



AJUNTAMENT DE
TARRAGONA

ceres 
investigació sociològica
i de mercats



VALORA
TARRAGONA

Principals resultats onada 3

Novembre, 2016



Propòsit i metodologia

Descripció de la mostra

Informació municipal

Campanyes informatives i de sensibilització

Valoració de l'Ajuntament com a institució

Actualitat

Conclusions



DADES GENERALS DEL PANEL:

Àmbit territorial: ciutat de Tarragona.

Univers: població resident al municipi major de 16 anys.

Mostra: teòrica inicial, d'entre 150 i 250 panelistes amb representació de barri de residència, gènere i d'edat. La mostra està plantejada per usuaris d'internet, tot i que es poden realitzar telefònicament entre 5 – 8 enquestes a panelistes amb un perfil que difícilment utilitzen les 2.0.

A l'inici de la tercera onada, es disposa de 353 inscrits, tot i que 9 d'aquests han facilitat un correu erroni i no es disposa de telèfon, per tant, no poden incloure's. Per tant, el total d'inscrits vàlids és de 344.

Procediment de captació: s'ha realitzat a través de mitjans municipals i amb participació directa de l'Ajuntament i d'accions comunicatives realitzades per Ceres.

Periodicitat: dues onades anuals.

Instrument: formularis estructurats amb aplicació telemàtica. Als panelistes sense disponibilitat d'internet se'ls administra telefònicament.

DADES PARTICULARS DE L'ONADA 3

Mostra: la mostra de panelistes per aquesta onada ha estat d'un total de 250 persones, que suposa el 73% respecte el total d'inscrits.

Instrument: formulari estructurat amb aplicació telemàtica.

Dates treball de camp: entre el 31 d'octubre i el 15 de novembre de 2016.

Nota metodològica: la suma dels percentatges dels gràfics del present informe poden oscil·lar entre el 99% i el 101% per l'arrodoniment dels decimals.



Propòsit i metodologia

Descripció de la mostra

Informació municipal

Campanyes informatives i de sensibilització

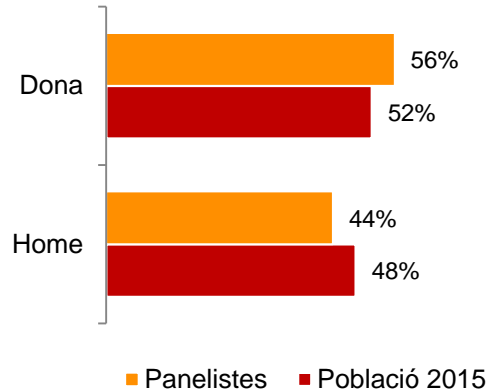
Valoració de l'Ajuntament com a institució

Actualitat

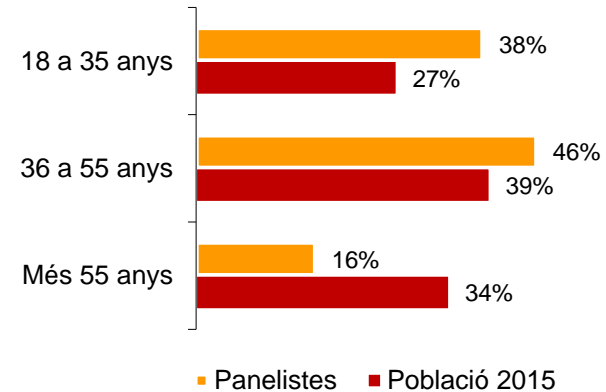
Conclusions



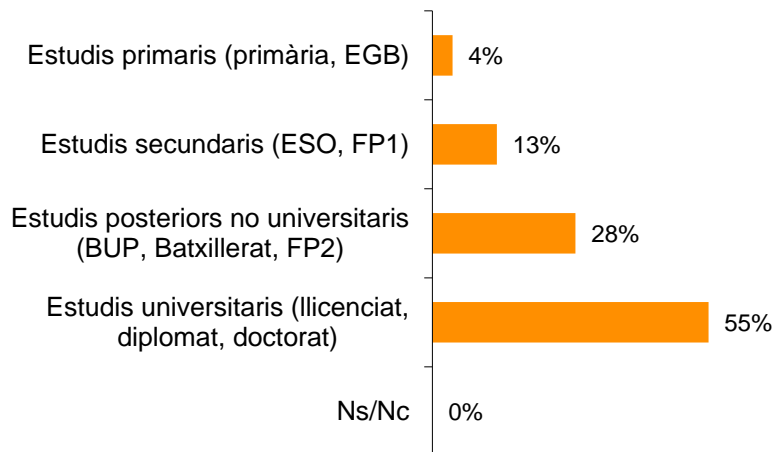
► **SEXE**



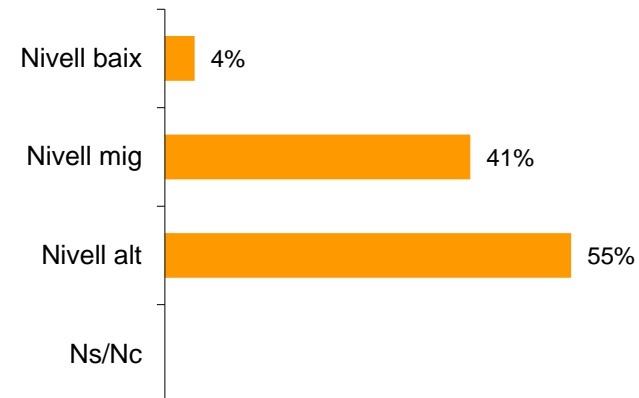
► **EDAT**



► **NIVELL D'ESTUDIS**

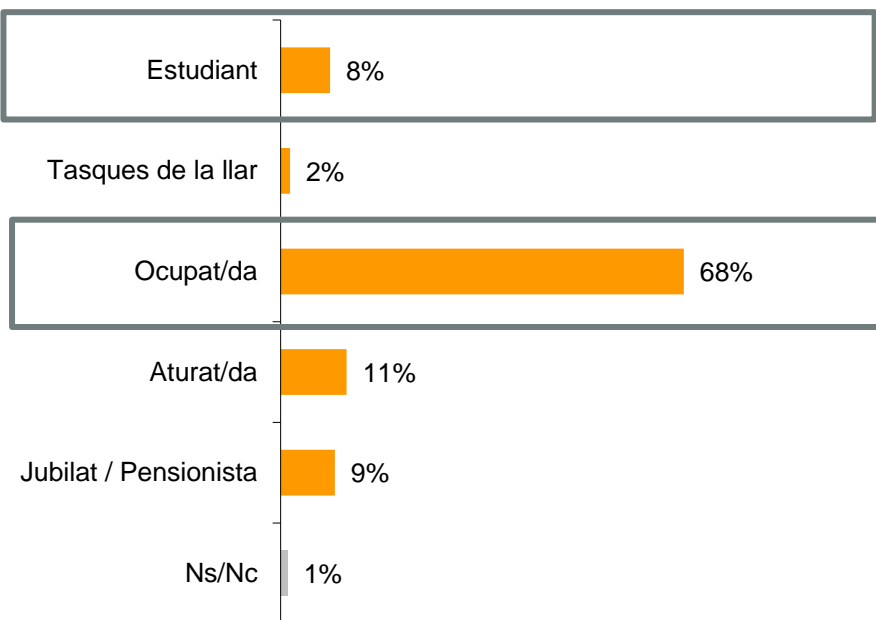


► **NIVELL D'ESTUDIS AGRUPAT**



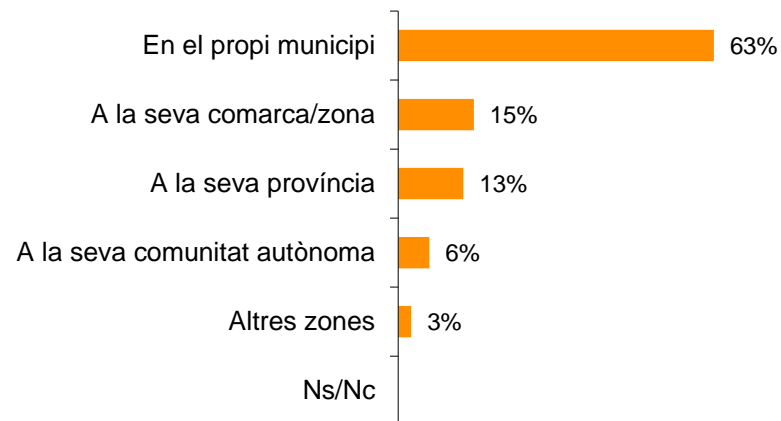


► SITUACIÓ ACTUAL



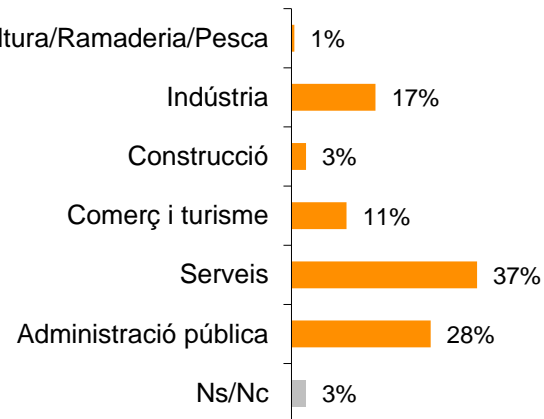
► ZONA DE TREBALL O ESTUDI

(Base: 192 panelistes que estan ocupats o estudiant)



