

SIA
CON

r11018

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS PRESENTACIÓ DE RESULTATS

MARÇ 2011



Ajuntament
de Barcelona

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió **r11018**

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS

MARÇ 2011

Direcció de Comunicació i Sistemes d'Informació

Direcció de Serveis d'Estudis i Avaluació

Paradís, n. 14, Planta: 3

Tel. 934 027 918

Fax. 934 023 210

08002 Barcelona



Protegim el Medi Ambient.

No imprimiu aquest document si no és necessari.

Tots els drets reservats. Aquesta publicació no pot ser reproduïda, ni en tot ni en part, ni registrada en o transmesa per un sistema de recuperació en cap forma ni en cap mitja sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, de gravació o altres, sense el permís del propietari del copyright.



**Ajuntament
de Barcelona**

ÍNDEX

- 003 FITXA TÈCNICA
- 006 FREQUÈNCIA DE COMPRA ALS MERCATS MUNICIPALS
- 007 VALORACIÓ DELS MERCATS
- 009 MOTIUS PER NO COMPRAR ALS MERCATS MUNICIPALS
- 010 TAULES D'EVOLUCIÓ
- 015 DADES D'IDENTIFICACIÓ



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1.026 entrevistes.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 i més anys, llars amb telèfon.

METODOLOGIA

Entrevista telefònica.

AFIXACIÓ

Proporcional.

PONDERACIÓ

En funció de la població objectiu real en cadascun dels estrats definits a la mostra per tal d'obtenir els resultats del conjunt de la ciutat.

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

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

ERROR MOSTRAL

Per a un nivell de confiança del 95,5% (2σ), i $P = Q$, l'error és de $\pm 3,06$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

Del 28 de març al 4 d'abril de 2011.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Instituto Apolda, S.L.

El bloc de preguntes de l'Institut Municipal de Mercats forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de MARÇ de 2011.



SIGLES

B

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

N

Número de respostes. Quantitat de respostes valorades per la pregunta concreta de l'estudi.

R

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



INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS



FREQÜÈNCIA DE COMPRA ALS MERCATS MUNICIPALS

P1.- AMB QUINA FREQÜÈNCIA VA A COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL?

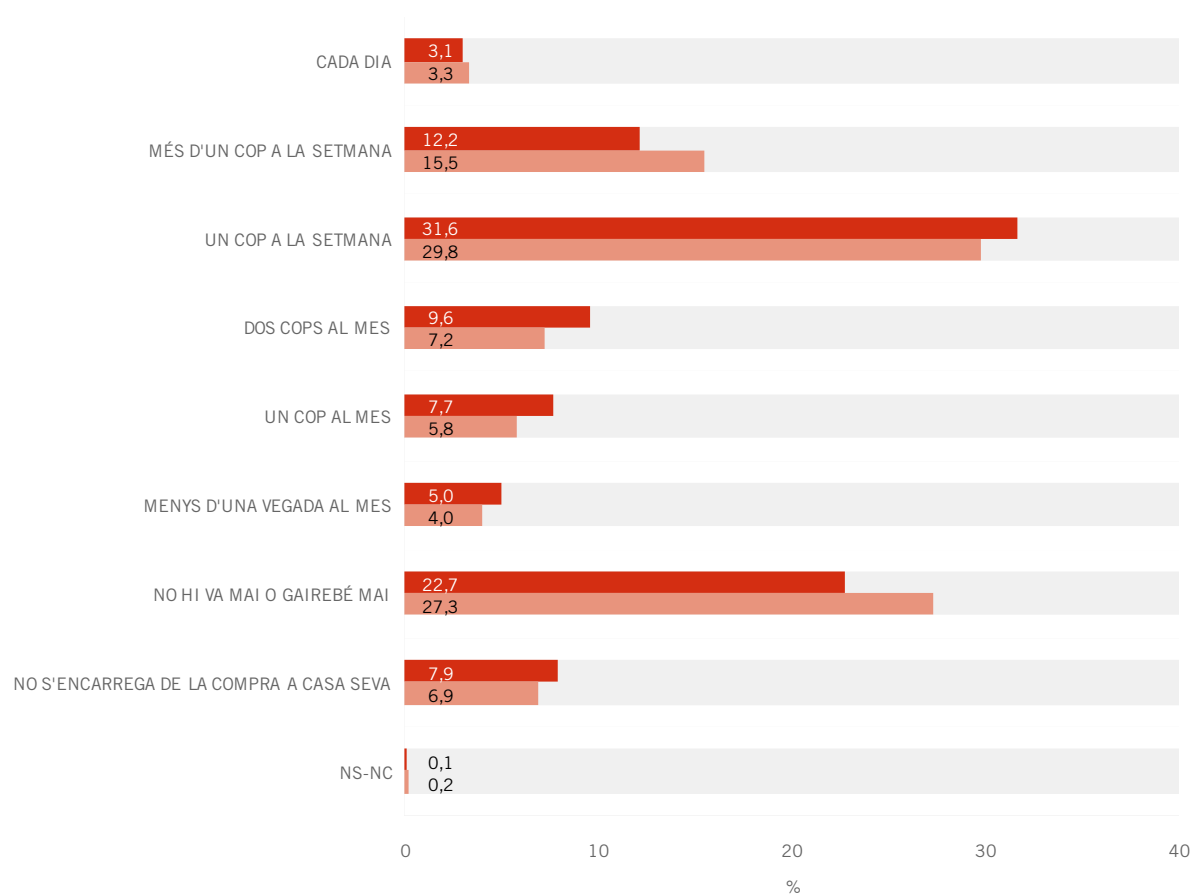
Un 69,2% dels barcelonins van al mercat municipal amb alguna freqüència.

