



AJUNTAMENT
VILAFRANCA
DEL PENEDÈS

ESTUDI MERCAT DEL SANT SALVADOR DE VILAFRANCA DEL PENEDÈS

Estudi d'opinió i valoració de la clientela
Estudi d'opinió i valoració de les parades i negocis
Estudi d'impacte econòmic del mercat

The Whatsons.
Opinió pública

LES DADES I – LA CLIENTELA DEL MERCAT	3
Metodologia i fitxa tècnica	4
Gènere i edat	5
Procedència	6
Nivell d'instrucció	7
Situació laboral	8
Estructura de la llar	9
Responsabilitat compres	10
Lloc habitual de compra	11
Compres al mercat	12/14
Freqüència de compra al mercat	15
Típus de compra al mercat	16
Ús de l'aparcament soterrat	17
Despesa al mercat	18/20
Valoració d'aspectes del mercat	21
Aspectes rellevants per comprar al mercat	22
Valor del mercat	23
Mancances (oferta)	24
Mancances (serveis)	25
Aspectes de millora	26
LES DADES II – ELS NEGOCIS DEL MERCAT	27
Metodologia i fitxa tècnica	28
Tipologia de negoci	29
Antiguitat al mercat	30

Personal	31
Edat de la persona responsable del negoci	32
Relleu generacional	33
Facturació	34/36
Distribució de la facturació o les vendes	37/38
Prospectiva de futur	39
Valoració de la imatge del mercat	40
Concessió administrativa	41
Horaris del mercat	42
Aspectes de millora	43
Reptes sobre el futur dels mercats municipals	44
Accions per la millora de la competitivitat	45
Observacions sobre l'objecte d'estudi	46
L'ESTUDI ECONÒMIC	47
Consideracions inicials	48
Els efectes econòmics	49/52
L'impacte econòmic	53
LES CONCLUSIONS	54
Consideracions finals de l'estudi - Clientela	55/56
Consideracions finals de l'estudi - Negocis	57
Consideracions finals de l'estudi – Impacte econòmic	58

Les dades I

La clientela del mercat



Metodologia i fitxa tècnica

Enquesta presencial a les persones que
compreu al mercat de Sant Salvador de
Vilafranca del Penedès.

PARÀMETRES MOSTRA TEÒRICA

Univers mostral teòric (N) = 10.000

Nivell de confiança (k) = 95%

Marge d'error (e) = +/- 5%

Mostra teòrica a obtenir = 370



MOSTRA REAL

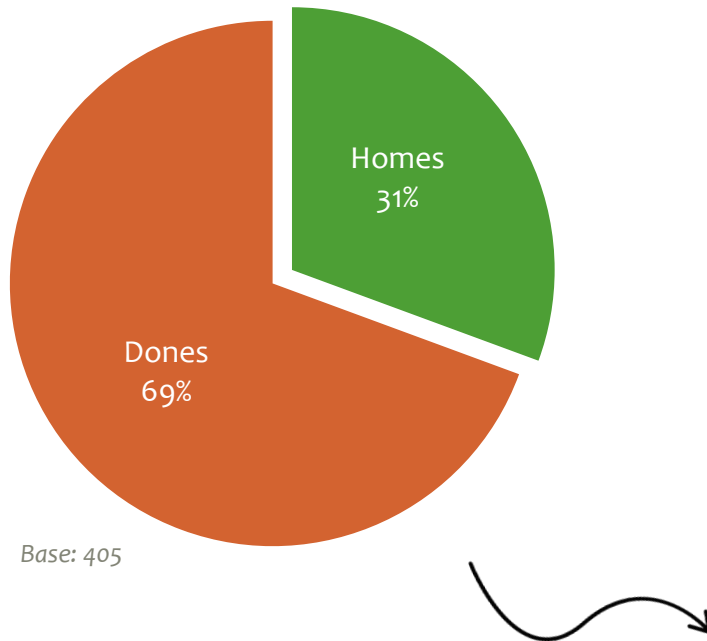
Mostra tècnica (n) obtinguda = 405



TREBALL DE CAMP

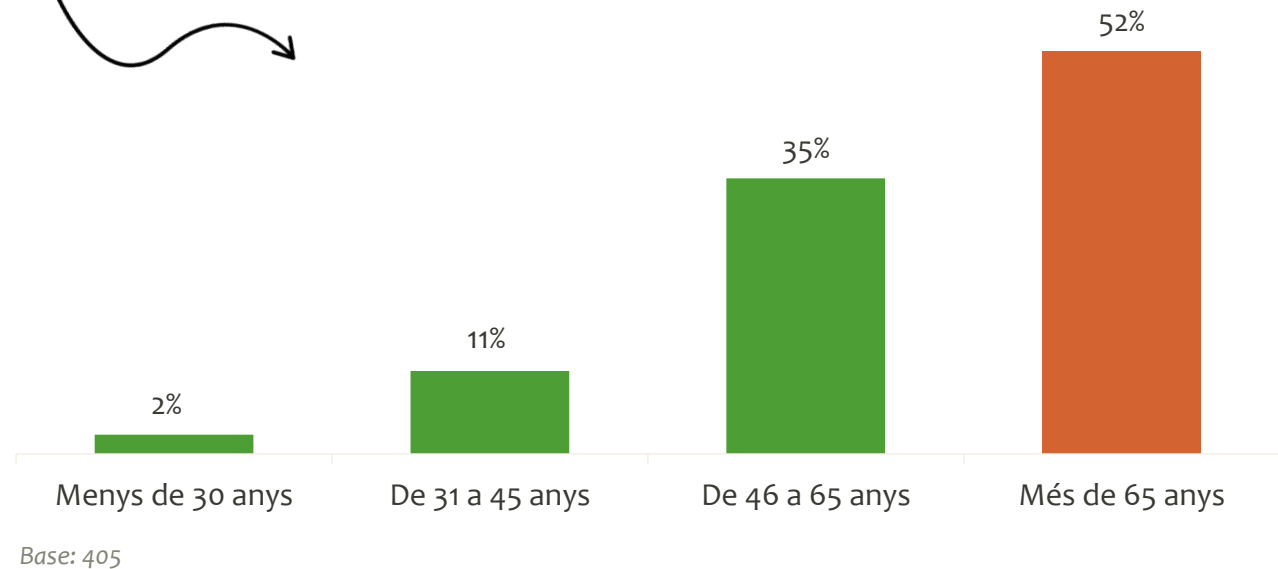
Del 4 al 14 d'octubre de 2024





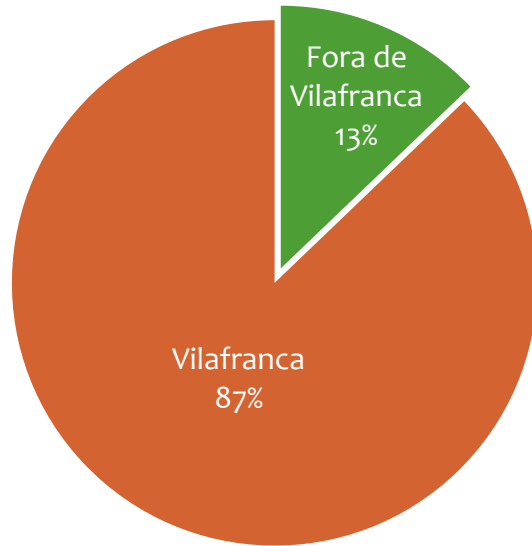
Gairebé 7 de cada 10 persones que compren al mercat de Sant Salvador són dones. Els homes representen el 31%

Pel que fa l'edat, més de la meitat (52%) de la clientela correspon a persones de 65 anys en endavant. Un 35% tenen de 46 a 65 anys, un 11% entre 31 i 45 anys i un últim 2% són menors de 30 anys.



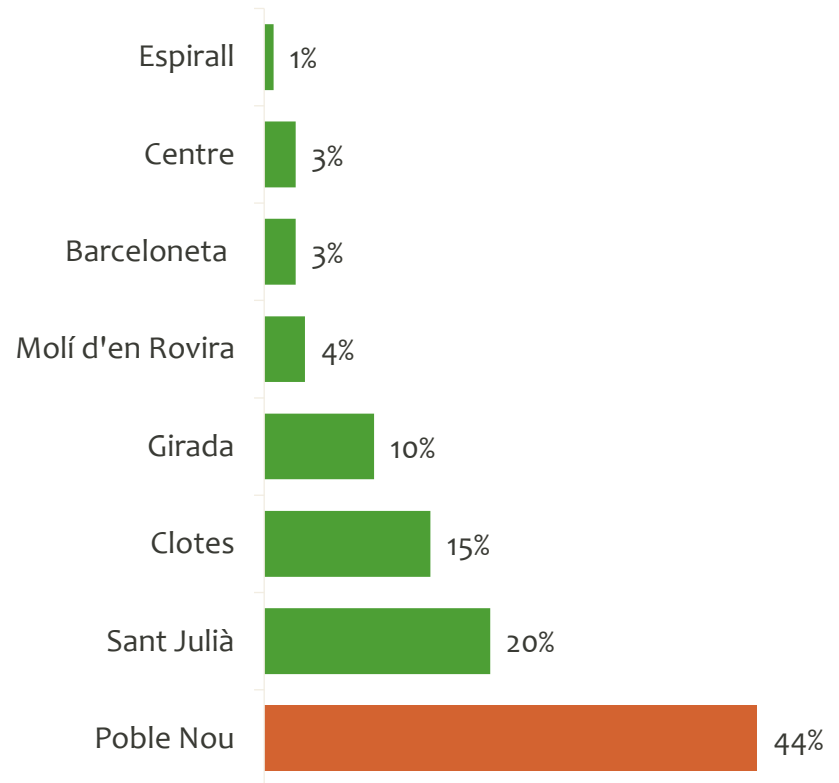
Lloc de residència habitual

Base: 405



Distribució per barris dels residents a Vilafranca

Base: 353

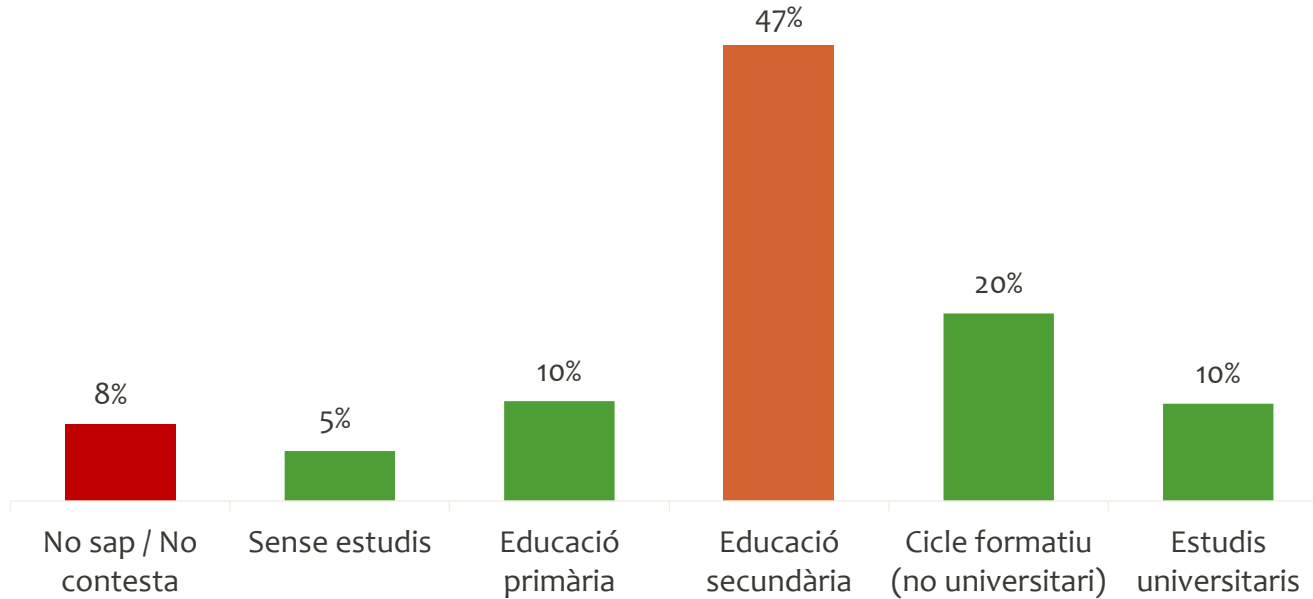


Gairebé 9 de cada 10 persones clientes del mercat són locals, viuen de manera habitual a Vilafranca del Penedès. La resta, el 13%, correspon pràcticament en la seva totalitat a clientela comarcal.

Quant a la distribució per barris de Vilafranca destaca, amb un 44%, el Poble Nou. Sant Julià, amb un 20% i les Clotes amb un 15% són els altres dos barris que aporten més clientela al mercat.

Nivell d'instrucció (estudis finalitzats)

Base: 405

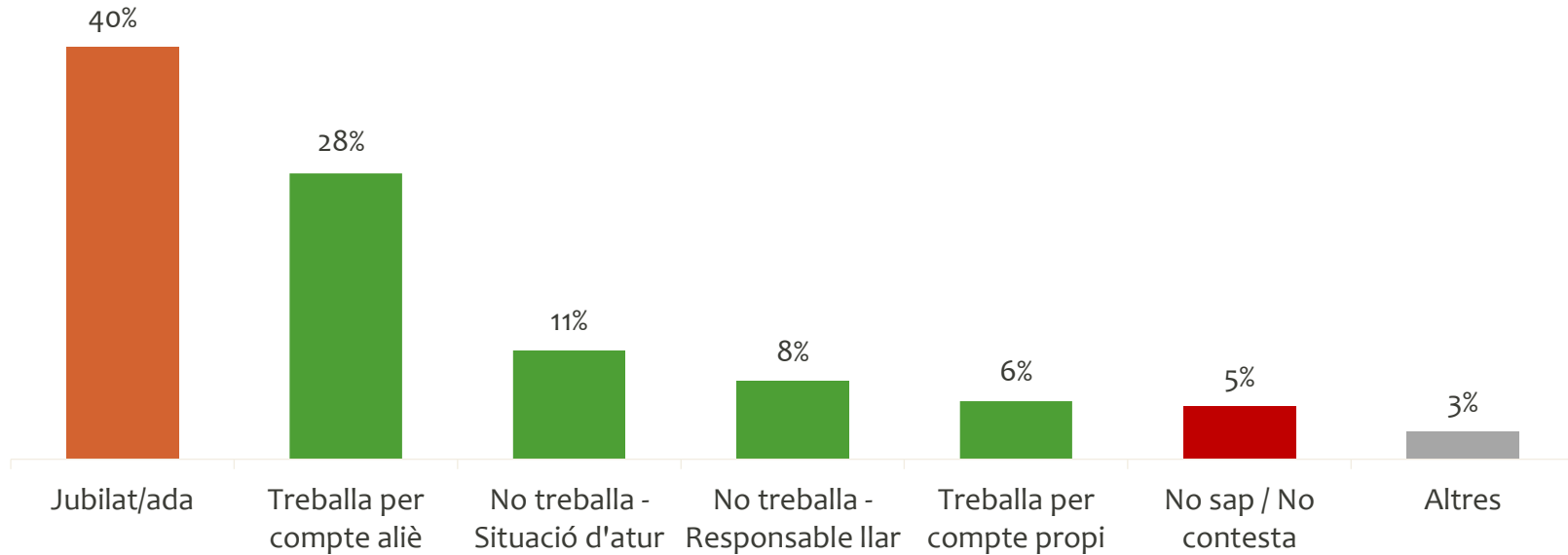


Gairebé la meitat de la clientela del mercat diu tenir estudis secundaris (nivell d'instrucció finalitzat). Un 30% tenen estudis superiors a la secundària i un 15% tenen estudis inferiors a la secundària.

