

Via Julia

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 NOU BARRIS CENTRE COMERÇ.	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 NOU BARRIS CENTRE COMERÇ i activitats realitzades.

2. – Metodologia.

- La tècnica utilitzada ha estat la d'entrevista personal amb questionari predefinit.
 - ✓ Es van realitzar dintre de la zona de VIA JULIA de NOU BARRIS CENTRE COMERÇ.
 - ✓ 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.

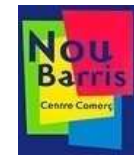
- S'han realitzat un total de 500 entrevistes del target descrit.
 - La selecció dels entrevistats es va fer de forma "aleatoria".
 - Amb aquesta mostra tenim un error mostral de +/- 4,5 % amb un nivell de confiança del 95,5 % i en el supòsit de màxima indeterminació (p=q=50 %).

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

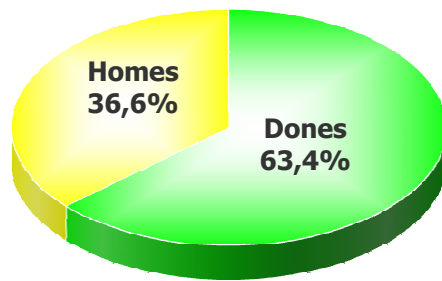
Del 19 al 24 d'octubre de 2009.

<u>Dilluns</u>	<u>Dimarts</u>	<u>Dimecres</u>	<u>Dijous</u>	<u>Divendres</u>	<u>Dissabte</u>	<u>Diumenge</u>
19	20	21	22	23	24	--

3. - Perfil sociodemogràfic.

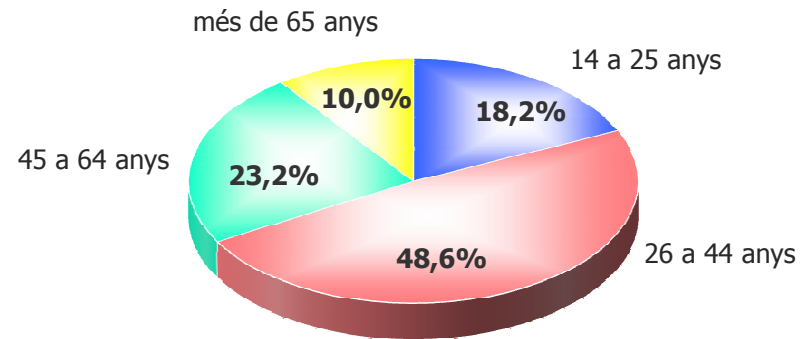


Sexe



(Base 500)

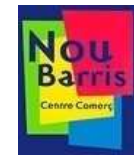
Edat



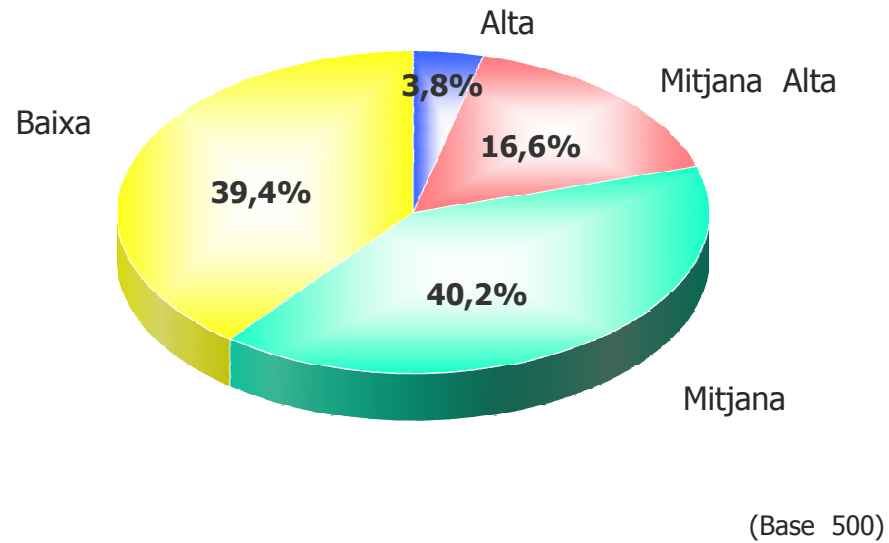
(Base 500)

- El 63,4% dels visitants en l'horari establert són dones.
- El grup d'edat de 26 a 44 anys és el que té major participació amb un 48,6%, seguit del de 45 a 64 anys amb un 23,2%. La suma dels dos grups (de 26 a 64 anys) és el 72% dels visitants.
- Els joves de 14 a 25 són el 18,2%, i els de més de 65 anys el 10,0%.

3. - Perfil sociodemogràfic.

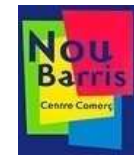


Classe social

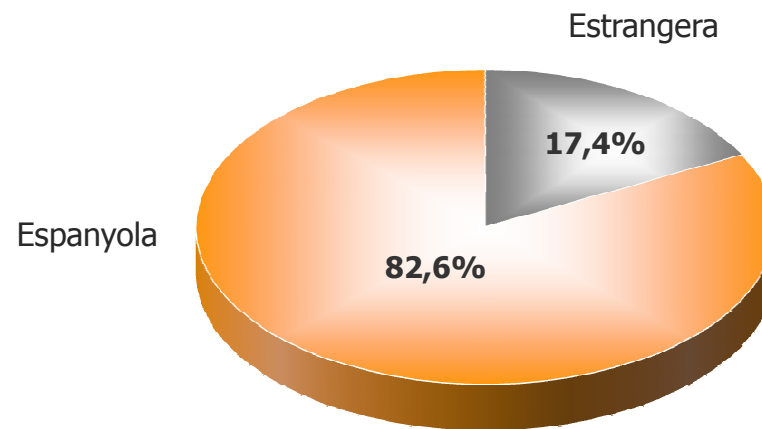


- La classe social dels visitants més representatives és la Mitjana (40,2%), seguida de la Baixa (39,4%).
- La Mitjana Alta és un 16,5% i l'Alta un 3,8%.

3. - Perfil sociodemogràfic.



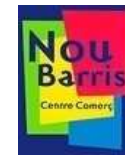
Nacionalitat



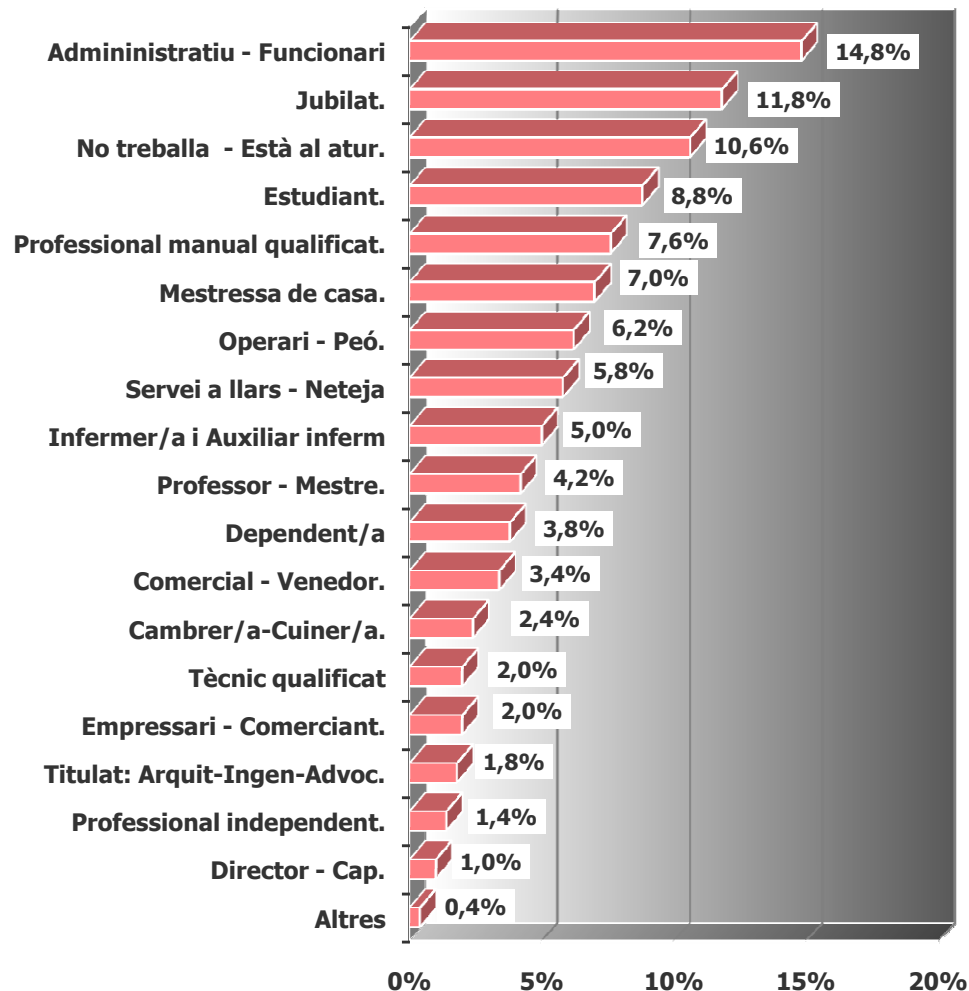
(Base 500)

- La majoria dels visitants són espanyols (82,6%).
- La resta amb un 17,4% són de països estrangers.
- El 79% dels estrangers són de països d' America Central i del Sud, destacant Honduras, Ecuador i Bolívia. La resta són europeus i d'altres continents.
- El 62% dels estrangers viuen a Via Julia.

3. - Perfil sociodemogràfic.

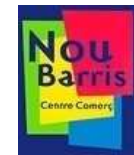


Professió entrevistat



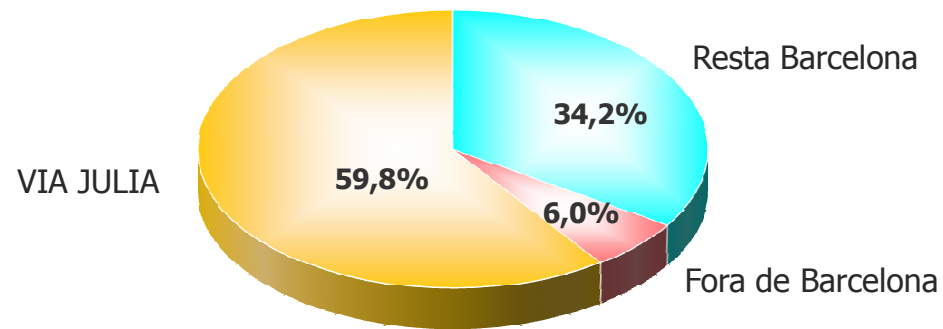
- El grup més gran de visitants són administratius/funcionaris amb un 14,8%.
- En segon lloc hi ha els jubilats que són el 11,8% i després els que no treballen i/o estan al atur (10,6%). En total dos de cada deu visitants no treballen.
- El quart grup són els estudiants amb un 8,8%.
- La segona professió en importància és professionals manuals qualificats amb el 7,6%.
- Les mestresses de casa són el 7,0% dels visitants.
- Després li segueixen els operaris (6,2%) i els que fan serveis a les llars i neteges (5,8%).

3. - Perfil sociodemogràfic.



Via
Julia

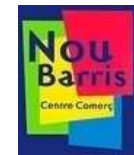
Lloc de residència



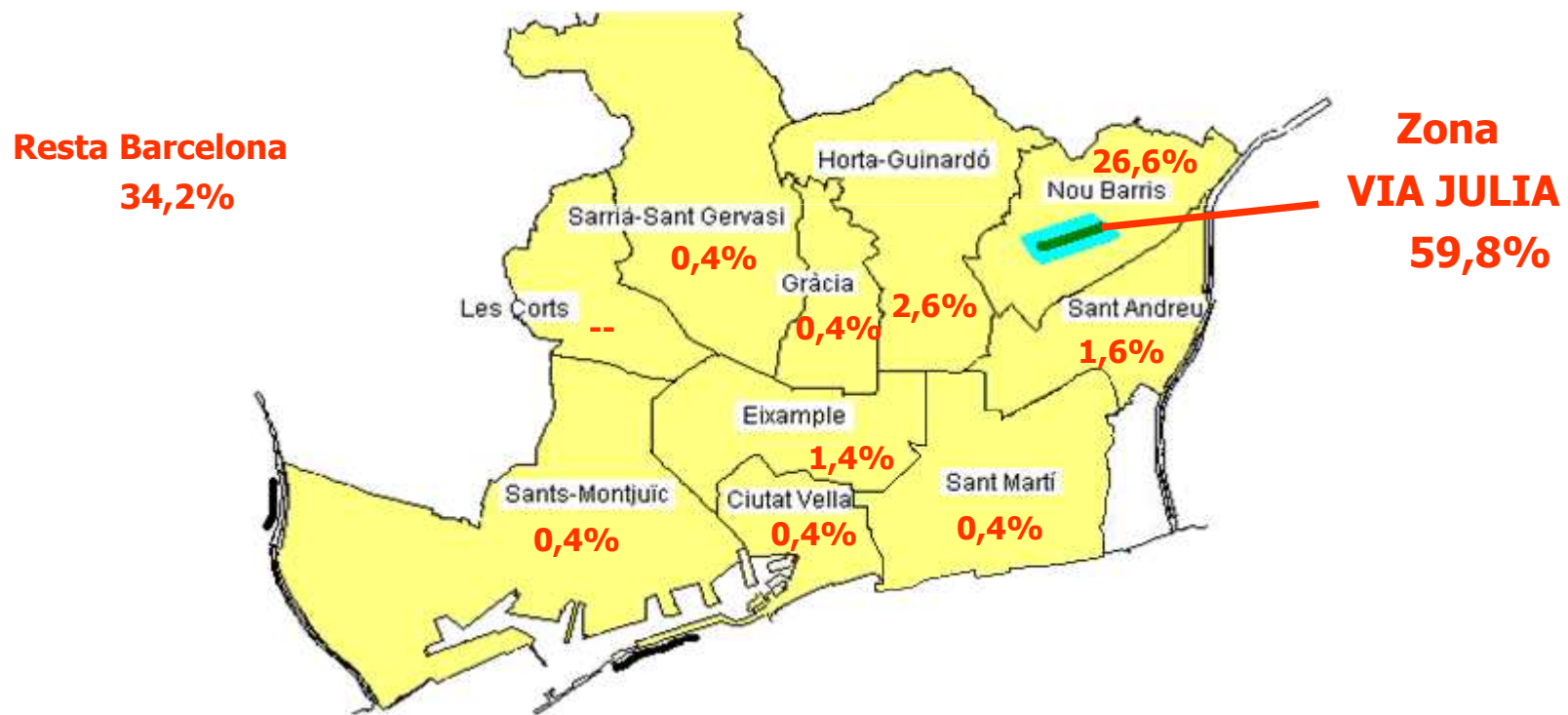
(Base 500)

- El 59,8% dels visitants viuen a la zona de Via Julia.
- Les tres quartes parts dels que viuen a Resta Barcelona ho fan a Nou Barris. En total el 86% viu a Nou Barris.
- Els visitants de fora de Barcelona, són el 6,0%.

3. - Perfil sociodemogràfic.



