



Impacte econòmic directe de la xarxa de Mercats Municipals de Barcelona



Juny de 2011



Índex del treball

0. MERCATS MUNICIPALS DE BARCELONA

0.1. Univers dels Mercats Municipals de Barcelona

1. ANÀLISI DELS OPERADORS DELS MERCATS

- 1.1. Univers i mostra
- 1.2. Perfil dels operadors
- 1.3. Característiques dels establiments
- 1.4. Proveïment
- 1.5. Previsions de futur del negoci
- 1.6. Indicadors econòmics

2. ANÀLISI DE LA DESPESA DELS CLIENTS DELS MERCATS

- 2.1. Descripció de la mostra
- 2.2. Perfil del client
- 2.3. Accés al mercat
- 2.4. Hàbits de compra dels clients
- 2.5. Tiquet de compra

3. ANÀLISI DE LES XIFRES ECONÒMIQUES DEL TREBALL

4. L'IMPACTE ECONÒMIC DE LA XARXA DE MERCATS

5. EVOLUCIÓ DE LES XIFRES ECONÒMIQUES I DE L'IMPACTE 2009-2011

6. RESUM DE LES DADES



Objectius

OBJECTIU GENERAL

Analitzar l'impacte econòmic directe de la xarxa de mercats municipals de Barcelona.

OBJECTIUS ESPECÍFICS

- Conèixer el volum d'activitat econòmica** dels mercats municipals, a partir dels següents aspectes:
 - Indicadors econòmics:** volum de facturació, nombre d'empleats i la seva evolució
 - Característiques dels establiments:** categoria de producte, superfície, règim de tinença
 - Perfil dels operadors / comerciants:** socioeconòmic, temps amb establiment al mercat, nombre d'establiments

- Analitzar la despesa** de la compra als mercats municipals, atenent als següents aspectes:
 - Tiquet de compra:** import i composició per categories de producte
 - Perfil del comprador:** hàbits de compra i característiques sociodemogràfiques

- Estudiar l'evolució de la despesa de la compra en els mercats municipals.**



O. ELS MERCATS MUNICIPALS DE BARCELONA



Fonamentació del treball

Barcelona compta amb 39 mercats dels que poden anomenar alimentaris.

Aquests mercats, tot i que s'especialitzen –i per tant, tenen el major número de parades– dels sectors del quotidià alimentari fresc, també incorporen, i cada vegada més, altres sectors complementaris del quotidià no alimentari, de l'alimentació seca i fins i tot dels equipaments, a l'hora que es van barrejant els establiments que també ofereixen restauració, ja independentment o com a complementari de la venda dels productes. A més a més dels mercats alimentaris, Barcelona compta amb una bona xarxa de mercats especials i fires de Bellcaires.

En aquest anàlisi només s'ha tingut en compte, dins d'aquesta categoria, el mercat dels encants de Sant Antoni, com a complement del Mercat d'Alimentació de Sant Antoni.

Per elaborar l'estudi, s'ha estudiat una mostra de 10 mercats, del total de l'univers de 39, on s'hi ha executat 3 tipus d'anàlisi:

1. l'anàlisi quantitatiu de l'oferta de cadascun, per sectors.
2. l'anàlisi dels operadors d'aquest mercats i del seu volum econòmic.
3. l'anàlisi dels compradors i el seu comportament de compra i despesa en els 10 mercats.

La selecció dels mercats s'ha realitzat seguint diferents criteris: la màxima representació de tots els districtes de la ciutat, la distribució entre mercats de diferents tipologies, la continuïtat amb l'estudi realitzat anteriorment, per tal que fossin comparables els resultats, de manera que s'ha realitzat un relleu en la mostra però s'ha mirat que els grups fossin igualment representatius...



Fonamentació del treball

Per tal d'entendre més bé els resultats obtinguts sobre la totalitat dels mercats, i amb l'objectiu que la mostra sigui més representativa de la totalitat, s'ha dividit l'Univers de mercats (i la mostra que els representa) en 3 grups diferents que els discrimina en funció de les seves característiques, tant físiques, com sobretot, comercials i de serveis.

Els mercats de Barcelona s'han classificat de la següent manera en els 3 grups:

GRUP 1
Clot
Concepció
Fort Pienc
Horta
Hostalfrancs
La Boqueria
Llibertat
Mercè
Ninot
Santa Caterina

GRUP 2
Barceloneta
Besos
Carmel
Estel
Felip II
Galvany
La Marina
Les Corts
Montserrat
Poblenou
Sagrada Família
Sant Antoni (provisional)
Sants (provisional)
Sarrià

GRUP 3
Bon Pastor (provisional)
Abaceria
Canyelles
Ciutat Meridiana
Guinardó (provisional)
Guineueta
Lesseps
Núria
Provençals
Sant Andreu
Sant Gervasi
Sant Martí
Tres Torres
Trinitat
Vall d'Hebron

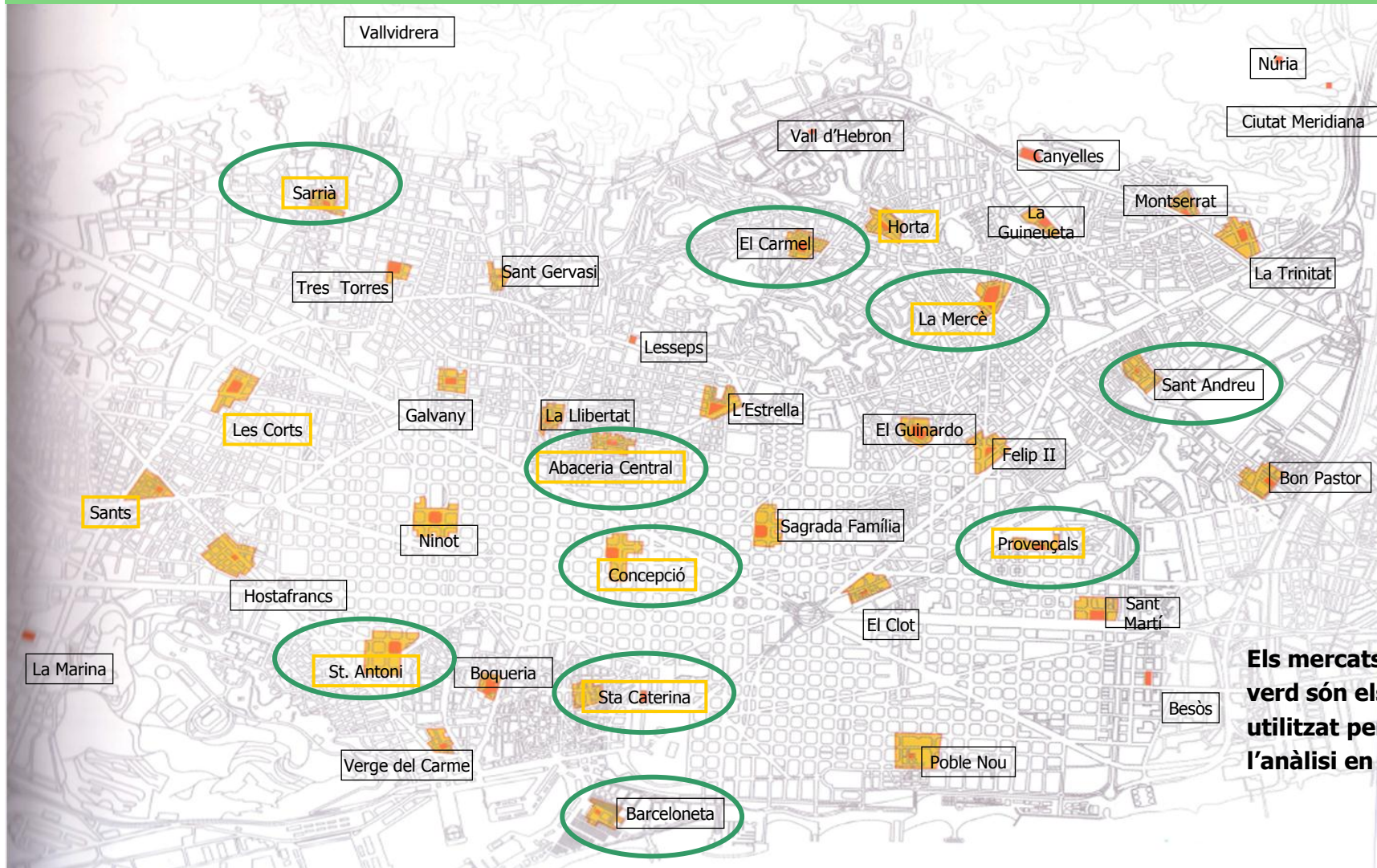
El **grup 1** compta amb 1.011 establiments (un 35,32% del total) en 10 mercats.

El **grup 2** compta amb 1.217 establiments (un 42,52% del total) en 14 mercats.

El **grup 3** compta amb 634 establiments (un 22,15% del total) en 15 mercats.



Mapa de la ubicació dels mercats de Barcelona



Els mercats encerclats en verd són els que s'ha utilitzat per a realitzar l'anàlisi en aquest estudi.



Dades quantitatives de l'oferta dels mercats de Barcelona

	TOTAL		Carn (vedella, xai, pollastre...)	Cansaladeria i embotits	Fruita i verdura	Pesca salada i conserves	Peix fresc i marisc	Altres alimentació	No alimentació	Restauració
		%								
			21,98%	12,26%	15,62%	5,63%	13,84%	8,98%	18,55%	3,14%
TOTALS	2862	100,0%	629	351	447	161	396	257	531	90
Clot	63	2,2%	14	4	10	4	12	4	14	1
Concepció	78	2,7%	20	9	15	4	6	10	11	3
Fort Pienc	27	0,9%	6	4	3	2	4	5	2	1
Horta	83	2,9%	23	9	12	5	9	12	10	3
Hostalfrancs	129	4,5%	22	11	20	5	9	11	49	2
La Boqueria	284	9,9%	62	24	90	13	50	19	14	12
Llibertat	53	1,9%	14	6	9	2	12	3	6	1
Mercè	82	2,9%	13	15	17	7	11	11	5	3
Ninot	125	4,4%	29	14	10	6	14	7	41	4
Santa Caterina	87	3,0%	22	10	12	6	16	7	10	4
GRUP 1	1011	35,3%	225	106	198	54	143	89	162	34
Barceloneta	50	1,7%	12	6	4	3	8	5	8	4
Besos	84	2,9%	21	12	15	4	14	11	5	2
Carmel	117	4,1%	31	25	17	6	15	7	14	2
Estel	72	2,5%	17	9	12	5	12	13	2	2
Felip II	72	2,5%	13	20	12	4	9	5	7	2
Galvany	138	4,8%	32	16	21	6	18	17	25	3
La Marina	41	1,4%	10	5	3	2	7	3	10	1
Les Corts	48	1,7%	9	7	7	4	8	5	6	2
Montserrat	89	3,1%	18	18	21	5	10	7	7	3
Poblenou	33	1,2%	10	5	3	2	3	4	4	2
Sagrada Família	82	2,9%	20	6	16	8	8	8	14	2
Sant Antoni (provisional)	278	9,7%	40	13	29	6	29	4	151	6
Sants (provisional)	72	2,5%	16	6	9	6	10	3	21	1
Sarrià	41	1,4%	10	3	3	3	6	4	10	2
GRUP 2	1217	42,5%	259	151	172	64	157	96	284	34
Bon Pastor (provisional)	23	0,8%	7	3	2	1	3	2	4	1
Abaceria	134	4,7%	26	14	21	7	21	18	24	3
Canyelles	33	1,2%	5	6	3	2	4	6	6	1
Ciutat Meridiana	20	0,7%	6	4	2	0	2	4	1	1
Guinardó (provisional)	17	0,6%	4	2	2	0	5	1	2	1
Guineueta	42	1,5%	9	5	4	4	6	5	6	3
Lesseps	42	1,5%	10	9	6	4	5	6	1	1
Núria	19	0,7%	3	4	1	2	2	3	2	2
Provençals	53	1,9%	13	14	3	4	7	5	6	1
Sant Andreu	55	1,9%	11	4	8	3	13	3	12	1
Sant Gervasi	35	1,2%	10	4	5	3	6	5	1	1
Sant Martí	52	1,8%	15	9	5	6	6	4	5	2
Tres Torres	30	1,0%	5	4	5	3	4	4	4	1
Trinitat	28	1,0%	6	4	4	2	4	3	4	1
Vall d'Hebron	51	1,8%	15	8	6	2	8	3	7	2
GRUP 3	634	22,2%	145	94	77	43	96	72	85	22

S'ha considerat una oferta de 2.862 parades en el conjunt de mercats de Barcelona.

La majoria de parades que el componen són de Càrnics (vedella, xai, pollastre), un 22% del total.

Li segueix la Fruita i la verdura (15,63%) i el Peix fresc i marisc (14%).



1. ANÀLISI DELS OPERADORS DELS MERCATS



Fitxa tècnica qüestionari operadors

Tècnica d'investigació

Estudi realitzat mitjançant enquestes personals amb operadors dels mercats de Barcelona. Empresaris que tenen almenys una parada (i/o establiment) en algun dels Mercats de Barcelona de la mostra seleccionada.

Resultats

El **marge d'error** màxim, per a dades globals, per les **240** entrevistes és de **± 6,1%**, en les condicions estadístiques convencionals $p=q=50$ i un nivell de confiança del 95,5%.

Univers

Mercats de Barcelona, amb un total de 39 mercats (+ provisional dels encants de Sant Antoni) i 2.862 establiments.

Àmbit d'estudi

Mercats seleccionats: Abaceria (17.5%), Concepció (7.5%), Carmel (7.1%), Sant Andreu (6.7%), Mercè (9.6%), Provençals (9.2%), Sant Antoni (23.3%), Santa ceterina (7.5%), la Barceloneta (4.2%), Sarrià (7.5%).

Mostra

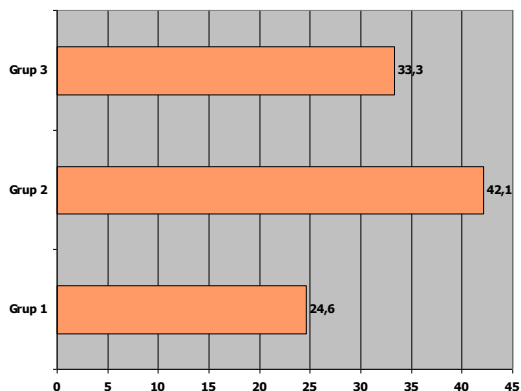
240 entrevistes a operadors / comerciants. Les entrevistes s'han distribuït de forma proporcional entre les tipologies de productes – establiments definides: carni boví i oví (13.3%); aviram, caça i ous (7.9%); cansaladeria, embotits i formatges (10.8%); fruites i verdures (16.7%); peix salat i conserves (5.4%); peix fresc i marisc (13.3%); llegum i pre-cuinats (4.2%); altres alimentari (7.1%); restauració (46%) i no alimentari (16.7%).



Descripció de la mostra

%

• Grups de Mercats

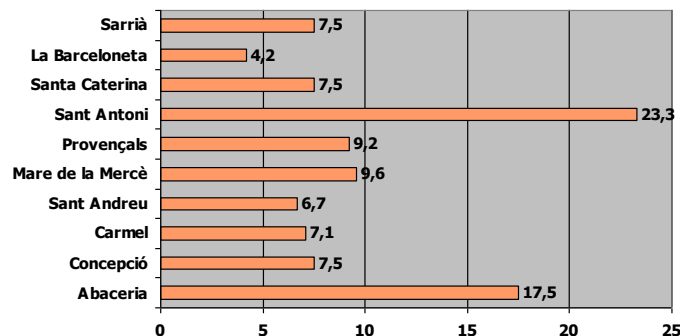


Grup 1	Concepció
	Mare de la Mercè
	Santa Caterina

Grup 2	Carmel
	Sant Antoni
	La Barceloneta
	Sarrià

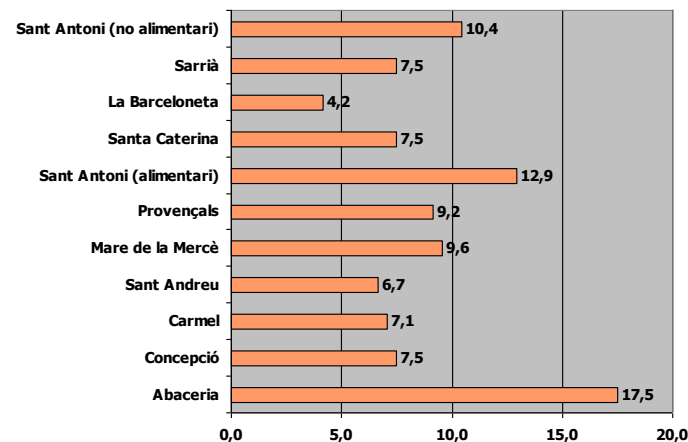
Grup 2	Abaceria
	Sant Andreu
	Provençals

• Mercats



% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Abaceria	17,5	0	0	52,5
Concepció	7,5	30,5	0	0
Carmel	7,1	0	16,8	0
Sant Andreu	6,7	0	0	20,0
Mare de la Mercè	9,6	39,0	0	0
Provençals	9,2	0	0	27,5
Sant Antoni	12,9	0	30,7	0
Santa Caterina	7,5	30,5	0,0	0
La Barceloneta	4,2	0	9,9	0
Sarrià	7,5	0	17,8	0
Sant Antoni (no alimentari)	10,4	0	24,8	0

• Sectors



% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Carn	13,3	15,3	13,9	11,3
Aus, caça, ous	7,9	6,8	6,9	10,0
Xarcuteria, formatges, embotits	10,8	13,6	9,9	10,0
Pesca salada i conserves	5,4	6,8	3,0	7,5
Peix fresc i marisc	13,3	13,6	12,9	13,8
Llegums i precuinats	4,2	5,1	2,0	6,3
Altres alimentació	7,1	11,9	5,0	6,3
Restauració (bars, cafeteries...)	4,6	8,5	4,0	2,5
No alimentari	16,7	1,7	27,7	13,8
Fruita i verdura	16,7	16,9	14,9	18,8



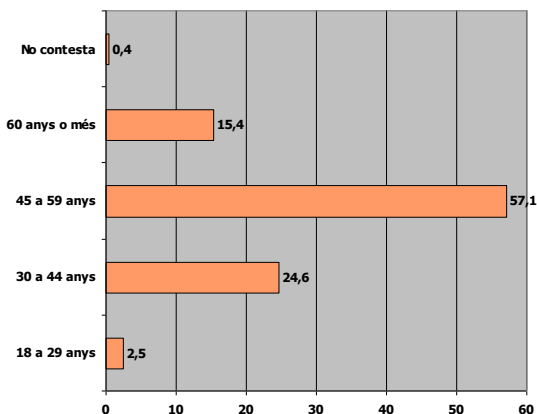
1.2. Perfil dels operadors

Dades sociodemogràfiques

Base: total enquestats (100%)

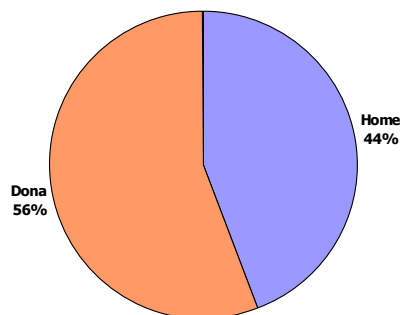
%

• Edat dels operadors / comerciants:

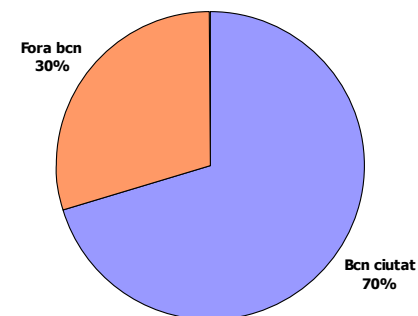


MITJANA: 49,9 anys

• Sexe dels operadors / comerciants:



• Lloc de residència:



Edat dels operadors segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
18 a 29 anys	2,5	0	5,3	3,8	0	0	6,3	10	0	2,5	0	2,4	0	0	6,3	8,7	0	3,6	0	0	0
30 a 44 anys	24,6	25	21,1	26,9	27,5	38,5	25	40	29,4	10	27,3	28,6	16,7	52,9	18,8	17,4	31,8	21,4	27,8	20	11,1
45 a 59 anys	57,1	62,5	57,9	46,2	60	46,2	59,4	20	52,9	70	54,5	45,2	66,7	29,4	43,8	69,6	54,5	67,9	38,9	80	72,2
60 anys o més	15,4	12,5	15,8	19,2	12,5	15,4	9,4	30	17,6	17,5	18,2	23,8	16,7	17,6	31,3	4,3	13,6	7,1	33,3	0	11,1
No contesta	0,4	0	0	3,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5,6



1.2. Perfil dels operadors

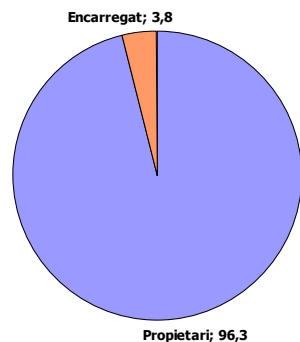
Dades sociodemogràfiques

Base: total enquestats (100%)

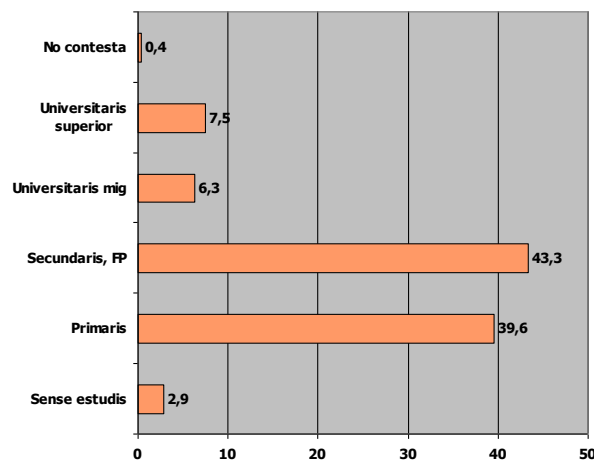
%

• Càrrec

% Verticals	Total
Propietari	96,3
Encarregat	3,8



• Nivell d'estudis



Nivell d'estudis segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Sense estudis	2,9	9,4	0	0	0	0	9,4	0	0	0	9,1	4,8	0	0	6,3	4,3	0	1,8	11,1	0	0
Primaris	39,6	40,6	47,4	42,3	50	53,8	31,3	40	29,4	25	54,5	57,1	38,9	52,9	31,3	43,5	59,1	19,6	33,3	40	33,3
Secundaris, FP	43,3	43,8	31,6	34,6	40	38,5	40,6	60	52,9	60	18,2	26,2	38,9	29,4	56,3	47,8	36,4	66,1	44,4	40	22,2
Universitaris mig	6,3	6,3	5,3	11,5	2,5	7,7	9,4	0	5,9	5	9,1	2,4	11,1	5,9	0	4,3	0	5,4	5,6	10	27,8
Universitaris superior	7,5	0	15,8	7,7	7,5	0	9,4	0	11,8	10	9,1	9,5	11,1	11,8	6,3	0	4,5	7,1	5,6	10	11,1
No contesta	0,4	0	0	3,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5,6



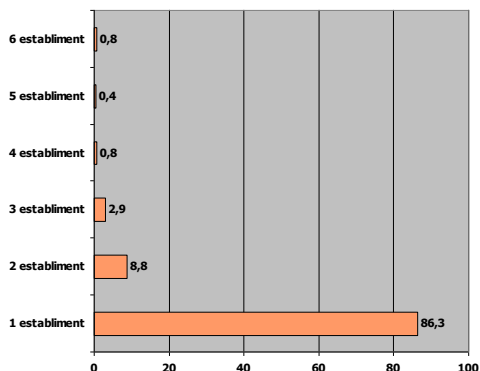
Nombre d'establiments

MITJANA: 1.2 ESTABLIMENTS

Em pot dir quantes parades o establiments té en aquest mercat?

Base: total enquestats (100%)

• N° establiments en el mercat:



El 86% dels operadors tenen un establiment en el mercat, i un 9% dos establiments. La mitjana es situa en 1,2 establiments / operador

- Els operadors englobats en els Grups 2 i 3 de mercats tenen una mitjana lleugerament més elevada que els mercats del Grup 1.
- **Per sectors**, les mitjanes més altes, amb un 1,4 establiments / operador es troben en els sectors de peix fresc i marisc, i els establiments no alimentaris.
- **Al mercat** del Carmel, destaca que en el 60% dels casos els operadors tenen 2 o més establiments en aquest mercat.

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana	1,23	1,07	1,28	1,29

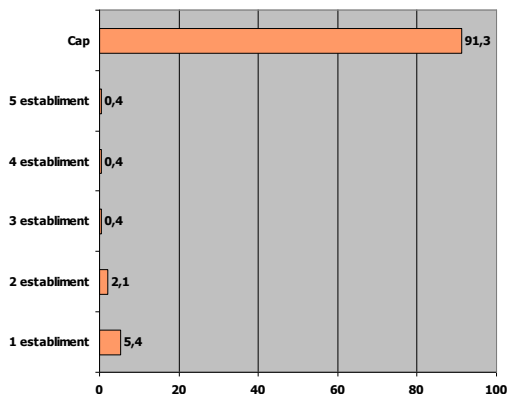
Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
1 establiment	86,3	90,6	84,2	92,3	90	84,6	81,3	80	88,2	77,5	100	83,3	88,9	47,1	93,8	95,7	90,9	85,7	94,4	90	94,4
2 establiment	8,8	9,4	10,5	7,7	5	15,4	6,3	10	11,8	12,5	0	4,8	11,1	41,2	0	4,3	9,1	8,9	5,6	0	5,6
3 establiment	2,9	0	5,3	0	0	0	6,3	10	0	7,5	0	4,8	0	11,8	6,3	0	0	1,8	0	10	0
4 establiment	0,8	0	0	0	0	0	6,3	0	0	0	0	2,4	0	0	0	0	0	1,8	0	0	0
5 establiment	0,4	0	0	0	0	0	0	0	0	2,5	0	0	0	0	0	0	0	1,8	0	0	0
6 establiment	0,8	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0	4,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mitjana	1,23	1,09	1,21	1,08	1,3	1,15	1,38	1,3	1,12	1,38	1	1,45	1,11	1,65	1,13	1,04	1,09	1,25	1,06	1,2	1,06



Nombre d'establiments

• N^o establiments en un altre mercat:



% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana	0,16	0,22	0,06	0,24

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL											MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià	
1 establiment	5,4	9,4	5,3	7,7	0	7,7	12,5	10	5,9	0	0	2,4	22,2	11,8	12,5	8,7	9,1	0	0	0	0	
2 establiment	2,1	3,1	0	3,8	0	7,7	3,1	10	0	0	0	2,4	0	0	0	4,3	4,5	1,8	0	10	0	
4 establiment	0,4	0	5,3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4,5	0	0	0	0	
5 establiment	0,4	0	0	0	0	0	3,1	0	0	0	0	0	0	0	0	4,3	0	0	0	0	0	
6 establiment	0,4	0	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	4,5	0	0	0	0	0	
Cap	91,3	87,5	89,5	88,5	100	84,6	81,3	70	94,1	100	100	95,2	77,8	88,2	87,5	82,6	77,3	98,2	100	90	100	
Mitjana	0,2	0,2	0,3	0,2	0,0	0,2	0,3	0,9	0,1	0,0	0,0	0,1	0,2	0,1	0,1	0,4	0,6	0,0	0,0	0,2	0,0	

Té alguna altra parada / establiment en un altre mercat a Barcelona o altra ciutat?

MITJANA: 0.2 ESTABLIMENTS

Base: total enquestats (100%) %

Només un 9% dels operadors tenen establiments en altre mercat.

- El 5.4% dels operadors tenen 1 establiment més (en un altre mercat), mentre que el 4.7% en tenen més d'1.
- **Els llegums i pre-cuinats** és el sector amb una mitjana més alta (0.9 establiments / operador)
- **El Mercat** de Provençals és el que té un major volum d'operadors (23%) amb parades en altres mercats. D'aquest 23%, el 14%, tenen 2 o més parades (a altres mercats).

Li segueix el Mercat de la Mercè, on el 18% dels operadors tenen establiments a altre mercat (i d'aquest 18%, el 9% tenen més de 2 establiments a altre mercat).

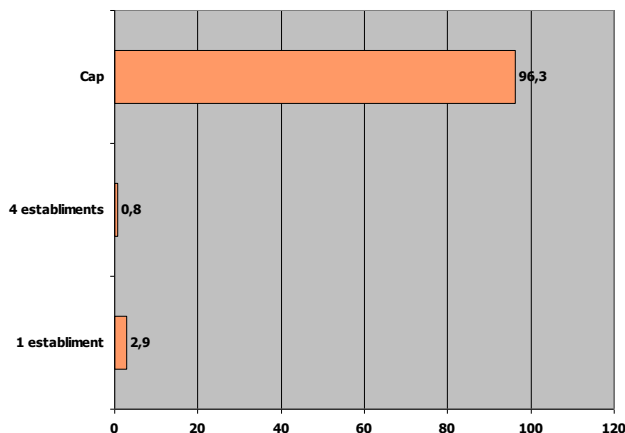


Nombre d'establiments

Té alguna altre establiment fora dels mercats, a Barcelona o altra ciutat?

Base: total enquestats (100%) %

• N^o establiments fora dels mercats:



MITJANA: 0.06 ESTABLIMENT

Molt pocs, el 4% dels operadors, tenen 1 establiment fora dels mercats.

- Els sectors de llegums i pre-cuinats, peix i marisc, i restauració, són els que tenen un volum més alt d'operadors (entorn del 10%) amb establiments fora dels mercats.
- Des del punt de vista de mercats, els que té més operadors amb establiment fora dels mercats és el Carmel (18%).

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana	0,06	0,08	0,08	0,03

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
1 establiment	2,9	3,1	0	3,8	0	0	9,4	10	0	2,5	0	0	0	17,6	6,3	0	4,5	0	5,6	0	5,6
4 establiments	0,8	3,1	0	0	0	0	0	0	0	0	9,1	0	0	0	0	4,3	0	1,8	0	0	0
Cap	96,3	93,8	100	96,2	100	100	90,6	90	100	97,5	90,9	100	100	82,4	93,8	95,7	95,5	98,2	94,4	100	94,4
Mitjana	0,06	0,2	0,00	0,04	0,00	0,00	0,1	0,1	0,00	0,03	0,4	0	0	0,18	0,06	0,17	0,05	0,07	0,06	0	0,06

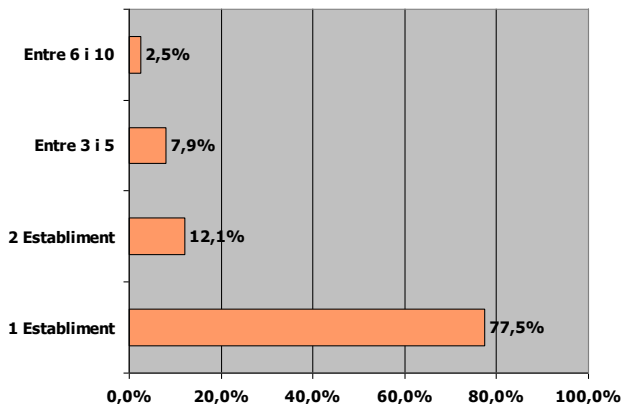


Nombre d'establiments

Tenen una parada / establiment en aquest mercat, en un altre mercat o fora dels mercats

Base: total enquestats (100%) %

• N^o establiments total en un mercat i fora del mercat:



El 78% dels operadors tenen un establiment en total. En el 12% dels casos els operadors tenen 2 establiments, mentre que un 10% són propietaris de 3 o més establiments.

- En els **mercats englobats en la categoria 2**, el 26% dels casos els operadors tenen 2 o més establiments. En el grup 3, el 16% dels operadors tenen més de 3 establiments.
- Els sectors de les **llegums i pre-cuinats**, el 40% dels operadors del sector tenen més de 3 establiments.
- El **mercado del Carmel** destaca ja que el 77% dels operadors tenen més de 1 establiment.

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
1 Establiment	77,5%	81,4%	74,3%	78,8%
2 Establiment	12,1%	13,6%	16,8%	5,0%
Entre 3 i 5	7,9%	1,7%	8,9%	11,3%
Entre 6 i 10	2,5%	3,4%	0	5,0%
mitjana	2,35	2,27	2,35	2,43

Segons el sector i el mercat:

% verticals	Total	SECTOR COMERCIAL									MERCAT CON S'HA FET L'ENQUESTA											
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, formatges, embotits	Pesca salada i conserves	Fruita i verdura	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	Restauració	No alimentari	Abaceria	Concepció	Carmel	Sant Andreu	Mare de la Mercè	Provença Is	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià	Sant Antoni (no alimentari)
1 Establiment	77,5	81,3%	78,9%	84,6%	69,2%	90,0%	59,4%	50,0%	82,4%	90,9%	75,0%	81,0%	72,2%	23,5%	81,3%	82,6%	72,7%	83,9%	88,9%	90,0%	88,9%	80,0%
2 Establiments	12,1	12,5%	10,5%	3,8%	23,1%	5,0%	21,9%	10,0%	17,6%	0	15,0%	2,4%	22,2%	58,8%	6,3%	8,7%	9,1%	6,5%	11,1%	0	11,1%	12,0%
Entre 3 i 5	7,9	3,1%	5,3%	11,5%	7,7%	0	15,6%	30,0%	0	9,1%	10,0%	11,9%	5,6%	17,6%	12,5%	0	9,1%	9,7%	0	10,0%	0	8,0%
Entre 6 i 10	2,5	3,1%	5,3%	0	0	5,0%	3,1%	10,0%	0	0	0	4,8%	0	0	8,7%	9,1%	0	0	0	0	0	0



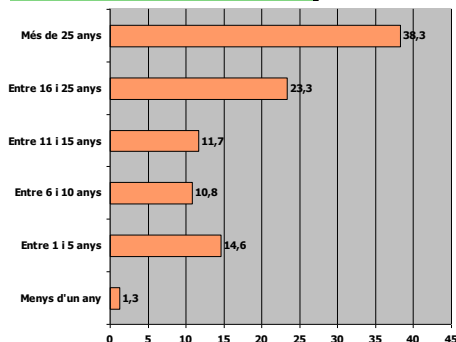
1.3. Característiques dels establiments

Antiguitat

MITJANA: 23,6 ANYS

Quants anys fa que té la parada / establiment en aquest mercat?

Base: total enquestats (100%) %



Gairebé el 40% dels operadors fa que tenen la parada més de 25 anys. Només un 15% dels operadors la tenen de fa 5 anys o menys. La mitjana d'antiguitat és de 23.61 anys.

- Els operadors que tenen els establiments en els mercats del grup 1, són els de menys antiguitat (el 37% dels casos tenen la parada de fa com a màxim 10 anys).
- **El sector d'altres alimentació i no alimentari** són els que tenen una mitjana d'antiguitat més elevada (25 anys), mentre que els sectors de llegums i precuinats són els que menys.
- **Per mercats**, els que tenen una mitjana d'antiguitat més elevada (fa més anys que els operadors tenen la parada) són la Barceloneta i Sant Andreu, mentre els que tenen menys antiguitat són Mercè i Provençals.

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Menys d'un any	1,3	1,7	1,0	1,3
Entre 1 i 5 anys	14,6	20,3	9,9	16,3
Entre 6 i 10 anys	10,8	15,3	6,9	12,5
Entre 11 i 15 anys	11,7	5,1	9,9	18,8
Entre 16 i 25 anys	23,3	22,0	33,7	11,3
Més de 25 anys	38,3	35,6	38,6	40,0
mitjana	23,61	20,93	25,25	22,64

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Menys d'un any	1,3	0	0	0	0	7,7	0	0	5,9	2,5	0	0	0	0	6,3	0	0	0	5,6	10	0
Entre 1 i 5 anys	14,6	9,4	15,8	11,5	17,5	30,8	12,5	20	11,8	12,5	18,2	21,4	11,1	23,5	6,3	30,4	13,6	7,1	16,7	0	11,1
Entre 6 i 10 anys	10,8	15,6	10,5	15,4	5	0	15,6	0	23,5	5	18,2	14,3	5,6	11,8	12,5	26,1	9,1	7,1	11,1	0	5,6
Entre 11 i 15 anys	11,7	18,8	5,3	11,5	7,5	7,7	12,5	30	5,9	12,5	9,1	16,7	5,6	5,9	12,5	4,3	27,3	10,7	5,6	20	5,6
Entre 16 i 25 anys	23,3	31,3	31,6	34,6	17,5	15,4	18,8	20	5,9	27,5	18,2	9,5	38,9	23,5	6,3	8,7	18,2	41,1	22,2	30	22,2
Més de 25 anys	38,3	25	36,8	26,9	52,5	38,5	40,6	30	47,1	40	36,4	38,1	38,9	35,3	56,3	30,4	31,8	33,9	38,9	40	55,6
Mitjana	23,61	22,6	23,8	20,2	27,0	22,8	22,6	19,1	25,3	25,4	20,9	21,7	23,4	22,9	31,3	17,1	19,5	25,2	24,7	33,3	25,0



Metres lineals

Quants metres lineals té aquesta parada / establiment?

Base: total enquestats: 167 (70%) %

MITJANA: 8.45 METRES LINEALS

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana	8,45	10,91	7,46	7,97

- En el cas dels **mercats del grup 1**, la mitjana és més alta (10.91 metres lineals), superior a la mitjana general (8.45 metres). Els altres dos grups estan per sota la mitjana.
- **Per sectors**, els establiments amb mitjanes més elevades són els de pesca salada i conserves, fruites i verdures, altres alimentació i restauració (mitjanes entre 9 i 10 metres lineals)
- **Per mercats**, els que tenen una mitjana més alta són el de Concepció (13.75 m) i Santa Caterina (12.4 m) i la Barceloneta (12.43 m), mentre que els més petits són el de Sant Antoni (6.3 m) i Abaceria (7.1)

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana	8,45	7,93	5,84	7,53	10,51	12	9,26	7	9,85	5,5	9,69	7,07	13,75	8,4	10,18	9,04	6,35	12,43	12	8,29	

Quants metres quadrats té aquesta parada / establiment?

Base: total enquestats: 87 (36%) %

Metres quadrats

MITJANA: 18.48 METRES QUADRATS

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana	18,48	26	16,43	14,91

- En el cas dels mercats del grup 1, la mitjana és més alta (26 m²).
- **Per sectors**, els establiments amb mitjanes més altes són els de Aus, caça i ous (31.5 m²), restauració (26,2 m²) i altres alimentació (25,1m²)
- **Per mercats**, les parades que tenen una mitjana més alta són les de Sta. Caterina (32,2 m²) i Sarrià (29,8 m²), mentre que les més petites són les de Sant Antoni (7 m²).

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana	18,48	12,24	31,58	22,63	19,32	17	24	13,33	25,14	9,91	26,17	10,86	25,31	17	11,25	12,33	17,09	6,96	32,25	24,83	29,83

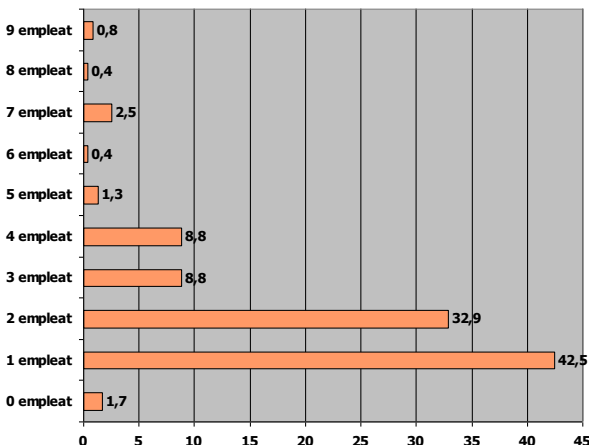


Empleats

Quants empleats treballen a temps complet en aquest establiment?

Base: total enquestats (100%)

• Treballadors a temps complet



MITJANA: 2.07 EMPLEATS A TEMPS COMPLET

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
0 empleat	1,7	1,7	0,0	3,8
1 empleat	42,5	27,1	43,6	52,5
2 empleat	32,9	32,2	32,7	33,8
3 empleat	8,8	11,9	10,9	3,8
4 empleat	8,8	16,9	5,9	6,3
5 empleat	1,3	1,7	2,0	0,0
6 empleat	0,4	0,0	1,0	0,0
7 empleat	2,5	5,1	3,0	0,0
8 empleat	0,4	1,7	0,0	0,0
9 empleat	0,8	1,7	1,0	0,0

Segons el sector i el mercat:

Mitjana	Total	GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
	2,07	2,68	2,11	1,56

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA										
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià	
0 empleat	1,7	3,1	5,3	3,8	2,5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13,6	0	5,6	0	0
1 empleat	42,5	37,5	63,2	26,9	27,5	23,1	31,3	40	41,2	80	36,4	66,7	44,4	23,5	43,8	17,4	31,8	57,1	22,2	20	33,3	
2 empleat	32,9	31,3	26,3	34,6	40	46,2	40,6	30	35,3	20	27,3	23,8	22,2	47,1	37,5	39,1	50	28,6	33,3	20	38,9	
3 empleat	8,8	9,4	0	15,4	17,5	15,4	9,4	0	5,9	0	9,1	4,8	5,6	5,9	6,3	17,4	0	5,4	11,1	40	16,7	
4 empleat	8,8	12,5	5,3	11,5	10	0	12,5	20	11,8	0	9,1	4,8	16,7	11,8	12,5	17,4	4,5	3,6	16,7	10	5,6	
5 empleat	1,3	0	0	3,8	0	7,7	0	0	0	0	9,1	0	0	5,9	0	4,3	0	0	0	10	0	
6 empleat	0,4	0	0	3,8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5,6	
7 empleat	2,5	3,1	0	0	0	7,7	6,3	10	0	0	9,1	0	11,1	0	0	0	0	5,4	5,6	0	0	
8 empleat	0,4	3,1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4,3	0	0	0	0	0	0	
9 empleat	0,8	0	0	0	2,5	0	0	0	5,9	0	0	0	0	5,9	0	0	0	5,6	0	0	0	
Mitjana	2,07	2,25	1,37	2,31	2,23	2,54	2,34	2,5	2,29	1,2	2,64	1,48	2,5	2,65	1,88	2,74	1,5	1,82	2,78	2,7	2,17	



Empleats

Quants empleats treballen a temps complet en aquest establiment?

Base: total enquestats (100%) %

- **Treballadors a temps complet**

MITJANA: 2.07 EMPLEATS A TEMPS COMPLET

En el 56% dels casos com a mínim hi ha 2 treballadors a temps complet per establiment

- **Per grups**, en el grup 3, el 52% dels casos només hi ha un treballador per establiment i, en el grup 1 en el 61% de casos hi ha com a mínim 2 treballadors.
- **La mitjana de treballador** a temps complet per establiment és de 2,07 treballadors. Per sectors, si no tenim en compte la no alimentació i el sector d'aus, caça i ous, la mitjana augmenta a 2,23 treballadors.
- **Per sectors**, el percentatge més elevat de treballadors a temps complet per establiment es dona en la restauració (on el 36% tenen 3 empleats o més).
- **El mercat de La Barceloneta** té un elevat percentatge d'establiments amb 3 treballadors o més (60%). També el mercat La Mercè, on aquest percentatge és el 43% (3 empleats o més a temps complet).



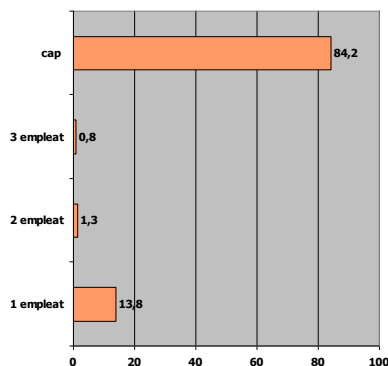
Empleats

MITJANA: 0.2 EMPLEATS

Quants empleats treballen a temps parcial en aquest establiment?

Base: total enquestats (100%) %

• Treballadors a temps parcial



El 85% no té cap treballador a temps parcial.
En el 14% dels casos hi ha com a mínim un treballador a temps parcial per establiment.

- La mitjana de treballador a temps parcial per establiment és de 0,19 treballadors
- **En el sector de la restauració**, en el 36% dels casos tenen com a mínim un o més treballador / establiment a temps parcial.
- **Als mercats** de Abaceria, El Carmel tenen la mitjana més baixa (0.12 empleats a temps parcial).

