

SIA  
CON

r12006

# ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS PRESENTACIÓ DE RESULTATS

MARÇ 2012



**Ajuntament  
de Barcelona**

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió **r12006**

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL  
INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS  
PRESENTACIÓ DE RESULTATS

MARÇ 2012

**Direcció de Comunicació i Atenció Ciutadana**

Direcció de Serveis d'Estudis i Avaluació

C/ Paradís, 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
- 005 FREQUÈNCIA DE COMPRA ALS MERCATS MUNICIPALS
- 007 VALORACIÓ DELS MERCATS
- 009 MOTIUS PER NO COMPRAR ALS MERCATS MUNICIPALS
- 010 PERFIL DELS ENTREVISTATS
- 013 TAULES D'EVOLUCIÓ



## FITXA TÈCNICA

### ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

### UNIVERS

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

### GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1.000 entrevistes.

### METODOLOGIA

Entrevista telefònica amb sistema CATI (Computed Assisted Telephone Interviews) en les llars.

### PROCEDIMENT DE MOSTREIG

Mostreig aleatori estratificat. Els estrats s'han format per l'encreuament dels deu districtes municipals amb el gènere i amb l'edat dels ciutadans (l'edat es divideix en sis categories: de 16 a 24, de 25 a 34, de 35 a 44, de 45 a 54, de 55 a 64 i de 65 anys i més). S'han aplicat quotes per a cadascun dels estrats calculades de forma proporcional segons el padró municipal.

### AFIXACIÓ

Proporcional.

### PONDERACIÓ

En funció de la població objectiu real en cadascun dels estrats definits a la mostra per

tal d'obtenir els resultats del conjunt de la ciutat.

### ERROR MOSTRAL

Per a un nivell de confiança del 95,5% ( $2\sigma$ ), i  $P = Q$ , l'error és de  $\pm 3,10$  per al conjunt de la mostra.

### DATA DE REALITZACIÓ

Del 7 al 17 de març de 2012.

### EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Associació Catalana d'Esclerosi Múltiple J.M. Charcot.

El bloc de preguntes de l' Institut Municipal de Mercats forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de MARÇ de 2012.

## 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 a la pregunta formulada

## FREQÜÈNCIA DE COMPRA ALS MERCATS MUNICIPALS

Un 66,5% dels barcelonins van al mercat municipal amb alguna freqüència.

La majoria hi va un cop o més a la setmana, concretament el 27,6% hi va una sola vegada a la setmana, el 14,1% més d'una vegada i el 3,8% cada dia.

Un altre 9,8% diu anar-hi aproximadament cada 15 dies, el 7,3% hi va un cop al mes i els 3,9% amb menor freqüència.

