



AYUNTAMIENTO DE  
**PINTO**

SERVICIO DE PROSPECCIÓN DEL COMERCIO, LA HOSTELERÍA Y LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS  
EMPRESAS DE SERVICIOS DE PINTO - 2021



## COMERCIO

COMERCIO

HOSTELERÍA

SERVICIOS

- Proporcionar al Ayuntamiento de Pinto un **conocimiento actualizado y riguroso de la actividad comercial, hostelera y de servicios locales**, que le permita desarrollar planes de actuación para la reactivación económica en el marco de la Agenda Urbana y los fondos europeos desplegados para este fin a través de los mecanismos financieros Next Generation y React EU.
- Promover la colaboración entre el comercio local poniendo a disposición un instrumento ágil para la **localización de potenciales clientes y proveedores**.
- Facilitar a las personas desempleadas la **búsqueda activa y eficiente de empleo**.
- Ofrecer a la ciudadanía en general, y a los actores sociales y económicos en particular, una **radiografía del tejido comercial, hostelero y de servicios** de Pinto.

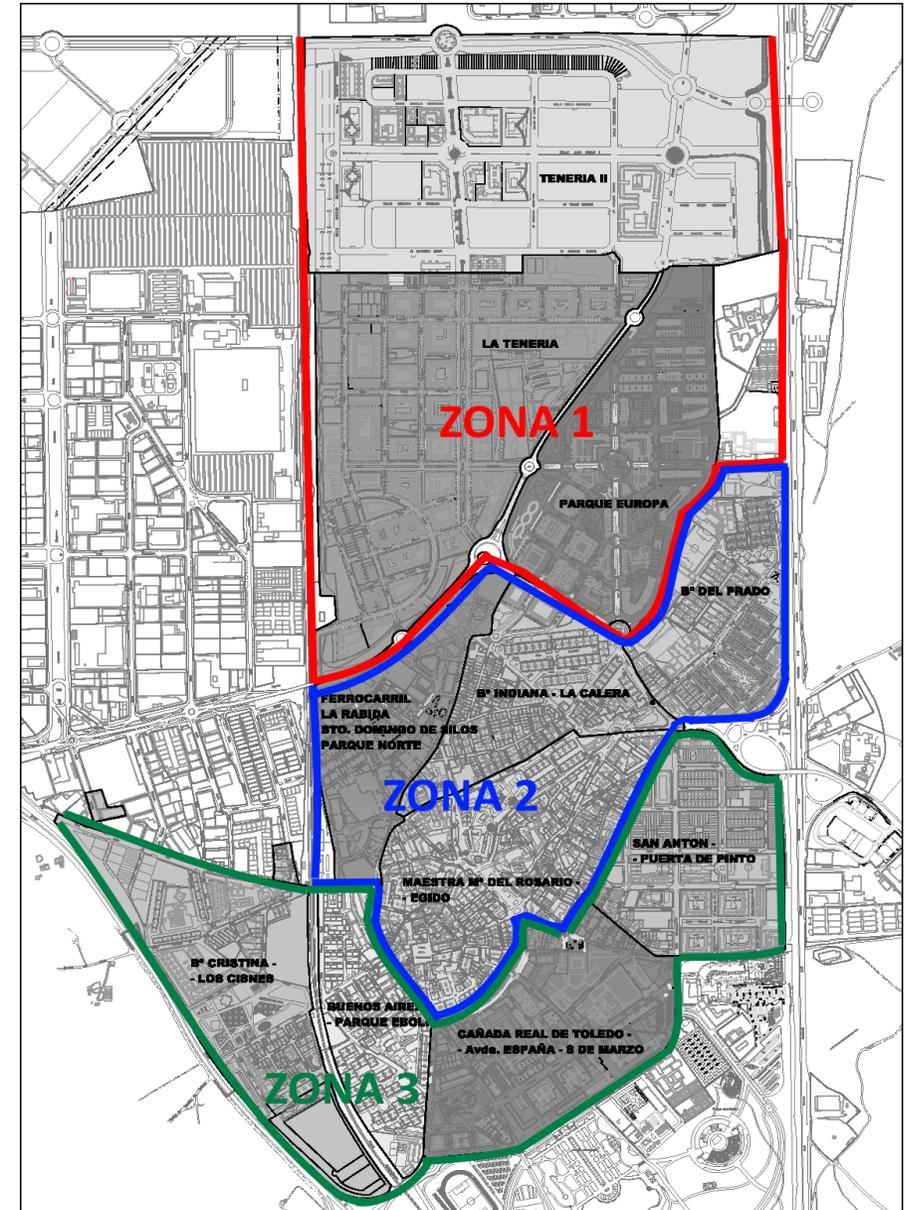


FORMULARIO



ENCUESTAS

- **ZONA 0:** Polígono Industrial.
- **ZONA 1:** La Tenería y Parque Europa.
- **ZONA 2:** Barrio del Ferrocarril - La Rábida - Sto. Domingo de Silos - Parque Norte, Barrio Indiana - La Calera, Parque del Egido - Maestra M.<sup>a</sup> del Rosario y Barrio del Prado.
- **ZONA 3:** Barrio de las Cristinas - Los Cisnes, Buenos Aires - Parque Éboli, Cañada Real de Toledo - Avda. de España - 8 de marzo y Puerta de Pinto - San Antón.



VISITAS PRESENCIALES

LLAMADAS TELEFÓNICAS

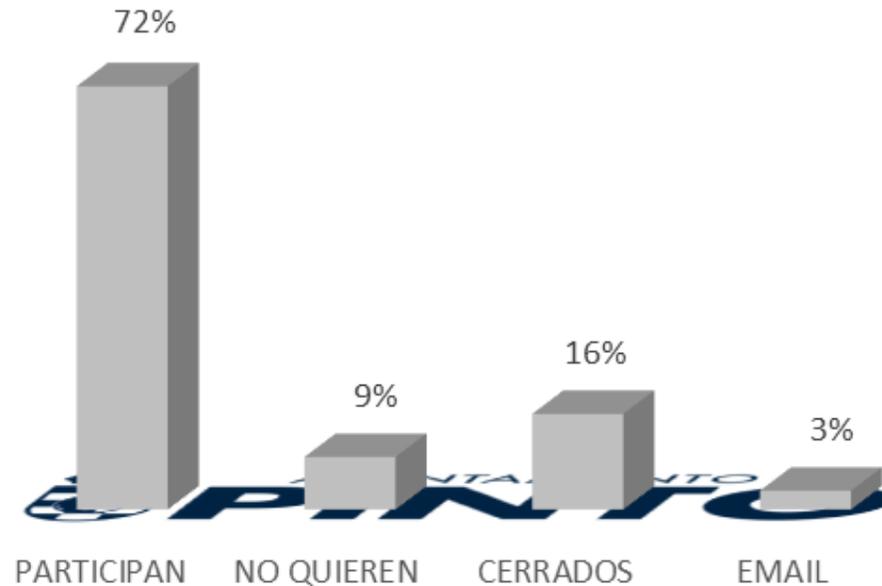
CORREO ELECTRÓNICO

MEDIOS ONLINE

El trabajo de campo se ha desarrollado durante los meses de julio y primera semana de septiembre de 2021.

