

Enquesta Òmnibus Municipal: Institut Municipal de Mercats

Presentació de Resultats

Del 17 de març al 6 d'abril de 2016



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r16017

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 17 DE MARÇ AL 6 D'ABRIL DE 2016

Departament d'Estudis d'Opinió
Gabinet Tècnic de Programació

C/ Avinyó, 32, 2a planta
Tel. 934 027 918
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

007 Freqüència de compra

008 Valoració

009 Motius de satisfacció

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.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1.004 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista telefònica 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 segons el padró municipal d'habitants.

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% (2σ), i $P = Q$, l'error és de $\pm 3,1$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

Del 17 de març al 6 d'abril de 2016.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Opinometre S.L.

El bloc de preguntes de de l' Institut Municipal de Mercats forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de MARÇ de 2016.



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



RESUM DE RESULTATS

MERCATS MUNICIPALS

FREQÜÈNCIA DE COMPRA

Dues terceres parts de la població de la ciutat compra de manera regular a un mercat municipal (64,8%). El més habitual és que hi vagin un cop a la setmana (29,7%), però un 15,5% hi va més d'un cop a la setmana. Per tant, un 45,1% de la població de Barcelona és client assidu dels mercats municipals.

Per contra, el 26,2% declara no anar-hi mai o gairebé mai, i el 8,9% no s'encarrega de cap de les compres de la casa.

A Ciutat Vella i Gràcia hi viu una major proporció de clients dels mercats municipals (77,7% i 76,8%, respectivament). Per edats, en són més els que tenen entre 55 i 64 anys (74,8%) i els majors de 65 anys (74%).

Evolució: El públic dels mercats municipals es manté estable al voltant del 65% de la població, tot i que es venen registrant petits descensos des del 2013, quan se'n declarava un 70,1%.

SATISFACCIÓ

Els que hi compren estan molt satisfets amb els mercats municipals. Un 85,4 ho està molt o bastant i només el 3,8% no ho està.

El tracte i l'amabilitat, per una banda, i la qualitat dels productes, per l'altra, són dos dels atributs que més ajuden a cimentar aquesta satisfacció (33,3% i 27,4%, respectivament). També convenç la varietat de productes (19%), l'accés a productes frescos (16,2%) i la remodelació que s'hi ha anat fent en els últims anys (14,5%).

Evolució: La proporció de clients satisfets amb els mercats augmenta lleugerament respecte les últimes onades, quan ja n'hi havia molts.

MOTIUS PER NO ANAR A COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL

La distància amb el mercat, ja sigui perquè els hi queda lluny (28,4%) o perquè tenen més a prop altres establiments (15,9%), és el principal motiu per no anar-hi a comprar. Mentre que, per altra banda, el 13,8% prefereix anar a comprar a un altre tipus d'establiment.

A banda dels que esgrimeixen no ser els responsables d'aquesta decisió (11,7%), hi ha una sèrie de característiques dels mercats que provoquen cert rebuig en un segment del públic potencial. Així, n'hi ha que diuen que és car (8,4%), que altres establiments són més còmodes (7,7%) o que l'horari és restringit (7,1%).

Evolució: La distància i la preferència per altres tipus d'establiments sempre han estat els motius principals per no anar als mercats municipals.