Hi ha un 8% de les persones que participen a l'estudi que declinen respondre.

Situació laboral

Base: 405

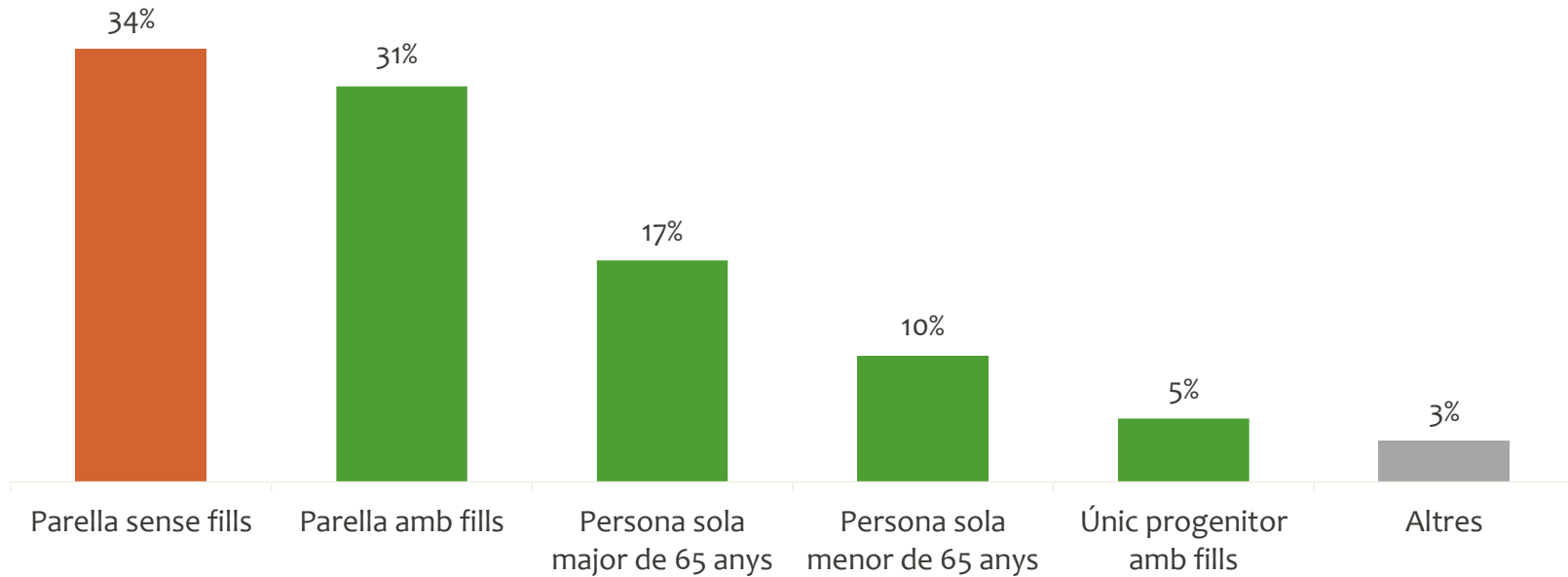


4 de cada 10 persones que participen a l'estudi de clientela del mercat de Sant Salvador són jubilades.

El segon bloc de clientela segons la situació laboral pertany a les persones que treballen per compte aliè: un 28%. I, el tercer bloc, correspon a les persones que es troben en situació d'atur, amb un 11%.

Estructura de la llar

Base: 405



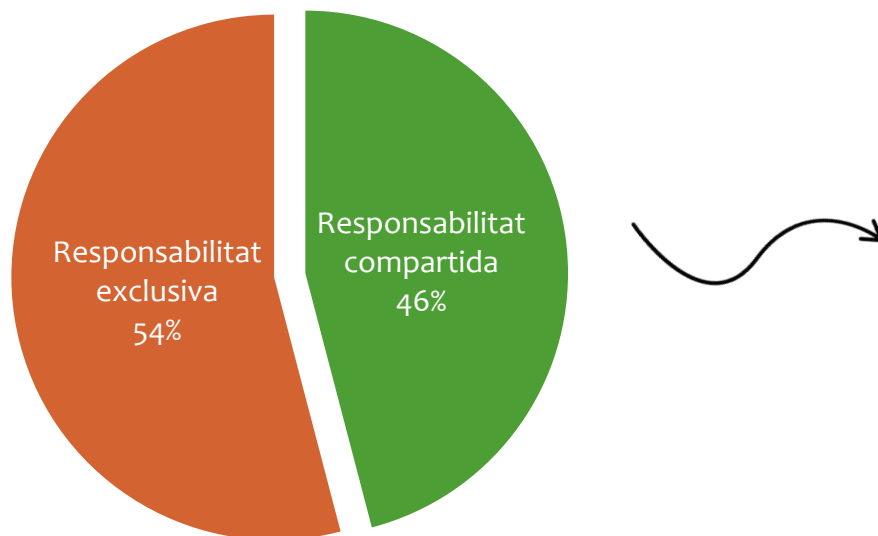
Un 34% viuen actualment en parella, sense fills a la llar (independentment de si en tenen o no) i un altre 31% correspon a llars formades per una parella amb fills.

Les llars on hi viu una persona sola són el 27% (17% de persona major de 65 anys i 10% de persona menor de 65 anys).

Un 5% de llars estan formades per un únic progenitor amb fills a càrrec i el 3% restant correspon a altres configuracions de llar.

Qui és la persona responsable de compres de la llar?

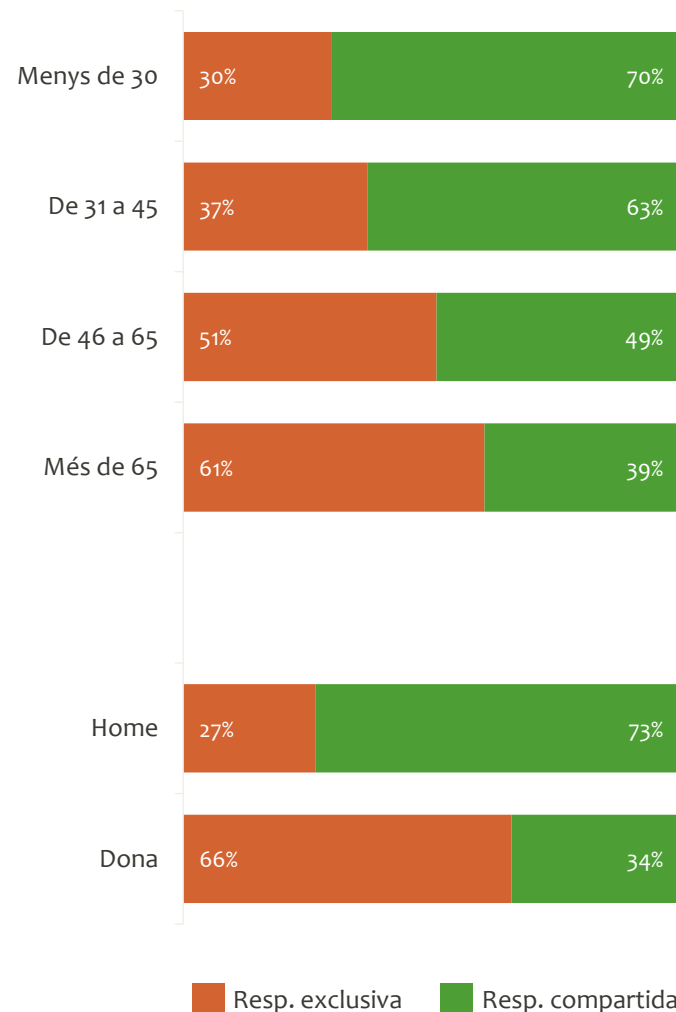
Base: 405



Més de la meitat (54%) diuen tenir responsabilitat exclusiva en les compres habituals de la llar.

Per gènere, són les dones les qui tenen un percentatge de responsabilitat exclusiva major (66% de dones vs. 27% d'homes).

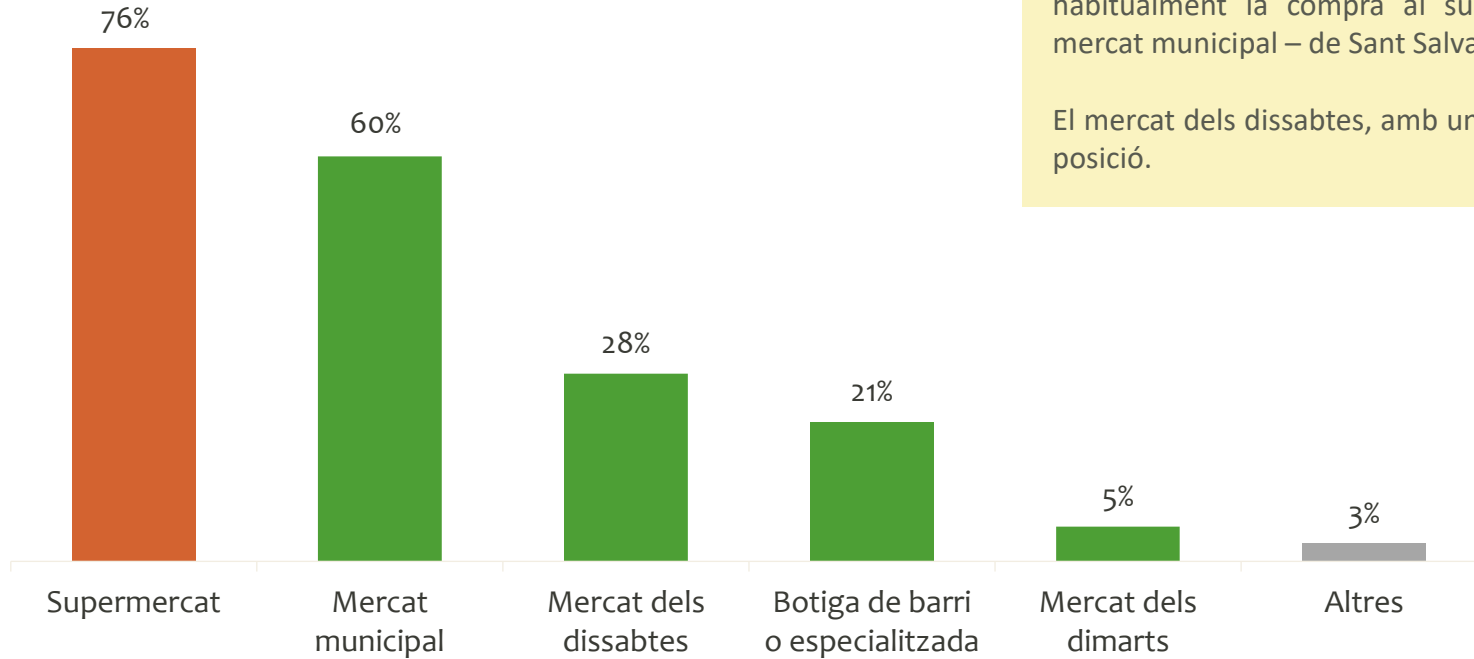
Quant a edat, són les persones majors de 65 anys, amb un 61%, les qui més responsabilitat exclusiva tenen en les compres de la llar.



Lloc habitual de compra

On feu, habitualment, les compres de la llar?

Base: 405



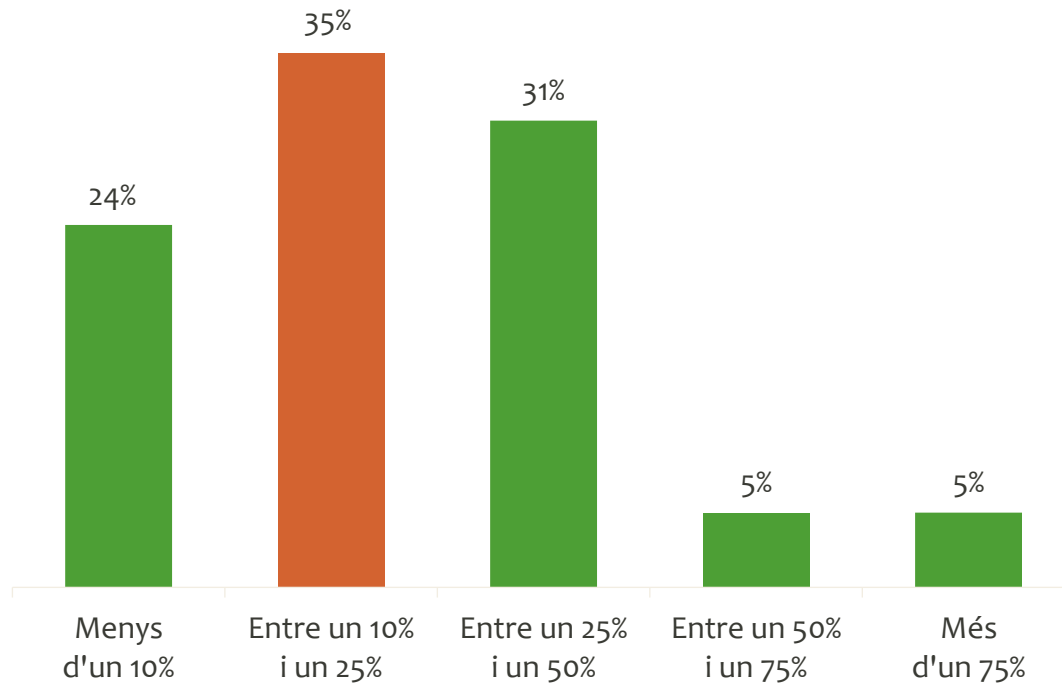
Un 76% de les persones enquestades diuen fer habitualment la compra al supermercat i un 60% al mercat municipal – de Sant Salvador.

El mercat dels dissabtes, amb un 28%, se situa en tercera posició.

- La suma de totes les categories és superior al 100% per la naturalesa multirresposta de la pregunta.
- La categoria Altres fa referència, principalment, a les parades de venda no sedentària de la Girada.

Quin percentatge de compres habituals feu al mercat de Sant Salvador?

