



Estudi d'afluència, perfil dels visitants i grau de satisfacció dels clients

	<u>Página</u>
1. - Objectius	2
2. - Metodologia	4
3. - Afluència de visitants	12
4. - Perfil sociodemogràfic	24
5. - Hàbits de visita	29
6. - Hàbits de compra	34
7. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables	51
8. - Valoració dels comerços i serveis	56
9. - Coneixement de la organització COR EIXAMPLE	57
10.- Conclusions	59

Afluència

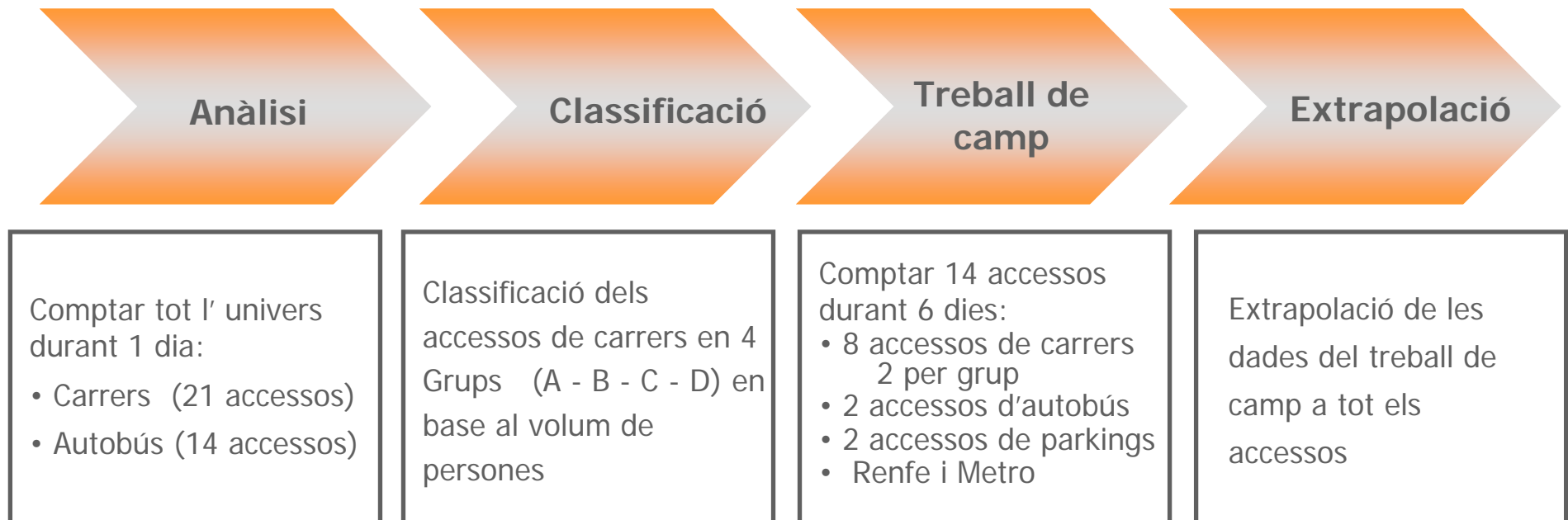
- L'objectiu inicial és quantificar el flux de persones que visiten l' Eix Comercial COR EIXAMPLE per mitjà dels principals paràmetres:
 - Accessos o punts principals d' entrada a l' Eix COR EIXAMPLE .
 - Dia de la setmana.
 - Franja horària.

Perfil del visitant

- El segon objectiu és definir:
 - Perfil sociodemogràfic.
 - Hàbits de visita.
 - Hàbits de compra.
 - Zones de compra habitual i en èpoques especials.
 - Valoració i grau de satisfacció dels clients.
 - Coneixement de l'organització COR EIXAMPLE .

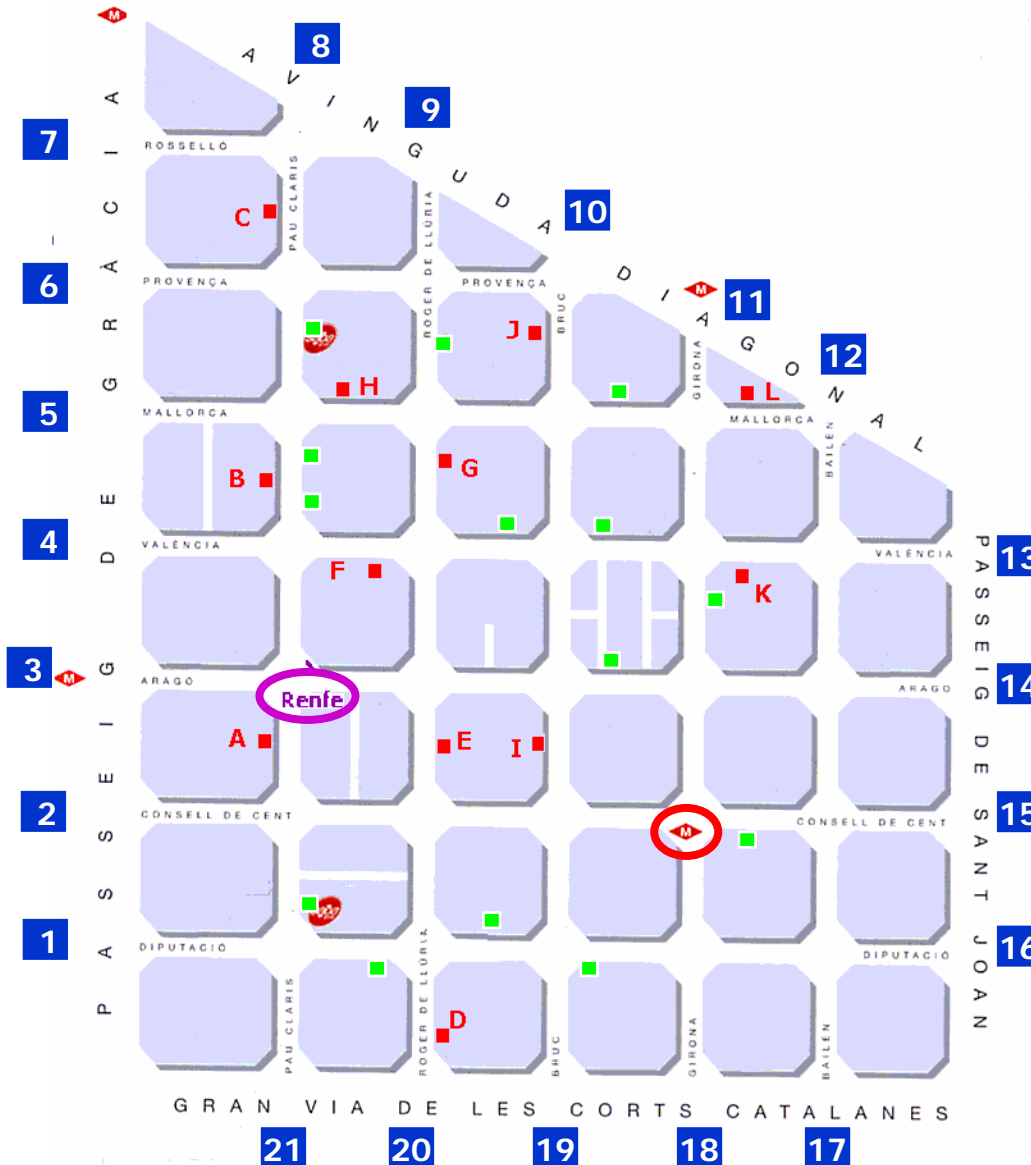
Afluència

- Les fases de treball realitzades han estat:



2. - Metodologia (II)

Univers



- Accessos a peu (21)
- Parades autobús (12)
- Parquings (14)
- Renfe (1)
- Metro (1)

Univers

- **Parades autobús (carrers)**

- Mallorca 2 - Valencia 2 - Pau Claris 3 - Lluria 3 - Bruch 2 **TOTAL 12**

- **Parquings**

- SABA Diputació amb Bruch - Lluria - Pau Claris **TOTAL 3**

- Resta

- Aragó/Mercat - Consell Cent 382 - Diputació 307 - Girona 100 -

- Pau Claris 174 - 162 - 154 - Valencia 299 - 305 - Mallorca 307 - Lluria 110

- **TOTAL 11**

Afluència

- Els grups d'accessos resultants en base al volum de persones son:

GRUP - A - (màxim volum)

- 2 - Passeig Gracia - Consell Cent
- 3 - Passeig Gracia - Aragó
- 6 - Passeig Gracia - Provença

GRUP - B - (volum mitjà-alt)

- 10 - Diagonal - Bruch
- 21 - Gran Via - Pau Claris
- 5 - Passeig Gracia - Mallorca
- 11 - Diagonal - Girona
- 12 - Diagonal - Bailén

GRUP - C - (volum mitjà)

- 1 - Passeig Gracia - Diputació
- 20 - Gran Via - Lluria
- 4 - Passeig Gracia - Valencia
- 8 - Diagonal - Pau Claris
- 15 - Passeig Sant Joan - Consell Cent
- 14 - Passeig Sant Joan - Aragó

GRUP - D - (volum baix)

- 17 - Gran Via - Bailén
- 9 - Diagonal - Lluria
- 7 - Passeig Gracia - Roselló
- 13 - Passeig Sant Joan - Valencia
- 19 - Gran Via - Bruch
- 16 - Passeig Sant Joan - Diputació
- 18 - Gran Via - Girona

Afluència

- Els 14 punts de comptatge han estat:

<u>Grup - Accés</u>	<u>Carrers (8)</u>
A 2	Passeig de Gracia - Consell Cent
A 3	Passeig de Gracia - Aragó
B 10	Diagonal - Bruc
B 12	Diagonal - Bailen.
C 20	Gran Via - Llúria
C 15	Passeig Sant Joan - Consell Cent
D 16	Gran Via - Girona
D 18	Passeig Sant Joan - Diputació

Resta (6)

- Renfe - c/ Aragó
- Metro - c/ Girona.
- H** - Bus - Mallorca - Pau Claris.
- A.** - Bus - Pau Claris - Aragó
- Parquing SABA - Diputació
- Parquing MERCAT

(veure mapa)

Afluència

- La tècnica per a la quantificació dels visitants ha estat la d'observació amb comptador manual.
- L'anàlisi i treball de camp es va realitzar en el següent període:
 - ✓ Comptatge de mostra 27 al 30 de setembre de 2005
 - ✓ Comptatge real del 3 al 8 d' octubre de 2005

	<u>Dilluns</u>	<u>Dimarts</u>	<u>Dimecres</u>	<u>Dijous</u>	<u>Divendres</u>	<u>Dissabte</u>
Mostreig	27	28	29	30	-----	
Real	3	4	5	6	7	8

- L'horari va anar tot els dies de 8 del matí fins a les 7 de la tarda.
- Els períodes van ser de 50 minuts, extrapolant després a hores senceres.

Perfil del visitant (I)

- La tècnica utilitzada ha estat la d'entrevista personal amb qüestionari predefinit.
 - Es van realitzar dintre del Eix COR EIXAMPLE els mateixos dies que la fase de quantificar el número de visitants.
 - Els qüestionaris es van realitzar en català o castellà, segons l'idioma de l'entrevistat.
- ✓ El Target objectiu d'aquest estudi han estat individus de més de 14 anys, que estaven en els carrers de l' Eix en l'horari definit (de 8 a 19 hores).

Perfil del visitant (II)

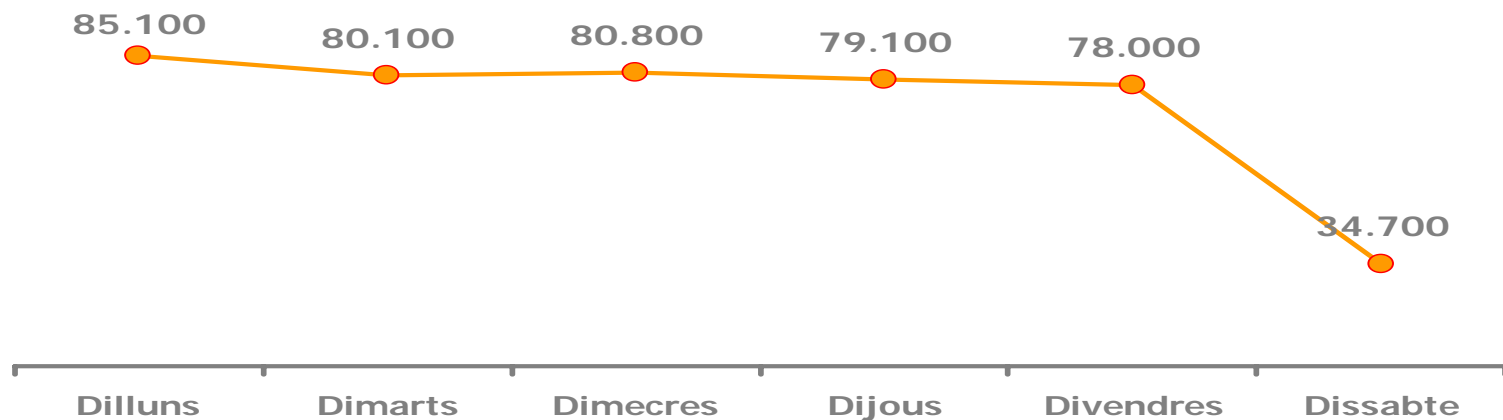
- S'han realitzat un total de 1.030 entrevistes del target descrit.
 - La selecció dels entrevistats es va fer de forma "aleatòria".
 - Amb aquesta mostra tenim un error mostral de +/- 3,16 % amb un nivell de confiança del 95,5 % i en el supòsit de màxima indeterminació ($p=q=50\%$).

3. - Afluència de visitants. (I)

Total visitants en una setmana (1)

437.800 visitants

Visitants per dia de la setmana (1)



(1) Correspon a la primera setmana d'octubre - Horari de 8 a 19 hores

Correlació habitants Eix COR EIXAMPLE vs nombre de visitants.

● Cens COR EIXAMPLE i zones properes (Any 2.001)	63.090 (*)
● Nombre de visitants setmanal (segons l'estudi)	437.800
● Mitjana diària de dilluns a dissabte (6 dies) (segons l'estudi)	72.968
● % Residents a COR EIXAMPLE i zones properes (segons entrevistes)	32,5 % (**)
● Núm. visitants residents a COR EIXAMPLE (32,5% de 72.968)	23.715
● % Cobertura Visitants vs Residents segons cens	38 %

(*) Veure annexos de mapes i població.

(**) Inclou COR EIXAMPLE (25%) més, Eixample esquerra (4,5%), Gràcia, (2,0%) Eixample dreta (1,0%) .

Notes: La diferència pot explicar-se per:

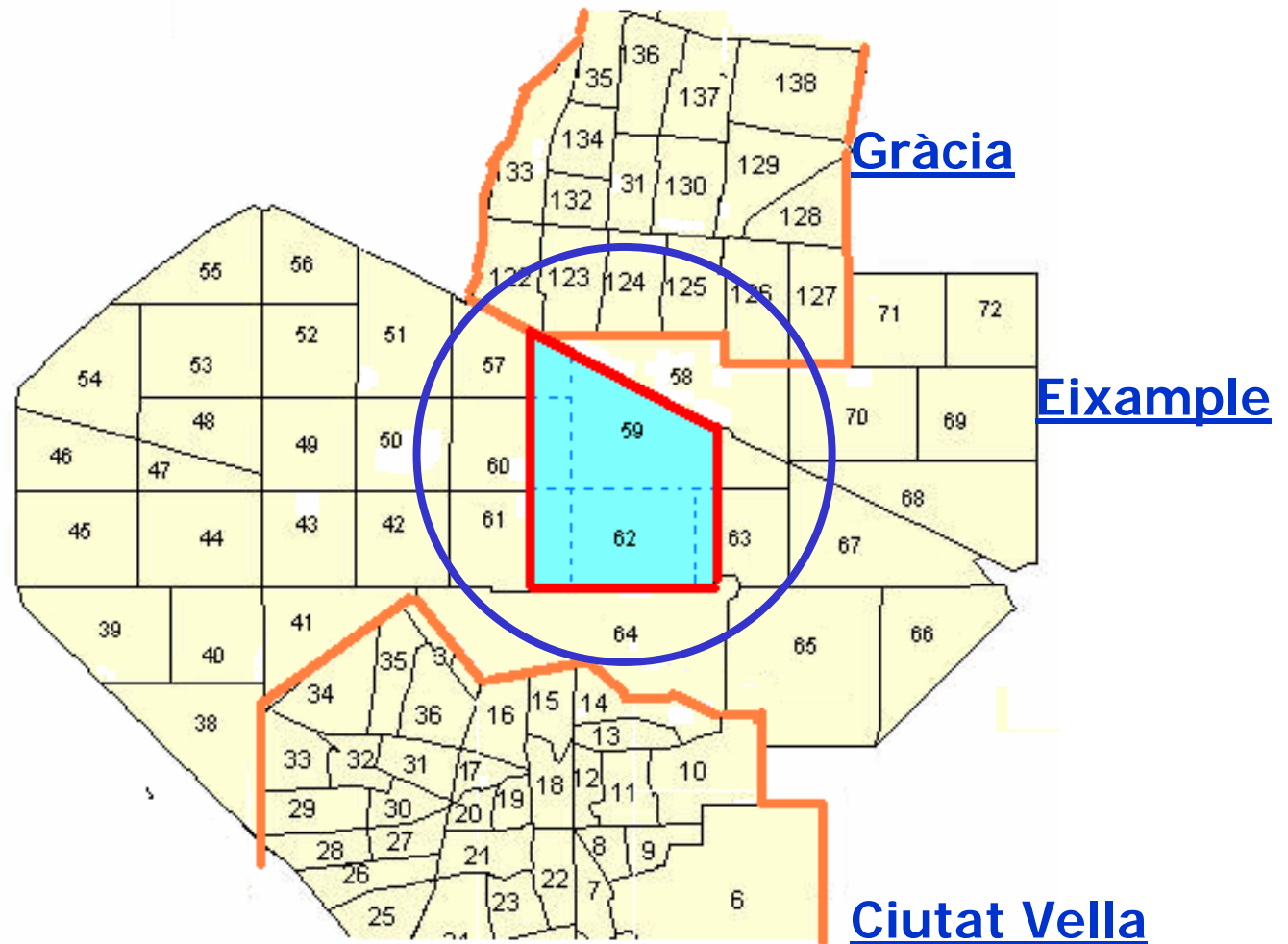
- Duplicació de visitants en el estudi de quantificació.
- Cens no actualitzat.
- Residents no comptats en l'horari del estudi.
- Residents que no tenen mobilitat cap a l'exterior del Eix.

3. - Afluència de visitants. (II anexe)

Mapes COR EIXAMPLE

i zones properes.

-  COR EIXAMPLE
-  Zones properes a L'EIX



3. - Afluència de visitants. (II anexe)

Població COR EIXAMPLE i zones properes.

	Codi	Població	% proximitat a L' EIX	Població objectiu
COR EIXAMPLE	59	7.825	85%	6.651
	62	4.400	100%	4.400
	63	5.406	33%	1.784
	57	1.997	33%	659
	60	2.600	33%	858
	61	1.665	33%	549
			TOTAL	
Resta EIXAMPLE	57	1.997	55%	1.098
	60	2.600	66%	1.716
	61	1.665	66%	1.099
	51	5.758	15%	864
	50	4.705	33%	1.553
	42	3.123	15%	468
	64	5.978	66%	3.945
	58	9.156	100%	9.156
	59	7.825	15%	1.174
	63	5.406	66%	3.568
	70	8.001	20%	1.600
	68	12.032	10%	1.203
	67	11.270	33%	3.719
Gracia	122	2.460	40%	984
	123	4.658	75%	3.494
	124	4.472	90%	4.025
	125	5.250	80%	4.200
	126	7.105	50%	3.553
	127	7.702	10%	770
		TOTAL		48.189
		Gran Total		63.090

Font: Cens any 2001 Ajuntament de Barcelona
Codi: Zones de recerca

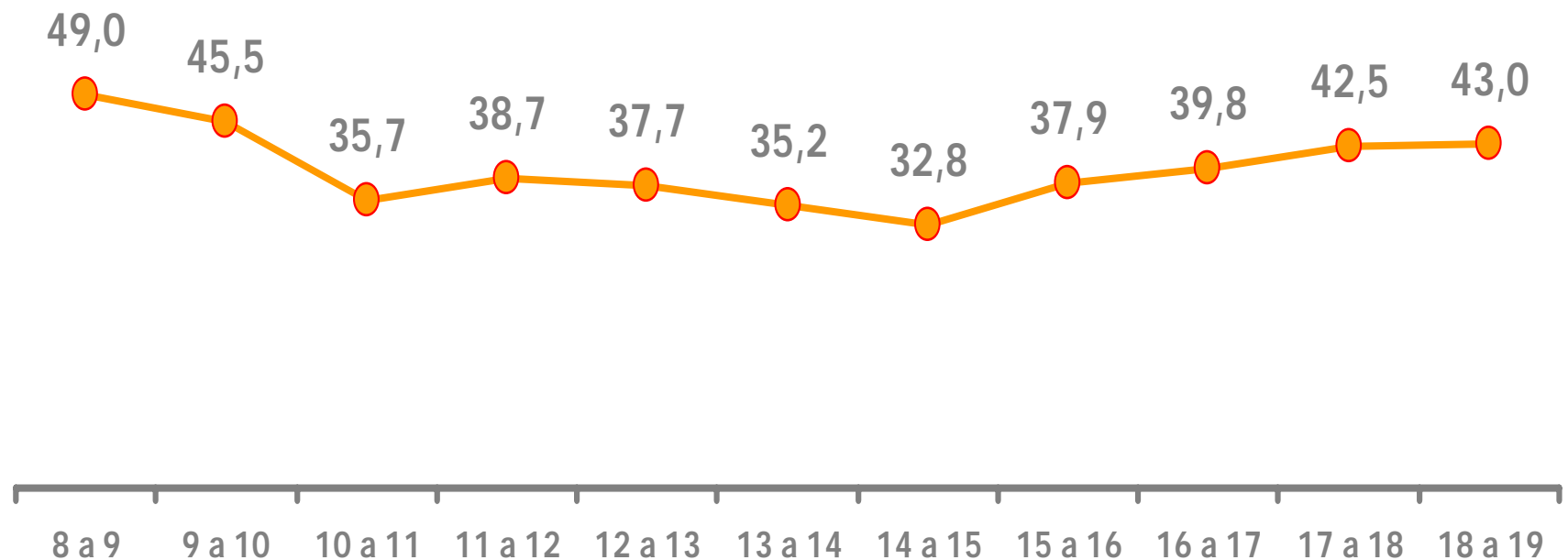
3. - Afluència de visitants. (III)

Distribució per hora del dia

Nombre de visitants (milers) ⁽¹⁾

Total visitants en una setmana .

