

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS
PRESENTACIÓ DE RESULTATS

MARÇ 2010

Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió **r10008**

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL INSTITUT MUNICIPAL DE MERCATS

MARÇ 2010

Direcció de Comunicació Corporativa

Direcció de Serveis d'Estudis i Avaluació

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.



Ajuntament de Barcelona

Direcció de Comunicació Corporativa
Direcció de Serveis d'Estudis i Avaluació

ÍNDEX

- 006 FREQUÈNCIA DE COMPRA ALS MERCATS MUNICIPALS
- 007 VALORACIÓ DELS MERCATS
- 009 MOTIUS PER NO COMPRAR ALS MERCATS MUNICIPALS
- 010 TAULES D'EVOLUCIÓ
- 015 DADES D'IDENTIFICACIÓ

FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1000 entrevistes.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 i més anys amb llar amb telèfon.

METODOLOGIA

Entrevista telefònica.

AFIXACIÓ

Proporcional.

PONDERACIÓ

No procedeix.

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

S'ha realitzat una mostra aleatòria estratificada segons districte, sexe i edat. S'han aplicat quotes per cadascun dels estrats calculades segons el Padró municipal d'Habitants.

ERROR MOSTRAL

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

DATA DE REALITZACIÓ

Del 3 al 8 de març de 2010.

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

GESOP

El bloc de preguntes de l'Institut Municipal de Mercats forma part de l'ÒMNIBUS MUNICIPAL de MARÇ de 2010.

SIGLES

B

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.

R

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



INSTITUT MUNICIPAL
DE MERCATS

FREQÜÈNCIA DE COMPRA ALS MERCATS MUNICIPALS

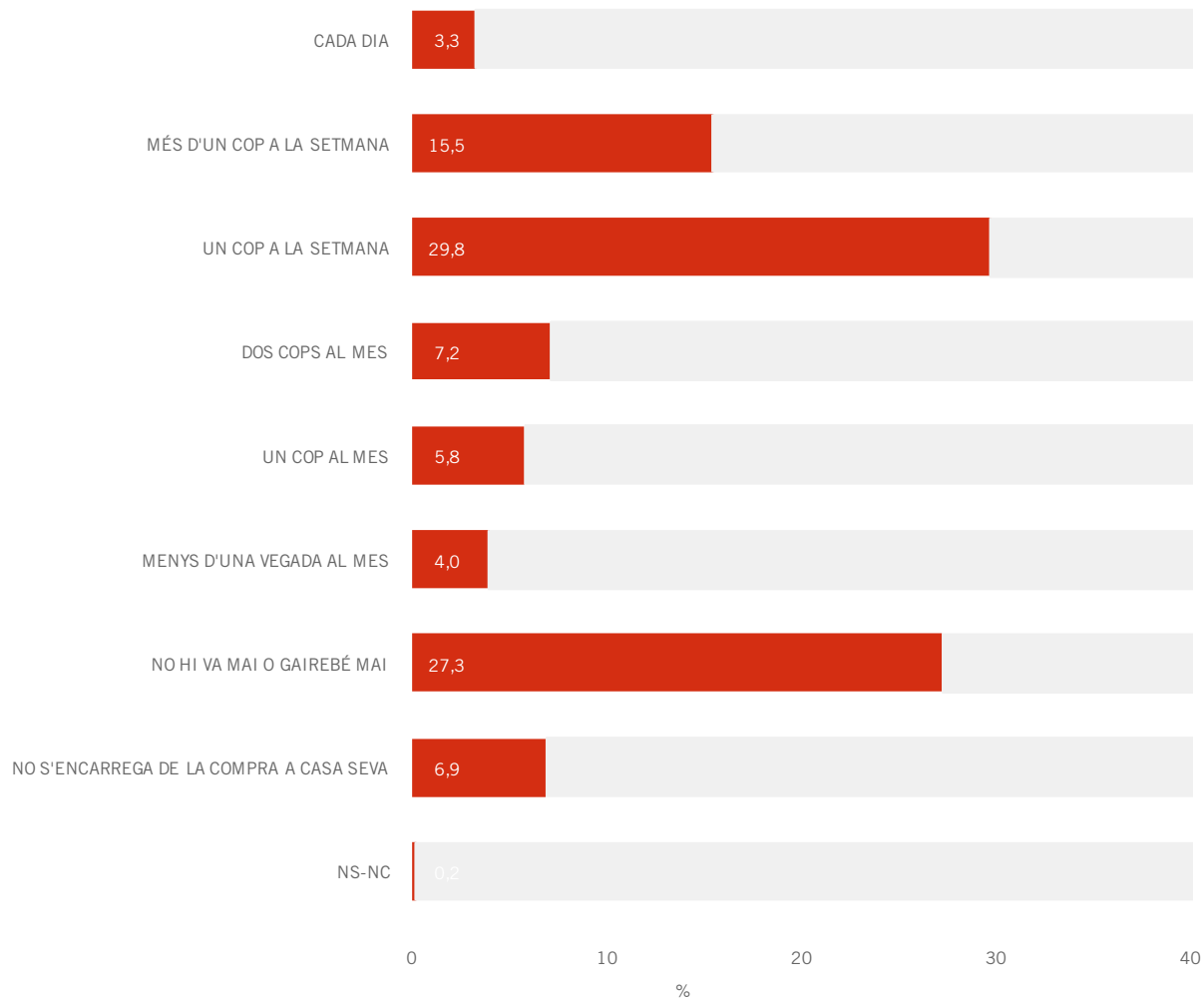
P1. AMB QUINA FREQÜÈNCIA VA A COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL?