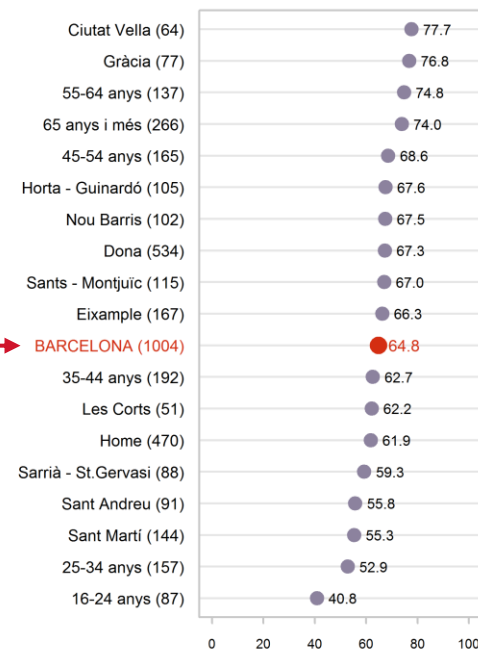


FREQUÈNCIA DE COMPRA

MERCATS MUNICIPALS

%	EVOLUCIÓ						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	Març	Març	Març	Abril	Març	Abril	Març
CADA DIA	3,3	3,1	3,8	2,6	3,0	2,1	2,5
MÉS D'UN COP A LA SETMANA	15,5	12,2	14,1	13,5	15,9	13,0	13,0
UN COP A LA SETMANA	29,8	31,6	27,6	30,4	29,0	26,1	29,7
DOS COPS AL MES	7,2	9,6	9,8	9,1	8,2	10,4	7,6
UN COP AL MES	5,8	7,7	7,3	9,3	9,8	9,3	9,8
MENYS D'UNA VEGADA AL MES	4,0	5,0	3,9	5,6	3,8	4,3	2,3
NO HI VA MAI O GAIREBÉ MAI	27,3	22,7	27,7	27,1	24,8	28,9	26,2
NO S'ENCARREGA DE LA COMPRA A CASA SEVA	6,9	7,9	5,7	1,9	5,2	5,7	8,9
NS / NC	0,2	0,1	0,1	0,5	0,2	0,2	0,1
N	(1000)	(1026)	(1000)	(1000)	(1012)	(1047)	(1004)

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



% Compra al Mercat Municipal

P1

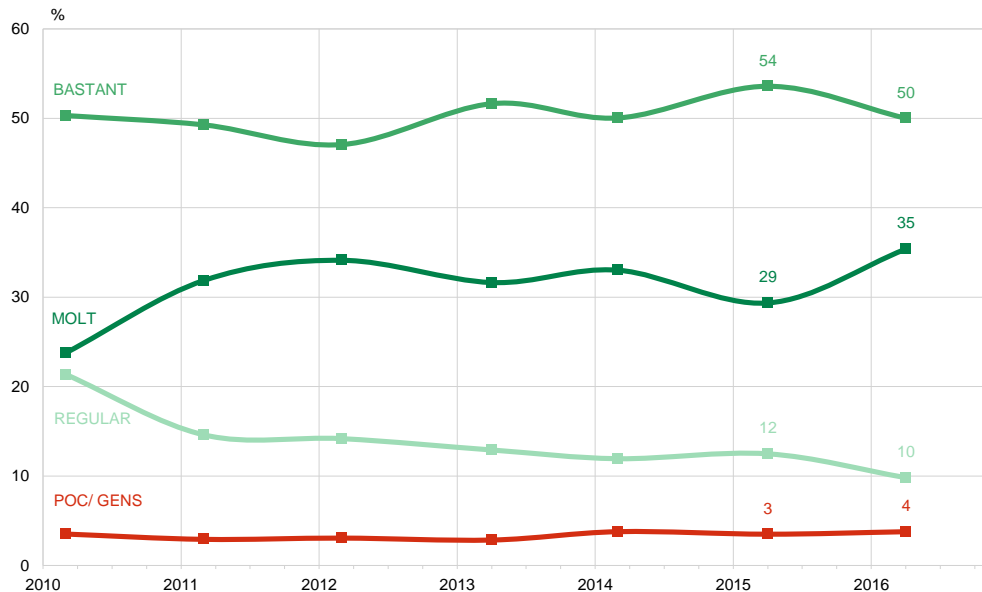
Amb quina freqüència va a comprar al mercat municipal?