437.800 visitants

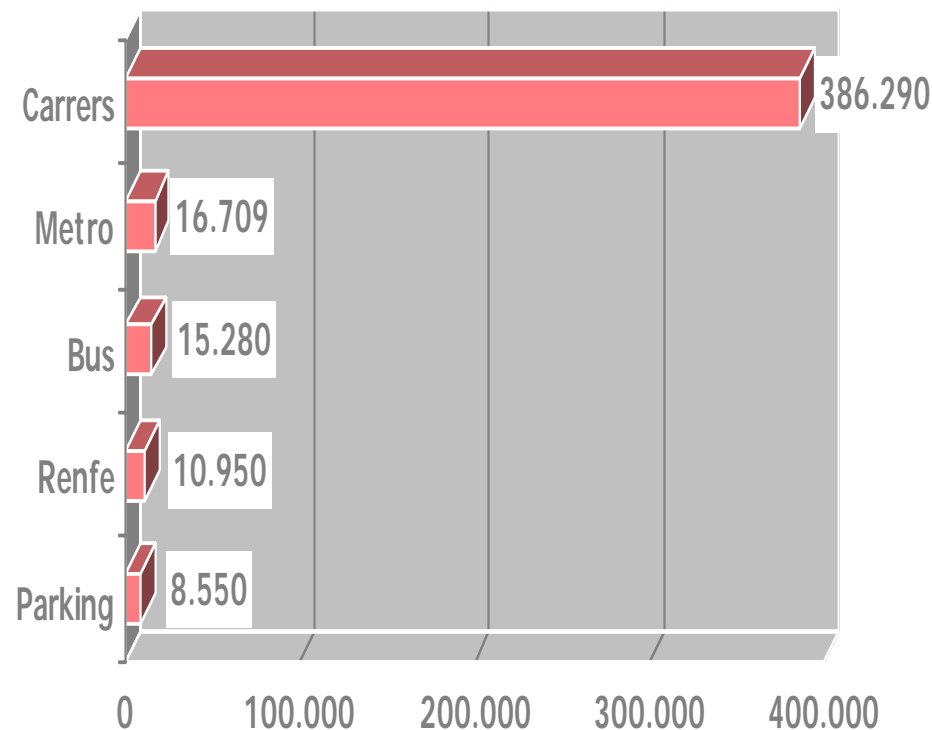


(1) Correspon a la primera setmana d'octubre - Horari de 8 a 19 hores

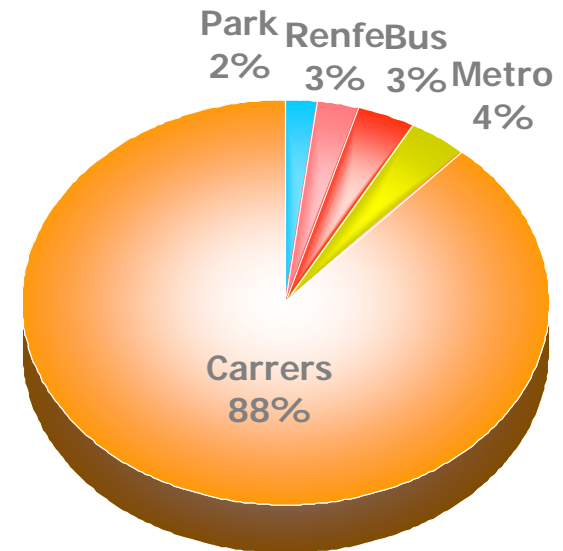
3. - Afluència de visitants. (IV)

Distribució per accés (comptatge)

Nombre de visitants setmanal ⁽¹⁾



% Accés.



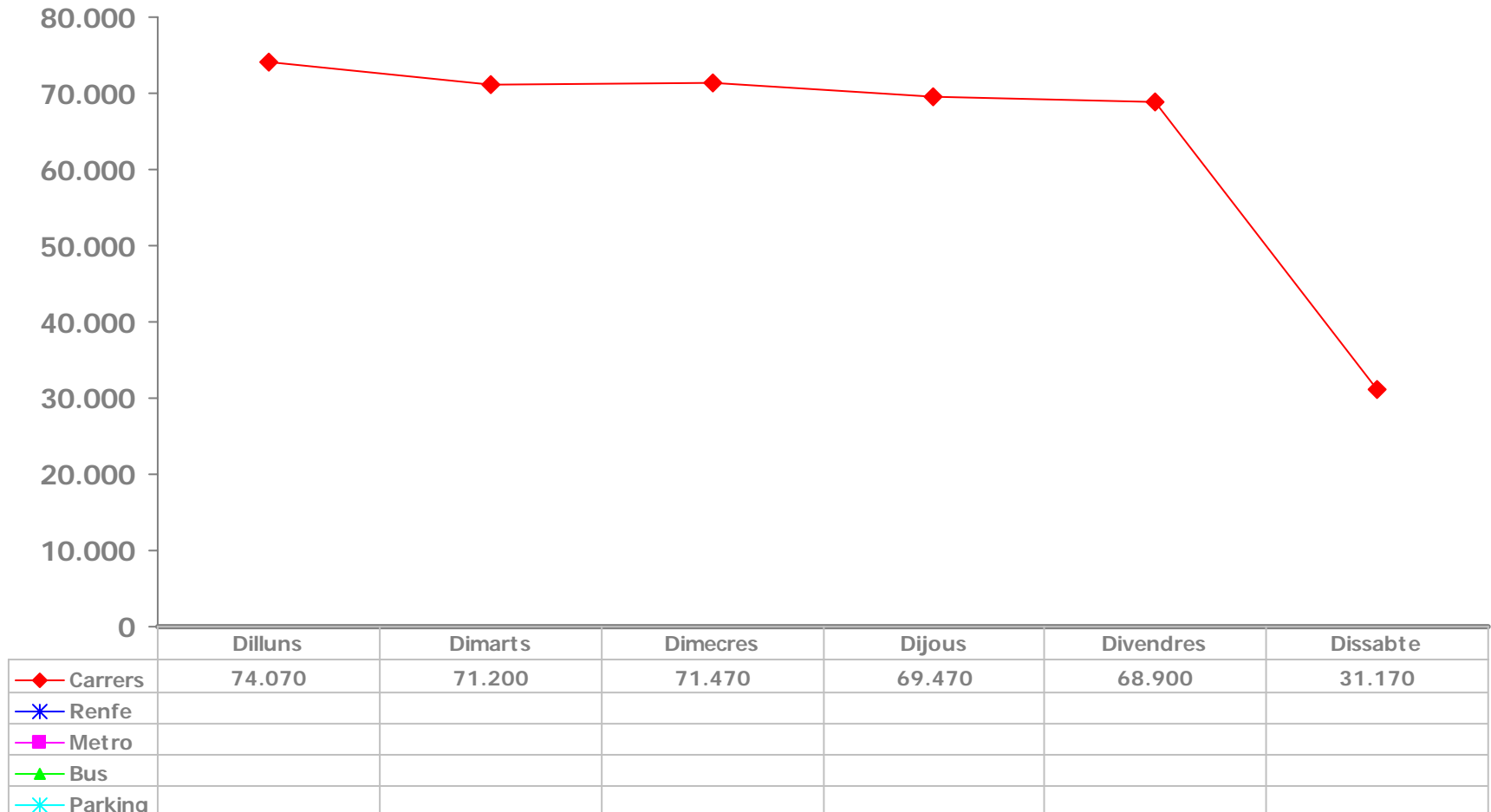
Total 437.800 visitants

(1) Correspon a la primera setmana d'octubre - Horari de 8 a 19 hores

3. - Afluència de visitants. (V)

Distribució per accés i per dia -a-

Nombre de visitants (1)

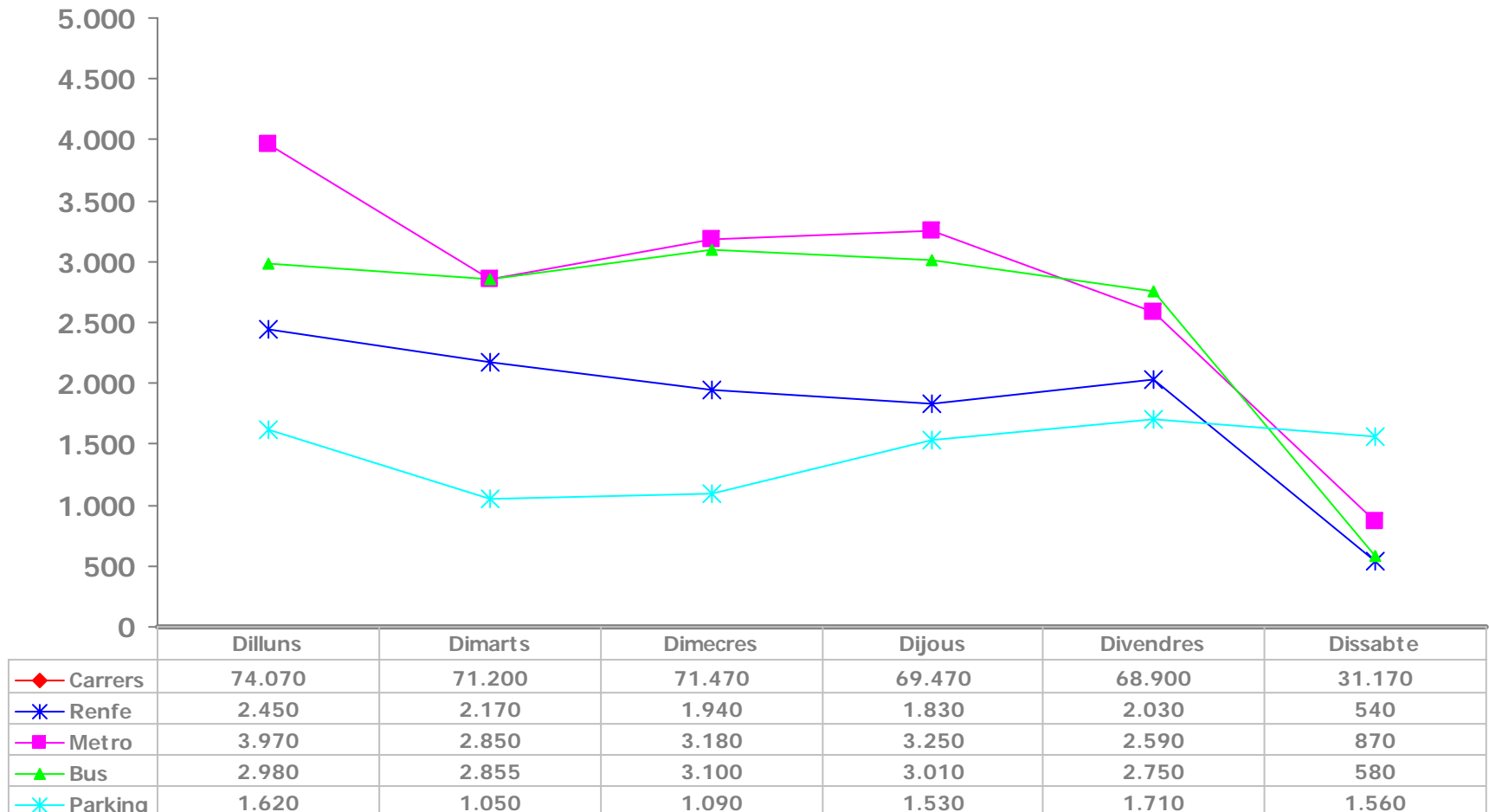


(1) Correspon a la primera setmana d'octubre - Horari de 8 a 19 hores

3. - Afluència de visitants. (VI)

Distribució per accés i per dia -b-

Nombre de visitants (1)

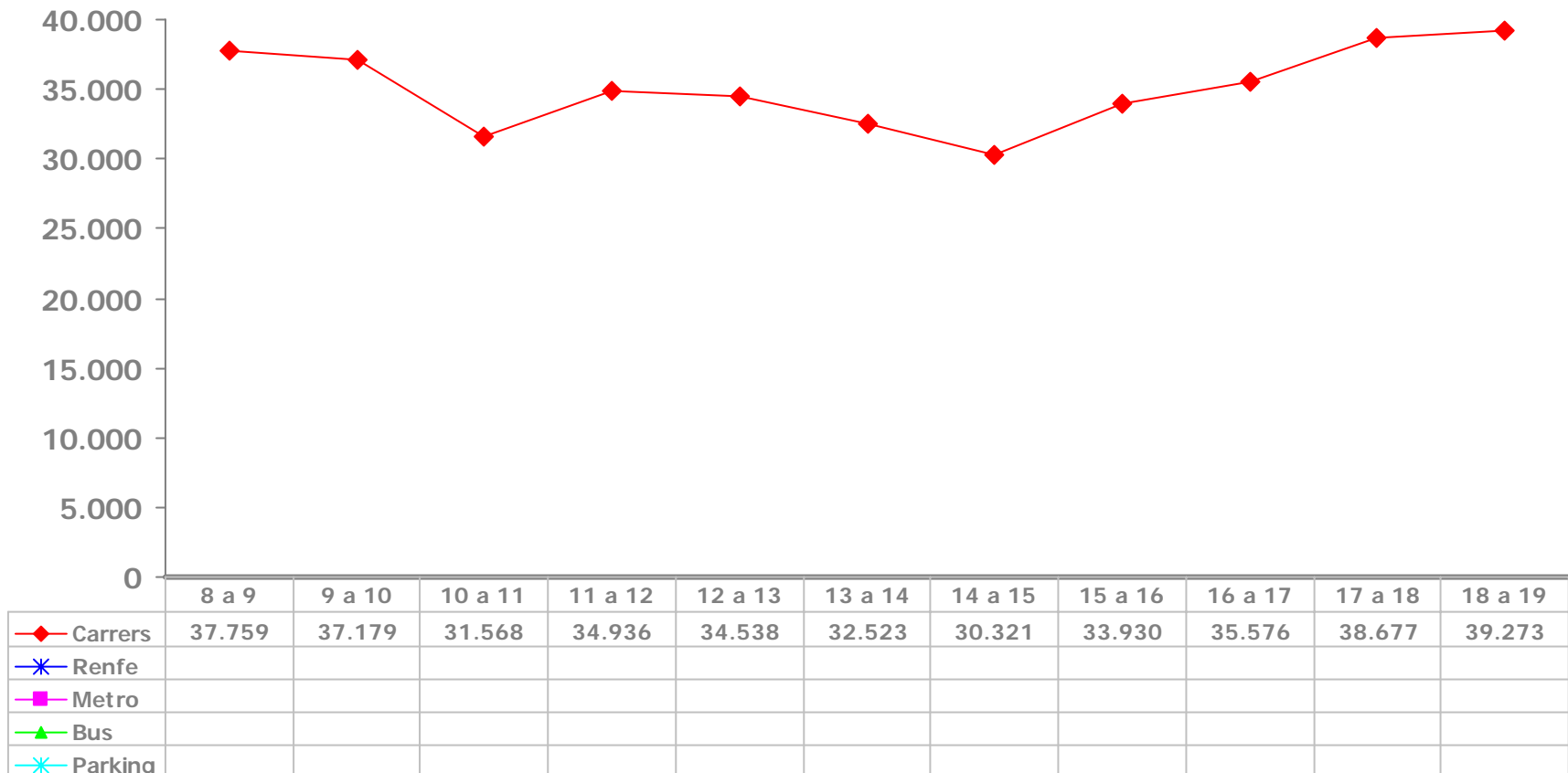


(1) Correspon a la primera setmana d'octubre - Horari de 8 a 19 hores

3. - Afluència de visitants. (VII)

Distribució per accés i per hora del dia -a-

Nombre de visitants ⁽¹⁾

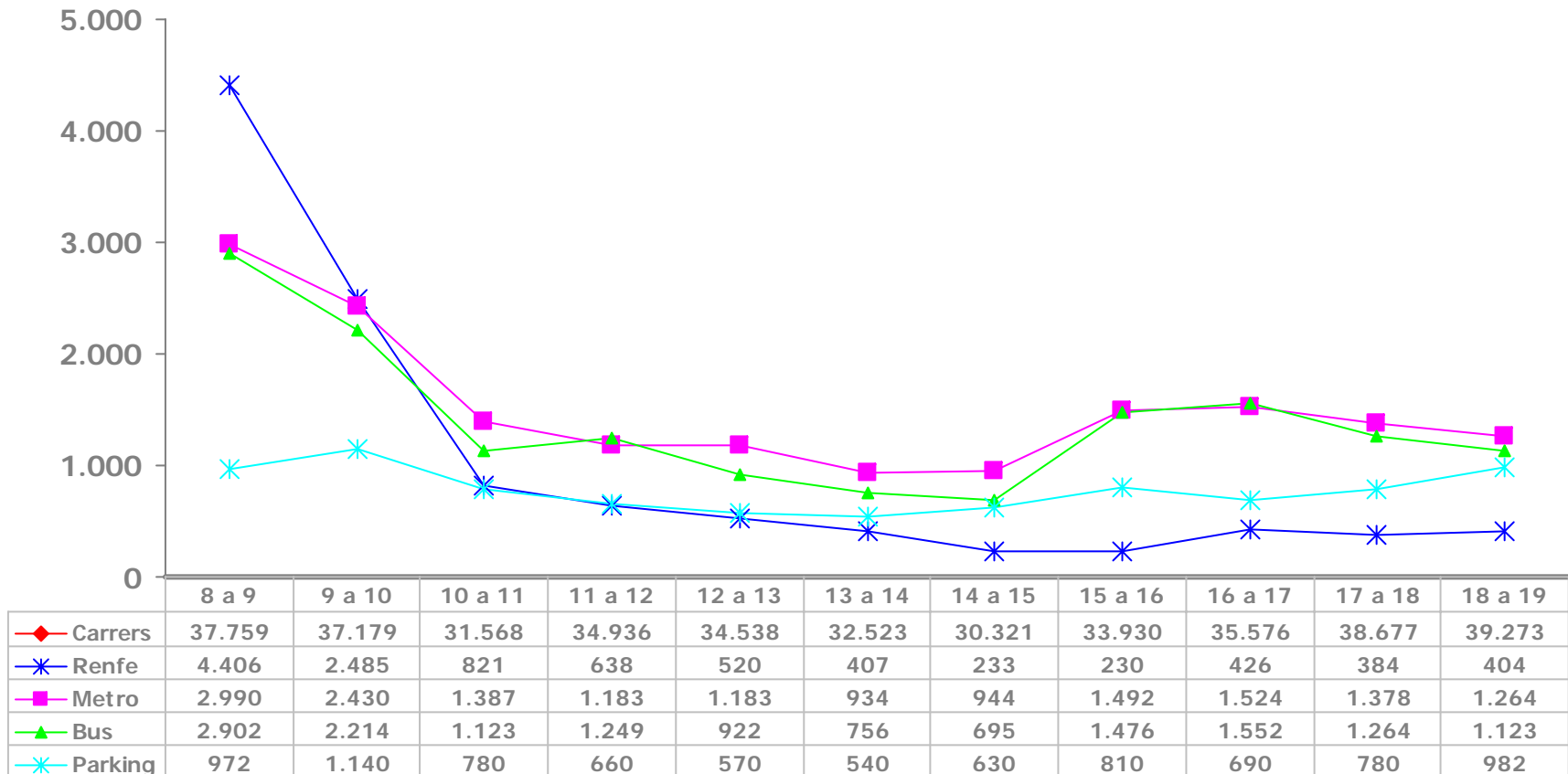


(1) Correspon a la primera setmana d'octubre - Horari de 8 a 19 hores

3. - Afluència de visitants. (VIII)

Distribució per accés i per hora del dia -b-

Nombre de visitants ⁽¹⁾



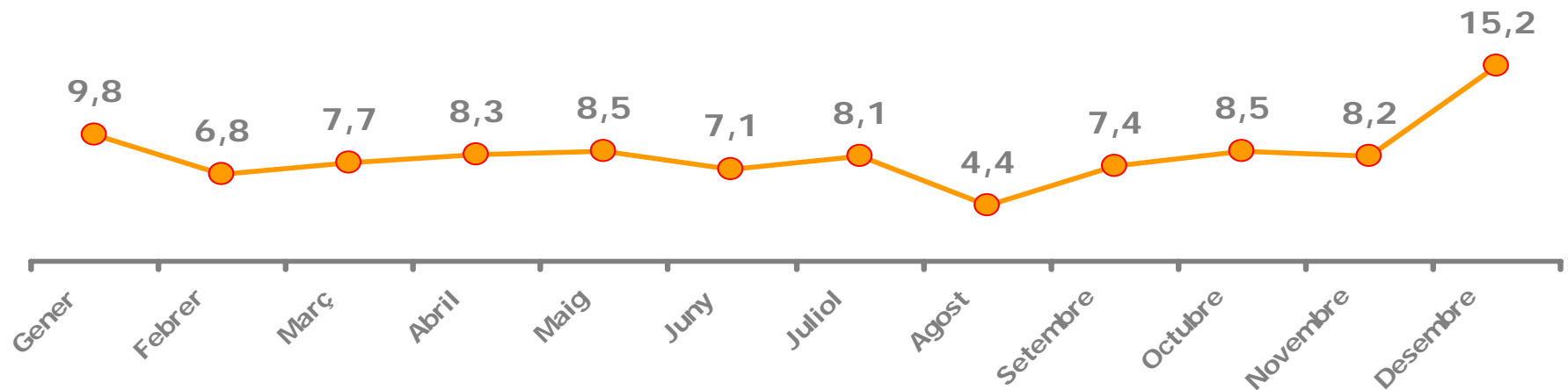
(1) Correspon a la primera setmana d'octubre - Horari de 8 a 19 hores

3. - Afluència de visitants. (IX)

Extrapolació anual de visitants.

