



Gran de Gràcia

Estudi del perfil dels visitants
i grau de satisfacció dels comerços

	<u>Página</u>
1. - Objectius.	2
2. - Metodologia.	3
3. - Perfil sociodemogràfic.	5
4. - Hàbits de visita.	14
5. - Hàbits de compra.	18
6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.....	36
7. - Valoració dels comerços i serveis.	41
8. - Coneixement de l'organització Eix Comercial GRAN DE GRÀCIA.	43
9. - Conclusions.	45

1. – Objectius.

- El objectiu és definir:
 - Perfil sociodemogràfic.
 - ↻ Sexe, edat, classe social, nacionalitat, professió, lloc de residència i mitjà de transport utilitzat.
 - Hàbits de visita.
 - ↻ Visita sol o acompanyat
 - ↻ Intenció de visitar algún establiment i de quin tipus
 - ↻ Freqüència de visita
 - Hàbits de compra.
 - ↻ Forma de pagament (efectiu o targeta)
 - ↻ Zona de compra habitual
 - ↻ Zona de compra en èpoques especials: Nadal, Reis, Rebaixes
 - ↻ Motius si compra en altres zones i/o comparteix.
 - ↻ On compra habitualment: Alimentació, Elements per a la llar, Cuidado personal, Oci.
 - Valoració i grau de satisfacció dels comerços i serveis.
 - Coneixement de l'organització Eix Comercial GRAN DE GRÀCIA i activitats realitzades.

2. – Metodologia.

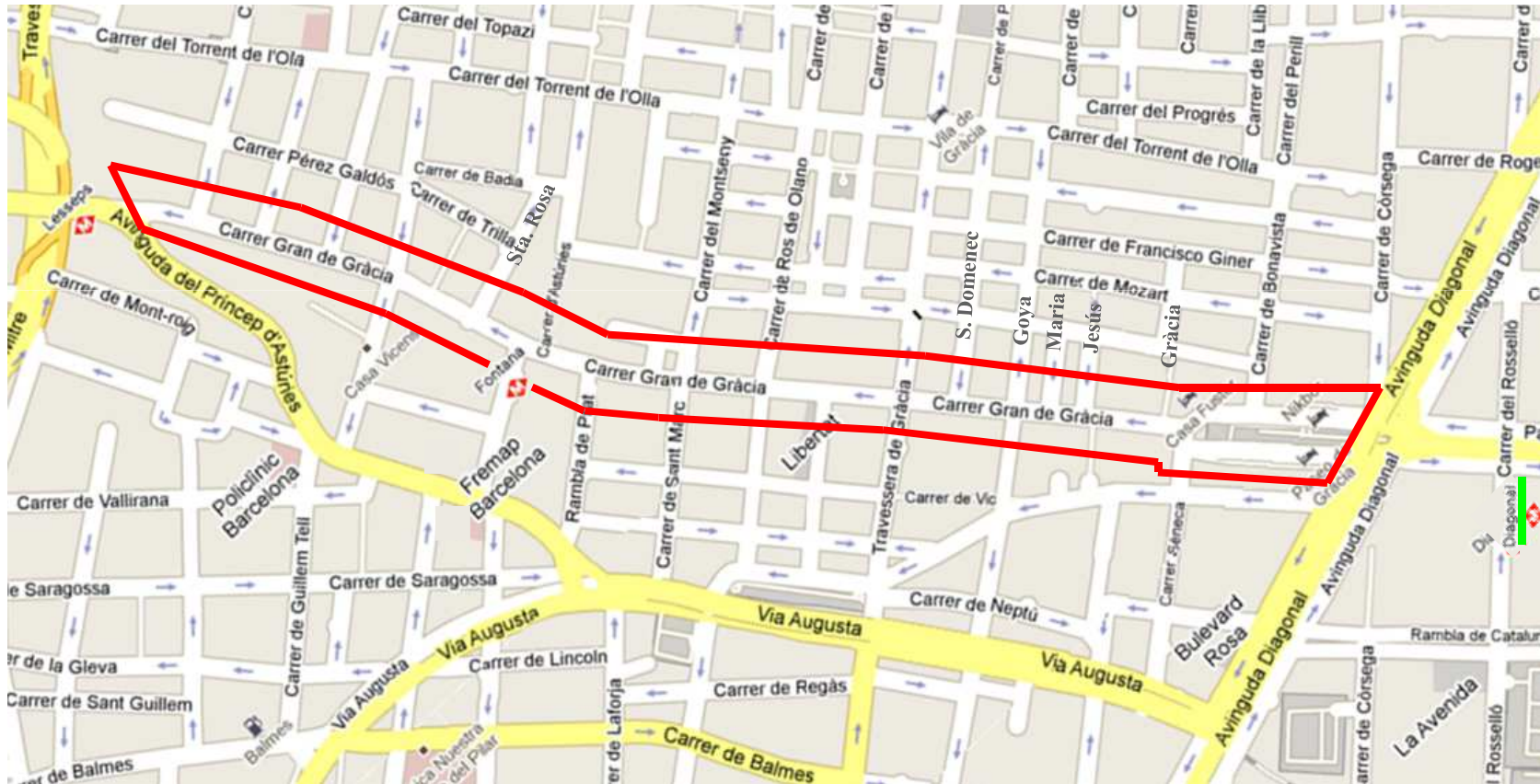
- La tècnica utilitzada ha estat la d'entrevista personal amb questionari predefinit.
 - ✓ Es van realitzar dintre de l'Eix Comercial GRAN DE GRÀCIA.
 - ✓ L'entrevista es realitzaran en català i castellà, segons l'idioma de l'entrevistat.
 - ✓ El Target objectiu d'aquest estudi han estat individus de més de 14 anys, que estaban al carrers de l'Eix en l'horari de 10 a 20 hores, de dilluns a dissabte.
- S'han realitzat un total de 510 entrevistes del target descrit.
 - La selecció dels entrevistats es va fer de forma "aleatoria".
 - Amb aquesta mostra tenim un error mostral de +/- 4,5 % amb un nivell de confiança del 95,5 % i en el supòsit de màxima indeterminació (p=q=50 %).
- El treball de camp es va realitzar en el següent període:

Del 2 al 7 de novembre de 2009.

<u>Dilluns</u>	<u>Dimarts</u>	<u>Dimecres</u>	<u>Dijous</u>	<u>Divendres</u>	<u>Dissabte</u>	<u>Diumenge</u>
2	3	4	5	6	7	--

2. – Metodologia.

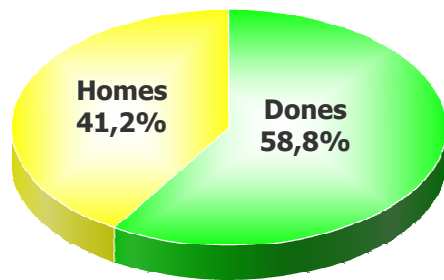
Mapa de Eix Comercial GRAN DE GRÀCIA.



 Eix comercial

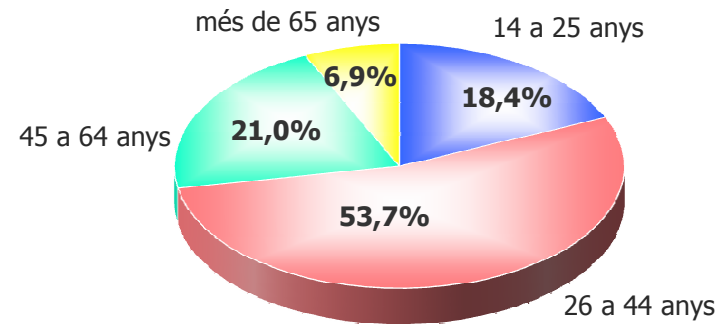
3. - Perfil sociodemogràfic.

Sexe



(Base 510)

Edat

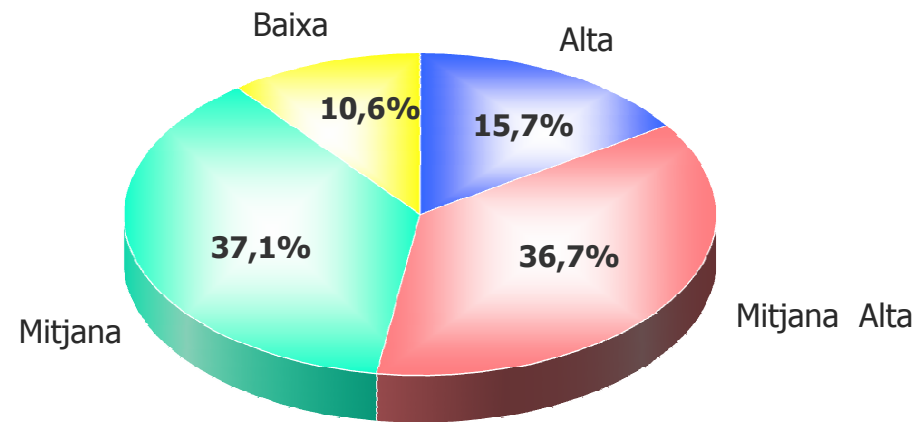


(Base 510)

- El 58,8% dels visitants en l'horari establert són dones.
- Una mica més de la meitat dels visitants tenen entre 26 i 44 anys. Un 21,0% tene entre 45 i 64 anys. amb un 23,2%. La suma dels dos grups (de 26 a 64 anys) és el 75% dels visitants.
- Els joves de 14 a 25 són el 18,4%, i els de més de 65 anys el 6,9%.

3. - Perfil sociodemogràfic.

Classe social

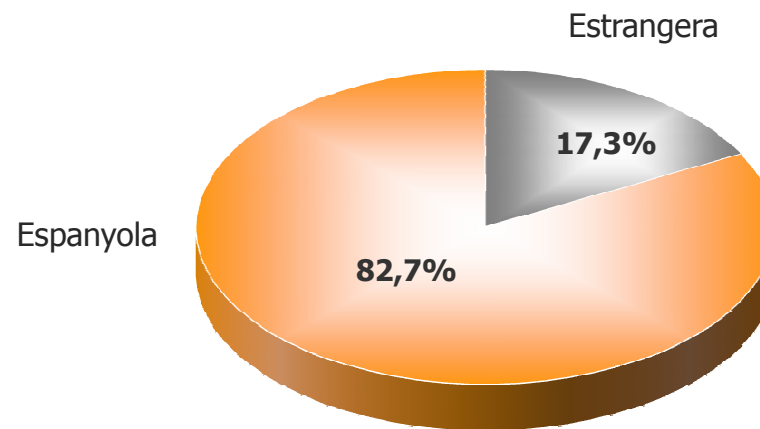


(Base 510)

- La classe social dels visitants més representatives és la Mitjana Amplia (Mitjana Alta + Mitjana). La suma d'ambdues és el 73,8%.
- La Alta és el 15,7% i la Baixa el 10,6%.

3. - Perfil sociodemogràfic.

Nacionalitat

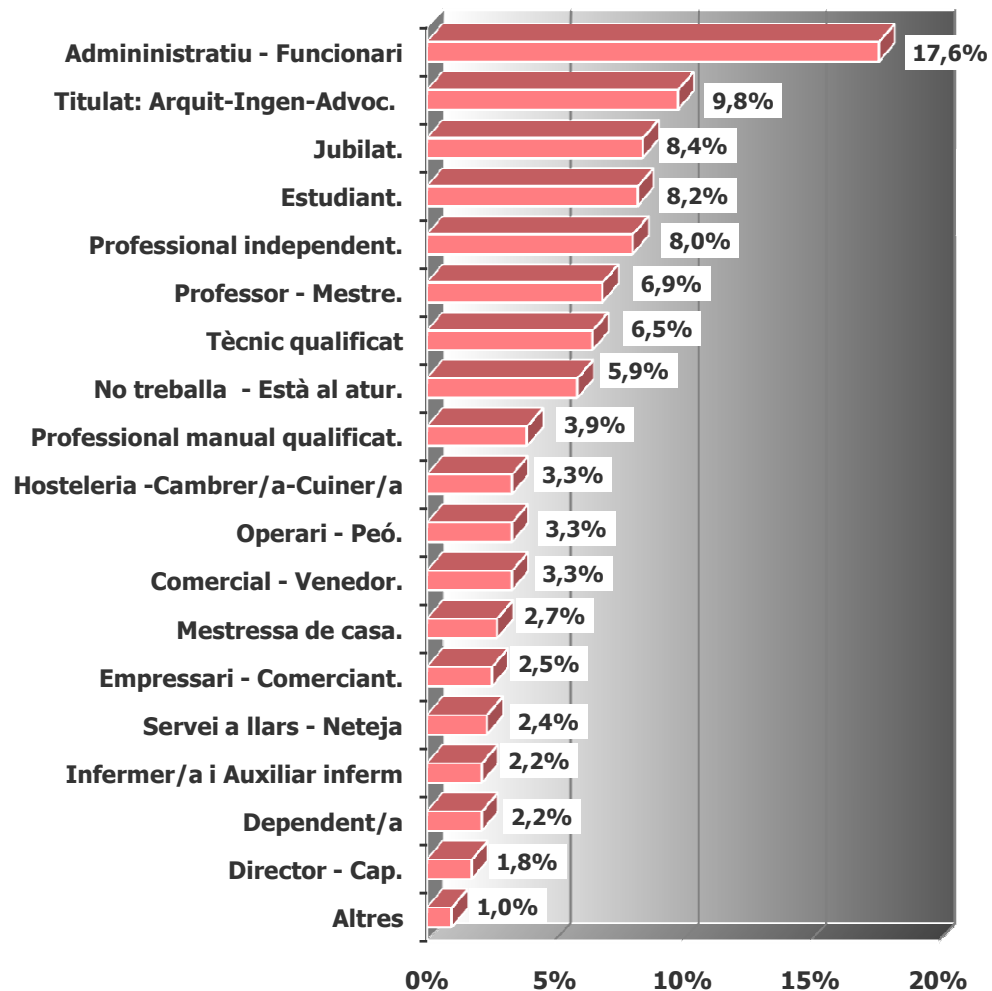


(Base 510)

- La majoria dels visitants són espanyols (82,7%).
- La resta amb un 17,3% són de països estrangers.
- El 57% dels estrangers són de països d' America del Sud i Central, destacant Argentina, Perú i Chile. La resta són europeus i d'altres continents.
- El 48% dels estrangers viuen a Gràcia.

3. - Perfil sociodemogràfic.

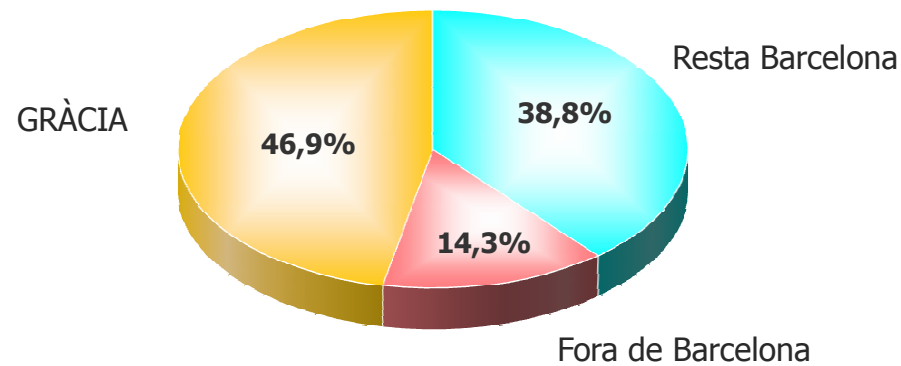
Professió entrevistat



- El grup més gran de visitants són administratius/funcionaris amb un 17,6%.
- En segon lloc amb un 9,8%, són els titulats com arquitectes, ingeniers, advocats, etc.
- A continuació hi ha els jubilats que són el 8,4%.
- El quart grup són els estudiants amb un 8,2%.
- Després li segueixen els professionals independents (8,0%), els professors (6,9%) i tècnics qualificats (6,5%).

3. - Perfil sociodemogràfic.

