



Ajuntament  
de Barcelona

# Enquesta Òmnibus Municipal: Institut Municipal de Mercats

**Presentació de Resultats**

**Del 26 de març al 5 d'abril de 2014**

S A  
CON

Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r14008



Enquesta Òmnibus Municipal – Març 2014  
Presentació de Resultats - Institut Municipal de Mercats

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r14008

**ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL**  
**INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS**  
**PRESENTACIÓ DE RESULTATS**  
DEL 26 DE MARÇ AL 5 D'ABRIL DE 2014

**Gabinet Tècnic de Programació - Gerència Adjunta de Projectes**  
**Estratègics**

Departament d'Estudis d'Opinió

C/ Avinyó, n. 32, 2a. Planta  
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 mitjà sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, de gravació o altres, sense el permís del propietari del copyright.



# ÍNDEX

---

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



## FITXA TÈCNICA

---

### ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

### UNIVERS

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

### GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1.012 entrevistes.

### METODOLOGIA

Entrevista telefònica a la llar amb suport informàtic (CATI).

### 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  $\pm 3,09$  per al conjunt de la mostra.

### DATA DE REALITZACIÓ

Del 26 de març al 5 d'abril de 2014.

### EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Institut Opinòmetre

El bloc de preguntes de l' Institut Municipal de Mercats forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de MARÇ de 2014.



## RESUM DE RESULTATS

---

El 69,8% dels barcelonins entrevistats van al mercat municipal amb alguna freqüència. La majoria hi va un cop o més a la setmana. El 24,8% no compra mai o gairebé mai al mercat municipal i el 5,2% assegura no encarregar-se de fer la compra de casa seva.

Solen comprar més als mercats municipals les dones i les persones de 55 anys i més. Els joves de 16 a 24 anys són els que menys van al mercat municipal.

El 83,0% dels clients dels mercats municipals diuen estar-ne molt (33,0%) o bastant (50,0%) satisfets. El 11,9% manté una posició intermèdia i el 2,7% n'està poc o gens satisfet.

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 (42,9%), en segon lloc la qualitat dels productes (28,0%) i en tercer lloc la varietat de l'oferta (24,3%).

El 24,8% dels entrevistats diu que no va a comprar mai o gairebé mai als mercats municipals. El primer motiu per no anar-hi és que "li queda massa lluny de casa" (30,0%) i el segon és que opta per "comprar en un altre tipus d'establiment" (13,1%), segueix que té més a prop altres establiments (7,6%).



## 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



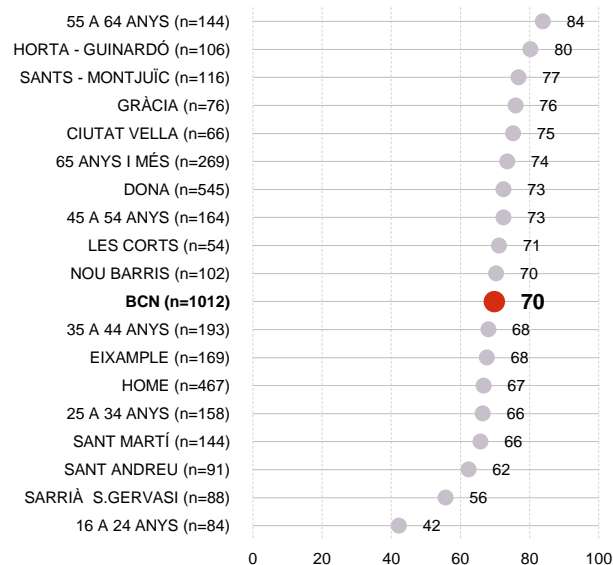
## FREQÜÈNCIA DE COMPRA

## MERCATS MUNICIPALS

### EVOLUCIÓ

%	2010	2011	2012	2013	2014
	Març	Març	Març	Abril	Març
CADA DIA	3,3	3,1	3,8	2,6	3,0
MÉS D'UN COP A LA SETMANA	15,5	12,2	14,1	13,5	15,9
UN COP A LA SETMANA	29,8	31,6	27,6	30,4	29,0
DOS COPS AL MES	7,2	9,6	9,8	9,1	8,2
UN COP AL MES	5,8	7,7	7,3	9,3	9,8
MENYS D'UNA VEGADA AL MES	4,0	5,0	3,9	5,6	3,8
NO HI VA MAI O GAIREBÉ MAI	27,3	22,7	27,7	27,1	24,8
NO S'ENCARREGA DE LA COMPRA A CASA SEVA	6,9	7,9	5,7	1,9	5,2
NS / NC	0,2	0,1	0,1	0,5	0,2
N	(1000)	(1026)	(1000)	(1000)	(1012)