Base: 405

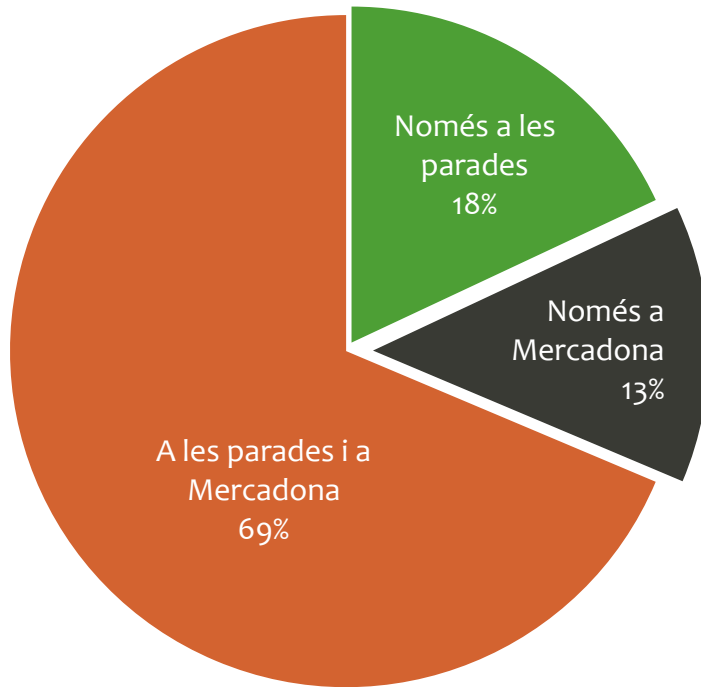


Un 35% de la clientela del mercat de Sant Salvador hi fa, de manera regular, entre el 10% i el 25% de les compres habituals, mentre que un altre 31% hi fa entre el 25% i el 50% de les compres quotidianes.

Hi ha un 10% de persones que hi acostumen a fer més del 50% de les compres habituals. I, en l'altre extrem, hi ha un 24% de persones que hi fa menys del 10% de les compres.

Quan veniu al mercat de Sant Salvador, on feu les compres majoritàriament?

Base: 405



Pràcticament el 70% de la clientela del mercat de Sant Salvador diu fer les compres tant a les parades com al supermercat.

Un 18% només compra a les parades i un 13% només es desplaça al mercat per a comprar al Mercadona.

Per quins motius no compreu a les parades del mercat de Sant Salvador?

Base: 54

MOTIUS DE NO COMPRA A LES PARADES

Perquè són cares / Pel preu dels productes	56%
Perquè hi ha poca varietat	28%
Perquè hi ha poques parades	11%
Perquè no m'atreuen / Perquè no tenen cap valor afegit	5%

Per quins motius no compreu al Mercadona del mercat de Sant Salvador?

Base: 73

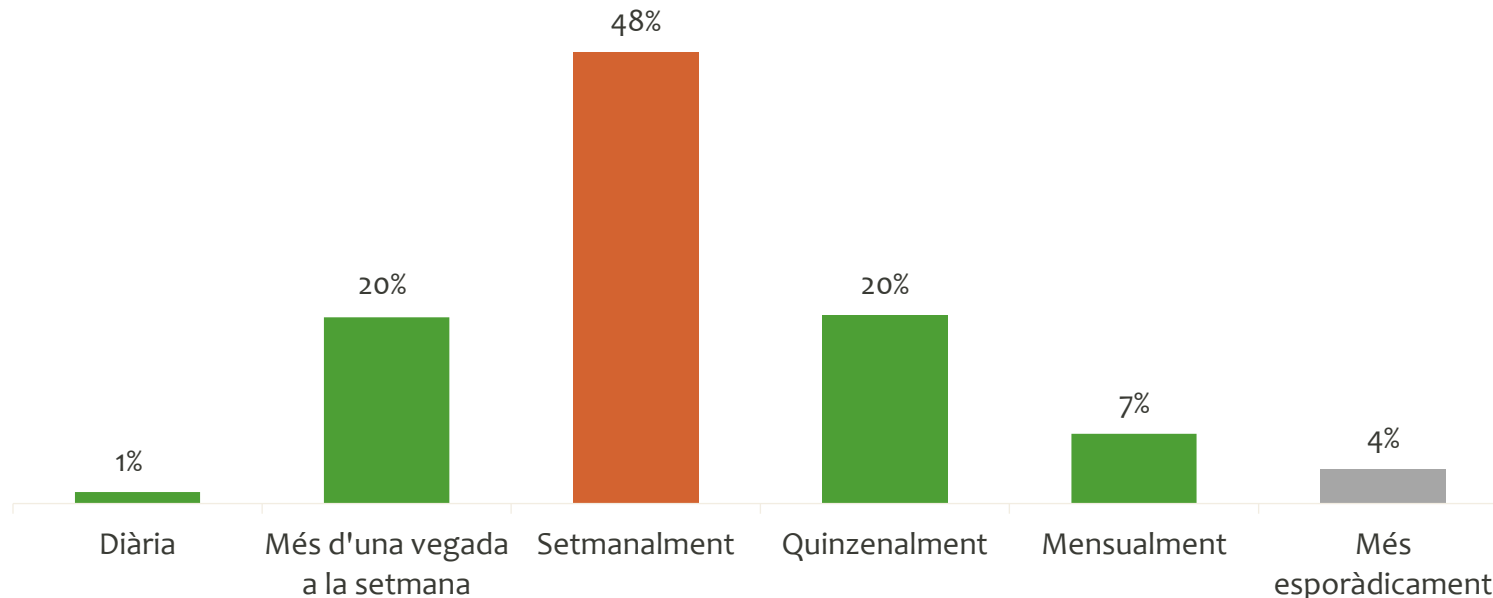
MOTIUS DE NO COMPRA AL MERCADONA

Perquè la qualitat dels productes frescos és baixa	51%
Perquè la carn i el peix són de baixa/mala qualitat	33%
Perquè no etiqueten en català	14%
Perquè no atenen en català	2%

Freqüència de compra al mercat de Sant Salvador

Amb quina freqüència compreu al mercat de Sant Salvador?

Base: 405



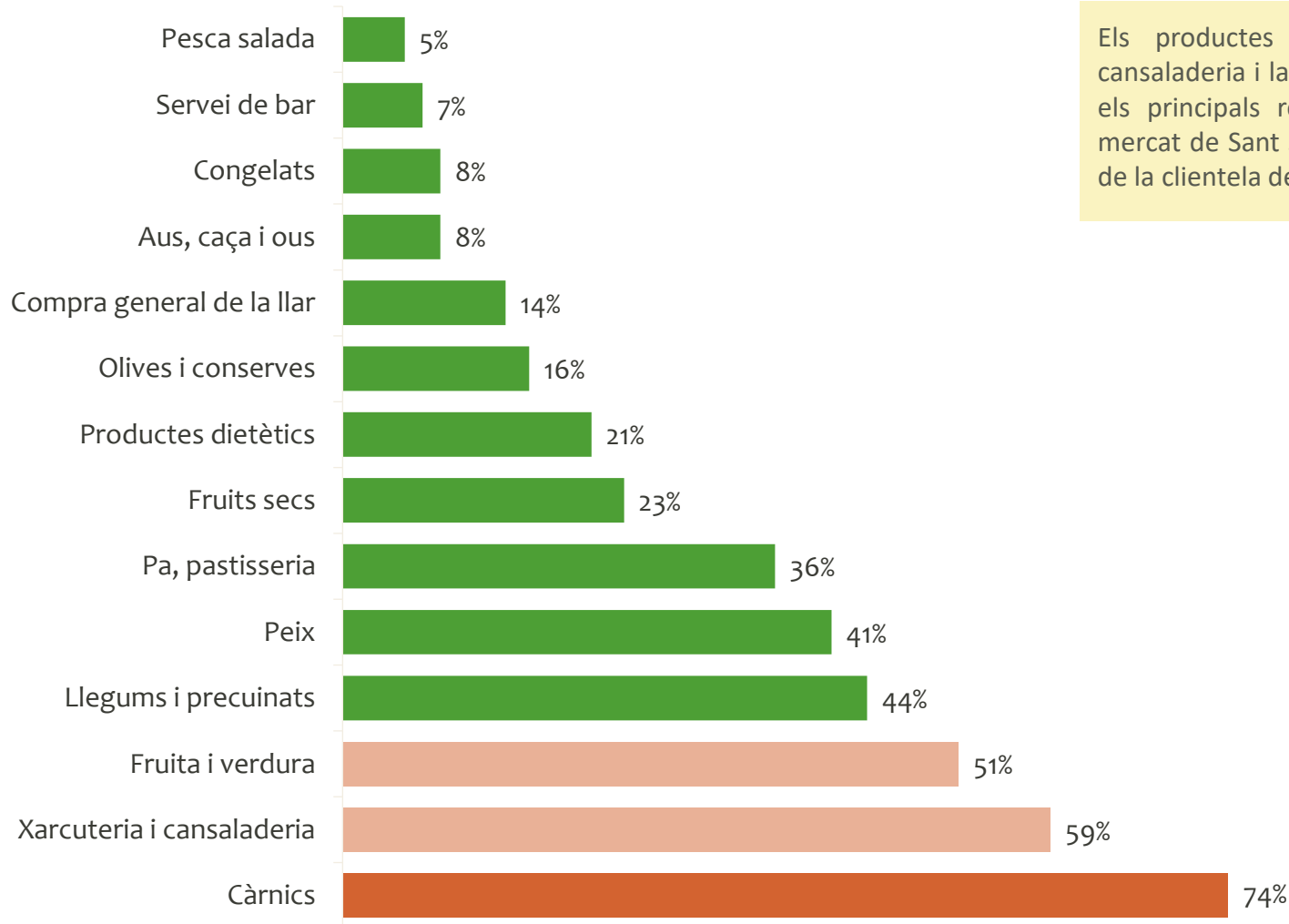
Gairebé la meitat dels participants fan una compra setmanal al mercat de Sant Salvador.

Hi ha un 20% que hi compra més d'una vegada a la setmana (excloent un 1% que hi fa compra diària) i un altre 20% que hi compra amb freqüència quinzenal.

Tipus de compra al mercat

Quin tipus de compra hi feu, principalment, en aquest mercat?

Base: 405



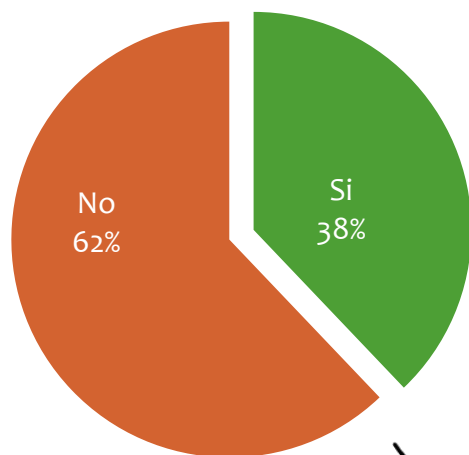
Els productes càrnics, la xarcuteria i cansaladeria i la fruita i verdura, esdevenen els principals reclams per a comprar al mercat de Sant Salvador: més de la meitat de la clientela del mercat diu comprar-n'hi.

* La suma de totes les categories és superior al 100% per la naturalesa multirresposta de la pregunta.

Ús de l'aparcament soterrat

Utilitzeu l'aparcament soterrat del mercat, si veniu amb cotxe al mercat?

Base: 161 = 39% (van amb cotxe al mercat)

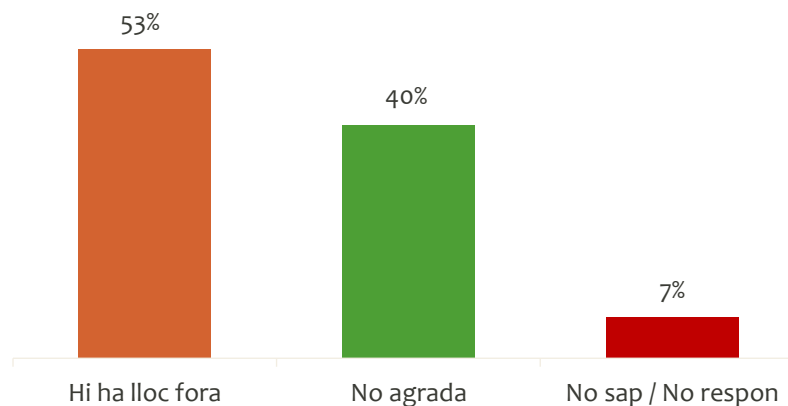


Un 39% dels participants en l'estudi diuen utilitzar – alguna vegada o de manera habitual – el cotxe per anar al mercat de Sant Salvador. D'aquests, un 38% utilitza l'aparcament soterrat i un 62% no.

El motiu principal per a no utilitzar l'aparcament soterrat és que troben lloc per aparcar fora (53%), però també hi ha un 40% que diuen que no els agrada/no és còmode.

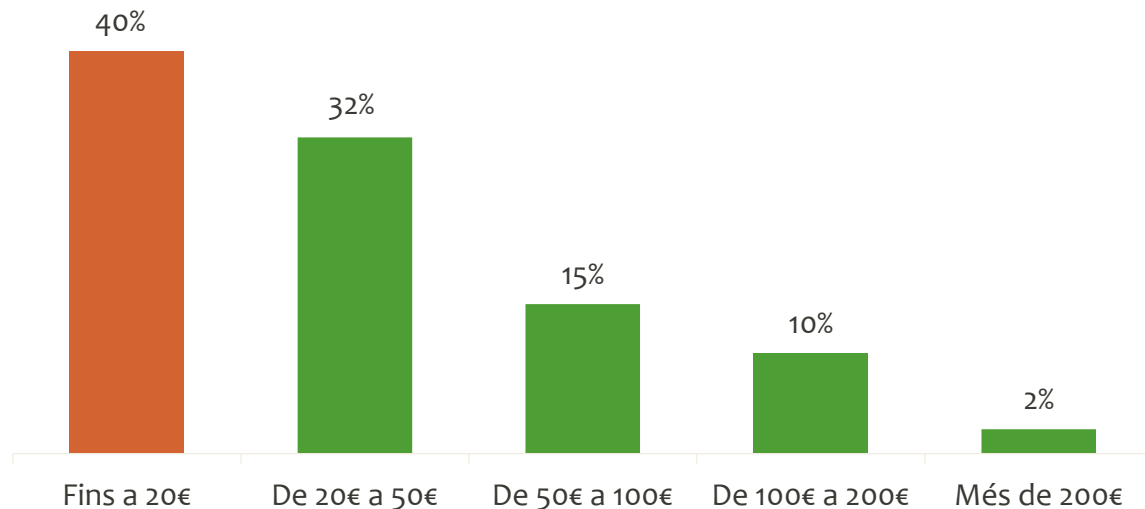
Per quin motiu no utilitzeu l'aparcament soterrat del mercat?

Base: 100



Quina despesa heu fet o teniu intenció de fer avui al mercat de Sant Salvador?