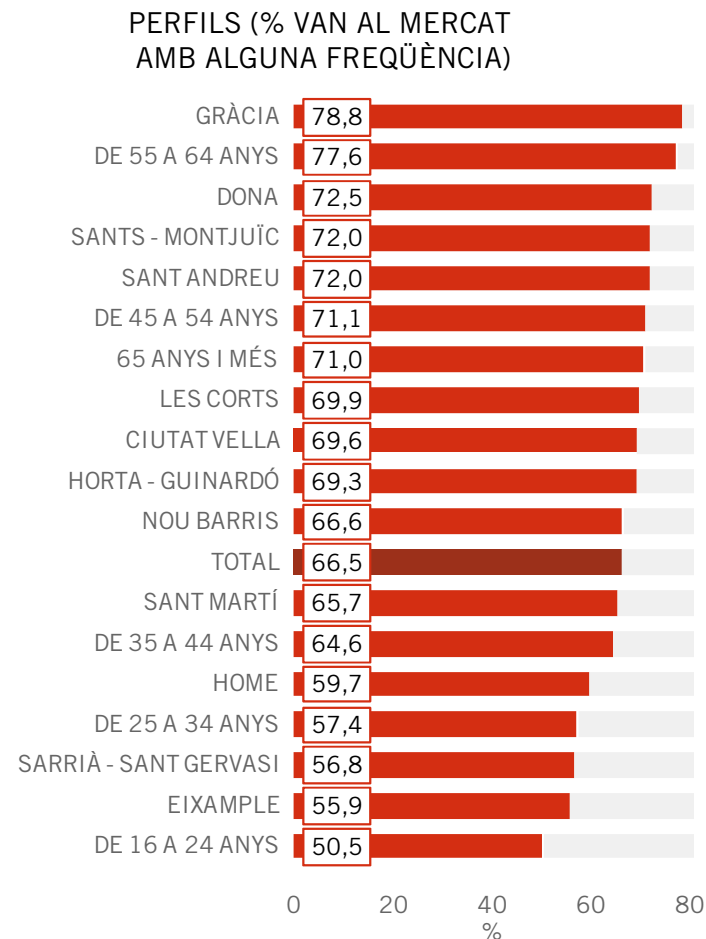
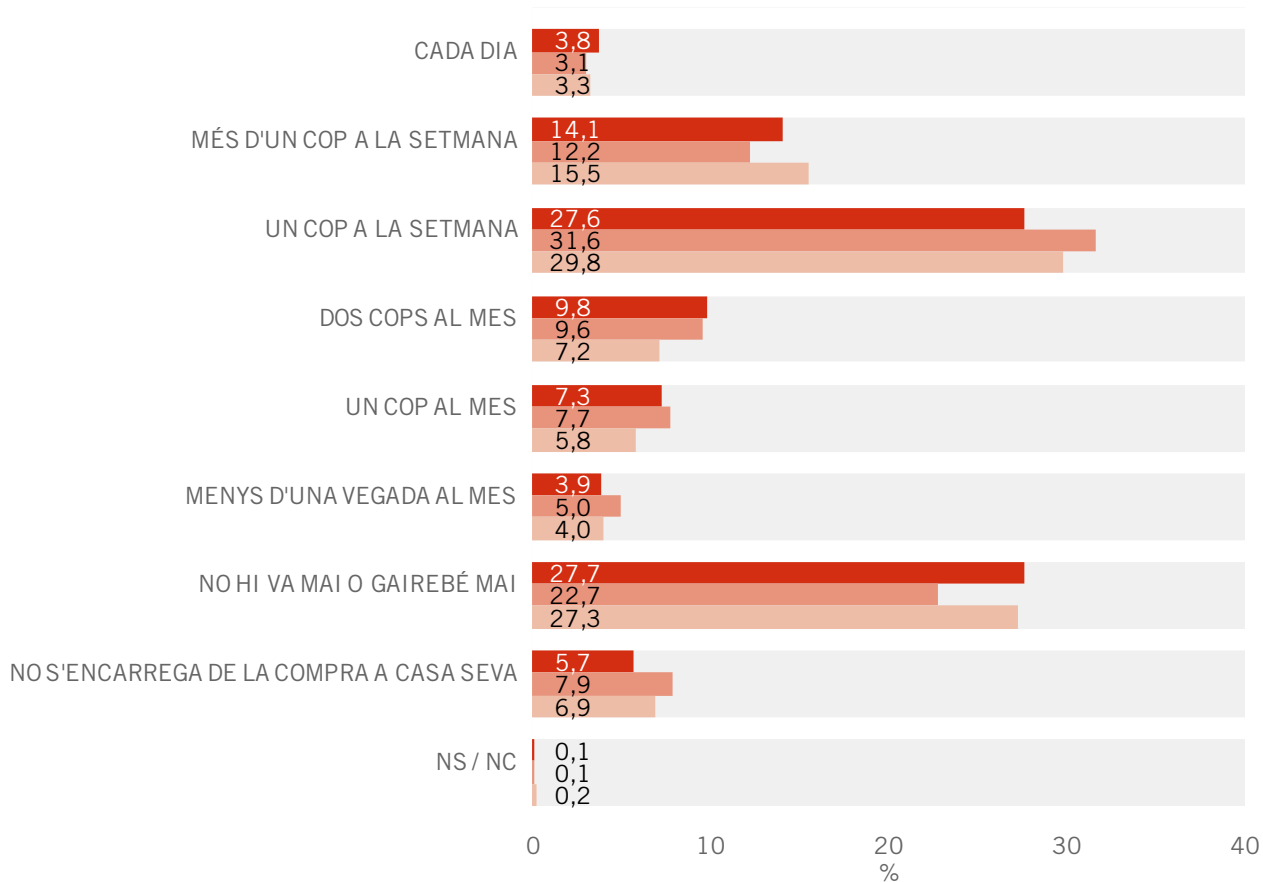
Un 27,7% dels barcelonins no compra mai o gairebé mai al mercat municipal i un altre 5,7% assegura no encarregar-se mai de fer la compra a casa seva.

