



DOCUMENTO DE TRABAJO Nº 1

GRUPO DE TRABAJO
CALIDAD EN EL TURISMO, OFERTA CULTURAL, COMERCIO Y DEPORTE

DOCUMENTO DE TRABAJO Nº 1:

COMERCIO

REUNIÓN Nº 1
JUNIO 2002



1.1. COMERCIO

El sector comercial emplea en San Sebastián en torno al 16% del total de la población ocupada en el municipio (algo más de 11.000 personas en más de 5.000 establecimientos). Cabe destacar que el sector comercial de Donostia alcanza una participación del 31%, tanto en establecimientos como en empleo, en el conjunto del territorio histórico.

Durante los últimos años el empleo y el número de establecimientos han mantenido una tendencia relativamente estable, por lo que se puede hablar de una cierta ralentización de la actividad comercial en el último cuatrienio. La actividad comercial incluye los subsectores de comercio minorista (62% del empleo sectorial), comercio mayorista (29%) y comercio y reparación de automóviles (9%).

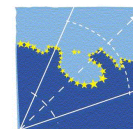
Circunscribiendo el análisis al comercio minorista, la información procedente del impuesto de actividades económicas refleja que a finales del año 2000 se contabilizan en Donostia un total de 3.598 establecimientos en activo.

La distribución por tipo de actividad del comercio minorista donostiarra muestra que entre las ramas de Textil, confección, calzado y cuero (23,2% del total), Alimentación especializada (22,8%), Equipamiento personal, ocio y cultura (20,6%) y Equipamiento del Hogar (15,3%), representan conjuntamente casi el 82% del comercio minorista de San Sebastián.

Cuadro 1. Distribución del comercio minorista de Donostia-San Sebastián según la rama de actividad, 2000.

Rama de actividad	Establecimientos	%
Textil, confección, calzado y cuero	834	23,2
Alimentación especializada.....	820	22,8
Equipamiento personal, ocio y cultura	741	20,6
Equipamiento del hogar.....	551	15,3
Alimentación general pequeña superficie....	267	7,4
Perfumería droguería	114	3,2
Vehículos y accesorios.....	94	2,6
Farmacia.....	89	2,5
Grandes y medianas superficies.....	37	1,0
Grandes almacenes y similares.....	34	0,9
Aceites y combustibles	17	0,5
TOTAL	3.598	100,0

Fuente: IAE de la Diputación Foral de Gipuzkoa a 31-12-2000.



DOCUMENTO DE TRABAJO Nº 1

Atendiendo a la antigüedad del comercio minorista donostiarra, se aprecia que casi el 50% de los mismos llevan más de 4 años desarrollando su actividad, debido en buena medida a la ralentización de la actividad comercial observada en los últimos años comentada anteriormente, en un contexto en el que se han inaugurado las dos grandes superficies próximas a la ciudad.

Cuadro iError!No hay texto con el estilo especificado en el documento..2. Comercio minorista de Donostia-San Sebastián según antigüedad, 2000.

Antigüedad	% de Establecimientos
Hasta 1992	37,6
1993-1995	14,2
Desde 1996	48,2
Total	100,0

Fuente: IAE de la Diputación Foral de Gipuzkoa a 31-12-2000.

Asimismo, cabe reseñar la elevada densidad comercial del municipio de San Sebastián, que cuenta con una media de 20,3 establecimientos de comercio minorista por cada mil habitantes, cifra sensiblemente superior a la media guipuzcoana (15,1%) y del conjunto de la CAPV (15,5).

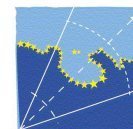
Por lo que se refiere a la distribución de la actividad comercial minorista por los barrios de San Sebastián, se observa una notable concentración de la misma en los barrios céntricos. En ese sentido, entre el Centro (24% del total), Gros (17,7%), Amara Berri (13,3%) y la Parte Vieja (10,6%), acaparan casi el 66% del comercio minorista donostiarra, constituyéndose como auténticos focos de atracción comercial.

Cuadro iError!No hay texto con el estilo especificado en el documento..3. Densidad comercial (comercio minorista) en Donostia-San Sebastián, 2000.