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
1 empleat	13,8	18,6	13,9	10,0
2 empleat	1,3	3,4	1,0	0,0
3 empleat	0,8	0,0	1,0	1,3
cap	84,2	78,0	84,2	88,8
Mitjana	0,19	0,25	0,19	0,14

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
1 empleat	13,8	3,1	21,1	19,2	22,5	7,7	12,5	0	23,5	7,5	18,2	4,8	27,8	11,8	12,5	21,7	18,2	8,9	5,6	30	22,2
2 empleat	1,3	0	0	0	0	0	3,1	0	5,9	0	9,1	0	0	0	0	4,3	0	1,8	5,6	0	0
3 empleat	0,8	0	0	0	2,5	0	0	0	0	0	9,1	2,4	0	0	0	0	0	1,8	0	0	0
cap	84,2	96,9	78,9	80,8	75	92,3	84,4	100	70,6	92,5	63,6	92,9	72,2	88,2	87,5	73,9	81,8	87,5	88,9	70	77,8
Mitjana (empleats)	0,19	0,03	0,21	0,19	0,3	0,08	0,19	0	0,35	0,08	0,64	0,12	0,28	0,12	0,13	0,3	0,18	0,18	0,17	0,3	0,22



Empleats

Quantes hores al mes treballen a temps parcial en aquest establiment?

Base: total enquestats: 38 (16%)



- **Hores al mes que treballen els treballadors a temps parcial**

MITJANA hores/mes: 61

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana hores/mes	60,89	60,31	60,75	62

Aquesta pregunta l'han respost els 38 operadors que han declarat tenir algun treballador a temps parcial (16% del total de la base d'enquestats).

La mitjana de hores que fan els treballadors parcials al mes són 61 hores.

- **Per grups**, no hi ha diferències significatives.
- **Per sectors**, peix i marisc, i establiments alimentaris són els que tenen una mitjana de hores més elevades al mes de treballadors parcials (67/68 hores).
- **Per mercats**, Sant Antoni i Concepció són els que tenen mitjanes més elevades (70h/mes). En canvi, Mercat de Sarrià la té més baixa (42h/mes).

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana hores/mes	60,89	80	62	56,6	57,2	32	67,6		65,6	67	58	60	75,2	50	61	51,33	64	72,86	50	64	42,5



Empleats

Quants empleats treballen a temps parcial en aquest establiment?

Base: total enquestats (100%)



- Càlcul utilitzant els totals, sense separar per grups

	Mitjana	Número de parades	TOTAL TREBALLADOR
Treballadors a temps complert	2,07	2.862	5.924
Treballadors a temps parcial	0,19	2.862	543

- Càlcul utilitzant la separació per grups

TOTAL	Mitjana t/complert	Mitjana t/parcial	Número de parades	TOTAL TREBALLADORS	
				Mitjana t/complert	Mitjana t/parcial
	2,07	0,19	2.862	6.266,4	472,7
Grup 1	2,68	0,25	1.011	2.709	253
Grup 2	2,11	0,19	1.217	2.568	131
Grup 3	1,56	0,14	634	989	89

Comparant els resultats de l'estudi actual sobre els de l'any 2009 signifiquen que actualment hi ha un:

87.8% dels treballadors a temps complert

72% dels treballadors a temps parcial



1.4. Proveïment

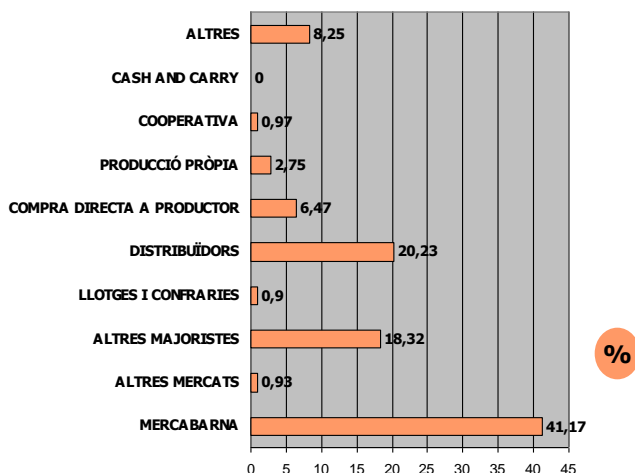
Lloc de proveïment

Quant al proveïment dels productes que ven, quin percentatge suposa cadascun d'aquests llocs?

Base: tots els operadors, excepte els de no alimentari : 200 (83%)



• Percentatge mig de proveïment a cada lloc



%

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mercabarna	41,2	43,0	41,8	39,0
Altres mercats	0,9	1,7	1,2	0,0
Altres majoristes	18,3	16,6	23,5	14,4
Llotges i confraries	0,9	0,2	1,0	1,5
Distribuïdors	20,2	18,0	15,6	27,0
Compra directa a proveïdor	6,5	7,8	8,7	3,0
Producció pròpia	2,8	3,3	1,6	3,5
Cooperativa	1,0	0,0	2,5	0,2
Cash and carry	0,0	0,0	0,0	0,0
Altres	8,3	9,6	4,2	11,5

Mercabana és el lloc de proveïment més important (suposa el 41%), seguit dels distribuïdors (20%) i d'altres majoristes (18%)

- En els mercats del Grup 3, el percentatge de compra a Mercabarna és inferior al 40%. El 27% d'operadors d'aquest grup compren a Distribuïdors, i menys a altres majoristes (14%).
- Els mercats del Grup 2, la relació és inversa: a més de Mercabarna, compren força a altres majoristes (23.5%), i menys a distribuïdors (16%).



1.4. Proveïment

Lloc de proveïment

Quant al proveïment dels productes que ven, quin percentatge suposa cadascun d'aquests llocs?

Base: tots els operadors, excepte els de no alimentari : 200 (83%)

%

- **Percentatge de proveïment a cada lloc per sectors**

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA								
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
MERCABARNA	41,17	35,13	5,79	0,19	92	7,69	93,91	0	8,82	5,45	40,57	43,06	37,19	42,14	46,52	34	42,1	38,18	40	46,47
ALTRES MERCATS	0,93	5,78	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5,56	0	0	0	0	2,42	0	0	0,59
ALTRES MAJORISTES	18,32	19,69	24,74	26,92	2	42,31	0,47	32	32,94	30,91	22,29	16,67	32,19	15	18,7	0	27,1	13,53	17,78	11,76
LLOTGES I CONFRARIES	0,9	0	0	0	0	0	4,06	4	0	0,91	2,86	0	0	0	0	0	1,61	0,59	2,22	0
DISTRIBUÏDORS	20,23	8,47	32,89	55,81	0,25	41,92	0,31	33	23,53	36,82	17,86	16,67	24,75	29,29	17,61	41,5	6,94	19,76	26,67	17,06
DIRECTA A PRODUCTOR	6,47	16,25	20,26	3,27	0,5	0	1,25	16	4,71	0,45	1,43	10	5,63	4,29	6,96	5	12,1	6,47	7,78	5,88
PRODUCCIÓ PRÒPIA	2,75	0	5,79	1,12	3,25	0	0	7	12,35	0	3,14	1,11	0,25	9,29	4,35	0	1,45	4,12	5,56	1,18
COOPERATIVA	0,97	2,81	0	0	2	0	0	0	0,59	1,36	0,43	0	0	0	0	0	2,9	0	0	5,29
ALTRES	8,25	11,88	10,53	12,69	0	8,08	0	8	17,06	24,09	11,43	6,94	0	0	5,87	19,5	3,39	17,35	0	11,76

Els dos sectors que es proveeixen bàsicament de Mercabarna són Fruita i Verdura i Peix i Marisc (més de 92%). En menor percentatge, el sector de la Carn, que ho fa en un 35%.



Lloc de proveïment

Quant al proveïment dels productes que ven, quin percentatge suposa cadascun d'aquests llocs?

Base: tots els operadors, excepte els de no alimentari: 200 (83%) %

• Mercabarna

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
MERCABARNA	41,17	35,13	5,79	0,19	92	7,69	93,91	0	8,82		5,45	40,57	43,06	37,19	42,14	46,52	34	42,1	38,18	40	46,47

- El volum més important de compra a Mercabarna es dona en els sectors de fruites i verdures, i peix fresc i marisc, on el percentatge de proveïment és més del 90%. El volum mitjà de compra a Mercabarna més baix el té el mercat Provençals (34%).

• Distribuïdors

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
DISTRIBUÏDORS	20,23	8,47	32,89	55,81	0,25	41,92	0,31	33	23,53		36,82	17,86	16,67	24,75	29,29	17,61	41,5	6,94	19,76	26,67	17,06

- El volum més important de compra a Distribuïdors es dona en els sectors xarcuteria, embotits i formatge (56%) i peix salat i conserves (42%). Destaca el Mercat de Sant Antoni, pel baix percentatge de compra que fa distribuïdors (7%).



Lloc de proveïment

Quant al proveïment dels productes que ven, quin percentatge suposa cadascun d'aquests llocs?

Base: tots els operadors, excepte els de no alimentari: 200 (83%) %

• Altres majoristes

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
ALTRES MAJORISTES	18,32	19,69	24,74	26,92	2	42,31	0,47	32	32,94		30,91	22,29	16,67	32,19	15	18,7	0	27,1	13,53	17,78	11,76

- El volum mitjà de compra a altres majoristes sobrepasa el 40% en els sectors de peix salat i conserves. Per mercats, els que més hi compren són el del Carmel (32%) i Sant Antoni (27%).

• Compra directa al productor

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
DIRECTA A PRODUCTOR	6,47	16,25	20,26	3,27	0,5	0	1,25	16	4,71		0,45	1,43	10	5,63	4,29	6,96	5	12,1	6,47	7,78	5,88

- La compra directe al productor té certa importància en els sectors d'aus, caça i ous, i llegums i pre-cuinats, i carn; des del punt de vista de mercats els que més compren directament al producte són els de Sant Antoni i Concepció.



Lloc de proveïment

Quant al proveïment dels productes que ven, quin percentatge suposa cadascun d'aquests llocs?

Base: tots els operadors, excepte els de no alimentari: 200 (83%) %

• Compra producció pròpia

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
PRODUCCIÓ PRÒPIA	2,75	0	5,79	1,12	3,25	0	0	7	12,35		0	3,14	1,11	0,25	9,29	4,35	0	1,45	4,12	5,56	1,18

- La producció pròpia suposa una font de proveïment amb certa importància en els casos dels sectors d'altres alimentació (12.3%) i aus, caça i ous (6%).
- Per mercats, destaca el mercat de Sant Andreu (el seu de lloc d'aprovisionament, és en un 9% producció pròpia).

• Altres

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
ALTRES	8,25	11,88	10,53	12,69	0	8,08	0	8	17,06		24,09	11,43	6,94	0	0	5,87	19,5	3,39	17,35	0	11,76

- Les altres llocs d'aprovisionament (diferents a les especificades en el quadre general) tenen certa importància en el sector de la restauració.
- Per mercats, destaca el mercat de Provençals que són els que més compren a altres llocs (19%) i Santa Caterina (17%).



1.5. Previsions de futur del negoci

A curt termini

En quina mesura creu que hi ha risc que en el proper any hagi de tancar el negoci per motius econòmics?

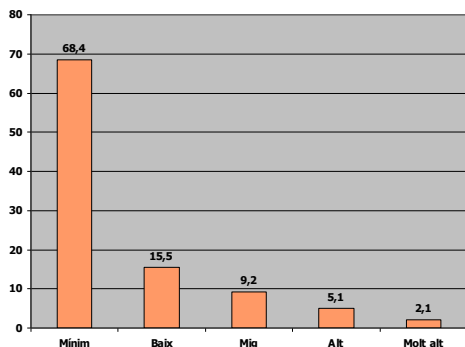
Base: total enquestats (100%) %

• Risc de tancament del negoci

Escala de risc:

mínim		baix		mig		alt		molt alt		
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

MITJANA DE RISC: 1.53 (sobre 10)



El 84% dels operadors consideren que el risc que hagin de tancar els seus establiments el proper any és mínim o baix, mentre que el 7% considera que és alt o molt alt

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mínim	68,4	81,4	61,4	67,5
Baix	15,5	1,7	28,7	8,8
Mig	9,2	5,1	7,9	13,8
Alt	5,1	10,2	1	6,3
Molt alt	2,1	1,7	1	3,8

mitjana	1,53	1,29	1,53	1,7
---------	------	------	------	-----

- A nivell global, la mitjana de risc de tancament en una escala de 0 a 10 es situa en un nivell de 1.5
- **La mitjana de risc més petita pertany als mercats del Grup 1 (1.29).** No obstant, el 12% dels mercats d'aquest grup han dit tenir un risc elevat o molt elevat de tancament, superior als altres dos grups (superior al 2% que han declarat els mercats del Grup 2, o al 10% del Grup 3).

- **Per sectors,** es detecta un percentatge important de risc (alt o molt alt) en els sectors de restauració (27%) , i llegums i precuinats (20%).
- **Quant als mercats,** les perspectives menys optimistes a curt termini en localitza en el mercat de la Mercè.

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mínim	68,4	65,7	57,9	65,4	77,5	84,6	81,2	60	70,6	62,5	36,4	64,3	88,9	41,2	62,5	65,2	77,3	64,3	94,5	90	55,6
Baix	15,5	18,7	10,6	11,5	15	15,4	15,7	10	5,9	17,5	36,4	14,4	0	41,2	6,3	0	0	28,6	5,6	0	33,4
Mig	9,2	12,5	26,3	7,7	2,5	0	0	10	11,8	17,5	0	14,3	5,6	11,8	18,8	8,7	9,1	7,1	0	10	5,6
Alt	5,1	0	5,3	11,4	0	0	3,1	20	11,8	2,5	18,2	7,2	5,6	5,9	6,3	21,7	4,5	0	0	0	0
Molt alt	2,1	3,1	0	3,8	5	0	0	0	0	0	9,1	0	0	0	6,3	4,3	9,1	0	0	0	5,6
Mitjana	1,53	1,59	2,21	2	1,1	0,46	0,72	2	1,47	1,73	3,18	1,62	0,89	2,12	2,06	2,39	1,59	1,41	0,28	0,7	1,83

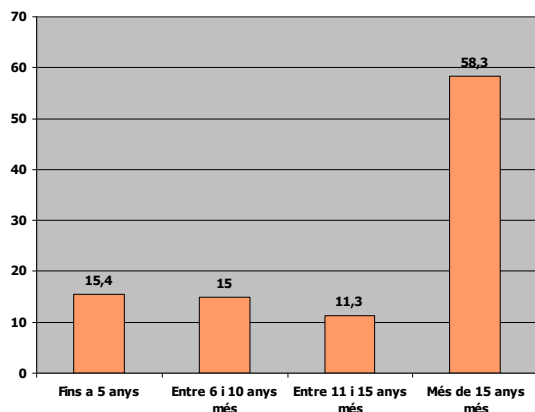


A llarg termini

Quant temps creu que continuarà en la parada/establiment d'aquest mercat?

Base: total enquestats (100%) %

• Temps que preveu continuar a la parada / establiment?



Quasi el 60% dels operadors preveuen continuar en el mercat més de 15 anys més, i un 15% preveu tancar abans de 5 anys

- Els operadors dels mercats del Grup 1 i 3 són els que tenen unes expectatives de futur més curtes, un 20% preveu tancar abans de 5 anys, i un 12% entre 6 i 10 anys; en els mercats del Grup 2, el percentatge de que preveu tancar abans de 5 anys és més baix (7.9%).
- Els sectors de peix salat i conserves, i aus, caça i ous, són els que es preveuen amb més futur de permanència.
- Per mercats, destaca que els mercats de Santa Caterina, Abaceria i la Mercè, on el 26/28% dels operadors preveu tancar en menys de 5 anys. En canvi, el mercat de la Concepció i el Carmel, són els que preveuen més anys per endavant.

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Fins a 5 anys	15,4	20,3	7,9	21,3
Entre 6 i 10 anys més	15	11,9	18,8	12,5
Entre 11 i 15 anys més	11,3	5,1	13,9	12,5
Més de 15 anys més	58,3	62,7	59,4	53,8

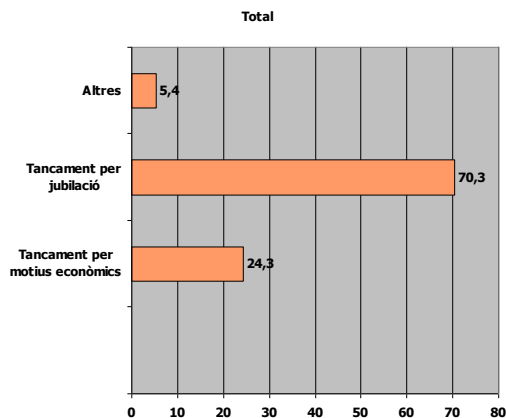
Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Fins a 5 anys	15,4	15,6	5,3	11,5	12,5	7,7	9,4	30	23,5	20	36,4	26,2	5,6	17,6	18,8	26,1	13,6	5,4	27,8	0	11,1
Entre 6 i 10 anys més	15	9,4	15,8	26,9	22,5	7,7	15,6	0	0	15	18,2	14,3	11,1	5,9	12,5	8,7	9,1	19,6	16,7	30	22,2
Entre 11 i 15 anys més	11,3	6,3	5,3	7,7	17,5	7,7	15,6	0	23,5	10	9,1	14,3	5,6	5,9	6,3	0	13,6	17,9	11,1	10	11,1
Més de 15 anys més	58,3	68,8	73,7	53,8	47,5	76,9	59,4	70	52,9	55	36,4	45,2	77,8	70,6	62,5	65,2	63,6	57,1	44,4	60	55,6

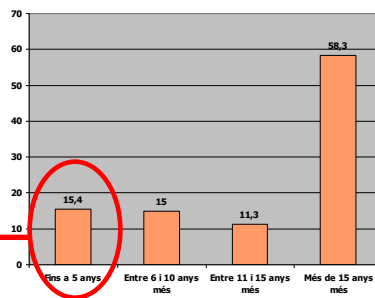


Tancament abans de 5 anys

• Motiu pel qual es preveu tancament



Per quin motiu preveu estar menys de 5 anys en aquesta parada/botiga?



Base: total enquestats: 37 (15%)



Dels operadors que han declarat tenir previsió de tancar abans de 5 anys: el 70% és per jubilació, i el 25% ho preveuen fer per motius econòmics.

- Els mercats del grup 3, són els que més tancaran per motius econòmics (35%).
- **En els sectors** de carn, aus, caça i ous, peix salat i conserves, i llegums precuinats, el 100% dels que han dit preveure tancar parada abans de 5 anys, ho faran per jubilació.
- **Per mercats**, gairebé el 70% dels operadors del mercat de Sant Andreu i Provençals, preveuen tancament per motius econòmics.

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Tancament per motius econòmics	24,3	16,7	12,5	35,3
Tancament per jubilació	70,3	66,7	87,5	64,7
Altres	5,4	16,7	0	0,0

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA								
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta
Tancament per motius econòmics	24,3	0	0	33,3	40	0	33,3	0	25	37,5	25	18,2	0	0	66,7	33,3	66,7	33,3	0	0
Tancament per jubilació	70,3	100	100	66,7	60	100	33,3	100	75	62,5	50	81,8	100	100	33,3	33,3	66,7	100	0	100
Altres	5,4	0	0	0	0	0	33,3	0	0	0	25	0	0	0	33,3	0	0	0	0	0

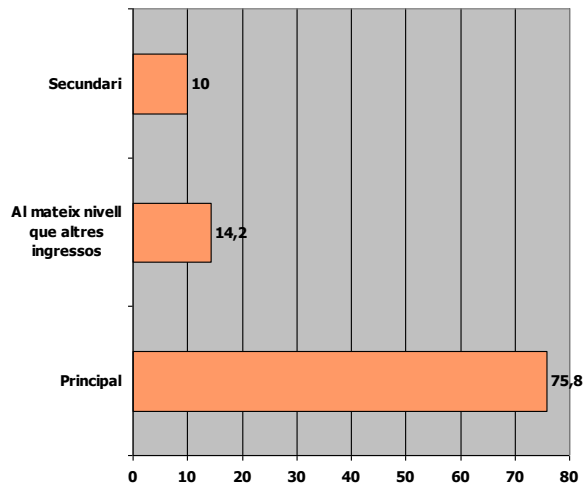


Ingressos principals

Els ingressos principals de la seva família provenen d'aquest negoci o aquest és secundari?

Base: total enquestats (100%) **%**

• **Aquest negoci són els ingressos familiars:**



Pel 75% dels operadors, els ingressos del negoci del mercat són la font PRINCIPAL d'ingressos.

- El 80% dels operadors del mercats del Grup 1 i 3, tenen com a font principal d'ingressos els del mercat. Mentre que als mercats del Grup 2, aquest percentatge disminueix (69%).
- **En el sector** de llegums i precuinats el 50% dels operadors no ho tenen com a ingrés principal.
- **Per mercats**, els operadors del Mercat de la Barceloneta són els que menys depenen dels ingressos del mercat (depenen el 60%). I en canvi, els operadors del Mercat de la Concepció, Provençals i Santa Caterina els que més (depenen el 90% dels operadors o més).

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Principal	75,8	81,4	69,3	80,0
Al mateix nivell que altres ingressos	14,2	11,9	19,8	8,8
Secundari	10	6,8	10,9	11,3

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Principal	75,8	87,5	57,9	76,9	92,5	84,6	84,4	50	76,5	52,5	81,8	81	94,4	76,5	62,5	65,2	90,9	66,1	88,9	60	77,8
Al mateix nivell que altres ingressos	14,2	9,4	21,1	11,5	5	15,4	6,3	40	11,8	25	18,2	7,1	5,6	17,6	18,8	21,7	4,5	19,6	5,6	20	22,2
Secundari	10	3,1	21,1	11,5	2,5	0	9,4	10	11,8	22,5	0	11,9	0	5,9	18,8	13	4,5	14,3	5,6	20	0

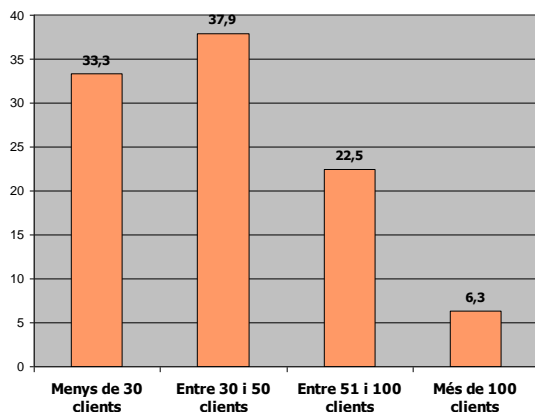


1.6. Indicadors econòmics

Volum de compradors

• Volum de clients / dia (entre dilluns i dijous)

MITJANA: 48.2 clients / dia (un dia entre dilluns i dijous)



% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana clients/dia	48,2	63,4	46,3	39,4

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana clients/dia	48,22	39,22	44,47	46,35	55,27	43,08	61,31	64	66	20,43	86,91	35,81	76,11	52,65	37,25	61,3	47,95	45,14	53,33	63,5	34,44

Quin és el nombre aprox. de clients que compren en aquest establiment un dia de dilluns a dijous?

Base: total enquestats (100%)

La mitjana de clients un dia feiner, entre dilluns i dijous es situa en 48 clients al dia per establiment.

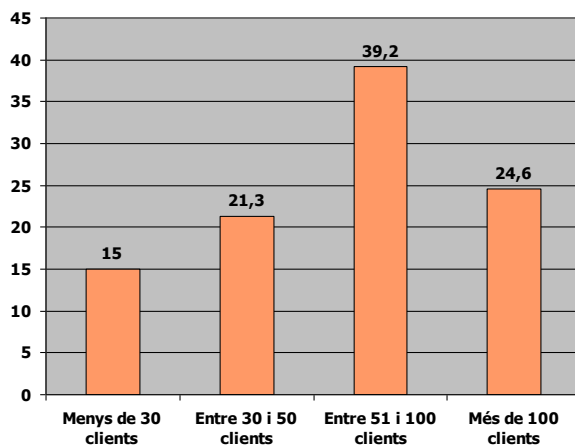
- El 33% dels operadors tenen com a màxim 30 clients al dia, el 38% entre 30 i 50 clients, i el 30% més de 50 clients al dia.
- Hi ha diferències significatives segons els grup de mercats, els del grup 1 tenen la mitjana més alta de clients amb 63 clients/dia, els del grup 3 tenen la més baixa (39 clients/dia).
- **Els sectors** amb una mitjana més alta són els del restauració (86), altres alimentació (66) i llegums i precuinats (64).
- **Per mercats**, destaca el mercat de la Concepció amb 76 clients/dia de mitjana. El mercat de Sarrià té la mitjana més baixa (35 clients/dia).



Volum de compradors

• Volum de clients / dia (un divendres)

MITJANA: 89.25 clients / dia (un divendres)



% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana clients/divendres	89,3	115,0	85,0	75,6

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana	89,25	77,97	85,26	90,96	107,58	96,54	110,94	111,3	119,71	29,27	137,55	61,6	125	119,41	85,19	114,91	95,45	77,54	105	117	58,06

Quin és el nombre aprox. de clients que compren en aquest establiment un divendres?

Base: total enquestats (100%)

Els divendres, el 64% tenen més de 50 clients (i d'aquest 64%, un 25% tenen més de 100 clients). La mitjana de clients per establiment es situa en 89 (entre setmana la mitjana client/dia era de 48)

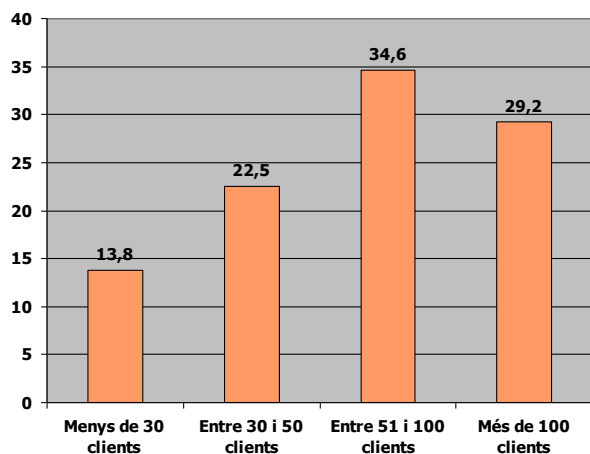
- Els mercats del Grup 1 tenen una mitjana de 115 clients, mentre que els del Grup 3 es queden en 76.
- **Per sectors**, les mitjanes de clients més altes són la restauració (137), altres alimentació (119), llegums i precuinats (111), peix i marisc (111), fruita i verdura (107).
- Els divendres **els mercats** que tenen una mitjana més alta de clients per establiment són el de la Concepció (125); les mitjanes més baixes són les dels mercats de Sarrià (58), i Abaceria (62).



Volum de compradors

• Volum de clients / dia (un dissabte)

MITJANA: 93.98 clients / dia (un dissabte)



Quin és el nombre aprox. de clients que compren en aquest establiment un dissabte?

Base: total enquestats (100%)

Els dissabtes són el dia de la setmana amb una mitjana de clients més elevada que es situa en 94 clients per establiment. El 29% dels operadors tenen més de 100 clients (els divendres era el 25%).

- Els mercats del Grup 1 tenen una mitjana de 118 clients (tres punts per sobre dels divendres, que la mitjana era 115), bastant per sobre de la mitjana dels Grups 2 i 3 (als voltants de 85 clients/dissabte).
- **Els sectors** amb una mitjana més alta són restauració (143), altres alimentació (130), fruita i verdura (115), peix i marisc (112), els llegums i pre-cuinats (111).
- **El mercat** de la Concepció, la Barceloneta i Santa Caterina són els que tenen una mitjana més alta de clients per parada (122/123). Abaceria (80) i Sant Andreu (83) són els mercats amb menys clients.

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana clients/dissabte	94,0	118,1	86,5	85,6

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana clients/dissa	93,98	82,03	80,79	97,88	115,15	103,46	112,75	111,3	130,29	34,77	143	80,36	123,89	110,59	83,25	110,83	97,27	81,43	121,67	123	59,44



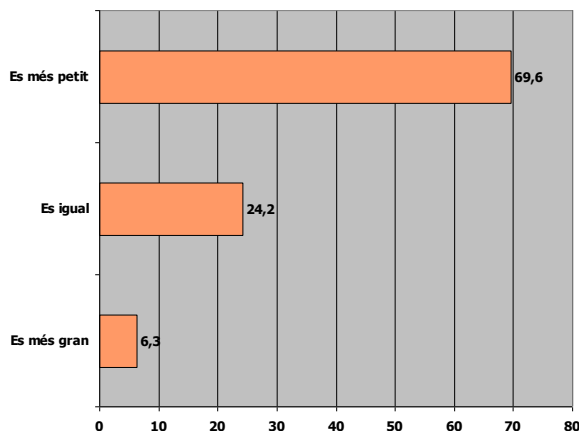
Volum de compradors

• Volum de clients en els últims dos anys

En els últims 2 anys, creu que el número de clients que vostè té és superior, igual o inferior?

Base: total enquestats (100%)

%



- El 70% han declarat que els seus clients han disminuït en els últims dos anys
- Només un 6% declaren que han incrementat.

• Els mercats del Grup 1 i 3 són els que més han disminuït clientela (78% dels operadors declaren haver baixat clients), mentre que els mercats del Grup 2, els que menys (58% ha disminuït i un 33% de la clientela es manté igual a fa 2 anys).

• El sector que més ha incrementat clients és el de peix i marisc (15% d'operadors del sector ho creu). I en canvi, el sector de llegums i precuinats és el que té més percentatge d'operadors que opina que han perdut clients (90%).

• El mercat de Sant Antoni i Santa Caterina, són els mercats que menys han disminuït la clientela els últims 2 anys.

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Es més gran	6,3	3,4	8,91	5
Es igual	24,2	18,6	32,67	17,5
Es més petit	69,6	78	58,42	77,5

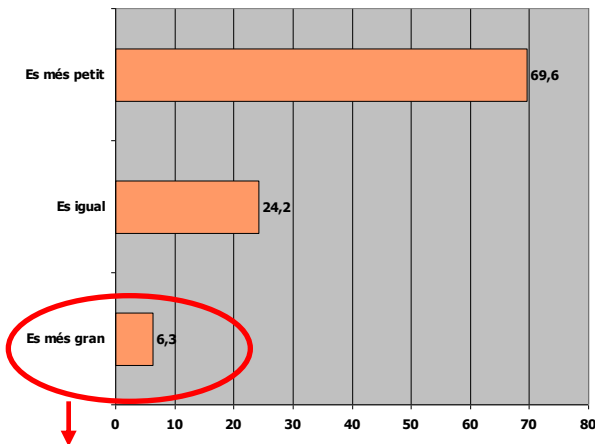
Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Es més gran	6,3	9,4	5,3	0	5	15,4	3,1	0	5,9	10	9,1	2,4	5,6	0	0	4,3	13,6	12,5	0	10	5,6
Es igual	24,2	28,1	31,6	26,9	22,5	23,1	18,8	10	29,4	25	18,2	16,7	11,1	29,4	25	8,7	13,6	37,5	38,9	20	27,8
Es més petit	69,6	62,5	63,2	73,1	72,5	61,5	78,1	90	64,7	65	72,7	81	83,3	70,6	75	87	72,7	50	61,1	70	66,7



Volum de compradors

- **INCREMENT de volum de clients en els últims 2 anys (percentatge)**



MITJANA d'increment: 23.47%

En els últims 2 anys, creu que el número de clients que vostè té és superior...

Base: enquestats: 15 (6%)



Del 6% d'operadors que declaren haver augmentat el número de clients en els últims dos anys, ho han incrementat en una mitjana del 23.47%.

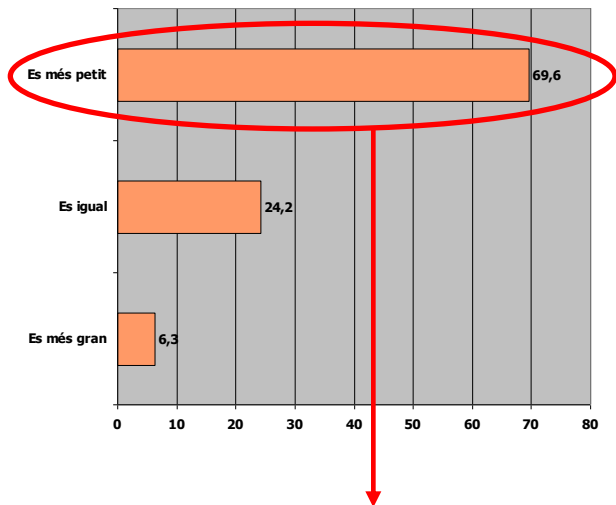
- **Per grups**, els operadors del Grup 1, són els que tenen una mitjana d'increment més elevada (52%), mentre que els del grup 3, tenen l'incrementen més petit (11%).
- En números absoluts, només hi ha 15 operadors que han declarat haver incrementat el número de clients els dos últims anys, per tant no es significatiu fer la classificació per sector i mercat.

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana	23,47	52,5	22,44	11,25



Volum de compradors

- **DISMINUCIÓ de volum clients en els últims 2 anys (percentatge)**



% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana	31,3	25,9	31,6	35,0

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana	31,33	28,15	29,09	27,89	31,21	23,13	28,88	36,11	27,73	38,27	43,75	37,21	20,67	37,27	29,75	32,4	34,38	31,61	21,36	20,71	32,92

En els últims 2 anys, creu que el número de clients que vostè té és inferior...

Base: enquestats: 166 (69%) %

Del 69% d'operadors declaren haver disminuït el número de clients en els dos últims anys, i ho han fet en una mitjana del 31%.

- Per grups, el grup 1 és el que té una mitjana de disminució de volum clients més baixa en els últims 2 anys (26%), en relació a als altres dos Grups (32% en el Grup 2 i 35% en el Grup 3).
- **Per sectors**, restauració, no alimentació i llegums precuinats són els que més han disminuït clients en els últims dos anys: restauració en una mitjana del 43.75%, no alimentació en un 38.27% i llegums precuinats en un 36.11%.
- **Per mercats**, el mercat de La Concepció, Barceloneta i Santa Caterina són els que menys han perdut clients (al voltant del 20%). En canvi, el mercat del Carmel té la mitjana més elevada de disminució (37.27%).



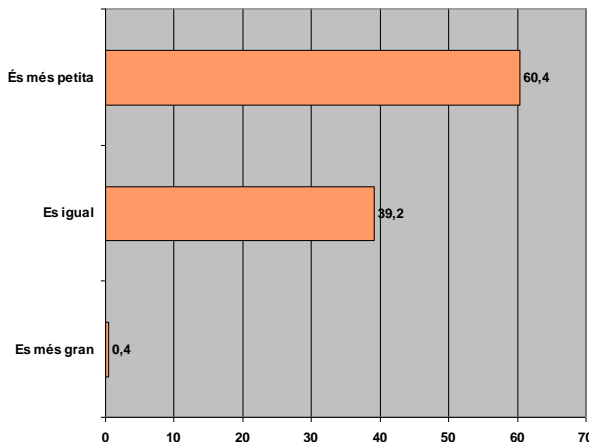
Freqüència de compradors

En els últims 2 anys, la freqüència de visita de clients al seu establiment és superior, igual o inferior?

Base: total enquestats (100%)

%

• Freqüència de visita clients en els últims dos anys



El 60% dels enquestats han declarat haver disminuït la freqüència de visita de clients.

Gairebé el 40% no han notat canvis de freqüència de visites. Només un 0.4% han dit haver augmentat freqüència de visites (percentatge molt baix).

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Es més gran	0,4	0	0,0	1,3
Es igual	39,2	27,1	45,5	40,0
Es més petita	60,4	72,9	54,6	58,8

• Cap operador dels mercats del Grup 1 i 2 ha dit haver augmentat la freqüència de visita dels seus clients en els últims dos anys.

• **L'únic sector** que ha incrementat freqüència de visites és el de fruites i verdures.

• **Només els operadors del mercat de la Abaceria** sembla que han incrementat freqüència de visites de clients. Per contra, els mercats de Sarrià, Santa Caterina i el Carmel són els que més han disminuït la freqüència en els dos últims anys.

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Es més gran	0,4	0	0	0	2,5	0	0	0	0	0	2,4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Es igual	39,2	46,9	31,6	42,3	32,5	38,5	40,6	10	41,2	45	45,5	26,2	27,8	23,5	56,3	30,4	54,5	58,9	22,2	70	11,1
Es més petita	60,4	53,1	68,4	57,7	65	61,5	59,4	90	58,8	55	54,5	71,4	72,2	76,5	43,8	69,6	45,5	41,1	77,8	30	88,9



Freqüència de compradors

- **DISMINUCIÓ de freqüència de visita de clients en els últims 2 anys (percentatge)**

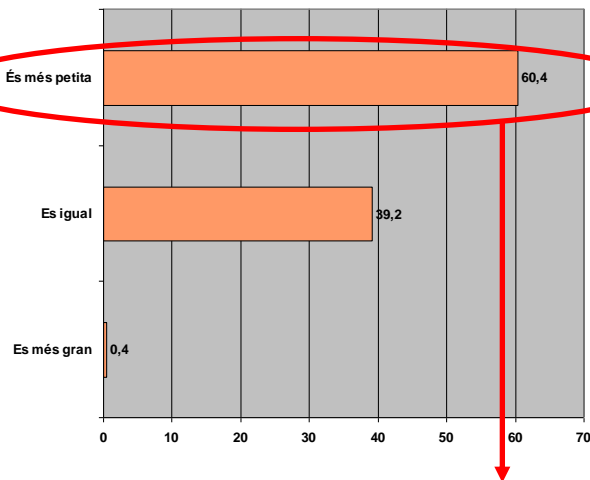
En els últims 2 anys, la freqüència de visita de clients és inferior...

Base: total enquestats:144 (60%)



Del 60% dels operadors que han declarat tenir menys freqüència de visites en els últims dos anys, com a mitjana han disminuït en un percentatge 27.67%.

- Els operadors del Grup 3 de mercats són els que han disminuït més el percentatge de visites (de mitjana 31,28%).
- **El sector de peix salat i conserves** és el que menys ha disminuït la freqüència de visites (20% de mitjana). I carn, els que més (en una mitjana de 31.47%).
- **El mercat de la Barceloneta** la mitjana de disminució de freqüència de visites ha estat del 12%. En canvi, el mercat del Carmel, ha disminuït considerablement en els 2 últims anys, la freqüència de visites (37% de mitjana).



% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
mitjana	27,67	26,16	25,74	31,28

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana	27,67	31,47	30,42	28,33	27,69	20	26,58	28,89	30	24,77	28,33	33,67	20,77	36,67	28,57	35,94	26	21,09	20	11,67	26,88



Tiquet mig

Quin és el tiquet promig (despesa mitjana) dels clients que compren en aquest establiment un dia de dilluns a dijous?

● **Tiquet mig /client (un dia entre dilluns i dijous)**

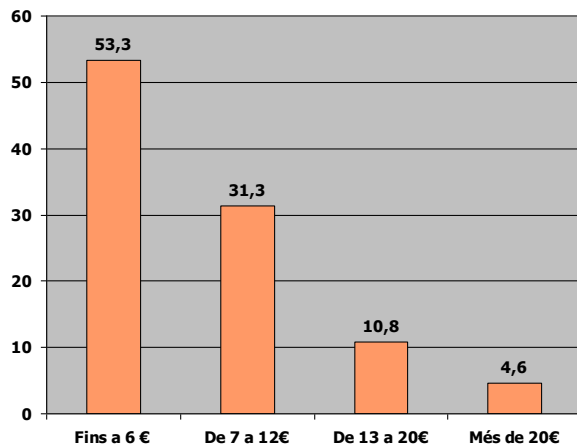
Base: total enquestats (100%) **%**

MITJANA: 8.19 €/dia (un dia entre dilluns i dijous)

En el 85% dels casos, el tiquet mig per client entre dilluns i dijous, no supera els 12 euros (i només un 15% de clients ho superen).

La mitjana global del tiquet mig per client és de 8.19 euros.

- **Per grups**, els mercats del grup 2 superen la mitjana amb quasi dos punts (9.9 €), mentre que els del grup 3 estan dos punts sota (6.3€)
- **El tiquet mig més alt es dona en el sector del no alimentari (14.76€)**, mentre que els més baixos són en restauració (2.55€) i llegums i pre-cuinats (4.37€)
- **Per mercats** destaquen amb tiquets mitjos més alts el de Sant Antoni (13.25€) i la Concepció (11.11€); mentre que el més baix és el de El Carmel (3.79 €).



% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
mitjana tiquet dilluns -dijous	8,19	7,93	9,85	6,28

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana tiquet dilluns-dijous	8,19	8,9	7,08	5,75	7,03	6,92	8,29	4,37	5,74	14,76	2,55	5,93	11,11	3,79	5,51	5,72	7,5	13,25	7,56	6,2	7

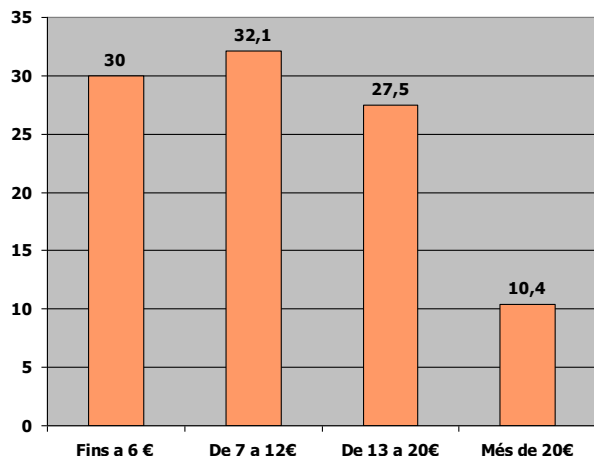


Tiquet mig

• Tiquet mig /client (un divendres)

Base: total enquestats (100%) **%**

MITJANA: 12.32€/dia (un divendres)



Els divendres, el tiquet mig per client està per sobre dels 13 euros en el 38% dels casos. D'aquest 38%, el 10% es gasta més de 20 euros.

- La mitjana del tiquet mig per client el divendres és de 12.32€, més de 4 punts per sobre del tiquet mig d'entre setmana (8.55 €).
- **Per grups**, en els mercats del Grup 3, la mitjana de tiquet del divendres és 1.5 punts per sota del tiquet mig dels divendres (10.63 € vers 12.32€).
- **Els sector de la carn, el peix fresc i marisc i la no alimentació** superen els 12.32€ de tiquet mig. Aus, caça i ous estan a la par del tiquet mig.
- **Per mercats**: destaquen en especial per sobre la mitjana el mercat de la Concepció (18.39€) i Sant Antoni (16.68€) i queden molt per sota el mercat del Carmel (6.24€).

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
mitjana tiquet divendres	12,32	13,38	13,04	10,63

Segons el sector i el mercat:

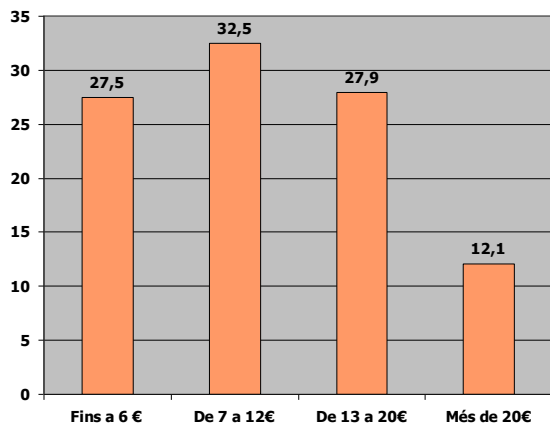
% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana tiquet divendres	12,32	14,55	12,81	10,06	11,22	10,38	14,11	7,93	9,81	16,84	2,9	8,57	18,39	6,24	10,2	8,51	14,86	16,68	14,61	10	9,86



Tiquet mig

• Tiquet mig /client (un dissabte)

MITJANA: 13.13 €/dia (un dissabte)



% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
mitjana tiquet dissabte	13,13	14,37	13,73	11,45

Quin és el tiquet promig (despesa mitjana) dels clients que compren en aquest establiment un dissabte?

Base: total enquestats (100%) %

Els dissabtes, el tiquet mig per client supera els 13 euros en un 40% dels casos, resultat molt similar al tiquet dels divendres (38%). I d'aquest 40%, un 12% supera els 20 euros.

- El tiquet mig per client és de 13.13€ de mitjana (els divendres és de 12.32€).
- **En els mercats dels grups 1 i 2** el tiquet mitjà dels dissabtes és més alt que el dels divendres, mentre que en els mercats del grup 3 està per sota (11.45 € respecte a 12.32 €).
- **El sectors** que estan per sobre de la mitjana són carn, aus, caça i ous, peix i marisc i no alimentació, en tots els casos el tiquet mig és més alt de 14€; a l'extrem més baix s'hi troben la restauració amb un tiquet mig per sota dels 3€
- **Els mercats** amb un tiquet mig més alt són el de Sant Antoni i Santa Caterina, que superen els 17€; per contra, els mercats del Carmel, Mercè i Abaceria tenen un tiquet mig per sota dels 10€

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana tiquet dissabte	13,13	15,53	15,07	10,33	11,87	11,5	14,78	8,83	9,34	18,01	3,08	9,59	19	6	10,14	8,64	15,95	17,63	17,06	10,8	10,56

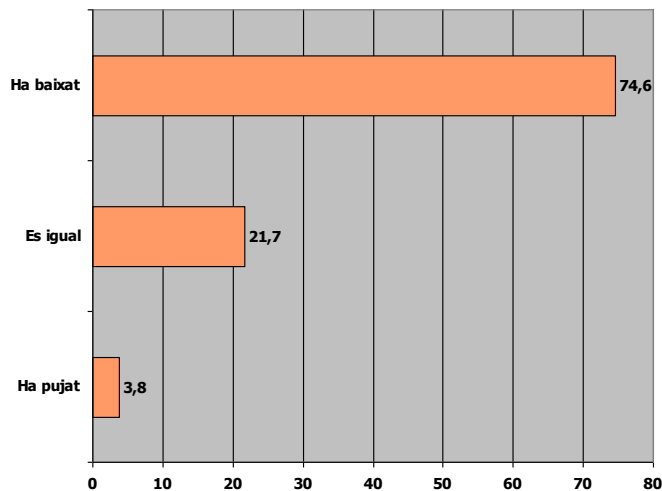


Tiquet mig

En els últims 2 anys, creu que el tiquet mig dels seus clients ha incrementat, disminuït o és igual?

