

Actualització de la Diagnosi Comercial de la ciutat de Lleida

FASE QUALITATIVA

Índex

- . **Objectius**
- . **Treball de camp**
- . **Conclusions**
- . **Annexes**

Objectius

- # 1 **Conèixer els *keywords*** que serviran de punt de partida per la investigació qualitativa.
- # 2 **Conèixer els *keywords*** que serviran de punt de partida per la investigació quantitativa.
- # 3 **Definir i validar la mostra** a utilitzar a la investigació quantitativa.
- # 4 **Validar el marc conceptual** en el que estructurar la diagnosi.
- # 5 **Validar els eixos i parts** en les que estructurar la diagnosi.
- # 6 **Aportar la creativitat** necessària per al marc conceptual del projecte.

Treball de camp

- Dinàmiques grupals
- Entrevistes en profunditat

Treball de camp - Dinàmiques grupals

1. Dinàmica grupal pregunta – resposta
2. *Brain storming* genèric

Treball de camp - Dinàmiques grupals

Dinàmica grupal pregunta – resposta

- Dinàmica grupal de 10 persones.
- Coherent en mostra als criteris de gènere / edat / lloc de residència.
- Objectiu *“Opinem i debatem sobre el model comercial actual de la ciutat de Lleida”*.
- Veure Annex 1.

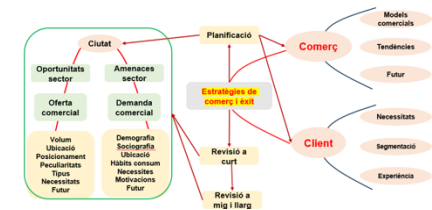
Treball de camp - Dinàmiques grupals

Brain storming genèric

- Dinàmica grupal de 10 persones.
- Coherent en mostra als criteris de gènere / edat / lloc de residència.
- Objectiu *“Pluja d’idees i mapa conceptual sobre el model comercial futur de la ciutat de Lleida”*.
- Veure Annex 2.

Treball de camp - Dinàmiques grupals

Mapa conceptual



Conceptes de primera menció relacionats amb “comerç”:

- Client/consumidor
- Ciutat/municipi
- Planificació/revisió
- Èxit/futur
- Necessitats
- Segmentació/segment
- Experiència/oci
- Model comercial
- Tendències
- Internet /Tecnologia