### PERFIL

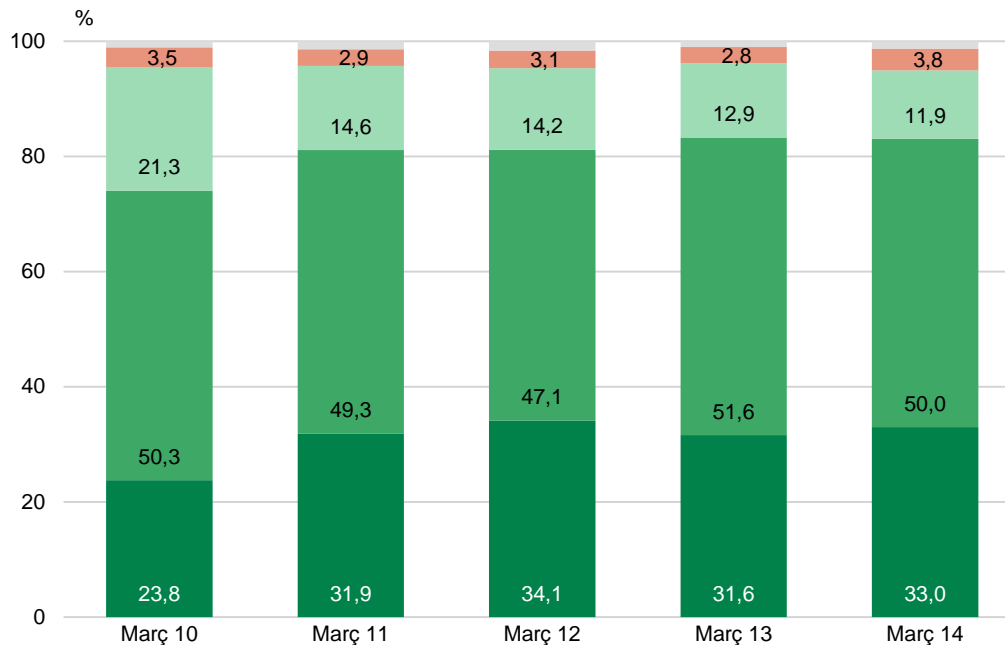






## VALORACIÓ DE LA SATISFACCIÓ

MERCATS MUNICIPALS



P3

Vostè, amb els mercats municipals, està molt, bastant, regular, poc o gens satisfet?