• Tiquet mig en els últims dos anys

Base: total enquestats (100%) %



El 75% dels operadors opina que els hi ha baixat el tiquet mig en els últims dos anys.

Només un 4% afirmen que els hi ha pujat (i el percentatge mitjà d'increment del tiquet mitjà ha estat de 19.44%).

- En els mercats del Grup 2, és en el grup que té menor el percentatge d'operadors que declaren tenir un tiquet mig més baix (58%). Destaca també, que en aquest Grup de mercats, el 34% opinen que el tiquet mig no els hi ha variat.
- **Per sectors**, destaca aus, caça i ous, on un elevat percentatge d'operadors opinen que el seu tiquet mitjà es conserva igual o ha incrementat (42%).
- **En el mercat de Sant Antoni**, comparant amb la resta de mercats, són pocs els operadors que creuen que els hi ha baixat el tiquet mig els dos últims anys (39%).

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Ha pujat	3,8	1,7	7,9	0,0
Es igual	21,7	13,6	33,7	12,5
Ha baixat	74,6	84,7	58,4	87,5

Segons el sector i el mercat:

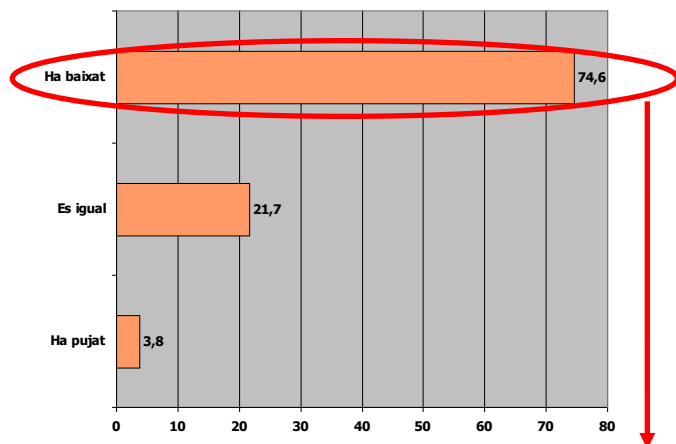
% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Ha pujat	3,8	0	5,3	3,8	2,5	0	0	10	0	10	9,1	0	0	0	0	4,3	0	14,3	0	0	0
Es igual	21,7	12,5	36,8	7,7	27,5	0	21,9	10	35,3	30	18,2	2,4	27,8	11,8	25	8,7	22,7	46,4	5,6	40	11,1
Ha baixat	74,6	87,5	57,9	88,5	70	100	78,1	80	64,7	60	72,7	97,6	72,2	88,2	75	87	77,3	39,3	94,4	60	88,9



Tiquet mig

- **DISMINUCIÓ** de tiquet mig en els últims 2 anys (percentatge)

Base: total enquestats: 178 (74%)



Del 75% dels operadors que han declarat tenir haver disminuït el seu tiquet mitjà en els dos últims anys, ho han baixat en un de 27.51% de mitjana.

- Els operadors dels mercats del Grup 3, són els que més han disminuït tiquet mig (la mitjana és de 31.57%).
- **Per sectors**, llegums i precuinats han baixat el tiquet mitjà en un percentatge del 33% de mitjana; aus, caça i ous en un 32.5%. En canvi, peix salat i conserves són els que menys han baixat tiquet mitjà (14% de mitjana).
- **El mercat de Sant Antoni**, és el que menys ha baixat el tiquet mitjà (en un 16% de mitjana). En canvi, el mercat del Carmel, el que més ha disminuït tiquet mitjà (35.71% de mitjana).

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
mitjana	27,51	24,98	24,79	31,57

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana	27,51	24,61	32,5	27,61	29,46	14,23	28,8	33	26,91	29,29	31,88	33,9	19,85	35,71	30,83	32,8	26,47	16,5	19,71	18,33	29,06



Número de clients i Tiquet mig

Quin és el tiquet promig (despesa mitjana) dels clients que compren en aquest establiment?

• **Resum tenint en compte NOMÉS L'ALIMENTACIÓ**

Base: total enquestats (100%) %

MITJANES	Volum de clients entre setmana	Volum de clients divendres	Volum de clients dissabte
Carn	39,2	78,0	82,0
Aus, caça, ous	44,5	85,3	80,8
Xarcuteria, embotits, formatges	46,4	91,0	97,9
Fruita i verdura	55,3	107,6	115,2
Peix salat i conserves	43,1	96,5	103,5
Peix i marisc	61,3	110,9	112,8
Llegums i precuinats	64,0	111,3	111,3
Altres alimentació	66,0	119,7	130,3
Total	48,2	89,3	94,0

MITJANES	Tiquet mig entre setmana	Tiquet mig divendres	Tiquet mitjà dissabte
Carn	8,9	14,6	15,5
Aus, caça, ous	7,1	12,8	15,1
Xarcuteria, embotits, formatges	5,8	10,1	10,3
Fruita i verdura	7,0	11,2	11,9
Peix salat i conserves	6,9	10,4	11,5
Peix i marisc	8,3	14,1	14,8
Llegums i precuinats	4,4	7,9	8,8
Altres alimentació	5,7	9,8	9,3
Total	8,2	12,3	13,1

MITJANES	Volum de clients entre setmana	Volum de clients divendres	Volum de clients dissabte
Grup 1	63,4	115,0	118,1
Grup 2	46,3	85,0	86,5
Grup 3	39,4	75,6	85,6
Total	48,2	89,3	94,0

MITJANES	Tiquet mig entre setmana	Tiquet mig divendres	Tiquet mitjà dissabte
Grup 1	7,9	13,4	14,4
Grup 2	9,9	13,0	13,7
Grup 3	6,3	10,6	11,5
Total	8,2	12,3	13,1



ÚLTIMS DOS ANYS

Percentatge de disminució de volum de compradors, freqüència de visita compradors, tiquet mig i facturació anual

• **Resum tenint en compte NOMÉS L'ALIMENTACIÓ**

Base: total enquestats (100%) %

ULTIMS DOS ANYS				
	69,6% d'operadors han baixat VOLUM COMPRADORS	60,4% d'operadors han baixat FREQUÈNCIA VISITES	74,6% d'operadors han baixat TIQUET MIG	80,8% operadors han baixat FACTURACIÓ ANUAL
MITJANES	Volum compradors: % disminució	Freqüència visita compradors: % disminució	Tiquet mig: % disminució	Facturació anual: % disminució
Carn	28,2	31,5	24,6	29,7
Aus, caça, ous	29,1	30,4	32,5	29,2
Xarcuteria, embotits, formatges	27,9	28,3	27,6	24,9
Fruita i verdura	31,2	27,7	29,5	27,2
Peix salat i conserves	23,1	20,0	14,2	20,8
Peix i marisc	28,9	26,6	28,8	34,3
Llegums i precuinats	36,1	28,9	33,0	44,2
Altres alimentació	27,7	30,0	26,9	29,8
Total	31,3	27,7	27,5	30,1

ULTIMS DOS ANYS				
	69,6% d'operadors han baixat VOLUM COMPRADORS	60,4% d'operadors han baixat FREQUÈNCIA DE VISITES	74,6% d'operadors han baixat TIQUET MIG	80,8% operadors han baixat FACTURACIÓ ANUAL
MITJANES	Volum compradors: % disminució	Freqüència visita compradors: % disminució	Tiquet mig: % disminució	Facturació anual: % disminució
Grup 1	25,9	26,2	25,0	26,5
Grup 2	31,6	25,7	24,8	30,6
Grup 3	35,0	31,3	31,6	32,2
Total	31,3	27,7	27,5	30,1



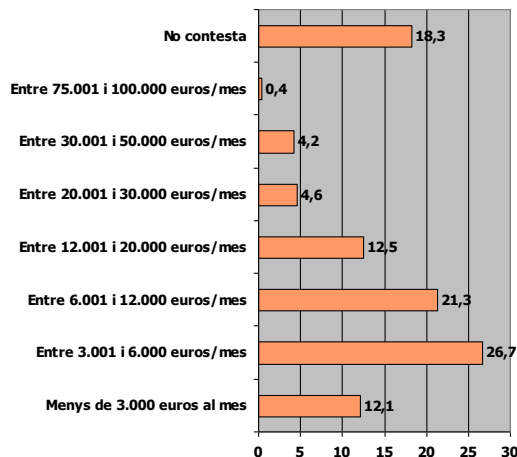
Volum vendes

*Aproximadament, quant va vendre de mitjana al mes durant el 2010?
(xifra bruta de vendes, sense descomptar cap despesa)*

Base: total enquestats (100%) **%**

• Mitjana de vendes / mes

MITJANA: 10.936 €/mes



Segons els operadors, la mitjana de vendes brutes al mes en els mercats és de 10.936€ per establiment

- En el 60% del casos la mitjana de vendes mensuals és inferior a 12.000€, essent bastant alt el percentatge de casos que es troben per sota dels 6.000€ (39%)
- En els mercats del grup 1 la facturació mitjana és bastant més elevada (18.216€), mentre que en el grup 3 està per sota dels 7.566€.
- Per sectors, es que més factura és la carn (17.888 €/mes). També peix i marisc (14.386 €/mes), xarcuteria (13.805 €/mes), i peix salat i conserves (12.000 €/mes).
- Destacar el mercat de la Concepció, que té una mitjana de facturació al mes de 29.500 €/mes.

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Mitjana Euros/mes	10.936,3	18.216,7	10.206,8	7.566,2

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA										
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià	
Menys de 3.000 euros al mes	12,1	6,3	26,3	7,7	7,5	7,7			40		27,5	9,1	28,6		35,3	12,5	8,7		5,4	11,1		11,1
Entre 3.001 i 6.000 euros/mes	26,7	28,1	26,3	19,2	27,5	30,8	18,8	20	5,9	42,5	36,4	28,6	11,1	17,6	62,5	26,1	18,2	33,9	5,6	10	33,3	
Entre 6.001 i 12.000 euros/mes	21,3	18,8	21,1	23,1	27,5		25	10	41,2	17,5	9,1	19	11,1	11,8	12,5	17,4	45,5	26,8	16,7	40	5,6	
Entre 12.001 i 20.000 euros/mes	12,5	18,8		19,2	10	23,1	18,8	10	11,8	2,5	18,2	7,1	11,1	11,8	6,3	26,1	22,7	8,9	22,2	20		
Entre 20.001 i 30.000 euros/mes	4,6	6,3		3,8	7,5		3,1	10		7,5		2,4	22,2					7,1	5,6		5,6	
Entre 30.001 i 50.000 euros/mes	4,2	6,3	5,3	7,7	2,5	7,7	9,4					2,4	16,7	5,9		4,3	4,5			20	5,6	
Entre 75.001 i 100.000 euros/mes	0,4	3,1													4,3							
No contesta	18,3	12,5	21,1	19,2	17,5	30,8	25	10	41,2	2,5	27,3	11,9	27,8	17,6	6,3	13	9,1	17,9	38,9	10	38,9	
Mitjana Euros/mes	10.936,3	17.888,9	8.892,3	13.805,6	9.426,9	12.000,0	14.386,4	9.200,0	9.928,6	6.489,2	8.416,7	6.982,4	29.500,0	11.325,0	5.360,0	16.488,2	10.875,0	8.917,1	12.681,8	16.666,7	7.071,4	

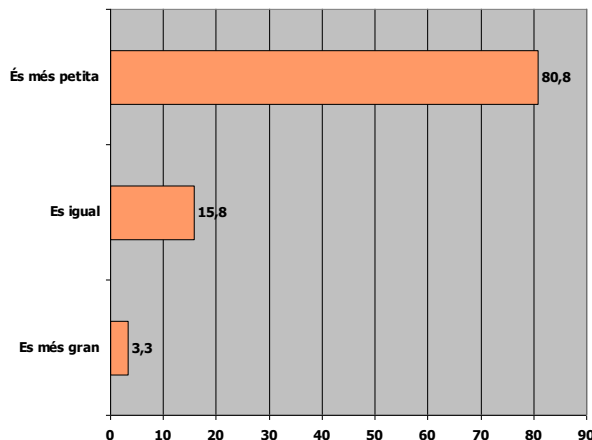


Volum vendes

• Facturació anual en els últims dos anys

En els últims dos anys, la seva facturació anual total de la parada, ha incrementat, disminuït o s'ha mantingut igual?

Base: total enquestats (100%) %



**Més del 80% dels operadors declaren haver disminuït la facturació anual en els últims dos anys.
Només un 3% afirmen que l' han incrementat.**

- En els mercats del Grup 2, és el grup on menys operadors han disminuït la facturació anual (67%), mentre aquest percentatge és dels voltants del 90% en el Grup 1 i 3.
- **Per sectors**, destaca aus, caça i ous, on el 31% dels operadors han declarat haver mantingut o incrementat facturació anual en els últims dos anys.
- **Hi ha quatre mercats amb operadors que han augmentat facturació** anual: mercat Barceloneta (10%), mercat de Sant Antoni (8.9%), i en menor mesura, mercat Provençal (4.5%) i mercat Mercè (4.3%).

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Es més gran	3,3	1,7	5,9	1,3
Es igual	15,8	6,8	26,7	8,8
És més petita	80,8	91,5	67,3	90,0

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Es més gran	3,3	3,1	10,5	0	2,5	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	4,3	4,5	8,9	0	10	0
Es igual	15,8	12,5	21,1	7,7	17,5	7,7	15,6	10	29,4	15	27,3	11,9	5,6	17,6	6,3	0	4,5	35,7	16,7	20	11,1
És més petita	80,8	84,4	68,4	92,3	80	92,3	84,4	90	70,6	75	72,7	88,1	94,4	82,4	93,8	95,7	90,9	55,4	83,3	70	88,9

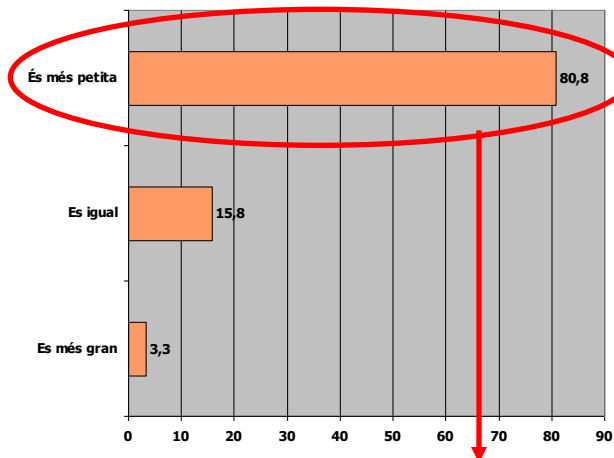


Volum vendes

- **DISMINUCIÓ de la facturació anual en els últims 2 anys (percentatge)**

En els últims dos anys, la seva facturació anual total de la parada ha disminuït ...

Base: total enquestats:193 (81%)



Els operadors que han afirmat haver disminuït la facturació anual en els últims dos anys, l'han baixat en un percentatge del 30.06% de mitjana.

- El **Grup 3**, té la mitjana més alta de disminució de la facturació anual: 32.22% de mitjana.
- **Per sectors**, llegums i precuinats, i peix i marisc són els que de mitjana han disminuït més la seva facturació anual (en un percentatge del 44.22% i 34.33% respectivament).
- **Els mercats més han baixat la facturació anual són:** mercat del Carmel (amb un percentatge de 39.23% de mitjana) i Mercat de Abaceria (35.68%)

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
mitjana	30,06	26,54	30,58	32,22

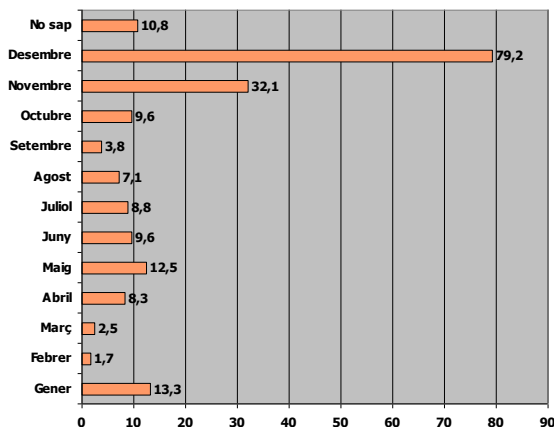
Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	No alimentari	Restauració	Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Mitjana	30,06	29,7	29,17	24,88	27,19	20,83	34,33	44,22	29,83	31,5	38,13	35,68	19,71	39,23	33,33	32,86	25	27,74	25	23,57	32,13



Volum vendes

• Dos mesos que més ven a l'any



Quin són els dos mesos que vostè ven més a l'any? i quin percentatge més o menys superior a la mitja?

Base: total enquestats (100%) **%**

Pregunta MULTIRESPONSA (resultats no sumen 100)

El 79% dels operadors diuen que Desembre és el mes amb vendes més fortes. Li segueix Novembre (32%).

La mitjana d'increment de vendes en aquestes mesos forts resulta: al desembre incrementen les vendes un 28% i al novembre un 26%.

La forquilla d'increment va entre el 10% (que té lloc al mes de maig, en operadors que han citat aquest mes) i el 28% (del mes de desembre).

Per grups:

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Gener	13,3	3,4	11,9	22,5
Febrer	1,7	1,7	2,0	1,3
Març	2,5	5,1	2,0	1,3
Abril	8,3	10,2	9,9	5,0
Maig	12,5	13,6	14,9	8,8
Juny	9,6	6,8	14,9	5,0
Juliol	8,8	5,1	8,9	11,3
Agost	7,1	3,4	6,9	10,0
Setembre	3,8	3,4	5,9	1,3
Octubre	9,6	15,3	8,9	6,3
Novembre	32,1	45,8	28,7	26,3
Desembre	79,2	79,7	76,2	82,5
No sap	10,8	6,8	6,9	18,8

• **Per grups**, els operadors dels tres grups citen Desembre com més important de vendes. I el mes de novembre és molt citat en el Grup 1 (45% dels operadors) mentre que als Grups 2 i 3 disminueix aquest percentatge (28% i 26% respectivament).

Al Grup 3, el 22% citen Gener com més important de vendes.



Volum vendes

Quin són els dos mesos que vostè ven més a l'any? i quin percentatge més o menys superior a la mitja?

Base: total enquestats (100%)

Pregunta MULTIRESPOSTA (resultats no sumen 100)

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL									MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Gener	13,3	9,4	15,8	11,5	2,5	7,7	12,5	10,0	23,5	0,0	23,8	0,0	0,0	37,5	4,3	9,1	37,7	5,6	0,0	11,1
Febrer	1,7	3,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	10,0	5,9	0,0	2,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,2	5,6	0,0	0,0
Març	2,5	0,0	5,3	0,0	2,5	23,1	0,0	0,0	0,0	9,1	2,4	0,0	0,0	4,3	0,0	6,5	11,1	0,0	0,0	
Abril	8,3	0,0	5,3	3,8	15	46,2	6,3	0,0	5,9	0,0	2,4	22,2	11,8	6,3	0,0	9,1	14,5	11,1	10,0	16,7
Maig	12,5	9,4	10,5	3,8	40	0,0	9,4	10,0	5,9	9,1	11,9	16,7	11,8	0,0	13,0	9,1	30,6	11,1	0,0	22,2
Juny	9,6	0,0	0,0	3,8	27,5	0,0	6,3	10,0	5,9	0,0	4,8	0,0	11,8	12,5	17,4	0,0	36,1	0,0	20,0	5,6
Juliol	8,8	0,0	0,0	3,8	17,5	15,4	9,4	0,0	0,0	36,4	11,9	5,6	5,9	18,8	8,7	4,5	12,9	0,0	40,0	0,0
Agost	7,1	3,1	0,0	3,8	15	0,0	9,4	0,0	0,0	36,4	16,7	0,0	5,9	0,0	4,3	4,5	9,7	5,6	30,0	0,0
Setembre	3,8	12,5	0,0	0,0	2,5	0,0	9,4	0,0	0,0	0,0	2,4	0,0	11,8	0,0	0,0	0,0	6,5	11,1	10,0	5,6
Octubre	9,6	6,3	0,0	7,7	12,5	0,0	12,5	20,0	29,4	9,1	7,1	16,7	5,9	12,5	8,7	0,0	10,5	22,2	0,0	27,8
Novembre	32,1	53,1	42,1	46,2	15	0,0	31,3	40,0	41,2	27,3	26,2	50,0	23,5	31,3	52,2	22,7	61,8	33,3	30,0	27,8
Desembre	79,2	93,8	94,7	96,2	45	92,3	84,4	80,0	76,5	54,5	78,6	83,3	76,5	81,3	78,3	90,9	166,2	77,8	60,0	66,7
No sap	10,8	6,3	26,3	15,4	5	15,4	9,4	20,0	5,9	18,2	9,5	5,6	29,4	0,0	8,7	50,0	0,0	5,6	0,0	11,1

Per sectors, destaca:

- Que més del 90% dels operadors de carn, aus-caça-ous, xarcuteria i pesca han citat Desembre com més fort de vendes
- En Fruites i verdures han citat com a mesos importants de vendes Maig i Desembre en percentatges similars (40% i 45% respectivament).

Per mercats:

Els operadors la resposta que més repeteixen es Desembre. Al mercat de la Barceloneta també diuen que Juliol és un mes fort (40%), i els del mercat de Sant Andreu citen el mes de Gener (37%), com mesos forts de venda, per davant de Novembre.



Volum vendes

Quin és el mes que vostè ven més a l'any? i quin percentatge més o menys superior a la mitja?

Base: total enquestats (100%) 

• QUIN ÉS EL MES que MÉS ven a l'any

• **Per grups:** tot i que desembre és el mes més citat, en el Grup 1 s'ha de destacar que el 17% dels operadors han dit el mes de novembre com a primera opció.

La mitjana d'increment de vendes és de 25.36% en el mes més bo. En el Grup 1 està per sota de la mitja (19.76% d'increment de vendes); i en canvi en el Grup 3, la mitjana és més elevada (30.68%).

• **Per sectors,** desembre és el mes més citat en general però en alguns sectors perd pes: els operadors de fruites i verdures només el 32% han dit que desembre sigui el mes més fort en vendes; en aquest sector, maig i juny també són importants.

En el sector de la restauració, disminueix també la importància del mes de desembre, ja que un 27% dels operadors han citat juliol com el mes important.

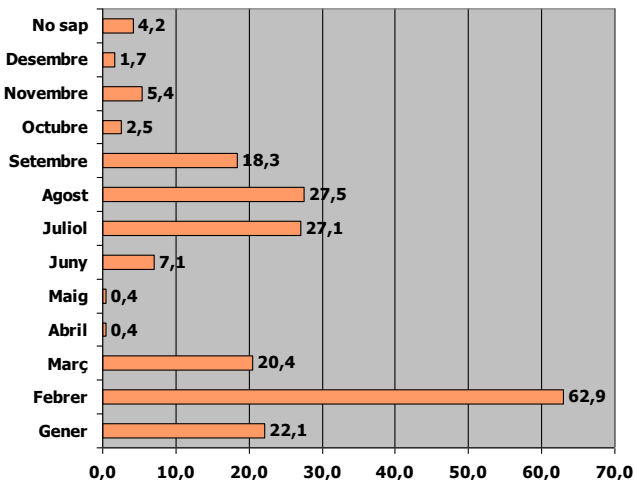
La mitjana d'increment de vendes (en el mes fort de vendes) té un increment superior en els sectors de Altres alimentació i no alimentari, que estan per sobre de la mitjana general (39% i 38% respecte al 25.36%)

• **Per mercats:** destaquen els mercats de la Barceloneta, Sarrià i la Concepció perquè perd pes el mes de Desembre com a mes fort de vendes.



Volum vendes

• Dos mesos que menys ven a l'any



Per grups:

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Gener	22,1	28,8	20,8	18,8
Febrer	62,9	57,6	68,3	60,0
Març	20,4	11,9	24,8	21,3
Abril	0,4	1,7	0,0	0,0
Maig	0,4	1,7	0,0	0,0
Juny	7,1	8,5	5,0	8,8
Juliol	27,1	30,5	21,8	31,3
Agost	27,5	33,9	24,8	26,3
Setembre	18,3	13,6	24,8	13,8
Octubre	2,5	1,7	2,0	3,8
Novembre	5,4	6,8	5,0	5,0
Desembre	1,7	0,0	2,0	2,5
No sap	4,2	3,4	1,0	8,8

Quin són els dos mesos que vostè ven MENYS a l'any? i quin percentatge més o menys INFERIOR a la mitja?

Base: total enquestats (100%) **%**

Pregunta MULTIRESPOSTA (resultats no sumen 100)

Els mesos que han citat que venen menys són els mesos de Febrer (ho diuen el 63% dels operadors), i Agost i Juliol (27%). El decrement de vendes d'aquests mesos de mitjana és:

- Febrer: disminueixen les vendes un 28%
- Agost: disminueix-ne vendes un 39%
- Juliol: disminueixen 31%

La forquilla de decrements va des d'un 8% al mes de Maig fins un 39% al mes de Desembre.

- **Per grups**, els operadors dels tres grups citen Febrer en percentatges similars (entre un 58 i un 68%). Els operadors del Grup 2 de Mercats citen més Setembre que Juliol com més dolent de vendes.



Volum vendes

• Dos mesos que menys ven a l'any

Quin són els dos mesos que vostè ven MENYS a l'any? i quin percentatge més o menys INFERIOR a la mitja?

Base: total enquestats (100%)

Pregunta MULTIRESPOSTA (resultats no sumen 100)

Segons el sector i el mercat:

% Verticals	Total	SECTOR COMERCIAL										MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Carn	Aus, caça, ous	Xarcuteria, embotits, formatges	Fruita i verdura	Peix salat i conserves	Peix i marisc	Llegums i precuinats	Altres alimentació	Restauració	Abacoria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià	
Gener	22,1	15,6	5,3	23,1	45	38,5	28,1	10,0	29,4	9,09	23,8	22,2	47,1	6,3	21,7	18,2	25,8	44,4	50,0	0,0	
Febrer	62,9	56,3	42,1	53,8	67,5	61,5	68,8	60,0	52,9	63,64	69,0	61,1	76,5	37,5	47,8	59,1	142,1	66,7	80,0	50,0	
Març	20,4	18,8	10,5	26,9	10	7,7	31,3	30,0	5,9	9,09	26,2	16,7	23,5	6,3	8,7	22,7	54,6	11,1	30,0	16,7	
Abril	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	9,09	0,0	0,0	0,0	0,0	4,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Maig	0,4	0,0	0,0	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	4,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
Juny	7,1	15,6	15,8	15,4	5	0,0	0,0	10,0	11,8	0,00	9,5	11,1	0,0	0,0	8,7	13,6	9,7	5,6	10,0	5,6	
Juliol	27,1	40,6	57,9	26,9	17,5	15,4	28,1	40,0	47,1	9,09	28,6	44,4	17,6	43,8	26,1	27,3	33,0	22,2	0,0	50,0	
Agost	27,5	43,8	31,6	26,9	27,5	15,4	21,9	40,0	41,2	18,18	26,2	22,2	23,5	62,5	52,2	0,0	49,8	22,2	0,0	38,9	
Setembre	18,3	6,3	15,8	11,5	10	30,8	9,4	10,0	5,9	45,45	9,5	16,7	11,8	25,0	13,0	13,6	64,9	11,1	10,0	27,8	
Octubre	2,5	0,0	0,0	3,8	0	7,7	9,4	0,0	0,0	9,09	0,0	0,0	0,0	6,3	4,3	9,1	3,2	0,0	10,0	0,0	
Novembre	5,4	0,0	5,3	0,0	5	15,4	0,0	0,0	5,9	18,18	4,8	5,6	0,0	6,3	4,3	4,5	10,5	11,1	10,0	5,6	
Desembre	1,7	0,0	0,0	0,0	10	0,0	0,0	0,0	0,0	0,00	0,0	0,0	0,0	6,3	0,0	4,5	6,5	0,0	0,0	0,0	
No sap	4,2	3,1	15,8	7,7	2,5	7,7	3,1	0,0	0,0	9,09	2,4	0,0	0,0	0,0	4,3	27,3	0,0	5,6	0,0	5,6	

Per sectors, destaca que a els operadors de aus-caça-ous, han citat com més pitjor de vendes Juliol en lloc de Febrer (57.9% respecte a 42%). Per la fruita i verdura el segon més pitjor de vendes és Gener.

Llegums i Precuinats, a més de febrer, citen en percentatges importants els mesos de Març, Juliol, i Agost. En la carn, es citen febrer-juliol-Agost en percentatges que no marquen moltes distàncies (56%, 41% i 44%).

Per mercats, els operadors del Mercat de Sant Andreu i de la Mercè han citat com menys més dolent de vendes el mes de Agost (62% i 52% respectivament).



2. ANÀLISI DELS CLIENTS DELS MERCATS



2.1. Mostra clients

Fitxa Tècnica

Tècnica d'investigació

Estudi realitzat mitjançant enquestes personals a clients dels mercats de Barcelona Treball de camp i tabulació elaborat per l'empresa GESOP, anàlisi dels resultats a càrrec de l'empresa PROCOM

Data de realització

El treball de camp, la revisió, depuració, supervisió i tabulació dels qüestionaris es va realitzar durant el mes de març de 2011.

Univers

Compradors als mercats de Barcelona: 1550 enquestes repartides en 10 mercats, fent com a mínim 150 enquestes en cada mercat

Àmbit d'estudi

Mercats seleccionats: Abaceria Central, Concepció, El Carmel, Sant Andreu, Mercè, Provençals, Sant Antoni, Santa Caterina, La Barceloneta, Sarrià.

Mostra

El muestreig s'ha realitzat de manera aleatòria a persones que sortien dels mercats municipals seleccionats. S'han realitzat enquestes els dies entre setmana al matí, a la tarda, el divendres tarda i el dissabte als matí.

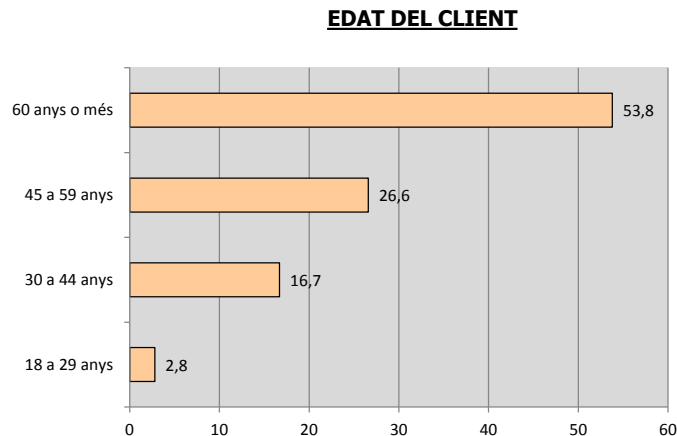
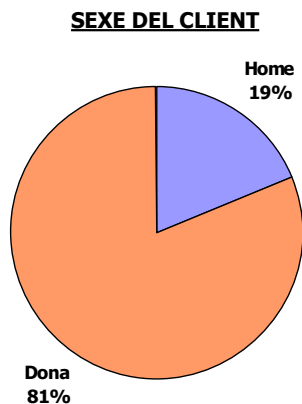
	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA										Total
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals	
Enquestes fetes	1550	151	151	154	151	158	159	152	150	154	170	
Matí entre setmana	971											
Tarda entre setmana	113											
Divendres tarda	158											
Dissabte matí	308											
TOTAL												



2.2. Perfil de client

Dades sociodemogràfiques

Base: total enquestats (100%)



% Horitzontals	Total	EDAT				SEXE	
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Home	Dona
Grup 1	29,4	2,6	18,6	29,8	48,9	21,5	78,5
Grup 2	39,9	2,9	14,9	25,1	57,1	16,7	83,3
Grup 3	30,7	2,9	17,2	25,6	54,2	19,7	80,3
TOTAL	100,0	2,8	16,7	26,6	53,8	19,0	81,0

- La majoria dels clients enquestats als mercats són dones (un 81% de la mostra).
- La meitat dels clients que s'han trobat en els mercats te menys de 60 anys. Predominen els clients de 60 anys o més (54%). A menys edat es troben menys presència de persones d'aquell tram en el mercat.
- Per grups, en els mercats del grup 1 és on hi trobem la gent més jove i un major percentatge d'homes respecte als altres grups.

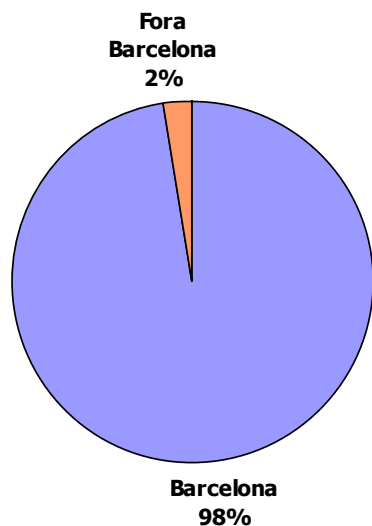


Base: total enquestats (100%)

%

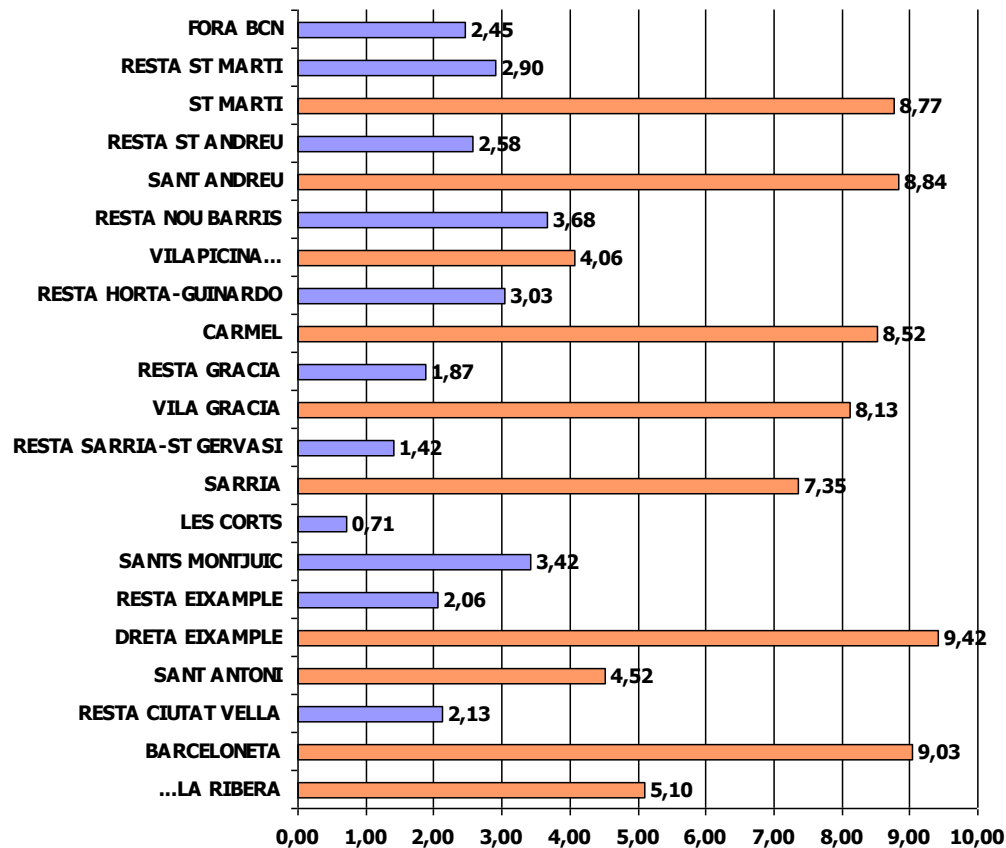
Dades sociodemogràfiques

PROCEDÈNCIA DEL CLIENT



Pràcticament la totalitat dels clients dels mercats estudiats són residents a Barcelona

BARRI DE RESIDÈNCIA DEL CLIENT





Dades sociodemogràfiques

%

• Origen del client en funció del Mercat

%horizontals	LLOC DE RESIDENCIA																						
	Total	...LA RIBERA	BARCELONETA	RESTA CIUTAT VELLA	SANT ANTONI	DRETA EIXAMPLE	RESTA EIXAMPLE	SANTS MONTJUIC	LES CORTS	SARRIA	RESTA SARRIA-ST GERVAI	VILA GRACIA	RESTA GRACIA	CARMEL	RESTA HORTA-GUINARDO	VILAPICI NA...	RESTA NOU BARRIS	SANT ANDREU	RESTA ST ANDREU	ST MARTI	RESTA ST MARTI	FORA BCN	
Total	100,0%	5,1%	9,0%	2,1%	4,5%	9,4%	2,1%	3,4%	0,7%	7,4%	1,4%	8,1%	1,9%	8,5%	3,0%	4,1%	3,7%	8,8%	2,6%	8,8%	2,9%	2,5%	
Abaceria	100,0%					2,0%	0,7%					80,9%	11,8%		1,3%			0,7%					2,6%
Concepcio	100,0%					84,8%	3,3%			0,7%			3,1%	0,7%	1,3%		1,3%				3,3%	4,6%	
El carmel	100,0%													82,4%	12,6%		1,3%					0,6%	
Sant Andreu	100,0%										0,6%				0,6%		1,3%	85,1%	11,7%			0,6%	
Mercè	100,0%							0,7%			0,7%		0,7%		9,3%	41,7%	32,5%	0,7%	10,6%	0,7%	1,3%	1,3%	
Provençals	100,0%			0,6%								0,6%						1,2%	2,9%	78,2%	15,3%	1,2%	
Sant Antoni	100,0%			7,0%	44,3%	1,3%	8,9%	31,6%			0,6%		0,6%		1,9%							3,8%	
Santa Caterina	100,0%	51,3%	1,3%	13,0%		7,8%	7,1%	0,6%	1,3%		0,6%	0,6%	1,3%		2,6%		1,3%	1,3%	0,6%	1,3%	5,2%	2,6%	
La Barceloneta	100,0%		91,4%	0,7%		0,7%		0,7%				0,7%	0,7%		0,7%						2,6%	2,0%	
Sarria	100,0%						0,7%		6,0%	75,3%	12,0%		0,7%									5,3%	

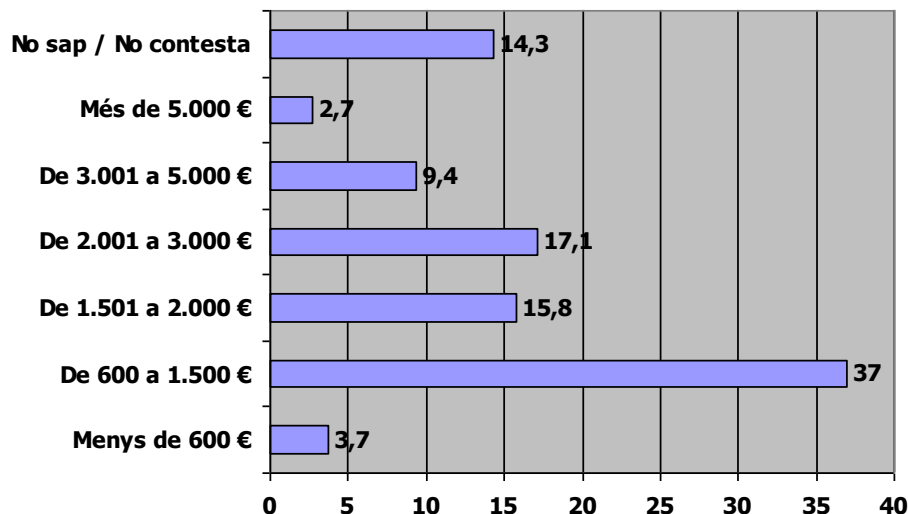
El quadre mostra la capacitat d'atracció de compradors de fora del barri d'ubicació de cadascun dels mercats analitzats. En ressaltat s'indica el percentatge de compradors del propi barri.

- El mercat que més atracció fa a altres barris diferents del barri on està ubicat és La Mercè, on menys de la meitat de compradors són del propi barri (42%) i té un àrea d'influència ampla en la resta de Nou Barris, a més a més dels districtes de Sant Andreu i de Horta-Guinardó. Sens dubte això ho afavoreix la seva ubicació, en el vèrtex entre 3 districtes. En la mateixa línia actua el Mercat de Sant Antoni, que a més a més d'atraure compradors del barri de Sant Antoni, n'atrau de Ciutat Vella, l'Eixample i, sobretot, Sants Montjuïc.
- En una segona línia pel que fa a l'atracció estaria el Mercat de Santa Caterina, on la meitat dels compradors són del Barri de La Ribera (51%) i la resta es divideixen per molts dels barris i districtes de la ciutat. És el mercat on la procedència de compradors és més diversa pel que fa al districte.
- En el mercat de Sarrià i en el de La Concepció, és on hi ha més compradors de fora de Barcelona. Un 5,3% en el primer cas i un 4,6% en el segon.
- En la resta de mercats, en més d'un 80% la procedència és del propi barri i la resta de compradors són del propi districte on pertany el barri.



Dades sociodemogràfiques

INGRESSOS NETS MENSUALS DEL CLIENT



- La major part dels clients, un 37%, tenen uns ingressos nets mensuals en el tram entre 600 i 1.500 €.
- I un 60% es troba per damunt dels 1.500 € mensuals.
- Per mercats, destaca el de Sarrià on més del 50% dels compradors estan per sobre dels 2.000€ d'ingressos mensuals a la llar.
- El mercat amb compradors amb ingressos més baixos és la Barceloneta, seguit del Carmel.

% Verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Menys de 600 €	3,7	0	7,3	3,9	4,6	5,1	5	6,6	0	1,9	2,9
De 600 a 1.500 €	37	15,9	34,4	35,1	58,3	41,8	52,2	36,8	12,7	35,1	45,3
De 1.501 a 2.000 €	15,8	15,2	12,6	13,6	15,2	15,8	17	12,5	11,3	19,5	24,1
De 2.001 a 3.000 €	17,1	25,8	21,9	22,7	11,9	15,2	10,1	18,4	14,7	18,8	12,4
De 3.001 a 5.000 €	9,4	21,2	6	5,8	2,6	12,7	5,7	7,2	17,3	14,3	2,4
Més de 5.000 €	2,7	2,6	1,3	0,6	1,3	0,6	0	1,3	20	0	0
No sap / No contesta	14,3	19,2	16,6	18,2	6	8,9	10,1	17,1	24	10,4	12,9



Dades sociodemogràfiques

DESPESA MENSUAL EN ALIMENTACIÓ

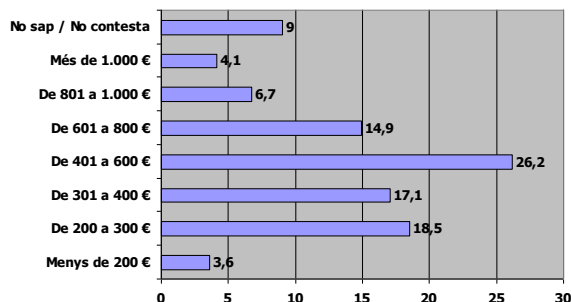
- Els clients que fan una despesa més gran en alimentació són els de Sarrià i La Concepció. Els que la fan més baixa són els del mercat de l'Abaceria i el Carmel.
- Hi ha una tendència clara, lògica, a major ingressos, major despesa en alimentació.
- Per edats, són els que es troben entre 45 i 59 anys els que fan una major despesa en alimentació, seguits dels més grans de 60 anys.

Aproximadament, quina és la despesa mensual de la seva llar en compres d'alimentació?

Base: total enquestats (100%)

%

La mitjana de despesa en alimentació està al voltant dels 544 € mensuals (s'ha de tenir en compte que els enquestats responien la despesa efectuada a la llar).



