



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal: Institut Municipal de Mercats

Presentació de Resultats

Del 6 al 16 de maig de 2019

S A
CON

Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r19012



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r19012

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DEL 6 AL 16 DE MAIG DE 2019

Departament d'Estudis d'Opinió - Gabinet Tècnic de Programació
Oficina Municipal de Dades

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

005 MERCATS MUNICIPALS

007 Freqüència de compra

008 Motius per no comprar al mercat

009 Valoració

010 Motius de satisfacció

011 PERFIL DELS ENTREVISTATS



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1000 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista personal realitzada amb suport informàtic (CAPI) al carrer.

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

Mostreig aleatori estratificat. Els estrats s'han format per l'encreuament dels deu districtes municipals amb el sexe 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. A més, s'han establert quotes marginals per a persones en situació d'atur i estrangers.

AFIXACIÓ

Proporcional a la població segons el Padró municipal d'habitants.

PONDERACIÓ

No és procedent.

ERROR MOSTRAL

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

DATA DE REALITZACIÓ

Del 6 al 16 de maig de 2019

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Gesop S.L.



SIGLES

E

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. 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

Més del 60% de la població de la ciutat va a comprar a un mercat municipal concretament el 63,7%. El més habitual és que hi vagin un cop a la setmana (23,1%), però un 13,9% hi va més d'un cop a la setmana i un 3,7% hi va cada dia. Per tant, un 41,9% de la població de Barcelona és client assidu dels mercats municipals.

Per contra, el 27,9% declara no anar-hi mai o gairebé mai, i el 8,2% no s'encarrega de les compres de la casa.

Per edats, en són més clients els que tenen entre 45 i 54 anys (69,9%) i els de 35 a 44 anys (67,4%) i una mica més les dones (66%) que els homes (61%).

Evolució: El públic dels mercats municipals continua estable al voltant del 65% de la població.

En aquesta onada el percentatge de clients es

manté similar a l'any passat i també es mantenen els de freqüència de compra.

MOTIUS PER NO ANAR A COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL

La distància amb el mercat (30,1%) és el principal motiu per no anar-hi a comprar. Segueixen per damunt del 10%, la compra en altre tipus d'establiment amb el 25,8% o la consideració de que és car (22,6%).

Evolució: La distància és manté com el principal motiu, mentre que la preferència per comprar en altre tipus d'establiment es situa en el segon lloc. Les referències a que es car comprar-hi passa a ser el tercer motiu en aquesta onada, pujant 4,6 punts.

SATISFACCIÓ

El 29% dels/les que hi compren estan molt satisfets/tes amb els mercats municipals i un 46% ho estan bastant. Només el 7% no ho està.

La qualitat dels productes i el tracte i l'atenció, són els dos motius principals en aquesta valoració, amb el 29,2% i el 23,7%, respectivament. Segueixen com a motius la varietat de productes (17,2%), que estan remodelats (17%) i que hi trobes de tot (18,2%). També per damunt del 10% destaquen, l'accés a productes frescos (13,4%) i el preu (10,3%).

Evolució: La proporció de clients/as molt satisfets/es, baixa 4 punts en aquesta onada i pugen 2 punts els/les bastant satisfet/es. Creixen per la seva banda en 3 punts els/les poc/gens satisfets/es.

Pel que fa al motiu, baixen en 4,2 punts les referències a l'atenció i el tracte i pugen 3,9 punts el fet d'estar remodelats.