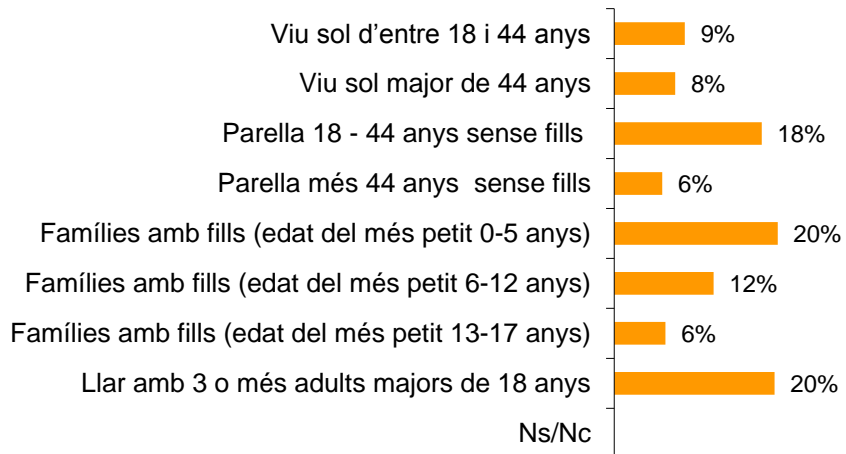
► SECTOR D'OCUPACIÓ

(Base: 171 panelistes que estan ocupats)

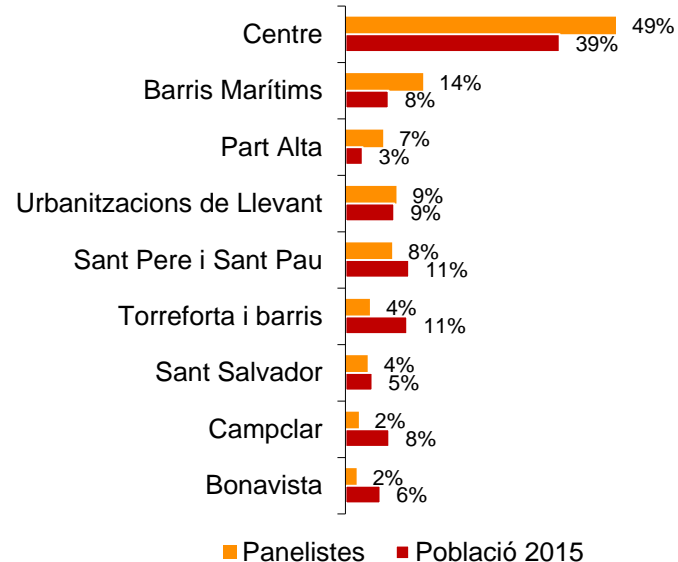




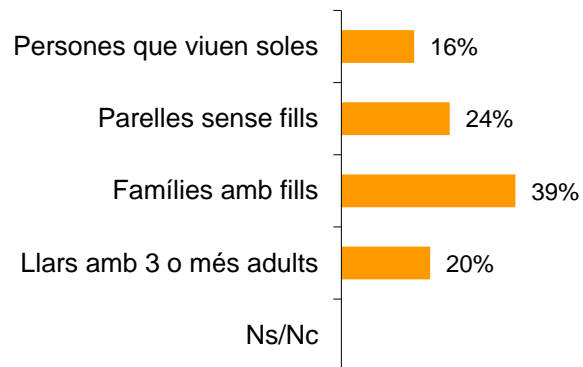
► TIPOLOGIA DE LLAR



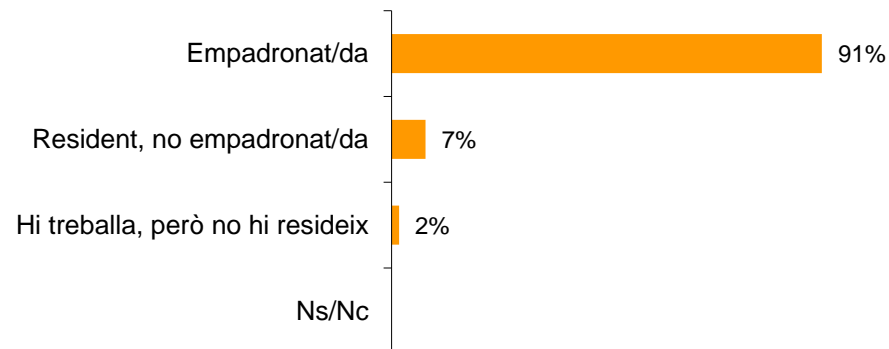
► ZONA DE RESIDÈNCIA



► TIPOLOGIA DE LLAR AGRUPADA



► RELACIÓ AMB EL MUNICIPI





Propòsit i metodologia

Descripció de la mostra

Informació municipal

Campanyes informatives i de sensibilització

Valoració de l'Ajuntament com a institució

Actualitat

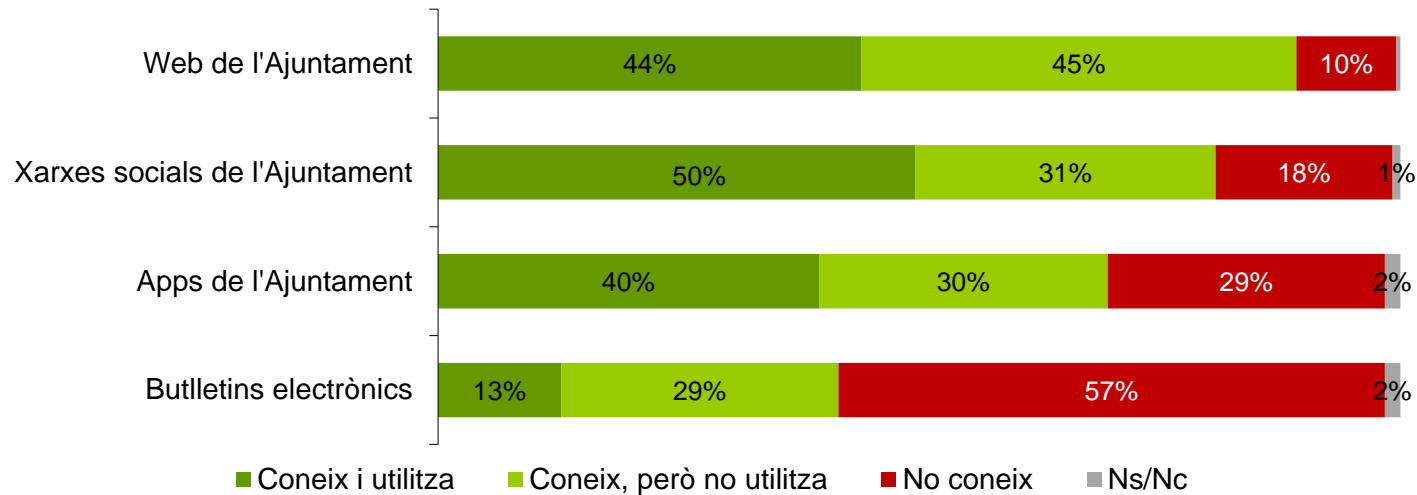
Conclusions

Coneixement i utilització de canals municipals



Per començar, s'ha analitzat el coneixement i ús existents dels canals de comunicació municipals.

► CONEIX I UTILITZA ELS SEGÜENTS CANALS DE COMUNICACIÓ MUNICIPALS?

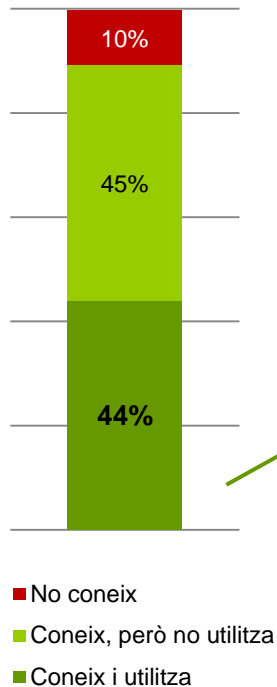


Tant el web, com les xarxes socials com les Apps són molt coneguts pels panelistes, tot i que aquest darrer canal encara seria desconegut pel 30%. Així mateix, també són bastant utilitzats, arribant en el cas de les xarxes socials al 50% d'ús.

Per contra, més de la meitat dels panelistes no coneixen els butlletins electrònics i només el 13% els utilitza.

Coneixement i valoració del web municipal

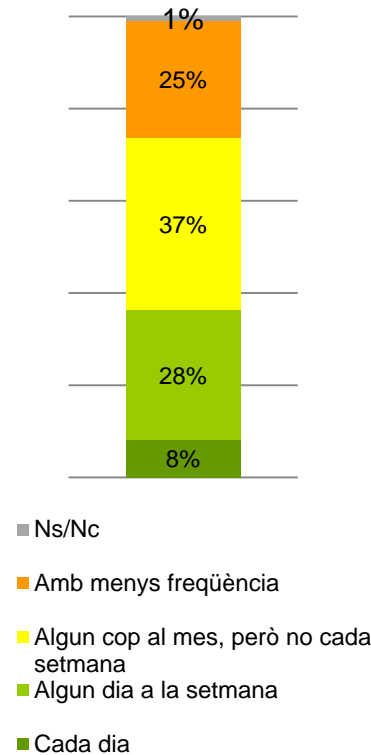
► CONEIXEMENT WEB DE L'AJUNTAMENT



Del 44% que utilitza la pàgina web, principalment ho fan algun cop a la setmana o algun cop al mes. L'apartat més visitat és l'agenda cultural.

