



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal: Institut Municipal de Mercats

Presentació de Resultats

Del 22 de març al 19 d'abril de 2017



Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r17017



Enquesta Òmnibus Municipal – Març 2017
Presentació de Resultats - Institut Municipal de Mercats

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r17017

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 22 DE MARÇ AL 19 D'ABRIL DE 2017

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 mitjà sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, de gravació o altres, sense el permís del propietari del copyright.



ÍNDEX

003 FITXA TÈCNICA

004 MERCATS MUNICIPALS

006 Freqüència de compra

007 Motius per no comprar al mercat

008 Valoració

009 Motius de satisfacció

010 PERFIL DELS ENTREVISTATS



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1.008 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 22 de març al 19 d'abril de 2017.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Apolda S.L.

El bloc de preguntes de de l' Institut Municipal de Mercats forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de MARÇ de 2017.



01

Mercats municipals



RESUM DE RESULTATS

MERCATS MUNICIPALS

FREQÜÈNCIA DE COMPRA

Dues tercers parts de la població de la ciutat compra de manera regular a un mercat municipal (65,0%). El més habitual és que hi vagin un cop a la setmana (29,5%), però un 12,6% hi va més d'un cop a la setmana. Per tant, un 42,1% de la població de Barcelona és client assidu dels mercats municipals.

Per contra, el 25,1% declara no anar-hi mai o gairebé mai, i el 9,7% no s'encarrega de cap de les compres de la casa.

A Gràcia i a Ciutat Vella hi viuen una major proporció de clients dels mercats municipals (72,8% i 71,5%, respectivament). Per edats, en són més els que tenen entre 55 i 64 anys (79,1%) i els majors de 65 anys (71,3%).

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 80,0% ho està molt o bastant i només el 3,8% no ho està.

El tracte i l'atenció, a la vegada que la qualitat dels productes, són els dos motius principals en aquesta valoració amb el 27,9% i el 26,7%, respectivament. Segueixen com a motius principals la varietat de productes (23,2%), i que hi trobes de tot (13,7%).

Evolució: La proporció de clients molt satisfets, tot i baixar 2,8 punts, és manté a nivells de la mitjana des de 2011 després de un percentatge molt baix el 2010, i es consolida al voltant del 32%. Pugen 5 punts les valoracions normal/regular des de la darrera onada que era la més baixa de la sèrie.

MOTIUS PER NO ANAR A COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL

La distància amb el mercat (29,5%) és el principal motiu per no anar-hi a comprar. Segueixen però en menor proporció, la consideració de que es car (14,1%) i que es tenen més a prop altres establiments (13,9%) o simplement que compra en altre tipus d'establiment (12,7%).

Evolució: La distància i la preferència per altres tipus d'establiments sempre han estat els motius principals per no anar als mercats municipals per bé que la consideració del preu a pujat 5,7 punts en aquesta edició.