- Per a realitzar la extrapolació anual ens hem basat en els següents paràmetres:
 - Estacionalitat de vendes mensual.

Estacionalitat de vendes ⁽¹⁾



(1) Correspon a la mitjana de vendes de diversos sectors.

Font: EIXOS COMERCIALS

3. - Afluència de visitants. (X)

Extrapolació anual de visitants.

- Sobre la base d'aquests paràmetres realitzem 3 hipòtesis.

A - Sense diumenge. 22.318.000 visitants

No tenim en compte el diumenge.

B - Amb diumenge - Valor mínim. 24.088.000 visitants

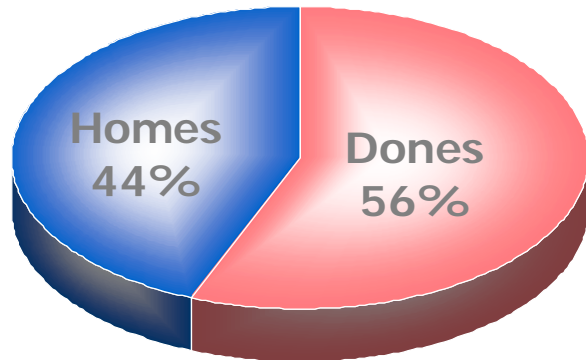
Valorem els diumenges igual al dia de menor afluència.

C - Amb diumenge - Valor mig. 26.038.000 visitants

Valorem els diumenges igual al valor mig de tots els dies.

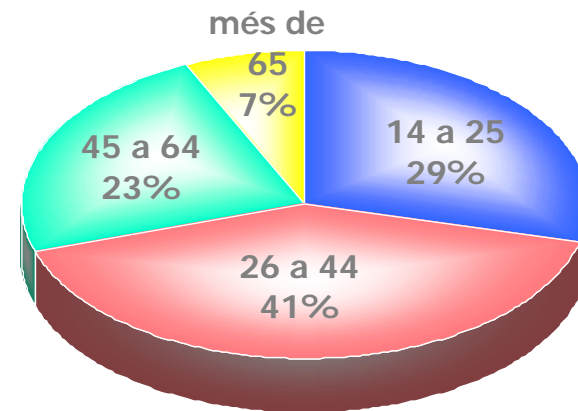
4. - Perfil sociodemogràfic (I)

Sexe



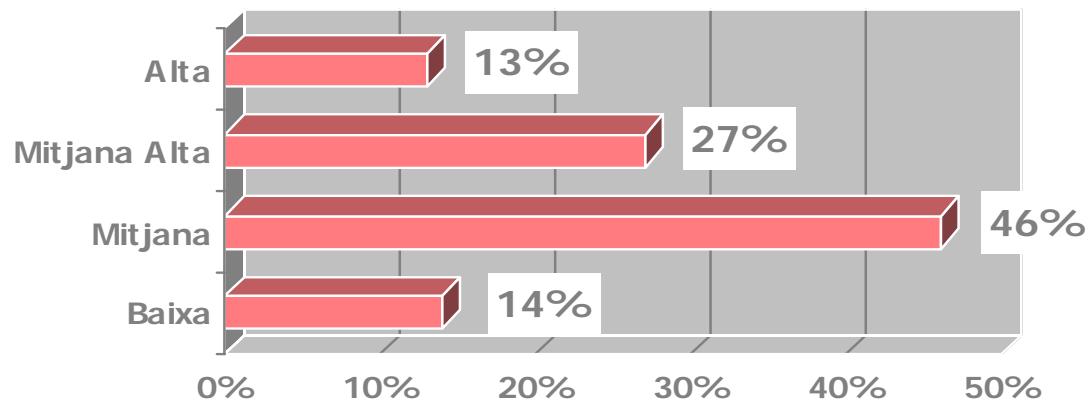
(Base 1030)

Edat



(Base 1030)

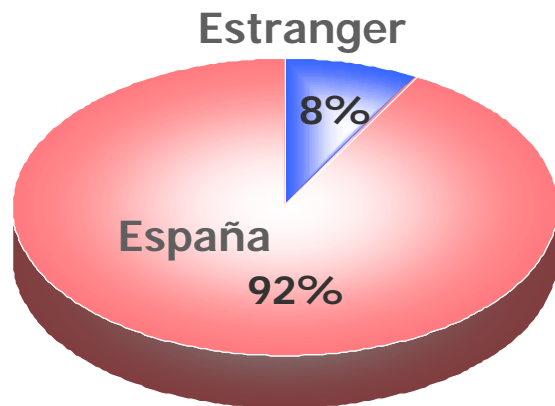
Classe social



(Base 1030)

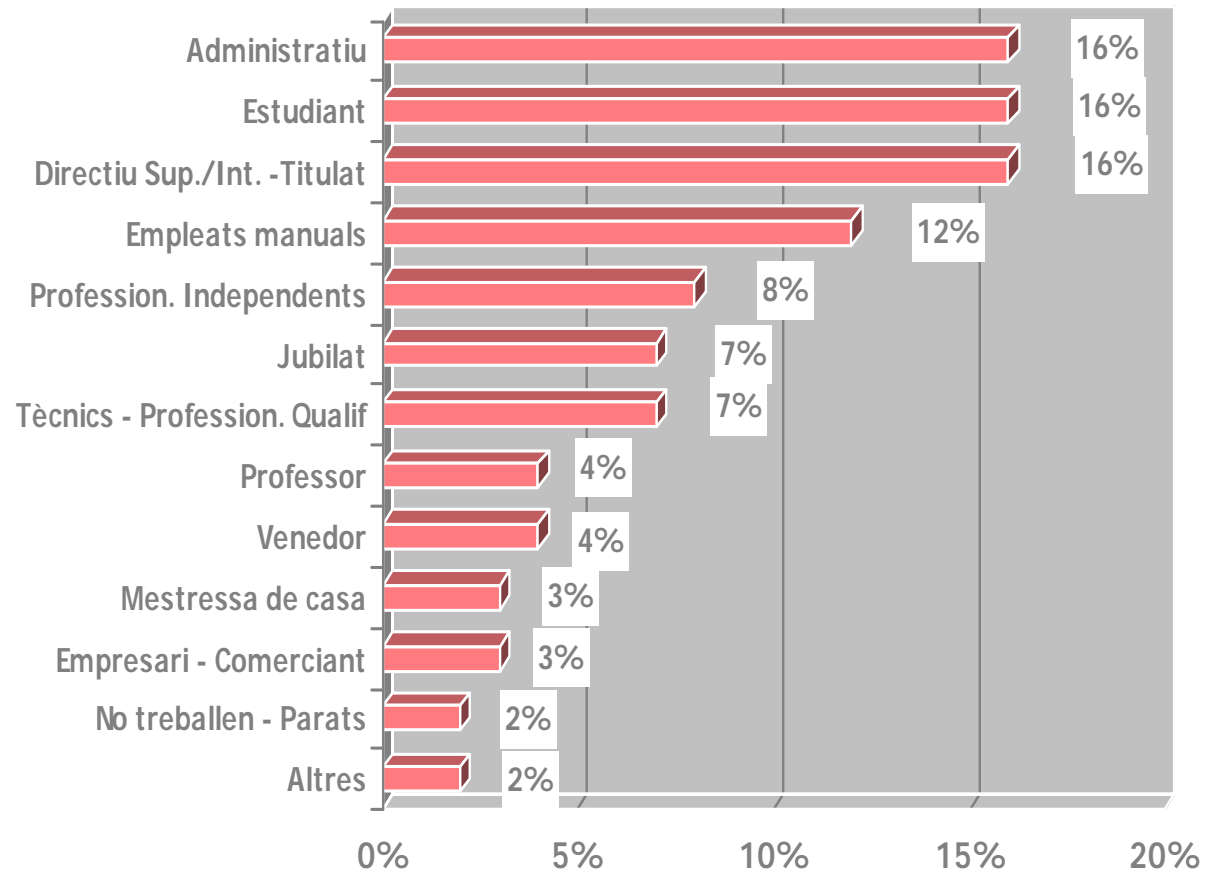
4. - Perfil sociodemogràfic (II)

Nacionalitat



(Base 1030)

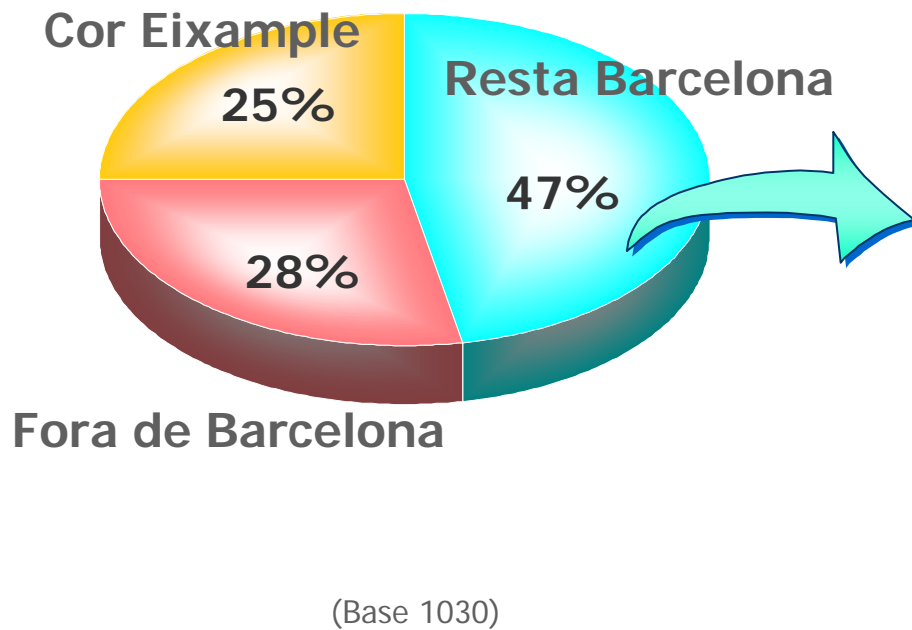
Professió entrevistat



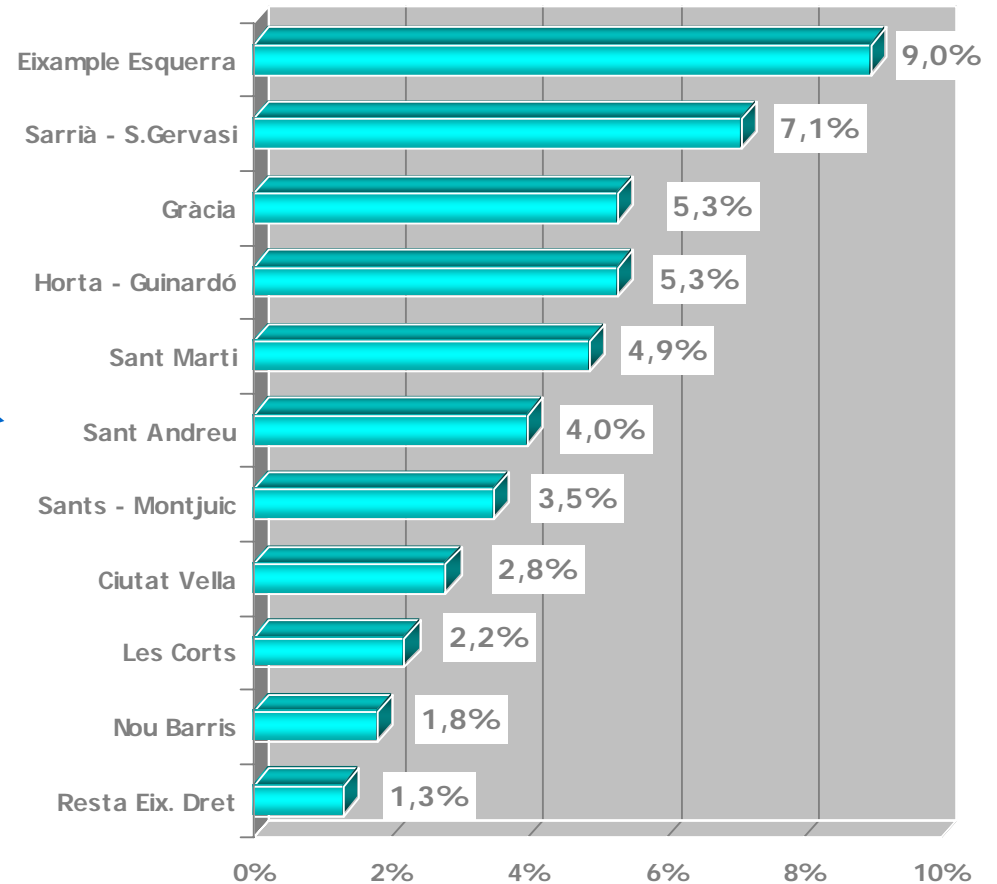
(Base 1030)

4. - Perfil sociodemogràfic (III)

Lloc de residència



Altres districtes de Barcelona

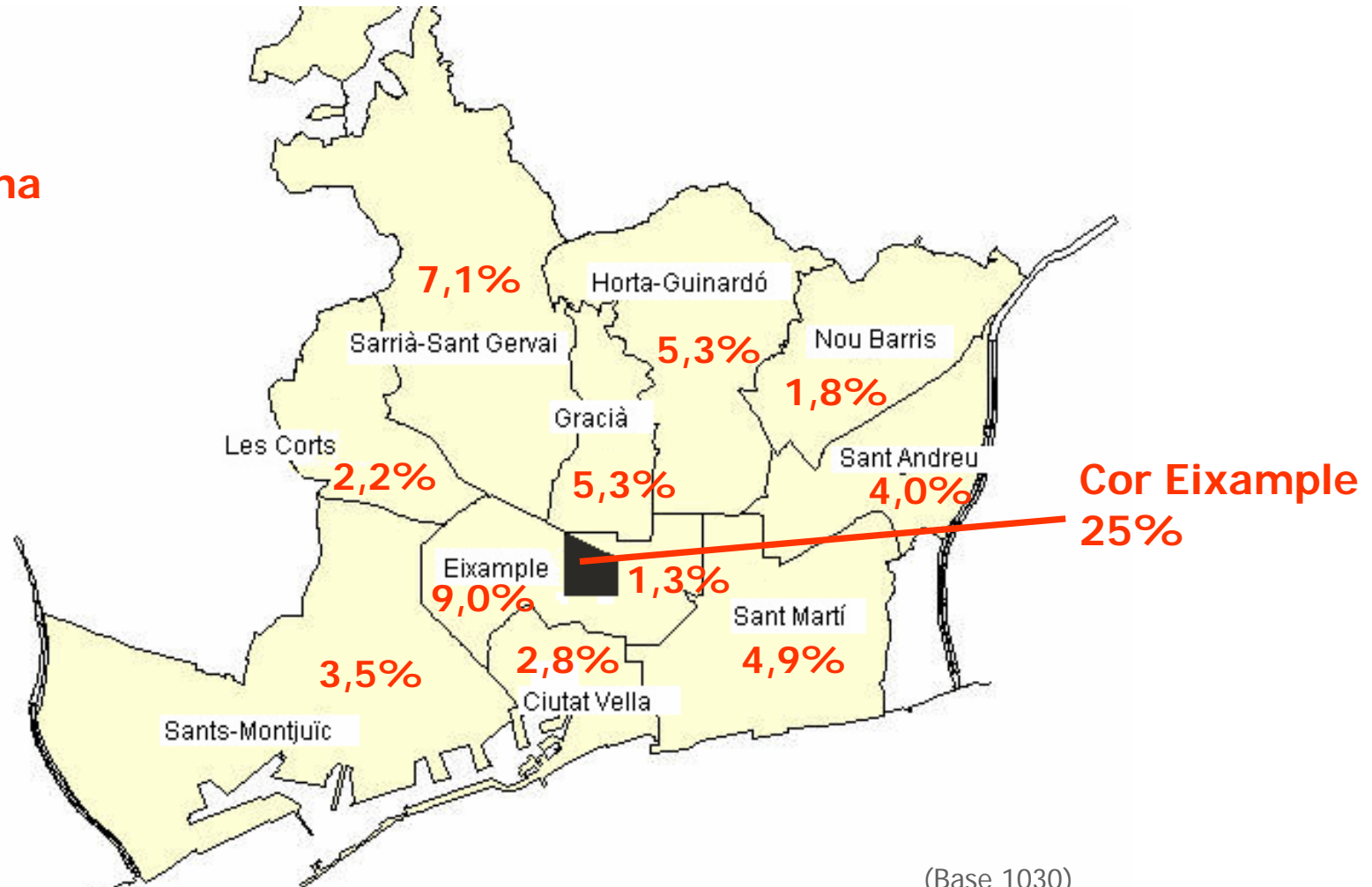


(Base 1030)

4. - Perfil sociodemogràfic (IV)

Lloc de residència

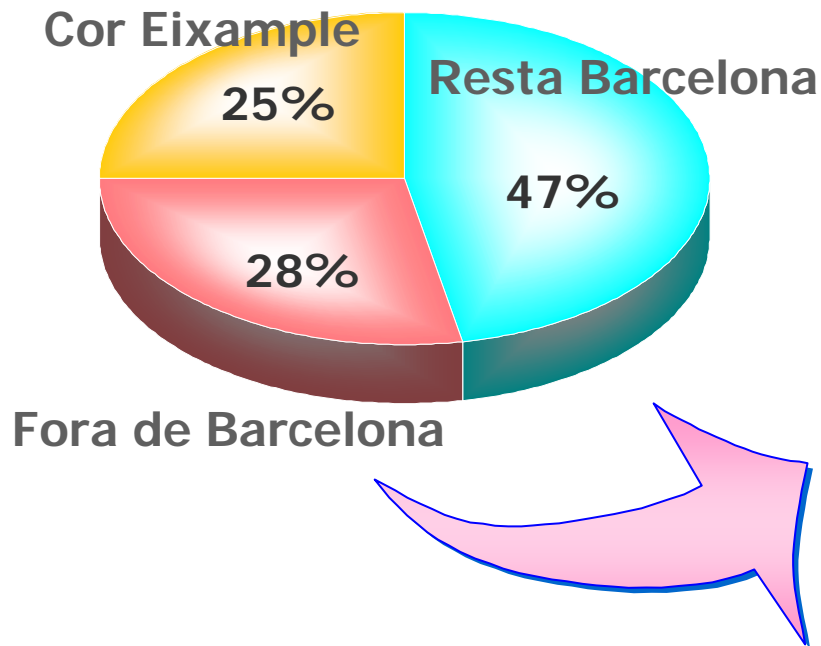
Resta Barcelona
47%



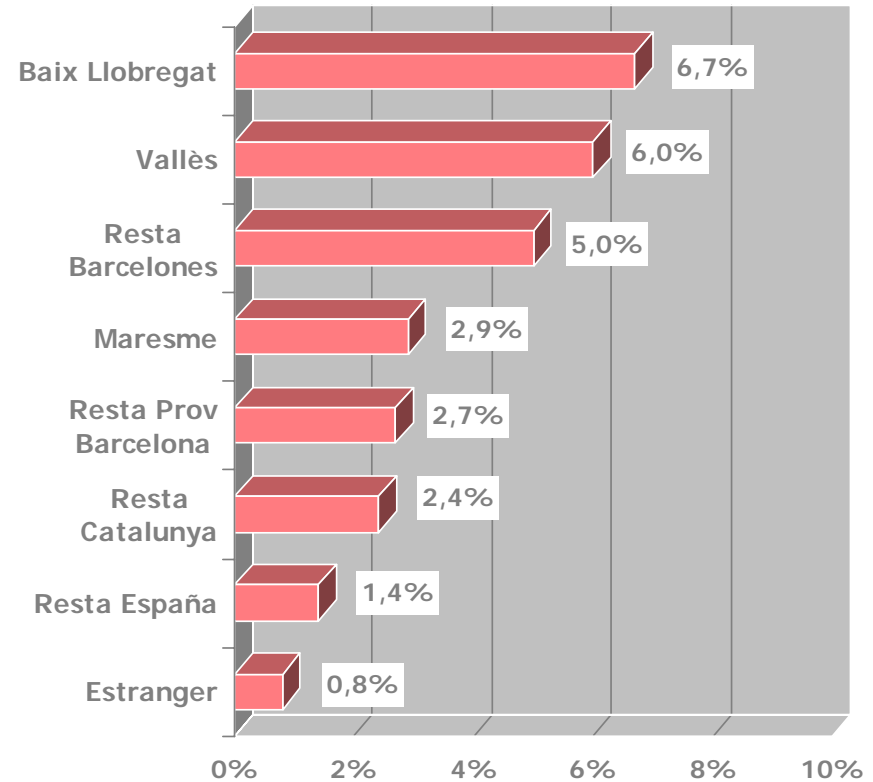
(Base 1030)

4. - Perfil sociodemogràfic (V)