Treball de camp - Dinàmiques grupals

Mapa conceptual

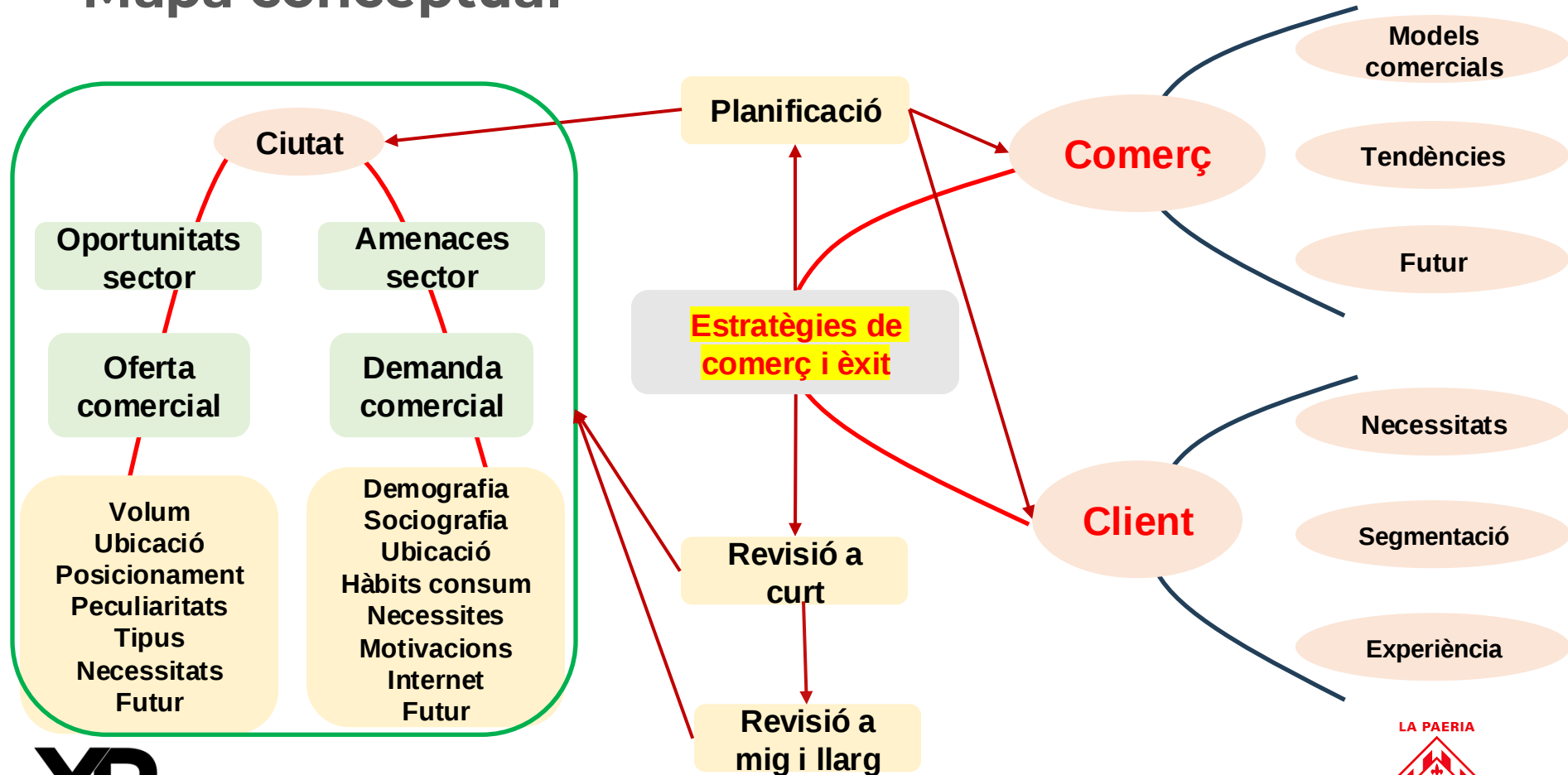


Conceptes de menció assistida relacionats amb “comerç”:

- Oferta/producte/servei
- Tipus de negocis comercials
- Posicionament oferta
- Demanda/comprador potencial
- Tipus de clients/peculiaritats
- Motivacions/desmotivacions
- Oportunitats/extern favorable
- Amenaces/extern desfavorable
- Internet /Tecnologia

Treball de camp - Dinàmiques grupals

Mapa conceptual



Treball de camp – Entrevistes en profunditat

Entrevista en profunditat

- Es contacta amb 14 entitats representatives del sector comercial i de serveis de la ciutat de Lleida.
- Es realitza una entrevista en profunditat al representant/s d'aquestes entitats.
- Veure Annex 3.

Treball de camp – Entrevistes en profunditat

Entitats

- Federació d'Associacions de l'Eix Comercial de Lleida.
- Associació de paradistes Mercat de Balàfia.
- Associació de Veïns i Comerciants del Centre Històric.
- Associació de paradistes Mercat de Fleming.
- Agrupació d'As. Empresaris i Professionals de la Zona Alta.
- Associació de Comerciants i Industrials de Pardinyes.
- Petita i Mitjana Empresa – PIMEC.
- Associació de Comerciants de La Bordeta.
- Associació de Comerciants Cappont Comerç i serveis.
- Federació de Comerç de Lleida- FECOM.
- Cambra de Comerç.
- Grup Nastasi Lleida.
- Grup Unipreus Lleida.
- Promenade Lleida.

