

Estudien els patrons de comportament dels consumidors a Figueres

L'acció forma part d'un estudi de la UAB i la Fundació Comerç Ciutadà per definir estratègies comercials concretes com fan les grans superfícies



Comerç Figueres promou activitats per potenciar les botigues.

La Fundació Comerç Ciutadà, que aglutina entitats comercials de Vic, Mataró, Olot, Figueres, Tarragona, Granollers, Sabadell i Terrassa, i la UAB han instal·lat comptadors de persones a diversos eixos comercials d'aquests municipis.

L'acció s'emmarca en la primera edició de l'Observatori dels Centres Urbans i Comerç que ambdós ens han creat per analitzar

quins són els patrons de comportament dels consumidors d'aquestes ciutats mitjanament i definir estratègies concretes per captar i atraure els clients, igual que fan les grans superfícies.

L'estudi reflexa que els centres urbans de les ciutats monitoritzades han tingut un volum global de 16,5 milions de visitants, amb una intensitat mitjana diària de 90.564 clients potencials durant els 10 mesos analitzats. Les dades també revelen que hi ha diversos models de comportament en aquestes ciutats i que aspectes com la presència de mercats setmanals a l'aire lliure, mobiliari urbà, o de zones vianantitzades fan augmentar l'afluència de consumidors. Els resultats s'han presentat al Museu de Granollers.

L'Observatori dels Centres Urbans i Comerç, que han desenvolupat investigadors del departament de Geografia de la UAB, pretén identificar com es comporten aquestes localitats des del punt de vista comercial. "Permet detectar quina activitat és més atractiva i com es distribueix el flux de la població pels carrers on hi ha activitat comercial", explica Anna Vera, responsable de l'Observatori.

Per fer-ho possible s'han instal·lat 19 comptadors de vianants a diversos punts de les vuit ciutats que participen en aquesta investigació. "Han estat posats tres setmanes a cada municipi i la informació recollida ha estat clau per assentar les bases i establir metodologies i criteris de cara al futur i alhora per determinar quina ha de ser la rotació d'aquests dispositius perquè el que es vol monitoritzar no són dies especials, sinó el dia a dia corrent", comenta la investigadora.

Per distribuir aquests comptadors s'han creat tres categories de carrers. La primera fa referència als que compten amb trànsit rodat i voreres estretes; la segona als que també permeten el pas de vehicles, però que disposen de voreres amples i alguns elements de mobiliari urbà; i la tercera correspon a eixos de vianants amb elements d'estada com bancs o ornamentals com arbres o plantes.

"En funció d'aquests criteris s'ha dut a terme la monitorització en carrers que representen la zona centre de cada localitat i els carrers propers que els ciutadans fan servir per accedir-hi", comenta Vera que indica que els carrers "més agradables" per passejar o estar-s'hi són els que atrauen més ciutadans.

Entre les dades més rellevants, l'estudi reflexa que els centres urbans de les ciutats monitoritzades han tingut un volum global de 16,5 milions de visitants, amb una intensitat mitjana diària de 90.564 clients potencials durant els 10 mesos analitzats. Diàriament els fluxos mostren diferències entre franges horàries.

Els dies feiners presenten una major afluència de vianants a la franja horària de les cinc a les nou, coincidint amb l'horari comercial de tarda. Mentre que, els dies festius la major afluència es concentra al matí de nou a una.

En paral·lel, s'han censat un total de 5.172 locals comercials, dels quals 81,92% són locals oberts i 18,02% són tancats. En els 10 mesos estudiats hi ha hagut una rotació comercial del 3,62% que afecta principalment a equipament de persones i alimentació. L'informe també indica que l'activitat comercial dels centres urbans es caracteritza per la seva diversitat sectorial, no obstant, el sector amb major representació és equipament de persones amb un 23,07%.

Una altra de les principals conclusions de l'estudi és que existeixen diferents models de comportament entre les vuit ciutats analitzades. Per una banda hi ha un conjunt que presenta un comportament "més metropolità" de forma que el flux de vianants es redueix en els dies festius i s'incrementa en les jornades feineres. Aquest seria el cas de municipis com Terrassa, Sabadell o Mataró.

Una segona modalitat és la que correspon a nuclis amb un dinamisme cultural més o menys accentuat com Figueres o Olot, on la presència de museus o altres pols d'atracció fan que la presència de visitants es mantingui també en dies en què els comerços es troben tancats.

Per últim, hi ha una tercera categoria, que correspon a ciutats d'interior com Vic o Granollers, que disposen "d'un centre vertebrador que va més enllà de la ciutat i actua com a node d'atracció per a tota la comarca", indica la responsable de l'Observatori que explica que en aquests cassos, a més, la ciutat disposa d'un mercat setmanal

que també fa de reclam per visitants de poblacions properes els dies en què se celebra.

Maria Costa, presidenta de la Fundació Comerç Ciutadà, ha assegurat que gràcies a aquest estudi les ciutats podran disposar de dades similars a les que tenen els centres comercials tancats i que els permeten definir estratègies comercials concretes. "Fins ara ens trobàvem que no teníem cap indicador fiable", comenta Costa.

"Ara tenim el flux de gent que passa pel carrer però hem de saber qui va a la botiga i la taxa de conversió en tiquets, què passa i per què, quin públic hem de seduir, com podem recuperar els clients adolescents que veiem que marxen i com evitar al fuga de consumidors", afirma.

En aquest sentit Costa remarca la necessitat que les ciutats es diferenciïn les unes de les altres. "Darrerament totes són iguals, fruit de la globalització els aparadors són clònics. Volem tornar a les nostres essències i recuperar uns valors que la gent pugui identificar", considera la presidenta de la fundació. Així mateix aposta per una major implicació amb la ciutat, les festes i les tradicions locals.

Font del document:

http://www.emporda.info/comarca/2018/02/28/estudien-patrons-comportament-dels-consumidors/384738.html?utm_source=rss