La majoria hi va un cop o més a la setmana, concretament el 31,6% hi va una sola vegada a la setmana, el 12,2% més d'una vegada i el 3,1% cada dia.

Un altre 9,6% diu anar-hi aproximadament cada 15 dies, el 7,7% hi va un cop al mes i els 5,0% amb menor freqüència.

Un 22,7% dels barcelonins no compra mai o gairebé mai al mercat municipal i un altre 7,9% assegura no encarregar-se mai de fer la compra a casa seva.

Evolució: En comparació amb la darrera consulta disminueixen els que afirmen que no hi van mai o gairebé mai al mercat, la resta de dades es mantenen similars.



VALORACIÓ DELS MERCATS

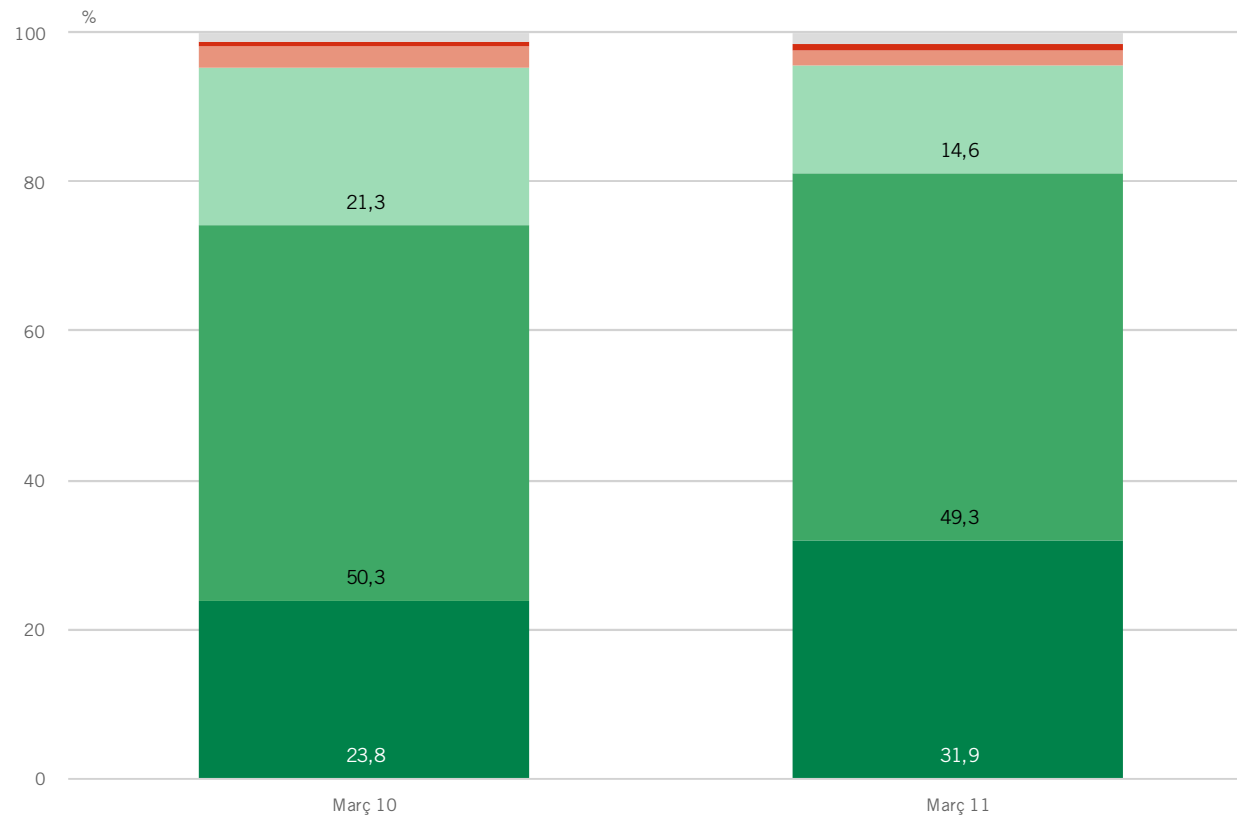
P3.- VOSTÈ, AMB ELS MERCATS MUNICIPALS, ESTÀ MOLT, BASTANT, REGULAR, POC O GENS SATISFET?