Area	Nº de Establec./ 1.000 habitantes
Donostia-San Sebastián	20,3
Gipuzkoa	15,1
CAPV	15,5

Fuente: IAE de la Diputación Foral de Gipuzkoa a 31-12-2000.

Asimismo, es en esos barrios donde se observa la mayor densidad comercial de la ciudad, alcanzándose la cifra de 63,3 establecimientos por cada mil habitantes en el Centro, 60,2 en la Parte Vieja y 31,3 en Gros, densidades sensiblemente



superiores a la media del conjunto de San Sebastián (20,3 establecimientos por cada mil habitantes).

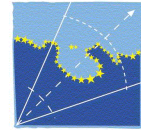
Cuadro 4. Distribución de los establecimientos comerciales minoristas por barrios, 2000.

BARRIO	Establecimientos		Densidad
	Número	% s/total	Estab./1.000 Hab.
Centro	865	24,0	63,3
Gros	638	17,7	31,3
Amara Berri	479	13,3	18,3
Parte Vieja.....	380	10,6	60,2
Altza	279	7,8	13,1
Antiguo	226	6,3	17,8
Egia.....	175	4,9	13,2
Intxaurreondo.....	95	2,6	5,6
Bidebieta.....	82	2,3	10,2
Loiola.....	79	2,2	12,2
Aiete.....	64	1,8	9,1
Ulia	55	1,5	12,3
Añorga.....	47	1,3	10,9
Ibaeta.....	44	1,2	12,0
Martutene.....	42	1,2	16,2
Amara Zaharra.....	17	0,5	4,6
Miraconcha	13	0,4	4,3
Igeldo	11	0,3	10,1
Herrera	7	0,2	12,8
Total.....	3.598	100,0	20,3

Fuente: IAE de la Diputación Foral de Gipuzkoa a 31-12-2000.

En cuanto a los aspectos o atributos que el comerciante donostiarra considera como más importantes para que el consumidor acuda a los establecimientos y según la encuesta realizada en 1999 en el marco del estudio "El comercio en San Sebastián y su zona de influencia" (patrocinado por la Cámara de Gipuzkoa, la Federación Mercantil de Gipuzkoa y el Ayuntamiento de Donostia-San Sebastián) destacan los siguientes (multirrespuesta): el trato amable (81% de respuestas) y la confianza en el vendedor (63%).

A notable distancia (entre el 35 y 20% de las respuestas) se sitúan otros aspectos tales como el escaparate bien presentado, la proximidad al domicilio del cliente, la disponibilidad de marcas prestigiosas y la limpieza de las instalaciones. Y, finalmente, por debajo de dicha valoración se situaban otros atributos tales como: precios bajos, amplitud de horario, establecimientos modernos, rapidez en la compra, promociones frecuentes y facilidades de pago.



No obstante, desde la perspectiva del cliente se perciben de manera diferente: la proximidad se considera el primer motivo de compra, situándose a continuación la confianza en el vendedor, no percibiéndose como característica relevante el trato amable como motivo de compra. Por otra parte, mencionar que los clientes del comercio urbano acceden a los establecimientos mayoritariamente andando y que más de la cuarta parte proviene del exterior de la capital guipuzcoana.

En dicho informe y, tomando como referencia el año 1997, se menciona asimismo que existe un desequilibrio comercial (oferta superior a la demanda) apreciable en la ciudad, aunque decreciente y centrado en el comercio no alimentario.

Finalmente pueden mencionarse las oportunidades y amenazas para el comercio tradicional de San Sebastián, tomando asimismo como referencia el estudio mencionado.

Oportunidades : los compradores del resto de Gipuzkoa y de otras áreas limítrofes (principalmente de textil y confección) que valoran la exclusividad de los productos y el disfrute de ocio asociado a la compra, la proximidad y la confianza para el cliente de la ciudad y la calidad de los productos como aspecto valorado por un volumen relevante de compradores.

Amenazas: se citan diversos aspectos asociados a la competencia de las grandes superficies aunque con una valoración similar (amplitud horaria, las facilidades de aparcamiento de las mismas, los precios, el componente de ocio asociado a los mismos y la variedad de marcas).