



Estudi 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 SANT MARTÍ EIX COMERCIAL .....	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 algun 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 SANT MARTÍ EIX COMERCIAL i activitats realitzades.

## 2. – Metodologia.

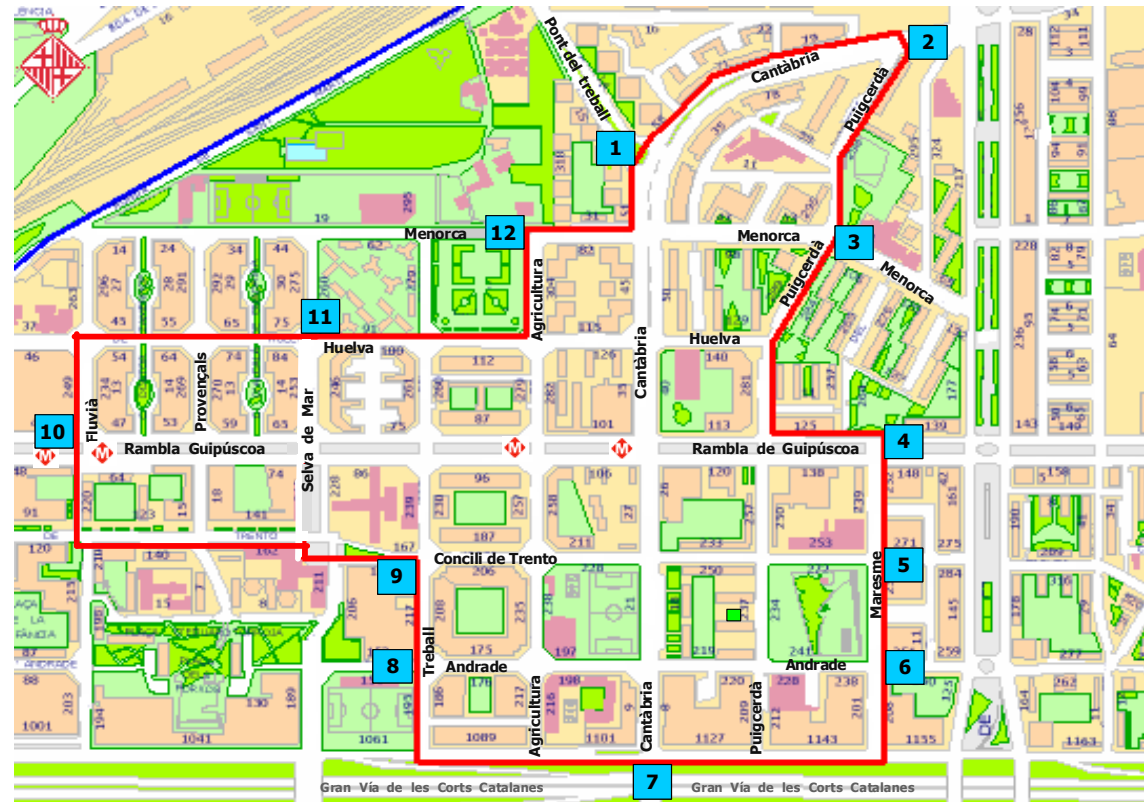
- La tècnica utilitzada ha estat la d'entrevista personal amb questionari predefinit.
  - ✓ Es van realitzar dintre de l'Eix SANT MARTÍ EIX COMERCIAL.
  - ✓ L'entrevista es realitzaran en català i castellà, segons l'idioma de l'entrevistat.
  - ✓ El Target objectiu d'aquest estudi han estat individus 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 1.023 entrevistes del target descrit.
  - La selecció dels entrevistats es va fer de forma "aleatoria".
  - Amb aquesta mostra tenim un error mostral de +/- 3,2 % 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 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>
2	3	4	5	6	7	--
9	10	11	12	13	14	--

## 2. – Metodologia.

### Mapa de SANT MARTÍ EIX COMERCIAL

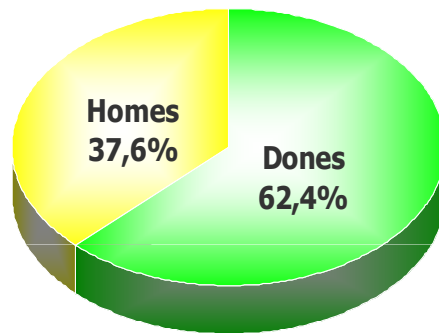


 Eix comercial

 Accessos principals

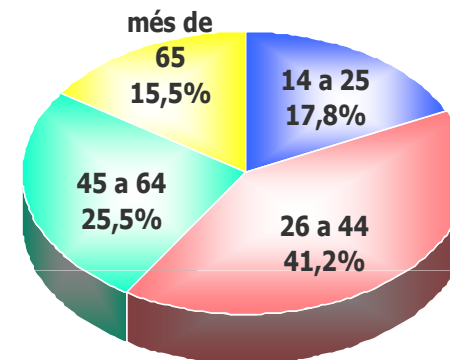
### 3. - Perfil sociodemogràfic.

#### Sexe



(Base 1.023)

#### Edat

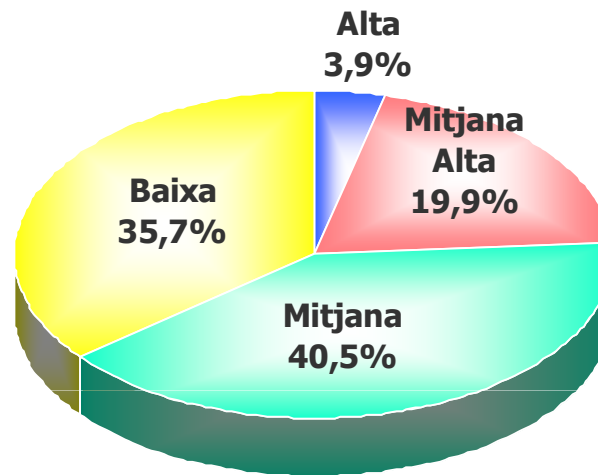


(Base 1.023)

- El 62,4% dels visitants en l'horari establert són dones.
- En relació a l'edat, el grup més gran és el de 26 a 44 anys amb un 41,2%, seguit del de 45 a 64 anys amb un 25,5%
- Els joves de 14 a 25 anys són el 18,8% i els de més de 65 anys el 15,5%.

### 3. - Perfil sociodemogràfic.

#### Classe social

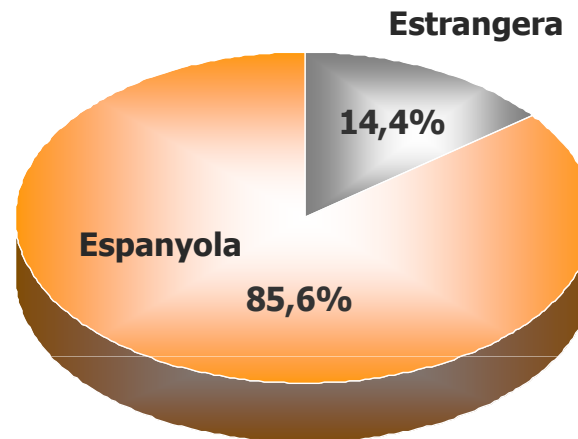


(Base 1.023)

- La classe social dels visitants més representatives és la Mitjana (40,5%), seguida de la Baixa (35,7%).
- La Mitjana Alta és un 19,9% i l'Alta un 3,9%.

### 3. - Perfil sociodemogràfic.

#### Nacionalitat



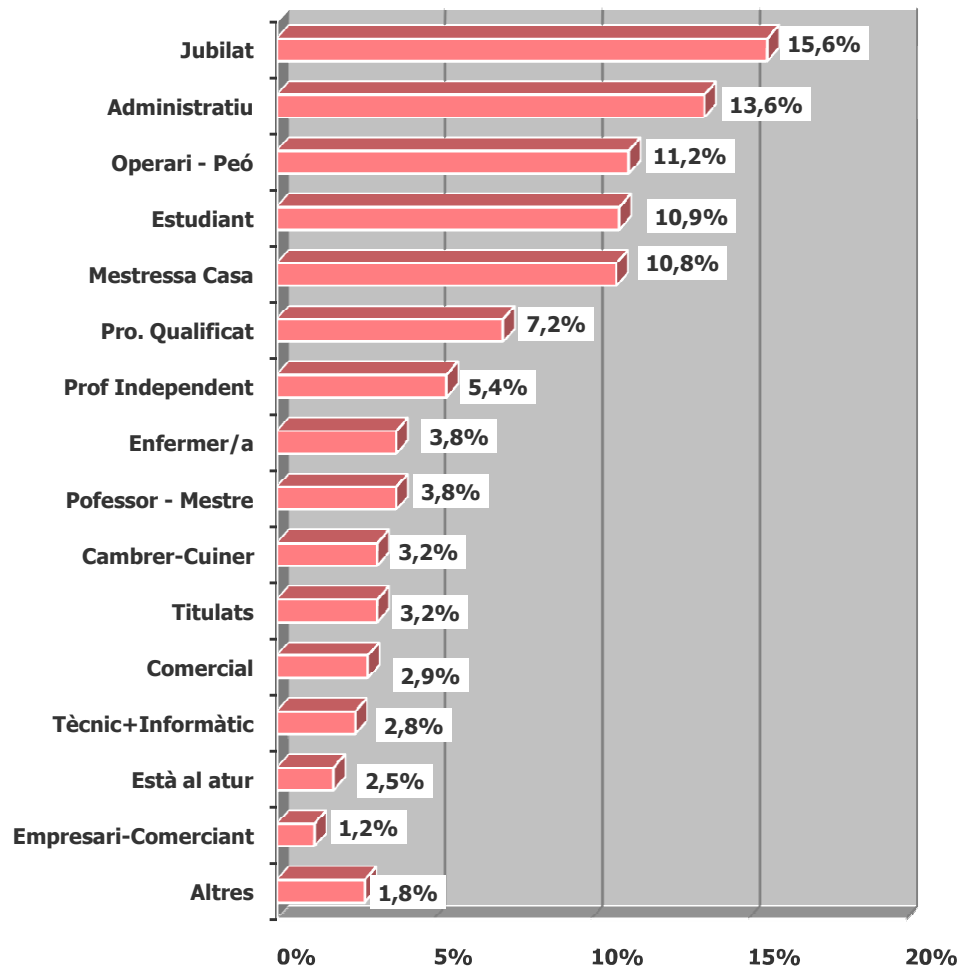
(Base 1.023)

- La majoria dels visitants són Espanyols (85,6%).
- La resta amb un 14,4% són de països estrangers. Ressaltar que el 88,5% són originaris d' America Central i del Sud. Els països amb major representació són: Ecuador, Perú, Colombia, Argentina, Chile.
- Dels estrangers, el 55% viuen a SANT MARTÍ



### 3. - Perfil sociodemogràfic.

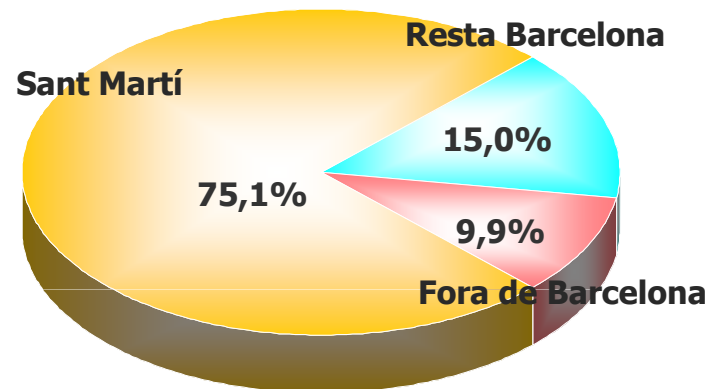
#### Professió entrevistat



- El grup més gran de visitants són el jubilatats amb un 15,6%.
- Les mestresses de casa són el 10,8% dels visitants.
- Podem dir que 1 de cada 4 visitants estan formats per jubilatats i mestresses de casa.
- La professió més important són els administratius (13,6%) seguit del operaris/peons amb un 11,2%.
- Els estudiants són el 10,9% dels visitants.

### 3. - Perfil sociodemogràfic.

#### Lloc de residència

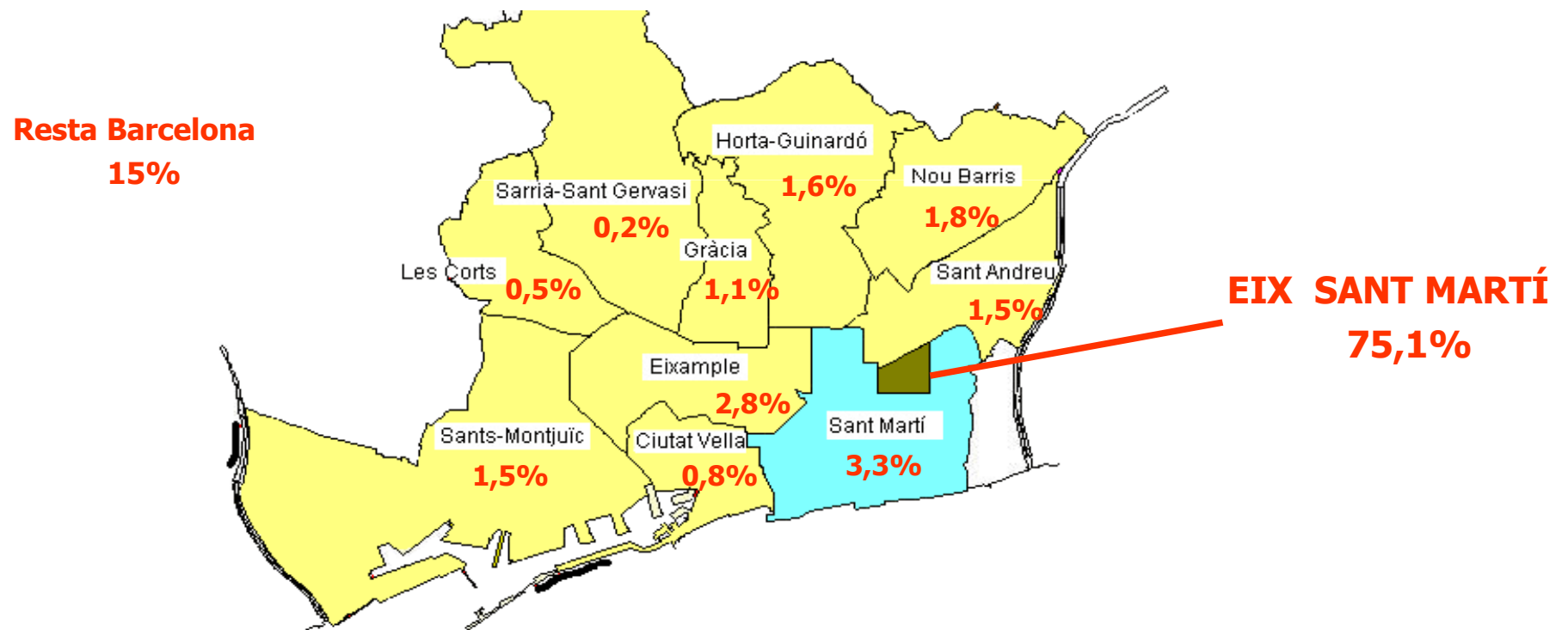


(Base 1.023)

- El 75,1% dels visitants viuen a SANT MARTÍ.
- Dins de SANT MARTÍ es pot entendre, a part de la zona de l'Eix Comercial, les zones properes al mateix Eix, doncs el percentatge és elevat.
- De la resta de BARCELONA, el 3,3% manifesten que viuen al districte de SANT MARTÍ. En total el 78,4% viu al districte de SANT MARTÍ.