N 1004



VALORACIÓ DE LA SATISFACCIÓ

MERCATS MUNICIPALS



P3

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

■ Van a comprar al mercat municipal
N 650

■ Molt satisfet
■ Bastant satisfet
■ Regular

■ Poc/gens satisfet
■ NS/ NC



MOTIUS DE SATISFACCIÓ

MERCATS MUNICIPALS

%	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	Març	Març	Març	Abril	Març	Abril	Març
L'ATENCIÓ, EL TRACTE	34,6	46,9	43,4	45,1	42,9	53,6	33,3
LA QUALITAT DELS PRODUCTES	32,9	24,5	29,6	31,9	28,0	38,3	27,4
LA VARIETAT DE PRODUCTES / L'OFERTA	23,5	14,1	31,4	22,1	24,3	24,3	19,0
ACCÉS A PRODUCTES FRESCOS	10,5	11,7	9,4	15,7	12,8	17,7	16,2
ESTAN REMODELATS, NETS	11,1	10,6	7,7	7,7	5,1	11,1	14,5
HI TROBES DE TOT	14,4	19,2	4,7	13,1	8,6	12,3	11,0
EL PREU	12,3	8,2	10,5	11,1	8,4	12,9	8,1
HO TÉ A PROP DE CASA	3,7	5,6	7,0	7,8	6,7	11,8	7,6
L'AMBIENT/ ELS CONEIX O EL CONEIXEN	6,4	5,1	8,6	10,4	5,5	9,7	6,8
LI AGRADA	2,3	4,0	2,0	1,7	1,9	3,4	5,4
BONS SERVEIS (T'HO PORTEN A CASA,...)	1,2	4,2	4,6	0,9	0,5	3,2	4,4
PER COSTUM , TRADICIÓ	3,3	2,8	3,5	1,7	1,9	3,8	3,1
EM DÓNA CONFIANÇA	-	3,8	4,1	2,9	1,4	3,5	1,9
POTS TRIAR EL GÈNERE	1,4	0,7	2,5	-	1,4	0,8	1,8
ÉS CÒMODE	-	-	1,7	1,0	0,8	2,4	1,6
L'HORARI	-	1,3	1,1	0,3	0,5	1,1	1,3
PRODUCTES NO ENVASATS	1,0	0,3	0,4	0,2	0,2	0,9	0,4
PRESENTACIÓ DEL PRODUCTE	-	-	2,0	2,9	1,1	1,7	0,2
ALTRES	1,9	5,0	2,3	2,7	1,1	4,6	3,5
NS / NC	1,2	1,0	1,0	0,3	1,8	0,2	0,2
N	(486)	(577)	(534)	(587)	(590)	(569)	(555)

P4

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

B Estan molt/bastant satisfets amb els mercats municipals

N 555

R Espontània. Multiresposta.



MOTIUS PER NO COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL

MERCATS MUNICIPALS

%	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	Març	Març	Març	Abril	Març	Abril	Març
LI QUEDA LLUNY	25,6	30,6	30,9	31,0	30,0	31,5	28,4
TÉ MÉS A PROP ALTRES ESTABLIMENTS	12,1	14,1	3,9	12,5	7,6	17,5	15,9
COM PRA EN UN ALTRE TIPUS D'ESTABLIMENT	22,7	21,2	12,0	9,6	13,1	16,8	13,8
NO S'ENCARREGA DE LA COMPRA/VAN ALTRES PERSONES	-	-	-	17,7	16,6	4,6	11,7
ÉS CAR	5,5	8,2	9,2	10,3	6,8	13,7	8,4
ALTRES ESTABLIMENTS SÓN MÉS COM ODES	9,5	3,9	12,1	11,4	6,8	13,3	7,7
L'HORARI ÉS MÉS RESTRINGIT	7,7	10,7	8,2	5,2	4,0	8,0	7,1
PER MANCA DE TEMPS	10,6	7,8	11,2	6,3	5,8	6,9	5,0
POCA OFERTA /POQUES PARADES	1,1	0,9	2,0	1,5	0,8	3,9	3,3
MANCA DE COSTUM	3,7	1,3	1,3	5,5	2,8	5,0	2,3
COM PRA PER INTERNET / LI PORTEN LA COMPRA A CASA	2,6	0,4	2,3	-	1,2	2,6	1,6
NO LI AGRADA	-	0,9	3,7	0,4	1,9	1,1	1,5
PEL TIPUS DE PRODUCTES QUE NECESSITA	1,1	1,8	1,3	0,7	0,4	1,9	1,1
MOLTA GENT I CUES	1,8	0,4	0,7	2,2	0,8	3,5	1,1
NO POT DESPLAÇAR-SE (PER SALUT, MINUSVALIA, ETC.)	-	4,6	5,5	3,3	4,4	3,0	0,8
ALTRES	3,3	3,6	4,4	3,7	6,7	8,7	1,9
N	(273)	(231)	(242)	(271)	(249)	(299)	(263)

P2 Per quin motiu no va a comparar als mercats municipals?

B No van mai o gairebé mai
N 263
R Espontània. Multiresposta.



