

EUSKO JAURLARITZA

Turismo, Merkataritza eta  
Kontsumo Saila



GOBIERNO VASCO

Departamento de Turismo,  
Comercio y Consumo



Merkataritzako  
Bulego Teknikoak  
Oficinas Técnicas  
de Comercio



ikertalde

# Plan Estratégico de **Economía Urbana** de Santurtzi 2018

## PRESENTACIÓN





# INDICE

## Contextualización

### ➤ ANÁLISIS DE LA DEMANDA

- 1.- Comportamiento del potencial gasto terciario santurtziarra
- 2.- Evasión de gasto
- 3.- Captación de Gasto
- 4.- Balance de flujos de gasto

### ➤ ANÁLISIS DE LA OFERTA

- 1.- Grandes cifras del sector
- 2.- Espacio comercial de Santurtzi
- 3.- Características del sector

### ➤ PLAN DE ACCIÓN

- 1.- Contextualización del Plan
- 2.- Esquema del Plan Estratégico

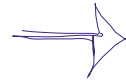
## Contextualización

### PROCESO DE TRABAJO:



#### Las y los consumidores

- Encuestas 479
- Conteo de flujos 780



#### Se c t o r

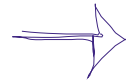
- Encuestas 335
- Entrevistas



#### Análisis de Lonjas Vacías



#### Análisis de fuentes y datos disponibles



#### Reuniones con agentes (Ayuntamiento, agentes sectoriales...)

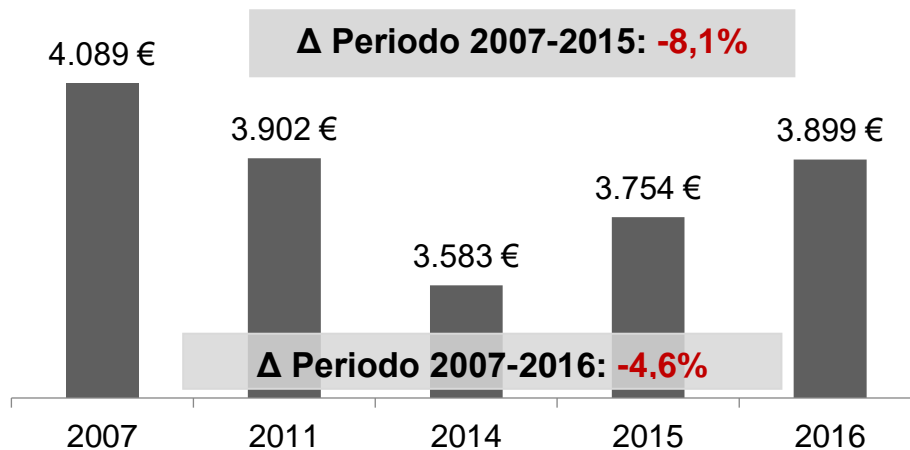
## CAMBIOS EN EL CONSUMO Y LOS HÁBITOS DE COMPRA, DEBIDO A...

CRISIS Y DESCENSO DEL GASTO COMERCIAL



NUEVAS TENDENCIAS

Evolución del gasto comercial por persona en la CAE (c.a.)



EDAD: pirámide demográfica



Comercio electrónico



Omnicanalidad



Vuelta a lo LOCAL



Hibridación: Comercio y Servicios

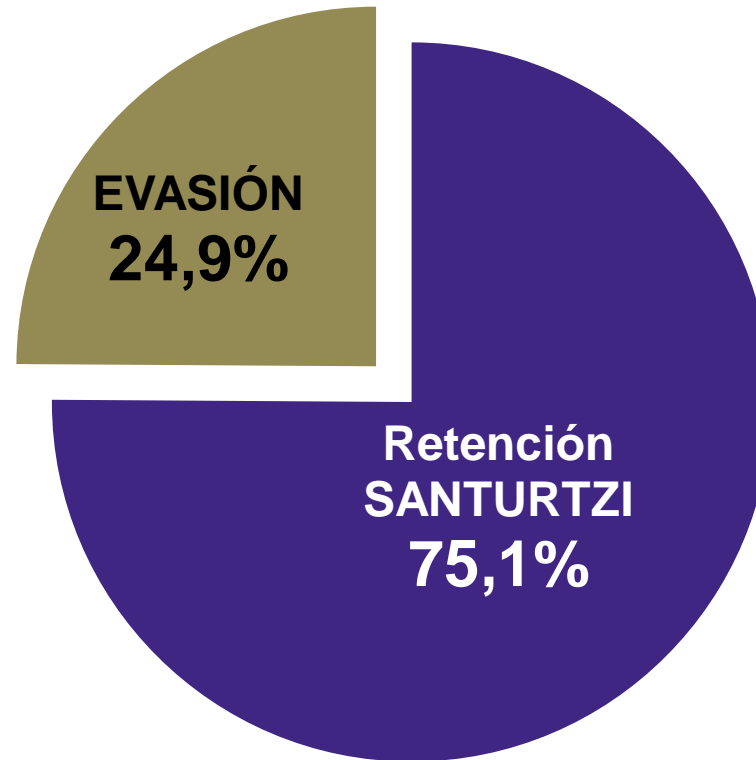


# ANÁLISIS DE LA DEMANDA

## 1.- Comportamiento del potencial gasto terciario santurtziarra

¿Cuánto gasto se “escapa”? ¿Cuánto se “queda”?

