



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal: Institut Municipal de Mercats

Presentació de Resultats

ABRIL 2013



Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r13011



Enquesta Òmnibus Municipal – Abril 2013
Presentació de Resultats - Institut Municipal de Mercats

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r13011

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
ABRIL 2013

Gerència Adjunta de Projectes Estratègics - Gerència Municipal
Direcció de Serveis d'Estudis i Avaluació

C/ 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.



ÍNDEX

- 003 FITXA TÈCNICA
- 005 MERCATS MUNICIPALS
- 006 Freqüència de compra
- 008 Valoració
- 010 Motius per no comprar al mercat
- 011 PERFIL DELS ENTREVISTATS
- 015 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) a 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

No és procedent.

ERROR MOSTRAL

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

DATA DE REALITZACIÓ

Del 8 al 12 d'abril de 2013.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP GESOP

El bloc de preguntes de l' Institut Municipal de Mercats forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL d'ABRIL de 2013.



SIGLES

B

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

N

Número de respostes. Número de respostes. Quantitat de respostes valorades per la pregunta concreta de l'estudi. En el cas de gràfics amb evolució s'indica el nombre d'entrevistes de la darrera consulta.

R

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



01

Mercats municipals



FREQÜÈNCIA DE COMPRA

MERCATS MUNICIPALS

El 70,5% dels barcelonins entrevistats van al mercat municipal amb alguna freqüència.

La majoria hi va un cop o més a la setmana. Concretament el 30,4% una vegada, el 13,5% més d'una vegada i el 2,6% cada dia. A més, el 9,1% diu anar-hi aproximadament cada 15 dies, el 9,3% un cop al mes i el 5,6% amb menor freqüència.

El 27,1% dels entrevistats no compra mai o gairebé mai al mercat municipal i l'1,9% assegura no encarregar-se mai de fer la compra de casa seva.

Solen comprar més als mercats municipals les dones, les persones de 55 anys i més anys i, els veïns de Ciutat Vella i Gràcia que els altres grups de població. Els joves de 16 a 24 anys són els que menys van al mercat municipal.

Evolució: En comparació amb la darrera consulta no es detecten diferències importants en la freqüència de compra als mercats municipals, tret de què a l'abril de 2013 són més les persones que s'encarreguen de fer la compra (més 3,4 punts).

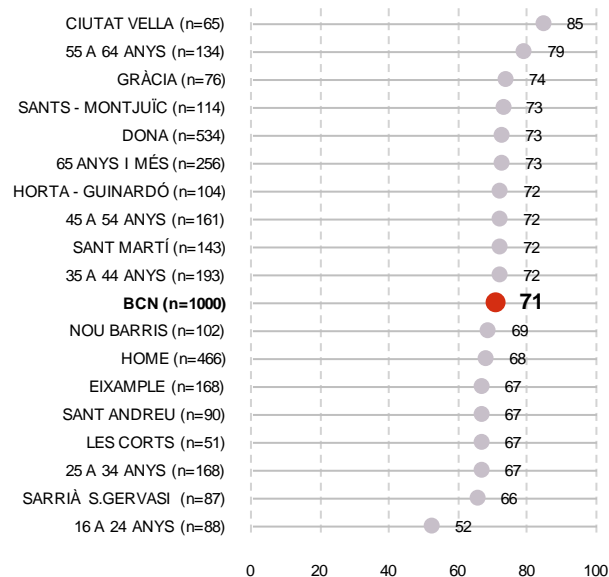


FREQÜÈNCIA DE COMPRA

MERCATS MUNICIPALS

%	2010	2011	2012	2013
	Març	Març	Març	Abril
CADA DIA	3,3	3,1	3,8	2,6
MÉS D'UN COP A LA SETMANA	15,5	12,2	14,1	13,5
UN COP A LA SETMANA	29,8	31,6	27,6	30,4
DOS COPS AL MES	7,2	9,6	9,8	9,1
UN COP AL MES	5,8	7,7	7,3	9,3
MENYS D'UNA VEGADA AL MES	4,0	5,0	3,9	5,6
NO HI VA MAI O GAIREBÉ MAI	27,3	22,7	27,7	27,1
NO S'ENCARREGA DE LA COMPRA A CASA SEVA	6,9	7,9	5,7	1,9
NS / NC	0,2	0,1	0,1	0,5
N	(1000)	(1026)	(1000)	(1000)

PERFILS (% VAN AL MERCAT AMB ALGUNA FREQUÈNCIA)