### 3. - Perfil sociodemogràfic.

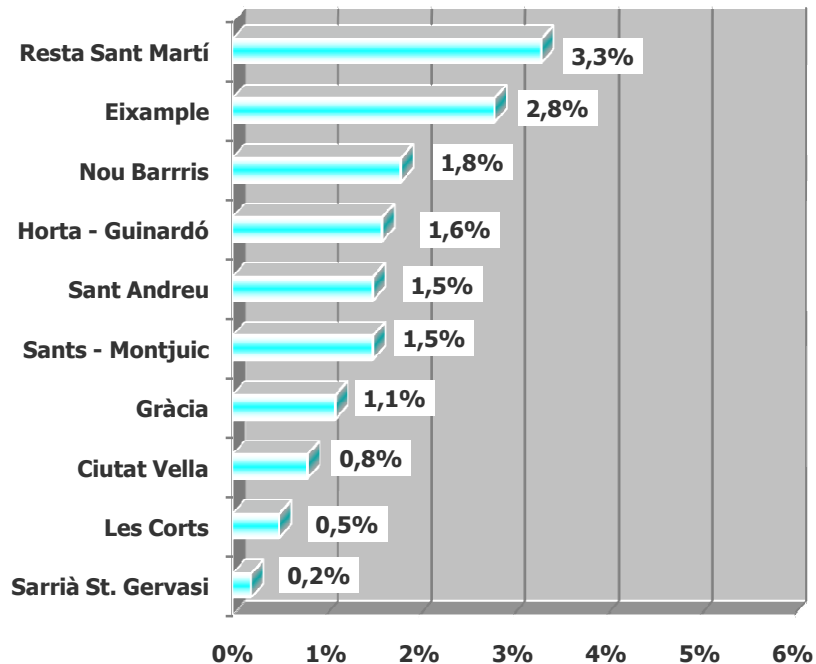
#### Lloc de residència – Ciutat de Barcelona



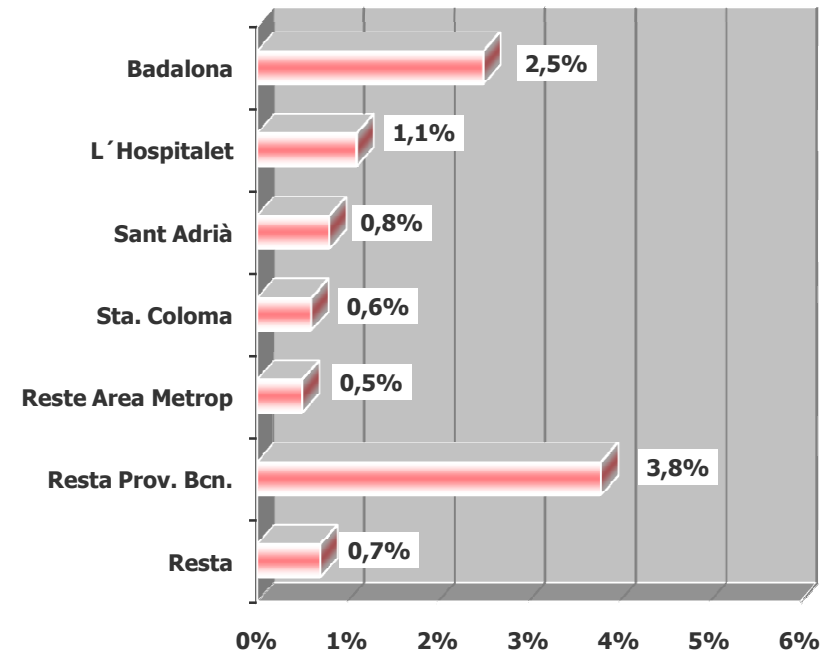
(Base 1.023)

### 3. - Perfil sociodemogràfic.

#### Resta de Barcelona (15,0%)



#### Fora de Barcelona (9,9%).

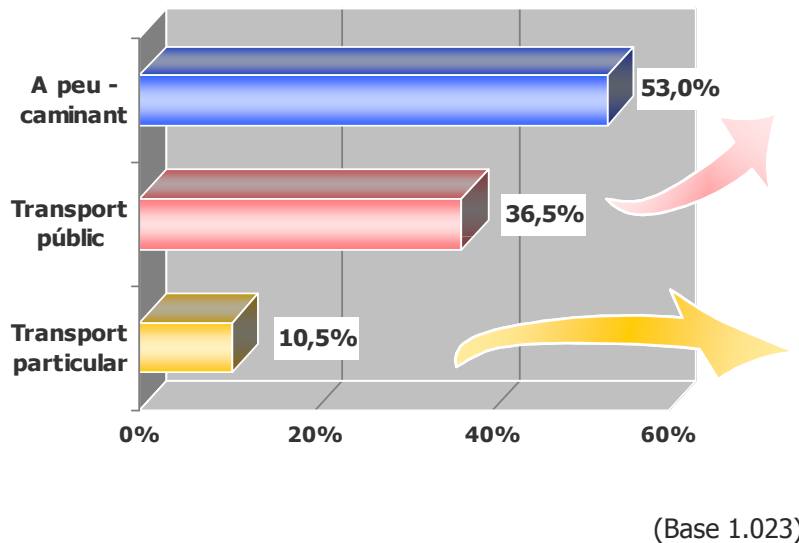


(Base 1.023)

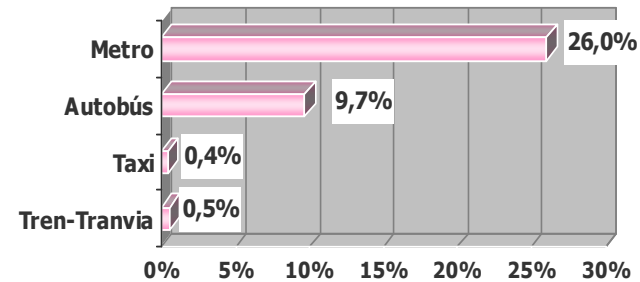
- Del 15% que viuen a la resta de Barcelona, a part del 3,3% de SANT MARTÍ, hi han visitants dels 9 districtes. El que té més visitants és l'Eixample amb un 2,8%, seguit de Nou Barris amb el 1,8%.
- En referència als visitants de fora de Barcelona, el 5,4% són del Àrea Metropolitana de Barcelona. Badalona és la població amb més visitants (2,5%).

### 3. - Perfil sociodemogràfic.

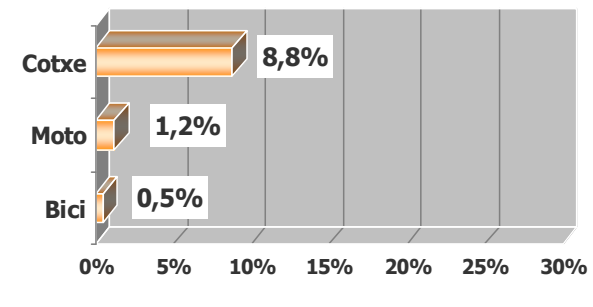
#### Mitjà de transport utilitzat



#### Transport públic



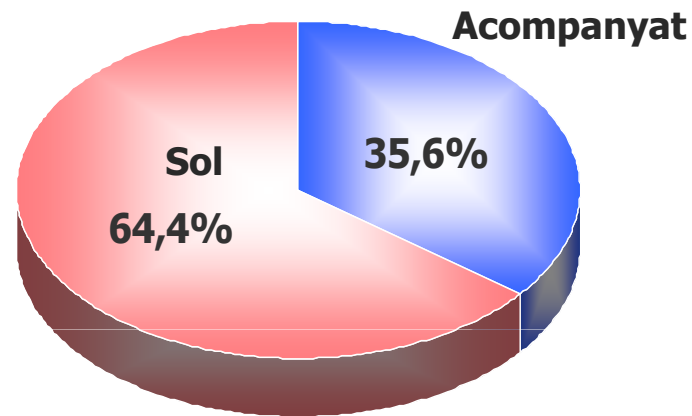
#### Transport particular



- Una mica més de la meitat dels visitants (53%) van accedir caminant al EIX COMERCIAL.
- Les altres formes són amb transport públic (36,5%) i privat (10,5%).
- El mitjà més utilitzat és el metro que ho utilitza una de cada quatre visitants. A continuació li segueixen l'autobús i el cotxe amb percentatges molt semblants. La utilització de la moto és del 1,2%, i la resta de mitjans està al voltant del 0,5%.

### 3. - Perfil sociodemogràfic.

#### Hi va sol o acompanyat

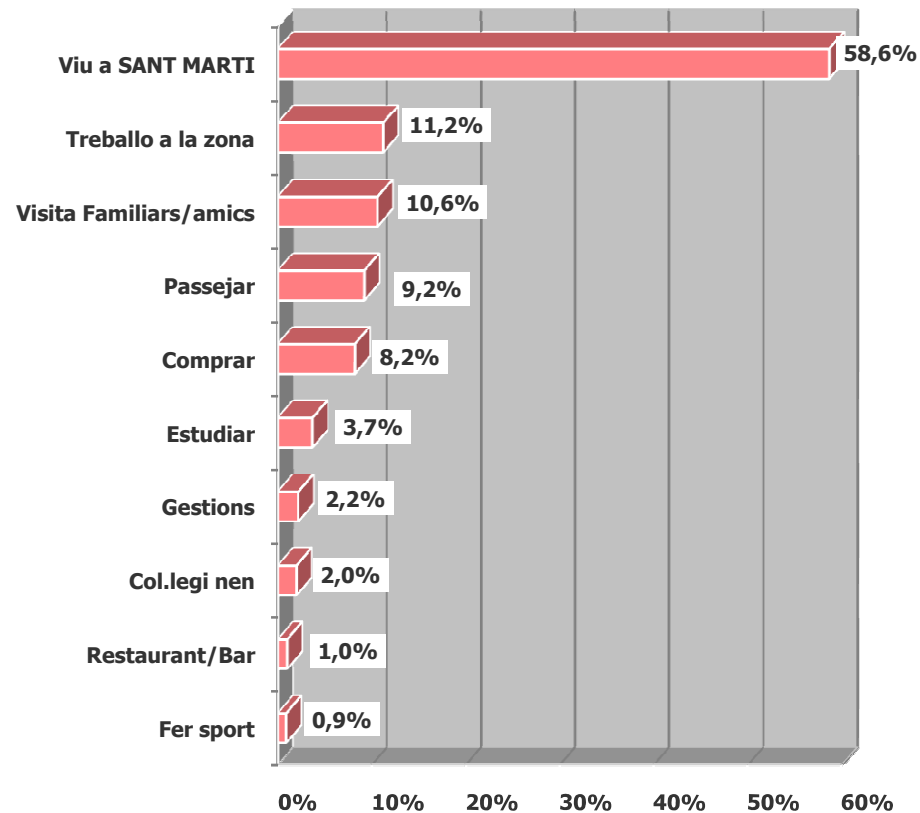


(Base 1.023)

- 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 el grup de sols és principalment els de 45 a 64 anys i els de més de 65 anys.
- Els que van acompanyats destaca el grup de 26 à 44 anys

## 4. - Hàbits de visita.

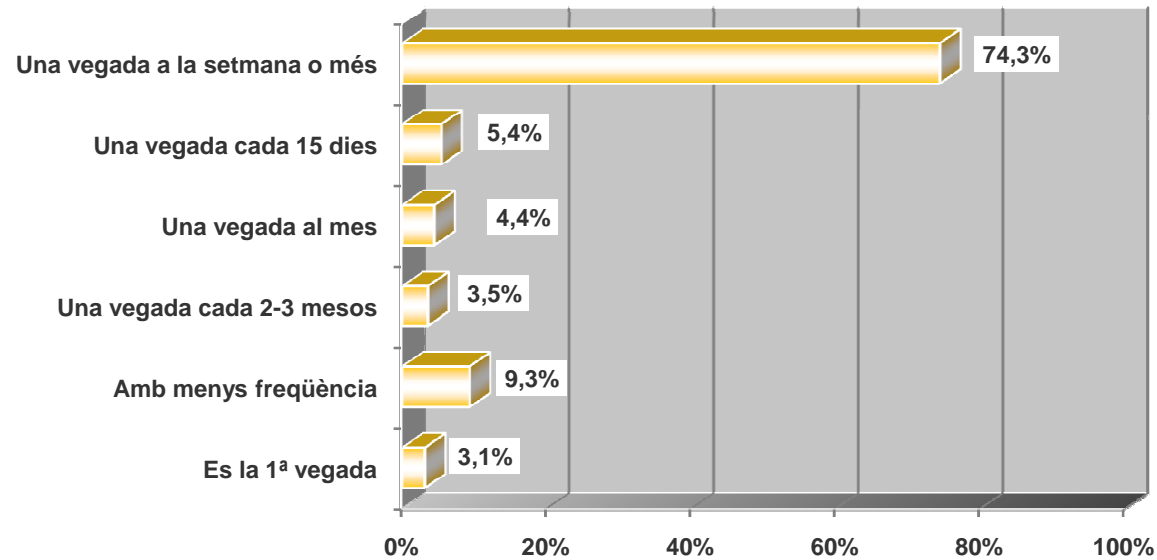
### Motius de la visita a L'EIX COMERCIAL



- El motiu més anomenat és el "vic a la zona" amb un 58,6%. Al ser una resposta espontània pot existir altres motius (comprar, passejar, etc..)
- En segon lloc el motiu pel qual està a la zona de l'Eix és el de "treball a la zona" amb un 11,2%.
- Hi han 2 motius amb un pes gairebé igual: "Visitar a familiars i/o amics" 10,6% i "passejar" 9,2%
- El cinquè motiu és "comprar" amb un 8,2%. Aquest motiu en realitat és més elevat ja que un 30,6% dels visitats visitaran un establiment d'alimentació.

## 4. - Hàbits de visita.

### Freqüència de visita



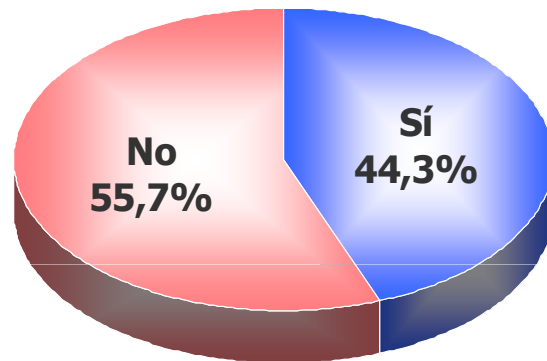
(Base 1.023)

- El 74,3% dels visitants visiten amb molta freqüència els comerços de SANT MARTÍ.
- Dels visitants de "una vegada o més a la setmana", un 90,3% viuen a SANT MARTÍ.
- Referent al segment d'edats, el de més de 65 anys és el que visita en més freqüència.
- Les dones són les que més freqüentment visiten els comerços



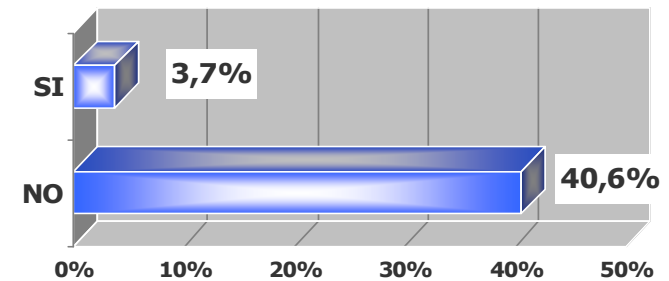
## 4. - Hàbits de visita.