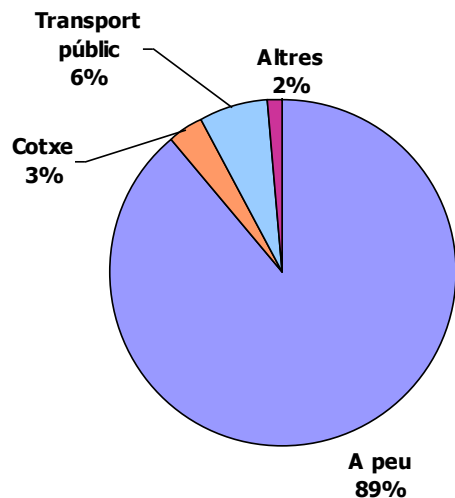
	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Mitjana	544,53	632,71	517,27	499,51	507,66	542,02	490,35	480,56	726,24	545,51	526,17

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Menys de 200 €	3,6	9,1	3,1	1,9	4,3	34,5	4,9	0,8	0,4	0	0	2,3
De 200 a 300 €	18,5	38,6	18,9	9,9	21,5	46,6	31,2	9	9,1	7,5	2,4	10
De 301 a 400 €	17,1	25	20,8	16,2	15,9	15,5	19,5	17,1	20,8	12,3	14,3	10,4
De 401 a 600 €	26,2	13,6	33,6	28,8	23,3	1,7	26,5	32,7	30,2	22,6	21,4	23,1
De 601 a 800 €	14,9	2,3	13,9	18,2	14,3	0	9,1	20	20,4	25,3	16,7	14,5
De 801 a 1.000 €	6,7	2,3	5	10,9	5,4	0	1,7	11	9,4	13,7	11,9	7,7
Més de 1.000 €	4,1	0	1,2	4,1	2,2	0	0,2	2,9	4,5	6,2	4,8	3,2
No sap / No contesta	9	9,1	3,5	5,8	12,2	1,7	6,8	6,1	4,2	5,5	4,8	28,5
Mitjana	544,53	350,25	501,68	650,43	513,55	245,75	421,59	603,49	610,72	734,12	983,25	590,07



2.3. Accés al mercat

• Transport utilitzat per anar al mercat:



Quin mitjà de transport ha utilitzat per a desplaçar-se fins a aquest mercat?

Base: total enquestats (100%)

%

El 89% dels clients enquestats accedeixen al seu mercat a peu.

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
A peu	88,8	84,1	88,4	85,5	90,8
Cotxe	3,4	6,8	4,6	3,9	2,6
Taxi	0,2	0	0	0,7	0
Transport públic	6,3	9,1	5	7,3	6,1
Altres	1,3	0	1,9	2,7	0,5

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí
A peu	88,8	89,6	85	80,4	91,9
Cotxe	3,4	2,9	3,5	7,6	2,9
Taxi	0,2	0,2	0	0,6	0
Transport públic	6,3	6,4	8	8,9	4,2
Altres	1,3	0,9	3,5	2,5	1

	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
A peu	88,8	92,1	82,8	87	91,4	79,1	91,8	94,7	80,7	94,2	93,5
Cotxe	3,4	3,3	0,7	3,2	2,6	3,8	1,3	0,7	13,3	0	5,3
Transport públic	6,3	4	15,2	5,8	4,6	15,8	6,3	2	3,3	5,8	0,6
Altres	1,5	0,7	0,7	3,9	0,7	0,6	0,6	2,6	2,7	0	0,6

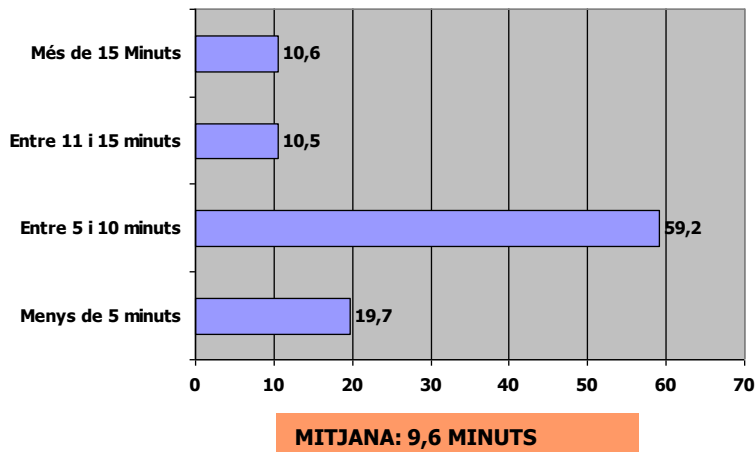


Accés al mercat

Aproximadament, quan de temps ha trigat a desplaçar-se des del lloc on ha sortit?

Base: total enquestats (100%)

• Temps de recorregut fins al mercat



%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí
Menys de 5 minuts	19,7	19,8	25,7	19,6	17,2
Entre 5 i 10 minuts	59,2	58,4	54,9	51,9	66,9
Entre 11 i 15 minuts	10,5	10,7	9,7	13,9	8,4
Més de 15 Minuts	10,6	11,1	9,7	14,6	7,5

Verticals	Total	MITJÀ DE TRANSPORT			
		A peu	Cotxe	Transport públic	Altres
Menys de 5 minuts	19,7	21,5	7,5	1	20
Entre 5 i 10 minuts	59,2	62,1	47,2	26,7	55
Entre 11 i 15 minuts	10,5	9,7	17	18,8	10
Més de 15 Minuts	10,6	6,8	28,3	53,5	15

	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Menys de 5 minuts	19,7	36,4	8,6	12,3	27,8	5,1	18,9	25,7	32,7	18,2	12,9
Entre 5 i 10 minuts	59,2	52,3	59,6	56,5	58,3	59,5	64,8	57,2	54	59,7	68,2
Entre 11 i 15 minuts	10,5	7,3	15,9	16,9	5,3	12	10,1	11,2	7,3	9,7	9,4
Més de 15 Minuts	10,6	4	15,9	14,3	8,6	23,4	6,3	5,9	6	12,3	9,4
Mitjana	9,6	6,8	11,6	10,73	8,26	13,39	8,87	9,27	7,37	10,64	8,94

- La majoria dels clients triguen entre 5 i 10' minuts a anar al mercat des del seu lloc d'origen. La mitja es situa en 9,6 minuts.
- Els que triguen menys a arribar al mercat són els que van a peu. Els que van en transport públic són els que triguen més a arribar-hi.
- Per Mercats els que estan més a prop del seu mercat són els que compren a la Concepció, Sarrià i La Barceloneta. Els que triguen més a arribar són els de Sant Antoni i La Mercè.

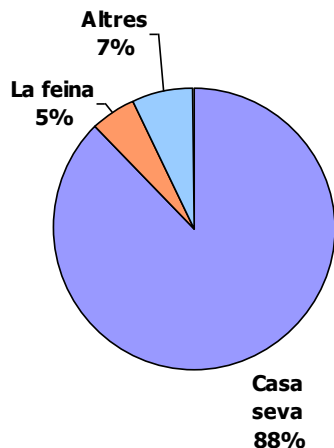


Accés al mercat

D'on ha sortit per tal d'accedir al mercat?

Base: total enquestats (100%)

• Lloc de sortida



%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí
Casa seva	87,8	87,5	69,9	83,5	97,4
La feina	5,2	4,7	14,2	11,4	0,3
Altres	7	7,7	15,9	5,1	2,3

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
Casa seva	87,8	75	81,5	82,8	92,9
La feina	5,2	13,6	9,3	10,2	1,1
Altres	7	11,4	9,3	7	6

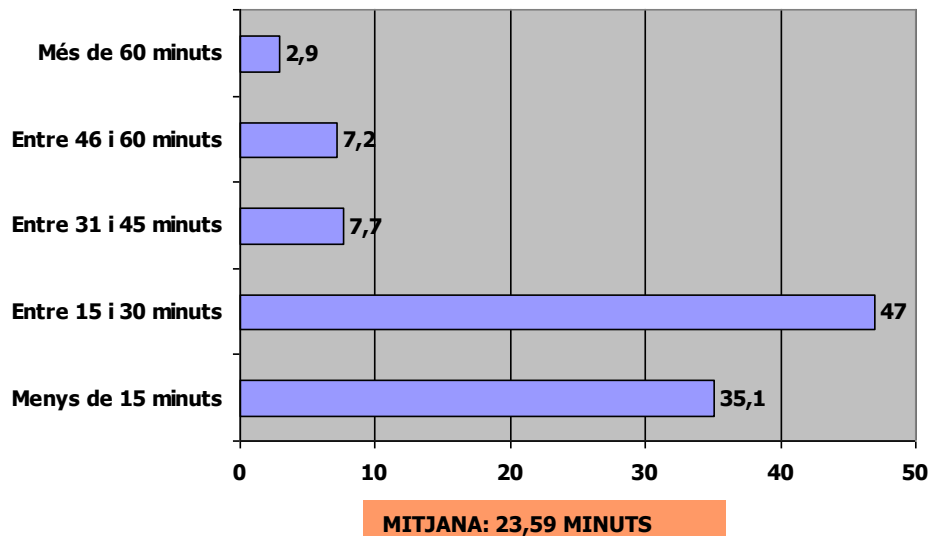
% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Casa seva	87,8	86,8	82,1	88,3	90,7	81,6	91,8	97,4	81,3	81,8	95,3
La feina	5,2	11,9	5,3	7,8	1,3	7	3,8	2	10,7	0	2,9
Altres	7	1,3	12,6	3,9	7,9	11,4	4,4	0,7	8	18,2	1,8

- La majoria dels clients que compren en els mercats analitzats provenien de casa seva (89%), els casos més destacats són en el mercat de l'Abaceria (97%) i Provençals (95%).
- Els més joves són els que majoritàriament provenen de la feina (18 a 29 anys).
- El moment de compra en el qual més es prové de la feina és la tarda entre setmana i el divendres tarda.



Accés al mercat

• Temps de compra dins el mercat



Aproximadament, quan de temps ha trigat a fer la compra?

Base: total enquestats (100%)

%

De mitjana el temps d'estada dins el mercat és de 23,59 minuts.

- Quasi la meitat dels clients hi estan entre 15 i 30 minuts (47%).
- La resta de clients majoritàriament hi estan menys de 15 minuts (el 35%).

Verticals	Total	TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT			
		Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts
Menys de 15 minuts	35,1	54,3	31,2	32,5	32,1
Entre 15 i 30 minuts	47	34,8	49	46	52,1
Entre 31 i 45 minuts	7,7	2,2	8,3	10,4	6,7
Entre 46 i 60 minuts	7,2	6,5	8,3	6,1	6,1
Més de 60 minuts	2,9	2,2	3,3	4,9	3

- Com més temps es triga en arribar al mercat, més estona es passa a dins comprant.



Accés al mercat

• Temps de compra dins el mercat

Aproximadament, quan de temps ha trigat a fer la compra?

Base: total enquestats (100%)

%

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
Menys de 15 minuts	35,1	47,7	38,6	35,4	33,2
Entre 15 i 30 minuts	47	40,9	47,9	43,3	48,9
Entre 31 i 45 minuts	7,7	4,5	8,5	8	7,6
Entre 46 i 60 minuts	7,2	6,8	3,1	9	7,7
Més de 60 minuts	2,9	0	1,9	4,4	2,6

% Horitzontals	Total	TEMPS D'ESTADA AL MERCAT				
		Menys de 15 minuts	Entre 15 i 30 minuts	Entre 31 i 45 minuts	Entre 46 i 60 minuts	Més de 60 Minuts
Grup 1	100	39,3	44,3	6,4	7,5	2,6
Grup 2	100	30,1	49,5	8,9	8,9	2,6
Grup 3	100	37,6	46,4	7,6	4,8	3,6

- Com més jove és el comprador, menys temps passa a dins el mercat. Els que hi passen més estona són el tram d'edat entre 45 i 59 anys.
- Per mercats, els de l'Abaceria, la Barceloneta i Sant Andreu, són els que passen menys estona dins el mercat. Els que en passen més són els compradors de Sant Antoni i el Carmel.
- Els compradors dels mercats que pertanyen al grup 3 són els que passen menys temps a dins. Els del grup 2 són els que dediquen més temps a dins el mercat.

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Menys de 15 minuts	35,1	39,7	33,1	44,8	39,7	24,1	22	41,4	35,3	41,6	30,6
Entre 15 i 30 minuts	47	41,7	49	42,2	46,4	53,2	55,3	46,7	42,7	44,8	47,6
Entre 31 i 45 minuts	7,7	7,3	9,3	2,6	6	8,9	7,5	4,6	13,3	8,4	9,4
Entre 46 i 60 minuts	7,2	9,9	6,6	5,8	7,3	11,4	8,8	5,3	8	2,6	6,5
Més de 60 minuts	2,9	1,3	2	4,5	0,7	2,5	6,3	2	0,7	2,6	5,9



Accés al mercat

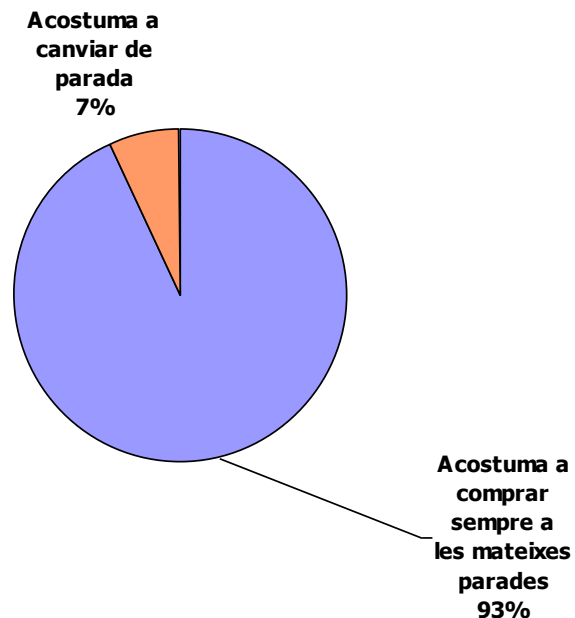
En general, quan vostè compra al mercat, acostuma a fer-ho sempre a les mateixes parades, o acostuma a canviar de parada?

Base: total enquestats (100%)

- **Fidelitat a les parades dins el mercat**

%

El 93% dels clients acostuma a comprar sempre a les mateixes parades dins el Mercat.



- Els compradors més fidels a les parades són els del mercat de Sarrià (el 98% dels compradors diu que compra sempre a les mateixes parades).
- Els que compren a Sant Antoni, són els més infidels (un 14,6% dels compradors acostuma a canviar de parada).

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Acostuma a comprar sempre a les mateixes parades	92,9	94	89,4	89	91,4	85,4	95,6	94,7	98,7	94,8	95,9
Acostuma a canviar de parada	7	6	10,6	11	8,6	14,6	4,4	5,3	0,7	5,2	4,1



Accés al mercat

En general, quan vostè compra al mercat, acostuma a fer-ho sempre a les mateixes parades, o acostuma a canviar de parada?

Base: total enquestats (100%)

• Fidelitat a les parades dins el mercat

%

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati
Acostuma a comprar sempre a les mateixes parades	92,9	93,1	91,2	93	92,9
Acostuma a canviar de parada	7	6,8	8,8	7	7,1

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
Acostuma a comprar sempre a les mateixes parades	92,9	88,6	89,2	92,7	94,4
Acostuma a canviar de parada	7	11,4	10,4	7,3	5,6

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Acostuma a comprar sempre a les mateixes parades	92,9	90,8	92,7	95,2
Acostuma a canviar de parada	7	9,2	7,1	4,8

- No hi ha diferències massa significatives moment de compra en el mercat.
- Per edats, els més joves són els menys fidels. A mesura que incrementa l'edat, també incrementa el percentatge dels que compren sempre a les mateixes parades.
- Per grup de mercat, els més fidels són els del grup 3. Els que canvien més de parada són els que compren en mercats del grup 1.



2.4. Hàbits de compra

Quota de mercat dels diferents formats

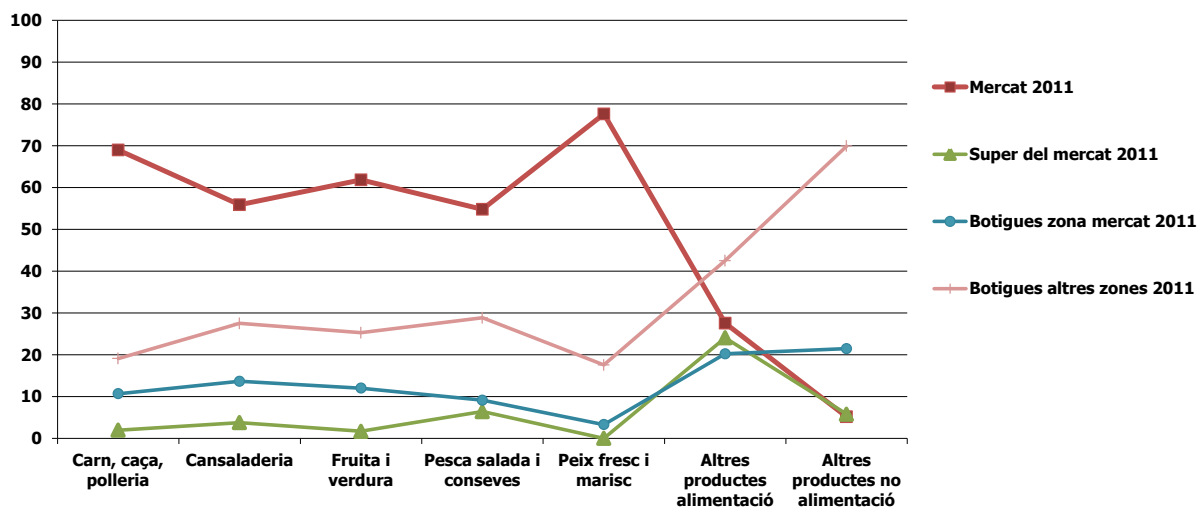
Del que vostè es gasta al mes en cadascun dels sectors, quin percentatge de despesa fa en cadascun dels formats?

Base: total enquestats (100%)

Els compradors al Mercat, el producte que més compren en aquest format és el Peix fresc i marisc (quota del 77,6%) i la carn (quota del 69%).

%

Compra a (mitjanes):	SECTORS COMERCIALS						
	Carn, caça, polleria	Cansaladeria	Fruita i verdura	Pesca salada i conseqves	Peix fresc i marisc	Altres productes alimentació	Altres productes no alimentació
Mercat	69,01	55,9	61,83	54,81	77,61	27,54	5,18
Super del mercat	1,96	3,78	1,7	6,42	0,02	24,07	5,8
Botigues zona mercat	10,69	13,65	12,01	9,13	3,29	20,23	21,48
Botigues altres zones	19,12	27,51	25,29	28,86	17,56	42,52	69,92





Quota de mercat de cada producte

A continuació es realitzarà un anàlisi de les quotes de mercat en funció de cada producte en els diferents formats comercials:

- Mercat municipal
- Supermercat dins del Mercat
- Establiments al voltant del Mercat
- Altres establiments (fora de la influència del mercat).

S'ha de tenir en compte que aquestes quotes estan realitzades sobre la base de l'Univers 'Compradors del Mercat', o sigui clients d'aquest format, i per tant no representen quotes de mercat generals a nivell, per exemple, de residents de Barcelona.

NOTA → Metodològicament, els resultats que es plasmen en els quadres que apareixen a continuació **són mitjanes de les respostes obtingues a la pregunta realitzada per cada sector**: en quin percentatge compra cada (N-productes) en cadascun dels 4 formats indicats. Tenint en compte la segmentació de la pregunta en diferents variables, les respostes no donades i les respostes en altres formats, la suma tot i que s'aproxima a 100, no és exacte en tots els quadres.



Quota de mercat de cada producte

• Carn:

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
Mercat	69,01	62,26	61,07	68,25	72,23
Supermercat	1,96	2,25	4,68	1,25	1,39
Botigues de l'entorn del mercat	10,69	14,76	12,19	10,88	9,92
Botigues fora de l'entorn	19,12	21,9	23,99	20,1	16,96

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí
Mercat	69,01	69,73	63,1	68,59	69,17
Supermercat	1,96	2,08	1,51	1,79	1,86
Botigues de l'entorn del mercat	10,69	10,46	7,74	11,08	12,37
Botigues fora de l'entorn	19,12	18,56	26,68	19,68	17,76

%verticals	Total	GRUP		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mercat	69,01	73,08	69,9	63,31
Supermercat	1,96	1,19	2,74	
Botigues de l'entorn del mercat	10,69	4,49	13,24	13,45
Botigues fora de l'entorn	19,12	20,67	15,29	22,38

- La carn és dels productes que més es compra en el format Mercat. És el segon producte que més s'hi compra.
- Hi ha una certa tendència a més edat, més es compra aquest producte en el mercat. Els que més compren la carn a altres botigues fora de l'entorn són els de 30 a 44 anys.
- El grup que més compradors de carn ho fan en el mercat és el grup 1. Els que la compren més en el supermercat del mercat són els del grup 2.
- El Mercat en el qual el producte carn te major quota és a Santa Caterina, seguit de Provençals i la Concepció. On en te menys pes és a Sant Andreu i a l'Abaceria. En canvi, la zona al voltant de l'Abaceria, es la que te més pes pel que fa a la quota de mercat de carn.
- Els compradors que més marxen fora del mercat i de la seva zona d'influència són els de La Mercè i Sant Andreu.

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Mercat	69,01	76,59	64,47	80,23	66,18	73,12	75,83	57,34	64,52	53,82	77,26
Supermercat	1,96	0		2,37	5,46				0		
Botigues de l'entorn del mercat	10,69	7,35	6,23	0	16,87	3,2	17,45	20,76	14,05	21,1	0
Botigues fora de l'entorn	19,12	16,06	29,3	16,75	11,49	23,68	6,09	19,28	21,43	25,08	22,74



Quota de mercat de cada producte

• Cansaladeria, embotit, formatge:

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
Mercat	55,9	50	43,93	57,11	59,35
Supermercat	3,78	8	4,07	3,33	3,65
Botigues de l'entorn	13,65	12,38	16,26	11,62	13,9
Botigues fora de l'entorn	27,51	29,05	36,15	29,4	23,78

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí
Mercat	55,9	55,72	55,58	60,55	54,19
Supermercat	3,78	4,12	5,09	0	3,89
Botigues de l'entorn	13,65	14,05	10,62	9,44	15,69
Botigues fora de l'entorn	27,51	27,11	28,76	29,36	27,32

%verticals	Total	GRUP		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mercat	55,9	59,75	54,54	53,89
Supermercat	3,78	2,7	4,8	
Botigues de l'entorn	13,65	5,89	22,37	10,21
Botigues fora de l'entorn	27,51	30,09	20,46	33,80

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Mercat	55,9	65,1	52,69	61,43	53,4	50,9	53,68	59,31	59,85	30,34	70,38
Supermercat	3,78	0,66		4,81	7,6				2,03		
Botigues de l'entorn	13,65	9,64	6,59	1,56	29,34	10,98	29,53	8,72	17,88	22,96	0
Botigues fora de l'entorn	27,51	22,62	38,07	29,61	9,67	37,37	16,79	26,71	20,24	46,7	28,44

- Tot i que la compra en el format Mercat és la més important en la cansaladeria, els establiments al voltant del mercat guanyen pes en relació als altres productes (excepte altres productes d'alimentació i la no alimentació).
- L'increment d'edat, incrementa la compra de cansaladeria en el Mercat, excepte en els de 30 a 44 anys que són els que més marxen a zones fora de la influència del mercat.
- Els del grup 1 són els que més compren la Cansaladeria en el Mercat. Els del grup 2, amb diferència, són els que més compren als establiments del voltant.
- El mercat de Provençals i el de Sants són els que tenen una quota més alta en Cansaladeria. El que la té més baixa, amb diferència, és Sant Andreu. Els compradors d'aquest últim mercat són els que compren aquest producte més lluny de la influència del mercat.



Quota de mercat de cada producte

%

• Fruita i verdura:

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
Mercat	61,83	78,36	62,47	59,96	61,7
Supermercat	1,7	3,5	3,06	1,9	1
Botigues de l'entorn	12,01	7,17	11,65	11,8	12,47
Botigues fora de l'entorn	25,29	12,81	24,59	27,45	25,08

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati
Mercat	61,83	61,72	62,23	58,95	63,49
Supermercat	1,7	1,78	1,32	0,89	1,99
Botigues de l'entorn	12,01	12,2	9,51	9,81	13,49
Botigues fora de l'entorn	25,29	25,05	27,64	30,92	22,27

%verticals	Total	GRUP		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mercat	61,83	64,7	62,64	58,04
Supermercat	1,7	1,62	1,77	
Botigues de l'entorn	12,01	6,17	20,91	6,5
Botigues fora de l'entorn	25,29	28,03	15,53	34,82

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Mercat	61,83	79,17	56,12	58,94	45,3	62,59	75,74	80,33	66,29	38,51	55,82
Supermercat	1,7	0		3,21	3,54				0		
Botigues de l'entorn	12,01	5,93	5,96	6,62	42,95	9,32	16,29	7,3	13,92	12,89	0
Botigues fora de l'entorn	25,29	14,9	37,92	31,22	8,21	28,08	7,97	12,37	19,79	48,6	42,41

- De mitjana, la fruita i la verdura es compra en un 62% al mercat.
- Per edats, la tendència clara que s'observava en la carn i la cansaladeria, de a més edat més compra, en la fruita i la verdura no s'observa. Fins i tot es nota una lleu disminució en la compra en el mercat del segment d'edat més gran. Aquest compra en major proporció en els establiments del voltant.
- No hi ha diferències massa significatives per moment de compra, però la quota és una mica superior en els que compren el dissabte al matí.
- En el grup 1, és on el Mercat té més pes en la compra de la fruita i la verdura. En el grup 3 és on menys i on més pes tenen les fugues.
- L'Abaceria, al contrari que en altres sectors, en fruita i verdura és el mercat més important. També ho són La Concepció i el Carmel. El Mercat de Sant Andreu és altra vegada on la quota és més baixa.



Quota de mercat de cada producte

%

• Peix salat i conserves:

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
Mercat	54,81	31,43	38,99	52,18	62,27
Supermercat	6,42	8,5	7,59	6,82	5,66
Botigues de l'entorn	9,13	12,38	11,93	8	8,64
Botigues fora de l'entorn	28,86	37,86	38,93	33,54	22,93

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati
Mercat	54,81	56,04	49,34	46,74	57,12
Supermercat	6,42	7,54	1,32	7,95	4,25
Botigues de l'entorn	9,13	9,05	6,5	8,81	10,52
Botigues fora de l'entorn	28,86	27,19	32,92	39	27,43

%verticals	Total	GRUP		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mercat	54,81	54,17	53,47	57,07
Supermercat	6,42	3,3	9,5	
Botigues de l'entorn	9,13	4,81	16,36	4,4
Botigues fora de l'entorn	28,86	33,07	20,95	34,68

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Mercat	54,81	51,95	60,99	49,68	62,35	59,29	58,68	44,74	33,88	72,6	54,06
Supermercat	6,42	4,17		2,6	7,02				12		
Botigues de l'entorn	9,13	11,95	1,92	0,65	16,09	10,94	23,02	6,05	14,4	7,14	0
Botigues fora de l'entorn	28,86	24,04	33,11	41,88	12,55	27,52	15,16	41,97	29,72	18,31	43

- Només una mica més de la meitat de la compra de pesca salada es fa en el Mercat (55%) .
- Per edats hi torna a haver la tendència que en incrementar l'edat s'incrementa la compra en el format Mercat. (la més clara de tots els sectors de producte).
- Els que compren el dissabte al matí i els matins entre setmana són els que tenen una quota més alta en la compra al Mercat.
- Per grups no hi ha diferències significatives. El Grup 3, es on més es compra al mercat aquest producte.
- La quota més alta en el format mercat és en el mercat de Sant de Sant Andreu, seguit de la Barceloneta. El que te una quota més baixa en la compra de pesca salada i conserves és Sarrià i Santa Caterina. La força més gran de les botigues de l'entorn pel que fa a aquest producte és a El Carmel.



Quota de mercat de cada producte

• Peix fresc i marisc:

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
Mercat	77,61	70,71	68,27	79,04	80,18
Supermercat	0,02	0	0	0	0,03
Botigues de l'entorn	3,29	5,95	6,56	2,72	2,4
Botigues fora de l'entorn	17,56	18,57	22,45	17,26	16,13

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí
Mercat	77,61	78,31	73,54	75,84	77,8
Supermercat	0,02	0,03	0	0	0
Botigues de l'entorn	3,29	3,48	2,12	1,94	3,8
Botigues fora de l'entorn	17,56	16,63	22,58	20,94	16,9

%verticals	Total	GRUP		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mercat	77,61	81,25	80,84	70,08
Supermercat	0,02	0,03	0,00	
Botigues de l'entorn	3,29	1,60	4,50	3,38
Botigues fora de l'entorn	17,56	16,46	12,63	24,74

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Mercat	77,61	79,83	84,54	79,42	84,84	84,89	82,08	72,76	71,93	79,12	59,5
Supermercat	0,02	0		0,06	0				0		
Botigues de l'entorn	3,29	3,91	0,66	0,26	2,62	2,14	7,26	3,75	5,57	6,75	0
Botigues fora de l'entorn	17,56	16,26	14,14	18,96	9,89	12,97	7,52	21,18	20,51	14,12	37,56

- El Peix fresc és el producte que més es compra en el format Mercat Municipal. Un 77,6% dels compradors li compra.
- Per edats la tendència a incrementar la compra en el Mercat amb l'edat també es produeix, excepte, altra cop, entre els de 30 a 44 anys, que trenquen la tendència.
- No hi ha diferències significatives en el pes del mercat en la compra del peix en funció del dia de compra.
- En el Grup 1 és on més es compra el peix en el format Mercat. En el Grup 3 la compra del peix en el mercat està 10 punts per sota dels altres dos casos.
- Sant Antoni, La Barceloneta i la Mercè, seguit del Carmel, són els mercats que tenen quotes més altes en la compra del peix. El que té la quota més baixa és provençals.
- El pes més fort dels establiments al voltant del mercat es produeix a El Carmel, seguit de Sant Andreu i Sarrià.



Quota de mercat de cada producte

%

• Altres productes d'alimentació (llegum, queviures, precuinats, pa, pastisseria, congelats, herboritzaria...)

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
Mercat	27,54	19,79	21,78	26,7	30,16
Supermercat	24,09	23,55	22,31	21,24	26,3
Botigues de l'entorn	20,23	31,62	18,16	21,53	19,65
Botigues fora de l'entorn	42,52	37,38	50,69	42,98	40

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati
Mercat	27,54	28,02	22,94	25,84	28,62
Supermercat	24,09	26,03	24,7	16,48	21
Botigues de l'entorn	20,23	19,55	21,21	20,05	22,14
Botigues fora de l'entorn	42,52	41,78	44,26	48,15	41,33

%verticals	Total	GRUP		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mercat	27,54	27,5	22,52	33,82
Supermercat	24,09	18,76	29,49	
Botigues de l'entorn	20,23	13,54	34,33	9,07
Botigues fora de l'entorn	42,52	46,4	27,99	56,89

%verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Mercat	27,54	20,53	25,65	36,15	41,49	25,14	16,31	55	7,71	16,68	30,41
Supermercat	24,09	22,21		15,39	28,25				30,75		
Botigues de l'entorn	20,23	26,17	7,03	7,56	20,6	31,29	56,67	8,91	27,16	18,33	0,82
Botigues fora de l'entorn	42,52	31,1	67,32	40,9	9,66	42,82	27,01	36,09	34,35	64,99	68,18

- En la compra d'altres productes d'alimentació, la compra en botigues fora de l'influència del mercat és el format que te més força. Li segueix el mercat.
- Per edats continua la tendència a incrementar la compra en el Mercat com més gran és el client. En la resta de formats hi ha poques diferències.
- El dissabte al matí i el matí entre setmana, tenen una quota més alta en el format mercat. El pes més fort de les botigues de l'entorn es dona el dissabte.
- En els mercats del grup 3 és on més es compra aquest tipus de producte en el format mercat. El súper de dins el mercat també és significatiu en el grup 2 (29,5% de quota).
- A Sarrià només es compra el 7,7% dels productes dins el mercat. A Sant Andreu i El Carmel estan al voltant del 16%. La quota més alta es a La Barceloneta i Santa Caterina. A l'entorn del Carmel, és amb diferència on més es compren altres productes d'alimentació de tots els entorns dels mercats analitzats.



Quota de mercat de cada producte

%

• Productes de NO alimentació (roba, parament de la llar, flors...)

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
Mercat	5,18	1,02	3,81	5,51	5,66
Supermercat	5,8	8,65	3,85	5,57	6,41
Botigues de l'entorn	21,48	14,32	15,88	18,4	25,12
Botigues fora de l'entorn	69,92	80,73	78,36	73,09	65,16

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí
Mercat	5,18	5,19	3,41	7,11	4,8
Supermercat	5,8	5,7	1,15	7,95	7,22
Botigues de l'entorn	21,48	23,29	16,52	18,06	19,33
Botigues fora de l'entorn	69,92	68,23	76,88	72,01	71,63

%verticals	Total	GRUP		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mercat	5,18	1,05	8,52	4,07
Supermercat	5,8	2,05	8,84	
Botigues de l'entorn	21,48	12,09	36,49	10,97
Botigues fora de l'entorn	69,92	82,84	50,00	83,39

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Mercat	5,18	1,32	0,66	1,17	2,46	28,99	1,74	0,92	0,27	0	12,59
Supermercat	5,8	1,32		2,78	13,11				6,03		
Botigues de l'entorn	21,48	9,87	21,74	4,82	30,04	17,96	58,23	11,74	39,49	20,97	1,24
Botigues fora de l'entorn	69,92	86,16	72,3	89,94	54,45	53,05	39,41	84,7	53,55	79,03	86,18

- Els productes de NO alimentació no es compren en el Mercat. Com és lògic, ja que aquest format no hi està especialitzat, la No alimentació té quotes molt baixes en el mercat.
- La quota dels establiments al voltant del mercat és d'un 21,5% de mitja.
- En els mercats del grup 2 és on més es compra la No alimentació en el format Mercat i del Supermercat de dins el mercat. També és on tenen més pes els establiments del voltant.
- A Sant Antoni (mercat dels encants), com és lògic per la seva especialització, és on es compra més aquest producte en el mercat.
- Els establiments del voltant del mercat tenen més força a El Carmel, Sarrià i la Barceloneta.



Frequència de compra al mercat (anàlisi general, totals)

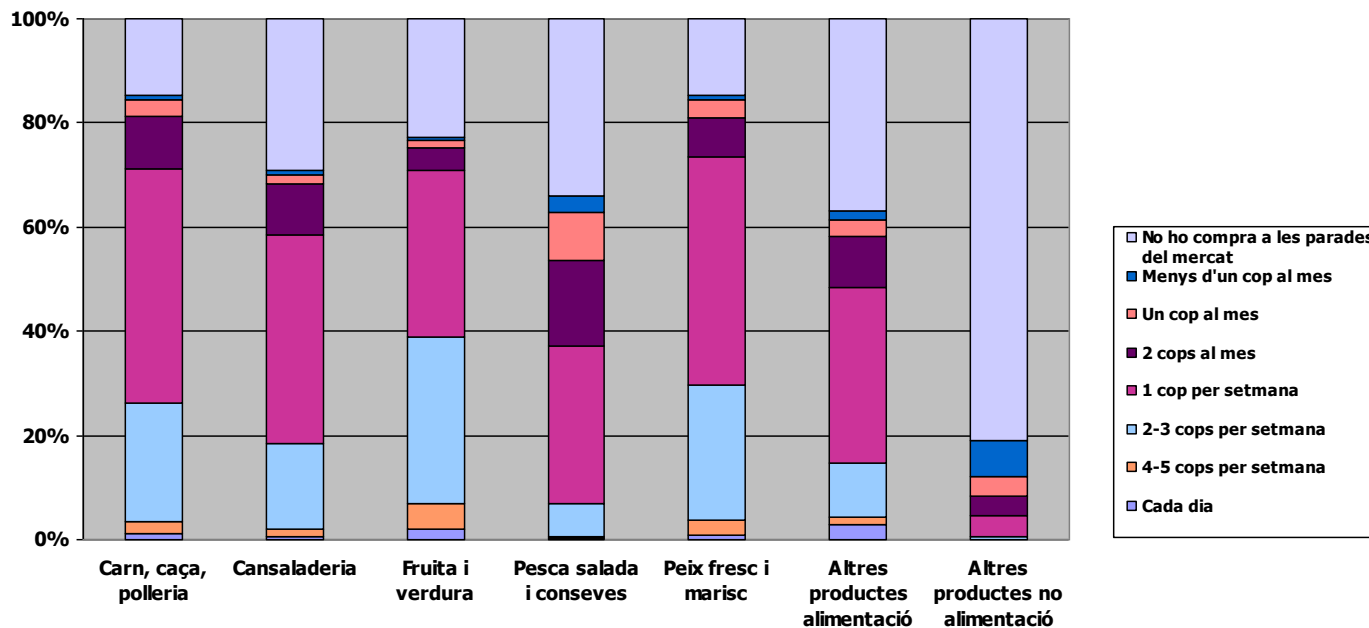
Amb quina freqüència compra cada producte al mercat

Base: total enquestats (100%)

%

%verticals	SECTORS COMERCIALS						
	Carn, caça, polleria	Cansaladeria	Fruita i verdura	Pesca salada i conseqves	Peix fresc i marisc	Altres productes alimentació	Altres productes no alimentació
Cada dia	1,2	0,6	2,1	0,2	0,9	2,9	
4-5 cops per setmana	2,4	1,3	4,7	0,4	2,8	1,4	0,1
2-3 cops per setmana	22,5	16,6	32,1	6,2	26	10,4	0,5
1 cop per setmana	45,1	39,9	31,9	30,5	43,8	33,8	3,9
2 cops al mes	10	9,9	4,4	16,5	7,6	9,7	3,8
Un cop al mes	3,1	1,8	1,5	9	3,4	3,2	3,8
Menys d'un cop al mes	1,1	0,7	0,5	3,3	0,9	1,9	7
No ho compra a les parades del mercat	14,6	29,2	22,7	34	14,6	36,8	81

En la majoria de productes, excepte en la fruita i verdura, que la freqüència és més alta, es compra 1 vegada a la setmana al mercat.





Freqüència de compra al mercat (anàlisi general, totals)

Amb quina freqüència compra cada producte al mercat

- El producte que es compra amb més freqüència al mercat és la fruita i la verdura: un 32% dels compradors o fan 2-3 vegades a la setmana o més. Li segueix el peix fresc i marisc i després la carn.
- El 81% dels productes de No Alimentació no es compren en les parades del mercat. Per als que si que hi compren, les freqüències són molt baixes, el 7% menys d'una vegada al mes.
- Altres productes d'alimentació (en un 36,8%) i Pesca salada i conserves (amb un 34%), son els productes d'alimentació que menys es compren en el mercat, i quan s'hi compren, aquesta compra te una freqüència baixa.

En les pàgines següents, s'analitza la freqüència de compra per cadascun dels sectors, tenint en compte diferents segmentacions de clients.



Freqüència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)

Base: total enquestats (100%)

%

• Carn (vedella, xai, porc, aviram), caça...

% verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Freqüència alta	26,2%	25,7%	28,7%	23,5%
1 vegada setmana	45,1%	48,0%	44,0%	43,7%
Freqüència baixa	14,2%	14,3%	13,5%	14,9%
No compra al mercat	14,6%	12,1%	13,8%	17,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Freqüència alta	26,2%	20,4%	35,8%	23,9%	14,9%	16,6%	34,1%	29,3%	24,7%	36,4%	25,3%
1 vegada setmana	45,1%	37,5%	43,7%	55,3%	40,3%	47,7%	52,4%	45,9%	52,6%	37,7%	36,7%
Freqüència baixa	14,2%	11,2%	13,2%	13,8%	22,7%	19,2%	11,2%	12,0%	10,4%	9,9%	18,0%
No compra al mercat	14,6%	30,9%	7,3%	6,9%	22,1%	16,6%	2,4%	12,8%	12,3%	15,9%	20,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- El 45% dels compradors de carn ho fan una vegada a la setmana. Un 26,2% compra amb una freqüència més alta.
- Els mercats del grup 3 són els que tenen una compra més baixa de la carn, i també són els que menys compren en aquest format. La freqüència de compra més alta es dona en el grup 2, on el 29% compra més d'una vegada a la setmana .
- A l'Abaceria és on menys es compra aquest producte al mercat. La freqüència més baixa de compra es dona a Sant Andreu. La més alta de compra a la Barceloneta, la Concepció i Provençals.



Freqüència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)

Base: total enquestats (100%)

%

• Carn (vedella, xai, porc, aviram), caça...

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Freqüència alta	26,2%	19,0%	19,5%	25,1%	29,1%	25,0%	28,0%	29,1%	21,4%	22,9%	16,7%	28,1%
1 vegada setmana	45,1%	40,5%	47,9%	45,8%	44,1%	51,8%	45,1%	43,5%	47,3%	43,8%	59,5%	40,6%
Freqüència baixa	14,2%	28,6%	16,3%	12,6%	13,5%	14,3%	13,4%	14,3%	15,3%	19,4%	14,3%	11,1%
No compra al mercat	14,6%	11,9%	16,3%	16,5%	13,2%	8,9%	13,4%	13,1%	16,0%	13,9%	9,5%	20,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA				TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí	Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts
Freqüència alta	26,2%	31,6%	18,6%	17,4%	16,3%	30,0%	27,1%	23,3%	16,1%
1 vegada setmana	45,1%	40,6%	41,6%	54,2%	56,0%	40,3%	46,9%	45,3%	43,9%
Freqüència baixa	14,2%	13,7%	18,6%	14,2%	14,0%	14,5%	13,4%	13,8%	18,1%
No compra al mercat	14,6%	14,1%	21,2%	14,2%	13,7%	15,2%	12,6%	17,6%	21,9%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Per edats, a mesura que s'incrementa l'edat, s'incrementa la freqüència de la compra de carn. Els de 30 a 44 anys, són els que hi van més una vegada a la setmana.
- Els que tenen ingressos més baixos, són els que hi compren amb una freqüència més alta (excepte els de menys de 600€ al mes). Els d'ingressos més alts hi van majoritàriament una vegada a la setmana.
- La freqüència de compra de la carn és inversament proporcional al temps de desplaçament al mercat. Tot i que en la compra més general d'una vegada a la setmana, no hi ha diferències massa significatives.
- Els que compren el Divendres tarda i el dissabte al matí, són els que més compren una vegada a la setmana i amb freqüència menor. Els que compren al 'matí entre setmana' són els que tenen una freqüència més alta en la compra de carn.



Freqüència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)

Base: total enquestats (100%)

%

• Cansaladeria, embotit, formatge:

% verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Freqüència alta	18,5%	17,8%	19,1%	18,5%
1 vegada setmana	39,9%	41,4%	40,1%	38,2%
Freqüència baixa	12,3%	13,4%	15,3%	7,6%
No compra al mercat	29,2%	27,4%	25,5%	35,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Freqüència alta	18,5%	18,4%	20,5%	19,5%	8,4%	10,6%	27,6%	13,5%	22,1%	17,9%	24,7%
1 vegada setmana	39,9%	40,1%	43,7%	44,0%	24,7%	43,0%	48,8%	39,1%	37,7%	37,1%	40,0%
Freqüència baixa	12,3%	7,2%	15,2%	14,5%	5,8%	13,9%	9,4%	17,3%	11,0%	13,2%	16,7%
No compra al mercat	29,2%	34,2%	20,5%	22,0%	61,0%	32,5%	14,1%	30,1%	29,2%	31,8%	18,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- El 40% de la compra de Cansaladeria es fa una vegada la setmana. Un 18,5% es fa amb més freqüència.
- Els que compren en els mercats del grup 2, són els que compren amb una freqüència més alta, igual que passava amb la compra de carn. Un 35,7% dels del grup 3 no compra la cansaladeria en el mercat.
- El Mercat de Provençals és on es compra amb més freqüència la cansaladeria, seguit de la Concepció i el Carmel.
- El 61% dels compradors de Sant Andreu, no compren la cansaladeria al mercat.



Frequència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)

• Cansaladeria, embotit, formatge:

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Frequència alta	18,5%	11,9%	12,8%	18,5%	20,6%	16,1%	19,9%	23,2%	13,4%	15,3%	14,3%	19,4%
1 vegada setmana	39,9%	38,1%	39,7%	44,3%	37,9%	35,7%	37,2%	40,9%	43,9%	43,1%	66,7%	35,0%
Frequència baixa	12,3%	16,7%	12,5%	11,3%	12,6%	8,9%	13,9%	12,2%	11,5%	7,6%	9,5%	13,8%
No compra al mercat	29,2%	33,3%	35,0%	25,9%	28,9%	39,3%	28,9%	23,6%	31,3%	34,0%	9,5%	31,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA				TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati	Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts
Frequència alta	18,5%	22,4%	17,7%	12,9%	9,3%	21,1%	19,3%	18,2%	9,0%
1 vegada setmana	39,9%	35,7%	46,0%	50,3%	45,7%	38,3%	41,7%	38,4%	34,2%
Frequència baixa	12,3%	11,2%	15,0%	14,8%	13,7%	13,5%	11,1%	11,3%	18,1%
No compra al mercat	29,2%	30,7%	21,2%	21,9%	31,3%	27,1%	27,9%	32,1%	38,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Per edats continua la tendència general a incrementar la freqüència de compra a més edat del client.
- Per ingressos, els percentatges són lleument diferents als de la carn: els ingressos més baixos són els que compren en menor freqüència o no compren al Mercat.
- Els compradors que procedeixen de més lluny són els que menys compren al mercat la Cansaladeria i ho fan amb una freqüència més baixa.
- La tarda entre setmana i el divendres a la tarda, sobretot, son els moments de compra que generen una freqüència de compra més elevada.



