia (71,3%) sobre el seu comportament com a consumidors abasta diferents aspectes. Pel que fa a la freqüència de compra, un 40,4% d'aquest grup admet que compra més cops que abans de fer-les servir front un 11,4% que compra menys cops, mentre que la resta (48,2%), no ha observat canvis en el seu comportament en aquest sentit.

Figura 123. Canvis en la freqüència de compra



Pel que fa als canvis d'horaris, un 40,8% d'aquests consumidors admet que ha canviat els horaris: un 13,9% compra més d'hora i un 26,9% més tard, mentre que la resta (59,2%) no ha canviat els seus hàbits horaris.

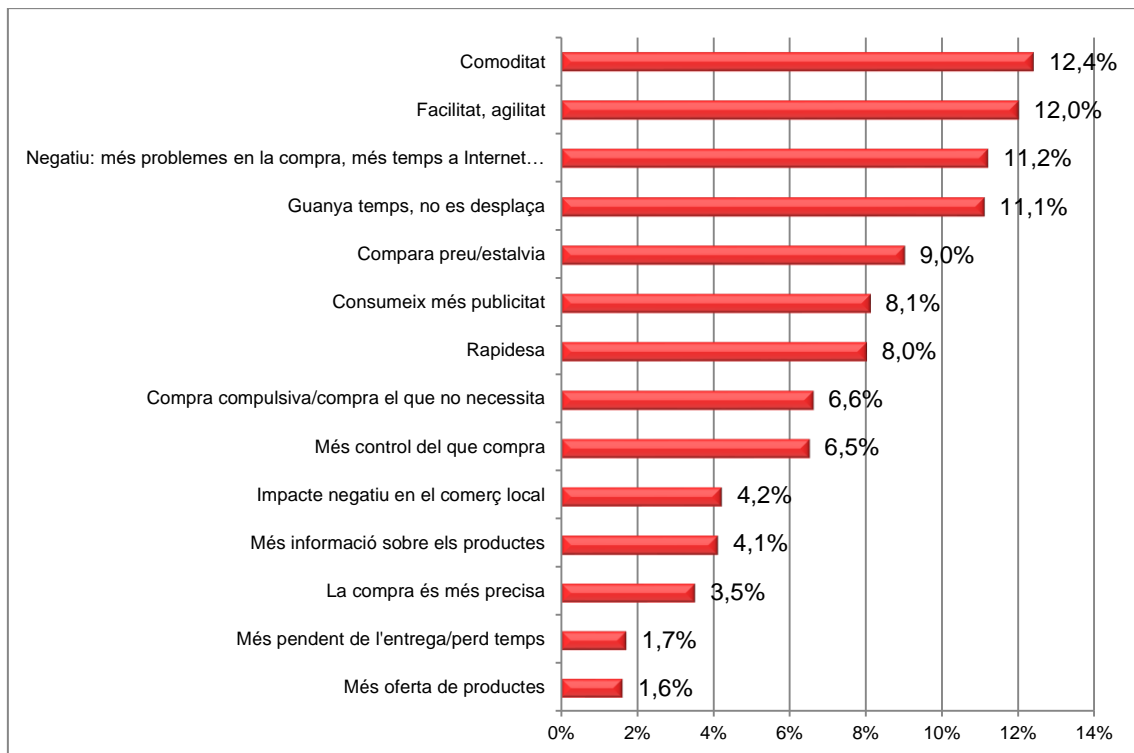
Figura 124. Canvis en els horaris de compra per influència de l'ús de tecnologies per a consumir



Altres canvis observats entre els consumidors online fan referència a la comoditat, facilitat i agilitat en la compra, estalvi de temps, estalvi de diners, major rapidesa, més control, més informació sobre els productes, major oferta i precisió, com a punts positius.

En la banda negativa, s'esmenten problemes en la compra, més consum de publicitat, compra compulsiva, compres de coses que no necessiten, impacte negatiu en el comerç local i haver d'estar més pendent de l'entrega o pèrdues de temps.

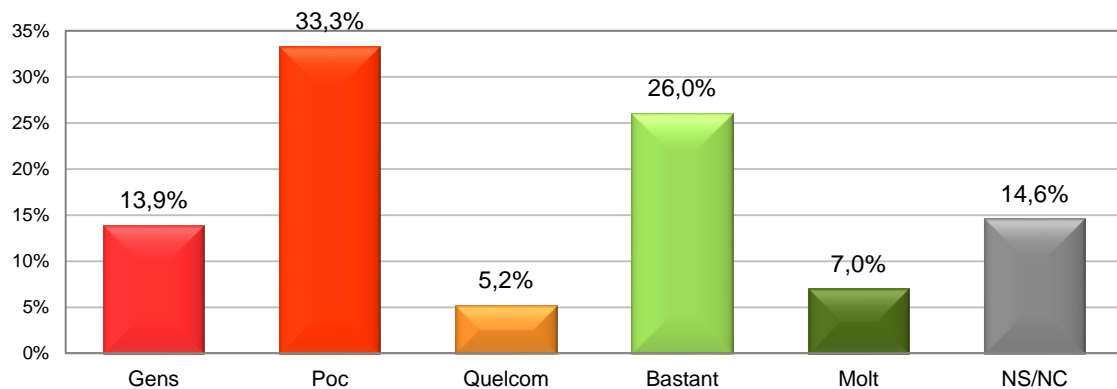
Figura 125. Altres canvis observats per influència de l'ús de tecnologies per a consumir



12. Comerç de proximitat i adopció de mitjans digitals

Observant les botigues i comerços de proximitat del seu entorn, un 33% dels consumidors diuen que aquest comerç ha desenvolupat la venda en línia, mentre un 38,2% pensa que ho ha fet en quelcom o poc grau i un 13,9% que no ho ha fet. Segons aquesta percepció, encara falten moltes botigues per donar aquest pas.

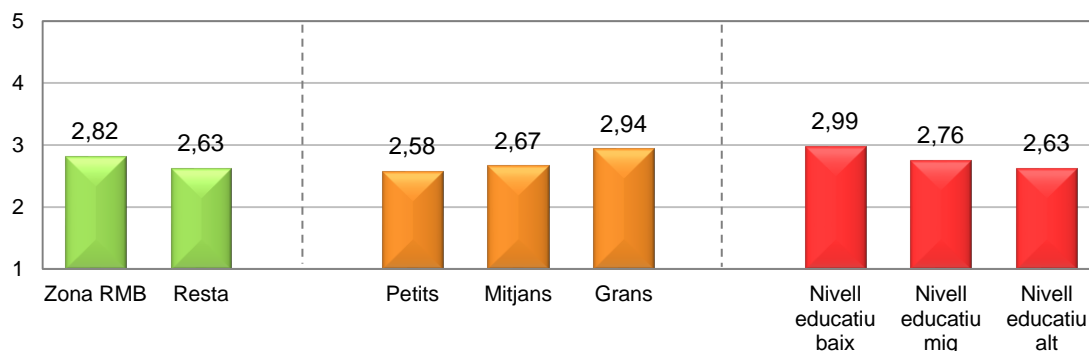
Figura 126. Observació del comerç de proximitat i la seva adopció de tecnologia per a la venda en línia



Mitjana = 2,75 punts Desviació estàndard = 1,27 punts

Aquesta percepció depèn de l'àmbit territorial, del nivell d'estudis acabats dels consumidors (malgrat poc significativament), i de la grandària dels municipis de manera molt significativa. Així, els consumidors de la RMB pensen en major grau que els de la resta del territori català que el comerç de proximitat ha adoptat tecnologies digitals, i aquesta creença augmenta a mida que ho fa la grandària del municipis i disminueix a mida que augmenta el nivell educatiu dels consumidors.

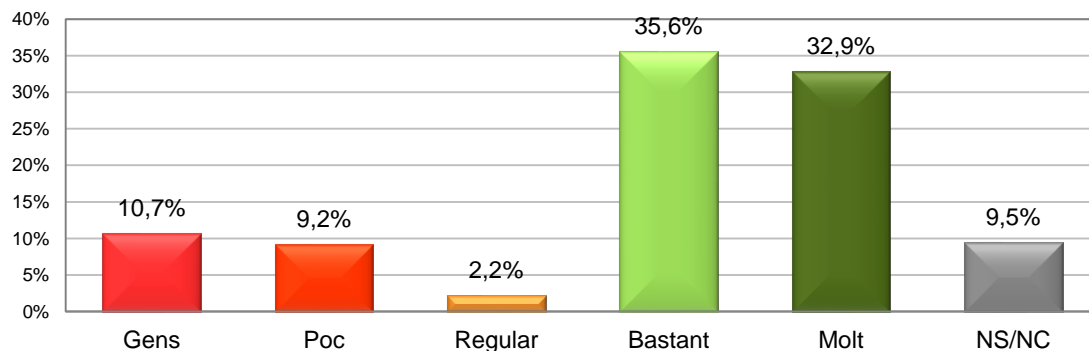
Figura 127. Mitjanes de puntuació del grau en que els consumidors pensen que el comerç de proximitat ha adoptat tecnologia per a la venda en línia



Contrasts de diferència de mitjanes ANOVA: significacions = 0,059; 0,003 i 0,070

Un 68,5% dels consumidors pensa que la pandèmia ha tingut bastant o molt a veure amb l'adopció de tecnologies en línia per part del comerç de proximitat, mentre un 2,2% pensa que mitjanament i un 19,9% que poc o gens. El resultat indica que és una creença estesa i acord amb l'acceleració de la digitalització en tots els sectors en general des de que es va declarar la pandèmia.

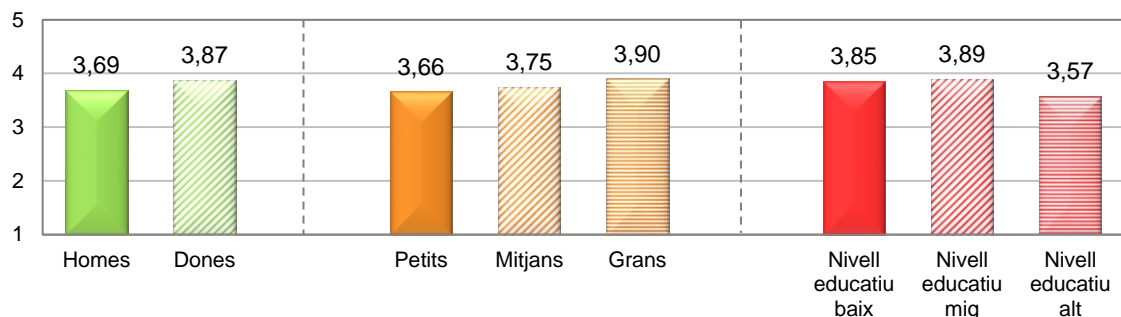
Figura 128. Fins a quin punt ha sigut la pandèmia la causa de l'adopció de tecnologies en línia del comerç de proximitat



Mitjana = 3,78 punts Desviació estàndard = 1,34 punts

Aquesta percepció depèn de la grandària dels municipis, el gènere (malgrat poc significativament) i el nivell d'estudis acabats dels consumidors. Així, les dones pensen en major grau que els homes que el comerç de proximitat ha adoptat tecnologies digitals, i aquesta creença augmenta a mida que ho fa la grandària del municipis i disminueix a mida que augmenta el nivell educatiu dels consumidors.