En el mismo se han visitado por parte de los tres prospectores y el propio coordinador del proyecto, un total de **630** comercios.

Participación Prospección Comercio de Pinto



**452** se han mostrado proclives a cumplimentar el cuestionario.

**330** han cumplimentado la encuesta.

**56** no han querido participar.

**20** lo mandan por email.

**102** son establecimientos y locales cerrados: activos e inhabilitados.



CUESTIONARIO EMPRESA					
<b>SERVICIO DE PROSPECCIÓN DEL COMERCIO - AYUNTAMIENTO DE PINTO</b>					
	DESTINATARIO 1:	<input type="checkbox"/>	Pequeñas y medianas empresas de comercio.		
	DESTINATARIO 2:	<input type="checkbox"/>	Pequeñas y medianas empresas de hostelería.		
	DESTINATARIO 3:	<input type="checkbox"/>	Pequeñas y medianas empresas de servicios.		
Nombre comercial					
Denominación social *					
Forma jurídica *					
NIF / CIF *					
Año de constitución *					
Dirección social					
Posición		Latitud		Longitud	
Dirección web a google Maps					
Direcciones comerciales geolocalizadas					
Barrio		Zona	1	2	3
Nº de socios *					
Nº de trabajadores o trabajadoras *					
Nº de centros de trabajo en Pinto *					
Sector de actividad principal					
Sector de actividad secundario/s					
Actividad económica *					
Página web					
E-mail (verificado)					
Teléfono					
Perfil redes sociales					
Principales productos o servicios (3)					
Horario		Laborables		Fines de Semana	
AUTORIZACIÓN: Autoriza el firmante al Ayuntamiento de Pinto el tratamiento de los datos y la publicación (salvo datos con *) en el catálogo de empresas/comercios de Pinto. Servicio prestado por el Ayuntamiento de Pinto. Se completará con la información relativa a la Ley de Protección de Datos y Tratamiento de la Información.				Firma y sello responsable comercio.	