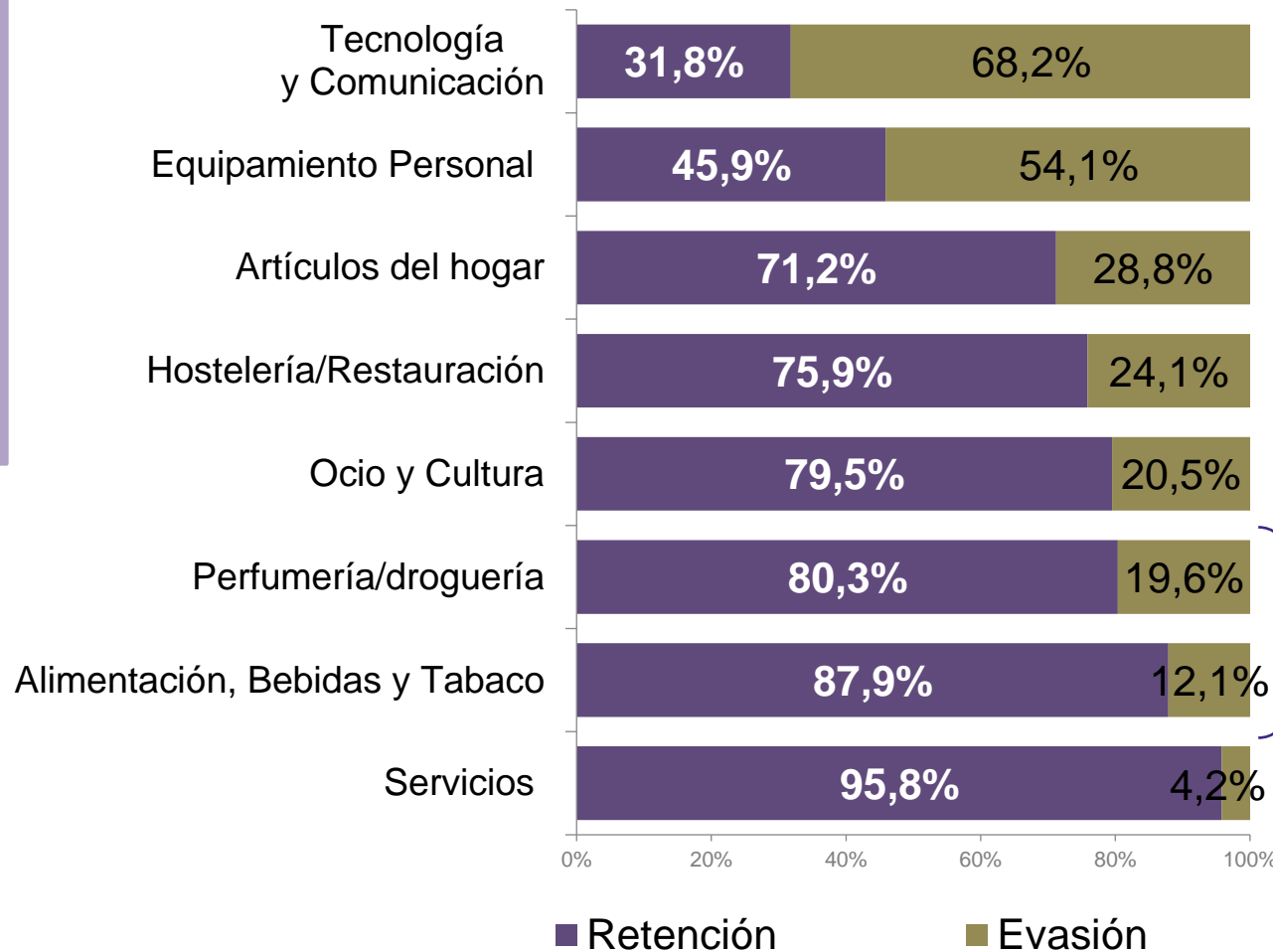
Evasión del gasto terciario\*  
de los/as Santurtziarras



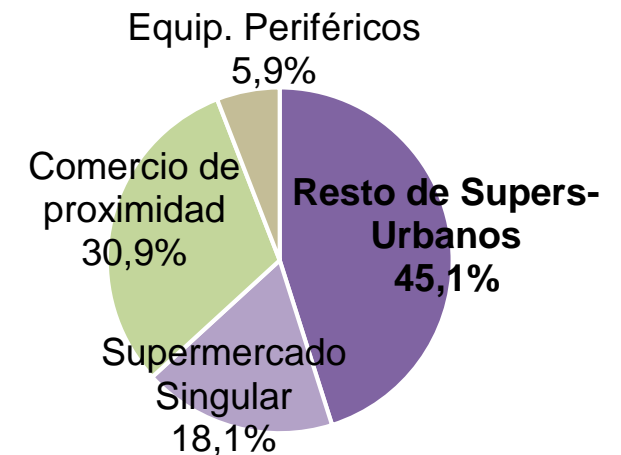
*\* No se incluye el gasto realizado por los y las vecinos/as de Santurtzi en hostelería ni en servicios; en el caso de que se incluyese, la Retención aumentaría ligeramente.*