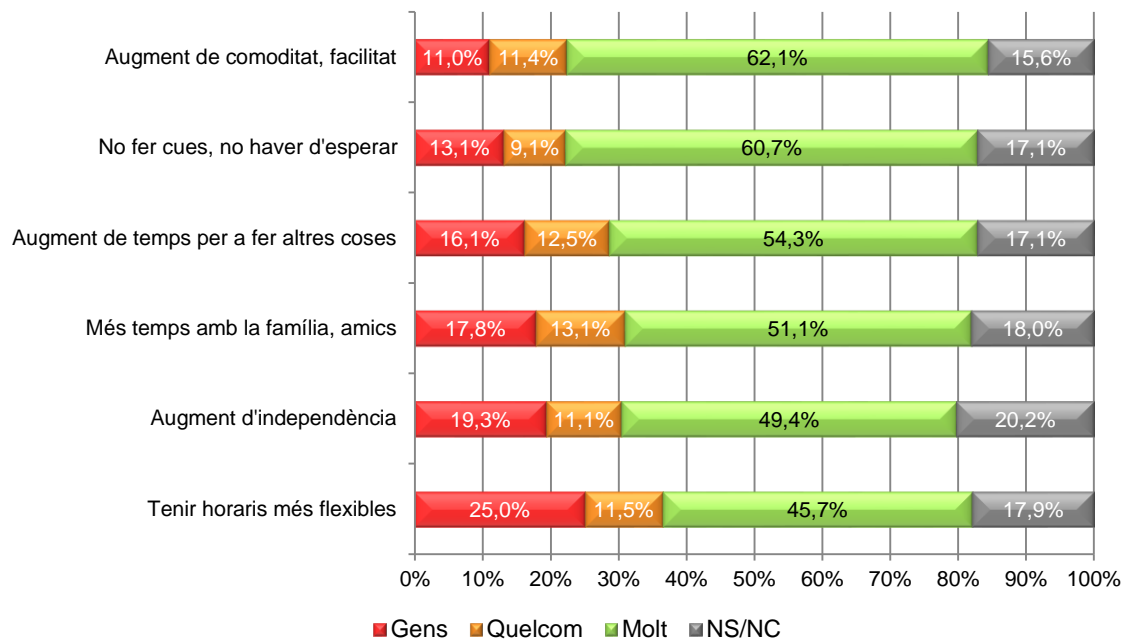
Figura 129. Mitjanes de puntuació del grau en que els consumidors pensen que el comerç de proximitat ha adoptat tecnologia per a la venda en línia en gran part degut a la pandèmia



Contrasts de diferència de mitjanes ANOVA: significacions = 0,069; 0,093 i 0,017

Respecte de l'impacte de l'adopció de tecnologies digitals en el comerç de proximitat, la següent gràfica descriu fins a quin punt l'adaptació del comerç de proximitat a la venda en línia ha suposat beneficis com augment de comoditat, tenir més temps, no fer cues i altres. Segons els resultats, el benefici més percebut és l'augment de comoditat i facilitat per a comprar, seguit de no tenir que fer cues o haver d'esperar amb més d'un 60% de casos positius. L'augment de temps per a fer altres coses o com estar amb la família i amics, van en segon lloc amb més del 50% de casos positius però menys del 60%. Finalment, amb més d'un 40% de casos però menys d'un 50% van l'augment d'independència i el tenir horaris més flexibles.

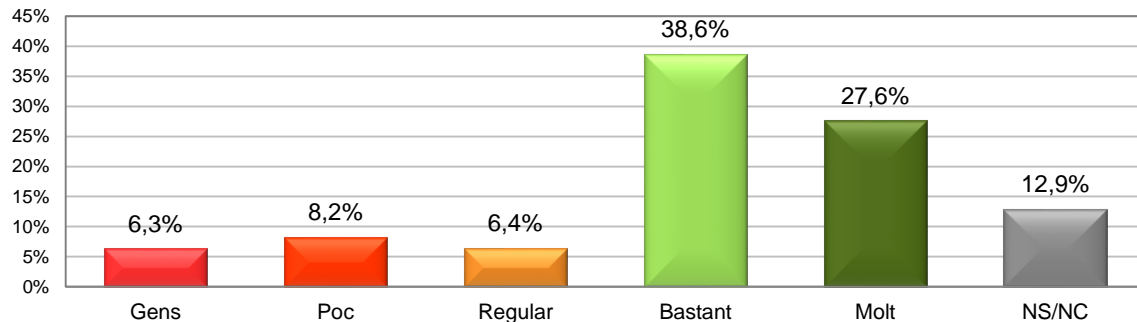
Figura 130. Fins a quin punt l'adaptació del comerç de proximitat a la venda en línia ha aportat beneficis



13. Teletreball i canvis en hàbits de consum

Segons opinió dels consumidors, s'estima que al voltant d'un 66,2% pensa que el teletreball canvia els hàbits horaris de consum en algun grau, mentre que un 6,4% pensa que no afecta gaire i un 14,5% que afecta poc o gens.

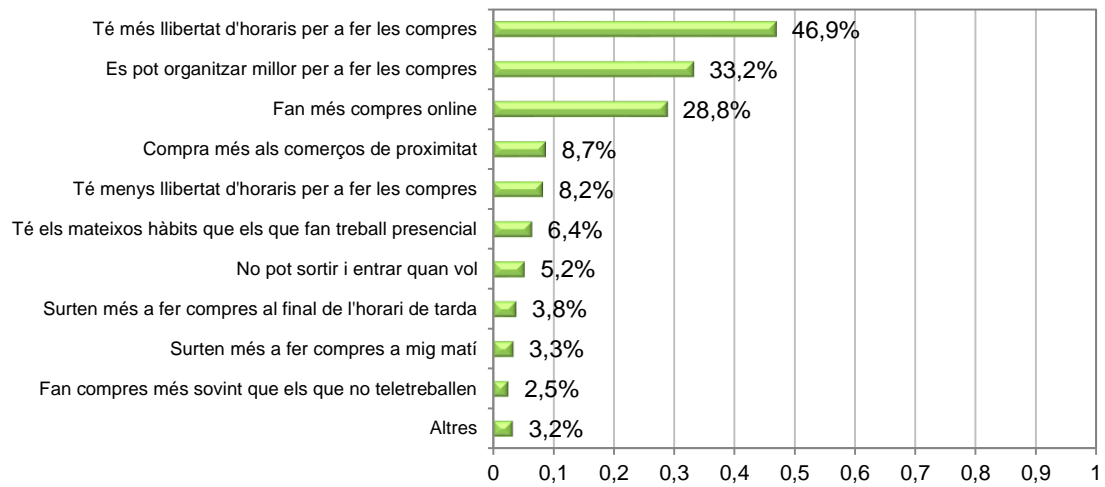
Figura 131. Fins a quin punt el teletreball canvia els hàbits horaris de consum segons els consumidors catalans



Mitjana = 3,84 punts Desviació estàndard = 1,18 punts

Els consumidors que treballen, estan aturats o estudien, pensen en proporcions molt baixes que el teletreball significa que poden fer compres més sovint que els que no teletreballen o que poden sortir a fer més compres a mig matí, o que surten a fer més compres al final de l'horari de tarda. Així, segons l'opinió dels consumidors, els teletreballadors no poden sortir i entrar quan volen, tenen més aviat els mateixos hàbits que els que fan treball presencial i no és cert que, en general comprin més als comerços de proximitat. En canvi, quasi un 29% pensa que els que teletreballen fan més compres en línia; un 33% pensa que els teletreballadors poden organitzar-se millor per a fer les compres i quasi un 47% pensa que tenen més llibertat d'horaris per a fer les compres en general.

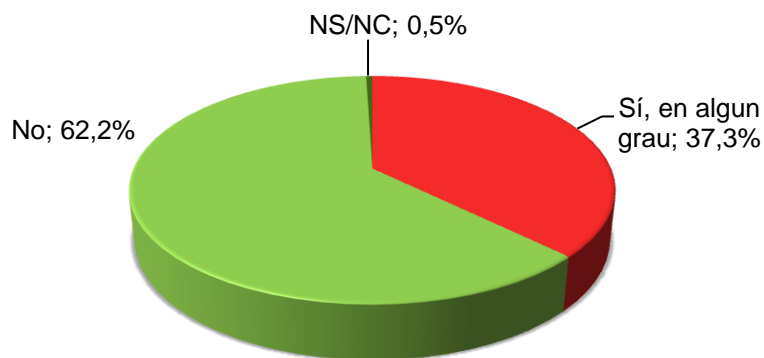
Figura 132. Per als consumidor que treballen, estan aturats o estudien, fins a quin punt al teletreball suposat canvis com els proposats en els seu comportament de consum.



14. Impacte de la pandèmia en els hàbits de compres i oci

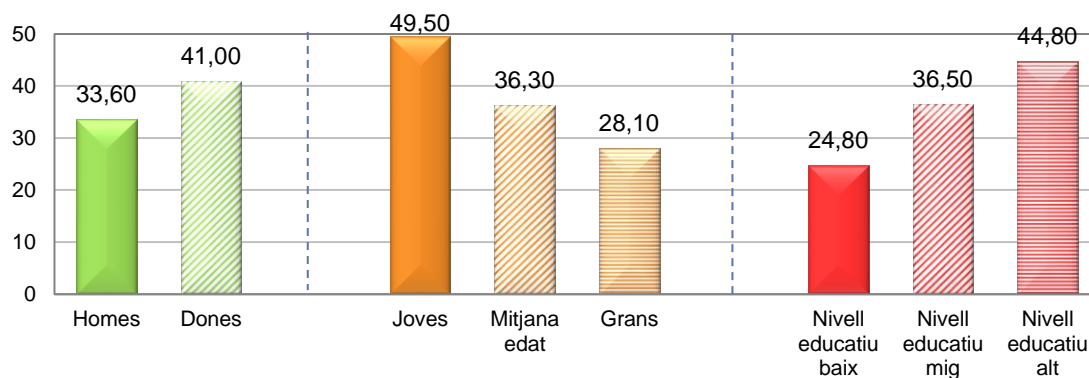
Un 37,3% dels consumidors reconeix que ha adoptat canvis en les seves pautes de compres i oci degut a la pandèmia.