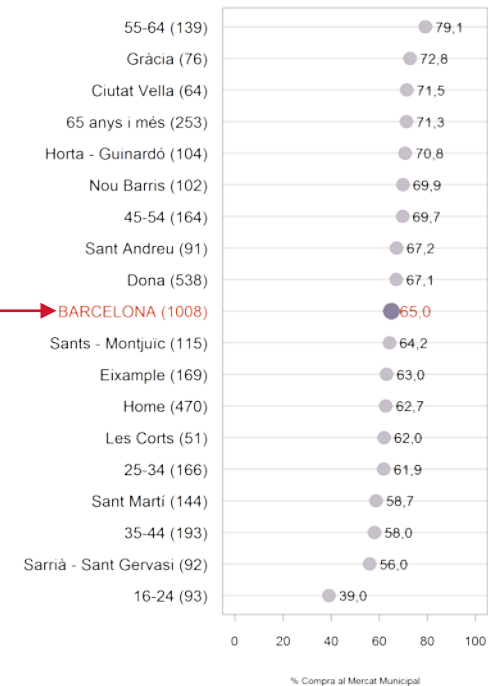
FREQUÈNCIA DE COMPRA

MERCATS MUNICIPALS

EVOLUCIÓ

%	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	Març	Març	Març	Abril	Març	Abril	Març	Març
CADA DIA	3,3	3,1	3,8	2,6	3,0	2,1	2,5	2,9
MÉS D'UN COP A LA SETMANA	15,5	12,2	14,1	13,5	15,9	13,0	13,0	12,6
UN COP A LA SETMANA	29,8	31,6	27,6	30,4	29,0	26,1	29,7	29,5
DOS COPS AL MES	7,2	9,6	9,8	9,1	8,2	10,4	7,6	8,6
UN COP AL MES	5,8	7,7	7,3	9,3	9,8	9,3	9,8	8,3
MENYS D'UNA VEGADA AL MES	4,0	5,0	3,9	5,6	3,8	4,3	2,3	3,2
NO HI VA MAI O GAIREBÉ MAI	27,3	22,7	27,7	27,1	24,8	28,9	26,2	25,1
NO S'ENCARREGA DE LA COMPRA A CASA SEVA	6,9	7,9	5,7	1,9	5,2	5,7	8,9	9,7
NS / NC	0,2	0,1	0,1	0,5	0,2	0,2	0,1	0,1
N	(1000)	(1026)	(1000)	(1000)	(1012)	(1047)	(1004)	(1008)

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



P1

Amb quina freqüència va a comprar al mercat municipal?

N 1008



MOTIUS PER NO COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL

MERCATS MUNICIPALS

%	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	Març	Març	Març	Abril	Març	Abril	Març	Març
LI QUEDA LLUNY	25,6	30,6	30,9	31,0	30,0	31,5	28,4	29,5
ÉS CAR	5,5	8,2	9,2	10,3	6,8	13,7	8,4	14,1
TÉ MÉS A PROP ALTRES ESTABLIMENTS	12,1	14,1	3,9	12,5	7,6	17,5	15,9	13,9
COMPRA EN UN ALTRE TIPUS D'ESTABLIMENT	22,7	21,2	12,0	9,6	13,1	16,8	13,8	12,7
L'HORARI ÉS MÉS RESTRINGIT	7,7	10,7	8,2	5,2	4,0	8,0	7,1	9,3
HI VAN ALTRES PERSONES	-	-	-	17,7	16,6	4,6	11,7	7,0
PER MANCA DE TEMPS	10,6	7,8	11,2	6,3	5,8	6,9	5,0	6,6
ALTRES ESTABLIMENTS SÓN MÉS COMODES	9,5	3,9	12,1	11,4	6,8	13,3	7,7	5,1
NO POT DESPLAÇAR-SE	-	4,6	5,5	3,3	4,4	3,0	0,8	3,9
MANCA DE COSTUM	3,7	1,3	1,3	5,5	2,8	5,0	2,3	3,2
COMPRA PER INTERNET / LI PORTEN LA COMPRA A CASA	2,6	0,4	2,3	-	1,2	2,6	1,6	2,4
MOLTA GENT I CUES	1,8	0,4	0,7	2,2	0,8	3,5	1,1	1,6
POCA OFERTA /POQUES PARADES	1,1	0,9	2,0	1,5	0,8	3,9	3,3	1,6
COMPRA POC/ NECESSITA POC	-	-	-	-	-	-	-	1,2
PEL TIPUS DE PRODUCTES QUE NECESSITA	1,1	1,8	1,3	0,7	0,4	1,9	1,1	1,2
PER L'APARCAMENT	-	-	-	-	-	-	-	1,2
NO LI AGRADA	-	0,9	3,7	0,4	1,9	1,1	1,5	1,2
ESTÀ TANCAT/ EN REFORMES	-	-	-	-	-	-	-	0,8
FALTA DE CONFIANÇA	-	0,9	0,8	-	-	1,8	-	0,4
ALTRES	3,3	3,6	4,4	3,7	6,7	8,7	1,9	2,4
NS / NC	2,2	0,4	1,1	0,4	0,8	-	-	0,4
N	(273)	(231)	(242)	(271)	(249)	(299)	(263)	(254)