# 1.- Comportamiento del potencial gasto terciario santurtziarra

## RETENCIÓN: ¿Cuánto se “queda” por tipo de producto



## Destino del gasto interno en BIENES COTIDIANOS por tipo de establecimiento (%)

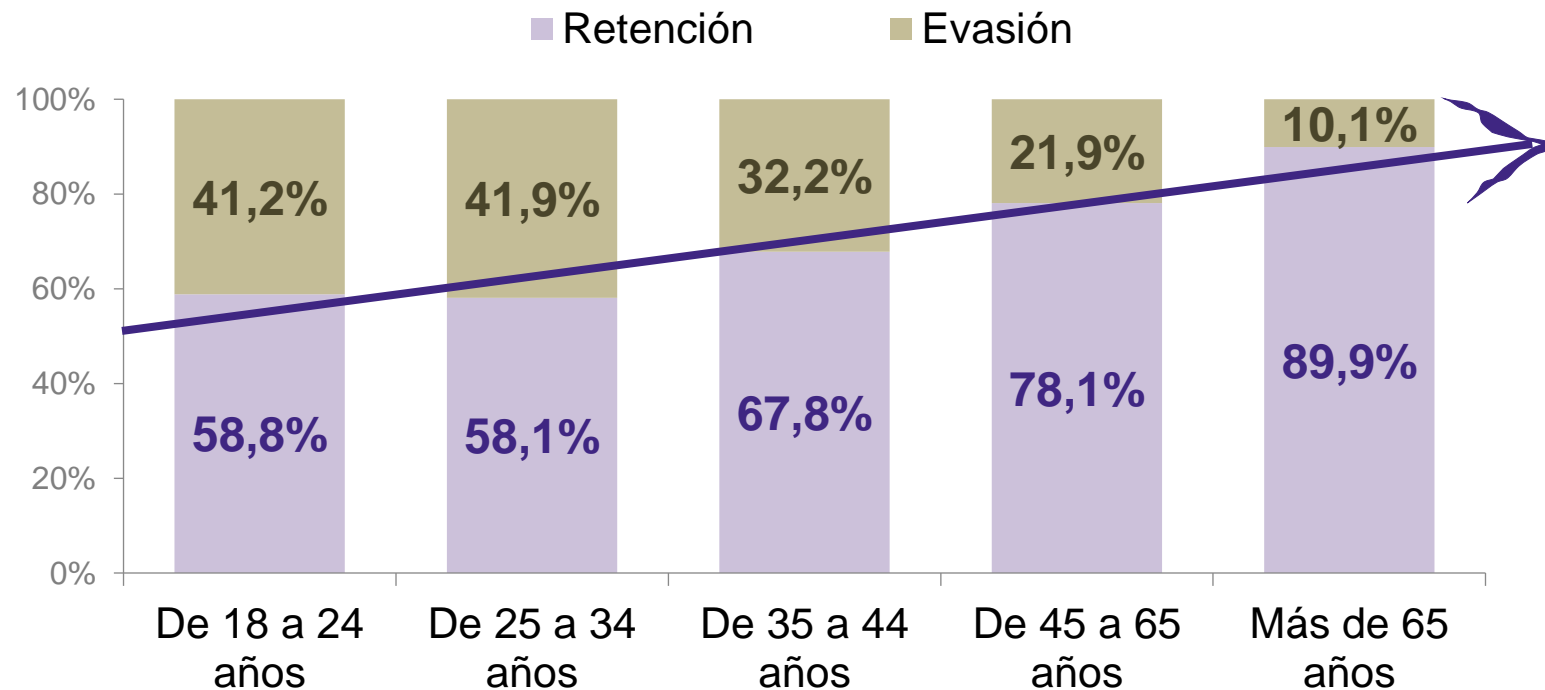




# 1.- Comportamiento del potencial gasto terciario santurtziarra

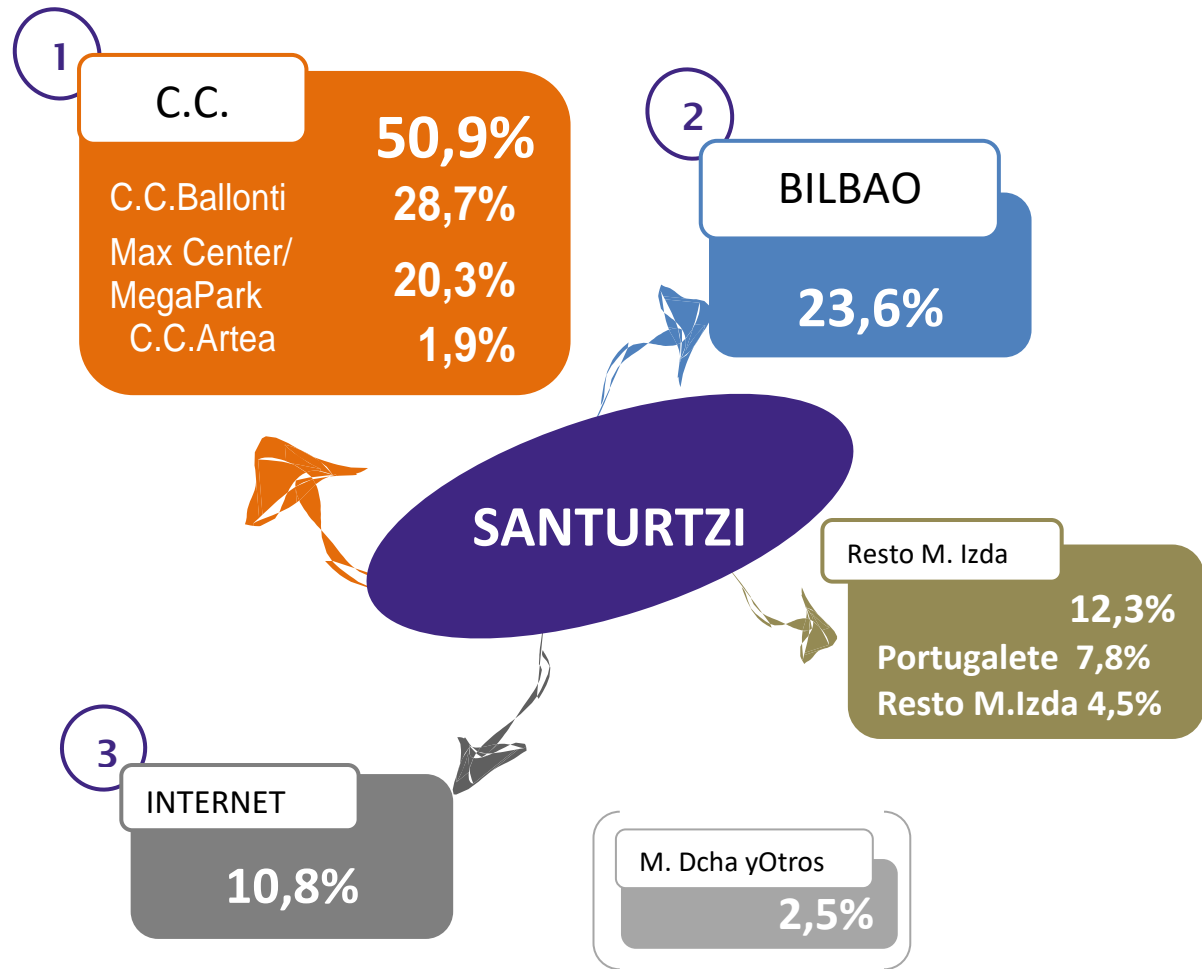
## COMPORTAMIENTO DEL GASTO POR EDADES: *Personas de mayor edad → menor evasión*