► AMB QUINA FREQUÈNCIA APROXIMADAMENT CONSULTA EL WEB DE L'AJUNTAMENT?

Base: panelistes que coneixen i utilitzen el web de l'Ajuntament (44%)



► QUINS SÓN ELS TEMES O APARTATS QUE MÉS L'INTERESSEN DEL WEB DE L'AJUNTAMENT?

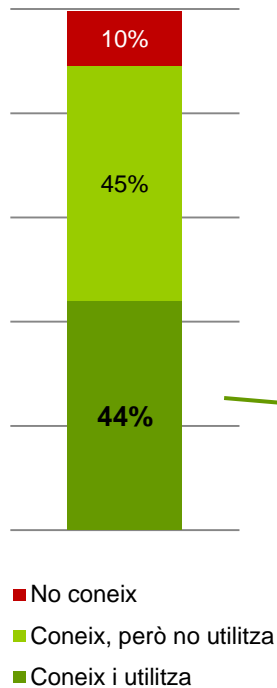
Base: panelistes que coneixen i utilitzen el web de l'Ajuntament (44%)



Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple

Coneixement i valoració del web municipal

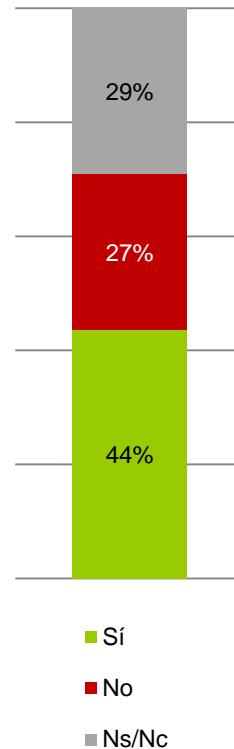
► CONEIXEMENT WEB DE L'AJUNTAMENT



En base als panelistes que utilitzen el web de l'ajuntament, un 44% pensa que caldria fer-hi millores. Aquestes millores van en la línia de fer-lo més clar, entenedor i intuïtiu. Esmenten que els costa trobar el que busquen i que hauria d'estar més actualitzat.

► PENSA QUE CALDRIA FER MILLORES AL WEB DE L'AJUNTAMENT?

Base: panelistes que coneixen i utilitzen el web de l'Ajuntament (44%)



► QUINES MILLORES?

Base: panelistes que pensen que caldria fer alguna millora al web de l'Ajuntament (44% dels que el coneixen i utilitzen)



Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple

Coneixement i valoració de les xarxes socials municipals



S'ha analitzat el coneixement, utilització i valoració dels panelistes de les diverses xarxes socials de l'Ajuntament.

	Coneix i utilitza	Coneix, però no utilitza	No coneix	Ns/Nc
Facebook	62%	23%	11%	4%
Twitter	49%	29%	19%	4%
Instagram	24%	27%	44%	5%
Youtube nt	15%	26%	54%	5%
Google+	14%	23%	56%	8%
Blog	12%	22%	59%	7%
Linkedin	10%	25%	59%	6%
Pinterest	8%	22%	63%	7%
Vimeo	7%	20%	66%	7%
Issuu	6%	17%	72%	6%
Flickr	6%	21%	68%	6%
Foursquare	5%	15%	75%	6%

Facebook seria la més coneguda, seguida de Twitter.

Per contra, Foursquare, Flickr i Issuu són les menys conegudes.

Coneixement i valoració de les xarxes socials municipals



	Valoracions positives (7-10)	Valoracions regulars (4-6)	Valoracions negatives (0-3)	Valoracions mitjanes (escala 0-10)
Google+	57%	36%	7%	7,04
Instagram	67%	29%	4%	6,94
Twitter	65%	24%	10%	6,81
Facebook	58%	34%	8%	6,48
Issuu	33%	50%	17%	6,10
Blog	50%	33%	17%	6,04
Linkedin	50%	30%	20%	5,89
Pinterest	38%	50%	13%	5,53
Vimeo	29%	43%	29%	5,31
Youtube nt	33%	40%	27%	5,10
Flickr	17%	50%	33%	4,50
Foursquare	20%	40%	40%	4,43

Nota: % i valoracions mitjanes calculats en base als panelistes que utilitzen cada xarxa social i que les valoren

Google+, Instagram i twitter són les xarxes socials més ben valorades. En canvi, Youtube nt, Flickr i Foursquare són les que obtenen pitjor valoració.

Coneixement i valoració de les Apps municipals



A continuació, també s'ha analitzat el coneixement, ús i valoració de les diverses Apps municipals.

	Coneix i utilitza	Coneix, però no utilitza	No coneix	Ns/Nc
Concurs de castells de Tarragona	38%	26%	32%	3%
EMT	66%	21%	11%	2%
Epp! La ciutat com t'agrada	61%	17%	20%	2%
Agenda cultural	68%	17%	13%	2%

Gairebé totes les APPS són molt conegudes i utilitzades, a excepció de la del “Concurs de castells de Tarragona” que només l'utilitzarien el 38% de panelistes, tot i ser coneguda pel 64%.

Coneixement i valoració de les Apps municipals



	Valoracions positives (7-10)	Valoracions regulars (4-6)	Valoracions negatives (0-3)	Valoracions mitjanes (Escala 0-10)
Concurs de castells de Tarragona	68%	24%	8%	7,01
EMT	61%	24%	15%	6,57
Epp! La ciutat com t'agrada	56%	30%	15%	6,21
Agenda cultural	54%	31%	15%	6,20

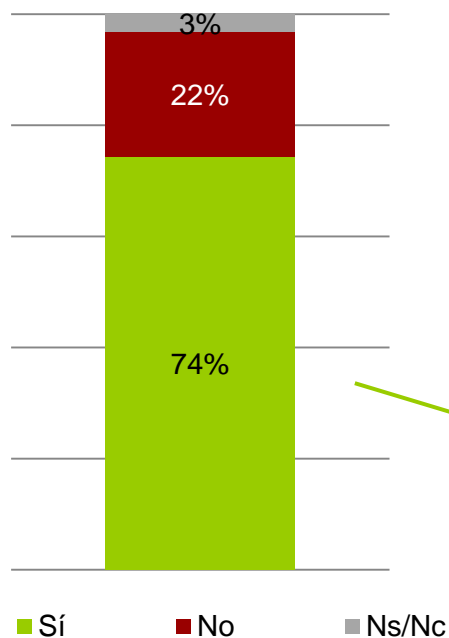
Nota: % i valoracions mitjanes calculats en base als panelistes que utilitzen cada APP i que les valoren

Les Apps municipals estan valorades entre el 6 i el 7 de mitjana. La millor valorada és l'App del Concurs de castells i la que obté una pitjor valoració és l'agenda cultural, amb un 6,2 de mitjana.

Utilització d'altres canals d'informació

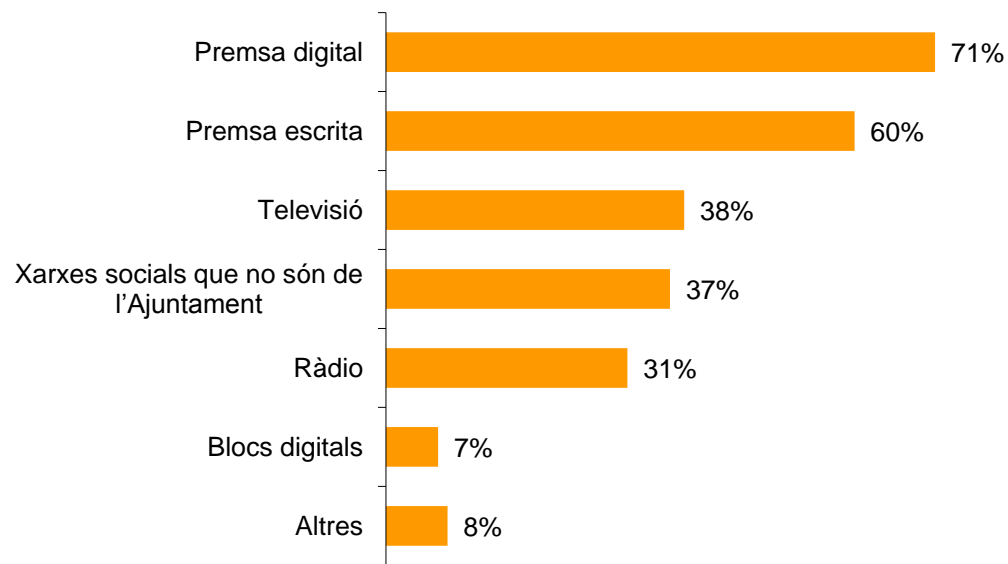
S'ha demanat als panelistes si, a banda dels analitzats, utilitzaven altres canals per informar-se de l'actualitat de la ciutat.