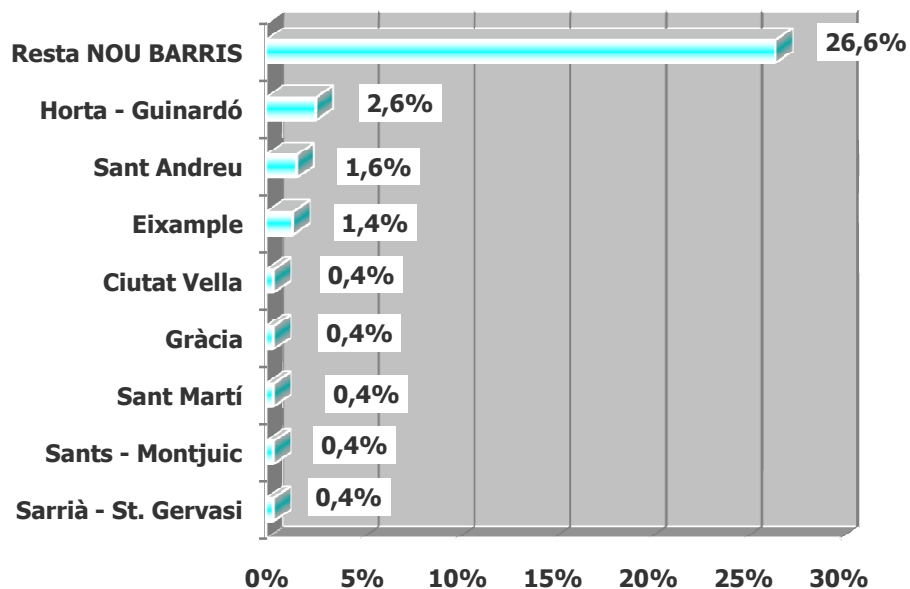
Lloc de residència – Ciutat de Barcelona



(Base 500)

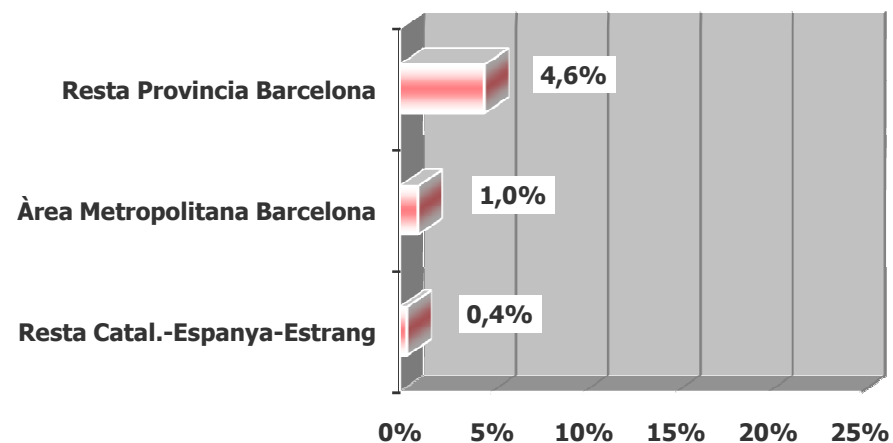
3. - Perfil sociodemogràfic.

Resta de Barcelona (34,2%)



(Base 500)

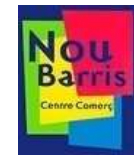
Fora de Barcelona (6,0%).



(Base 500)

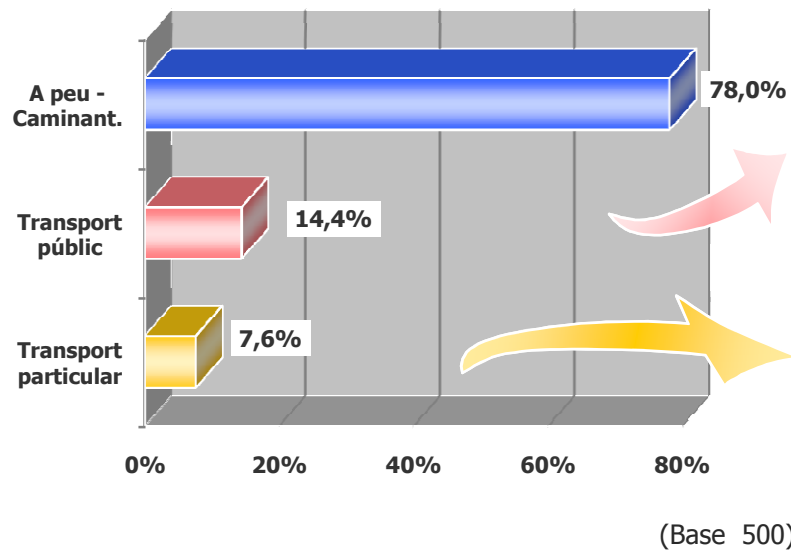
- El 78% de la resta de Barcelona, viuen a Resta Nou Barris. Els altres districtes tenen poca importància.
- Els visitants de fora de Barcelona, la majoria són de la resta de la província (4,6%).

3. - Perfil sociodemogràfic.

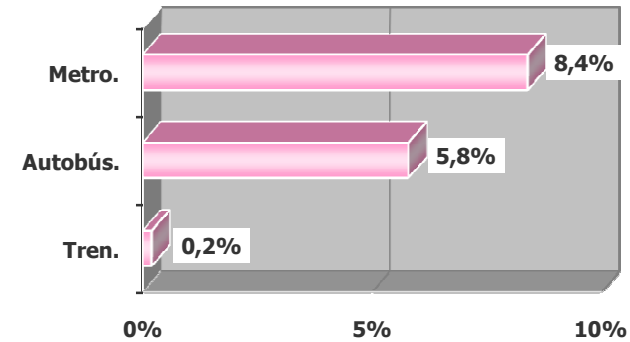


Via Julia

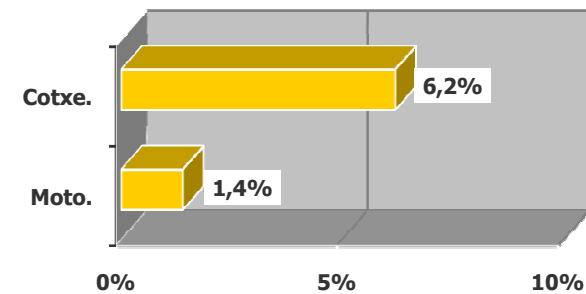
Mitjà de transport utilitzat



Transport públic



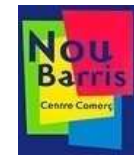
Transport particular



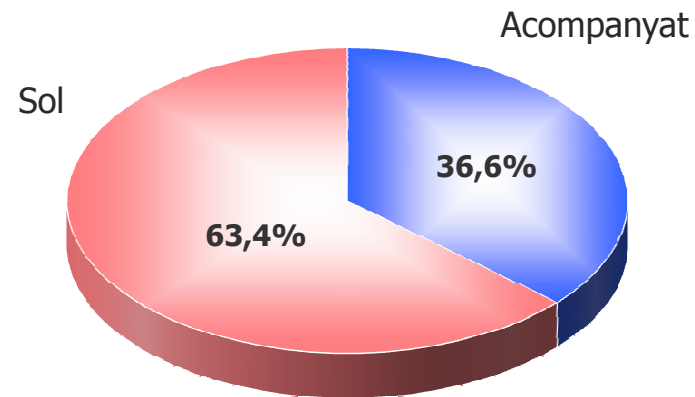
(Base 500)

- El 78,0% dels visitants van accedir "a peu – caminant" a VIA JULIA.
- Les altres formes són amb transport públic (14,4%) i privat (7,6%).
- El metro i l'autobús són els mitjans de transports més utilitzats (8,4% i 5,8%).
- La utilització del cotxe particular és un 6,2% i el de la moto un 1,4%.

3. - Perfil sociodemogràfic.



Hi va sol o acompanyat

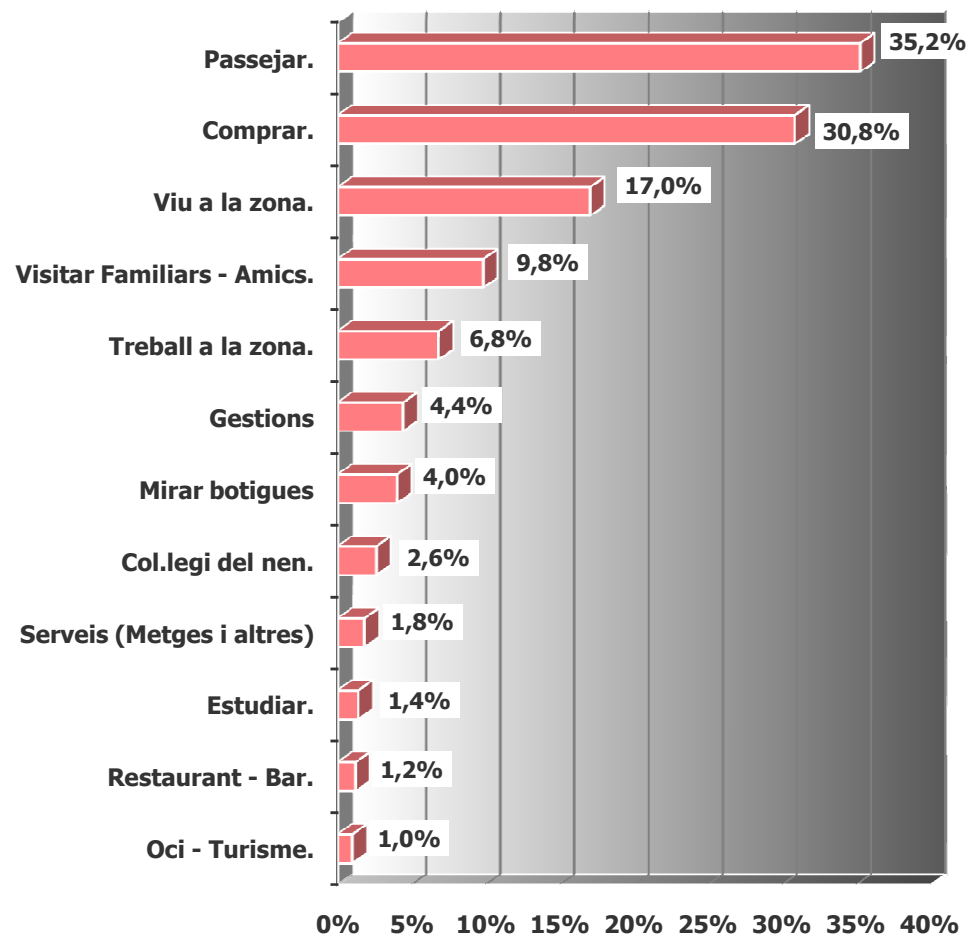


(Base 500)

- La major part dels visitants (dos de cada tres) 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 VIA JULIA. (resposta múltiple).



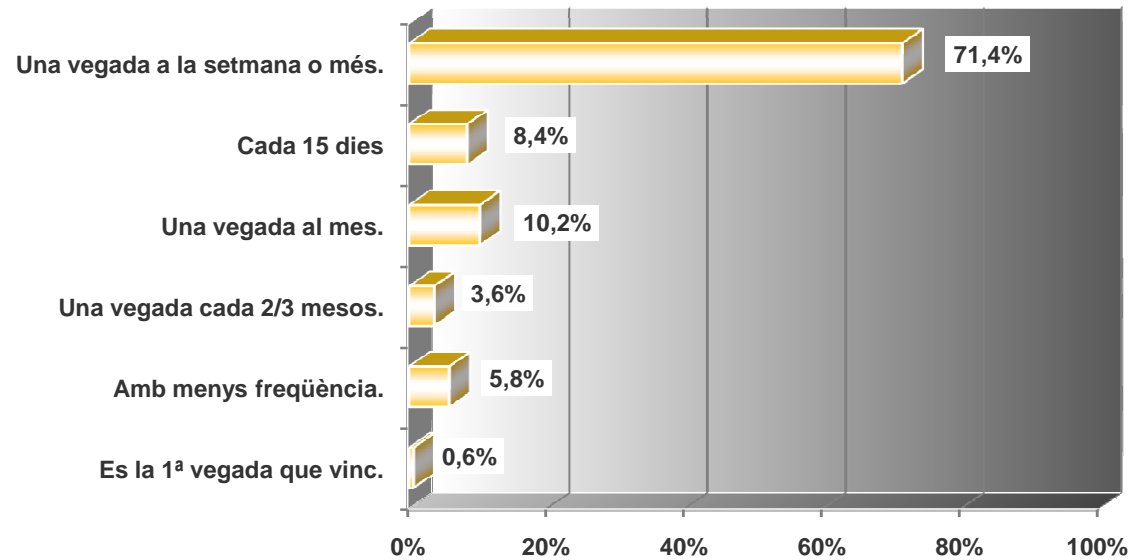
- El motiu més anomenat és el de "passejar" que ho diu un 35,2%. Al ser una resposta espontània pot existir altres motius (comprar, viu a la zona, etc..)
- En segon lloc el motiu pel qual està a la zona és el de "comprar" (30,8%).
- El tercer motiu és el de "vic a la zona" amb un 17,0%.
- A continuació és "visitar a familiars /amics" (9,8%).
- El de "treball a la zona" ho diu el 6,8% dels visitants.
- La mitjana de respostes per entrevistat és de 1,2.

4. - Hàbits de visita.



Via
Julia

Freqüència de visita



(Base 500)

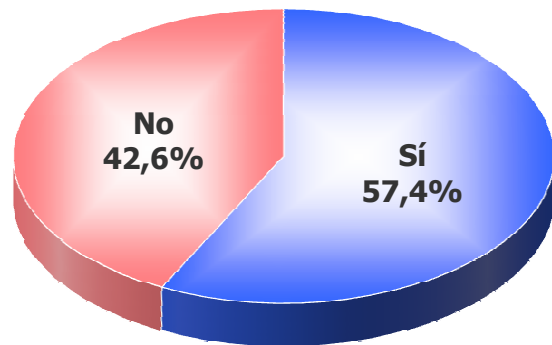
- El 71,4% dels entrevistats visiten amb molta freqüència els comerços de VIA JULIA.
- Dels visitants de "una vegada o més a la setmana", el 72% viuen a la zona de Via Julia.
- Referent a l'edat, el grup de 45 a 64 són el que visiten amb més freqüència.
- Les dones són les que més freqüentment visiten els comerços.

4. - Hàbits de visita.