Lloc de residència

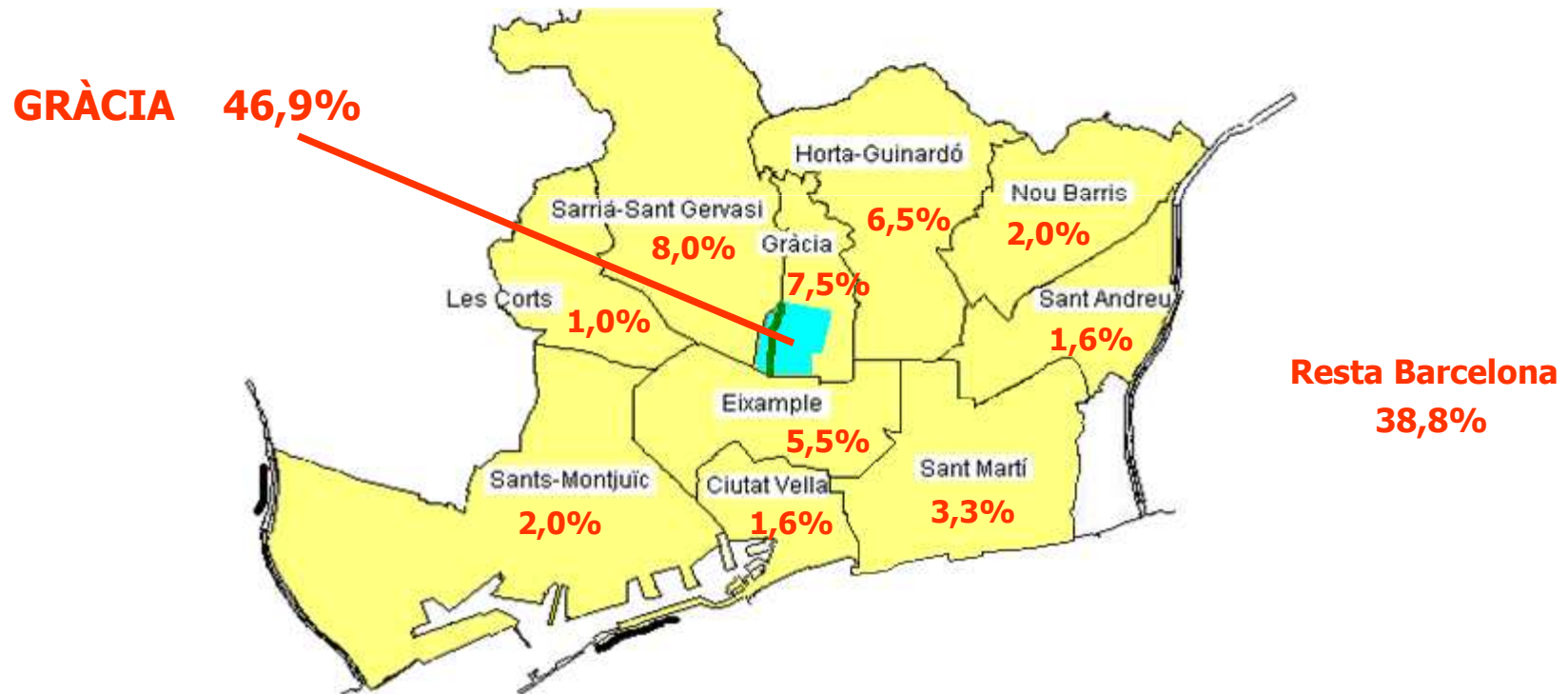


(Base 510)

- El 46,9% dels visitants viuen a Gràcia.
- El 54% dels que viuen a Resta Barcelona ho fan als districtes propers com Resta Gràcia, Sant Gervasi i Eixample.
- Els visitants de fora de Barcelona, són el 14,3,0%.

3. - Perfil sociodemogràfic.

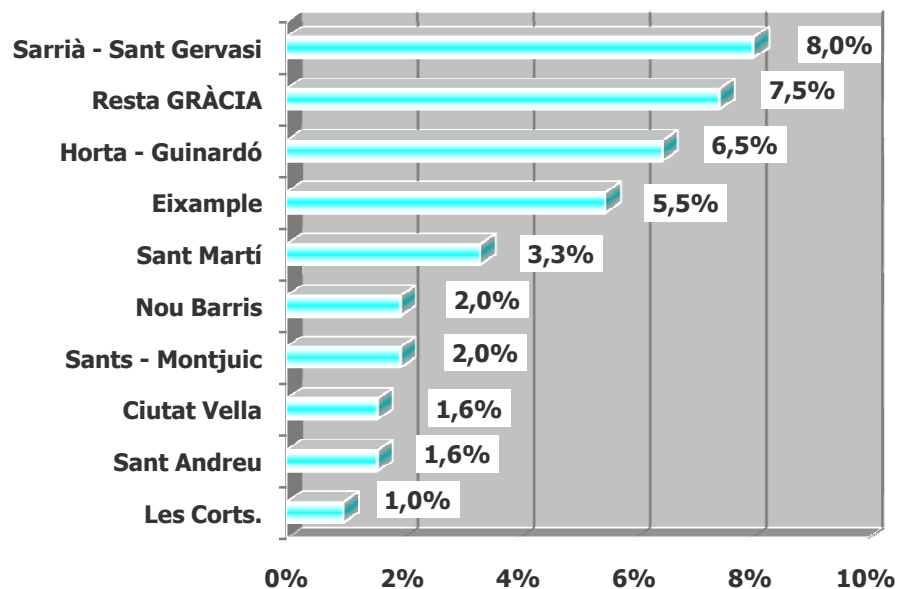
Lloc de residència – Ciutat de Barcelona



(Base 510)

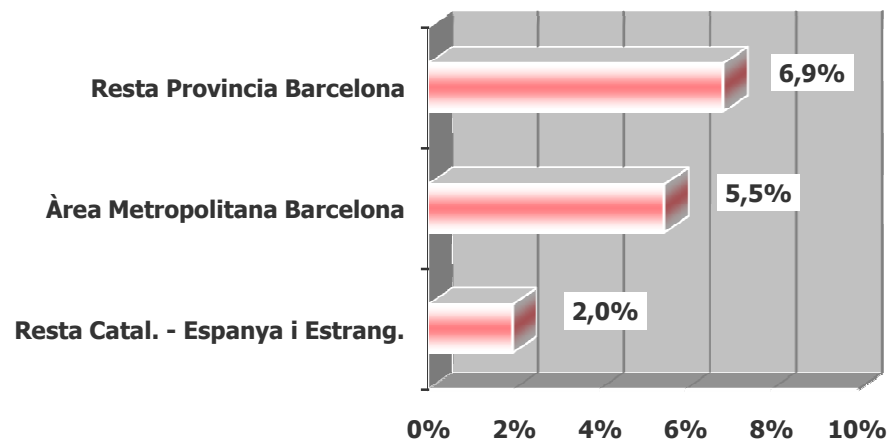
3. - Perfil sociodemogràfic.

Resta de Barcelona (38,8%)



(Base 510)

Fora de Barcelona (14,3%).

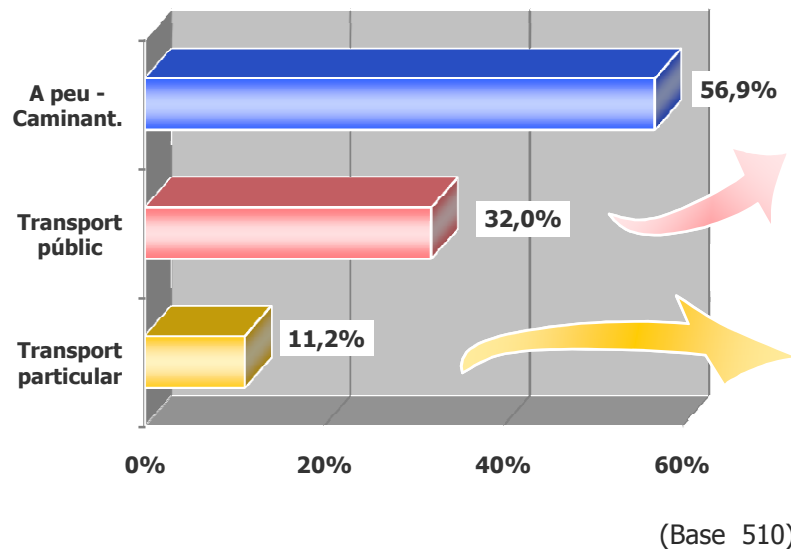


(Base 510)

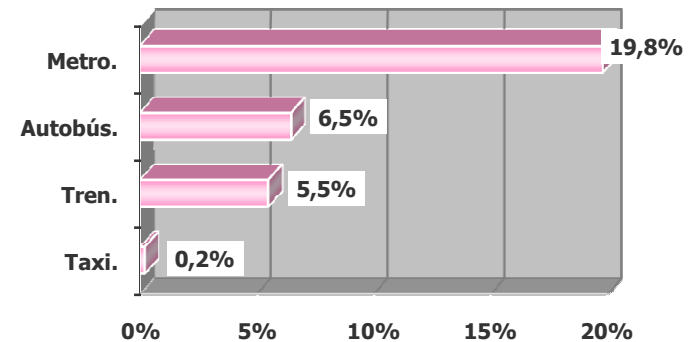
- De la resta de Barcelona els districtes amb més importància són els propers a Gràcia, com Sant Gervasi, Resta Gràcia, Eixample.
- Els visitants de fora de Barcelona, la majoria són de la resta de la província (6,9%) i Àrea Metrpolitana (5,5%).

3. - Perfil sociodemogràfic.

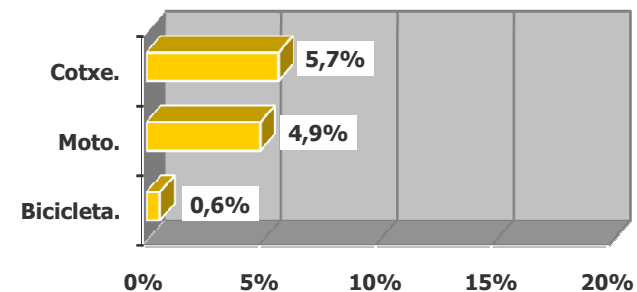
Mitjà de transport utilitzat



Transport públic



Transport particular

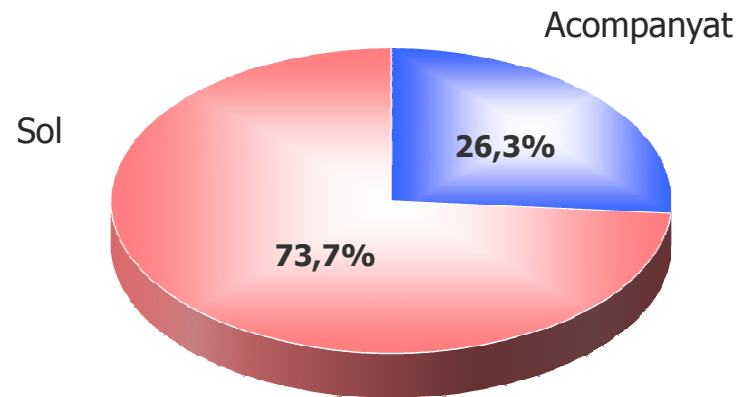


(Base 510)

- El 56,9% dels visitants van accedir "a peu – caminant" a GRAN DE GRÀCIA.
- Les altres formes són amb transport públic (32,0%) i privat (11,2%).
- El metro és el mitjà de transports més utilitzat (19,8%), seguit de l'autobús (6,5%). El tren l'utilitza el 5,5%.
- La utilització del cotxe particular és un 5,7% i el de la moto un 4,9%.

3. - Perfil sociodemogràfic.

Hi va sol o acompanyat

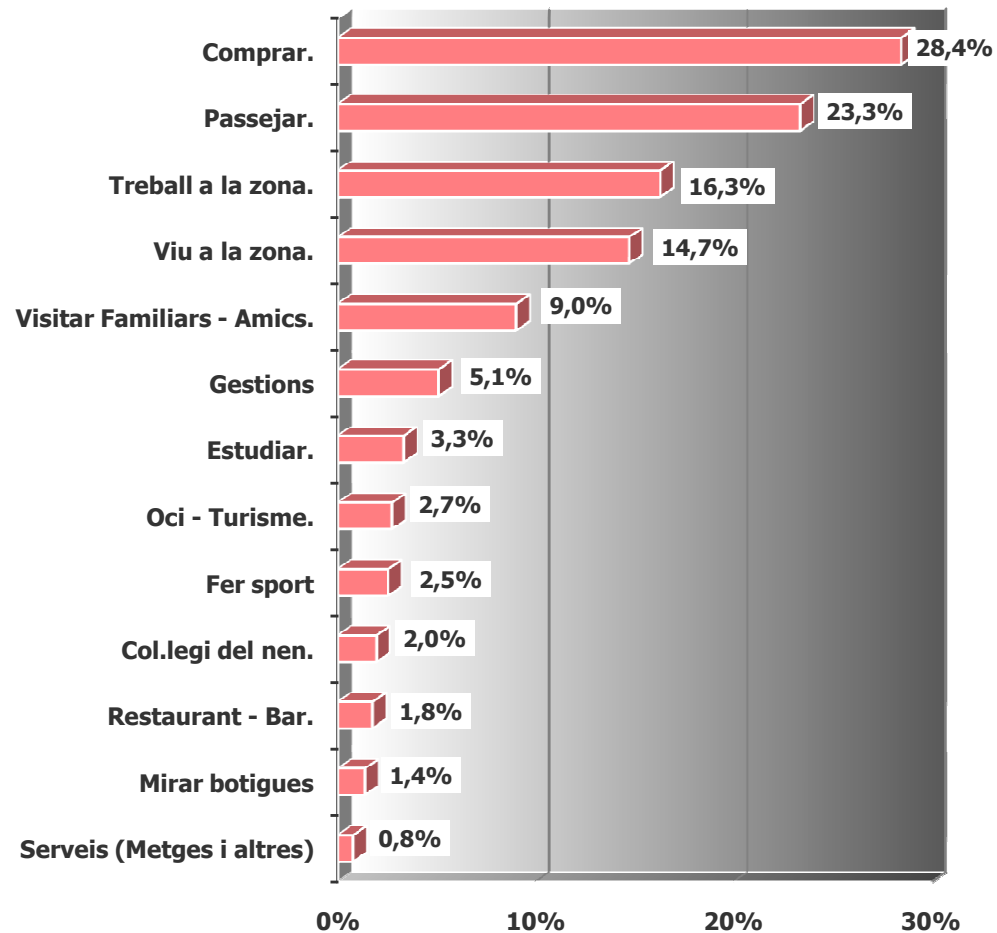


(Base 510)

- La major part dels visitants (tres de cada quatre) ho fan sols, mentres que la resta ho fa acompanyat.
- Els homes ho fan majoritàriament sols i les dones acompanyades.
- Per edats , classe social i lloc de residència no hi ha diferències.

4. - Hàbits de visita.

Motius de la visita a GRAN DE GRÀCIA. (resposta múltiple).

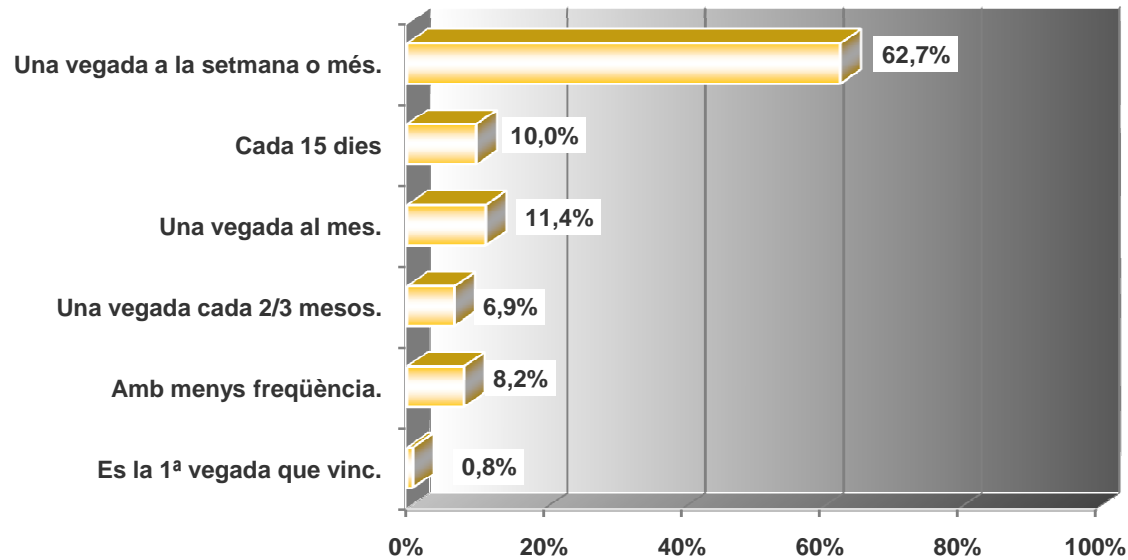


- El motiu més anomenat és el de "comprar" que ho diu un 28,4%. Al ser una resposta espontània pot existir altres motius (passejar, treballa/viu a la zona, etc..)
- En segon lloc el motiu pel qual està a la zona és el de "passejar" (23,3%).
- El tercer motiu és "treball a la zona" (16,3%).
- A continuació de "vic a la zona" amb un 14,7%.
- El "visitar a familiars /amics" ho diu el 9,0% dels visitants

- La mitjana de respostes per entrevistat és de 1,1.