Entre les dones, les persones en els grups d'edat de 45 anys i més i els residents a Gràcia, Sants-Montjuic, Sant Andreu, Les Corts i Ciutat Vella n'hi ha una major proporció que van a comprar al mercat municipal.

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

# FREQÜÈNCIA DE COMPRA ALS MERCATS MUNICIPALS

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



P1. N 1000

■ Març 2012  
■ Març 2011  
■ Març 2010

## VALORACIÓ DELS MERCATS

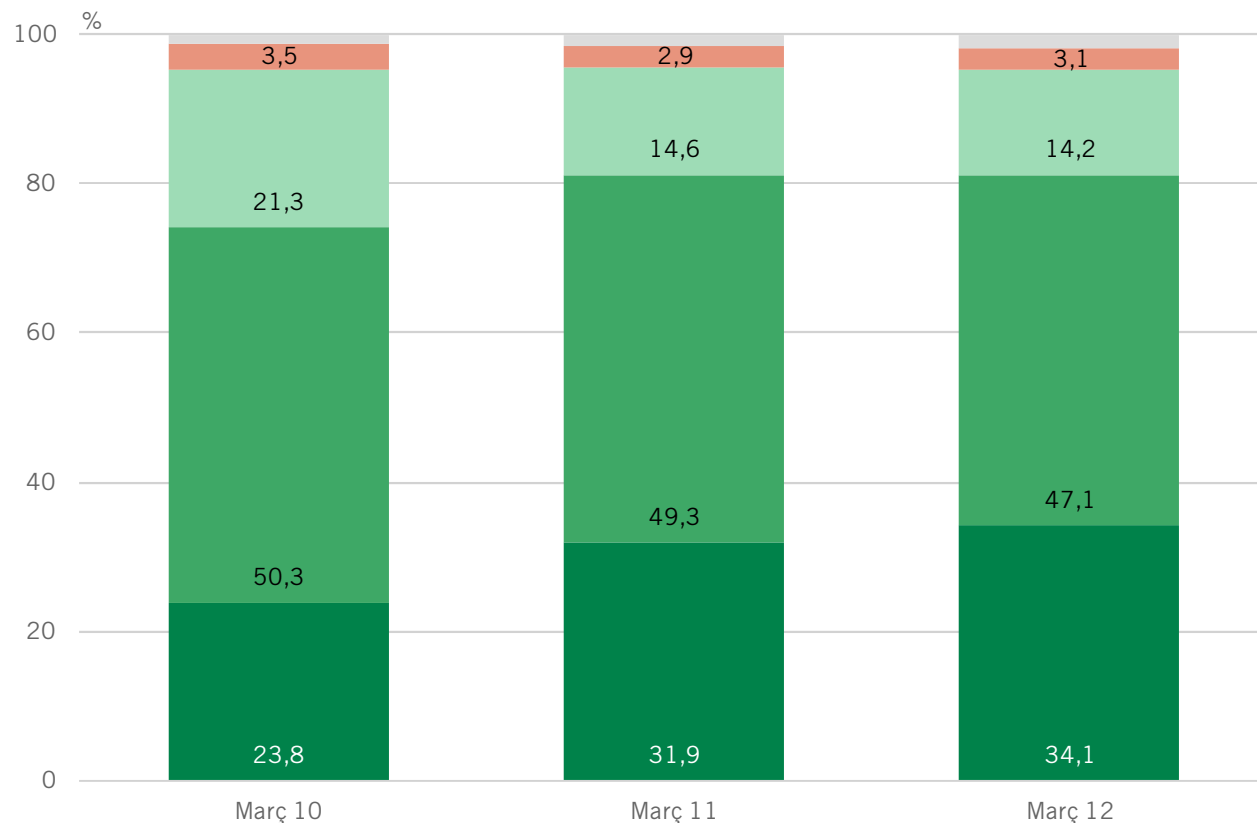
### P3. VOSTÈ, AMB ELS MERCATS MUNICIPALS, ESTÀ MOLT, BASTANT, REGULAR, POC O GENS SATISFET?

Un 81,2% dels barcelonins que han dit anar amb alguna freqüència al mercat municipal diuen estar-ne molt (34,1%) o bastant (47,1%) satisfets.

Un 14,2% manté una posició intermèdia i el 3,1% n'està poc o gens satisfet.