Evasión del gasto comercial (% s/ Gasto potencial) por franjas de Edad



## 2.- Evasión de gasto

**DESTINO DE LA EVASIÓN: ¿A dónde se “escapa” el gasto?**

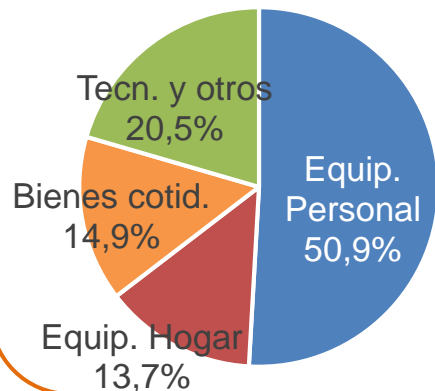


## 2.- Evasión de Gasto

### Fuera de Santurtzi: Qué compran y Por qué motivo

1

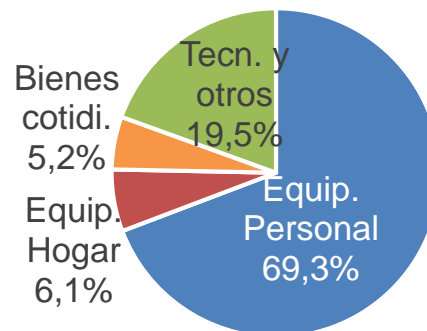
**C.C. 51% evasión**



**VARIEDAD (54%)**  
+  
**COMODIDAD (27%)**

2

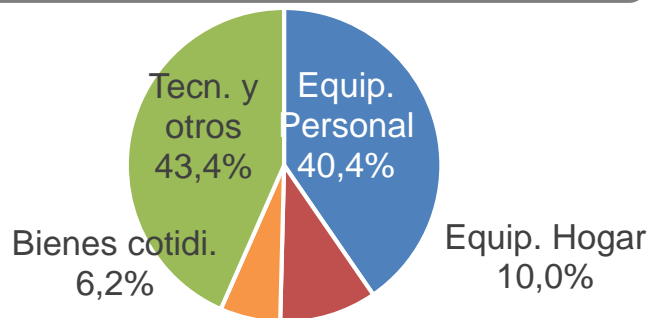
**BILBAO 24% evasión**



**VARIEDAD (40%)**

3

**INTERNET 11% evasión**

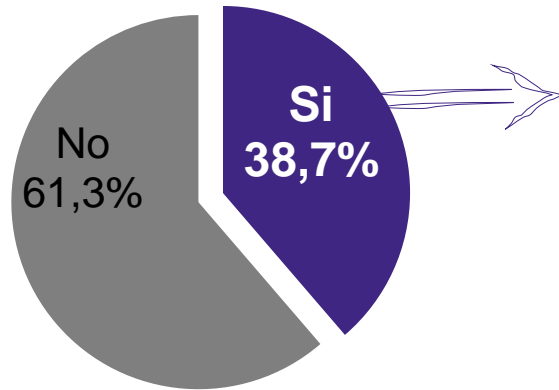


Mix de motivos:  
**PRECIO (22%)**  
+  
**VARIEDAD (16%) y COMODIDAD (15%)**

## 2.- Evasión de Gasto

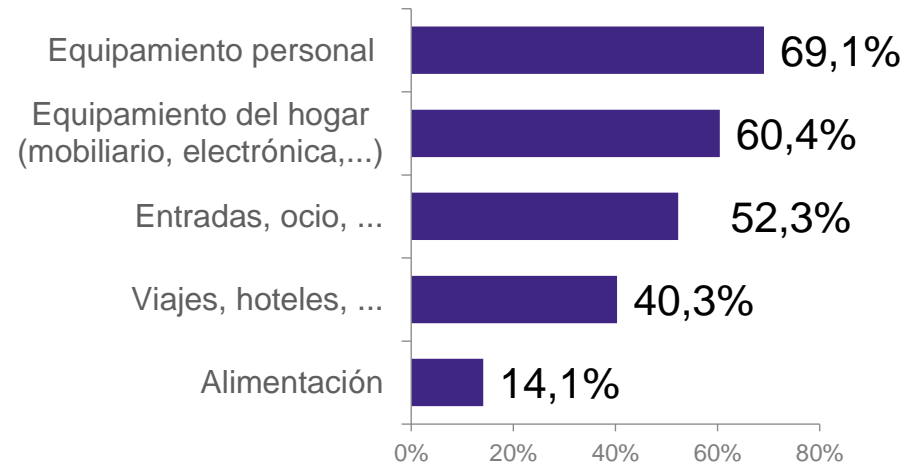
### EVASIÓN: Compra ON LINE en SANTURTZI

Población de Santurtzi que ha comprado por internet al menos una vez en 2017 (%)