Treball de camp – Entrevistes en profunditat Entitats i representants

- Federació d'Associacions de l'Eix Comercial de Lleida. - **Montse Eritja** (presidenta)
- Associació de paradistes Mercat de Balàfia - **Àgueda Lobera** (responsable)
- Associació de Veïns i Comerciants del Centre Històric - **Cristina Armengol** (presidenta)
- Associació de paradistes Mercat de Fleming - **Cristina Rodríguez** (representant)
- Agrupació d'As. Empresaris i Professionals de la Zona Alta - **Josep Bellera** (president)
- Ass. de Comerciants i Industrials de Pardinyes – **J. M. Franci** (president)/**Carlos Duarte** (comunicació)
- Petita i Mitjana Empresa – PIMEC - **Manel Llaràs** (responsable)/**Esther Mellado** (tècnica comerç)
- Associació de Comerciants de La Bordeta - **Xavier Oorbitg** (president)
- Associació de Comerciants Cappont Comerç i serveis - **Anna López** (presidenta)
- Federació de Comerç de Lleida- FECOM - **Rafel Oncins** (president)
- Cambra de Comerç - **Blanca Siurana** (tècnica)
- Grup Nastasi Lleida – **Ruben Ladonosa** (representant)
- Grup Unipreus Lleida - **Jordi Querol** (representant)
- Promenade Lleida - **Albert Simó** (representant)

Treball de camp – Entrevistes en profunditat

Preguntes entrevista

- Com veu la situació comercial i de serveis de la ciutat de Lleida?
- Quines forteses creu que tenim comercialment?
- Quines febleses creu que tenim comercialment?
- Com veu l'oferta d'oci i restauració de la ciutat de Lleida?
- El comerç electrònic és un aliat o una amenaça?
- Com valora la potencial arribada de nous formats comercials?
- Creu que hi ha fuga de clients? On creu que marxen?
- Creu que la ciutat té capacitat d'atraure clients de fora? D'on creu que venen?
- Vol afegir alguna altra cosa?

Conclusions

Dinàmiques grupals

Conclusions

- El sector comercial/serveis ha de ser un dels puntals d'un territori, genera llocs de treball, riquesa en l'entorn, atrau visitants de fora, promou la inversió privada i generen experiència i retenció.
- El consumidor és més exigent que mai perquè té molta informació i diferents canals de compra.
- El ciutadà és absolutament canviant i amb ell les seves necessitats, motivacions.
- És necessari segmentar per orientar els models comercials a les preferències dels potencials compradors.
- És necessari millorar l'experiència de compra, vinculant sector comerç i serveis amb altres com l'oci, la restauració i la cultura.

Dinàmiques grupals

Conclusions

- El consumidor vol compra online per comoditat, preu i idoneïtat de producte.
- El consumidor vol compra presencial per socialitzar, pel tracte directe i personalitzat i perquè alguns productes són difícils de comprar online.
- El models comercials tradicionals són difícils de sostenir per manca de relleu generacional i canvis sociodemogràfics.
- El comerç de proximitat ha d'oferir serveis afegits moderns per equiparar-se a les grans cadenes i franquícies.
- Les grans superfícies funcionen perquè són atractives per tenir compra i oci.
- La tendència en comerç/servei és aplicar les noves tecnologies i Internet a la compra tradicional (omnicanal)
- Els serveis afegits són molt importants perquè l'experiència de la compra sigui òptima.

Entrevistes en profunditat

Com veu la situació comercial i de serveis de la ciutat de Lleida?

- ✓ El comerç a Lleida es troba en una situació difícil, amb una caiguda del teixit comercial tradicional, amb molts antics comerciants convertits en llogaters i una manca d'inversió pública i privada.
- ✓ Tot i que hi ha una oferta comercial correcta en alguns barris, la ciutat pateix un procés de degradació comercial, especialment a l'Eix Comercial, on molts negocis obren i tanquen ràpidament.
- ✓ La rotació de botigues és alta, amb una oferta de productes de menys qualitat que fa uns anys.
- ✓ Les infraestructures comercials i la senyalització han de millorar, i es necessiten més serveis públics, pàrquing i espais d'oci per dinamitzar la ciutat.
- ✓ La situació del comerç de la zona alta és sensiblement millor, amb comerços més estables.

Entrevistes en profunditat

Com veu la situació comercial i de serveis de la ciutat de Lleida?