► **A BANDA DELS CANALS ANTERIORS, CONSULTA ALTRES MITJANS DE COMUNICACIÓ O PORTALS D'INTERNET PER INFORMAR-SE DE L'ACTUALITAT DE LA CIUTAT?**



► **A TRAVÉS DE QUINS ALTRES MITJANS DE COMUNICACIÓ O PORTALS D'INTERNET S'INFORMA DE L'ACTUALITAT DE LA CIUTAT?**

Base: 74% panelistes que afirmen consultar altres canals



Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple

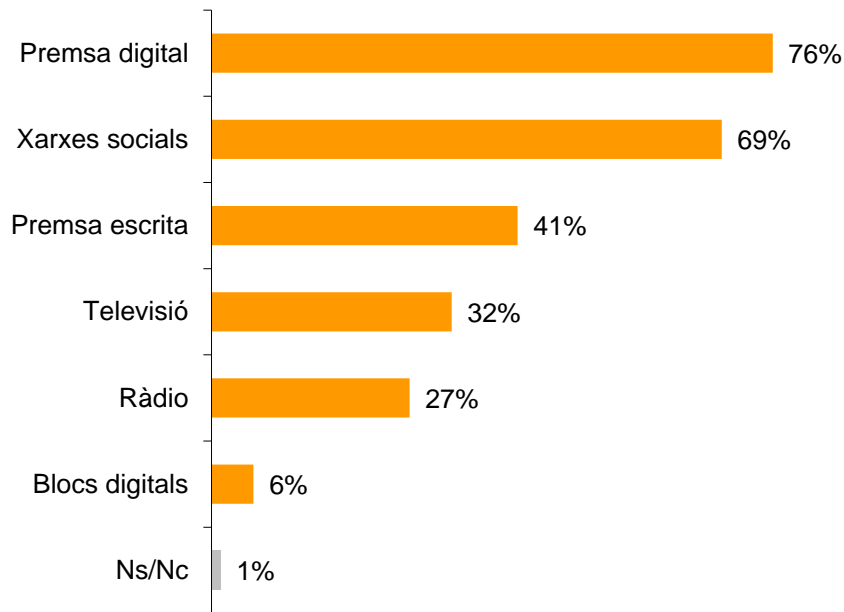
La majoria consulten altres mitjans de comunicació a part dels esmentats anteriorment, principalment la premsa digital o l'escripta.

Canals preferits per rebre informació sobre la ciutat



S'ha consultat sobre les preferències de canals a l'hora de conèixer l'actualitat de Tarragona.

► I A TRAVÉS DE QUINS CANALS PREFEREIX QUE LI ARRIBI LA INFORMACIÓ SOBRE L'ACTUALITAT DE LA CIUTAT?



Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple

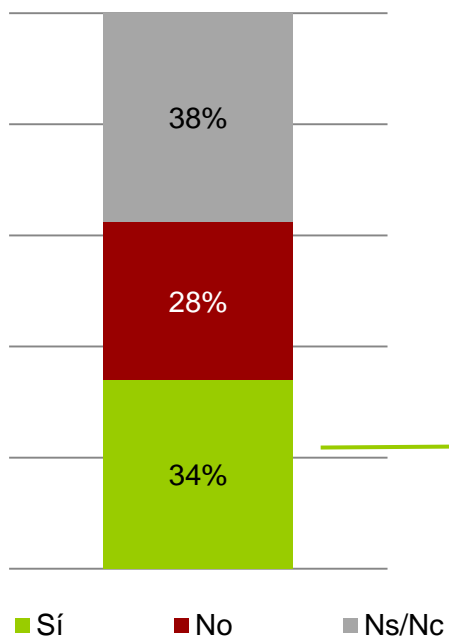
Les preferències de canals a l'hora de conèixer l'actualitat de Tarragona són principalment la premsa digital i les xarxes socials, seguits, en tercer lloc, per la premsa escrita.

El canal menys esmentat han estat els blocs digitals.



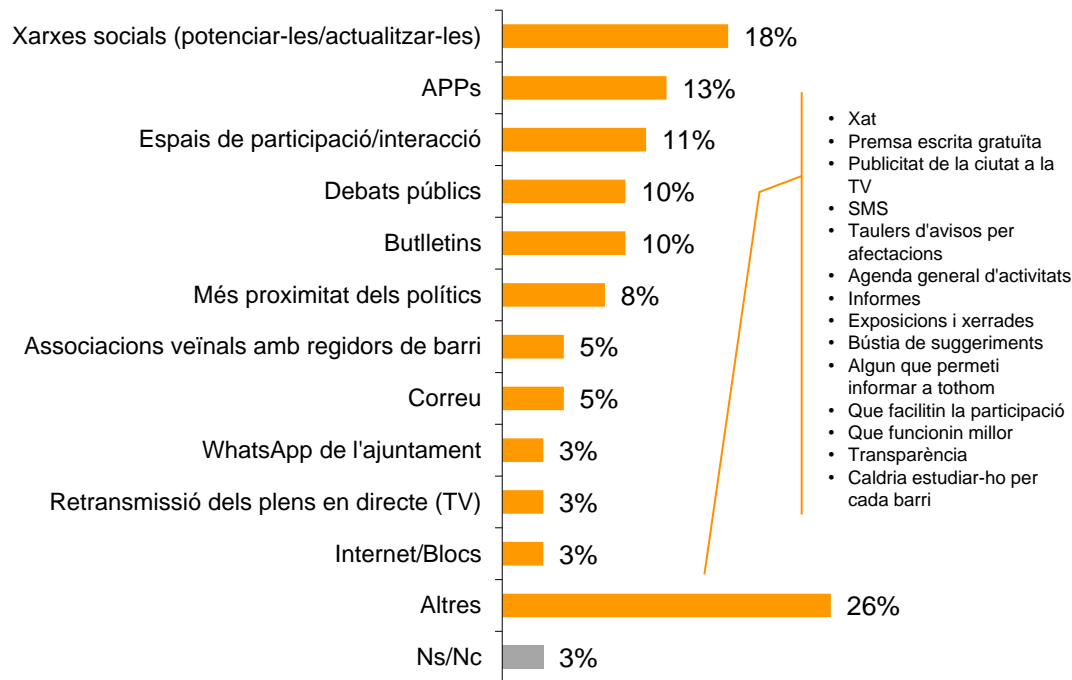
També s'ha plantejat la necessitat d'obrir nous canals de comunicació municipals.

► **CREU QUE SERIA INTERESSANT QUE L'AJUNTAMENT OBRÍS ALTRES CANALS DE COMUNICACIÓ AMB LA POBLACIÓ?**



► **QUINS NOUS CANALS DE COMUNICACIÓ CONSIDERARIA INTERESSANTS D'OBRIR?**

Base: 34% panelistes que consideren interessant obrir nous canals de comunicació



Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple

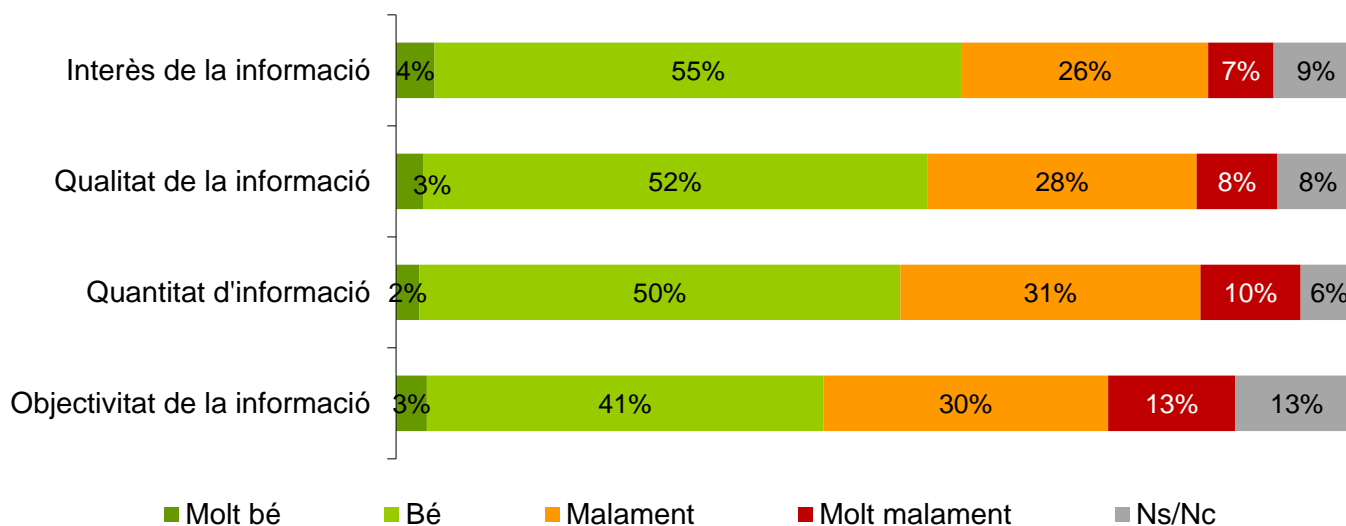
Entre els qui introduirien nous canals de comunicació, hi ha opcions molt diverses de canals per obrir o potenciar. Destaquen les xarxes socials, on es fa referència a potenciar-les i a actualitzar-les. També són molt esmentades les apps i els espais de participació.

Valoració de la informació que arriba de l'Ajuntament



Finalment, en aquest capítol, s'analitza la valoració que se'n fa de diferents aspectes relatius a la informació que arriba de l'Ajuntament.

► **COM VALORA, EN GENERAL, ELS SEGÜENTS ASPECTES REFERENTS A LA INFORMACIÓ QUE LI ARRIBA DE L'AJUNTAMENT?**



La majoria d'aspectes són valorats positivament per aproximadament la meitat dels panelistes.