4. - Hàbits de visita.

Freqüència de visita

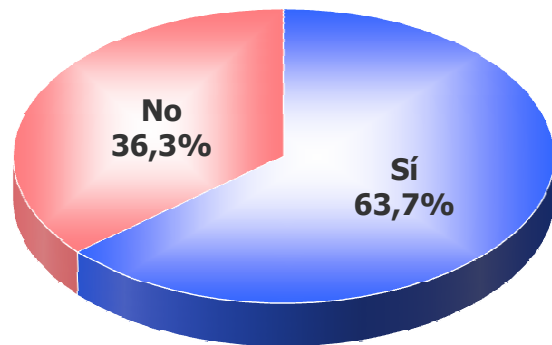


(Base 510)

- El 62,7% dels entrevistats visiten amb molta freqüència els comerços de GRAN DE GRÀCIA.
- Dels visitants de "una vegada o més a la setmana", el 61% viuen a Gràcia.
- Referent a l'edat no hi ha diferències significatives.
- Les dones són les que més freqüentment visiten els comerços

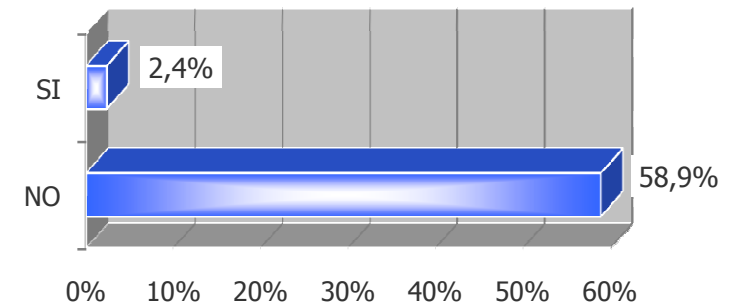
4. - Hàbits de visita.

Intenció de visitar algun establiment



(Base 510)

Anomenant el Mercat espontàneament

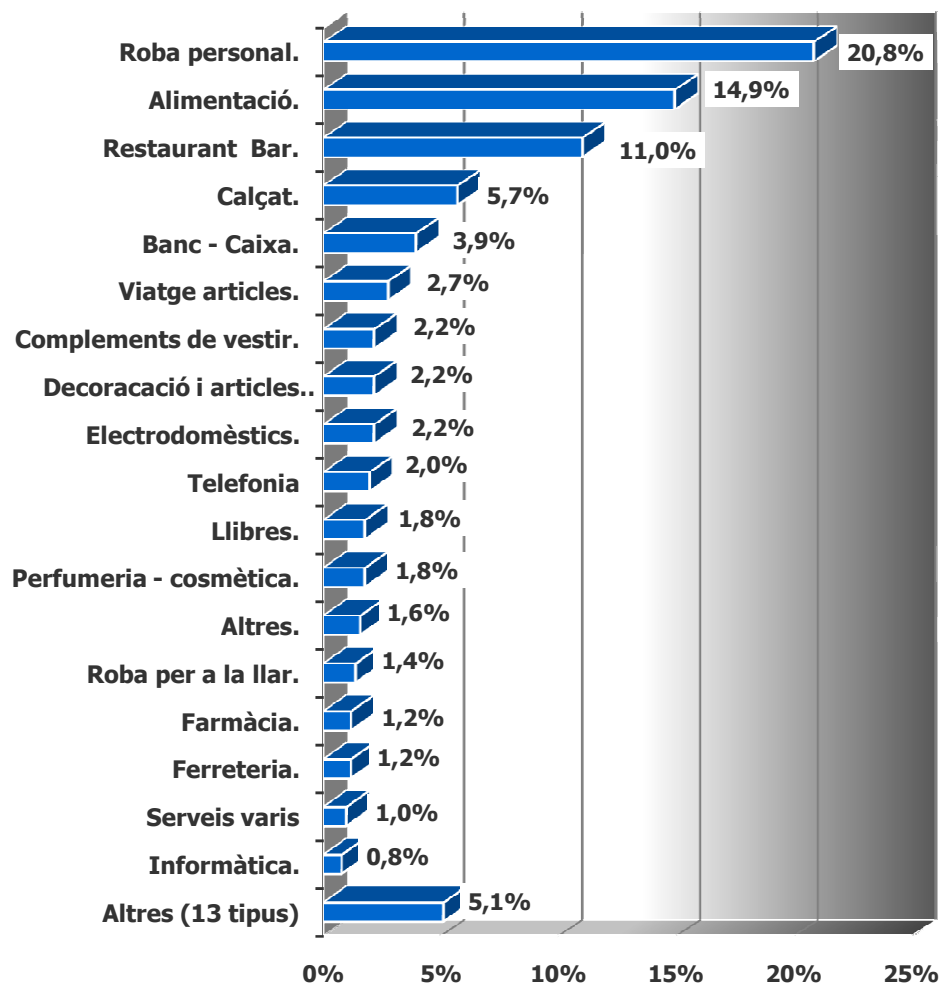


(Base 510)

- El 63,7% dels visitants tenen intenció de visitar algun establiment.
- La meitat dels que volen visitar un establiment, viuen a Gràcia.
- Per edat són els del segment de 26 a 44 els que tenen una mica més d'intenció de fer-ho.
- El mercat és anomenat de forma espontània pel 2,4% dels visitants i representen el 12% dels que tenen intenció de visitar un establiment d'alimentació. Els més proper es el de la Llibertat que en aquells dies estava com a provisional a la Plaça Gala Placidia.

4. - Hàbits de visita.

Tipus d'establiment que preveu visitar. (resposta múltiple)

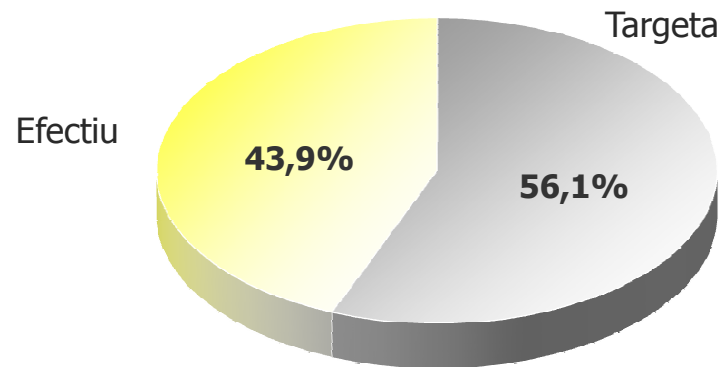


- L'establiment amb més visites previstes són les botigues de roba personal amb un 20,8%.
- El segon establiment en importància és el d'alimentació que ho faràn el 14,9% dels visitants.
- A continuació són les visites als restaurants i/o bars (11,0%).
- Les sabateries seràn visitades pel 5,7%.
- El 3,9% tenen intenció de visitar el banc/caixa.

- La mitjana d'establiments anomenats pels visitants amb intenció de fer-ho és de 1,3.

5. - Hàbits de compra.

Forma de pagament habitual

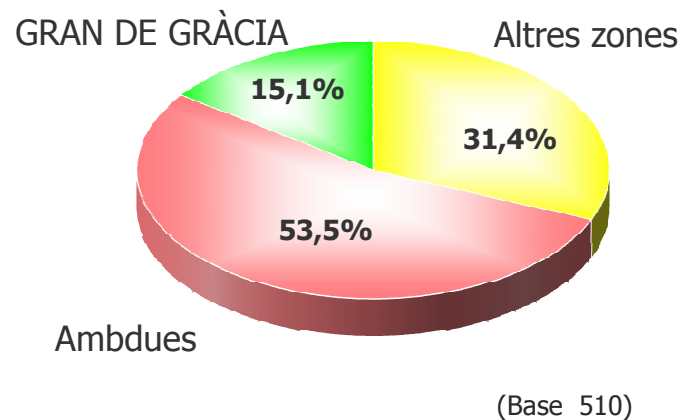


(Base 510)

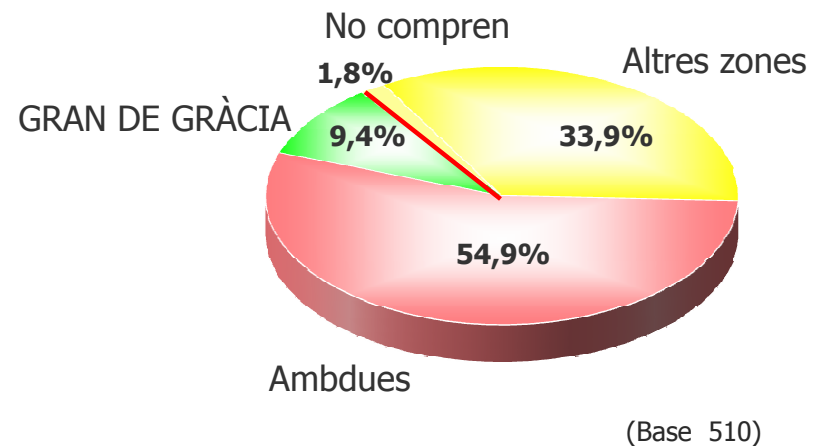
- Més de la meitat dels visitants, habitualment paguen amb targeta (56%).
- Els segments d'edat de: 45 a 64 anys i més de 65 anys són els que més utilitzen l'efectiu como a forma de pagament.
- Per contra el segment de 26 a 44 anys paga més amb targeta.
- En quant a sexes no hi ha diferències en la forma de pagament.
- Per classe social les classes mitjana i baixa paga més en efectiu i la resta més en targeta.

5. - Hàbits de compra.

Habitualmet compra a:



En èpoques especials (Nadal, Reis, Rebaixes) compra a:

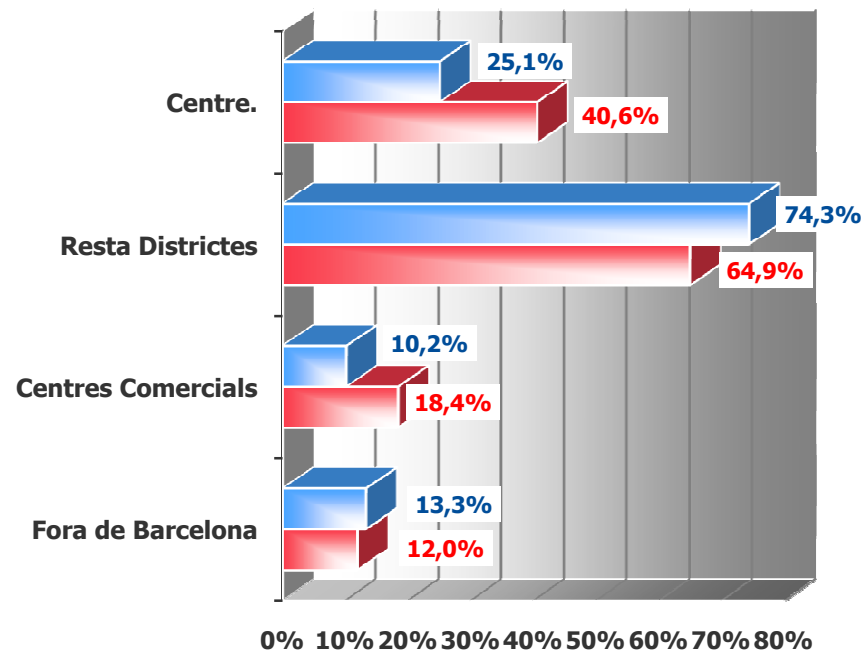


- El 15,1% dels visitants manifesten comprar habitualment a GRAN DE GRÀCIA. El 53,5% diu que a més de GRAN DE GRÀCIA compra a altres zones. En total el 68,6% compra a GRAN DE GRÀCIA.
- Un 31,4% només ho fa a altres zones.
- En èpoques de Nadal, Reis i/o Rebaixes, el 9,4% és manté fidel a GRAN DE GRÀCIA
- Del 5,7% que deixen de comprar exclusivament a GRAN DE GRÀCIA un 1,4% combina amb altres zones, i un 2,5% declara que ho fa només en altres zones. Hi ha un 1,8% que no sol comprar en èpoques especials.

5. - Hàbits de compra.

Zones de compra: Habitual vs Nadal, Reis, Rebaixes

(compradors d'ambdues i d'altres zones)



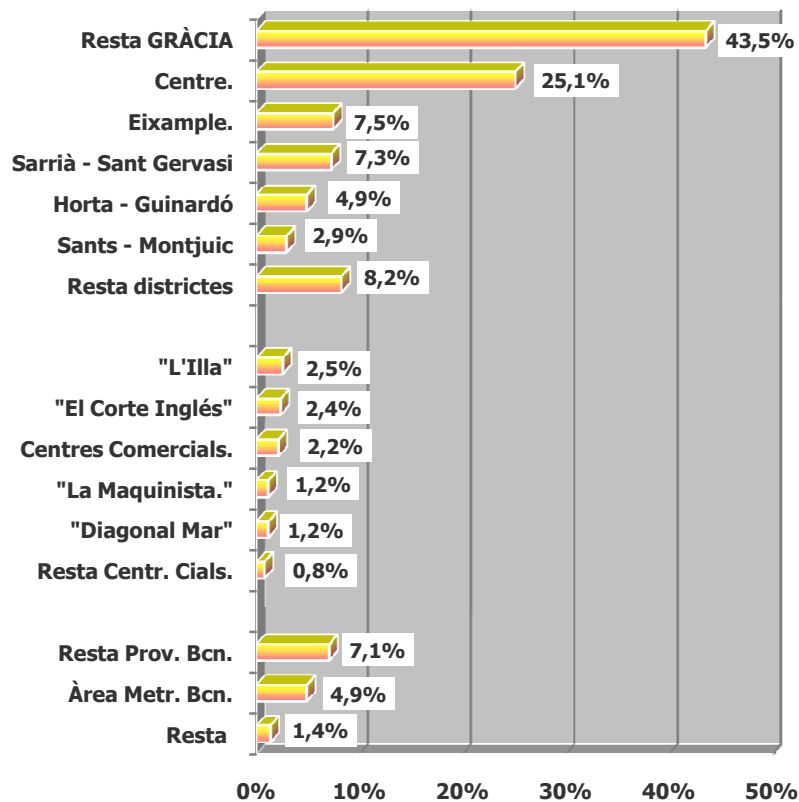
- Dels 3 grups d'altres zones, habitualment destaca primer Resta de Districtes, després el "Centre" i en tercer lloc "Centres Comercials"
- En èpoques especials de més compra, com Nadal, Reis i/o Rebaixes, es manté el ordre de llocs de compra, pero varien els percentatges.
- Els visitants a la Resta de districtes baixa gairebé 10 punts, pero és el més visitat. A continuació els del "Centre" que incrementa un 62% de visitants. Les visites a "Centres Comercials" tenen un fort increment, pero està molt baix de participació.
- Dels que visiten el "Centre" el 44% viuen a Gràcia i és un públic una mica més jove que el de GRAN DE GRÀCIA.
- La classe social "mitjana alta" i "alta" és la que més visita el "Centre".

- **Habitual** - 84,9% visitants amb 1,45 zones de mitjana.
- **Nadal, Reis, Rebaixes** - 88,8% visitants amb 1,53 zones de mitjana.

5. - Hàbits de compra.