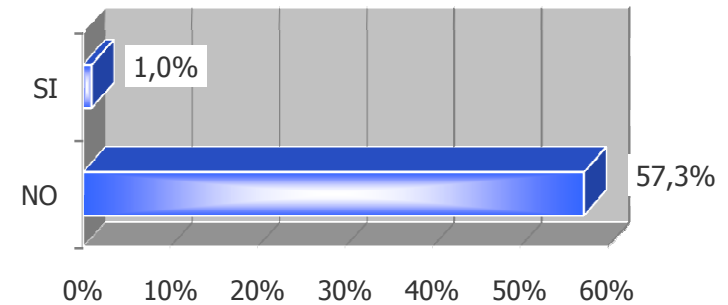
Via
Julia

Intenció de visitar algun establiment



(Base 500)

Anomenant el Mercat espontàneament

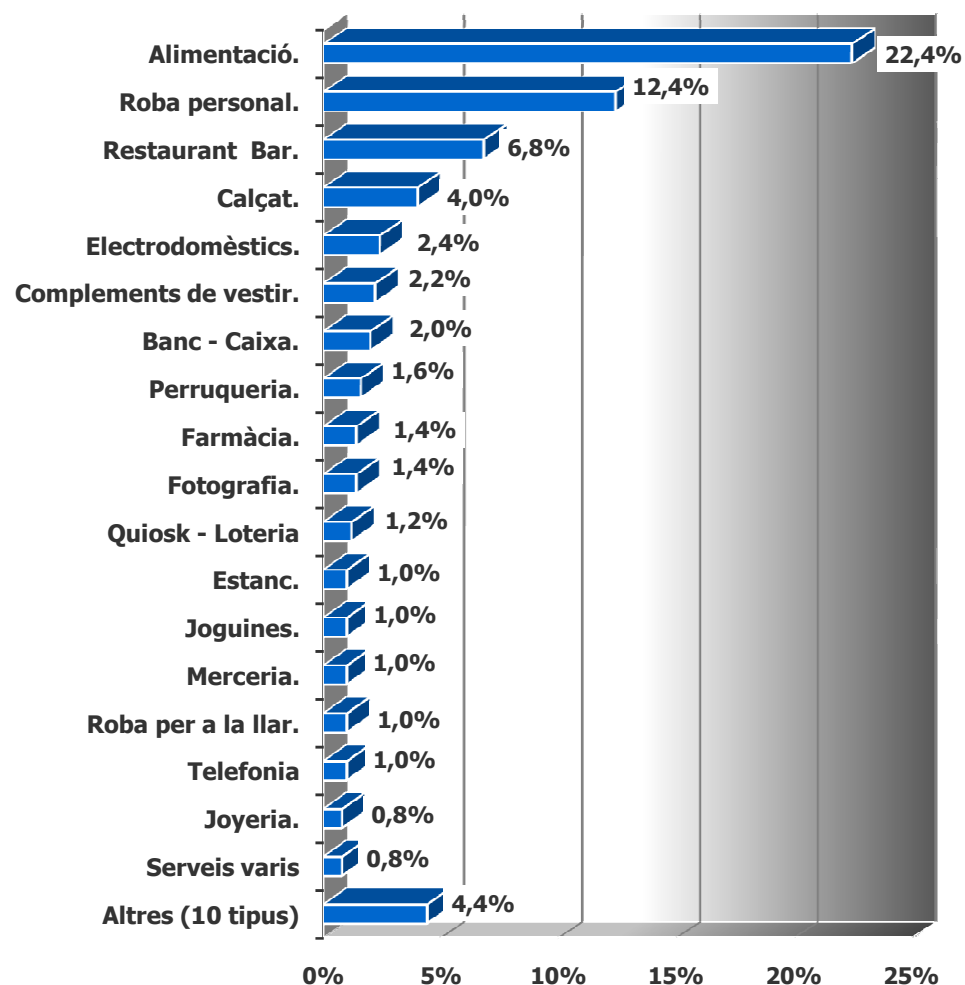


(Base 500)

- El 57,4% dels visitants tenen intenció de visitar algun establiment.
- Dels que volen visitar un establiment, el 62% viuen a la zona de Via Julia.
- Per edat són els del segment de 26 a 44 i els de 45 a 64 anys que tenen més intenció de fer-ho.
- El mercat és anomenat de forma espontània pel 1,0% dels visitants i representen el 5% dels que tenen intenció de visitar un establiment d'alimentació. Dintre de l'Eix no hi ha cap mercat. El més proper es el de Montserrat (Roquetes)

4. - Hàbits de visita.

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



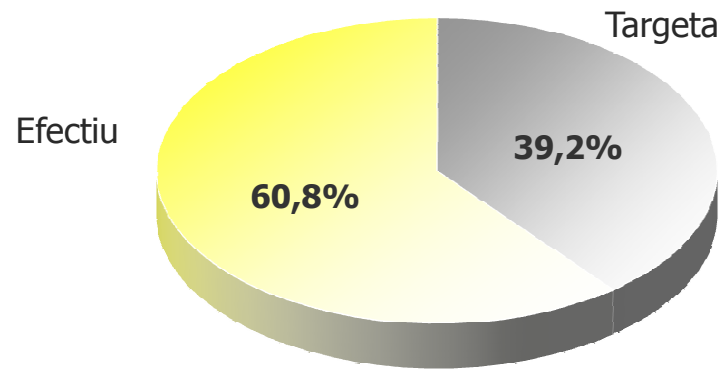
- L'establiment amb més visites previstes és el d'alimentació que ho faràn el 22,4% dels visitants.
- El segon establiment en importància de visites són les botigues de roba personal amb un 12,4%
- A continuació són les visites als restaurants i/o bars (6,8%).
- Les sabateries seràn visitades pel 4,0%.
- El 2,4% tenen intenció de visitar botigues d'electrodomèstics.
- La mitjana d'establiments anomenats pels visitants amb intenció de fer-ho és de 1,2.

5. - Hàbits de compra.



Via
Julia

Forma de pagament habitual

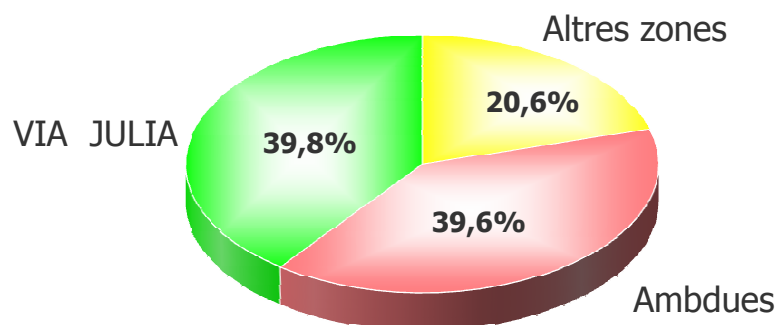


(Base 500)

- Hi ha més visitants que pagan en efectiu que amb targeta, (61% vs. 39%).
- 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 la classe baixa paga més en efectiu i la resta més en targeta.

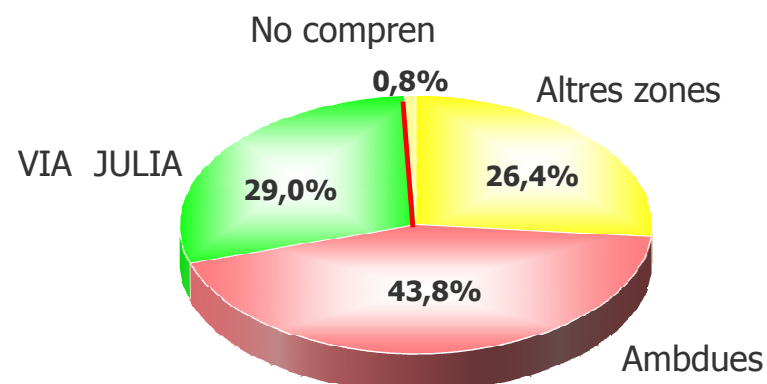
5. - Hàbits de compra.

Habitualmet compra a:



(Base 500)

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



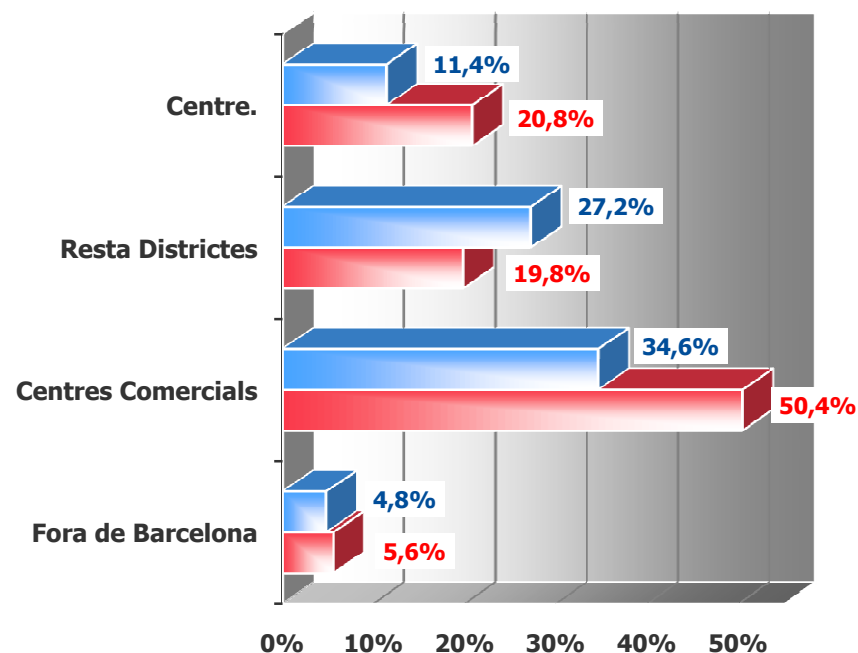
(Base 500)

- El 39,8% dels visitants manifesten comprar habitualment a VIA JULIA. El 39,6% diu que a més de VIA JULIA compra a altres zones. En total el 79,4% compra a VIA JULIA.
- Un 20,6% només ho fa a altres zones.
- En èpoques de Nadal, Reis i/o Rebaixes, el 29,0% és manté fidel a VIA JULIA
- Del 10,8% que deixen de comprar exclusivament a VIA JULIA un 4,2% combina amb altres zones, i un 5,8% declara que ho fa només en altres zones. Hi ha un 0,8% 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)



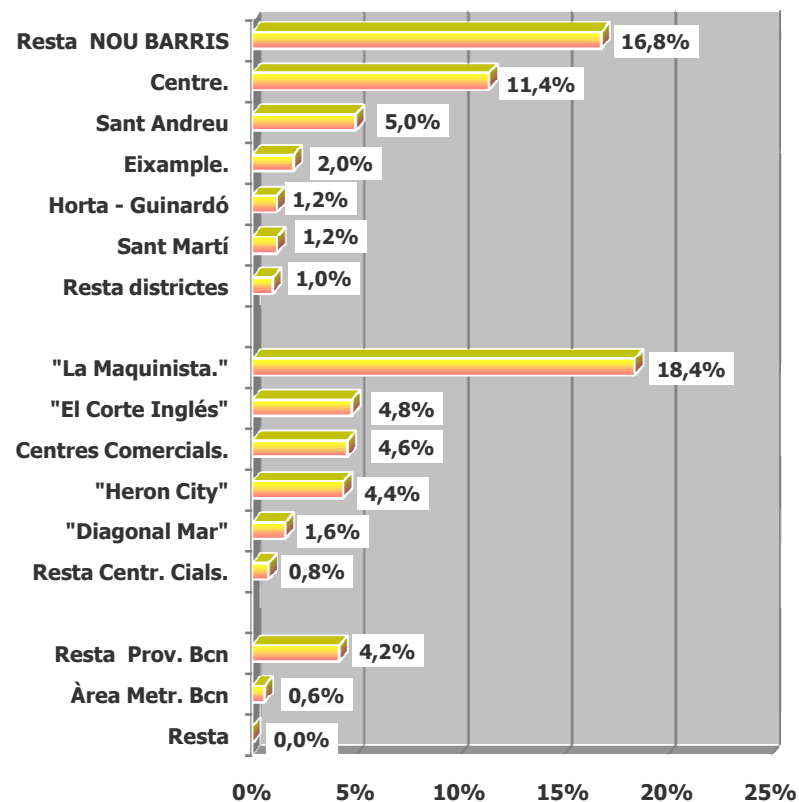
- **Habitual** - 60,2% visitants amb 1,30 zones de mitjana.
- **Nadal, Reis, Rebaixes** - 70,2% visitants amb 1,38 zones de mitjana.

- Dels 3 grups d'altres zones, habitualment destaca primer "Centres Comercials" , després Resta de Districtes i el tercer el "Centre".
- En èpoques especials de més compra, com Nadal, Reis i/o Rebaixes, els visitants de VIA JULIA realitzen un canvi d'hàbits important. Els visitants als "Centres Comercials" s'incrementen un 40%, al "Centre" gairebé es dupliquen, i la Resta de Districtes perd 7 punts.
- Dels que visiten el "Centre" el 57% viuen a Via Julia i és un públic molt més jove que el de VIA JULIA.
- La classe social "mitjana amplia" és la que més visita el "Centre".
- El 81% que compren a "Centres Comercials" tenen entre 14 i 44 anys . El 62% viu a Via Julia.
- El segment de més de 65 anys gairebé no visita ni el "Centre" ni "Centres Comercials".

5. - Hàbits de compra.

Altres zones de compra habitual:

(compradors d'ambdues i d'altres zones)

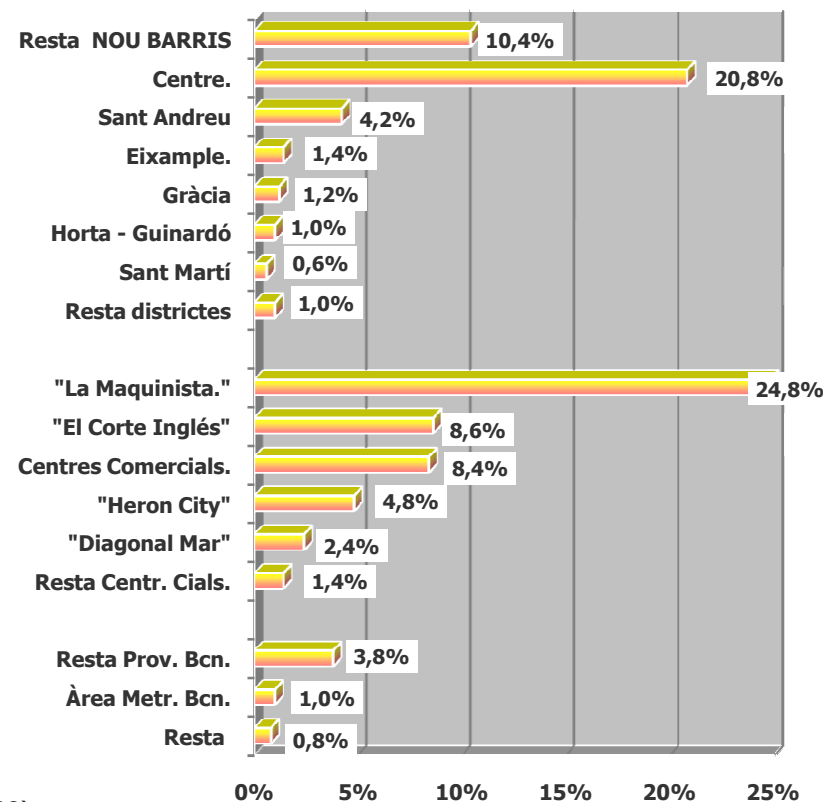


(Base 500)

Altres zones de compra en èpoques especials

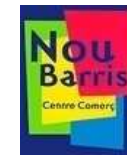
(Nadal, Reis, Rebaixes):

(compradors d'ambdues i d'altres zones)



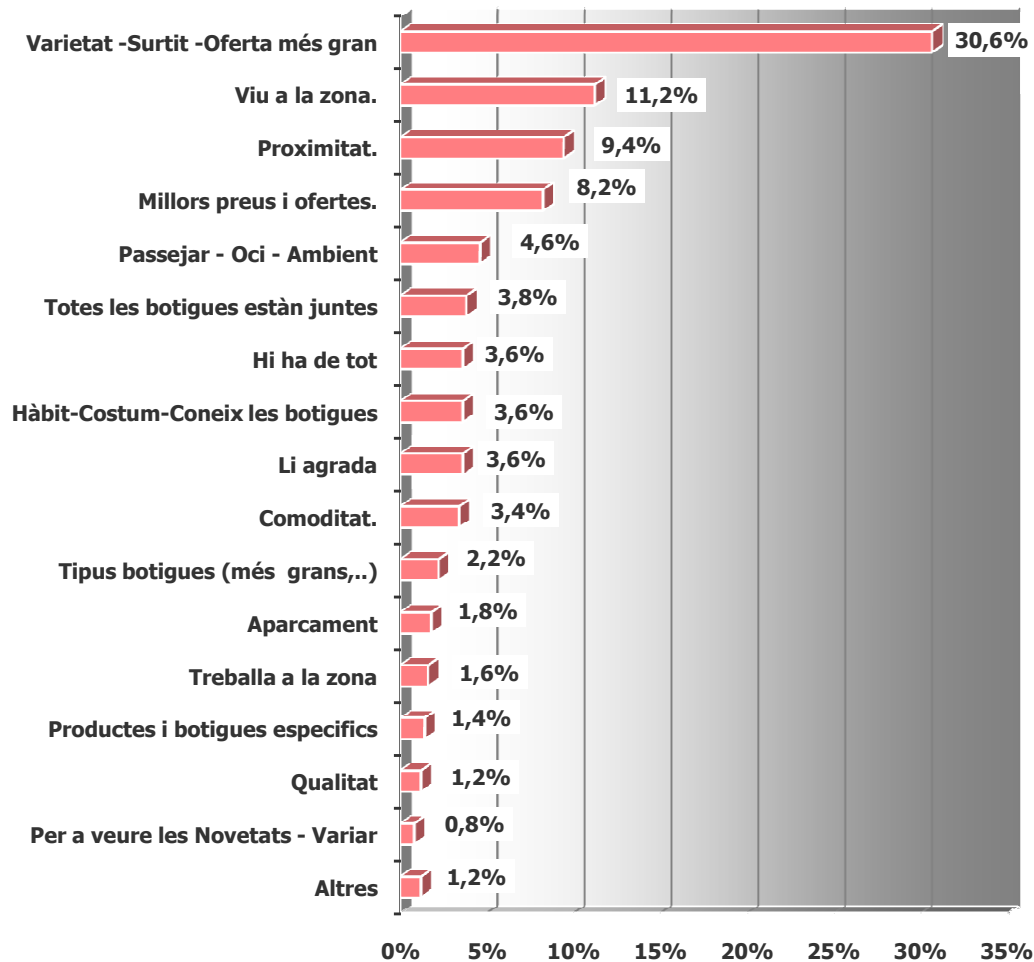
- En quant a districtes és el proper a Via Julia com la Resta Nou Barris.
- Dels Centres Comercials el més destacat és "La Maquinista" que és el més proper a Via Julia.