FREQUÈNCIA DE COMPRA

MERCATS MUNICIPALS

EVOLUCIÓ

%	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Març	Març	Març	Abril	Març	Abril	Març	Març	Març	Maig
CADA DIA	3,3	3,1	3,8	2,6	3,0	2,1	2,5	2,9	3,4	3,7
MÉS D'UN COP A LA SETMANA	15,5	12,2	14,1	13,5	15,9	13,0	13,0	12,6	14,3	13,9
UN COP A LA SETMANA	29,8	31,6	27,6	30,4	29,0	26,1	29,7	29,5	23,1	24,3
DOS COPS AL MES	7,2	9,6	9,8	9,1	8,2	10,4	7,6	8,6	9,2	8,3
UN COP AL MES	5,8	7,7	7,3	9,3	9,8	9,3	9,8	8,3	8,4	8,9
MENYS D'UNA VEGADA AL MES	4,0	5,0	3,9	5,6	3,8	4,3	2,3	3,2	3,9	4,6
NO HI VA MAI O GAIREBÉ MAI	27,3	22,7	27,7	27,1	24,8	28,9	26,2	25,1	30,6	27,9
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	6,8	8,2
NS / NC	0,2	0,1	0,1	0,5	0,2	0,2	0,1	0,1	0,3	0,2
N	(1000)	(1026)	(1000)	(1000)	(1012)	(1047)	(1004)	(1008)	(1000)	(1000)

CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES





MOTIUS PER NO COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL

MERCATS MUNICIPALS

%	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Març	Març	Març	Abril	Març	Abril	Març	Març	Març	Maig
LI QUEDA LLUNY	25,6	30,6	30,9	31,0	30,0	31,5	28,4	29,5	31,7	30,1
COMPRA EN UN ALTRE TIPUS D'ESTABLIMENT	22,7	21,2	12,0	9,6	13,1	16,8	13,8	12,7	8,2	25,8
ÉS CAR	5,5	8,2	9,2	10,3	6,8	13,7	8,4	14,1	18,0	22,6
ALTRES ESTABLIMENTS SÓN MÉS COMODES	9,5	3,9	12,1	11,4	6,8	13,3	7,7	5,1	16,7	7,5
PER MANCA DE TEMPS	10,6	7,8	11,2	6,3	5,8	6,9	5,0	6,6	4,2	7,5
TÉ MÉS A PROP ALTRES ESTABLIMENTS	12,1	14,1	3,9	12,5	7,6	17,5	15,9	13,9	18,6	6,8
L'HORARI ÉS MÉS RESTRINGIT	7,7	10,7	8,2	5,2	4,0	8,0	7,1	9,3	8,5	6,8
MANCA DE COSTUM	3,7	1,3	1,3	5,5	2,8	5,0	2,3	3,2	4,9	6,5
NO POT DESPLAÇAR-SE	-	4,6	5,5	3,3	4,4	3,0	0,8	3,9	2,6	2,9
HI VAN ALTRES PERSONES	-	-	-	17,7	16,6	4,6	11,7	7,0	2,9	2,5
COMPRA PER INTERNET / LI PORTEN LA COMPRA A CASA	2,6	0,4	2,3	-	1,2	2,6	1,6	2,4	2,3	1,4
NO LI AGRADA	-	0,9	3,7	0,4	1,9	1,1	1,5	1,2	4,2	0,7
ESTÀ TANCAT/ EN REFORMES	-	-	-	-	-	-	-	0,8	-	0,7
PEL TIPUS DE PRODUCTES QUE NECESSITA	1,1	1,8	1,3	0,7	0,4	1,9	1,1	1,2	0,7	0,4
MOLTA GENT I CUES	1,8	0,4	0,7	2,2	0,8	3,5	1,1	1,6	3,6	0,4
FALTA DE CONFIANÇA	-	0,9	0,8	-	-	1,8	-	0,4	0,7	0,4
PER L'APARCAMENT	-	-	-	-	-	-	-	1,2	1,6	0,4
POCA OFERTA /POQUES PARADES	1,1	0,9	2,0	1,5	0,8	3,9	3,3	1,6	2,6	-
ALTRES	3,3	3,6	4,4	3,7	6,7	8,7	1,9	2,4	1,0	5,7
NS / NC	2,2	0,4	1,1	0,4	0,8	-	-	0,4	0,3	1,4
N	(273)	(231)	(242)	(271)	(249)	(299)	(263)	(254)	(306)	(279)