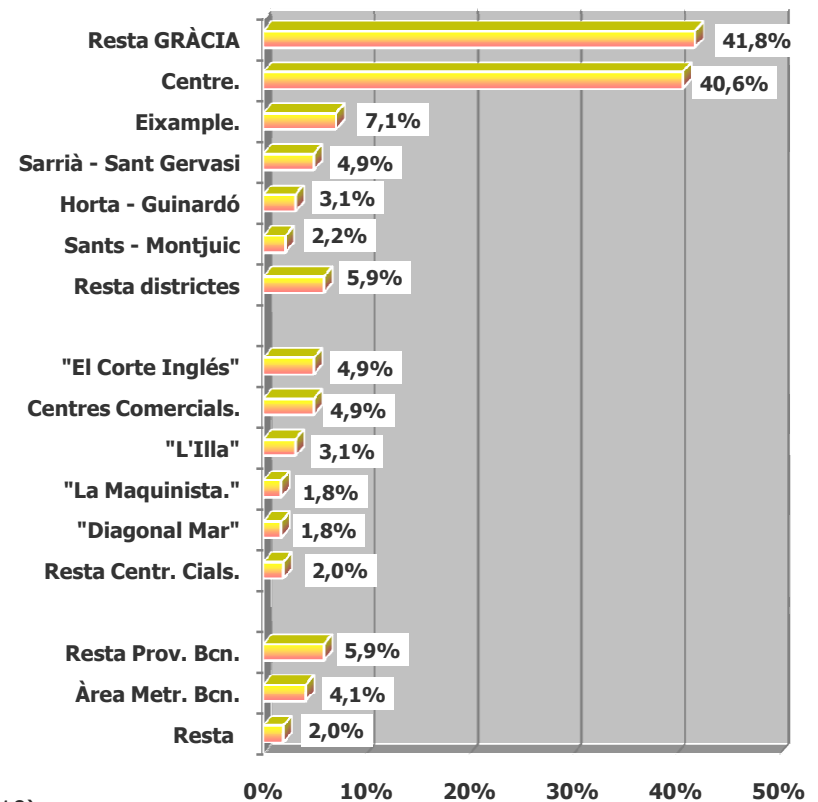
Altres zones de compra habitual:

(compradors d'ambdues i d'altres zones)



Altres zones de compra en èpoques especials

(Nadal, Reis, Rebaixes):
(compradors d'ambdues i d'altres zones)

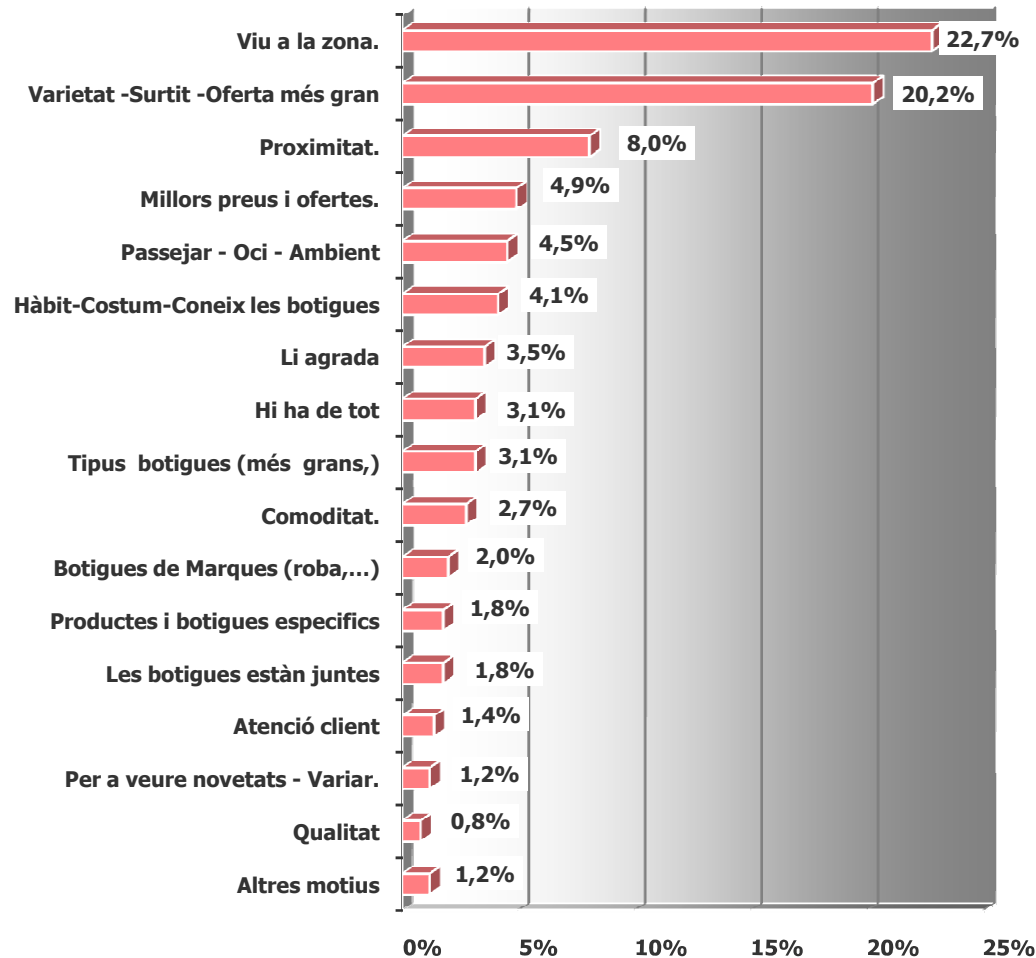


(Base 510)

- En quant a districtes, la Resta Gràcia és el més utilitzat per comprar habitualment i manté la posició en èpoques especials.
- Dels Centres Comercials els més destacat són "El Corte Inglés", "Centres en general" i "L'Illa"..

5. - Hàbits de compra.

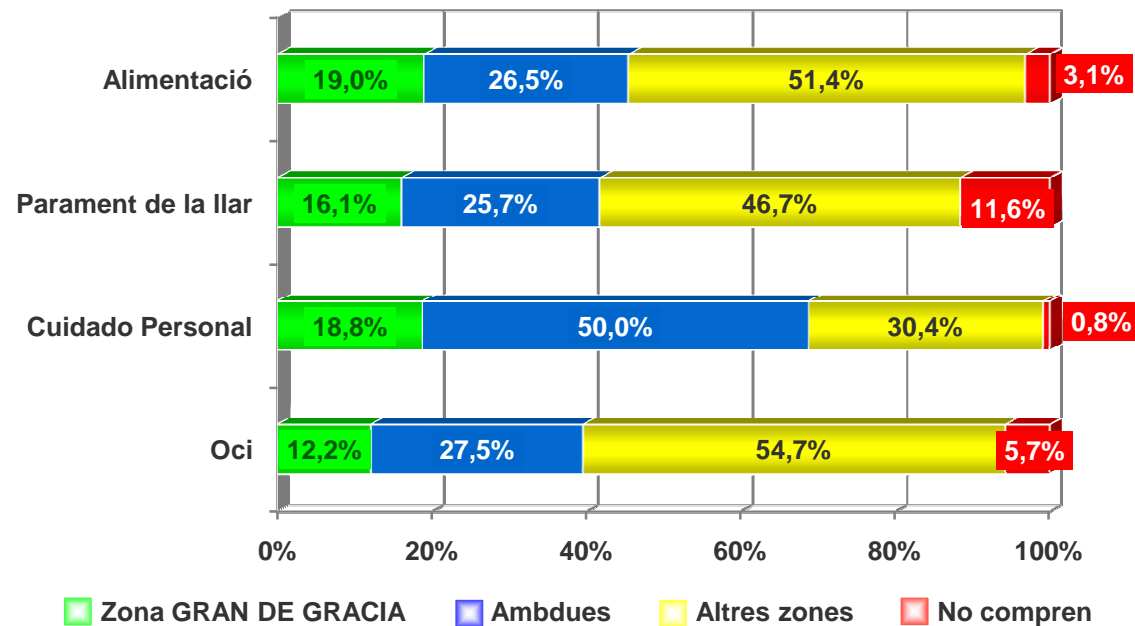
Motius de comprar en altres zones. (resposta múltiple).



- El principal motiu pel qual els visitants compren en altres zones és per que hi viuen. Recordem que és Resta de Gràcia la zona més important.
- El segon motiu és la "varietat" "assortit" "oferta més gran", ho diu el 20,2%.
- El tercer motiu és "proximitat" al lloc on viu, del treball i/o familiars i amics. (8,0%).
- El quart motiu és per "millors preus" (4,9%).
- A continuació diuen per "passejar" (4,5%), i "per hàbit / costum/coneix les botigues" (4,1%).

5. - Hàbits de compra.

Que sol comprar habitualment a GRAN DE GRÀCIA, en altres zones i que no sol comprar gairebé mai, en quant a:



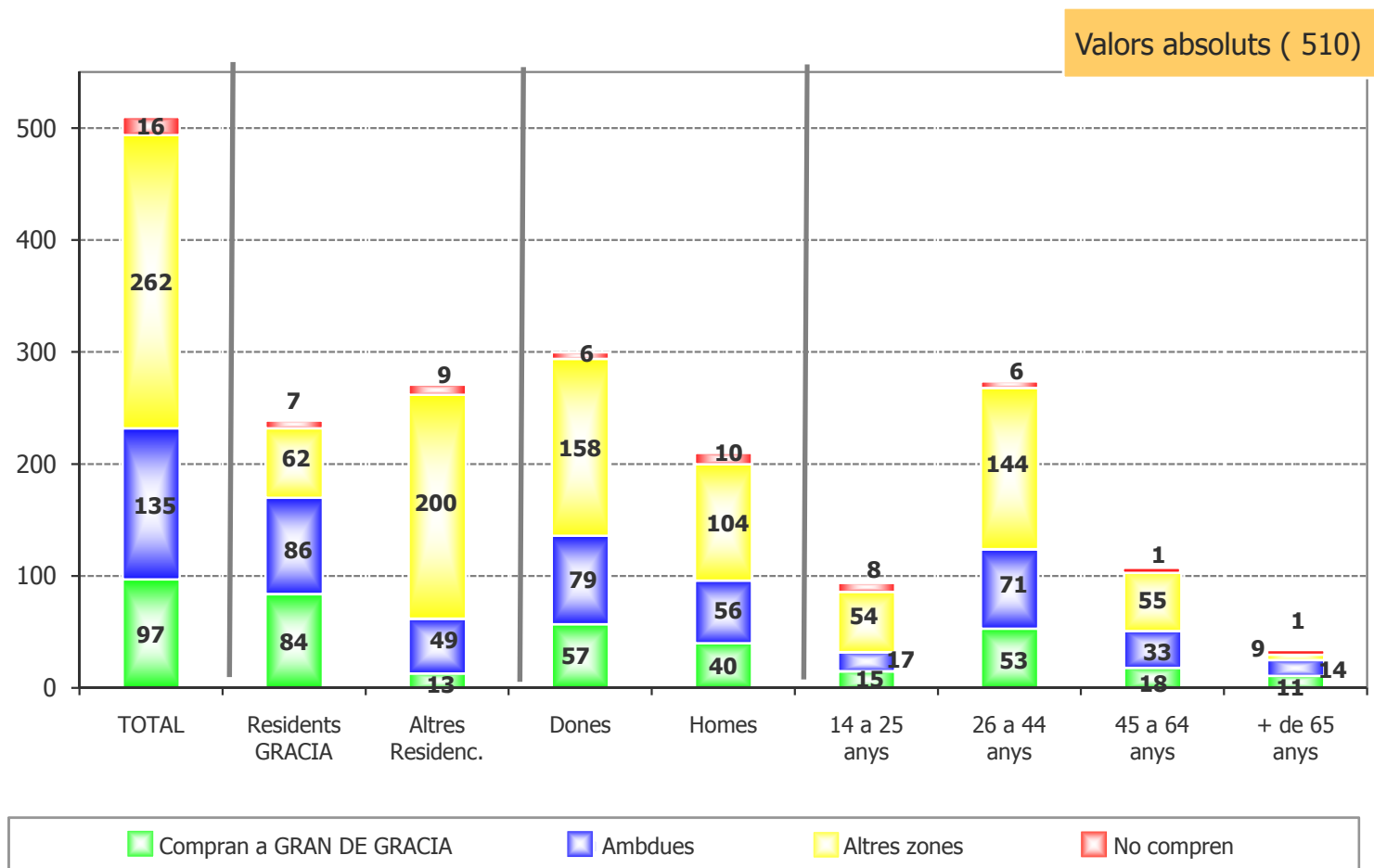
(Base 510)

- El 19,0% dels visitants compren l'alimentació a GRAN DE GRÀCIA , els que comparteixen amb altres zones són un 26,5%.
- En articles per la llar el 16,1% ho compra GRAN DE GRÀCIA, i la resta ho comparteix el 25,7%, i el 46,7% manifesta comprar-ho en altres zones.
- En l'apartat de articles personals el 18,8% compra a GRAN DE GRÀCIA. La resta combinen el 50,0% i el 30,4% compra totalment a fora.
- Els productes d'oci és l'apartat amb menys compra a GRAN DE GRÀCIA, tan sols un 12,2%.

5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

Alimentació.



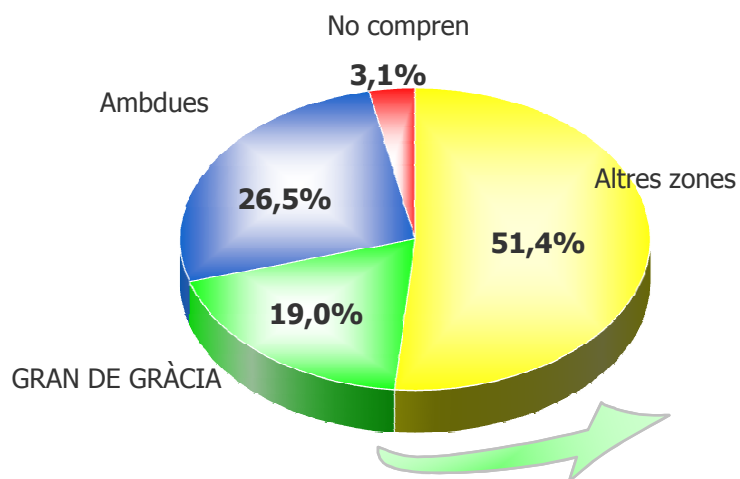
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

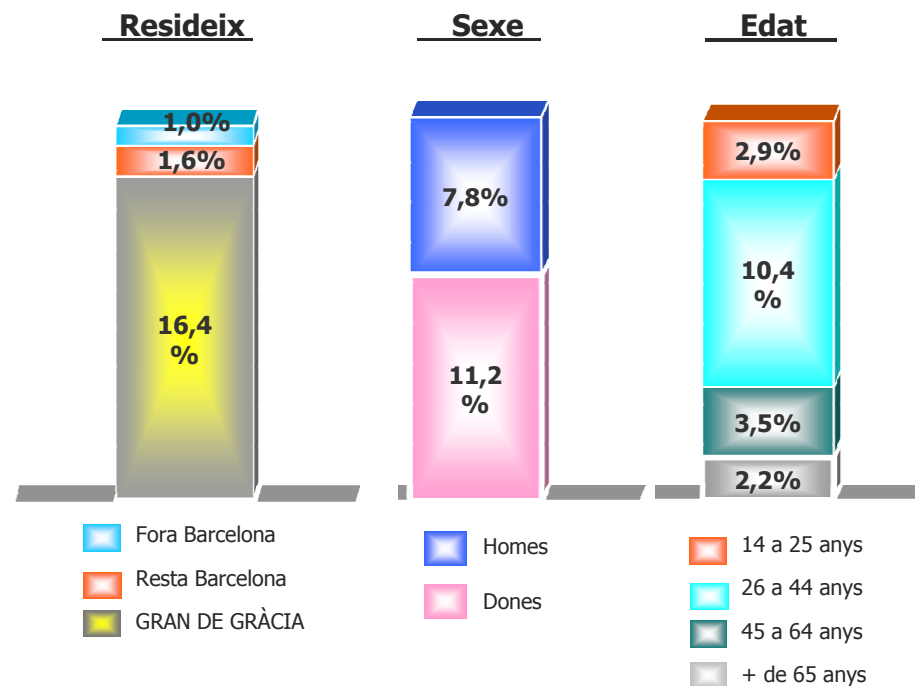


Compren a: GRAN DE GRÀCIA.

Alimentació.



(Base 510)



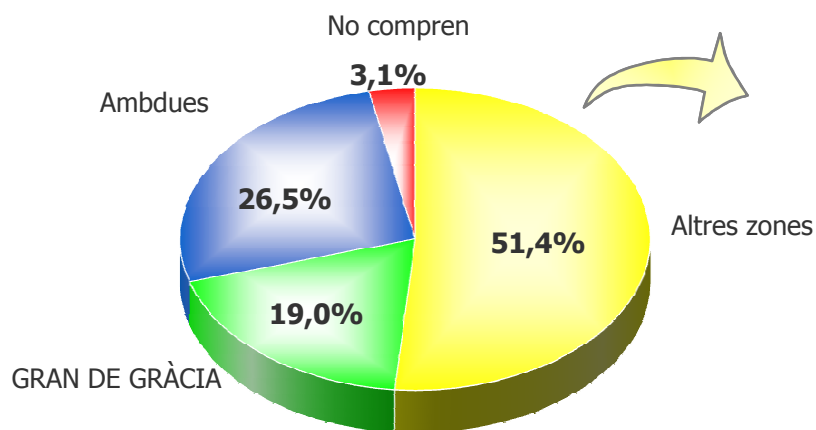
- El 19,0% dels visitants compren l'alimentació a GRAN DE GRÀCIA, i el 87% són residents.
- El 59% dels compradors són dones.
- Per edats els que més compren són els de 26 a 44 anys.