Gairebé dos terços dels barcelonins van al mercat municipal amb alguna freqüència (el 65,6%).

La majoria hi va un cop o més a la setmana, concretament el 29,8% hi va una sola vegada a la setmana, el 15,5% més d'una vegada i el 3,3% cada dia.

Un altre 7,2% diu anar-hi aproximadament cada 15 dies, el 5,8% hi va un cop al mes i els 4,0% amb menor freqüència.

Un 27,3% dels barcelonins no compra mai o gairebé mai al mercat municipal i un altre 6,9% assegura no encarregar-se mai de fer la compra a casa seva. Un 0,2% no es posiciona al respecte.



P1. **N** 1000
R Suggestida



VALORACIÓ DELS MERCATS

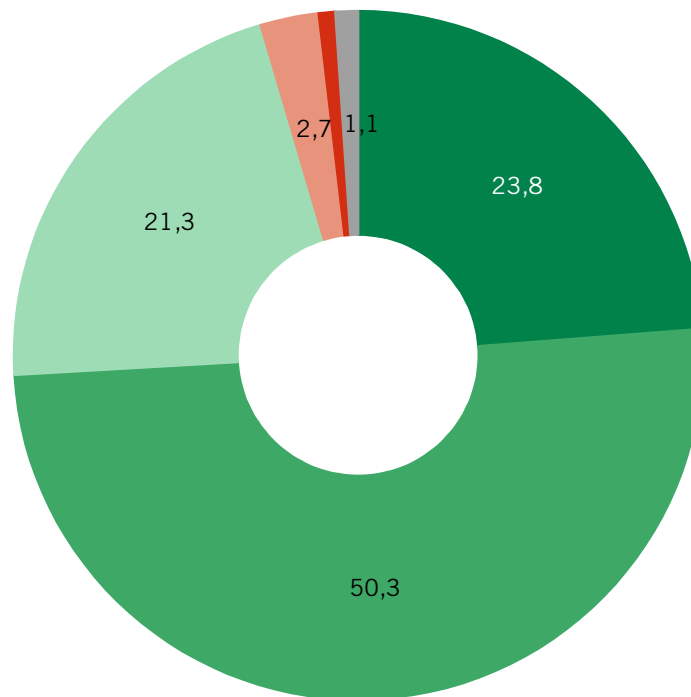
P3. VOSTÈ, AMB ELS MERCATS MUNICIPALS, ESTÀ MOLT, BASTANT, REGULAR, POC O GENS SATISFET?

Tres de cada quatre barcelonins (74,1%) que han dit anar amb alguna freqüència al mercat municipal diuen estar-ne molt (23,8%) o bastant (50,3%) satisfets.

Un 21,3% manté una posició intermèdia i el 3,5% n'està poc o gens satisfet.

Per a tots els segments de població analitzats són amplia majoria els que estan molt o bastant satisfets amb els mercats municipals, però són les dones i les persones de més de 64 anys les que mostren un grau de satisfacció més elevat.

Per districtes, els veïns de Gràcia (86,0%), Les Corts (82,8%) i l'Eixample (81,5%) són els més satisfets amb els mercats.