Un 81,2% dels barcelonins que han dit anar amb alguna freqüència al mercat municipal diuen estar-ne molt (31,9%) o bastant (49,3%) satisfets.

Un 14,6% manté una posició intermèdia i el 3,0% n'està poc o gens satisfet.

Per a tots els segments de població analitzats són amplia majoria els que estan molt o bastant satisfets amb els mercats municipals, però són les dones, les persones entre 55 i 64 anys i els veïns e Sant Andreu són les que mostren un grau de satisfacció més elevat.

Evolució: En comparació amb la darrera consulta han augmentat els que estan molt satisfets en detriment dels que diuen que tenen una satisfacció regular.



P3. **B** Van amb alguna freqüència al mercat municipal

N 712

Molt
Bastant
Regular

Poc
Gens
NS-NC



Ajuntament de Barcelona

VALORACIÓ DELS MERCATS

P4.- PER QUIN MOTIU ESTÀ MOLT O BASTANT SATISFET AMB ELS MERCATS MUNICIPALS?

Als que diuen estar molt o bastant satisfets amb els mercats municipals se'ls ha preguntat perquè en tenen aquesta opinió.

Una bona atenció al client i el tracte proper que ofereixen els comerciants són els aspectes més ben valorats dels mercats municipals (46,9%), amb distància segueix la qualitat dels productes que s'hi ofereixen (24,5%), que hi ha de tot (19,2%) i la varietat d'oferta que s'hi troba (14,1%).

Altres aspectes que es valoren positivament són l'accés a productes frescos de qualitat (11,7%), les reformes que s'hi han fet, juntament amb el bon manteniment, la neteja, que estiguin nous i ben condicionats (10,6%) i el preu al que s'ofereixen els productes (8,2%).

Tenir-ho prop de casa, l'ambient que es respira als mercats, els serveis o bé simplement que li agrada i s'identifica amb aquesta manera de comprar, són altres dels aspectes destacats.

Evolució: En comparació amb la darrera consulta ha augmentat la proporció dels que donen més importància a tots els aspectes relatius a l'atenció, el tracte, la confiança o els serveis, i baixen, tot i ser molt importants, la qualitat i la varietat dels productes.

%	2010	2011
	Març	Març
L'ATENCIÓ, EL TRACTE	34,6	46,9
LA QUALITAT DELS PRODUCTES	32,9	24,5
HI TROBES DE TOT	14,4	19,2
LA VARIETAT DE PRODUCTES/ L'OFERTA	23,5	14,1
ACCÉS A PRODUCTES FRESCOS	10,5	11,7
ESTAN REMODELATS, NETS	11,1	10,6
EL PREU	12,3	8,2
HO TÉ A PROP DE CASA	3,7	5,6
L'AMBIENT/ ELS CONEIX O EL CONEIXEN	6,4	5,1
BONS SERVEIS (T'HO PORTEN A CASA,...)	1,2	4,2
LI AGRADA	2,3	4,0
EM DÓNA CONFIANÇA	-	3,8
PER COSTUM, TRADICIÓ	3,3	2,8
L'HORARI	-	1,3
POTS TRIAR EL GÈNERE	1,4	0,7
PRODUCTES NO ENVASATS	1,0	0,3
ALTRES	1,9	5,0
NS-NC	1,2	1,0
N	(486)	(577)

P4. **B** Estan molt o bastant satisfets amb els mercats municipals

N 577

R Espontània. Multiresposta



Ajuntament
de Barcelona

MOTIUS PER NO COMPRAR ALS MERCATS MUNICIPALS

P2.- PER QUIN MOTIU NO VA A COMPRAR ALS MERCATS MUNICIPALS?