Base: 405

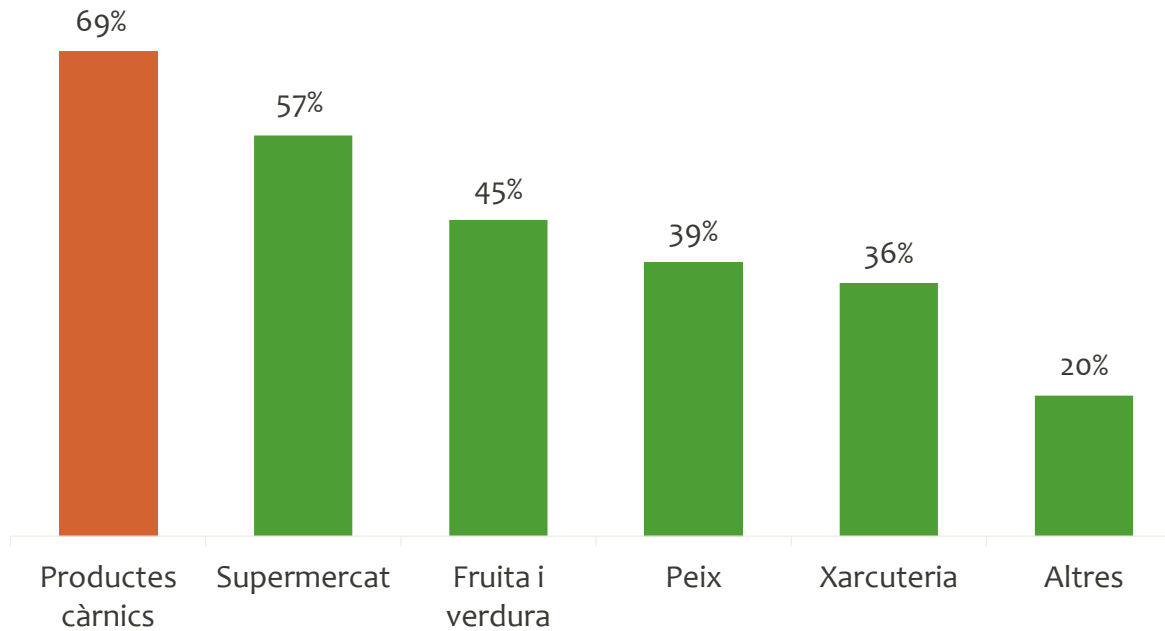


4 de cada 10 persones tenen previst gastar-se fins a 20€ en la compra del dia al mercat de Sant Salvador. Un altre 32% té intenció de fer/ha fet una despesa d'entre 20€ i 50€.

La despesa mitjana és de 53,10€/persona i compra.

En relació amb la despesa efectuada, com es repartiria?

Base: 405



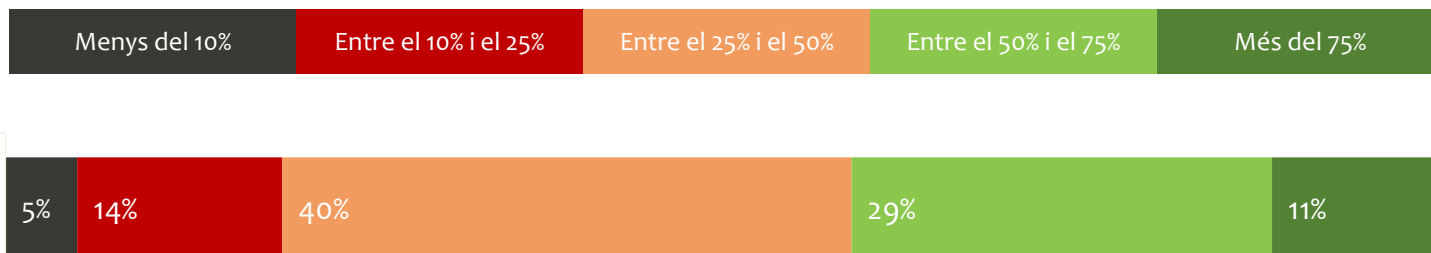
La despesa principal de la clienta es dona en productes càrnics (pràcticament 7 de cada 10 diuen tenir previst fer-hi o haver-hi fet despesa). En segon lloc, amb un 57%, hi ha el supermercat i, la fruita i verdura se situen en tercer lloc, amb un 45% d'intenció de despesa.

Detall de distribució de la despesa segons categories

Base

279

Càrnics



231

Supermercat



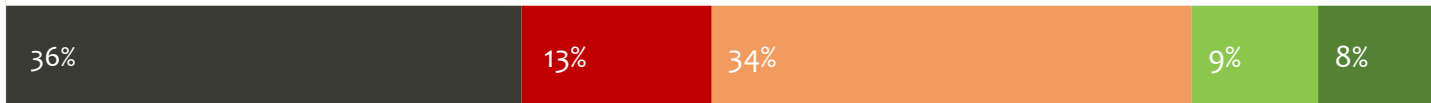
182

Fruita i verdura



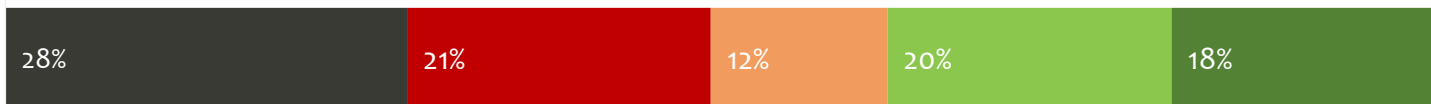
158

Peix



146

Xarcuteria



81

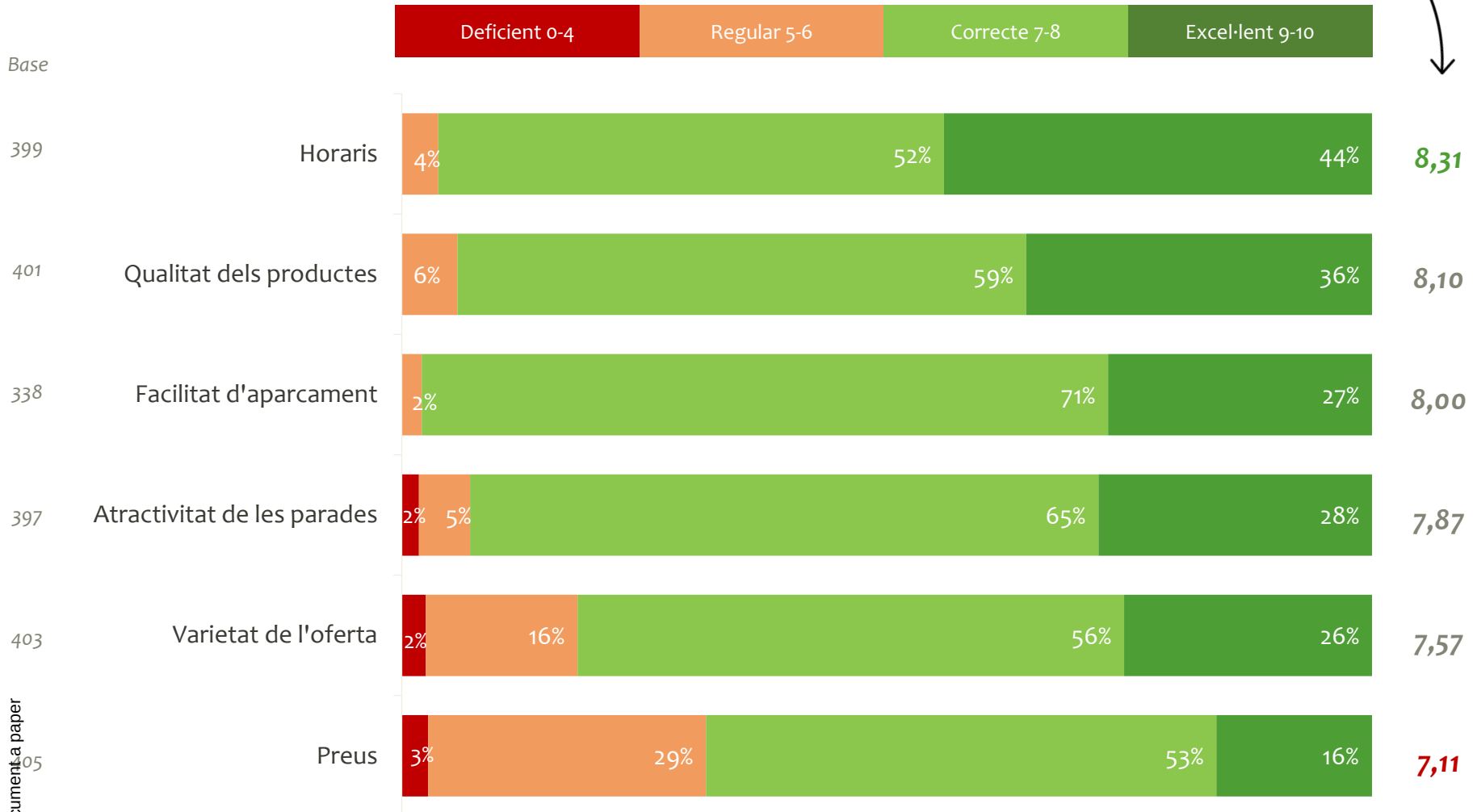
Altres



Valoració d'aspectes del mercat

De l'1 al 10, com valoreu els següents aspectes en relació amb el mercat de Sant Salvador?

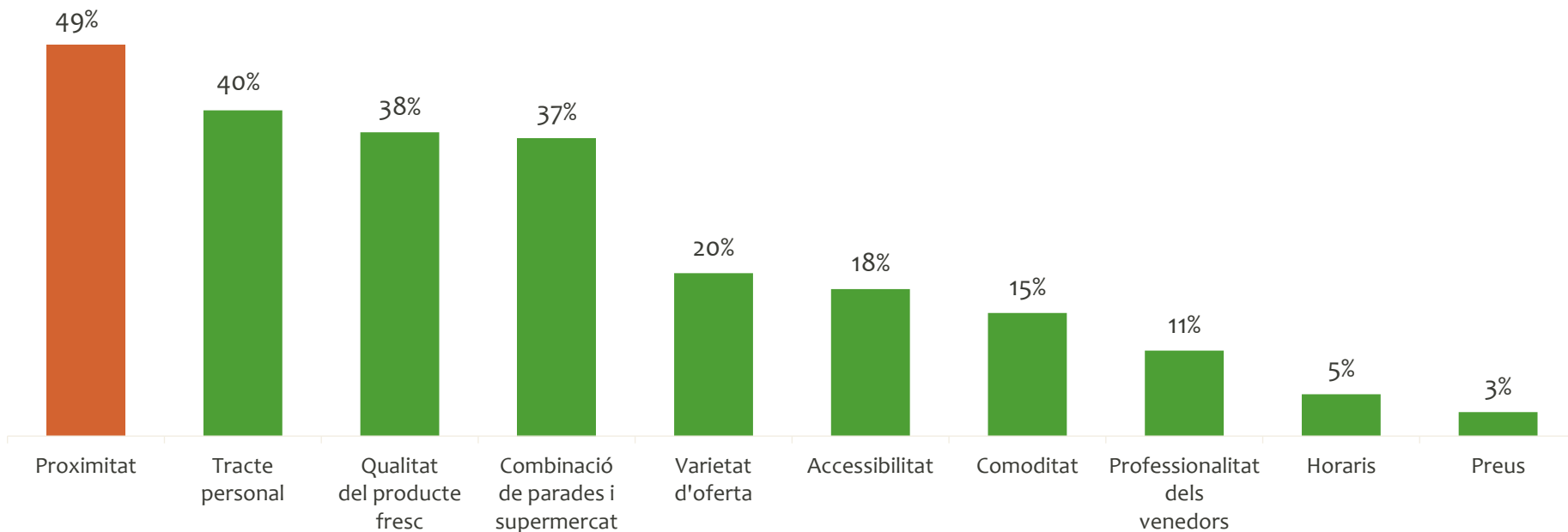
Mitjana



Aspectes rellevants en la compra al mercat

Quins diríeu que són els aspectes més rellevants a l'hora de decidir-vos a comprar al mercat de Sant Salvador?

Base: 405



La proximitat esdevé el motiu més rellevant a l'hora de decidir-se a comprar al mercat de Sant Salvador: gairebé la meitat dels clients ho afirmen.

El tracte personal, la qualitat del producte fresc i la combinació de parades i supermercat en un mateix edifici, són els altres motius principals.

* La suma de totes les categories és superior al 100% per la naturalesa multirresposta de la pregunta.

Què és allò que més us agrada d'aquest mercat?

Base: 395

VALOR DEL MERCAT DE SANT SALVADOR

La proximitat	35%
La varietat	33%
Els productes càrnics / La carn	27%
L'ambient	22%
La relació / El tracte / La confiança de les parades	20%
Que hi hagi supermercat	20%
Els llegums	14%
El peix	13%
Que hi ha de tot	10%
Que és familiar	8%

La proximitat, la varietat i els productes càrnics són els tres principals aspectes que posen de valor els participants en l'estudi, en relació amb allò que més els agrada del mercat de Sant Salvador.

Quins productes hi trobeu a faltar, al mercat?

Base: 201

PRODUCTES QUE TROBEN A FALTAR AL MERCAT DE SANT SALVADOR

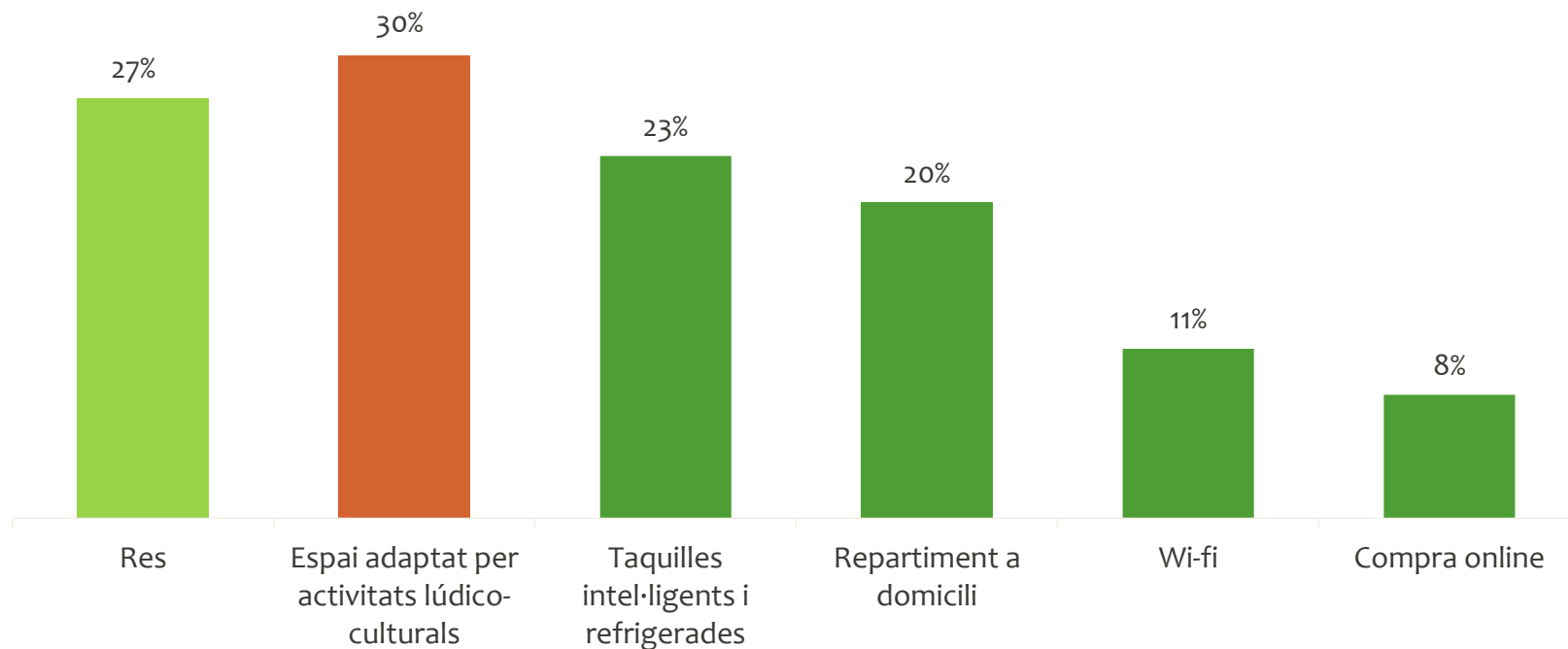
Alimentació ecològica	53%
Productes gourmet	47%
Formatgeria	44%
Enoteca	35%
Precuinats	30%
Flors	22%
Dolços i pastisseria artesanal	20%
Gelateria	17%
Productes a granel per a la llar	10%
Pollastres	7%
Alimentació per a mascotes	2%

La meitat de les persones que participen en l'estudi diuen no trobar-hi a faltar res al mercat de Sant Salvador.