Figura 133. Distribució de la mostra segons la percepció de canvis en comportament de compra i oci degut a la pandèmia



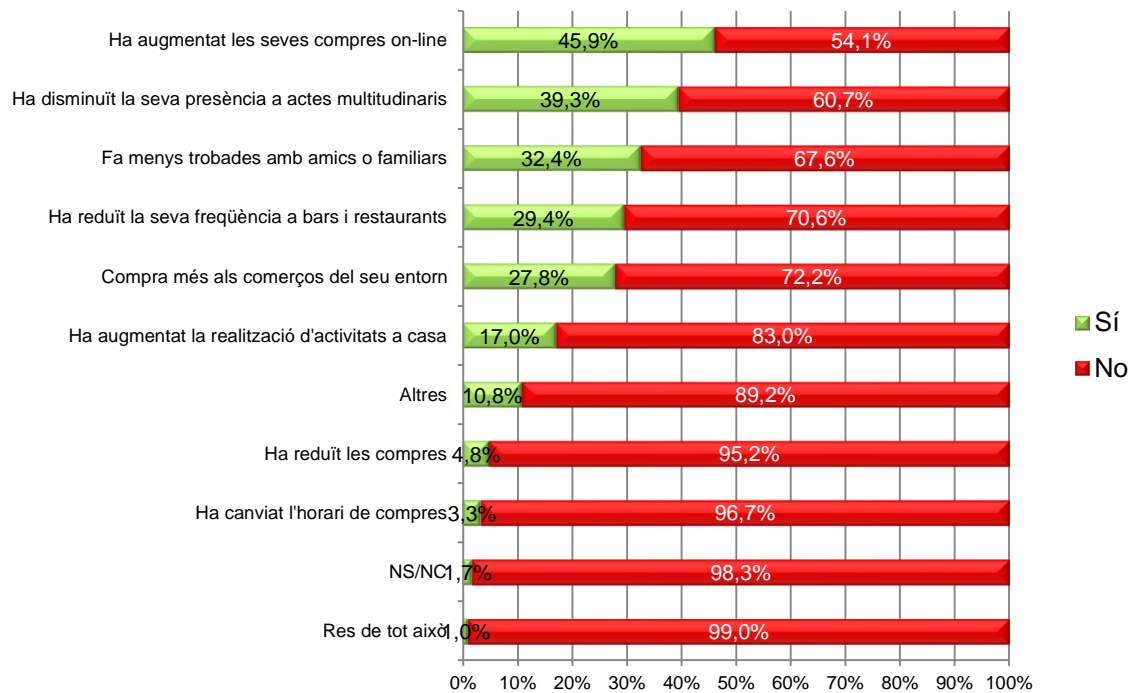
Les dones mostren una proporció més elevada que els homes respecte de l'adopció de canvis deguts a la pandèmia en aquests apartats. També, aquest reconeixement augmenta a mida que l'edat disminueix i a mida que el nivell d'estudis acabats augmenta.

Figura 134. Admissió de canvis en hàbits de consum i oci deguts a la pandèmia segons el gènere altres variables de caracterització social



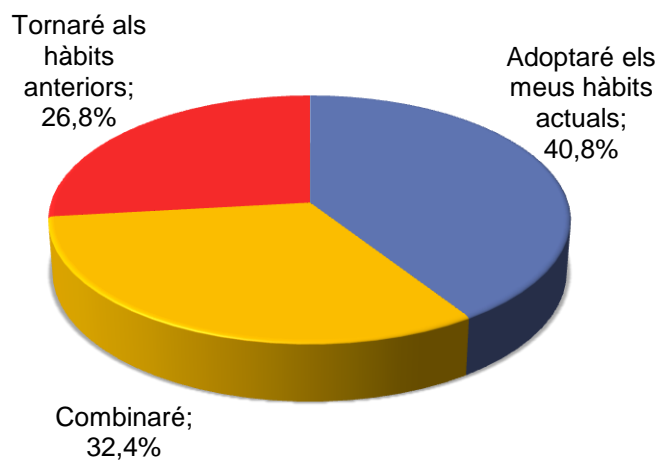
Per aquells que admeten haver adoptat canvis de consum i oci degut a la pandèmia, el principal entre els proposats a l'enquesta és haver augmentat les seves compres en línia, seguit d'haver disminuït la seva presència en actes multitudinàries. El següent canvi és fer menys trobades amb amics o familiars i haver reduït la freqüentació de bars i restaurants. També destaca que més d'un quart d'aquests consumidors compren més als comerços del seu entorn. La resta de canvis són molt més marginals.

Figura 135. Tipus de canvis en hàbits de consum i oci deguts a la pandèmia per aquells que els han adoptat algun



Finalment, dels que admeten haver adoptat canvis, un 40,8% seguirà amb ells quan acabi la pandèmia, mentre que un 32,4% combinarà els actuals amb els anteriors i un 26,8% tornarà als hàbits anteriors a la pandèmia.

Figura 136. Entre els que han adoptat canvis en comportament de compra i oci degut a la pandèmia distribució del que pensen fer en el futur sobre aquests canvis



15. Valoració experta dels resultats de l'enquesta

Un cop elaborats els resultats de l'enquesta, es va organitzar un grup de discussió, format per experts en temes relacionats amb l'ús horari i projectes en torn a la reforma horària per a contrastar-los amb la seva experiència i millorar la seva interpretació. També ha estat important la celebració d'aquest grup per tal de ratificar la coherència de l'estudi i que la metodologia aplicada ha proporcionat informació de qualitat dins del context de la reforma horària, per tal de disposar de dades actualitzades que permetin una millor organització de les accions a curt i mig termini en aquest àmbit tenint present l'impacte de la pandèmia en la societat catalana i els seus hàbits de consum. El grup de discussió va tenir lloc de forma virtual el dia 23 de novembre de 2021 entre les 18 i les 19:30 hores. Organitzat per l'Institut Opinòmetre, moderat per la Dra. Alicia Coduras i controlat per la sociòloga Meritxell Perramon.

L'objectiu del grup de discussió ha estat el de recavar l'opinió d'experts en el tema sobre els resultats derivats de l'enquesta que s'ha dut a terme en la realització d'un estudi sobre la percepció dels consumidors catalans enfront d'uns horaris comercials i uns usos del temps d'acord amb el marc que estableix el "Pla Viure Millor: Pla de Transició cap a la Reforma Horària".

Els participants han estat:

- *Ariadna Güell, coordinadora de la Barcelona Time Use Initiative for a Healthy Society;*
- *Xavier Blanca, tècnic de l'àrea de comerç de la Diputació de Barcelona;*
- *Elvira Méndez, directora general de l'associació Salut i Família i presidenta del Consell Assessor de la Reforma Horària;*
- *Emília Pallàs, directora executiva de desenvolupament econòmic de proximitat a Barcelona Activa;*
- *Miquel Àngel de Garro, Director de Pimec Comerç;*
- *Dra. Carla Estivill, directora de la investigació per a la Fundació Estivill Sueño per a la promoció de qualitat de son i els ritmes circadianis per a una millor qualitat de vida.*

En el grup s'ha seguit un guió estructurat, seguint els principals resultats de l'enquesta, que els participants han comentat i valorat, aportant la seva experiència en cadascun dels punts tractats. A continuació es recull les principals idees i consensos que han anat sorgint dels participants per a cadascun dels punts del guió.

P1. Segons el resultat de l'enquesta, la població en general està força d'acord amb el plantejament d'una reforma horària. Esperaven aquest resultat o pensaven que la població es mostraria més disconforme? Les variables que més condicionen el grau d'acord són el tipus d'hàbitat (més acord fora de la RMB), la llengua (més acord entre els catalanoparlants) i el nivell d'estudis i renda (quan més alts més d'acord) Què pensen d'aquest resultat?

El tema central és la millora de la qualitat de vida i tothom d'entrada ha d'estar disposat a fer millores, d'aquí els resultats tan favorables. Per tant, la majoria veu amb bons ulls els resultats positius encara que no els han sorprès.

Les persones de nivell d'estudi més alts i millor renda tenen més autonomia per organitzar el seu temps i veuen més viables en el seu dia a dia aquest tipus de mesures. D'altra banda, els que fan treballs més precaris veuen més inviable fer aquesta adaptació. Així, contra més estudis més sensibilització a ser amos del seu temps.

El tema de la pandèmia ha fet que moltes persones donin valor a temes que abans no els hi donaven tanta importància.

Referent als tipus d'habitat, això ha comportat sovint anar a buscar nous projectes de vida fora de la Regió Metropolitana i buscar els territoris més desocupats. L'habitat condiciona també pel tema de la proximitat, com més a prop del lloc de feina visquin, més possible veuen la possibilitat de portar la conciliació a la pràctica.

Els resultats de la variable de llengua no s'acaben d'entendre massa; només des de la Pimec s'aventura a especular que pot tenir una lectura política a causa dels partits que més estan promovent la iniciativa i que són els que tenen més simpatitzants catalanoparlants.

Els resultats són positius i mostren l'opinió del corrent principal de la societat catalana. Les respostes negatives venen marcades per la indiferència, perquè creuen que aquestes mesures no els hi canviaran la vida.

P2. Els que no estan d'acord pensen que és massa complicat, que el nostre caràcter no s'adaptaria, que les ciutats perdrien vitalitat i motius similars. Fins a quin punt una reforma horària pot satisfer aquestes raons en contra?

La reforma horària serà un procés progressiu i a l'inici algunes mesures poden tenir gent en contra. Els canvis culturals acostumen a ser lents i explicar en què consisteix la reforma horària és molt difícil de transmetre.

Així, la majoria dels que estan en contra es mouen entre els "Altres" i el "No sap/No contesta", per tant, es veu que no és una reacció massa racional. A més, molts no entenen encara que és la reforma horària i no saben ben bé a què s'oposen.

El tècnic de comerç de la Diputació compara aquesta resistència a la viscuda quan una part del comerç rebutjava projectes com la pacificació o la peatonalització dels carrers i que després ha acabat cedint en veure els bons resultats.

Les raons que han de tenir més resposta és que el caràcter mediterrani no s'hi adaptaria o que les ciutats perdrien vitalitat perquè són les que tenen una base més raonada. En aquest sentit, des de la Pimec s'alerta de que en el comerç i en l'oci sí que generaria un impacte en el dinamisme de la ciutat no tenir cap oferta a partir de les 19h de la tarda, sobretot a l'estiu.

Davant d'això, es comenta que les reformes que s'hauran d'implementar hauran d'incloure l'eliminació de l'horari d'estiu, ja que no és natural que hi hagi llum fins a les 10 de la nit.

P3. Pel que fa al grau d'acord amb les propostes horàries de l'enquesta la població està bastant més d'acord en posar la jornada laboral de 8 a 17 que de 9 a 18, en adoptar un horari a organismes públic de 8 a 17, amb l'horari comercial de 7 a 19 (una mica més de la meitat de la població), el d'oci cultural de 18 a 0:30 i en avançar les hores de dinar i sopar a les 13 i 20 hores respectivament (més d'un 70% de la població). En canvi, hi ha una marcada divisió pel que fa a l'horari escolar de 7 a 19 incloent activitats extraescolars i respecte de l'horari d'oci nocturn de 18 a 2:30 (especialment els joves). Què opinen d'aquest resultat?

Les puntuacions són molt altes i això és vist majoritàriament de manera positiva.

Els horaris dels àpats no són els més problemàtics de canviar segons es llegeix dels resultats de l'enquesta i tots els participants que s'hi pronuncien sobre el tema estan d'acord. D'altra banda es pot veure com sortir abans del treball també es veu positivament perquè es pot guanyar una hora extra de la tarda.