Per a tots els segments de població analitzats són àmplia majoria els que estan molt o bastant satisfets amb els mercats municipals, però són els majors de 64 anys i els veïns de Ciutat Vella els que mostren un grau de satisfacció més elevat.

**Evolució:** En comparació amb la darrera consulta es mantenen els resultats.



P3. **B** Van a comprar al mercat municipal

**N** 662

**Molt satisfet**  
**Bastant satisfet**  
**Regular**

**Poc/Gens satisfet**  
**NS / NC**



## 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 per què 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 (43,4%), amb distància segueix la varietat dels productes que s'hi ofereixen (31,4%), i la qualitat dels productes (29,6%).

Altres aspectes que es valoren positivament són el preu (10,5%), l'accés a productes frescos (9,4%), l'ambient (8,6%), que estan remodelats i nets (7,7%) i que ho té a prop de casa (7,0%) entre d'altres amb percentatges menors al 5%.

**Evolució:** Els resultats es mantenen similars, destacar que en aquesta consulta els enquestats han verbalitzat els aspectes relatius a la varietat de productes i l'oferta i la seva qualitat en lloc de que es troba de tot.

%	2010	2011	2012
	Març	Març	Març
L'ATENCIÓ, EL TRACTE	34,6	46,9	43,4
LA VARIETAT DE PRODUCTES / L'OFERTA	23,5	14,1	31,4
LA QUALITAT DELS PRODUCTES	32,9	24,5	29,6
EL PREU	12,3	8,2	10,5
ACCÉS A PRODUCTES FRESCOS	10,5	11,7	9,4
L'AMBIENT / ELS CONEIX O EL CONEIXEN	6,4	5,1	8,6
ESTAN REMODELATS, NETS	11,1	10,6	7,7
HO TÉ A PROP DE CASA	3,7	5,6	7,0
HI TROBES DE TOT	14,4	19,2	4,7
BONS SERVEIS (T'HO PORTEN A CASA,...)	1,2	4,2	4,6
EM DÓNA CONFIANÇA	-	3,8	4,1
PER COSTUM, TRADICIÓ	3,3	2,8	3,5
POTS TRIAR EL GÈNERE	1,4	0,7	2,5
LI AGRADA	2,3	4,0	2,0
PRESENTACIÓ DEL PRODUCTE	-	-	2,0
ÉS CÒMODE	-	-	1,7
L'HORARI	-	1,3	1,1
PRODUCTES NO ENVASATS	1,0	0,3	0,4
ALTRES	1,9	5,0	2,3
TOT	-	-	0,6
CAP / RES	-	-	0,2
NS / NC	1,2	1,0	1,0
N	(486)	(577)	(534)

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

**N** 534

**R** Espontània. Multiresposta

## MOTIUS PER NO COMPRAR ALS MERCATS MUNICIPALS

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

Per altra banda, un 27,7% 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 30,9% dels entrevistats diu no anar-hi perquè li queda massa lluny de casa, als que podem sumar-hi un altre 3,9% que diu optar per altres establiments perquè els té més a prop de casa.

Un altre 12,1% diu que prefereix altres tipus d'establiments que li són més còmodes, un 12% compra en un altre tipus d'establiment, un 11,2% no va al mercat per falta de temps, un 9,2% pensen que és car, i un altre 8,2% perquè consideren que l'horari és més restringit.

Que no es poden desplaçar, que no li agrada, que compra per Internet o li porten la compra a casa, que hi ha poca oferta o parades, manca de costum, pel tipus de productes que necessita, per falta de confiança o perquè hi ha molta gent i cues són altres arguments per no comprar al mercat municipal.

**Evolució:** Els resultats es mantenen similars, destacar que en aquesta consulta els enquestats s'han referit a la comoditat d'altres establiments i la manca de temps per anar al mercat en lloc d'especificar que compren en un altre tipus d'establiment o que té més a prop altres establiments.