D'entre les persones que hi troben a faltar algun tipus de producte destaca sobretot: alimentació ecològica, productes gourmet, formatges i vins/caves.

Quins dels següents serveis hi trobeu a faltar, al mercat?

Base: 405



Un 27% diu no trobar a faltar res al mercat de Sant Salvador.

Dels que sí que troben a faltar algun dels serveis proposats, destaca un espai adaptar per a activitats lúdico-culturals (30%).

Les taquilles intel·ligents i refrigerades per a recollir la compra més tard (23%) i el repartiment a domicili (20%) són els altres dos serveis més demandats.

Quins aspectes considereu que cal millorar del mercat de Sant Salvador?

Base: 207

ASPECTES DE MILLORA DEL MERCAT DE SANT SALVADOR

Actualització de la imatge general del mercat	43%
Espai per a infants	21%
Pastisseria artesanal	20%
Secció de producte gourmet	17%
Formatgeria	15%
Alimentació i productes ecològics i a granel	12%
Més il·luminació	10%
Activitats culinàries i culturals	10%
Més neteja	3%

El principal aspecte de millora que considera la clientela del mercat de Sant Salvador és que al mercat li cal una actualització de la imatge general (rentat de cara, modernització, uniformitat...)

Un espai per a infants i una pastisseria artesanal són els altres dos aspectes de millora que apunten les persones que han participat en l'estudi.

* La suma de totes les categories és superior al 100% per la naturalesa multirresposta de la pregunta.

Les dades II

Les parades i negocis del mercat



Metodologia i fitxa tècnica

Enquesta presencial a les persones
responsables de les parades del mercat de
Sant Salvador.

PARÀMETRES MOSTRA TEÒRICA

Univers mostral teòric (N) = 12

Nivell de confiança (k) = 90%

Marge d'error (e) = +/- 5%

Mostra teòrica a obtenir = 10



MOSTRA REAL

Mostra tècnica (n) obtinguda = 12



TREBALL DE CAMP

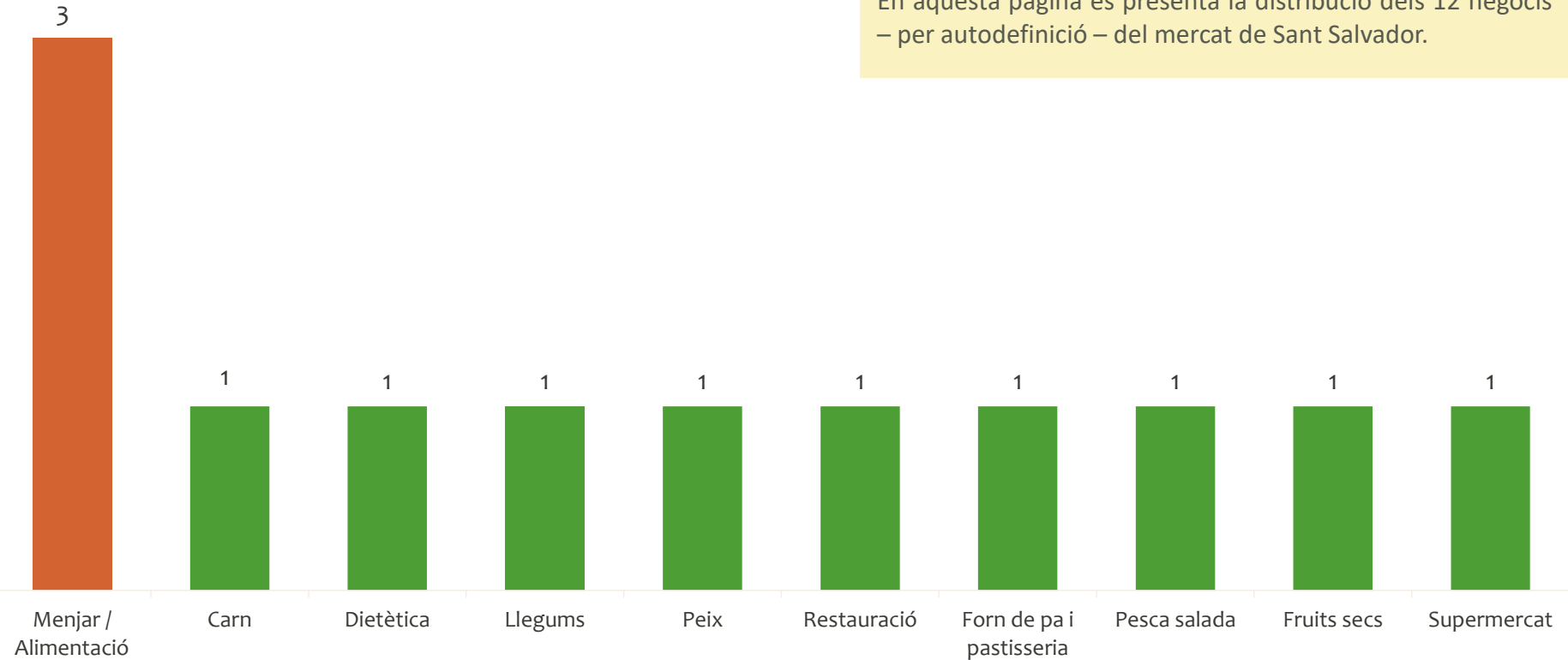
Del 4 al 14 d'octubre de 2024



Identificació del negoci (autoidentificació)

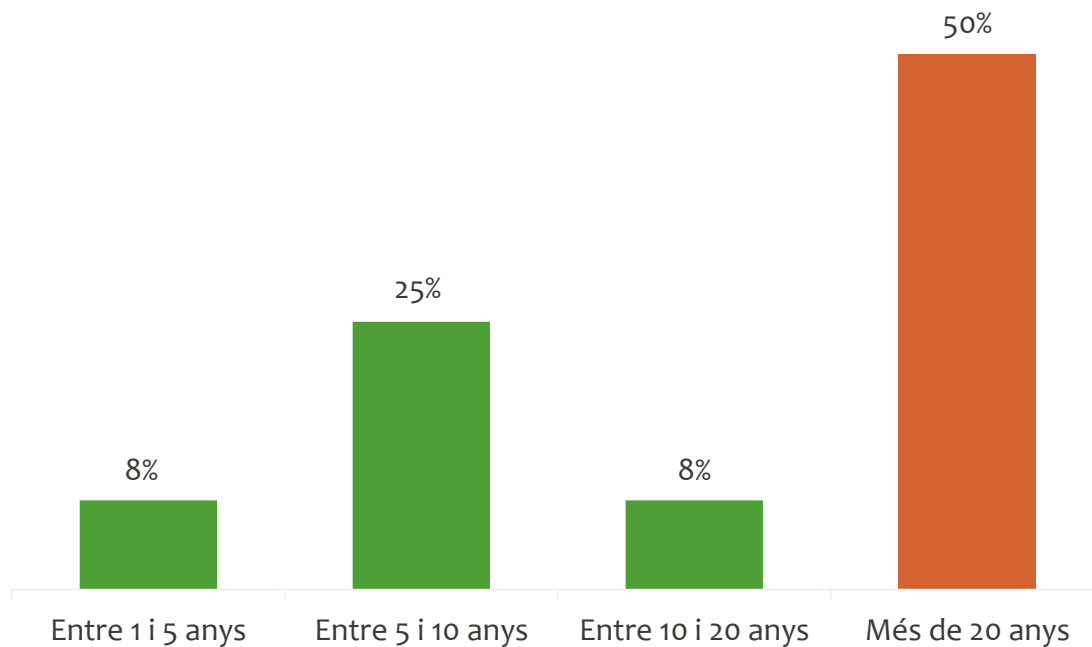
Base: 12

En aquesta pàgina es presenta la distribució dels 12 negocis – per autodefinició – del mercat de Sant Salvador.



Quants anys fa que teniu parada o negoci al mercat de Sant Salvador?

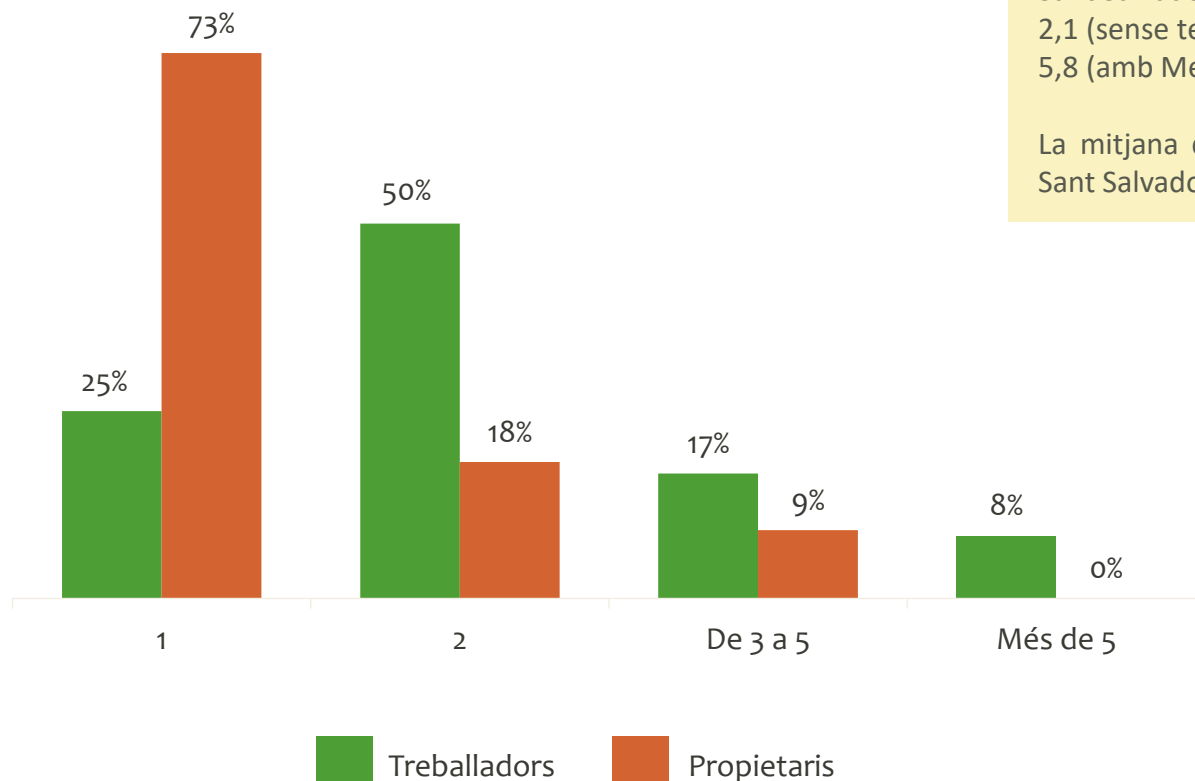
Base: 12



La majoria de negocis del mercat de Sant Salvador tenen una antiguitat al mercat, de més de 20 anys.

Quantes persones treballen al negoci?

Base: 12



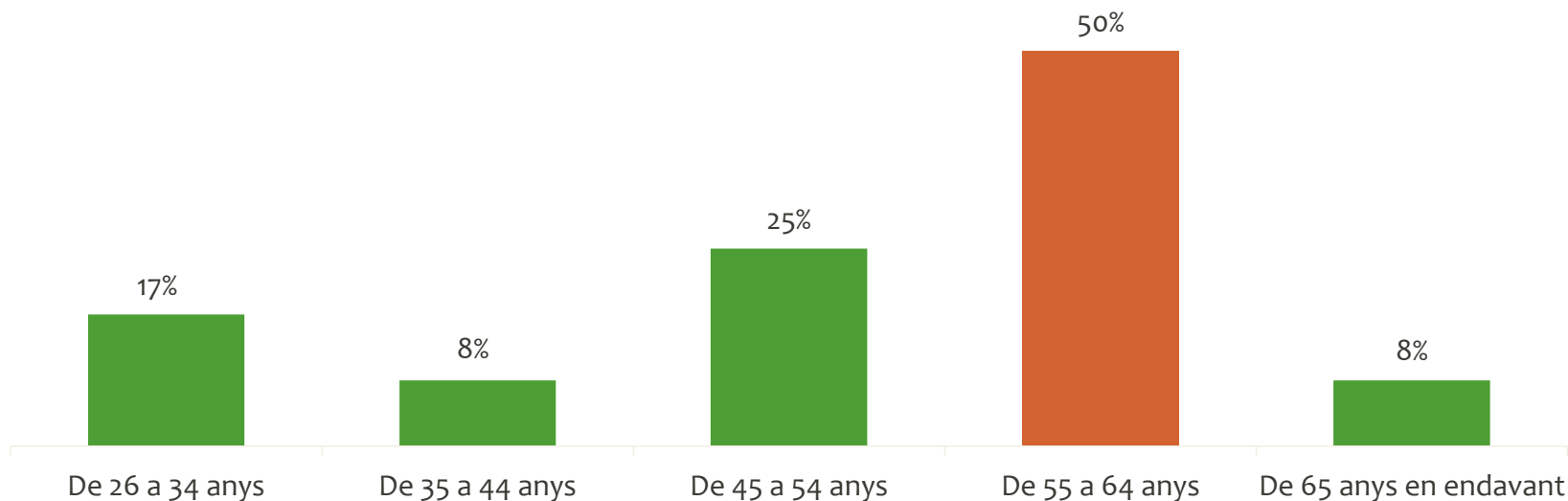
La mitjana de treballadors dels negocis del mercat de Sant Salvador és de:
2,1 (sense tenir en compte Mercadona).
5,8 (amb Mercadona inclòs).

La mitjana de propietaris dels negocis del mercat de Sant Salvador és de: 1,4.

Edat responsable negoci

La persona responsable o propietària del negoci, en quina franja d'edat es troba?

Base: 12

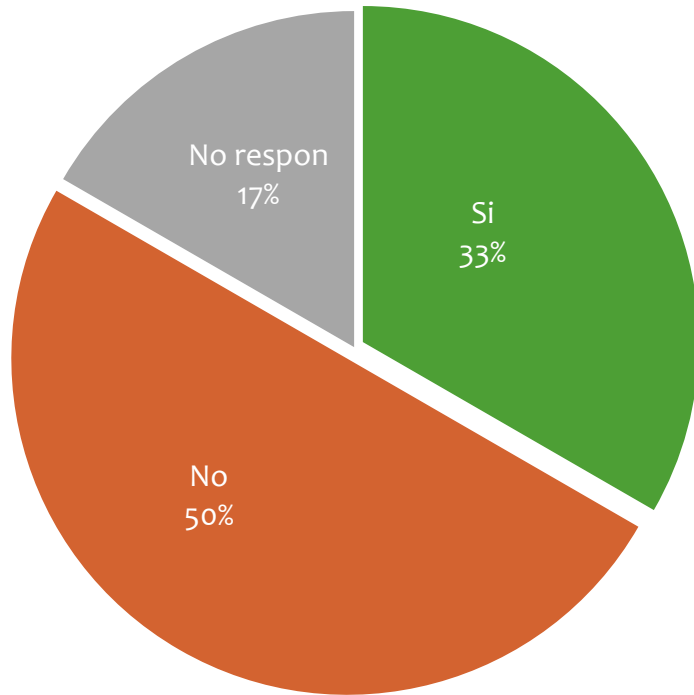


Pel que fa l'edat, la meitat de les persones responsables dels negocis del mercat de Sant Salvador es troben en la franja d'edat de 55 a 64 anys.