Lloc de residència



Resideixen fora de Barcelona

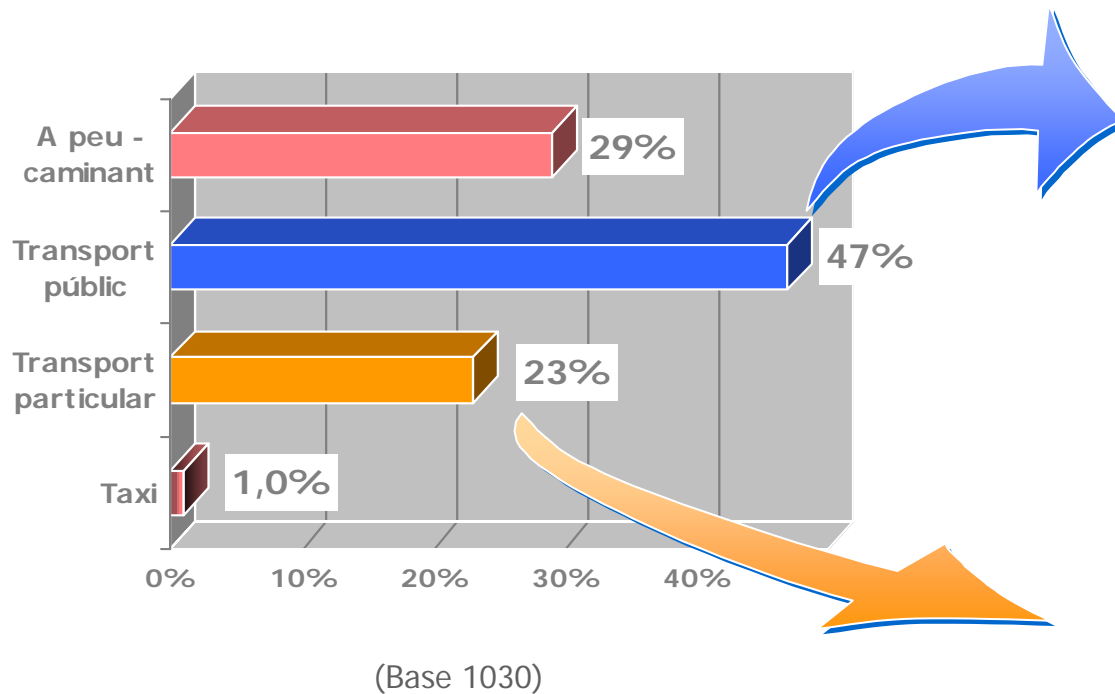


(Base 1030)

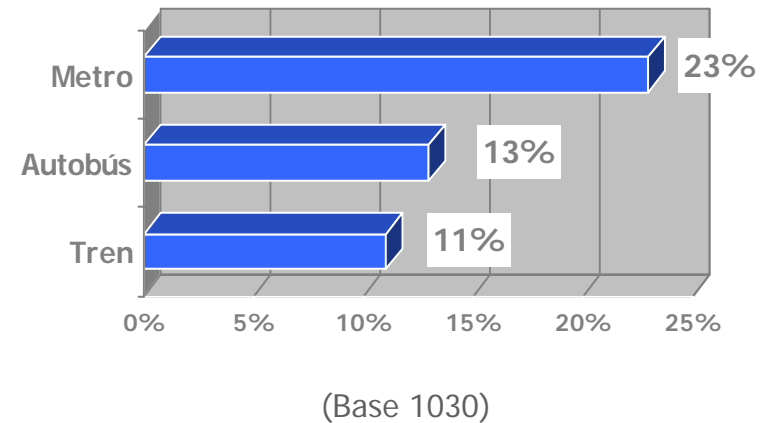
(Base 1030)

5. - Hàbits de visita (I)

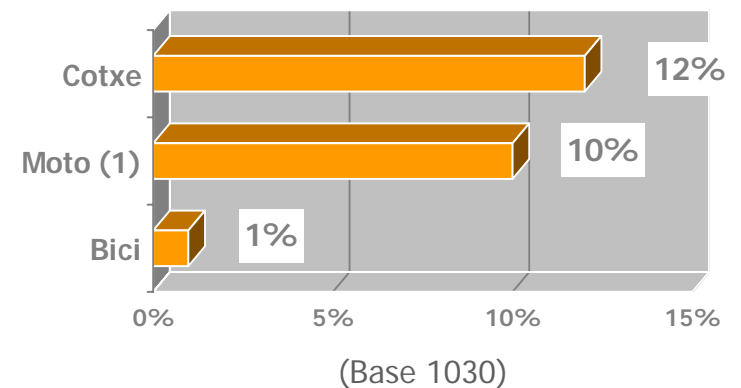
Mitjà de transport utilitzat



Transport públic



Transport particular

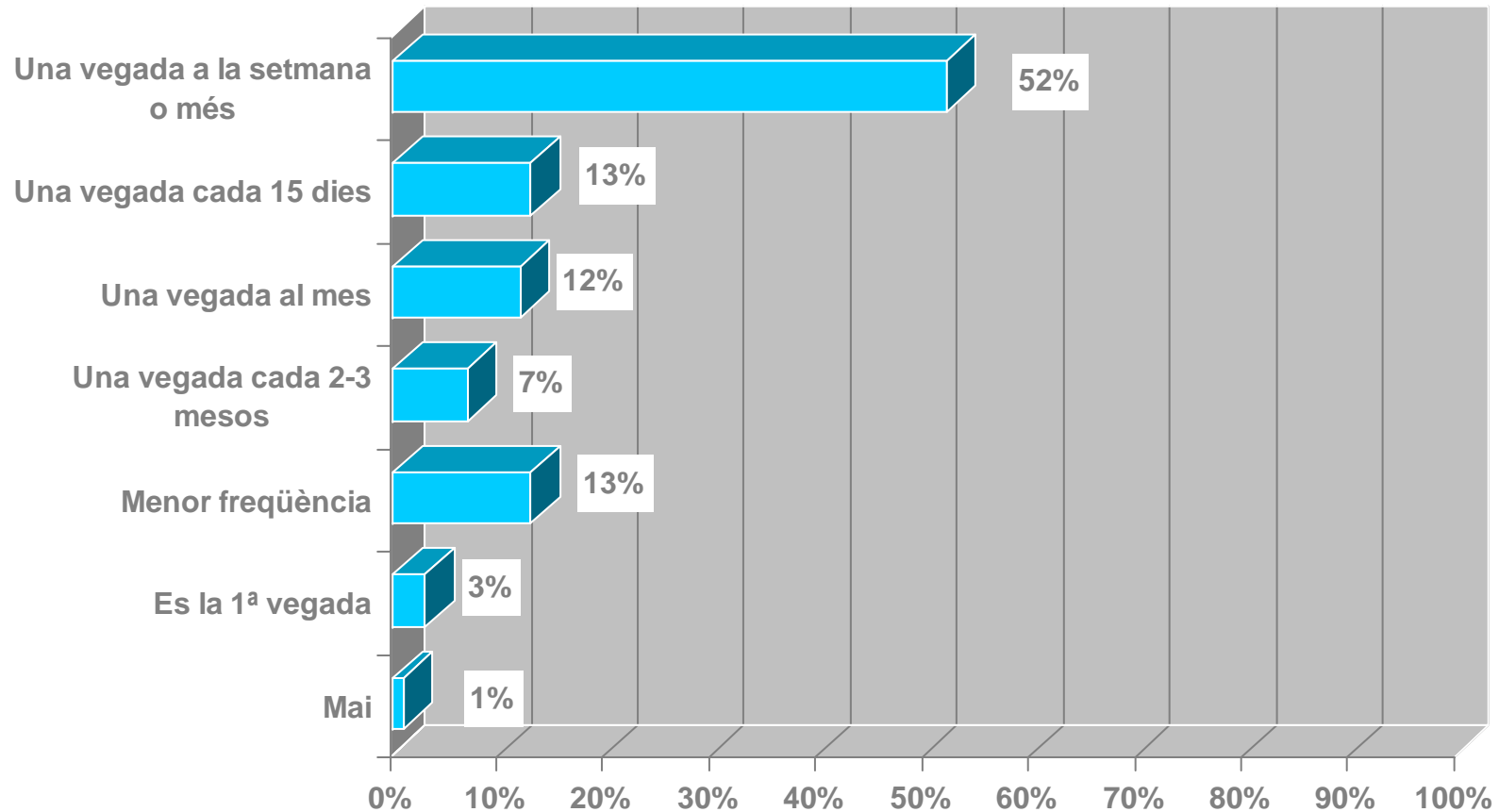


(1) motos aparcades al carrer dintre de l'eix: 2.834.

Comptades de 9 a 13 hores

5. - Hàbits de visita (II)

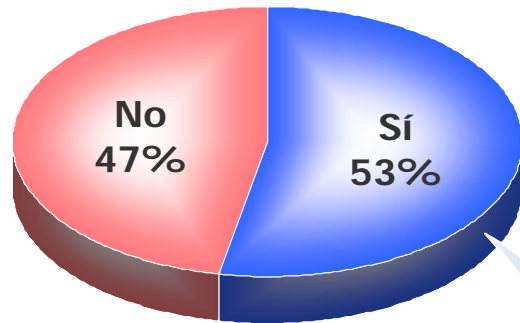
Freqüència de visita



(Base 1030)

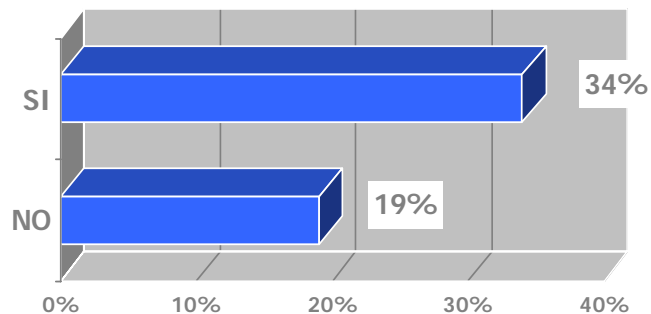
5. - Hàbits de visita (III)

Intenció de visitar algun establiment



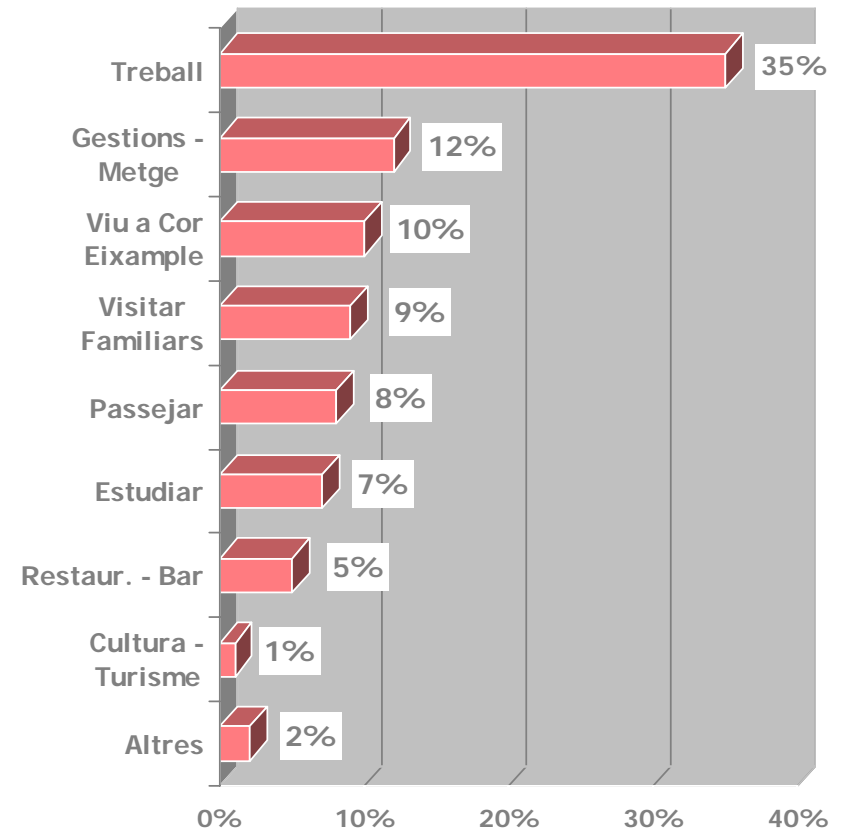
(Base 1030)

Intenció de comprar



(Base 1030)

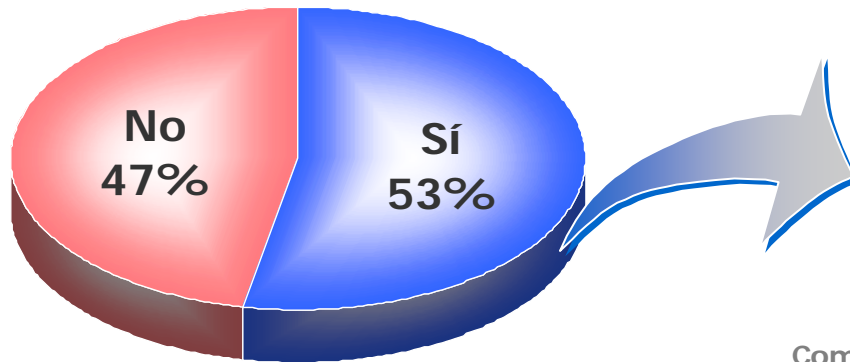
Altres motius de visita (resposta múltiple)



(Base 1030)

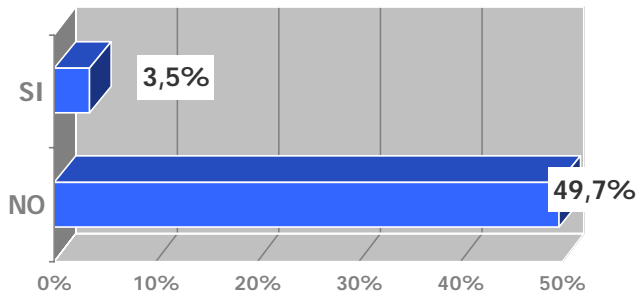
5. - Hàbits de visita (IV)

Intenció de visitar algun establiment



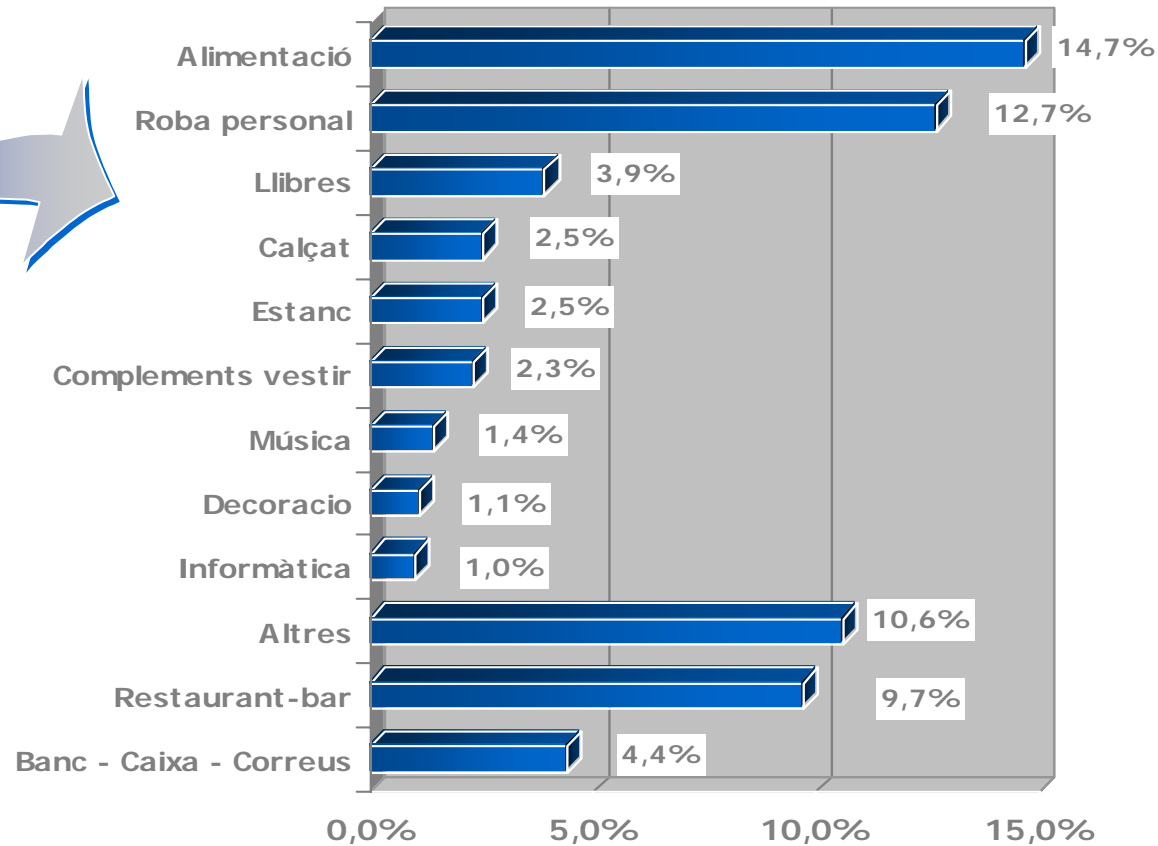
(Base 1030)

Anomenen el Mercat espontàniament



(Base 1030)

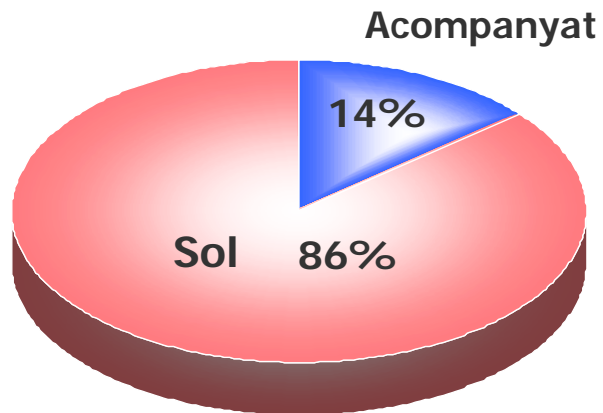
Tipus d'establiment que preveu visitar (resposta múltiple)



(Base 1030)

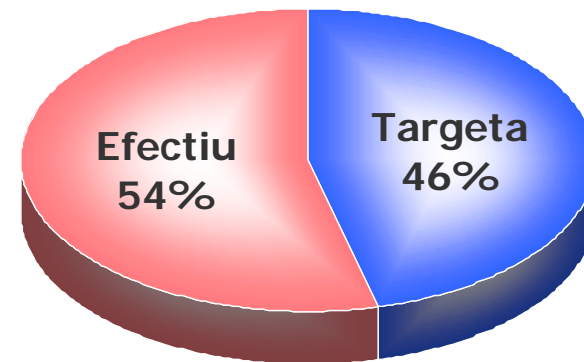
5. - Hàbits de visita (V)

Hi va sol o acompanyat



(Base 1030)

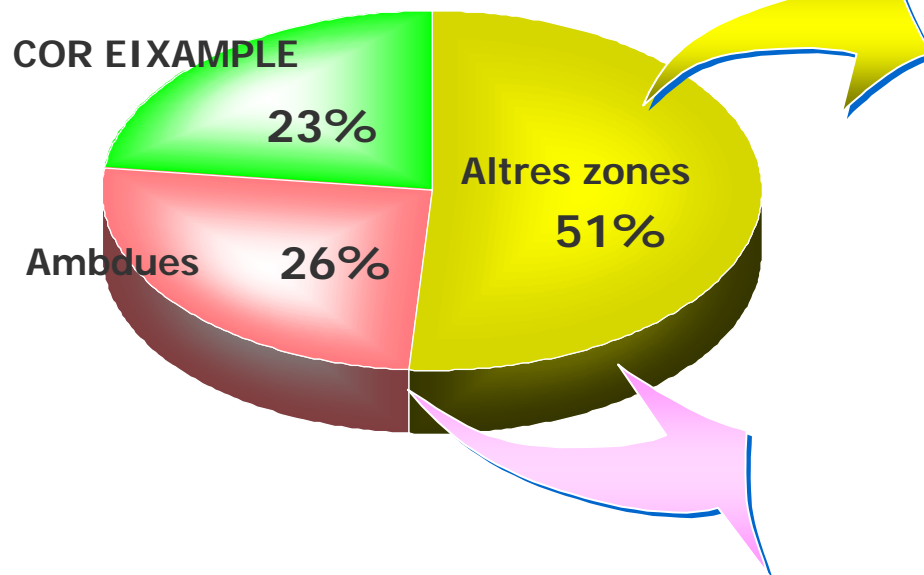
Forma de pagament habitual



(Base 1030)

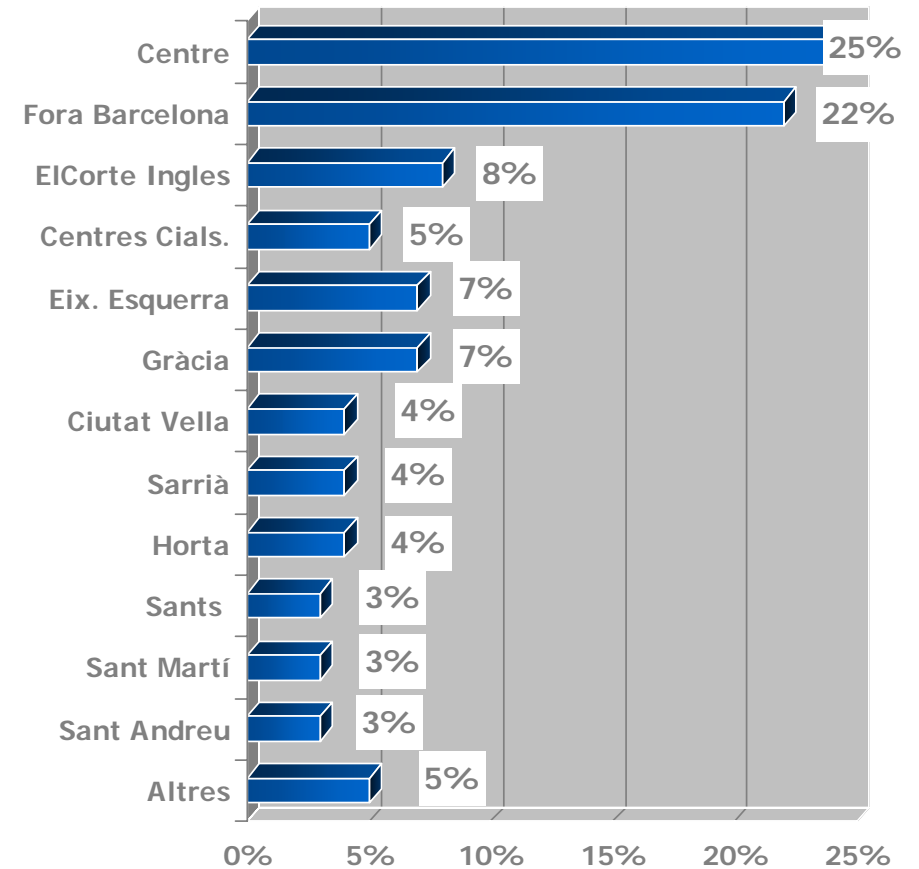
6. - Hàbits de compra (I)