5. - Hàbits de compra.



Via
Julia

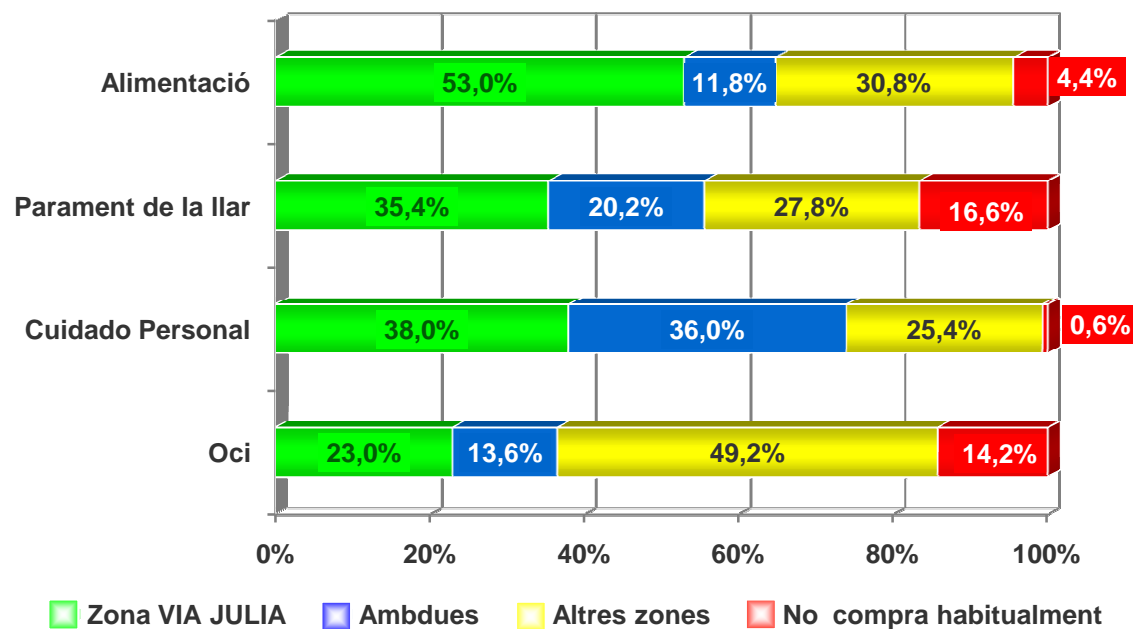
Motius de comprar en altres zones. (resposta múltiple).



- El principal motiu pel qual els visitants compren en altres zones és la "varietat" "assortit" "oferta més gran".
- Ho manifesta el 30,6% dels visitants, que són el 44% dels que compren en altres zones i/o comparteixen amb VIA JULIA.
- El segon motiu (11,2%) és degut a que compren a la zona que viuen.
- El tercer motiu és "proximitat" al lloc on viu, del treball i/o familiars i amics. (9,4%).
- El quart motiu és per "millors preus" (8,2%).
- A continuació diuen per "passejar" (4,6%), i "totes les botigues estàn juntes" (3,8%).

5. - Hàbits de compra.

Que sol comprar habitualment a VIA JULIA, en altres zones i que no sol comprar gairebé mai, en quant a:



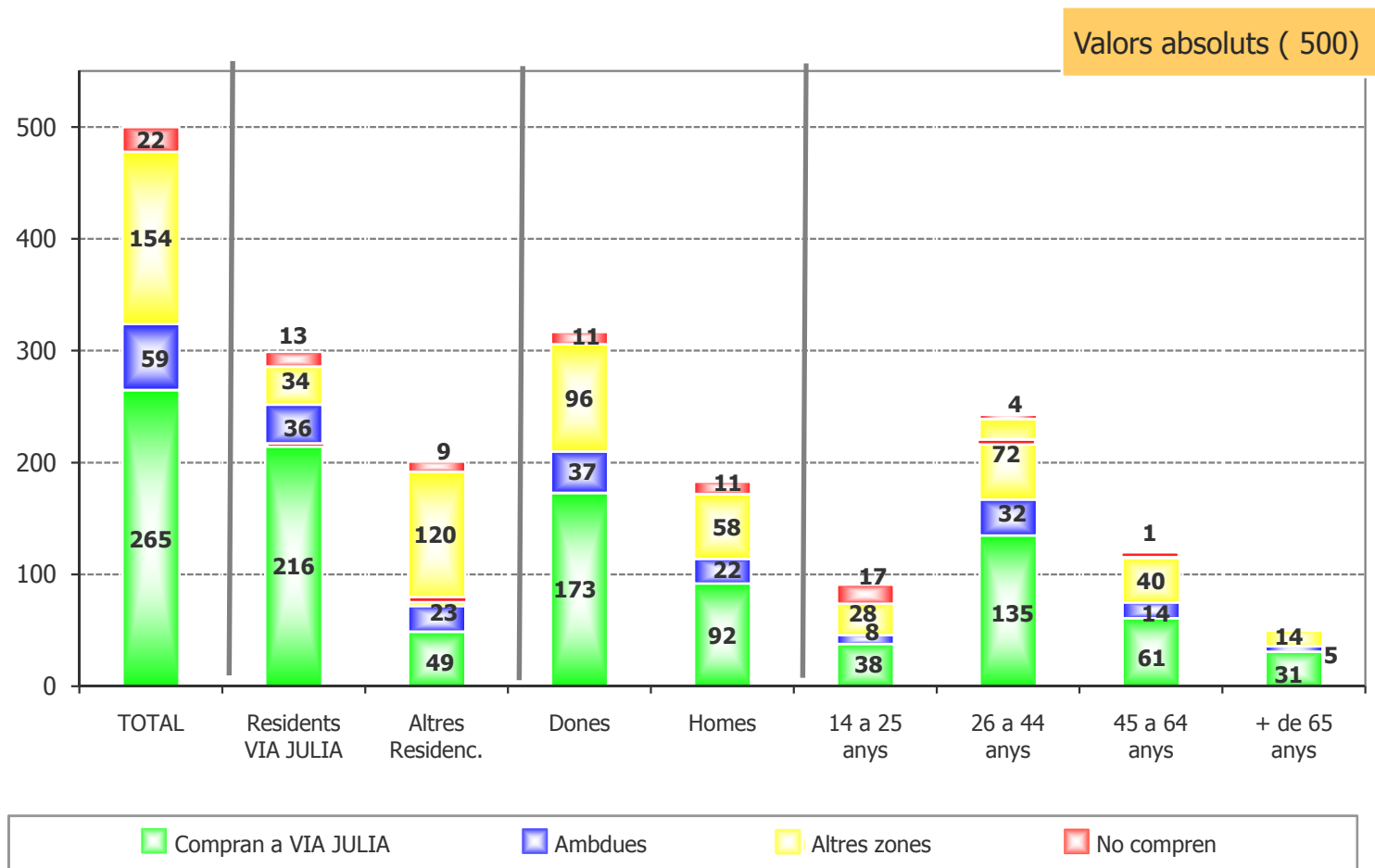
(Base 500)

- El 53,0% dels visitants compren l'alimentació a VIA JULIA , els que comparteixen amb altres zones són un 11,8%.
- En articles per la llar el 35,4% ho compra VIA JULIA, i la resta ho comparteix el 20,2%, i el 27,8% manifesta comprar-ho en altres zones.
- En l'apartat de articles personals el 38,0% compra a VIA JULIA. La resta combinen el 36,0% i el 25,4% compra totalment a fora.
- Els productes d'oci és l'apartat amb menys compra a VIA JULIA, tan sols un 23,0%.

5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

Alimentació.



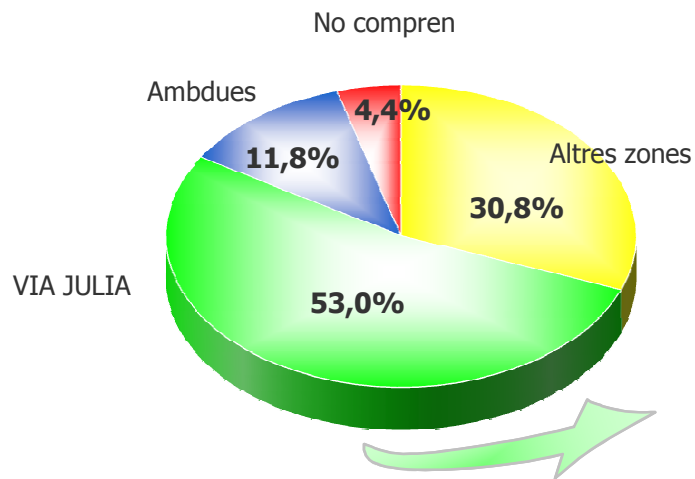
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

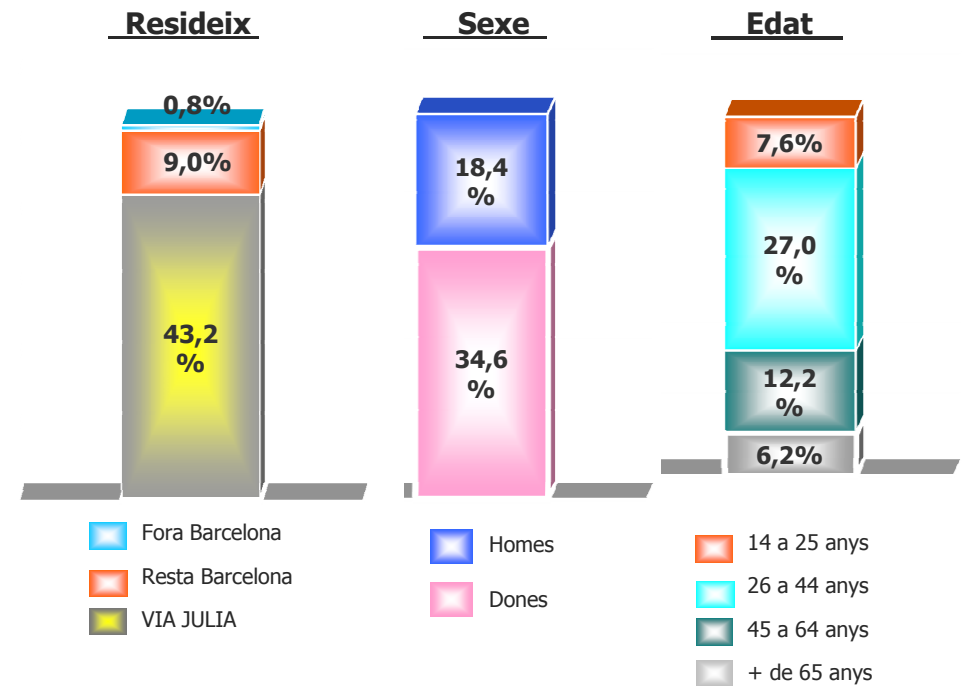


Compren a: VIA JULIA.

Alimentació.



(Base 500)



- El 53,0% dels visitants compren l'alimentació a VIA JULIA, i el 82% són residents.
- El 65% dels compradors són dones.
- Per edats els que més compren són els de 26 a 44 anys.

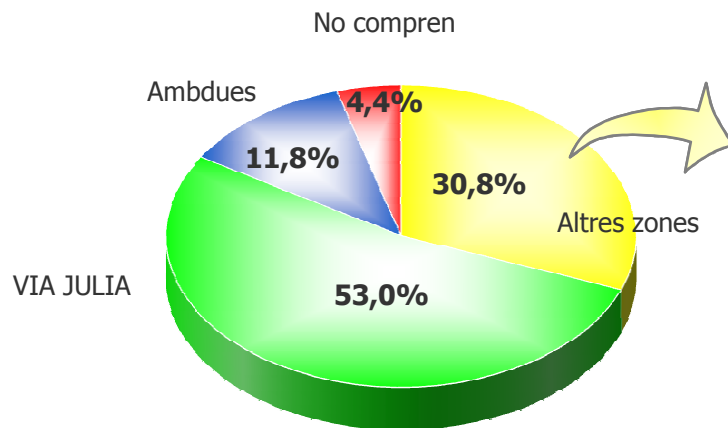
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

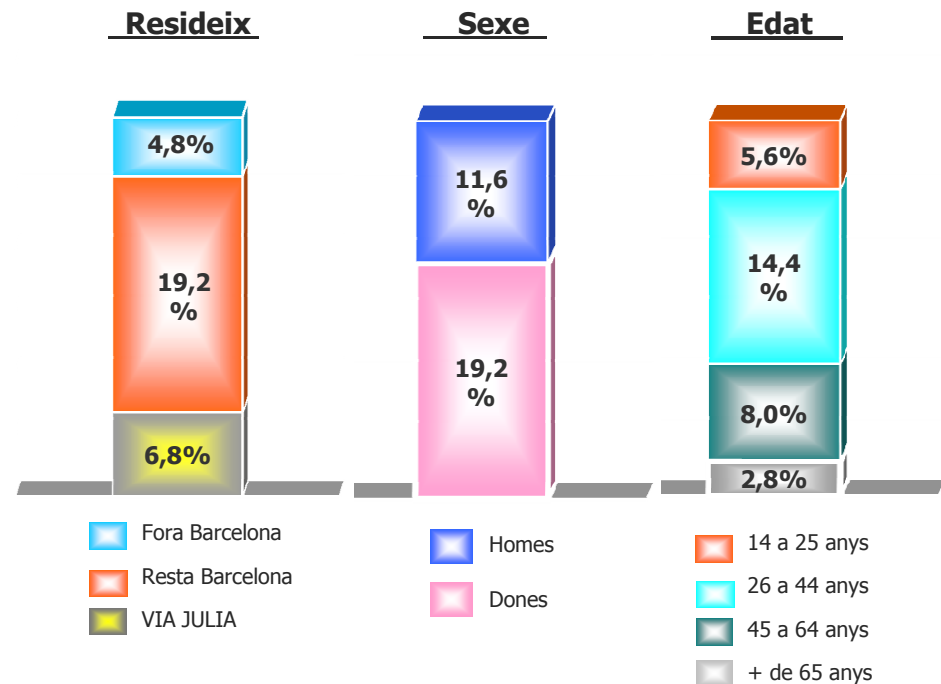


Compren a: Altres Zones

Alimentació.



(Base 500)



- Els visitants que compren l'alimentació en altres zones són el 30,8%. D'aquests el 22% són residents a Via Julia, és a dir un 6,8% dels visitants residents a Via Julia compren fora .
- Per sexes les dones són el 62%.
- Per edats el grup de 26 a 44 anys és el que compra més a fora.

