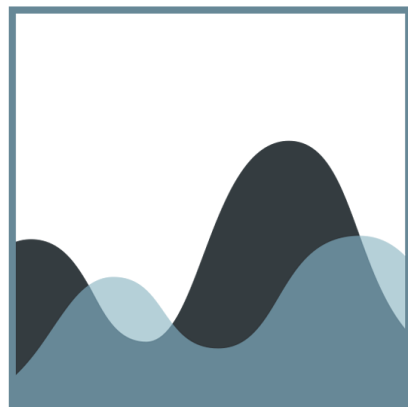


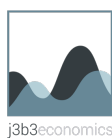


j3b3economics

Estudi d'impacte de les campanyes de Nadal a Rubí

GENER DE 2019

Treball realitzat per:



J3B3 ECONOMICS, S.L
B-66.175.928
Pg. Joan Carles I, 12
08320 El Masnou – BARCELONA-

Índex

Introducció.....	5
Aspectes metodològics.....	6
Disseny mostral.....	6
Metodologia emprada	8
La programació de Nadal	9
Persones usuàries de les activitats de Nadal.....	17
Perfil de les persones usuàries.....	17
Despesa realitzada de les persones usuàries.....	18
Impacte econòmic de les activitats de Nadal.....	20
Conclusions.....	22
Annex I	23
Annex II.....	25

Taules

TAULA 1. PROGRAMACIÓ D'ACTIVITATS	9
TAULA 2. DESPESA TOTAL D'ACTIVITATS	16
TAULA 3. PERFIL GENERAL DELS USUARIS DE LES ACTIVITATS DE NADAL	17
TAULA 4. DESPESA REALITZADA PER INTERVALS DE DATES I PERSONA	18
TAULA 5. INDICADORS SOBRE LA DESPESA FETA EL MATEIX DIA DE L'ACTIVITAT	19
TAULA 6. IMPACTE ECONÒMIC A RUBÍ DE 5 ACTIVITATS AMB INDICADORS	20
TAULA 7. IMPACTE ECONÒMIC TOTAL DE TOTES LES ACTIVITATS SENSE ILLA DE LLUM	21
TAULA 8. IMPACTE ECONÒMIC TOTAL DEL NADAL A RUBÍ	21

Introducció

El Servei de Comerç de l'Ajuntament de Rubí dedica, any rere any, molts esforços econòmics i humans en el disseny, organització i execució d'activitats de dinamització comercial en el marc de les festes de Nadal.

Per tots és ben sabut que l'època de Nadal és sinònim de generació de riquesa a partir, bàsicament, del consum associat a la celebració d'aquesta festivitat tant arrelada a la cultura de bona part de la ciutadania.

En aquest sentit, les cistella de la compra d'aquells dies es dispara, en molts casos, en sectors com el de l'alimentació, l'equipament de la llar, moda i complements, oci i cultura, restauració, etc.

A tal efecte, la voluntat de l'ajuntament és la de propiciar que el major gruix de despesa es realitzi en el teixit comercial de la ciutat; evitant, així, una fuga de despesa a altres municipis o, fins i tot, mitjançant l'e-commerce.

La idea és clara: aconseguir que, durant la campanya de Nadal, els comerços i empreses de serveis del municipi aconseguixin una facturació òptima per, en conseqüència, generar riquesa i llocs de treball en el territori.

Per assolir aquest objectiu, l'estratègia municipal segueix la lògica que, si s'aconsegueix retenir la ciutadania, aleshores la probabilitat que consumeixi en el municipi serà major. D'aquesta manera, cada any es planifiquen un seguit d'activitats lúdiques per tal de propiciar que Rubí disposi d'un espai de lleure adequat i amb una experiència entorn al Nadal.

Tal és així que, en la darrera campanya (2018-2019) s'han dut a terme varies actuacions, repartides en diferents dies i franges horàries. Tanmateix, l'ajuntament no disposa de dades que permetin avaluar les accions que programa; tot i ser conscient de l'elevada càrrega pressupostària que suposa.

Per aquest motiu, la inquietud de l'ajuntament és conèixer quin és el grau d'efectivitat de les mateixes i quin impacte real tenen en el comerç local. El document que teniu a les mans tracta de quantificar, doncs, aquest i altres aspecte.