Habitualment compra



(Base 1030)

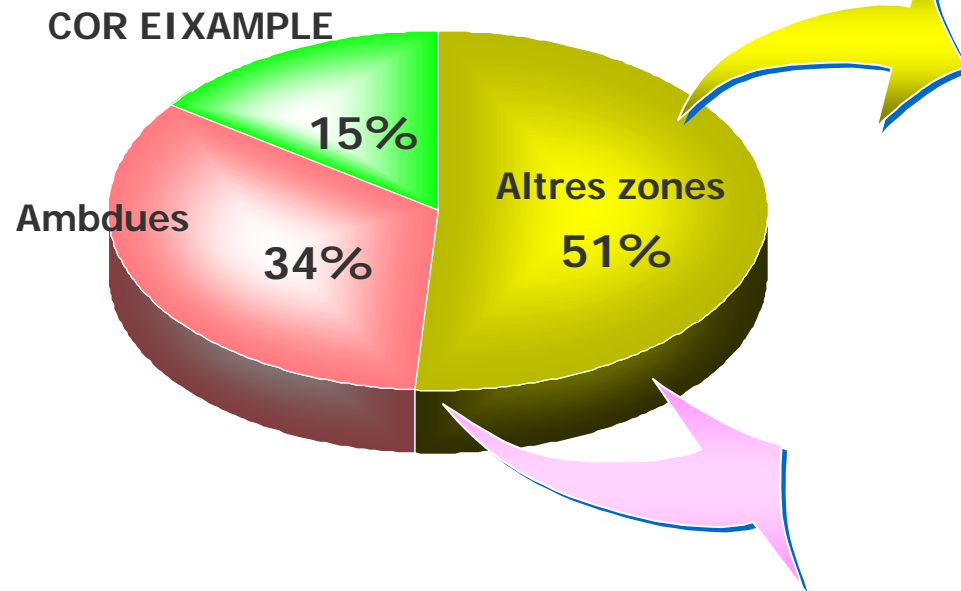
Altres zones de compra habitual (resposta múltiple)



(Base 1030)

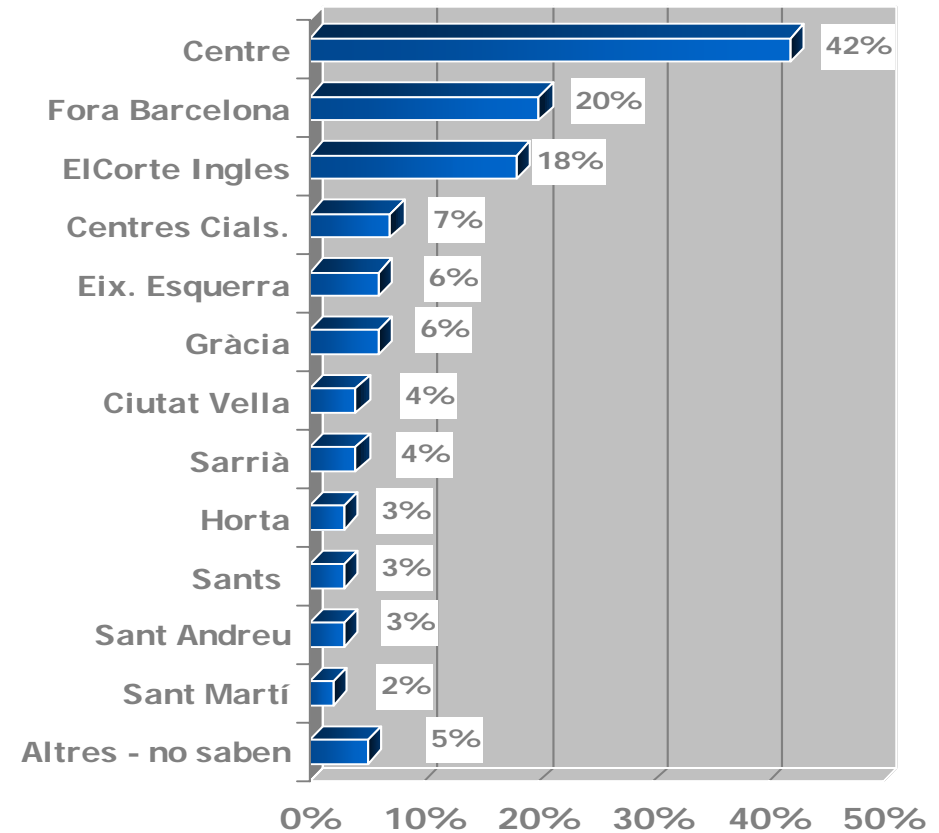
6. - Hàbits de compra (II)

Zones de compra a: Nadal, Reis, Rebaixes



(Base 1030)

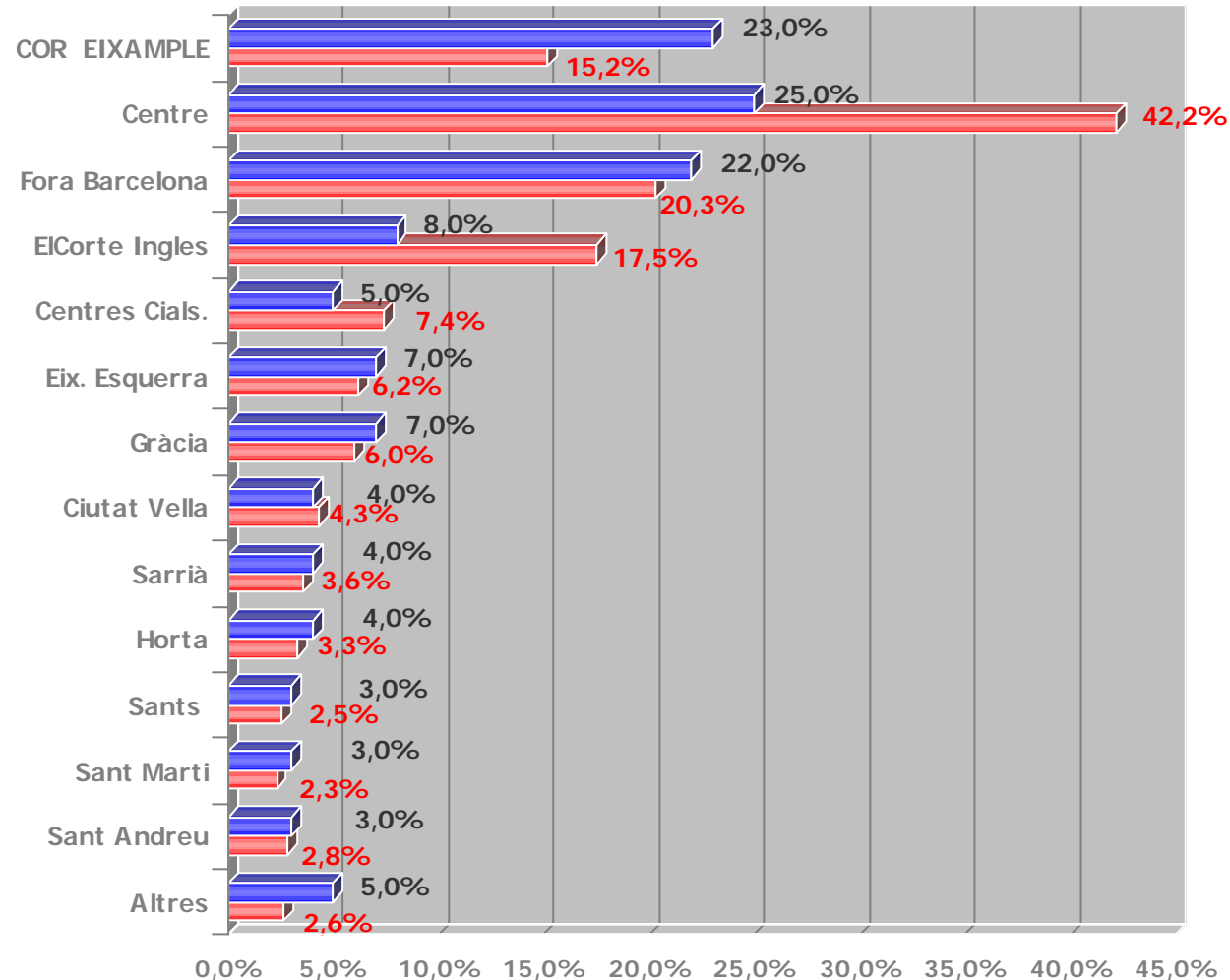
Zones de compra a: Nadal, Reis, Rebaixes (resposta múltiple)



(Base 1030)

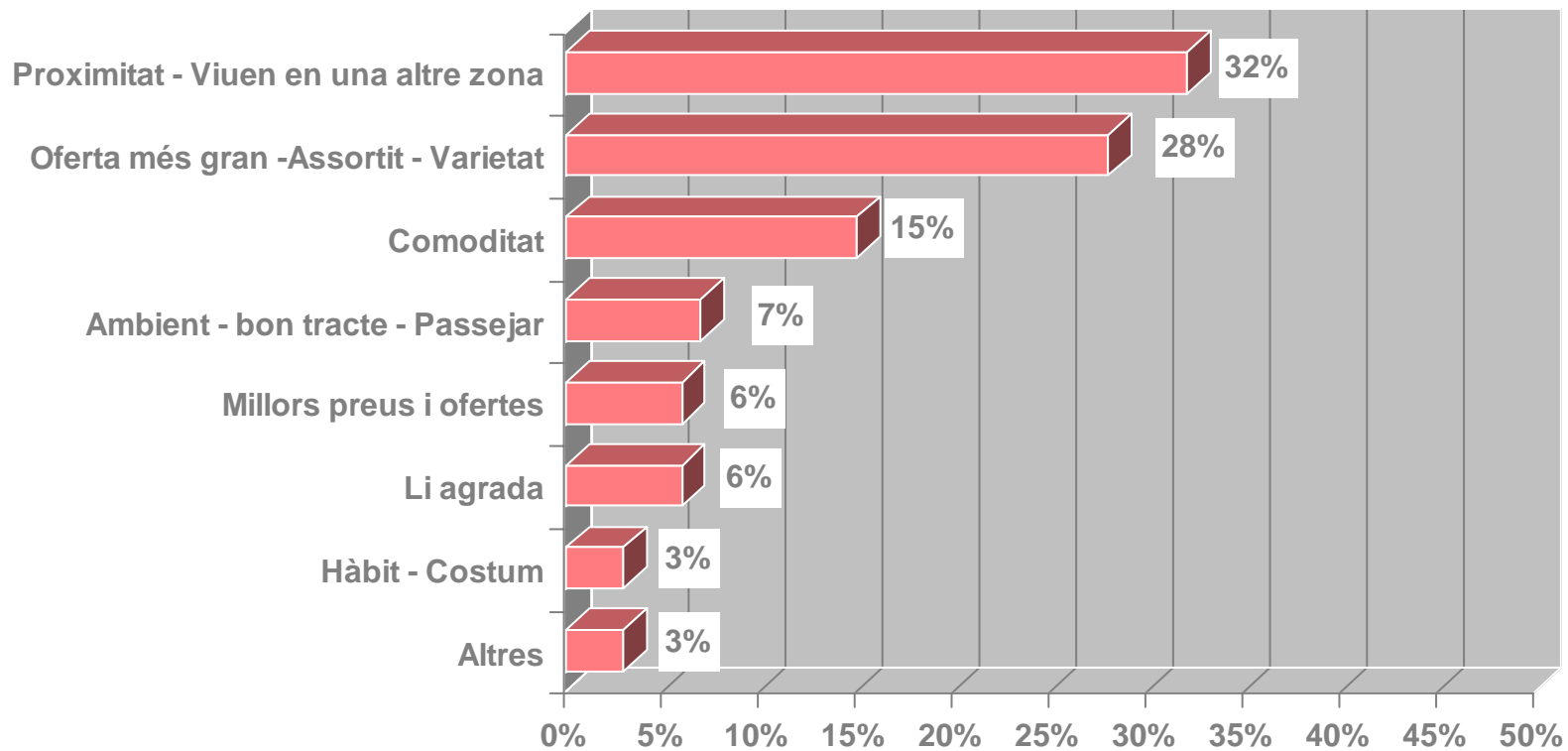
6. - Hàbits de compra (III)

Zones de compra: Habitualment vs Nadal, Reis, Rebaixes



(Base 1030)

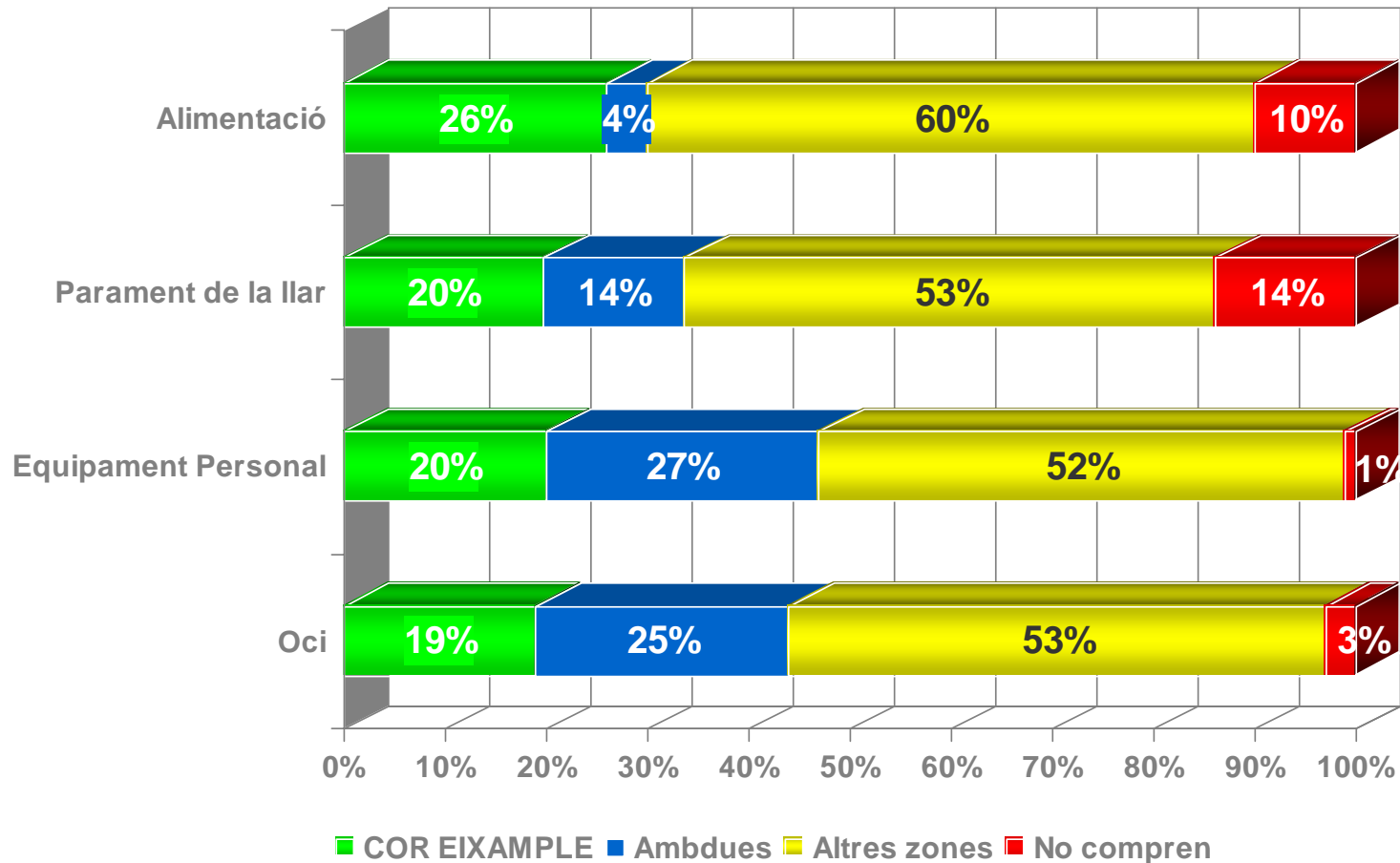
Motius per comprar en altres zones



(Base 1030)

6. - Hàbits de compra (V)

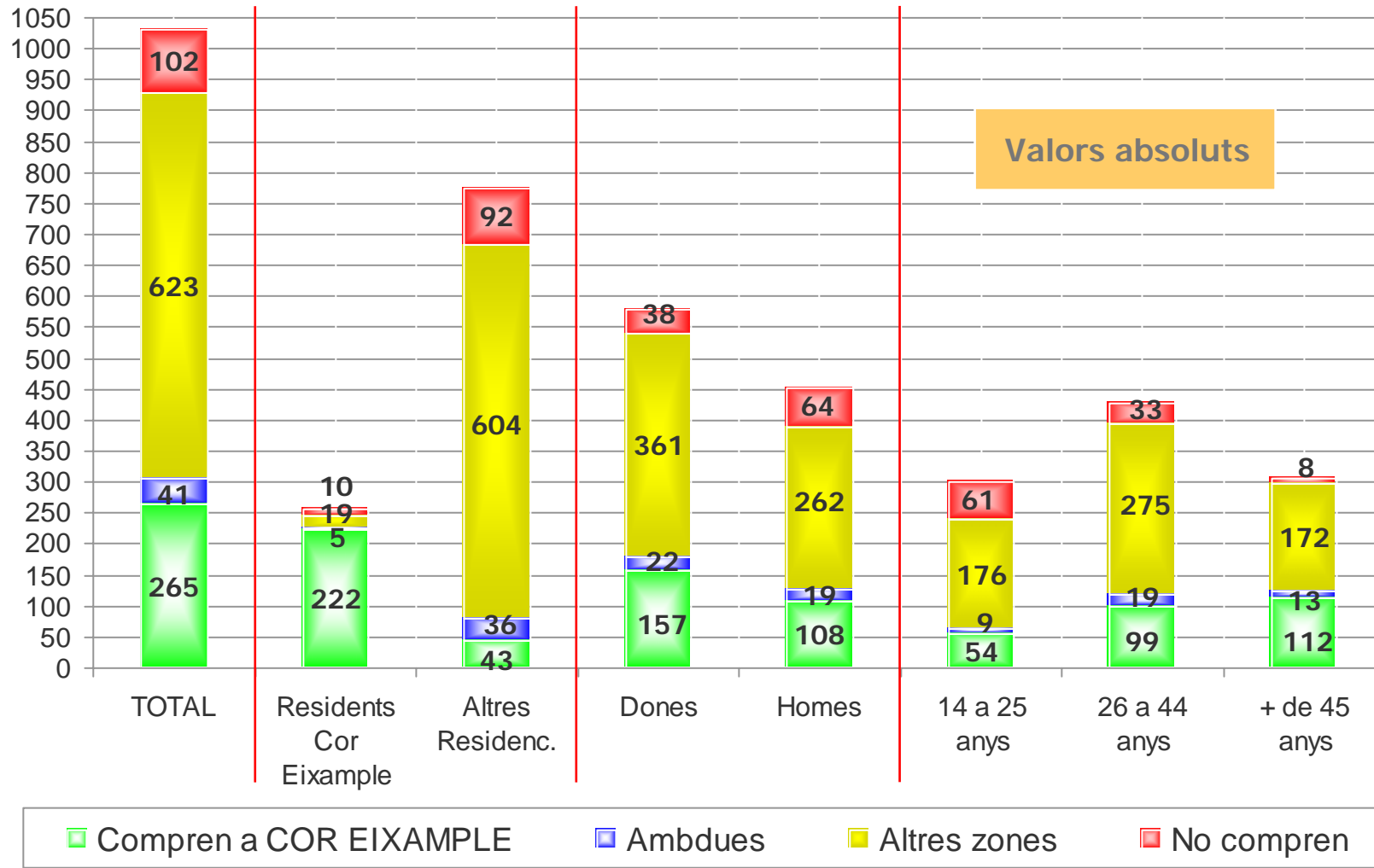
Que sol comprar a COR EIXAMPLE, en altres zones i que no sol comprar quasi mai, en quant a:



6. - Hàbits de compra (VI)

Zones habituals de compra.