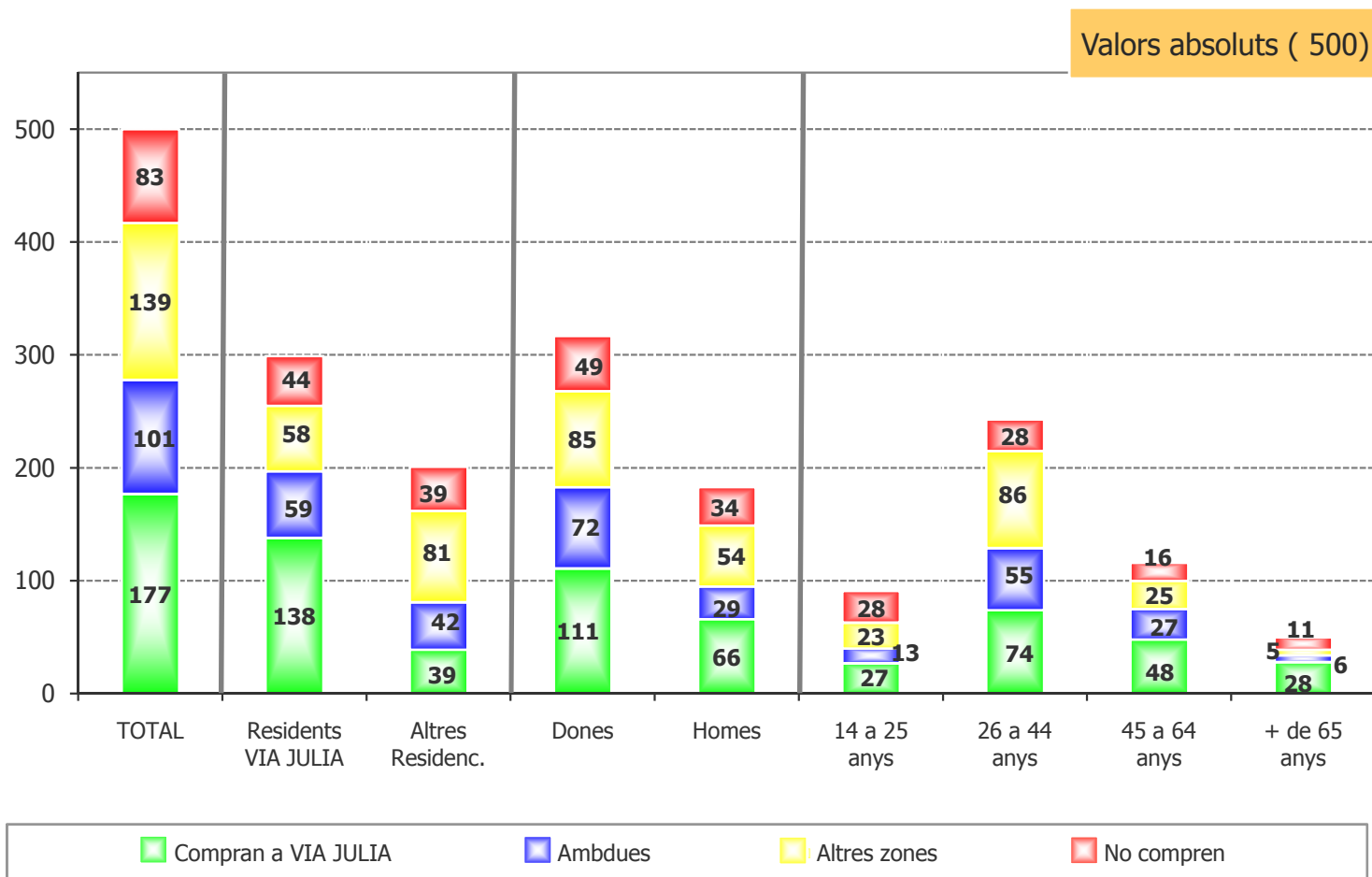
5. - Hàbits de compra.



Via Julia

Zones habituals de compra.

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



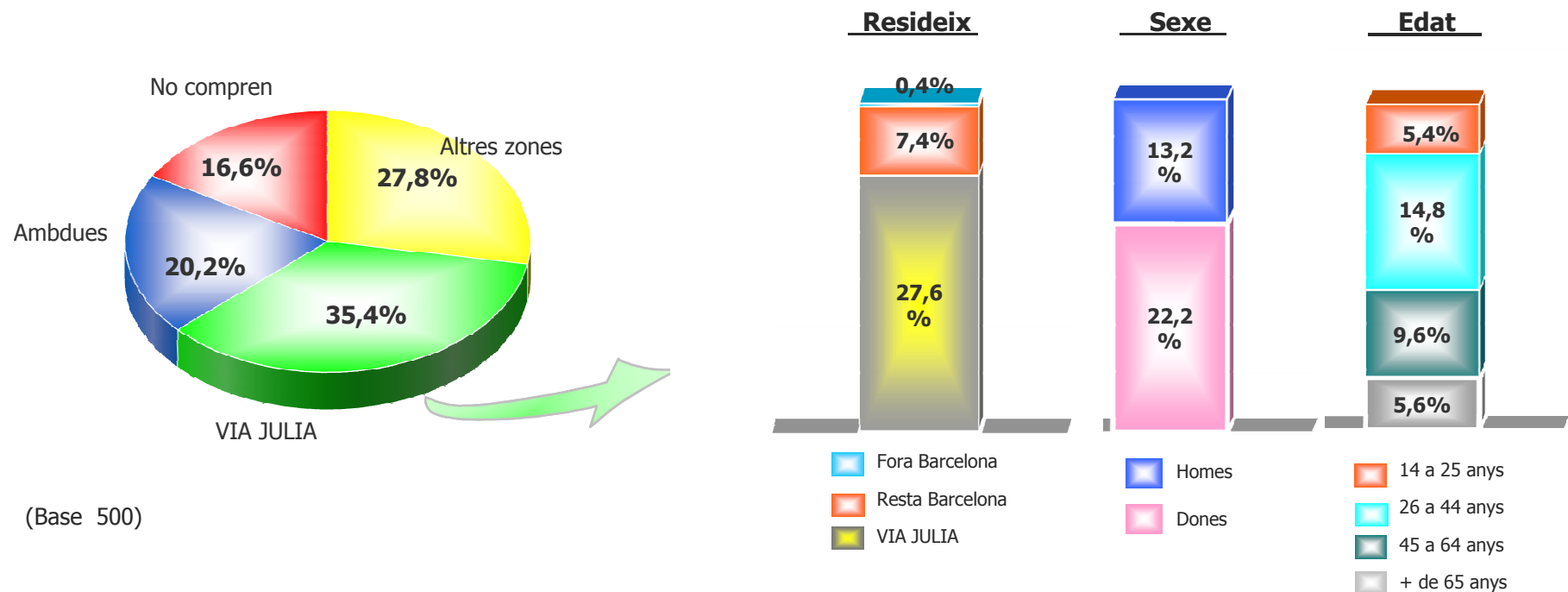
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.



Compren a: VIA JULIA.

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



- El 35,4% dels visitants compren aquests articles a VIA JULIA i el 78% són residents.
- La dona és la que compra majoritàriament aquests articles (63%).
- 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.

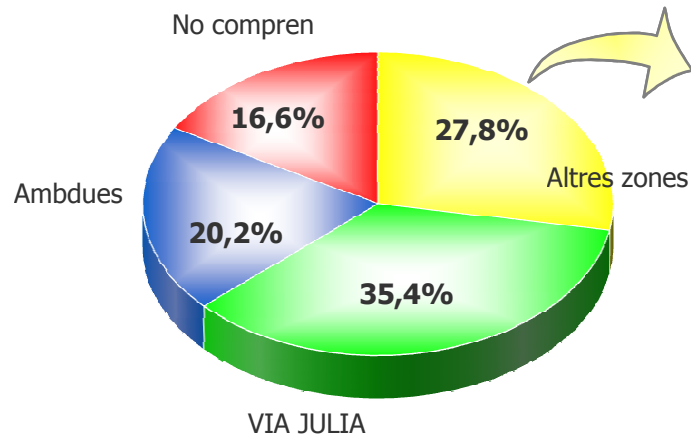
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

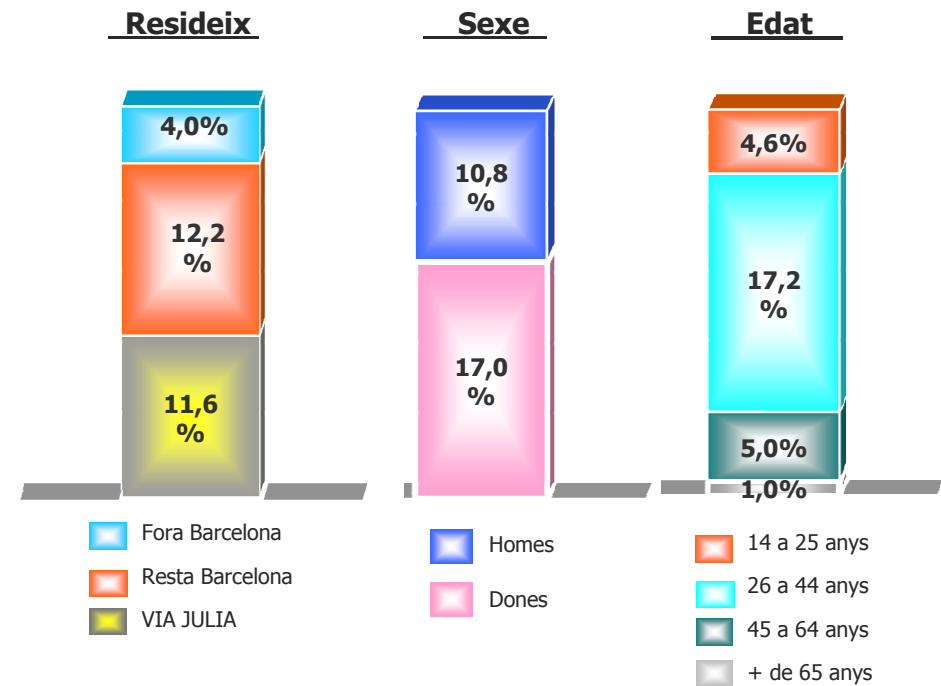


Compren a: Altres Zones

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



(Base 500)

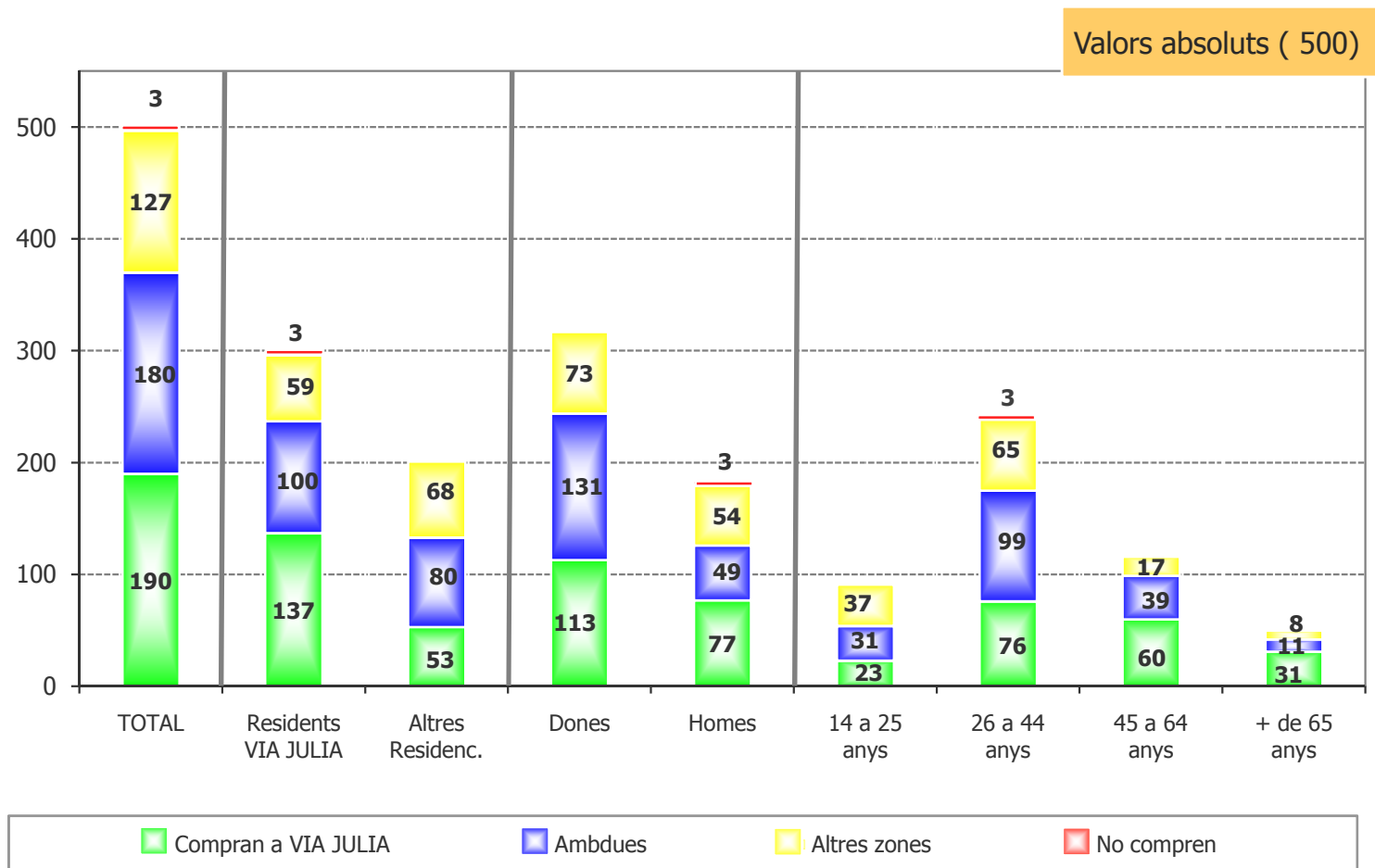


- El 27,8% dels visitants compren aquests articles en altres zones. El 42% dels que compren fora viuen a Via Julia.
- Per sexes les dones són el 61% dels compradors
- El 62% dels que compren fora són del segment de 26 a 44 anys. Els de més de 65 anys tan sols són el 4%.

