



Estudi del perfil dels visitants
i grau de satisfacció dels comerços

Índex.



	<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 SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ	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 SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ 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 SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.
 - ✓ 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 500 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 %).

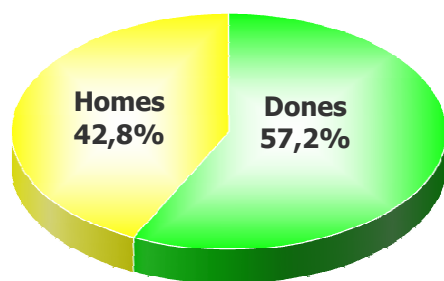
- El treball de camp es va realitzar en el següent període:

Del 9 al 14 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>
9	10	11	12	13	14	--

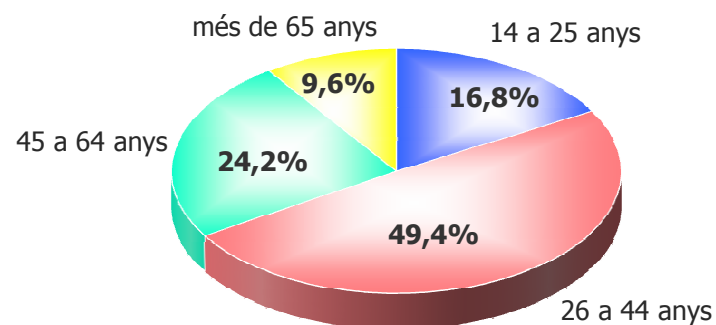
3. - Perfil sociodemogràfic.

Sexe



(Base 500)

Edat

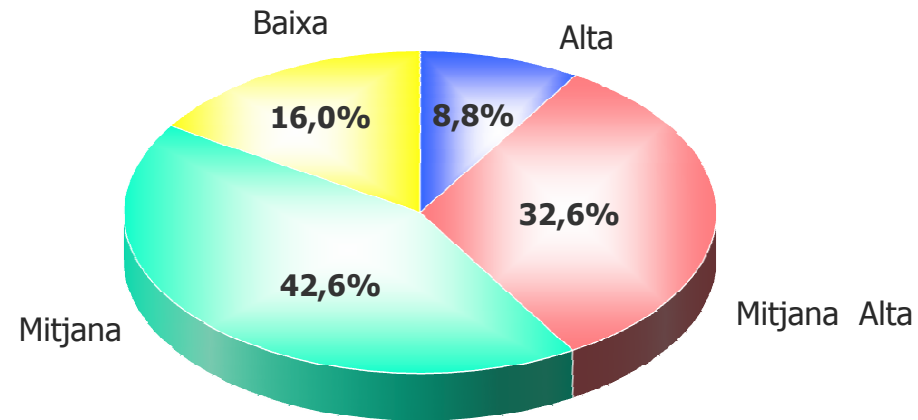


(Base 500)

- El 57,2% dels visitants en l'horari establert són dones.
- La meitat dels visitants tenen entre 26 i 44 anys. A continuació hi ha el segment de 45 a 64 anys amb un 24,2%. La suma dels dos grups (de 26 a 64 anys) és el 74% dels visitants.
- Els joves de 14 a 25 són el 16,8%, i els de més de 65 anys el 9,6%.

3. - Perfil sociodemogràfic.

Classe social

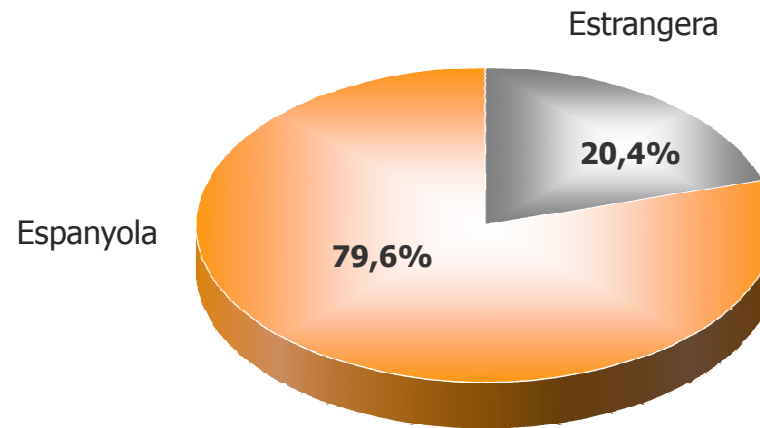


(Base 500)

- La classe social dels visitants més representatives és la Mitjana (42,6%), seguida de la Mitjana Alta (32,6%).
- La Baixa és un 16,0% i l'Alta un 8,8%.

3. - Perfil sociodemogràfic.

Nacionalitat

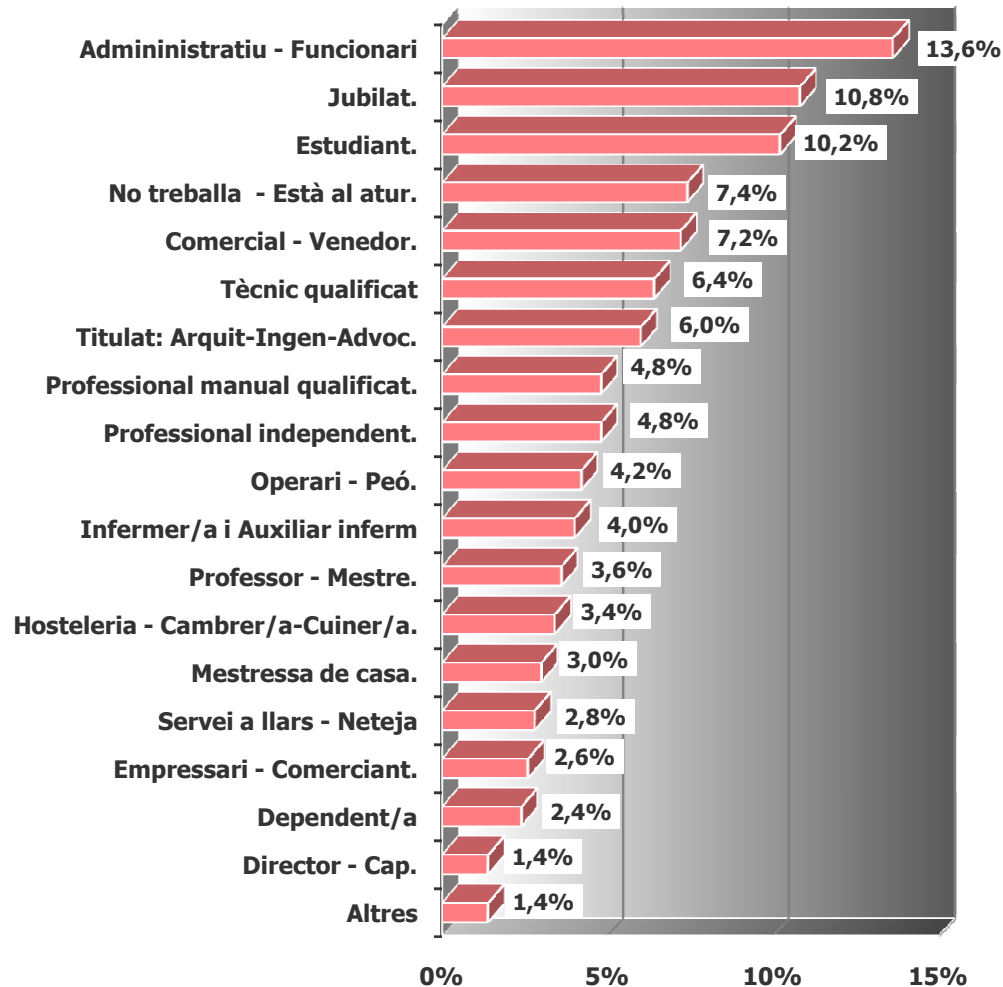


(Base 500)

- La majoria dels visitants són espanyols (79,6%).
- La resta amb un 20,4% són de països estrangers.
- El 82% dels estrangers són de països d' America del Sud i Central, destacant Argentina, Colombia, Perú i Ecuador. La resta són europeus i d'altres continents.
- El 17% viuen a la zona de Sagrada Família.

3. - Perfil sociodemogràfic.

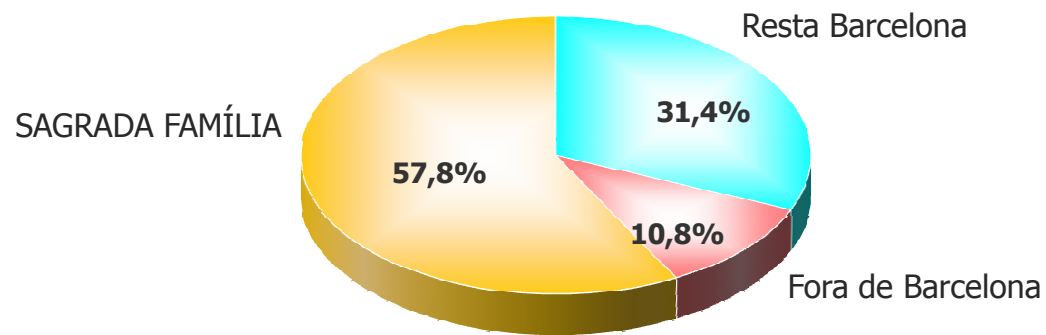
Professió entrevistat



- El grup més gran de visitants són administratius/funcionaris amb un 13,6%.
- En segon lloc estan els jubilats amb un 10,8%.
- El tercer lloc amb un 10,2% són els estudiants.
- A continuació hi ha els que no treballen / estan al atur amb un 7,4%.
- Amb un 7,2% hi ha els comercials/venedors.
- Després li segueixen els tècnics qualificats (6,4%) i els titulats (6,0%).

3. - Perfil sociodemogràfic.

Lloc de residència

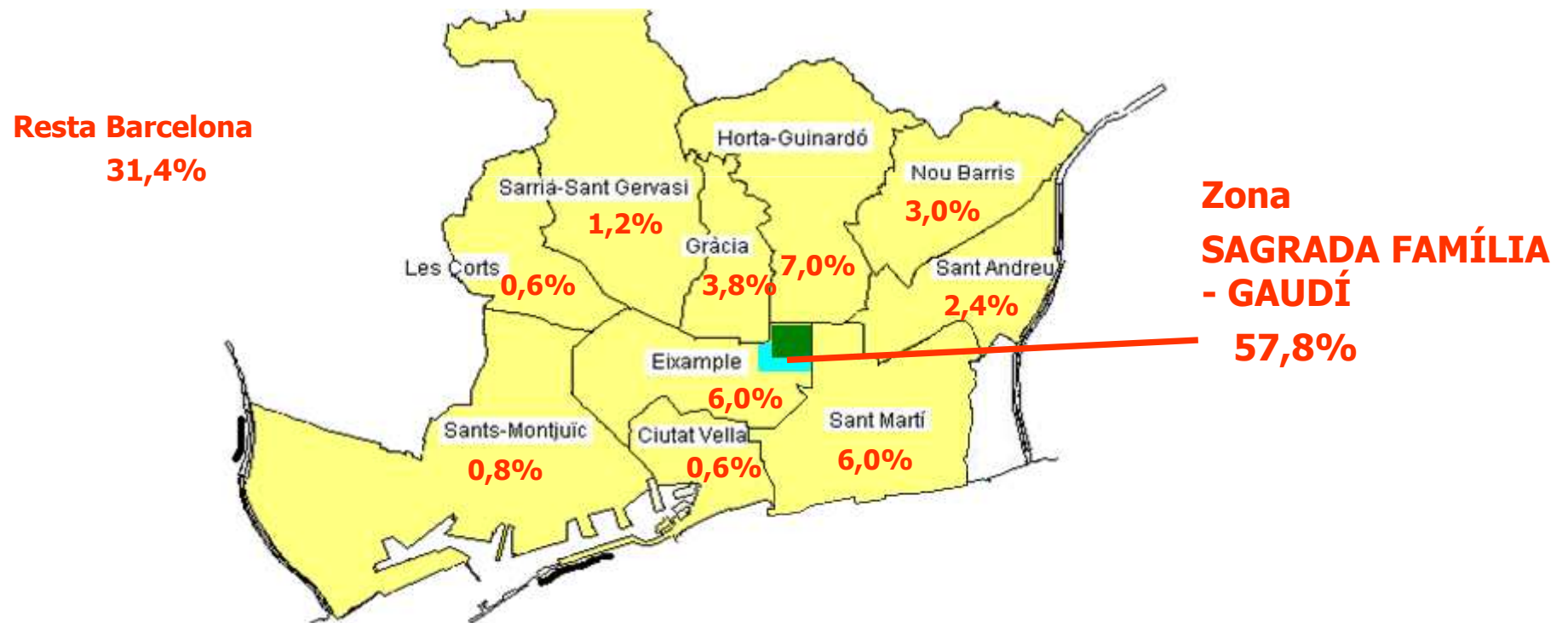


(Base 500)

- El 57,8% dels visitants viuen a la zona de Sagrada Família.
- El 60% dels que viuen a Resta Barcelona ho fan als districtes propers com: Eixample, Sant Martí i Guinardó.
- Els visitants de fora de Barcelona, són el 10,8%.

3. - Perfil sociodemogràfic.

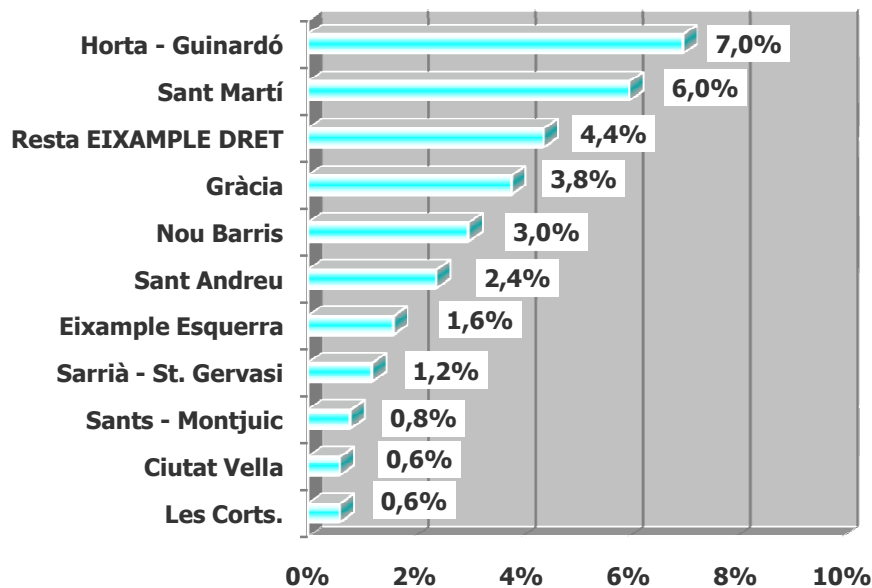
Lloc de residència – Ciutat de Barcelona



(Base 500)

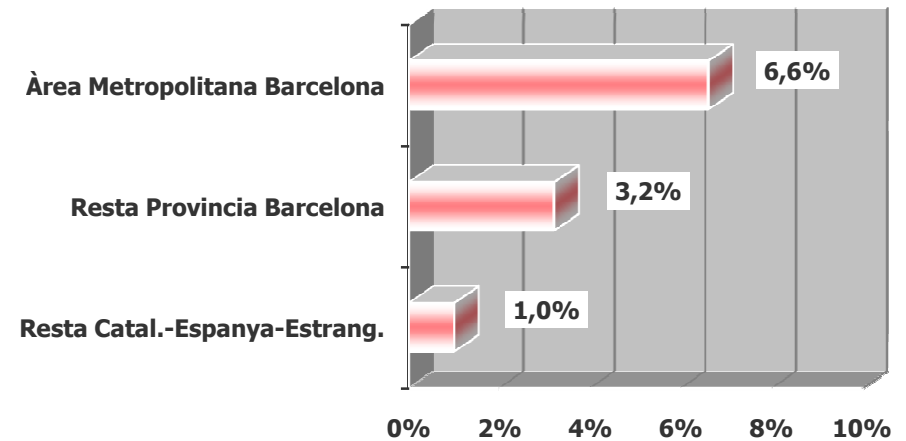
3. - Perfil sociodemogràfic.