- ✓ Els comerciants tradicionals tenen problemes com el relleu generacional, les dificultats econòmiques, la pressió impositiva i la competència de les grans superfícies.
- ✓ La ciutat ha perdut part del seu lideratge comercial respecte a altres ciutats grans com Tarragona i Saragossa, però també respecte a altres municipis més petits, que han desenvolupat en els darrers anys la seva oferta comercial i de serveis, com Tàrrrega, Mollerussa i Fraga.
- ✓ El model comercial no ha evolucionat com ho ha fet en altres ciutats.

Entrevistes en profunditat

Quines fortaleeses creu que tenim comercialment?

- ✓ La combinació entre comerç tradicional i modern.
- ✓ La varietat de botigues i tradició comercial (en algunes zones).
- ✓ El comerç local i de barri.
- ✓ L'empenta i esforç del propietari del negoci comercial, la professionalitat.
- ✓ El servei al client, molt valorat, destacant el tracte personalitzat i l'experiència de compra.
- ✓ El comerç de proximitat, amb bon coneixement del comprador, l'atenció personalitzada i l'orientació al client.
- ✓ Productes de qualitat (en alguns tipus de comerç).
- ✓ Estructura urbana petita i sense distàncies.
- ✓ La seva bona ubicació geogràfica – estratègica.

Entrevistes en profunditat

Quines febleses creu que tenim comercialment?

- ✓ L'urbanisme de la ciutat està mal planificat, hi massa voreres grans i carrils bici, però poc aparcament i dificultats reals per circular per segons quins carrers/hores.
- ✓ La delinqüència i inseguretat en zones comercials.
- ✓ Brutícia, falta de llum i problemes de civisme en zones comercials.
- ✓ La manca d'inversió pública.
- ✓ Els espais/locals a l'Eix Comercial són petits i poc viables per negocis grans.
- ✓ Excés de burocràcia que dificulta l'obertura de comerços.
- ✓ La manca de dinamització comercial en zones comercials de centre i barris.
- ✓ La manca d'aparcament i l'escàs servei de transport públic.
- ✓ La crisi d'identitat comercial de la ciutat (pèrdua de comerços tradicionals).
- ✓ La manca d'atracció de turisme i els clients de l'extraradi.
- ✓ Alguns serveis afegits com els horaris de no obertura al migdia.

Entrevistes en profunditat

Com veu l'oferta d'oci i restauració de la ciutat de Lleida?

- ✓ Lleida té una oferta d'oci limitada, especialment en l'àmbit cultural, amb una gran manca de cinema, teatre i activitats familiars.
- ✓ Hi ha una bona oferta de bars i restaurants, no està ben distribuïda, molta concentració en una o dues zones de la ciutat.
- ✓ L'oci nocturn té problemes d'ubicació i horaris.
- ✓ L'oci cultural és pràcticament inexistent, i això limita la capacitat de la ciutat per atreure turisme i dinamitzar el comerç.
- ✓ La ciutat necessita una millor planificació de l'oci i la restauració per atraure gent i potenciar el comerç.
- ✓ També cal millorar el transport públic i les opcions d'aparcament.
- ✓ La bona oferta de restauració és un actiu per a Lleida, però cal més oferta cultural i familiar per equilibrar l'oci.
- ✓ La ciutat té molt potencial en aquest sentit, però no s'aprofita prou.

Entrevistes en profunditat

El comerç electrònic és un aliat o una amenaça?

- ✓ El comerç tradicional està en procés d'adaptació a l'entorn digital, però encara es troba enrere en comparació amb les grans plataformes online.
- ✓ La compra online ha perdut l'efecte de novetat, i s'està consolidant com un complement a la compra física.
- ✓ Els petits comerços tenen dificultats per competir amb les franquícies pel tema dels estocs i la rapidesa de lliurament, però han entès que Internet pot ser una eina valuosa per millorar la visibilitat i la comunicació amb els clients.
- ✓ Tot i això, el comerç electrònic no és una solució viable per a tots els petits comerços, que sovint no poden invertir en la gestió digital; Internet és una eina potent, però cada negoci ha de saber com utilitzar-la segons les seves necessitats.
- ✓ El comerç electrònic ha de ser gestionat amb cura, pot ser una amenaça per al comerç de barri però també una oportunitat com a complement de la venda presencial.
- ✓ La digitalització ha de ser ben invertida i organitzada per ajudar els petits comerços a beneficiar-se'n.