Frequència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)

• **Fruita i verdura:**

% verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Frequència alta	39,0%	44,7%	36,9%	35,9%
1 vegada setmana	31,9%	30,9%	34,2%	30,0%
Frequència baixa	6,4%	5,5%	8,3%	5,0%
No compra al mercat	22,7%	18,9%	20,6%	29,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Frequència alta	39,0%	52,6%	52,3%	39,0%	22,7%	31,8%	32,9%	36,1%	50,0%	33,1%	39,3%
1 vegada setmana	31,9%	30,3%	33,8%	44,7%	22,7%	35,8%	36,5%	34,6%	23,4%	23,8%	33,3%
Frequència baixa	6,4%	5,3%	6,6%	8,2%	5,8%	6,0%	4,1%	9,0%	3,9%	4,6%	11,3%
No compra al mercat	22,7%	11,8%	7,3%	8,2%	48,7%	26,5%	26,5%	20,3%	22,7%	38,4%	16,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- La compra de la fruita es fa amb més freqüència que no pas la carn o la cansaladeria, ja que un 39% la compren amb una freqüència alta, de més d'una vegada a la setmana.
- Tornen a ser els compradors dels mercats del grup 1 els que tenen una freqüència de compra més elevada, i els del grup 3 els que la tenen més baixa, però les diferències no són massa notòries.
- Els del Mercat de la Concepció, i l'Abaceria són els mercats on els compradors tenen una freqüència més alta d'adquisició de la fruita i la verdura.
- Els que compren menys al mercat la fruita i la verdura, són els de Sant Andreu, seguits de La Barceloneta. Són també els que compren amb una freqüència més baixa aquest producte.



Frequència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)

• Fruita i verdura:

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Frequència alta	39,0%	40,5%	33,5%	35,7%	42,2%	37,5%	38,3%	40,9%	38,2%	34,0%	38,1%	43,3%
1 vegada setmana	31,9%	35,7%	37,4%	33,7%	29,1%	39,3%	30,5%	30,8%	35,5%	39,6%	35,7%	24,9%
Frequència baixa	6,4%	14,3%	7,4%	7,1%	5,4%	3,6%	5,5%	6,8%	6,9%	5,6%	11,9%	8,3%
No compra al mercat	22,7%	9,5%	21,8%	23,4%	23,3%	19,6%	25,7%	21,5%	19,5%	20,8%	14,3%	23,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA				TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí	Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts
Frequència alta	39,0%	45,7%	39,8%	20,0%	27,0%	48,8%	38,3%	39,0%	23,2%
1 vegada setmana	31,9%	25,6%	31,0%	43,2%	46,7%	25,4%	34,6%	30,2%	31,0%
Frequència baixa	6,4%	6,2%	8,8%	8,4%	5,3%	7,6%	5,8%	6,9%	7,1%
No compra al mercat	22,7%	22,6%	20,4%	28,4%	21,0%	18,2%	21,3%	23,9%	38,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Per edats, en fruita i verdura, no és tant clara la tendència d'incrementar la freqüència de compra a mesura que s'incrementa l'edat. Les edats més joves i les més grans, són les que compren amb una freqüència més alta.
- Per nivell d'ingressos no hi ha diferències significatives.
- La freqüència alta de compra de fruita i verdura és quasi el doble entre els que compren entre setmana en relació als que ho fan divendres tarda. Els que compren dissabte al matí, i en menor mesura divendres a la tarda, compren majoritàriament un dia a la setmana.
- Hi ha una tendència clara en la relació entre la distància al mercat i la no compra de fruita i verdura en aquest. Els que han trigat més a arribar al mercat, són els que menys hi compren fruita i verdura.



Frequència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)

• Peix salat i conserves:

%verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Frequència alta	6,8%	7,7%	4,9%	8,2%
1 vegada setmana	30,5%	32,5%	26,1%	34,0%
Frequència baixa	28,8%	24,3%	35,4%	24,8%
No compra al mercat	34,0%	35,5%	33,6%	33,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

%verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Frequència alta	6,8%	17,1%	9,9%	6,3%	1,9%	3,3%	5,9%	5,3%	9,7%	3,3%	4,7%
1 vegada setmana	30,5%	27,6%	34,4%	25,8%	27,9%	25,2%	45,3%	36,1%	37,7%	32,5%	11,3%
Frequència baixa	28,8%	4,6%	23,2%	41,5%	48,1%	41,1%	21,8%	27,1%	9,1%	32,5%	39,3%
No compra al mercat	34,0%	50,7%	32,5%	26,4%	22,1%	30,5%	27,1%	31,6%	43,5%	31,8%	44,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- La compra de Peix salat i conserves es compra amb una freqüència baixa en el Mercat. Un 30% ho fa una vegada a la setmana i un 29% amb menys freqüència. Només el 6,8% hi compra més vegades.
- Els compradors del grup 1 i 3 de mercats tenen un comportament similar en l'adquisició del Peix salat i conserves. Els que compren amb una freqüència més baixa són els dels grup 2.
- En aquest cas es en el mercat de l'Abaceria on amb més freqüència es compra al mercat però alhora, també és el mercat on menys es compra aquest producte. La meitat dels compradors no hi compren el Peix salat i conserves. Els mercats on més es compra aquest producte són Sant Andreu i El Carmel. Després de l'Abaceria, els mercats on es compra amb més freqüència la Pesca salada són Santa Caterina i la Concepció. El mercat que es compra més 1 vegada a la setmana és a Provençals



Frequència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)



● Peix salat i conserves:

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Frequència alta	6,8%	9,5%	2,7%	5,7%	8,4%	8,9%	7,1%	6,8%	4,2%	6,9%	0,0%	9,7%
1 vegada setmana	30,5%	19,0%	30,7%	31,0%	30,7%	19,6%	30,9%	34,2%	32,8%	37,5%	11,9%	24,4%
Frequència baixa	28,8%	9,5%	19,1%	27,8%	33,3%	25,0%	30,2%	30,0%	29,4%	22,9%	40,5%	25,8%
No compra al mercat	34,0%	61,9%	47,5%	35,5%	27,6%	46,4%	31,9%	29,1%	33,6%	32,6%	47,6%	40,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA				TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati	Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts
Frequència alta	6,8%	8,0%	6,2%	3,9%	4,3%	7,6%	7,5%	5,0%	2,6%
1 vegada setmana	30,5%	29,3%	29,2%	26,5%	37,0%	26,4%	33,1%	29,6%	23,9%
Frequència baixa	28,8%	30,2%	20,4%	29,0%	27,3%	27,4%	29,4%	30,2%	26,5%
No compra al mercat	34,0%	32,5%	44,2%	40,6%	31,3%	38,6%	30,0%	35,2%	47,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- A mesura que s'incrementa l'edat, més es compra aquest producte en mercat, seguint una tendència força clara. Mentre que els més joves el compren en un 38% en el mercat, els més grans el compren en un 73% en aquest format.
- Com en els altres sectors analitzats, les freqüències de compra més altes es produeixen en la compra entre setmana. Tot i això, en aquest cas no hi ha tantes diferències entre el moment de compra i la compra una vegada a la setmana del producte, ja que exceptuant el dissabte el matí –que es compra en un 37% una vegada a la setmana-, els altres moments de compra estan entre el 26 i 29%.
- No s'observen diferències massa clares entre el temps que es triga a arribar al mercat i la freqüència de compra del Peix salat i conserves.



Frequència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)

• Peix fresc, marisc:

%verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Frequència alta	29,7%	29,4%	32,5%	26,5%
1 vegada setmana	43,8%	47,6%	43,0%	41,2%
Frequència baixa	11,9%	11,2%	14,2%	9,9%
No compra al mercat	14,6%	11,8%	10,3%	22,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

%verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Frequència alta	29,7%	23,0%	36,4%	20,1%	28,6%	25,8%	27,6%	37,6%	26,0%	47,0%	26,7%
1 vegada setmana	43,8%	45,4%	43,7%	52,2%	43,5%	50,3%	35,3%	45,1%	48,7%	36,4%	38,0%
Frequència baixa	11,9%	9,2%	8,6%	15,7%	13,6%	13,2%	7,1%	12,8%	11,7%	7,9%	20,0%
No compra al mercat	14,6%	22,4%	11,3%	11,9%	14,3%	10,6%	30,0%	4,5%	13,6%	8,6%	15,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Un 44% del compradors compra el Peix fresc i marisc una vegada a la setmana i quasi un 30% amb una freqüència major.
- Els mercats que formen el grup 2 són, en aquest cas, els que tenen una freqüència de compra més alta en el mercat, 32% sobre el 26% de compra amb freqüència alta del grup 3. Els que més compren una vegada a la setmana són els del grup 1, el 45% ho fa amb aquesta freqüència.
- El peix és el producte analitzat que més es compra en el mercat. Els que menys li compren són els compradors dels mercats del grup 3, que un 22,5% no compren el Peix en aquest format.
- El mercat que més es compra el Peix és a La Barceloneta, seguit de Sant Antoni, La Concepció i El Carmel. També són els mercats en els quals es compra aquest producte amb més freqüència. Exeptuant El Carmel on un 50% dels compradors li compren una vegada a la setmana.



Frequència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)



● Peix fresc, marisc:

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Frequència alta	29,7%	16,7%	14,8%	27,8%	36,0%	33,9%	33,5%	32,1%	18,7%	27,1%	19,0%	33,2%
1 vegada setmana	43,8%	31,0%	48,2%	47,8%	41,1%	39,3%	41,8%	38,0%	55,0%	48,6%	47,6%	39,2%
Frequència baixa	11,9%	26,2%	14,0%	13,3%	9,9%	8,9%	11,1%	12,7%	11,1%	13,2%	23,8%	12,0%
No compra al mercat	14,6%	26,2%	23,0%	11,1%	13,0%	17,9%	13,6%	17,3%	15,3%	11,1%	9,5%	15,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA				TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí	Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts
Frequència alta	29,7%	36,1%	19,5%	14,2%	21,3%	31,7%	30,6%	27,7%	22,6%
1 vegada setmana	43,8%	38,9%	48,7%	52,3%	53,3%	34,3%	46,6%	44,0%	45,8%
Frequència baixa	11,9%	10,4%	15,9%	18,7%	11,7%	15,2%	9,9%	15,7%	13,5%
No compra al mercat	14,6%	14,6%	15,9%	14,8%	13,7%	18,8%	12,9%	12,6%	18,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Per edats, en la compra del peix, es nota una certa tendència a incrementar la freqüència de compra a mesura que s'incrementa l'edat, excepte en els més joves, que són els que compren menys el peix en el mercat i els que ho fan amb una freqüència més baixa.
- Els d'ingressos més baixos són els que compren amb més freqüència alta, més d'un dia a la setmana. Els d'ingressos més elevats, són els que compren majoritàriament una vegada a la setmana. Hi ha una certa tendència a mesura que incrementen els ingressos a comprar més en el format mercat.
- La freqüència més alta en la compra del peix es produeix el matí entre setmana. Els que més compren una vegada a la setmana són els que compren el dissabte al matí, seguits del divendres a la tarda.



Frequència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)

• Altres productes d'alimentació:

%verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Frequència alta	14,6%	20,2%	10,1%	14,9%
1 vegada setmana	33,8%	32,9%	30,9%	38,2%
Frequència baixa	14,8%	10,3%	19,1%	13,9%
No compra al mercat	36,8%	36,6%	40,0%	33,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

%verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Frequència alta	14,6%	17,8%	31,1%	10,7%	6,5%	20,5%	20,0%	4,5%	9,1%	15,9%	8,7%
1 vegada setmana	33,8%	43,4%	27,8%	29,6%	22,7%	29,1%	47,6%	33,1%	41,6%	39,7%	21,3%
Frequència baixa	14,8%	7,2%	2,0%	23,3%	23,4%	16,6%	11,2%	15,8%	12,3%	19,9%	16,7%
No compra al mercat	36,8%	31,6%	39,1%	36,5%	47,4%	33,8%	21,2%	46,6%	37,0%	24,5%	53,3%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Un 33% compren 'altres productes d'alimentació' un cop per setmana al mercat. Un 36%, però, diu que no compra aquestos producte en aquest format.
- Els compradors dels mercats del grup 2 són els que menys compren Altres productes d'alimentació en aquest format i els que ho fan amb una freqüència més baixa. Els del grup 1 són els que compren amb més freqüència aquest producte en el mercat.
- La Concepció, la Mercè i Provençals, són els mercats en els quals es compra amb una freqüència més alta. En canvi Sant Antoni i Sant Andreu, són els mercats que amb menys freqüència s'hi compren aquest grup de productes.
- Sarrià és el mercat on menys es compren Altres productes d'alimentació en el format mercat.



Frequència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)



• Altres productes d'alimentació:

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Frequència alta	14,6%	14,3%	8,2%	14,5%	16,7%	7,1%	15,9%	19,0%	10,3%	15,3%	11,9%	13,8%
1 vegada setmana	33,8%	19,0%	30,7%	37,7%	33,5%	44,6%	32,8%	36,3%	37,4%	27,8%	31,0%	30,9%
Frequència baixa	14,8%	16,7%	13,2%	13,1%	16,1%	12,5%	17,3%	12,2%	16,4%	14,6%	16,7%	9,7%
No compra al mercat	36,8%	50,0%	47,9%	34,7%	33,7%	35,7%	34,0%	32,5%	35,9%	42,4%	40,5%	45,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA				TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati	Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts
Frequència alta	14,6%	18,6%	8,0%	6,5%	8,7%	20,8%	14,3%	10,7%	8,4%
1 vegada setmana	33,8%	30,4%	36,3%	40,6%	40,0%	26,4%	36,7%	39,6%	25,2%
Frequència baixa	14,8%	14,8%	14,2%	13,5%	15,7%	13,2%	14,9%	15,7%	16,8%
No compra al mercat	36,8%	36,2%	41,6%	39,4%	35,7%	39,6%	34,1%	34,0%	49,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Com en els productes anteriors analitzats, excepte amb els més joves, es segueix comprant amb més freqüència a mesura que incrementa l'edat, però no son diferències massa notòries.
- Els compradors amb ingressos més alts, són els que menys compren en el mercat aquests productes. En les freqüències de compra no hi ha tendències clares.
- El matí entre setmana és, amb diferència, el moment de compra que genera una tendència més alta a la compra en el mercat dels Altres productes d'alimentació.



Frequència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)

• Productes no alimentaris:

%verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Frequència alta	0,5%	0,0%	0,5%	1,1%
1 vegada setmana	3,9%	1,1%	1,0%	10,5%
Frequència baixa	14,6%	5,3%	23,1%	12,4%
No compra al mercat	81,0%	93,6%	75,4%	76,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

%verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Abaceria	Concepció	El Carmel	Sant Andreu	Mercè	Provençals	Sant Antoni	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Frequència alta	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%
1 vegada setmana	3,9%	0,0%	1,3%	1,3%	0,0%	0,0%	29,4%	2,5%	1,9%	0,0%	0,0%
Frequència baixa	14,6%	3,3%	15,2%	14,5%	0,0%	0,7%	31,8%	67,7%	0,0%	5,3%	3,3%
No compra al mercat	81,0%	96,7%	83,4%	84,3%	100,0%	99,3%	35,9%	27,8%	98,1%	94,7%	96,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- La freqüència de compra de productes no alimentaris en el Mercat és molt baixa. Com és lògic per l'especialització en fresc dels mercats, el 81% no compra productes de no alimentació en aquest format. Quasi un 15% ho fa en una freqüència baixa.
- Pel que fa als grups de mercats, són els del grup 3 els que tenen una freqüència més alta de compra.
- Sant Antoni i Provençals, són els mercats en que més es compra No alimentació en el mercat. El mercat en que es compra amb una freqüència més alta és provençals.



Frequència de compra al mercat (anàlisi de cada sector)



• Productes no alimentaris:

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Frequència alta	0,5%	2,3%	0,0%	0,0%	0,8%	1,7%	0,3%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1 vegada setmana	3,9%	0,0%	3,1%	4,1%	4,3%	1,7%	4,4%	4,9%	3,8%	1,4%	0,0%	5,0%
Frequència baixa	14,6%	4,5%	10,8%	14,0%	16,5%	15,5%	16,2%	15,9%	12,5%	13,7%	0,0%	14,5%
No compra al mercat	81,0%	93,2%	86,1%	81,8%	78,3%	81,0%	79,1%	77,1%	83,8%	84,9%	100,0%	80,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA				TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati	Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts
Frequència alta	0,5%	0,6%	0,0%	0,6%	0,3%	0,7%	0,7%	0,0%	0,0%
1 vegada setmana	3,9%	4,4%	0,0%	5,1%	3,2%	2,3%	4,9%	3,1%	2,4%
Frequència baixa	14,6%	14,6%	5,3%	15,2%	17,5%	9,2%	14,8%	15,3%	22,4%
No compra al mercat	81,0%	80,3%	94,7%	79,1%	78,9%	87,9%	79,6%	81,6%	75,2%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

- Per edats, no hi ha diferències significatives pel que fa a la freqüència, en canvi si que n'hi ha pel que respecta a la compra d'aquest producte en el mercat: a mesura que s'incrementa l'edat, i amb una tendència clara, més es compra aquest producte en el format mercat.
- No s'observen percentatges diferenciats i destacables pel que fa a la segmentació per nivell d'ingressos.
- Per 'Dia de compra' els que compren al matí entre setmana son els que compren més els productes no alimentaris en el mercat i els que ho fan amb una freqüència més alta.

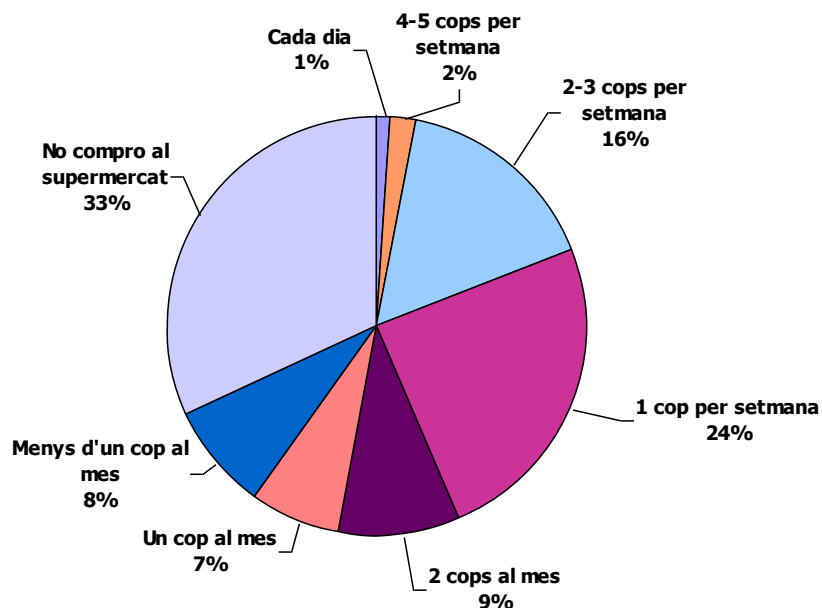


Freqüència de compra al supermercat (del Mercat)

I al supermercat que hi ha dins el Mercat, amb quina freqüència hi compra?

Base: Mercats amb supermercat

%



El 68% dels clients dels mercats analitzats compra al supermercat que hi ha dins el mercat i un 43,6% ho fa almenys una vegada a la setmana.

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA			
		Concepció	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Cada dia	1,2	0	0	2	2,7
4-5 cops per setmana	1,8	0	0	4,6	2,7
2-3 cops per setmana	16,2	4	8,4	25,8	26,7
1 cop per setmana	24,4	21,9	20,1	29,8	26
2 cops al mes	9,2	9,3	3,9	9,9	14
Un cop al mes	6,8	9,9	6,5	2,6	8
Menys d'un cop al mes	8,4	17,2	5,8	6	4,7
No compro al supermercat	32	37,7	55,2	19,2	15,3

% Verticals	Total	GRUP DE MERCATS	
		Grup 1	Grup 2
Cada dia	1,2		2,3
4-5 cops per setmana	1,8		3,7
2-3 cops per setmana	16,2	6,2	26,2
1 cop per setmana	24,4	21,0	27,9
2 cops al mes	9,2	6,6	12,0
Un cop al mes	6,8	8,2	5,3
Menys d'un cop al mes	8,4	11,5	5,3
No compro en el supermercat	32	46,6	17,3



Freqüència de compra al supermercat (del Mercat)

I al supermercat que hi ha dins el Mercat, amb quina freqüència hi compra?

Base: Mercats amb supermercat

%

- La freqüència de compra majoritària als supermercat del mercat és de 'una vegada a la setmana', ja que el 24,4% hi compren amb aquesta freqüència, li segueix '2 , 3 cops per setmana', amb un 16% de les respostes.
- El mercat de Santa Caterina és on menys es compra en el supermercat i en el de Sarrià es on més s'hi compra. La freqüència més alta de compra en el supermercat es dona en el de la Barceloneta (un 26% hi compra 2-3 vegades a la setmana).

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati
Cada dia	1,2	1,3	3,8	0	0
4-5 cops per setmana	1,8	1,8	1,9	1,8	1,8
2-3 cops per setmana	16,2	16,4	22,6	14,3	13,3
1 cop per setmana	24,4	24,7	20,8	19,6	27,4
2 cops al mes	9,2	9,9	11,3	3,6	8,8
Un cop al mes	6,8	7,8	3,8	3,6	6,2
Menys d'un cop al mes	8,4	8,6	7,5	14,3	5,3
No compro al supermercat	32	29,4	28,3	42,9	37,2

- Els que compren dissabte al matí són els que més compren una vegada a la setmana al supermercat. Els que compren la tarda entre setmana són els que compren al supermercat amb una major freqüència.

Verticals	Total	TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT			
		Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts
Cada dia	1,2	0	0,6	0	2
4-5 cops per setmana	1,8	9,5	1,8	0	0
2-3 cops per setmana	16,2	14,3	17,6	10,7	8
1 cop per setmana	24,4	28,6	24,2	17,9	22
2 cops al mes	9,2	9,5	11	8,9	2
Un cop al mes	6,8	9,5	6,6	7,1	4
Menys d'un cop al mes	8,4	23,8	5,7	1,8	12
No compro al supermercat	32	4,8	32,5	53,6	50

- Pel que fa a distància del Mercat a punt d'origen de partida, sí que s'observa que els que viuen més a prop són els que compren més en el súper.



Freqüència de compra al supermercat (del Mercat)

I al supermercat que hi ha dins el Mercat, amb quina freqüència hi compra?

Base: Mercats amb supermercat

%

%verticals	Total	EDAT			
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més
Cada dia	1,2	5	1,9	1,8	0,3
4-5 cops per setmana	1,8	0	0	0,6	3,2
2-3 cops per setmana	16,2	10	20,4	14,3	16,1
1 cop per setmana	24,4	25	24,1	23,8	24,8
2 cops al mes	9,2	10	8,3	6	11,3
Un cop al mes	6,8	20	3,7	10,1	5,2
Menys d'un cop al mes	8,4	20	9,3	10,1	6,5
No compro al supermercat	32	10	32,4	33,3	32,6

- Els més joves són els que en general més compren al super, però ho fan amb menys freqüència que altres segments d'edat. Els que compren amb una major freqüència són el segment d'edat entre 30 i 44 anys.
- Pel que fa a la segmentació per ingressos mensuals, no hi ha tendències clares. Els que amb més freqüència hi compren, lleument per damunt de la mitja, són els d'ingressos mitjos.

%verticals	Total	INGRESSOS						
		Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Cada dia	1,2	7,7	1,6	0	0,9	1,4	2,7	0
4-5 cops per setmana	1,8	7,7	2,7	1,2	1,8	0	2,7	1
2-3 cops per setmana	16,2	15,4	14,1	25	13,2	15,5	18,9	15,7
1 cop per setmana	24,4	15,4	27,6	20,2	29,8	21,1	21,6	20,6
2 cops al mes	9,2	0	9,2	11,9	7	8,5	16,2	8,8
Un cop al mes	6,8	0	4,9	9,5	7,9	9,9	2,7	6,9
Menys d'un cop al mes	8,4	15,4	5,4	6	6,1	18,3	8,1	10,8
No compro al supermercat	32	38,5	34,6	26,2	33,3	25,4	27	36,3

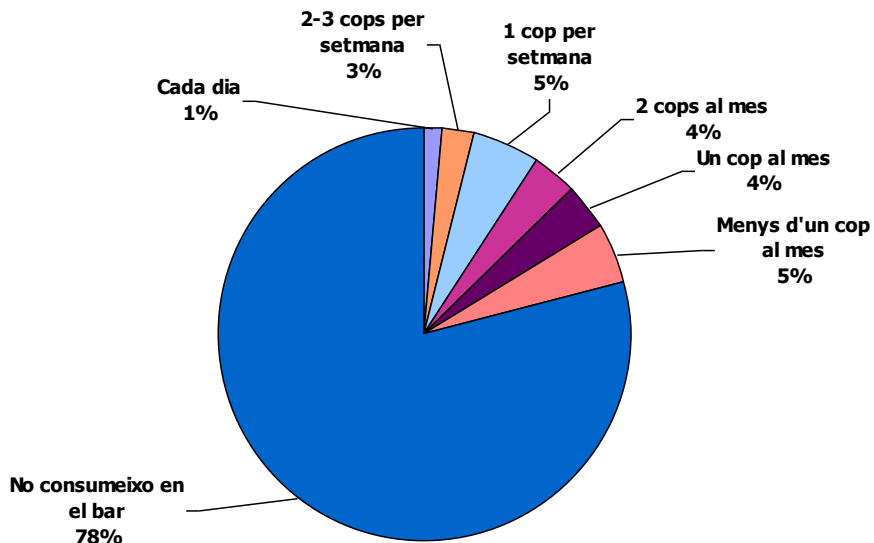


Freqüència de consum en els establiments de restauració

I en els establiments de restauració qui hi ha dins el mercat, amb quina freqüència hi consumeix?

Base: total enquestats (100%)

%



El 79% dels clients enquestats no acostuma a consumir en establiments de restauració del mercat.

- Els clients dels mercats de la Barceloneta, Sant Andreu i Santa Caterina són els que consumeixen amb més freqüència.
- Els del Carmel i Provençals són els que ho fan menys.

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Cada dia	1,3	1,3	1,3	1,9	3,3	0,8	0	0,7	1,3	2,6	0
4-5 cops per setmana	0,1	0	0	0	0,7	0	0	0	0	0	0,6
2-3 cops per setmana	2,7	0,7	1,3	8,4	4,6	1,5	2,5	1,3	2,7	0,6	2,9
1 cop per setmana	5,2	3,3	4	11,7	2	6	3,1	5,3	8,7	0,6	7,1
2 cops al mes	3,6	1,3	0,7	11	5,3	2,3	2,5	2	4,7	3,9	2,4
Un cop al mes	3,5	1,3	1,3	3,9	6,6	3,8	3,8	3,3	5,3	1,3	4,1
Menys d'un cop al mes	4,7	3,3	1,3	7,8	3,3	9	5,7	3,9	10	0,6	2,4
No consumeixo en el bar	79,0	88,7	90,1	55,2	74,2	76,7	82,4	83,6	67,3	90,3	80,6



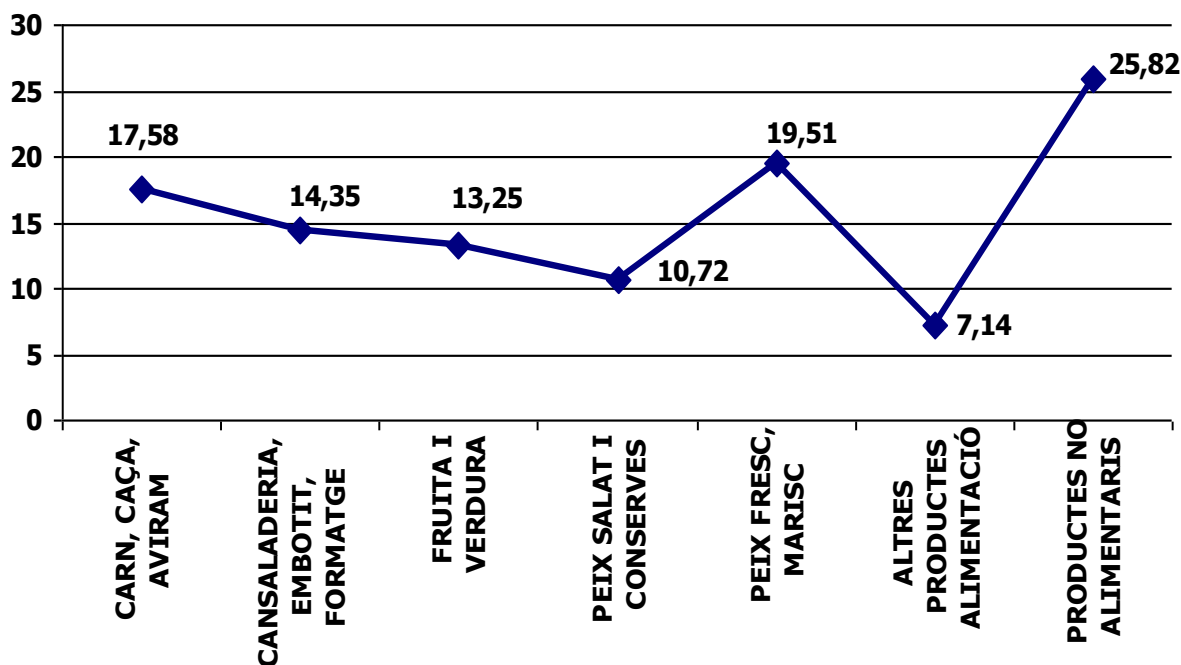
2.5. Tiquet de compra

Quina ha estat la despesa que ha fet avui en cadascun dels productes que ha comprat?

Base:: els que han comprat en cadascun dels sectors 'avui'.

La mitjana de tots els tiquets de compra dels enquestats seria de 14,69 €.

Es calcula considerant tots els sectors i tenint en compra la compra i no compra en cada sector i sense diferenciar mercats ni dies de compra. Aquesta dada es refereix al tiquet mig de cada compra, no significa la despesa mitja en el mercat del comprador.



- Els sectors amb un tiquet de compra més alt en alimentació són el peix (19,51€), 5€ per damunt de la mitja, i la carn (17,58€).
- La no alimentació té un tiquet mig de compra alt (25,82€).
- El tiquet més baix seria per als altres productes d'alimentació, amb una mitja de 7,14€.



Tiquet de compra mig dels clients al mercat

Quina ha estat la despesa que ha fet avui en cadascun dels productes que ha comprat?

Base: els que han comprat en cadascun dels sectors 'avui'.

• **En funció del mercat**

		Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
			Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
CARN, CAÇA, AVIRAM	Despesa	17,58	22,64	15,38	21,47	10,61	14,27	17,11	13,66	23	14,33	20,96
	% No ha comprat avui	55,0	51	53,6	49,4	64,9	48,1	49,1	61,2	68,7	57,1	47,1
	Casos	687	74	70	78	53	69	81	59	47	66	90
CANSALADERIA, EMBOTIT, FORMATGE	Mitjana	14,35	20,53	13,64	17,05	7,55	16,49	9,22	11,84	16,65	11,71	16,35
	% No ha comprat avui	72,1	68,9	65,6	80,5	78,1	75,9	64,2	79,6	67,3	83,8	58,8
	Casos	425	47	52	30	33	32	56	31	49	25	70
FRUITA I VERDURA	Mitjana	13,25	14,53	11,25	11,57	9,56	13,6	11,09	12,54	21,24	14,09	12,3
	% No ha comprat avui	49,7	35,8	49	59,1	69,5	40,6	31,4	30,9	48	74	57,1
	Casos	767	97	77	63	46	79	109	105	78	40	73
PEIX SALAT I CONSERVES	Mitjana	10,72	9,5	8,83	9,5	4,53	14,78	11,29	13,58	21,35	10,19	9,75
	% No ha comprat avui	87,5	85,4	80,8	97,4	86,1	82,7	90,6	96,1	91,3	79,2	85,3
	Casos	190	22	29	4	21	23	15	6	13	32	25
PEIX FRESC, MARISC	Mitjana	19,51	26,68	20,18	19,69	13,19	16,95	15,05	18,24	29,1	23,04	17,71
	% No ha comprat avui	60,7	70,9	62,9	59,1	41,7	46,6	60,4	75	61,3	55,8	70
	Casos	600	44	56	63	88	71	63	38	58	68	51
ALTRES PRODUCTES ALIMENTACIÓ	Mitjana	7,14	4,82	7,55	6,2	4,8	5,79	9,82	5,7	8,23	6,98	9,32
	% No ha comprat avui	75,1	82,1	75,5	74,7	74,8	77,4	71,1	70,4	81,3	80,5	64,7
	Casos	380	27	37	39	38	30	46	45	28	30	60
PRODUCTES NO ALIMENTARIS	Mitjana	25,82	11,5		11	1	30,84	4,75	10			9
	% No ha comprat avui	97,4	98,7	100	99,4	99,3	80,4	99,4	99,3	100	100	98,2
	Casos	40	2	0	1	1	31	1	1	0	0	3

Tiquet mig de compra més alt.

Tiquet mig de compra més baix.



Tiquet de compra mig dels clients al mercat

Quina ha estat la despesa que ha fet avui en cadascun dels productes que ha comprat?

Base:: els que han comprat en cadascun dels sectors 'avui'.

• En funció del mercat

- Sarrià i la Concepció són els mercats que tenen una mitja més alta del tiquet de compra en la majoria dels sectors, destacant la carn i el peix. Santa Caterina es troba en tots els sectors per la banda alta de mitja del tiquet de compra.
- La Barceloneta es el mercat en el qual es produeixen tiquets de compra més baixos. En funció del productes, els mercats amb tiquets més baixos que segueixen a la Barceloneta són: L'Abaceria, en Càrnics, el Carmel en Cansaladeria, Provençals en Fruita i verdura, La Mercè en peix salat i conserves, El Carmel en peix fresc i marisc i Sant Antoni i l'Abaceria en Altres productes d'alimentació.
- En pesca salada i conserves, a més a més de Sarrià, destaca Sant Antoni per tenir un tiquet de compra més elevat.
- En peix i marisc la diferència entre el mercat amb un tiquet més baix i el del tiquet més alt és de més del doble: 13,2€ a La Barceloneta, contra 29€ a Sarrià.
- En Altres productes d'alimentació, canvien les tendències i a més a més de la Barceloneta, que guanya per la banda baixa en tots els productes, és La Concepció qui té el tiquet de compra més baix. En canvi els tiquets més alts es donen en el Mercat del Carmel i de Provençals, que en la resta de productes estan en la banda baixa o mitja del tiquet mig de compra.



Tiquet de compra mig dels clients al mercat

Quina ha estat la despesa que ha fet avui en cadascun dels productes que ha comprat?

Base:: els que han comprat en cadascun dels sectors 'avui'.

- **En funció del grup al qual pertany el mercat**

Mitjanes	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Carn, caça, polleria	17,58	19,94	16,05	16,92
Cansaladeria	16,66	16,94	18,17	14,32
Fruita i verdura	13,25	12,68	14,04	12,75
Pesca salada i conseeves	10,72	9,15	12,25	10,34
Peix fresc i marisc	19,51	21,75	17,86	20,14
Altres productes alimentació	7,14	6,32	7,31	7,59
Altres productes no alimentació	25,82	11,33	29,14	9,25

- El grup 2 de Mercats te els tiquets més alts que la mitja, excepte en els sectors del Peix i marisc i de la carn, que és el grup 1 el que els té més alts.
- El grup 3 és el que te tiquets de compra més baixos, la majoria per sota o igualant la mitja.
- El grup 2 en el sector Peix fresc i marisc, és el que te el tiquet de compra més baix.



Tiquet de compra mig dels clients al mercat

Quina ha estat la despesa que ha fet avui en cadascun dels productes que ha comprat?

Base: els que han comprat en cadascun dels sectors 'avui'.

- **En funció del moment de compra en el mercat**

	%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
			Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati
CARN, CAÇA, AVIRAM	Despesa	17,58	15,79	16,49	22,16	20,19
	% No ha comprat avui	55,0	56,8	69	49	46,7
	Casos	687	413	35	79	160
CANSALADERIA, EMBOTIT, FORMATGE	Mitjana	14,35	13,01	16,18	16,29	16,05
	% No ha comprat avui	72,1	74,5	82,3	55,5	69
	Casos	425	244	20	69	92
FRUITA I VERDURA	Mitjana	13,25	11,74	12,55	16,6	16,37
	% No ha comprat avui	49,7	49,8	56,6	51,6	45,7
	Casos	767	480	49	75	163
PEIX SALAT I CONSERVES	Mitjana	10,72	10,19	12,1	15,67	9,57
	% No ha comprat avui	87,5	87	91,2	87,7	87,7
	Casos	190	124	10	19	37
PEIX FRESC, MARISC	Mitjana	19,51	17,22	20,03	21,72	24,35
	% No ha comprat avui	60,7	61,9	69,9	62,6	52,3
	Casos	600	365	34	58	143
ALTRES PRODUCTES ALIMENTACIÓ	Mitjana	7,14	6,26	6,56	9,5	9,03
	% No ha comprat avui	75,1	73,8	86,7	78,1	73,3
	Casos	380	251	15	34	80
PRODUCTES NO ALIMENTARIS	Mitjana	25,82	28,94		44,63	15,54
	% No ha comprat avui	97,4	97,7	100	97,5	95,5
	Casos	40	22	0	4	14

- Els 'divendres a la tarda' és en general el moment de compra al mercat on es produeixen els tiquets de compra més elevats, sobretot en la Carn, el Peix salat i conserves i la Fruita i la verdura (en aquest cas junt amb el dissabte al matí).
- El sector del Peix fresc té un tiquet més elevat els 'dissabtes al matí', seguit del 'divendres tarda'.
- En tots els sectors, excepte en Peix salat i conserves (que el tiquet mig més baix es el 'dissabte al matí') el tiquet de compra més baix es produeix el 'matí entre setmana'.



Tiquet de compra mig dels clients al mercat

Quina ha estat la despesa que ha fet avui en cadascun dels productes que ha comprat?

Base: els que han comprat en cadascun dels sectors 'avui'.

• En funció del mitjà de transport utilitzat i del temps d'accés fins al mercat

	Verticals	Total	TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT				MITJÀ DE TRANSPORT			
			Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts	A peu	Cotxe	Transport públic	Altres
CARN, CAÇA, AVIRAM	Despesa	17,58	13,1	18,39	17,38	18,3	16,84	28,24	18,98	29,67
	% No ha comprat avui	55,0	56,5	52,8	53,5	55,5	55,1	47,1	57,6	55
	Casos	687	20	429	74	69	612	27	39	9
CANSALADERIA, EMBOTIT, FORMATGE	Mitjana	14,35	16,01	14,51	13,05	13,65	13,88	24,71	14,36	12,06
	% No ha comprat avui	72,1	78,3	70,9	75,5	69,7	72,7	62,7	71,7	55
	Casos	425	10	263	39	47	371	19	26	9
FRUITA I VERDURA	Mitjana	13,25	11,06	14,3	11,29	10,63	12,87	23,72	9,98	15,44
	% No ha comprat avui	49,7	39,1	48,9	53,5	61,9	49,6	33,3	60,9	45
	Casos	767	28	464	74	59	686	34	36	11
PEIX SALAT I CONSERVES	Mitjana	10,72	3,88	11,28	10,22	10,55	10,3	12,91	14,15	
	% No ha comprat avui	87,5	89,1	86,7	88,7	88,4	87,7	86,3	82,6	100
	Casos	190	5	121	18	18	167	7	16	0
PEIX FRESC, MARISC	Mitjana	19,51	12,89	20,06	20,09	19,1	19	29,27	20,06	21,83
	% No ha comprat avui	60,7	71,7	59	57,9	58,1	61,2	52,9	55,4	70
	Casos	600	13	372	67	65	529	24	41	6
ALTRES PRODUCTES ALIMENTACIÓ	Mitjana	7,14	9,61	7,23	6,41	7,6	7,01	6,6	10,15	6,57
	% No ha comprat avui	75,1	82,6	75,4	67,9	76,8	75,1	70,6	79,3	65
	Casos	380	8	223	51	36	339	15	19	7
PRODUCTES NO ALIMENTARIS	Mitjana	25,82		28,51	11,08	32,08	21,97	35	32,63	
	% No ha comprat avui	97,4	100	98	96,3	92,1	98,1	96,2	88,1	100
	Casos	40	0	18	6	13	26	2	12	0

- Els tiquets de compra dels que accedeixen en cotxe a comprar al mercat, estan per damunt de la mitja essent més alts en la majoria dels sectors.
- A mesura que el mercat està més lluny del lloc de partida en origen del comprador s'incrementa el tiquet de compra, excepte en la cansaladeria i en altres productes d'alimentació. En el Peix fresc i marisc, i en menys mesura en la Carn, és on més es nota aquesta tendència a incrementar el tiquet de compra si es procedeix de més lluny (o s'ha estat més temps a arribar).



Tiquet de compra mig dels clients al mercat

Quina ha estat la despesa que ha fet avui en cadascun dels productes que ha comprat?

Base:: els que han comprat en cadascun dels sectors 'avui'.

• **En funció de variables socioeconòmiques: l'edat i el nivell d'ingressos mensuals**

	%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						NS/NC
			De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	
CARN, CAÇA, AVIRAM	Despesa	17,58	15,26	19,08	20,63	15,69	11,39	13,01	20,54	21,29	20,14	22,63	19,95
	% No ha comprat avui	55,0	50	52,9	55,2	55,7	50	57,3	48,5	56,1	52,1	54,8	57,6
	Casos	687	21	121	182	363	28	242	122	115	69	19	92
CANSALADERIA, EMBOTIT, FORMATGE	Mitjana	14,35	8,69	14,62	16,44	13,19	7,06	11,23	15,76	14,45	20,47	17,29	15,7
	% No ha comprat avui	72,1	66,7	74,7	64,8	75,1	80,4	75,3	65,4	72,5	70,1	59,5	71,9
	Casos	425	14	64	143	204	11	140	82	72	43	17	60
FRUITA I VERDURA	Mitjana	13,25	13,83	12,58	16,94	11,6	10,06	11,39	11,87	13,42	18,19	25,28	13,42
	% No ha comprat avui	49,7	23,8	47,5	51	51,1	51,8	52,4	50,6	47,3	44,4	38,1	49,8
	Casos	767	32	135	199	401	27	270	117	138	80	26	109
PEIX SALAT I CONSERVES	Mitjana	10,72	11	7,44	11,88	10,79	5,55	9,2	10,99	11,09	11,24	22	13,58
	% No ha comprat avui	87,5	95,2	90,3	84,2	87,9	92,9	88,5	84,4	87	81,3	95,2	90,3
	Casos	190	2	25	64	99	4	65	37	34	27	2	21
PEIX FRESC, MARISC	Mitjana	19,51	19,79	21,55	20,7	18,42	13,01	14,03	19,33	21,41	29,48	28,47	23,95
	% No ha comprat avui	60,7	59,5	72,8	55,4	59,5	67,9	61	60,8	61,5	59	54,8	59
	Casos	600	17	70	181	332	18	221	93	101	59	19	89
ALTRES PRODUCTES ALIMENTACIÓ	Mitjana	7,14	6,15	8,01	8,18	6,42	7,71	7,52	6,68	7,42	6,65	8,45	5,88
	% No ha comprat avui	75,1	85,7	81,3	71,9	74,1	69,6	73,4	78,5	72,9	79,9	73,8	77
	Casos	380	6	48	114	212	17	151	51	71	29	11	50
PRODUCTES NO ALIMENTARIS	Mitjana	25,82	30	15	31,38	24,04	16,5	19,61	24,77	32,71	31,6		27,29
	% No ha comprat avui	97,4	95,5	98,5	96,9	97,5	96,6	98,4	95,5	97,4	96,6	100	97,3
	Casos	40	2	4	13	21	2	9	11	7	5	0	6

- S'observa una tendència clara, en tots els sectors, que a mesura que incrementa l'edat, també incrementa el tiquet mig, excepte en els de més de 60 anys, que tornen al nivell de despesa en tiquet de compra que tenien els més joves.
- En la compra del Peix i marisc és on es nota una menor diferència del tiquet de compra per edats.
- També hi ha una tendència molt clara en la segmentació per nivell d'ingressos, que a mesura que incrementen els ingressos mensuals de la llar, també s'incrementa el tiquet de compra.
- Hi ha diferències del doble del tiquet de compra entre el tiquet dels clients que tenen més ingressos i els que en tenen menys, en el sector de la carn (de 11,39€ a 22,63 €) en el sector de la Cansaladeria (de 7€ a 17€), en el de la fruita i la verdura (de 10€ a 25€), en el Peix fresc i marisc, de 13€ a 29€)



Despesa total del client dins del Mercat

Base: els que han comprat en cadascun dels sectors 'avui'.