Resta de Barcelona (31,4%)



(Base 500)

Fora de Barcelona (10,8%).

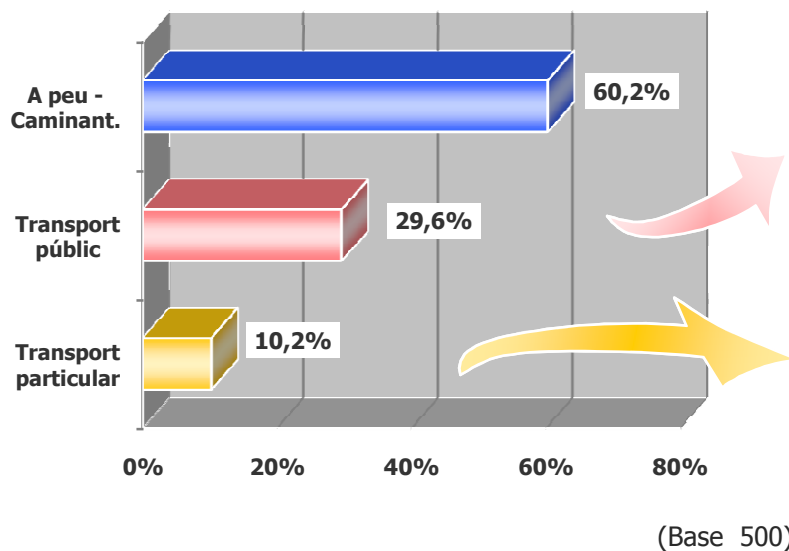


(Base 500)

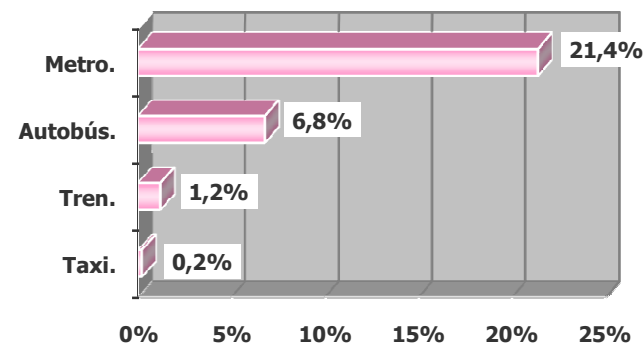
- De la resta de Barcelona els districtes amb més importància són els propers al Eix com: Horta Guinardó, Sant Martí i Eixample.
- La majoria dels visitants de fora de Barcelona, són de l'Àrea Metropolitana (6,6%).

3. - Perfil sociodemogràfic.

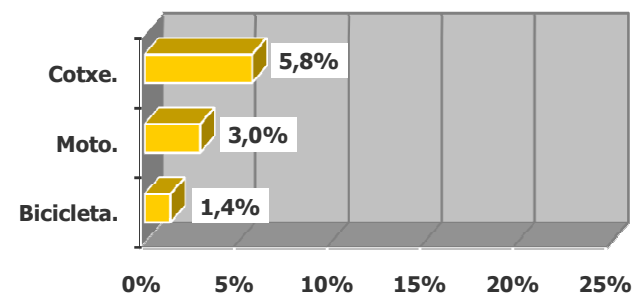
Mitjà de transport utilitzat



Transport públic



Transport particular

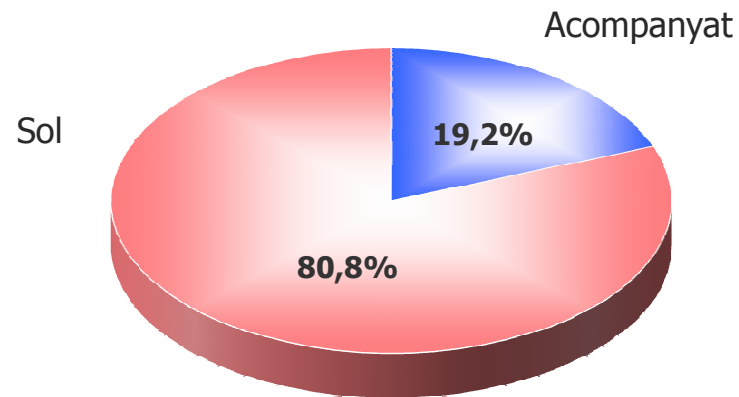


(Base 500)

- El 60,2% dels visitants van accedir "a peu – caminant" a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.
- Les altres formes són amb transport públic (29,6%) i privat (10,2%).
- El metro és el mitjà més utilitzat (21,4%). L'autobús és utilitzat pel 6,8%.
- La utilització del cotxe particular és un 5,8% i el de la moto un 3,0%.

3. - Perfil sociodemogràfic.

Hi va sol o acompanyat

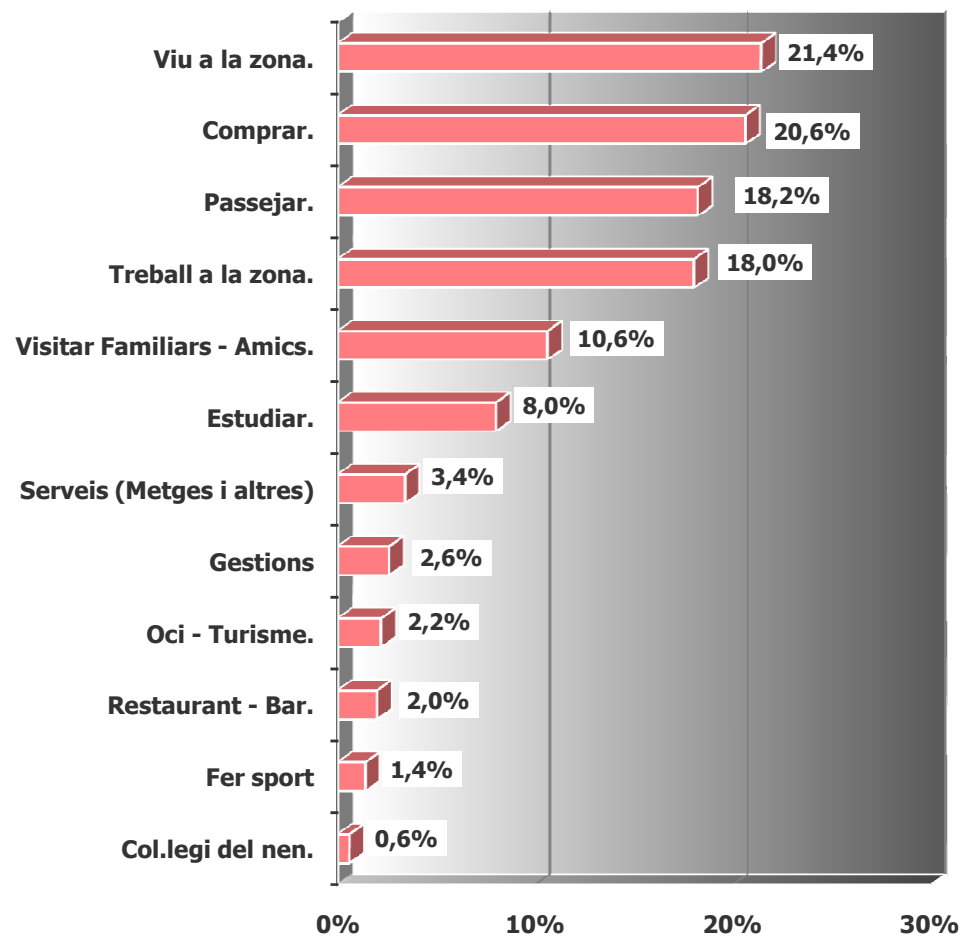


(Base 500)

- El 80,8% dels visitants 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.

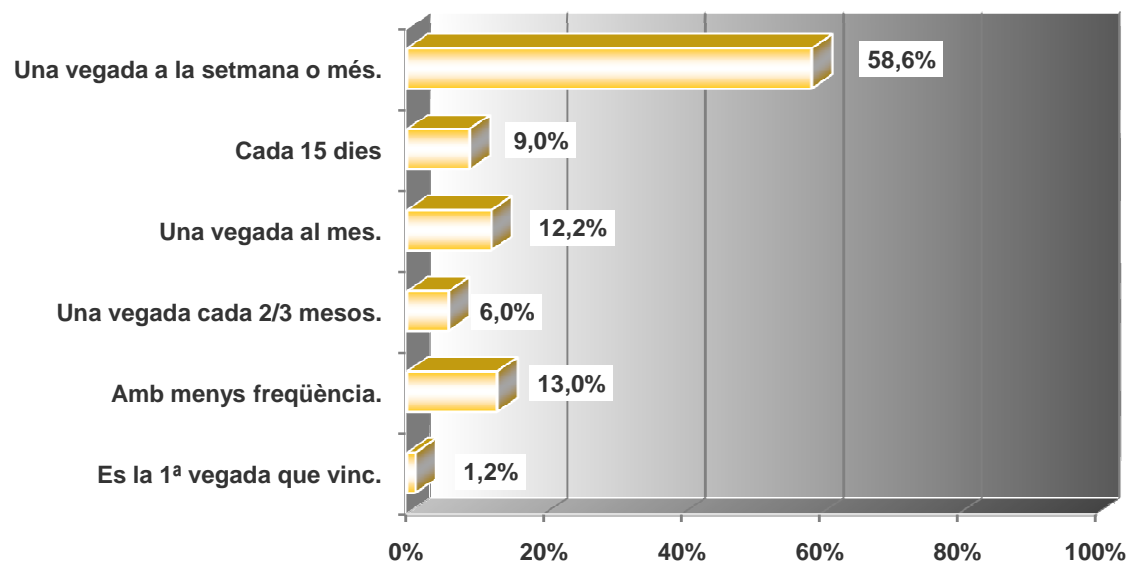
Motius de la visita a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ. (resposta múltiple).



- El motiu més anomenat és el de "vic a la zona" que ho diu un 21,4%. Al ser una resposta espontània pot existir altres motius (comprar, passejar, etc..)
- En segon lloc el motiu pel qual està a la zona és el de "comprar" (20,6%).
- El tercer motiu és el de "passejar" (18,2%).
- A continuació és "treball a la zona" amb un 18,0%
- El "visitar a familiars /amics" ho diu el 10,6% dels visitants.
- La mitjana de respostes per entrevistat és de 1,1.

4. - Hàbits de visita.

Freqüència de visita

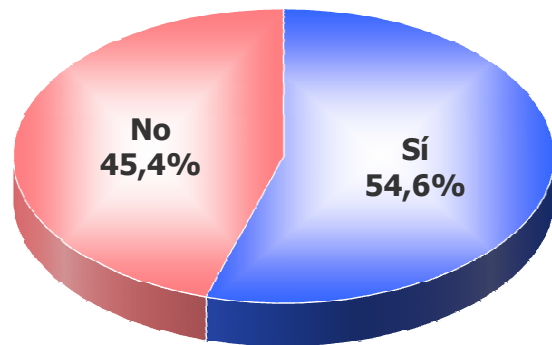


(Base 500)

- El 58,6% dels entrevistats visiten amb molta freqüència els comerços de SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.
- Dels visitants de "una vegada o més a la setmana", el 82% viuen a la zona de Sagrada Família – gaudí.
- Referent a l'edat no hi ha diferències significatives.
- Les dones són les que més freqüentment visiten els comerços.

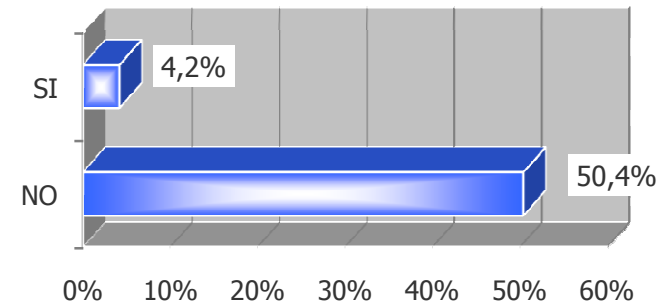
4. - Hàbits de visita.

Intenció de visitar algun establiment



(Base 500)

Anomenant el Mercat espontàneament

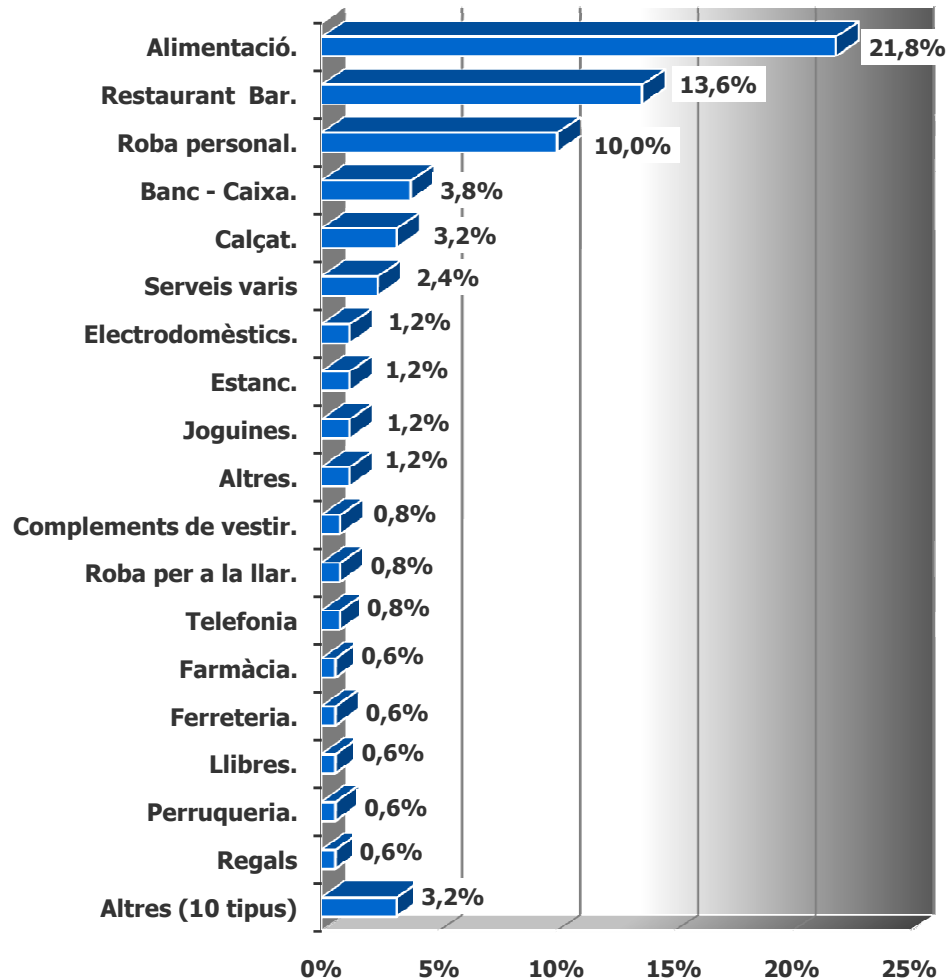


(Base 500)

- El 54,6% dels visitants tenen intenció de visitar algun establiment.
- Dels que volen visitar un establiment, el 64% viu a la zona de Sagrada Família-Gaudí.
- Per edat els del segment de 26 a 44 anys tenen més intenció de fer-ho.
- El mercat és anomenat de forma espontània pel 4,2% dels visitants, i representen el 19% dels que tenen intenció de visitar un establiment d'alimentació.

