

LA DIGITALIZACIÓN, EL RETO DEL COMERCIO DONOSTIARRA

El Plan Especial de Revitalización Comercial de San Sebastián, PERCO, dirigido a identificar medidas y actuaciones que favorezcan la revitalización del sector comercial, apunta a la transformación digital como la gran apuesta que debe abordar el sector en los próximos años.

La concejala de Impulso Económico, Marisol Garmendia, apuntó que “el comercio es columna vertebral de la economía de cualquier ciudad, también de San Sebastián. Son muchos negocios y muchos empleos los que genera este sector que, afectado por la pandemia, afronta una modernización y revolución importante para seguir siendo uno de los motores de la economía local, de la generación de puestos de trabajo y de la cohesión de los barrios”.

El Plan, integrado en la estrategia de revitalización comercial del Gobierno Vasco, se ha elaborado a través de un proceso participativo de entrevistas y encuestas en el que han participado agentes públicos y privados del sector comercial.

“Se trata de favorecer el desarrollo de un comercio urbano competitivo y sostenible, facilitar su adaptación a la nueva realidad socioeconómica, posicionando a San Sebastián como ciudad de compras con áreas atractivas y dinámicas” ha señalado Garmendia.

A pesar de que en los últimos diez años se ha constatado un 23% de descenso del número de establecimientos, pasando de 3.404 establecimientos en 2008 a 2.622 del pasado año. Pese a todo, San Sebastián se mantiene como la capital vasca con mayor densidad comercial, frente a Bilbao y Vitoria. La importancia del comercio donostiarra se refleja en sus 2.622 establecimientos y 8.870 empleos.

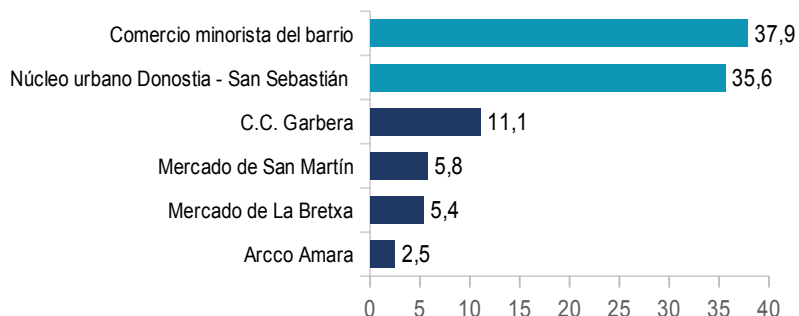
La pérdida de establecimientos comerciales, con matices o diversas causa, ha alcanzado a todos los barrios de la ciudad y a todas las ramas del comercio.

En 2019, el Centro y la Parte Vieja registraron las mayores densidades comerciales, con 46-50 comercios por cada 1.000 habitantes. Les siguen Gros (21x1.000 hab.) Amara y el Antiguo (11x1.000 hab.), e Intxaurren y Egi con densidades comerciales de barrio más limitadas (5-7x1.000 hab.) Los que menos densidad registran son Loiola/Martuene/Zubieta con 5,4 y Aiete/Miramon con 2,3



EMPLEO Y GASTO COMERCIAL

En estos años ha subido el gasto en servicios y hostelería (enseñanza, sanidad, transporte, restaurantes y hoteles..) y ha bajado el gasto en comercio (muebles y artículos del hogar, vestido y calzado, ocio y cultura..) Cerca del 75% del gasto en la ciudad se efectúa en el barrio y en comercio del núcleo urbano:



El 96% de la población donostiarra hace la compra más de una vez por semana y se desplaza en buena medida a pie: el 68% en el conjunto de la ciudad y el 80% en el Centro, Parte Vieja, Amara, Gros y Egia. Y un dato a reseñar: el 13% del gasto se efectúa fuera de San Sebastián, tanto en centros comerciales de otros municipios, así como en otras capitales vascas o en Francia.