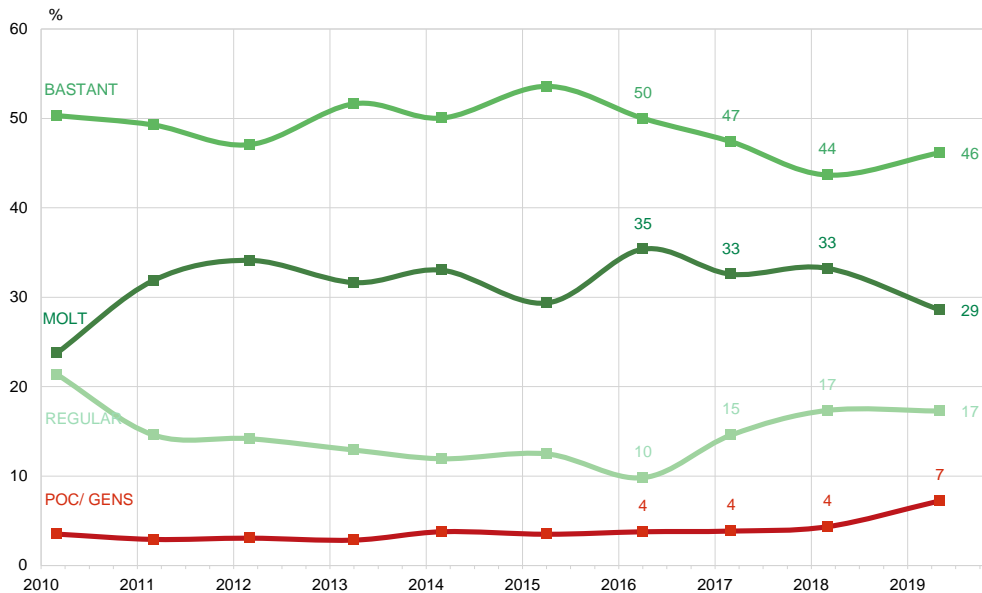
ME_2 Per quin motiu no va a comprar als mercats municipals?

B No van mai o gairebé mai
N 279
R Espontània. Multiresposta.



VALORACIÓ DELS MERCATS

MERCATS MUNICIPALS



ME_3 Vostè, amb els mercats municipals, està molt, bastant, regular, poc o gens satisfet? Van a comprar al mercat municipal
N 637

Molt satisfet
 Bastant satisfet
 Regular

Poc/gens satisfet



MOTIUS DE SATISFACCIÓ

MERCATS MUNICIPALS

%	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Març	Març	Març	Abril	Març	Abril	Març	Març	Març	Maig
LA QUALITAT DELS PRODUCTES	32,9	24,5	29,6	31,9	28,0	38,3	27,4	26,7	29,9	29,2
L'ATENCIÓ, EL TRACTE	34,6	46,9	43,4	45,1	42,9	53,6	33,3	27,9	28,0	23,7
LA VARIETAT DE PRODUCTES / L'OFERTA	23,5	14,1	31,4	22,1	24,3	24,3	19,0	23,2	15,0	17,2
ESTAN REMODELATS, NETS	11,1	10,6	7,7	7,7	5,1	11,1	14,5	12,0	13,2	17,0
HI TROBES DE TOT	14,4	19,2	4,7	13,1	8,6	12,3	11,0	13,7	18,2	14,5
ACCÉS A PRODUCTES FRESCOS	10,5	11,7	9,4	15,7	12,8	17,7	16,2	11,6	16,1	13,4
EL PREU	12,3	8,2	10,5	11,1	8,4	12,9	8,1	8,3	11,5	10,3
L'AMBIENT/ ELS CONEIX O EL CONEIXEN	6,4	5,1	8,6	10,4	5,5	9,7	6,8	8,6	7,3	9,5
HO TÉ A PROP DE CASA	3,7	5,6	7,0	7,8	6,7	11,8	7,6	9,3	9,0	8,4
PRODUCTES DE PROXIMITAT	-	-	-	-	-	-	-	5,7	6,1	8,2
BONS SERVEIS (T'HO PORTEN A CASA,...)	1,2	4,2	4,6	0,9	0,5	3,2	4,4	5,3	5,6	4,6
EM DÓNA CONFIANÇA	-	3,8	4,1	2,9	1,4	3,5	1,9	0,9	2,5	2,5
POTS TRIAR EL GÈNERE	1,4	0,7	2,5	-	1,4	0,8	1,8	1,5	2,1	2,1
ÉS CÒMODE	-	-	1,7	1,0	0,8	2,4	1,6	3,9	1,7	1,7
PRODUCTES NO ENVASATS	1,0	0,3	0,4	0,2	0,2	0,9	0,4	0,4	1,7	1,5
LI AGRADA	2,3	4,0	2,0	1,7	1,9	3,4	5,4	4,9	5,4	1,5
PER COSTUM, TRADICIÓ	3,3	2,8	3,5	1,7	1,9	3,8	3,1	5,6	4,4	1,3
ALTRES	1,9	6,2	3,5	3,1	1,6	5,7	4,8	7,3	0,8	2,9
CAP / RES	-	-	0,2	-	0,2	-	-	-	0,2	-
NS / NC	1,2	1,0	1,0	0,3	1,8	0,2	0,2	0,2	0,4	0,6
N	(486)	(577)	(534)	(587)	(590)	(569)	(555)	(525)	(479)	(476)