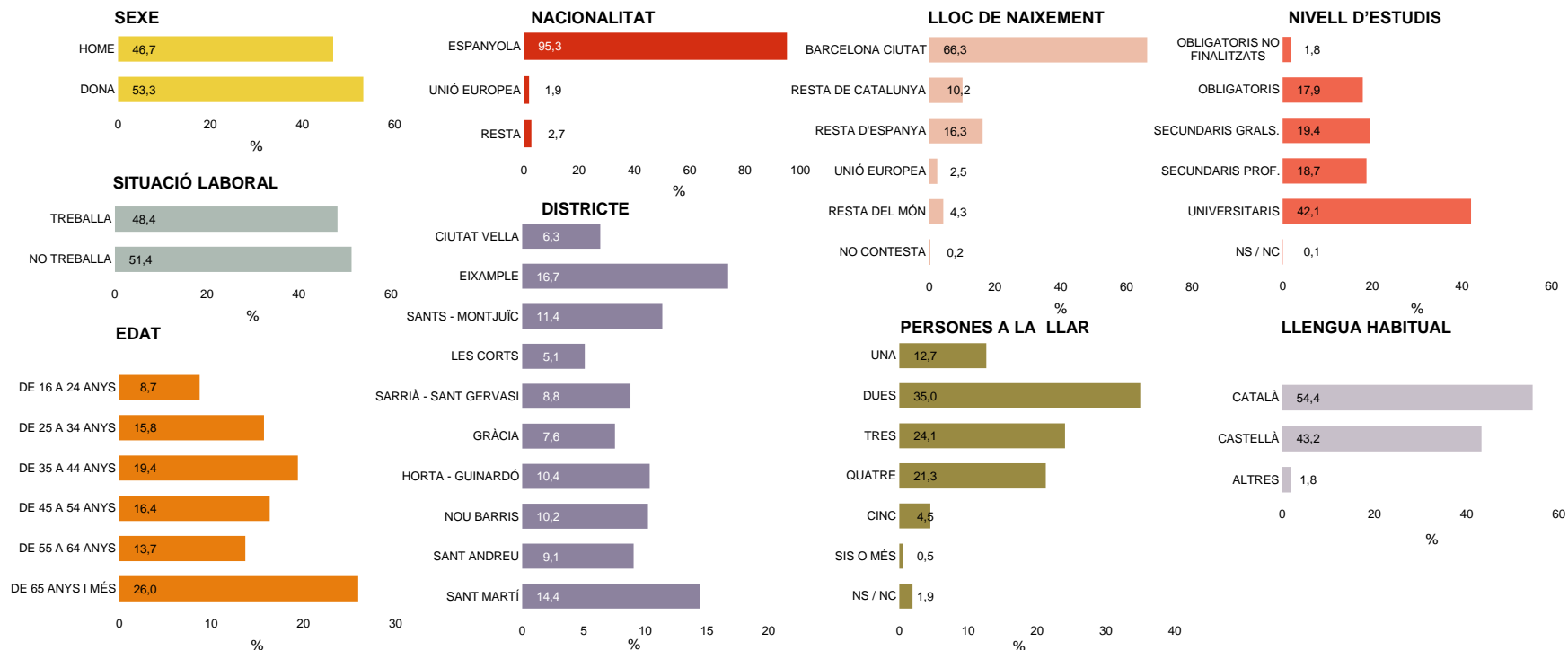
02

Perfil dels entrevistats



DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

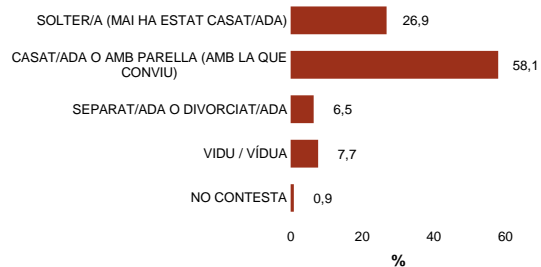




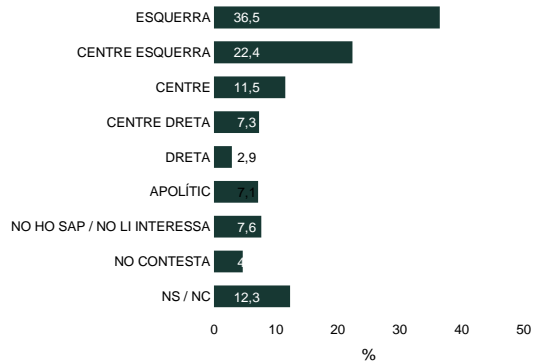
POSICIONAMENT

PERFIL DELS ENTREVISTATS

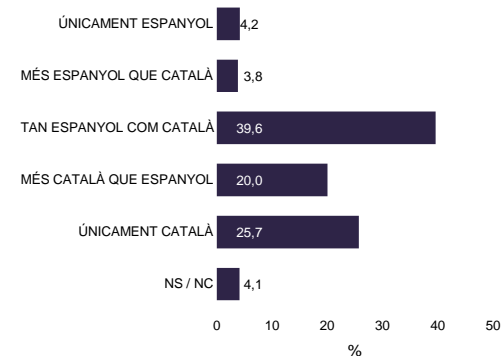
SITUACIÓ PERSONAL



IDEOLOGIA



SENTIMENT DE PERTINÈNCIA