No obstant, els aspectes que obtenen un percentatge més elevat de valoracions negatives són la qualitat i l'objectivitat de la informació.



Propòsit i metodologia

Descripció de la mostra

Informació municipal

Campanyes informatives i de sensibilització

Valoració de l'Ajuntament com a institució

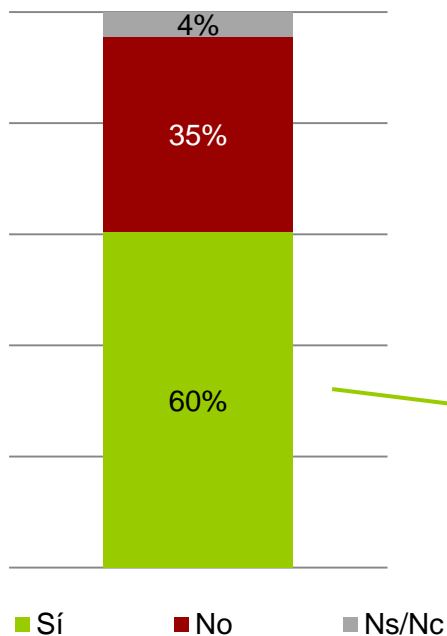
Actualitat

Conclusions



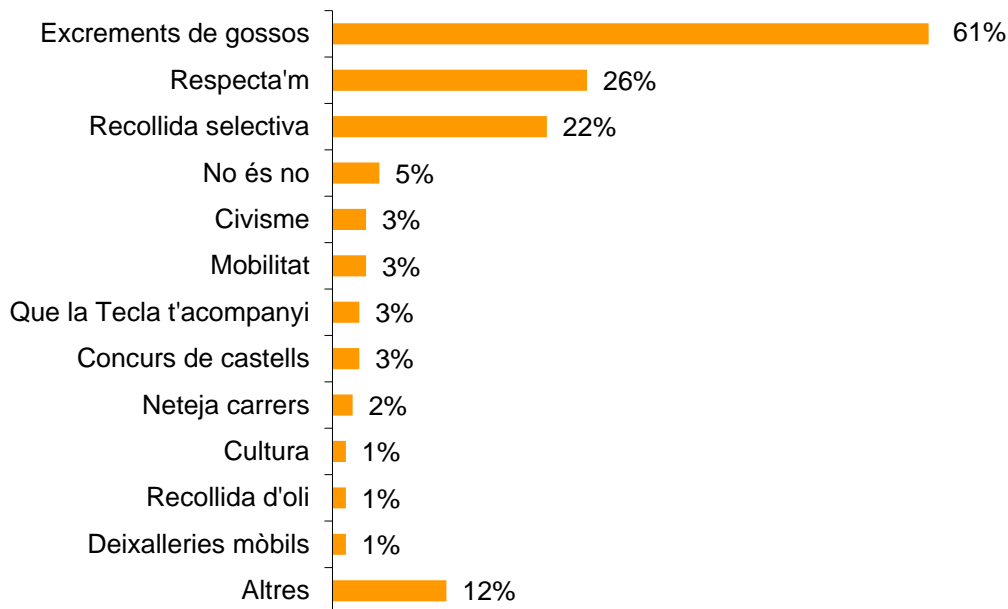
En aquest capítol s'analitza el coneixement, valoració i expectatives quant a campanyes d'informació i sensibilització municipals.

► **RECORDA ALGUNA CAMPANYA DE COMUNICACIÓ O SENSIBILITZACIÓ REALITZADA PER L'AJUNTAMENT DARRERAMENT?**



► **QUINES CAMPANYES RECORDA?**

Base: 60% panelistes que afirmen recordar campanyes



Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple

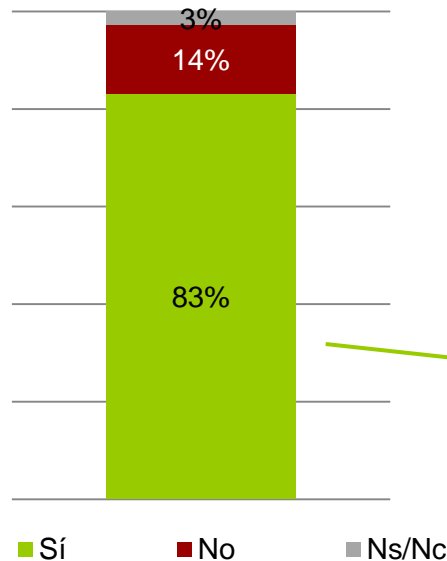
Més de la meitat dels panelistes recorda alguna campanya de sensibilització, sent la més destacada la relativa als excrements dels gossos. Seguidament, però força per sota de l'anterior, es troben la campanya "Respecta'm" i la campanya de recollida selectiva.

Record de la campanya sobre excrements de gossos



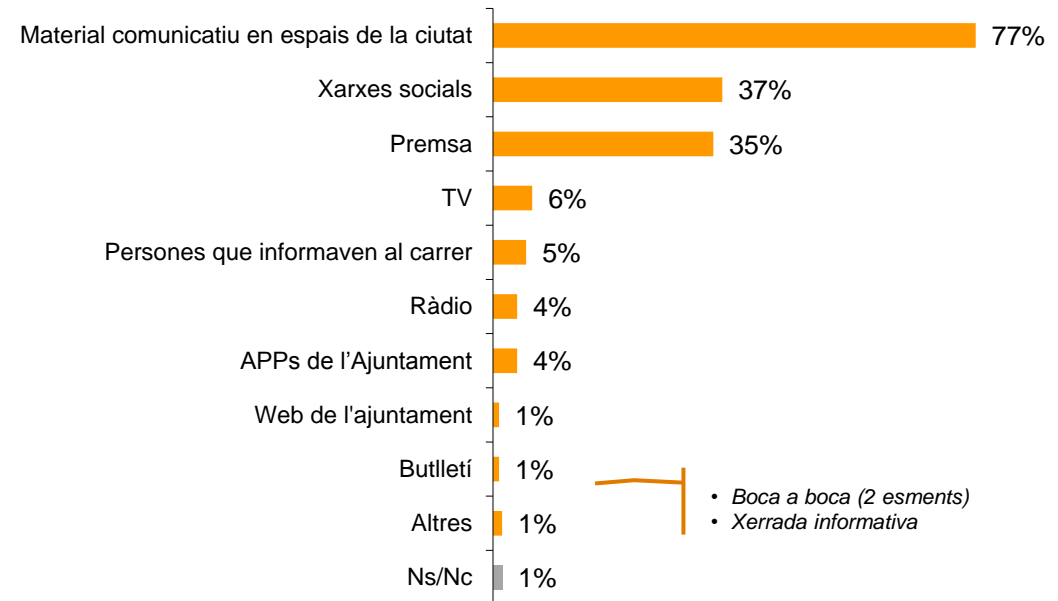
Concretament, també s'ha analitzat el coneixement i valoració de la campanya sobre els excrements de gossos realitzada.

► I, CONCRETAMENT, RECORDA HAVER VIST LA CAMPANYA REALITZADA PER L'AJUNTAMENT A PARTIR DEL JUNY PASSAT SOBRE ELS EXCREMENTS DELS GOSSOS?



► A TRAVÉS DE QUINS CANALS LI HÁ ARRIBAT AQUESTA CAMPANYA?

Base: 83% panelistes que recorden haver vist la campanya



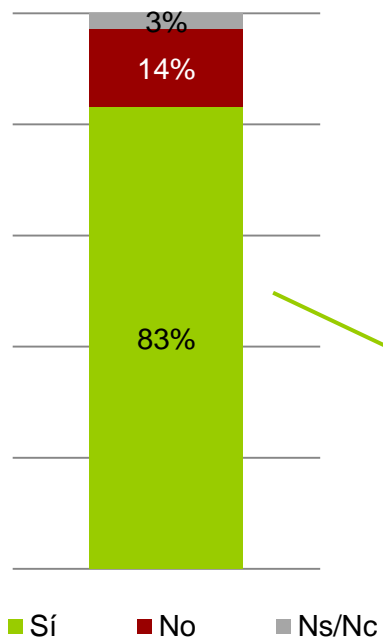
Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple

El 83% dels panelistes recorden de forma dirigida la campanya sobre els excrements dels gossos.

El canal a través del que es recorda més ha estat el material comunicatiu en espais de la ciutat, seguit a força distància de les xarxes socials i la premsa.

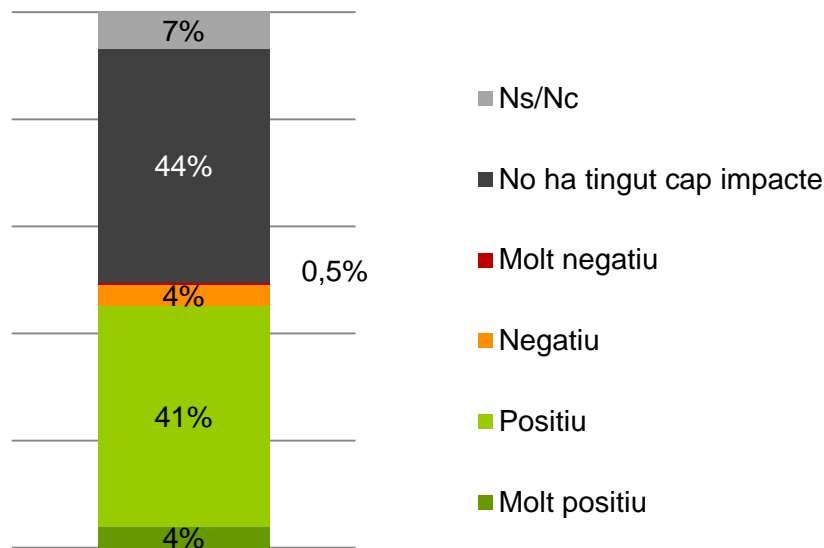


► I, CONCRETAMENT, RECORDA HAVER VIST LA CAMPANYA REALITZADA PER L'AJUNTAMENT A PARTIR DEL JUNY PASSAT SOBRE ELS EXCREMENTS DELS GOSSOS?