La mitjana d'edat pel conjunt de persones responsables dels negocis és de 51,9 anys.

La persona responsable o propietària del negoci té relleu generacional?

Base: 12



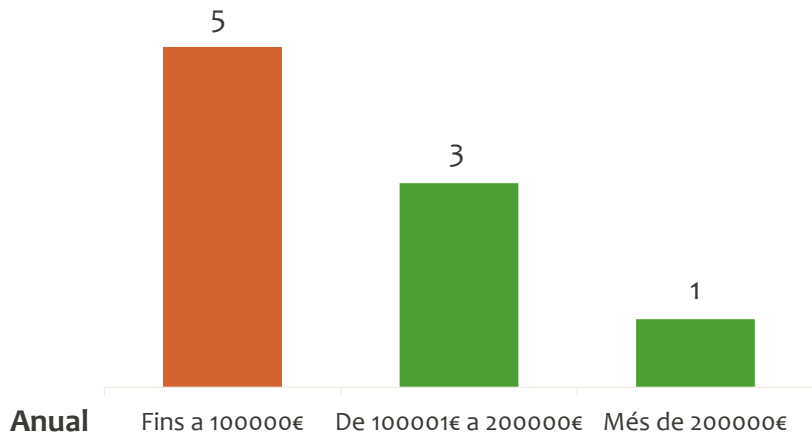
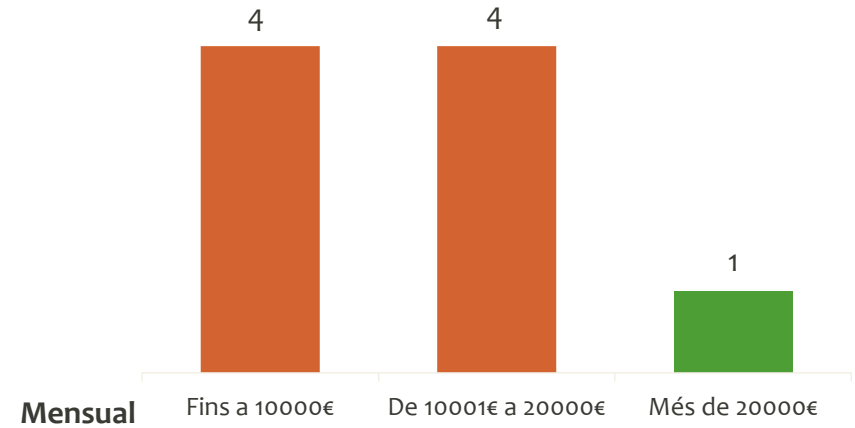
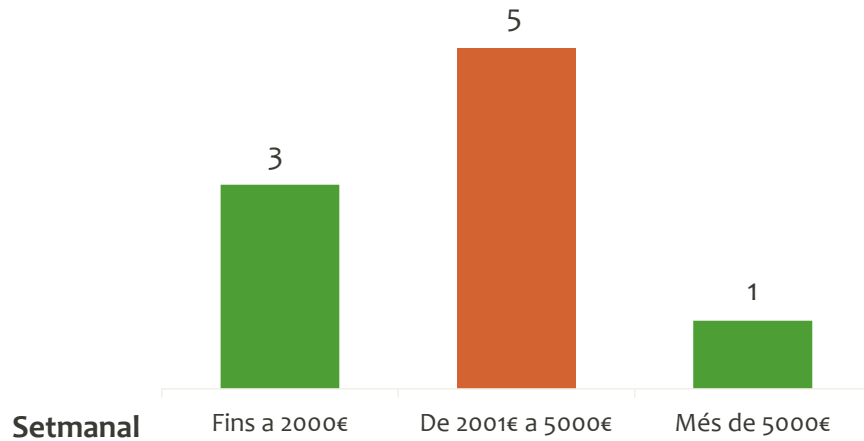
La meitat dels negocis del mercat de Sant Salvador diuen no tenir relleu generacional, mentre que un terç sí que en tenen.

Dels dos casos que no responen, un correspon a què la persona entrevistada no és la propietària del negoci i ho desconeix, mentre que l'altre diu estar en procés de negociació justament per aquest tema i no pot aportar més informació al respecte.

Aproximadament, quina és la facturació habitual del negoci?

Prendre com a referència la darrera setmana, el darrer mes i el darrer any.

Base: 9



La facturació mitjana del conjunt dels negocis del mercat de Sant Salvador (sense incloure Mercadona) és de:

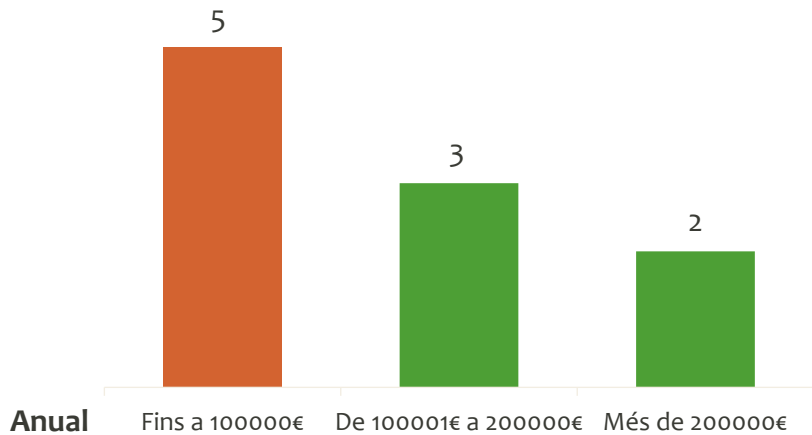
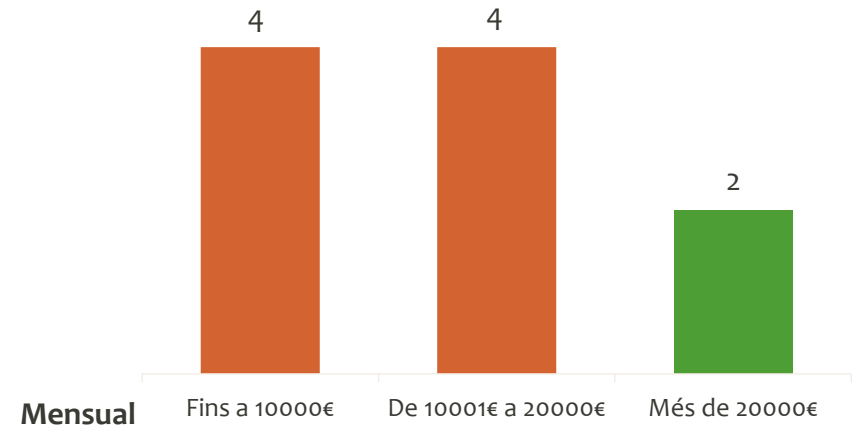
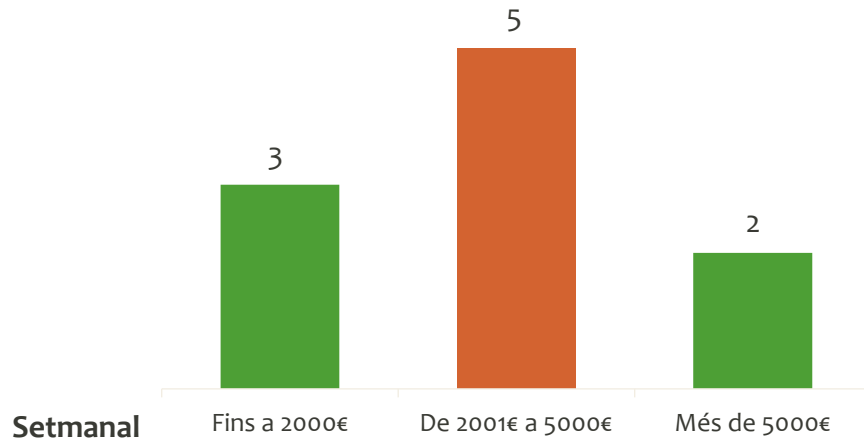
- Setmanal: 4.100€
- Mensual: 12.900€
- Anual: 190.000€

* El supermercat (Mercadona) no està comptabilitzat.

Aproximadament, quina és la facturació habitual del negoci?

Prendre com a referència la darrera setmana, el darrer mes i el darrer any.

Base: 10

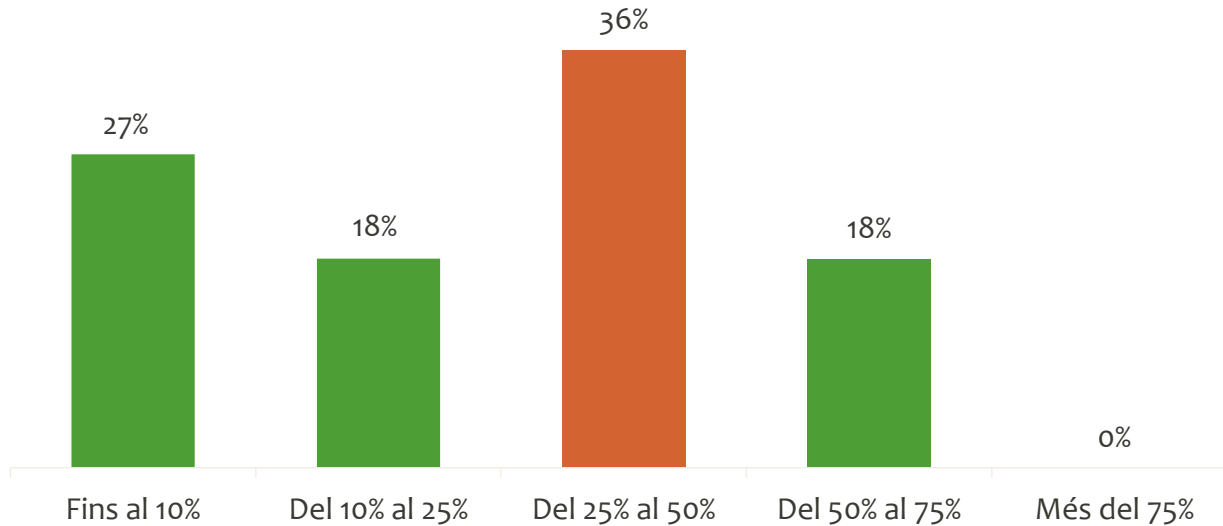


La facturació mitjana del conjunt dels negocis del mercat de Sant Salvador (incloent Mercadona) és de:

- Setmanal: 37.100€
- Mensual: 148.000€
- Anual: 1.750.000€

Entre el mes de l'any amb més facturació i el mes de l'any amb menys facturació, quina diferència percentual hi ha?

Base: 11

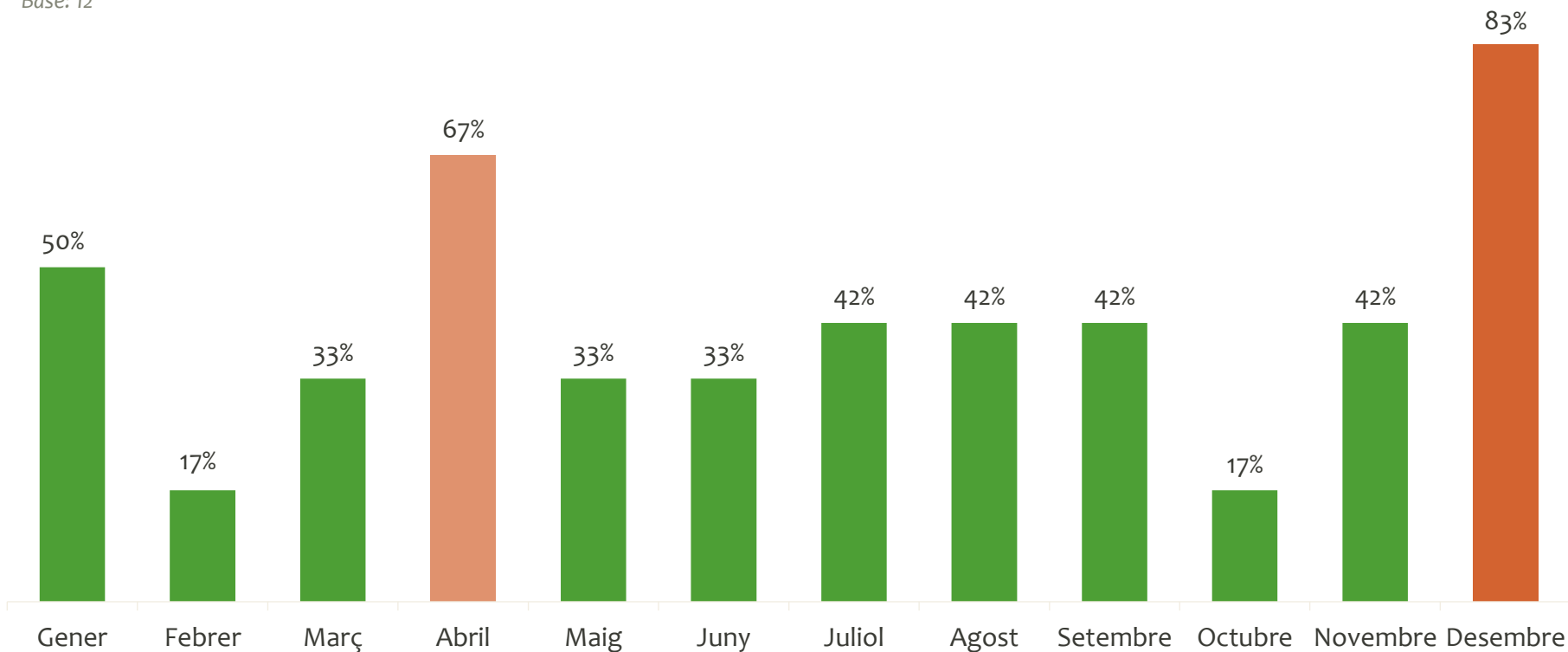


Un 36% dels negocis del mercat de Sant Salvador diuen tenir una diferència d'entre el 25% i el 50% entre el mes de l'any de més facturació i el mes de l'any de menys facturació.

Distribució de facturació/vendes per mesos

Quins són els mesos de l'any amb més facturació?