MITJANA: 30,27 €

De mitjana, una persona quan entra al mercat es gasta 30,27 € només en els sectors de l'alimentació. Si tenim en compte tots els sectors comercials, incloent el supermercat i la restauració, la mitja de despesa d'una persona al Mercat és de 31,62.

	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Despesa en alimentació	30,27	39,5	29,6	31,2	18,17	32,35	29,62	23,16	43,23	25,52	33,34
Despesa total (No alimentació, super i bar)	31,62	40,13	28,62	32,15	22,21	33,45	29,5	23,31	47,97	25,43	33,51

	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí
Despesa en alimentació	30,27	26,06	24,65	38,95	41,15
Despesa total (No alimentació, super i bar)	31,62	27,60	24,38	41,97	41,63

- El Mercat on es gasta més en volum total (tots els sectors de l'alimentació i en el total de despesa al Mercat), és en el mercat de Sarrià.
- El mercat on la despesa que es realitza és menor és en La Barceloneta.
- Hi ha diferències molt clares, entre el volum total de despesa entre setmana i el del divendres tarda i dissabte al matí, quasi del doble de la despesa.
- Per grups, en els mercats del grup 1 és on es fa una major despesa total, tot i que a prop hi ha els del grup 2.

	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Despesa en alimentació	30,27	32,98	30,45	27,55
Despesa total (No alimentació, super i bar)	31,62	33,63	33,21	27,64

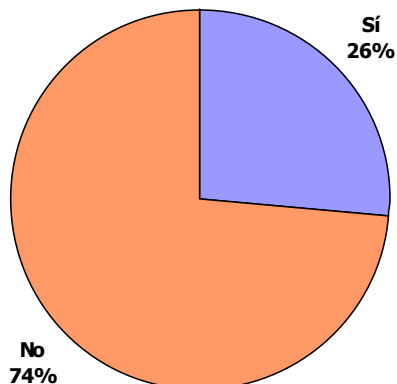


Despesa en el supermercat de dins del Mercat

Ha comprat avui en el supermercat de dins el mercat?

Base: mercats amb supermercat

%



El 26% dels clients que estaven al mercat han comprat en el supermercat de dins el mercat

Es té en compte només els mercats que tenen supermercat.

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA				GRUP DE MERCATS	
		Concepció	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià	Grup 1	Grup 2
Sí	26,4	14,6	14,9	30,5	46	14,8	38,2
No	73,6	85,4	85,1	69,5	54	85,2	61,8

- El mercat de la Barceloneta és on menys s'ha comprat al supermercat (un 69,5% no hi ha comprat)
- Per grups de Mercats, en els mercats del grup 1 s'ha comprat més en el súper.

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Sí	26,4	25	30,6	29,8	23,2	38,5	25,4	23,8	21,9	22,5	48,6	28,4
No	73,6	75	69,4	70,2	76,8	61,5	74,6	76,2	78,1	77,5	51,4	71,6

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA				TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati	Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts
Sí	26,4	25,5	37,7	26,8	23,9	38,1	27,2	8,9	20
No	73,6	74,5	62,3	73,2	76,1	61,9	72,8	91,1	80



Despesa en el supermercat de dins del Mercat

MITJANA DE DESPESA AL SUPER: 18,21 €

% verticals	Total	GRUP DE MERCATS		MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA			
		GRUP 1	GRUP 2	Concepció	Santa Caterina	La Barceloneta	Sarrià
Menys de 10 euros	38,8	33,3	40,9	27,3	39,1	45,7	37,7
Entre 10 i 20 euros	37,5	37,8	37,4	36,4	39,1	32,6	40,6
Entre 21 i 30 euros	6,9	6,7	7	9,1	4,3	13	2,9
Entre 31 i 50 euros	11,9	17,8	9,6	22,7	13	6,5	11,6
Entre 51 i 75 euros	3,1	4,4	2,6	4,5	4,3	2,2	2,9
Entre 76 i 100 euros	1,3		1,7	0	0	0	2,9
Més de 100 euros	0,6		0,9	0	0	0	1,4
Mitjana	18,2	19,35	17,76	21,56	17,24	13,88	20,36
Casos	160,0	45	115	22	23	46	69

Ha comprat avui en el supermercat de dins el mercat?

Base: Mercats amb supermercat

%

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí
Menys de 10 euros	38,8	41,8	45	33,3	25,9
Entre 10 i 20 euros	37,5	39,8	40	26,7	33,3
Entre 21 i 30 euros	6,9	5,1	0	6,7	18,5
Entre 31 i 50 euros	11,9	8,2	10	26,7	18,5
Entre 51 i 75 euros	3,1	3,1	5	0	3,7
Entre 76 i 100 euros	1,3	2	0	0	0
Més de 100 euros	0,6	0	0	6,7	0
Mitjana	18,21	16,5	14,84	29,05	20,91
Casos	160	98	20	15	27

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Menys de 10 euros	38,8	20	27,3	44	41,7	40	51,1	30	44	25	44,4	24,1
Entre 10 i 20 euros	37,5	60	45,5	30	37,5	40	40,4	30	28	50	22,2	48,3
Entre 21 i 30 euros	6,9	0	12,1	8	4,2	20	2,1	20	8	6,3	0	6,9
Entre 31 i 50 euros	11,9	0	12,1	10	13,9	0	6,4	20	8	18,8	11,1	17,2
Entre 51 i 75 euros	3,1	20	3	4	1,4	0	0	0	12	0	11,1	0
Entre 76 i 100 euros	1,3	0	0	2	1,4	0	0	0	0	0	11,1	0
Més de 100 euros	0,6	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	3,4
Mitjana	18,21	23,2	18,48	19,98	16,52	13,4	11,12	19,14	19,81	18,97	29,3	21,22
Casos	160	5	33	50	72	5	47	20	25	16	18	29

- Al mercat de la Concepció (que s'aproxima als 21€), i al mercat de Sarrià (20,36€), és on el tiquet mig de compra al supermercat és més alt. A La Barceloneta és on és més baix.
- El divendres a la tarda és amb diferència el dia amb que més despesa es fa en el supermercat (11€ per damunt de la mitja) . Li segueix dissabte al matí.
- Els més joves són els que més gasten en el mercat i els d'ingressos mitjos i alts.

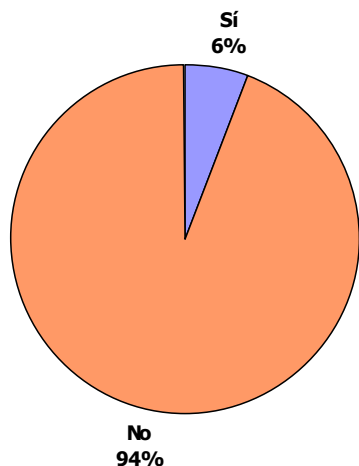


Despesa en la restauració de dins del Mercat

Ha consumit avui en l'establiment de restauració de dins el mercat?

Base: total enquestats (100%)

%



El consum en bars i restauració dins el mercat és d'un 6% de compradors que asseguruen que hi ha consumit algun producte.

- Santa Caterina, amb diferència, és on més s'ha consumit en la restauració dins el mercat. On menys s'ha consumit és a la Mercè i El Carmel.
- Per edats no hi ha tendències significatives igual que per volum d'ingressos mensuals.

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA								
		Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Si	5,8	2,6	16,9	6,6	5,3	2,5	3,3	7,3	3,2	7,6
No	94,2	97,4	83,1	93,4	94,7	97,5	96,7	92,7	96,8	92,4

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Si	5,8	0	5,1	6,7	5,9	3,6	5,8	5,1	5,3	2,8	7,1	9,2
No	94,2	100	94,9	93,3	94,1	96,4	94,2	94,9	94,7	97,2	92,9	90,8



Despesa en la restauració de dins del Mercat

Ha consumit avui en l'establiment de restauració de dins el mercat?

Base: els que han consumit en la restauració del mercat.

MITJANA DE DESPESA EN LA RESTAURACIÓ DEL MERCAT:

% verticals	Total	GRUP DE MERCATS			MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3	Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Menys de 3 euros	63,6	66,7	62,5	60,9	66,7	100	61,5	50	42,9	100	40	72,7	60	69,2
Entre 3 i 10 euros	30,7	24,2	31,3	39,1	33,3	0	26,9	50	42,9	0	60	18,2	40	30,8
Entre 11 i 20 euros	4,5	9,1	3,1		0	0	11,5	0	14,3	0	0	0	0	0
Entre 21 i 30 euros	1,1		3,1		0	0	0	0	0	0	0	9,1	0	0
Mitjana	3,18	3,68	3,08	2,56	2,67	1,31	4,16	2,48	3,67	1,49	2,4	3,84	2,54	2,68
Casos	88,0	33	32	23	3	4	26	10	7	4	5	11	5	13

- La mitjana de despesa en els establiments de restauració dels mercats, està al voltant dels 3 €.
- El Mercat de Santa Caterina és el mercat on més es gasta en restauració, seguit de Sarrià i de Sant Antoni. El mercat on menys es gasta en restauració és a La Mercè.

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Menys de 3 euros	63,6	0	46,2	66,7	66,7	100	60,6	66,7	64,3	50	66,7	65
Entre 3 i 10 euros	30,7	0	38,5	25,9	31,3	0	36,4	25	35,7	25	33,3	25
Entre 11 i 20 euros	4,5	0	15,4	7,4	0	0	0	8,3	0	25	0	10
Entre 21 i 30 euros	1,1	0	0	0	2,1	0	3	0	0	0	0	0
Mitjana	3,18		4,39	3,22	2,83	1,6	3,02	2,76	3,25	4,13	2,33	3,74
Casos	88	0	13	27	48	2	33	12	14	4	3	20

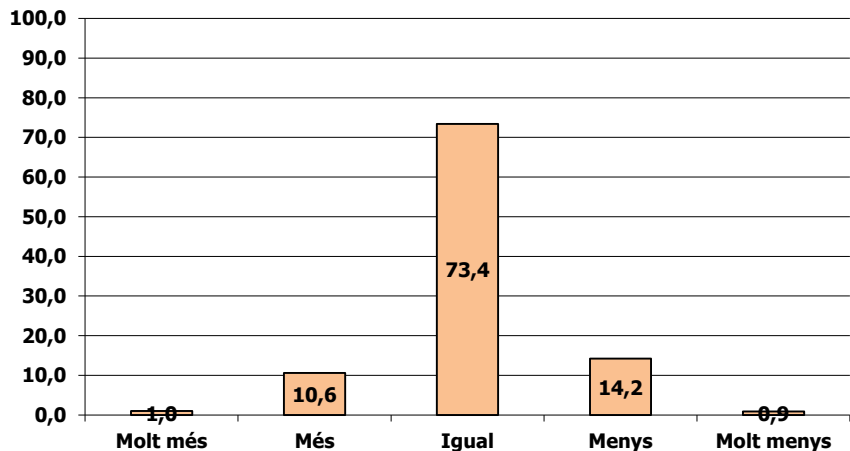


Evolució de la despesa en el Mercat

En els últims dos anys, ha comprat més o menys en el Mercat?

Base: total enquestats (100%)

%



El 73% dels enquestats compra en el mercat igual que ho feia fa 2 anys. Un 15% ho fa menys o molt menys. Un 11% ho fa més o molt més.

% verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Molt més	1,0	0,9	1,8	
Més	10,6	10,1	12,1	9
Igual	73,4	79,2	66,5	76,7
Menys	14,2	9,9	17,6	13,9
Molt menys	0,9		1,9	0,4

- Els del grup 2 són els que menys hi compren igual al mercat: un 19,5% hi compra menys o molt menys al mercat, i un 14% més o molt més. Els del grup 1 són els que compren en major mesura més.
- Per mercats, en el de Sarrià és on s'ha incrementat la compra més, seguit de El Carmel, la Concepció i Sant Antoni en menor mesura. Un 23% dels compradors de Sant Antoni, però, diuen que compren menys o molt menys.

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Molt més	1,0	2	0	0,6	1,3	1,9	2,5	0	1,3	0	0
Més	10,6	13,2	11,3	5,8	9,9	10,8	10,7	9,2	17,3	12,3	5,9
Igual	73,4	74,2	75,5	87,7	69,5	63,9	69,8	83,6	62,7	70,8	75,9
Menys	14,2	10,6	13,2	5,8	17,9	19,6	16,4	5,9	16,7	16,9	18,2
Molt menys	0,9	0	0	0	1,3	3,8	0,6	1,3	2	0	0



En els últims dos anys, ha comprat més o menys en el Mercat?

Base: total enquestats (100%)

%

Evolució de la despesa en el Mercat

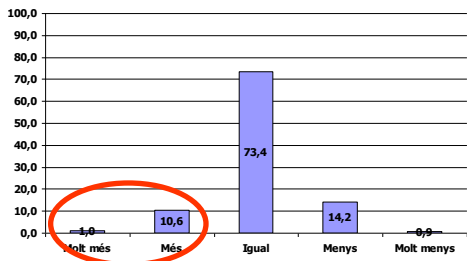
%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Molt més	1	6,8	2,7	0,5	0,4	0	1,2	2	1,1	0	0	0
Més	10,6	38,6	25,1	10,4	4,7	8,6	5,2	12,2	15,1	18,5	28,6	9
Igual	73,4	50	62,9	74,3	77,3	77,6	74,7	69	74	70,5	57,1	77,8
Menys	14,2	4,5	8,9	14	16,4	13,8	18	16,3	9,1	11	11,9	10,9
Molt menys	0,9	0	0,4	0,7	1,2	0	0,9	0,4	0,8	0	2,4	2,3

Verticals	Total	TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT				DESPESA EN ALIMENTACIÓ					
		Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts	Fins a 300 euros	Entre 301 i 600 euros	Entre 601 i 1000 euros	Entre 1001 i 1500 euros	Més de 1500 euros	NS/NC
Molt més	1	0	1,1	0	0,6	1,8	0,7	1,2	0	0	0
Més	10,6	10,9	10,1	8,6	12,1	9,6	11,5	11,9	11,3	10	5
Igual	73,4	69,6	74,4	81	69,1	72,8	72,1	72,5	71,7	60	84,2
Menys	14,2	17,4	13,8	8,6	17,6	15,2	14,9	12,8	17	30	9,4
Molt menys	0,9	2,2	0,5	1,8	0,6	0,6	0,7	1,5	0	0	1,4

- Per edats, a mesura que incrementa l'edat, hi ha una tendència a comprar menys. Els que més han dit que compren més o molt més al mercat, són els del tram d'edat entre '18 i 29 anys', els més joves.
- Els que més es gasten en alimentació, són els que tendeixen a comprar menys en el mercat en els últims dos anys.



Evolució de la despesa en el Mercat



En els últims dos anys, ha comprat més o menys en el Mercat?

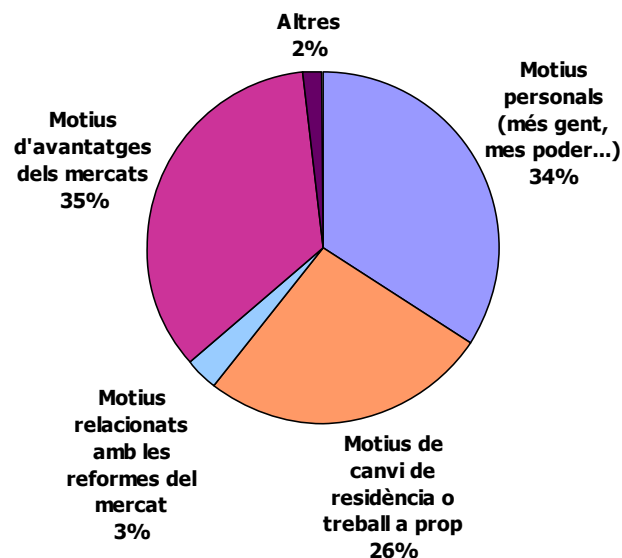
Base: diuen que compren més en el mercat.

- Els motius per comprar més en els mercats són majoritàriament d'avantatges del Mercat que perceben els compradors. Tot i això els motius estan ben dividits en pràcticament terços entre els 'motius personals', 'motius d'avantatges del mercat' i 'motius de canvi de residència'.

%

Per quin motiu gasta més o molt més?

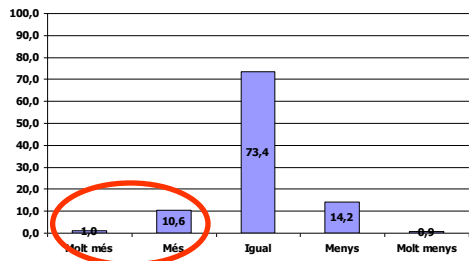
% verticals	Total
Abans vivia més lluny/no vivia al barri/ciutat	24,0
Som més a menjar a casa	19,0
Qualitat	17,9
Tinc més temps	9,5
Mengem més a casa	5,6
Faig altres activitats a prop	4,5
Li agrada el mercat	4,5
Hi ha més confiança / millor tracte/ conec les parades	3,4
Hi ha més varietat	2,2
Bons preus	2,2
Hi ha aparcament	2,2
Han fet reformes	2,2
Relació qualitat-preu	1,7
Per comoditat	1,7
Bon ambient	1,1
Ha canviat les costums alimentaries	1,1
S'ha independitzat	1,1
Altres	1,1
M'agrada més la carpa	0,6
Ara te feina / més poder adquisitiu	0,6
Ja no compro a altres mercats	0,6
Aquests mercat està net	0,6
Cap motiu	0,6



	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Motius personals (més gent, més poder...)	36,9	22,9	38,5	37,7
Motius de canvi de residència o treball a prop	28,5	21,0	27,5	31,1
Motius relacionats amb les reformes del mercat	3,4	3,6	4,4	0,0
Motius d'avantatges dels mercats	37,5	52,8	26,4	28,9
Altres	1,7	0,0	3,3	0,0



Evolució de la despesa en el Mercat



En els últims dos anys, ha comprat més o menys en el Mercat?

Base: Gasten en el mercat més o molt més que fa dos anys.

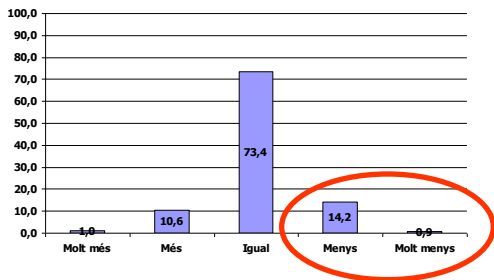
- El 'motiu de avantatges del mercat' es sobretot present en els més joves. També més proporció d'aquests (un 40%) anomenen 'motius de canvi de residència'.

Per quin motiu gasta més o molt més?

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Abans vivia més lluny/no vivia al barri/ciutat	24,0	40	30,6	17,8	11,9	60	27	25,7	23,3	18,5	16,7	20
Som més a menjar a casa	19,0	15	23,6	13,3	19	20	13,5	20	16,3	18,5	16,7	35
Qualitat	17,9	20	22,2	13,3	14,3	20	16,2	14,3	20,9	29,6	8,3	10
Tinc més temps	9,5	5	6,9	13,3	11,9	0	16,2	11,4	2,3	11,1	8,3	10
Mengem més a casa	5,6	0	6,9	11,1	0	0	0	2,9	7	11,1	8,3	10
Faig altres activitats a prop	4,5	0	2,8	0	14,3	0	8,1	5,7	0	0	8,3	10
Li agrada el mercat	4,5	15	1,4	4,4	4,8	0	2,7	5,7	9,3	3,7	0	0
Hi ha més confiança / millor tracte/ conec les parades	3,4	0	4,2	6,7	0	0	5,4	0	4,7	3,7	8,3	0
Hi ha més varietat	2,2	0	1,4	2,2	4,8	0	2,7	0	4,7	3,7	0	0
Bons preus	2,2	0	0	8,9	0	0	2,7	2,9	4,7	0	0	0
Hi ha aparcament	2,2	0	0	2,2	7,1	0	0	2,9	0	3,7	16,7	0
Han fet reformes	2,2	0	1,4	2,2	4,8	0	0	2,9	4,7	0	0	5
Relació qualitat-preu	1,7	0	0	4,4	2,4	0	0	2,9	2,3	0	8,3	0
Per comoditat	1,7	5	1,4	2,2	0	0	2,7	0	0	3,7	8,3	0
Bon ambient	1,1	5	0	2,2	0	0	2,7	0	2,3	0	0	0
Ha canviat les costums alimentaries	1,1	0	1,4	2,2	0	0	0	0	0	7,4	0	0
S'ha independitzat	1,1	5	1,4	0	0	0	0	2,9	2,3	0	0	0
Altres	1,1	0	1,4	0	2,4	0	2,7	0	2,3	0	0	0
M'agrada més la carpa	0,6	0	1,4	0	0	0	0	0	2,3	0	0	0
Ara te feina / més poder adquisitiu	0,6	0	1,4	0	0	0	0	0	2,3	0	0	0
Ja no compro a altres mercats	0,6	0	0	2,2	0	0	0	0	2,3	0	0	0
Aquests mercat està net	0,6	0	0	2,2	0	0	2,7	0	0	0	0	0
Cap motiu	0,6	0	0	0	2,4	0	0	2,9	0	0	0	0



Evolució de la despesa en el Mercat

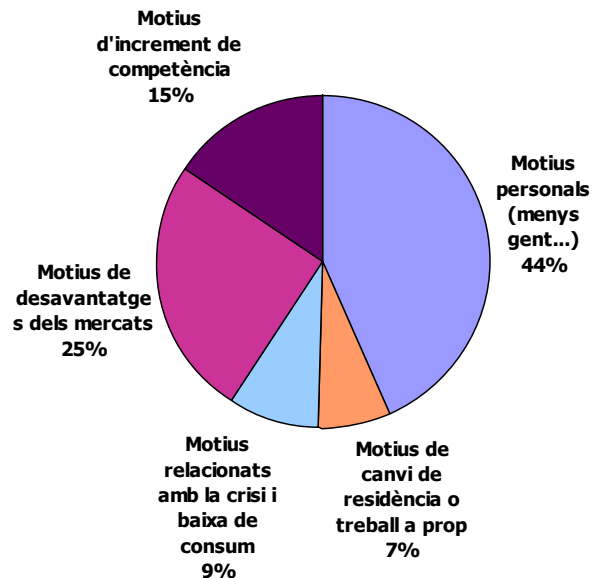


- Els motius majoritaris per a gastar menys en els mercats, són els relacionats amb els 'motius personals'.
- Destaquen també un 25% de compradors que anomenen motius de 'desavantatges dels mercats' i un 15% que anomena motius d'increment d'oferta i/o canvis en el format de compra.

Base: Gasten en el mescat més o molt més que fa dos anys.

• Per quin motiu gasta menys o molt menys?

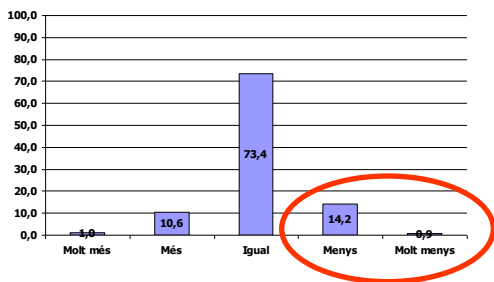
% verticals	Total
Som menys a casa	39,3
Preus alts	20,5
Crisis/Menys poder adquisitiu	6,4
Tinc més oferta prop de casa	5,6
Em queda una mica més lluny	5,1
Te botigues a prop de casa	3,4
Hi ha molta oferta al voltant	3,0
Tinc menys temps	3,0
Ja no viu a la ciutat o barri	2,1
Mengem menys	2,1
Soc gran	2,1
Canvi dels hàbits de compra	1,7
Els passadissos son estrets	1,3
Compro menys en general	0,9
Pels horaris	0,9
Més buida la parada / menys clients al establiment	0,9
Van posar un Mercadona a prop	0,9
Manca d'aparcament	0,9
No pots escollir gènere	0,9
No m'agrada / no em trobo a gust	0,9
El súper es més còmode	0,9
Sortim més a dinar o sopar fora	0,4
Han tancat parades	0,4
He trobat un supermercat que m'agrada	0,4
Abans comprava per un negoci	0,4
Passant temps a fora	0,4
Compro menjar ecològic en un altre lloc	0,4



	Total	GRUP DE MERCATS		
		Grup 1	Grup 2	Grup 3
Motius personals (menys gent...)	45,6	51,0	43,5	44,2
Motius de canvi de residència o treball a prop	7,2	2,2	6,4	11,7
Motius relacionats amb la crisi i baixa de consum	9,4	6,7	12,1	5,8
Motius de desavantatges dels mercats	26,7	28,8	29,0	19,2
Motius d'increment de competència	16,3	13,3	11,2	25,2



Evolució de la despesa en el Mercat



En els últims dos anys, ha comprat més o menys en el Mercat?

Base: Gasten en el mescat més o molt més que fa dos anys.

• Per quin motiu gasta menys o molt menys?

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Som menys a casa	39,3	50	8,3	29,5	48,3	50	44,4	31,7	23,1	31,3	50	44,8
Preus alts	20,5	0	37,5	19,7	18,4	25	18,5	26,8	23,1	18,8	33,3	13,8
Crisis/Menys poder adquisitiu	6,4	50	16,7	9,8	2,7	0	8,3	7,3	7,7	0	0	3,4
Tinc més oferta prop de casa	5,6	0	0	9,8	4,8	0	2,8	9,8	7,7	6,3	16,7	6,9
Em queda una mica més lluny	5,1	0	4,2	4,9	5,4	0	5,6	4,9	7,7	12,5	0	0
Te botigues a prop de casa	3,4	0	4,2	3,3	3,4	0	5,6	0	0	6,3	0	3,4
Hi ha molta oferta al voltant	3	0	0	6,6	2	0	0,9	2,4	7,7	6,3	0	6,9
Tinc menys temps	3	0	12,5	4,9	0,7	12,5	1,9	4,9	3,8	6,3	0	0
Ja no viu a la ciutat o barri	2,1	0	8,3	1,6	1,4	0	0,9	7,3	0	0	0	3,4
Mengem menys	2,1	0	0	0	3,4	0	2,8	0	0	0	16,7	3,4
Es gran	2,1	0	0	0	3,4	0	3,7	0	0	0	0	3,4
Canvi dels hàbits de compra	1,7	0	0	3,3	1,4	0	1,9	0	3,8	0	0	3,4
Els passadissos son estrets	1,3	0	0	1,6	1,4	0	0,9	2,4	3,8	0	0	0
Compro menys en general	0,9	0	4,2	0	0,7	12,5	0,9	0	0	0	0	0
Pels horaris	0,9	0	0	1,6	0,7	0	0	0	3,8	0	0	3,4
Més buida la parada / menys clients al establiment	0,9	0	0	0	1,4	0	0	2,4	0	6,3	0	0
Van posar un marcadora a prop	0,9	0	4,2	1,6	0	0	0,9	0	3,8	0	0	0
Manca d'aparcament	0,9	0	0	1,6	0,7	0	0	2,4	0	0	16,7	0
No pots escollir gènere	0,9	0	0	1,6	0,7	0	0,9	2,4	0	0	0	0
No m'agrada / no em trobo a gust	0,9	0	0	1,6	0,7	0	0,9	0	0	0	0	3,4
El súper es més còmode	0,9	0	0	1,6	0,7	0	0,9	0	0	6,3	0	0
Sortim més a dinar o sopar fora	0,4	0	0	0	0,7	0	0,9	0	0	0	0	0
Han tancat parades	0,4	0	0	0	0,7	0	0	0	3,8	0	0	0
He trobat un supermercat que m'agrada	0,4	0	0	1,6	0	0	0,9	0	0	0	0	0
Abans comprava per un negoci	0,4	0	0	0	0,7	0	0,9	0	0	0	0	0
Passant temps a fora	0,4	0	0	0	0,7	0	0	2,4	0	0	0	0
Compro menjar ecològic en un altre lloc	0,4	0	4,2	0	0	0	0	0	3,8	0	0	0

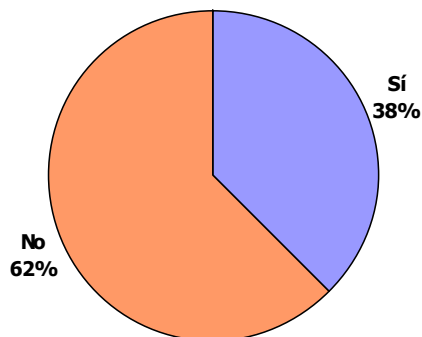


Despesa en les botigues al voltant del Mercat

Ha comprat o comprarà en les botigues de la zona del voltant del mercat?

Base: total enquestats (100%)

%



Quasi un 40% dels clients del mercat també han fet despesa en les botigues del voltant (de l'àrea d'influència del mercat).

% verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Sí	37,5	24,8	53,6	28,8
No	62,5	75,2	46,4	71,2

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Sí	37,5	37,1	25,8	11,7	57,6	40,5	58,5	32,9	58	50	5,9
No	62,5	62,9	74,2	88,3	42,4	59,5	41,5	67,1	42	50	94,1

- Els compradors dels mercats que pertanyen al grup 2, amb molta diferència (més del doble) són els que més han comprat o compraran a les botigues al voltant del mercat. Els que menys, els compradors del grup 1.
- Un 50% o més dels clients que compraven a El Carmel (58%), Sarrià (58%), La Barceloneta (57,6%) i Sant Andreu (50%) han comprat o pensen comprar en les botigues de la zona al voltant del mercat.
- Provençals, Santa Caterina i La Mercè, són els mercats on menys es comprarà a les botigues del voltant.



Despesa en les botigues al voltant del Mercat

Ha comprat o comprarà en les botigues de la zona del voltant del mercat?

Base: total enquestats (100%)

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Sí	37,5	36,4	40,9	40,2	35,1	29,3	35,6	41,2	36,6	46,6	47,6	33,5
No	62,5	63,6	59,1	59,8	64,9	70,7	64,4	58,8	63,4	53,4	52,4	66,5

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí
Sí	37,5	37,3	30,1	31,6	43,8
No	62,5	62,7	69,9	68,4	56,2

- Per edats, els que més han comprat a les botigues del voltant són els clients que tenen entre 30 i 59 anys. No hi ha diferències massa clares ni una tendència marcada que determini la compra en les botigues del voltant en funció de la edat.
- Per ingressos tampoc hi ha tendències. Els que més hi compraran, però, són els que tenen ingressos més alts.
- El 'dissabte al matí' (44%) i el 'matí entre setmana' són els moments de compra en que més es comprarà també en les botigues de la zona del voltant del mercat.



Despesa en les botigues al voltant del Mercat

Ha comprat o comprarà en les botigues de la zona del voltant del mercat?

Base: persones que han comprat en la zona al voltant del mercat

● **Volum de despesa en les botigues al voltant del mercat:**

MITJANA DE DESPESA EN LES BOTIGUES AL VOLTANT DEL MERCAT: 13,3€

% verticals	Total	GRUP DE MERCATS		
		GRUP 1	GRUP 2	GRUP 3
Mitjana	13,3	12,76	12,96	14,64
Casos	573,0	108	328	137

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
Mitjana	13,3	13,64	12,22	11,46	9,8	15,34	12,67	11	14,76	17,31	12,3
Casos	573,0	51	39	18	87	64	92	50	85	77	10

- Tot i que són els mercats del grup 2 en els què es compra més en les botigues del voltant, pel que fa a despesa, són els del grup 3 els que es gastaran més diners en botigues al voltant del mercat.
- Per mercats, el tiquet més alt es realitza a Sant Andreu (17,31 €), Sant Antoni i Sarrià, son els mercats on els compradors es gastaran més diners per a comprar a la zona del voltant del mercat. La despesa més baixa en les botigues del voltant del mercat, es fa en els comerços al voltant de La Barceloneta, l'Abaceria i la Concepció.



Despesa en les botigues al voltant del Mercat

Ha comprat o comprarà en les botigues de la zona del voltant del mercat?

• **Volum de despesa en les botigues al voltant del mercat:**

Base: total enquestats (100%)

%verticals	Total	EDAT				INGRESSOS						
		De 18 a 29 anys	De 30 a 44 anys	De 45 a 59 anys	60 anys o més	Menys de 600 €	De 600 a 1.500 €	De 1.501 a 2.000 €	De 2.001 a 3.000 €	De 3.001 a 5.000 €	Més de 5.000 €	NS/NC
Mitjana	13,33	15,32	12,87	13,84	13,1	8,95	9,34	14,33	13,19	19,42	11,23	19,58
Casos	573	16	105	164	288	17	203	101	96	67	20	69

%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
		Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte matí
Mitjana	13,33	11,8	15,83	18,76	14,79
Casos	573	358	34	50	131

Verticals	Total	TEMPS A ARRIBAR AL MERCAT				MITJÀ DE TRANSPORT			
		Menys de 5 minuts	Entre 5 i 10 minuts	Entre 11 i 15 minuts	Més de 15 Minuts	A peu	Cotxe	Transport públic	Altres
Mitjana	13,33	7,24	13,61	11,1	18,34	12,82	16,78	19,93	9,97
Casos	573	21	354	42	47	517	15	35	6

- Per edats, els més joves són els que gastaran més en les botigues al voltant del mercat.
- Per ingressos, s'observa una tendència a incrementar el tiquet mig a mesura que s'incrementen els ingressos, tot i que no es massa clara. Els que es gastaran més són els que ingressen entre '3.000 i 5.000 € mensuals' a la llar.
- El 'divendres a la tarda' és el dia que més es compra a les botigues del voltant del mercat. El moment de compra al mercat que menys despesa genera en les botigues del voltant són els 'matins entre setmana'.
- S'observa en la compra en els establiments del voltant del mercat que els que triguen més a accedir al mercat són els que faran més despesa al voltant del mercat.



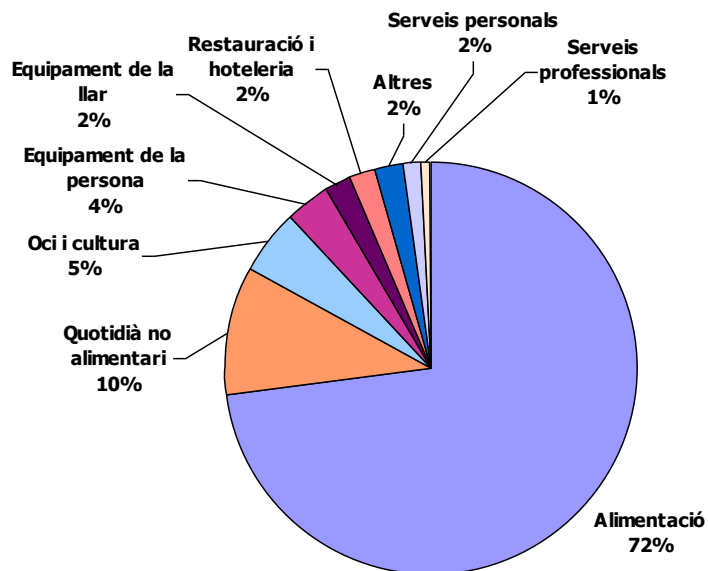
Despesa en les botigues al voltant del Mercat

Ha comprat o comprarà en les botigues de la zona del voltant del mercat?

Base: compren botigues del voltant

- **Productes que s'adquireixen en les botigues al voltant del mercat:**

Els productes que majoritàriament es compren en les botigues del voltant del mercat, són d'alimentació (un 81% dels compradors en compren) i de quotidià no alimentari (un 11,4% en compren). Segueix, l'oci i la cultura, que en compren un 5,5% dels clients dels Mercats.



% verticals	Total
D'alimentació	81,1
De drogueria, neteja, higiene, personal, perfumeria, farmàcia	11,4
De llibres, premsa, discs, aparells fotogràfics, joguines (oci, cultura)	5,5
De roba, calçat, joies, rellotgeria...(equipament personal)	4,1
De roba de la llar, mobles, electrodomèstics, flors i plantes, ferreteria... (equipament de la llar)	2,2
De restauració i hoteleria: bars, cafeteries, restaurants...	2,2
Altres	2,2
Perruqueries, dentistes, bugaderies... (Serveis personals)	1,7
Tallers, serrallers, copisteries, banca, advocats...(Serveis professionals)	0,9



Despesa en les botigues al voltant del Mercat

Ha comprat o comprarà en les botigues de la zona del voltant del mercat?

Base: compren botigues del voltant

• Productes que s'adquireixen en les botigues al voltant del mercat:

% verticals	Total	MERCAT ON S'HA FET L'ENQUESTA									
		Concepció	Mercè	Santa Caterina	La Barceloneta	Sant Antoni	El Carmel	Abaceria	Sarrià	Sant Andreu	Provençals
D'alimentació	81,1	71,4	61,5	77,8	87,4	76,6	89,2	90	81,6	89,6	0
De drogueria, neteja, higiene, personal, perfumeria, farmàcia	11,4	12,5	25,6	11,1	6,9	17,2	11,8	12	11,5	3,9	0
De llibres, premsa, discs, aparells fotogràfics, joguines (oci, cultura)	5,5	1,8	0	5,6	12,6	4,7	4,3	2	12,6	0	0
De roba, calçat, joies, rellotgeria...(equipament personal)	4,1	1,8	2,6	0	0	3,1	3,2	0	3,4	5,2	100
De roba de la llar, mobles, electrodomèstics, flors i plantes, ferreteria... (equipament de la llar)	2,2	0	5,1	0	2,3	3,1	1,1	2	5,7	0	0
De restauració i hoteleria: bars, cafeteries, restaurants...	2,2	0	12,8	0	2,3	4,7	1,1	4	0	0	0
Altres	2,2	7,1	2,6	0	2,3	1,6	3,2	0	1,1	1,3	0
Perruqueries, dentistes, bugaderies... (Serveis personals)	1,7	3,6	0	0	1,1	0	1,1	4	4,6	0	0
Tallers, serrallers, copisteries, banca, advocats...(Serveis professionals)	0,9	1,8	0	5,6	0	0	0	0	3,4	0	0

- En els mercats de l'Abaceria, Sant Andreu i El Carme és on més es compra alimentació en la zona del voltant del mercat.
- Un 25% dels compradors de La Mercè que compren al voltant del mercat, compraran Quotidià no alimentari.
- Equipament de la persona es compra en major mesura a Sarrià.
- Al voltant de La mercè és on més es consumirà en productes de restauració.



3. ÀNALISI DE LES XIFRES ECONÒMIQUES DEL TREBALL



Comparació entre el tiquet mig dels clients i el tiquet mig dels operadors

	Tiquet mig entre setmana		Tiquet mig divendres		Tiquet mig dissabte	
	CLIENTS	OPERADORS	CLIENTS	OPERADORS	CLIENTS	OPERADORS
Carn (vedella, xai, pollastre...)	15,84	8,22	22,16	13,90	20,19	15,36
Cansaladeria, embotits	14,60	5,75	16,29	10,06	16,05	10,33
Fruita i verdura	12,14	7,03	16,60	11,22	16,37	11,87
Pesca salada i conserves	11,15	6,92	15,67	10,38	9,57	11,50
Peix fresc i marisc	18,63	8,29	21,72	14,01	24,35	14,78
Altres alimentació	6,41	5,23	9,05	9,12	9,03	9,15
No alimentació	28,94	14,76	44,63	16,84	15,54	18,01
Restauració	4,11	2,55	1,78	2,90	5,37	3,08

El volum del tiquet mig que declaren els operadors i el dels clients acostuma a ser molt més baix en el cas dels primers. Les diferències més grans es donen en el sector de la no alimentació, del peix fresc i marisc i de la carn.

Es entre setmana on hi ha diferències més grans, ajustant-se més els tiquets de venda amb els de compra els dissabtes i els divendres.



Tiquet mig i número de clients dels **operadors** per grups

grup = 1,00

	CLIENTS DIA ENTRES SETMANA	CLIENTS DIVENDRES	CLIENTS DISSABTE	TIQUET MIG ENTRE SETMANA	TIQUET MIG DIVENDRES	TIQUET MIG DISSABTE
Carn (vedella, xai, pollastre..)	57,31	113,46	108,08	13,73	24,40	27,18
Cansaladeria, embotits	43,13	91,87	111,25	6,63	9,75	9,75
Fruita i verdura	56,50	102,50	107,00	9,40	15,00	15,00
Pesca salada i conserves	46,25	100,00	112,50	7,25	11,00	11,00
Peix fresc i marisc	72,37	129,37	125,75	7,75	16,25	16,25
Altres alimentació	82,50	140,00	143,40	3,98	5,27	5,27
No alimentació	10,00	40,00	40,00	2,00	5,00	5,00
Restauració	97,20	134,60	134,60	1,87	2,54	2,54

grup = 2,00

	CLIENTS DIA ENTRES SETMANA	CLIENTS DIVENDRES	CLIENTS DISSABTE	TIQUET MIG ENTRE SETMANA	TIQUET MIG DIVENDRES	TIQUET MIG DISSABTE
Carn (vedella, xai, pollastre..)	31,90	62,61	62,62	5,83	8,90	9,86
Cansaladeria, embotits	47,00	97,50	98,00	5,60	10,10	10,50
Fruita i verdura	62,33	125,67	127,67	6,70	11,30	11,33
Pesca salada i conserves	40,00	65,00	60,00	5,67	7,00	8,00
Peix fresc i marisc	74,08	130,00	128,62	9,77	14,62	14,62
Altres alimentació	82,86	150,00	162,86	5,14	9,43	8,86
No alimentació	21,07	28,82	29,57	18,61	20,29	21,89
Restauració	47,50	167,50	177,50	3,63	3,75	4,00

grup = 3,00

	CLIENTS DIA ENTRES SETMANA	CLIENTS DIVENDRES	CLIENTS DISSABTE	TIQUET MIG ENTRE SETMANA	TIQUET MIG DIVENDRES	TIQUET MIG DISSABTE
Carn (vedella, xai, pollastre..)	40,29	77,94	84,70	6,95	12,03	13,12
Cansaladeria, embotits	48,75	81,87	84,38	5,06	10,31	10,69
Fruita i verdura	47,40	92,87	108,07	5,77	8,63	9,17
Pesca salada i conserves	42,50	110,00	119,17	7,33	11,67	13,25
Peix fresc i marisc	38,18	75,00	84,54	6,93	11,95	13,64
Altres alimentació	35,70	69,80	75,30	6,55	12,75	13,25
No alimentació	19,73	29,45	47,55	6,12	9,14	9,32
Restauració	60,00	85,00	95,00	2,10	2,10	2,60

- Els Mercats del grup 1 son els que tenen major número de clients, tant entre setmana com divendres tarda i dissabte d'una manera molt destacada i també són els que tenen en general el tiquet més alt.
- El grup que te menys clients és el 3, tant entre setmana com en divendres i dissabte.
- En tots tres grups hi ha una diferència molt clara entre els tiquets mitjos entre setmana i els tiquets mitjos de divendres i dissabte.
- Entre divendres i dissabte, no hi ha diferències massa clares.



Tiquet mig dels **operadors** en funció de l'existència de supermercat al Mercat

MERCATS AMB SUPERMERCAT

	CLIENTS DIA ENTRES SETMANA	CLIENTS DIVENDRES	CLIENTS DISSABTE	FONT OPERADORS		
				TIQUET MIG ENTRE SETMANA	TIQUET MIG DIVENDRES	TIQUET MIG DISSABTE
Carn (vedella, xai, pollastre...)	46,56	87,81	86,56	11,47	19,87	22,75
Cansaladeria, embotits	43,89	88,33	102,22	6,89	10,66	11,11
Fruita i verdura	60,45	96,82	105,45	9,95	15,77	17,36
Pesca salada i conserves	26,25	57,00	71,25	5,75	9,00	10,25
Peix fresc i marisc	60,50	105,00	106,00	8,80	16,00	16,20
Altres alimentació	68,33	120,00	130,00	4,33	8,33	8,33
No alimentació	20,00	33,33	33,33	6,00	7,00	7,00
Restauració	120,00	198,00	206,00	2,80	3,40	3,60
TOTAL GRUP	56,01	99,29	105,00	8,19	13,51	14,80

Tant el número de clients, com el tiquet de venda, s'incrementen molt en els mercats que hi ha supermercat a dins.