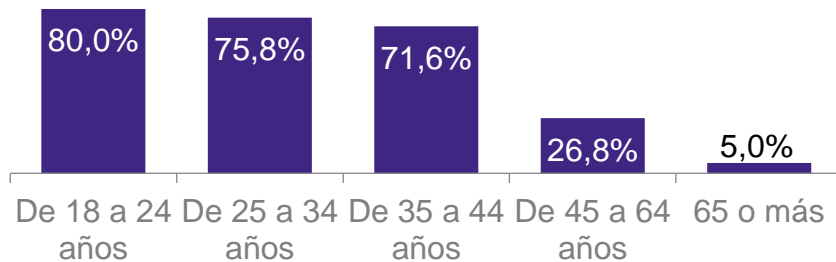


**657€** Gasto medio anual por persona

#### % Compradores/as por internet por ramas comerciales

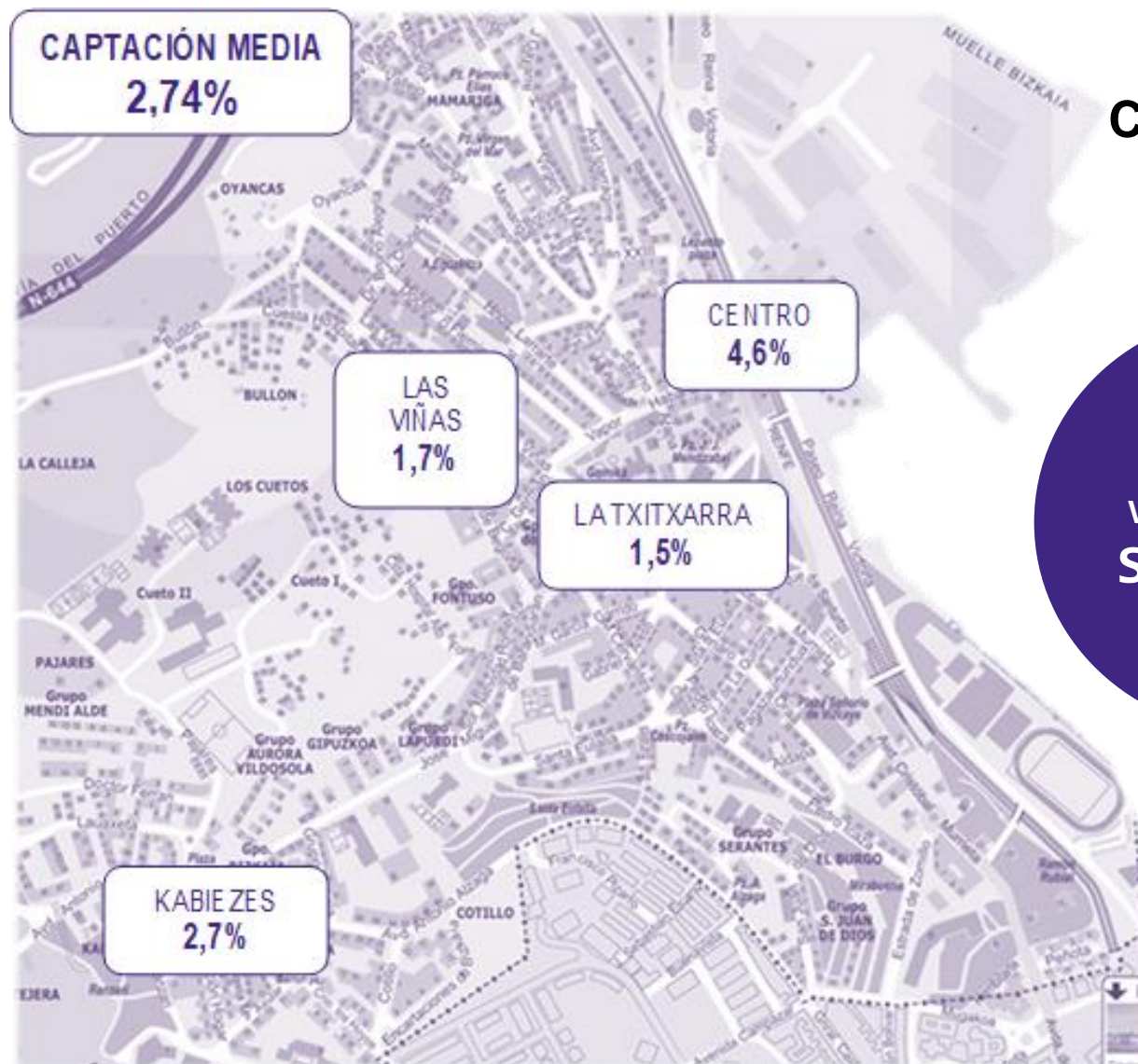


#### Por estratos de edad

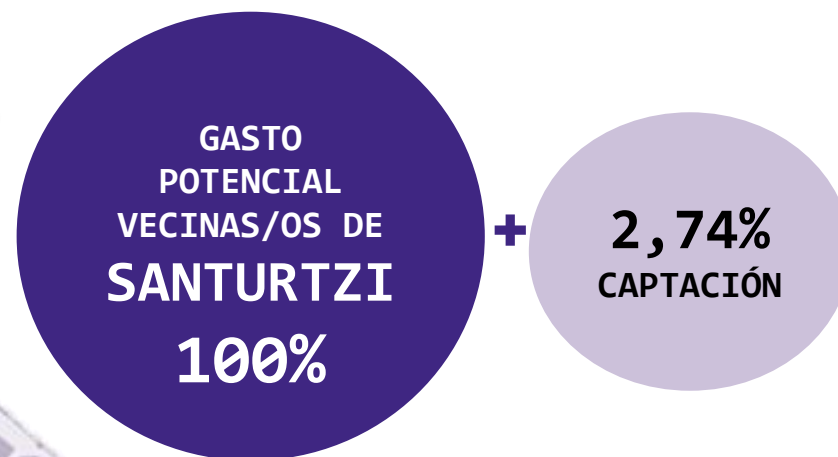


### 3.- Captación de Gasto

**CAPTACIÓN: ¿Cuánto gasto comercial captamos?**



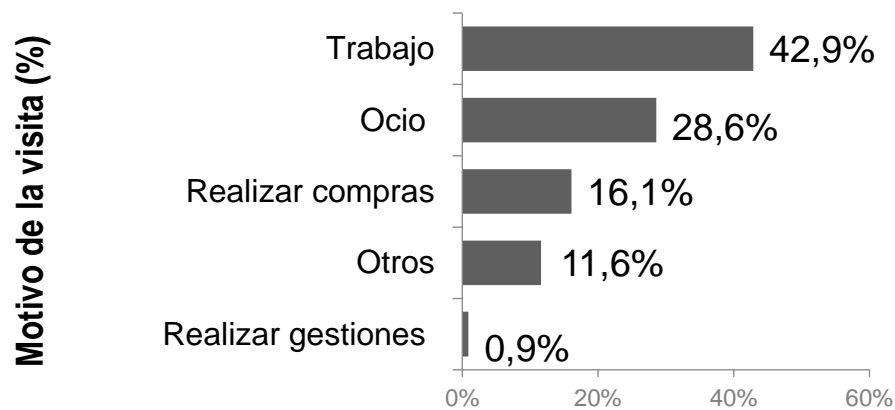
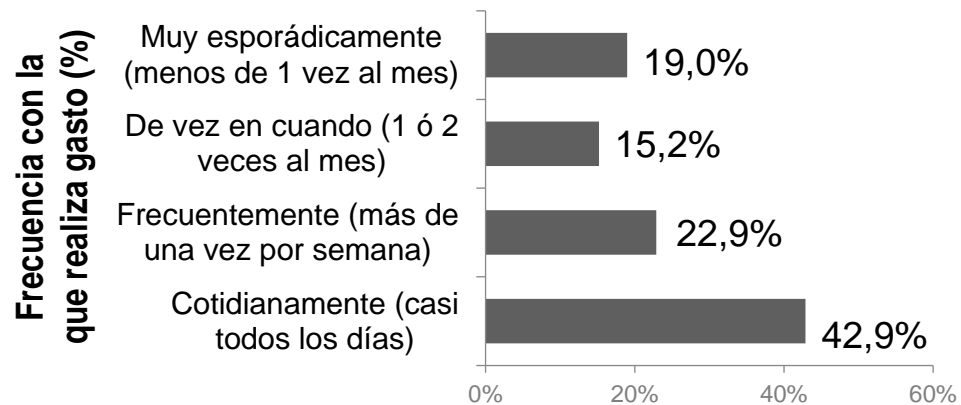
**CAPTACIÓN: % DEL GASTO anual de los/as Santurtziarras**