4. - Hàbits de visita.

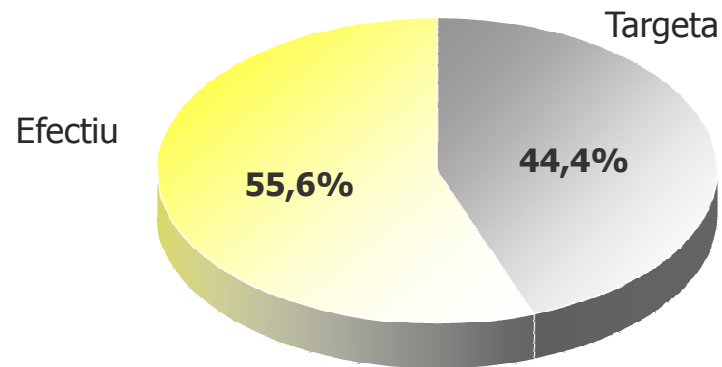
Tipus d'establiment que preveu visitar. (resposta múltiple)



- L'establiment amb més visites previstes és el d'alimentació que ho faràn el 25,0% dels visitants.
- El segon establiment en importància de visites són les botigues de roba personal amb un 18,6%
- A continuació són les visites als restaurants i/o bars (5,4%).
- El bancs i/o caixes ho visitaran el 4,4%.
- El 3,4% tenen intenció de visitar sabateries.
- La resta de comerços tenen una previsió de visita més baixa.
- La mitjana d'establiments anomenats pels visitants amb intenció de fer-ho és de 1,2.

5. - Hàbits de compra.

Forma de pagament habitual

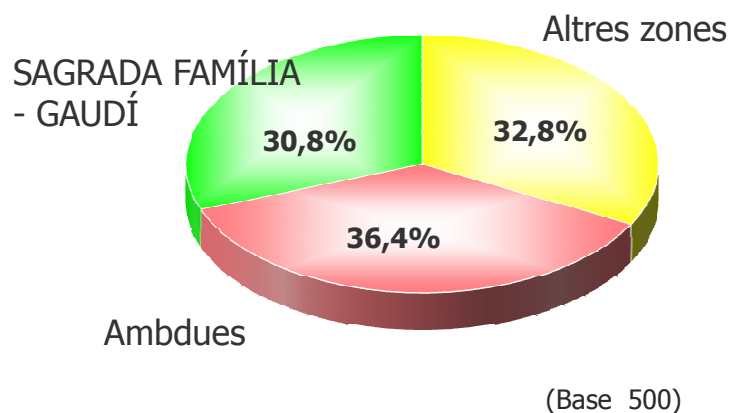


(Base 500)

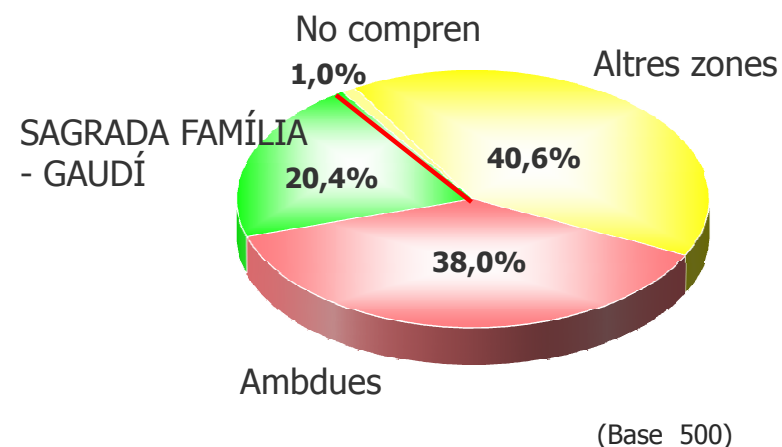
- Hi ha més visitants que pagan en efectiu que amb targeta, (56% vs. 44%).
- El segment d'edat de més de 65 anys és el que més utilitza l'efectiu como a forma de pagament.
- Per contra el segment de 26 a 44 anys paga més amb targeta.
- En quant a sexes no hi ha diferències en la forma de pagament.
- Per classe social la classe baixa paga més en efectiu i la resta més en targeta, en especial la classe mitjana.

5. - Hàbits de compra.

Habitualmet compra a:



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

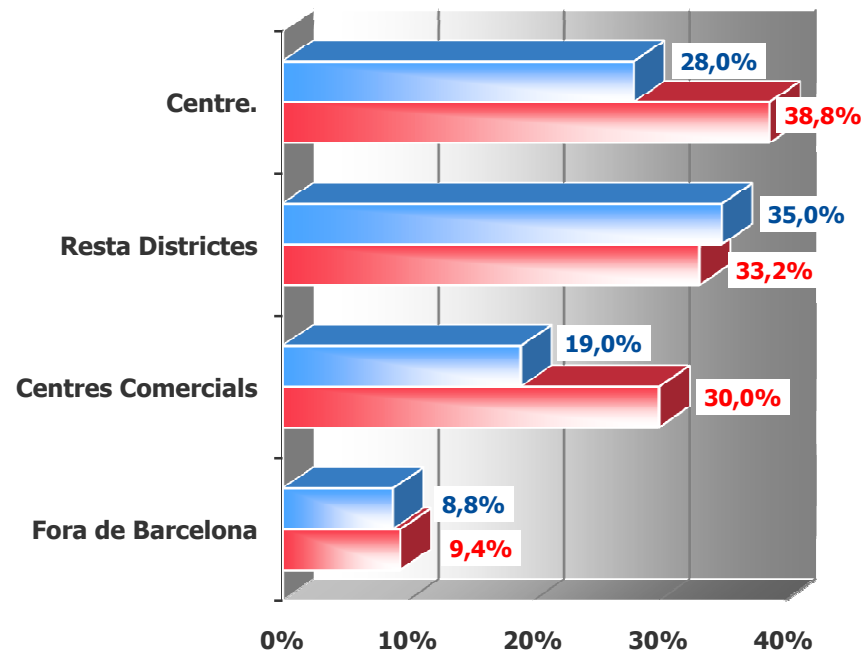


- El 30,8% dels visitants manifesten comprar habitualment a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ. El 36,4% diu que a més de SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ compra a altres zones. En total el 67,0% compra a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.
- Un 32,8% només ho fa a altres zones.
- En èpoques de Nadal, Reis i/o Rebaixes, un de cada cinc visitants és manté fidel a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.
- Del 10,4% que deixen de comprar exclusivament a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ, un 1,6% combina amb altres zones, i un 7,8% declara que ho fa només en altres zones. Hi ha un 1,0% 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)



Habitual - 69,2% visitants amb 1,31 zones de mitjana.

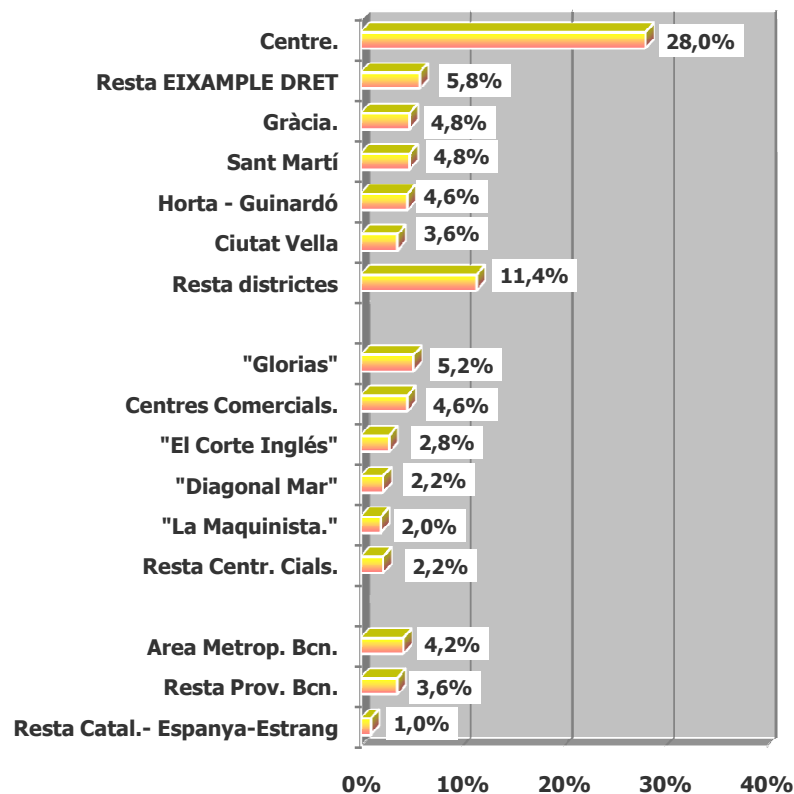
Nadal, Reis, Rebaixes - 78,6% visitants amb 1,42 zones de mitjana.

- Dels 3 grups d'altres zones, habitualment destaca la Resta de Districtes, davant del "Centre" de "Centres Comercials" i
- En èpoques especials de més compra, com Nadal, Reis i/o Rebaixes, els visitants de SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ realitzen un canvi d'hàbits. Els visitants als "Centres Comercials" s'incrementen un 60%, al "Centre" un 35% i la Resta de Districtes gairebé no perd.
- Dels que visiten el "Centre" el 63% viuen a la zona de Sagrada Família-Gaudí. i és un públic molt més jove que el de l'Eix Comercial.
- La classe social "mitjana amplia" és la que més visita el "Centre".
- Els visitants a "Centres Comercials" tenen gairebé el mateix perfil que el visitant mig de l'Eix Comercial SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ.

5. - Hàbits de compra.

Altres zones de compra habitual:

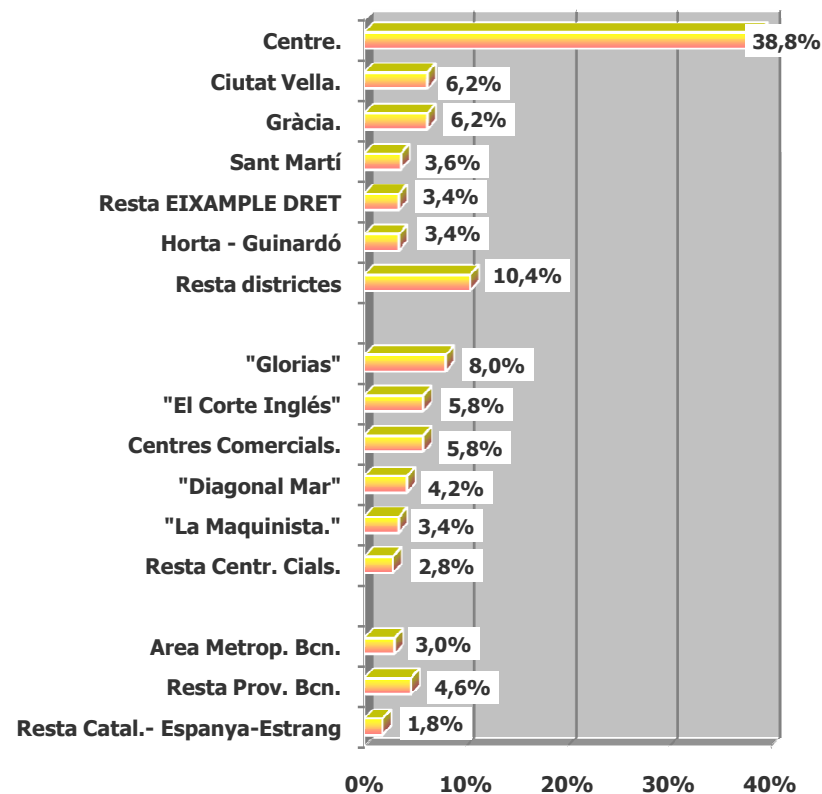
(compradors d'ambdues i d'altres zones)



Altres zones de compra en èpoques especials

(Nadal, Reis, Rebaixes):

(compradors d'ambdues i d'altres zones)

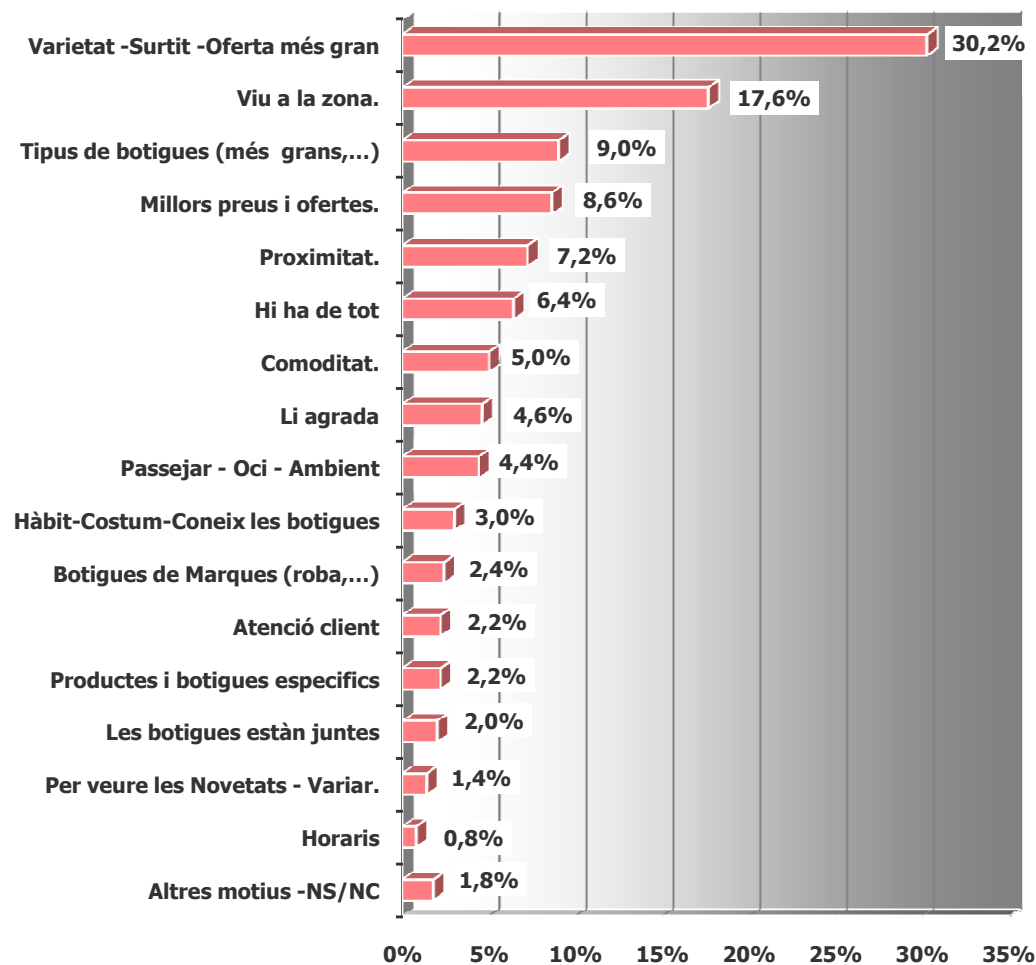


(Base 500)

- En quant a districtes, la Resta Nou Barris passa de ser el més utilitzat per comprar habitualment a la tercera posició en èpoques especials.
- Dels Centres Comercials els més destacat són: "La Maquinista" que és el més proper a Fabrai Puig, i "El Corte Inglés".

