

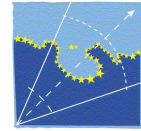
1. LAN AGIRIA

**KALITATEA TURISMOAN, KULTUR ESKAINTZA,
MERKATARITZA ETA KIROLA
LAN-TALDEA**

1. LAN AGIRIA

MERKATARITZA

**1. BILERA
2002KO EKAINA**



1. LAN AGIRIA

1.1. MERKATARITZA

Merkataritza alorrak Donostian biztanle kopuru osoaren %16ri lana ematen dio (11.000 lagun baino gehixeagori 5000 bat establezimendutan). Aipatu beharrekoa da, lurralde historikoan, Donostian merkataritza sektorea %31ko partaidetzara iristen dela, bai establezimenduetan bai enpleguan.

Azken urte hauetan, enpleguak eta establezimendu kopuruak joera nahiko egonkorrari eutsi diote; beraz, esan dezakegu azken laurtekoan merkataritza jardueraren moteltzea izan dela. Merkataritza jarduerak, bere baitan hartzen ditu, txikizkako merkataritzaren azpisektoreak (sektorekako enpleguaren %62), handizkako merkataritza (%29), eta automobilen salmenta eta konponketa (%9).

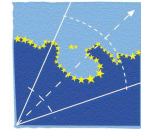
Txikizkako merkataritzari dagokionez, ekonomi jardueren zergetako informazioa aztertzen badugu, Donostian 2000. urtearen azken aldera 3.598 establezimendu zeuden jardunean.

Donostian, txikizkako merkataritzan, jardueraren araberako banaketa honakoxea izango litzateke: ehungintza, jantzigintza, oinetakoak eta larrua (%23,2); janari-denda berezituak (%22,8); ekipamendu pertsonala, aisia eta kultura (%20,6); eta etxerako ekipamendua (%15,3). Horiek guztiek Donostiako txikizkako merkataritzaren %81 osatzen dute.

1. Taula Txikizkako merkataritza Donostian. Jarduera alorraren araberako banaketa, 2000. urtea.

Jarduera alorra	Establezimenduak	%
Ehungintza, jantzigintza, oinetakoak eta larrua...	834	23,2
Janari-denda berezituak.....	820	22,8
Ekipamendu pertsonala, aisia eta kultura	741	20,6
Etxerako ekipamendua	551	15,3
Azalera txikiko janari-denda.....	267	7,4
Lurrin-denda eta drogeria	114	3,2
Ibilgailu eta osagaiak.....	94	2,6
Botika	89	2,5
Azalera handi eta ertaineko establezimenduak	37	1,0
Establezimendu handiak eta antzekoak ...	34	0,9
Olio eta erregaiak	17	0,5
GUZTIRA	3.598	100,0

Iturria: Gipuzkoako Foru Aldundiko IAE/EJZ (2000-12-31)



1. LAN AGIRIA

Donostiako txikizkako merkataritzari dagokionez, %50ek lau urte baino gehiago daramatza bere lanean. Honetan eragina izan du, betiere, azken urte hauetan aurrez aipatutako merkataritza jardueraren moteltzeak eta hiritik gertu azalera handiko bi establezimendu ireki izanak.

2. Taula Donostiako txikizkako merkataritza antzintasuna kontuan hartuta. 2000. urtea.

Antzintasuna	Establezimenduen %a
1992ra arte	37,6
1993-1995	14,2
1996tik aurrera	48,2
Guztira	100,0

Iturria: Gipuzkoako Foru Aldundiko IAE/EJZtik jasoa (2000-12-31)

Era berean azpimarratu beharrekoa da Donostiako udalerriko merkataritza dentsitate altua txikizkako merkataritzan, mila biztanleko batez beste 20,3 establezimendu baitaude. Kopuru hau Gipuzkoako batezbestekoa (15,1) baino zertxobait altuxeagoa da, baita Euskal Autonomi Erkidegoarena (15,5) ere.

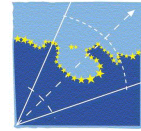
Donostiako auzoetan txikizkako merkataritza jardueraren banaketa aztertzen badugu, ikusiko dugu kontzentrazio nabarmena dagoela erdialdeko auzoetan. Honela, Erdialdeak (%24), Grosek(% 17,7), Amara Berrik (% 13,3) eta Alde Zaharrak (%10,6), Donostia osoko txikizkako merkataritza jardueraren %66 osatzen dute. Honela, merkataritza erakarpen-gune bihurtu dira alderdi horiek.