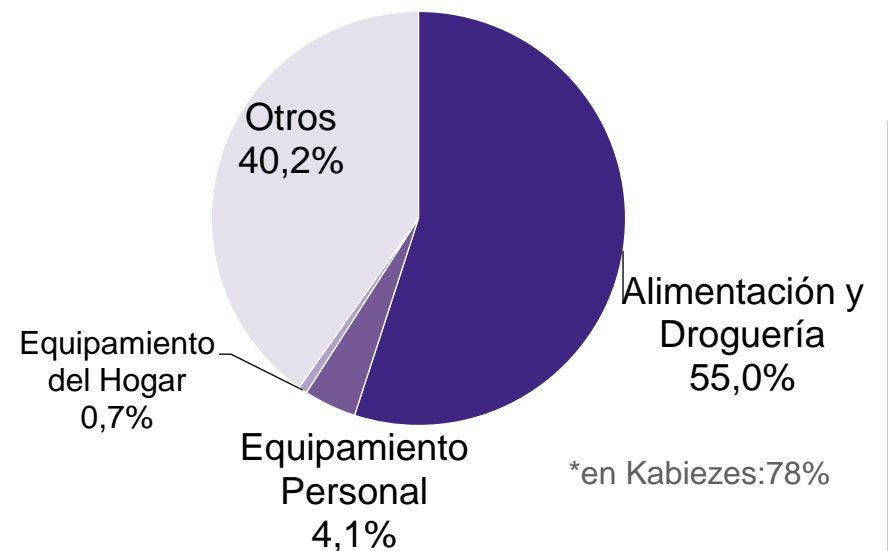
### 3.- Captación de Gasto

## CAPTACIÓN: Perfil del visitante

### Frecuencia y motivo de la visita

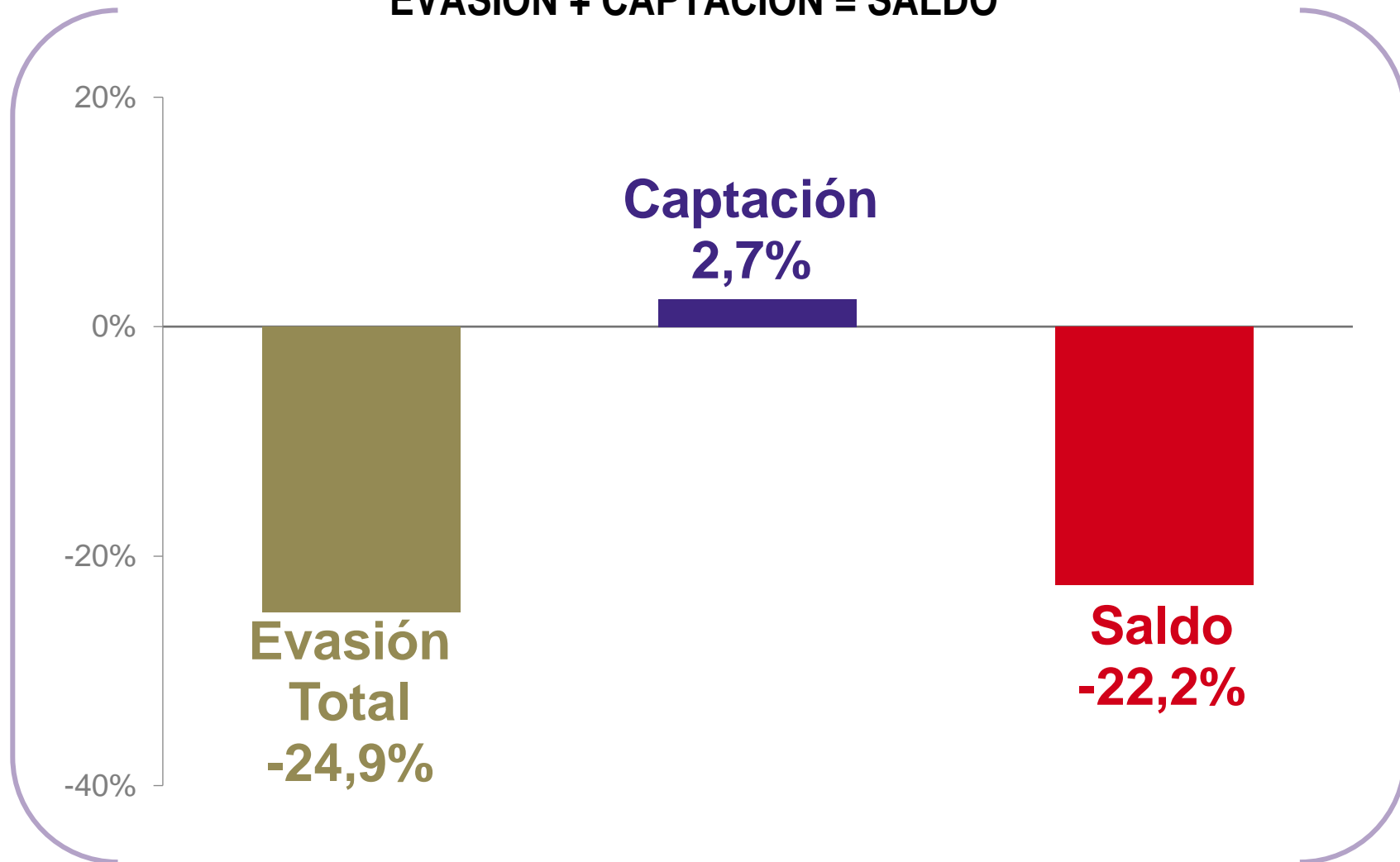