Van a comprar al mercat municipal  
N 710

Molt satisfet  
 Bastant satisfet  
 Regular

Poc/gens satisfet  
 NS/ NC



## MOTIUS DE SATISFACCIÓ

## MERCATS MUNICIPALS

%	2010	2011	2012	2013	2014
	Març	Març	Març	Abril	Març
L'ATENCIÓ, EL TRACTE	34,6	46,9	43,4	45,1	42,9
LA QUALITAT DELS PRODUCTES	32,9	24,5	29,6	31,9	28,0
LA VARIETAT DE PRODUCTES / L'OFERTA	23,5	14,1	31,4	22,1	24,3
ACCÉS A PRODUCTES FRESCOS	10,5	11,7	9,4	15,7	12,8
HI TROBES DE TOT	14,4	19,2	4,7	13,1	8,6
EL PREU	12,3	8,2	10,5	11,1	8,4
HO TÉ A PROP DE CASA	3,7	5,6	7,0	7,8	6,7
L'AMBIENT/ ELS CONEIX O EL CONEIXEN	6,4	5,1	8,6	10,4	5,5
ESTAN REMODELATS, NETS	11,1	10,6	7,7	7,7	5,1
PER COSTUM, TRADICIÓ	3,3	2,8	3,5	1,7	1,9
LI AGRADA	2,3	4,0	2,0	1,7	1,9
POTS TRIAR EL GÈNERE	1,4	0,7	2,5	-	1,4
EM DÓNA CONFIANÇA	-	3,8	4,1	2,9	1,4
PRESENTACIÓ DEL PRODUCTE	-	-	2,0	2,9	1,1
ÉS CÒMODE	-	-	1,7	1,0	0,8
L'HORARI	-	1,3	1,1	0,3	0,5
BONS SERVEIS (T'HO PORTEN A CASA,...)	1,2	4,2	4,6	0,9	0,5
PRODUCTES NO ENVASATS	1,0	0,3	0,4	0,2	0,2
ALTRES	1,9	5,0	2,3	2,7	1,1
TOT	-	-	0,6	-	0,2
CAP / RES	-	-	0,2	-	0,2
NS / NC	1,2	1,0	1,0	0,3	1,8
N	(486)	(577)	(534)	(587)	(590)

P4

Per quin motiu està molt o bastant satisfet amb els mercats municipals?

**B** Estan molt/bastant satisfets amb els mercats municipals

**N** 590

**R** Espontània. Multiresposta.



## MOTIUS PER NO COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL

MERCATS MUNICIPALS

%	2010	2011	2012	2013	2014
	Març	Març	Març	Abril	Març
LI QUEDA LLUNY	25,6	30,6	30,9	31,0	30,0
NO S'ENCARREGA DE LA COMPRA/VAN ALTRES PERSONES	-	-	-	17,7	16,6
COMPRA EN UN ALTRE TIPUS D'ESTABLIMENT (SUPERMERCAT, BOTIGA DE BARRI, ETC.)	22,7	21,2	12,0	9,6	13,1
TÉ MÉS A PROP ALTRES ESTABLIMENTS	12,1	14,1	3,9	12,5	7,6
ALTRES ESTABLIMENTS SÓN MÉS COMODES	9,5	3,9	12,1	11,4	6,8
ÉS CAR	5,5	8,2	9,2	10,3	6,8
PER MANCA DE TEMPS	10,6	7,8	11,2	6,3	5,8
NO POT DESPLAÇAR-SE (PER SALUT, MINUSVALIA, ETC.)	-	4,6	5,5	3,3	4,4
L'HORARI ÉS MÉS RESTRINGIT	7,7	10,7	8,2	5,2	4,0
MANCA DE COSTUM	3,7	1,3	1,3	5,5	2,8
NO LI AGRADA	-	0,9	3,7	0,4	1,9
COMPRA PER INTERNET / LI PORTEN LA COMPRA A CASA	2,6	0,4	2,3	-	1,2
MOLTA GENT I CUES	1,8	0,4	0,7	2,2	0,8
POCA OFERTA /POQUES PARADES	1,1	0,9	2,0	1,5	0,8
PEL TIPUS DE PRODUCTES QUE NECESSITA	1,1	1,8	1,3	0,7	0,4
FALTA DE CONFIANÇA	-	0,9	0,8	-	-
ALTRES	3,3	3,6	4,4	3,7	6,7
CAP/ RES	-	0,4	0,5	-	0,4
NS / NC	2,2	0,4	1,1	0,4	0,8
N	(273)	(231)	(242)	(271)	(249)

P2

Per quin motiu no va a comparar als mercats municipals?

B No van mai o gairebé mai  
N 249  
R Espontània. Multiresposta.