5. - Hàbits de compra.

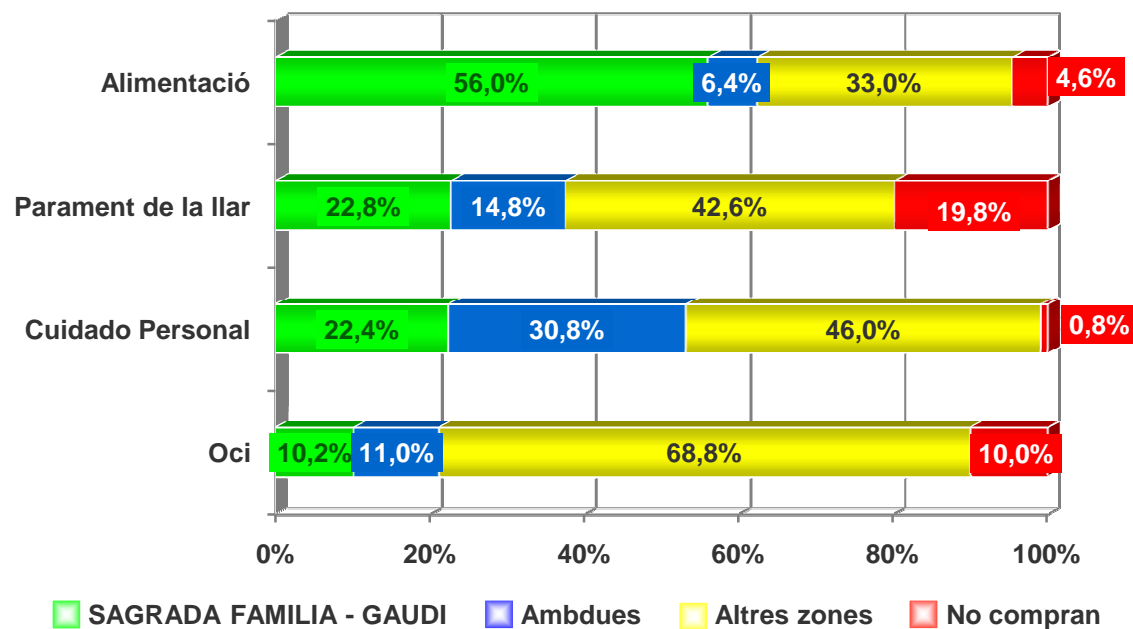
Motius de comprar en altres zones. (resposta múltiple).



- El principal motiu pel qual els visitants compren en altres zones és la "varietat" "assortit" "oferta més gran".
- Ho manifesta el 30,2% dels visitants, que són el 38% dels que compren en altres zones i/o comparteixen amb SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ.
- El segon motiu (17,6%) és degut a que compren a la zona que viuen.
- El tercer motiu és "pel tipus de botigues" –més grans, totes juntes, més modernes, etc.- (9,0%).
- El quart motiu és per "millors preus" (8,6%).
- A continuació diuen per "proximitat al lloc de treball i/o familiars" (7,2%), i "hi ha de tot" (6,4%).

5. - Hàbits de compra.

Que sol comprar habitualment a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ, en altres zones i que no sol comprar gairebé mai, en quant a:



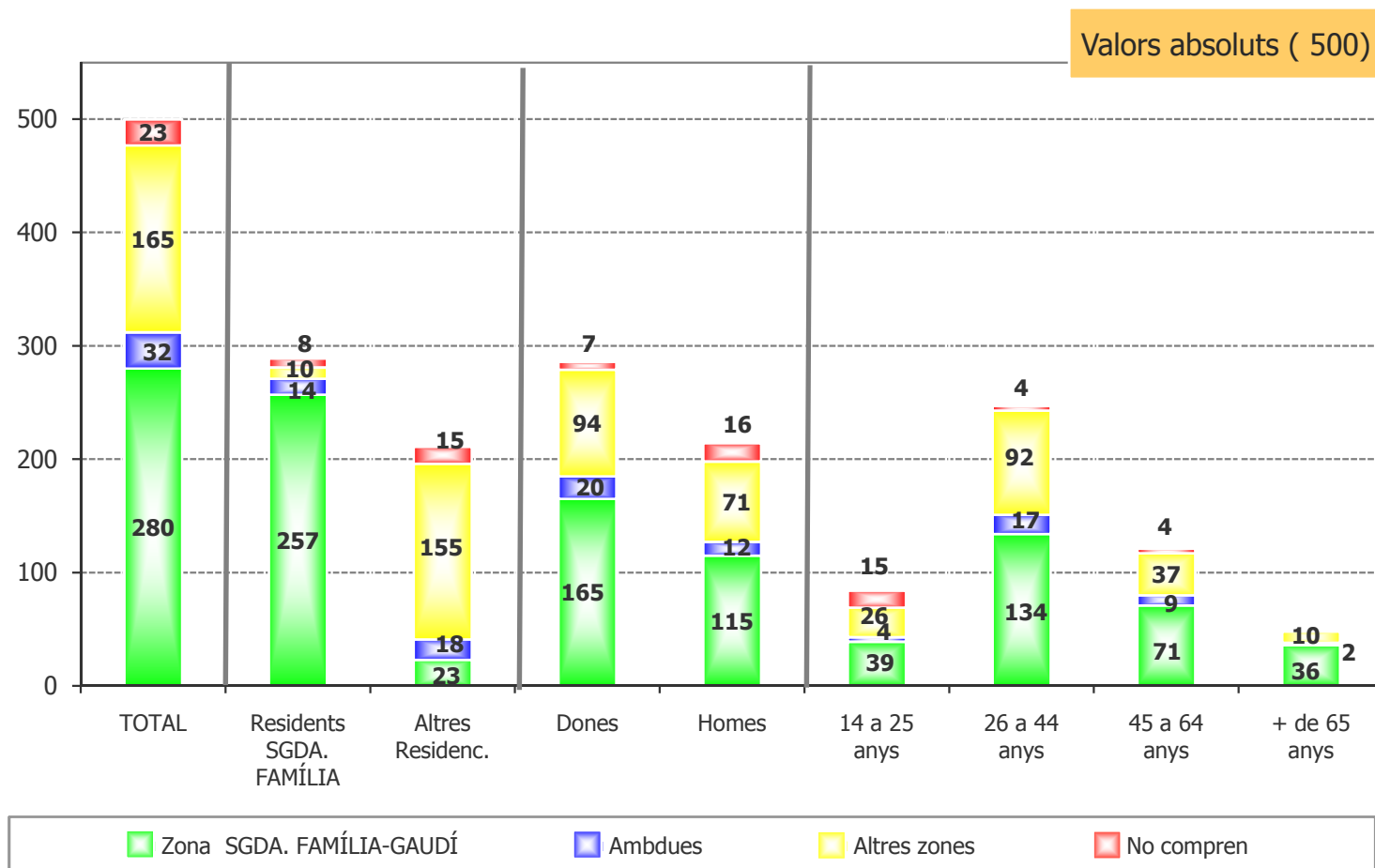
(Base 500)

- El 56,0% dels visitants compren l'alimentació a SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ, els que comparteixen amb altres zones són un 6,4%.
- En articles per la llar el 22,8% ho compra a SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ, i la resta ho comparteix el 14,8, i el 42,6% manifesta comprar-ho en altres zones.
- En l'apartat de articles personals només el 22,4% compra a SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ. La resta combinen el 30,8% i el 46,0% ho compra totalment a fora.
- Els productes d'oci és l'apartat amb menys compra a SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ, tan sols el 10,2%.

5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

Alimentació.



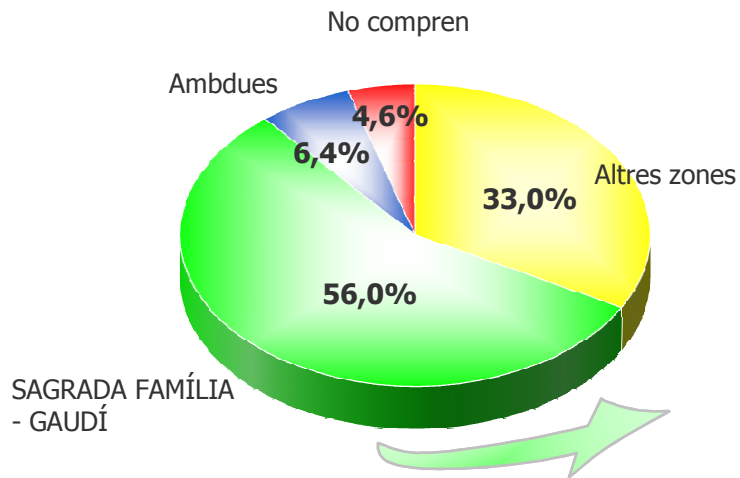
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

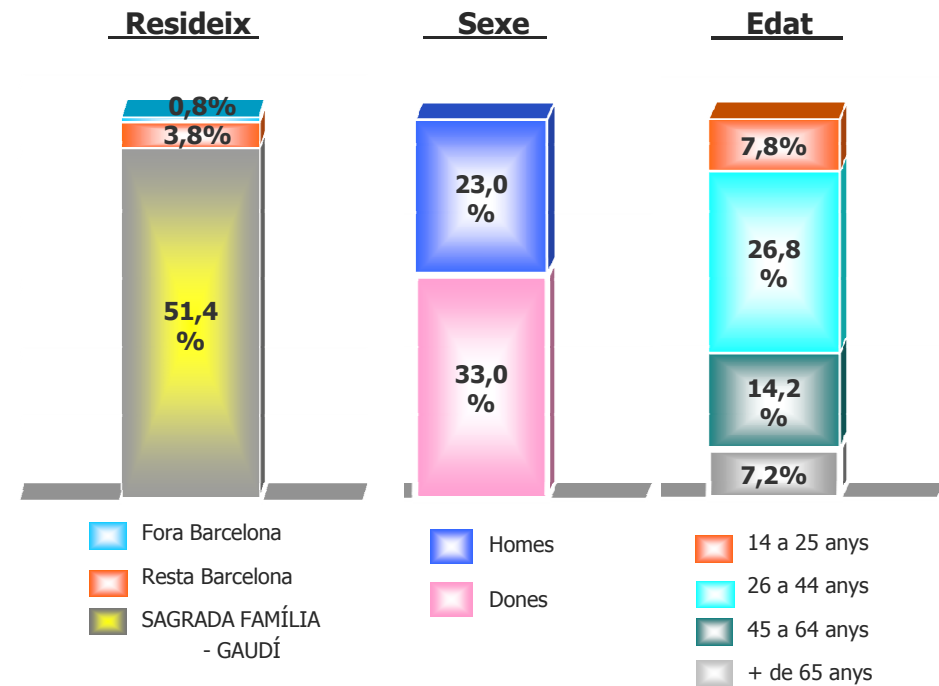


Compren a: SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.

Alimentació.



(Base 500)



- El 56,0% dels visitants compren l'alimentació a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ, i el 92% són residents.
- El 59% dels compradors són dones.
- Per edats els que més compren són els de 26 a 44 anys, però els més joves i els més grans tenen una participació més alta respecte a la presència.

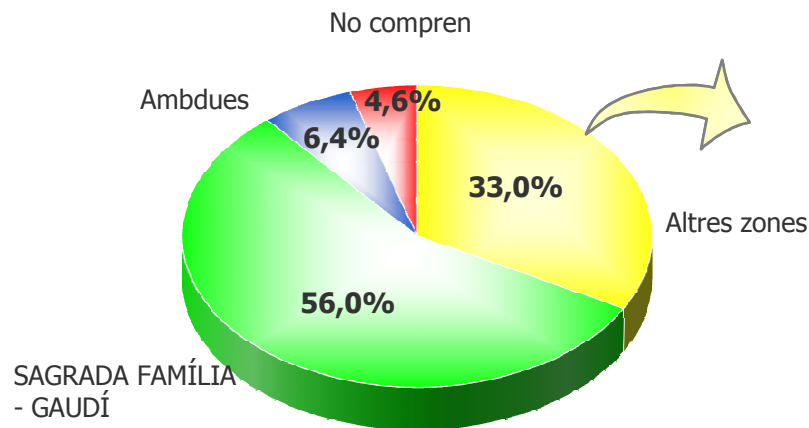
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

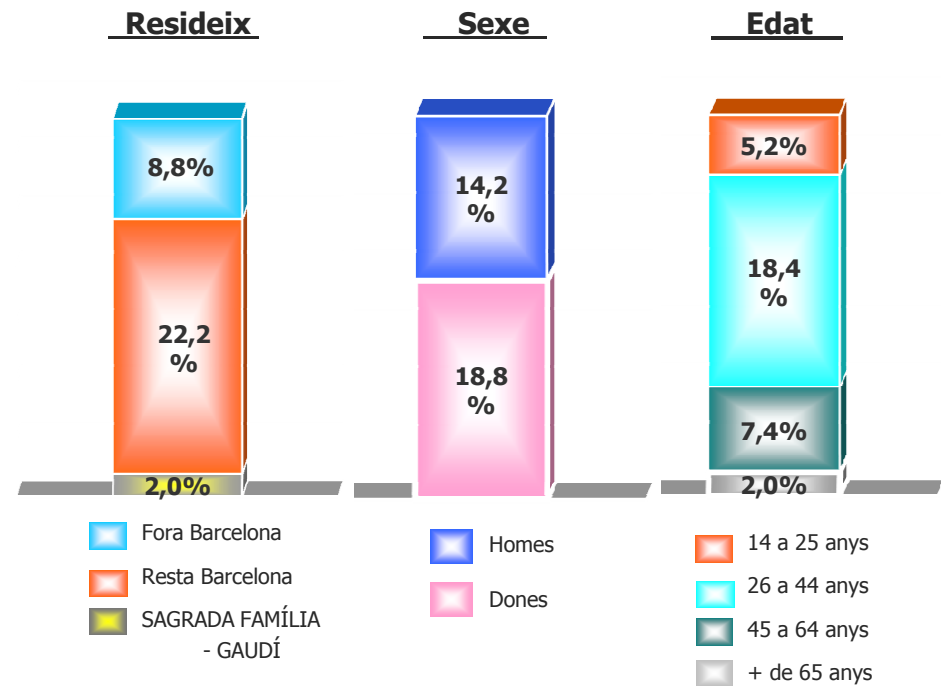


Compren a: Altres Zones

Alimentació.