Aspectes metodològics

Disseny mostral

Anàlisi quantitatiu de la ciutadania

Una part important de l'estudi s'ha realitzat a partir de dades obtingudes a partir d'enquestes presencials a les persones que es detectava que eren usuàries de les activitats de dinamització. Les enquestes es feren durant diferents dies i franges horàries i mitjançant un sistema de mostreig aleatori simple.

El nombre d'enquestes realitzades fou de N=410 que, per una població indefinida, un nivell de confiança del 95% i una probabilitat d'encert-error ($p=q=50\%$) suposa un marge d'error del $\pm 4,8\%$.

Fitxa tècnica de la investigació a les persones usuàries

Univers	Persones usuàries de les activitats de dinamització
Dimensió mostra	410 entrevistes presencials a persones majors de 18 anys
Error mostral	$\pm 4,8\%$ per una població indefinida, un nivell de confiança del 95% i una probabilitat d'encert-error ($p=q=50\%$).
Dates del treball de camp	Del 8 de desembre de 2018 al 4 de gener de 2019
Selecció de la mostra	Mostreig aleatori simple

Anàlisi quantitatiu del comerç

Per tal de disposar de l'enfocament per part del teixit empresarial, es va dur a terme una enquesta mitjançant internet (sistema CATI) i a partir de la base de dades de l'ajuntament i de Rubí Comerç.

El nombre d'enquestes realitzades fou de N=31 que, per una població definida, un nivell de confiança del 95% i una probabilitat d'encert-error ($p=q=50\%$) suposa un marge d'error del $\pm 17,3\%$.

Fitxa tècnica de la investigació al teixit comercial

Univers	Teixit comercial i empreses de serveis amb establiment a Rubí
Dimensió mostra	31 entrevistes
Error mostral	$\pm 17,3\%$ per una població coneguda, un nivell de confiança del 95% i una probabilitat d'encert-error ($p=q=50\%$).
Dates del treball de camp	Del 7 al 15 de gener de 2019
Selecció de la mostra	Mostreig aleatori simple (sistema CAWI)

Metodologia emprada

Es van dissenyar dos qüestionaris, un per a les enquestes presencials i l'altra per al teixit comercial, amb la finalitat de recollir aquelles dades que resultaven rellevants per una banda, per calcular l'impacte econòmic de la campanya de Nadal i, per l'altra, per contrastar que els resultats obtinguts estiguessin alineats amb la realitat.

Ambdós qüestionaris es van plantejar de manera que amb el mínim de preguntes es pogués obtenir el màxim d'informació. El motiu d'aquest plantejament era el de disposar del major nombre de dades però que, a al vegada, fos ràpid i còmode de respondre per part dels enquestats.

D'aquesta manera, el qüestionari a les persones (Annex I) constava de 19 preguntes mentre que el qüestionari als comerços (Annex II) n'hi havia 5.

Les respostes obtingudes es van explotar, bàsicament, a partir d'un anàlisi univariant; atès que era important conèixer la despesa realitzada. Tanmateix, per calcular la premissa de causalitat entre el grau de participació a les activitats i la despesa efectuada, s'ha dut a terme un anàlisi bivariant; concretament, s'ha realitzat un contrast de mitjanes de manera que s'ha comparat la despesa en funció del nombre d'activitats en què s'ha participat però, també, en base al nombre components dels grups que hi acudien.

Finalment, també s'ha elaborat un seguit de taules de contingència per tal de visualitzar les diferències de despesa en funció dels dies i franges horàries de tota la campanya de Nadal.

En aquest sentit, s'ha diferenciat entre diferents intervals de la campanya a fi i efecte de visualitzar els diferents comportaments de consum que es donen.

- 1) Període comprès entre el 5 i 16 de desembre
- 2) Període comprès entre el 17 i 24 de desembre
- 3) Període comprès entre el 27 i 31 de desembre
- 4) Període comprès entre el 2 i 5 de gener

La programació de Nadal

La programació de Nadal a Rubí (2018-2019) s'ha caracteritzat per l'organització de nombroses activitats de dinamització endegades des de diferents regidories; algunes de les quals estan consolidades i es realitzen d'uns anys ençà i, d'altres, que s'han incorporat com a novetat i és la primera vegada que es duen a terme.