P3. **B** Van amb alguna freqüència al mercat municipal
N 656

Molt satisfet
Bastant satisfet
Regular

Poc satisfet
Gens satisfet
NS-NC

VALORACIÓ DELS MERCATS

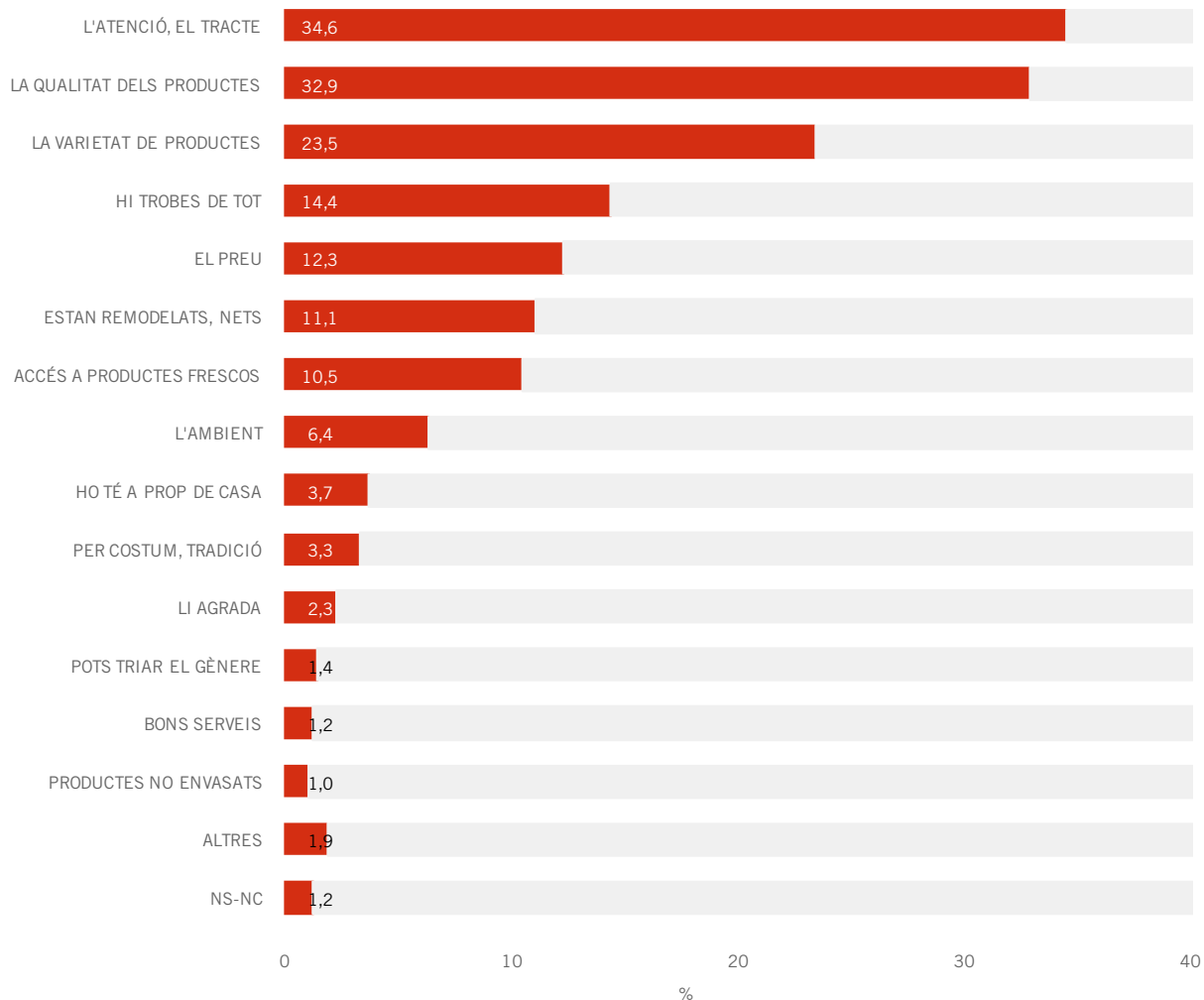
P4. PER QUIN MOTIU ESTÀ MOLT O BASTANT SATISFET AMB ELS MERCATS MUNICIPALS?