## DESTINATARIO

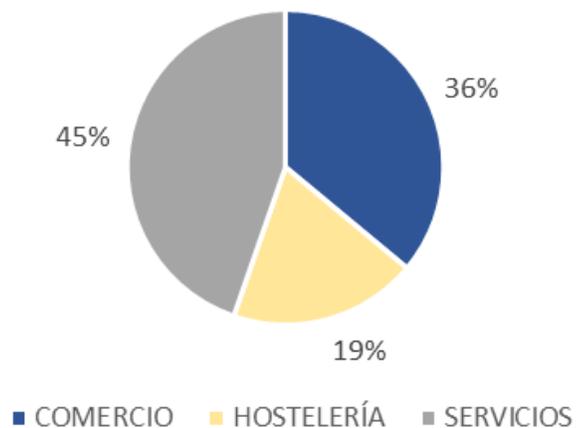
Se ha identificado como:

1 – Comercio: **163**

2 – Hostelería: **87**

3 – Servicios: **202**

## SECTOR



## FORMA JURÍDICA

La mayoría ejercen bajo la figura del **autónomo o autónoma** como forma jurídica, seguido de las sociedades limitadas, y en un mínimo porcentaje encontramos otras modalidades de forma jurídica, tales como las comunidades de bienes, sociedades civiles o mutuas.

## FORMA JURÍDICA

Sector	Nº Comercios	Porcentaje
<b>AUTÓNOMO/A</b>	272	60%
<b>SOCIEDAD ANÓNIMA</b>	3	1%
<b>SOCIEDAD LIMITADA</b>	162	36%
<b>COMUNIDAD DE BIENES</b>	13	3%
<b>SOCIEDAD CIVIL</b>	1	0%
<b>MUTUA</b>	1	0%
<b>TOTAL</b>	452	100%



## DIRECCIÓN WEB A GOOGLE MAPS

Se ha recogido el enlace web que geolocaliza el comercio en el buscador **Google Maps**. Además, como estaba contemplado en los pliegos, se ha procedido a dar de alta a todos los comercios visitados que no estaban registrados.



## BARRIO Y ZONA

La mayor parte del tejido comercial de Pinto se concentra en los barrios relativos a la **zona 2 y zona 3**, adquiriendo un mayor protagonismo los barrios de: Maestra M<sup>a</sup> del Rosario – Egido (34%) y Cañada Real de Toledo – Avenida de España – 8 de marzo, así como el B<sup>o</sup> Indiana – La Calera.

## LOCALIZACIÓN EN PINTO

■ ZONA 0 ■ ZONA 1 ■ ZONA 2 ■ ZONA 3



## NÚMERO DE TRABAJADORES

Como queda reflejado en la tabla sectorial, la mayor parte de las empresas de Pinto (52%) tienen **entre 2 y 5 personas trabajando**.

Sin embargo, tan sólo un 11% posee a más de 5 trabajadores contratados en la empresa.

Nº DE TRABAJADORES				
CONCEPTO	0 - 1	ENTRE 2 - 5	MÁS DE 5	TOTAL
CIFRA	166	236	50	452
PORCENTAJE	37%	52%	11%	100%

## PÁGINA WEB

Más de un 60% de comercios ha indicado que **no posee web** propia del negocio.

PÁGINA WEB			
CONCEPTO	SI	NO	TOTAL
CIFRA	178	274	452
PORCENTAJE	39%	61%	100%

## NÚMERO DE CENTROS EN PINTO

Podemos observar como el mayor porcentaje de negocios, y de una forma significativa con un **98%, sólo posee un único centro** en Pinto.

Nº DE CENTROS EN PINTO			
CONCEPTO	1	MÁS DE 1	TOTAL
CIFRA	441	11	452
PORCENTAJE	98%	2%	100%

## REDES SOCIALES

Existe un 52% de comercios que aún **no disponen de redes sociales** propias del negocio.

REDES SOCIALES			
CONCEPTO	SI	NO	TOTAL
CIFRA	219	233	452
PORCENTAJE	48%	52%	100%



## ACTIVIDAD ECONÓMICA

En cuanto a la clasificación por actividad empresarial, se ha llevado a cabo una distribución que permita no sólo su correcta ordenación, en función de sectores de actividad afines; sino la fácil identificación por parte del receptor.