De manera concreta, les actuacions realitzades des del Servei de Comerç són les següents:

TAULA 1. PROGRAMACIÓ D'ACTIVITATS

Activitat	Organitza	Dies	Activitats	Participants
L'illa de llum	Ajuntament	33		Nd
Pista de gel	Ajuntament	33		10.140
Tió gegants dels comerciants	Ajuntament	19		Nd
Trenet dels comerciants	Ajuntament	36		8.848
Carpa d'activitats de Nadal - Tomasa	Ajuntament	10		2.715
Fira de Nadal	Ajuntament	9		Nd
Món del tió	Ajuntament	9	32	13.200
Món dels somnis	Ajuntament	7	43	8.400
Fira de Reis	Ajuntament	3		Nd
Activitats de dinamització als barris	Ajuntament	15		Nd
Campanyes comercials	Comerç Rubí	33		Nd
Sorteig Rubí et cuida	Comerç Rubí	1		Nd
Campanyes del mercat municipal	Associació mercat municipal	4		Nd
Concurs d'aparadors	Ajuntament	33		Nd

L'illa de llum

L'illa de la llum és un passadís lluminós de 33,6 metres de longitud, 6 metres d'amplada i 4,6 metres d'alçada.

És la primera instal·lació d'aquestes característiques que es fa a Catalunya. Es tracta d'una estructura d'alumini que compta amb 4.200 metres lineals de cordó Pixel Led que suma un total de 42.000 bombetes tipus led. El consum d'aquest sistema d'il·luminació és de 2,1 kW/h d'origen 100% renovable, com tota l'energia que consumeixen les instal·lacions municipals.

Aquesta estructura es va ubicar entre els números 50 i 62 del carrer de Maximí Fornés. Els vianants podien accedir al túnel per qualsevol dels dos extrems. La instal·lació va ocupar la part central del carrer, deixant espai entre la façana del carrer i el lateral de la instal·lació.

L'estructura estava programada per oferir un espectacle audiovisual que es reproduïa cada dia en dues sessions, una a les 18.30 h i l'altra a les 20h.



Pista de gel

Aquesta acció consisteix en una pista per a patinar sobre gel, ubicada a la plaça Nova Estació. El preu de l'activitat era de 6 € tot i que es podien obtenir vals de descompte de 3 € als comerços (vàlids de dilluns a dijous en període escolar, excepte festius i vigílies de festius).

Els dies lectius la pista va obrir de 17 a 21 h i els festius i període de vacances escolars d'11 a 14 h i de 16 a 21 h (excepte el 24 i el 31 de desembre que va tancar a les 20h).



Tió gegant dels comerciants

Aquesta animació itinerant va recórrer diferents eixos comercials de la ciutat amb la fórmula del conegut element nadalenc: el Tió de Nadal. L'horari de matí va ser d'11 a 13.30h i la tarda de 17 a 20h.



Trenet dels comerciants

La ciutadania podia aconseguir als comerços associats un tiquet per a fer un viatge gratuït.. Com en edicions anteriors, es van fer recorreguts pels diversos eixos comercials: zona centre, mercat, Monturiol Progrés, Ca n'Oriol i Sant Jordi Parc-Can Fatjó.



Carpa d'activitats de Nadal - Tomasa

La Carpa, que té una capacitat per 250 persones, és una proposta de qualitat tant pel que fa a la cura de l'espai com en la proposta d'espectacles i tallers familiars que s'oferien cada dia a la carpa (climatitzada) fins el dia 24 de desembre.

Els espectacles i tallers es programaven en horari de tarda, de 17 a 20.30 h. L'accés a la carpa era per ordre de cua i no era necessari cap tiquet ni cap resguard de compra a establiments comercials.



Fira de Nadal

Una fira de petit format amb productes nadalencs, que constava de 6 parades. La Fira es va ubicar per primera vegada a la Plaça del Doctor Pearson, al costat de la pista de gel: una excel·lent zona de pas de gent, a tocar de l'estació de FGC- Rubí. A pocs metres, també hi havia l'espai ambientat el Món del Tió. L'horari d'obertura de les parades va ser d' 11 a 21h.

Món del Tió

L'espai de la Plaça del Doctor Pearson es va aprofitar per crear, durant uns dies, un espai màgic ambientat en el món del Tió (el bosc dels desitjos, el bosc dels bolets, les cases de les fades, el racó del caganer, el bosc on neixen els tions, etc). A més, l'espai comptava amb una cúpula on s'oferien tallers, espectacles, concerts, titelles i contes de Nadal. Per tant, es tractava d'un espai dinamitzat i delimitat amb tanques baixes de fusta. Les activitats que es duïen a terme dins al cúpula tenien una durada de 10-15 minuts i permetia una rotació de públic.



