



**Concellaría de Emprego, Comercio e Turismo.
Concello de Santiago de Compostela**

DIAGNOSE SOBRE URBANISMO COMERCIAL



Presentación do Proxecto

DIAGNOSE SOBRE URBANISMO COMERCIAL
CONCELLO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



2

Propiedade Intelectual de Proxectos Consultoría e Formación ,S.L e Proxectos, Ensino, S.L.
Queda prohibida a reprodución total ou parcial do contido do presente documento, sen a previa
autorización do propietario do copyright.
Copyright ©, Proxectos, Consultoría e Formación ,S.L (Ferrol, A Coruña) 2008.
Copyright ©, Proxectos, Ensino,S.L (Ferrol, A Coruña) 2008.

Reservados todos os dereitos.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. OBXECTIVOS	6
3. CONTIDO DA PROPOSTA.....	8
4. METODOLOXÍA	11
5. CRONOGRAMA.....	15
6. ORZAMENTO	17
7. ANEXOS	19



1. INTRODUCCIÓN





Introdución

A relación entre a actividade comercial e a organización das cidades é un aspecto palpable dende unha perspectiva histórica, de feito o comercio sempre tivo un papel importante no urbanismo comercial, xa que as estruturas comerciais constitúen unha parte intrínseca e característica do espazo das nosas cidades.

De este xeito, non se pode obviar a influencia que exerce o comercio no urbanismo, os locais comerciais, xeralmente ubicados nas plantas baixas dos edificios, contribuíndo á integración, cohesión social e cultural. En definitiva, o urbanismo comercial exerce un papel primordial como elemento de equilibrio para o tecido comercial interurbano. Na actualidade, as cidades se están desenvolvendo de forma intensa, actuacións de tipo urbanístico que afectan a espazos nos que se asegure a supervivencia e desenvolvemento do comercio.

Así, Santiago de Compostela está constituída por diversos eixos comerciais que se estenden por toda a cidade. Eixos nos que se integra: pequeno, mediano e gran comercio xunto coas infraestruturas de uso público, espazos nos que o urbanismo, as relacións humanas, a novas formas de consumo, o comercio e a arquitectura se fusionan formando unha extensa rede de mercados onde se artella a vida cidadá.

Neste senso, considérase necesario impulsar a elaboración de ferramentas para ordear e planificar a oferta comercial, tanto do pequeno comercio, como das medianas e grandes empresas comerciais en consoancia coas demais infraestruturas da cidade, co obxectivo de conseguir o equilibrio entre o comercio e a satisfacción das necesidades dos consumidores.



2. OBXECTIVOS





Obxectivos

Obxectivo xeral

A realización da Diagnose sobre Urbanismo Comercial no Concello de Santiago ten como obxectivo principal identificar e valorar o estado dos elementos urbanísticos que afectan ao desenvolvemento do comercio compostelá por eixos comerciais.

Obxectivos operativos

- Identificar as necesidades do sector comercial no eido do urbanismo comercial.
- Avaliar a dotación de elementos que favorecen a actividade comercial nos distintos eixos comerciais.
- Analizar as percepcións sobre os elementos urbanísticos da poboación no concello.
- Avaliar a dotación de infraestruturas e servizos públicos por eixos comerciais.



3. CONTIDO DA PROPOSTA



Contido da proposta

A Diagnose sobre Urbanismo Comercial no Concello de Santiago terá a seguinte estrutura:

- 1. Índice**
- 2. Contextualización**
 - 2.1. Estrutura da poboación**
 - 2.1.1. Sexo
 - 2.1.2. Idade
 - 2.2. Caracterización comercial**
 - 2.2.1. Índice de comercial polo miúdo
 - 2.2.2. Índice de restauración e bares
 - 2.2.3. Índice turístico
 - 2.2.4. Superficie comercial
- 3. Plan de ordenación urbana**
 - 3.1. Normativa estatal
 - 3.2. Autonómica
 - 3.3. Municipal
 - 3.4. Normativa sobre rotulación e sinalización
- 4. Análise e avaliación das variables urbanísticas**
 - 4.1. Dotación Comercial**
 - 4.1.1. Actividade comercial
 - 4.1.2. Grao de ocupación
 - 4.1.3. Estado de conservación
 - 4.1.3.1. Escaparates
 - 4.1.3.2. Fachadas
 - 4.2. Paisaxe urbana**
 - 4.2.1. Mobiliario urbano
 - 4.2.2. Pavimentación das rúas
 - 4.2.3. Sinalización Horizontal
 - 4.2.4. Alumeado Público
 - 4.2.5. Pavimentación asfáltica
 - 4.2.6. Sinalización urbana e comercial
 - 4.2.7. Accesibilidade peonil