Als que diuen estar molt o bastant satisfets amb els mercats municipals se'ls ha preguntat perquè en tenen aquesta opinió.

Una bona atenció al client i el tracte proper que ofereixen els comerciants són els aspectes més ben valorats dels mercats municipals (34,6%), seguit de prop per la qualitat dels productes que s'hi ofereixen (32,9%), la varietat d'oferta que s'hi troba (23,5%), o dit d'una altra manera, que hi ha de tot (14,4%).

Altres aspectes que es valoren positivament són el preu al que s'ofereixen els productes (12,3%) o les reformes que s'hi han fet, juntament amb el bon manteniment, la neteja, que estiguin nous i ben condicionats (11,1%) o bé l'accés a productes frescos de qualitat (10,5%).

L'ambient que es respira als mercats, tenir-ho prop de casa, la costum, la tradició o bé simplement que li agrada i s'identifica amb aquesta manera de comprar, són altres dels aspectes destacats.



P4. **B** Van amb alguna freqüència al mercat municipal i n'estan molt o bastant satisfets

N 486

R Espontània



MOTIUS PER NO COMPRAR ALS MERCATS MUNICIPALS

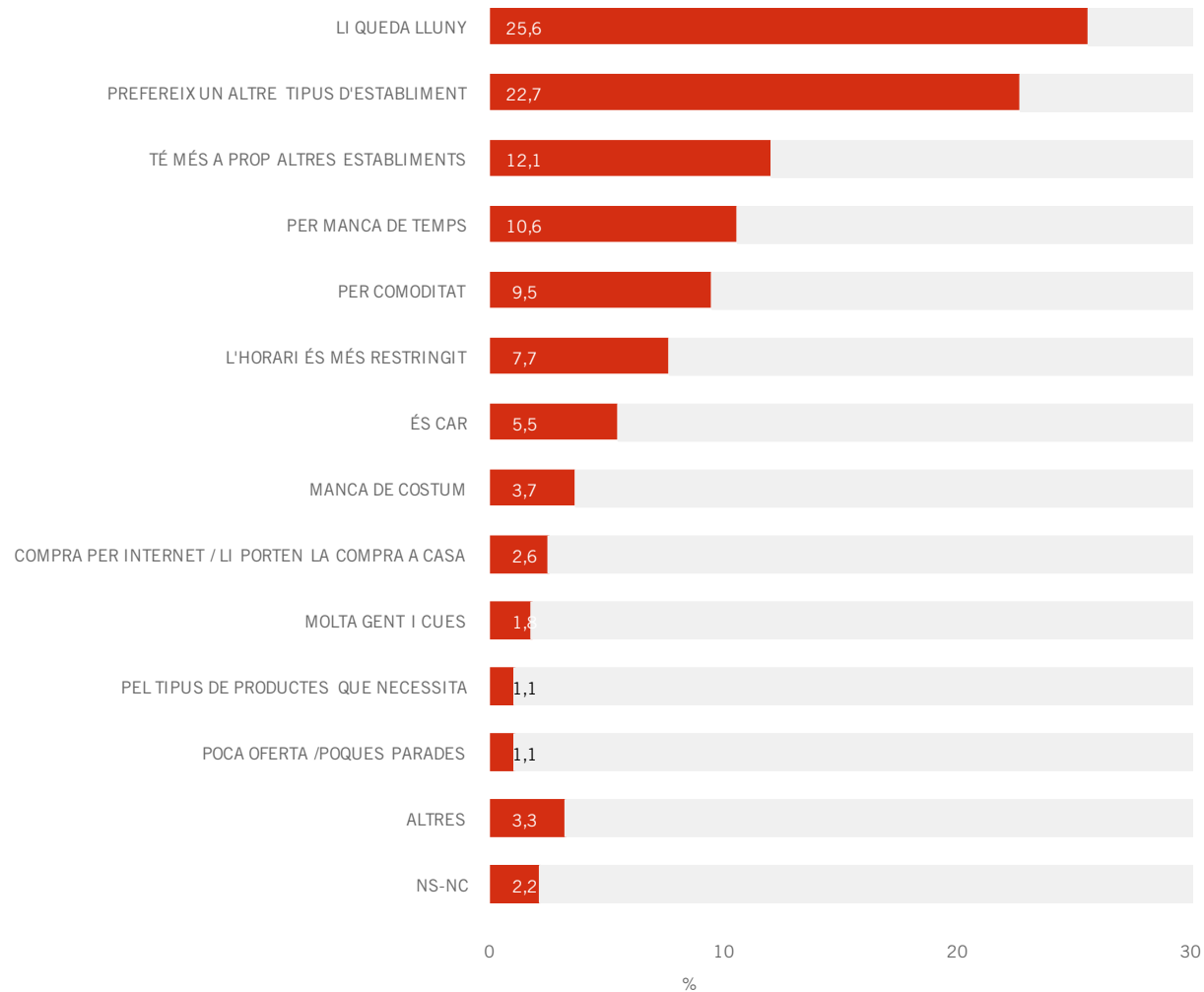
P2. PER QUIN MOTIU NO VA A COMPRAR ALS MERCATS MUNICIPALS?