### Intenció de visitar algun establiment



(Base 1.023)

### Anomenant el Mercat espontàneament

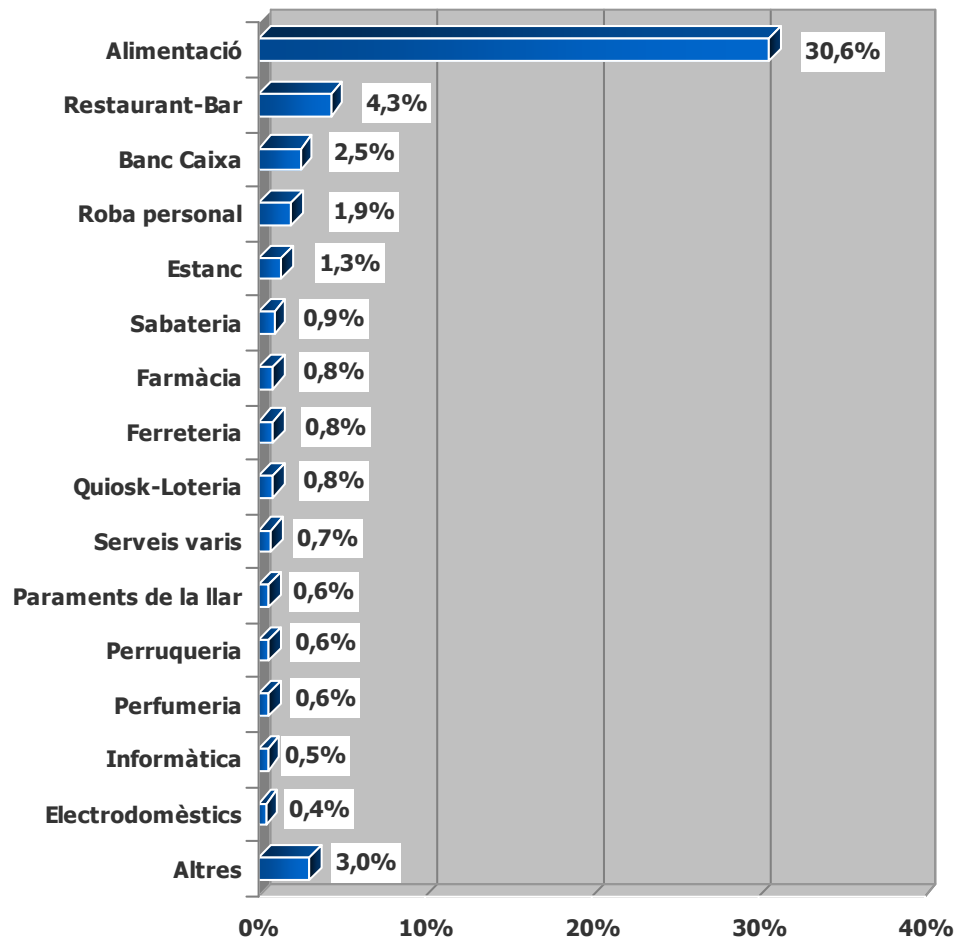


(Base 1.023)

- El 44,3% dels visitants tenen intenció de visitar algun establiment.
- Els residents tenen més intenció que la resta (77,5% residents)
- Per edat el segment de 45 a 64 anys és el que manifesta més intencions de visitar comerços.
- El mercat és anomenat de forma espontània pel 3,7% dels visitants, i representen el 12,1% dels visitants que tenen intenció de visitar un establiment d'alimentació.

## 4. - Hàbits de visita.

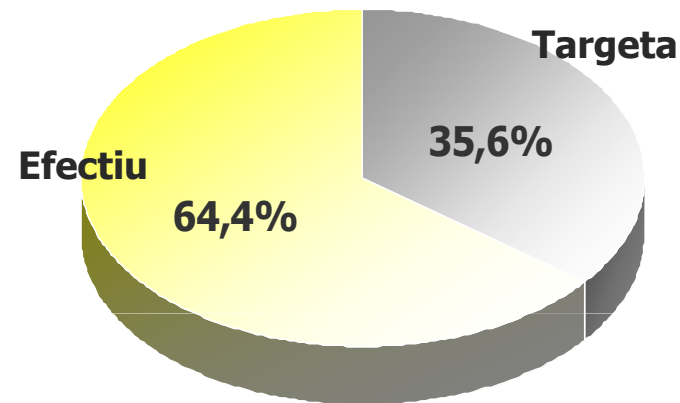
### Tipus d'establiment que preveu visitar (resposta múltiple)



- L'establiment amb més visites previstes és el d'alimentació que ho faràn el 30,6% dels visitants.
- El segon establiment en importància de visites són els restaurants i/o bars amb un 4,3%
- A continuació són el bancs i/o caixes amb un 2,5%.
- Els comerços de roba personal seràn visitats per un 1,9%.
- La resta de comerços tenen una previsió de visita baixa.
  
- La mitjana d'establiments anomenats pels visitants amb intenció de fer-ho és de 1,1.

## 5. - Hàbits de compra.

### Forma de pagament habitual

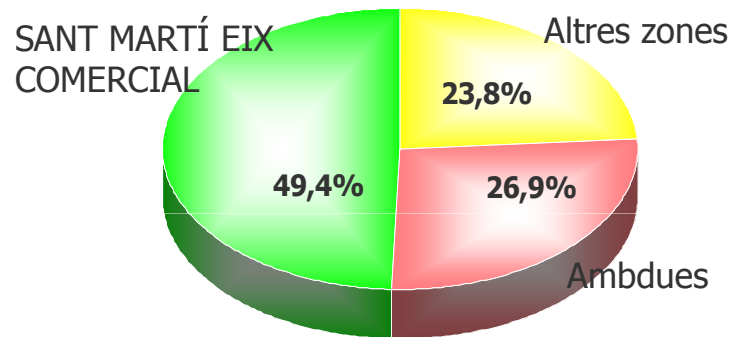


(Base 1.023)

- La majoria dels visitants pagan habitualment en efectiu (64,4%)
- 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 de forma habitual amb targeta.
- En quant a sexes no hi ha diferències en la forma de pagament.

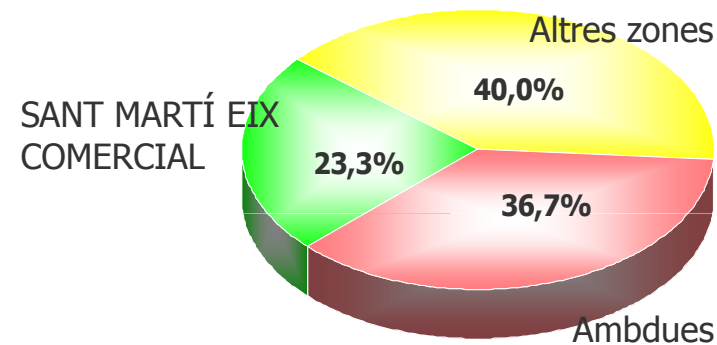
## 5. - Hàbits de compra.

Habitualmet compra a:



(Base 1.023)

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



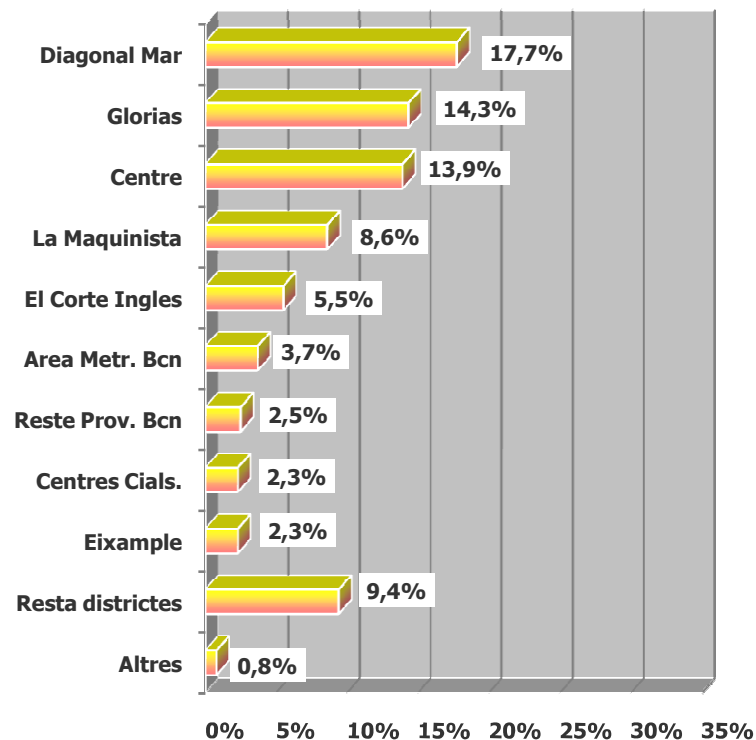
(Base 1.023)

- La meitat desl visitants manifesten comprar a SANT MARTÍ.
- El 26,9% diuen que a més de SANT MARTÍ compra a Altres zones i un 23,8% ho fa directament a altres zones.
- En èpoques de Nadal, Reis i/o Rebaixes només un de cada quatre visitants és manté fidel a SANT MARTÍ.
- Del 26,1% que deixen de comprar a SANT MARTÍ, un 16,2% declara que ho fa en altres zones i un 9,8% combina SANT MARTÍ i altres zones.

## 5. - Hàbits de compra.

### Altres zones de compra habitual:

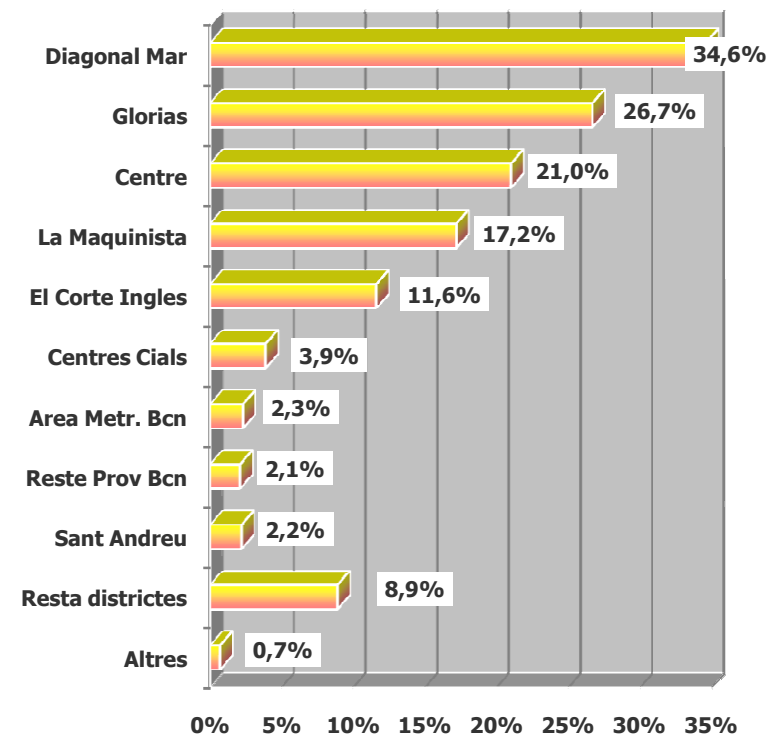
(compradors d'ambdues i d'altres zones)



### Altres zones de compra en èpoques especials

(Nadal, Reis, Rebaixes):

(compradors d'ambdues i d'altres zones)

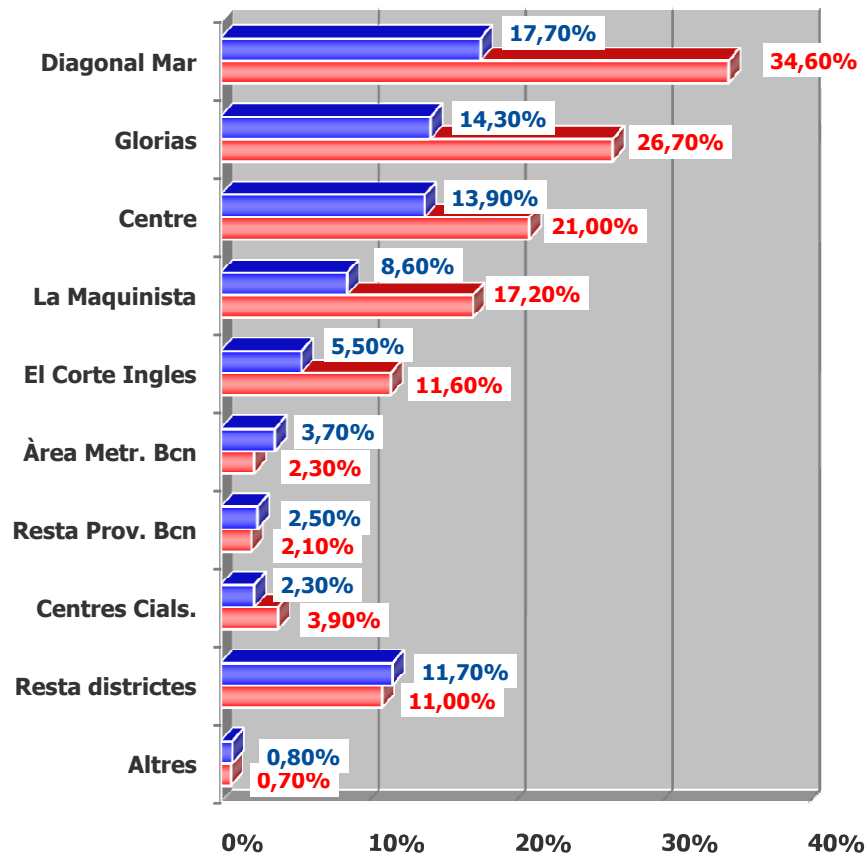


(Base 1.023)

- Les altres zones de compra són el Centres Comercials en un 38,6% habitualment i que es duplica en èpoques especials de grans compres.
- En segon lloc està el "centre" que hi va el 13,9% dels visitants habitualment i que arriba el 21% en èpoques especials.

## 5. - Hàbits de compra.

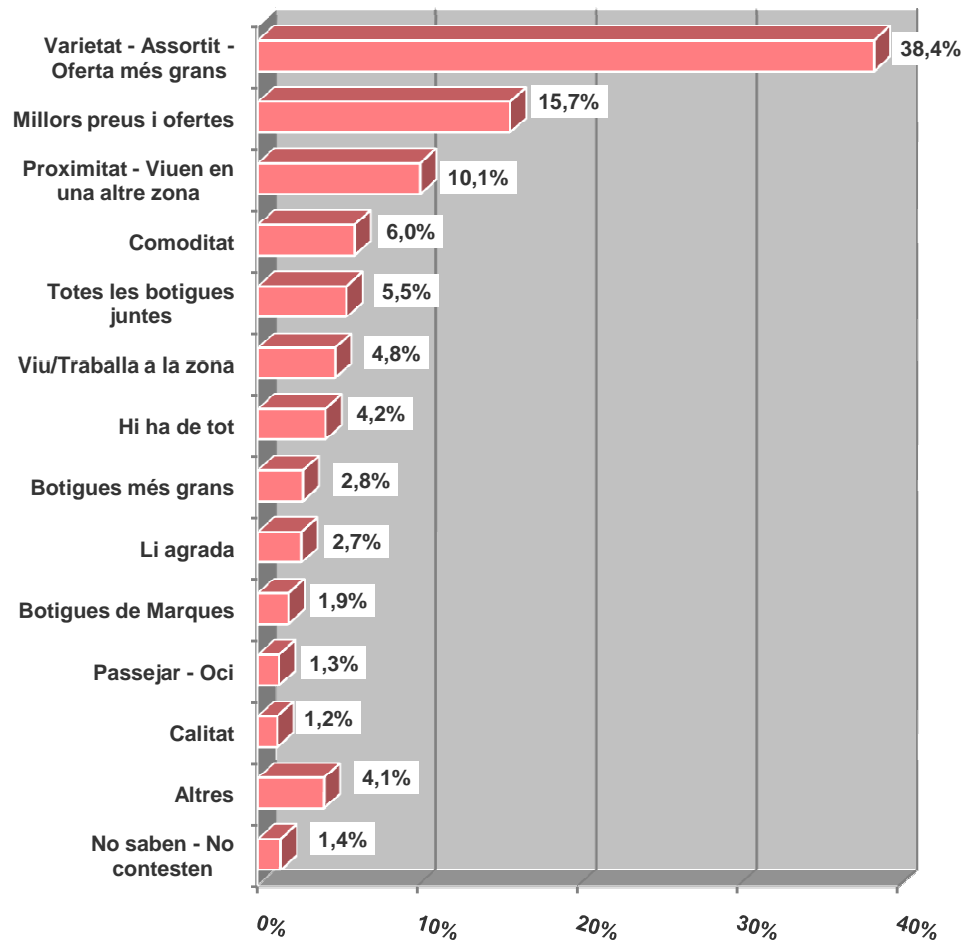
### Zones de compra: Habitualment vs Nadal, Reis, Rebaixes



- En èpoques especials de més compra, com Nadal, Reis i/o Rebaixes, els visitants de SANT MARTÍ realitzen un canvi d'hàbits molt fort, fins al punt que els centres comercials duplicant la seva participació.
- El 83,3% que visiten Diagonal Mar i el 85,0% que visiten Glorias en èpoques especials viuen a SANT MARTÍ. Recordem que del total visitants viuen a SANT MARTÍ un 75,1%.
- Aquets porcentatges en la resta del any (habitual) són el 79% i el 80,8% respectivament.
- El segment d'edat de 14 a 25 anys són els que més compren als Centres Comercials. També cal destacar que els de 26 a 44 anys són el següent segment en importància.
- El segment de més de 65 anys té poc pes en Centres Comercials.