5. - Hàbits de compra.

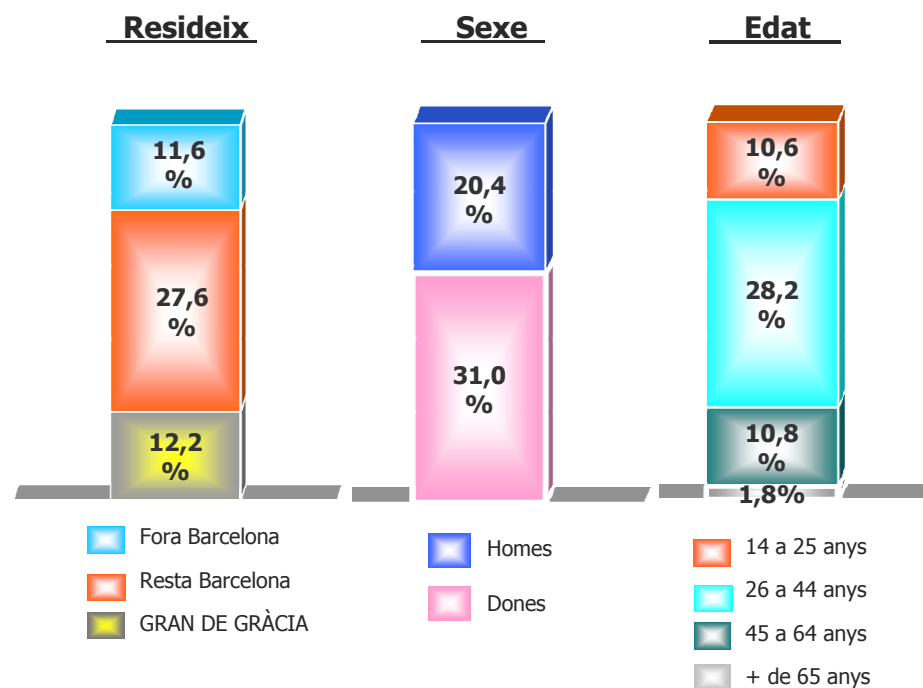
Zones habituals de compra.

 Compren a: Altres Zones

Alimentació.



(Base 510)

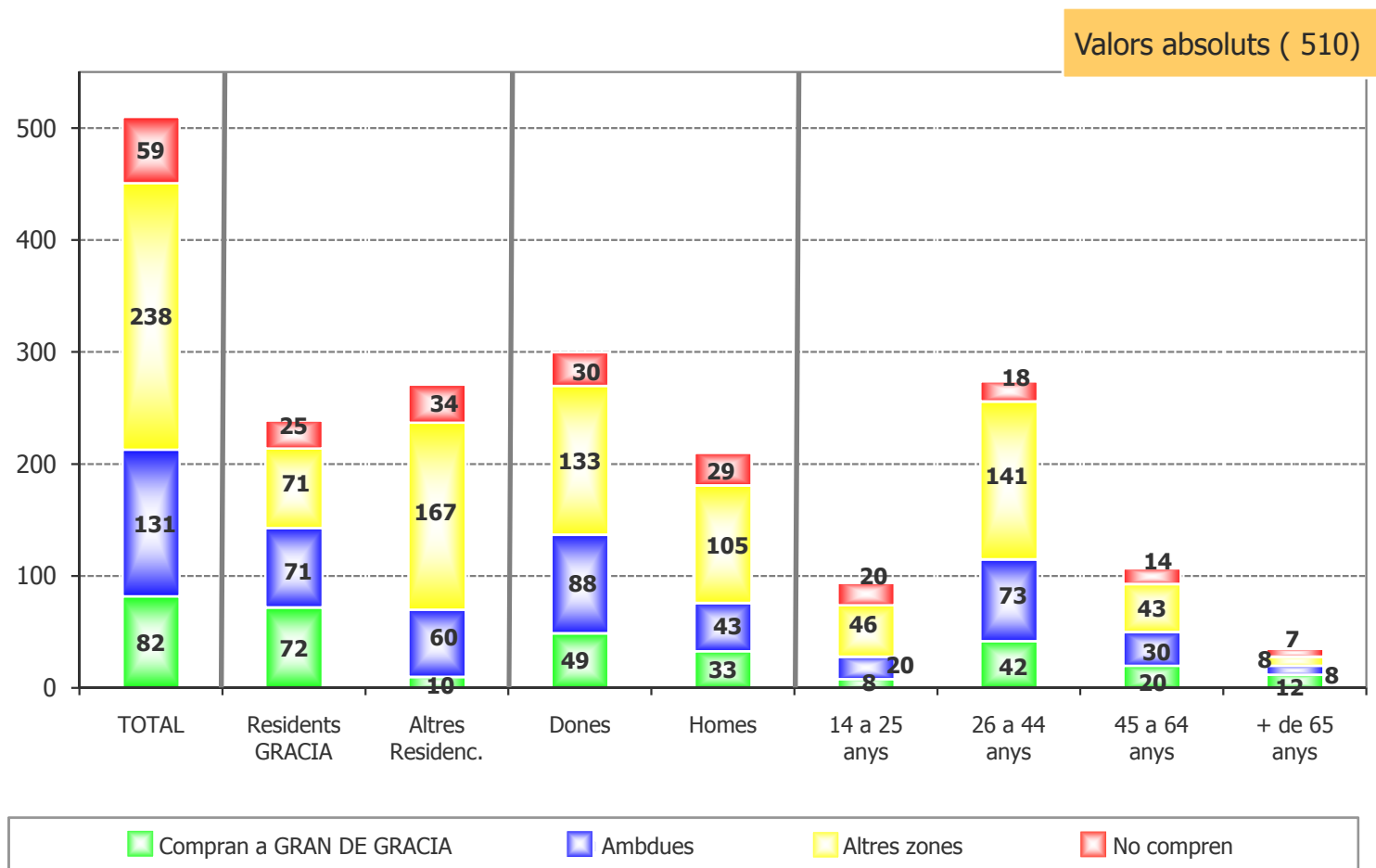


- Els visitants que compren l'alimentació en altres zones són el 51,4%. D'aquests el 24% són residents a Gràcia.
- Per sexes les dones són el 60%.
- Per edats el grup de 26 a 44 anys és el que compra més a fora i per contra els de més de 65 anys compren menys a fora.

5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

Parament de la llar (Roba, bateries cuina, paella, etc - Elements de decoració)

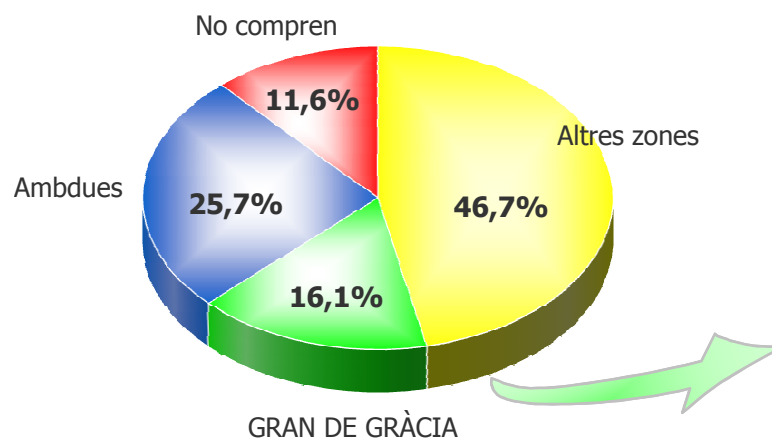


5. - Hàbits de compra.

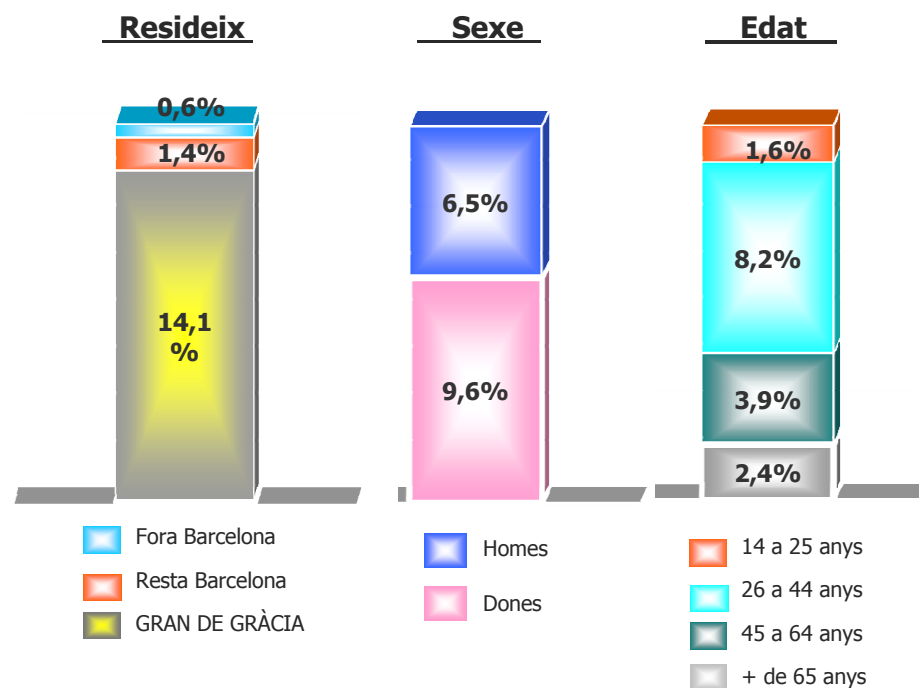
Zones habituals de compra.

 Compren a: GRAN DE GRÀCIA.

Parament de la llar (Roba, bateries cuina, paella, etc - Elements de decoració)



(Base 510)



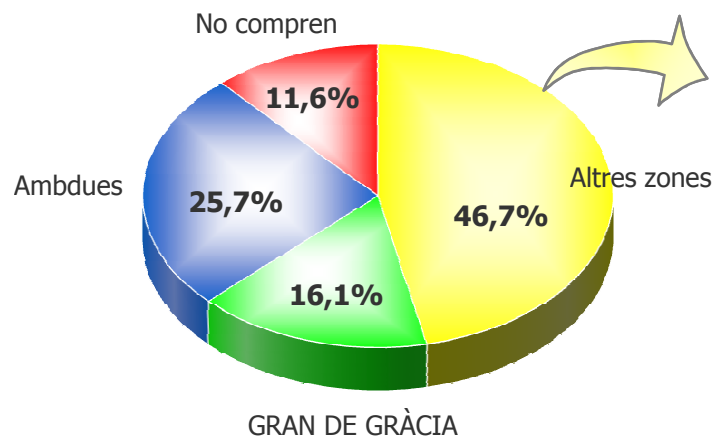
- El 16,1% dels visitants compren aquests articles a GRAN DE GRÀCIA i el 88% són residents.
- La dona és la que compra majoritàriament aquests articles (60%).
- Per edats els 26 a 44 anys són els més importants. El grup de més de 65 anys té molta més participació en compra que en presència.

5. - Hàbits de compra.

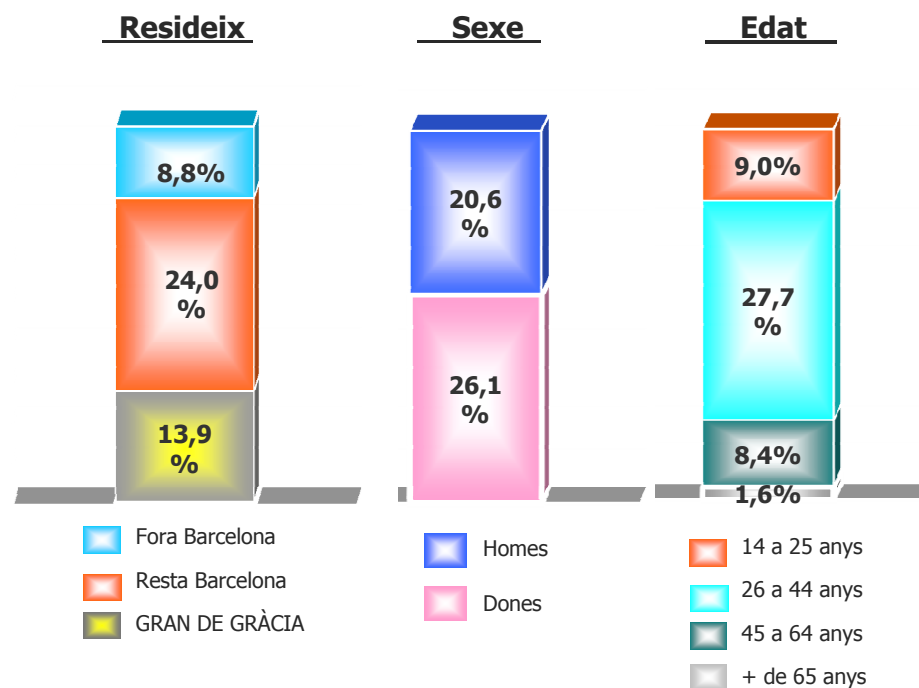
Zones habituals de compra.

 Compren a: Altres Zones

Parament de la llar (Roba, bateries cuina, paella, etc - Elements de decoració)



(Base 510)

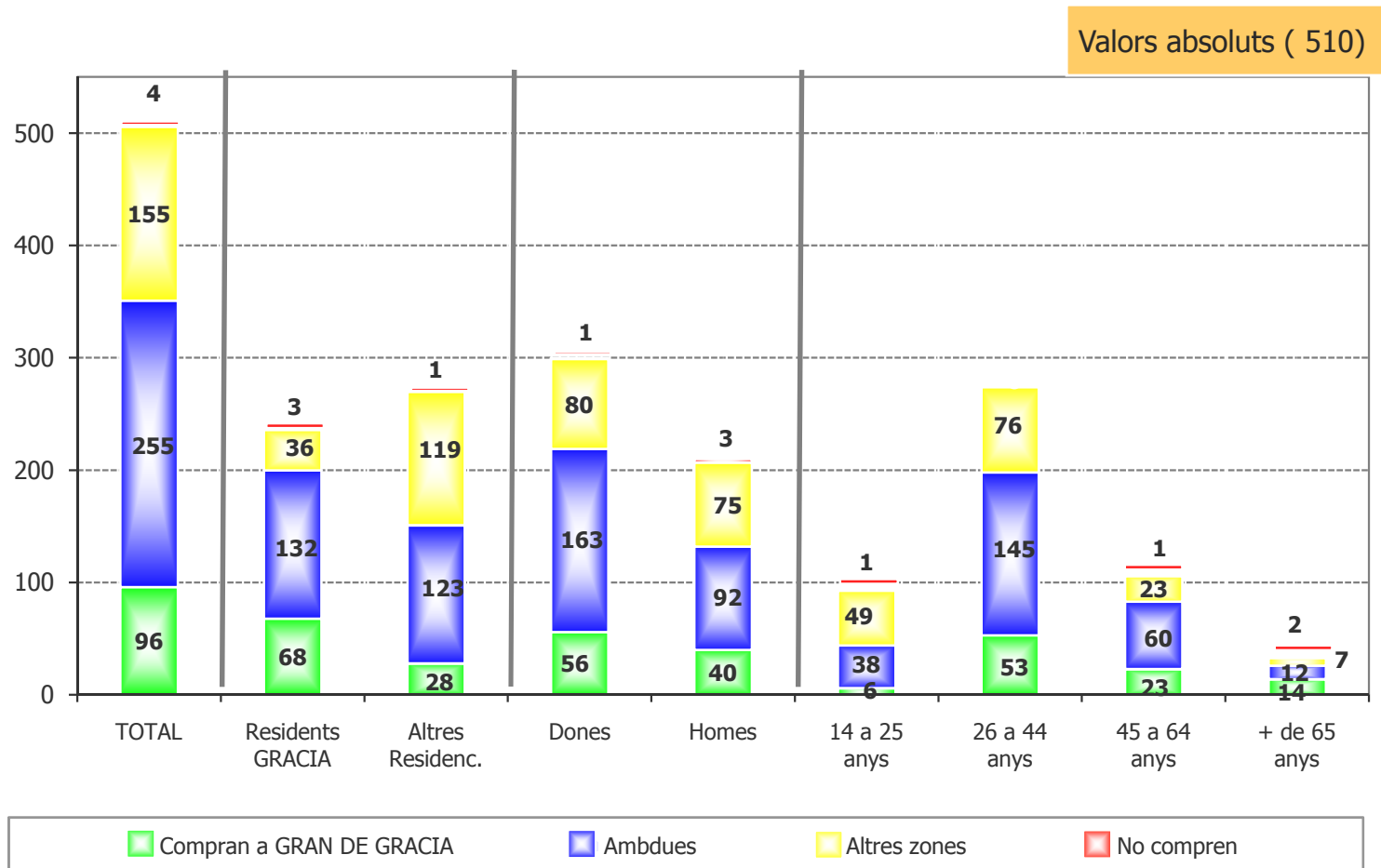


- El 46,7% dels visitants compren aquests articles en altres zones. El 30% dels que compren fora viuen a Gràcia.
- Per sexes les dones són el 60% dels compradors
- El 59% dels que compren fora són del segment de 26 a 44 anys. Els de més de 65 anys tan sols són el 4%.