- 4.2.8. Beirarúas
- 4.2.9. Obras
- 4.2.10. Xestión de residuos
- 4.2.11. Barreiras arquitectónicas
 - 4.2.11.1. Establecementos comerciais
 - 4.2.11.2. Rúas
- 4.2.12. Espazos públicos (arbolado- xardinería)

4.3. Dotación de aparcamentos

- 4.3.1. Aparcamentos públicos e privados
- 4.3.2. Plazas dispoñibles
- 4.3.3. Localización – sinalización
- 4.3.4. Ocupación

4.4. Mobilidade urbana

- 4.4.1. Transporte público
- 4.4.2. Carga/ Descarga
- 4.4.3. Transportes privado



5. Percepción dos clientes sobre os elementos urbanísticos

6. Conclusións e Recomendacións

7. Anexos

4. METODOLOGÍA





Metodoloxía

Na definición e elaboración do seguinte proxecto utilizarase a metodoloxía que describimos a continuación:

Para a elaboración da Diagnose sobre Urbanismo Comercial, considérase fundamental a participación dos técnicos en urbanismo do concello, representantes do sector e consumidores para garantir a formulación e adopción de medidas viables e aceptadas de forma consensuada.

Metodoloxía para a Investigación

A metodoloxía que aplicará o equipo destinado a elaboración da Diagnose sobre Urbanismo Comercial serán métodos de investigación cuantitativos e cualitativos.

Investigación cuantitativa: Esta investigación baséase en extrapolar os datos obtidos mediante o estudo dunha mostra ao comportamento da poboación. O obxectivo destas técnicas de investigación será a procura dunha representatividade estatística.

Consultaranse as bases de datos estatísticos máis importantes dependendo das necesidades de información. Consultaranse entre outras: INE, IGE, Camerdata, etc.

Investigación cualitativa: Este tipo de investigación intenta coñecer e comprender o aspecto interno do obxecto investigado. Proporcionará respostas sobre as actitudes, crenzas, hábitos ou motivacións dos elementos activos da poboación. A súa validez baséase no coñecemento que teñen da materia as persoas entrevistadas.

Para levar a cabo a obtención desta información se realizarán diferentes entrevistas en profundidade a:

- Representantes do sector comercial
- Consumidores
- Outros axentes implicados e entidades xestoras
- Técnicos de urbanismo do concello
- Expertos en Urbanismo Comercial



Técnicas de Investigación (Modo de recollida da información)

Na fase de obtención da información para a elaboración do contido do Estudo, o equipo encargado do proxecto utilizará as técnicas de investigación detalladas a continuación:

i) Traballo de campo

A forma de desenvolvemento e realización do traballo de campo para a elaboración deste proxecto, será realizado a partir da aplicación do método da recollida denominado entrevista en profundidade, detallado a continuación.

Realizaranse para a elaboración da Diagnose sobre Urbanismo Comercial un total de:

- **Entrevistas en profundidade a:**
 - Representantes das Asociacións Comerciais existentes no Concello
 - Técnicos de Urbanismo do Concello
 - Expertos en Urbanismo Comercial

- **Observación directa:** a análise das variables urbanísticas que afectan ao sector comercial, realizarase a través das nomeadas **fichas de urbanismo comercial** nas que se medirá o impacto dos diferentes aspectos obxecto de análise en cada un dos barrios do concello. As fichas de urbanismo comercial se acompañarán dunha **mostra fotográfica** dos elementos urbanísticos e comerciais que caracterizan aos diferentes eixos comerciais.

Nos **anexos** pode consultarse un exemplo de ficha de urbanismo comercial que se validará co cliente.

- **400 enquisas a consumidores:** será obxecto de estudio unha poboación finita (93.712 habitantes) definida a través do Censo de Poboación do concello. Traballaremos cun erro de muestreo do 5 % para datos globais e un nivel de confianza do 95 %.

A través das enquisas a consumidores, realizarase unha análise da percepción do impacto dos elementos urbanísticos no seu comportamento de compra e o valor dos mesmos no papel que desenvolve o comercio nos diferentes eixos comerciais da cidade.