## 5. - Hàbits de compra.

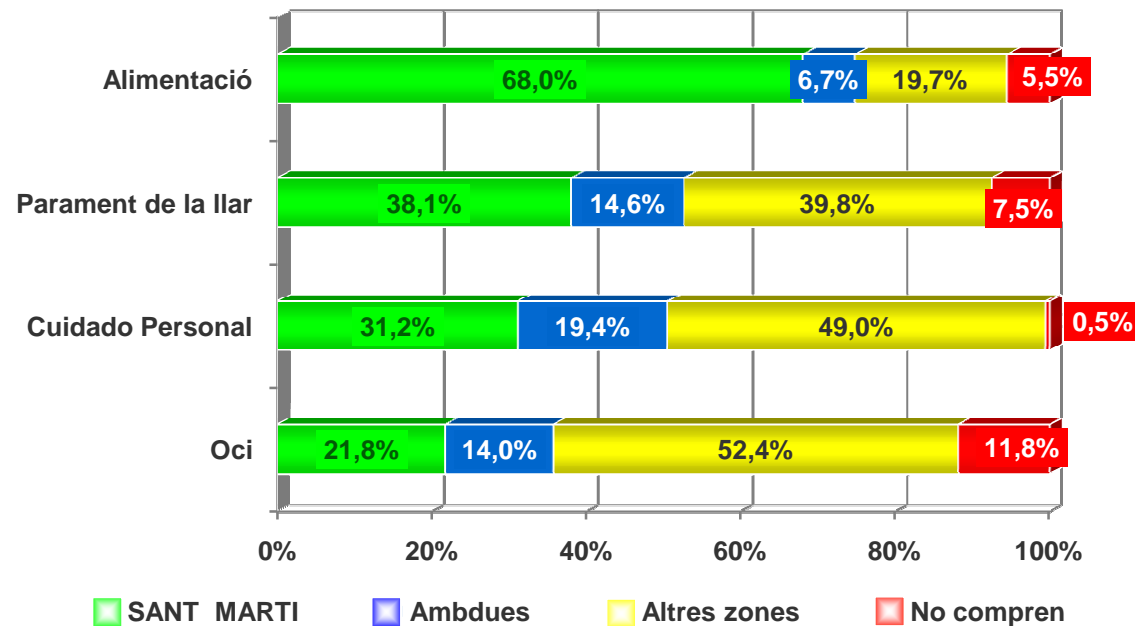
### Motius de comprar en altres zones



- El principal motiu pel qual els visitants compren en altres zones és la "varietat" "assortit" "oferta més gran".
- Ho manifesta el 38,4% dels visitants. Són la meitat dels visitants que compren en altres zones i/o comparteixen amb SANT MARTÍ.
- El segon motiu són els preus amb un 15,7%.
- El tercer motiu és per motius de proximitat a la zona que viu. (10,1%).

## 5. - Hàbits de compra.

Que sol comprar habitualment a SANT MARTÍ EIX COMERCIAL, en altres zones i que no sol comprar quasi mai, en quant a:



(Base 1.023)

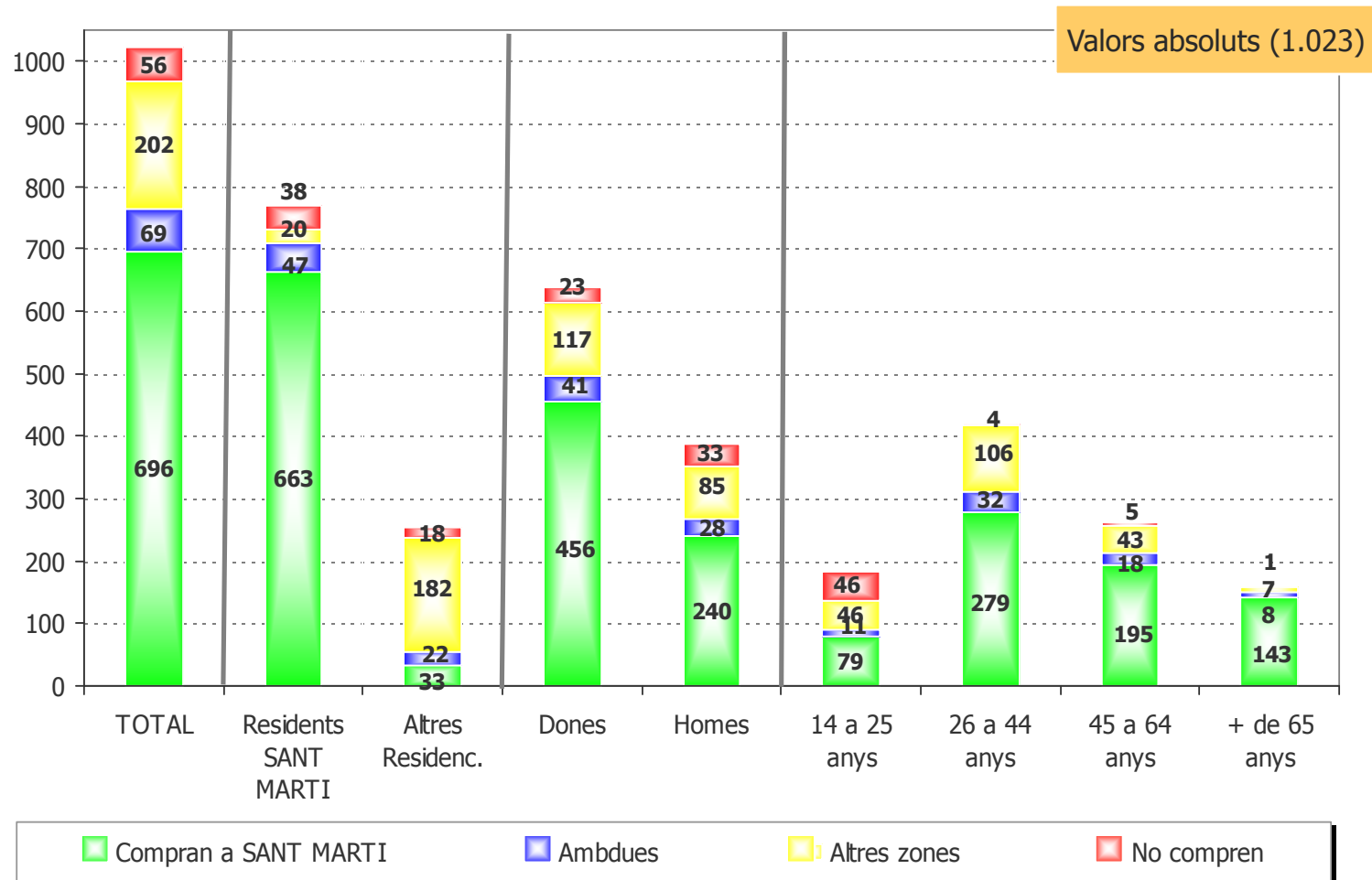
- El 68% dels visitants compren l'Alimentació a SANT MARTÍ, els que comparteixen amb altre zona són un 6,7%.
- En articles per la llar el 38,1% ho compra a SANT MARTÍ, i la resta ho comparteix el 14,6% i un 39,8% manifesta comprar-ho en altres zones.
- En l'apartat de articles personals hi ha una incidència molt destacada de Altres zones (49,0%)
- Els productes d'oci és l'apartat amb menys compra a SANT MARTÍ, tan sols un 21,8%.



## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

#### Alimentació.



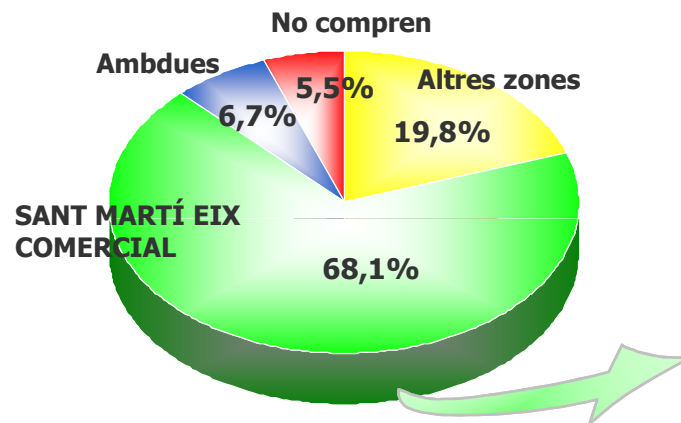
## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

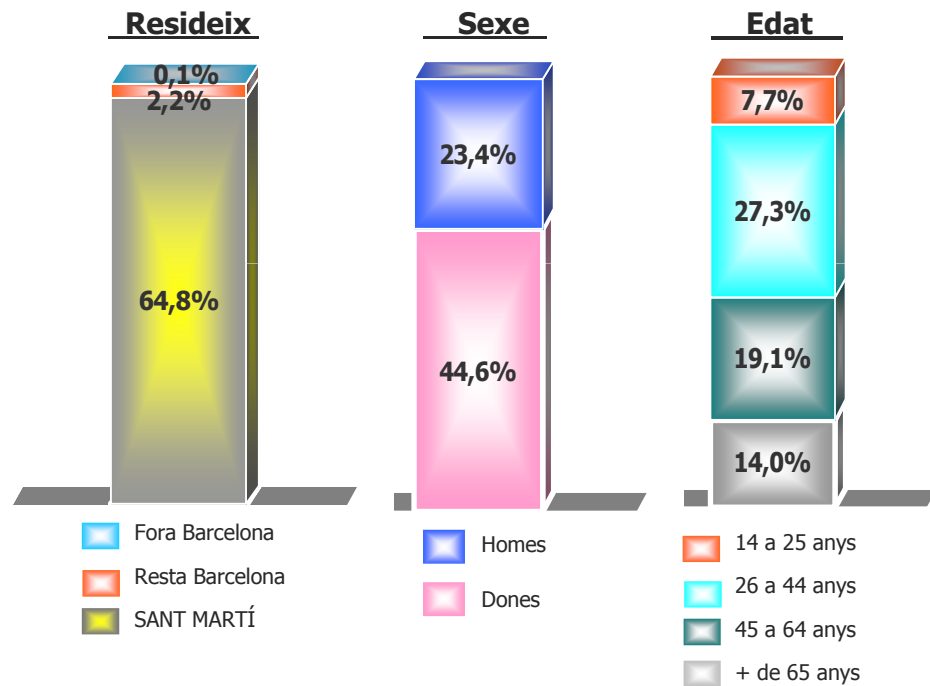


Compren a: SANT MARTÍ EIX COMERCIAL

### Alimentació.



(Base 1.023)



- El 68,1% dels visitants compren l'alimentació a SANT MARTÍ i el 95,3% són residents.
- El 65,5% són dones.
- Per edats predominan el segment de 26 a 44 anys, pero la cuota de compra dels de més de 65 anys és superior a la cuota de presència.

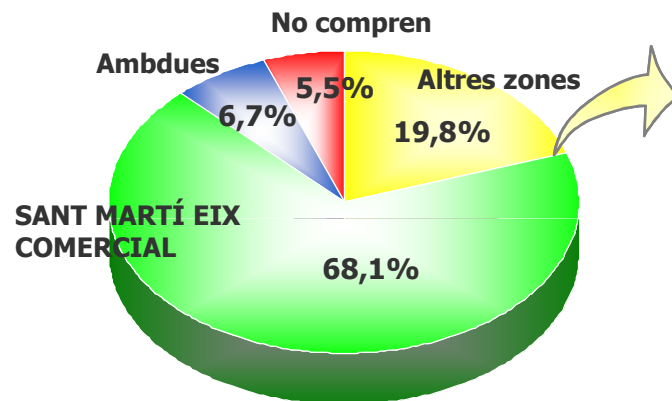
## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

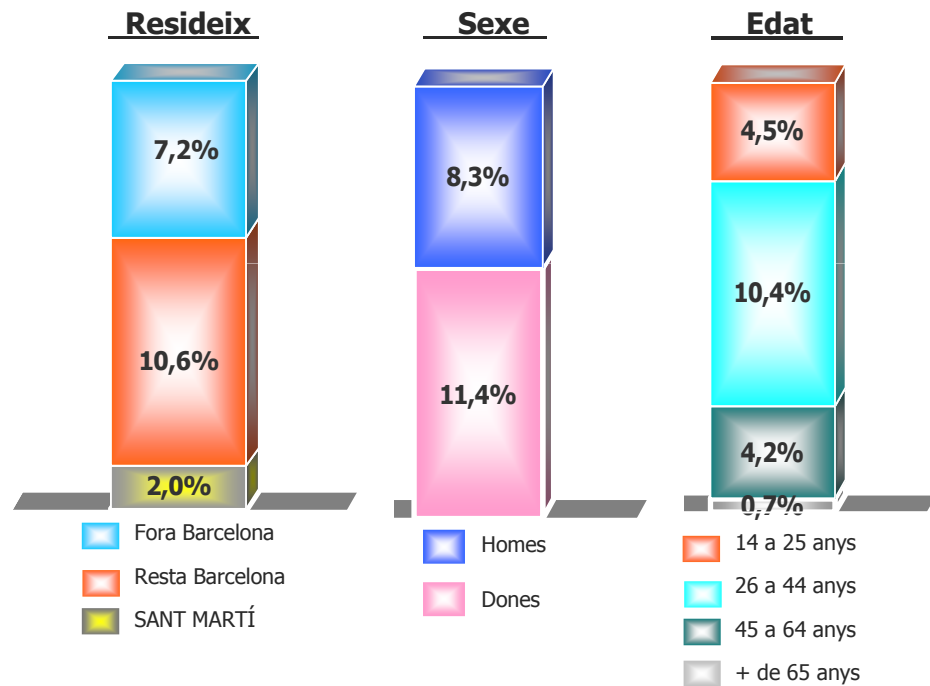


Compren a: Altres Zones

### Alimentació.



(Base 1.023)