► QUIN TIPUS D'IMPACTE CREU QUE HÁ TINGUT AQUESTA CAMPANYA?

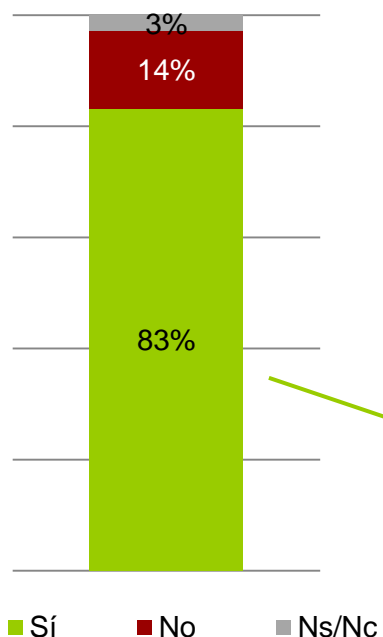
Base: 83% panelistes que recorden haver vist la campanya



En base als panelistes que recorden la campanya, el 44% pensa que no ha tingut cap impacte, mentre que el 45% afirmen que ha tingut un impacte positiu o molt positiu.

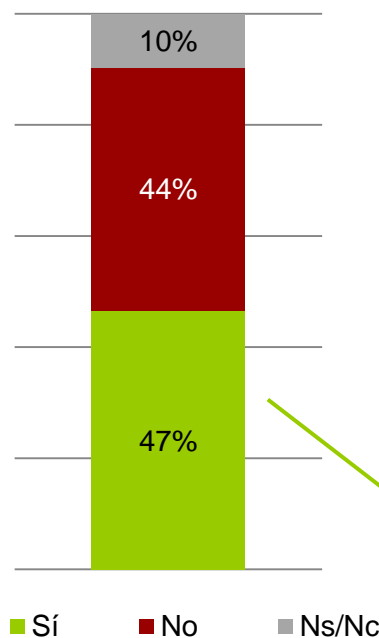


► I, CONCRETAMENT, RECORDA HAVER VIST LA CAMPANYA REALITZADA PER L'AJUNTAMENT A PARTIR DEL JUNY PASSAT SOBRE ELS EXCREMENTS DELS GOSSOS?



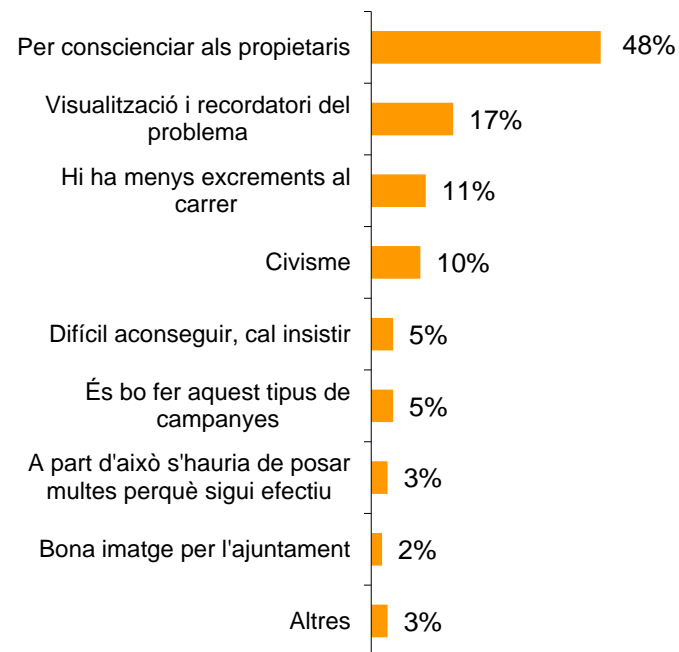
► PENSA QUE HA SIGUT ÚTIL EN ALGUN SENTIT?

Base: 83% panelistes que recorden haver vist la campanya



► EN QUIN SENTIT HA ESTAT ÚTIL?

Base: 47% panelistes que consideren que ha estat útil



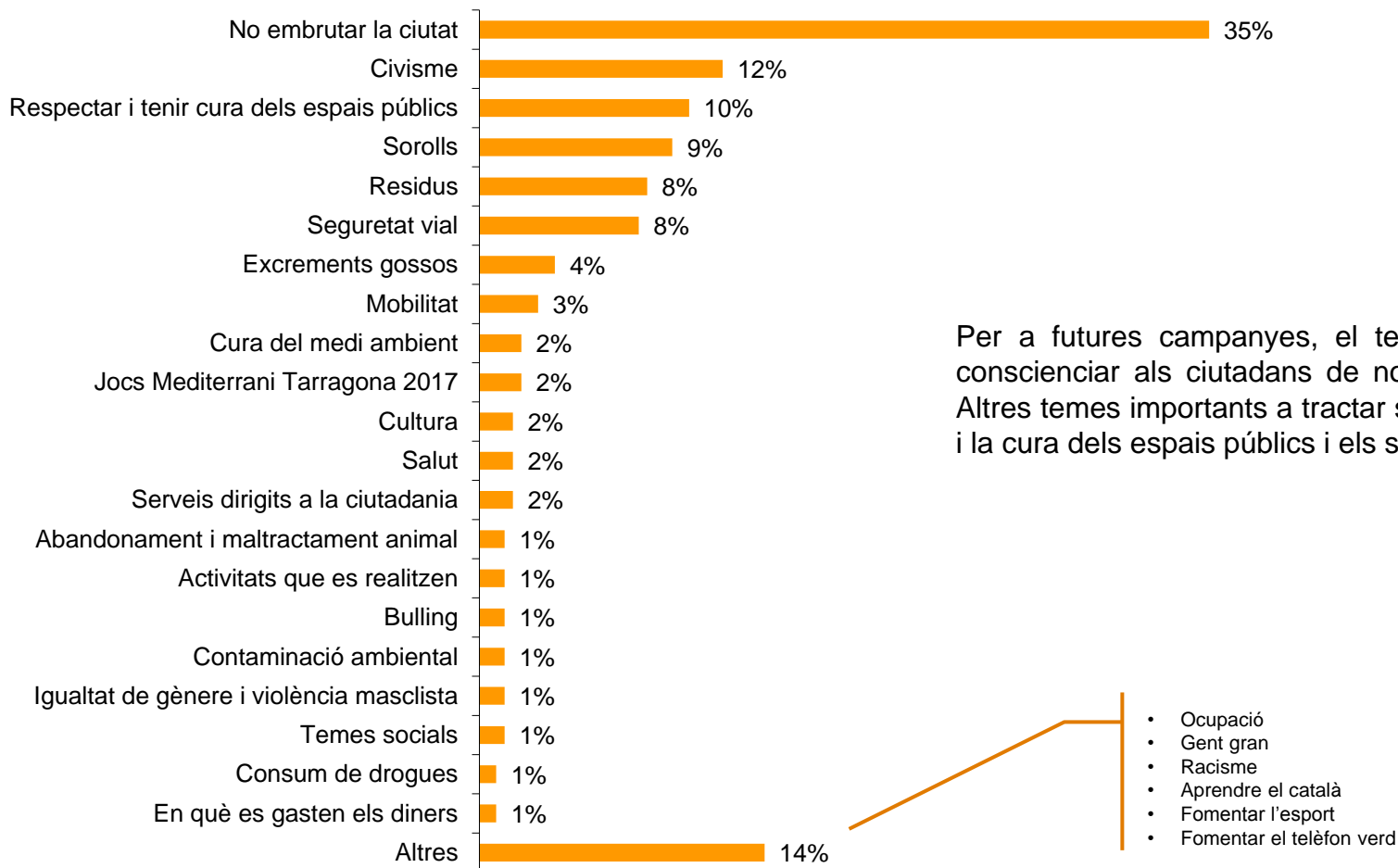
Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple

El 47% dels panelistes que recorden la campanya creuen que ha estat útil, principalment per conscienciar als propietaris. No obstant, el 44% pensa que no ho ha estat.