P2

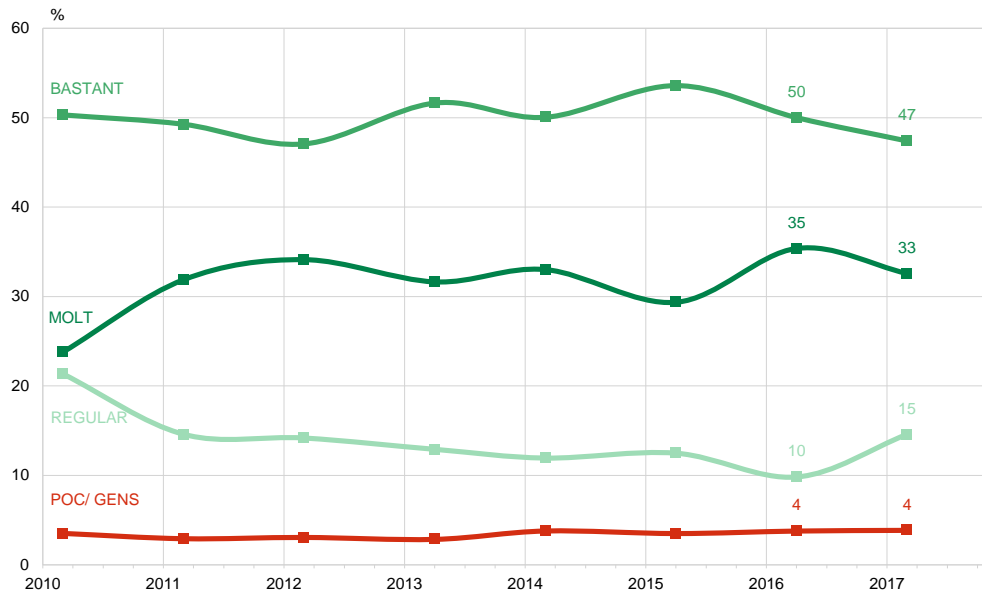
Per quin motiu no va a comprar als mercats municipals?

B No van mai o gairebé mai
N 254
R Espontània. Multiresposta.



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
■ 656

■ Molt satisfet
■ Bastant satisfet
■ Regular

■ Poc/gens satisfet
■ NS/ NC



MOTIUS DE SATISFACCIÓ

MERCATS MUNICIPALS

%	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	Març	Març	Març	Abril	Març	Abril	Març	Març
L'ATENCIÓ, EL TRACTE	34,6	46,9	43,4	45,1	42,9	53,6	33,3	27,9
LA QUALITAT DELS PRODUCTES	32,9	24,5	29,6	31,9	28,0	38,3	27,4	26,7
LA VARIETAT DE PRODUCTES / L'OFERTA	23,5	14,1	31,4	22,1	24,3	24,3	19,0	23,2
HI TROBES DE TOT	14,4	19,2	4,7	13,1	8,6	12,3	11,0	13,7
ESTAN REMODELATS, NETS	11,1	10,6	7,7	7,7	5,1	11,1	14,5	12,0
ACCÉS A PRODUCTES FRESCOS	10,5	11,7	9,4	15,7	12,8	17,7	16,2	11,6
HO TÉ A PROP DE CASA	3,7	5,6	7,0	7,8	6,7	11,8	7,6	9,3
L'AMBIENT/ ELS CONEIX O EL CONEIXEN	6,4	5,1	8,6	10,4	5,5	9,7	6,8	8,6
EL PREU	12,3	8,2	10,5	11,1	8,4	12,9	8,1	8,3
PRODUCTES DE PROXIMITAT	-	-	-	-	-	-	-	5,7
PER COSTUM, TRADICIÓ	3,3	2,8	3,5	1,7	1,9	3,8	3,1	5,6
BONS SERVEIS (T'HO PORTEN A CASA,...)	1,2	4,2	4,6	0,9	0,5	3,2	4,4	5,3
LI AGRADA	2,3	4,0	2,0	1,7	1,9	3,4	5,4	4,9
ÉS CÒMODE	-	-	1,7	1,0	0,8	2,4	1,6	3,9
PRESENTACIÓ DEL PRODUCTE	-	-	2,0	2,9	1,1	1,7	0,2	2,7
POTS TRIAR EL GÈNERE	1,4	0,7	2,5	-	1,4	0,8	1,8	1,5
L'HORARI	-	1,3	1,1	0,3	0,5	1,1	1,3	1,1
ALTRES	2,9	9,1	6,8	5,8	2,6	9,0	5,7	7,5
TOT	-	-	0,6	-	0,2	-	-	0,4
NS / NC	1,2	1,0	1,0	0,3	1,8	0,2	0,2	0,2
N	(486)	(577)	(534)	(587)	(590)	(569)	(555)	(525)

P4

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

B Estan molt/bastant satisfets amb els mercats municipals
N 525
R Espontània. Multiresposta.