En canvi, els horaris escolars són els més conflictius per la logística familiar que comporten, a més d'altres aspectes com la despesa i és el tema més complicat, perquè, a més, no tots els cicles educatius tenen el mateix horari, depèn de l'edat i això pot ser més complexa de quadrar amb els horaris generals.

Per l'administració, els bons resultats dels horaris comercials reafirmen les proves pilot que han anat fent els darrers anys a diversos municipis. Des de l'àmbit de l'empresa, s'observa, en canvi, que el comerç no pot ser motor del canvi dels horaris perquè sempre depèn molt dels horaris laborals, tant dels organismes públics com la jornada laboral general i només quan aquests estiguin ben implementats, s'hi podria acollir el comerç sense provocar problemes.

Sobre l'oci nocturn, els participants ho relacionen principalment amb la joventut i creuen que caldria un canvi cultural.

P4. Pel que fa a la salubritat dels horaris actuals, la gent troba poc saludables els horaris de jornada laboral i bastant saludables els horaris comercials. En canvi pensen que els treballadors dels sectors comerç, restauració/hostaleria, establiments d'alimentació, sanitat/serveis assistencials, indústria i altres, són els més perjudicats en tenir horaris poc saludables. Per què pensen que es dona aquesta aparent contradicció?

Els horaris saludables no és un concepte que la majoria de la població tingui massa clar. La majoria els veuen com a saludables perquè tenen les botigues obertes quan els hi convé, però en opinar sobre l'estat dels treballadors, la percepció canvia i responen de manera políticament correcta. Així, la primera pregunta la responen com a consumidors i la segona com a comerciants o treballadors.

Amb tot, hi haurà sempre gent que s'haurà d'adaptar a horaris fora del ritme circadià, encara que siguin una minoria i per treballs assistencials.

P5. La gent està bastant a favor de recuperar les 2 hores de desfasament respecte del sol. Esperaven aquest resultat?

El resultat d'aquesta pregunta pot haver estat modificat pel tipus de pregunta. Per alguns participants, hauria d'haver estat més clara, com ara preguntar si es vol mantenir l'horari d'hivern tot l'any i, segurament, el resultat hauria estat diferent, potser no tan favorable a la proposta. Si es pot assegurar que la gent ha entès bé la pregunta, el resultat és molt favorable a la reforma, però no ho acaben de veure massa clar.

En general, la gent acostuma a respondre que vol fer vida quan hi ha sol. Així, la gent acostuma a estar a favor de l'horari d'estiu sense entendre què passaria si aquest horari es mantingués tot l'any.

P6. En general, els dies feiners són força més actius en consum que els caps de setmana. És un resultat sorprenent?

Per la majoria dels participants, l'explicació potser variaria segons el tipus de consum. Entre setmana hi ha el costum de "fer la compra", realitzar les compres habituals i el cap de setmana puja més el consum d'oci o "anar de compres", fer compres no habituals relacionades amb l'oci.

A més, els resultats del consum a partir de les 8 de la tarda són molt baixos, la qual cosa afavoriria els canvis impulsats per la reforma horària.

D'altra banda, els resultats poden ser diferents segons l'edat, els més grans acostumen a comprar pels matins i la gent més joves per la tarda.

P7. En general, la gent fa les compres d'alimentació/productes llar en botigues i eix comercial, mentre que les grans superfícies són més visitades per roba, calçat i complements. La compra d'electrodomèstics està dividida entre establiments i grans superfícies. Les compres online encara són força minoritàries comparades amb les presencials. Fins a quin punt pensen que una reforma horària canviaria aquests hàbits? Amb quines conseqüències?

Aquests resultats poden tenir diferències per edats, amb els canvis generacionals i entre l'àmbit rural i l'urbà.

S'estan produint força canvi d'hàbits i costums a la societat a causa de la pandèmia. Encara que segueix sent minoritari, la venda online ha pujat molt per aquest motiu, i s'ha introduït per primera vegada el producte fresc. Així, la reforma horària no ha de representar un canvi en el consum de les famílies, perquè ja hi ha aquesta tendència d'augment de la compra online. A més, en algunes franges horàries seria la única possibilitat de comprar si els comerços tanquen abans.

"La reforma horària pot afavorir la racionalització del temps i amb la sensibilització invertirem temps en coses que ens importen més a nivell emocional i, per tant, per algunes coses farem servir la compra online per ser més ràpida".

"La reforma horària, per ser efectiva, hauria de ser sincronitzada: ara les botigues tanquen dues hores més que a la resta d'Europa perquè sortim de treballar dues hores més tard; per tant,

s'hauria d'acabar de treballar dues hores abans i tenir dues hores més per fer les compres perquè cap sector no es veiés afectat”.

P8. Un 62,4% pensa que els horaris del comerç estan autoregulats per la demanda i un 68% s'adaptaria a l'horari comercial de 7 a 19. Entre un 23 i un 25% de la població s'adaptaria si es posen incentius (vals de compra en aquest horari, descomptes ...) i un 31% si la jornada laboral 3 es compacta. Quines mesures semblen més interessants per aconseguir aquesta reforma a la vista d'aquests resultats?

La jornada laboral compacta és clau perquè la reforma horària sigui un èxit (i perquè es pugui sincronitzar amb el comerç). Els incentius es veuen com a mesures temporals per afavorir el canvi cultural i per alguns seran necessaris durant el temps que es tardi en implementar la reforma, facilitant així que la gent es plantegi més fer les compres en les franges horàries que més es vulgui afavorir per dur a terme les propostes. Amb tot, hi ha qui no veu realista una reforma horària harmònica i veu inevitables els desajustos.

La llei hauria de garantir uns horaris comercials homogenis i no deixar-ho tot a l'autoregulació, que afavoriria la competència deslleial. Amb tot, hi ha qui defensa que hi hagi uns comerços de guàrdia per garantir el servei a la gent que no faci uns horaris convencionals. Una altra idea en aquesta línia seria afavorir que es pugui obrir més tard algun dia a la setmana, tal com es fa en altres països. En resum, la majoria creu en la capacitat de la ciutadania per adaptar-se a les franges que els comerços estiguin oberts, sempre que se li facilitin les coses amb la jornada laboral compacta.

P9. Quasi un 60% no fa compres en línia o ho fa amb molt poca freqüència, de manera que un 40% sí que ho fa amb certa freqüència. Un 42% no fa gestions de consum online, de manera que un 58% sí que les fa. Dels que utilitzen aquestes tecnologies, un 24,5% ha observat que compra més cops i un 7% menys cops; un 15,8% compra més tard i un 8,2% més d'hora; el consum online canvia el comportament del consumidor de forma positiva pels interessos de la Reforma Horària?

L'ús de plataformes digitals té un efecte negatiu en el nostre son, segons les associacions impulsores de la reforma horària. Així, el consum online tindrà un efecte positiu si ens permet disposar de més temps lliure o un efecte negatiu si comprem a la nit amb la llum blava que ens impedeix dormir i ens afecta la salut. Per tant, dependrà de l'ús que se li doni, sent important la sensibilització que es pugui fer sobre aquest tema, sobretot en els horaris d'utilització de les plataformes digitals.

En termes generals, pot ser positiu perquè obre al comerç uns nous canals de comercialització i cada vegada té menys complicacions comprar online amb les noves aplicacions. I en aquest sentit s'hauria de potenciar el consum cultural, perquè comprar entrades online és molt fàcil.

El consum online creix quan no hi ha disponibilitat per part del consumidor a un establiment físic i és normal que ho faci més tard i beneficia el consumidor.

Des de Barcelona Activa es vol diferenciar “compra online i compra on time”, ja que comprar online i esperar que el producte arribi en el mateix moment afecta les condicions de molts treballadors que es veuran més pressionats per complir uns terminis.

P10. Un 55,2% pensa que el comerç de proximitat no ha fet una transformació cap a la venda online, mentre que un 44,8% sí que ho percep. Un 75,6% està d'acord amb que la digitalització del comerç de proximitat s'ha accelerat degut a la pandèmia. Els beneficis més percebuts han estat: major flexibilitat horària, independència, comoditat, temps per a fer altres coses, no fer tantes cues, etc. Més de la meitat de la població està d'acord en tot això. Ha millorat la qualitat del comerç de proximitat gràcies a aquest canvi? Ho han pogut assolir tots en general? S'ha tornat en una condició per sobreviure en el mercat?

Des de l'administració s'està treballant en afavorir la digitalització dels Marketplace més locals, ja que en les grans companyies aquest pas s'havia donat abans. A més, amb la pandèmia s'han pres decisions més accelerades en la digitalització que no s'havien pres en anys, per garantir la supervivència del sector. I això s'ha convertit en millores de l'atenció al client. Malgrat els esforços, una majoria creu que encara no l'han pogut assolir tots els comerços de manera generalitzada.

I no sempre digitalització vol dir venda online, sinó que sovint serveix com a reforç del comerç físic, de millora de l'eficiència i de comunicació amb el client. Un factor molt important és la confiança que dóna el comerç local, que pots fer compres online sabent que el que compres és de qualitat, ja que coneixes el local, cosa que no es pot fer amb els grans magatzems.

I això s'afegeix a que el consumidor el que valora del petit comerç és l'atenció personalitzada, el tracte cara a cara i poder tocar el producte i parlar amb el venedor. Per tant, no s'hauria de deixar d'incentivar la compra presencial, ja que la digitalització és necessària però no suficient.

P11. Un 66,2% pensa que el teletreball canvia en algun grau els hàbits de consum. Els que teletreballen tenen més llibertat d'horaris per a fer les compres, es poden organitzar millor, però no es diferencien dels que fan treball presencial en comprar més, fer-ho online, sortir quan volen, o comprar més al matí o a la tarda. Pensen que l'opinió de la població és realista?

El teletreball permet tenir més llibertat d'horaris de fer compres, però segons el model que hagi implantat l'empresa, ja que sovint l'optimisme que desperta el teletreball no és real. Hi ha empreses que el que han fet ha estat traslladar l'horari que hi tenien a la feina sense permetre canvis, mentre que les empreses que hagin facilitat un model més flexible sí que permeten un canvi d'hàbits de consum. Per tant, només una part de la població s'ha vist beneficiat del teletreball en aquest aspecte. Sense flexibilitat horària, el temps que podem racionalitzar és menor.

En tot cas, el temps guanyat en no haver-te de desplaçar és el que pot haver suposat un canvi per a tothom a l'hora de les compres.

Per altra banda, el teletreball pot acabar beneficiant el comerç local, ja que si abans compraves prop de la feina en sortir (per exemple, si vius fora de Barcelona) ara, en no desplaçar-te, ho faràs prop de casa (al teu barri, al teu poble). Des de Barcelona Activa remarquen que una de les causes de la recuperació dels barris que tenen detectats és perquè la gent s'ha quedat a comprar al barri on viu.

D'altra banda, la inèrcia de teletreballar és no sortir de casa i amb això s'incentiva la compra online. A més, en molts casos teletreballar pot comportar una dificultat de desconexió de la feina i incompliment d'horaris, la qual cosa pot repercutir negativament en la salut.