Món dels somnis

En aquest espai, els més menuts podien veure com els elfs i les fades treballen a la Fàbrica de Juguines per preparar tots els regals que dies més tard els Reis d'Orient portaran a les llars de Rubí.

Paral·lelament, en aquest espai es van organitzar 43 activitats que, seguint el mateix funcionament de l'acció anterior (Món del Tió) va propiciar una rotació de persones significativa.

Activitats de dinamització organitzades per les associacions de comerciants

Amb l'objectiu de descentralitzar les accions de Nadal i apropar-les en àrees residencials més perifèriques, l'associació de comerciants de Sant Jordi Parc, la de Rubí Comerç i l'associació d'adjudicatari del Mercat van organitzar un seguit d'activitats en diferents barris de la ciutat.

A més, també van tenir lloc diverses campanyes comercials, com la de *Comerç Rubí et cuida* o sorteigs al mercat municipal.

TAULA 2. DESPESA TOTAL D'ACTIVITATS

Despesa total activitats Rubí (sense illa de llum)	154.561 €
Despesa total activitats Rubí (amb illa de llum)	291.467 €

Font: Ajuntament de Rubí

Persones usuàries de les activitats de Nadal

Perfil de les persones usuàries

Les persones usuàries de les activitats de Nadal es caracteritzen per ser, majoritàriament, de Rubí (88%), acudeixen en parella (40%) o grups de tres (24%) i el 24% aprofiten per comprar a Rubí el mateix dia que fan l'activitat. (Veure taula 3).

TAULA 3. PERFIL GENERAL DELS USUARIS DE LES ACTIVITATS DE NADAL

Procedència		Acudeix a les activitats	
De Rubí	88%	Sol	18%
D'un altre indret	12%	En parella	40%
		Grups de tres	24%
Llocs de procedència		Grups de quatre	10%
Terrassa	33%	Grups de més de quatre	7%
Sant Cugat del Vallès	13%		
Barcelona	11%	Activitats	
Cerdanyola del Vallès	7%	Nombre d'activitats a les que participa	2,7
Sant Quirze del Vallès	4%	Compren a Rubí durant el mateix dia de l'activitat	24%
Altres indrets	31%	Grau de satisfacció amb les activitats de Nadal	7,7

Amb tot, valoren de manera notable (7,7) el conjunt de les activitats de dinamització organitzades, sent les més populars les següents:

Passeig per sota l'illa de l'Ilums	25%
Pista de gel	18%
Fira Nadal	17%
Món Tió	14%
Trenet	11%
Carpa d'activitats	6%
Món Somnis	4%
Activitats del mercat	3%
Activitats del comerç	2%

Despesa realitzada de les persones usuàries

La despesa amb motiu nadalenc realitzada per persona usuària de les activitats varia en funció de les dates en què es troba (veure taula 4).

TAULA 4. DESPESA REALITZADA PER INTERVALS DE DATES I PERSONA

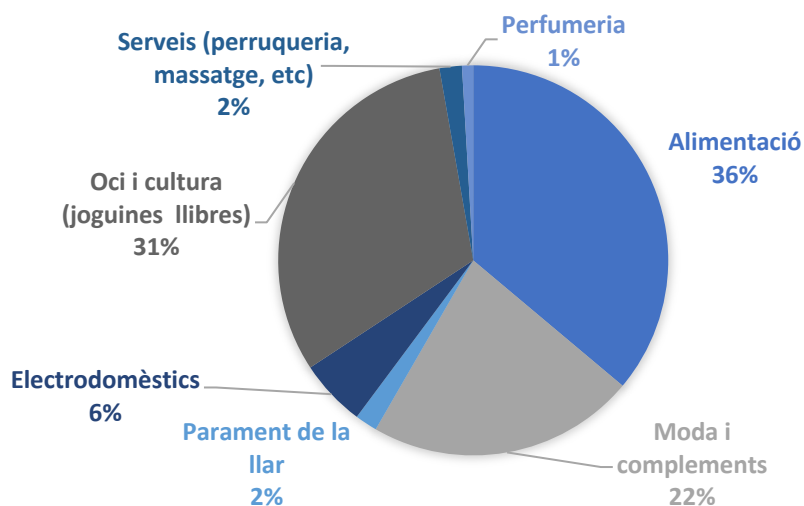
Interval de dates	Despesa mateix dia a Rubí (€)
Del 5 al 16 de desembre	43,47
Del 17 al 24 de desembre	60,45
Del 27 al 31 de desembre	12,79
Del 2 al 5 de gener	34,11

En aquest sentit, d'entre els usuaris de les activitats, la despesa més gran per persona (60,45€) es fa entre el 17 i 24 de desembre i, més concretament, en aquells dies propers a la celebració de la nit de Nadal, el dia de Nadal i Sant Esteve.