Para a realización de **enquisas a clientes**, a recollida de información será **mediante entrevista telefónica**, con cotas combinadas por sexo e idade no caso dos maiores de 64 anos. Para a realización do traballo de campo, Proxectos dispón dun **sistema CATI (Computer Assisted Telephone Interview, isto é Enquisas Telefónicas Asistidas por Ordenador)**. Este sistema permite entrevistar a un grande número de individuos con amplas garantías técnicas e nun curto período de tempo. Entre as principais vantaxes desta tecnoloxía é preciso destacar as seguintes:

- Cumprimento estrito do criterio de azar estatístico: o programa presenta os números telefónicos que deben ser marcados polo equipo de traballo de campo dun xeito totalmente aleatorio, o que garante a igual posibilidade de cada unidade do universo de formar parte da mostra final.
- Facilidade de xestión dos cuestionarios: esta vantaxe faise patente pola posibilidade de introducir un gran número de filtros que poden chegar a ser complexos e relacionar grupos de preguntas.
- Posibilidade de rotar e facer aleatoria tanto a orde das preguntas como das propias categorías de resposta, o que evita hipotéticos sesgos debidos á orde das mesmas e reforza a calidade (e fiabilidade) da información que se obtén.
- Minimización de erros na entrada de datos: obtense un menor erro polo feito de introducir a información unha única vez e directamente no ordenador (elimínase a fase de picado dos cuestionarios. Por outra banda, a existencia de filtros e saltos e a definición de inconsistencias reduce considerablemente o tempo de depuración dos datos e a contradición entre variables.

ii) Investigación de fontes secundarias

Denomínase información secundaria ás informacions xa elaboradas, é dicir, aquelas que non se confeccionan por primeira vez para axudar a resolver o problema.

As fontes secundarias dispoñibles son moi numerosas, polo que o equipo encargado da elaboración deste proxecto realizará a procura de información nas fontes máis axeitadas en función dos apartados e documentos analizados.



5. CRONOGRAMA



Cronograma

CRONOGRAMA DETALLADO DE TRABAJO																	
ACTIVIDADES		Febreiro				Marzo				Abril				Maio			
		Semanas				Semanas				Semanas				Semanas			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
I	PREPARATORIA																
1	Deseño conceptual do Estudo																
A	Definición de Contidos do Estudio	■															
B	Elaboración do esquema xeneral do estudio	■															
II	ELABORACIÓN DA DIAGNOSE DE SITUACIÓN																
1	Estudo de Gabinete																
A	Búsqueda de información primaria																
i.	Deseño das entrevistas		■														
ii.	Concertar/Realizar as entrevistas			■	■												
B	Procesado de datos primarios			■	■												
C	Búsqueda de información secundaria		■	■	■												
D	Procesado de datos secundarios			■	■	■											
2	Traballo de campo																
A	Observación directa				■	■	■										
B	Enquisas telefónicas a consumidores					■	■	■									
3	Redacción da Diagnose						■	■	■	■	■	■	■	■			
III	CONCLUSIÓNS E RECOMENDACIÓNS																
1	Redacción de conclusións e recomendacións													■	■	■	
IV	DIFUSIÓN																
1	Xornada de difusión e presentación da diagnose															■	

6. ORZAMENTO





Orzamento

O orzamento para a realización da Diagnose sobre “Urbanismo Comercial”, ascende a un importe total de 20.000 € (IVE incluído).



7. ANEXOS



Anexos: Exemplo de Ficha de Urbanismo Comercial

DOTACIÓN DE INFRAESTRUTURAS E MOBILIARIO URBÁN																									
Nome das rúas:																									
<table border="1" style="width: 100%; height: 40px;"> <tr> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> </table>																									
Calidade do piso das beirarúas (1)																									
Zonas peonais																									
Beirarúas anchas																									
O trazado urbano facilita os paseos.																									
Mobiliario Urbán																									
Bancos																									
Papeleiras																									
Buzóns																									
Servicios																									
Calidade do firme das estradas (1)																									
Sinalización																									
Semáforos																									
Sinais tráfico																									
Sinais informativas																									
Lugares para aparcар																									
Aparcamentos públicos																									
Aparcamentos privados																									
Coches aparcados en dobre fila																									
Zonas verdes																									
Xardíns																									
Arbores																									
Zonas de xogo																									
Centro sociais																									
Intensidade do tráfico (2)																									
Circulación fluida																									
Camións																									
Comercio ambulante																									
Abundancia de cartelería																									
Carteles en paredes																									
Valas anunciadoras																									
Contenedores recollida lixo																									
Alumbrado público																									
Barreiras arquitectónicas																									
Obras																									
Zona de descarga																									
Cartel Rúa																									
Zona Azul																									
Autobus																									
Taxis																									
Pintadas																									
Comisaría de policía																									
(1) (B)o, (R)egular ou (M)alo																									
(2) (A)lta, (M)edia ou (B)aixa																									
Fonte: Elaboración propia mediante observación																									