P12. Quasi un 38% diu que els seus hàbits de consum i oci han canviat degut a la pandèmia. D'aquests, un 28% ha augmentat les compres a comerços de proximitat, un 46% ha augmentat les compres online, un 17% fa més activitats a casa, un 40% ha disminuït la seva presència a actes multitudinaris, un 32% fa menys trobades amb familiars/amics, un 29% ha reduït freqüència de consum en bars/restaurants, un 5% les compres en general i un 3,3% ha canviat els horaris de compra. Com a resultat, un 40,8% seguirà amb aquests canvis, un 32,4 combinarà nous i vells hàbits i un 26,8% tornarà als hàbits anteriors. Com valoren el resultat en relació a una possible Reforma Horària?

Seguir amb aquests hàbits pot ser positiu de cara a la reforma horària perquè s'eviten els desplaçaments innecessaris i es fomenta una vida més de proximitat que té efectes positius en la salut. Des de les administracions i la societat civil s'hauria de seguir en aquest camí, ja que, per les actuals circumstàncies, tenim un terreny favorable; molta gent està molt oberta a millorar la seva qualitat de vida, no només en el comerç, sinó a nivell laboral i educatiu.

La pandèmia ha estat, en tot cas, un accelerador d'uns canvis en els hàbits de consum que venien produint-se des de fa temps. I l'èxit del comerç de proximitat vindrà marcat per l'adequació a dues variables clares: qualitat i comoditat. Encara s'ha de veure quina serà l'afectació de la reforma horària en aquest escenari.

Tot i que per alguns encara és molt baix el percentatge de gent que ha canviat els hàbits de consum per la pandèmia, el percentatge de la gent que afirma que seguirà amb els canvis i el dels que combinaran hàbits nous i vells són una bona base per tirar endavant amb més força les propostes de la reforma horària.

16. Resum de les principals conclusions

L'estudi sobre consum i reforma horària ha permès actualitzar les dades sobre els consumidors catalans un cop superats els pitjors moments de la situació de pandèmia que estem vivint des de març de 2020. L'impacte de la pandèmia sobre els hàbits i horaris de consum, així com sobre la mentalitat de les persones pel que fa a valorar importants aspectes de la vida quotidiana, queden recollits en els resultats obtinguts, donant una informació de gran valor per a la presa de decisió sobre aquest apartat tan sensible de la societat.

El primer gran resultat de l'estudi fa referència al grau d'acceptació d'una reforma horària, en general, basada en els principis del Pla Viure Millor, dissenyat per a millorar la qualitat de vida de totes les persones a Catalunya a través de la implantació progressiva d'uns horaris més saludables i encaminats a aconseguir una major conciliació de la vida professional i acadèmica amb la familiar i personal. El resultat, força positiu, ha mostrat que s'estima que un 76,2% dels consumidors catalans es mostra completament o bastant d'acord amb la iniciativa de la reforma horària o, en altres paraules, que més de tres quartes parts de la població de consumidors catalans pensen que seria interessant implantar una reforma horària que millorés la qualitat de vida de la població catalana.

Els consumidors són bastant desconexors del Pla Viure Millor, en part degut a la pandèmia, i als canvis de Govern que van frenar la seva difusió entre la població. Però, tot i això, les accions entorn aquesta aspiració han seguit endavant amb la realització d'experiències pilot, la reestructuració de les entitats administratives que se'n fan càrrec, la celebració recent d'un congrés internacional i altres. Malgrat tot, els resultats posen de manifest que el coneixement del Pla no és suficient fora de sectors afectats i que caldria fer més difusió entre la població.

De la consulta a consumidors a través de la tècnica del grup de discussió, es desprèn que la major preocupació davant d'una reforma és com es poden harmonitzar els horaris de tots els sectors, i com es pot aconseguir canviar mentalitats molt arrelades als hàbits d'un país on la vida nocturna i el fer quasi totes les activitats una hora més tard que la majoria de països europeus és una costum. En aquest sentit, els consumidors consultats es mostren d'acord en que seria aconsellable fer la reforma de forma coordinada i progressiva sense canvis molt dràstics. Pensen que la pandèmia ha demostrat que ens podem adaptar als canvis però que això no significa que a la població li agradin de manera uniforme. Un cop passades les majors restriccions, la majoria tendeix a tornar a les formes de vida anteriors a la pandèmia, malgrat haver vist que és possible viure d'un altra manera respecte de certs aspectes quotidians. Addicionalment, els consumidors pensen que el sector empresarial i de negocis ha estat molt afectat per la pandèmia i que cal una important coordinació entre les iniciatives públiques de reforma horària i el pensament i necessitats del sector privat a l'hora d'avançar en la seva implementació, de forma que no es donin impactes negatius en cap sector. La salut és el més important, però també el treball, ja que d'ell depèn la supervivència de la població activa i no activa.

Pel que fa a propostes concretes d'horaris, malgrat no ser una resposta contundent, els consumidors catalans estan més a favor d'una jornada laboral de 8 a 17 (73,8%) hores que no pas de 9 a 18 (43,3%) o més tard. Hi ha persones que pensen que els dos horaris estan bé, com es pot veure per la suma de resultats de les dues propostes que és major que el 100%. Per als que tenen fills en edat escolar, la resposta està condicionada pels horaris escolars, ja que aquests haurien d'estar coordinats amb els de jornada laboral. És per això que la resposta pel que fa a la implantació d'un horari de 8 a 19 hores en els centres educatius fins a 18 anys

incloent activitats extra escolars és dispersa i s'estima que prop de la meitat dels consumidors estarien a favor (42,9%) i l'altra meitat (44,5%) en contra.

En canvi, quasi un 80% dels consumidors estarien a favor d'un horari ample de 8 a 17 hores d'atenció en organismes públics, ja que moltes oficines no atenen per la tarda i això dificulta el poder fer certes gestions en aquest apartat.

Respecte de l'horari comercial, el principal objectiu d'aquest estudi, una proposta de 7 a 19 hores no seria satisfactòria per a tothom. Així, un 51,8% estaria bastant o molt a favor, mentre que un 41,7% estaria en contra i la resta és indiferent o no ho sap. Els consumidors participants en el grup de discussió pensen que la implantació d'aquest horari seria molt dràstica i que no s'ajusta a les característiques de tot el ventall d'activitats comercials i a les de la demanda. De nou, la coordinació de tots els sectors és un aspecte clau a contemplar i els costums del nostre país també són un condicionant perquè la manera de viure actual està molt arrelada. Molts pensen que som diferents dels països del nord d'Europa i que és difícil que la nostra mentalitat canviï i s'adapti a la d'aquests.

La proposta d'horari per a activitats d'oci cultural entre les 18 i les 0:30 hores és més benvinguda amb un 77,4% bastant o molt a favor. En aquest apartat, els consumidors la troben raonable i prou saludable. Un altra cosa és el resultat sobre la proposta d'horari d'oci nocturn de 18 a 2:30 hores que desperta sentiments retrobats. Així, malgrat que un 63,2% estaria a favor, un 25,9% que abasta sobre tot consumidors joves, no ho estaria, i preguntats en directe, els consumidors de més edat entenen que, com a pares els hi agradaria aquest horari, però que si es posen en la tessitura dels fills en edat de sortir i en la dels empresaris d'aquest sector, aquest horari fora massa restrictiu. També argumenten que si es tanquen les portes del local a aquesta hora, els joves es quedarien igualment al carrer, fomentant-se activitats poc saludables com els "botellons". És un tema que requereix molta pedagogia, educació i col·laboració de les totes les famílies, ja que tornar a hàbits més saludables de temps passats en aquest sector és molt difícil de fer de cop.

En l'apartat d'avançar el dinar i el sopar a les 13 i 20 hores respectivament, un 73,7% estaria bastant o molt a favor sobre el dinar, i un 78,5% sobre el sopar. Malgrat tot, els consumidors pensen que són costums difícils de canviar: degut a que estant molt arrelats en les pautes de relació social, per un costat, i a que s'haurien de coordinar els horaris de treball i acadèmics, especialment en dia feiner, per altra.

En relació a la percepció de la població sobre la salubritat dels seus horaris actuals, en general, els entrevistats consideren que els seus horaris són bastant saludables, tot i haver una part important de la població que creu que es podrien millorar. Entre els aspectes citats que podrien millorar, el més esmentat és el poder tenir un horari intensiu, més compacte o poder sortir abans. De fet, complementant aquesta idea, el segon aspecte concret més citat és l'adaptació dels horaris a un esquema més europeu.

D'altra banda, a la pregunta de si s'està a favor de recuperar les hores de desfasament horari en relació a l'horari solar, els entrevistats donen una puntuació mitjana de 3,86 punts sobre cinc. Per tant, la conclusió és que, en general, es mostren bastant a favor de recuperar les hores de desfasament amb relació a l'horari solar. Tanmateix, es percep certa confusió dels entrevistats amb la pregunta en sí, que potser hauria d'haver estat més clara, com ara preguntar si es vol mantenir l'horari d'hivern tot l'any i, segurament, el resultat hauria estat diferent, potser no tan favorable a la proposta.

Respecte als hàbits horaris actuals dels consumidors catalans, les puntes horàries per a fer compres de productes d'alimentació i de la llar són de 10 a 12 del matí i de 18 a 20 hores de la tarda en dies feiners, i de 10 a 12 del matí en caps de setmana. El consum baixa molt en caps de setmana tot i que és el moment més convenient per a moltes famílies per a fer la gran compra setmanal.

Els horaris per a fer compres de roba, calçat, complements i similars són més dispersos i presenten puntes entre les 10 i les 12 del matí, i entre les 16 i 20 hores de la tarda en dies feiners. El mateix tipus d'afluència es dona en caps de setmana i, en aquest cas, el consum baixa discretament.

El consum de serveis personals és reparteix encara de forma més dispersa i es concentra de 10 a 12 i de 16 a 20 hores en dies feiners, mentre que, en cap de setmana baixa molt l'afluència i, la major concentració es dona de 10 a 12 del matí.

El consum en bars, restaurants i similars es concentra de 12 a 16 hores i de 20 a 22 hores els dies feiners, i de 14 a 16 i de 20 a 22 hores els caps de setmana, pujant força més l'afluència que en dies feiners.

El consum d'esport pagat afecta a un 39% dels consumidors en dies feiners i a menys d'un 20% en caps de setmana. Els horaris són molt dispersos i la punta està de 18 a 20 hores els dies feiners i de 8 a 12 hores els caps de setmana.

El consum d'oci cultural es concentra de 16 a 0 hores en dies feiners amb la punta entre les 20 i 22 hores, i puja en caps de setmana, especialment entre les 16 i les 0 hores, amb la punta entre les 20 i les 22 hores i una afluència més alta que en dies feiners.