ME4 Per quin motiu està molt o bastant satisfet amb els mercats municipals? Van i estan molt/bastant satisfets amb els mercats municipals

476 Espontània. Multiresposta.



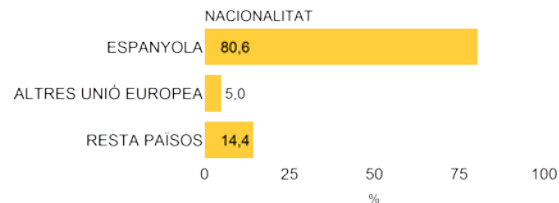
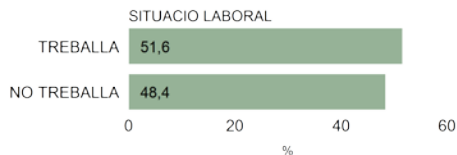
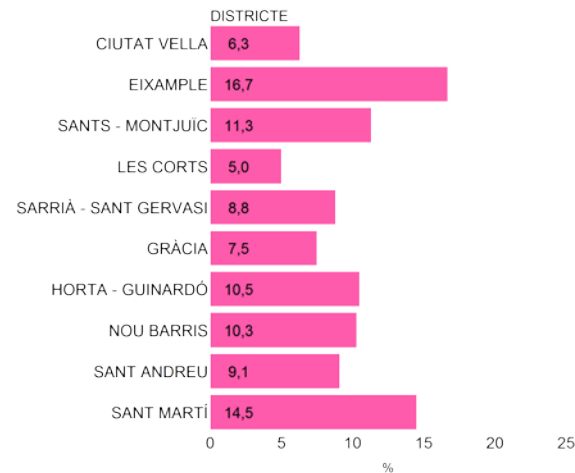
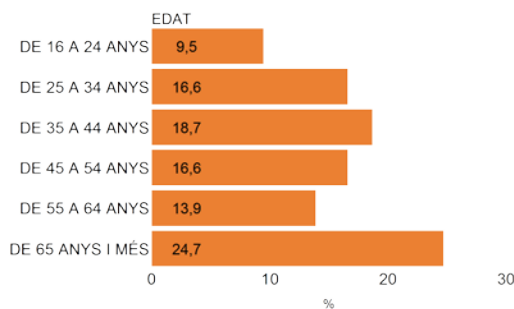
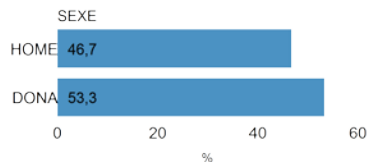
02