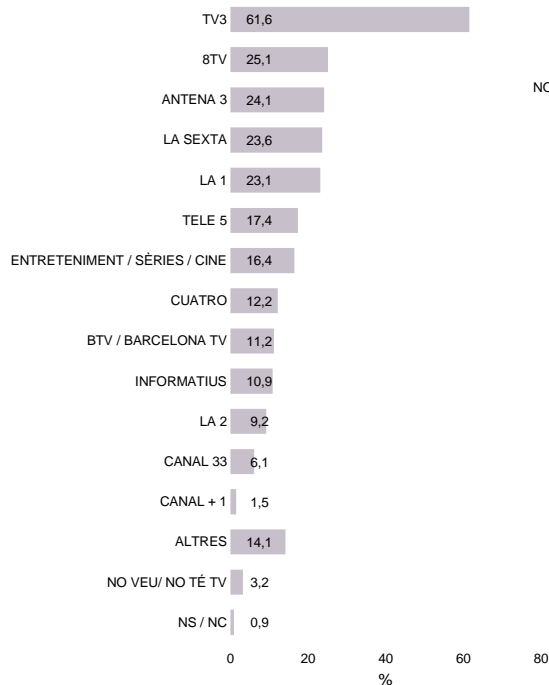




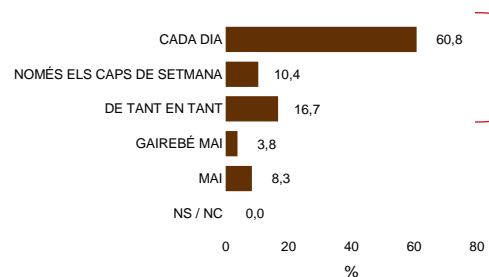
HÀBITS INFORMATIUS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

CANAL TELEVISIÓ

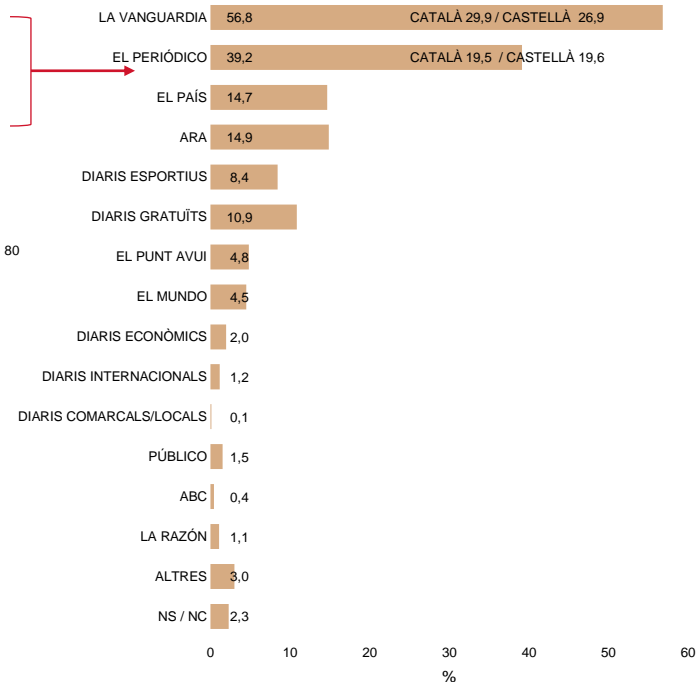


FREQÜÈNCIA LECTURA PREMSA



DIARIS MÉS LLEGITS

(BASE LLEGEIXEN PREMSA: 920)





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**