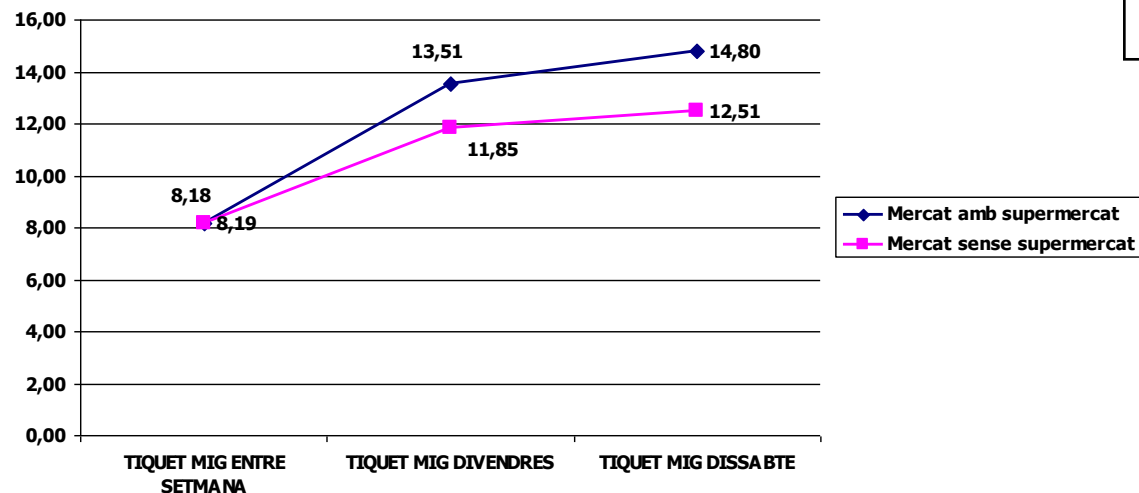
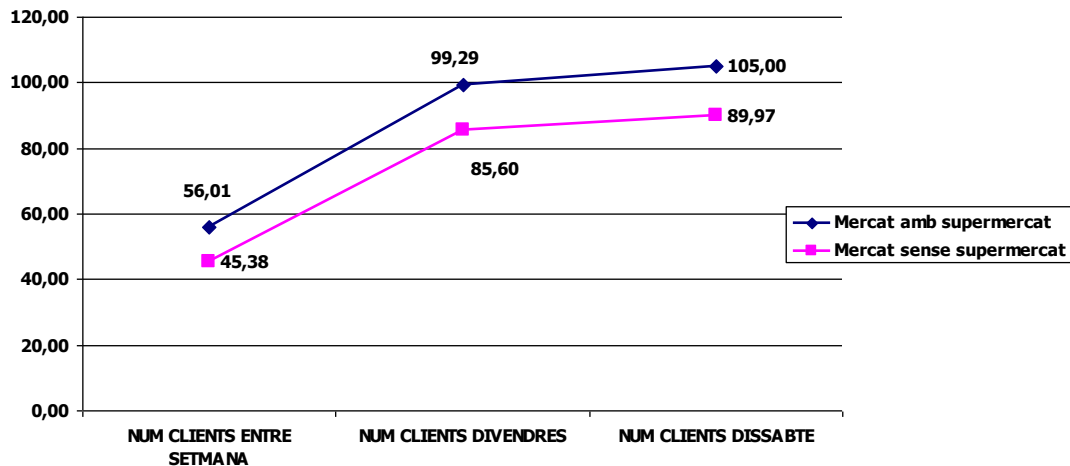
- Hi ha diferències força notòries tant entre el número de clients i els tiquets de venda en els mercats amb súper i els que no n'hi ha.
- Aquesta diferència es nota en tots els moments de compra en el número de clients. No es així en el tiquet mig, que el tiquet mig es molt semblant entre setmana en els mercats que compten amb supermercat i els que no.

MERCATS SENSE SUPERMERCAT

	CLIENTS DIA ENTRES SETMANA	CLIENTS DIVENDRES	CLIENTS DISSABTE	FONT OPERADORS		
				TIQUET MIG ENTRE SETMANA	TIQUET MIG DIVENDRES	TIQUET MIG DISSABTE
Carn (vedella, xai, pollastre...)	38,71	77,42	79,29	6,70	11,17	11,98
Cansaladeria, embotits	47,65	92,35	95,58	5,10	9,74	9,91
Fruita i verdura	53,31	111,65	118,83	5,90	9,50	9,78
Pesca salada i conserves	50,55	113,88	117,78	7,44	11,00	12,05
Peix fresc i marisc	61,68	113,63	115,82	8,06	13,25	14,14
Altres alimentació	64,38	115,62	121,33	5,49	9,34	9,38
No alimentació	20,45	28,94	34,89	15,46	17,63	18,91
Restauració	59,33	87,17	90,50	2,34	2,40	2,65
TOTAL GRUP	45,38	85,60	89,97	8,18	11,85	12,51



Tiquet mig dels **operadors** en funció de l'existència de supermercat al Mercat





4. L'IMPACTE ECONÒMIC DE LA XARXA DE MERCATS



Impacte econòmic a través de la **declaració de guanys anuals dels operadors**

Mitja de Declaració de facturació anual

X

Per cada SECTOR COMERCIAL

X

MERCATS DE BARCELONA (núm. de parades)

GRUPS DE MERCATS (núm. de parades)



Impacte econòmic declarat pels operadors

	NÚMERO DE PARADES	FACTURACIÓ TOTAL MERCATS ANY (ESP)
TOTAL FACTURACIÓ	2.862,00	426.626.796,00

grup = 1,00

	FACTURACIÓ MES DURANT 2010	TOTAL ANY	NÚMERO DE PARADES	FACTURACIÓ TOTAL MERCATS ANY
Carn (vedella, xai, pollastre...)	29.800,00	357.600,0	225	80.460.000,0
Cansaladeria, embotits	10.375,00	124.500,0	106	13.197.000,0
Fruita i verdura	15.757,00	189.084,0	198	37.438.632,0
Pesca salada i conserves	16.500,00	198.000,0	54	10.692.000,0
Peix fresc i marisc	22.750,00	273.000,0	143	39.039.000,0
Altres alimentació	10.100,00	121.200,0	89	10.786.800,0
No alimentació	2.000,00	24.000,0	162	3.888.000,0
Restauració	9.833,00	117.996,0	34	4.011.864,0
Total		1.405.380,00	1.011,00	199.513.296,00

grup = 3,00

	FACTURACIÓ MES DURANT 2010	TOTAL ANY	NÚMERO DE PARADES	FACTURACIÓ TOTAL MERCATS ANY
Carn (vedella, xai, pollastre...)	6.936,00	83.232,0	145,00	12.068.640,0
Cansaladeria, embotits	8.375,00	100.500,0	94,00	9.447.000,0
Fruita i verdura	7.538,00	90.456,0	77,00	6.965.112,0
Pesca salada i conserves	14.250,00	171.000,0	43,00	7.353.000,0
Peix fresc i marisc	9.227,00	110.724,0	96,00	10.629.504,0
Altres alimentació	6.833,00	81.996,0	72,00	5.903.712,0
No alimentació	4.500,00	54.000,0	85,00	4.590.000,0
Restauració	3.000,00	36.000,0	22,00	792.000,0
Total		727.908,00	634,00	57.748.968,00

grup = 2,00

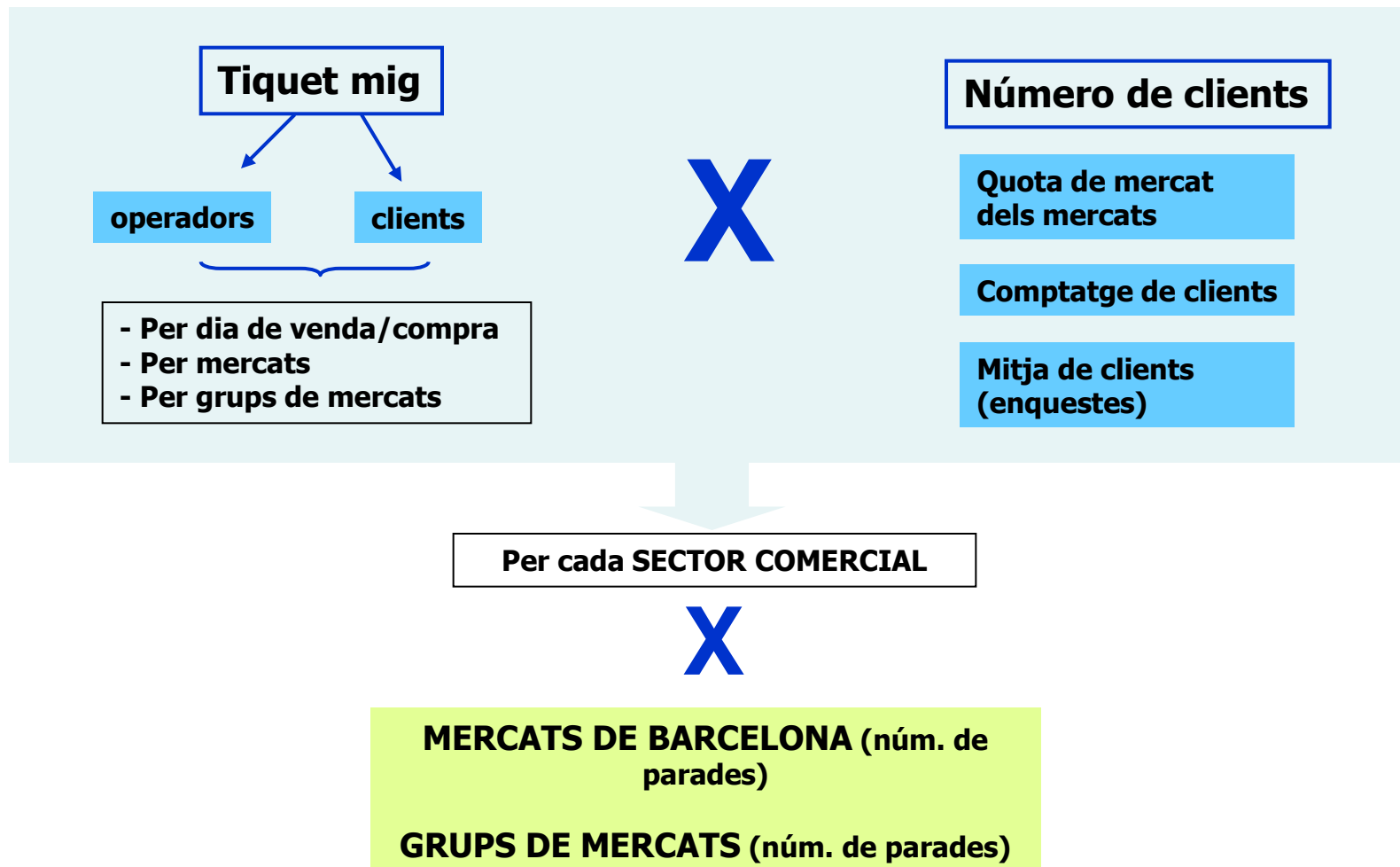
	FACTURACIÓ MES DURANT 2010	TOTAL ANY	NÚMERO DE PARADES	FACTURACIÓ TOTAL MERCATS ANY
Carn (vedella, xai, pollastre...)	6.330,00	75.960,0	259,00	19.673.640,0
Cansaladeria, embotits	23.333,00	279.996,0	151,00	42.279.396,0
Fruita i verdura	6.133,00	73.596,0	172,00	12.658.512,0
Pesca salada i conserves	3.000,00	36.000,0	64,00	2.304.000,0
Peix fresc i marisc	17.714,00	212.568,0	157,00	33.373.176,0
Altres alimentació	24.000,00	288.000,0	96,00	27.648.000,0
No alimentació	7.426,00	89.112,0	284,00	25.307.808,0
Restauració	15.000,00	180.000,0	34,00	6.120.000,0
Total		1.235.232,00	1.217,00	169.364.532,00

La xifra resultant està molt per sota dels càlculs que es poden fer multiplicant el número de clients que declaren i el tiquet mig (tant el que declaren els operadors com el que s'ha obtingut dels clients).

No és pot considerar aquesta xifra com a vàlida, ja que si es tenen en compte les seves pròpies xifres de clients i tiquets de venda el volum resultant és molt més alt del que els venedors indiquen directament.



Impacte econòmic a través del tiquet mig





Impacte econòmic a partir del tiquet mig dels operadors

Només alimentació

	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Carn (vedella, xai, pollastre..)	62.960,93	49.350,00	58.887,01	171.197,94	629	107.683.506,78
Cansaladeria, embotits	49.571,33	40.262,53	47.521,72	137.355,58	351	48.211.807,95
Fruita i verdura	72.269,95	53.110,09	64.241,03	189.621,07	447	84.760.620,30
Pesca salada i conserves	55.449,13	44.091,75	55.920,13	155.461,01	161	25.029.222,35
Peix fresc i marisc	94.536,34	68.387,85	78.322,92	241.247,11	396	95.533.855,56
Altres alimentació	63.483,62	46.785,24	53.007,96	163.276,82	257	41.962.143,00
Mitja alimentació	66.897,63	50.649,72	60.422,12	177.969,46	2.241,00	398.829.559,43

Total 403.181.155,94

No alimentació

	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
No alimentació	56.087,70	21.687,90	29.431,76	107.207,37	531,00	56.927.111,29

Total 56.927.111,29

Bars i restauració

	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Restauració	41.221,41	17.551,38	20.700,68	79.473,47	90,00	7.152.612,57

Total 7.152.612,57

S'obté el valor econòmic a partir dels tiquets mitjos declarats pels operadors (entre setmana, divendres i dissabte) i el número de clients que diuen que tenen de mitja.

A partir d'aquí s'obté el volum econòmic de l'any, tenint en compte el número de dies comercials que te un any.

Multipliant el volum econòmic de l'any pel número de parades totals en cada sector, s'obté el volum econòmic per total de la xarxa de mercats i en cada sector.

S'ha calculat de manera separada l'alimentació de la no alimentació i la restauració, ja que tenen comportaments diferents.

Tenint en compte les dades aportades pels operadors pel que fa als seus tiquets mitjos i al número de clients que tenen de mitja, i el número de parades oficials de l'IMMB l'impacte econòmic de l'alimentació en els mercats, des del punt de vista de les dades dels operadors, estaria al voltant dels 403 milions d'euros.

L'impacte total, sumant tots els sectors seria de 467.260 milions d'euros.



Impacte econòmic declarat pels operadors (separant les dades per grups)

grup = 1,00

	FACTURACIÓ ENTRE SETMANA	FACTURACIÓ DIVENDRES	FACTURACIÓ DISSABTE	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Carn (vedella, xai, pollastre..)	786,88	2.768,42	2.937,20	146.359,79	121.810,66	138.048,17	406.218,61	225	91.399.187,56
Cansaladeria, embotits	285,70	895,73	1.084,69	53.140,78	39.412,23	50.980,31	143.533,32	106	15.214.532,32
Fruita i verdura	531,10	1.537,50	1.605,00	98.784,60	67.650,00	75.435,00	241.869,60	198	47.890.180,80
Pesca salada i conserves	335,31	1.100,00	1.237,50	62.368,13	48.400,00	58.162,50	168.930,63	54	9.122.253,75
Peix fresc i marisc	560,87	2.102,26	2.043,44	104.321,36	92.499,55	96.041,56	292.862,47	143	41.879.332,85
Altres alimentació	328,35	737,10	755,00	61.073,10	32.432,40	35.485,05	128.990,55	89	11.480.158,68
No alimentació	20,00	200,00	200,00	3.720,00	8.800,00	9.400,00	21.920,00	162	3.551.040,00
Restauració	181,76	341,88	341,88	33.808,10	15.042,90	16.068,55	64.919,55	34	2.207.264,63
Total							1.469.244,72	1.011,00	222.743.950,59

grup = 2,00

	FACTURACIÓ ENTRE SETMANA	FACTURACIÓ DIVENDRES	FACTURACIÓ DISSABTE	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Carn (vedella, xai, pollastre..)	186,08	557,53	617,24	34.611,30	24.531,30	29.010,36	88.152,96	259,00	22.831.617,54
Cansaladeria, embotits	263,20	984,75	1.029,00	48.955,20	43.329,00	48.363,00	140.647,20	151,00	21.237.727,20
Fruita i verdura	417,63	1.420,03	1.446,85	77.679,38	62.481,48	68.001,80	208.162,66	172,00	35.803.978,08
Pesca salada i conserves	226,67	455,00	480,00	42.160,25	20.020,00	22.560,00	84.740,25	64,00	5.423.375,87
Peix fresc i marisc	723,67	1.900,00	1.879,77	134.603,00	83.600,09	88.348,98	306.552,07	157,00	48.128.674,81
Altres alimentació	426,13	1.414,29	1.442,44	79.259,40	62.228,76	67.794,76	209.282,91	96,00	20.091.159,47
No alimentació	392,08	584,66	647,40	72.926,44	25.725,14	30.427,97	129.079,56	284,00	36.658.594,03
Restauració	172,19	628,13	710,00	32.026,88	27.637,50	33.370,00	93.034,38	34,00	3.163.168,75
Total							1.259.651,99	1.217,00	193.338.295,75

grup = 3,00

	FACTURACIÓ ENTRE SETMANA	FACTURACIÓ DIVENDRES	FACTURACIÓ DISSABTE	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Carn (vedella, xai, pollastre..)	280,04	937,59	1.111,06	52.088,18	41.253,78	52.219,85	145.561,82	145,00	21.106.463,21
Cansaladeria, embotits	246,80	844,28	901,76	45.904,22	37.148,51	42.382,62	125.435,35	94,00	11.790.922,75
Fruita i verdura	273,34	801,75	991,33	50.841,53	35.276,83	46.592,43	132.710,79	77,00	10.218.730,80
Pesca salada i conserves	311,65	1.283,34	1.578,96	57.967,37	56.466,83	74.211,06	188.645,26	43,00	8.111.745,98
Peix fresc i marisc	264,67	896,59	1.152,82	49.228,36	39.449,85	54.182,60	142.860,81	96,00	13.714.637,65
Altres alimentació	233,84	889,95	997,73	43.493,31	39.157,80	46.893,08	129.544,19	72,00	9.327.181,32
No alimentació	120,70	269,07	443,04	22.449,38	11.838,95	20.822,81	55.111,13	85,00	4.684.446,14
Restauració	126,00	178,50	247,00	23.436,00	7.854,00	11.609,00	42.899,00	22,00	943.778,00
Total							962.768,33	634,00	79.897.905,86

Per tal de que les dades siguin més representatives de la realitat dels mercats s'han efectuat els càlculs separant els mercats per grups.

Si es té en compte aquesta separació l'impacte econòmic a partir de les dades obtingudes dels operadors és de **496 milions d'euros**.



Impacte econòmic a partir del tiquet mig dels clients

Només alimentació

	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Carn (vedella, xai, pollastre..)	121.326,16	78.675,98	77.404,22	277.406,36	629	174.488.601,01
Cansaladeria, embotits	125.824,95	65.196,49	73.835,78	264.857,22	351	92.964.884,96
Fruita i verdura	124.801,87	78.576,43	88.595,26	291.973,56	447	130.512.181,90
Pesca salada i conserves	89.303,55	66.562,40	46.535,27	202.401,22	161	32.586.596,45
Peix fresc i marisc	212.393,17	106.023,14	129.036,74	447.453,04	396	177.191.405,50
Altres alimentació	77.806,89	46.426,14	52.312,78	176.545,80	257	45.372.271,17
Mitja alimentació	127.136,17	74.835,34	79.105,87	281.077,38	2.241,00	629.894.401,98

Total 653.115.940,99

No alimentació

	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
No alimentació	109.971,42	57.478,08	25.395,31	192.844,82	531,00	102.400.598,46

Total 102.400.598,46

Bars i restauració

	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Restauració	66.358,39	10.772,92	36.091,77	113.223,08	90,00	10.190.077,05

Total 10.190.077,05

S'obté el valor econòmic a partir dels tiquets mitjos de compra declarats pels clients en el dia en que es fa l'enquesta.

A partir d'aquí, es fa la mateixa operació que en el càlcul dels operadors però **utilitzant la xifra que aporten els clients quan declaren la despesa en cada sector** en compte de la dels operadors.

Així doncs, es calcula utilitzant el mateix mètode i dades que en el cas dels operadors, però l'import de tiquet mig que es fa servir no és el d'aquests, sinó el que declaren els clients 'a peu de mercat'.

Tenint en compte les dades aportades pels clients i el número de parades oficials de l'IMMB l'impacte econòmic de l'alimentació en els mercats estaria al voltant dels 653 milions d'euros.

L'impacte total, sumant tots els sectors seria de 765.700 milions d'euros.



Impacte econòmic a partir del tiquet mig dels clients (separant les dades per grups)

grup = 1,00

	FACTURACIÓ ENTRE SETMANA	FACTURACIÓ DIVENDRES	FACTURACIÓ DISSABTE	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Carn (vedella, xai, pollastre..)	907,18	2.733,60	3.032,83	168.735,65	120.278,54	142.543,12	431.557,30	225	97.100.393,36
Cansaladeria, embotits	655,38	1.502,49	2.384,92	121.901,34	66.109,47	112.091,33	300.102,14	106	31.810.826,74
Fruita i verdura	597,00	1.424,26	2.089,28	111.041,25	62.667,35	98.196,25	271.904,85	198	53.837.160,83
Pesca salada i conserves	393,13	1.150,00	1.176,75	73.121,25	50.600,00	55.307,25	179.028,50	54	9.667.539,00
Peix fresc i marisc	1.377,62	2.684,71	3.469,90	256.237,48	118.127,33	163.085,07	537.449,88	143	76.855.333,52
Altres alimentació	471,38	1.083,60	1.127,12	87.676,73	47.678,40	52.974,83	188.329,95	89	16.761.365,95
No alimentació	70,00	0,00	800,00	13.020,00	0,00	37.600,00	50.620,00	162	8.200.440,00
Restauració	296,46	209,98	896,05	55.141,56	9.238,94	42.114,15	106.494,65	34	3.620.818,10
Total							2.065.487,28	1.011,00	297.853.877,51

grup = 2,00

	FACTURACIÓ ENTRE SETMANA	FACTURACIÓ DIVENDRES	FACTURACIÓ DISSABTE	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Carn (vedella, xai, pollastre..)	488,79	1.095,05	1.127,62	90.914,52	48.182,15	52.998,34	192.095,01	259,00	49.752.607,31
Cansaladeria, embotits	542,98	1.567,13	1.216,43	100.993,70	68.953,60	57.171,98	227.119,28	151,00	34.295.010,89
Fruita i verdura	838,05	2.328,20	1.805,77	155.878,18	102.440,88	84.871,14	343.190,19	172,00	59.028.713,46
Pesca salada i conserves	473,76	1.467,14	527,20	88.119,36	64.554,20	24.778,49	177.452,06	64,00	11.356.931,71
Peix fresc i marisc	1.253,37	2.733,25	2.583,95	233.127,52	120.263,00	121.445,54	474.836,06	157,00	74.549.261,00
Altres alimentació	558,93	1.465,71	1.422,28	103.960,82	64.491,24	66.847,16	235.299,22	96,00	22.588.724,71
No alimentació	681,83	1.286,15	498,28	126.819,68	56.590,82	23.419,07	206.829,57	284,00	58.739.598,56
Restauració	103,08	389,44	1.022,84	19.171,95	17.135,25	48.073,66	84.380,86	34,00	2.868.949,11
Total							1.941.202,24	1.217,00	313.179.796,75

grup = 3,00

	FACTURACIÓ ENTRE SETMANA	FACTURACIÓ DIVENDRES	FACTURACIÓ DISSABTE	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Carn (vedella, xai, pollastre..)	667,02	1.823,57	1.200,50	124.065,81	80.236,94	56.423,68	260.726,43	145,00	37.805.333,02
Cansaladeria, embotits	673,95	1.350,08	1.186,98	125.355,47	59.403,40	55.788,02	240.546,88	94,00	22.611.406,86
Fruita i verdura	507,95	1.551,94	1.742,28	94.479,19	68.285,44	81.887,34	244.651,97	77,00	18.838.201,35
Pesca salada i conserves	435,39	1.288,38	1.151,15	80.981,98	56.688,50	54.104,07	191.774,55	43,00	8.246.305,53
Peix fresc i marisc	652,87	1.810,00	2.253,31	121.433,93	79.639,89	105.905,68	306.979,50	96,00	29.470.031,72
Altres alimentació	220,93	727,15	762,04	41.093,54	31.994,53	35.815,69	108.903,77	72,00	7.841.071,21
No alimentació	157,82	0,00	459,61	29.354,22	0,00	21.601,58	50.955,80	85,00	4.331.243,20
Restauració	165,60	107,67	277,40	30.801,60	4.737,46	13.037,80	48.576,86	22,00	1.068.690,88
Total							1.453.115,75	634,00	130.212.283,77

Igual com s'ha fet en els operadors, per tal de que les dades siguin més representatives de la realitat dels mercats s'han efectuat els càlculs separant els mercats per grups.

Si es te en compte aquesta separació l'impacte econòmic a partir de les dades obtingudes dels clients **és de 741 milions d'euros.**



Càlcul del mercat potencial d'alimentació fresca a Barcelona per habitant

Segons les dades del Institut Nacional de Estadística en l'enquesta de pressupostos Familiars per Catalunya, l'any 2009 (corregida tenint en compte la renda de la ciutat de Barcelona (que segons Idescat, Barcelona representa una renda familiar disponible del 116,2% sobre Catalunya base 100) el consum d'alimentació seria:

a) General Catalunya total alimentació (menys begudes i tabacs):

Any 2009:.....1.743,36 €

Any 2007 (anterior anàlisi).....1.756,50 €

El consum de l'alimentació ha baixat lleugerament en aquests dos anys.

Per sectors (principals)

- Carn (corregit per Barcelona): 495,8 euros persona i any
- Peix (corregit per Barcelona): 236,7 euros persona i any
- Fruïtes i verdures (corregit per Barcelona): 381,67 euros persona i any

Número d'habitants Barcelona: 1.619.337 € (Idescat 2009)



Càlcul de la quota de mercat de la xarxa de mercats municipals de Barcelona

Consum Barcelona ciutat (xifra teòrica)

Carn: 803 milions d'euros

Peix: 383,3 milions d'euros

Fruita i verdura: 618 milions d'euros

Vendes per grans sectors segons estudi de tots els mercats (en mils d'euros).

- **Càrnics:** 174.4 M€+ 92.96* =267.45 M€.... sobre 803 M€ total Barcelona = 33% de quota de mercat.

** molts dels que venen embotits i altres venen també alimentació seca. Entenem que aquest percentatge en termes reals ha de ser un 35/36 per cent*

- **Peix:** 177.19 M€ sobre 383 M€ (total Barcelona) = 46% de quota de mercat.

- **Fruites i verdures:** 130.5 M€ sobre 618 M€ (total Barcelona) = 21,1% de quota de mercat.

Total fresca consum residents Barcelona: 1.804,3 M€

Vendes segons estudi en fresca per mercats (s'imputa un 60% de fresca al apartat cansaladeria, embotits...) = 575 M€

Quota* = 32 %

* Si els mercats de Barcelona només venguessin a residents empadronats de Barcelona (que no és el cas).



Impacte econòmic dels supermercats dins el mercat

Per tal de calcular l'impacte total dels mercats municipals s'ha de tenir en compte, també, l'impacte que tenen els supermercats inclosos en els Mercats.

Integrats amb els Mercats municipals de Barcelona hi ha 19 superfícies en format supermercat o autoservei. La superfície comercial que ocupen és de 12.046 m².

Per calcular aquest impacte utilitzarem dades de rendiment per metre quadrat del format supermercat.

Aquestes dades les extraurem d'estudis propis realitzats per PROCOM a partir tant de dades secundàries publicades com de la investigació directa en operadors de la distribució comercial.

El rendiment m² del format supermercat que es considera és de 7.740 €/ m².

Tenint en compte aquestes xifres, l'impacte econòmic dels operadors del format supermercat dins dels Mercats municipals de Barcelona és de 93.236.040 €.



5. EVOLUCIÓ DE LES XIFRES ECONÒMIQUES I DE L'IMPACTE 2009 - 2011



Marc en el qual es desenvolupa l'anàlisi

Un dels objectius que s'han plantejat en aquest treball és estudiar l'evolució de la despesa en els mercats municipals de Barcelona des de l'any 2009 a l'actualitat, ja que l'any 2009 es va realitzar un estudi amb els mateixos objectius.

Tot i que la metodologia del present estudi s'ha desenvolupat de manera que siguin comparables els resultats, hi ha una sèrie de factors que fa que hi hagi variacions i que convé que es tinguin clars:

1. S'ha d'entendre que l'anàlisi actual, en el 2011, es desenvolupa en temps de crisi econòmica pronunciada, i que les percepcions i els comportaments de compra dels consumidors estan molt influenciades per l'entorn econòmic general i les contínues dades econòmiques negatives que es van comunicant.

Així, a aquest anàlisi de l'evolució li afecten diferents variables, que unes sumen damunt les altres:

- Diversos mercats en rehabilitació i processos de millora, que provoquen les conseqüents carpes provisionals i una disminució del número de parades totals (que és un dels criteris pels quals es multiplica per a conèixer l'impacte econòmic total).
- Una menor despesa en el tiquet mig dels productes que es consumeixen en els mercats per part dels compradors, alhora que un menor tiquet de venda declarat pels operadors.
- Un menor número de clients de mitja declarats pels operadors, a l'hora que un major número de clients (en relació a l'anterior estudi) que no compren el producte aquell dia.



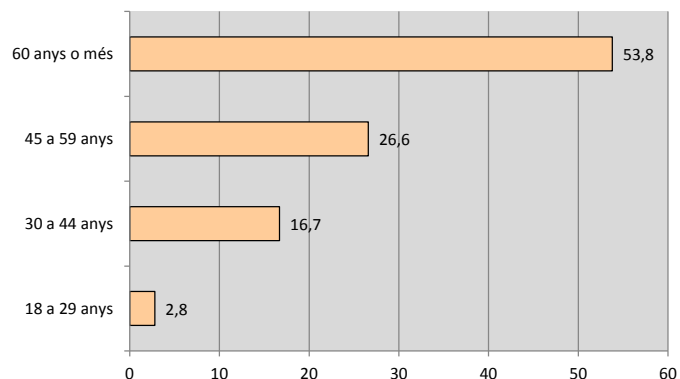
Marc en el qual es desenvolupa l'anàlisi

2. En l'estudi de l'any 2009, en la metodologia de recollida d'informació per part dels compradors al mercat, es va forçar la mostra, de manera que totes les edats estessin ben representades i s'obtingués informació de tots els trams d'edat.

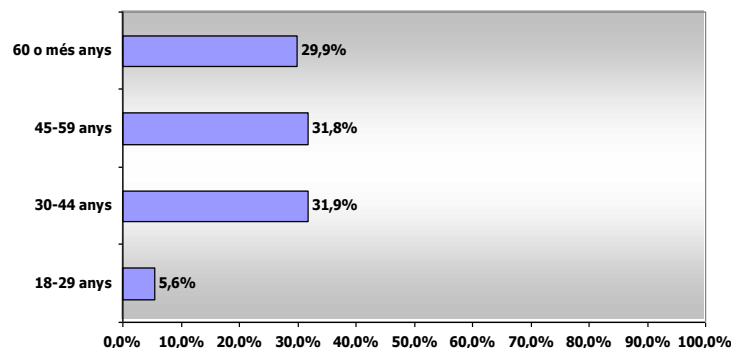
Aquesta decisió metodològica va provocar que més o menys la mostra es dividís en 3 parts d'un terç cadascuna, donant un pes molt important a les edats més joves i distribuïnt-la i dividint-la en: 1/3 de 30 a 44 anys, 1/3 de 45 a 59 anys i 1/3 de 60 anys o més.

La realitat dels compradors del mercat, però, no és aquesta, com s'ha vist en els resultats de l'estudi realitzat l'any 2011. En aquest cas, no s'ha forçat la mostra i el muestreig s'ha realitzat aleatòriament, de manera que la mostra s'acostés en major grau a l'univers i per tant a la realitat. Això ha fet que el pes de les edats més avançades en la mostra sigui molt superior a les edats més joves, com és en realitat el perfil de la clientela del mercat.

Aquesta situació afecta als resultats i per tant també a les comparacions, ja que alguns comportaments de compra i de despesa varien en funció de l'edat del comprador i per tant, modifiquen les mitges dels resultats.



2011



2009



Marc en el qual es desenvolupa l'anàlisi

3. En l'estudi de l'any 2009, per tal de fer el recompte dels establiments del mercat es va utilitzar una font externa a l'Institut de mercats municipals del Barcelona.

La font utilitzada va ser el Cens de Mercats de la Direcció general de comerç de la Generalitat de Catalunya. Aquest cens de mercats es confecciona a partir de l'aportació particular de cada mercat a una base de dades pública. Es va utilitzar aquesta font per qüestions de simplificació metodològica, ja que la classificació de sectors comercials s'assemblava més a la classificació de botigues que entenen els compradors i en aquell moment es va considerar una font vàlida.

En l'estudi d'aquest any, i també amb la finalitat d'acostar-nos molt més a la realitat, s'ha desestimat la font anterior com a fiable, ja que està en procés de revisió i en fase d'actualització i s'ha considerat que les dades no tenien la consistència desitjada en aquest moment. També perquè s'ha considerat que la font que més s'acosta a la realitat és la que pot proporcionar l'Institut de Mercats de Barcelona en les seves bases de dades. Tot i això s'ha hagut d'elaborar un treball d'adaptació de les dades, per tal d'homogeneïtzar els sectors comercials que s'han utilitzat en l'estudi amb els que proporcionava la Font (que són molt diversos) i també s'han hagut de convertir les parades (unitat de mesura de l'IMMB) en establiments (és a dir, botigues individuals).

És per aquesta raó, en utilitzar-se dues fonts diferents, amb una diferència significativa del número de parades totals, les dades en les quals apareixen càlculs utilitzant com a variable el número de parades, no poden ser comparables directament. Per homogeneïtzar la comparació, en els càlculs on ha estat necessari, s'ha efectuat una correcció en el número de parades.

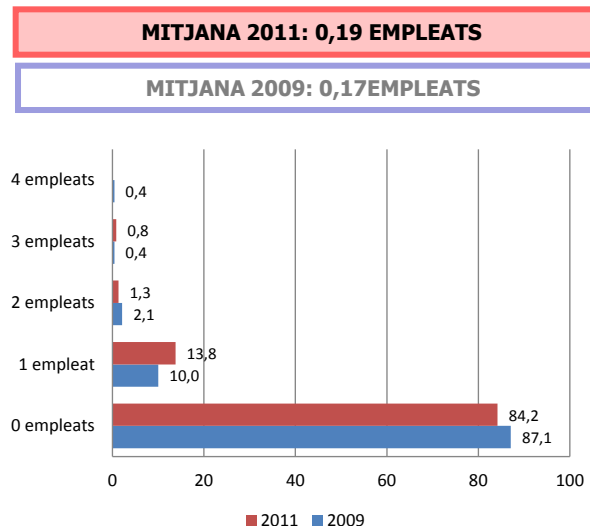
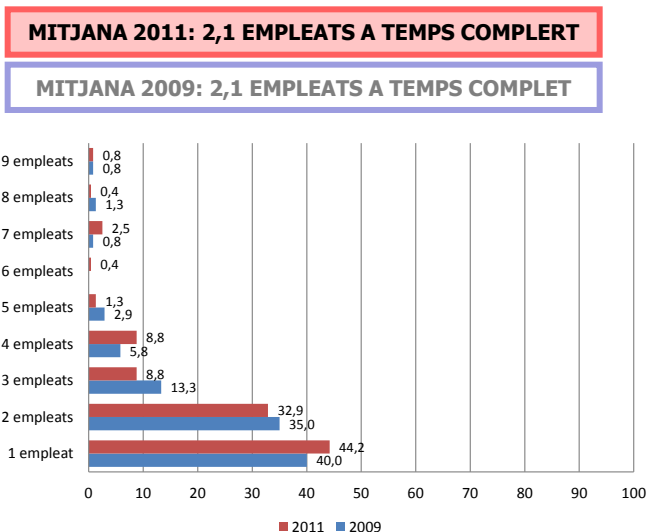
També s'ha de constatar, a més a més de les possibles diferències metodològiques, que en la realitat hi ha hagut un descens de les parades reals del mercat, provocat, sobretot, pels processos de rehabilitació i modernització dels mercats, uns mercats perquè estan en edificis provisionals i altres, perquè, els nous mercats inaugurats, tenen en general un menor número d'establiments (encara que moltes vegades es corresponen als establiments que restaven tancats en els mercats vells).

La diferència de parades del 2009 al 2011, es d'aproximadament unes 307 de menys.



El número de treballadors de la xarxa de mercats de Barcelona (2009 -2011)

El número de treballadors de mitja per establiment és estable.



Tot i que el número de treballadors per establiment és estable i les mitjanes són semblants a l'any 2011 que a les obtingudes a l'any 2009, com que el número de parades reals comptabilitzades és menor, la xifra de treballadors total vinculats a la xarxa de mercats disminueix.

S'estima que el nombre total de treballadors als Mercats municipals de Barcelona en el 2011 és de 6.467 persones (5.924 a temps complet i 543 a temps parcial).

Al 2009 es va considerar un nombre d'empleats de 7.793, el que implicaria una davallada del 17%.

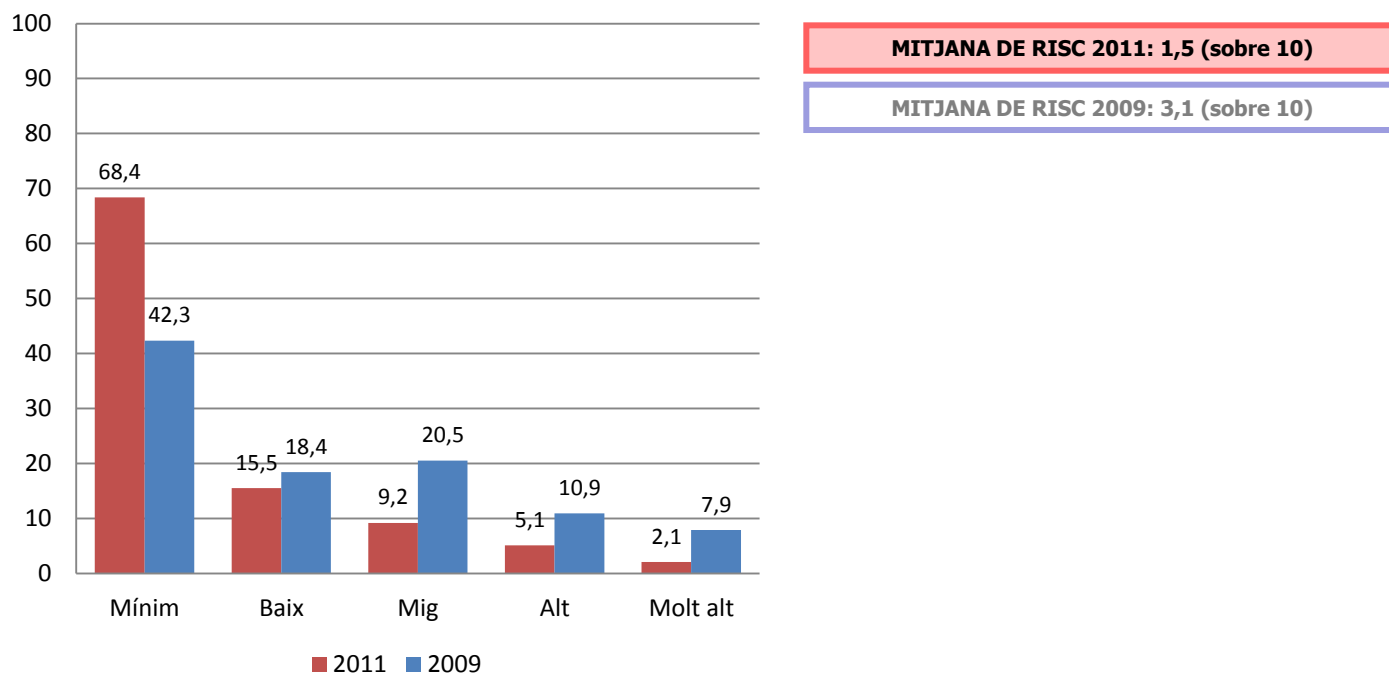
Fent la correcció de parades per homogeneïtzar-les a la realitat i que sigui més comptable, llavors la disminució seria del 13% de menys de persones vinculades amb la xarxa de mercats de Barcelona.



Dades d'evolució pel que fa als **OPERADORS** (2009 – 2011)

El clima de futur de negoci percebut pels operadors ha millorat

- En el 2011 hi ha un 84% dels operadors que considera que el risc que hagi de tancar el seu establiment en el proper any és mínim o baix, mentre que aquesta xifra, en el 2009 era només del 61%. El 19% en el 2009 considerava un risc alt o molt alt de tancament. Aquesta xifra s'ha reduït fins a només un 7%.





El volum de clients que declaren que tenen de mitja els operadors ha disminuït.

- Segons els venedors el número de clients que tenen al dia disminuït del 23 al 26% de menys en funció del dia de compra.
 - El moment de compra en que el número de clients ha disminuït més és entre setmana. El divendres és el dia que disminueix en menor mesura.
 - Disminueix en tots els sectors excepte en la fruita i la verdura, en que augmenten els compradors que els establiments tenen de mitja, en tots els moments de compra analitzats. El moment de compra que més augmenta és el dissabte, en que ho fa en un 21% més de clients.
 - El sector que més disminueix en número de clients mitjos per parada és la carn i el dia que aquesta davallada és més gran és el dissabte.
 - Per grups, el que menys disminueix entre setmana és el grup 1 i el que més són els mercats que pertanyen al grup 2. En canvi els dissabtes el grup que nota més la disminució és el grup 1, mentre que els altres dos es mantenen igual en número mig de clients que en l'any 2009.



Volum de clients entre setmana, divendres i dissabte

MITJANES	Volum de clients entre setmana		Volum de clients divendres		Volum de clients dissabte		Volum de clients entre setmana	Volum de clients divendres	Volum de clients dissabte
	2009	2011	2009	2011	2009	2011	Diferencia 2011 (en negatiu)		
Carn	60,0	39,2	108,0	78,0	131,3	82,0	35%	28%	38%
Aus, caça, ous	60,8	44,5	107,8	85,3	109,4	80,8	27%	21%	26%
Xarcuteria, embotits, formatges	73,3	46,4	145,0	91,0	158,9	97,9	37%	37%	38%
Fruita i verdura	53,1	55,3	100,3	107,6	95,0	115,2	-4%	-7%	-21%
Peix salat i conserves	56,0	43,1	96,5	96,5	110,5	103,5	23%	0%	6%
Peix i marisc	85,2	61,3	115,0	110,9	138,0	112,8	28%	4%	18%
Llegums i precuinats	79,4	64,0	147,2	111,3	151,7	111,3	19%	24%	27%
Altres alimentació	65,4	66,0	147,9	119,7	137,5	130,3	-1%	19%	5%
Total	64,9	48,2	115,7	89,3	124,1	94,0	26%	23%	24%

MITJANES	Volum de clients entre setmana		Volum de clients divendres		Volum de clients dissabte		Volum de clients entre setmana	Volum de clients divendres	Volum de clients dissabte
	2009	2011	2009	2011	2009	2011	Diferencia 2011 (en negatiu)		
Grup 1	81,4	63,4	163,3	115,0	180,2	118,1	22%	30%	34%
Grup 2	67,9	46,3	105,0	85,0	86,5	86,8	32%	19%	0%
Grup 3	54,5	39,4	101,4	75,6	85,6	85,5	28%	25%	0%
Total	64,9	48,2	115,7	89,3	124,1	94,0	26%	23%	24%



Hi ha una tendència a la disminució pel que fa tiquet mig de venda dels operadors

- Pel que fa al tiquet mig que declaren tenir els operadors, també hi ha diferències, tendint a la disminució del tiquet mig al 2011 respecte al 2009.
 - El moment de compra en que el tiquet mig es manté més similar és entre setmana, en que la davallada mitja es situa entorn de l'11%. El tiquet mig del dissabte és el que manté una disminució més alta en tots els sectors.
 - El sector que més nota la davallada és, amb força diferència, la Xarcuteria, embotits, formatge. Li segueix el Peix i marisc i la Carnisseria.
 - El sector que menys nota la disminució del tiquet mig, és, igual que ja passava amb el número de compradors mitjos, la Fruita i la verdura.
 - Pel que fa als grups de mercats, el que menys davalla pel que fa al tiquet mig, són els mercats que pertanyen al grup 3, que tenen tiquets molt similars als del 2009, però mantenint-se en els volum de tiquet més baix.
 - Els mercats que més disminueixen, com ja feien en número de clients, són els mercats del grup 2.
 - En els mercats del grup 1 i del grup 2 el tiquet mig entre setmana, no només no disminueix, sinó que s'incrementa en valors que van del 12% en el grup 1 al 20% en el grup 3.