%	2010	2011	2012
	Març	Març	Març
LI QUEDA LLUNY	25,6	30,6	30,9
ALTRES ESTABLIMENTS SÓN MÉS COMODES	9,5	3,9	12,1
COMPRA EN UN ALTRE TIPUS D'ESTABLIMENT	22,7	21,2	12,0
PER MANCA DE TEMPS	10,6	7,8	11,2
ÉS CAR	5,5	8,2	9,2
L'HORARI ÉS MÉS RESTRINGIT	7,7	10,7	8,2
NO POT DESPLAÇAR-SE (PER SALUT, MINUSVALIA, ETC.)	-	4,6	5,5
TÉ MÉS A PROP ALTRES ESTABLIMENTS	12,1	14,1	3,9
NO LI AGRADA	-	0,9	3,7
COMPRA PER INTERNET / LI PORTEN LA COMPRA A CASA	2,6	0,4	2,3
POCA OFERTA / POQUES PARADES	1,1	0,9	2,0
MANCA DE COSTUM	3,7	1,3	1,3
PEL TIPUS DE PRODUCTES QUE NECESSITA	1,1	1,8	1,3
FALTA DE CONFIANÇA	-	0,9	0,8
MOLTA GENT I CUES	1,8	0,4	0,7
ALTRES	3,3	3,6	4,4
CAP / RES	-	0,4	0,5
NS / NC	2,2	0,4	1,1
N	(273)	(231)	(242)