(Base 500)

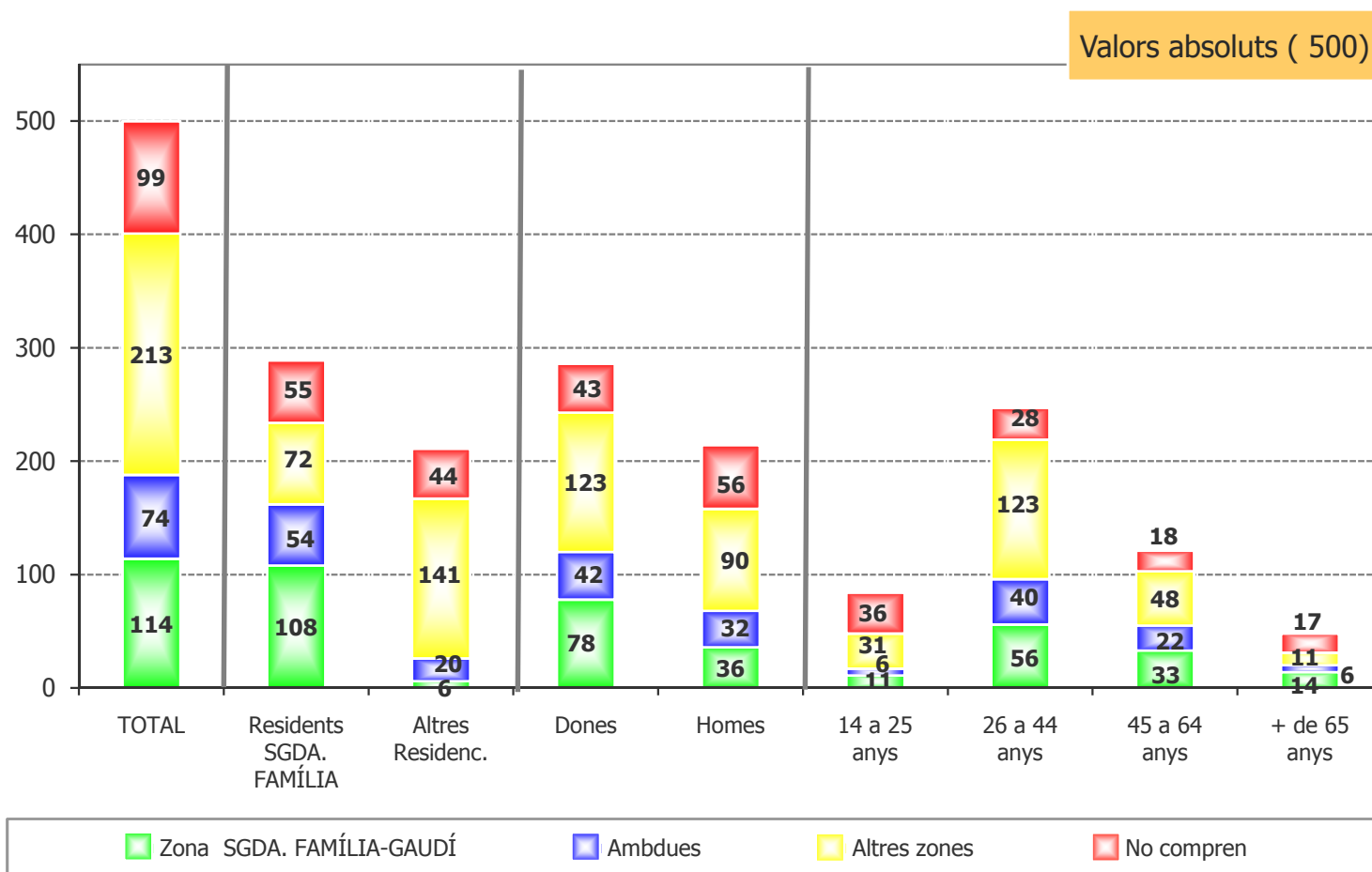


- Els visitants que compren l'alimentació en altres zones són el 33,0%. D'aquests el 94% viuen fora de l'Eix Comercial.
- Per sexes les dones són el 64%.
- Per edats el grup de 26 a 44 anys és el que compra més a fora. Els de més de 65 anys compren poc a fora.

5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

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



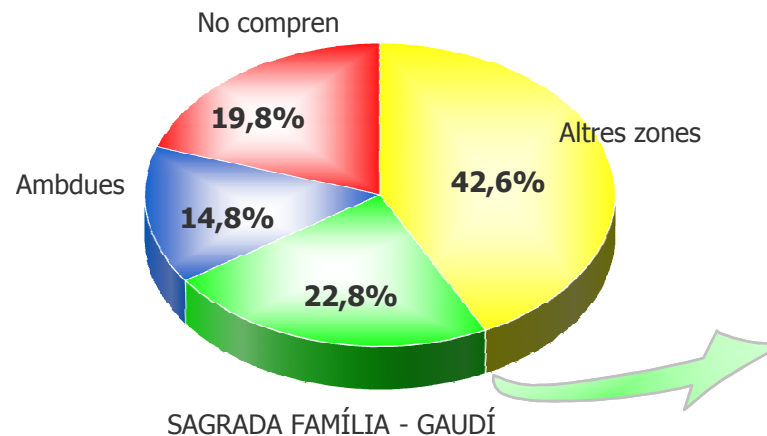
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

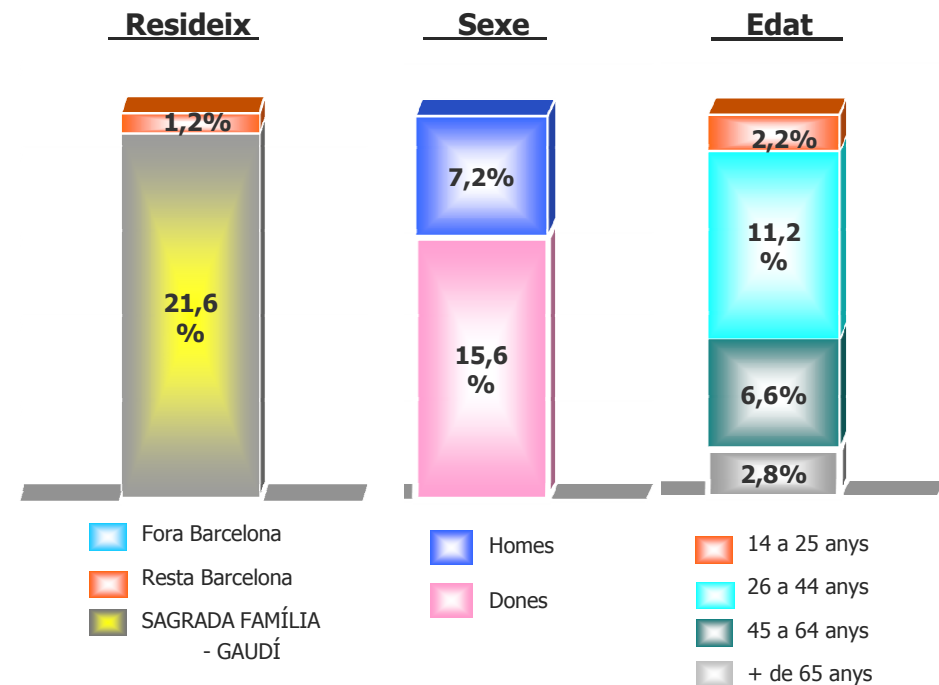


Compren a: SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.

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



(Base 500)



- El 22,8% dels visitants compren aquest articles a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ i el 95% són residents.
- La dona és la que compra majoritàriament aquests articles (68%).
- Per edats els 26 a 44 anys són els més importants. Els grups de 45 a 64 i més de 65 anys tenen més participació en compra que en presència.

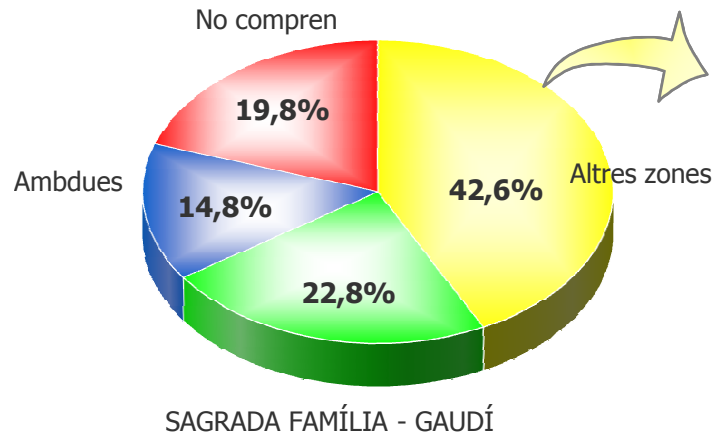
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

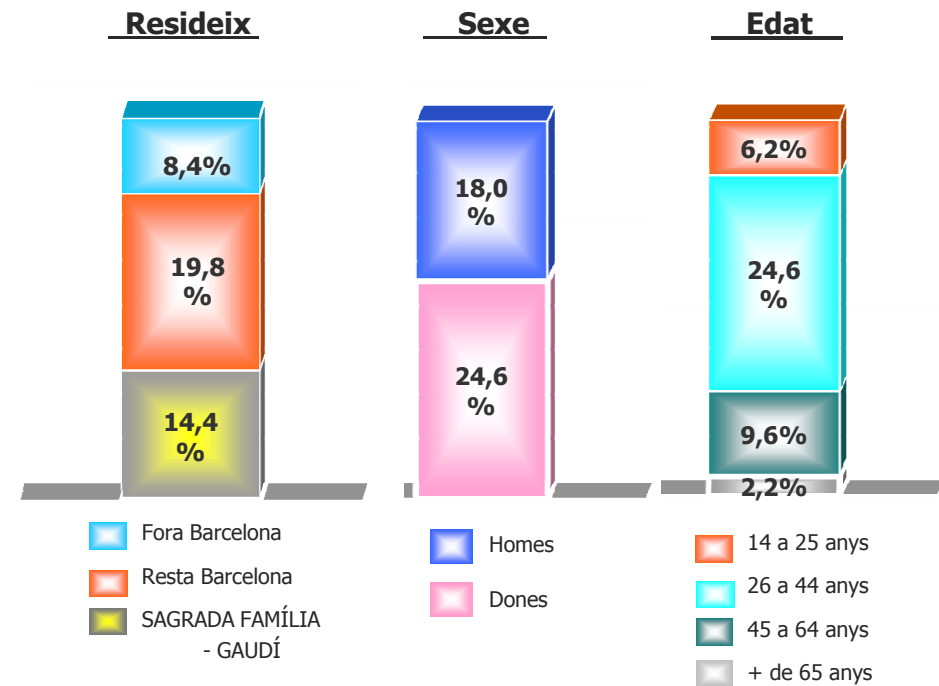


Compren a: Altres Zones

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



(Base 500)

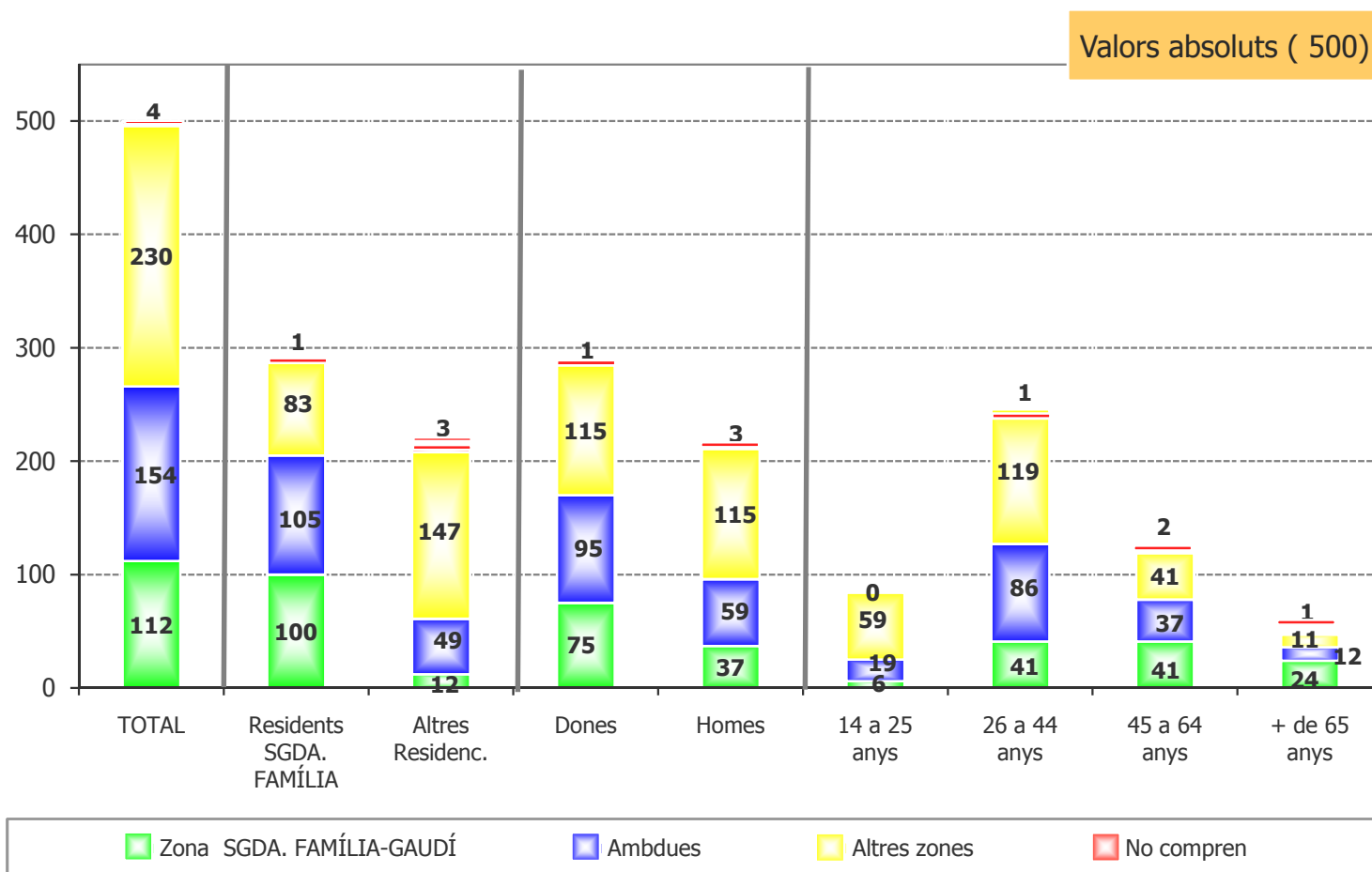


- El 42,6% dels visitants compren aquests articles en altres zones. El 34% dels que compren fora viuen a la zona de Sagrada Família-Gaudí.
- Per sexes les dones són el 58% dels compradors
- Per edats el segment de 26 a 44 anys són els que compren més fora.