Per altra banda, un 22,7% dels entrevistats diu que no va a comprar mai o gairebé mai als mercats municipals, i a aquests se'ls hi ha preguntat per quin motiu no hi van.

Un 30,6% dels entrevistats diu no anar-hi perquè li queda massa lluny de casa, als que podem sumar-hi un altre 14,1% que diu optar per altres establiments perquè els té més a prop de casa.

Un altre 21,2% diu simplement que prefereix altres tipus d'establiments (principalment supermercats), un 10,7% perquè consideren que l'horari és més restringit, un 8,2% pensen que és car i un altre 7,8% no va al mercat per falta de temps.

Que no es poden desplaçar, que troben que altres establiments són més còmodes, pel tipus de producte que necessiten o manca de costum són altres arguments per no comprar al mercat municipal.

Evolució: En comparació amb la darrera consulta ha augmentat el percentatge d'entrevistats que argumenten que els hi queda lluny. Es referma que la distància és el principal fre per no anar a comprar als mercats.

%	2010	2011
	Març	Març
LI QUEDA LLUNY	25,6	30,6
COMPRA EN UN ALTRE TIPUS D'ESTABLIMENT	22,7	21,2
TÉ MÉS A PROP ALTRES ESTABLIMENTS	12,1	14,1
L'HORARI ÉS MÉS RESTRINGIT	7,7	10,7
ÉS CAR	5,5	8,2
PER MANCA DE TEMPS	10,6	7,8
NO POT DESPLAÇAR-SE (PER SALUT, MINUSVALIA, ETC.)	-	4,6
ALTRES ESTABLIMENTS SÓN MÉS COMODES	9,5	3,9
PEL TIPUS DE PRODUCTES QUE NECESSITA	1,1	1,8
MANCA DE COSTUM	3,7	1,3
FALTA DE CONFIANÇA	-	0,9
NO LI AGRADA	-	0,9
POCA OFERTA /POQUES PARADES	1,1	0,9
COMPRA PER INTERNET / LI PORTEN LA COMPRA A CASA	2,6	0,4
MOLTA GENT I CUES	1,8	0,4
ALTRES	3,3	3,6
CAP/ RES	0,0	0,4
NS-NC	2,2	0,4
N	(273)	(231)

P2. **B** No van a comprar als mercats municipals

N 231

R Espontània. Multiresposta.



Ajuntament
de Barcelona

TAULES D'EVOLUCIÓ



TAULES D'EVOLUCIÓ

1.- AMB QUINA FREQUÈNCIA VA A COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL?

%	2010	2011
	Març	Març
CADA DIA	3,3	3,1
MÉS D'UN COP A LA SETMANA	15,5	12,2
UN COP A LA SETMANA	29,8	31,6
DOS COPS AL MES	7,2	9,6
UN COP AL MES	5,8	7,7
MENYS D'UNA VEGADA AL MES	4,0	5,0
NO HI VA MAI O GAIREBÉ MAI	27,3	22,7
NO S'ENCARREGA DE LA COMPRA A CASA SEVA	6,9	7,9
NS-NC	0,2	0,1
N	(1000)	(1026)

TAULES D'EVOLUCIÓ

2.- PER QUIN MOTIU NO VA A COMPRAR-HI?

(BASE: NO VAN A COMPRAR ALS MERCATS MUNICIPALS) (MULTIRESPOSTA)

%	2010	2011
	Març	Març
LI QUEDA LLUNY	25,6	30,6
COMPRA EN UN ALTRE TIPUS D'ESTABLIMENT	22,7	21,2
TÉ MÉS A PROP ALTRES ESTABLIMENTS	12,1	14,1
L'HORARI ÉS MÉS RESTRINGIT	7,7	10,7
ÉS CAR	5,5	8,2
PER MANCA DE TEMPS	10,6	7,8
NO POT DESPLAÇAR-SE (PER SALUT, MINUSVALIA, ETC.)	-	4,6
ALTRES ESTABLIMENTS SÓN MÉS COMODES	9,5	3,9
PEL TIPUS DE PRODUCTES QUE NECESSITA	1,1	1,8
MANCA DE COSTUM	3,7	1,3
FALTA DE CONFIANÇA	-	0,9
NO LI AGRADA	-	0,9
POCA OFERTA /POQUES PARADES	1,1	0,9
COMPRA PER INTERNET / LI PORTEN LA COMPRA A CASA	2,6	0,4
MOLTA GENT I CUES	1,8	0,4
ALTRES	3,3	3,6
CAP/ RES	0,0	0,4
NS-NC	2,2	0,4
N	(273)	(231)