En consum d'alimentació i productes per a la llar, destaca una major afluència en els municipis de la RMB de 12 a 14 hores i de 20 a 22 hores en dies feiners, i una menor afluència en la resta de municipis entre les 10 i les 14 hores al matí i entre les 16 i 18 hores a la tarda en caps de setmana, sent l'afluència entre 18 i 20 hores una mica més alta que a la RMB. Entre altres diferències, també destaca que les dones fan en major proporció que els homes aquest tipus de compra i que el seu pic es dona entre les 18 i 20 hores, mentre que el dels homes que compren es dona entre les 10 i les 12 del matí en dies feiners. Els caps de setmana, el comportament d'homes i dones és bastant més similar.

En quant al tipus d'establiments, la majoria dels consumidors catalans fa les compres d'alimentació i/o productes per a la llar en supermercat en primer lloc (69,9%), en botigues especialitzades dins del municipi en segon lloc (47,3%), en botigues especialitzades fora del municipi en tercer lloc (26,2%), i en grans superfícies/centres comercials en quart lloc (17,8%). En canvi, en el cas de la roba i similars, les grans superfícies/centres comercials són força més visitats (49,8%) juntament amb les botigues especialitzades en el propi municipi (46,3%). El mateix es pot dir de les compres d'electrodomèstics: 44,7% en grans superfícies/centres comercials i 42% en botigues especialitzades del propi municipi.

Pel que fa a les compres en línia, la compra de productes per a la llar i alimentació exclusivament per Internet és encara molt baixa (1,6%), però un 9% la combina amb presencial. En roba, calçat i similars, la compra en línia exclusiva puja fins a un 5,9% i la combinada fins a un 16,5%. En el cas dels electrodomèstics, la xifra exclusiva és del 10,3% i la combinada del 8,9%, i en el cas de fer altres consums, la proporció en exclusiva arriba al 14%.

S'estima que un 71,4% dels consumidors fa compres en línia. D'aquests consumidors, en una escala de 1 = mai a 5 = molt freqüentment, la mitjana és de 2,53 punts. Tanmateix, un 73,4%

dels consumidors fan servir tecnologies digitals per a fer gestions relacionades amb el consum tals com reserves, consultes, obtenció d'informació i altres. En aquest apartat, un 50,4% ho fa amb bastant o molta freqüència. Els consumidors ho troben molt pràctic per a fer reservacions de restaurants, hotels, consultar catàlegs, horaris, adreces, informació i comparacions sobre preus, oferta i similars.

Un altre resultat interessant és que un 62,4% estan bastant o molt d'acord amb que, actualment, els horaris comercials dels seus municipis estan força autoregulats per la demanda i segons diuen els residents de municipis mitjans o petits, els comerciants saben quan és convenient obrir i tancar ja que coneixen bé a les seves poblacions i el seu comportament, tant a l'estiu com a l'hivern, i tant si són municipis turístics o no.

Respecte l'impacte de l'ús de tecnologies digitals en els que les fan servir en activitats de consum, un 40,4% admet que compra més cops que abans de fer-les servir front un 11,4% que compra menys cops que abans. Pel que fa als horaris, un 40,8% d'aquests consumidors admet que ha canviat els horaris pel fet de comprar en línia: un 13,9% compra més d'hora i un 26,9% més tard. Alguns consumidors veuen en aquesta utilització el perill de comprar coses no necessàries, el consum compulsiu, el veure més publicitat i altres efectes negatius per a la població, però també reconeixen avantatges com una major oferta on escollir, la comoditat, la facilitat per a fer compres a qualsevol hora o quan un no pot sortir i altres.

Pel que fa a la digitalització del comerç de proximitat, un 33% dels consumidors perceben que les botigues han desenvolupat la venda en línia, mentre que un 38,2% pensa que ho han fet en quelcom o poc grau i un 13,9% que no ho han fet. Els majors beneficis que està aportant la digitalització d'aquests comerços són: l'augment de comoditat i facilitat, el no haver de fer cues i esperar i el guany de temps per a fer altres coses.

Entre els consumidors catalans, un 66,2% pensa que el teletreball canvia en certa mesura els hàbits horaris de compra. Molts pensen que els que teletreballen es poden organitzar millor les compres i el moment de fer-les. Altres pensen que els hàbits no poden canviar molt perquè el teletreball és equivalent al treball presencial pel que fa als horaris.

S'estima que un 68% dels consumidors catalans s'adaptaria bastant o molt bé a la proposta d'horari comercial entre les 7 i les 19:30, respectant les peculiaritats que es donen en alguns subsectors. Els resultats també apunten que el major incentiu per a progressar cap a aquest canvi fora el tenir horaris compactes de jornada laboral (31,3% dels casos), seguit de preus especials si es compra dins d'aquesta franja horària (25,6%).

Finalment, un 37,3% dels consumidors admet que la pandèmia els ha portat a adoptar canvis en les seves pautes de compra i oci. El comportament ha canviat, proporcionalment, més entre les dones (41%) que entre els homes (33,6%). Els canvis més freqüents entre els que els han adoptat són: augmentar les compres en línia, haver disminuït la seva presència en actes multitudinaris, fer menys trobades amb família i/o amics, reduir la freqüentació de bars, restaurants i similars, i un quart d'aquests consumidors ha augmentat el consum en locals de proximitat. Un 40,8% d'aquests consumidors adoptarà aquests canvis quan la pandèmia estigui sota control, mentre que un 32,4% combinarà els nous i vells hàbits i un 26,8% vol tornar als hàbits anteriors a la pandèmia.

Annexes

Guió del primer grup de discussió

PLA DE REFORMA HORÀRIA PER AL COMERÇ A CATALUNYA

GUIO DEL PRIMER FOCUS GROUP

Introducció

Bona tarda i benvinguts a aquest grup de discussió en línia que tindrà una duració aproximada d'una hora i trenta cinc minuts. Moltes gràcies per la seva participació. Breu presentació del moderador i participants. Permís de gravació de la sessió per motius de transcripció i consentiment.

Primer tema:

La Generalitat ha estat treballant des de l'any 2014 en promocionar una reforma horària per tal d'apropar Catalunya a una regulació més semblant a la dels països europeus i que augmenti la qualitat de vida i la salut de la població. Per aquest motiu es va dissenyar el Pla Viure Millor que, desafortunadament s'ha vist afectat, com altres temes, per la pandèmia. A mida que la situació sanitària millora, el Pla va prenent forma i, de fet, en alguns aspectes, la pandèmia ha servit per a valorar el comportament de la població davant de canvis que tenen a veure amb la reforma horària. Així, ens hem adaptat a certes restriccions horàries quan no hi ha hagut altres solucions, malgrat que aquestes han afectat a sectors comercials i de serveis personals. També s'ha accelerat l'adopció del teletreball en diverses modalitats i altres canvis.

En aquesta sessió anem a debatre sobre el tema dels horaris i les mesures que proposa el Pla Viure Millor que afecten al consum. **Per a començar, els vull preguntar si coneixen o han sentit parlar d'aquest Pla o de la reforma horària que voldria aconseguir la Generalitat.**

Temps: màxim 10 minuts

Segon tema:

Pel que veuen al seu entorn, pensen que la població catalana fa les seves compres i consums de serveis personals en horaris saludables i racionals?

És el mateix a municipis petits, mitjans o grans o hi ha diferències?

Els hi agraden els horaris actuals?

S'adaptarien a un horari comercial de 7 a 19:30 hores?

Com haurien de ser els horaris d'aquesta franja en els diferents tipus de locals i establiments (alimentació i productes per a la llar, roba, calçat, forns, perruqueries, mobles ...)?

Quins canvis socials s'haurien de donar per poder aplicar un horari com aquest?

Quins problemes i beneficis veuen en un horari d'aquest tipus per a la població i els empresaris i treballadors del sector?

Temps: màxim 20 minuts

Tercer tema:

Pel que veuen al seu entorn, pensen que la població catalana fa els consums de l'indústria de l'oci en horaris saludables i racionals?

És el mateix a municipis petits, mitjans o grans o hi ha diferències?

Els hi agraden els horaris actuals de bars, restaurants, cinemes, teatres, concerts, exposicions, discoteques? Què pensen d'una franja horària de 7 del matí a 2 de la nit **depenent del tipus d'activitat**?

Com haurien de ser els horaris d'aquesta franja en els diferents tipus de locals i establiments (bars, restaurants, pubs, discoteques, concerts, exposicions, teatre, cinema ...)?

Quins canvis socials s'haurien de donar per poder aplicar un horari com aquest?

Quins problemes i beneficis veuen en un horari d'aquest tipus per a la població i els empresaris i treballadors del sector?

Temps: màxim 20 minuts

Quart tema:

Què pensen dels horaris actuals pel que fa a jornada laboral, educació fins als 18 anys, educació de 18 i més anys, distribució del temps de persones jubilades, hora de dinar i sopar, horari dels mitjans audiovisuals i hores de son? són saludables i racionals? Haurien de ser més aviat com a la majoria de països europeus?

Temps: màxim 10 minuts

Cinquè tema:

Fan servir mitjans digitals per comprar, fer reserves o altres gestions de consum?

Pensen que la pandèmia ha incrementat l'ús de tecnologies pel que fa al consum?

Estan la població catalana i el sector de comerç i serveis personals preparats per desenvolupar i atendre una gran demanda en línia?

Els hi agrada fer servir les tecnologies per a consumir? Quins beneficis té i quins problemes li veuen?

Temps: màxim 10 minuts

Sisè tema:

Molt ràpidament, què pensen de les polítiques públiques pel que fa a la gestió del fus horari? Pensen que hem de continuar amb els canvis d'horari d'hivern i estiu? Quin horari els agradaria en cas d'adopció d'un únic horari: estiu, hivern, horari solar com abans?

Temps: màxim 10 minuts

Setè tema (final):

Ha canviat la pandèmia els hàbits de consum de la població significativament pel que fa als horaris de compra? En cas afirmatiu, de quina manera? Quina influència ha tingut el teletreball en les persones que l'han adoptat en algun grau? són canvis que perduraran, o la gent tornarà a comportar-se com abans de la pandèmia?

Temps: màxim 10-15 minuts

Agraïments i comiat

Temps total 1 hora i 40 minuts

Guió del segon grup de discussió

PLA DE REFORMA HORÀRIA PER AL COMERÇ A CATALUNYA

GUIO DEL SEGON FOCUS GROUP

Introducció

Bona tarda i benvinguts a aquest grup de discussió en línia que tindrà una duració aproximada d'una hora i trenta minuts. Moltes gràcies per la seva participació. Breu presentació del moderador i participants. Permís de gravació de la sessió per motius de transcripció i consentiment.

Tema 1. Segons el resultat de l'enquesta, la població en general està força d'acord amb el plantejament d'una reforma horària. Esperaven aquest resultat o pensaven que la població es mostraria més disconforme? Les variables que més condicionen el grau d'acord són el tipus d'hàbitat (més acord fora de la RMB), la llengua (més acord entre els catalano parlants) i el nivell d'estudis i renda (quan més alts més d'acord) Què pensen d'aquest resultat? (8 min.)

Tema 2. Els que no estan d'acord pensen que és massa complicat, que el nostre caràcter no s'adaptaria, que les ciutats perdrien vitalitat i motius similars. Fins a quin punt una reforma horària pot satisfer aquestes raons en contra? (5 min.)