P2. **B** No van mai o gairebé mai a comprar al mercat municipal

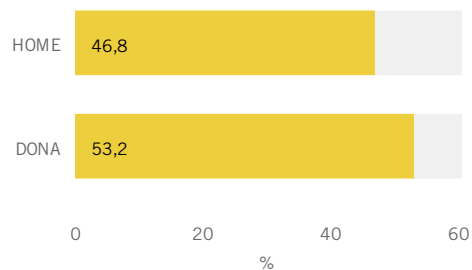
**N** 242

**R** Espontània. Multiresposta.

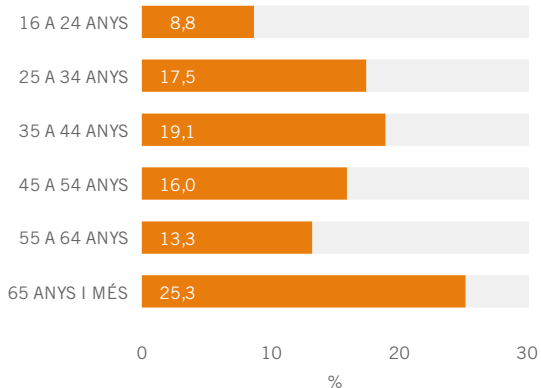
## PERFIL DELS ENTREVISTATS

# PERFIL DELS ENTREVISTATS

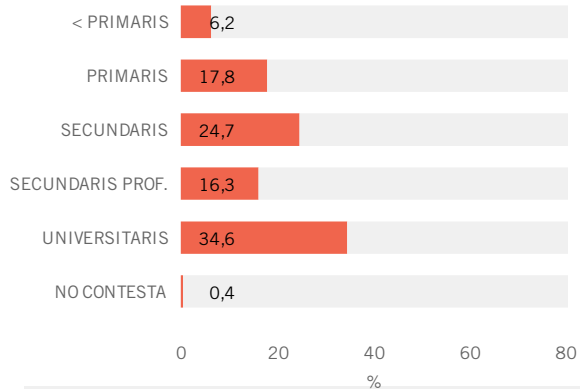
## SEXE



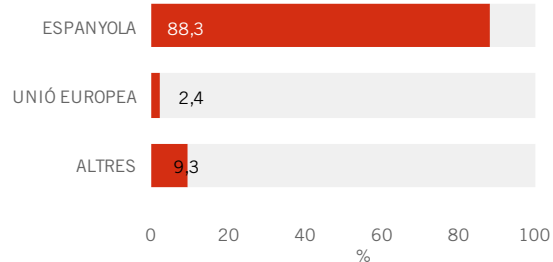
## EDAT



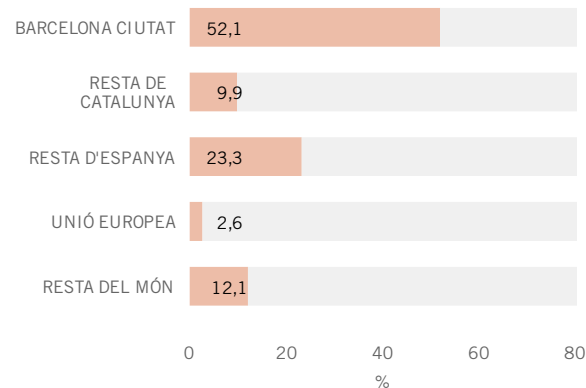
## NIVELL D'ESTUDIS



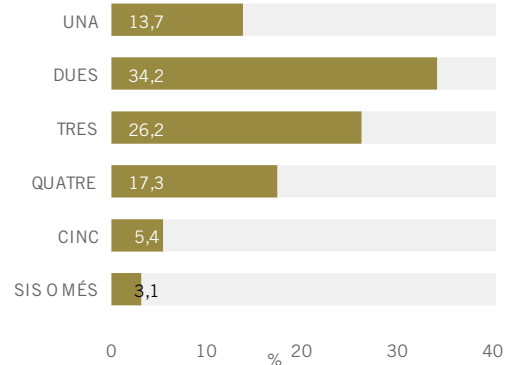
## NACIONALITAT



## LLOC DE NAIXEMENT

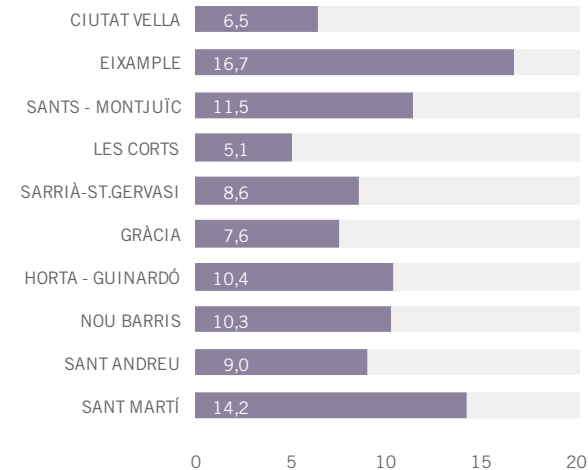