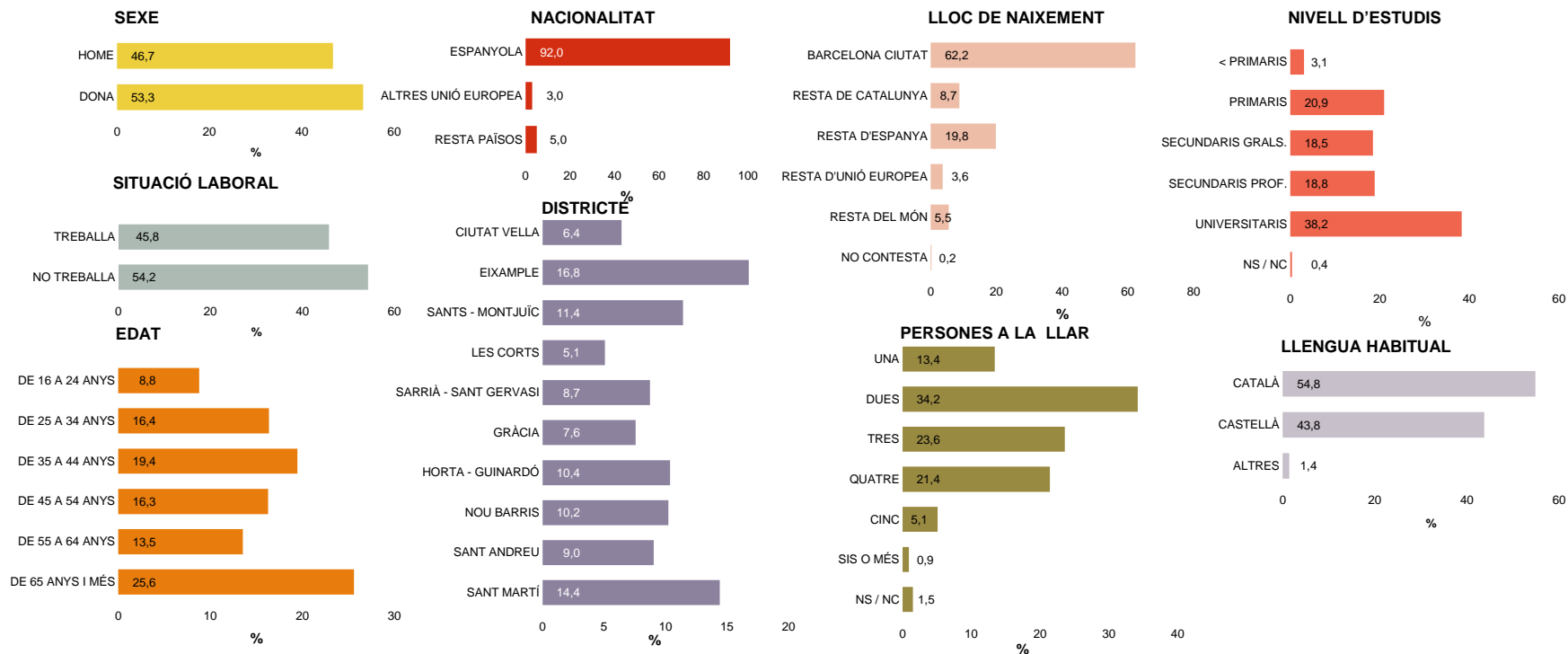
# 02

## Perfil dels entrevistats



## DADES PERSONALS

## PERFIL DELS ENTREVISTATS

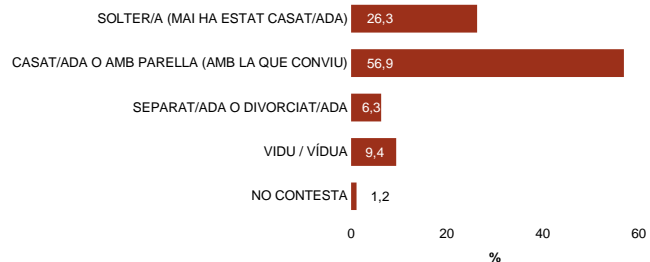




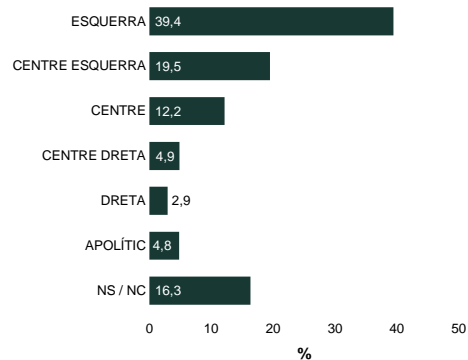
## POSICIONAMENT

## PERFIL DELS ENTREVISTATS

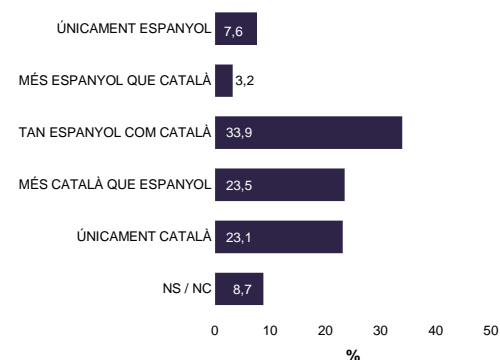
### SITUACIÓ PERSONAL



### IDEOLOGIA



### SENTIMENT DE