Tema 3. Pel que fa al grau d'acord amb les propostes horàries de l'enquesta la població està bastant més d'acord en posar la jornada laboral de 8 a 17 que de 9 a 18, en adoptar un horari a organismes públic de 8 a 17, amb l'horari comercial de 7 a 19 (una mica més de la meitat de la població), el d'oci cultural de 18 a 0:30 i en avançar les hores de dinar i sopar a les 13 i 20 hores respectivament (més d'un 70% de la població). En canvi, hi ha una marcada divisió pel que fa a l'horari escolar de 7 a 19 incloent activitats extraescolars i respecte de l'horari d'oci nocturn de 18 a 2:30 (especialment els joves). Què opinen d'aquest resultats? (10 min.)

Tema 4. Pel que fa a la salubritat dels horaris actuals, la gent troba poc saludables els horaris de jornada laboral i bastant saludables els horaris comercials. En canvi pensen que els treballadors dels sectors comerç, restauració/hostaleria, establiments d'alimentació, sanitat/serveis assistencials, indústria i altres, són els més perjudicats en tenir horaris poc saludables. Per què pensen que es dona aquesta aparent contradicció? (6 min.)

Tema 5. La gent està bastant a favor de recuperar les 2 hores de desfasament respecte del sol. Esperaven aquest resultat? (5 min.)

Tema 6. En general, els dies feiners són força més actius en consum que els caps de setmana. És un resultat sorprenent? (5 min.)

Tema 7. En general, la gent fa les compres d'alimentació/productes llar en botigues i eix comercial, mentre que les grans superfícies són més visitades per roba, calçat i complements. La compra d'electrodomèstics està dividida entre establiments i grans superfícies. Les compres online encara són força minoritàries comparades amb les presencials. Fins a quin punt pensen que una reforma horària canviaria aquests hàbits? Amb quines conseqüències? (8 min.)

Tema 8. Un 62,4% pensa que els horaris del comerç estan autoregulats per la demanda i un 68% s'adaptaria a l'horari comercial de 7 a 19. Entre un 23 i un 25% de la població s'adaptaria si es posen incentius (vals de compra en aquest horari, descomptes ...) i un 31% si la jornada laboral es compacta. Quines mesures semblen més interessants per a aconseguir aquesta reforma a la vista d'aquests resultats? (6 min.)

Tema 9. Quasi un 60% no fa compres en línia o ho fa amb molt poca freqüència, de manera que un 40% sí que ho fa amb certa freqüència. Un 42% no fa gestions de consum online, de manera que un 58% sí que les fa. Dels que utilitzen aquestes tecnologies, un 24,5% ha observat que compra més cops i un 7% menys cops; un 15,8% compra més tard i un 8,2% més d'hora; el consum online canvia el comportament del consumidor de forma positiva pels interessos de la Reforma Horària? (8 min.)

Tema 10. Un 55,2% pensa que el comerç de proximitat no ha fet una transformació cap a la venda online, mentre que un 44,8% sí que ho percep. Un 75,6% està d'acord amb que la digitalització del comerç de proximitat s'ha accelerat degut a la pandèmia. Els beneficis més percebuts han estat: major flexibilitat horària, independència, comoditat, temps per a fer altres coses, no fer tantes cues, etc. Més de la meitat de la població està d'acord en tot això. Ha millorat la qualitat del comerç de proximitat gràcies a aquest canvi? Ho han pogut assolir tots en general? S'ha tornat en una condició per sobreviure en el mercat? (6 min.)

Tema 11. Un 66,2% pensa que el teletreball canvia en algun grau els hàbits de consum. Els que teletreballen tenen més llibertat d'horaris per a fer les compres, es poden organitzar millor, però no es diferencien dels que fan treball presencial en comprar més, fer-ho online, sortir quan volen, o comprar més al matí o a la tarda. Pensen que l'opinió de la població és realista? (6 min.)

Tema 12. Quasi un 38% diu que els seus hàbits de consum i oci han canviat degut a la pandèmia. D'aquests, un 28% ha augmentat les compres a comerços de proximitat, un 46% ha augmentat les compres online, un 17% fa més activitats a casa, un 40% ha disminuït la seva presència a actes multitudinaris, un 32% fa menys trobades amb familiars/amics, un 29% ha reduït freqüència de consum en bars/restaurants, un 5% les compres en general i un 3,3% ha canviat els horaris de compra. Com a resultat, un 40,8% seguirà amb aquests canvis, un 32,4 combinarà nous i vells hàbits i un 26,8% tornarà als hàbits anteriors. Com valoren el resultat en relació a una possible Reforma Horària? (8 min.)

Comentaris finals i tancament de la sessió. (9 min.). Total 90 minuts.

Qüestionari a la població catalana de consumidors

QUESTIONARI PER A L'ESTUDI SOBRE PERCEPCIÓ DELS CONSUMIDORS CATALANS ENFRONT D'UNS HORARIS I USOS DEL TEMPS D'ACORD AMB EL MARC QUE ESTABLEIX EL "PLA VIURE MILLOR: PLA DE TRANSICIÓ CAP A LA REFORMA HORÀRIA"

Introducció

A dia d'avui, Catalunya està lluny de la pauta que porta la majoria de països europeus pel que fa a acabar la jornada laboral a les 17 o les 18 hores.

La manca de compactació horària, les aturades massa llargues per a dinar, l'hora tardana de sopar i veure la televisió i altres costums, fan que una elevada proporció de la població no dormi el suficient, fet que afecta a la salut, el rendiment acadèmic i el professional.

El Pla de transició cap a la reforma horària s'està desenvolupant amb l'objectiu de millorar la salut i rendiment de la població, així com el de millorar la situació de la dona pel que fa a la conciliació del temps que treballa i el que hauria de dedicar a la seva persona.

L'horitzó temporal per a finalitzar la transició és l'any 2025, on es preveu arribar amb una organització horària força més racional que incrementi la qualitat de vida de tota la població, establint franges en que no entrin en conflicte el temps productiu, el de lleure, el de disposició personal i el de descans.

1. Teixit productiu
2. Serveis públics
3. Educació -18
4. Educació +18
5. Comerç i consum
6. Cultura i oci (associacionisme)
7. Cultura i oci (audiovisual)
8. Cultura i oci (esport)
9. Cultura i oci (indústria cultural)
10. Serveis sanitaris
11. Mobilitat

El present estudi es centra en l'anàlisi dels elements que configuren la reforma horària que afecta al consum i al comerç a Catalunya.

Objectius

Els objectius del qüestionari són els de recavar informació de la població catalana pel que fa a:

- *Opinió de les persones consumidores en relació a la adopció d'horaris comercials més racionals i saludables per part del comerç presencial i de proximitat.*
- *Canvis socials necessaris per afavorir una acceptació majoritària del canvi en els horaris comercials.*
- *Grau de penetració real i impacte de les tecnologies en els hàbits i horaris de compra.*
- *Beneficis, des del punt de vista dels horaris, de l'adaptació del comerç de proximitat a la venda en línia.*
- *Polítiques públiques adoptades per tot el món per a fomentar horaris de compra més eficients, competitius, racionals i saludables.*
- *Canvis en els hàbits horaris de compra derivats de la pandèmia de la COVID-19.*

QÜESTIONARI

A) Preguntes sociodemogràfiques:

P1. Confirmació municipi per establir segmentació segons tipologia de municipi

	Petits (0 a 30.000hab)	Mitjans (30.000hab a 100.000hab)	Grans (Més de 100.000hab)
Regió Àrea Metropolitana			
Resta de Catalunya			

P2. Gènere:

Masculí	Femení	No binari	NS/NC
1	2	7	-1

P3. Edat / Grup:

16-24	25-34	35-49	36-49	50-64	65 i més
1	2	3	4	5	6

P4. Situació laboral

P5. (En cas de treballar/estudiar). Té un horari estable o un flexible?

Estable	Flexible	NS/NC
1	2	-1

P5B (si te horari estable) quin horari fa:

P5C. (En cas de treballar/estudiar). Actualment es desplaça a la feina/estudis o teletreballa?

Treball/Estudis presencial	Teletreball/Estudis online	Alterna presencials teletreball/Online	treball/Estudis amb	NS/NC
1	2	3		-1

P6. Nivell d'estudis acabats:

No ha acabat els estudis obligatoris	1
Obligatori (primària, EGB, ESO)	2
Secundaris generals (batxillerat, PREU, BUP, COU)	3
Secundaris professionals (comerç, FP1, FP2, mòduls, grau mitjà/superior)	4
Universitaris (graus, diplomatura, llicenciatura)	5
Post universitaris (màster, postgrau, doctorat que requereixin titulació universitària)	6
NS/NC	-1

P7. Tram de nivell de renda mensual:

Fins 499 euros	1
De 500 a 999 euros	2
De 1.000 a 1.499 euros	3
De 1.500 a 1.999 euros	4

De 2.000 a 2.499 euros	5
De 3.000 a 3.999 euros	6
De 4.000 a 4.999 euros	7
Més de 5.000 euros	8
NS/NC	-1

P8. Com es compon la seva llar?

Llar unipersonal	1
Llar monoparental	2
Parella sense fills/es	3
Parella amb fills/es que conviuen a la llar	4
Parella amb fills/es que conviuen amb altres persones	5
Parella i altres persones	6
Nucli familiar amb altres persones que no formen nucli familiar	7
Persones que no formen cap nucli familiar entre sí	8
Dos o més nuclis familiars	9
Monoparental amb altres persones	10
Altres (especificar)	11
NS/NC	-1

B) Preguntes temàtiques:

La reforma horària

La reforma horària és una iniciativa ciutadana que proposa l'impuls de canvis horaris perquè puguem gaudir de més llibertat en la gestió del nostre temps. Es considera que sincronitzant els nostres hàbits horaris amb els de la resta del món i amb un ritme més ordenat, guanyarem temps personal, millorar la salut i guanyar qualitat de vida. De cara al 2025, el Pla de reforma horària proposa haver recuperat les hores de desfasament horari amb relació a la resta del món i impulsar una nova cultura del temps a les organitzacions a favor de models més eficients i més flexibles com ara compactar la jornada laboral, tancar els comerços abans, fomentar les hores dels àpats més aviat, canviar les hores punta de mitjans audiovisuals a més d'hora, guanyar temps per a una millor conciliació de vida laboral i professional, racionalitzar l'oci, etc.

P9. Fins a quin punt estaria d'acord amb la implantació d'un Pla de reforma horària en aquests termes?

Gens d'acord	Poc d'acord	Ni poc ni molt	Més aviat d'acord	Completament d'acord	NS/NC
1	2	3	4	5	-1

P9.1. En cas de resposta 1 ó 2 em pot dir la raó principal per la qual no està d'acord?