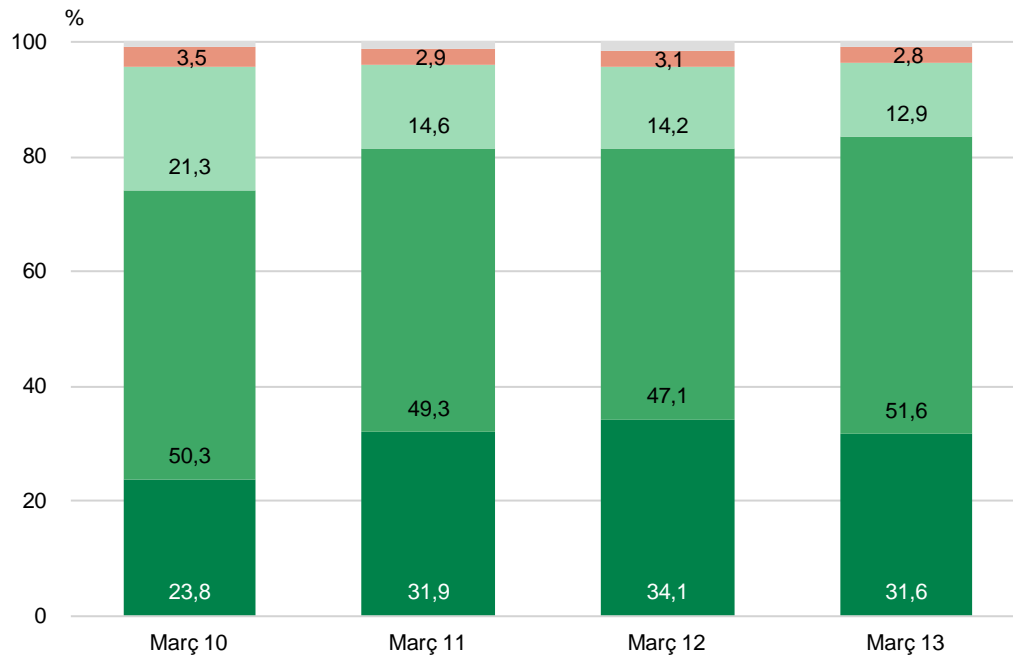
VALORACIÓ

MERCATS MUNICIPALS

El 83,2% dels clients dels mercats municipals diuen estar-ne molt (31,6%) o bastant (51,6%) satisfets. El 12,9% manté una posició intermèdia i el 2,8% n'està poc o gens satisfet.

Els veïns de Les Corts (97,1%) i de Nou Barris (88,6%) són els que mostren un grau de satisfacció més elevat amb els mercats municipals.

Evolució: Des del març de 2011 no es detecten canvis el nivell de satisfacció dels clients dels mercats municipals.





VALORACIÓ

MERCATS MUNICIPALS

L'aspecte que té més pes en el moment de formar-se una opinió positiva dels mercats municipals és l'atenció i el tracte personal (45,1%), en segon lloc la qualitat dels productes (31,9%) i en tercer lloc la varietat de l'oferta (22,1%). Segueixen l'accés a productes frescos (15,7%), la possibilitat de 'trobar-hi de tot' (13,1%), els preus (11,1%) i l'ambient (10,4%); també la proximitat a la llar (7,8%) i el fet 'd'estar rehabilitats' (7,7%), entre altres de menys importància.

Evolució: En relació a fa un any, es valora més l'accés a productes frescos (més 6,3 punts) i el fet de 'trobar-hi de tot' (més 8,4 punts).