5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

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



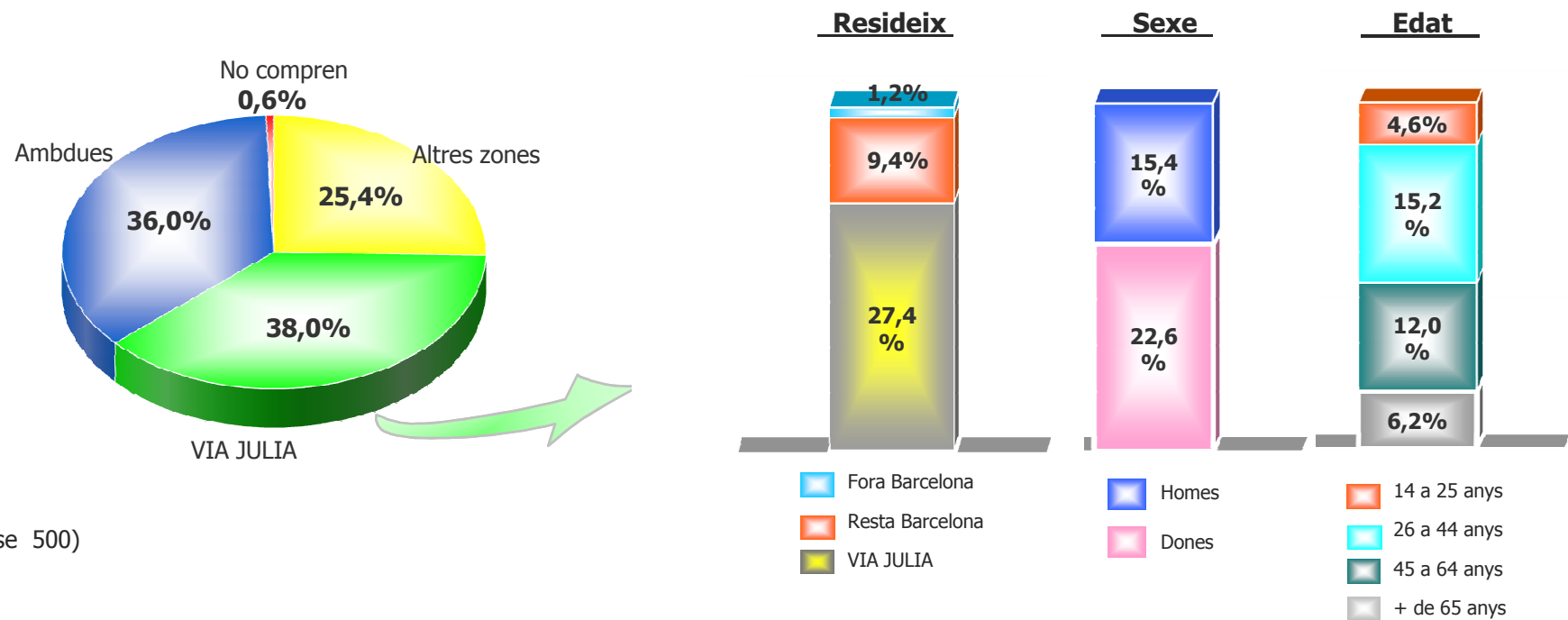
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.



Compren a: VIA JULIA.

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



(Base 500)

- El 38,0% dels visitants compren articles d'ús personal a VIA JULIA. El 72% viuen a Via Julia.
- El 60% dels compradors d'altres zones són dones.
- Per edats és la mateixa situació que en "Parament de la llar" públic més aviat gran.

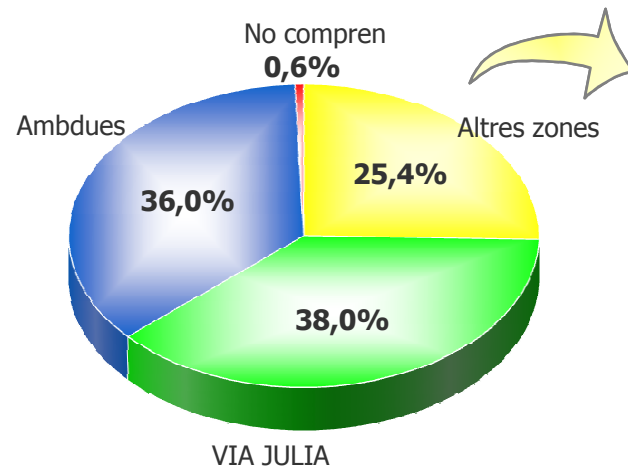
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

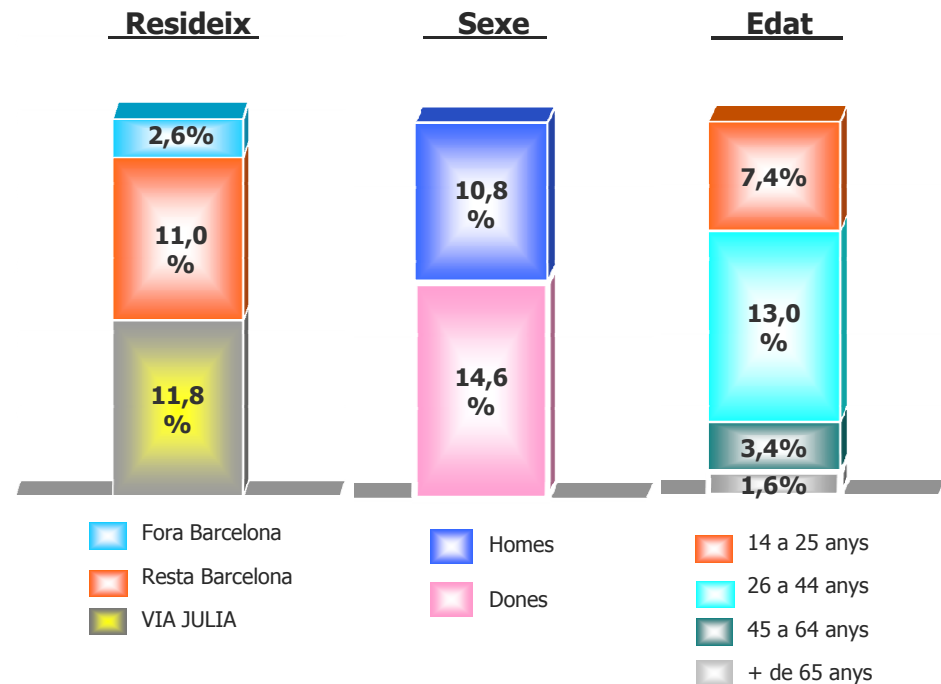


Compren a: Altres Zones

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



(Base 500)

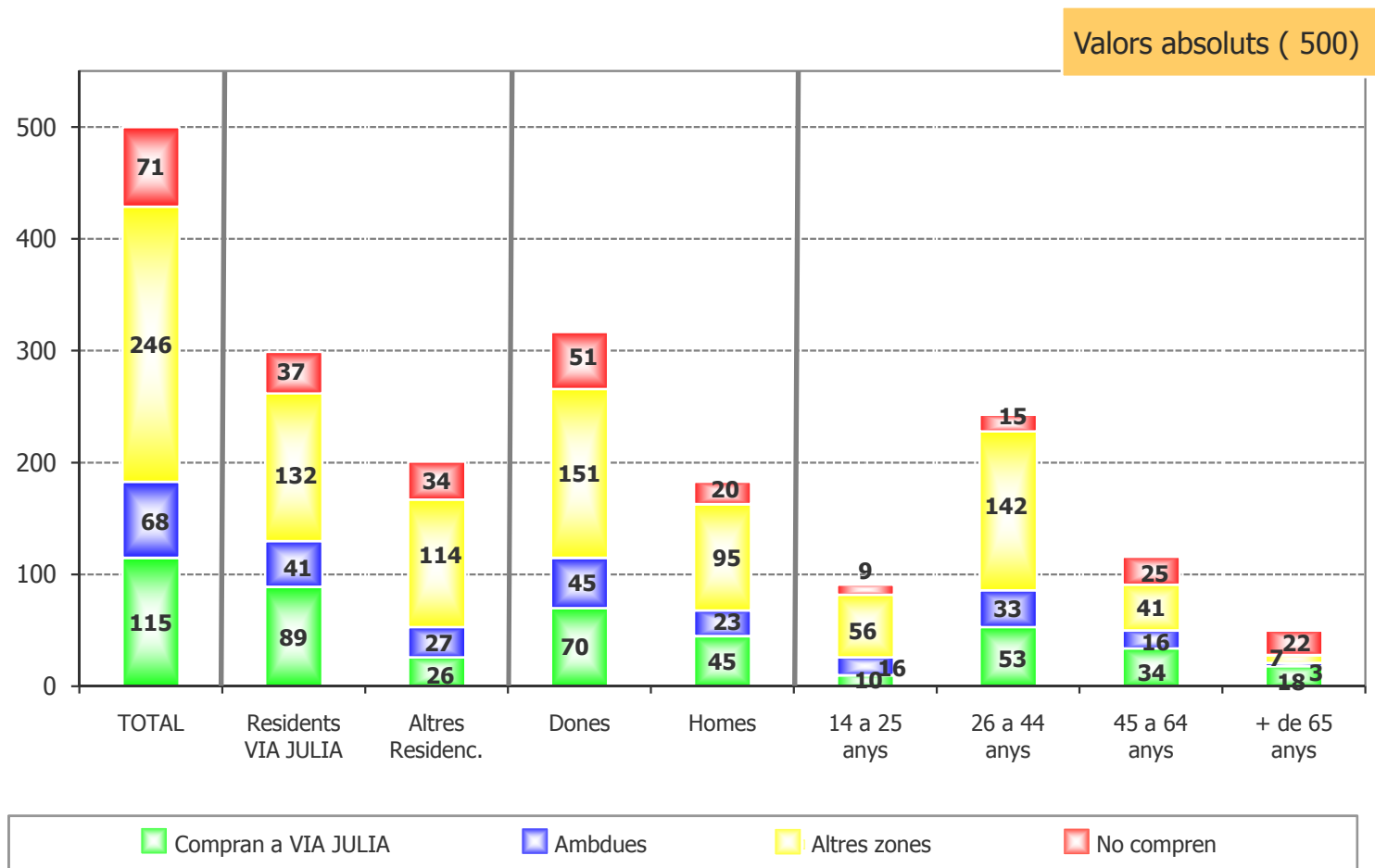


- El 25,4% dels visitants compren aquests articles en altres zones i d'aquests el 47% són residents.
- Per sexes el 58% són dones.
- Per grups d'edat, el de 26 a 44 anys és el que més compra a fora. Els joves compren més i els dos segments de 45 a 64 i més de 65 anys compren menys respecte a la seva participació de presència.

5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

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



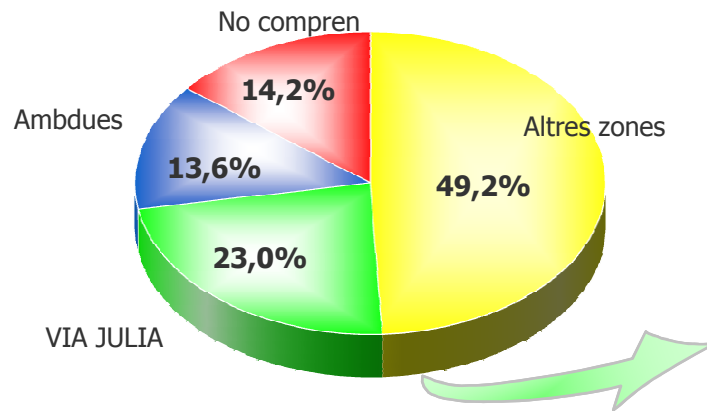
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

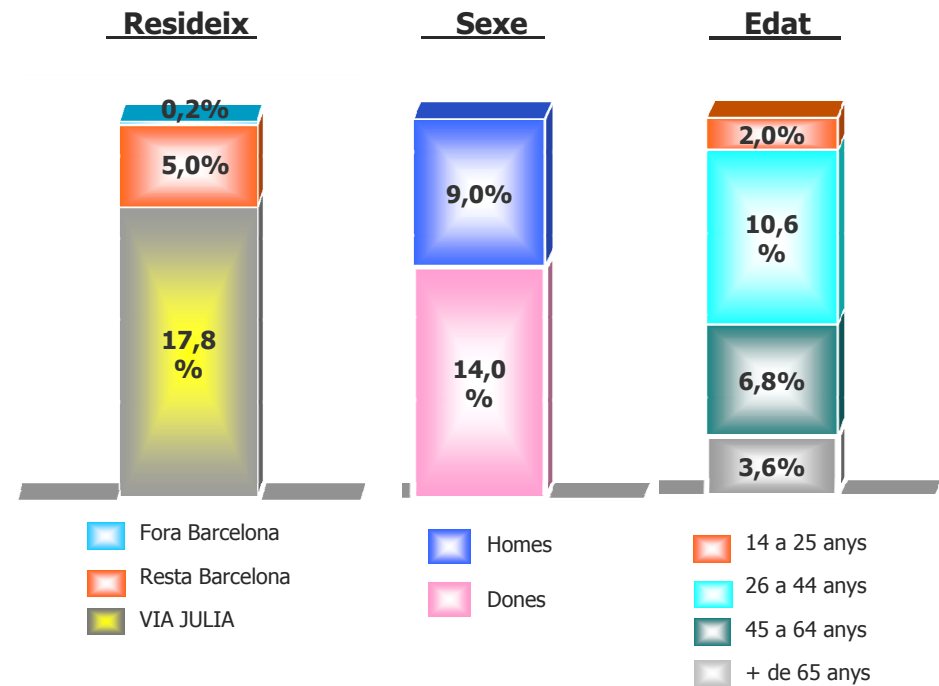


Compren a: VIA JULIA.

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



(Base 500)



- El 23,0% dels visitants compren els articles d'oci a VIA JULIA i el 77% són residents.
- El 61% dels que compren són dones.
- Per edats, els de 26 a 44 anys són els que més compren. Els de més de 65 anys tenen una participació alta respecte a la seva presència.

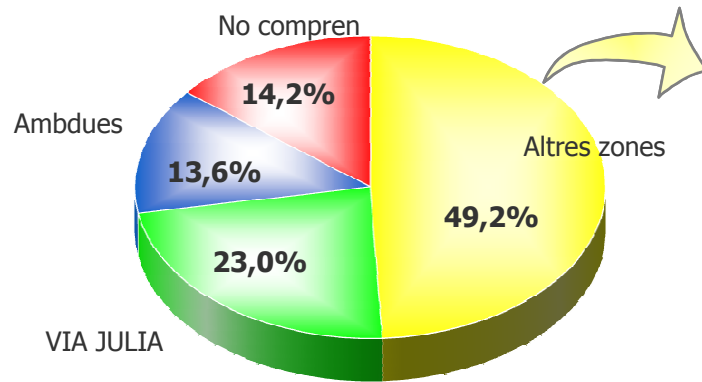
5. - Hàbits de compra.

Zones habituals de compra.