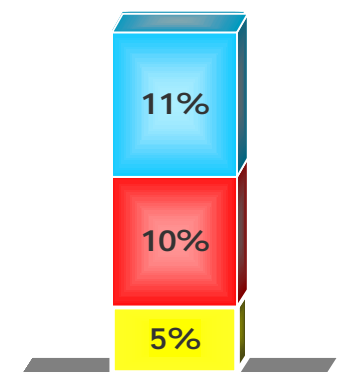
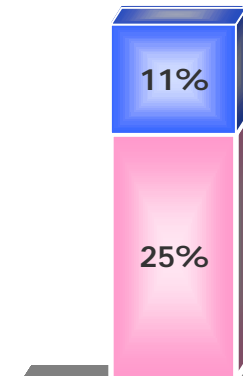
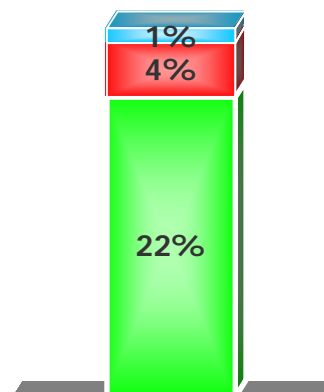
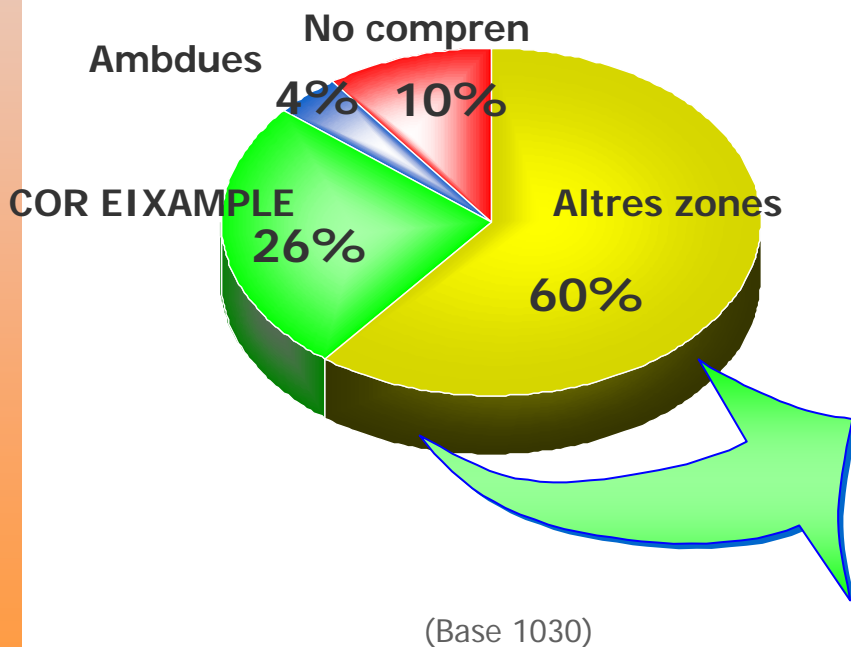
Alimentació



Zones habituals de compra.

Alimentació

 COR EIXAMPLE



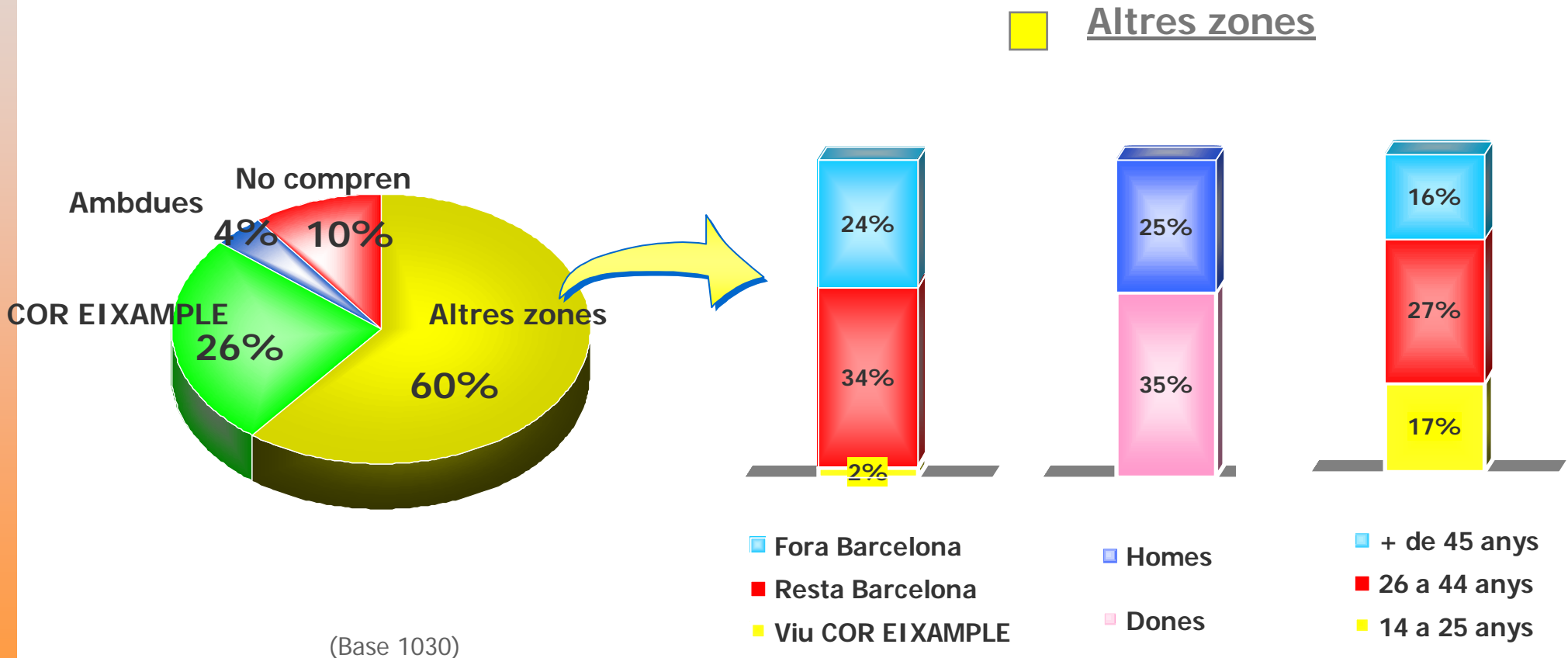
■ Fora Barcelona
■ Resta Barcelona
■ Viu COR EIXAMPLE

■ Homes
■ Dones

■ + de 45 anys
■ 26 a 44 anys
■ 14 a 25 anys

Zones habituals de compra.

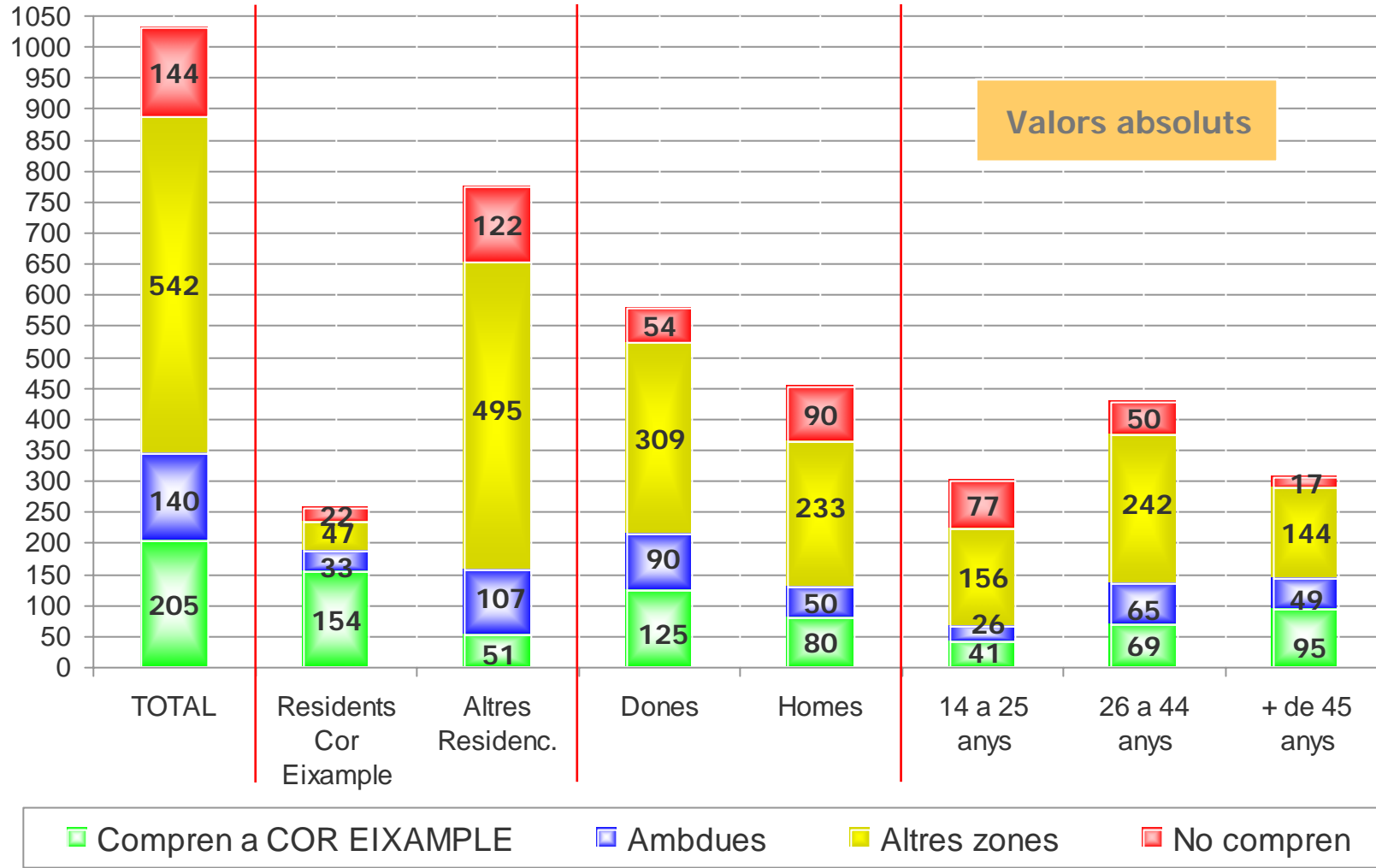
Alimentació



6. - Hàbits de compra (IX)

Zones habituals de compra.

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

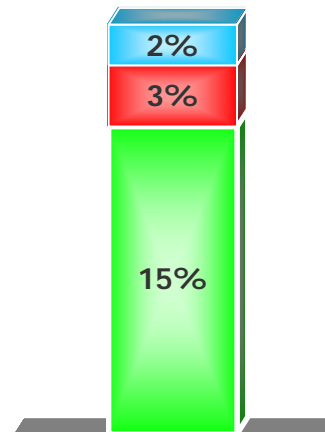
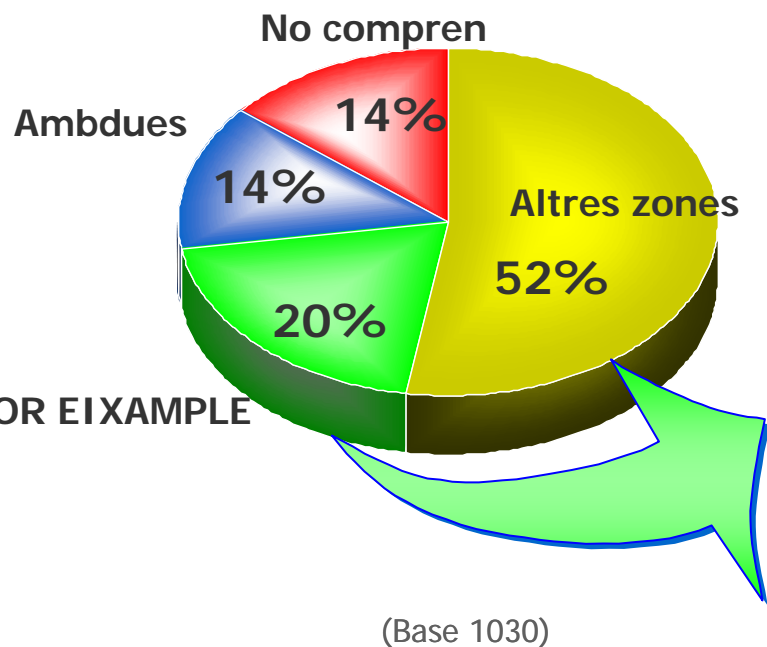





6. - Hàbits de compra (X)

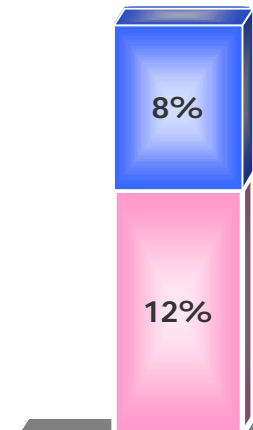
Zones habituals de compra.



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

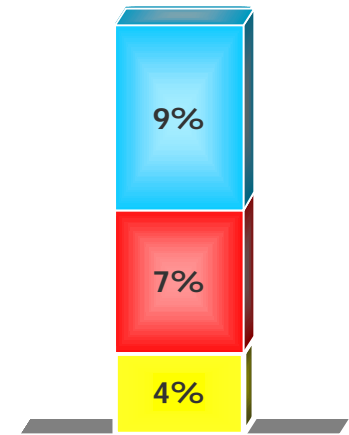
 COR EIXAMPLE






 Fora Barcelona
 Resta Barcelona
 Viu COR EIXAMPLE



 Homes
 Dones



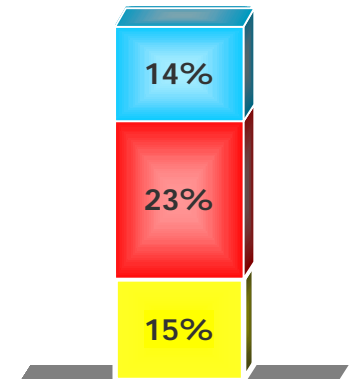
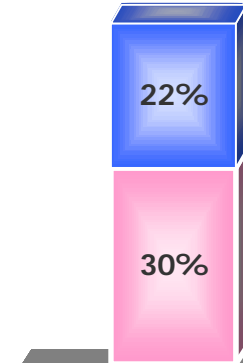
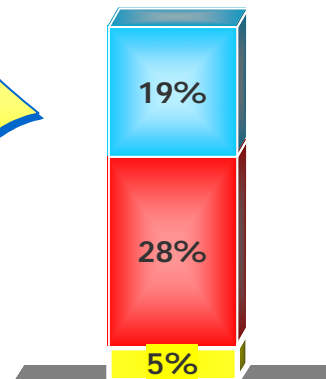
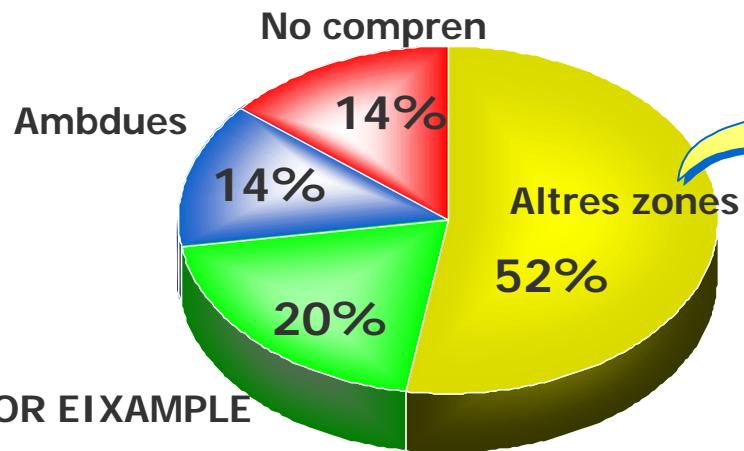
 + de 45 anys
 26 a 44 anys
 14 a 25 anys

6. - Hàbits de compra (XI)

Zones habituals de compra.

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

■ Altres zones



■ Fora Barcelona
■ Resta Barcelona
■ Viu COR EIXAMPLE

■ Homes
■ Dones

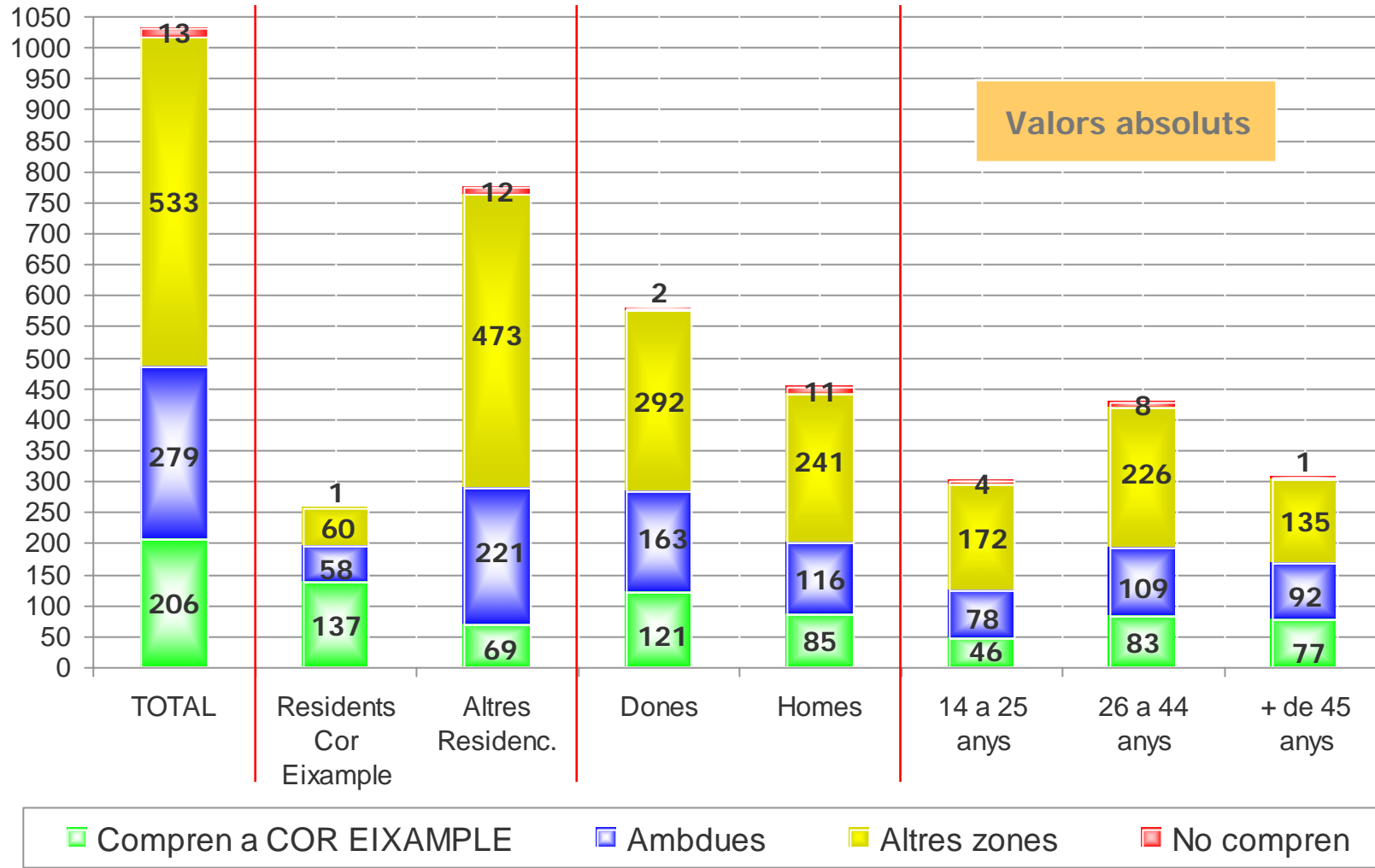
■ + de 45 anys
■ 26 a 44 anys
■ 14 a 25 anys

(Base 1030)

6. - Hàbits de compra (XII)

Zones habituals de compra.

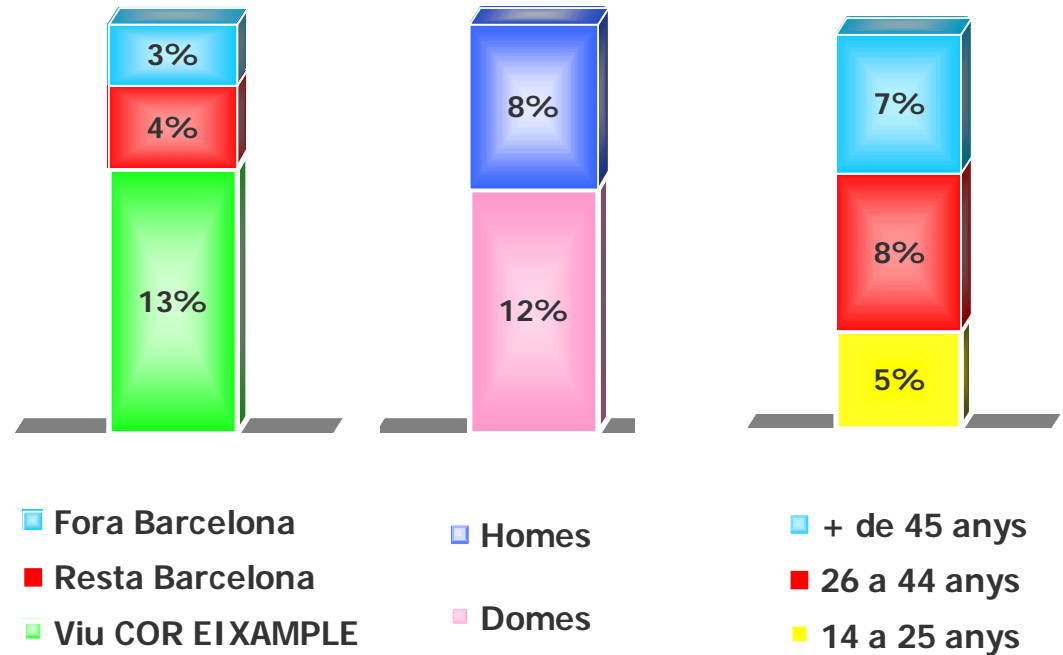
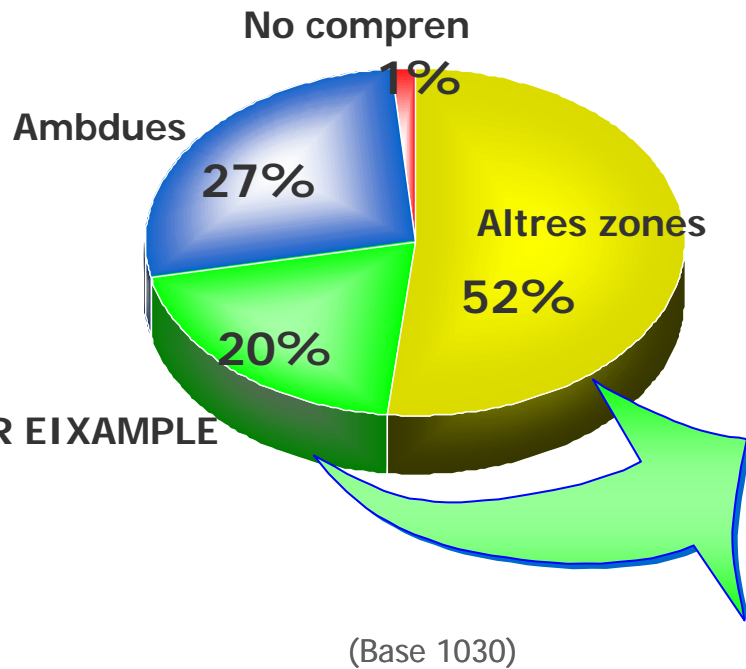
Equipament personal (Roba, Calçat, Perfumeria, Complements de vestir)



Zones habituals de compra.