El següent interval en què s'origina una despesa per persona més gran (43,47€) és d'entre el 5 i 16 de desembre i, de manera especial, en les dates del pont de la Immaculada Concepció i la Constitució.

Contràriament, entre el 27 i el 31 de desembre, la despesa mitjana per persona usuària de les activitats assoleix els valors comparativament més baixos (12,79€) mentre que aquesta torna a augmentar després de cap d'any fins a Reis (34,11€).

Pel que fa als subsectors que atrauen més la despesa durant el dia d'activitat són alimentació (36%), oci i cultura (31%) i moda i complements (22%). De fet, aquests tres subsectors acumulen el 89% de la despesa que es realitza en motiu nadalenc.



En l'anàlisi realitzat per al càlcul de l'impacte econòmic (veure taula 5) es va tenir en compte, a més, les següents variables:

Mitjana de despesa per persona feta a Rubí durant el mateix dia de l'activitat

$$\frac{\text{Despesa total de Nadal (€) realitzada a Rubí durant el mateix dia d'activitat pels usuaris}}{\text{Nombre de persones que formen els grups usuaris d'activitat}}$$

Rati de conversió durant el mateix dia

$$\frac{\text{Nombre de persones que realitzen una despesa de Nadal > 0€ durant el dia d'activitat}}{\text{Nombre de persones que realitzen una activitat}}$$

Rati de conversió durant el mateix dia a Rubí

$$\frac{\text{Nombre de persones que realitzen una despesa de Nadal > 0€ a Rubí durant el dia d'activitat}}{\text{Nombre de persones que realitzen una activitat}}$$

Compren a Rubí durant el mateix dia

$$\text{Rati de conversió durant el mateix dia} \times \text{Rati de conversió durant el mateix dia a Rubí}$$

TAULA 5. INDICADORS SOBRE LA DESPESA FETA EL MATEIX DIA DE L'ACTIVITAT

Mitjana de despesa per persona mateix dia a Rubí (€)	43,47
Rati conversió mateix dia	26%
Rati conversió mateix dia a Rubí	94%
Compren a Rubí durant el mateix dia	24%

Amb aquest conjunt d'indicadors es coneix el grau de conversió a Rubí de les activitats (24%). És a dir, **una de cada quatre persones usuàries de les activitats realitza una despesa de Nadal al municipi durant el mateix dia de l'activitat** i, de mitjana, es gasta 43,47€.

Encara que no es disposa de cap element objectiu que permeti valorar si la despesa a la ciutat la realitzen com a efecte de l'atracció de l'activitat programada, es dedueix que les actuacions de dinamització atrauen un volum considerable de persones i, per tant, la probabilitat és més gran que en cas que no s'hagués organitzat res.

Impacte econòmic de les activitats de Nadal

Les activitats programades des del Servei de Comerç de l'ajuntament tenen diferents graus de retorn econòmic a la ciutat (veure taula 6).

Per al càlcul s'ha tingut en compte el nombre d'usuaris de cada activitat, així com la despesa mitjana que han realitzat les persones que participaven en aquestes i el rati de conversió (veure taula 5). En conseqüència, al disposar del cost de cada activitat, s'ha obtingut el multiplicador per a cadascuna d'aquestes.

TAULA 6. IMPACTE ECONÒMIC A RUBÍ DE 5 ACTIVITATS AMB INDICADORS

	Usuaris	Despesa mateix dia a Rubí per persona (€)	Compren a Rubí durant el mateix dia de l'activitat	Despesa total mateix dia a Rubí (€)	Cost activitat (€)	Multiplicador
Pista de gel	10.140	37,5	24%	91.884	13.068	7,0
Carpa d'activitats	2.715	35,8	24%	23.449	42.419	0,6
Món Tió	13.200	33,0	24%	105.091	26.390	4,0
Món Somnis	8.400	22,0	24%	44.622	25.322	1,8
Trenet	8.848	39,3	24%	83.954	15.491	5,4
TOTAL	43.303				122.691	
MITJANA		33,5	24%		24.538	2,9

En aquest sentit, la pista de gel (multiplicador de x7), el trenet dels comerciants (x4) i Món Tió (x4) són les activitats que aconseguixen un efecte multiplicador més gran en comparació amb la resta.