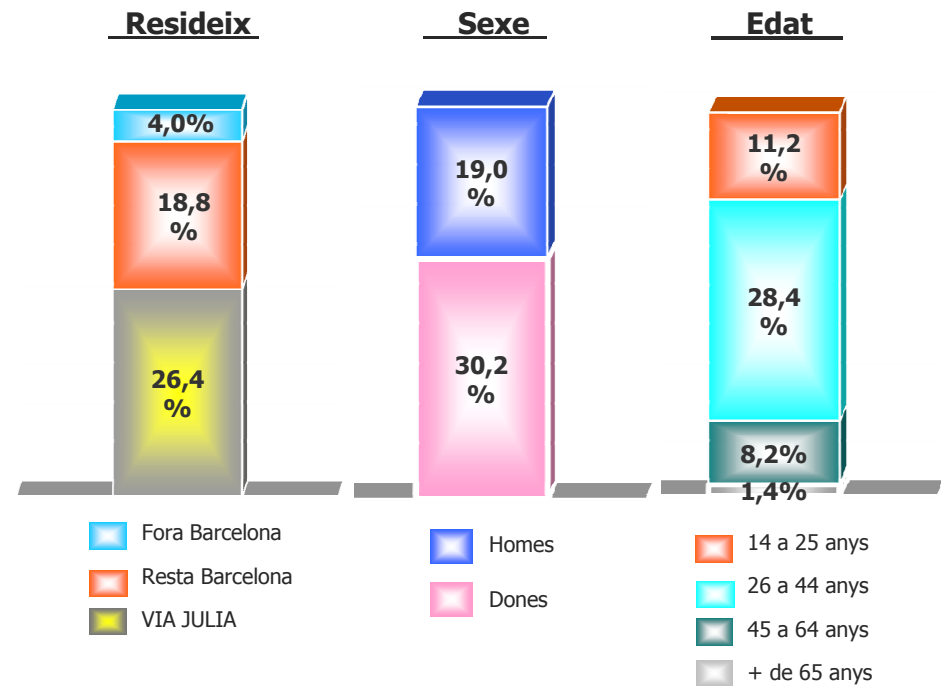


Compren a: Altres Zones

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



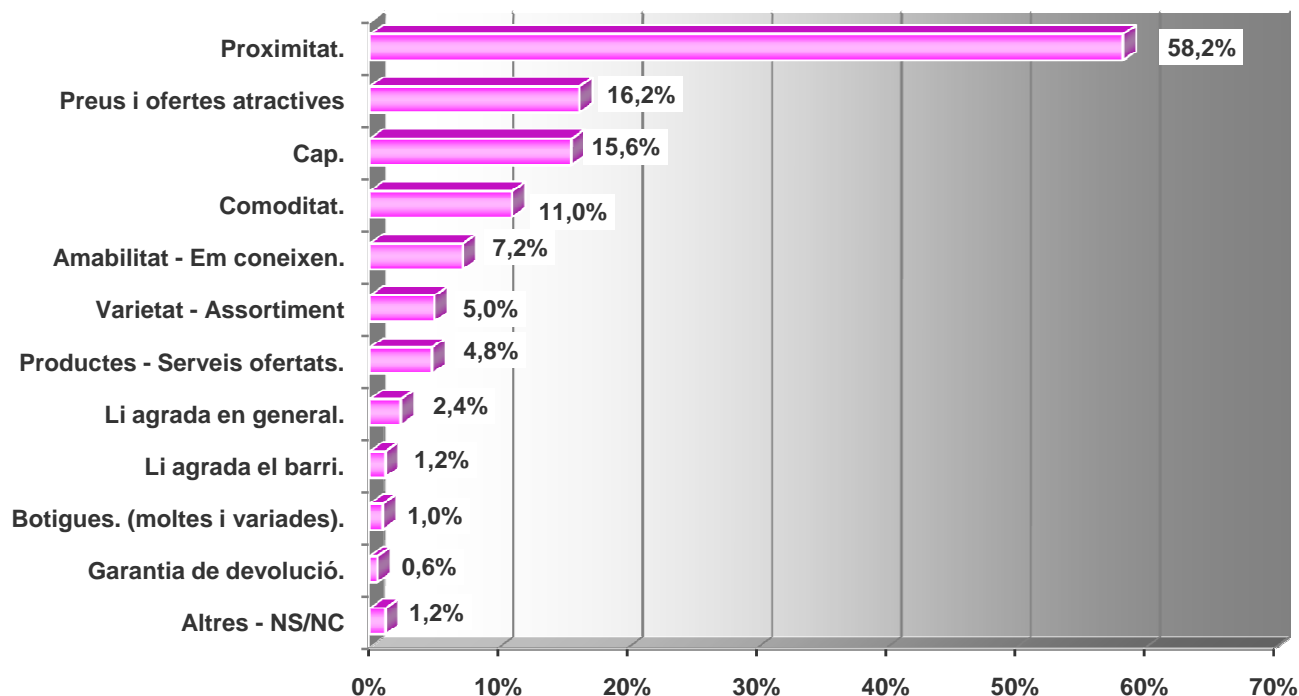
(Base 500)



- El 49,2% dels visitants compren els articles d'oci en altres zones i d'aquests el 54% són residents a Via Julia (26,4% dels visitants).
- Per sexes les dones són el 61%.
- El 58% 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 VIA JULIA. (resposta múltiple)



(Base 500)

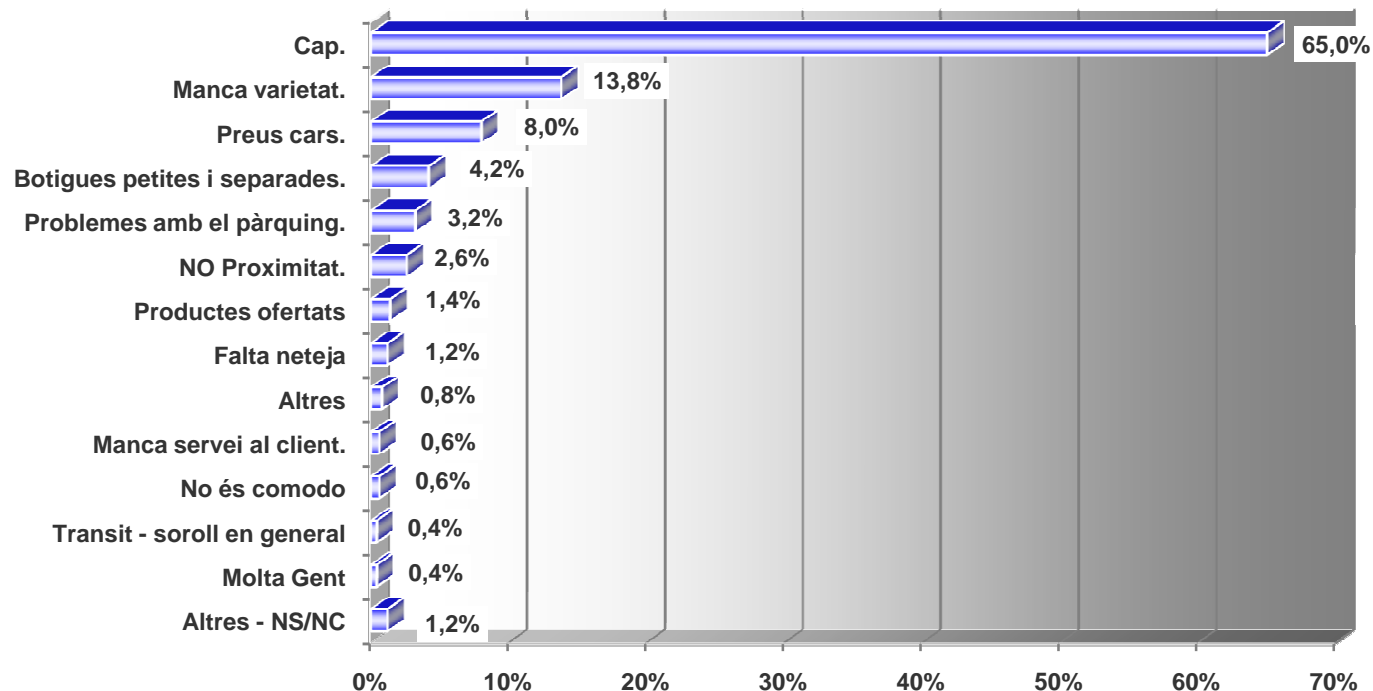
- La proximitat als comerços és la principal avantatge de comprar a VIA JULIA. Ho diu el 58,2% dels visitants.
- Seguidament es valora els preus/ofertes (15,6%) i la comoditat (11,0%).
- Hi ha un 15,6% de visitants que diu "cap avantatge". Són bàsicament no residents a Via Julia.

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.



Via
Julia

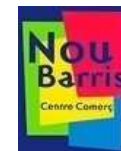
Inconvenients de comprar a VIA JULIA.



(Base 500)

- El 65,0% dels visitants diuen que no hi ha cap inconvenient per comprar als comerços de VIA JULIA.
- No obstant hi ha un 13,8% dels entrevistats que manifesten una manca general de varietat, i un 8,0% diu preus cars.
- El 4,2% diuen que les botigues són petites i estàn separades.

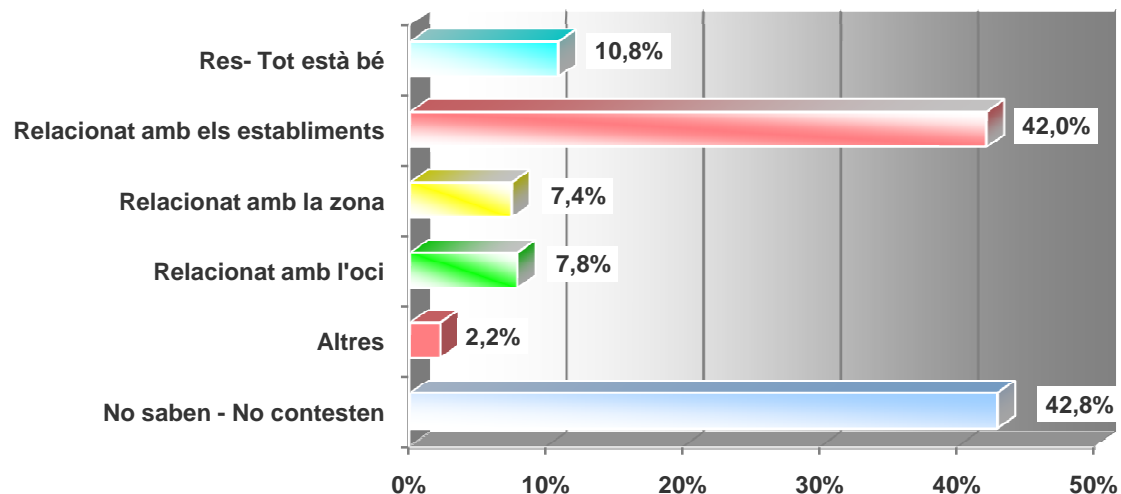
6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.



Via
Julia

Aspectes millorables a VIA JULIA.

(en general – resposta múltiple)



(Base 500)

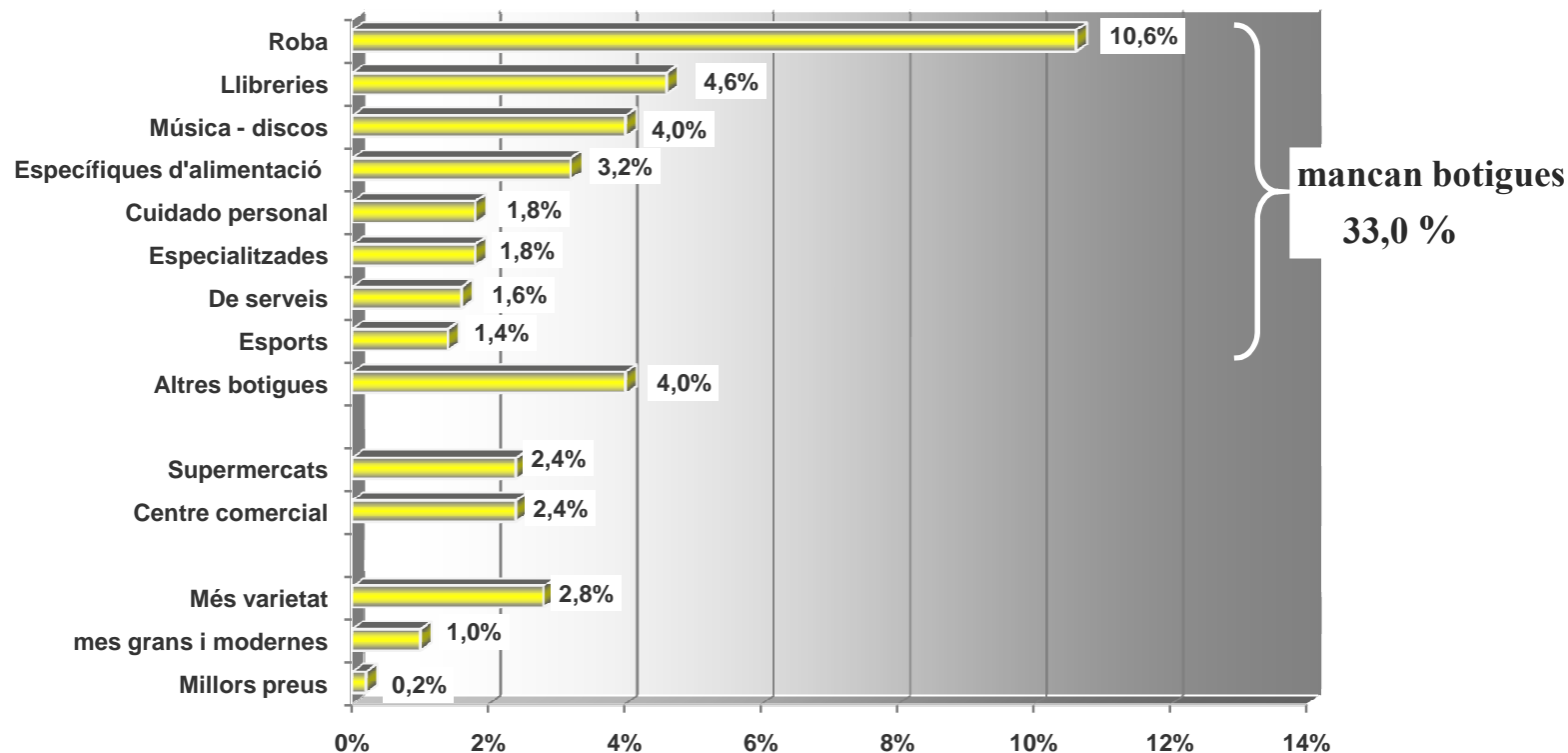
- El 10,8% dels entrevistats manifesten que "tot està bé" i no fa falta millorar res.
- El 42,0% suggereix temes relacionats amb els comerços.
- Hi ha un 7,4% en temes de millora de la zona en general,.
- Un 7,8% diuen temes relacionats amb l'oci (Cine, fast food, restaurants i cafeteries, etc.)

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

Qué es trobar a faltar a VIA JULIA.

(en quant a establiments – resposta múltiple).

Total 42,0 % de sol·licituds



- Hi ha un 33,0% de sol·licituds de manca de botigues de: roba en general i de "marques", llibreries, música/discos.
- Un 2,4% diuen que hi falten supermercats grans, i un 2,4% voldria un centre comercial a la zona.
- El 2,8% manifesta que troba a faltar més varietat.

6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

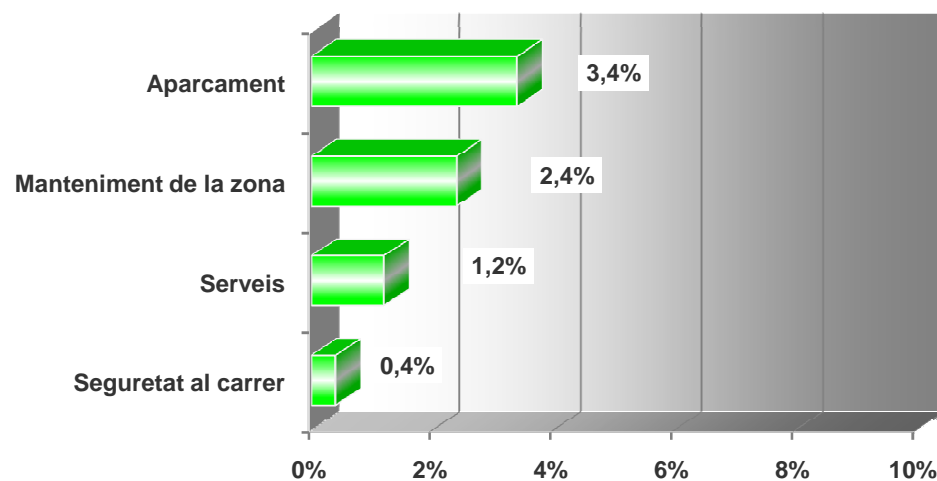


Via
Julia

Aspectes millorables a VIA JULIA.

(en quant a la zona - serveis).