Equipament personal (Roba, Calçat, Perfumeria, Complements de vestir)

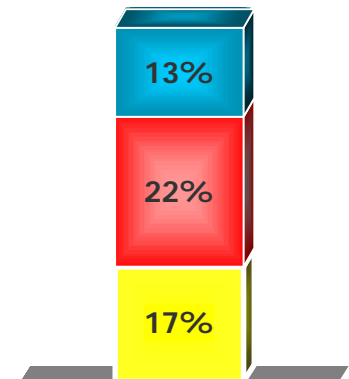
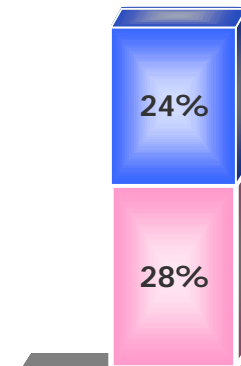
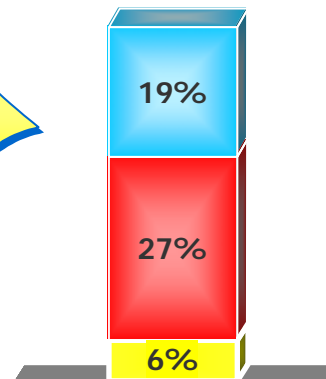
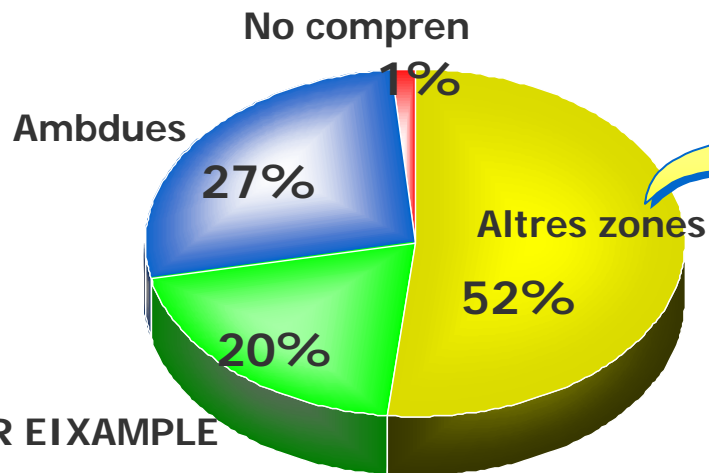
 COR EIXAMPLE



Zones habituals de compra.

Equipament personal (Roba, Calçat, Perfumeria, Complements de vestir)

■ Altres zones



■ Fora Barcelona
 ■ Resta Barcelona
 ■ Viu COR EIXAMPLE

■ Homes
 ■ Dones

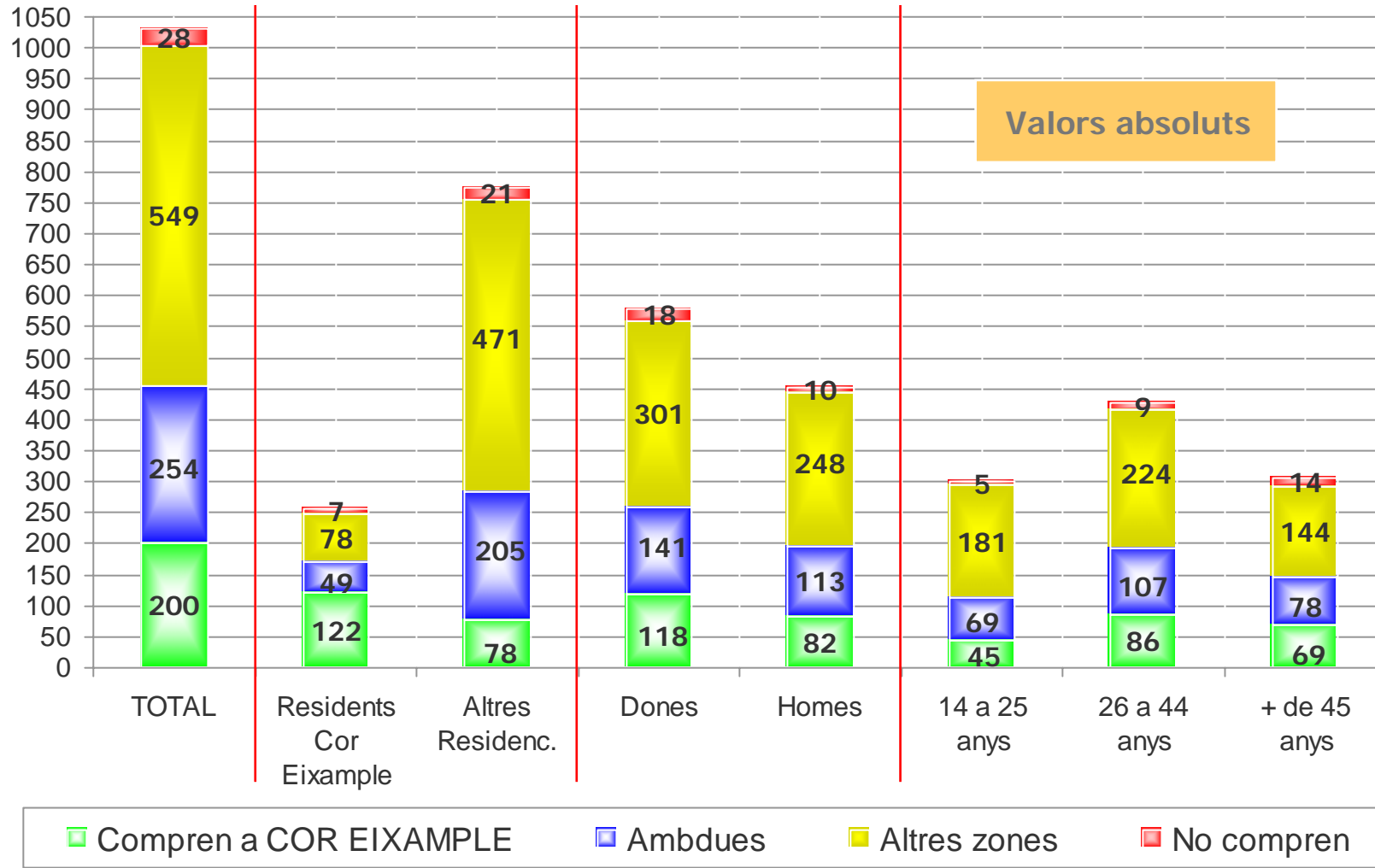
■ + de 45 anys
 ■ 26 a 44 anys
 ■ 14 a 25 anys

(Base 1030)

6. - Hàbits de compra (XV)

Zones habituals de compra.

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

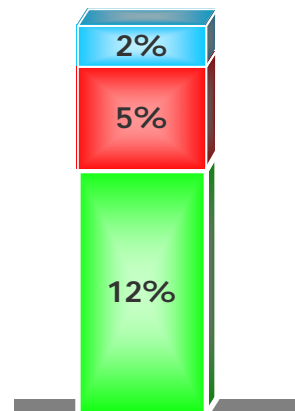
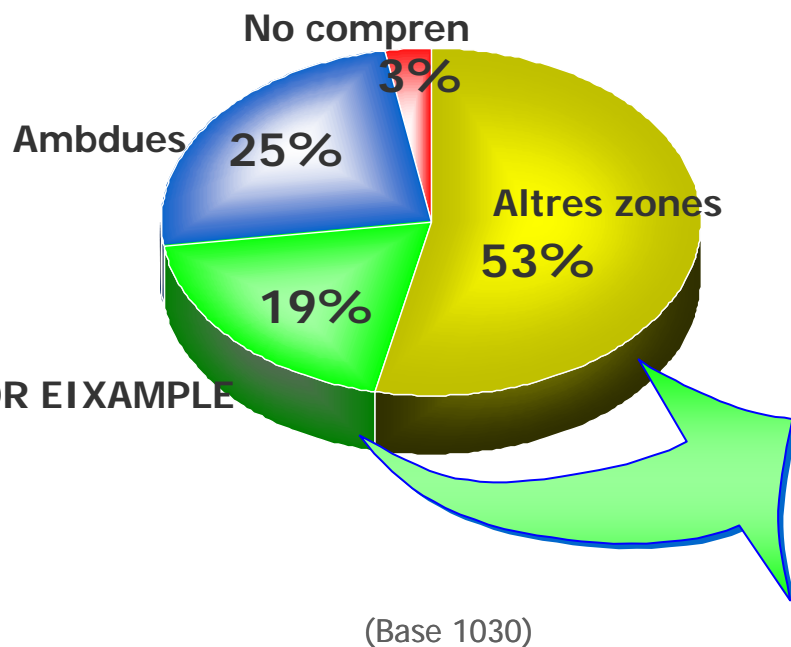



6. - Hàbits de compra (XVI)

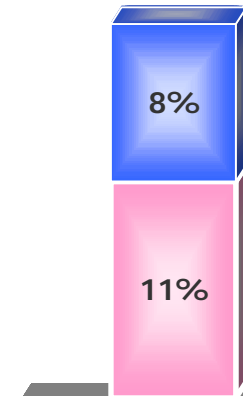
Zones habituals de compra.

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

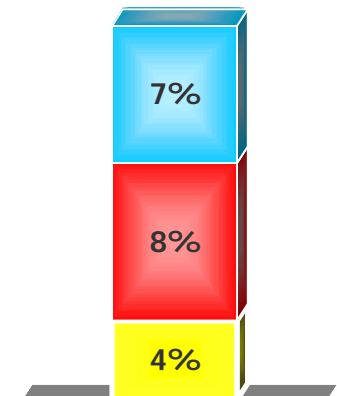
 COR EIXAMPLE



Fora Barcelona
Resta Barcelona
 Viu COR EIXAMPLE



Homes
Dones



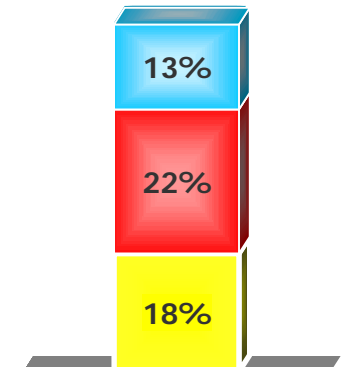
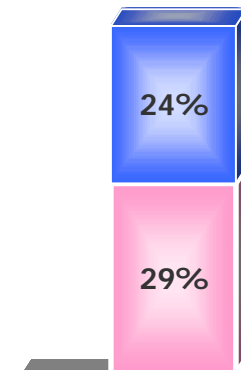
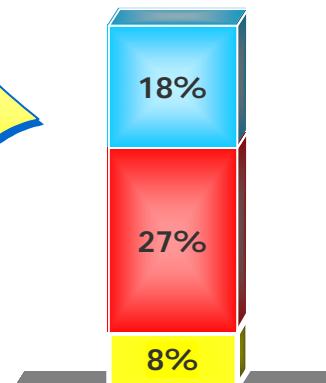
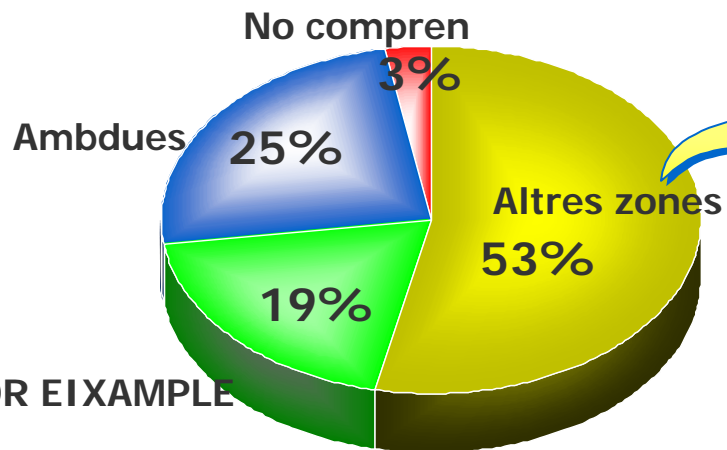
+ de 45 anys
26 a 44 anys
14 a 25 anys

6. - Hàbits de compra (XVII)

Zones habituals de compra.

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

■ Altres zones



■ Fora Barcelona
■ Resta Barcelona
■ Viu COR EIXAMPLE

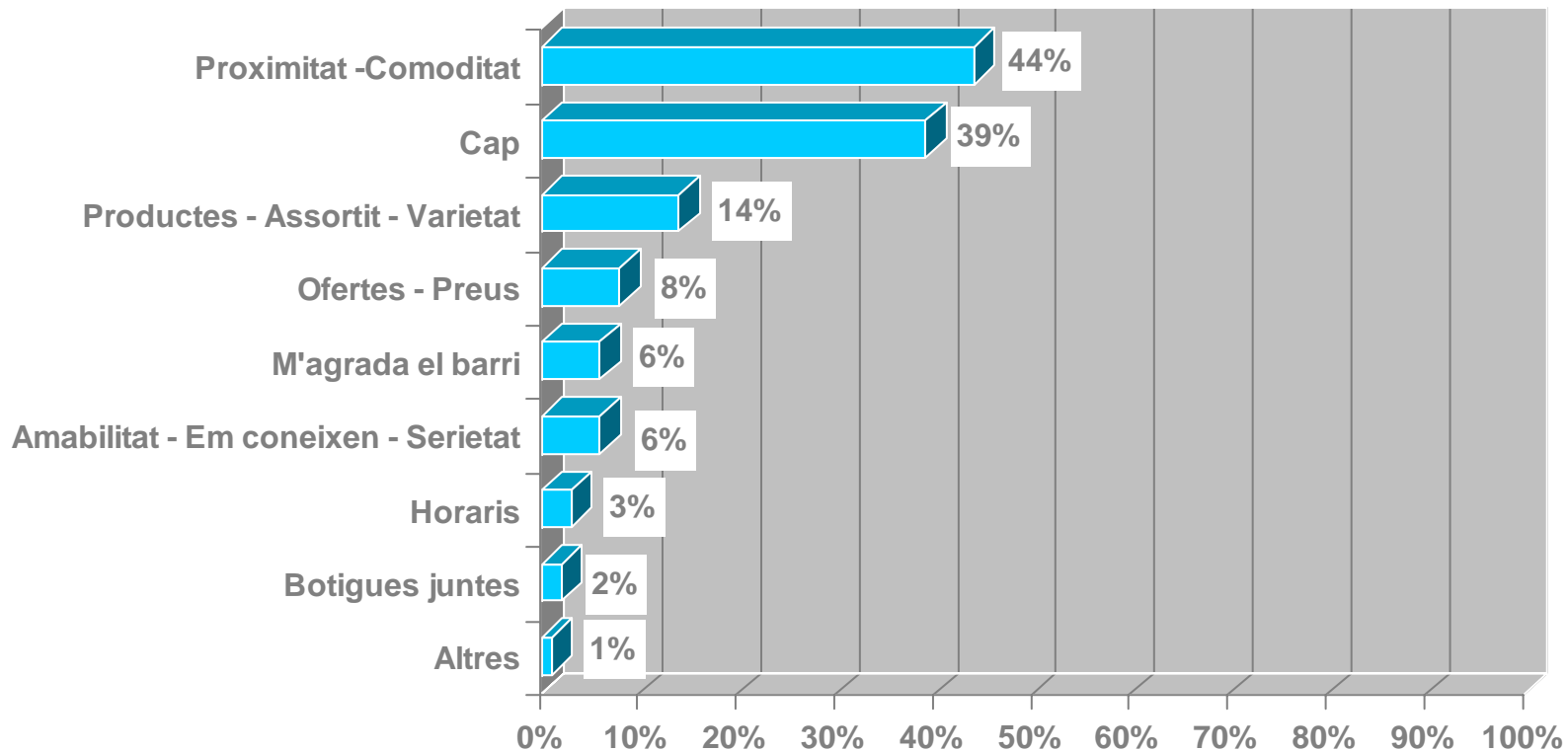
■ Homes
■ Dones

■ + de 45 anys
■ 26 a 44 anys
■ 14 a 25 anys

(Base 1030)

7. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables (I)

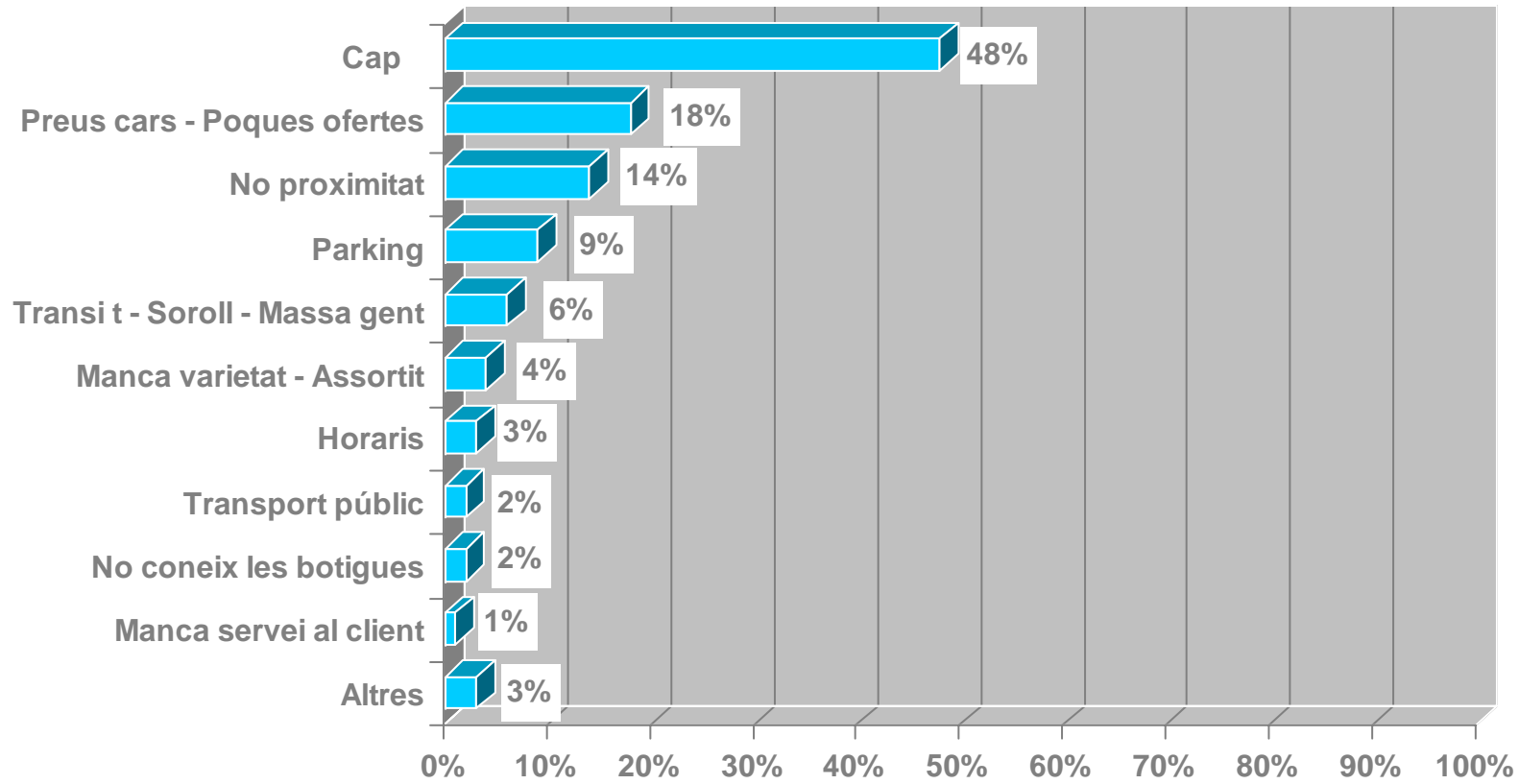
Avantatges de comprar a COR EIXAMPLE.



