

Area de Beca: CS - Cs. Sociales, Humanísticas y Artísticas
Titulo del Trabajo: **FORTALECIMIENTO DE ACCIONES CONJUNTAS EN EL CENTRO DE LA CIUDAD DE RESISTENCIA. ANÁLISIS DE CONSUMIDORES Y NEGOCIOS.**

Autores: CHÁVEZ, ADRIANA E. - ODRIOZOLA, JORGE G. - BRILLADA, DIEGO S.

E-mail de Contacto: lic.adchavez@gmail.com Teléfono: 0362 - 154655063

Tipo de Beca: UNNE Iniciación Tipo B Resolución N°: 1014 / 12 Período: 01/03/2013 - 28/02/2016

Proyecto Acreditado: M003/2010, Geomarketing aplicado al desarrollo de centros comerciales de las ciudades capitales de Chaco y Corrientes, Universidad Nacional del Nordeste. 2011/2014.

Lugar de Trabajo: Facultad de Cs. Económicas

Palabras Claves: Asociacionismo - Centro comercial a cielo abierto - Geomarketing

Resumen:

El comercio urbano es visto actualmente como un instrumento clave en el desarrollo de una localidad. Por la importancia en la actividad económica, en el presente estudio se busca describir las opiniones de los comerciantes en relación al fortalecimiento de los ejes bajo análisis e indagar en el grado de adhesión a las acciones conjuntas propuestas por la Cámara de Comercio de Resistencia (CCR), así como observar el comportamiento del consumidor durante una propuesta de acción conjunta en el centro de Resistencia.

El comercio minorista tradicional afronta desde hace años la competencia de los nuevos formatos comerciales, grandes superficies, franquicias, comercio electrónico, entre otros han amenazado la supervivencia del formato tradicional. Chemes, Kosiak de Gesualdo y Etcheverría (2002) comentan que la mayoría de las veces el comerciante se coloca en una posición defensiva, a la espera de regulaciones que limiten el crecimiento de los nuevos formatos y les permita conservar su porción de mercado, pero las experiencias a nivel internacional demuestran que la cuota del comercio tradicional seguirá disminuyendo a pesar de las regulaciones.

Para asegurar su permanencia, el comercio tradicional debería reorientar su gestión de manera de imitar las estrategias desarrolladas por empresas de mayor envergadura, de manera de formular estrategias que le permitan competir pero conservando las particularidades del comercio tradicional.

El presente es un estudio exploratorio de dos ejes de la ciudad de Resistencia, calle José María Paz (del 0 al 4990) y calle Güemes (del 100 al 499), donde se realizaron: censo de negocios en diciembre de 2012 a dueños de empresas o gerentes a comercios y pequeñas organizaciones; en setiembre de 2013 se realizaron encuestas personales durante el evento Black Friday 2, utilizando una muestra coincidental a personas con indicador de compra, realizándose 222 encuestas.

Los resultados alcanzados revelan que los frentistas encuestados en ambos ejes muestran interés en el fortalecimiento de su área comercial, si bien un 72% no tiene claro el concepto de Centro Comercial a Cielo Abierto (CCCA) se muestran predispuestos a intervenir en el mejoramiento de la zona. Asimismo, se observa una gran coincidencia entre las necesidades de mejoramiento de ambos ejes, destacándose los aspectos de ordenamiento del tránsito, mayor seguridad e iluminación.

Dentro de las formas de participar propuestas se destacan la participación en la gestión, reuniones de trabajo, colaboración en investigaciones y definición de estrategias comerciales en conjunto.

Si bien un 32% de los encuestados en Güemes y un 40% en José María Paz manifestaron estar asociados a la entidad empresaria, participaron de la promoción conjunta aproximadamente 77% en José María Paz y 74% en el eje Güemes.

En lo que respecta al análisis de la demanda, un 43% se acercó al centro ese día en respuesta a las ofertas y descuentos, el 83% de los comercios donde los encuestados realizaron compras estaban asociados al evento. Con respecto a las calles donde la mayor parte de los encuestados manifestaron haber realizado compras fueron peatonal Illia, calle Güemes, José María Paz y Brown.

En función a los relevamientos realizados se puede observar que los ejes estudiados tienen potencial como CCCA, ya que los comerciantes manifestaron su intencionalidad de participar en la propuesta. Asimismo frente a las opiniones expresadas en las encuestas se pudo observar un hecho concreto donde se materializaron las intenciones a través de la participación en las acciones promocionales conjuntas propuestas por la CCR.

El asociacionismo resultaría entonces en el ámbito local una herramienta estratégica con potencial para mejorar la competitividad del comercio minorista local.

Becario
(Firma)

Co-Autor
(Firma)

Co-Autor
(Firma)

Director de Beca
(Firma y Aclaración)

Director de Proyecto
(Firma y Aclaración)