Perfil dels entrevistats



QUOTES

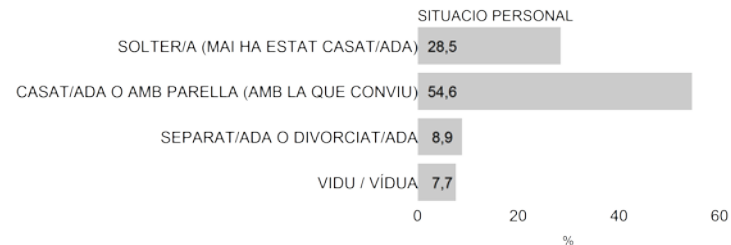
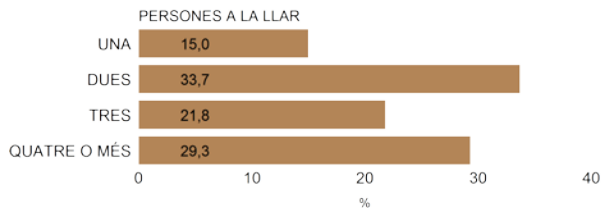
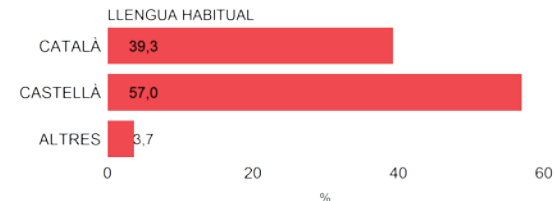
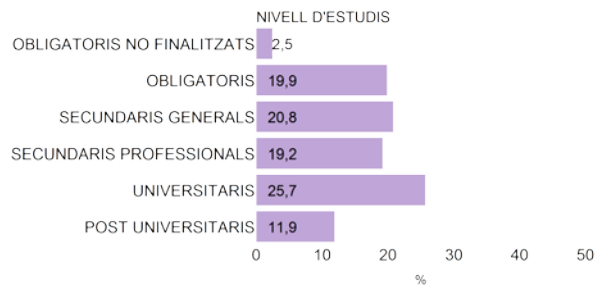
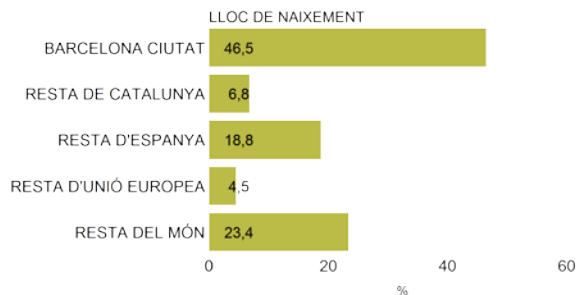
PERFIL DELS ENTREVISTATS





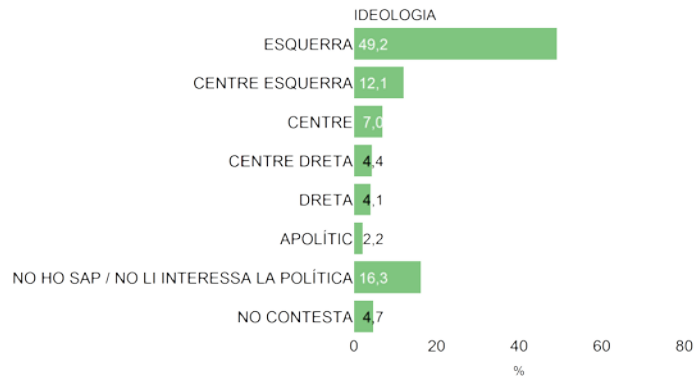
POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

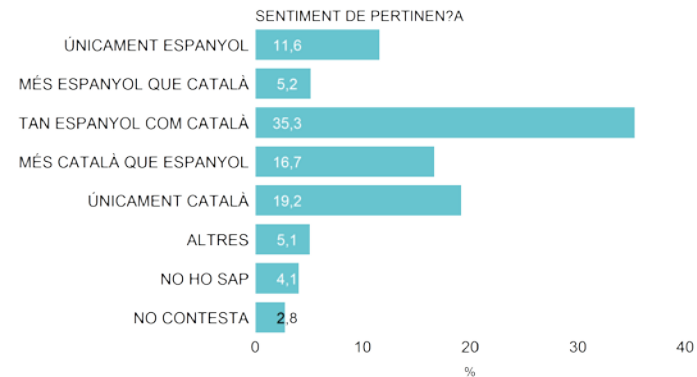




DADES PERSONALS



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**