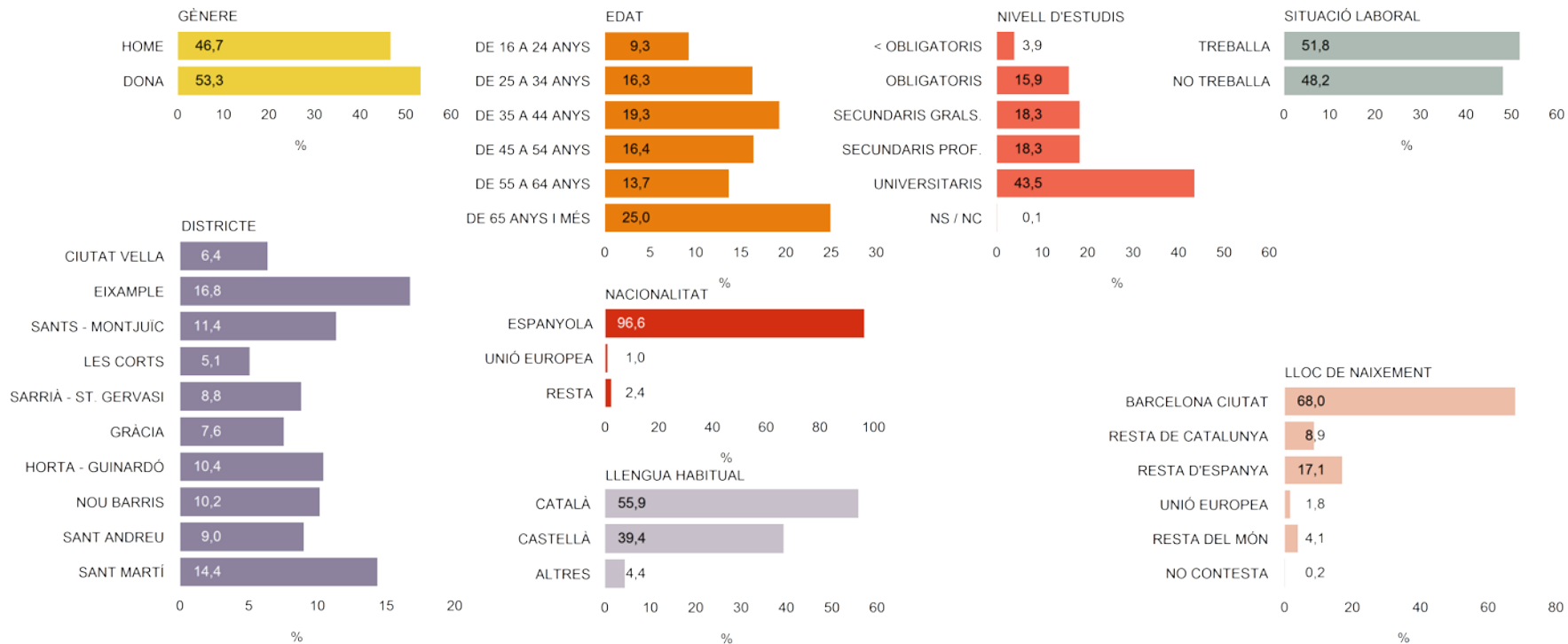
02

Perfil dels entrevistats



DADES PERSONALS

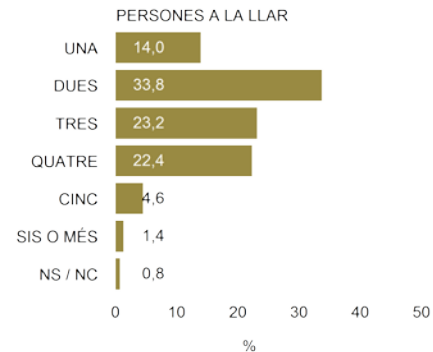
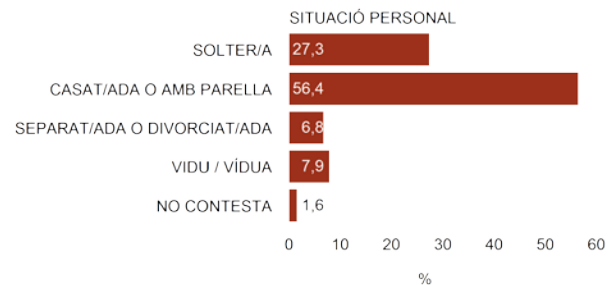
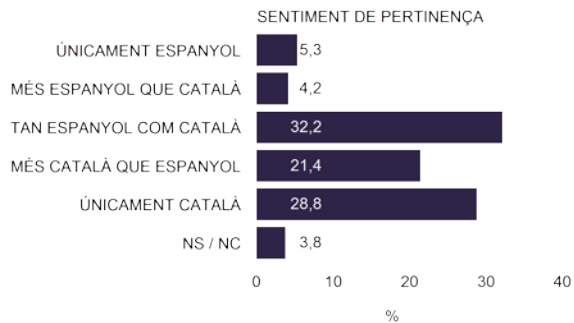
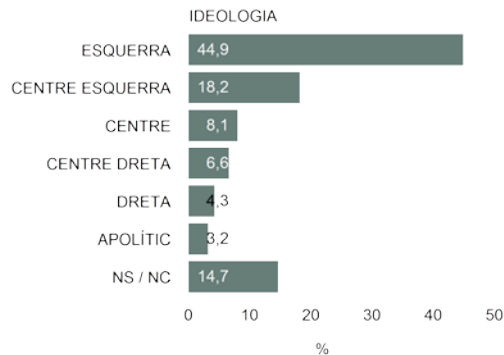
PERFIL DELS ENTREVISTATS





POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

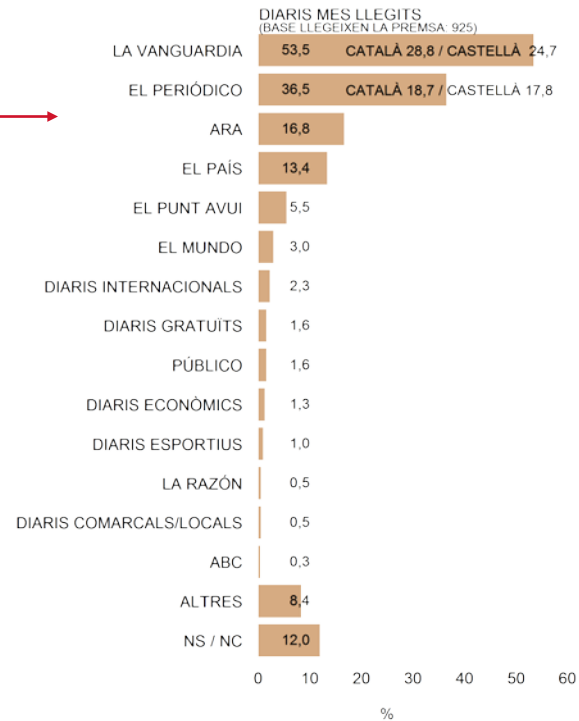
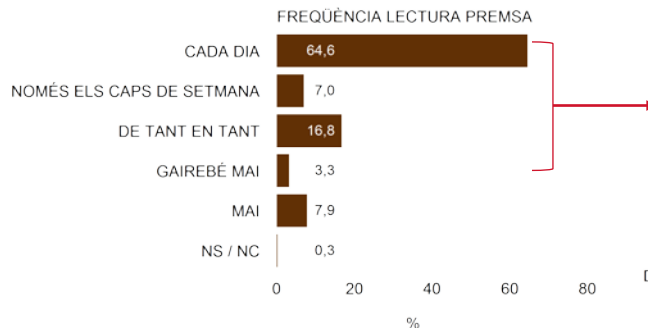
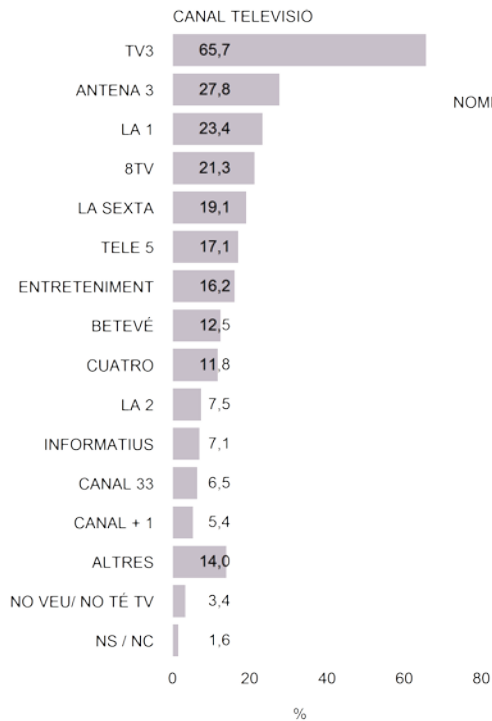
PERFIL DELS ENTREVISTATS





HÀBITS INFORMATIUS

PERFIL DELS ENTREVISTATS





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**