Total 7,4 % de sol·licituds

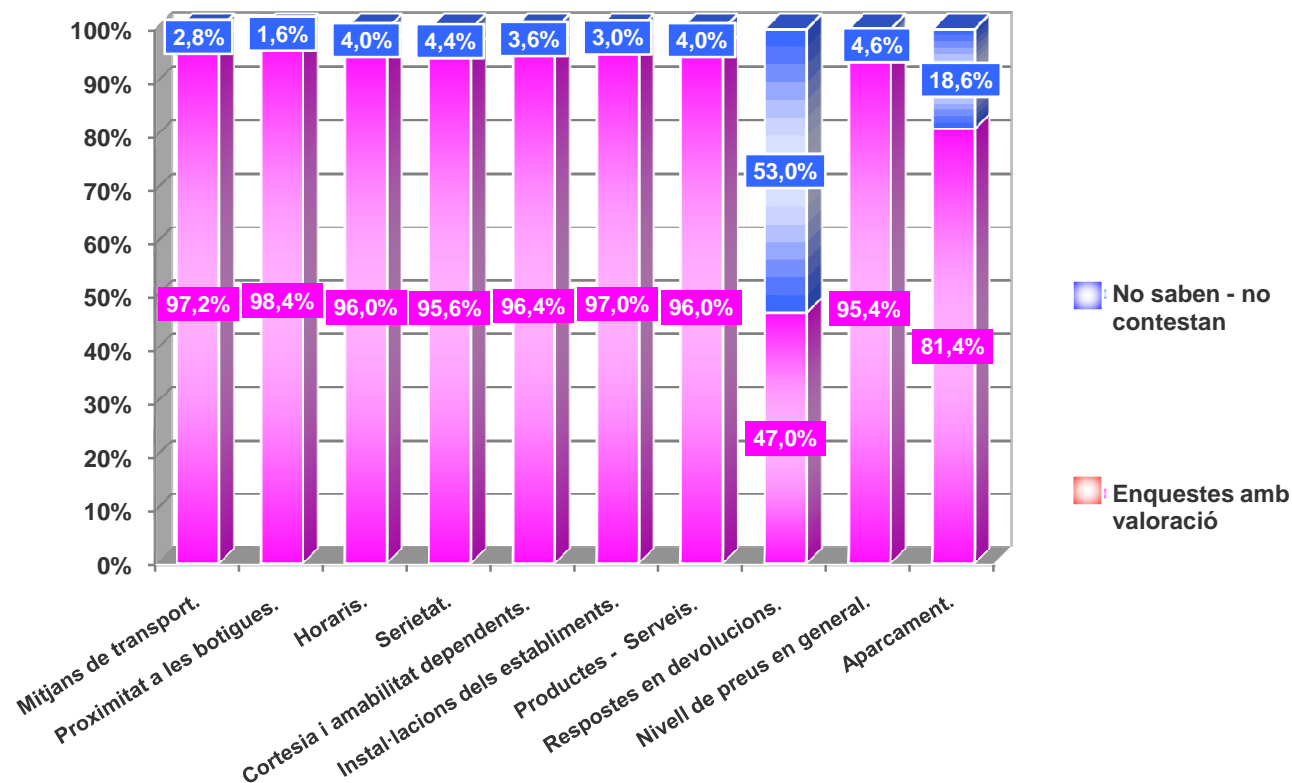


(Base 500)

- L'aparcament és l'aspecte més sol·licitats pel visitants (3,4%).
- A continuació es el manteniment en quant a neteja, jardins, parcs infantils i trànsit són els aspectes sol·licitats pel 2,4% dels visitants.
- Com a serveis sol·liciten majoritàriament "c.a.p." i millora dels autobusos.

7. - Valoració dels comerços i serveis.

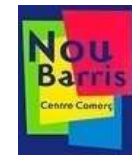
Enquestes amb i sense valoració.



(Base 500)

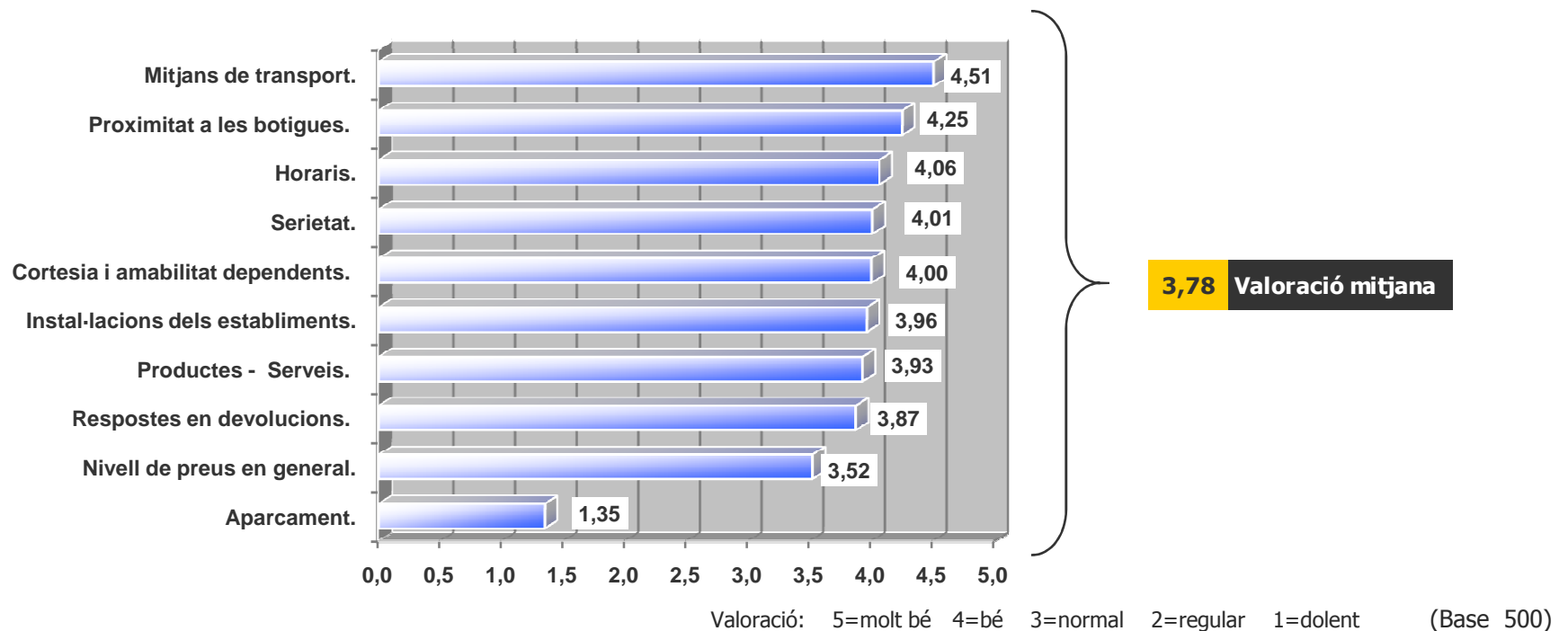
- La mitjana d'enquestes amb valoració està al voltant del 96%.
- El tema de les devolucions tan sols ho ha valorat la meitat del visitants. També en l'aparcament hi ha un 19% que no ha valorat.

7. - Valoració dels comerços i serveis.



Via
Julia

Valoració



- La valoració mitjana "global de tots els aspectes" és de un 3,78. És **gairebé un "bé"**.
- L'aspecte millor és els "mitjans de transport" amb un valor alt (4,51). La "proximitat" als comerços és el segon aspecte amb un 4,25.
- Referent als comerços, hi ha cinc aspectes amb un valor al voltant del 4, que és un "bé" : "horaris", "serietat", "cortesia i amabilitat", "instal·lacions" i "productes i serveis".
- Les "respostes en devolucions" i el "nivell de preus" tenen valoracions una mica més baixes amb un 3,87 i un 3,52.
- L'element menys valorat és l'aparcament amb un 1,35.

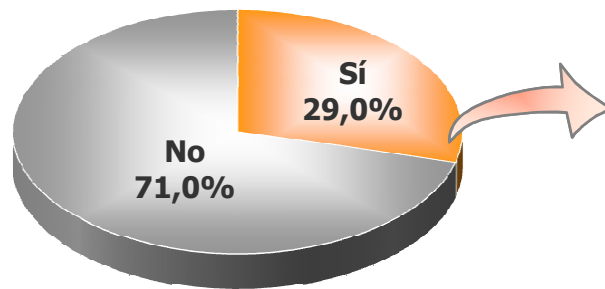
8. - Coneixement de l'organització NOU BARRIS CENTRE COMERÇ



Via
Julia

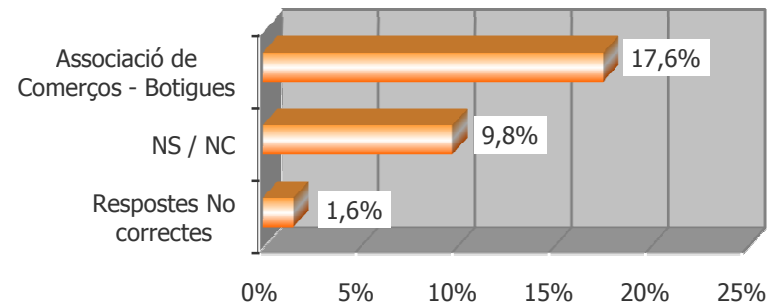
Coneix l'organització:

NOU BARRIS CENTRE COMERÇ



(Base 500)

Como ho defineix (Resposta espontània)



(Base 500)

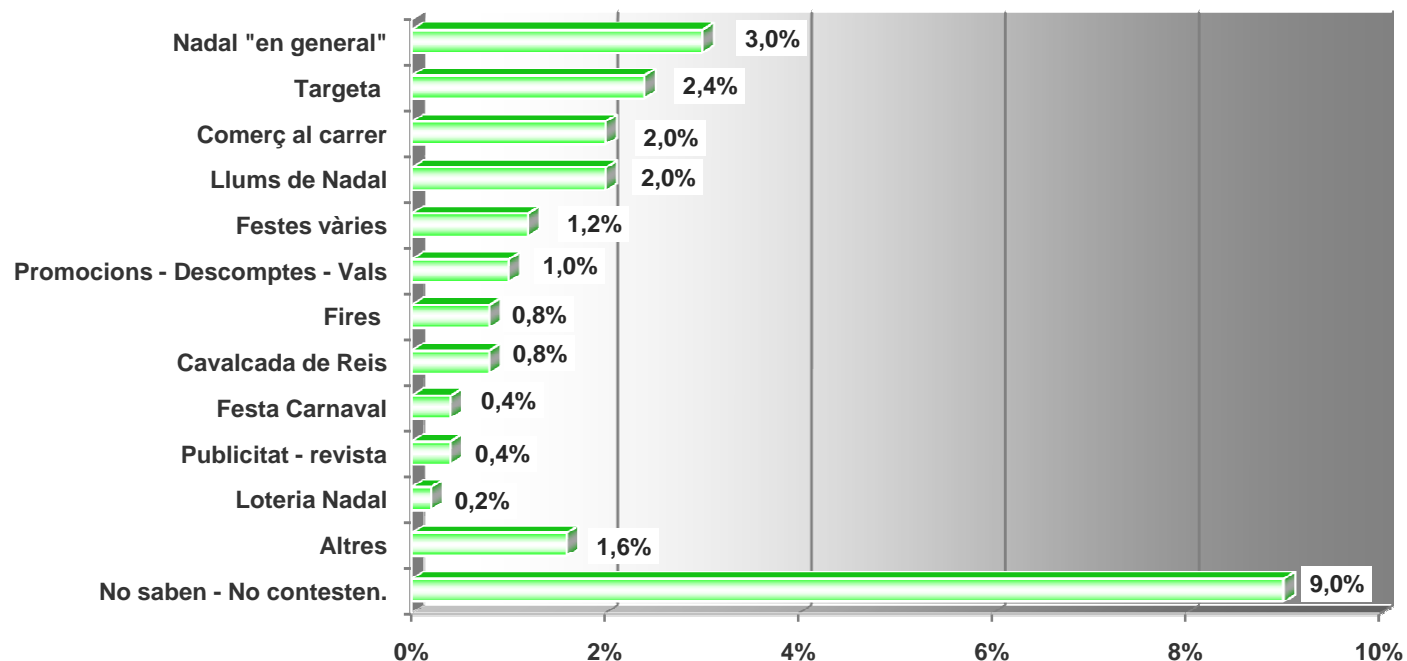
- L'organització NOU BARRIS CENTRE COMERCIAL, és coneguda pel 29,0% dels visitants.
- El 61% dels coneixedors, ho defineixen correctament com una "Associació de comerços".
- Dels que diuen Associació de comerços, el 63% viuen a Via Julia.
- Per edat, el 67% tenen entre 26 i 44 anys. I el 19% entre 45 i 64 anys.
- Per classes social no hi ha diferències significatives. La nacionalitat és 100% espanyola.

8. - Coneixement de l'organització NOU BARRIS CENTRE COMERÇ



Via
Julia

Activitats que recorden de NOU BARRIS CENTRE COMERÇ. (Resposta espontània i múltiple)



(Base 500)

- La meitat dels que diuen Associació de comerços no recorden cap activitat.
- L'activitat més recordada és el "Nadal en general" i tot seguit la "targeta" que ho diu el 3,0% i el 2,4% dels visitants.
- El "comerç al carrer" i les "llums de Nadal" és recordat pel 11% dels coneixedors, 2% dels visitants.
- El 6% dels visitants recorden activitats de Nadal i Reis.

9 – Conclusions.



Via
Julia

Perfil dels visitants.

- ✓ El perfil tipus es pot definir com dona entre 26 i 44 anys, resident a Via Julia, de classe social mitjana i baixa.
- ✓ El 59,8% dels visitants viuen a la zona de Via Julia.
- ✓ La resta de visitants, són d'altres districtes de Barcelona (34,2%) i la resta de fora de Barcelona.
- ✓ El 82,6% són de nacionalitat espanyola.
- ✓ Dos de cada tres visitants hi van sols.
- ✓ El 78,0% accedeix caminant. La resta ho fa en transport públic (14,4%) i privat (7,6%).
- ✓ El motiu principal d'estar en l' Eix Comercial és el de passejar (35,2%), seguit de comprar (30,8%). Altres motius són: viu a la zona (17,0%), visita a familiars i/o amics i treballa a Via Julia.
- ✓ El 57,4% dels visitants tenen la intenció de visitar comerços. El principal és d'alimentació (22,4%), seguit de roba personal (12,4%).
- ✓ El 71,4% visiten una vegada a la setmana o més els comerços de VIA JULIA.

9. – Conclusions.



Via
Julia

Valoració de Eix Comercial VIA JULIA.

- ✓ El 29,0% dels visitants coneixen l'organització NOU BARRIS CENTRE COMERÇ, i un 17,6% ho defineixen com una "Associació de comerços".
- ✓ La meitat dels que diuen Associació de comerços no recorden cap activitat. L'altre meitat anomena principalment: Nadal en general, targeta, comerç al carrer, llums de Nadal i festes vàries.
- ✓ El 39,8% dels visitants, compren habitualment a VIA JULIA, comparteixen amb altres zones el 39,6% i un 20,6% compren exclusivament en altres zones.
- ✓ Els compradors d'altres zones ho fan habitualment a: Centres Comercials, Resta Districtes i Centre.
- ✓ En èpoques de major compra com Nadal, Reis i/o Rebaixes, la fidelitat a VIA JULIA baixa. Perd 10,8 punts i compra exclusivament a VIA JULIA el 29,0%. Un 43,8% comparteix les compres amb altres zones i un 26,4% només compra a altres zones.
- ✓ En les categories de productes, s'observa que l'alimentació és comprada a l'Eix Comercial pel 53,0%, mentre que parament de la llar només pel 35,4% i cuidado personal pel 38,0%. El tema d'oci és a on més baixa la fidelitat a un 23,0%.

9. – Conclusions.



**Via
Julia**

Valoració de Eix Comercial VIA JULIA.

- ✓ Les tres principals avantatges de compra a VIA JULIA són: proximitat als comerços, preus /ofertes i comoditat.
- ✓ En quant a inconvenients, el 65,0% diu que no hi ha cap. Destacar que el 13,8% dels visitants, manifesten clarament una manca general de varietat o d'assortiment.
- ✓ En conjunt la mitjana de valoració dels comerços i serveis de VIA JULIA és de 3,78 (gairebé un "bé"), en una escala de 1 a 5 (dolent a molt bé).
- ✓ Els mitjans de transport (4,51), juntament amb la proximitat (4,25) són els aspectes millors valorats. L'aparcament és l'aspecte amb menys valoració (1,35).