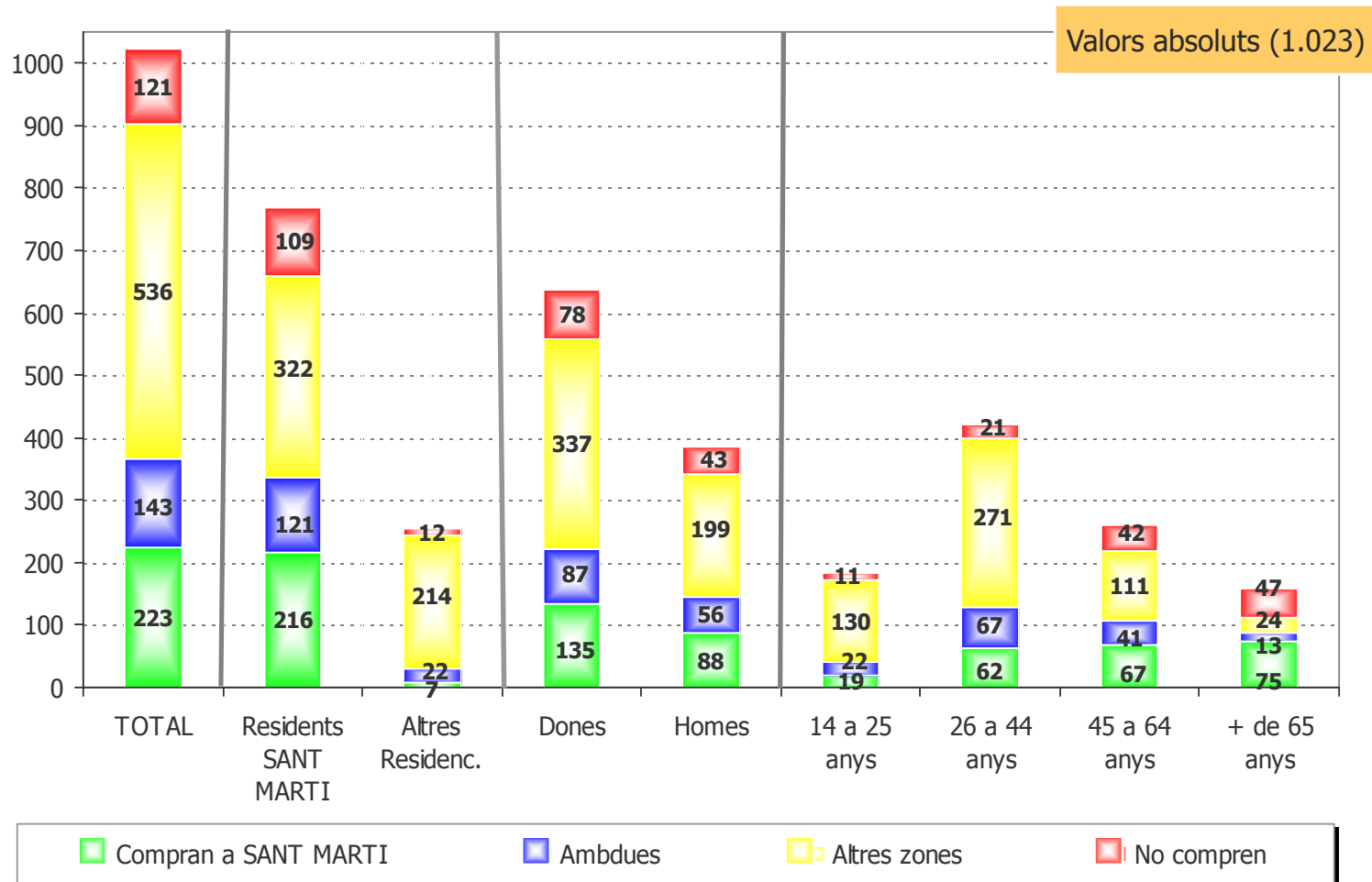


- Els visitants que compren l'alimentació en altres zones són el 19,8%. D'aquests un 10% són residents a SANT MARTÍ, és a dir un 2% dels visitants residents a SANT MARTÍ compren fora i un 6,7% comparteixen.
- Per sexes són les dones pero amb un pes important dels homes.
- Per edats compren a fora els més joves de 14 a 44 anys.

## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

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



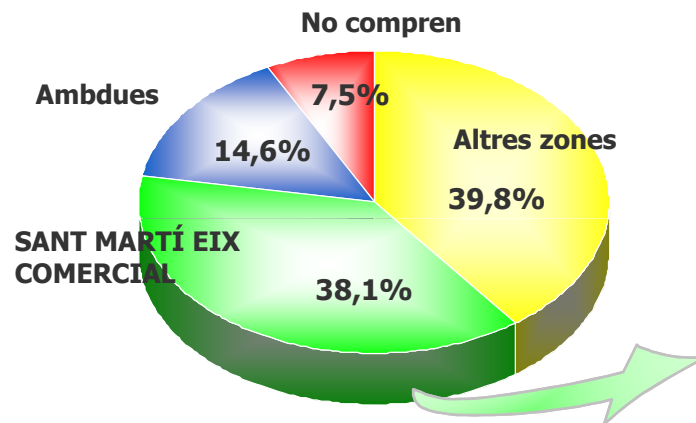
## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

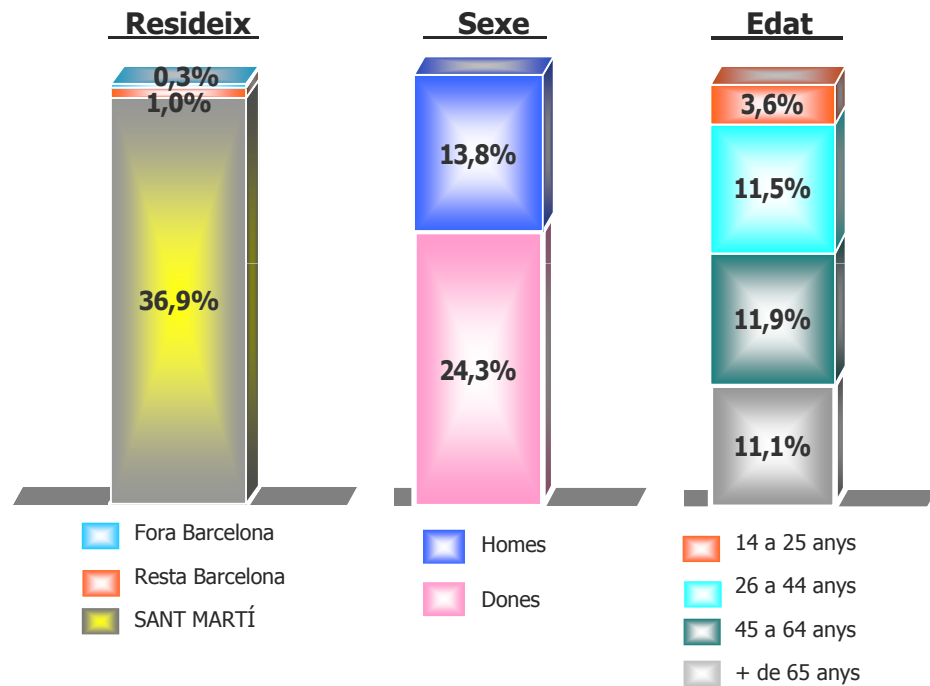


Compren a: SANT MARTÍ EIX COMERCIAL

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



(Base 1.023)



- El 38,1% dels visitants compren a SANT MARTÍ i també en aquests articles la majoria són residents.
- També és la dona la que compra aquests articles (63,8%).
- Per edats està molt repartit entre els 26 i els més de 65 anys, pero el segment de més de 65 anys té molta més participació en compra que en presència.

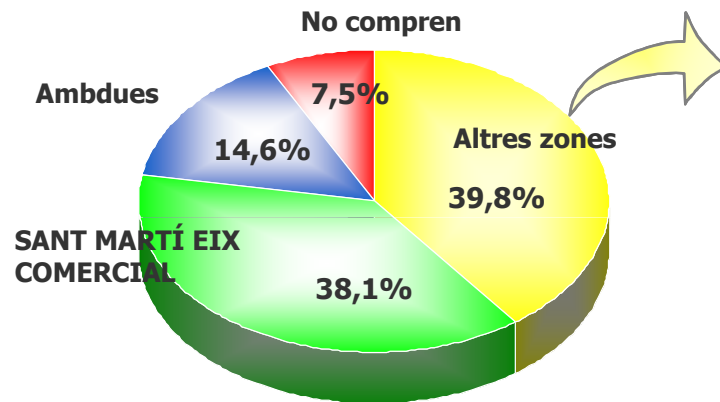
## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

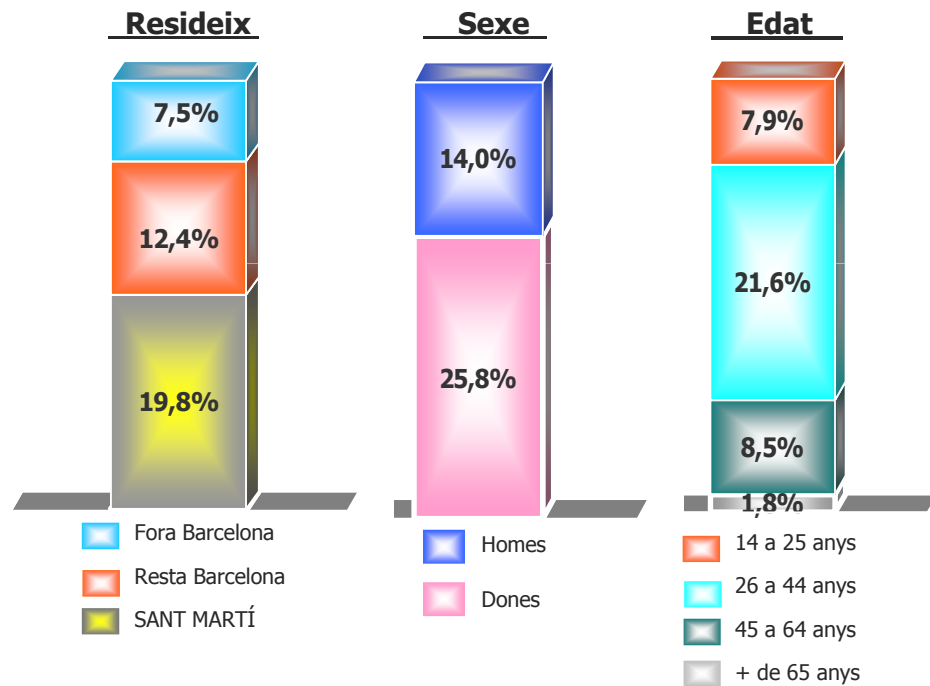


Compren a: Altres Zones

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



(Base 1.023)

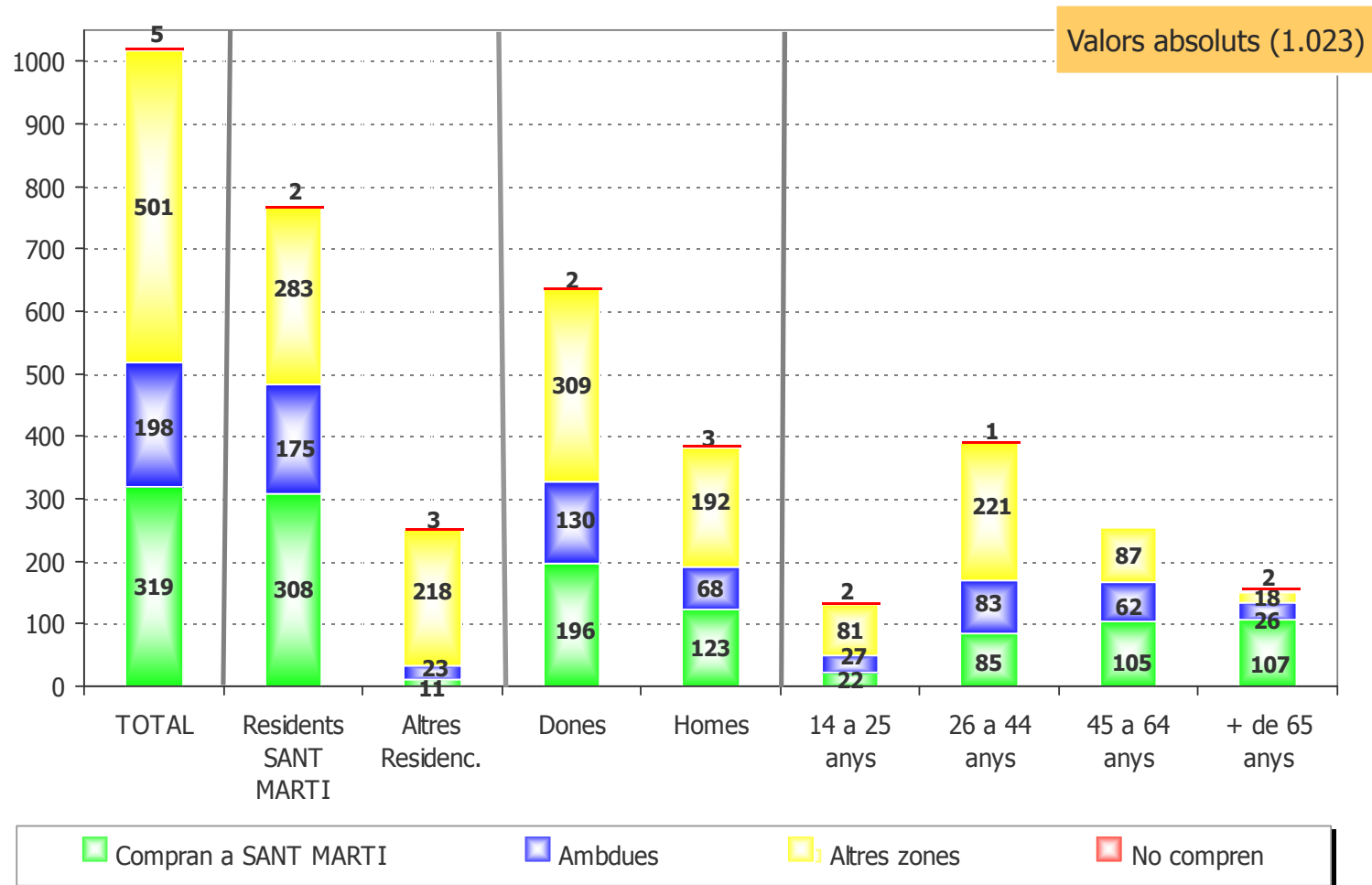


- El 39,8 dels visitants compren en Altres zones. Lla meitat dels que compren fora viuen a SANT MARTÍ.
- Per sexes no hi han diferencies significatives. El 64,9% són dones.
- Per edats el segment de 26 a 44 anys són els que compren més fora.

## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

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



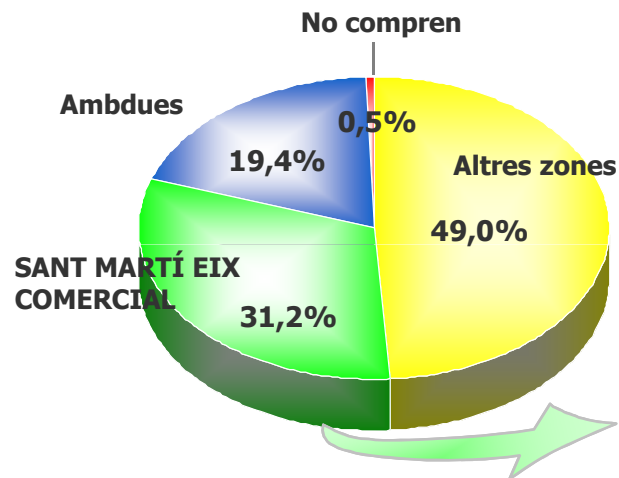
## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

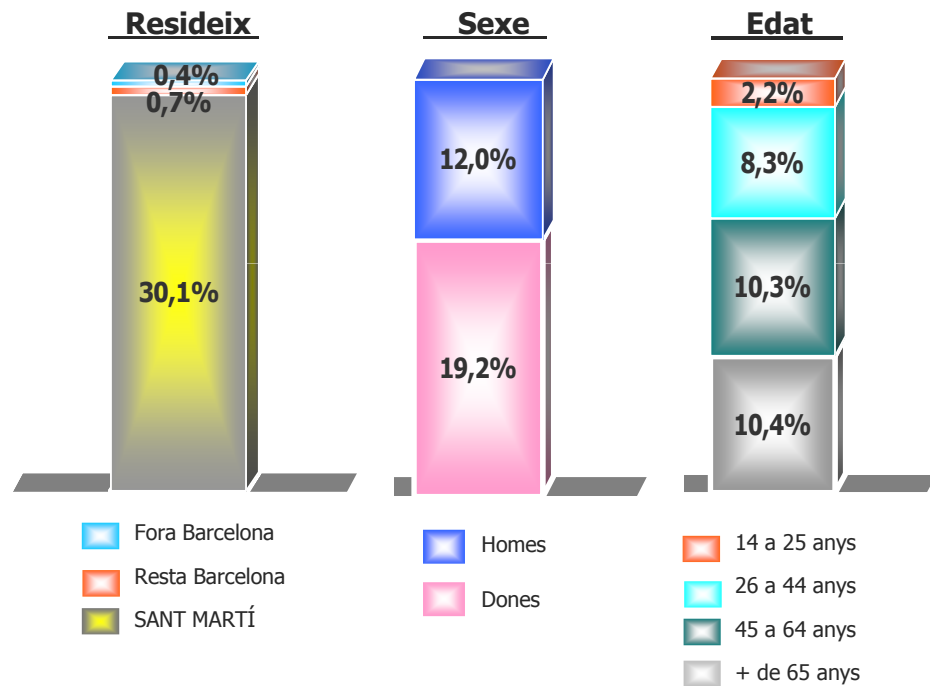


Compren a: SANT MARTÍ EIX COMERCIAL

### Cuidado personal (Roba, Calçat, Perfumeria, Complements de vestir)



(Base 1.023)



- El 31,2 dels visitants compren articles de ús personal a SANT MARTÍ. El 96,6 % viuen a SANT MARTÍ.
- El 61,4% són dones.
- Per edats és la mateixa situació que en "Parament de la llar" públic més aviat gran.



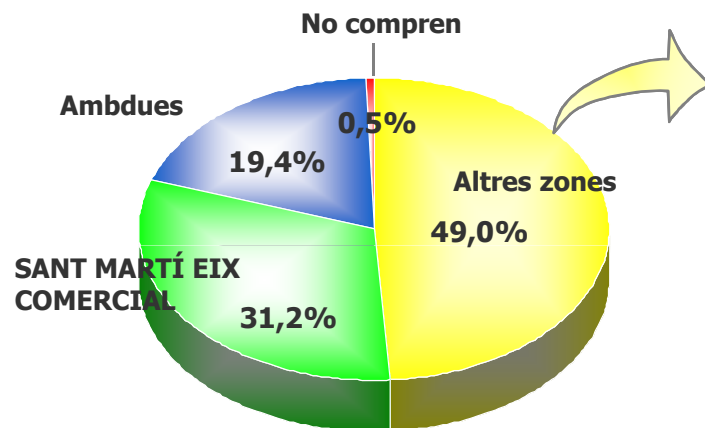
## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

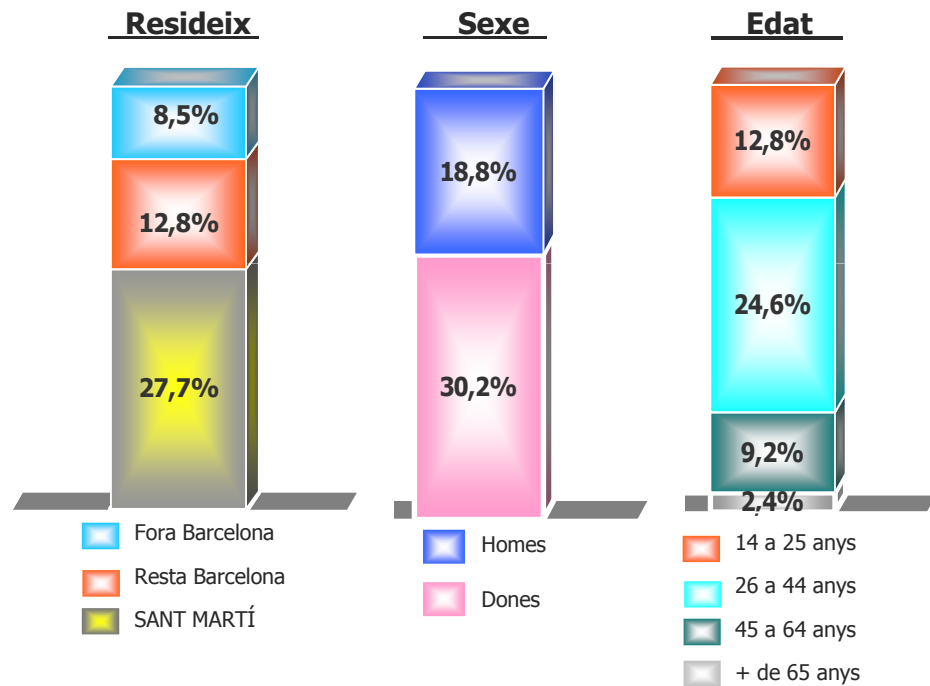


Compren a: Altres Zones

### Cuidado personal (Roba, Calçat, Perfumeria, Complements de vestir)



(Base 1.023)

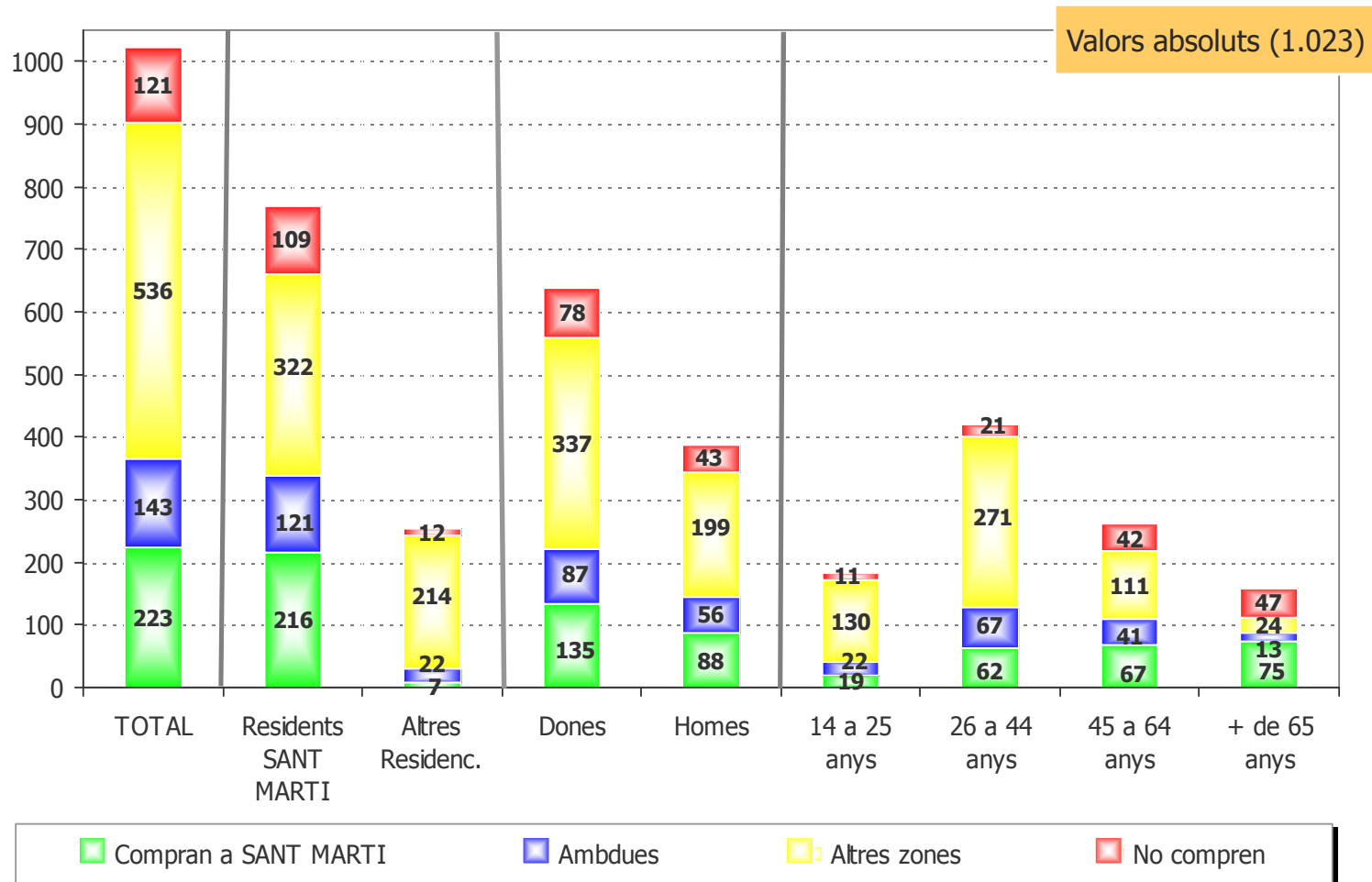


- El 49,0% dels visitants compren aquests articles en altres zones i d'aquests una mica més de la meitat (56,5%) són residents.
- Per sexes també és la dona que té més participació (61,7%).
- El segment d'edat més joves són els que compren fore de l'EIX COMERCIAL.

## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

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



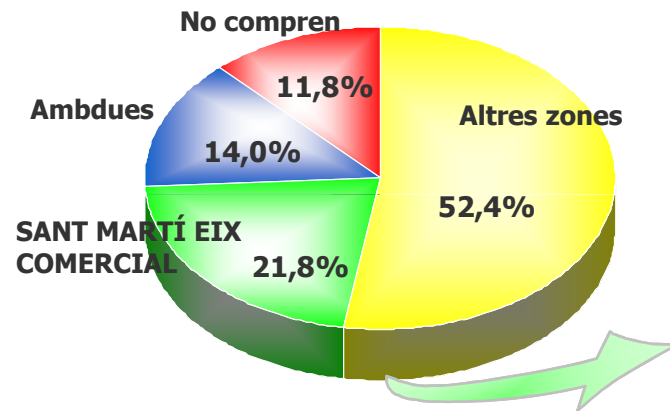
## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

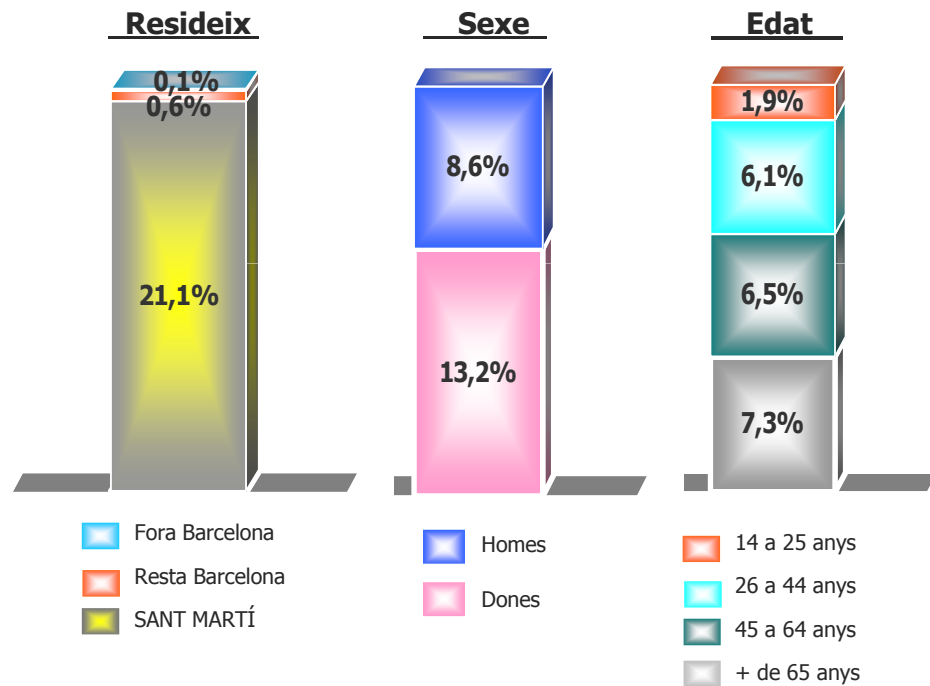


Compren a: SANT MARTÍ EIX COMERCIAL

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



(Base 1.023)



- El 21,8% dels visitants compren a SANT MARTÍ i gairebé la totalitat són residents.
- El 60,5% són dones.
- Per edats està molt repartit entre els 26 i els més de 65 anys. El segment més jove no compra al EIX COMERCIAL.

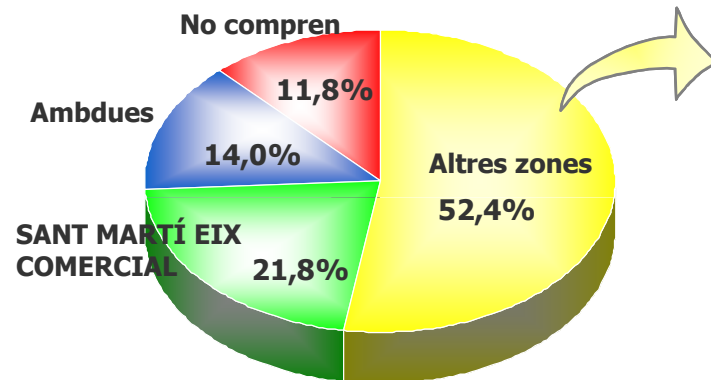
## 5. - Hàbits de compra.