5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

Cuidado personal (Roba, Calçat, Perfumería, Complements de vestir)



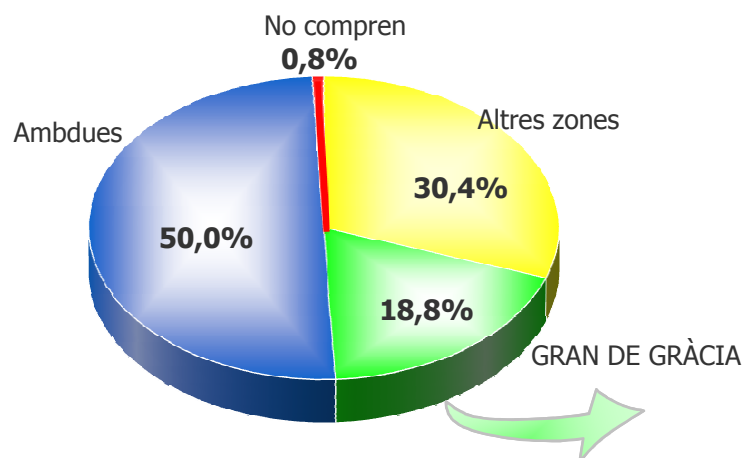
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

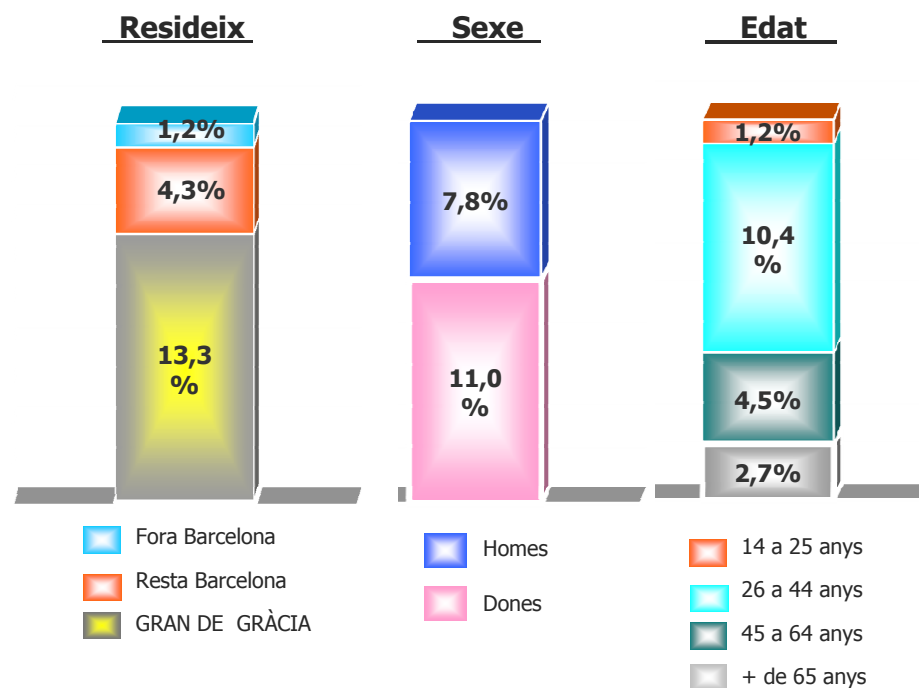


Compren a: GRAN DE GRÀCIA.

Cuidado personal (Roba, Calçat, Perfumería, Complementes de vestir)



(Base 510)



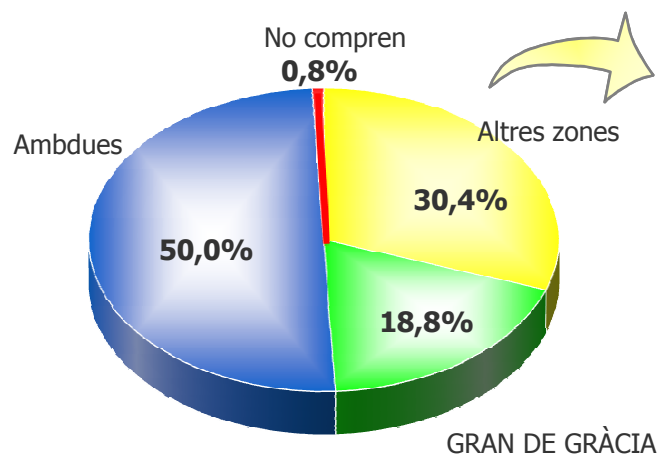
- El 18,8% dels visitants compren articles d'ús personal a GRAN DE GRÀCIA. El 71% viuen a Gràcia.
- El 58% dels compradors d'altres zones són dones.
- Per edats el 55% són de 26 a 44 anys. És la mateixa situació que en "Parament de la llar" públic més aviat gran.

5. - Hàbits de compra.

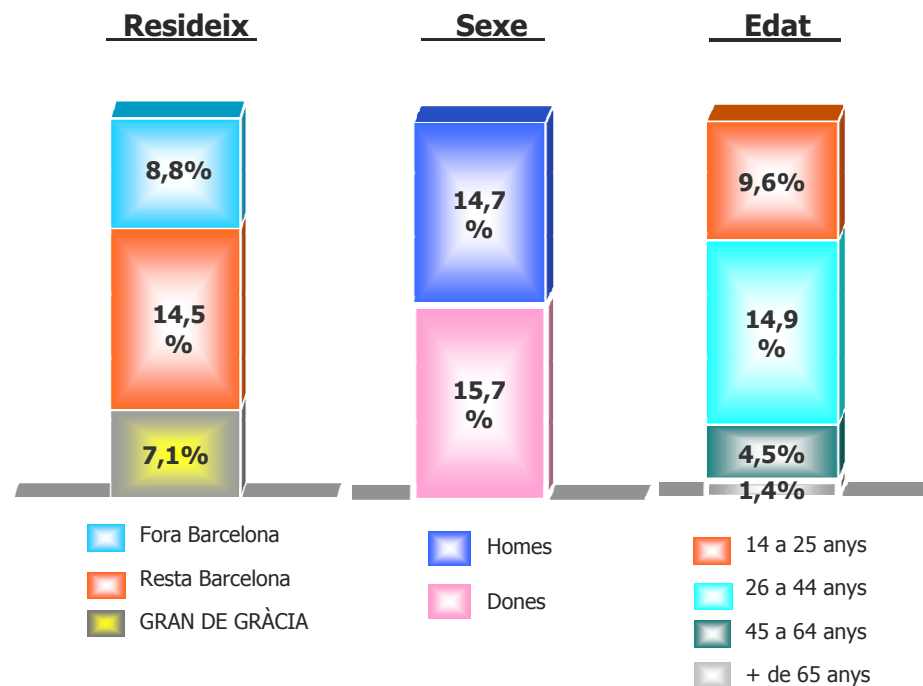
Zones habituals de compra.

 Compren a: Altres Zones

Cuidado personal (Roba, Calçat, Perfumería, Complementos de vestir)



(Base 510)

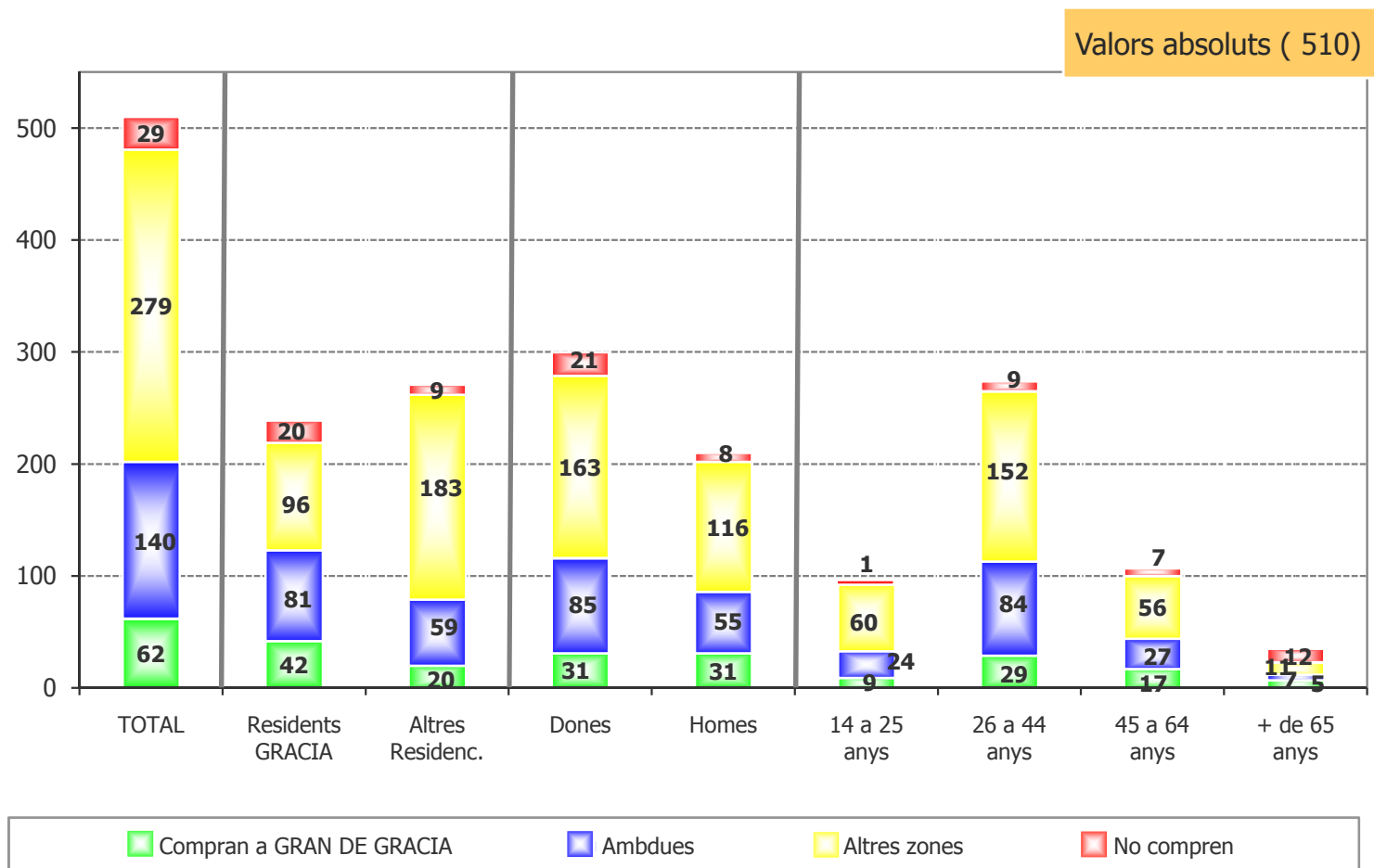


- El 30,4% dels visitants compren aquests articles en altres zones i d'aquests el 23% són residents.
- Per sexes gairebé està igualat.
- Per grups d'edat, el de 26 a 44 anys és el que més compra a fora. Els joves compren més i els dos segments de 45 a 64 i més de 65 anys compren menys respecte a la seva participació de presència.

5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

Oci (Articles d'esport, Discos, Llibres, Viatges, Informàtica)

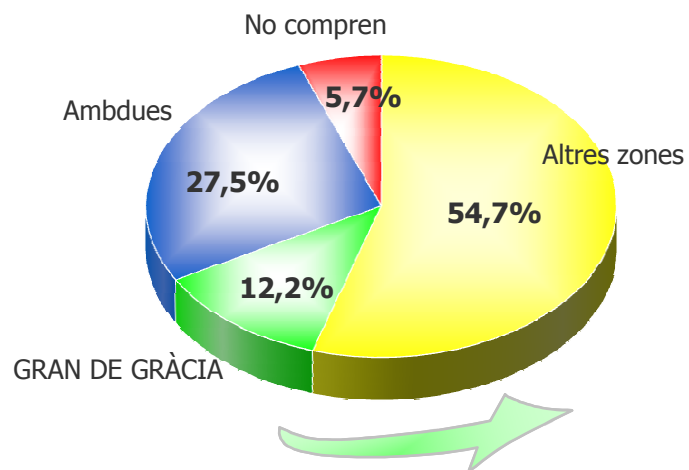


5. - Hàbits de compra.

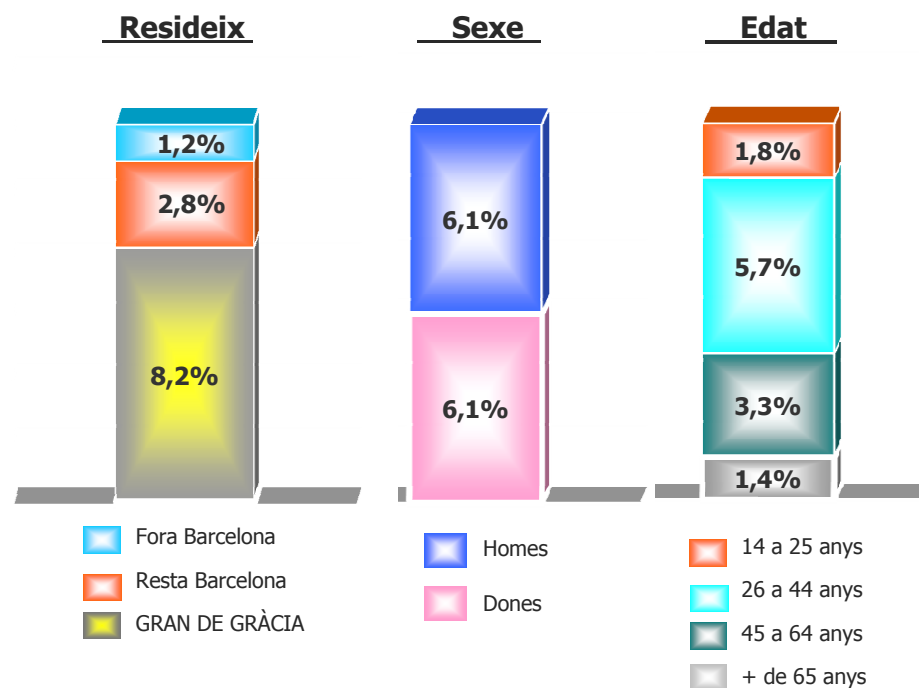
Zones habituals de compra.

 Compren a: GRAN DE GRÀCIA.

Oci (Articles d'esport, Discos, Llibres, Viatges, Informàtica)



(Base 510)



- El 12,2% dels visitants compren a GRAN DE GRÀCIA i el 68% són residents.
- Per sexes està totalment igualat entre homes i dones.
- Els de 26 a 44 anys són els que més compren, pero els dos grups més grans tenen més participació en compra que en presència.