Base: 12

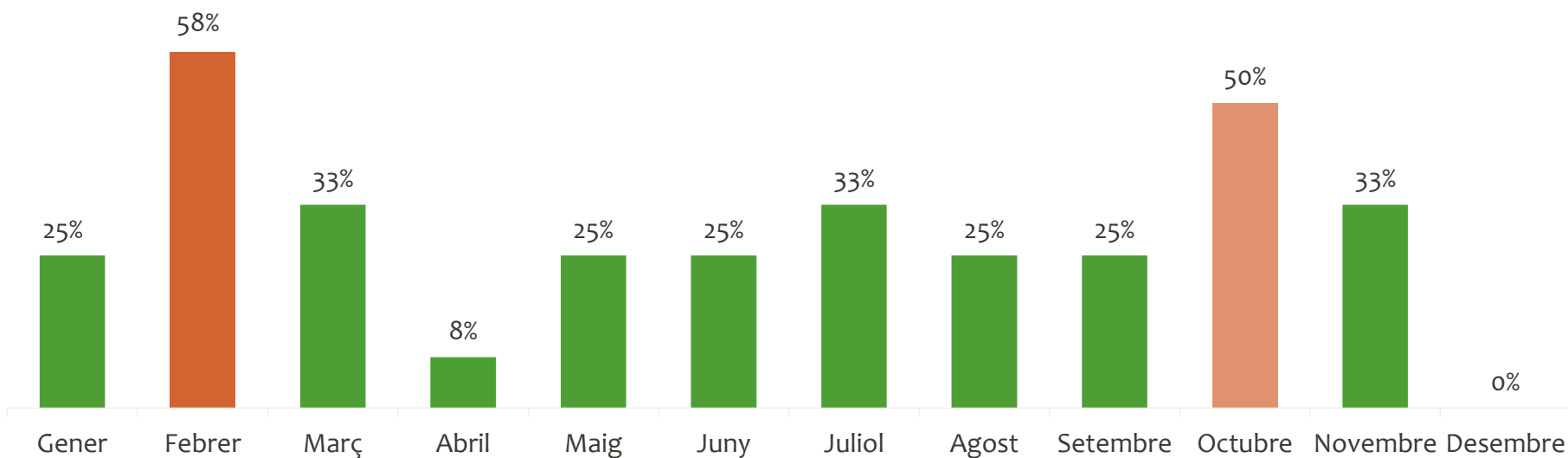


El desembre, és el mes escollit pels paradistes com el millor quant a vendes o facturació al mercat de Sant Salvador. El segueix el mes d'abril i, ja a més distància, el mes de gener.

Distribució de facturació/venes per mesos

Quins són els mesos de l'any amb menys facturació?

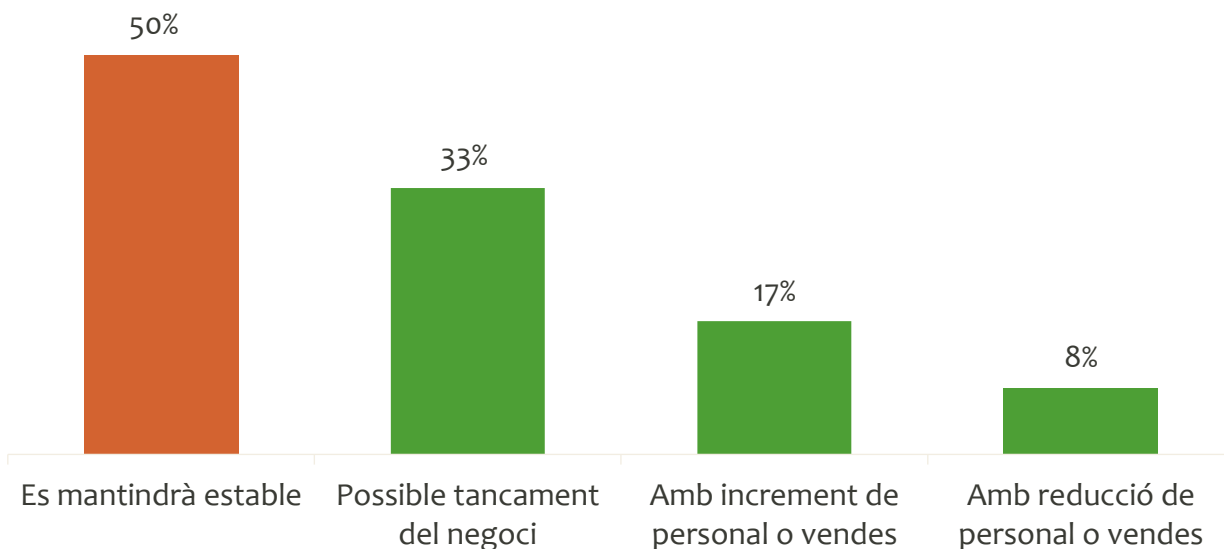
Base: 12



El febrer i l'octubre són els pitjors mesos de l'any en relació amb les vendes o la facturació, segons els negocis del mercat de Sant Salvador.

Com veieu el vostre negoci d'aquí a cinc anys?

Base: 12



Un terç dels entrevistats (4) veuen l'evolució del seu negoci amb total incertesa. D'aquests, al final la meitat confien que es mantindrà estable i l'altra meitat que és possible que hagin de tancar el negoci.

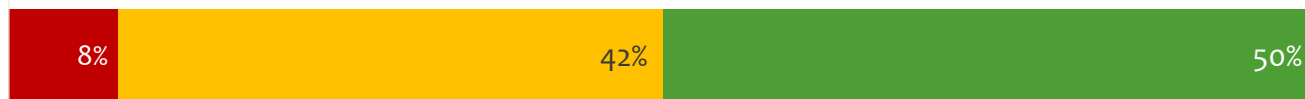
La meitat dels negocis confien que, d'aquí a cinc anys, el negoci del mercat de Sant Salvador es mantindrà estable mentre que un altre 33% auguren un possible tancament de l'establiment comercial. També hi ha un 17% que confien en un increment de personal o vendes i un 8% que preveuen una reducció (de personal o de vendes) durant el proper quinquenni.

Valoració de la imatge del mercat

Com valoreu la imatge general del mercat de Sant Salvador?
Considereu l'emplaçament, altres parades, neteja, mobiliari urbà...

Base: 12

Imatge general



En què creieu que és millorable?

Més aparcament gratuït per als clients

Més lluminositat, més neteja, més manteniment general

Modernitzar, actualitzar el mercat

Més publicitat i promoció del mercat

Servei de recollida de brossa (no només per a Mercadona)

Poder obrir a les 8h del matí

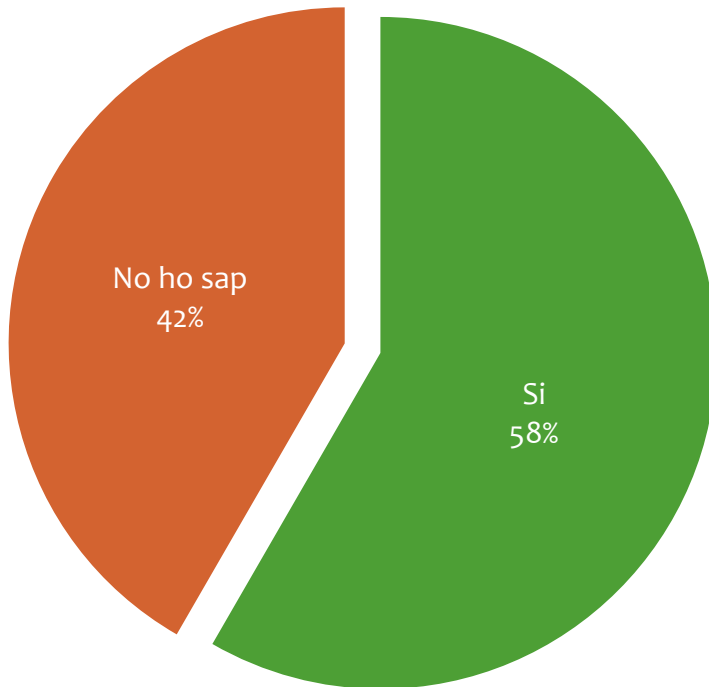
Possibilitat d'obrir en festius

Control de mosques en temporada d'estiu

Que cada parada se centri en el seu negoci, no en tenir productes que tenen altres parades

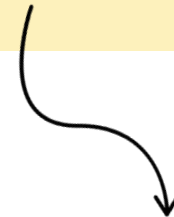
Sobre la concessió, teniu intenció de tornar-vos a presentar?

Base: 12



Més de la meitat dels negocis del mercat de Sant Salvador tenen intenció de tornar-se a presentar per a optar a una parada de venda al mercat municipal.

Hi ha, però, un 42% de parades que encara no tenen presa la decisió. La meitat d'aquestes posen de manifest que el factor determinant serà el preu.



Aspectes/Dubtes sobre renovar la concessió o participar de nou

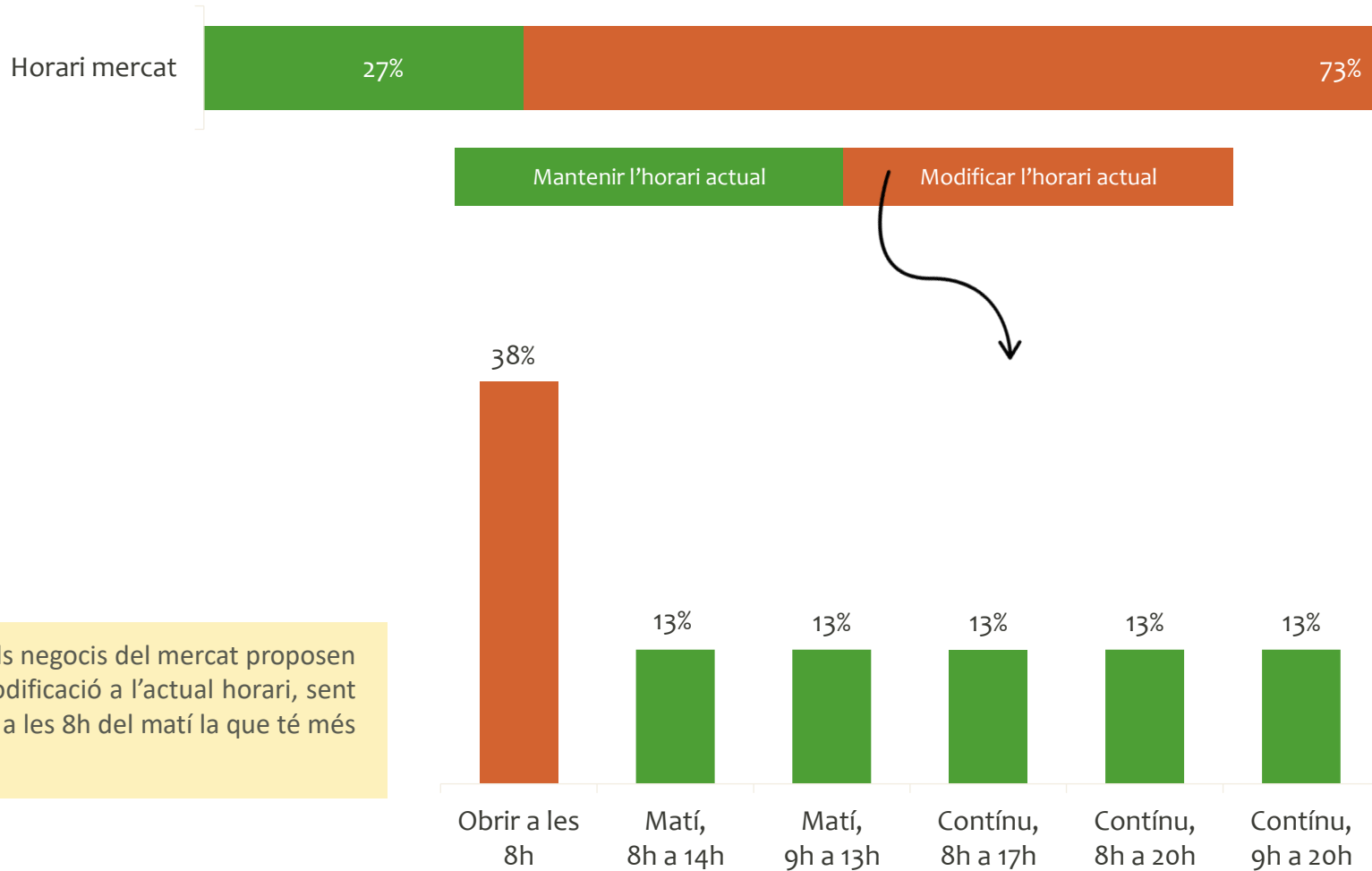
El preu

La durada

Desconeixement del funcionament

Sobre l'horari del mercat de Sant Salvador, quin creieu que seria l'horari més idoni?

Base: 12



El 73% dels negocis del mercat proposen alguna modificació a l'actual horari, sent l'obertura a les 8h del matí la que té més suport.

Quins aspectes del mercat de Sant Salvador considereu que cal millorar?

Base: 11

ASPECTES DE MILLORA DEL MERCAT DE SANT SALVADOR

Actualització de la imatge general del mercat	73%
Més il·luminació	55%
Falta espai / Millorar la distribució dels espais	55%
Poder obrir a les 8h del matí	45%
Més publicitat i promoció des de l'ajuntament	45%
Servei de recollida de brossa	36%
Aparcament gratuït per a la clientela	36%
La comunicació amb l'ajuntament no és fluida	18%

El principal aspecte de millora que proposen els negocis del mercat és que s'actualitzi, es modernitzi la imatge general d'aquest.

Millores en la il·luminació i en la distribució dels espais també són altres aspectes de millora àmpliament compartits.

Reptes de futur dels mercats municipals

Quins reptes de futur creieu que tenen els mercats municipals?

Base: 7

REPTES DE FUTUR DELS MERCATS MUNICIPALS

No hi ha relleu generacional a les parades

Conscienciar sobre la importància del producte de qualitat

La renovació, són estructures poc dinàmiques

L'adaptació als canvis i a les dificultats i traves administratives

Tenir prou recursos per adaptar-se a la burocràcia, als tràmits administratius i a les taxes

Fer front a una administració que dessagna al petit comerç

Apostar per parades amb degustació per atreure més públic jove

Quines accions creieu que caldria emprendre per a continuar essent competitius?

Base: 10

ACCIONS PER A LA MILLORA DE LA COMPETITIVITAT

Ampliació horària

Pagar menys taxes i impostos

Generar més atractivitat i que vingui més gent

Que torni el mercat setmanal

Posar el nom de totes les parades als accessos

Les campanyes de plàstics no serveixen per a res. Deixar-les de fer

Més publicitat / Publicitat més assertiva per part de l'ajuntament / Publicitat a xarxes socials



L'aspecte de millora relacionat amb la publicitat és l'únic que és comentat per més d'una parada o negoci; en concret, n'hi ha 5 que se'n fan ressò.

Comentaris i observacions sobre l'objecte d'estudi

Voleu fer algun comentari i/o observació més, en relació amb l'objecte d'estudi o el contingut de l'enquesta?

Base: 9

COMENTARIS I OBSERVACIONS FINALS

L'ajuntament ens té molt descuidats, abandonats

El wc fa setmanes que està fora de servei

L'ajuntament només es dedica a fer enquestes i després no aplica allò que comentem

L'ajuntament hauria de fer molt més pels paradistes, no fan res, tot són pegues i protocols

Les persones que treballem en aquest mercat tenim una edat semblant i si no hi ha relleu, tot tancarà

Que netegin els contenidors més sovint, que fan pudor

Gràcies al Mercadona, les parades sobrevivim

Que l'ajuntament ens faci una reunió explicativa sobre el funcionament de les llicències i concessions

Poder obrir a les 8h el mercat i també poder obrir en festius

L'estudi econòmic

Impacte i valor del mercat



Consideracions inicials

En aquest epígraf de l'estudi s'analitza l'impacte econòmic del mercat de Sant Salvador de Vilafranca del Penedès en un any. S'estima el conjunt d'activitat econòmica (principalment pel que fa a producció i ocupació) generada directament o indirecta pel propi mercat.