### Qué compran



#### 4.- Balance de flujos de gasto

**EVASIÓN + CAPTACIÓN = SALDO**



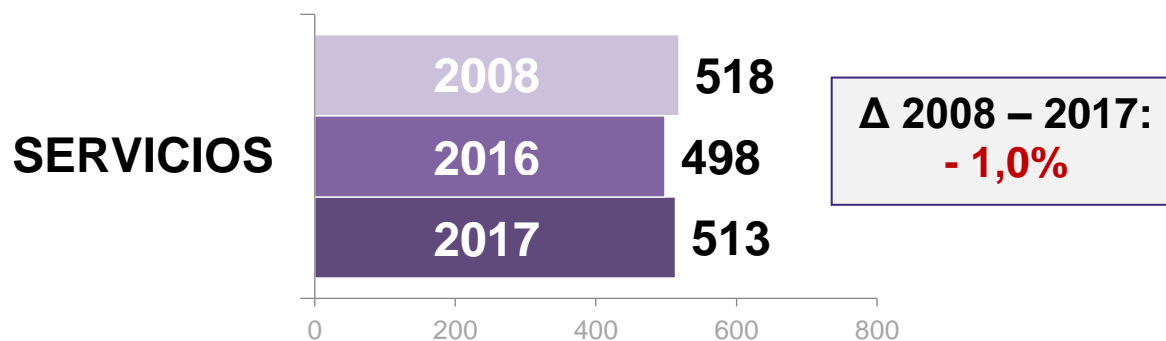
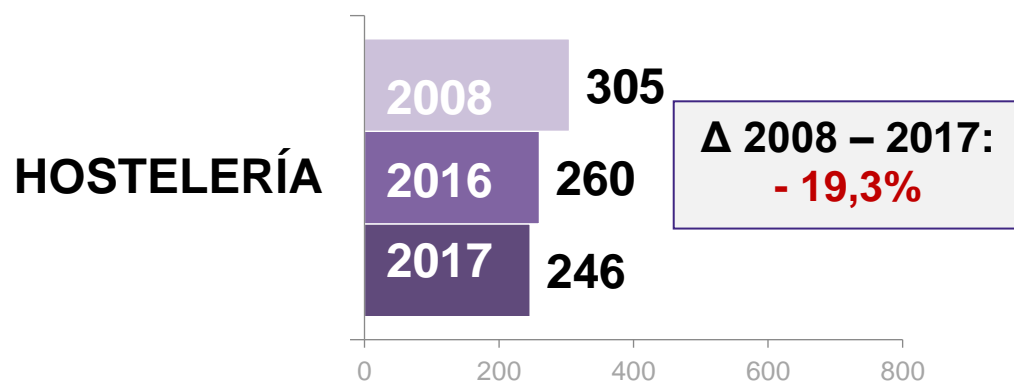
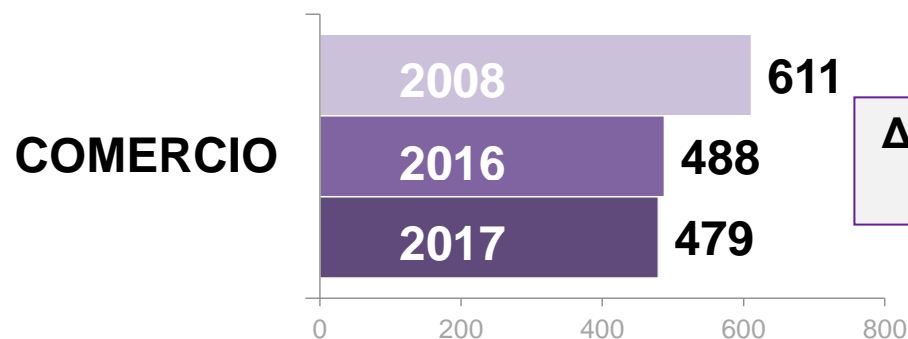