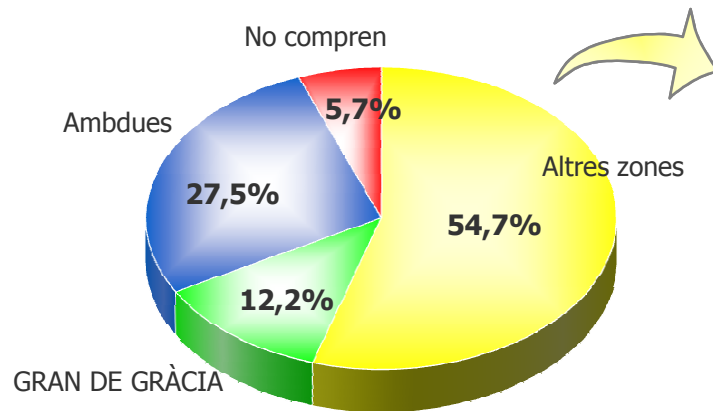
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

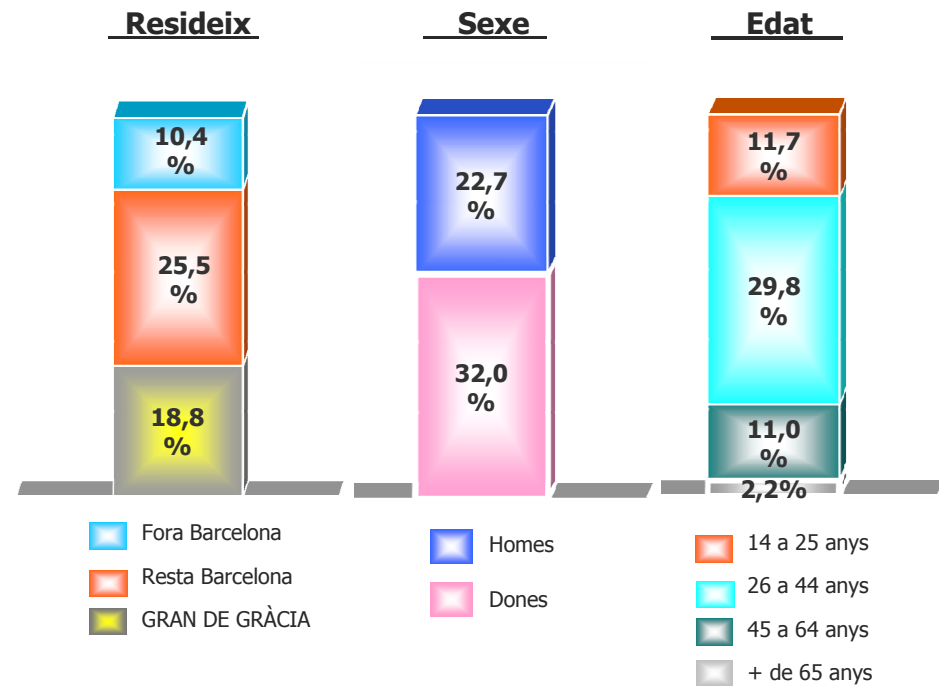


Compren a: Altres Zones

Oci (Articles d'esport, Discos, Llibres, Viatges, Informàtica)



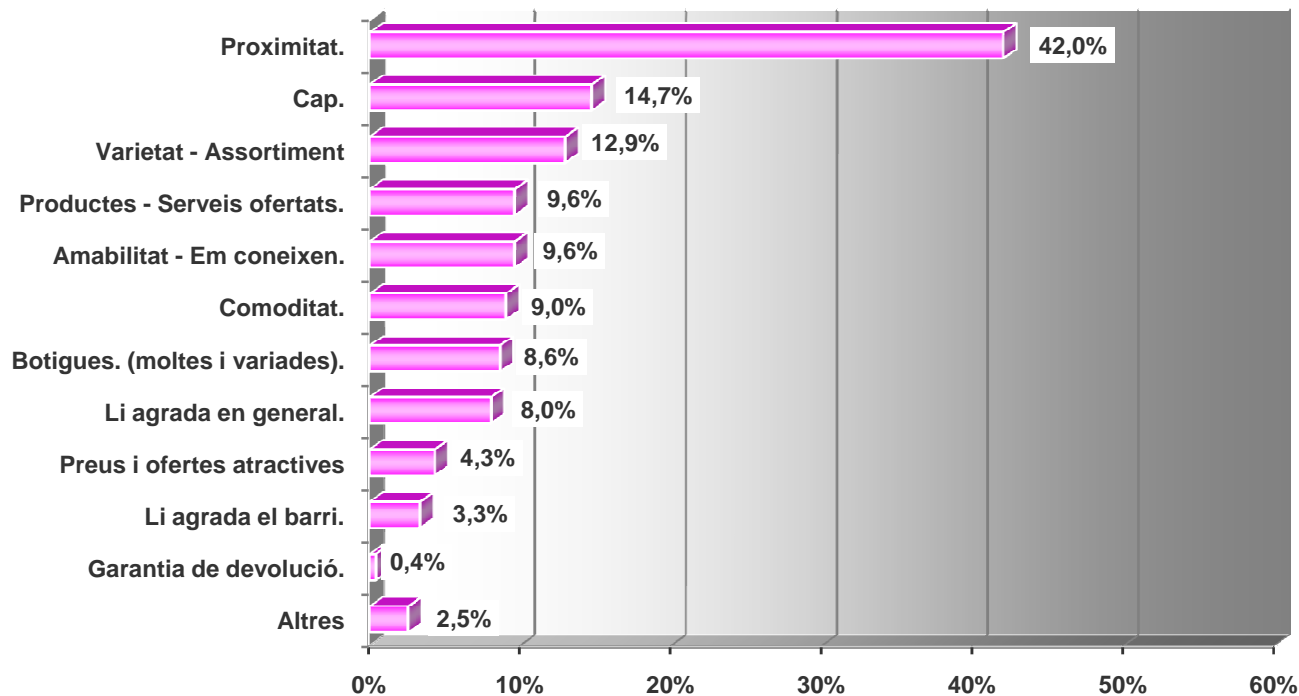
(Base 510)



- El 54,7% dels visitants compren els articles d'oci en altres zones i d'aquests el 34% són residents a Gràcia (18,8% dels visitants).
- Per sexes les dones són el 58%.
- El 55% dels compradors a altres zones són del grup de 26 a 44 anys. Els de més de 65 anys compren poc a fora.

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

Avantatges de comprar a GRAN DE GRÀCIA.

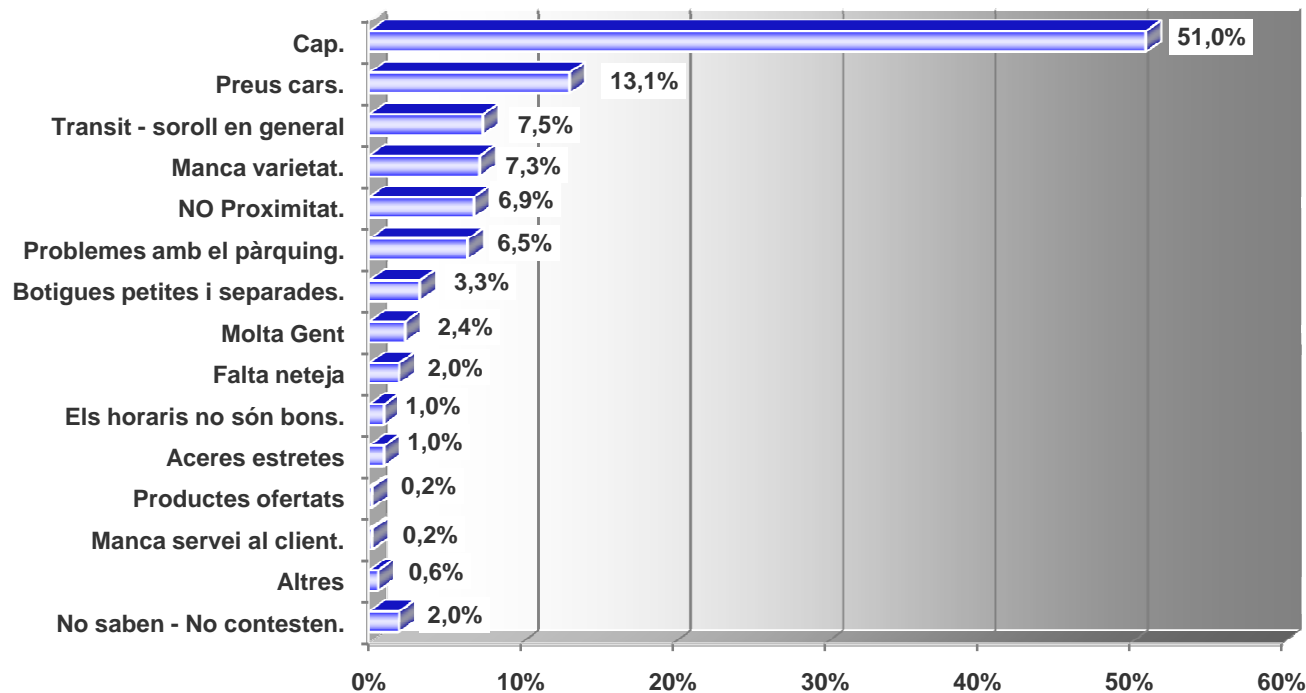


(Base 510)

- La proximitat als comerços és la principal avantatge de comprar a GRAN DE GRÀCIA. Ho diu el 42,0% dels visitants.
- Seguidament es valora la varietat/assortiment (12,9%) i els productes/serveis (9,6%).
- Hi ha un 14,7% de visitants que diu "cap avantatge". Són bàsicament no residents a Gràcia.

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

Inconvenients de comprar a GRAN DE GRÀCIA.



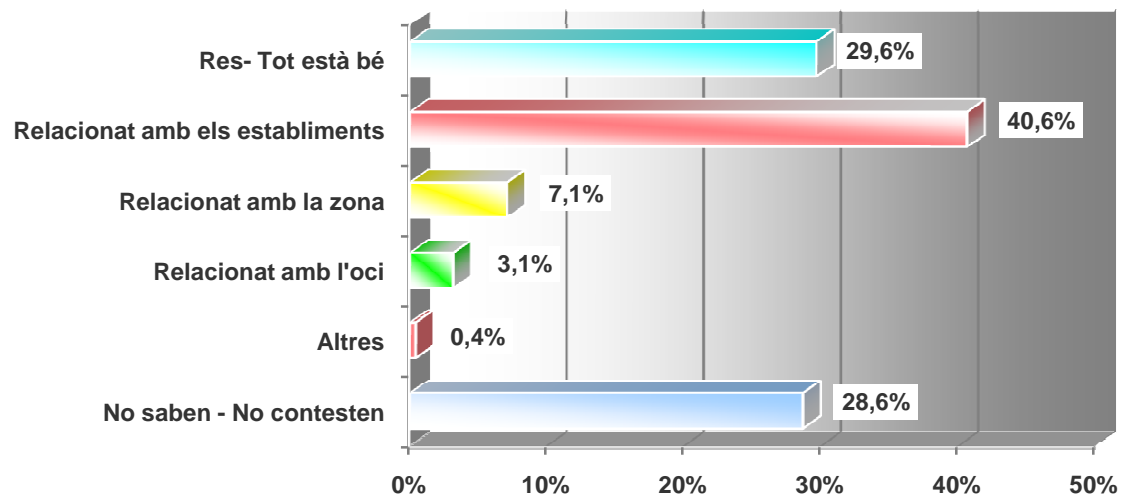
(Base 510)

- El 51,0% dels visitants diuen que no hi ha cap inconvenient per comprar als comerços de GRAN DE GRÀCIA.
- No obstant hi ha un 13,1% dels entrevistats que manifesten que el preus són cars i el 7,3% diu que manca varietat.
- El segon inconvenient diuen que és el trànsit i el soroll dels carrers (7,5%).

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

Aspectes millorables a GRAN DE GRÀCIA.

(en general - resposta múltiple)



(Base 510)

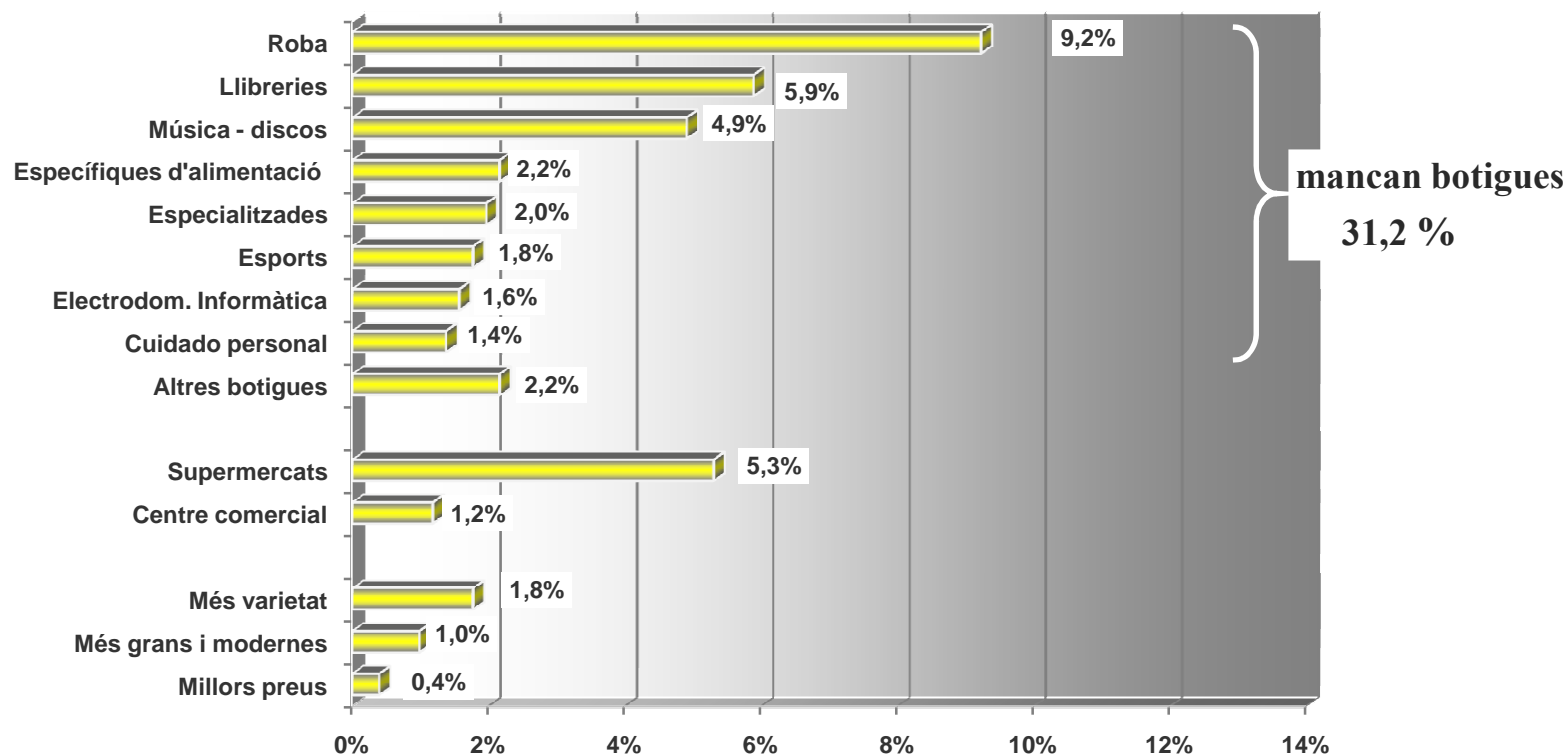
- El 29,6% dels entrevistats manifesten que "tot està bé" i no fa falta millorar res.
- El 40,6% suggereix temes relacionats amb els comerços.
- Hi ha un 7,1% en temes de millora de la zona en general,.
- Un 3,1% diuen temes relacionats amb l'oci (cafeteries, bars juvenils, etc.)

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

Qué es trobar a faltar a GRAN DE GRÀCIA.

(en quant a establiments – resposta múltiple).

Total 40,6 % de sol·licituds



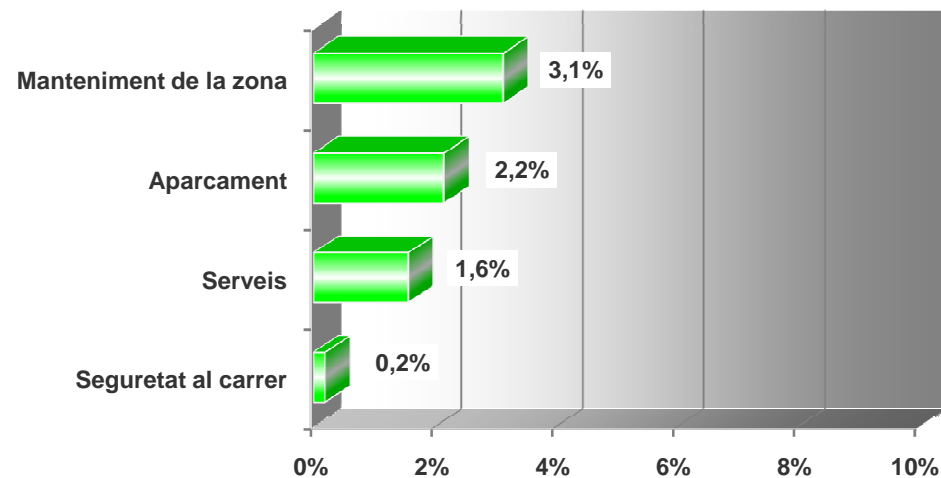
- Hi ha un 31,2% de sol·licituds de manca de botigues de: roba en general i de "marques", llibreries, música/discos.
- Un 5,3% diuen que hi falten supermercats grans, i un 1,2% voldria un centre comercial a la zona.
- El 1,8% manifesta que troba a faltar més varietat.

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

Aspectes millorables a GRAN DE GRÀCIA

(en quant a la zona - serveis).