(Base 1030)

7. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables (II)

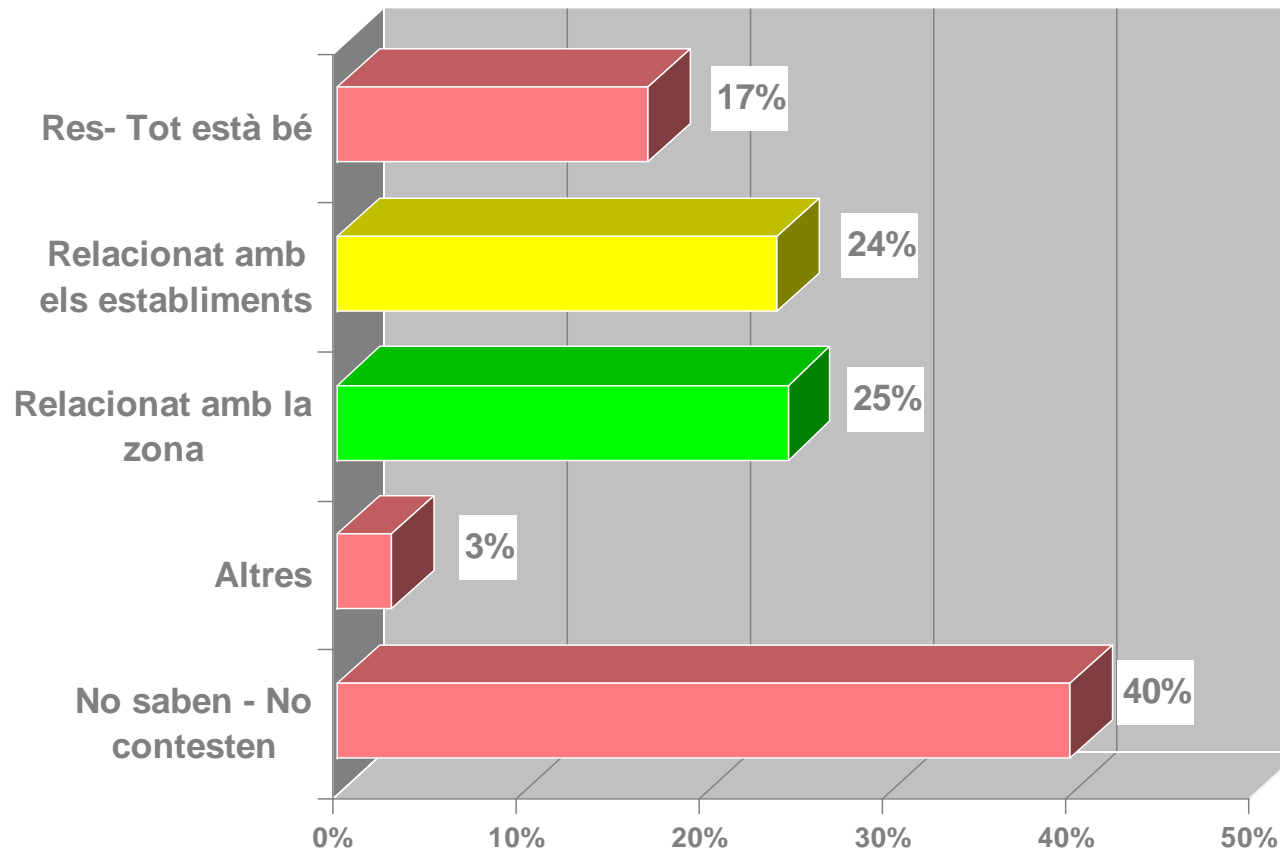
Inconvenients de comprar a COR EIXAMPLE.



(Base 1030)

7. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables (III)

Aspectes millorables a COR EIXAMPLE (en quant a establiments i serveis).

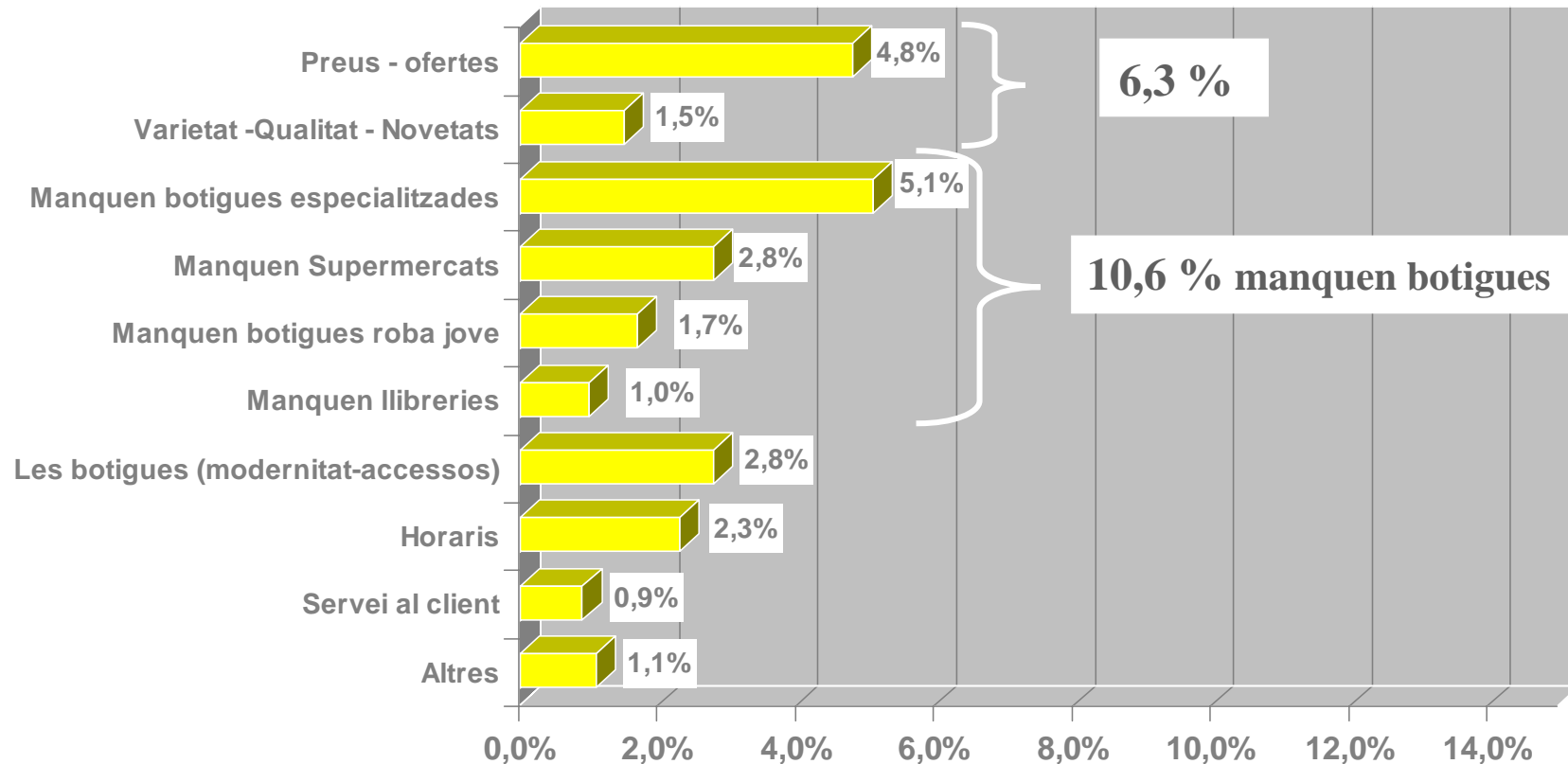


(Base 1030)

7. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables (IV)

Aspectes millorables a COR EIXAMPLE (en quant a establiments).

Total 24,0 %

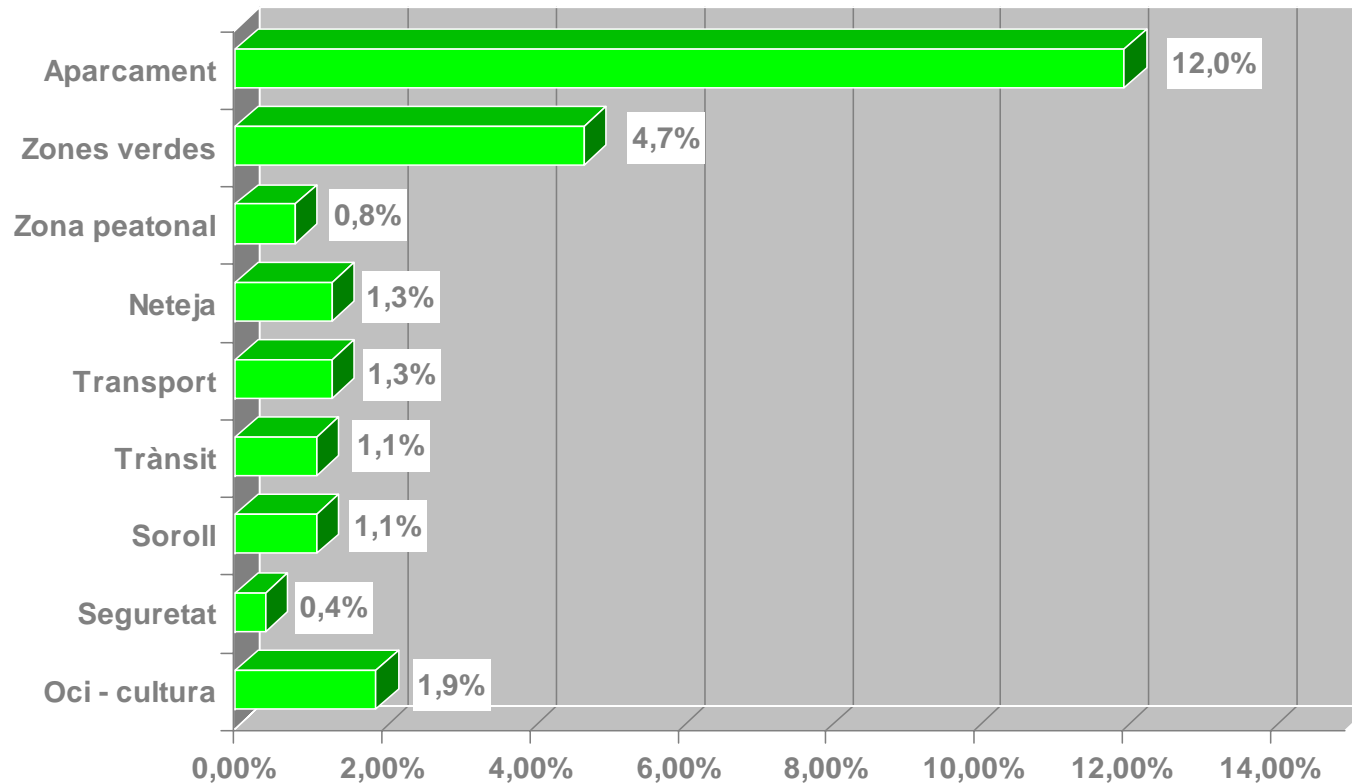


(Base 1030)

7. - Avantatges, inconvenients i aspectes millorables (V)

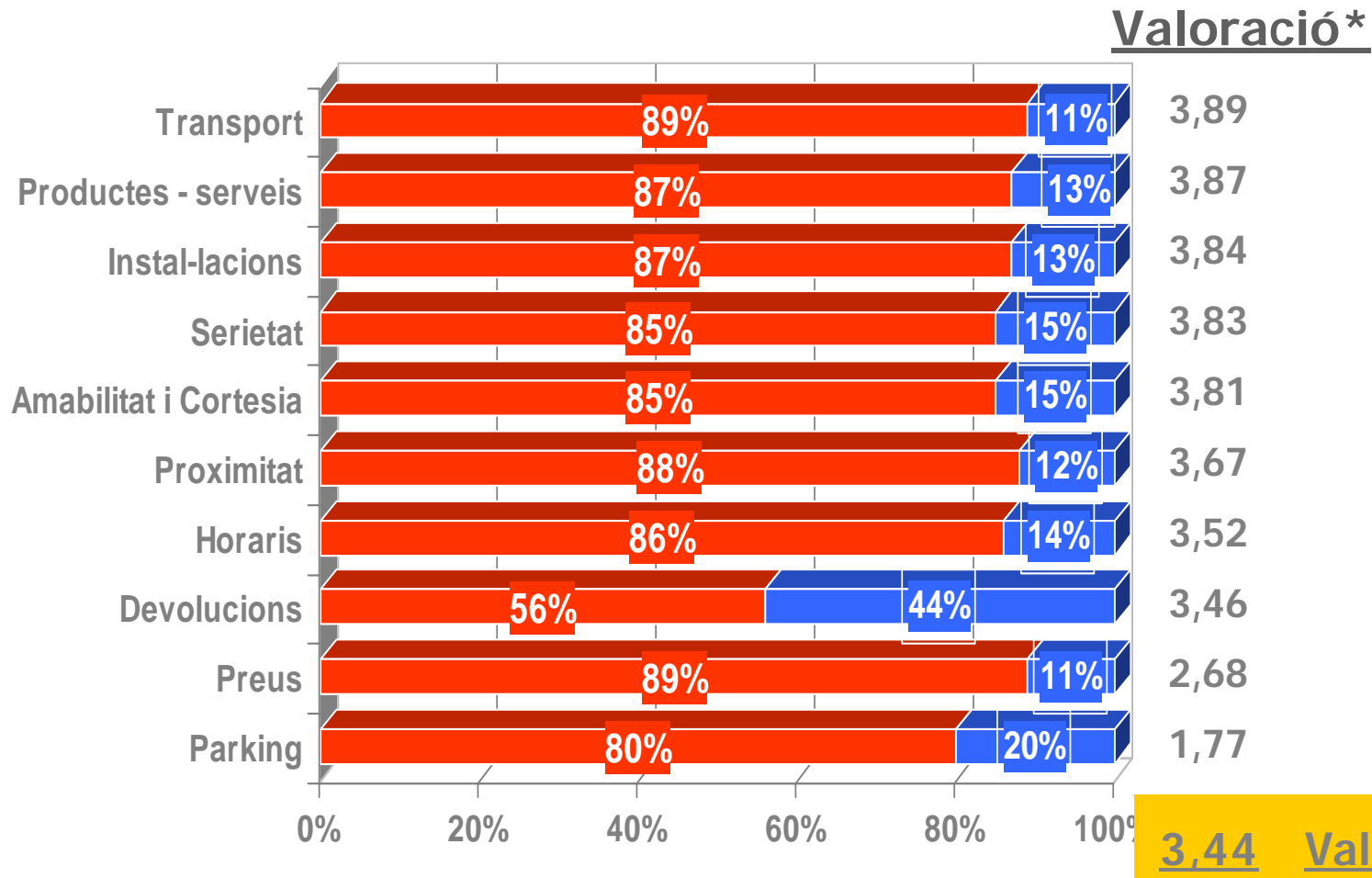
Aspectes millorables a COR EIXAMPLE (en quant a la zona - serveis).

Total 24,6 %



(Base 1030)

8. - Valoració dels comerços i serveis.



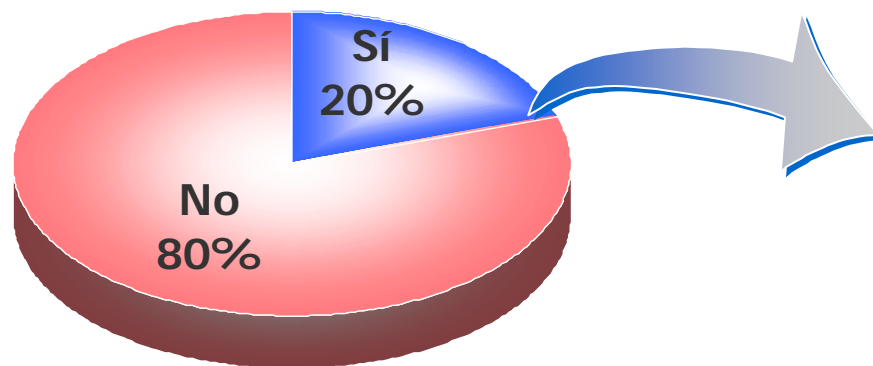
*Valoració del 1 al 5

Mitjana de les enquestes amb valoració

■ Enquestes amb valoració ■ No saben - no contesten

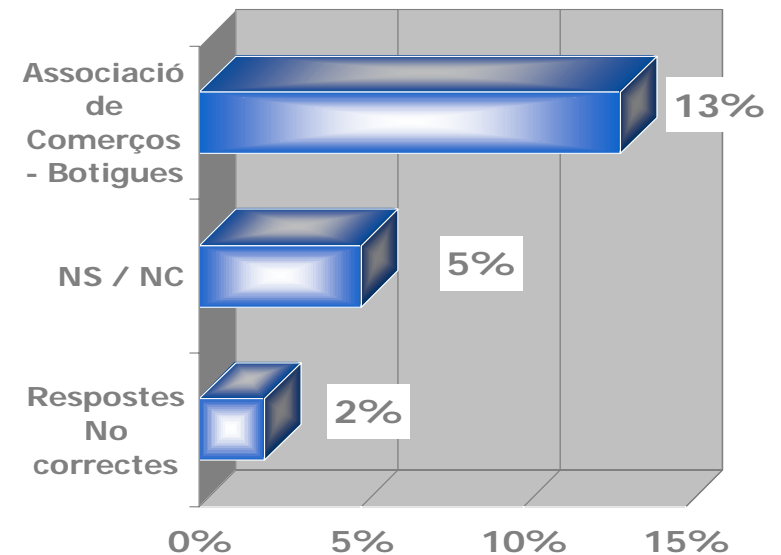
9. - Coneixement de l'organització COR EIXAMPLE (I)

Coneix COR EIXAMPLE



(Base 1030)

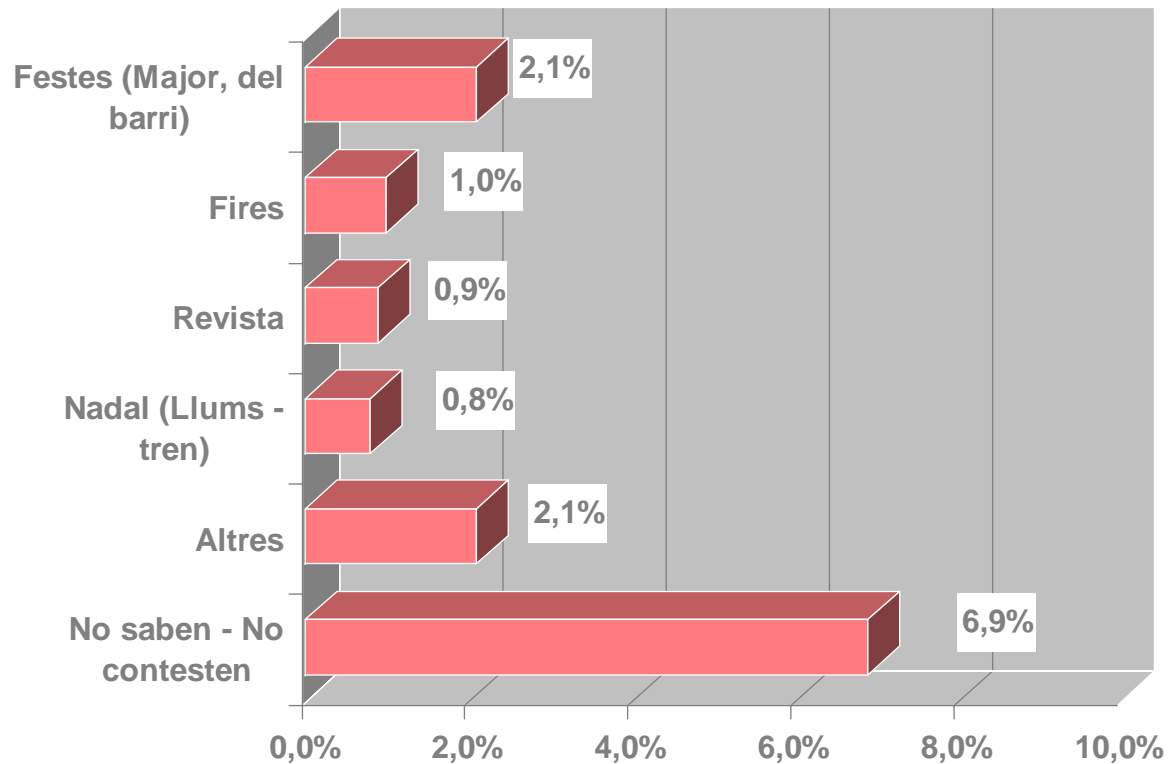
Com ho defineix (Resposta espontània)



(Base 1030)

9. - Coneixement de l'organització COR EIXAMPLE (II)

Activitats que recorden del COR EIXAMPLE . (Resposta espontània)



(Base 1030)

Afluència.

- ✓ L'afluència setmanal (de dilluns a dissabte) és de 437.800 persones.
- ✓ L'afluència per dies es molt homogènia de dilluns a divendres. Es manté entorn a les 80.000 persones. Destacar el descens del dissabte a menys de la meitat (35.000 persones).
- ✓ Els 7 carrers o accessos del Passeig de Gràcia, representen el 41% de la gent que accedeix a peu a l'Eix COR EIXAMPLE.
- ✓ S'han de destacar las dues primeres hores del matí, per l'assistència al treball, encara que es manté una mitjana estable al llarg del dia.

Perfil dels visitants.

- ✓ El perfil tipus es home i dona de 26 a 44 anys, resident fora de l'Eix COR EIXAMPLE, de classe mitjana i amb professions lligades a despatxos i també a serveis en general.
- ✓ Prop del 50% accedeix amb transport públic, la majoria fins al costat del Eix per entrar-hi posteriorment " a peu".
- ✓ El motiu principal d'anar a l'Eix es el treball i gestions varies (46%).
- ✓ Tenen la intenció de visitar botigues d'alimentació i de roba personal majoritàriament.

Valoració de COR EIXAMPLE.

- ✓ Un 20% del visitants coneixen el concepte "COR EIXAMPLE" i un 13% ho saben definir correctament.
- ✓ Habitualment compren a la zona el 23%. Comparteixen amb altres zones el 26% i una mica més de la meitat (51%) compren exclusivament en altres zones.
- ✓ Els compradors d'altres zones ho fan bàsicament al Centre de la ciutat, fora de Barcelona i a El Corte Inglés.
- ✓ En temporades de Rebaixes o Nadal, la fidelitat a la zona baixa un 8%, que passa a compartir les compres amb altres zones.
- ✓ En conjunt la mitjana de valoració és de 3,4 en una escala de 1 a 5 (notable), sent l'aparcament l'únic valor no aprovat. En quant als preus la valoració només es de 2,7.

Valoració de COR EIXAMPLE.

- ✓ Els aspectes més valorats són: proximitat - comoditat
- ✓ En quant a inconvenients el més destacat és “cap” (no hi ha inconvenients). Tan sols el tema de preus i poques ofertes apareixen amb esments de certa rellevància.
- ✓ En “alimentació” aconseguix mantenir les compres del residents del Eix, no així en la resta de productes.