5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

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



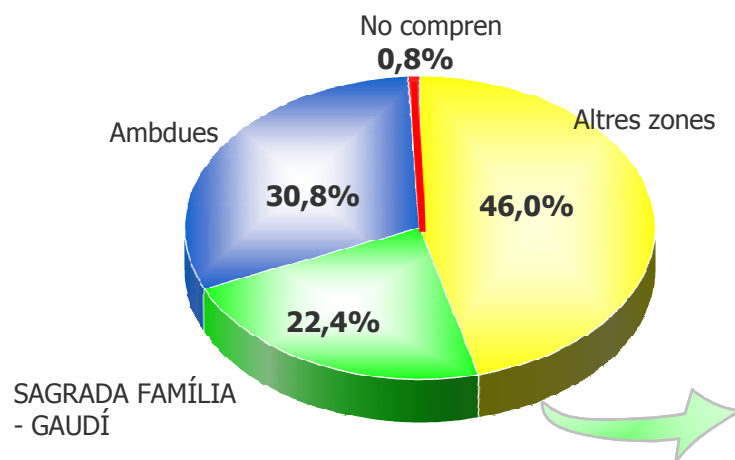
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

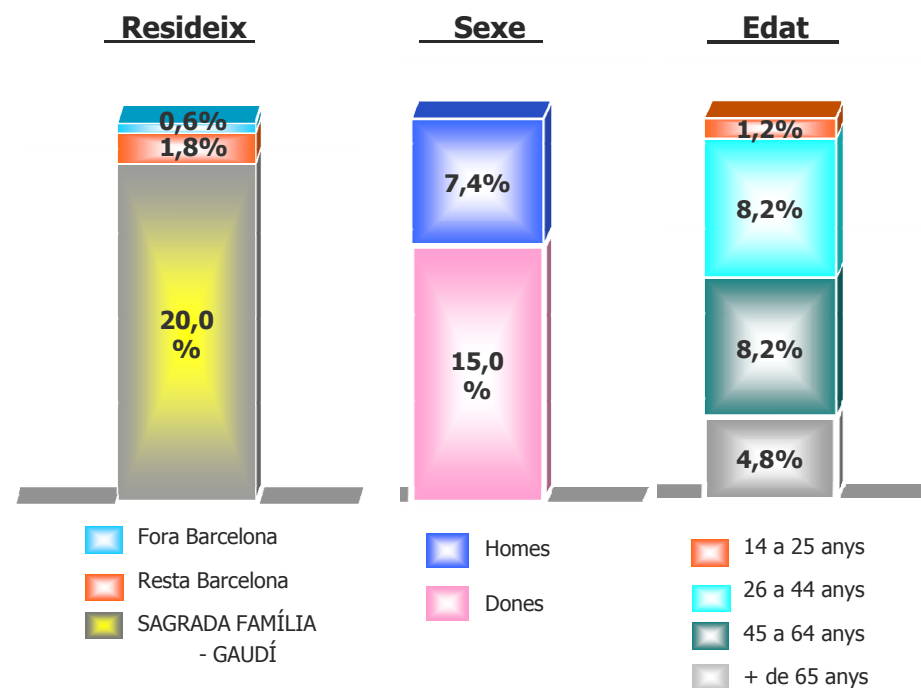


Compren a: **SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.**

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



(Base 500)



- El 22,4% dels visitants compren articles d'ús personal a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ. El 89% viuen a la zona.
- Per sexes el 67% són dones.
- Per edats els segments de 45 a 64 anys i els de més de 65 anys tenen una alta participació en compra respecte a la presència.

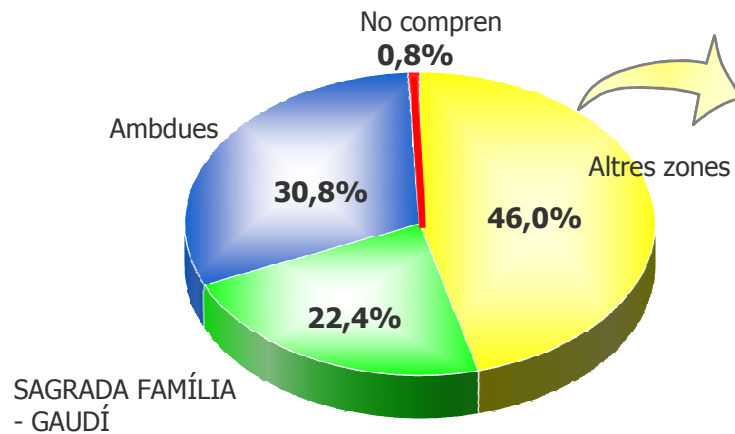
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

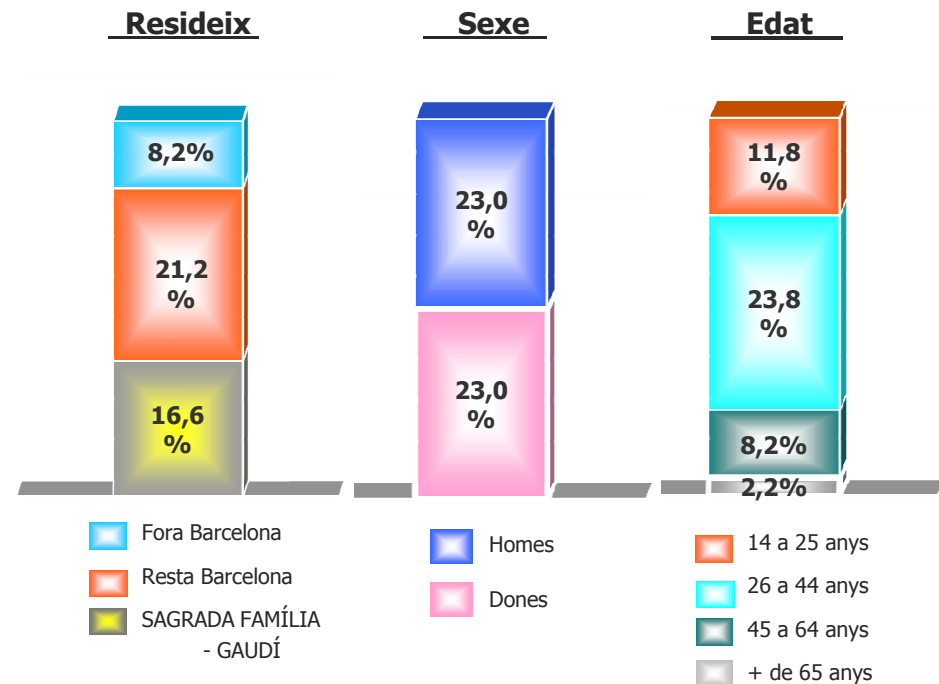


Compren a: Altres Zones

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



(Base 500)

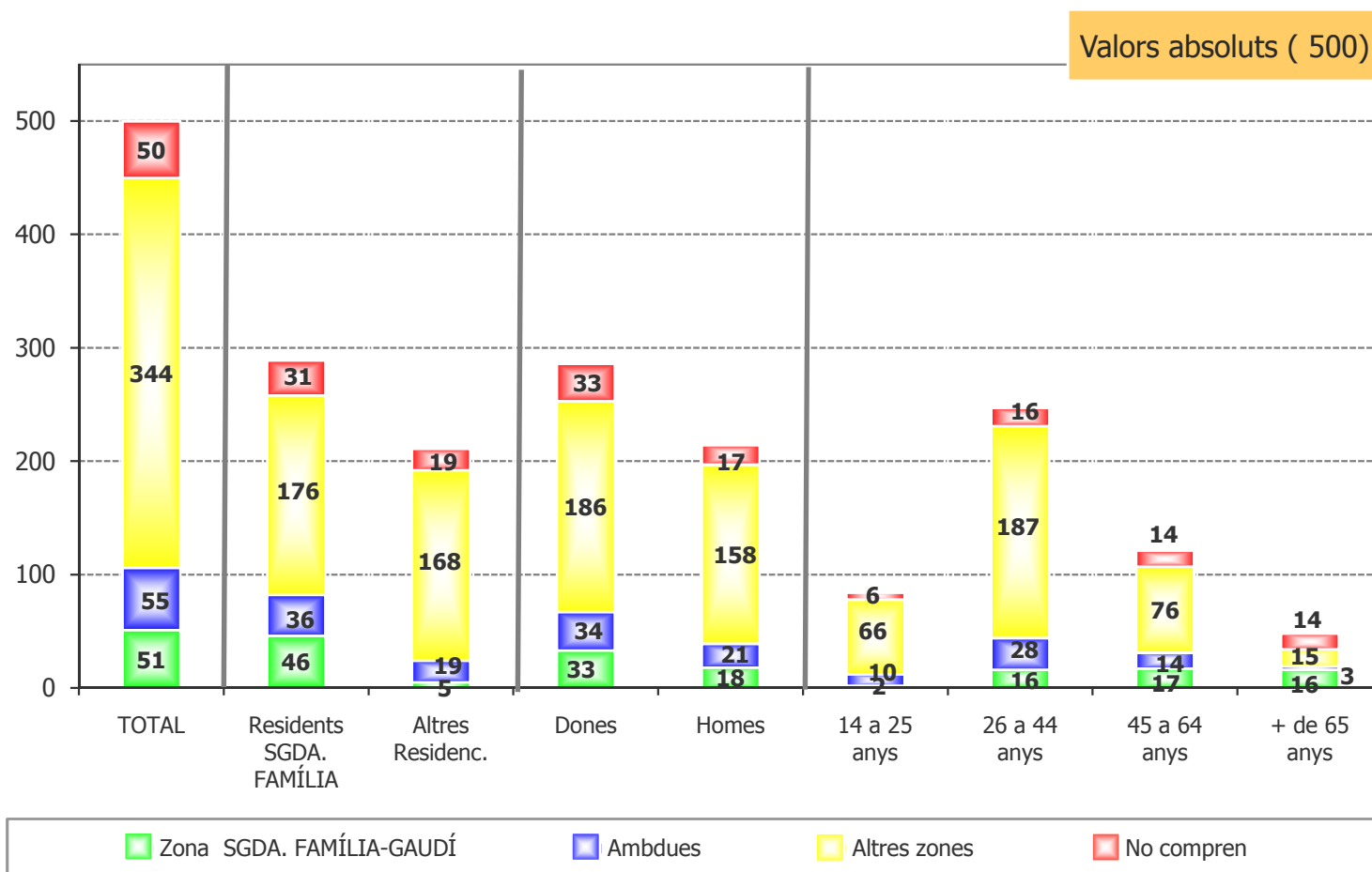


- El 46,0% dels visitants compren aquests articles en altres zones i d'aquests el 36% són residents.
- Per sexes està totalment igualat.
- Per grups d'edat, el de 26 a 44 anys és el que més compra a fora. Els joves compren més i els de 65 anys menys respecte a la seva participació de presència.

5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

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



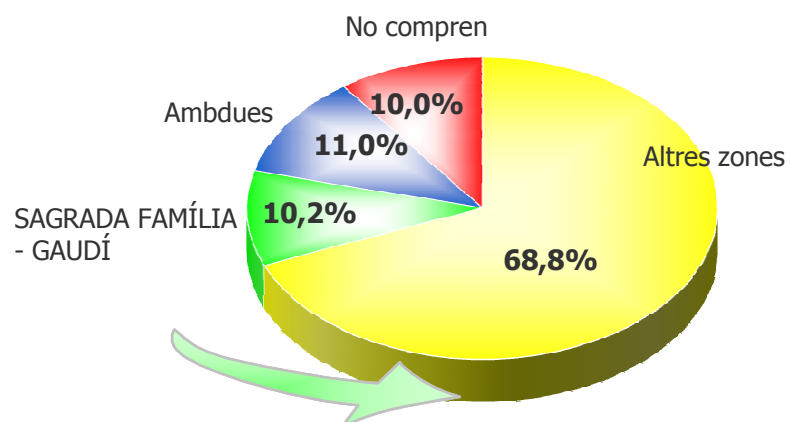
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

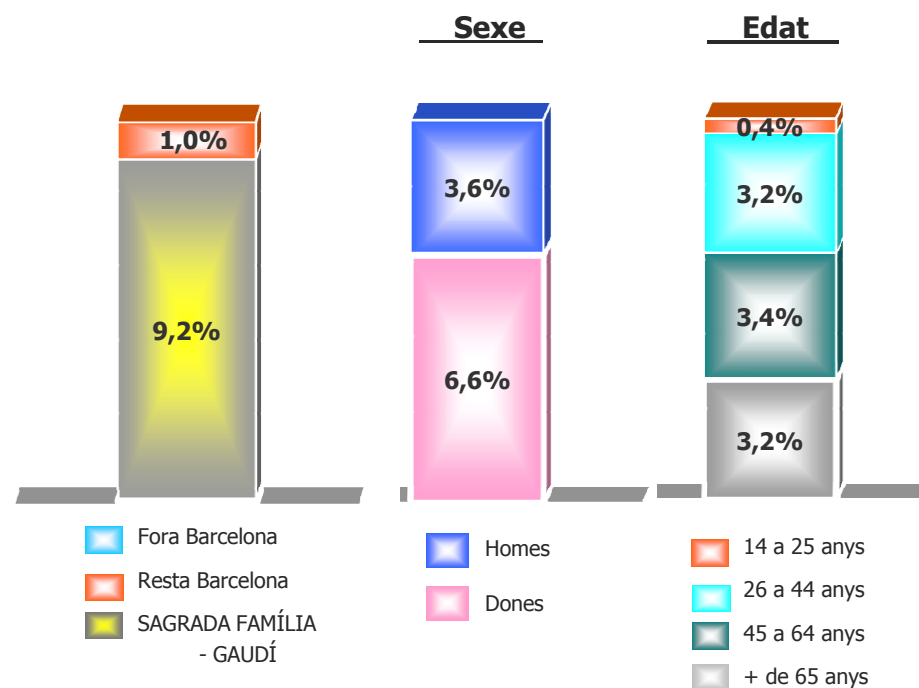


Compren a: **SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.**

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



(Base 500)



- El 10,2% dels visitants compren els articles d'oci a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ i el 90% són residents.
- El 65% dels que compren a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ són dones.
- Per edats està repartit entre els tres segments a partir de 26 anys, pero les participacions en presència són molt diferents, en especial els de més de 65 anys.

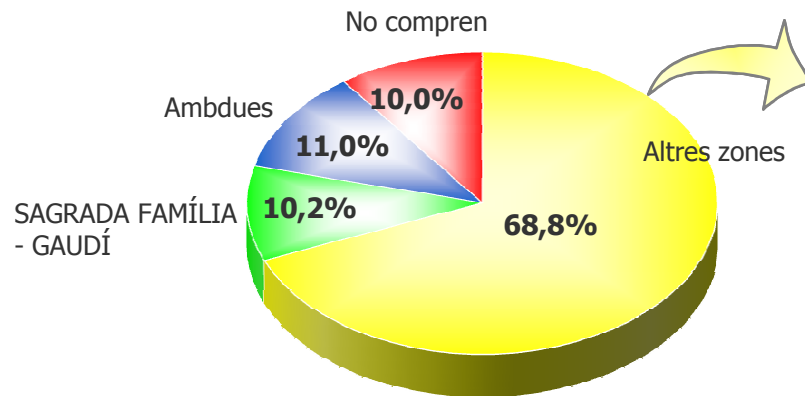
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