%	2010	2011	2012	2013
	Març	Març	Març	Abril
L'ATENCIÓ, EL TRACTE	34,6	46,9	43,4	45,1
LA QUALITAT DELS PRODUCTES	32,9	24,5	29,6	31,9
LA VARIETAT DE PRODUCTES / L'OFERTA	23,5	14,1	31,4	22,1
ACCÉS A PRODUCTES FRESCOS	10,5	11,7	9,4	15,7
HI TROBES DE TOT	14,4	19,2	4,7	13,1
EL PREU	12,3	8,2	10,5	11,1
L'AMBIENT/ ELS CONEIX O EL CONEIXEN	6,4	5,1	8,6	10,4
HO TÉ A PROP DE CASA	3,7	5,6	7,0	7,8
ESTAN REMODELATS, NETS	11,1	10,6	7,7	7,7
PRESENTACIÓ DEL PRODUCTE	-	-	2,0	2,9
EM DÓNA CONFIANÇA	-	3,8	4,1	2,9
PER COSTUM, TRADICIÓ	3,3	2,8	3,5	1,7
LI AGRADA	2,3	4,0	2,0	1,7
ÉS CÒMODE	-	-	1,7	1,0
BONS SERVEIS (T'HO PORTEN A CASA,...)	1,2	4,2	4,6	0,9
L'HORARI	-	1,3	1,1	0,3
PRODUCTES NO ENVASATS	1,0	0,3	0,4	0,2
POTS TRIAR EL GÈNERE	1,4	0,7	2,5	-
ALTRES	1,9	5,0	2,3	2,7
TOT	-	-	0,6	-
CAP / RES	-	-	0,2	-
NS / NC	1,2	1,0	1,0	0,3
N	(486)	(577)	(534)	(587)



MOTIUS PER NO COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL

MERCATS MUNICIPALS

Altrament, el 27,1% dels entrevistats diu que no va a comprar mai o gairebé mai als mercats municipals, i a aquests se'ls pregunta per quin motiu no hi van.

El primer motiu per no anar-hi és que 'li queda massa lluny de casa' (31,0%) i el segon és que 'opta per altres comerços més propers a la llar' (12,5%), segueixen que 'prefereix un altres tipus d'establiments que li resulten més còmodes (11,4%), 'considera que els seus preus són cars' (10,3%) o 'acostuma a comprar al supermercat o botiga especialitzada' (9,6%). També es basen en l'horari restringit (5,2%) i les cues d'espera (2,2%).

Els motius de caire més personal són sobretot: la persona entrevistada no és l'encarregat de fer la compra (17,7%), manca de temps (6,3%), manca de costum (5,5%) i el fet de tenir problemes de salut o la mobilitat reduïda (3,3%).

Evolució: En relació a fa un any són més freqüents les respostes com 'té més a prop altres establiments' (més 8,6 punts), manca de costum (més 4,2 punts), no és l'encarregat de la compra (17,7%) i menys freqüents les respostes com manca de temps (menys 4,9 punts) i horari restringit (menys 3 punts).

%	2010	2011	2012	2013
	Març	Març	Març	Abril
LI QUEDA LLUNY	25,6	30,6	30,9	31,0
NO S'ENCARREGUEN DE LA COMPRA	-	-	-	17,7
TÉ MÉS A PROP ALTRES ESTABLIMENTS	12,1	14,1	3,9	12,5
ALTRES ESTABLIMENTS SÓN MÉS COMODES	9,5	3,9	12,1	11,4
ÉS CAR	5,5	8,2	9,2	10,3
COMPRA EN UN ALTRE TIPUS D'ESTABLIMENT (SUPERMERCAT, BOTIGA DE BARRI, ETC.)	22,7	21,2	12,0	9,6
PER MANCA DE TEMPS	10,6	7,8	11,2	6,3
MANCA DE COSTUM	3,7	1,3	1,3	5,5
L'HORARI ÉS MÉS RESTRINGIT	7,7	10,7	8,2	5,2
NO POT DESPLAÇAR-SE (PER SALUT, MINUSVALIA, ETC.)	-	4,6	5,5	3,3
MOLTA GENT I CUES	1,8	0,4	0,7	2,2
POCA OFERTA /POQUES PARADES	1,1	0,9	2,0	1,5
PEL TIPUS DE PRODUCTES QUE NECESSITA	1,1	1,8	1,3	0,7
NO LI AGRADA	-	0,9	3,7	0,4
COMPRA PER INTERNET / LI PORTEN LA COMPRA A CASA	2,6	0,4	2,3	-
FALTA DE CONFIANÇA	-	0,9	0,8	-
ALTRES	3,3	3,6	4,4	3,7
CAP/ RES	-	0,4	0,5	-
NS / NC	2,2	0,4	1,1	0,4
N	(273)	(231)	(242)	(271)