PERTINÈNCIA

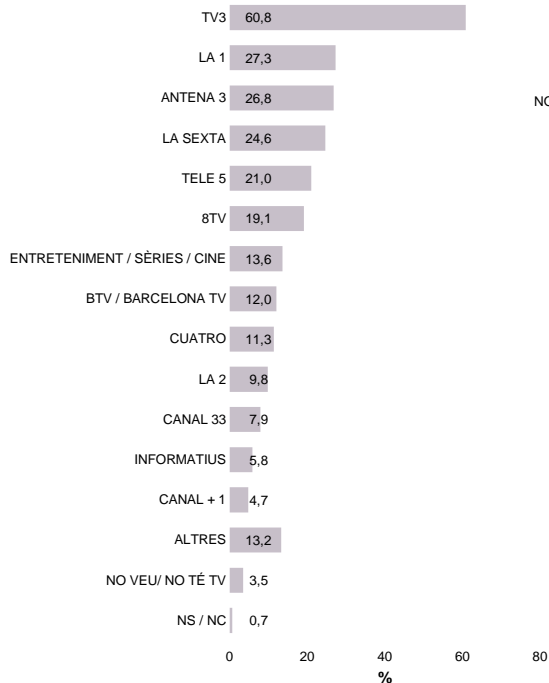




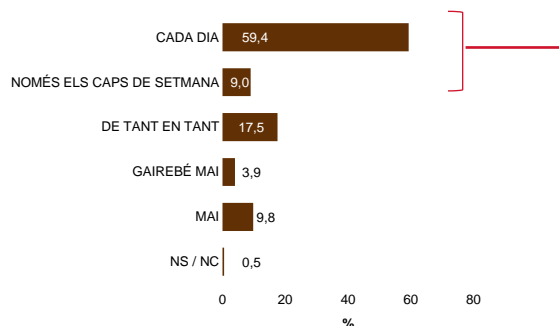
## HÀBITS INFORMATIUS

## PERFIL DELS ENTREVISTATS

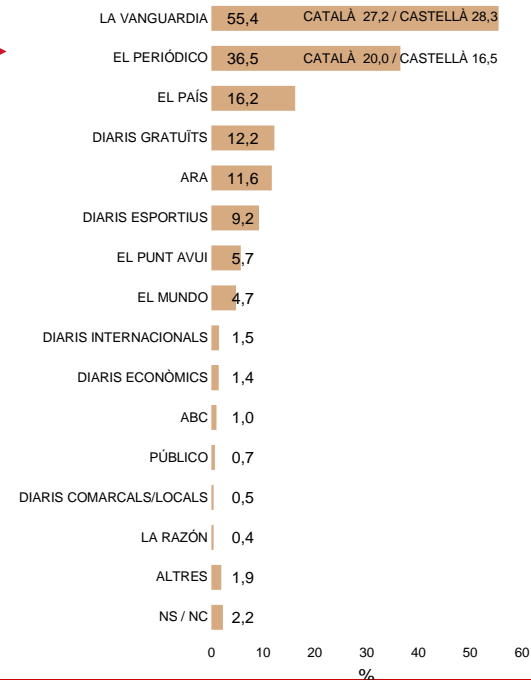
### CANAL TELEVISIÓ



### FREQÜÈNCIA LECTURA PREMSA



### DIARIS MÉS LLEGITS (BASE LLEGEIXEN PREMSA: 908)





## 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**