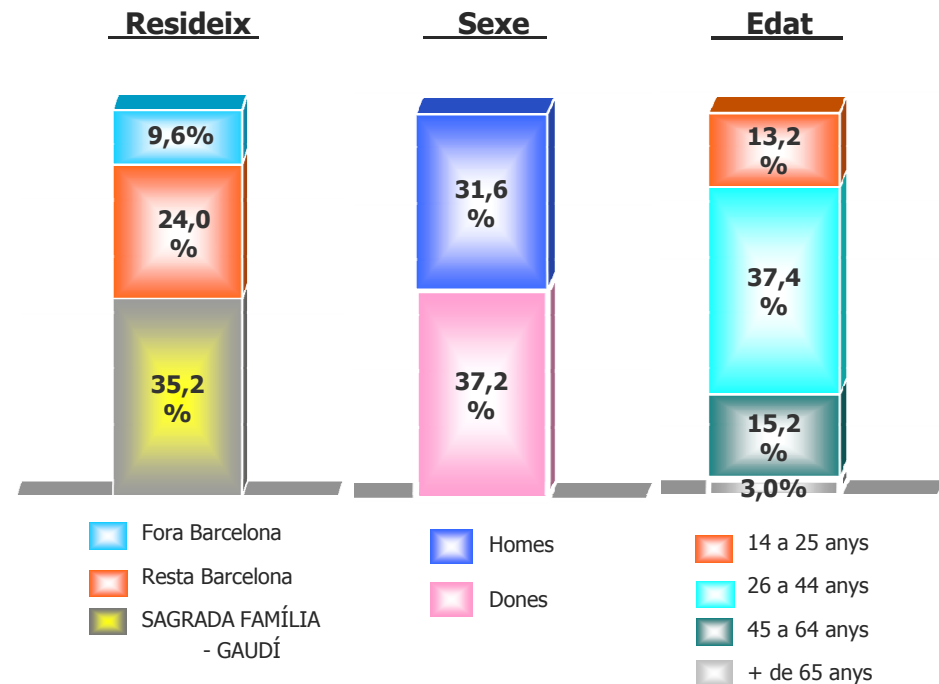


Compren a: Altres Zones

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



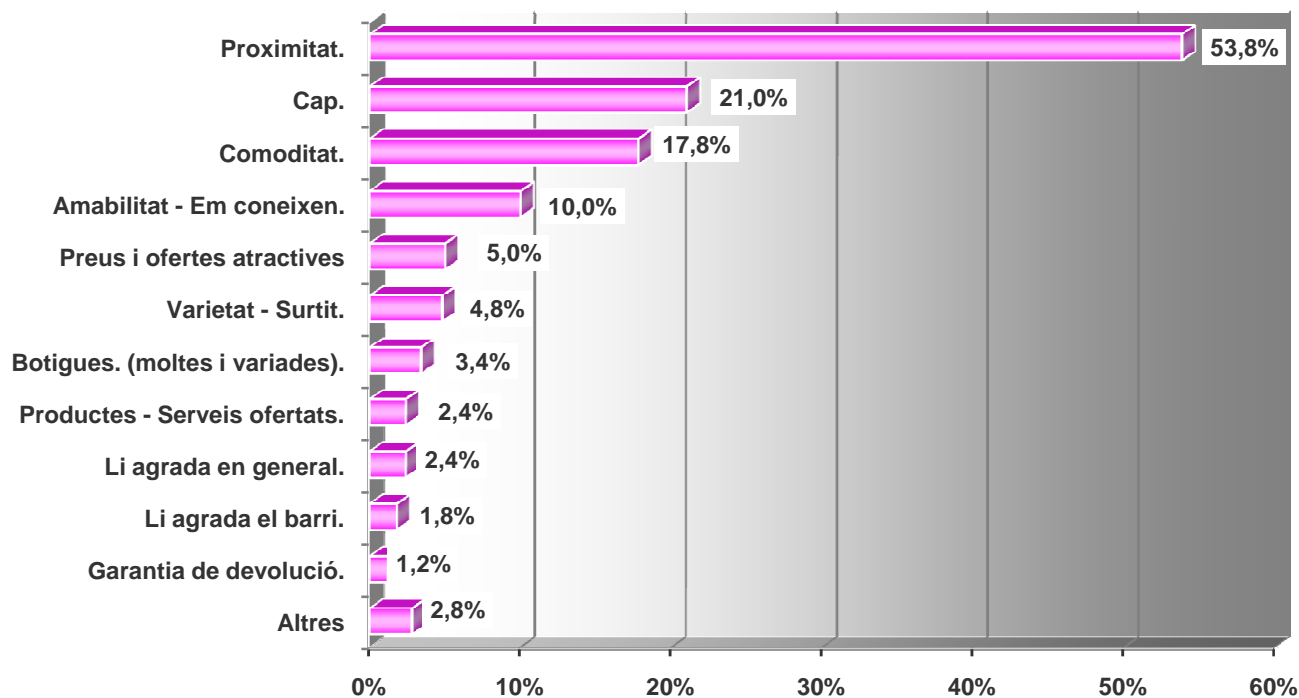
(Base 500)



- El 68,8% dels visitants compren els articles d'oci en altres zones i d'aquests el 51% són residents a la zona.
- Per sexes les dones són el 54%.
- Per edats el segment de 26 a 44 anys són els que més compren fora. Els de més de 65 anys compren poc a fora.

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

Avantatges de comprar a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.

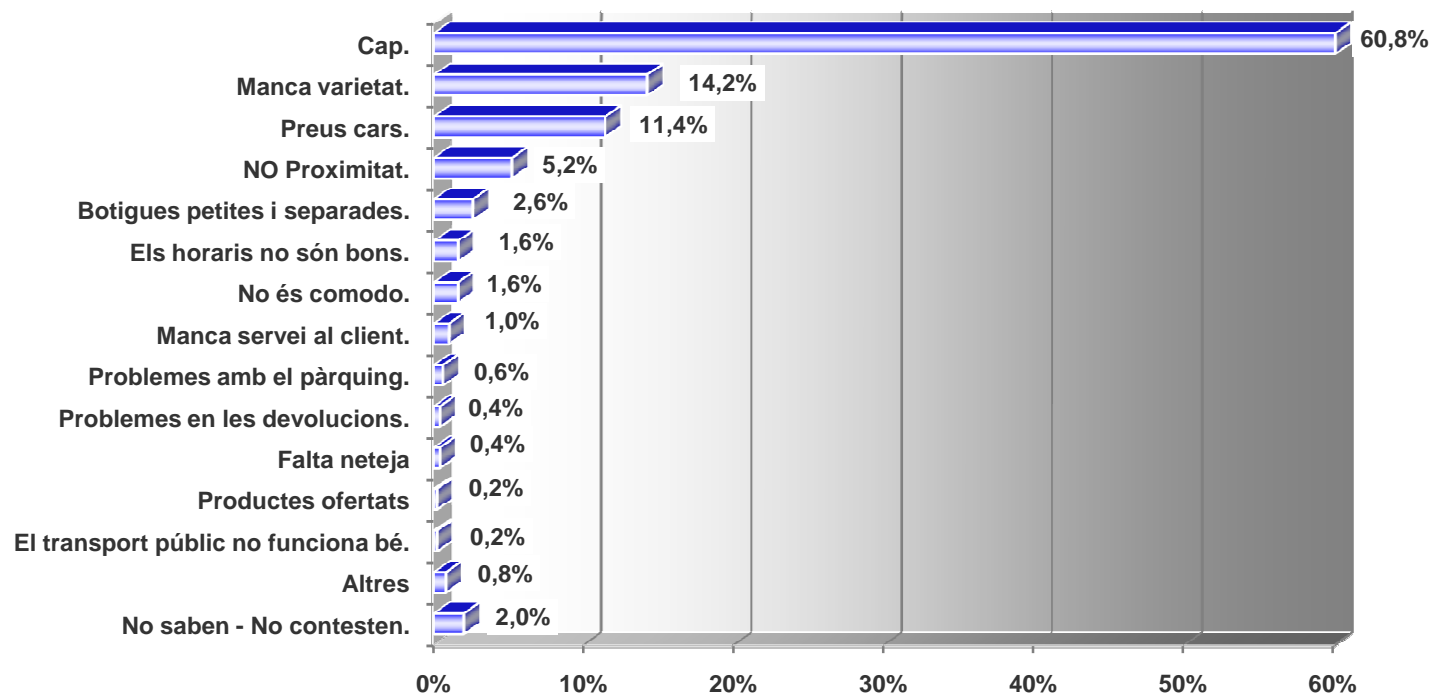


(Base 500)

- La proximitat als comerços és la principal avantatge de comprar a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ. Ho diu el 53,8% dels visitants.
- Seguidament es valora la comoditat (17,8%) i l'amabilitat i varietat/assortiment (10,6%).
- Hi ha un 12,8% de visitants que diu "cap avantatge". Són bàsicament no residents a Sagrada Família-Gaudí.

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

Inconvenients de comprar a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.



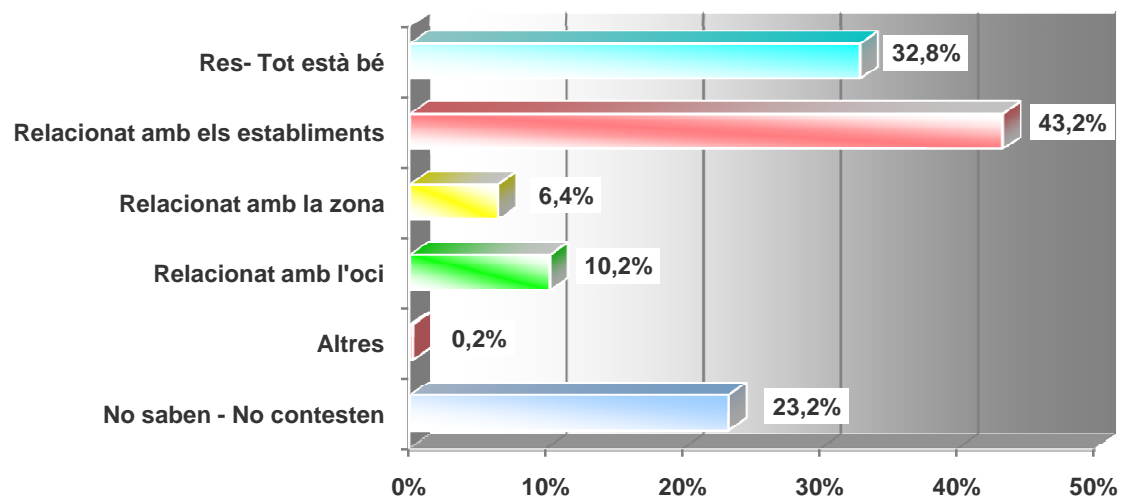
(Base 500)

- El 60,8% dels visitants diuen que no hi ha cap inconvenient per comprar als comerços de SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.
- No obstant hi ha un 14,2% dels entrevistats que manifesten una manca general de varietat, i un 11,4% diu que els preus són cars.
- El 5,2% diuen que la NO proximitat és un inconvenient, doncs viuen fora de la zona de SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

Aspectes millorables a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.

(en general - resposta múltiple)



(Base 500)

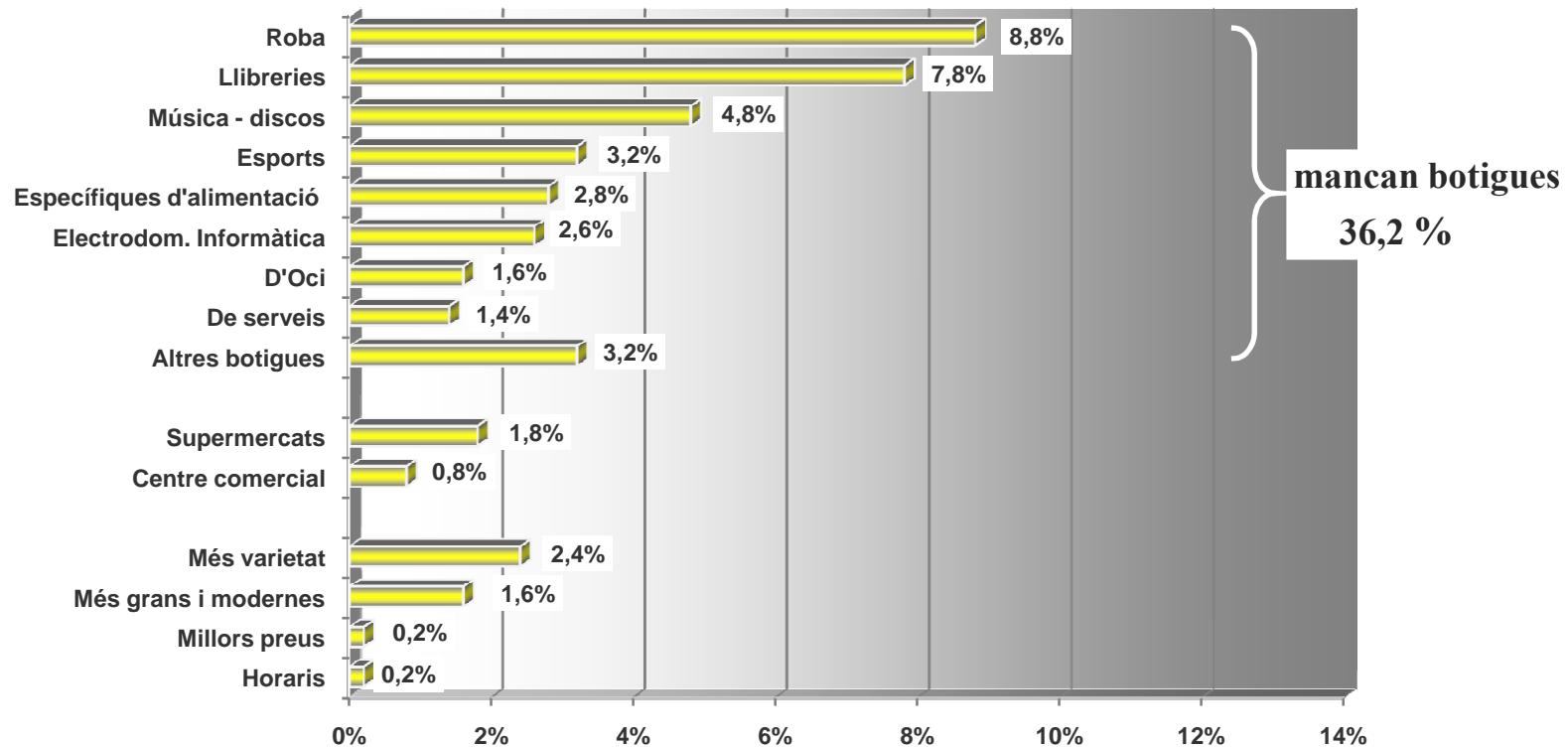
- El 32,8% dels entrevistats manifesten que "tot està bé" i no fa falta millorar res.
- El 43,2% suggereix temes relacionats amb els comerços.
- Hi ha un 6,4% en temes de millora de la zona en general,.
- Un 10,2% diuen temes relacionats amb l'oci (Cine, ludoteca, bars juvenils, restaurants, etc.)

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

Qué es trobar a faltar a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.

(en quant a establiments – resposta múltiple).

Total 43,2 % de sol·licituds



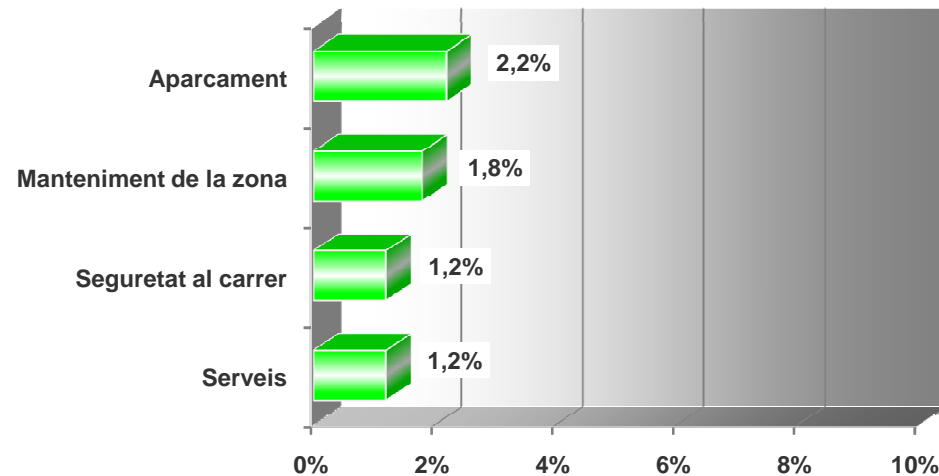
- Hi ha un 36,2,0% de sol·licituds de manca de botigues de: roba en general i de "marques", llibreries i música/discos.
- Un 1,8% diuen que hi falten supermercats grans, i un 0,8% voldria un centre comercial a la zona.
- El 2,4% manifesta que troba a faltar més varietat.

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

Aspectes millorables a SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ

(en quant a la zona - serveis).