Per acabar el capítol, s'ha sondejat entorn temes d'interès per a futures campanyes

► **SOBRE QUINS ALTRES TEMES D'INTERÈS CREU QUE CALDRIA QUE L'AJUNTAMENT FES NOVES CAMPANYES DE COMUNICACIÓ I SENSIBILITZACIÓ?**



Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple



Propòsit i metodologia

Descripció de la mostra

Informació municipal

Campanyes informatives i de sensibilització

Valoració de l'Ajuntament com a institució

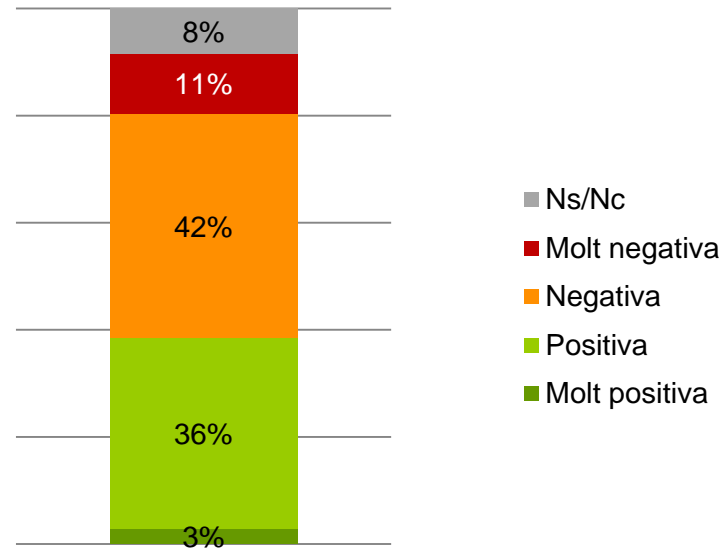
Actualitat

Conclusions



El darrer capítol analitza la percepció existent entorn la tasca de l'Ajuntament com institució que gestiona la ciutat.

► **QUINA OPINIÓ LI MEREIX L'AJUNTAMENT COM A INSTITUCIÓ, TENINT EN COMPTE LA GESTIÓ QUE FA DE LA CIUTAT?**

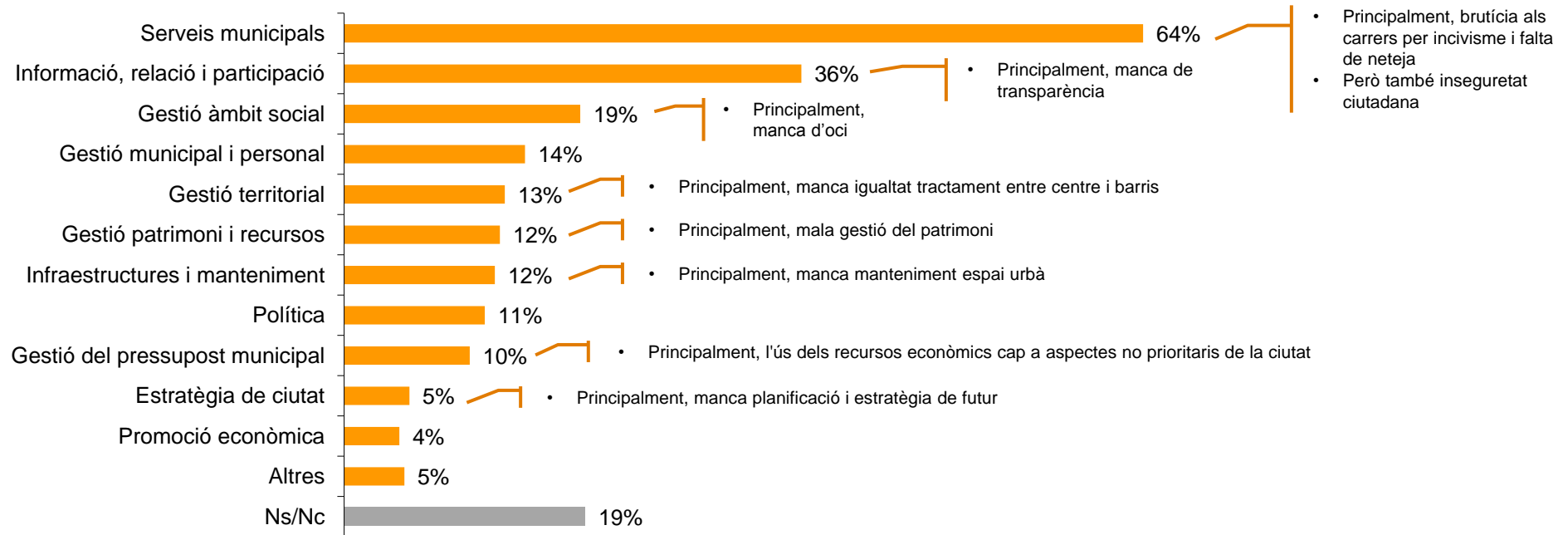


L'opinió envers l'ajuntament com a institució té una tendència més negativa que positiva, tot i que no és majoritària. Un 53% dels panelistes en tenen una opinió negativa o molt negativa i un 40% positiva o molt positiva.

Mancances o problemes de l'Ajuntament com a institució



► QUINES PENSA QUE SERIEN LES PRINCIPALS MANCANCES O PROBLEMES DE L'AJUNTAMENT COM A INSTITUCIÓ QUE GESTIONA LA CIUTAT?

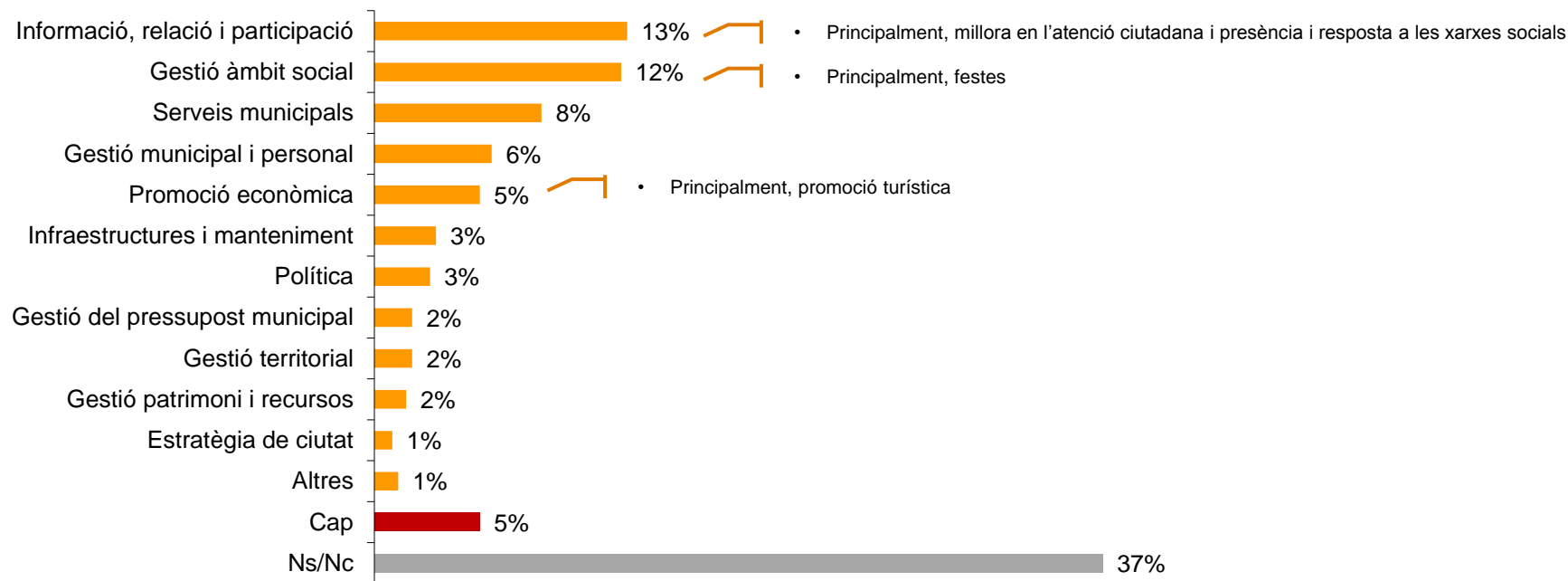


Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple

Les principals mancances percebudes de l'ajuntament com a institució són en l'àmbit dels serveis municipals, on destaca la brutícia dels carrers provocada tant per l'incivisme com per una manca de neteja, seguit de lluny de l'àmbit d'informació, relació i participació, on destacarien els esmentats referents a la manca de transparència.



► I QUÈ DESTACARIA EN POSITIU DE L'AJUNTAMENT COM A INSTITUCIÓ QUE GESTIONA LA CIUTAT?



Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple

Tot i que el 37% de panelistes no han donat resposta a la pregunta, els àmbits més destacats quan a aspectes positius de l'Ajuntament com a institució han estat la informació, relació i participació i la gestió en l'àmbit social.