## PERSONES A LA LLAR

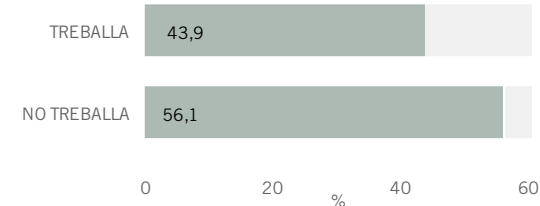


Mitjana  
2,8 persones

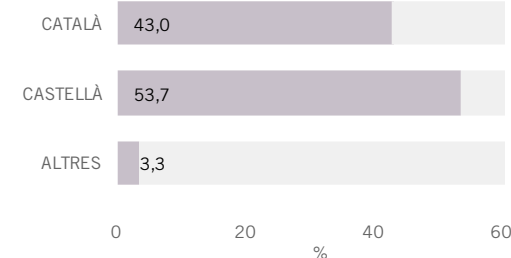
## DISTRICTE



## SITUACIÓ LABORAL



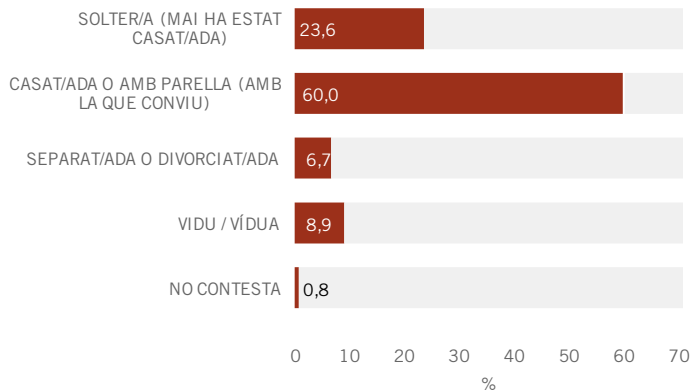
## LLENGUA HABITUAL



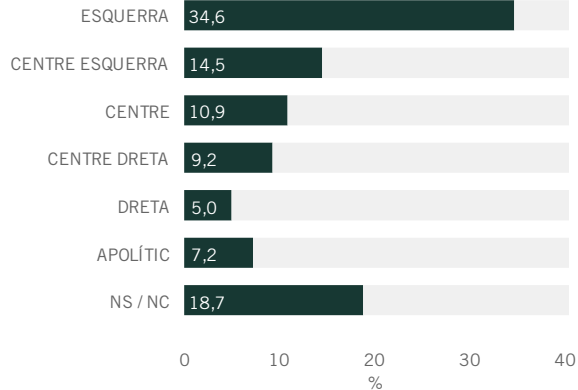
N 1000

# PERFIL DELS ENTREVISTATS

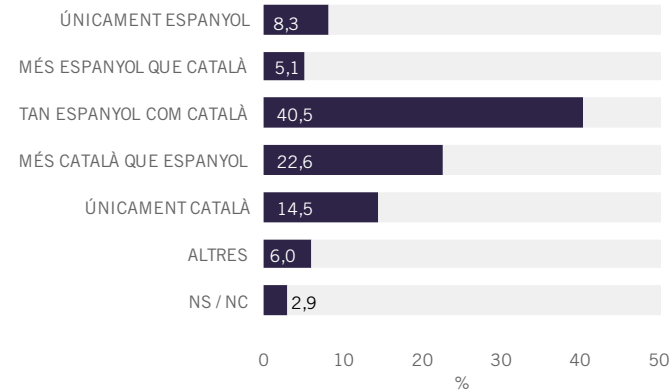
## SITUACIÓ PERSONAL



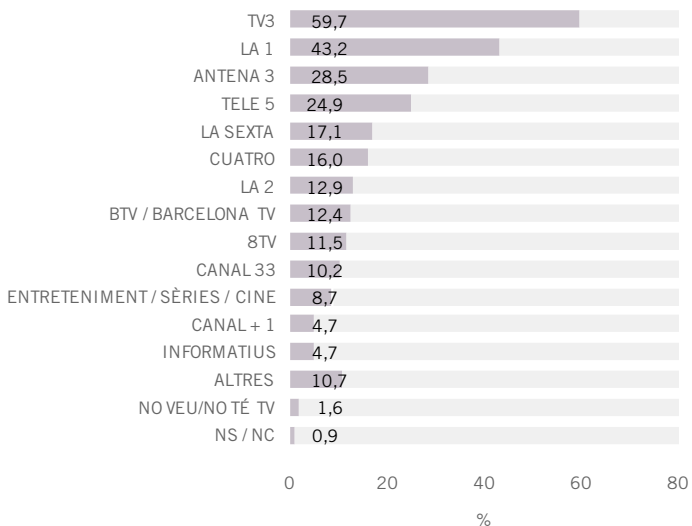
## IDEOLOGIA



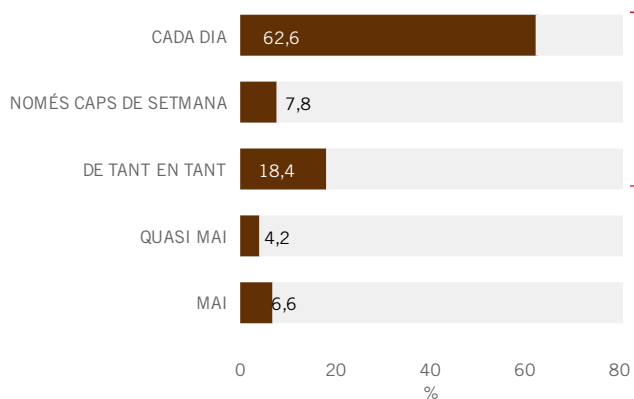
## SENTIMENT DE PERTINENÇA



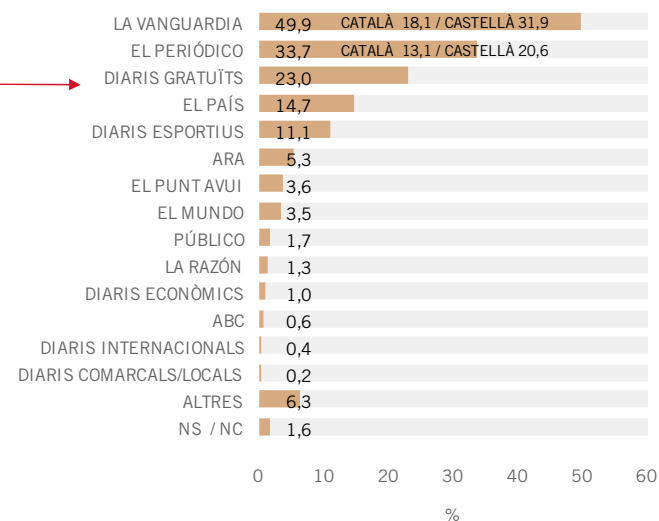
## CANAL DE TELEVISIÓ MÉS HABITUAL (Multiresposta)