Per altra banda, més d'una quarta part dels entrevistats diu que no va a comprar mai o gairebé mai als mercats municipals, i a aquests se'ls hi ha preguntat per quin motiu no hi van.

Una quarta part dels entrevistats diu no anar-hi perquè li queda massa lluny de casa (25,6%), als que podem sumar-hi un altre 12,1% que diu optar per altres establiments perquè els té més a prop de casa.

Un altre 22,7% diu simplement que prefereix altres tipus d'establiments (principalment supermercats), un 10,6% no va al mercat per falta de temps i un altre 9,5% troba més còmode anar a altres tipus d'establiments, sobretot supermercats, argumentant que és més ràpid comprar-hi, que hi ha més oferta a prop de casa, etc.

L'horari d'atenció al públic més reduït, el preu, la manca de costum o que opten per comprar per internet o que els hi portin la compra a casa són altres arguments per no comprar al mercat municipal.



P2. **B** No va mai o gairebé mai al mercat municipal
N 273
R Espontània



TAULES D'EVOLUCIÓ

TAULES D'EVOLUCIÓ

1.- AMB QUINA FREQUÈNCIA VA A COMPRAR AL MERCAT MUNICIPAL?

%	Març 10
CADA DIA	3,3
MÉS D'UN COP A LA SETMANA	15,5
UN COP A LA SETMANA	29,8
DOS COPS AL MES	7,2
UN COP AL MES	5,8
MENYS D'UNA VEGADA AL MES	4,0
NO HI VA MAI O GAIREBÉ MAI	27,3
NO S'ENCARREGA DE LA COMPRA A CASA SEVA	6,9
NS	0,2
NC	
N	(1000)

TAULES D'EVOLUCIÓ

2.- PER QUIN MOTIU NO VA A COMPRAR-HI? (BASE: NO VAN MAI O GAIREBÉ MAI AL MERCAT MUNICIPAL)

%	Març 10
PREFEREIX UN ALTRE TIPUS D'ESTABLIMENT	22,7
PER COMODITAT	9,5
LI QUEDA LLUNY	25,6
PER MANCA DE TEMPS	10,6
MANCA DE COSTUM	3,7
ÉS CAR	5,5
COMPRA PER INTERNET / LI PORTEN LA COMPRA A CASA	2,6
L'HORARI ÉS MÉS RESTRINGIT	7,7
PEL TIPUS DE PRODUCTES QUE NECESSITA	1,1
TÉ MÉS A PROP ALTRES ESTABLIMENTS	12,1
POCA OFERTA /POQUES PARADES	1,1
MOLTA GENT I CUES	1,8
ALTRES	3,3
NS	1,8
NC	0,4
N	(273)

TAULES D'EVOLUCIÓ

3.- VOSTÈ AMB ELS MERCATS DE BARCELONA ESTÀ MOLT, BASTANT, REGULAR, POC O GENS SATISFET?
(BASE: VAN AMB ALGUNA FREQUÈNCIA AL MERCAT MUNICIPAL)

%	Març 10
MOLT	23,8
BASTANT	50,3
REGULAR	21,3
POC	2,7
GENS	0,8
NS	1,1
NC	
N	(656)

TAULES D'EVOLUCIÓ

4.- PER QUIN MOTIU ESTÀ MOLT O BASTANT SATISFET AMB ELS MERCATS MUNICIPALS? (BASE: ESTAN MOLT O BASTANT SATISFETS AMB ELS MERCATS MUNICIPALS)

