

## 4ª Edición de los Premios al Comercio de Donostia San Sebastián

Los galardonados son **Casa Benegas**, en la categoría de Trayectoria Comercial Consolidada, **Hawaii**, en la categoría de Innovación Comercial, y **Loreak**, en la categoría Digitalización Comercial.

**Ernesto Gasco, Teniente Alcalde:** “El comercio de nuestra ciudad sabe combinar tradición y modernidad”

Donostia - San Sebastián ha celebrado una nueva edición del Día del Comercio, una jornada en la que se ha llevado a cabo la entrega de los Premios al Comercio como reconocimiento y apoyo a su trabajo. El **Teniente Alcalde, Ernesto Gasco**, ha apuntado que “el comercio donostiarra se esfuerza cada día por desarrollar nuevas experiencias comerciales. Disponemos de establecimientos que se reinventan constantemente para hacer de sus negocios un entorno atractivo, lo que repercute en la ciudad siga siendo un referente comercial. Con estos premios queremos reconocer el papel que están jugando en el entramado social y económico de San Sebastián y dejar patente que nuestro comercio local es capaz de combinar innovación, digitalización, experiencia y tradición”

En la convocatoria llevada a cabo a través de Fomento de San Sebastián, la Tenencia de Alcaldía ha querido poner en valor el trabajo del comercio local en tres modalidades con los siguientes galardones:

### CATEGORÍA TRAYECTORIA COMERCIAL CONSOLIDADA

#### **CASA BENEGAS**

La firma fue fundada en 1908 por D. Francisco Benegas y su esposa, Dña. Justa Echeverría, ambos de Tolsa. Abrieron su establecimiento, como barbería tipo inglés al uso de la época, en la esquina de las calles Garibay y Peñaflorida, donde continúan desde entonces. A lo largo de su existencia se convirtieron en centro de reunión de la sociedad donostiarra y los visitantes, sobre todo en los tiempos de la Belle Époque. Enseguida destacaron por los perfumes que traían directamente de París en unos tiempos en los que en España todavía no se distribuían.

Benegas está en la cuarta generación y a lo largo de su existencia ha demostrado que sabe adaptarse a las nuevas necesidades y tendencias comerciales que imponen los mercados de distribución: desde la adquisición de producto específico, hasta un servicio especializado y personalizado que les ha diferenciado del resto de establecimientos comerciales. Además han



mantenido una vinculación total con la ciudad y han contribuido a reforzar su imagen, utilizando para ello su perfume 'Sirimiri'.

## CATEGORÍA INNOVACIÓN COMERCIAL

### HAWAII

Todo empieza en 1978, cuando Tito Moro, surfista y windsurfista, comienza a vender las primeras tablas de surf y de windsurf en la playa. La gente de San Sebastián apenas tenía acceso al material duro y Tito empezó a traer las primeras desde Francia. Es entonces, en 1980, cuando decide abrir la primera tienda de surf en la plaza del Buen Pastor en San Sebastián con las primeras marcas de surf que empezaban a aparecer en esta industria.

En 1989 deciden cambiar la tienda del Buen Pastor por un local más grande en la calle San Bartolomé, que pasó a ser una de las tiendas referencia en el comercio de San Sebastián. En Agosto del 2013 abrieron su última tienda en la calle Legazpi, con lo que en la actualidad cuentan con tres establecimientos en la ciudad.

Hawaii combina asesoramiento y producto, y se dedica a ofrecer a sus clientes experiencias de venta, aportando un valor diferencial respecto al mercado con planteamientos novedosos dirigidos a la satisfacción de las necesidades sociales y comerciales concretas. Utilizan productos, marcas y canales de venta accesibles y diferentes para todos los públicos. Además de generar empleo y enriquecer la atractividad de la ciudad, organizan encuentros entre la clientela y figuras del surf con los que conocen y comparten experiencias.

## CATEGORIA DIGITALIZACIÓN COMERCIAL

### LOREAK

La historia de Loreak Mendan empezó hace 20 años cuando dos amigos, Xabi Zirikiain y Victor Serna, diseñaron una camiseta con el logo que más tarde sería el emblema de la marca: la margarita de trazo grueso y vivos colores. El diseño y la forma crearon tanta expectación que pensaron en comercializarlas. Se establecieron en un local de la ciudad, empezaron la venta y pronto se fueron expandiendo por toda la geografía española.

Hoy en día es una marca consolidada que ha trabajado con especial relevancia en el ámbito de la digitalización. Ha empleado la omnicanalidad, gestionando y coordinando la relación de los clientes con los distintos medios y canales, ha implantado sistemas de gestión automatizados de los puntos de venta y ha puesto en marcha un marketing virtual con generación de experiencias de compra asociadas al propio espacio de la tienda. Uno de los últimos movimientos de la compañía donostiarra ha sido el cambio de nombre, decidieron acortarlo para pasar a llamarse únicamente Loreak.

Según los últimos datos del Observatorio de Fomento de San Sebastián de 2016, la oferta comercial de la ciudad integra 2.787 establecimientos y emplea a 8.746 personas. El comercio ha sido siempre un sector referente que, aun siendo de carácter tradicional, es estratégico para la ciudad.



*Hiri berritzailea*  
Ciudad innovadora

fomentosansebastian.eus