Propòsit i metodologia

Descripció de la mostra

Informació municipal

Campanyes informatives i de sensibilització

Valoració de l'Ajuntament com a institució

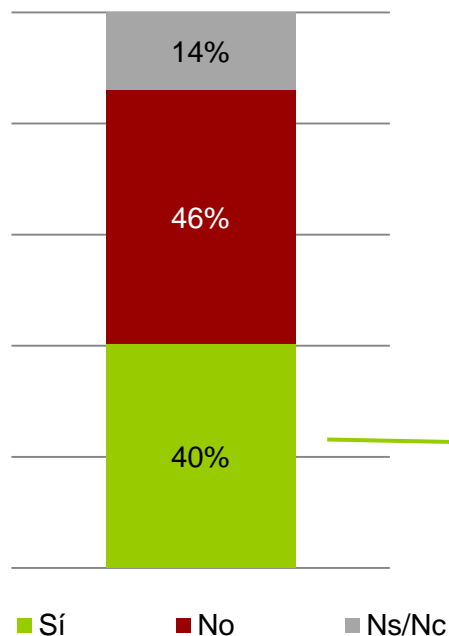
Actualitat

Conclusions

Llegat dels Jocs del Mediterrani 2017

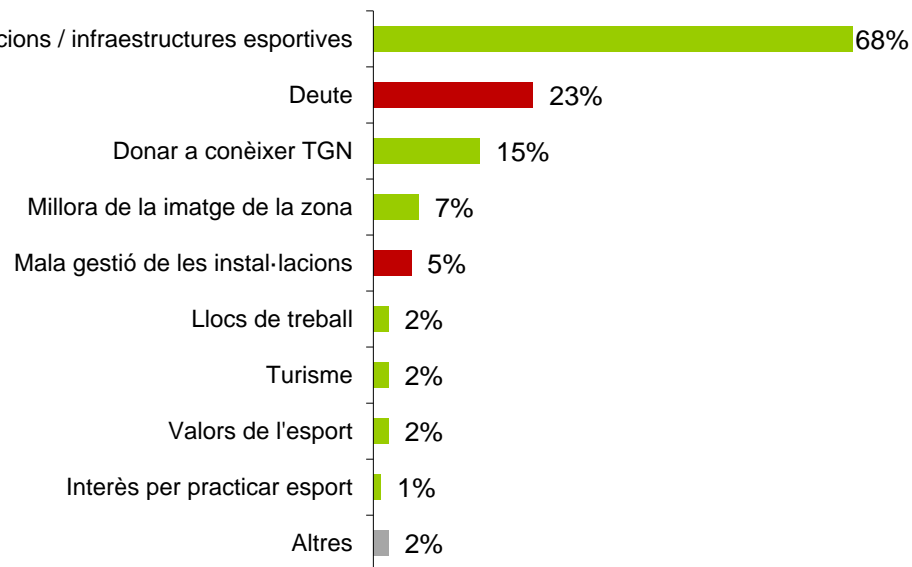
Per acabar, s'ha analitzat la percepció entorn el possible llegat que suposaran els Jocs del Mediterrani 2017.

► PENSA QUE ELS JOCS DEL MEDITERRANI 2017 DEIXARAN LLEGAT A LA CIUTAT QUAN HAGIN ACABAT?



► QUIN LLEGAT PENSA QUE DEIXARAN A LA CIUTAT?

Base: 40% panelistes que pensen que deixaran llegat



*Nota: els % no sumen 100 ja que s'admetia resposta múltiple
En verd s'han ombrejat els comentaris referents a llegats positius i en vermell els referents a llegats negatius.*

No hi ha una majoria clara en l'opinió de si els Jocs del Mediterrani deixaran llegat a la ciutat o no. Un 40% opina que sí i un 46% creu que no. Entre els que pensen que sí, principalment creuen que el llegat serà en quant a infraestructures i instal·lacions esportives, o també per donar a conèixer Tarragona, tot i que també destaquen les opinions referents a que els Jocs del Mediterrani aportaran deute a la ciutat.



Propòsit i metodologia

Descripció de la mostra

Informació municipal

Campanyes informatives i de sensibilització

Valoració de l'Ajuntament com a institució

Actualitat

Conclusions

Quant a la informació municipal



- ▶ **Tots els canals de comunicació municipals són molt coneguts**, a excepció dels butlletins electrònics que no coneixen el 57% dels panelistes.
- ▶ La pàgina **web** és coneguda pel 89% dels panelistes i **utilitzada per un 44%**, amb una freqüència d'algun cop al mes i principalment per consultar l'agenda cultural. Els tràmits i els altres temes culturals, així com les notícies/novetats municipals, els temes d'ocupació, els recursos humans i les festes, serien altres temes que es consulten encara que per un menor nombre de panelistes. El 44% de panelistes que l'utilitzen, consideren que caldria fer-hi millores dirigides sobre tot a fer-la més clara, entenedora i intuïtiva, és a dir, a fer-la més accessible en general.
- ▶ En relació a les **xarxes socials**, cal diferenciar el coneixement i ús, de la valoració que se'n fa:
 - **Facebook** és la xarxa social municipal **més coneguda i utilitzada** (pel 62% dels panelistes), seguida de **Twitter** amb un 49% d'utilització. Seguiria Instagram amb un 24% d'utilització i un coneixement majoritari. La resta de xarxes socials serien desconegudes per la meitat o més dels panelistes, sent les que més desconeixement acumularien Foursquare, Issuu i Flickr.
 - Tot i que Facebook seria la més coneguda i utilitzada, la millor valorada seria Google+, seguida d'Instagram i Twitter. Facebook quedaria en quart lloc de valoració positiva. La resta també obtindrien valoracions positives a excepció de Flickr i Foursquare que suspendrien.
- ▶ Quant a les **APPs** municipals, també és interessant mostrar coneixement i ús i valoració:
 - La **majoria de panelistes coneixen i utilitzen** tant l'APP "Agenda cultural", com "EMT" com "Epp! La ciutat com t'agrada". En canvi, només el 38% utilitza la de "concurs de castells de Tarragona", tot i que el 64% la coneix.
 - En aquest cas, totes obtenen valoracions mitjanes positives, sent la millor valorada la del "concurs de castells de Tarragona".

Quant a la informació municipal



- ▶ A banda dels canals analitzats, els panelistes **també acostumen a utilitzar molt la premsa digital** (Diari de Tarragona, Circ de Tarragona, Tot Tarragona, Més Tarragona i Tarragona 21 principalment) i **l'escrita** (Diari de Tarragona i Més Tarragona de forma destacada) per informar-se de l'actualitat de la ciutat. La televisió (TAC12), les xarxes socials que no són de l'Ajuntament (Twitter i Facebook), així com la ràdio (Tarragona Ràdio) serien altres canals també consultats encara que per menys panelistes.
- ▶ La **premsa digital i les xarxes socials** serien els **canals preferits** per a que els arribi informació sobre l'actualitat de la ciutat, seguits de la premsa escrita.
- ▶ El **34%** de panelistes afirmen que seria **interessant que l'Ajuntament obrís nous canals** de comunicació amb la població, proposant sobre tot la potenciació i actualització de les xarxes socials ja existents i la creació de noves APPs o d'espais de participació o interacció amb la ciutadania.
- ▶ Les **valoracions** tant de l'interès de la informació que arriba de l'Ajuntament com de la qualitat i quantitat de la mateixa són **predominantment positives**, mentre que les obtingudes per **l'objectivitat** d'aquesta informació serien **ambivalents**, repartint-se molt proporcionalment entre les positives i les negatives. Aquest seria doncs el punt més crític de la informació que es comunica.

Quant a les campanyes informatives i de sensibilització



- ▶ La **campanya referent als excrements dels gossos** realitzada per l'Ajuntament ha tingut una **penetració molt elevada** entre els panelistes, obtenint un record espontani del 61% i dirigit del 83%.
- ▶ El principal **mitjà** a través del qual ha arribat, ha estat el **material comunicatiu distribuït per diferents espais** de la ciutat. Altres canals que també han incidit en la seva penetració, encara que amb menys pes, han estat les xarxes socials i la premsa.
- ▶ En relació al seu **impacte**, el **44%** de panelistes que la recorden afirmen que **no n'ha tingut**, mentre que **el mateix percentatge opina que sí i que ha estat positiu**. Així mateix, el 47% dels que la recorden, també perceben que ha estat útil principalment per conscienciar als propietaris de gossos. No obstant, el 44% afirmarien que no ha tingut utilitat. Així doncs la valoració del seu impacte està molt dicotomitzat.
- ▶ En relació a **altres temes que es consideren interessants per a futures campanyes** comunicatives i de sensibilització, el més esmentat és l'incivisme de la població en relació a **no embrutar la ciutat**. Amb menys predominança, es recullen també altres temes com és el civisme en general, el respecte i la cura dels espais públics, els sorolls, els residus o la seguretat vial.

Quant a la percepció de l'Ajuntament com a institució



- ▶ El **53%** dels panelistes tenen una **opinió negativa** de l'Ajuntament com a institució que gestiona la ciutat, mentre que el 40% en tindria una opinió positiva.
- ▶ Així mateix, també són moltes més les mancances i problemes recollits en relació a l'Ajuntament com institució que no pas els aspectes positius.
- ▶ Entre les **mancances i problemes esmentats**, a nivell general destacarien les referents a l'àmbit dels serveis municipals, i a nivell més específic, les més esmentades serien:
 - **Brutícia als carrers per incivisme i neteja ineficient (75 esments)**
 - Manca transparència (16 esments)
 - Inseguretat ciutadana (10 esments)
 - Mala gestió del patrimoni (10 esments)
 - Igualtat de tractament entre nucli urbà i barris (9 esments)
 - Allunyada de la ciutadania (9 esments)
 - Manca comunicació amb la població (8 esments)
 - Aparcament car (8 esments)
 - Guàrdia urbana ineficient (8 esments)
 - Manca oci (7 esments)
 - Manteniment espai urbà (7 esments)
 - Manca informació (7 esments)
 - Manca participació ciutadania (7 esments)
 - Manca de planificació i estratègia de futur (7 esments)
- ▶ Per contra, entre els **aspectes positius**, els àmbits de la informació, relació i participació, així com el social serien els que més aspectes recollirien en general. De forma específica, els aspectes concrets més esmentats serien:
 - Festes (16 esments)
 - Promoció turística (10 esments)
 - Millora de l'atenció ciutadana (6 esments)
 - Presència i resposta a les xarxes socials (6 esments)



Raval de Jesús, 36. 1^a planta
43201 Reus
T. 977 773 615
F. 977 342 405
www.gabinetceres.com



@GabinetCeres