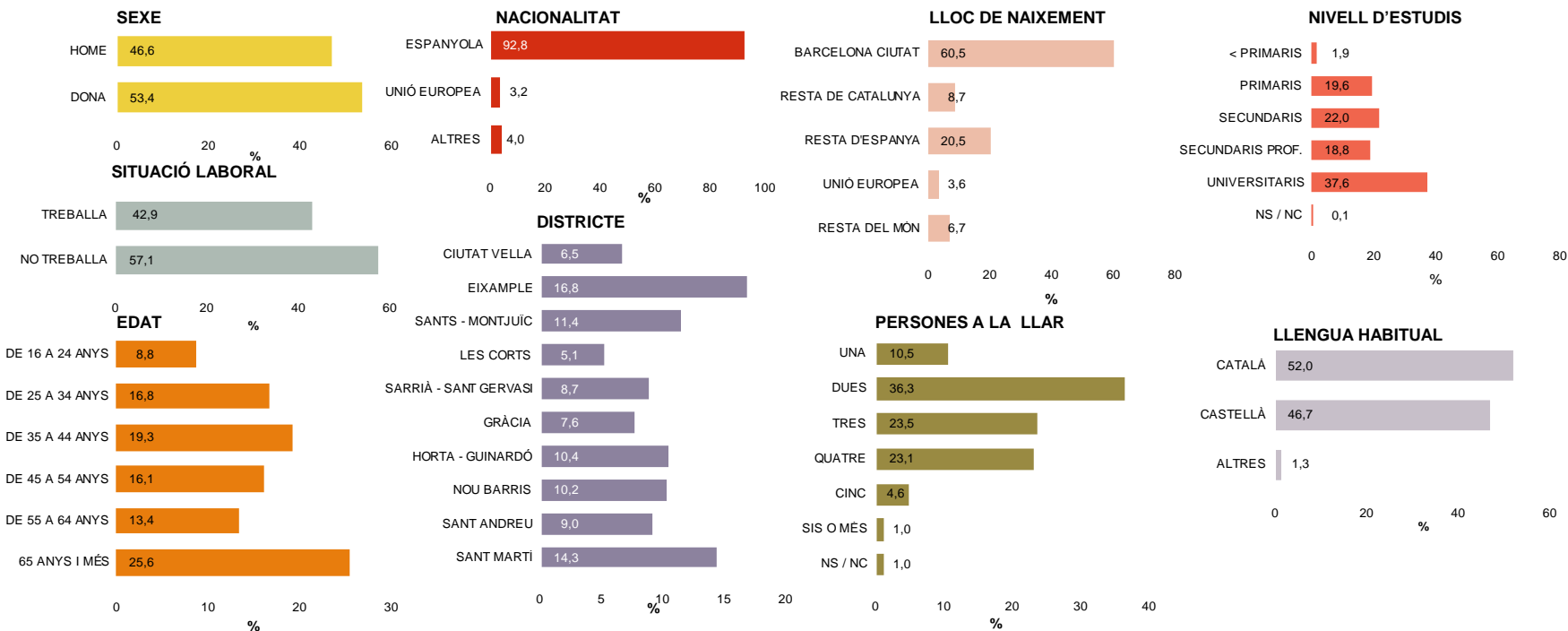
02

Perfil dels entrevistats



PERFIL DELS ENTREVISTATS

DADES PERSONALS

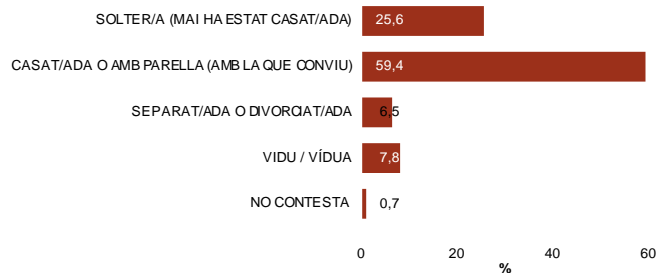




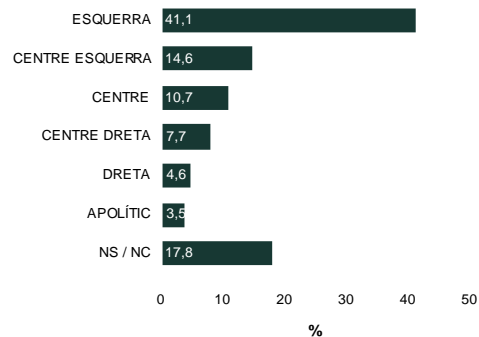
PERFIL DELS ENTREVISTATS

POSICIONAMENT

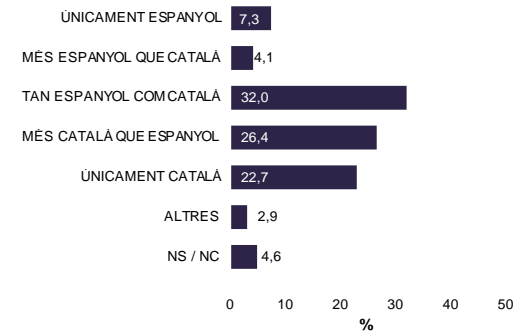
SITUACIÓ PERSONAL



IDEOLOGIA



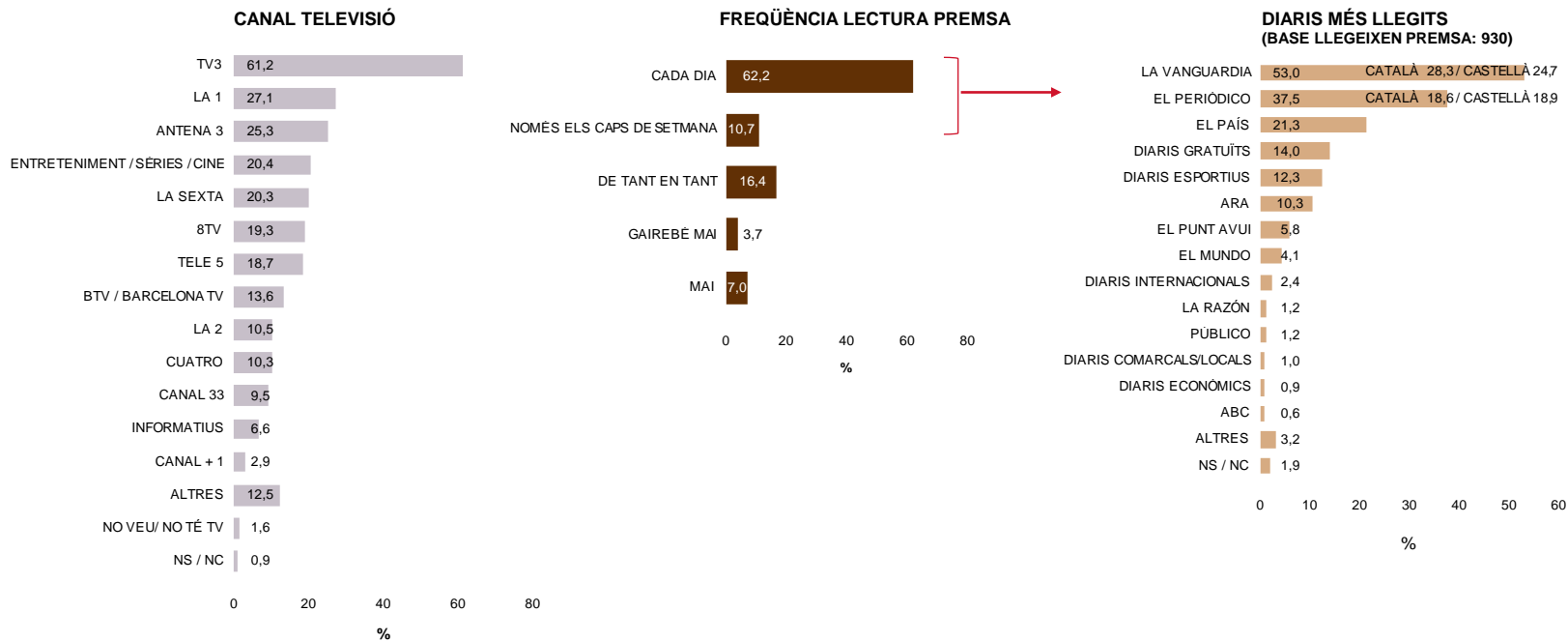
SENTIMENT DE PERTINÈNCIA





PERFIL DELS ENTREVISTATS

HÀBITS INFORMATIUS





03

Taules d'evolució



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

%	2010	2011	2012	2013
	Març	Març	Març	Abril
CADA DIA	3,3	3,1	3,8	2,6
MÉS D'UN COP A LA SETMANA	15,5	12,2	14,1	13,5
UN COP A LA SETMANA	29,8	31,6	27,6	30,4
DOS COPS AL MES	7,2	9,6	9,8	9,1
UN COP AL MES	5,8	7,7	7,3	9,3
MENYS D'UNA VEGADA AL MES	4,0	5,0	3,9	5,6
NO HI VA MAI O GAIREBÉ MAI	27,3	22,7	27,7	27,1
NO S'ENCARREGA DE LA COMPRA A CASA SEVA	6,9	7,9	5,7	1,9
NS / NC	0,2	0,1	0,1	0,5
N	(1000)	(1026)	(1000)	(1000)



P2. PER QUIN MOTIU NO VA A COMPRAR-HI?