# ANÁLISIS DE LA OFERTA



## 1.- Grandes cifras del sector terciario

### Evolución del Sector Terciario de SANTURTZI 2008-2016-2017 (c.a.)

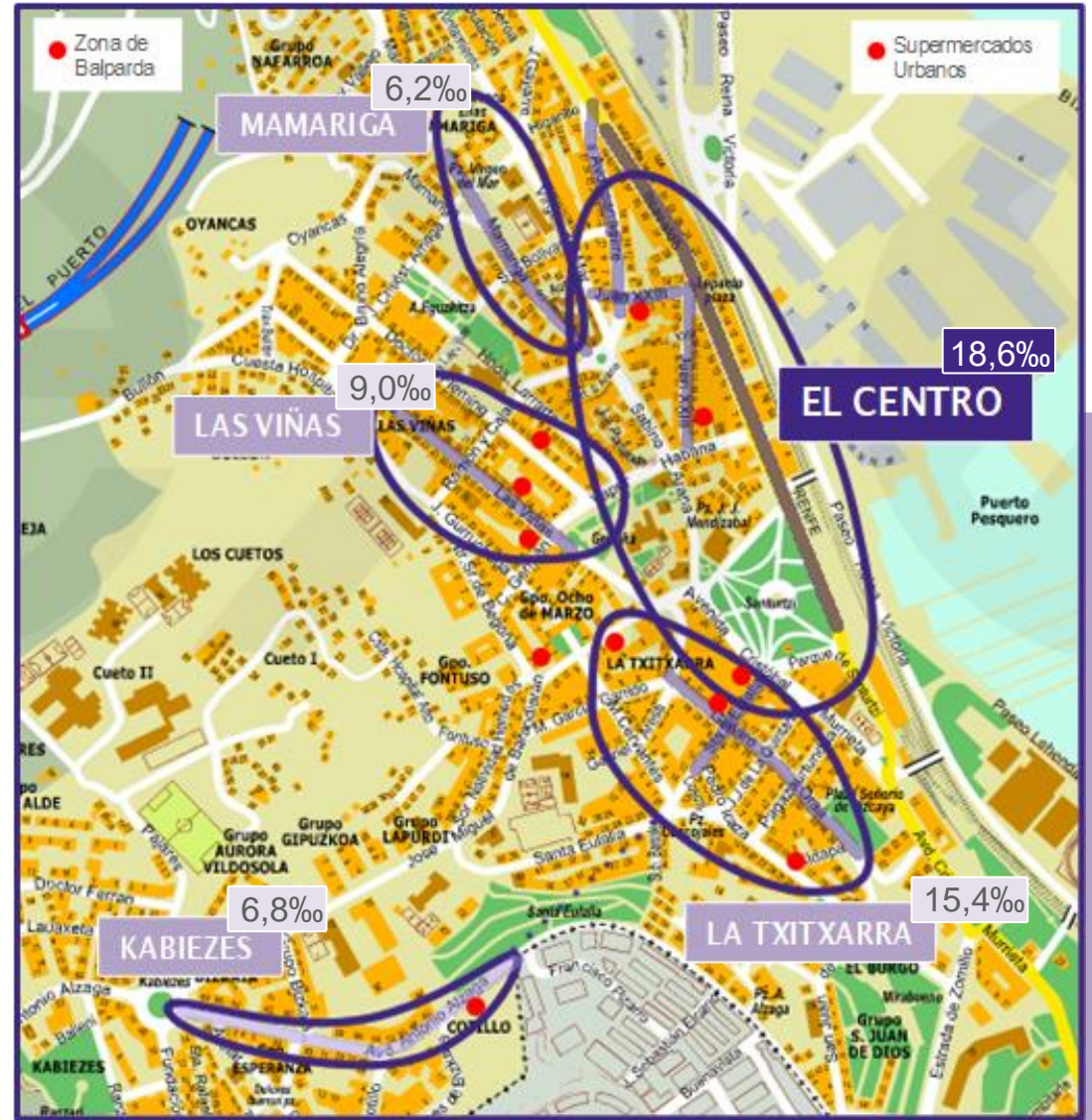


## 2.- Espacio comercial de Santurtzi

### UN MODELO COMERCIAL DISTRIBUIDO:

- EL CENTRO Área Central más CÍVICA que Comercial
- LA TXITXARRA Espacio tradicional de alta densidad comercial y terciaria
- LAS VIÑAS Espacio de carácter comercial de proximidad, al que su cercanía con el Centro le otorga estándares urbanos favorables
- KABIEZES Enclave relativamente alejado del resto del espacio urbano
- MAMARIGA Mantiene una oferta comercial de barrio

Densidad Comercial: **11‰**



### 3.- Características del sector terciario

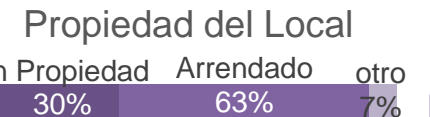
#### Microempresas



**Empleos: 3.141**

- Comercio: 1.118
- Hostelería: 63
- Servicios: 1.180

**80% autónomos**



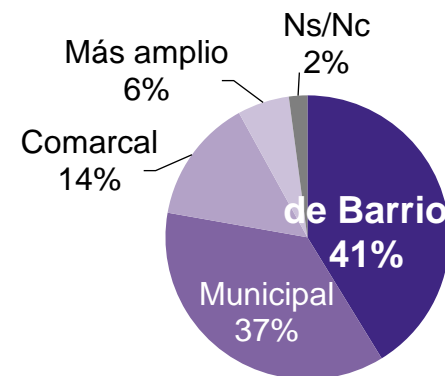
#### Alcance: municipal y de barrio

**78%**

Tiene carácter municipal

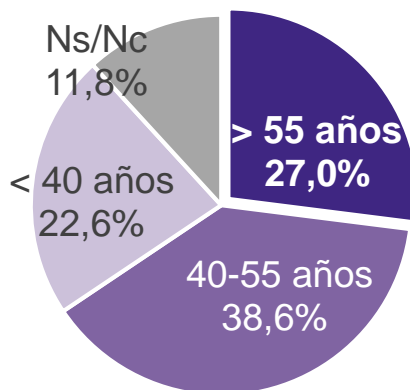
⇒ el 41% de Barrio

Alcance del negocio (%)

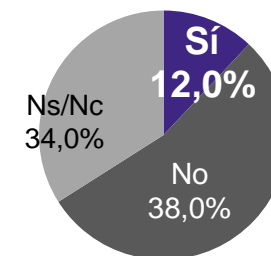


### 3.- Características del sector terciario

#### Reto del Envejecimiento



Sucesión o traspaso  
previsto  
> 55 años



#### Escaso nivel de digitalización

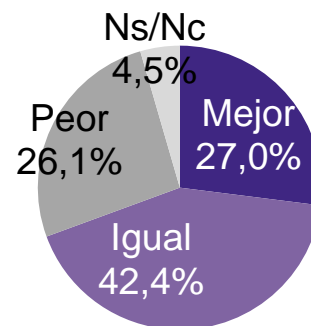
El **30%** dispone de  
página Web

**26%**

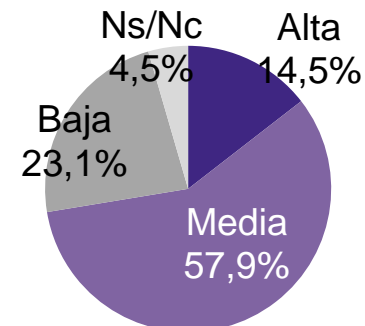
Realiza venta on line

#### Perspectivas más halagüeñas

Perspectiva para 2018 (%)



Viabilidad a medio plazo





**PLAN DE  
ACCIÓN**

## 1.- Contextualización del Plan Estratégico

### MISIÓN

- **Sostener y desarrollar la oferta comercial y de economía urbana que garantice:**
  - una oferta cotidiana de proximidad en los barrios suficiente y
  - un ÁCC atractiva que integre comercio, hostelería y servicios, capaz de actuar como referencia terciara.
- **Fomentar una economía urbana de calidad y basada en valores** (compromiso con el medio ambiente, euskera, igualdad, colaboración innovación...).

### VISIÓN

- Resituar al cliente como corazón del sistema comercial (**FIDELIZACIÓN**)
- Trabajar sobre la identidad del municipio.
- Fomentar la hibridación y las estrategias de maridaje entre comercio y servicios

### Esquema de Trabajo

- Animación comercial.
- Mejora de la competitividad empresarial;
- Colaboración público-privada.

## 2.- Esquema del Plan Estratégico