No ho veu factible, és massa complicat	1
La gent té molt arrelades les seves costums	2
El caràcter mediterrani no s'adapta	3
No s'hi adaptaria (vostè)	4
No li agradaria	5
Les ciutats i municipis serien menys vitals/dinàmiques	6
Hauria de canviar tot el ritme de vida de la gent	7
Aquí tenim un altra forma de vida que a altres països europeus	8
Altres (explicar)	
NS/NC	-1

P10. En una escala de 1 = gens a favor a 5 = completament a favor, fins a quin punt està a favor de la implantació d'aquests horaris que li proposo:

	Gens a favor	Poc a favor	Ni poc ni molt	Més aviat a favor	Completament a favor	NS/NC
Jornada laboral de 8 a 17						
Jornada laboral de 9 a 18 de la tarda						
Horari centres educatius fins a 18 anys de 8 a 19 incloent activitats extraescolars						
Horari organismes públics de 8 a 17						
Horari comercial de 7 a 19:30						
Horari oci cultural de 18 a 00:30						
Horari oci nocturn de 18 a 2:30						
Horari per a dinar de 13 a 14						
Horari per a sopar de 20 a 21						

P10.A En una escala d'1 = gens a 5 = molt fins a quin punt pensa que els horaris comercials actuals en general són saludables per als consumidors residents en el seu municipi?

Gens	Poc	Regular	Bastant	Molt	NS/NC
1	2	3	4	5	-1

P10.B En una escala d'1 = gens a 5 = molt fins a quin punt pensa que els horaris actuals de treball/jornada laboral en general són saludables per als treballadors al seu municipi?

Gens	Poc	Regular	Bastant	Molt	NS/NC
1	2	3	4	5	-1

P10.B1. En cas de resposta 1, 2 o 3, digui fins a 3 sectors on pensa que els treballadors no tenen horaris prou saludables (botigues, alimentació, producció, funcionaris, construcció, educació, despatxos/oficines/gestors, oci nocturn ...)

Oberta fins a 3 sectors

P10.C En una escala d'1 = gens a 5 = molt fins a quin punt pensa que els horaris que segueix actualment en general (horaris de les seves activitats diàries, treballar, dinar, sopar, dormir, oci, anar al metge, a centres de dia, estudiar ...) són saludables per a vostè?

Gens	Poc	Regular	Bastant	Molt	NS/NC
1	2	3	4	5	-1

P10.D En cas de resposta 1 i 2 a alguna de les anteriors, què hauria de canviar per fer-los més saludables?

Resposta oberta: pot donar fins a tres suggeriments

NS/NC = -1

P11. L'any 1996 Europa va unificar el canvi del fus horari adoptant el que s'aplica a Europa Central que afegeix una hora de sol a Espanya l'hivern i dues l'estiu. En una escala de 1 = gens a favor a 5 = completament a favor, fins a quin punt està a favor de que es recuperin les hores de desfament horari amb relació a l'horari solar

Gens a favor	Poc a favor	Ni poc ni molt	Més aviat a favor	Completament a favor	NS/NC
1	2	3	4	5	-1

BLOC CONSUM

P12. Com a consumidor, en quines franges horàries fa vostè, aproximadament, avui en dia compres o consum a (en dies feiners i cap de setmana):

		8h-10h	10h-12h	12h-14h	14h-16h	16h-18h	18h-20h	20h-22h	22h-0h	0h-2h	No Procedeix: no compro o faig consum
P12.1 Alimentació, productes per a la llar	Feiners										
	Caps de Setmana										
P12.2. Roba, calçat, complements ...	Feiners										
	Caps de Setmana										
P12.3 Serveis personals: perruqueria, estètica ...	Feiners										
	Caps de Setmana										
P12.4 Bars, restaurants ...	Feiners										
	Caps de Setmana										
P12.5. Esport pagat	Feiners										
	Caps de Setmana										
P12.6 Anar cinema, teatre, espectacles	Feiners										
	Caps de Setmana										

P13. En quin tipus d'establiment fa les compres o consums de.....:

Resposta múltiple

	1	2	3	4				
P13.1 Alimentació, productes per a la llar	Comerç de proximitat	Mercat municipal	Supermercat /Hipermercat	Grans superfícies/ centre comercial	→	13.1.B	Presencial	1
							Online	2
							Ambdós	3
P13.2 Roba, calçat, complements,..	Botiga especialitzada en el seu municipi	Botiga especialitzada a FORA del seu municipi	Eix comercial	Grans superfícies/ centre comercial	→	13.2.B	Presencial	1
							Online	2
							Ambdós	3
P13.3 Electrodomèstics	Botiga especialitzada en el seu municipi	Botiga especialitzada a FORA del seu municipi	Eix comercial	Grans superfícies/ centre comercial	→	13.3.B	Presencial	1
							Online	2
							Ambdós	3
P13.4 Altres					→	13.4.B	Presencial	1
							Online	2
							Ambdós	3

P14.A Fins a quin punt pensa que els horaris comercials estan autoregulats per la demanda i les característiques del seu municipi (si és turístic o no, si la gent plega de la feina abans o després, etc.)?

Gens	Poc	Regular	Bastant	Molt	NS/NC
1	2	3	4	5	-1

P14.B Fins a quin punt s'adaptaria a l'horari comercial de 7 a 19:30 proposat per la reforma horària amb l'objectiu de millorar la qualitat de vida de la població, per a fer compres en general?

Gens	Poc	Regular	Bastant	Molt	NS/NC
1	2	3	4	5	-1

P14.C Quins d'aquests incentius podrien fer que vostè s'adaptés a una franja horària de consum responsable? (**MULTIRESPOSTA FINS A 3**)

Vals de descompte als establiments comercials si els fa servir en aquest horari	1
Preus especials si compra dins de la franja horària	2
Horaris compactes de jornada laboral	3
Combinació de teletreball i treball presencial	4
Horaris compactes als centres educatius	5
Altres (explicar)	
Cap incentiu = 0	0
NS/NC	-1

P15.A Fa compres online o utilitza tecnologies digitals per a fer gestions de consum (reserves, entrades, demanar hora ...) de:

Es poden marcar les dues opcions	Mai	Poc	Amb certa freqüència	Bastant	Molt freqüentment	No sap	No respon
P16.A1 Compres en línia	1	2	3	4	5	-1	-2
P16.A2 Gestions de consum tals com reserves, demanar hora, consultar catàlegs i preus ...	1	2	3	4	5	-1	-2

P15.B En cas de resposta 3, 4 o 5 a l'anterior, quin impacte ha observat que té en els seus hàbits i horaris el fer servir tecnologies per a consumir:

	1	2	3	-1
P15B1 Ha canviat la freqüència de compra/ consum	Menys cops	Cap/Igual	Més cops	NS/NC
P15B2 Ha canviat els horaris de compra/ consum	Més d'hora	Cap/Igual	Més tard	NS/NC
P157 Altres canvis (explicar, oberta)				NS/NC

P16 A. Observant les botigues i comerços del seu entorn, fins a quin punt troba que el comerç de proximitat ha desenvolupat la venda en línia? Valori en una escala d'1 = gens a 5 = Molt

Gens	Poc	Quelcom	Bastant	Molt	NS/NC
1	2	3	4	5	-1

P16 B. Fins a quin punt pensa que la pandèmia a causat aquest desenvolupament del comerç de proximitat a la venda en línia? Valori en una escala d'1 = gens a 5 = Molt

Gens	Poc	Quelcom	Bastant	Molt	NS/NC
1	2	3	4	5	-1

P16 C. Fins a quin punt l'adaptació del comerç de proximitat a la venda en línia ha suposat.....?

	1	2	3	-1
P17.C1 Tenir horaris més flexibles	Gens	Quelcom	Molt	NS/NC
P17.C2 Augment d'independència	Gens	Quelcom	Molt	NS/NC
P17.C3 Augment de comoditat, facilitat	Gens	Quelcom	Molt	NS/NC
P17.C4 Augment de temps per fer altres coses	Gens	Quelcom	Molt	NS/NC
P17.C5 No fer cues, no haver d'esperar	Gens	Quelcom	Molt	NS/NC
P17.C6 Més temps amb la família, amics	Gens	Quelcom	Molt	NS/NC

P17. Fins a quin punt creu vostè que el teletreball canvia els hàbits horaris de compra de les persones que treballen des de casa seva ja sigui uns dies o a temps complert?

Gens	Poc	Regular	Bastant	Molt	NS/NC
1	2	3	4	5	-1

P17.A. En cas de resposta 3, 4 o 5 a l'anterior: De quina forma pensa que els canvia?

La gent que teletreballa (MULTIRESPOSTA, fins a 3 alternatives):

Té més llibertat d'horaris per a fer les compres	1
Té menys llibertat d'horaris per a fer les compres	2
Compra més als comerços de proximitat	3
Es pot organitzar millor per a fer les compres	4
Té els mateixos hàbits que els que fan treball presencial	5
No pot sortir i entrar quan vol	6
Surten més a fer compres a mig matí	7
Surten més a fer compres al final de l'horari de tarda	8
Fan més compres online	9
Fan compres més sovint que els que no teletreballen	10
Altres (oberta i codificar després)	
NS/NC	-1

P18.A. Ha adoptat hàbits de compra i oci diferents en algun grau dels que tenia durant el 2019 abans de la crisi sanitària de la COVID-19?

Sí	1
No	0
NS/NC	-1

→ FI DE L'ENQUESTA

P18.B. En cas de resposta 1 a l'anterior, quins són aquests hàbits de compra i oci que ha variat? (MULTIRESPOSTA)

Compra més als comerços del seu entorn	1
Ha augmentat les seves compres on-line	2
Ha augmentat la realització d'activitats a casa (esport, classes..)	3
Ha disminuït la seva presència a actes multitudinaris	4
Fa menys trobades amb amics o familiars	5
Ha reduït la seva freqüència a bars i restaurants	6
Res de tot això (NO LLEGIR)	7

Altres: explicar oberta (a codificar després)	
NS/NC = -1	-1

P18.C. Quan la situació es vagi normalitzant, fins a quin punt pensa vostè tornar als hàbits horaris de consum que tenia abans de la pandèmia o adoptarà definitivament els nous hàbits?

1	3	5	NS/NC
Adoptarà definitivament els nous hàbits	Combinaré	Tornaré als hàbits anteriors	-1

Moltes gràcies per la seva amabilitat a l'hora de respondre l'entrevista.

Referències

- 1 Agència Catalana del Consum. (2021). “La Agencia Catalana del Consumo estudiará la percepción de los consumidores ante una futura racionalización de los horarios Comerciales” (Publicat el 4/03/2021 a: <http://consum.gencat.cat/es/detalls/noticia/percepcio-consumidors-reforma-horaria>)
- 2 Generalitat de Catalunya. (2021). Anunci del Govern: Núria Vergés, nova directora general de Cures, Organització del Temps i Equitat en els Treballs. Publicat el dia 21 de setembre de 2021 a: <http://govern.cat/salaprensa/notes-premsa/413844/nuria-verges-nova-directora-general-de-cures-organitzacio-del-temps-i-equitat-en-els-treballs>
3. <http://consum.gencat.cat/es/detalls/noticia/percepcio-consumidors-reforma-horaria>
4. <https://www.busquetsgalvez.com/web/horarios-comerciales-regulacion-madrid-barcelona/>