Contràriament, Món Somnis (x1,8) i la carpa d'activitats (x0,6) són les activitats menys rendibles en termes de generar una despesa que repercuteixi directament al teixit comercial del municipi.

Amb tot, l'efecte multiplicador mig és de x2,9 i, per tant, si es té en compte que la despesa total d'activitats a Rubí sense illa de llum (veure taula 2) és de 154.561€, **l'impacte econòmic total resultant de les activitats programades oscil·laria entre els 420.249€ i els 627.627€** (veure taula 7).

TAULA 7. IMPACTE ECONÒMIC TOTAL DE TOTES LES ACTIVITATS SENSE ILLA DE LLUM

	Impacte econòmic	Multiplicador
Marge error 0%	441.438	2,9
Marge error -5%	420.249	2,7
Marge error +5%	462.627	3,0

Finalment, **el volum de despesa generada en aquelles dates és, aproximadament, del 5% sobre el total de despesa que generen els rubinencs en època de Nadal** (veure taula 8).

TAULA 8. IMPACTE ECONÒMIC TOTAL DEL NADAL A RUBÍ

Mitjana despesa Nadal per llar a Catalunya 2018

519 €

Llars Rubí	28.114	
Impacte econòmic total Rubí	8.398.818 €	100%
Impacte de les activitats a Rubí	441.438 €	5%

Font: Cens INE 2011 i Estudi Cetelem despesa Nadal a Catalunya (2018)

Aquest càlcul s'ha confeccionat a partir de fonts d'informació secundària (Estudi Cetelem despesa Nadal a Catalunya, 2018¹ i Censo Población y Hogares, INE, 2011) que es mostren en sintonia amb els obtinguts en l'enquesta realitzada al teixit comercial de Rubí per tal de conèixer l'evolució de les vendes respecte el mateix període de l'any passat.

El comerç de Rubí va manifestar que en la campanya de Nadal (2018 -2019) van experimentar una davallada de les vendes del -3%² mentre que les llars catalanes van minorar la despesa en un -6%.

Tot i això, **una part significativa dels comerciants (50%) manifesta que les accions de dinamització que s'organitzen ajuden a retenir la clientela durant aquestes dates i el 67% les valora de manera molt positiva.**

¹<https://prensacetelem.es/2019/01/los-consumidores-catalanes-gastaron-un-6-menos-en-la-ultima-campana-navidena/>

² Una xifra, però, que cal matissar atès l'elevat marge d'error que va proporcionar la mostra de només n=30. Així, si es té en compte que el marge d'error és del $\pm 17,3\%$, significa que la variació de vendes oscil·la entre el +14% i el -20%.

Conclusions

Les activitats programades per Nadal a Rubí generen atracció i retenció de despesa al municipi.

D'acord amb el resultat d'aquest estudi, aquelles accions organitzades pel Servei de Comerç de l'Ajuntament de Rubí tenen, la majoria, un efecte multiplicador que propicia una retenció de la despesa cap al teixit comercial local. Per tant, la seva organització es tradueix en un efecte directe. Concretament, el 5% de la despesa de Nadal total de les llars de Rubí es genera en el marc de les activitats programades.

Tanmateix, el conjunt d'empreses de venda al detall i de serveis evidencien que hi hagut una desacceleració de les vendes respecte el mateix període de l'any passat. No obstant, aquesta dada es demostra que és conjuntural a tot Catalunya.

D'altra banda, les activitats de Nadal programades tenen un alt component lúdic i són ben valorades pels usuaris (7,7/10) els quals un 12% són visitants d'altres municipis. Per tant, generen atracció més enllà dels residents.

Un aspecte important a tenir en compte és la variació de la despesa en funció del moment de la campanya en què es té en compte. Així, les dates properes al 24 de desembre són aquelles en què es dona un major consum nadalenc i, a partir d'aquest moment, la intensitat de despesa va a la baixa.

Annex I

ENQUESTA D'IMPACTE DE LA CAMPANYA DE NADAL DE RUBÍ

Bon dia/Bona tarda, estem realitzant una enquesta sobre l'impacte de la campanya de Nadal i de com afecta en el comerç local.