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

%	2010	2011	2012	2013
	Març	Març	Març	Abril
LI QUEDA LLUNY	25,6	30,6	30,9	31,0
NO S'ENCARREGUEN DE LA COMPRA	-	-	-	17,7
TÉ MÉS A PROP ALTRES ESTABLIMENTS	12,1	14,1	3,9	12,5
ALTRES ESTABLIMENTS SÓN MÉS COMODES	9,5	3,9	12,1	11,4
ÉS CAR	5,5	8,2	9,2	10,3
COMPRA EN UN ALTRE TIPUS D'ESTABLIMENT (SUPERMERCAT, BOTIGA DE BARRI, ETC.)	22,7	21,2	12,0	9,6
PER MANCA DE TEMPS	10,6	7,8	11,2	6,3
MANCA DE COSTUM	3,7	1,3	1,3	5,5
L'HORARI ÉS MÉS RESTRINGIT	7,7	10,7	8,2	5,2
NO POT DESPLAÇAR-SE (PER SALUT, MINUSVALIA, ETC.)	-	4,6	5,5	3,3
MOLTA GENT I CUES	1,8	0,4	0,7	2,2
POCA OFERTA /POQUES PARADES	1,1	0,9	2,0	1,5
PEL TIPUS DE PRODUCTES QUE NECESSITA	1,1	1,8	1,3	0,7
NO LI AGRADA	-	0,9	3,7	0,4
COMPRA PER INTERNET / LI PORTEN LA COMPRA A CASA	2,6	0,4	2,3	-
FALTA DE CONFIANÇA	-	0,9	0,8	-
ALTRES	3,3	3,6	4,4	3,7
CAP/ RES	-	0,4	0,5	-
NS / NC	2,2	0,4	1,1	0,4
N	(273)	(231)	(242)	(271)



P3. VOSTÈ, AMB ELS MERCATS DE BARCELONA, ESTÀ MOLT, BASTANT, REGULAR, POC O GENS SATISFET?
(BASE: VAN A COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL)

%	2010	2011	2012	2013
	Març	Març	Març	Abril
MOLT	23,8	31,9	34,1	31,6
BASTANT	50,3	49,3	47,1	51,6
REGULAR	21,3	14,6	14,2	12,9
POC/ GENS	3,5	2,9	3,1	2,8
NS / NC	1,1	1,4	1,6	1,0
N	(656)	(712)	(662)	(705)



P4. 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	2013
	Març	Març	Març	Abril
L'ATENCIÓ, EL TRACTE	34,6	46,9	43,4	45,1
LA QUALITAT DELS PRODUCTES	32,9	24,5	29,6	31,9
LA VARIETAT DE PRODUCTES / L'OFERTA	23,5	14,1	31,4	22,1
ACCÉS A PRODUCTES FRESCOS	10,5	11,7	9,4	15,7
HI TROBES DE TOT	14,4	19,2	4,7	13,1
EL PREU	12,3	8,2	10,5	11,1
L'AMBIENT/ ELS CONEIX O EL CONEIXEN	6,4	5,1	8,6	10,4
HO TÉ A PROP DE CASA	3,7	5,6	7,0	7,8
ESTAN REMODELATS, NETS	11,1	10,6	7,7	7,7
PRESENTACIÓ DEL PRODUCTE	-	-	2,0	2,9
EM DÓNA CONFIANÇA	-	3,8	4,1	2,9
PER COSTUM, TRADICIÓ	3,3	2,8	3,5	1,7
LI AGRADA	2,3	4,0	2,0	1,7
ÉS CÒMODE	-	-	1,7	1,0
BONS SERVEIS (T'HO PORTEN A CASA,...)	1,2	4,2	4,6	0,9
L'HORARI	-	1,3	1,1	0,3
PRODUCTES NO ENVASATS	1,0	0,3	0,4	0,2
POTS TRIAR EL GÈNERE	1,4	0,7	2,5	-
ALTRES	1,9	5,0	2,3	2,7
TOT	-	-	0,6	-
CAP / RES	-	-	0,2	-
NS / NC	1,2	1,0	1,0	0,3
N	(486)	(577)	(534)	(587)



ENQUESTES I ESTUDIS D'OPINIÓ

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**