TAULES D'EVOLUCIÓ

3.- VOSTÈ, AMB ELS MERCATS DE BARCELONA, ESTÀ MOLT, BASTANT, REGULAR, POC O GENS SATISFET?
(BASE: VAN AMB ALGUNA FREQUÈNCIA AL MERCAT MUNICIPAL)

%	2010	2011
	Març	Març
MOLT	23,8	31,9
BASTANT	50,3	49,3
REGULAR	21,3	14,6
POC	2,7	2,1
GENS	0,8	0,9
NS-NC	1,1	1,4
N	(656)	(712)



TAULES D'EVOLUCIÓ

4.- PER QUIN MOTIU ESTÀ MOLT O BASTANT SATISFET AMB ELS MERCATS MUNICIPALS?

(BASE: ESTAN MOLT/BASTANT SATISFETS AMB ELS MERCATS MUNICIPALS) (MULTIRESPOSTA)

%	2010	2011
	Març	Març
L'ATENCIÓ, EL TRACTE	34,6	46,9
LA QUALITAT DELS PRODUCTES	32,9	24,5
HI TROBES DE TOT	14,4	19,2
LA VARIETAT DE PRODUCTES/ L'OFERTA	23,5	14,1
ACCÉS A PRODUCTES FRESCOS	10,5	11,7
ESTAN REMODELATS, NETS	11,1	10,6
EL PREU	12,3	8,2
HO TÉ A PROP DE CASA	3,7	5,6
L'AMBIENT/ ELS CONEIX O EL CONEIXEN	6,4	5,1
BONS SERVEIS (T'HO PORTEN A CASA,...)	1,2	4,2
LI AGRADA	2,3	4,0
EM DÓNA CONFIANÇA	-	3,8
PER COSTUM, TRADICIÓ	3,3	2,8
L'HORARI	-	1,3
POTS TRIAR EL GÈNERE	1,4	0,7
PRODUCTES NO ENVASATS	1,0	0,3
ALTRES	1,9	5,0
NS-NC	1,2	1,0
N	(486)	(577)



DADES D'IDENTIFICACIÓ



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z1.- QUINS CANALS DE TELEVISIÓ ACOSTUMA A VEURE MÉS HABITUALMENT?:
(ESPONTÀNIA) (SUMA DE LES TRES RESPOSTES)

(Recompte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
TVE 1	41,5
TVE 2	11,8
TV3	65,8
C33	15,7
TELECINCO	23,4
ANTENA 3	26,6
CUATRO	15,6
LA SEXTA	17,7
BTV	12,3
8TV	8,7
INFORMATIUS	5,4
ENTRETENIMENT/ SÈRIES/ CINE	8,2
ALTRES	19,1
NO VEU/ NO TÉ TV	3,5
NO SAP /NO CONTESTA	,4



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z2.- AMB QUINA FREQUÈNCIA LLEGEIX LA PREMSA IMPRESA O PER INTERNET?

(Recoppte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
CADA DIA	65,9
NOMÉS ELS CAPS DE SETMANA	9,6
DE TANT EN TANT	16,5
QUASI MAI	2,4
MAI	5,4
NO SAP	,2

Z3.- QUINS SÓN ELS DIARIS QUE LLEGEIX AMB MÉS FREQUÈNCIA?:
(BASE: LLEGEIXEN PREMSA)
(ESPONTÀNIA) (SUMA DE LES DUES RESPOSTES)

(Recoppte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(968)
LA VANGUARDIA	51,1
EL PERIÓDICO (CATALÀ)	21,3
EL PERIÓDICO (CASTELLÀ)	18,1
EL PAÍS	17,7
AVUI	5,4
EL MUNDO	3,7
ABC	1,1
LA RAZÓN	,7
PÚBLICO	1,0
ARA	6,2
EL PUNT	,2
ALTRES COMARCALS/ LOCALS	,6
DIARIS INTERNACIONALS	1,6
DIARIS ESPORTIUS	12,6
DIARIS ECONÒMICS	1,6
DIARIS GRATUÏTS	25,0
ALTRES	2,3
NO SAP	,4
NO CONTESTA	,9



DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z4/Z5 (RESUM).- ESCALA IDEOLÒGICA I SENTIMENT DE PERTINENÇA

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

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

		TOTAL
IDEOLOGIA	Mitjana	2,1
	Des.Est.	1,3
	(n)	(834)
PERTINENÇA	Mitjana	3,5
	Des.Est.	1,1
	(n)	(935)

Z4.- DE LES SEGÜENTS OPCIONS IDEOLÒGIQUES, A QUINA SE SENT VOSTÈ MÉS PROPER?

