Encuentro Sectorial Universidad – Empresa

Comercio y Ciudad. Nuevos Retos

Análisis de la estructura y evolución del comercio urbano y su incidencia en la competitividad de las ciudades: El caso de Bilbao (1982 – 2013)

Xabier Olabarrieta Arnaiz

Desarrollo de Tesis Doctoral

Dirección: Dra. Pilar Zorrilla Calvo

Bilbao, 20 Junio 2013

eman eta zabal zazu

universidad del país vasco *euskal herriko unibertsitatea*

Departamento de Economía Financiera II
Finantza Ekonomia II Saila

DESARROLLO DE LA EXPOSICIÓN

1. Contextualización
2. Objetivos de la investigación
3. Motivos de elección de la ciudad de Bilbao
4. Metodología
5. Expectativas de mercado/sociedad

1. Contextualización (I)

Entorno competitivo en el que se desenvuelven las ciudades

Creciente interés por mantener la posición competitiva de los centros urbanos

Competencia por atraer residentes-turistas-inversiones

Oferta comercial, reconocida como importante elemento de atracción y aspecto que contribuye a mejorar la ***calidad de vida de una ciudad***

Dimensión fundamental en la competitividad urbana

1. Contextualización (II)

Situación de **entornos comerciales urbanos**, condicionada por la evolución del conjunto del sector de la distribución comercial

FACTORES

1. Aparición de nuevos formatos y extensión de sistemas de carácter asociado
2. Consolidación de procesos de internacionalización y de concentración de la actividad comercial
3. Creciente relevancia de formas de comercio a distancia: e-commerce, m-commerce,…

Comercio local (independiente – tradicional), ha de hacer frente a una cada vez mayor competencia

Calidad del espacio comercial urbano, directamente relacionado con su capacidad para mantener su posición competitiva

2. Objetivos de la investigación

1. Establecer un modelo de análisis que permita determinar en qué medida la evolución de la estructura comercial y de servicios experimentada en un núcleo urbano durante un espacio temporal concreto supone una mejora de dicho núcleo en términos de posición competitiva.

2. Analizar en qué grado se están manifestando en un determinado núcleo urbano – en este caso, Bilbao – las tendencias que en el ámbito de los formatos comerciales se están desarrollando en la actualidad a nivel internacional.

3. A través del estudio de la ciudad de Bilbao, profundizar en el cambio experimentado en las estructuras comerciales en los últimos 31 años, lo que permitirá contrastar en un espacio urbano concreto la transformación experimentada en el conjunto del sector de la distribución comercial en las últimas décadas.

3. Motivos de elección de la ciudad de Bilbao

Bilbao, plenamente inmersa en la ola de competitividad entre ciudades

Histórica y actual relevancia de Bilbao como enclave comercial

En la villa se están desarrollando con intensidad diferentes vías de transformación del paisaje comercial

WORLD CITIES SUMMIT

4. Metodología (I)

PRIMERA PARTE: Análisis teórico o revisión de la literatura científica desarrollada hasta la fecha en torno al objeto de estudio. Algunas referencias bibliográficas consideradas:

- *De Elizagarate, V. y Zorrilla, P. (2004). "El comercio urbano como factor estratégico para la competitividad entre ciudades. Gipuzkoa: un caso de centro comercial abierto en red." Distribución y Consumo(78): 101-111.*

- *Guy, C. M. (2010). "Development pressure and retail planning: a study of 20 year change in Cardiff, U.K." International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* ***20****(1): 119-133.*

- *Teller, C. y Elms, J.R. (2012). "Urban place marketing and retail agglomeration customers." Journal of Marketing Management* ***28****(5-6): 546-567.*

- Warnaby, G., Bennison, D. y Davies, B.J. (2005). "*Retailing and the marketing of urban places: A UK perspective." The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* **15**(2): 191-215.

- *Weltevreden, J., Atzema, O. y Frenken, K. (2005). "Evolution in city centre retailing: the case of Utrecht (1974-2003)." International Journal of Retail & Distribution Management* ***33****(11): 824-841.*

4. Metodología (II)

SEGUNDA PARTE: Análisis de la evolución de los sectores comercial, hostelero y de servicios en la ciudad de Bilbao desde 1982 hasta la actualidad, considerando dos hitos temporales intermedios: 1992 y 2002.

Campo de análisis

barrios con mayor densidad comercial:
Abando – Indautxu – C. Viejo

Análisis de estructura comercial

- 1982/1992/2002: análisis de datos secundarios
- 2013: estudio de carácter empírico, mediante cuestionario

Indicadores

-m² de superficie de venta
- actividad principal
- forma de organización
- antigüedad
- …

5. Expectativas de mercado/sociedad

PARA LAS EMPRESAS:

La investigación puede facilitar a las empresas comerciales y de servicios un mejor conocimiento de lo que supone su aportación a la capacidad competitiva de los núcleos urbanos en los que desarrollan su actividad.

PARA LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS / ENTIDADES COMERCIALES:

Los resultados del estudio pueden tener una aplicación práctica en la gestión de los espacios urbanos comerciales, de cara a un mejor conocimiento de su estructura y evolución, y de cara a posibilitar una mejor posición competitiva del conjunto de la ciudad.

ESKERRIK ASKO,
MUCHAS GRACIAS

xabier.olabarrieta@ehu.es