EVOLUCIÓ DE LA DESPESA I IMPACTE '09-'11

Tiquet mig entre setmana, tiquet mig divendres, tiquet mig dissabte

MITJANES	Tiquet mig entre setmana		Tiquet mig divendres		Tiquet mig dissabte		Tiquet mig entre setmana	Tiquet mig divendres	Tiquet mig dissabte
	2009	2011	2009	2011	2009	2011			
Carn	11,2	8,9	21,8	14,55	22,4	15,53	21%	33%	31%
Aus, caça, ous	7	7,08	11,6	12,81	12,6	15,07	-1%	-10%	-20%
Xarcuteria, embotits, formatges	10,1	5,75	19,1	10,06	21	10,33	43%	47%	51%
Fruïta i verdura	8,1	7,03	16	11,22	17,7	11,87	13%	30%	33%
Peix salat i conserves	8	6,92	15,7	10,38	17,3	11,5	14%	34%	34%
Peix i marisc	12,2	8,29	20,7	14,11	23,3	14,78	32%	32%	37%
Llegums i precuinats	6,1	4,37	10,5	7,93	12,2	8,83	28%	24%	28%
Altres alimentació	7,6	5,74	12,4	9,81	13,9	9,34	24%	21%	33%
Total	9,2	8,19	16,9	12,32	18,4	13,13	11%	27%	29%

MITJANES	Tiquet mig entre setmana		Tiquet mig divendres		Tiquet mig dissabte		Tiquet mig entre setmana	Tiquet mig divendres	Tiquet mig dissabte
	2009	2011	2009	2011	2009	2011			
Grup 1	7,1	7,93	15,2	13,38	17,6	14,37	-12%	12%	18%
Grup 2	11	5,77	20	8,55	22,2	9,23	48%	57%	58%
Grup 3	8,8	10,59	15,3	15,15	15,9	15,96	-20%	1%	0%
Total	9,2	8,19	16,9	12,32	18,4	13,13	11%	27%	29%



La percepció directa majoritària dels operadors dels mercats és que en aquests últims dos anys els ha disminuït les diferents variables comercials i econòmiques de l'empresa.

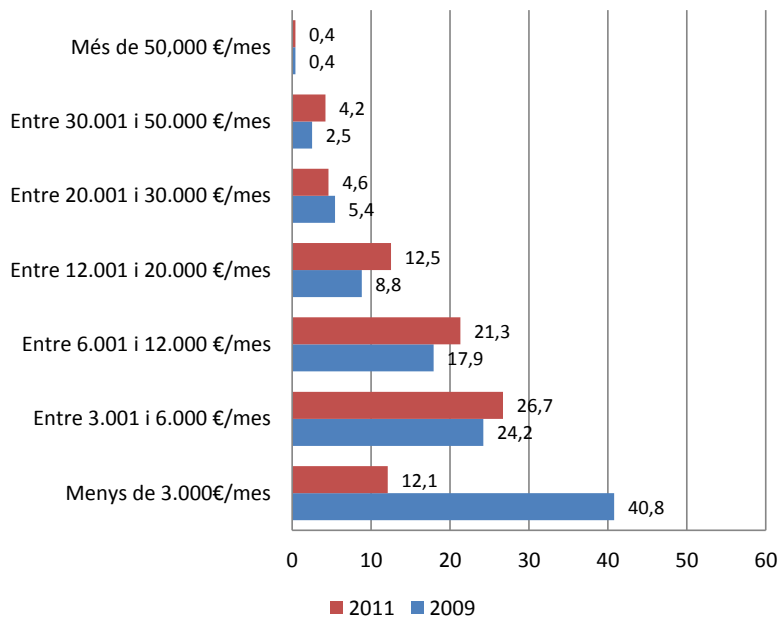
- A més a més de les comparacions realitzades a nivell de resultats quantitatius declarats, s'ha preguntat directament als operadors sobre la seva situació i evolució en aquests dos últims anys.
 - Tots els operadors declaren que en aquests últims anys han disminuït tots els valors que intervenen en el seu resultat econòmic: el número de compradors, la freqüència de les visites dels que compren, i el tiquet mig.
 - Resultat de tot això, també declaren que els ha disminuït la facturació anual. Tot i aquesta dada, extreta de manera més subjectiva, quan se'ls demana que declarin els ingressos mensuals, la xifra de facturació resultat és superior a l'obtinguda al 2009. (veure pàgina següent).
 - Els percentatges de disminució de tots els valors estan al voltant del 30% en tots els casos. El grup que ha disminuït més el Grup 3.

ULTIMS DOS ANYS				
	69,6% d'operadors han baixat VOLUM COMPRADORS	60,4% d'operadors han baixat FREQUÈNCIA VISITES	74,6% d'operadors han baixat TIQUET MIG	80,8% operadors han baixat FACTURACIÓ ANUAL
MITJANES	Volum compradors: % disminució	Freqüència visita compradors: % disminució	Tiquet mig: % disminució	Facturació anual: % disminució
Carn	28,2	31,5	24,6	29,7
Aus, caça, ous	29,1	30,4	32,5	29,2
Xarcuteria, embotits, formatges	27,9	28,3	27,6	24,9
Fruita i verdura	31,2	27,7	29,5	27,2
Peix salat i conserves	23,1	20,0	14,2	20,8
Peix i marisc	28,9	26,6	28,8	34,3
Llegums i precuinats	36,1	28,9	33,0	44,2
Altres alimentació	27,7	30,0	26,9	29,8
Total	31,3	27,7	27,5	30,1

ULTIMS DOS ANYS				
	69,6% d'operadors han baixat VOLUM COMPRADORS	60,4% d'operadors han baixat FREQUÈNCIA DE VISITES	74,6% d'operadors han baixat TIQUET MIG	80,8% operadors han baixat FACTURACIÓ ANUAL
MITJANES	Volum compradors: % disminució	Freqüència visita compradors: % disminució	Tiquet mig: % disminució	Facturació anual: % disminució
Grup 1	25,9	26,2	25,0	26,5
Grup 2	31,6	25,7	24,8	
Grup 3	35,0	31,3	31,6	
Total	31,3	27,7	27,5	30,1



Segons els operadors, la mitjana de vendes al mes (facturació) en les botigues dels mercats és superior en el 2011 que no pas en el 2009.



MITJANA 2011: 10,936 €/mes

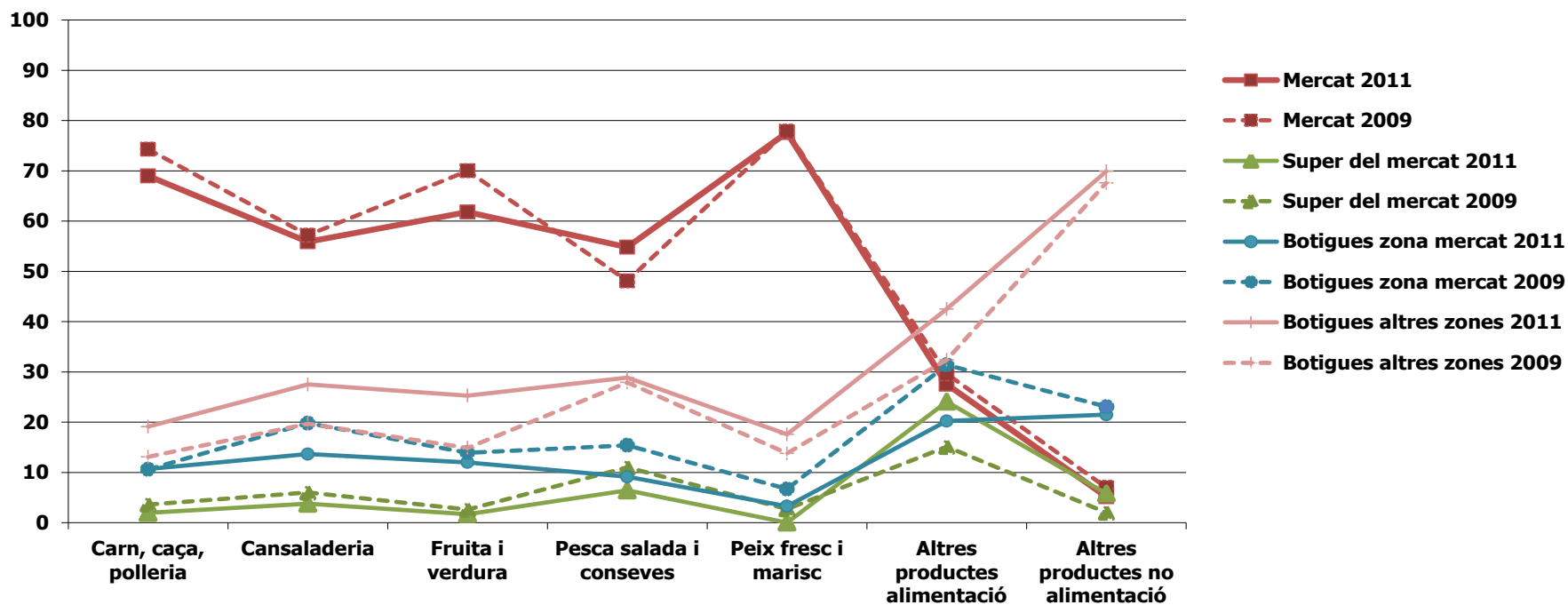
MITJANA 2009: 7.511,70 €/mes

Aquesta dada, que aporten directament els operadors entrevistats, es considera baixa si tenim en compte el càlcul del resultat de multiplicar els clients mitjos i el tiquet de venda mig que ells mateixos aporten també. Això passa tant al 2011 i en molt major mesura va passar al 2009.



Dades d'evolució pel que fa als **CLIENTS** (2009 – 2011)

La quota de mercat dels mercats han disminuït lleument des del 2009, excepte en el sector del peix, que es manté i el sector de la pesca salada i conserves, que augmenta.

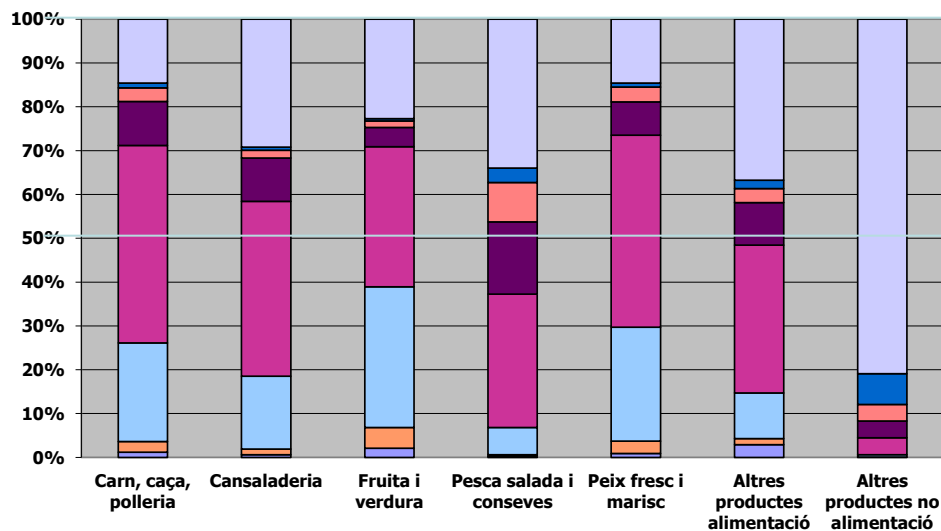




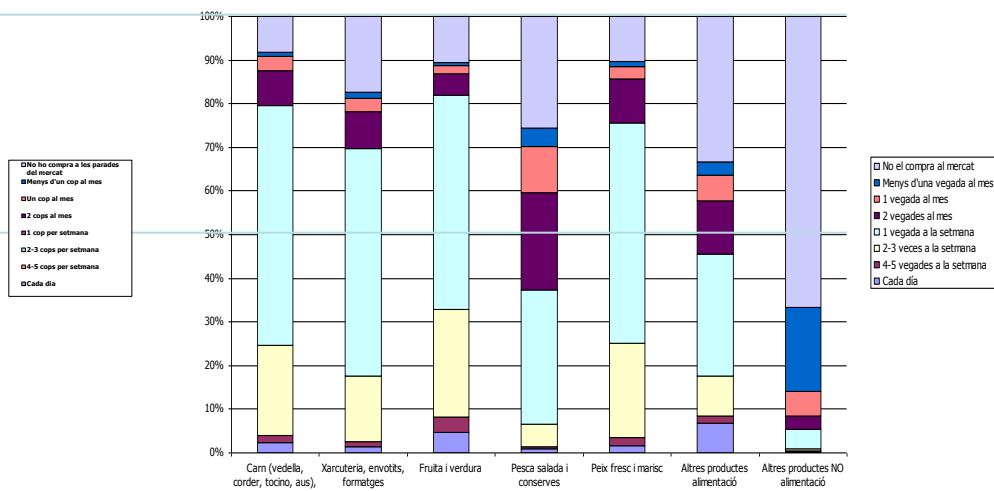
Dades d'evolució pel que fa als **CLIENTS** (2009 – 2011)

En general, en tots els productes, s'ha reduït, tot i que moderadament, la freqüència de compra en el mercat respecte a l'any 2009.

En la majoria de productes, excepte en la fruita i la verdura (en que la freqüència de compra és més alta), es compra una vegada a la setmana al mercat.



2011



2009



Dades d'evolució pel que fa als **CLIENTS** (2009 – 2011)

NOTA:

Com s'ha indicat a l'inici per tal que els resultats d'aquest estudi s'acostessin al màxim a la realitat dels Mercats municipals de Barcelona, en la metodologia aplicada, la mostra dels compradors del mercat obtinguda en el treball de camp no s'ha volgut forçar de cap en cap sentit, per no sesgar la mostra en cap direcció concreta, de manera que els clients als quals s'ha preguntat fossin un reflex dels clients reals que hi ha en aquell moment comprant al mercat.

En l'estudi anterior, del 2009, la mostra va ser forçada en edats, donant un pes molt important a les edats més joves i distribuint-la i dividint-la en, pràcticament, 1/3 de 30 a 44 anys, 1/3 de 45 a 59 anys i 1/3 de 60 anys o més.

Aquesta mostra, però, no s'ajusta del tot a la realitat i provoca que els resultats estiguin segats cap als comportaments de les edats més joves, que són les que tenen tiquets de compra més alts en el mercat.

Amb l'objectiu de poder comparar les dades de l'impacte econòmic actual amb els obtingudes a l'any 2009, s'han ponderat les dades actuals, de manera que fossin més assimilables als resultats obtinguts en l'estudi anterior.

En les pàgines següents s'indiquen els resultats comparables.



Comparació amb les variables ponderades: tiquet de compra mig en el mercat

	%verticals	Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
			Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati
CARN, CAÇA, AVIRAM	Despesa	17,58	15,79	16,49	22,16	20,19
CANSALADERIA, EMBOTIT, FORMATGE	Despesa	14,35	13,01	16,18	16,29	16,05
FRUITA I VERDURA	Despesa	13,25	11,74	12,55	16,6	16,37
PEIX SALAT I CONSERVES	Despesa	10,72	10,19	12,1	15,67	9,57
PEIX FRESC, MARISC	Despesa	19,51	17,22	20,03	21,72	24,35
ALTRES PRODUCTES ALIMENTACIÓ	Despesa	7,14	6,26	6,56	9,5	9,03
PRODUCTES NO ALIMENTARIS	Despesa	25,82	28,94		44,63	15,54

Tiquets de compra mitjos 2011 – sense ponderar per edats

		Total	DIA DE COMPRA I HORA DE COMPRA			
			Matí entre setmana	Tarda entre setmana	Divendres tarda	Dissabte mati
CARN, CAÇA, AVIRAM	Despesa	18,35	16,31	18,24	22,33	20,78
CANSALADERIA, EMBOTIT, FORMATGE	Despesa	14,59	13,04	16,11	16,21	16,46
FRUITA I VERDURA	Despesa	13,73	12,13	12,79	15,83	17,07
PEIX SALAT I CONSERVES	Despesa	10,38	9,83	12,7	14,12	9,35
PEIX FRESC, MARISC	Despesa	20,11	17,42	20,1	21,71	24,94
ALTRES PRODUCTES ALIMENTACIÓ	Despesa	7,49	6,59	6,05	10,4	8,71
PRODUCTES NO ALIMENTARIS	Despesa	25,8	28,19		48,59	16,8

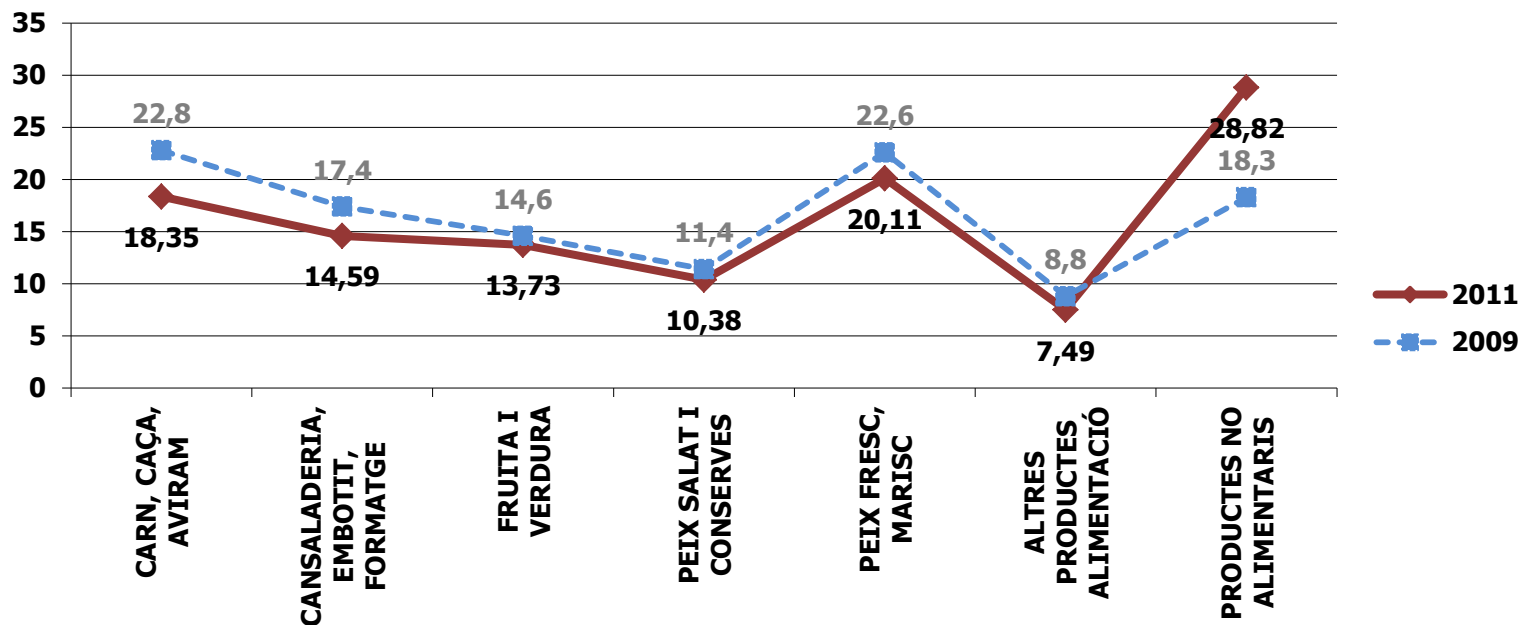
Tiquets de compra mitjos 2011 –ponderats per edats

Els dos quadres mostren les dades del 2011, però en l'inferior s'han ponderat les dades per edat, de manera que fossin més comparables a les resultants en l'estudi del 2009.

El comportament dels joves i sobretot, adults (de 30 a 59 anys), que tenen una despesa superior en el seu tiquet mig que els més grans, afecta als resultats de despesa efectuada en el mercat.



Els tiquets de compra mitjos obtinguts per part dels compradors en el 2011 són inferiors en volum que els obtinguts en l'estudi del 2009.



MITJANA DE TOTS ELS TIQUETS (Independentment del sector) 2011 : 14,69 €

MITJANA DE TOTS ELS TIQUETS (independentment del sector) 2009: 17,82 €



	DESPESA MITJA ENTRE SETMANA		DESPESA MITJA DIVENDRES		DESPESA MITJA DISSABTE		Despesa mitja entre setmana	Despesa mitja divendres	Despesa mitja dissabte
	2009	2011	2009	2011	2009	2011	Diferencia 2011 (en negatiu)		
Carn (vedella, xai, pollastre...)	19,23	17,28	25,27	22,33	24,86	20,78	10,2%	11,6%	16,4%
Cansaladeria, embotits	14,81	14,58	21,00	16,21	18,51	16,46	1,6%	22,8%	11,1%
Fruita i verdura	12,01	12,46	17,80	15,83	15,71	17,07	-3,8%	11,1%	-8,6%
Pesca salada i conserves	11,97	11,27	10,98	14,12	11,47	9,35	5,9%	-28,6%	18,5%
Peix fresc i marisc	19,35	18,76	24,36	21,71	25,21	24,94	3,1%	10,9%	1,1%
Altres alimentació	9,33	6,32	8,25	10,40	8,58	8,71	32,3%	-26,1%	-1,5%
No alimentació	25,02	28,19	14,33	48,59	10,02	16,80	-12,7%	-239,2%	-67,7%
Restauració	3,67	4,14	5,50	1,76	3,77	5,93	-12,8%	68,0%	-57,4%

- El tiquet mig de compra que més baixa és el que es compra entre setmana.
- En general, la cansaladeria i embotits és el sector que més davalla, seguit de la carn.
- El peix fresc i marisc, entre setmana i dissabte te davallades lleus, és el divendres el dia que es nota més el seu decrement, fins a un 11% de menys.
- La fruita i la verdura és el sector que millor aguanta, excepte el divendres, que també baixa, la despesa mitja dels compradors entre setmana i els dissabtes augmenta en aquest sector.
- El tiquet mig de no alimentació en el mercat incrementa. En aquest sentit s'ha de tenir en compte que s'ha considerat en la mostra el mercat nou (provisional) dels encants de Sant Antoni, que fan incrementar el tiquet de venda, ja que te una oferta molt específica i amb molta varietat.



Impacte econòmic a partir del tiquet mig dels clients (ponderant les edats)

Només alimentació

	DESPESA ENTRE SETMANA	DESPESA DIVENDRES	DESPESA DISSABTE	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Carn (vedella, xai, pollastre...)	711,38	1.801,81	1.695,02	132.317,52	79.279,54	79.666,16	291.263,21	629	183.204.560,35
Cansaladeria, embotits	675,55	1.474,46	1.611,10	125.652,53	64.876,31	75.721,93	266.250,77	351	93.454.019,74
Fruita i verdura	688,66	1.702,99	1.965,61	128.091,54	74.931,62	92.383,69	295.406,86	447	132.046.864,77
Pesca salada i conserves	485,30	1.363,14	967,35	90.265,09	59.978,37	45.465,50	195.708,96	161	31.509.142,79
Peix fresc i marisc	1.150,18	2.408,51	2.811,99	213.932,66	105.974,33	132.163,30	452.070,28	396	179.019.831,75
Altres alimentació	412,44	1.212,54	1.073,59	76.714,44	53.351,58	50.458,95	180.524,97	257	46.394.916,11
Mitja alimentació	700,02	1.685,89	1.713,93	130.203,38	74.179,09	80.554,54	284.937,01	2.241,00	638.543.843,98

Total 665.629.335,50

No alimentació

	DESPESA ENTRE SETMANA	DESPESA DIVENDRES	DESPESA DISSABTE	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
No alimentació	575,92	1.422,23	584,14	107.121,44	62.578,09	27.454,39	197.153,92	531,00	104.688.730,14

Total 104.688.730,14

Bars i restauració

	DESPESA ENTRE SETMANA	DESPESA DIVENDRES	DESPESA DISSABTE	any entre setmana (186 dies labo)	divendres a l'any (44 divendres)	dissabtes a l'any (47)	VOLUM ECONÒMIC ANY (suma)	NÚMERO DE PARADES	TOTAL TOTS MERCATS
Restauració	359,37	242,09	847,99	66.843,35	10.651,87	39.855,53	117.350,75	90,00	10.561.567,69

Total 10.561.567,69

Tenint en compte els valors ponderats el volum econòmic a partir dels clients compradors al mercat és de 780.879.633 €



Comparació impacte econòmic xarxa de mercats 2009 - 2011

2011

810.073.945 €

El volum econòmic de la xarxa de mercats de Barcelona plenament comparable amb el del 2009 és de 810 milions d'euros.

L'impacte econòmic dels mercats de Barcelona (total, sense comptar superfície de supermercat) del 2009 està influenciada per una xifra de parades sobredimensionades.

Per tal de comparar, doncs, hem de fer un càlcul d'aproximació de les parades. Tenint en compte la mateixa proporció de dimensió que al 2009 (ja s'ha explicat que unes 300 parades de més), el resultat és el següent:

2009

999.493.476 €

Comparant amb la xifra resultant de l'estudi del 2009, suposa una davallada del 18,8% del global del resultat de vendes totals dels mercats.

Si no tinguéssim en compte la disminució del número de parades real i només consideréssim els resultats econòmics de les parades (es a dir, assimilant els resultats econòmics al mateix número de parades que al 2009) s'hauria de considerar que hi ha hagut una reducció econòmica del 10,24%, ja que el volum econòmic resultant seria de:

2011

897.111.193 €



6. RESUM DE LES DADES DEL TREBALL



S'ha realitzat un Estudi amb la finalitat de conèixer l'impacte econòmic directe de la xarxa de Mercats de Barcelona

- S'han realitzat 2000 enquestes a clients i 240 entrevistes a operadors de mercats i amb aquesta informació s'ha realitzat dos tipus d'anàlisi per arribar a la conclusió d'obtenir l'impacte econòmic dels mercats.
- S'ha treballat amb una mostra de 10 mercats de Barcelona. Els mercats seleccionats són els següents, classificats en 3 grups en funció de les seves característiques:
 - Grup 1 → Mercat de la Concepció, Mercat de la Mercè i Mercat de Santa Caterina.
 - Grup 2 → Mercat de la Barceloneta, Mercat del Carmel, Mercat de Sant Antoni (provisional) i Mercat de Sarrià.
 - Grup 3 → Mercat d'Abaceria, Mercat de Provençals, Mercat de Sant Andreu.
- S'ha obtingut informació bàsica de caràcter quantitatiu (tiquets mitjos de compra i despesa en els diferents àmbits dels mercats) i d'altre de caràcter més qualitatiu: perfils tant d'operadors com de clients; hàbits de compra dels clients; gestió de les parades; etc.

Els Mercats municipals de Barcelona

Tenint en compte, només els mercats que podem anomenar com a alimentaris, que s'especialitzen principalment en l'alimentació fresca, més el mercat dels Encants de Sant Antoni (provisional), la xarxa de mercats de Barcelona compta amb 2.862 establiments. (es considera "establiment" la botiga que un comprador pot considerar individual i on adquirir el seu producte. Aquesta botiga pot estar formada per una o més parades de mercat. En l'estudi sempre es consideren els establiments, ja que és la unitat que el comprador percep i per tant, és l'única comparable amb les respostes de la demanda.



Anàlisi dels OPERADORS dels Mercats municipals de Barcelona

El perfil de l'operador del mercat és el d'una persona (dona, 56%, o home 44%), d'una mitja d'edat de 49,9 anys, que viu majoritàriament a Barcelona (70% dels casos), i que te estudis secundaris (43,3%).

De cada 10 operadors, 2 tenen més d'1 establiment, ja sigui en els mercats o fora d'ells

- En el 12% dels casos els operadors tenen 2 establiments, mentre que un 10% són propietaris de 3 o més establiments, considerant que poden ser en un mercat o en un altre tipus de format comercial.
- El mercat del Carmel destaca, ja que el 77% dels operadors tenen més d'un establiment, tant sigui en el propi mercat com en altres de Barcelona o fora dels mercats.

El 14% dels operadors tenen més d'un establiment en el mercat, la mitjana es situa en 1,2 establiments / operador

Només el 9% dels operadors tenen un altre establiment en algun altre mercat, i el 4% dels operadors tenen algun altre establiment fora d'un mercat municipal.

Característiques dels establiments

Gairebé el 40% dels operadors fa més de 25 anys que tenen la parada. La mitjana d'antiguitat de les parades és de 23,6 anys.

- Els operadors amb establiments de mercats del grup 1 són els que tenen parades amb menys antiguitat. Una mitja de 20,9 anys en el grup 1, mentre que en el grup 2 la mitja d'antiguitat és de 25,2 anys.
- El sector de llegums i pre-cuintats són els que tenen una mitja d'antiguitat dels establiments més baixa.



La mitjana de metres lineals dels establiments es situa en 8,45 metres. Això suposa una mitjana de 18,48 m² de superfície per establiment.

- Els establiments del grup 1 són, amb diferència, els que tenen una superfície de venda més gran (26 m² de mitja, força per sobre dels establiments del grup 3 que tenen una superfície de 15 m² de mitja).

Treballadors

En el 57% dels casos com a mínim hi ha 2 treballadors a temps complet per establiment. La mitja d'empleats a temps complet per establiment és de 2,07.

- El sector que compta amb més treballadors és la Restauració (2,64 treballadors de mitja), el Peix i marisc (2,34 treballadors de mitja) i la xarcuteria (2,31 treballadors).
- En els establiments del grup 1 és on més treballadors de mitja hi ha, 2,68 per damunt dels establiments del grup 3 en que la mitja és de 1,56 treballadors per botiga.

En el 14% dels casos hi ha com a mínim un treballador a temps parcial per establiment.

- La mitjana de treballador a temps parcial per establiment és de 0,2 treballadors.
- En el sector de la restauració, en el 36% dels casos tenen un o més treballadors a temps parcial.
- Els treballadors a temps parcial, treballen una mitja de 61 hores al mes.

A partir de les dades de treballadors dels establiments es pot concloure que aproximadament hi ha 6.738 persones treballadores vinculades directament amb els operadors dels Mercats municipals de Barcelona.

- Es pot afirmar que hi ha aproximadament 6.266 treballadors a temps complet i 472 a temps parcial treballant als Mercats.



Proveïment

Mercabana és el lloc de proveïment més important de les parades del mercat, seguit dels distribuïdors i d'altres majoristes

- Els dos sectors que es proveeixen bàsicament a Mercabarna són la fruita i la verdura i el Peix i Marisc (més del 92%). En menor percentatge el sector de la carn, que ho fa en un 35%.

Futur

Risc de tancament del negoci a curt termini: El 84% dels operadors consideren que el risc que hagin de tancar els seus establiments el proper any és mínim o baix, mentre que el 7% considera que és alt o molt alt

- A nivell global, la mitjana de risc de tancament en una escala de 0 a 10 es situa en un nivell de 1,53.
- Els mercats del grup 3 són els que perceben més risc de tancament de mitja.

Quasi el 60% dels operadors preveuen continuar en el mercat més de 15 anys més, mentre que un 15% preveu tancar abans de 5 anys

- Els mercats del grup 1 i 3 són els que tenen unes expectatives de futur més curtes, un 20% preveu tancar abans de 5 anys, i sobre un 10% entre 6 i 10 anys.
- Els sectors de pesca salada i conserves, i aus, caça i ous, són els que es preveuen amb més futur de permanència seguits dels Llegums i precuinats.
- Dels operadors que han declarat tenir previsió de tancar abans de 5 anys, el 70% es per jubilació i un 25% es per motius econòmics.

Per al 75% dels operadors, els ingressos que provenen del negoci del Mercat són la font principal d'ingressos de la família.



Volum de compradors

La mitjana de clients un dia feiner, entre dilluns i dijous es situa en 48,2 clients al dia per establiment. Els sectors de Altres alimentació, la Restauració i el Peix i marisc són els sectors que compten amb un major número de clients per dia entre setmana

- El 33% dels operadors tenen com a màxim de clients 30 al dia, el 38% entre 30 i 50 clients, i el 28,8% tenen més de 50 clients al dia
- Hi ha diferències significatives segons els grup de mercats, els mercats del grup 1 tenen la mitjana més alta de clients amb 63,4, al dia de mitja entre setmana, li segueix el grup 2 amb 46,3 i finalment el grup 3 amb 39,4 clients / dia.
- El Mercat de la Concepció, amb 76 clients per establiment de mitjana al dia entre setmana, el de la Barceloneta, amb 63,5, i el de la Mercè, amb 61 són els mercats on els establiments tenen més clients al dia.

La mitjana de clients en divendres es situa en 89 per establiment. El 64% de les botigues tenen més de 50 clients al dia en un divendres. Els mercats del grup 1 són els que tenen més clients en divendres, la mitja s'incrementa a 115.

- El Mercat de la Concepció, el de la Barceloneta, la Mercè, i Santa Caterina, són els que tenen establiments amb més clients els divendres.

El dissabte és el dia de la setmana amb una mitjana de clients més elevada per establiment, situant-se en 94. Quasi el 30% dels operadors tenen més de 100 clients al dia.

- El Mercat de la Concepció, el de la Barceloneta i Santa Caterina, són els que tenen establiments amb més clients els dissabtes.



Tiquet mig de venda

El tiquet mig de venda d'un establiment entre setmana (de dilluns a dijous), segons els operadors, és de 8,19€. En el 53% dels operadors el tiquet mig està per sota dels 6€.

- En els mercats de grup 2 el tiquet mig entre setmana és el més alt, 9,85€ de mitjana. En els mercats del grup 3 és on és més baix, 6,28€.
- Els tiquets mitjos més alts entre setmana es donen al mercat de Sant Antoni i La Concepció. Els tiquets mitjos més baixos són al mercat del Carmel.

El tiquet mig del divendres està al voltant dels 12€. En aquest cas el grup 1 és el que té un tiquet mig més alt en divendres (13,38€).

- Destaquen sobre la mitjana el Mercat de la Concepció, (18,39€) i el de Sant Antoni (16,68€).
- Els sectors de la carn, el peix i marisc i la no alimentació estan per damunt de la mitja de tiquet mig en divendres.

El dissabte el tiquet mig per client supera els 13€.

- El Mercat de Sant Antoni i Santa Caterina són els que tenen un tiquet mig més alt el dissabte, superant els 17€. En canvi els mercats del Carmel, la Mercè i l'Abaceria tenen un tiquet mig per sota dels 10€.
- Els sectors de la carn, aus, caça i ous i el peix i marisc són els que compten amb un tiquet mig més alt els dissabtes, igual que la no alimentació.



Volum de facturació

Segons els operadors, la mitjana de vendes brutes al mes és de 10.936€ per establiment. Amb diferència els mercats que facturen més al mes són els del grup 1, al voltant dels 18.000 € al mes. Els del grup 3, en canvi, diuen que facturen sobre els 7.560€ al mes de mitja.

- En el 60% dels casos, la mitjana de vendes al mes està per sota dels 12.000 €.
- Per sectors els establiments que més facturen són els de la carn (17.888 €/mes) i el peix i marisc i la xarcuteria.
- El mercat de La Concepció és el que té una mitjana de facturació més elevada.

Els dos mesos en que les vendes són més elevades són desembre (l'anomenen el 40% dels operadors) i novembre (16% dels operadors).

Els dos mesos en que les vendes són menors són febrer (el 31% dels operadors diuen aquest mes) i el juliol i agost (amb un 13% de les respostes cadascun).



Evolució en el temps

El 70% dels operadors han declarat que els seus clients han disminuït en els últims dos anys. Un 6% declaren que han incrementat.

- Els mercats del grup 1 i del grup 3 són els que més han notat un descens de la clientela.
- El sector de llegums i precuintats són els que han notat més davallada. El sector del peix és el sector on hi ha més operadors que declaren que els ha augmentat la clientela en els últims dos anys.
- Els mercats de Sant Antoni i Santa Caterina són els mercats que menys han disminuït la clientela en els últims dos anys.

El 60% dels operadors creuen que en els últims dos anys els ha disminuït la freqüència de compra dels clients. En els mercats del grup 1 és on més ha baixat la freqüència de compra.

- L'únic sector en que es declara que ha incrementat la freqüència de compra dels seus clients és en la fruita i la verdura.

El 75% dels operadors opina que els ha baixat el tiquet mig de venda en el dos últims anys.

- El grup de mercats on menys ha variat el tiquet mig en els últims dos anys és el grup 2 (un 33% diuen que és igual ara que abans, mentre que aquesta xifra està al voltant del 12-13% en els altres dos grups).
- Comparat amb els altres mercats analitzats, el Mercat de Sant Antoni és on menys els ha disminuït el tiquet mig, només un 39% dels operadors creuen que és més baix que fa dos anys. Als mercats de l'Abaceria i Santa Caterina és on més diuen que els ha baixat (al voltant d'un 95% dels operadors ho afirma).
- Els operadors que diuen que els ha baixat el tiquet mig afirmen que la disminució ha estat al voltant d'un 27,50% de mitja.



Més del 80% dels operadors declaren haver disminuït la facturació en els dos últims anys. Els mercats del grup 2 són els que menys han notat una davallada de la facturació.

- El sector de les aus, caça i ous és el que menys ha notat una baixada de la facturació. Peix salat i conerveis i llegums i precuintats són els que declaren que els ha baixat més al facturació.
- El mercat on menys ha baixat la facturació és, amb diferència (fins i tot hi ha operadors que declaren que els ha pujat la facturació), Sant Antoni. On més ha baixat és a la Mercè, la Concepció i Sant Andreu.
- El percentatge de disminució de la facturació està al voltant del 30% de mitja de davallada en els últims 2 anys.



Anàlisi dels CLIENTS dels Mercats municipals de Barcelona

Característiques dels clients i accés als mercats

Pràcticament la totalitat dels clients dels mercats estudiats són residents a Barcelona

- La majoria dels clients enquestats als mercats són dones (un 81% de la mostra).
- El 53,8% de les persones que hi ha als mercats tenen més de 60 anys. Un 26% tenen de 45 a 59 anys.
- Per grups, en el grup 1 és on trobem la gent més jove i la majoria d'homes i en canvi, en el grup 3, és on la trobem clients més grans i menor presència d'homes.
- Els ingressos totals familiars en un 40% dels enquestats estan per sota dels 1.500€. Els ingressos més baixos els declaren els compradors del mercat de la Barceloneta i els del Carmel. Els més alts els clients del mercat de Sarrià (amb diferència) seguits dels clients de La Concepció.

La mitjana de despesa en alimentació entre els enquestats està al voltant dels 544 € mensuals (és la despesa que declaren que fan en total en alimentació a la llar al mes).

El 89% dels clients enquestats accedeixen al seu mercat a peu.

- La majoria dels clients triguen entre 5 i 10' minuts a anar al mercat des del seu lloc d'origen. La mitja es situa en 9,6 minuts.
- Els clients van al mercat majoritàriament des de casa seva (88%). A les tardes entre setmana és quan més es va al mercat des de la feina.

De mitjana el temps d'estada dins el mercat és de 23,59 minuts.

El 93% dels clients acostuma a comprar sempre a les mateixes parades dins el Mercat.



Hàbits de compra al mercat

Els compradors al Mercat, el producte que més compren en aquest format és el Peix fresc i marisc (quota del 77,6%) i la carn (quota del 69%).

En la majoria de productes, la meitat dels compradors compren 1 vegada a la setmana al mercat.

- El producte que es compra amb més freqüència al mercat és la fruita i la verdura: un 32% dels compradors o fan 2-3 vegades a la setmana o més. Li segueix el peix fresc i marisc i després la carn.
- El 81% dels productes de No Alimentació no es compren en les parades del mercat. Per als que si que hi compren, les freqüències són baixes, aproximadament un 15% hi compra 2 cops al mes o amb menys freqüència.
- Altres productes d'alimentació (en un 36,8%) i Pesca salada i conserves (amb un 34%), són els productes d'alimentació que menys es compren en el mercat, i quan s'hi compren, aquesta compra té una freqüència baixa.

Un 68% dels clients dels mercats analitzats compra al supermercat que hi ha dins el mercat. La freqüència de compra més alta dins el mercat és de 1 vegada a la setmana (el 24% dels entrevistats), li segueix 2-3 cops per setmana, amb un 16% dels compradors enquestats.

- Els compradors que menys compren en el supermercat del mercat són els que hi compren el divendres i els que més els que compren la tarda entre setmana.
- Com més temps ha trigat el comprador a accedir al mercat menys es compra el mercat municipal. Així, només el 4,8% dels que viuen a 5 minuts del mercat no compren al supermercat del mercat.

El 78% dels clients enquestats no consumeix en establiments de restauració del mercat.



Tiquet de compra

De mitjana, una persona quan entra al mercat es gasta 30,27 € només en els sectors de l'alimentació.

La mitjana de tots els tiquets de compra dels enquestats seria de 14,69 €.

- Els sectors amb un tiquet de compra més alt són la no alimentació (25,82€) i el Peix (quasi 19,51 €). Després seguiria la carn (17,58€)
- El tiquet més baix seria per als altres productes d'alimentació, amb una mitja de 7,14 €.
- Sarrià és el mercat que té tiquets de compra més alts en quasi tots els sectors, seguit del mercat de la Concepció. La Barceloneta és el que té tiquets de compra més baixos, també en tots els sectors comercials.
- En el sector del peix i marisc, la diferència entre el tiquet de compra més alt i més baix és de més del doble (Sarrià amb 29€ de mitja i La Barceloneta amb 13,2€ de mitja).
- Els tiquets de compra més elevats es donen en els mercats del grup 2, excepte en els sectors de la carn i del peix i marisc en que els tiquets de compra més alts són els dels mercats del grup 1.
- Els tiquets de compra més elevats es produeixen majoritàriament els divendres, seguits del dissabte.
- Les persones que tenen tiquets de compra més alts són les que tenen una edat compresa entre 45 i 59 anys, excepte en peix i marisc que són les que tenen una edat entre 30 i 44 anys i les que tenen ingressos mensuals més elevats.

Un 26% dels clients que estaven al mercat han comprat en el supermercat de dins el mercat

- La mitjana de despesa en el supermercat de dins el mercats, està al voltant dels 18 €.

El consum en bars i restauració dins el mercat és baix entre els clients, només un 6% hi ha consumit.

- La mitjana de despesa en els establiments de restauració dels mercats, està al voltant dels 3,18 €..



Un 38% dels clients del mercat també han fet despesa en les botigues del voltant (de l'àrea d'influència del mercat).

- La mitjana de despesa en els establiments del voltant del mercat és de 13,3€.
- Tot i que són els mercats del grup 2 en els què es compra més en les botigues del voltant, pel que fa a despesa, són els del grup 3 els que es gastaran més diners al voltant del mercat.
- Els més joves són els que gastaran més diners al voltant del mercat.

Els productes que majoritàriament es compren en les botigues del voltant del mercat, són d'alimentació (un 72% dels compradors en compren) i de quotidià no alimentari (un 10% en compren). Segueix, l'oci i la cultura, que en compren un 5% dels clients dels Mercats.

Evolució de la despesa dels clients en els mercats

El 73% dels clients compra en el mercat igual que ho feia fa 2 anys. Un 14% hi compra menys i un 10% hi compra més.

- Els motius de comprar més en els mercats estan força ben dividits en 3 tipologies: 35% corresponen a avantatges dels mercats que perceben els compradors, com per exemple "la qualitat", un 34% són a causa de motius personals, per exemple, "ser més a casa a menjar" i un 26% per motius de canvi de residència o treball i llavors quedar el mercat "més a prop".
- El 44% dels motius dels que hi compren menys es corresponen a motius personals, exemple "esser menys gent a casa", un 25% es corresponen a desavantatges dels mercats que percep la demanda, per exemple "preus alts", un 15% a motius d'increment de la competència i compra en altres formats i un 9% respon a motius relacionats amb la crisi econòmica i la baixa del consum per aquesta raó.



Anàlisi de les xifres econòmiques de la xarxa de mercats municipals de Barcelona i evolució 2009-2011

Tant el número de clients, com el tiquet de venda, s'incrementen molt en els mercats que hi ha supermercat a dins.

El volum del tiquet mig que declaren els operadors i el dels clients acostuma a ser més baix en el cas dels primers, havent-hi diferències significatives en alguns sectors.

La xifra resultant que declaren directament els operadors està molt per sota dels càlculs que es poden fer multiplicant el número de clients que declaren i el tiquet mig (tant el que declaren els operadors com el que s'ha obtingut dels clients).

La xifra de venda, només tenint en compte l'alimentació seria de 426.626.796 €. Aquesta xifra, suposaria que els mercats tinguessin **una quota de mercat en l'alimentació fresca d'un 23%, que és més baixa que la realitat dels mercats.**

En general, respecte el 2009, ha disminuït tant el número de compradors que diuen tenir els operadors com el tiquet mig de venda. També s'ha reduït el tiquet mig de compra, així com la despesa efectuada dins el mercat en un dia concret.

La quota de mercat dels mercats ha disminuït lleument des del 2009, excepte en el sector del peix que es manté i el sector de la pesca salada i conserves.

La despesa entre setmana es manté, la que davalla més es la de divendres a la tarda i la de dissabte al matí.

Comparant la xifra d'impacte econòmic resultant al 2009 (999.493.476€) amb la resultant a l'estudi del 2011 comparable, (810.073.945€), suposaria que l'impacte econòmic dels mercats ha disminuït en un 18,8%. Si no es tingues en compte la reducció de parades (aproximadament menys 300) que afecten a aquest càlcul, la xifra econòmica dels mercats només hauria davallat en un 10,24%.



La xifra de l'impacte econòmic dels mercats (alimentació fresca, no alimentació i restauració) està al voltant dels 810.073.945 € (comparable als resultats de l'estudi anterior).

Tenint en compte tots els operadors que actuen en els Mercats (alimentació fresca, alimentació seca, no-alimentació, restauració i supermercats), l'impacte econòmic dels Mercats municipals de Barcelona al 2011 considerem que està entre al voltant dels 903.309.985 €.

La quota de mercat del format Mercats de Barcelona, pel que fa a l'alimentació fresca estaria en una forquilla del 21% al 46% en funció del sector. En conjunt de l'alimentació fresca estaria sobre el 32%.