### Zones habituals de compra.

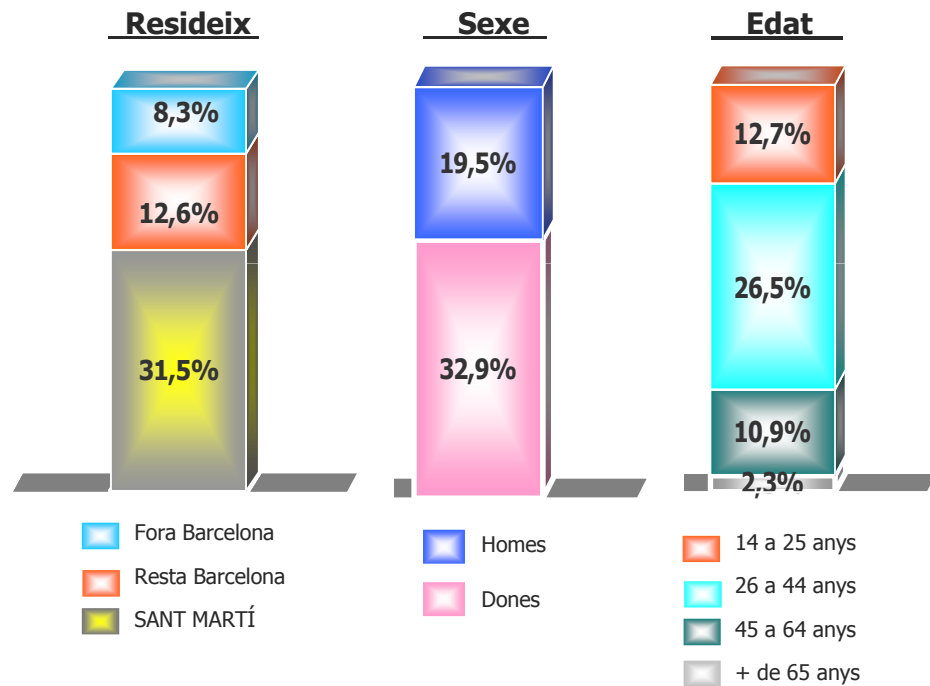


Compren a: Altres Zones

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



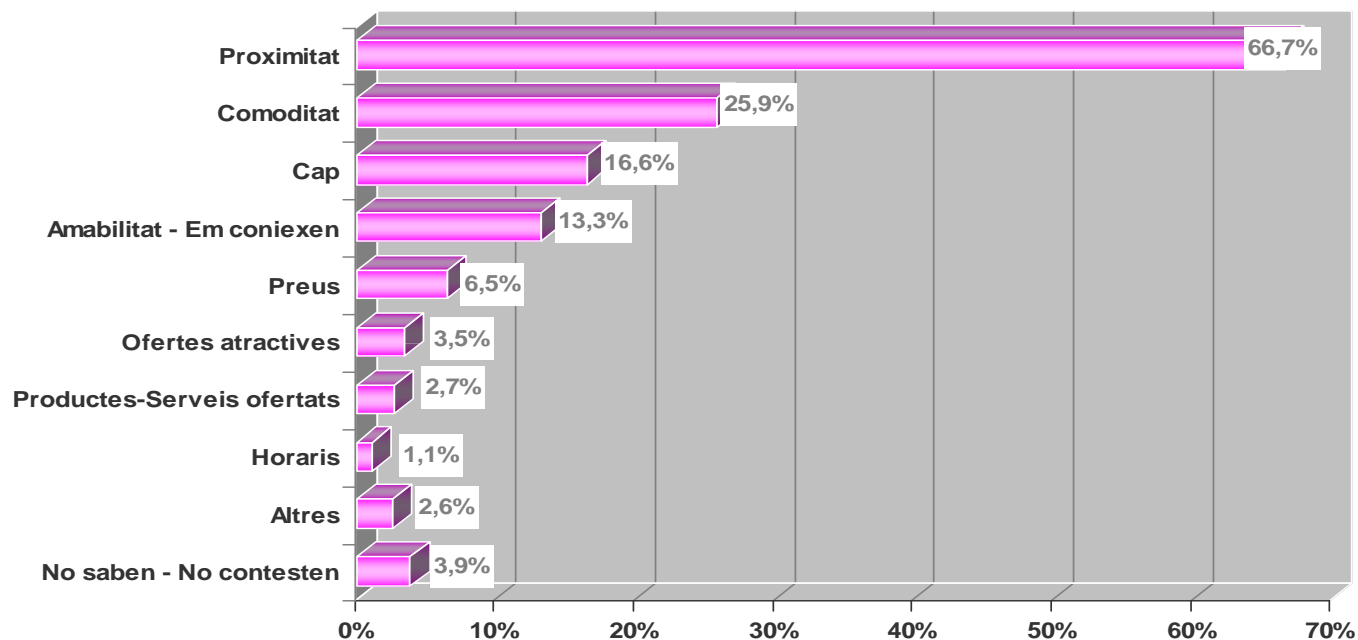
(Base 1.023)



- El 52,4% dels visitants compren els articles d'oci en altres zones i d'aquests el 60% són residents a SANT MARTÍ (31,5% dels visitants)
- Per sexes no hi han diferències significatives. El 62,9% són dones.
- El segment d'edat de 26 a 44 anys són els que més compren a Altres Zones.

## 6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

### Avantatges de comprar a SANT MARTÍ EIX COMERCIAL.

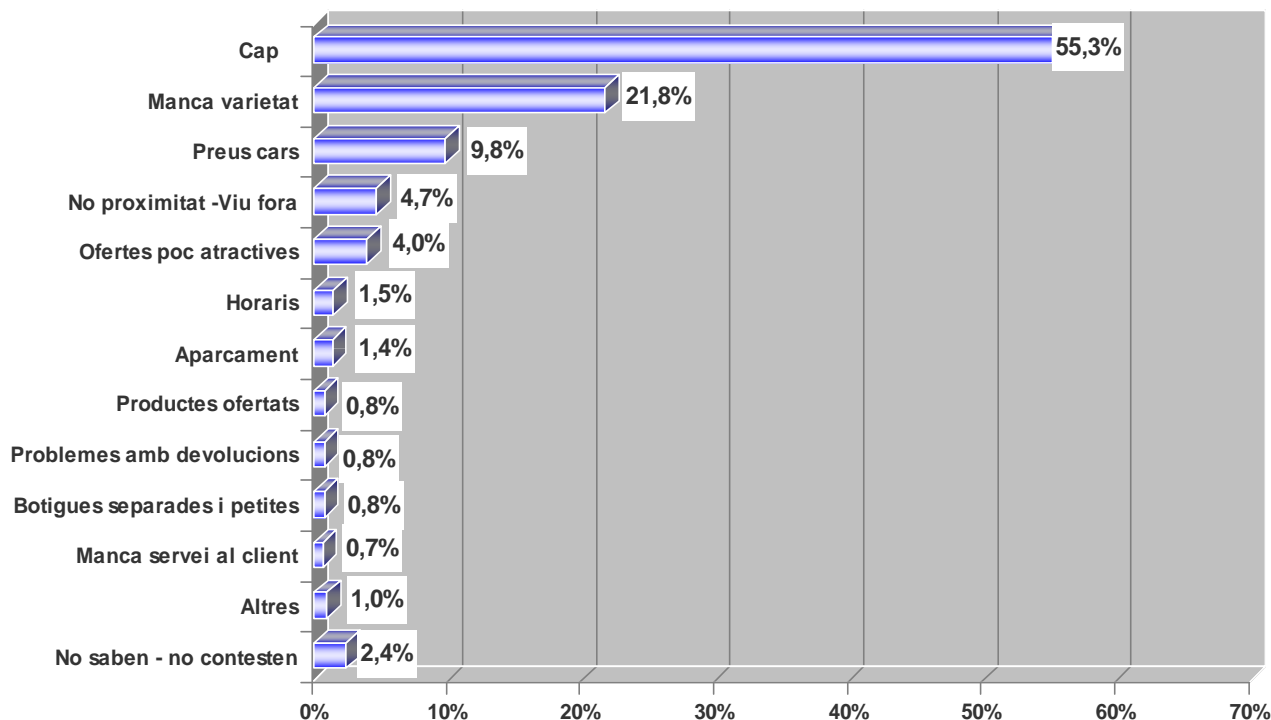


(Base 1.023)

- La proximitat als comerços és l'avantatge més anomenada pels visitants (66,7%).
- Seguidament es valora la comoditat i el fet que els comerços et coneguin i a més que siguin amables.
- L'avantatge "Cap" ho diuen bàsicament els no residents.

## 6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

### Inconvenients de comprar a SANT MARTÍ EIX COMERCIAL.



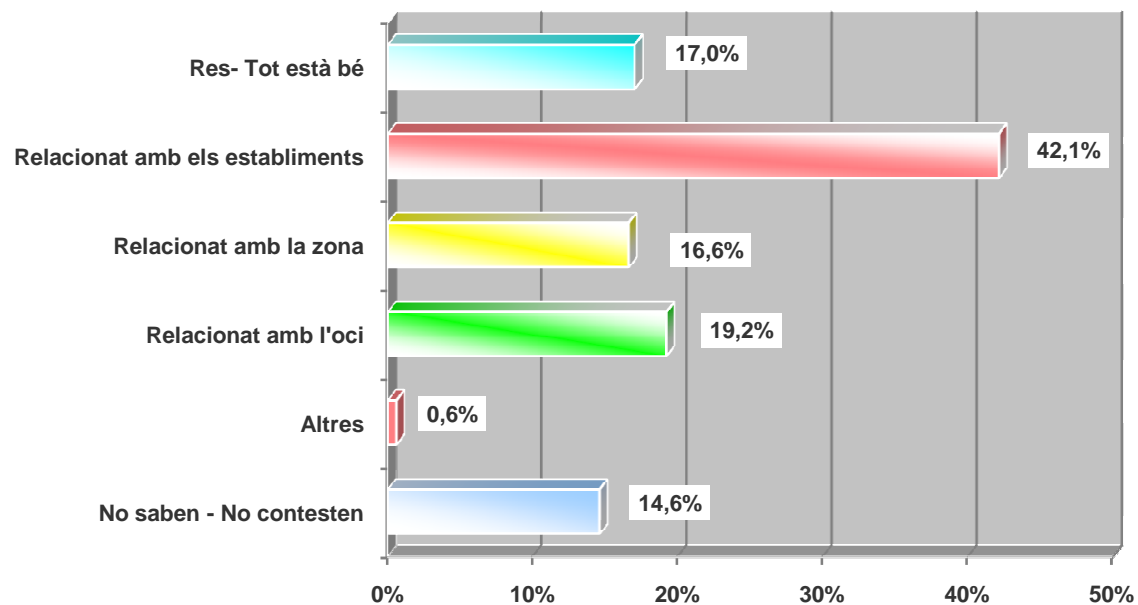
(Base 1.023)

- Una mica més de la meitat diuen que no hi ha cap inconvenient per comprar als comerços de SANT MARTÍ.
- No obstant hi ha un 21,8% dels entrevistats que manifesten clarament una manca general de varietat o d'assortiment.
- Altre inconvenient són els preus cars en un 9,8%.

## 6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

### Aspectes millorables a SANT MARTÍ EIX COMERCIAL

(en general – resposta múltiple)



(Base 1.023)

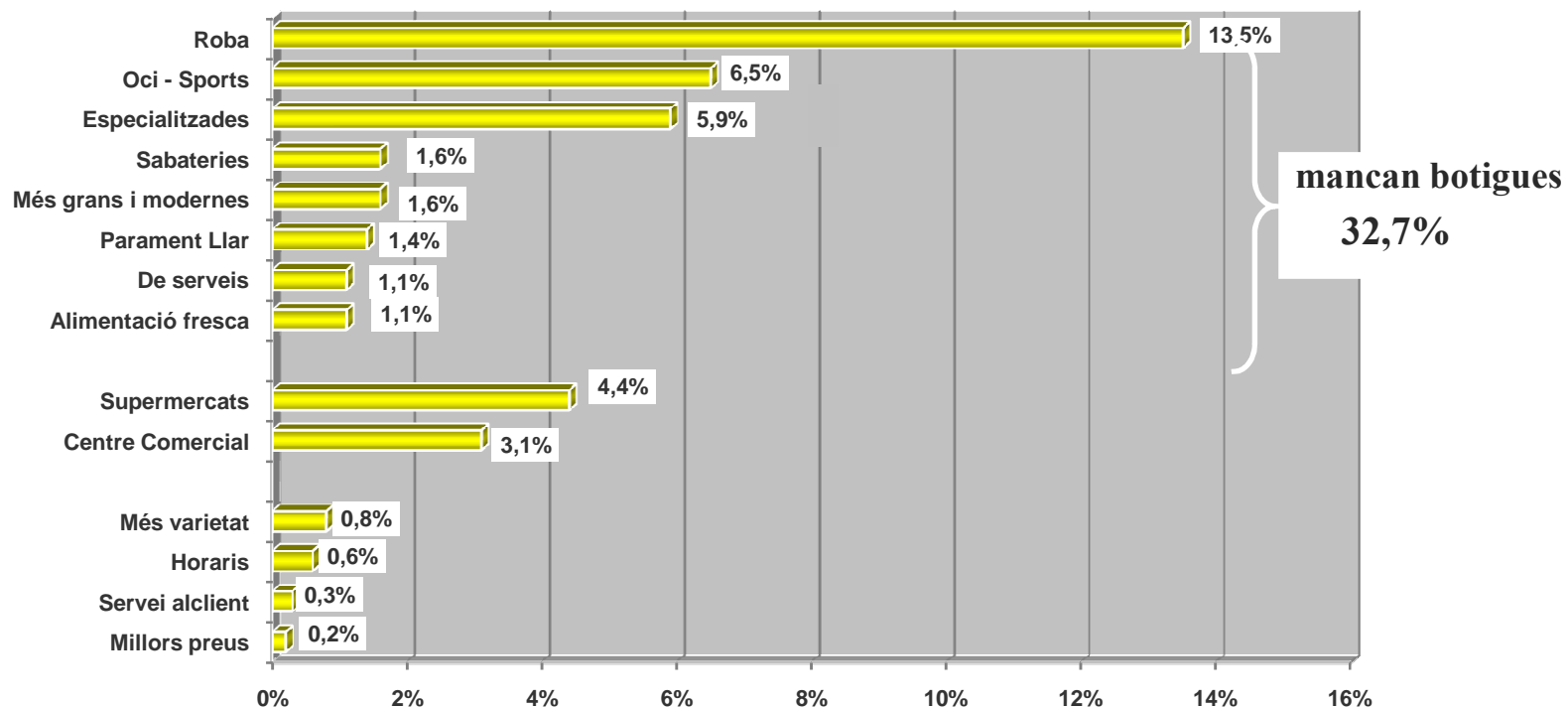
- El 17% dels entrevistats manifesten que "tot està bé" i no fa falta millorar res. El 75,3% d'aquests visitants viuen a SANT MARTÍ.
- El 42,1% suggereix temes relacionats amb els comerços.
- Hi ha un 16,6% en temes de millora de la zona en general, bàsicament serveis.
- Un 19,2% diuen temes relacionats amb l'oci.

## 6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

### Qué es trobar a faltar a SANT MARTÍ EIX COMERCIAL

(en quant a establiments).

**Total 41,0 %**



(Base 1.023)

- El 32,7% dels entrevistats manifesten que falten botigues en especial de roba, oci-sports i especialitzades.
- Un 4,4% diuen que hi faltan supermercats, i anomenen Mercadona la gran majoria.
- També hi ha un 3,1% que voldria un Centre Comercial a la zona

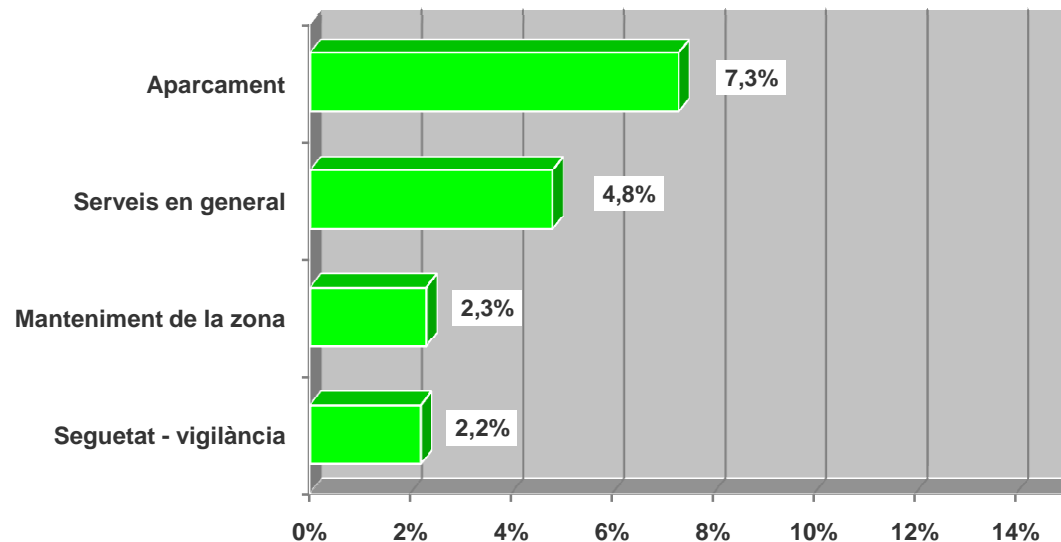


## 6. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables.

### Aspectes millorables a SANT MARTÍ EIX COMERCIAL

(en quant a la zona - serveis).