(Recoppte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
ESQUERRA	37,0
CENTRE ESQUERRA	17,7
CENTRE	11,6
CENTRE DRETA	10,0
DRETA	5,2
APOLÍTIC	9,4
NO SAP	4,9
NO CONTESTA	4,3

Z5.- I, A QUINA DE LES SEGÜENTS SITUACIONS SE SENT MÉS PROPER?

(Recoppte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
ÚNICAMENT ESPANYOL	6,8
MÉS ESPANYOL QUE CATALÀ	4,4
TANT ESPANYOL COM CATALÀ	37,6
MÉS CATALÀ QUE ESPANYOL	23,8
ÚNICAMENT CATALÀ	18,5
ALTRES	6,4
NO SAP	,8
NO CONTESTA	1,7

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Q1.- SEXE

(Recoppte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
HOME	46,7
DONA	53,3

Q2 (RESUM).- EDAT

	TOTAL	
EDAT	Mitjana	49,1
	Des.Est.	18,5
	(n)	(1026)

Q2.- EDAT

(Recoppte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
DE 16 A 24 ANYS	8,8
DE 25 A 34 ANYS	17,9
DE 35 A 44 ANYS	18,9
DE 45 A 54 ANYS	15,9
DE 55 A 64 ANYS	13,3
65 I MÉS ANYS	25,2

Z6.- I EL SEU LLOC DE NAIXEMENT ÉS (ON VIVIEN ELS SEUS PARES QUAN VA NÉIXER)

(Recoppte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
BARCELONA CIUTAT	62,7
RESTA CATALUNYA	8,5
RESTA D'ESPANYA	20,2
UNIÓ EUROPEA	2,2
RESTA DEL MÓN	6,3
NO CONTESTA	,1

Q4 (RESUM).- NACIONALITAT AGRUPADA

(Recoppte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
ESPANYA	92,8
UNIÓ EUROPEA	1,7
ALTRES	5,5

Z7.- QUINA ÉS LA SEVA LLENGUA HABITUAL? (ESPONTÀNIA)

(Recoppte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
CATALÀ	54,9
CASTELLÀ	43,4
NO CONTESTA	1,6

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z18 (RESUM).- QUANTES PERSONES VIUEN A CASA SEVA (COMPTANT-SE VOSTÈ)?

		TOTAL
# PERSONES	Mitjana	2,8
	Des.Est.	1,2
	(n)	(1020)

Z18.- QUANTES PERSONES VIUEN A CASA SEVA (COMPTANT-SE VOSTÈ)?

(Recompte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
UN	13,4
DOS	33,8
TRES	25,8
QUATRE	19,7
CINC	4,7
SIS O MÉS	1,9
NO CONTESTA	,6

Z17.- ESTAT CIVIL

(Recompte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
SOLTER/A (MAI HA ESTAT CASAT/DA)	28,7
CASAT/DA, VIU AMB PARELLA	58,4
SEPARAT/DA, DIVORCIAT/DA	4,0
VIDU/A	8,5
NO CONTESTA	,4

Q3.- DISTRICTE MUNICIPAL

(Recompte) % Columna	TOTAL
TOTAL	(1026)
CIUTAT VELLA	6,4
EIXAMPLE	16,7
SANTS-MONTJUÏC	11,4
LES CORTS	5,1
SARRIÀ-SANT GERVASI	8,6
GRÀCIA	7,6
HORTA-GUINARDÓ	10,5
NOU BARRIS	10,4
SANT ANDREU	9,1
SANT MARTÍ	14,2

ENQUESTES I ESTUDIS D'OPINIÓ BARCELONA

Aquests estudis sociològics permeten determinar les prioritats de la població, conèixer la realitat social, saber com es valora l'activitat i els serveis municipals, i esbrinar l'opinió sobre l'actuació política municipal.



Pla
d'Estudis Sociològics



Sèrie
d'Avaluació Contínua



Enquestes
de Sistemes de Qualitat



Investigació
de Comunicació



Estudis
Ad-Hoc



Ajuntament
de Barcelona



Ajuntament
de Barcelona