Entrevistes en profunditat

Com valora la potencial arribada de nous formats comercials?

- ✓ El futur dels nous formats comercials a Lleida depèn de la seva ubicació i disseny.
- ✓ Si es tracta d'un format innovador i ben integrat amb el comerç existent, pot beneficiar la ciutat i revitalitzar les zones, però si replica els formats comercials actuals i es fa a l'extraradi, podria perjudicar el comerç local i buidar el centre.
- ✓ La proposta de crear un centre comercial a l'extraradi, com el projecte de Torres Salses, és vista amb preocupació, ja que podria desplaçar els clients cap a l'exterior i deixar morir els comerços de la ciutat, especialment si no es combina amb el comerç de proximitat.
- ✓ Els grans formats comercials poden generar més compradors i llocs de treball, però cal que estiguin ben ubicats per evitar que afectin negativament al comerç tradicional.
- ✓ Si es fa a les perifèries, és essencial que hi hagi bones connexions i es faciliti la competència dels comerços locals.
- ✓ Els nous formats comercials són necessaris per créixer, però han de ser ben planificats i ubicats per evitar danyar el comerç de la ciutat.

Entrevistes en profunditat

Creu que hi ha fuga de clients? On creu que marxen?

- ✓ Sí que hi ha fuga de clients a altres ciutats.
- ✓ La fuga de clients cap a altres ciutats com Saragossa, Tarragona, Andorra i Barcelona es deu principalment a la cerca d'oci i experiències familiars, més que a la compra en si.
- ✓ Saragossa, per exemple, atreu visitants per la seva oferta d'oci per a famílies i espais amb aparcament, restauració i esport.
- ✓ Andorra ha perdut la rellevància d'altres èpoques.
- ✓ Tot i la fuga de clients, la competència més gran prové del comerç online.
- ✓ La gent no es mou per comprar, es mou per provar coses noves, buscar novetats i passar-s'ho bé, i de pas, compren.
- ✓ Si Lleida ofereix millors experiències d'oci i una oferta comercial més variada, es podria reduir aquesta fuga.

Entrevistes en profunditat

Creu que la ciutat té capacitat d'atraure clients de fora? D'on creu que venen?

- ✓ Lleida segueix sent potencialment atractiva per a gent d'algunes zones properes, com Aragó, Flix i Tarragona, gràcies a l'oferta de comerç de proximitat i la qualitat dels serveis.
- ✓ No obstant això, la ciutat ha perdut part de la seva capacitat d'atracció, especialment per a clients més llunyans, a causa de la millora de les infraestructures a altres ciutats com Saragossa i Tarragona, així com la competència del comerç online.
- ✓ La situació s'ha vist afectada també per factors com la inseguretat i la mala imatge que s'ha generat, amb una pèrdua d'atractiu que caldria revertir per evitar que els clients de fora continuïn disminuint.
- ✓ L'accés a la ciutat, i especialment l'aparcament, és un obstacle per als visitants.
- ✓ Tot i així, Lleida encara té una bona àrea d'influència (principalment dins dels 20 km.) i podria millorar la seva atracció mitjançant esdeveniments, millores en la mobilitat i una millor combinació d'oci, turisme i comerç.

Entrevistes en profunditat

Vol afegir alguna altra cosa?

- ✓ El comerç de Lleida necessita un pla de millora del centre de la ciutat, amb l'objectiu que la gent deixi de marxar a l'extraradi i per afavorir l'arribada de joves.
- ✓ Es proposa millorar l'urbanisme, la neteja, la seguretat i les infraestructures.
- ✓ També és crucial fomentar la convivència entre el sector públic i privat, amb ajuts personalitzats per als comerços i més suport per als emprenedors.
- ✓ Es volen més ajuts i reforçar el comerç tradicional per afrontar la competència dels grans centres comercials.
- ✓ A més, calen més inversions en manteniment, il·luminació i seguretat a la ciutat.
- ✓ Més campanyes de comunicació per promocionar Lleida a dins i fora de la ciutat.
- ✓ Els empresaris han de ser més competitius, mentre que les administracions públiques han de garantir una ciutat atractiva, segura i neta.