Total 6,4 % de sol·licituds

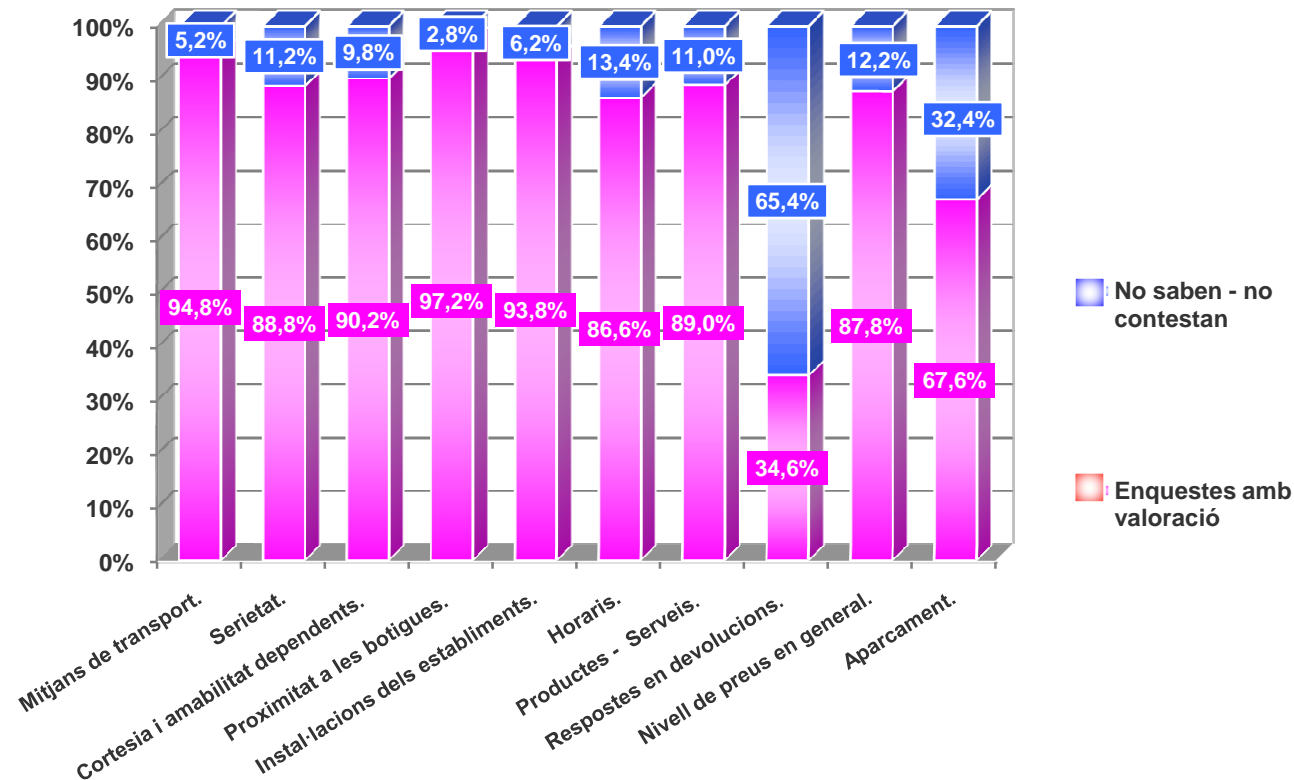


(Base 500)

- L'aparcament és l'aspecte més sol·licitats pel visitants (2,2%).
- A continuació es el manteniment en quant a neteja, jardins, parcs infantils, menys obres, sol·licitat pel 1,8% dels visitants.
- Com a serveis sol·liciten majoritàriament: Residència de dia, transport públic.

7. - Valoració dels comerços i serveis.

Enquestes amb i sense valoració.

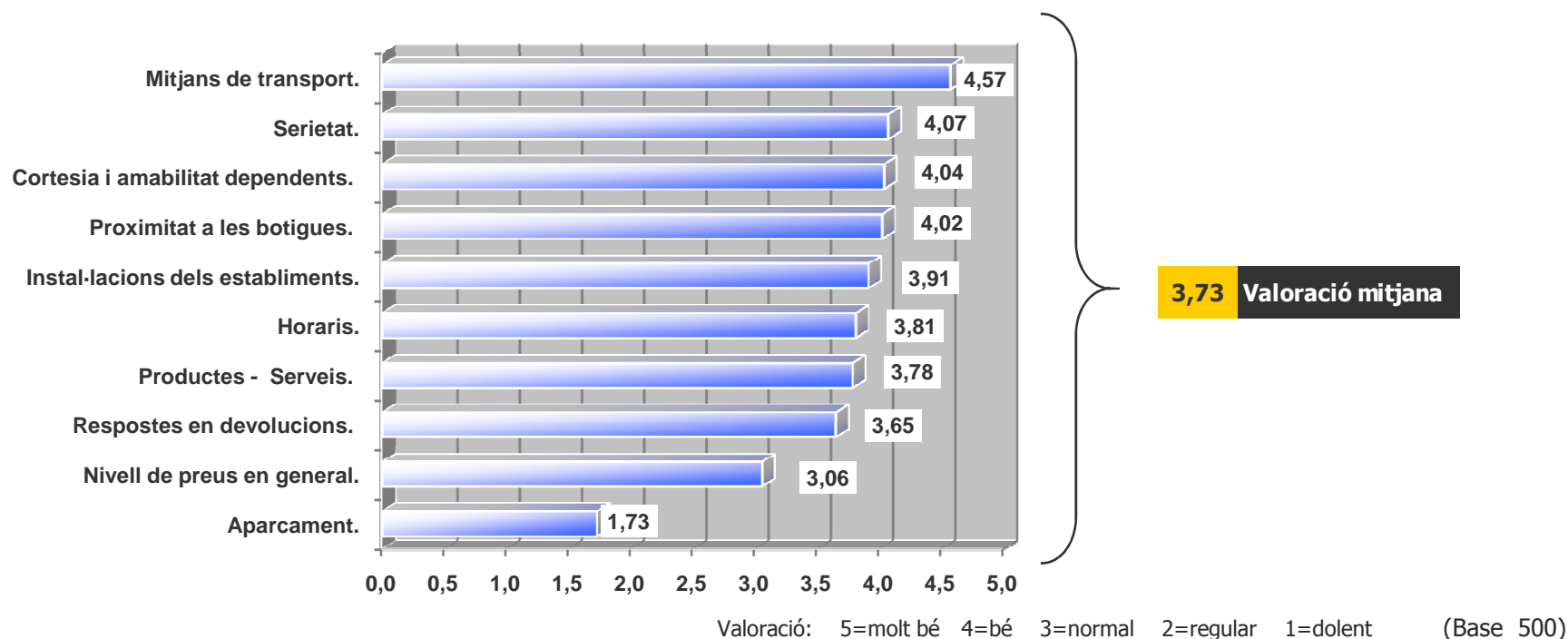


(Base 500)

- La mitjana d'enquestes amb valoració està al voltant del 90%.
- El tema de les devolucions tan sols ho ha el 35% dels visitants. També en l'aparcament hi ha un 32% que no ha valorat.

7. - Valoració dels comerços i serveis.

Valoració



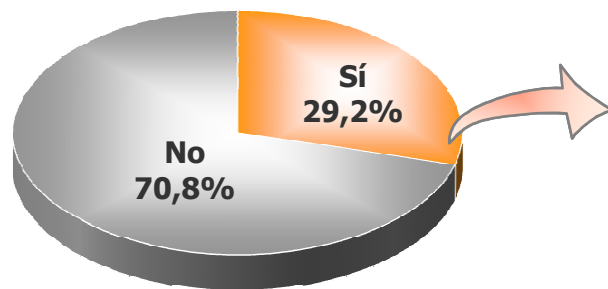
- La valoració mitjana "global de tots els aspectes" és de un 3,73. És **gairebé un "bé"**.
- L'aspecte millor és els "mitjans de transport" amb un valor alt (4,57).
- Referent als comerços, hi ha quatre aspectes amb un valor al voltant del 4, que és un "bé": "serietat", "cortesia i amabilitat" "proximitat" i "instal·lacions".
- Tres aspectes una mica més baixos: "horaris", "productes/serveis" i "respostes en devolucions". El "nivell de preus" té un 3,06.
- L'element menys valorat és l'aparcament amb un 1,73.

8. - Coneixement de l'organització Eix Comercial SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ



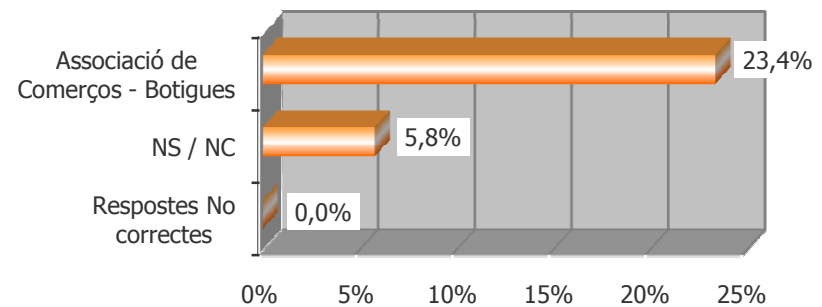
Coneix l'organització:

Eix Comercial SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ



(Base 500)

Como ho defineix (Resposta espontània)



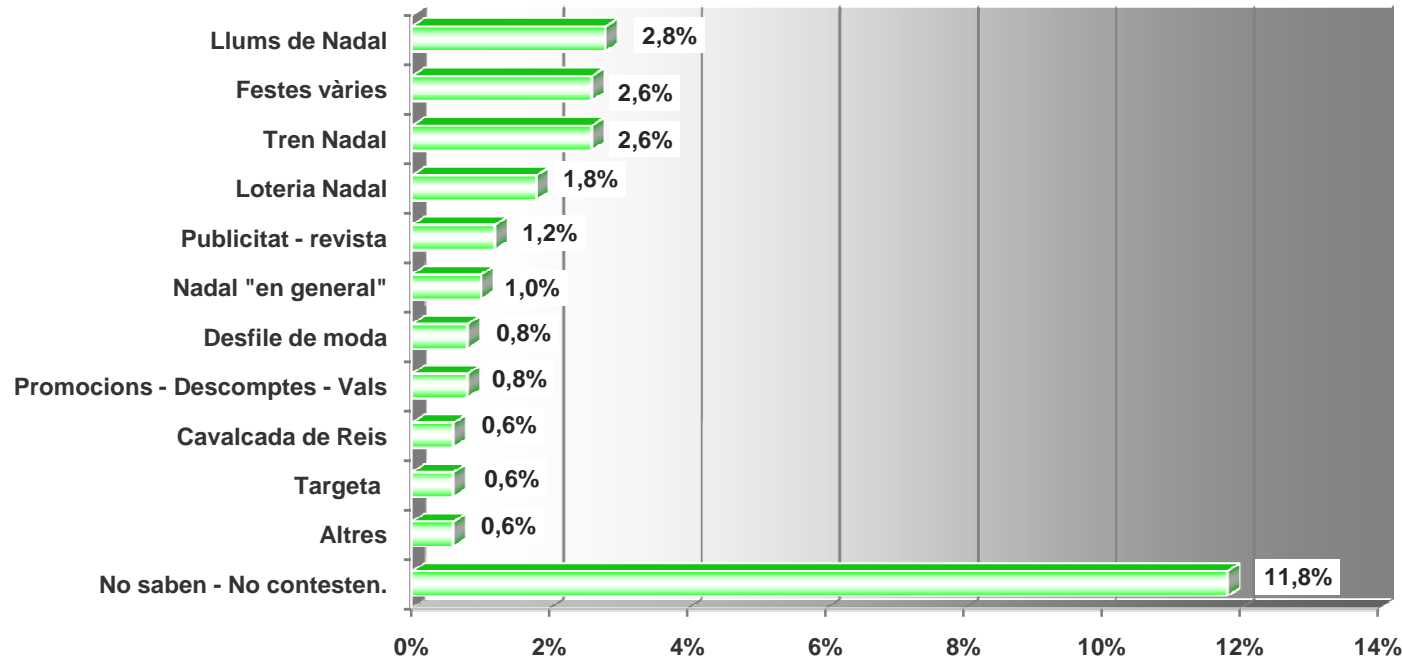
(Base 500)

- L'organització EIX COMERCIAL SAGRADA FAMÍLIA-GAUDI és coneguda pel 29,2% dels visitants.
- El 80% dels coneixedors, ho defineixen correctament com una "Associació de comerços".
- Dels que diuen Associació de comerços, el 73% viuen a la zona de Sagrada Família-Gaudí.
- Els percentatges dels segments d'edats dels coneixedors són semblants als dels visitants.
- Per classes social no hi ha diferències significatives. El 94% dels coneixedors són espanyols.

8. - Coneixement de l'organització Eix Comercial SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ



Activitats que recorden de Eix Comercial SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ. (Resposta espontània i múltiple)



(Base 500)

- Del 23,4% que defineixen correctament EIX COMERCIAL SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ, la meitat (11,6% dels visitants) recorden variades activitats (1,3 respostes de mitjana).
- L'activitat més recordada és Nadal – Reis (llums,tren, loteria i cavalcada) amb un 6% dels visitants.
- A continuació les "festes varies" amb un 2,6%
- La tercera activitat més recordada és la "revista" amb un 1,2%.

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 la zona de Sagrada Família-Gaudí, de classe social mitjana ampla.
- ✓ El 57,8% dels visitants viuen a la zona de Sagrada Família-Gaudí.
- ✓ La resta de visitants, són d'altres districtes de Barcelona (31,4%) i la resta de fora de Barcelona.
- ✓ El 79,6% són de nacionalitat espanyola.
- ✓ El 80,8% dels visitants hi van sols.
- ✓ El 60,2% accedeix caminant. La resta ho fa en transport públic (29,6%) i privat (10,2%).
- ✓ El motiu principal d'estar en l'Eix Comercial és el de viure a la zona (21,4%), seguit de comprar (20,6%). Altres motius són: passejar (18,2%), treballar a la zona i visitar a familiars i/o amics.
- ✓ El 54,6% dels visitants tenen la intenció de visitar comerços. El principal és d'alimentació (21,8%), seguit dels restaurants - bars (13,6%).
- ✓ El 58,6% visiten una vegada a la setmana o més els comerços de l'EIX COMERCIAL SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ.

9. – Conclusions.



Valoració de de EIX COMERCIAL SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ.

- ✓ El 29,2% dels visitants coneixen l'organització de l'EIX COMERCIAL SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ, i un 23,4% ho defineixen com una "Associació de comerços".
- ✓ El 80% dels que diuen Associació de comerços recorden variades activitats com: Nadal-Reis, festes varies i la revista.
- ✓ El 30,8% dels visitants, compren habitualment a l'EIX COMERCIAL SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ, comparteixen amb altres zones el 36,4% i un 32,8% 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 l'EIX COMERCIAL baixa. Perd 10,4 punts i compra exclusivament a l'EIX el 20,4%. Un 38,0% comparteix les compres amb altres zones i un 40,6% només compra a altres zones.
- ✓ En les categories de productes, s'observa que l'alimentació és comprada a l'EIX COMERCIAL pel 56,0%, mentre que parament de la llar només pel 20,4% i cuidado personal pel 22,8%. El tema d'oci és a on més baixa la fidelitat a un 10,2%.

9. – Conclusions.

Valoració de Eix Comercial SAGRADA FAMÍLIA - GAUDÍ.

- ✓
- ✓ En quant a inconvenients, el 60,8% diu que no hi ha cap. Destacar que el 14,2% dels visitants, manifesten clarament una manca general de varietat o d'assortiment.
- ✓ En conjunt la mitjana de valoració dels comerços i serveis de l'EIX COMERCIAL SAGRADA FAMÍLIA-GAUDÍ és de 3,73 (gairebé un "bé"), en una escala de 1 a 5 (dolent a molt bé).
- ✓ Els mitjans de transport (4,57), juntament amb la serietat dels comerços (4,07) són els aspectes millors valorats. L'aparcament és l'aspecte amb menys valoració (1,73).