## LLEGEIX PREMSA



## DIARI MÉS LLEGIT (n=929) (Multiresposta)



## TAULES D'EVOLUCIÓ

# TAULES D'EVOLUCIÓ

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

%	2010	2011	2012
	Març	Març	Març
CADA DIA	3,3	3,1	3,8
MÉS D'UN COP A LA SETMANA	15,5	12,2	14,1
UN COP A LA SETMANA	29,8	31,6	27,6
DOS COPS AL MES	7,2	9,6	9,8
UN COP AL MES	5,8	7,7	7,3
MENYS D'UNA VEGADA AL MES	4,0	5,0	3,9
NO HI VA MAI O GAIREBÉ MAI	27,3	22,7	27,7
NO S'ENCARREGA DE LA COMPRA A CASA SEVA	6,9	7,9	5,7
NS / NC	0,2	0,1	0,1
N	(1000)	(1026)	(1000)

# TAULES D'EVOLUCIÓ

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

(BASE: NO VAN MAI O GAIREBÉ MAI A COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL) (ESPONTÀNIA) (MULTIRESPOSTA)

%	2010	2011	2012
	Març	Març	Març
LI QUEDA LLUNY	25,6	30,6	30,9
ALTRES ESTABLIMENTS SÓN MÉS COMODES	9,5	3,9	12,1
COMPRA EN UN ALTRE TIPUS D'ESTABLIMENT	22,7	21,2	12,0
PER MANCA DE TEMPS	10,6	7,8	11,2
ÉS CAR	5,5	8,2	9,2
L'HORARI ÉS MÉS RESTRINGIT	7,7	10,7	8,2
NO POT DESPLAÇAR-SE (PER SALUT, MINUSVALIA, ETC.)	-	4,6	5,5
TÉ MÉS A PROP ALTRES ESTABLIMENTS	12,1	14,1	3,9
NO LI AGRADA	-	0,9	3,7
COMPRA PER INTERNET / LI PORTEN LA COMPRA A CASA	2,6	0,4	2,3
POCA OFERTA /POQUES PARADES	1,1	0,9	2,0
MANCA DE COSTUM	3,7	1,3	1,3
PEL TIPUS DE PRODUCTES QUE NECESSITA	1,1	1,8	1,3
FALTA DE CONFIANÇA	-	0,9	0,8
MOLTA GENT I CUES	1,8	0,4	0,7
ALTRES	3,3	3,6	4,4
CAP/ RES	-	0,4	0,5
NS / NC	2,2	0,4	1,1
N	(273)	(231)	(242)



## TAULES D'EVOLUCIÓ

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

%	2010	2011	2012
	Març	Març	Març
MOLT	23,8	31,9	34,1
BASTANT	50,3	49,3	47,1
REGULAR	21,3	14,6	14,2
POC	2,7	2,1	2,0
GENS	0,8	0,9	1,1
NS / NC	1,1	1,4	1,6
N	(656)	(712)	(662)

# 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) (ESPONTÀNIA)(MULTIRESPOSTA)

%	2010	2011	2012
	Març	Març	Març
L'ATENCIÓ, EL TRACTE	34,6	46,9	43,4
LA VARIETAT DE PRODUCTES/L'OFERTA	23,5	14,1	31,4
LA QUALITAT DELS PRODUCTES	32,9	24,5	29,6
EL PREU	12,3	8,2	10,5
ACCÉS A PRODUCTES FRESCOS	10,5	11,7	9,4
L'AMBIENT/ ELS CONEIX O EL CONEIXEN	6,4	5,1	8,6
ESTAN REMODELATS, NETS	11,1	10,6	7,7
HO TÉ A PROP DE CASA	3,7	5,6	7,0
HI TROBES DE TOT	14,4	19,2	4,7
BONS SERVEIS (T'HO PORTEN A CASA,...)	1,2	4,2	4,6
EM DÓNA CONFIANÇA	-	3,8	4,1
PER COSTUM, TRADICIÓ	3,3	2,8	3,5
POTS TRIAR EL GÈNERE	1,4	0,7	2,5
LI AGRADA	2,3	4,0	2,0
PRESENTACIÓ DEL PRODUCTE	-	-	2,0
ÉS CÒMODE	-	-	1,7
L'HORARI	-	1,3	1,1
PRODUCTES NO ENVASATS	1,0	0,3	0,4
ALTRES	1,9	5,0	2,3
TOT	-	-	0,6
CAP / RES	-	-	0,2
NS / NC	1,2	1,0	1,0
N	(486)	(577)	(534)

## 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