L'enquesta és de poques preguntes.

Ens permetria, sisplau, un minut per respondre-la? Els resultats ajudaran a poder millorar de cara properes edicions de la campanya de Nadal i per a calcular l'impacte econòmic que suposa en el comerç de Rubí.

- i. Enquestador/a: ID
- ii. Dia/hora de l'enquesta: Automàtic
- iii. Lloc de realització de l'enquesta:
 - a. Pista de gel
 - b. Carpa d'activitats
 - c. Fira Nadal
 - d. Mercat
 - e. Sant Jordi
 - f. Can Oriol

BLOC A. En relació a l'enquestat/da:

- 1) Sexe: H/D
- 2) Va acompanyat?
 - a. Si → N° de persones que formen el grup
 - b. No
- 3) Municipi de procedència: CODI POSTAL
- 4) Edat de l'enquestat/da:
 - a. Trams d'edat

BLOC B. En relació a les activitats de Nadal

- 1) Li agraden les activitats de Nadal que fan a Rubí?
 - a. Pregunta escala 1-5 (1 gens- 5 molt)
- 2) Ha participat o té previst de participar d'alguna de les activitats programades?
 - a. Si → B3
 - b. NO → B4
 - c. Ns/Nc
- 3) A quines? (multiresposta)
 - a) Pista de gel
 - b) Carpa d'activitats
 - c) Fira Nadal
 - d) Món Tió
 - e) Món Somnis
 - f) Trenet al centre
 - g) Trenet als barris
 - h) Passeig per sota l'arc de llums de Maximí Fornés
 - i) Activitats del mercat
 - j) Activitats del comerç
 - k) Altres

BLOC C. En relació a la despesa

- 1) En el dia d'avui, realitzarà algun tipus de despesa relacionada amb les Festes?
 - a. Si → C2
 - b. No → C5
 - c. Ns/Nc
- 2) Ens podria indicar si la realitzarà a Rubí i/o a un altre indret? (Multiresposta)
 - a. A Rubí → C3
 - b. A un altre indret
 - c. A internet
 - d. Ns/Nc

- 3) Ens podria indicar quina despesa té previst de realitzar avui Rubí relacionada amb les Festes (alimentació, obsequis, regals, restauració? _____ €
- 4) Quin producte/s ha comprat o comprarà avui a Rubí relacionat amb les Festes? (multiresposta)
- a) Alimentació
 - b) Moda i complements
 - c) Parament de la llar
 - d) Electrodomèstics
 - e) Oci i cultura (joguines llibres)
 - f) Serveis (perruqueria, massatge, etc)
 - g) Altres
- 5) En els dies anteriors (o en els propers dies) realitzarà algun tipus de despesa relacionada amb les Festes? (multiresposta)
- a. A Rubí → C6
 - b. A un altre indret
 - c. A internet
 - d. No realitzarà cap despesa associada a les Festes
 - e. Ns/Nc
- 6) Ens podria indicar quina despesa aproximada té previst de realitzar a Rubí? _____ €
- 7) Quin producte/s ha comprat en els dies anteriors (o en els propers dies a Rubí relacionat amb les Festes? (multiresposta)
- a. Alimentació
 - b. Moda i complements
 - c. Parament de la llar
 - d. Electrodomèstics i electrònica
 - e. Oci i cultura (joguines llibres)
 - f. Serveis (perruqueria, massatge, etc)
 - g. Altres

Annex II

ENQUESTA DE LA CAMPANYA DE NADAL DE RUBÍ AL COMERÇ

Benvolgut comerciant,

Estem realitzant una breu enquesta per fer balanç de la campanya de Nadal en el comerç de Rubí i disposar d'indicadors que ens aportin una perspectiva sobre el ritme de vendes durant aquesta època de l'any.

El tractament de les dades és totalment anònim i amb finalitats estadístiques.

Agraïrem les teves respostes; l'enquesta és d'1 minut.

- 1) En quin % ha variat les vendes del teu negoci respecte la campanya de Nadal de l'any passat?
- 2) Quin grau de satisfacció tens amb les activitats de dinamització comercial que s'han organitzat a Rubí?
- 3) Creus que les accions de dinamització que s'organitzen ajuden a retenir la clientela durant aquests dies?
- 4) Què milloraries de les accions de dinamització que es duen a terme?
- 5) El teu negoci a quin sector pertany?