Total 7,1 % de sol·licituds

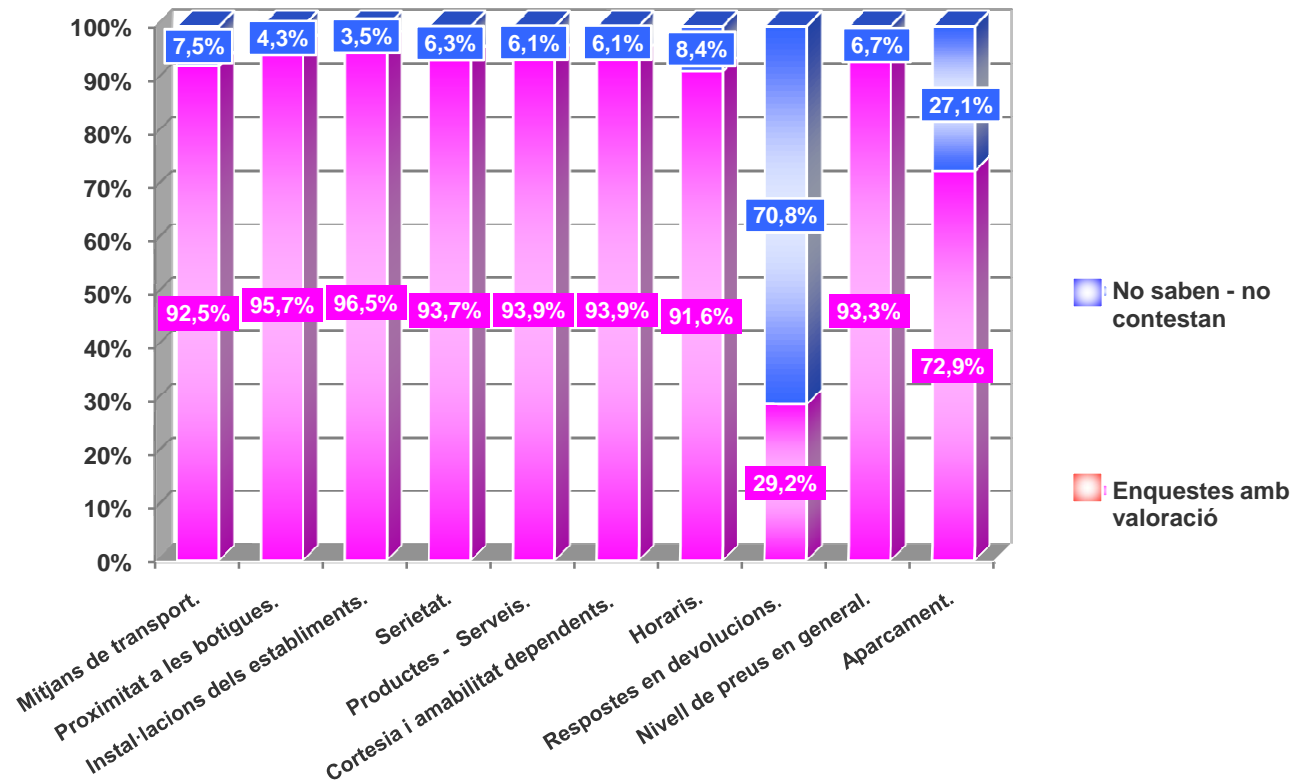


(Base 510)

- El manteniment en quant a neteja, parcs infantils, trànsit, etc.
- El 2,2% anomenen la millora de l'aparcament .
- Com a serveis parlen de Residència, transport públic,

7. - Valoració dels comerços i serveis.

Enquestes amb i sense valoració.

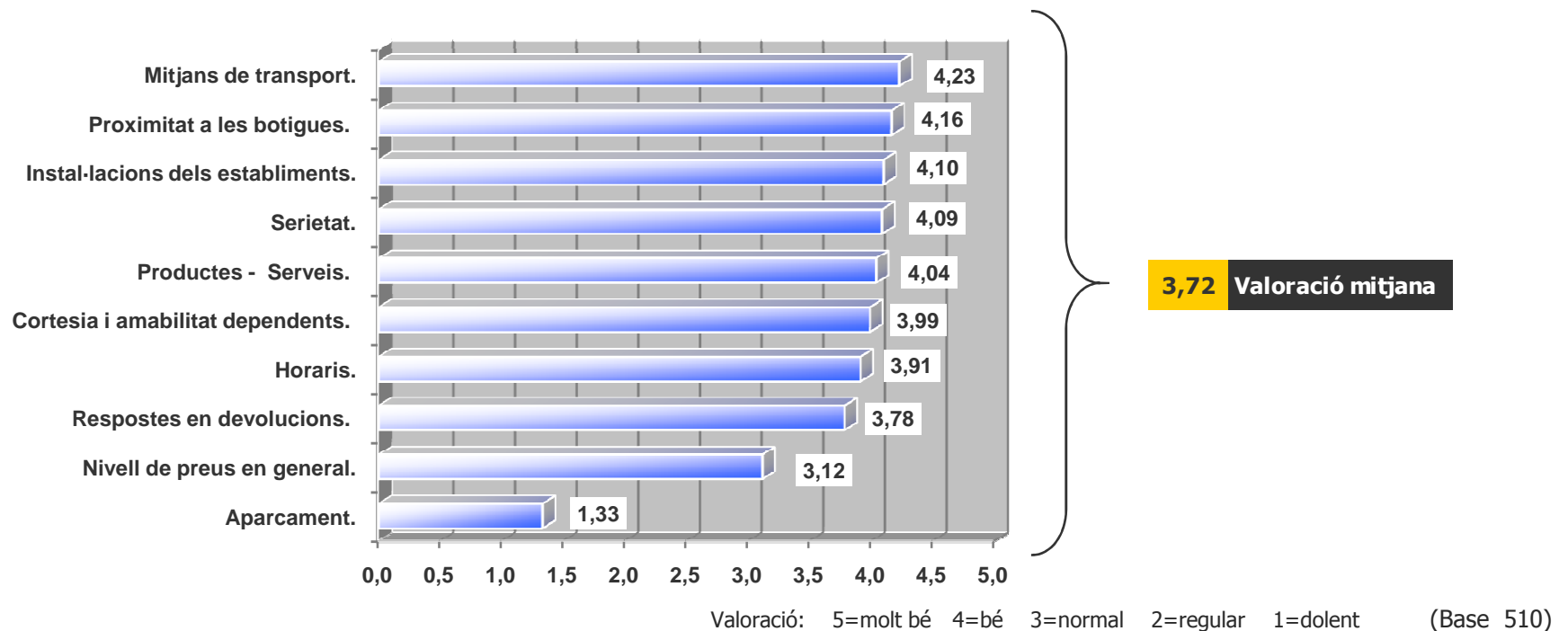


(Base 510)

- La mitjana d'enquestes amb valoració està al voltant del 93%.
- El tema de les devolucions tan sols ho ha valorat el 29% dels visitants, i l'aparcament el 73%.

7. - Valoració dels comerços i serveis.

Valoració

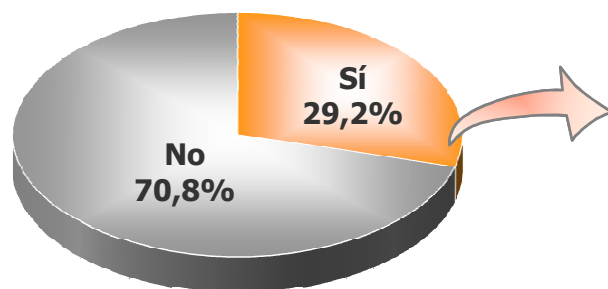


- La valoració mitjana "global de tots els aspectes" és de un 3,72. És **gairebé un "bé"**.
- L'aspecte millor és els "mitjans de transport" amb un valor alt (4,23). La "proximitat" als comerços és el segon aspecte amb un 4,16.
- Referent als comerços, hi ha cinc aspectes amb un valor al voltant del 4, que és un "bé" : "instal·lacions", "serietat", "productes i serveis", "cortesia i amabilitat" i "horaris".
- Les "respostes en devolucions" i el "nivell de preus" tenen valoracions una mica més baixes amb un 3,78 i un 3,12.
- L'element menys valorat és l'aparcament amb un 1,33. Destacar que hi ha visitants que el valorarien amb un zero.

8. - Coneixement de l'organització Eix Comercial GRAN DE GRÀCIA

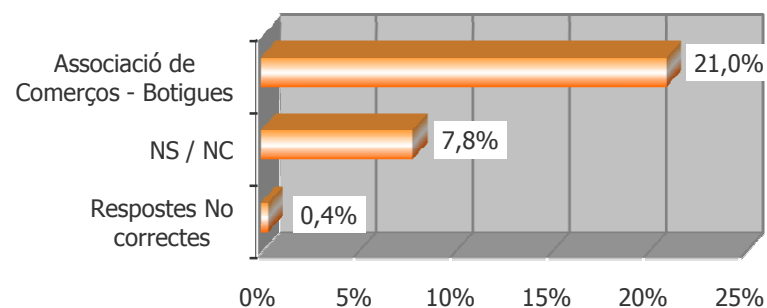
Coneix l'organització:

Eix Comercial GRAN DE GRÀCIA



(Base 510)

Como ho defineix (Resposta espontània)

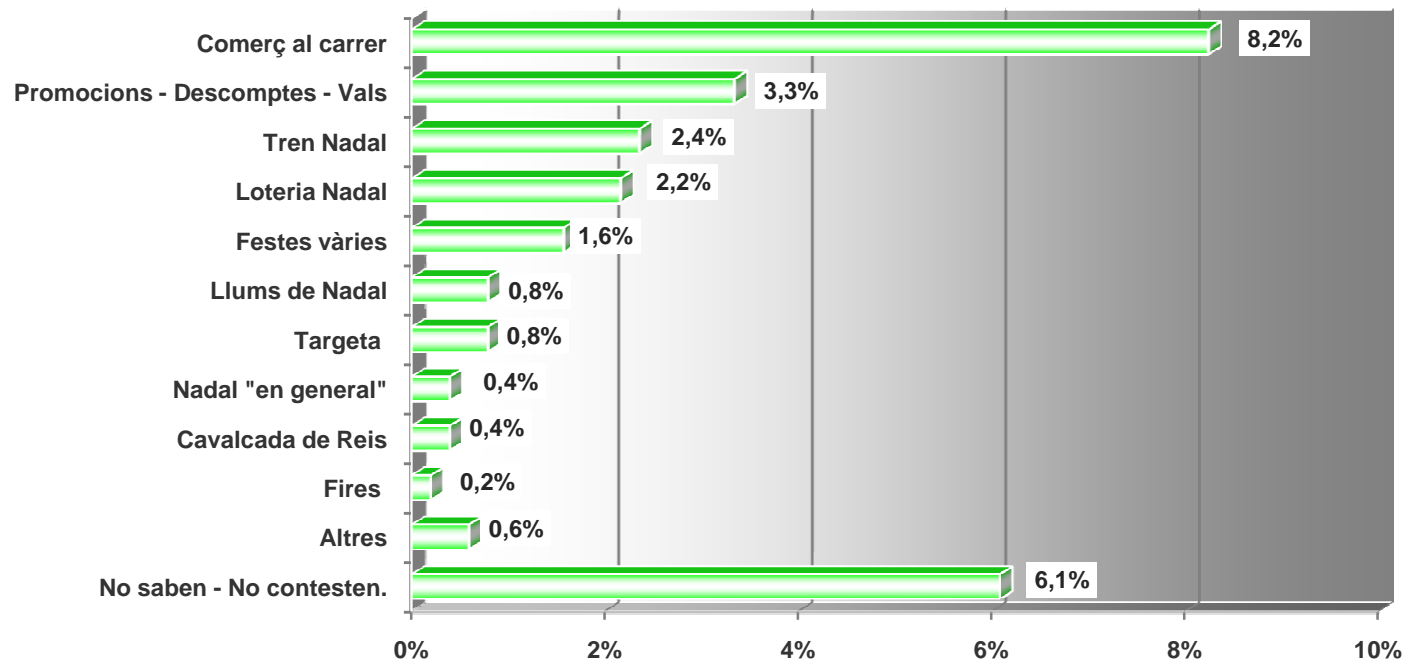


(Base 510)

- L'organització EIX COMERCIAL GRAN DE GRÀCIA, és coneguda pel 29,2% dels visitants.
- El 72% dels coneixedors, ho defineixen correctament com una "Associació de comerços".
- Dels que diuen Associació de comerços, el 55% viuen a Gràcia.
- Els percentatges dels segments d'edats dels coneixedors són semblants als dels visitants.
- Per classes social no hi ha diferències significatives. El 92% són espanyols.

8. - Coneixement de l'organització Eix Comercial GRAN DE GRÀCIA

Activitats que recorden de Eix Comercial GRAN DE GRÀCIA. (Resposta espontània i múltiple)



(Base 510)

- Del 21,0% que defineixen correctament EIX COMERCIAL GRAN DE GRÀCIA, el 71% (14,9% dels visitants) recorden variades activitats (1,4 respostes de mitjana).
- L'activitat més recordada és el "comerç al carrer" amb un 8,2% dels entrevistats i un 67% d'ells viuen a Gràcia.
- La segona activitat són les "promocions/descomptes" amb un 3,3%
- A continuació temes de Nadal, tren i loteria. El 5% del visitants recorden activitats de Nadal – Reis.

9 – Conclusions.

Perfil dels visitants.

- ✓ El perfil tipus en quant a sexe està bastant igualat, amb una mica més de participació de les dones. De la resta es pot definir entre 26 i 44 anys, resident a Gràcia, de classe social mitjana ampla (mitjana alta + mitjana).
- ✓ El 46,9% dels visitants viuen a Gràcia.
- ✓ La resta de visitants, són d'altres districtes de Barcelona (38,8%) i la resta de fora de Barcelona.
- ✓ El 82,7% són de nacionalitat espanyola.
- ✓ Tres de cada quatre visitants hi van sols.
- ✓ El 56,9% accedeix caminant. La resta ho fa en transport públic (32,0%) i privat (11,2%).
- ✓ El motiu principal d'estar en l' Eix Comercial és el de comprar (28,4%), seguit de passejar (23,3%). Altres motius són: treballa a Gràcia (16,3%), viu a a la zona i visita a familiars i/o amics.
- ✓ El 63,7% dels visitants tenen la intenció de visitar comerços. El principal és roba personal (20,8%) seguit d'alimentació (14,9%).
- ✓ El 62,7% visiten una vegada a la setmana o més els comerços de EIX COMERCIAL GRAN DE GRÀCIA.

9. – Conclusions.

Valoració de Eix Comercial GRAN DE GRÀCIA.

- ✓ El 29,2% dels visitants coneixen l'organització Eix Comercial GRAN DE GRÀCIA, i un 21,0% ho defineixen com una "Associació de comerços".
- ✓ El 71% dels que diuen Associació de comerços recorden varies activitats. Les principals són: Comerç al carrer, promocions/descomptes i Nadal en general (tren, loteria, llums).
- ✓ El 15,1% dels visitants, compren habitualment a GRAN DE GRÀCIA, comparteixen amb altres zones el 53,5% i un 31,4% compren exclusivament en altres zones.
- ✓ Els compradors d'altres zones ho fan habitualment a: Resta Districtes, Centre i Centres Comercials.
- ✓ En èpoques de major compra com Nadal, Reis i/o Rebaixes, la fidelitat a GRAN DE GRÀCIA baixa. Perd 5,7 punts i compra exclusivament a GRAN DE GRÀCIA el 9,4%. Un 54,9% comparteix les compres amb altres zones i un 33,9% només compra a altres zones.
- ✓ En les categories de productes, s'observa que l'alimentació és comprada a l'EIX COMERCIAL pel 19,0%, mentre que parament de la llar només pel 16,1% i cuidado personal pel 18,8%. El tema d'oci és a on més baixa la fidelitat a un 12,2%.

9. – Conclusions.

Valoració de Eix Comercial GRAN DE GRÀCIA.

- ✓ Les tres principals avantatges de compra a GRAN DE GRÀCIA són: proximitat als comerços, varietat/assortiment i productes/ serveis.
- ✓ En quant a inconvenients, el 51,0% diu que no hi ha cap. Destacar que el 13,1% dels visitants, manifesten que els preus són cars. També hi ha un 7,5% que diu com inconvenient el trànsit i soroll.
- ✓ En conjunt la mitjana de valoració dels comerços i serveis de GRAN DE GRÀCIA és de 3,72 (gairebé un "bé"), en una escala de 1 a 5 (dolent a molt bé).
- ✓ Els mitjans de transport (4,23), juntament amb la proximitat (4,16) són els aspectes millors valorats. L'aparcament és l'aspecte amb menys valoració (1,33).