La facturación del comercio donostiarra se reparte de la siguiente manera: el cliente local supone el 52%, el de Donostialdea el 25,7%, frente a un 22,3% que significan las ventas a visitantes y turistas.

En 2020 se constata que la mayoría de los comercios está establecido en un local arrendado (66%) frente a un 28,2% que es propietario del mismo. En hostelería el 59,1% son locales arrendados, frente a un 36,4% que son en propiedad.

Se constata un cierto pesimismo, motivado por la situación de la pandemia. Un 23% ve probable a medio plazo que deba cerrar el establecimiento, porcentaje que se eleva al 30% en zonas como Gros, al 35% en el Antiguo y al 38% en Parte Vieja. Pese a todo, dos tercios del comercio señalan una viabilidad media de su negocio y un 12% una viabilidad alta.

El comercio donostiarra da empleo a **8.870 personas**, lo que supone el 11% de la población ocupada de San Sebastián. La dimensión media es de 2,7 empleos por comercio, en su mayoría mujeres y con una media de edad de 51 años.

COMERCIO ONLINE

El 45,5% de los donostiarras compraba por internet antes de la pandemia, dato que ha subido de forma exponencial. Supone el 3,5% del gasto comercial, porcentaje que puede subir hasta el 8,1% en 2021. La media por donostiarra de compra online es de 425€ al año.



Hiriberritzailea
Ciudad innovadora

fomentosansebastian.eus

Todavía son pocos los comercios donostiarros que realizan venta online, sólo el 37%. En cambio, el uso de redes sociales para promocionar su actividad comercial llega al 77% de los establecimientos.

➔ FORTALEZAS DEL SECTOR COMERCIAL DE SAN SEBASTIAN

1. Sigue siendo una ciudad de compras que ejerce como polo de referencia comercial para Gipuzkoa y el sur de Francia. Ofrece un espacio urbano de calidad, con un sector comercial atractivo y una amplia oferta de hostelería, ocio y cultura.
2. La transformación de la movilidad que supondrá el Metro va a favorecer la conectividad con el público metropolitano, contribuyendo a una ciudad más peatonal y con menos coches
3. Tiene comercios competitivos de primer nivel en el area central y comercios con vocación de barrio con sólidas estructuras empresariales. Otro valor son sus mercados de abastos y comercios de alimentación atractivos.
4. Observa nuevos valores y hábitos de consumo sostenibles, como los productos de Kilómetro 0, una oportunidad para que el comercio local abandere esos valores.
5. Está inmerso en un proceso de digitalización como oportunidad para generar unas condiciones competitivas.
6. Cuenta con un marco de colaboración público-privada que ha consolidado dinámicas de colaboración, pese a las dificultades por las que pasa el sector.
7. San Sebastián se consolida como destino turístico inteligente con una conciliación de la sostenibilidad y responsabilidad.
8. La actividad del comercio local se constituye en fuente generadora de empleo de calidad, femenino, que integra nuevos perfiles: emprendimiento digital, colectivo inmigrantes, etc.

➔ DEBILIDADES DEL SECTOR COMERCIAL DE SAN SEBASTIAN

1. La alta dotación de equipamientos comerciales del eje San Sebastián-Baiona
2. Una demanda cada vez más fragmentada y contradictoria que obliga a afinar el modelo de negocio
3. Nuevos hábitos que han llegado de la mano del Covid: compras online, comida para llevar, teletrabajo, etc, que dificultan la definición del 'consumidor'.
4. Elevados precios del parque inmobiliario de San Sebastián.
5. Déficit competitivo de un gran colectivo sectorial: 2 de cada 3 comercios son autónomos, cerca del 30% de los empresarios son mayores de 55 años que no han planificado su sucesión.
6. Un modelo asociativo debilitado y muy dependiente del sector público.



Hiri berri zailea
Ciudad innovadora

fomentosansebastian.eus