**Total 16,6 %**

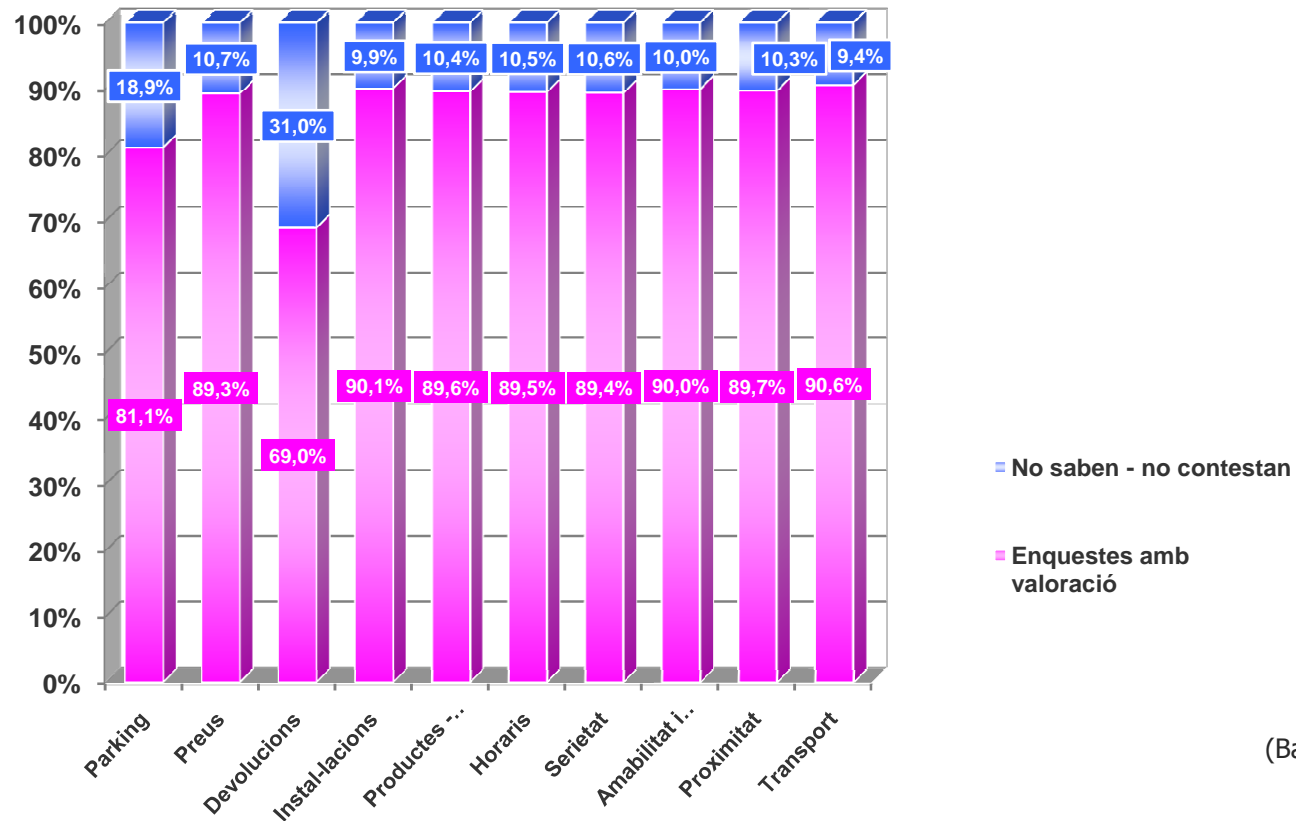


(Base 1.023)

- La sol.licitud mes anomenada és l'aparcament en un 7,3% dels visitants.
- Com a serveis generals hi ha: hospital, ambulatori, metges, residència 3ª edad.

## 7. - Valoració dels comerços i serveis.

### Enquestes amb i sense valoració.

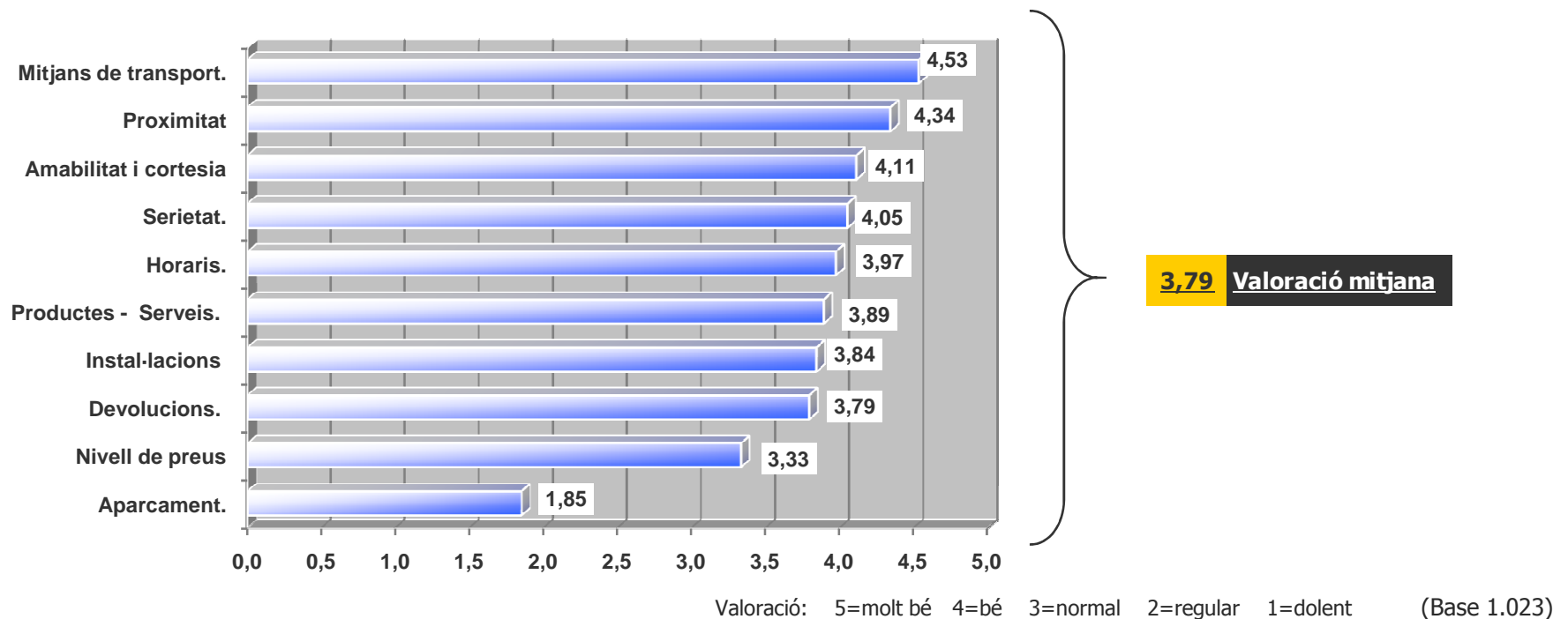


(Base 1.023)

- La mitjana d'enquestes amb valoració està al voltant del 90%.
- Tan sols el aspecte de les devolucions només ho contestan el 69% dels visitants.

## 7. - Valoració dels comerços i serveis.

### Valoració



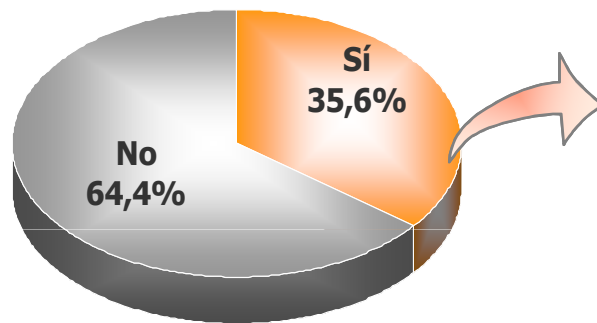
- La valoració mitjana "global de tots els aspectes" és de un 3,79. Està entre un "normal alt" i el "bé"
- La millor valoració és per als mitjans de transport amb un 4,53.
- Referent als comerços, la proximitat als mateixos és l'aspecte més valorat (4,34).
- Els visitants valoren molt positivament el tracte que reben per part dels comerços. La "amabilitat" (4,11) i la "serietat" (4,05).
- El nivell de preus és el que obté la valoració més baixes dels comerços amb un 3,33.
- L'element pitjor valorat és l'aparcament amb un 1,85. Destacar que hi ha visitants que el valorarien amb un zero.

## 8. - Coneixement de l'organització SANT MARTÍ EIX COMERCIAL



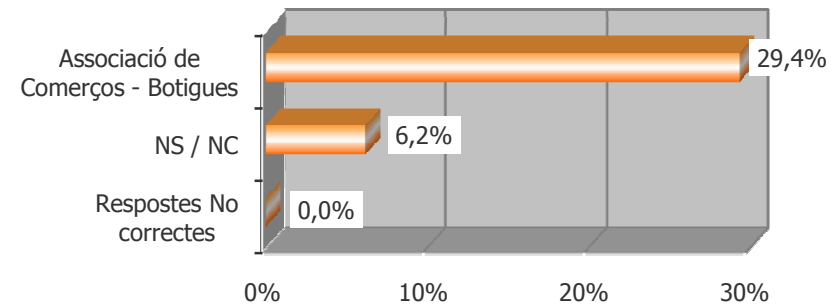
Coneix l'organització:

SANT MARTÍ EIX COMERCIAL



(Base 1.023)

Como ho defineix (Resposta espontània)



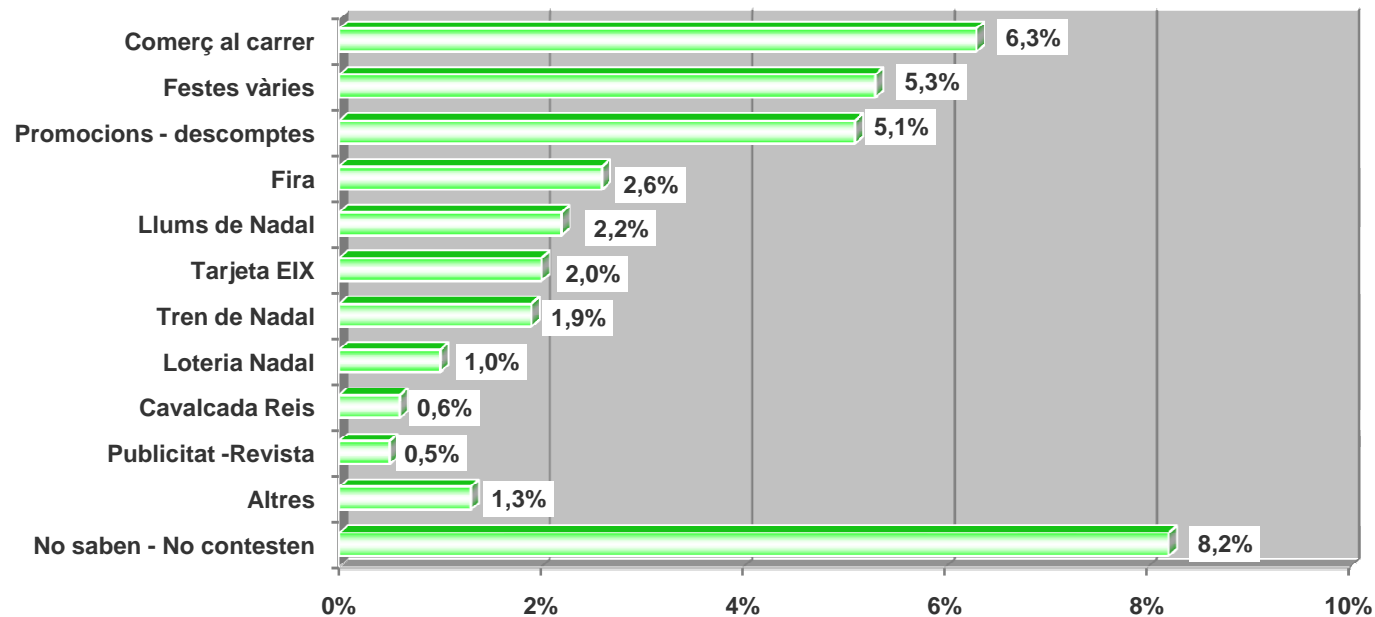
(Base 1.023)

- L'organització EIX COMERCIAL DE SANT MARTÍ és coneguda pel 35,6% dels visitants. (1 de cada 3).
- El 83% dels coneixedors ho defineixen correctament com una "Associació de comerços"
- El 89% del visitants que coneixen l'organització viuen a SANT MARTÍ.
- Els grups de edat de 26 a 44 anys i de 45 a 64 anys són els que més coneixen l'organització. Per contra el grup de 16 a 24 anys són els de menys coneixement.

## 8. - Coneixement de l'organització SANT MARTÍ EIX COMERCIAL



### Activitats que recorden del SANT MARTÍ EIX COMERCIAL. (Resposta espontània i múltiple)



(Base 1.023)

- El 77% dels coneixedors de l'organització EIX COMERCIAL DE SANT MARTÍ recorden moltes i variades activitats.
- L'activitat més recordada és el "comerç al carrer" amb un 6,3% dels entrevistats.
- A continuació les "festes varies" (festa major, havaneres, jocs infantils,...) amb un 5,3%
- Les promocions, descomptes i vals tenen un 5,1% dels entrevistats. Aquí hi podriem afegir e 2,0% de la targeta.
- Les activitats de Nadal (llums, tren, loteria, cavalcada) ho recorden un total del 5,7% dels visitants.

## 9 – Conclusions.



### Perfil dels visitants.

- ✓ El perfil tipus es pot definir com dona de més de 45 anys, resident a SANT MARTÍ, de classe social mitjana i baixa.
- ✓ El 75,1% dels visitants viuen a SANT MARTÍ.
- ✓ La resta de visitants, són d'altres districtes de Barcelona (15%) i la resta de fora de Barcelona.
- ✓ Mes de la meitat accedeix caminant i un de cada quatre ho fa en metro.
- ✓ El motiu principal d'estar en l' Eix és el de que viu a la zona (58,6%), seguit de que hi treballa (11,2%). Altres motius són visita a familiars i/o amics i passejar.
- ✓ El 44,3% dels visitants tenen la intenció de visitar comerços. El principal és d'alimentació (30,6%).

## 9. – Conclusions.



### Valoració de SANT MARTÍ EIX COMERCIAL.

- ✓ Un de cada tres (35,6%) visitants coneixen "SANT MARTÍ EIX COMERCIAL" i un 29,4% ho defineixen com una "Associació de comerços"
- ✓ La meitat dels visitants compren habitualment a SANT MARTÍ, comparteixen amb altres zones el 23,8% i un 26,9% compren exclusivament en altres zones.
- ✓ Els compradors d'altres zones ho fan bàsicament als Centres Comercials més propers – Diagonal Mar, Glorias i La Maquinista -.
- ✓ En èpoques de major compra com Nadal, Reis i/o Rebaixes, la fidelitat a SANT MARTÍ baixa a la meitat (de 49,4% al 23,3%), que passen a compartir les compres en altres zones.
- ✓ En conjunt la mitjana de valoració dels comerços i serveis de SANT MARTÍ EIX COMERCIAL és de 3,8 en una escala de 1 a 5 (normal alt). L'aparcament és l'aspecte amb menys valoració. En quant als preus és de 3,3.

## 9. – Conclusions.

### Valoració de SANT MARTÍ EIX COMERCIAL.

- ✓ Els aspectes més valorats són: proximitat - comoditat
- ✓ En quant a inconvenients més de la meitat (55,3%) diu que no hi ha. Cal destacar que el 21,8% manifesten clarament una manca general de varietat o d'assortiment. El tema preus és un inconvenient pel 9,8% dels visitants.
- ✓ En les categories de productes, s'observa que l'alimentació té una fidelitat alta en l'EIX, mentre que parament de la llar i cuidado personal baixa a una tercera part de visitants. El tema d'oci és a on més baixa la fidelitat a un 22%.