El treball de camp dut a terme en aquest estudi ha considerat: la despesa efectuada per les persones que compren de manera habitual al mercat, el volum de facturació dels negocis del mercat i les dades econòmiques que s'aporten des del mateix ajuntament de Vilafranca del Penedès en relació amb les despeses i els ingressos del mercat.

Aquestes dades són necessàries per a poder determinar l'impacte econòmic, ja que permeten obtenir els dos primers grups d'efectes econòmics: els directes i els complementaris o vinculats. El tercer grup d'efectes a considerar són els que s'obtenen a partir de les taules input-output de l'IDESCAT i que permeten assignar impactes de PIB i creació d'ocupació al territori, a partir de la correlació d'uns efectes multiplicadors generals aplicats a aquesta activitat econòmica.

Els estudis d'impacte econòmic

Els estudis d'impacte econòmic són un procés inexacte i els resultats que s'obtenen han de ser considerats com "la millor de les estimacions" i no com mesures úniques, acurades i precises.

La majoria d'estudis d'impacte econòmic tenen limitacions associades a la naturalesa retroactiva del anàlisi; treballant amb poques dades i realitzant extrapolacions que requereixen d'importantes assumpcions.

És així, com es recomana la realització d'enquestes in situ o a posteriori per a poder oferir dades més precises sobre les pautes de consum en l'àmbit d'estudi durant els dies que té lloc determinat esdeveniment, ja que aquestes enquestes al públic/consumidor permeten una millor segmentació del perfil sociològic i una millor determinació de les seves pautes de consum.

Una altra dada que cal tenir per a poder determinar amb exactitud l'impacte econòmic és l'afluència; és a dir, el nombre de visites que té el mercat. En aquest cas, s'han utilitzat les dades facilitades per l'ajuntament de Vilafranca, ja que disposa d'un comptador automatitzat al mateix mercat.

Els efectes directes

L'impacte directe (o efecte directe) es calcula a partir del recompte de despeses de l'esdeveniment.

Segons les dades facilitades per l'ajuntament de Vilafranca del Penedès, les despeses anuals en relació amb el mercat són de:

118.597,11 € Despeses anuals

Els efectes complementaris o vinculats

S'entén per impacte (o efecte) vinculat, la despesa que fan els clients, expressament atrets per l'activitat del mercat. Es tracta de determinar els patrons de consum de les persones que compren al mercat, quin perfil i hàbits tenen i quina és, en última instància, la despesa generada al mercat.

També entren dins d'aquest grup, els ingressos que obté l'ajuntament derivats de l'activitat del mercat; en aquest cas, referents a les taxes i cànons que paguen els negocis.

Els efectes induïts

Aquest tercer grup d'efectes econòmics s'han d'entendre com les repercussions econòmiques que els efectes directes i complementaris generen en el sistema econòmic, ja sigui en termes de producció, renda o ocupació. Com ja s'ha dit, aquest efecte correspon als efectes multiplicadors sobre l'economia agregada de les activitats directes i complementàries al consum comercial.

Els efectes complementaris o vinculats

A. Impacte econòmic generat pels visitants

La informació relativa a aquest apartat ha estat extreta de les enquestes que s’han realitzat a les persones que han participat a l’estudi. A partir de les dades del treball de camp és possible determinar quina ha estat la despesa generada per aquestes persones i procedir a calcular l’impacte econòmic generat en el territori.

S’han tingut en compte diversos factors: la despesa efectuada segons precedència de la clientela (local o forana); els visitants diaris que té el mercat (mitjana d’una setmana tipus) i la freqüència de compra.

PROCEDÈNCIA	Mostra enquesta	Despesa Mitjana	Visitants diaris	Despesa total*	Depesa total diària
Àrea d’influència (Vilafranca del Penedès)	353	49,93€	4.181	208.757,33€	42.729,82€ €
Resta	52	77,69€	616	47.857,04€	4.884,88 €
TOTAL	405	53,10€	4.797	256.614,37€	47.614,70 €

* Determinada la despesa total segons l’afluència diària, cal adaptar-la a la freqüència de compra que presenta la clientela del mercat. És per això que es busca obtenir una xifra de despesa total diària, que servirà com a base multiplicadora.

Els efectes complementaris o vinculats

A. Impacte econòmic generat per la clientela

D'acord amb els càlculs derivats de la taula anterior, l'impacte econòmic generat per la clientela del mercat de Sant Salvador és de:

47.614,70 € Despesa diària clientela

B. Impacte econòmic generat per ingressos

La informació relativa a aquest apartat ha estat extreta a partir de les dades aportades per l'ajuntament, des d'on es quantifiquen els ingressos anuals (cànon i taxes) que paguen els negocis del mercat, en:

245.162,02 € Ingressos anuals

Ara, cal ajustar les dades obtingudes a diàries, per tal de poder disposar de les mateixes bases i que, posteriorment, puguin ser multiplicades.

EFFECTES ECONÒMICS DIARIS

Efectes directes (despeses)	411,79€
Efectes complementaris (clientela)	47.614,70€
Efectes complementaris (ingressos)	851,26€

Els efectes induïts

L'efecte induït quantifica la repercussió de l'esdeveniment en l'economia local que no és atribuïble directament a l'objecte d'estudi. Les despeses (directes) i les dels consumidors (complementàries o vinculades) provoquen un estímul global en l'economia (efecte induït) de l'àrea de referència, que «multiplica» el valor de les despeses directes i vinculades. La suma d'aquests tres valors és el que s'anomena impacte econòmic.

Idealment, el càlcul dels multiplicadors és una tasca complexa i costosa -fora de l'abast d'aquest estudi-, per aquesta raó s'utilitzen valors de multiplicadors acceptats com a vàlids en altres sectors de l'economia catalana com és el comerç, el turisme i la cultura, i contrastats amb altres estudis d'impacte. Aquest impacte sobre l'economia s'ha obtingut a partir de la despesa efectiva realitzada pels assistents i per l'organització, a la qual cal afegir-hi la informació facilitada per les taules input-output de l'IDESCAT i els comptes satèl·lit de la Generalitat de Catalunya.



Resum dels efectes econòmics (freqüència diària)

1

Directes

411,79 €

2

Vinculats

48.465,96 €

3

Induïts

18.084,77 €

Impacte econòmic total

L'impacte total sobre la producció és el resultat de la suma dels tres tipus d'impactes ja definits i calculats en l'apartat anterior. Aquesta xifra resultant representa el diner que mou l'activitat del mercat de Sant Salvador diàriament, en termes generals.



Cal entendre aquesta xifra com a diner que mou el mercat amb la seva activitat, no com una quantitat monetària concreta que queda exclusivament en l'economia local, sinó que és diner que entra en circulació amb motiu del conjunt d'activitat generada diàriament pel mercat de Sant Salvador. Tot i que, en aquest cas, tenint en compte que el 87% de la clientela és local, que els negocis del mercat són també locals (en la seva majoria), que les persones que hi treballen són gairebé totes locals, es podria associar al voltant del 90% de l'impacte econòmic obtingut en impacte econòmic que repercuteix en l'àmbit local.

A partir de la xifra d'impacte econòmic total es calcula **per cada euro de despesa** de l'ajuntament quin és el **retorn** generat. En aquest cas és de 162,61€ per euro invertit.



La projecció anual de l'impacte econòmic és de:

19.285.207,15€
impacte econòmic anual del mercat de Sant Salvador

Les conclusions

Consideracions finals



Consideracions finals de l'estudi de clientela:

Arran de les 405 enquestes realitzades entre la clientela del mercat de Sant Salvador durant una setmana estàndard se'n deriva que:

- ✓ Un 69% de la clientela habitual del mercat són dones i el 31% són homes.
- ✓ Quant a edat, més de la meitat (52%) dels clients tenen de 65 anys en endavant.
- ✓ Pel que fa la procedència, un 87% correspon a clientela local, de Vilafranca del Penedès. Per barris, és el Poble Nou, amb un 44%, el que aporta més clientela al mercat de Sant Salvador. Sant Julià, amb un 20%, i les Clotes, amb un 15% són els altres dos barris principals.
- ✓ La situació laboral del 40% dels participants en l'estudi correspon a la categoria de jubilats, mentre que un 28% són treballadors per compte aliè i un 11% aturats.
- ✓ Un 54% dels participants en l'estudi diuen ostentar la responsabilitat exclusiva en relació amb les compres de la llar, mentre que el 46% restant tenen responsabilitat compartida en aquest aspecte quotidià. En el cas de les dones, la responsabilitat exclusiva és del 66% mentre que en el cas dels homes és del 27%.
- ✓ En relació amb les compres habituals, un 76% diu fer-les en supermercat i un 60% en mercat municipal.
- ✓ El comportament dels qui compren de manera habitual al mercat municipal no és homogeni quant a volum de compres: un 21% dels participants hi fa menys d'un 10% de les compres; un 35% dels participants hi fa entre el 10% i el 25% de les compres; un 31% dels participants hi fa entre el 25% i el 50% de les compres; i un 10% dels participants hi fa més del 50% de les compres habituals.
- ✓ La freqüència de compra al mercat municipal presenta diferències significatives: un 48% diuen fer-hi una compra setmanal, mentre que un 20% hi compra amb una freqüència superior: més d'una vegada a la setmana i un altre 20% ho fa amb una freqüència inferior: de manera quinzenal.

Consideracions finals de l'estudi de clientela:

- ✓ Quant a l'ús del vehicle privat per anar al mercat municipal de Sant Salvador, un 39% diu utilitzar-lo de manera més o menys habitual. I, pel que fa l'ús de l'aparcament soterrat del propi mercat, és utilitzat per menys de 4 de cada 10 usuaris que s'hi desplacen en cotxe.
- ✓ A l'hora de comprar al mercat de Sant Salvador, un 69% de la clientela diu fer compra tant en parades com al supermercat. Hi ha un 18% que només compra a les parades i un 13% que només compra al Mercadona.
- ✓ El principal factor que motiva la compra al mercat és la proximitat. El tracte personal, la qualitat del producte fresc i la combinació de parades i supermercat en un mateix edifici, són els altres motius principals.
- ✓ La despesa mitjana se situa en 53,10€ per compra.
- ✓ Quant a la valoració d'aspectes i serveis del mercat, els horaris i la qualitat dels productes frescos obtenen les millors valoracions. En canvi, els preus són l'aspecte menys ben valorat.
- ✓ D'entre les principals mancances d'oferta que consideren els clients del mercat de Sant Salvador, destaquen: l'alimentació ecològica, els productes gourmet, formatgera, enoteca i precuinats.
- ✓ L'actualització de la imatge del mercat esdevé l'aspecte de millora més rellevant.

Consideracions finals de l'estudi de parades i negocis:

Arran de les enquestes realitzades a les parades i negocis del mercat de Sant Salvador se'n deriva que:

- ✓ L'antiguitat de la majoria dels negocis del mercat és superior als 20 anys.
- ✓ La mitjana de treballadors per negoci és de 2,1 i la mitjana de propietaris és d'1,4.
- ✓ Més de la meitat dels responsables dels negocis del mercat de Sant Salvador tenen entre 55 i 64 anys i un altre 8% de 65 anys en endavant. La mitjana d'edat del conjunt de responsables és de 53,7 anys.
- ✓ La meitat dels negocis diu no tenir relleu generacional per a la parada i un altre 17% no ho tenen clar, encara. Hi ha, però, un terç dels negocis que sí que asseguren tenir relleu.
- ✓ La facturació mitjana setmanal de les parades del mercat està al voltant dels 4.500€; la mensual, sobre els 18.000€ i l'annual gira entorn als 190.000€.
- ✓ El desembre és escollit com el millor mes quant a vendes i facturació. L'abril i el gener, també són considerats mesos bons pels paradistes. En canvi, els mesos de febrer i octubre són assenyalats com els pitjors mesos, en relació amb el volum de negoci.
- ✓ Si bé un 42% dels negocis del mercat preveuen tenir certa estabilitat d'aquí a cinc anys, hi ha un 33% que preveu un possible tancament del negoci.
- ✓ En relació amb la renovació de la concessió, un 55% diu que s'hi tornarà a presentar mentre que l'altre 45% no ho té clar. En aquest cas, el preu i la durada de la concessió seran els factors determinants a l'hora de prendre la decisió.

Des del punt de vista dels negocis, les principals millores al mercat haurien de passar per: actualització/modernització de la imatge general del mercat, més il·luminació i una millor distribució dels espais. S'apunten, però, d'altres aspectes de millora, així com objectius per a ser més competitius o reptes generals dels mercats municipals.

Consideracions finals de l'impacte econòmic del mercat:

- ✓ El mercat de Sant Salvador genera un impacte econòmic diari de 66.965,51€, derivat del conjunt de la seva activitat comercial.
- ✓ Tenint en compte la despesa que el mercat genera a l'ajuntament de Vilafranca del Penedès, per cada euro que aquesta administració pública hi inverteix, n'obté un retorn de 162,61€.
- ✓ Anualment, l'impacte econòmic del mercat de Sant Salvador és de 19.285.207,15€.
- ✓ Tenint en compte la tipologia de clientela, així com els negocis del mercat, és possible determinar que més del 90% de l'impacte econòmic recau en l'àmbit local.

Consideracions finals de l'impacte econòmic del mercat:

En relació amb la concessió administrativa, cal tenir en compte que:

- Mercadona té una facturació aproximada anual d'entre 13 i 14 milions d'euros.
- La resta de negocis del mercat tenen una facturació aproximada anual de: 190.000€ (dades aportades per 9 negocis, n'hi ha 2 que no faciliten dades de facturació, un dels quals és Casa Ametller que, amb elevada probabilitat, és un dels negocis amb més volum de facturació del mercat).
- L'impacte econòmic derivat del mercat de Sant Salvador és de més de 19 milions d'euros anuals i cal posar-lo en relació directa amb el volum de negoci que representa el supermercat i el fet que aquest establiment estigui al mercat.
- Cal tenir en consideració que els negocis del mercat aporten dades relacionades amb facturació, que no amb beneficis.
- Els percentatges de marge brut sobre vendes (dades de l'IDESCAT, any 2022) sobre els sectors comercials/alimentació que hi ha al mercat de Sant Salvador són els següents:
 - Fruïtes i hortalisses: 30.7%
 - Carns: 37.2%
 - Peix: 26.0%
 - Fleca: 58.0%
 - Resta alimentació: 29.8%
- Tenint en compte les dades de facturació aportades per 9 negocis del mercat, es determina que:

SECTOR	PARADES	FACTURACIÓ MENSUAL
Càrnic	2	25.000€
Peix i pesca salada	2	17.500€
Pa	1	9.000€
Resta	4	64.500€
MITJANA	9	12.900€



The Whatsons.

Opinió pública

Rambla La Girada 93, Local 1
Vilafranca del Penedès

www.thewhatsons.com
info@thewhatsons.com

La informació que conté aquest document és de caràcter estrictament confidencial i pertany a l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès.

N'és prohibida la reproducció total o parcial per qualsevol procediment, sense prèvia autorització.

document a paper

Redacció de l'estudi: octubre 2024