%	Març 10
L'ATENCIÓ, EL TRACTE	34,6
EL PREU	12,3
LA VARIETAT DE PRODUCTES	23,5
LA QUALITAT DELS PRODUCTES	32,9
HI TROBES DE TOT	14,4
L'AMBIENT	6,4
ACCÉS A PRODUCTES FRESCOS	10,5
ESTAN REMODELATS, NETS	11,1
PER COSTUM, TRADICIÓ	3,3
BONS SERVEIS	1,2
HO TÉ A PROP DE CASA	3,7
LI AGRADA	2,3
PRODUCTES NO ENVASATS	1,0
POTS TRIAR EL GÈNERE	1,4
ALTRES	1,9
NS	1,2
NC	
N	(486)

DADES D'IDENTIFICACIÓ

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z1 (RESUM).- QUINS CANALS DE TELEVISIÓ ACOSTUMA A VEURE MÉS HABITUALMENT?:

(ESPONTÀNIA)

(SUMA DE LES TRES RESPOSTES)

(Recòmpte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
TVE 1	37,8
TVE 2	12,5
TV 3	64,8
C33	15,4
TELECINCO	28,5
ANTENA 3	25,9
CUATRO	18,5
LA SEXTA	16,1
BTV	6,8
8TV	7,8
INFORMATIUS	5,6
ENTRETENIMENT / SÈRIES / CINE	4,7
ALTRES	12,6
NO VEU/NO TÉ TV	3,1
NO CONTESTA	1,6

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z2.- AMB QUINA FREQUÈNCIA LLEGEIX LA PREMSA IMPRESA O PER INTERNET?

(Recoppte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
CADA DIA	60,0
NOMÉS ELS CAPS DE SETMANA	11,2
DE TANT EN TANT	18,4
QUASIMAI	3,0
MAI	7,4

Z3.- QUNS SÓN ELS DIARIS QUE LLEGEIX AMB MÉS FREQUÈNCIA?:

(BASE: LLEGEIXEN PREMSA) (SUMA DE LES DUES RESPOSTES)

(Recoppte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(926)
EL PAÍS	17,4
LA VANGUARDIA	46,8
AVUI	5,9
EL PERIÓDICO (CATALÀ)	19,8
EL PERIÓDICO (CASTELLÀ)	16,3
EL MUNDO	4,3
ABC	1,0
LA RAZÓN	1,4
EL PUNT	1,2
PÚBLICO	1,4
DIARIS ESPORTIUS	13,2
DIARIS GRATUÏTS	28,5
ALTRES DIARIS COMARCALS/LOCALS	,5
DIARIS INTERNACIONALS	,8
DIARIS ECONÒMICS	1,6
ALTRES	1,4
NO SAP	1,3
NO CONTESTA	,8

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z4/Z5 (RESUM).- ESCALA IDEOLÒGICA I SENTIMENT DE PERTINENÇA

IDEOLOGIA (1=EXT.ESQUERRA / 5=EXT.DRETA)

PERTINENÇA (1=ÚNICAMENT ESPANYOL / 5=ÚNICAMENT CATALÀ)

		TOTAL
IDEOLOGIA	Mitjana	2,1
	Des.Est.	1,3
	(n)	(691)
PERTINENÇA	Mitjana	3,4
	Des.Est.	1,1
	(n)	(913)

Z4.- DE LES SEGÜENTS OPCIONS IDEOLÒGIQUES, A QUINA SE SENT VOSTÈ MÉS PROPER?

(Recòmpte)

%Columna

TOTAL

TOTAL	(1000)
ESQUERRA	34,1
CENTRE ESQUERRA	11,9
CENTRE	11,6
CENTRE DRETA	6,0
DRETA	5,5
A POLÍTIC	12,8
NO SAP	11,1
NO CONTESTA	7,0

Z5.- I, A QUINA DE LES SEGÜENTS SITUACIONS SE SENT MÉS PROPER?