3. Taula Donostiako merkataritza dentsitatea (txikizkako merkataritza), 2000. urtea.

Gunea	1000 biztanleko establezimendu kopurua
Donostia	20,3
Gipuzkoa	15,1
EAE	15,5

Iturria: Gipuzkoako Foru AldundikoIAE/ EJZtik jasoa (2000-12-31)

Era berean, auzo horietan izaten da merkataritza dentsitate handiena: Erdialdean, mila biztanleko 63,3 establezimendu daude; Alde Zaharrean 60,2 eta Grosen 31,3. Kopuru hauek Donostia osoko batezbestekoarenak baino zertxobait altuxeagoak dira (20,3 establezimendu mila biztanleko).



1. LAN AGIRIA

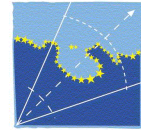
4. Taula Txikizkako merkataritza establezimenduen banaketa auzoka, 2000.urtea.

Auzoa	Establezimenduak		Dentsitatea
	Zenbat	ehunekoak	Estab./1.000 bizt.
Erdialdea	865	24,0	63,3
Gros	638	17,7	31,3
Amara Berri	479	13,3	18,3
Alde Zaharra	380	10,6	60,2
Altza	279	7,8	13,1
Antigua	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
Mirakontxa	13	0,4	4,3
Igeldo	11	0,3	10,1
Herrera	7	0,2	12,8
Guztira	3.598	100,0	20,3

Iturria: Gipuzkoako Foru Aldundiko IAE/ EJZtik jasoa (2000-12-31)

Donostiako merkatariaiek kontsumitzailea bere establezimendura erakartzeko, bi ezaugarri garrantzitsu nabarmentzen ditu: batetik, tratu atsegina (erantzunen %81) eta saltzailearenganako konfiantza (%63). Datu hauek 1999an egin zen azterketa baten ondorio dira, "Merkataritza Donostian eta bere eragin-gunea"rena hain zuzen (Gipuzkoako Ganberak, Gipuzkoako Merkataritza Federazioak eta Donostiako Udalak lagunduta).

Alde handiarekin (erantzunen %35 eta %20ekin), beste alderdi batzuk nabarmentzen dituzte, esate baterako; erakusleihoa txukun edukitzea, bezeroaren bizilekua gertu izatea, izen handiko markak edukitzeko aukera eta instalazioen garbitasuna. Eta erantzun hauen ondoren, alde handiagoarekin, beste zenbait puntu aipatzen ziren, hala nola: salneurri baxuak, ordutegia luzatzea, establezimendu berriak, erosketa azkarrak egiteko aukera, promozioak sarritan egotea eta ordaintzerakoan erraztasunak izatea.



1. LAN AGIRIA

Baina, bezeroaren ikuspegia beste modu batekoa da: gertutasuna da erosteko lehen arrazoa; eta honen atzetik egongo da, saltzailearenganako konfiantza; tratu atsegina, aldiz, ez dute hain garrantzizkotzat hartzen. Bestalde, aipatu beharra dago, hiri-merkataritzako bezeroa oinez joaten dela establezimendu hauetara eta laurdena baino gehiago Gipuzkoako hiriburutik at datorrena dela.

Txosten horretan, era berean, aipatzen da, 1997. urtea erreferentziatzat hartuta, desoreka halako bat nabarmentzen dela hiriko merkataritzan (eskaintza eskaria baino handiagoa). Baina, betiere, desoreka txikiagotuz doa, eta elikagaiena ez den merkataritzan oinarritua dago.

Bukatzeko, Donostiako ohiko merkataritzak izan ditzakeen aukerak eta mehatxuak aipa daitezke; betiere, aurrez aipatutako ikerketa erreferentziatzat hartuta.

Aukerak: Gipuzkoako gainerako erosleak eta mugakide direnak (ehungintza eta jantzigintza, gehienbat). Honako hauek baloratzen dituzte, besteak beste: bertan bakarrik aurki daitezkeen produktuak nahi izatea, erosketak egiten diren bitartean aisiaz gozatzea eta erosleen gehiengoak produktuen kalitaterako duten konfiantza nabarmena izatea.

Mehatxuak: Azalera handiko establezimenduekin loturiko zenbait ezaugarri aipatzen dira antzeko balioespenez (ordutegia zabaltzea, aparkalekuak erraztea, salneurriak, aisiarekin lotutako lekuak izatea eta marka-aukera handia izatea).