(Recòmpte)

%Columna

TOTAL

TOTAL	(1000)
ÚNICAMENT ESPANYOL	8,3
MÉS ESPANYOL QUE CATALÀ	4,5
TANT ESPANYOL COM CATALÀ	36,8
MÉS CATALÀ QUE ESPANYOL	24,0
ÚNICAMENT CATALÀ	17,7
NO SAP	4,8
NO CONTESTA	3,9

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Q1.- SEXE

(Recoppte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
HOME	46,9
DONA	53,1

Q2 (RESUM).- EDAT

		TOTAL
EDAT	Mitjana	49,1
	Des.Est.	18,7
	(n)	(1000)

Q2.- EDAT

(Recoppte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
DE 16 A 24	8,9
DE 25 A 34	18,5
DE 35 A 44	18,7
DE 45 A 54	15,7
DE 55 A 64	13,2
65 IMÉS	25,0

Z6.- LLOC DE NAXEMENT

(Recoppte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
BARCELONA CIUTAT	60,7
RESTA CATALUNYA	8,6
RESTA D'ESPANYA	22,1
UNIÓ EUROPEA	1,3
RESTA DEL MÓN	7,1
NO CONTESTA	,2

Q4 (RESUM).- NACIONALITAT AGRUPADA

(Recoppte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
ESPANYA	94,6
UNIÓ EUROPEA	1,8
ALTRES	3,6

Z7.- LLENGUA HABITUAL

(Recoppte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
CATALÀ	51,8
CASTELLÀ	46,4
ALTRES LLENGUES	1,1
NO CONTESTA	,7

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z8.- NIVELL D'ESTUDIS ACABATS DE L'ENTREVISTAT

(Recòmpte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
MENYS QUE PRIMARIS	4,2
PRIMARIS	25,1
SECUNDARIS	16,2
SECUNDARIS PROFESSIONALS	17,5
UNIVERSITARIS	36,6
NO CONTESTA	,4

Z9.- ACTUALMENT, QUINA ÉS LA SEVA ACTIVITAT LABORAL?

(Recòmpte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
TREBALLA PER COMPTE PROPI	8,8
TREBALLA PER COMPTE D'ALTRI	38,0
JUBILAT/DA / PENSIONISTA / INCAPACITAT/DA	29,3
ATURAT/DA / BUSCA FEINA	11,7
TASQUES DE LA LLAR (NO REMIINFRA D'ES)	4,6
ESTUDIANT	7,2
NO CONTESTA	,4

Z10.- QUINA ÉS LA SEVA OCUPACIÓ?

(BASE: TREBALLE EN L'ACTUALITAT) (ESPONTÀNIA)

(Recòmpte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(468)
DIRECTIU / GERENT / EMPRESARI AMB MÉS DE 3 TREBALLADORS	4,7
AUTÒNOM / EMPRESARI AMB 3 O MENYS TREBALLADORS	16,5
PROFESSIONAL / TÈCNIC / COMANDAMENT INTERMEDI	31,8
EMPLEAT ADMINISTRATIU D'OFICINA, SERVEIS, COMERCIALS	23,5
TREBALLADORS DE RESTAURACIÓ, COMERÇ, SERVEIS PERSONALS, SEGU	16,9
TREBALLADOR / OBRER INDÚSTRIA I CONSTRUCCIÓ	6,4
NO CONTESTA	,2

DADES D'IDENTIFICACIÓ

Z 18 (RESUM).- QUANTES PERSONES VIUEN A CASA SEVA

		TOTAL
PERSONES VIUEN A CASA SEVA	Mitjana	2,6
	Des.Est.	1,1
	(n)	(987)

Z 18.- QUANTES PERSONES VIUEN A CASA SEVA (COMPTANT-SE VOSTÈ)?

(Recompte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
UN	14,4
DOS	36,7
TRES	24,5
QUATRE	18,1
CINC	3,8
SIS	,8
SET	,3
VUIT	,1
NO CONTESTA	1,3

Z 17.- ESTAT CIVIL

(Recompte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
SOLTER/A (MAI HA ESTAT CASAT)	26,6
CASAT/DA , VIU AMB PARELLA	58,4
SEPARAT/DA , DIVORCIAT/DA	4,8
VIDU/A	9,4
NO CONTESTA	,8

Q 3.- DISTRICTE MUNICIPAL

(Recompte) %Columna	TOTAL
TOTAL	(1000)
CIUTAT VELLA	6,5
EIXAMPLE	16,7
SANTS-MONTJUÏC	11,4
LES CORTS	5,1
SARRIÀ -SANT GERVASI	8,6
GRÀCIA	7,6
HORTA -GUINARDÓ	10,6
NOU BARRIS	10,4
SANT ANDREU	9,0
SANT MARTÍ	14,1

ENQUESTES I ESTUDIS D'OPINIÓ BARCELONA

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