<b>ADMINISTRACIÓN DE FINCAS</b>
<b>ALIMENTACIÓN</b>
CARNICERÍA, CHARCUTERÍA
COMIDA PREPARADA
FRUTERÍA, VERDURAS
HIPERMERCADO, ULTRAMARINOS
PANADERÍA, PASTELERÍA
PESCADERÍA
<b>ALOJAMIENTO</b>
APARTAMENTOS TURÍSTICOS
HOSTAL
HOTEL
<b>APUESTAS</b>
<b>ASESORÍA, GESTORÍA, CONSULTORÍA</b>
<b>AUTOESCUELA</b>
<b>AUTOMÓVIL</b>
LAVADO DE COCHES
TALLER DE REPARACIÓN
VENTA DE VEHÍCULOS
PRODUCTOS PARA VEHÍCULOS
<b>BIENESTAR Y CUIDADO PERSONAL</b>
HERBORISTERÍA
YOGA, PILATES

GIMNASIO
<b>CONSTRUCCIÓN</b>
<b>DEPORTES, ACTIVIDAD FÍSICA Y JUEGOS</b>
BICICLETAS
JUEGOS DE MESA
GOLF
<b>DESPACHO DE ABOGADOS</b>
<b>ENSEÑANZA</b>
<b>ESTANCO</b>
<b>EVENTOS</b>
<b>FARMACIA</b>
<b>FERRETERÍA, CERRAJERÍA</b>
<b>FLORISTERÍA, JARDINES</b>
<b>FOTOGRAFÍA</b>
<b>GUARDERÍA</b>
<b>HOSTELERÍA</b>
BAR, CAFETERÍA
CHURRERÍA
RESTAURANTE
<b>INFORMÁTICA Y ELECTRÓNICA</b>
<b>INMUEBLES</b>
<b>JOYERÍA, RELOJERÍA</b>
<b>LIMPIEZA, DROGUERÍA Y PERFUMERÍA</b>

<b>MARKETING, PUBLICIDAD, DISEÑO, IMPRESIONES</b>
<b>MASCOTAS</b>
CLÍNICA VETERINARIA
PELUQUERÍA CANINA
PIENSOS
<b>MODA Y CONFECCIÓN</b>
MERCERÍA
TEXTIL
TINTORERÍA
ZAPATERÍA
<b>MUEBLES, DECORACIÓN, ELECTRÓNICA</b>
CALEFACCIÓN Y GAS
COLCHONES Y DESCANSO
DECORACIÓN
ELECTRODOMÉSTICOS
MOBILIARIO
SOFÁS
<b>OCIO NOCTURNO</b>
<b>PAPELERÍA, LIBRERÍA, REGALOS</b>
<b>PELUQUERÍA, BELLEZA, ESTÉTICA</b>
BARBERÍA
ESTÉTICA
PELUQUERÍA

MANICURA
<b>RECURSOS HUMANOS</b>
<b>REFORMAS HOGAR</b>
AZULEJOS
COCINAS
ELECTRICIDAD Y ELECTRÓNICA
PISCINAS
PERSIANAS
REFORMAS Y PINTURA
SANEAMIENTOS Y BAÑOS
TOLDOS
<b>SALUD</b>
CUIDADO SANITARIO
FISIOTERAPIA
ODONTOLOGÍA
ÓPTICA
PSICOLOGÍA
<b>SEGUROS</b>
<b>TRANSPORTE Y LOGÍSTICA</b>
<b>VIAJES</b>
AGENCIA DE VIAJES
ARTÍCULOS DE VIAJE



## ENCUESTA EMPRESA



## SERVICIO DE PROSPECCIÓN DEL COMERCIO - AYUNTAMIENTO DE PINTO

Barrio y zona:	.....	Z.1	<input type="checkbox"/>	Z.2	<input type="checkbox"/>	Z.3	<input type="checkbox"/>
Sector:	.....						
Nº de Encuesta:	.....						

## DATOS PERSONALES

SEXO	Hombre	<input type="checkbox"/>	EDAD	A	Menos de 25 años	<input type="checkbox"/>
	Mujer	<input type="checkbox"/>		B	Entre 26 - 35 años	<input type="checkbox"/>
				C	Entre 36 y 45 años	<input type="checkbox"/>
				D	Entre 46 - 60 años	<input type="checkbox"/>
				E	Más de 60 años	<input type="checkbox"/>

## DATOS EMPRESARIALES

Nombre del establecimiento	.....								
Tiempo funcionando:	Menos de 1 año	<input type="checkbox"/>	Entre 1 - 5	<input type="checkbox"/>	De 5 a 10	<input type="checkbox"/>	Más de 10	<input type="checkbox"/>	
¿Pertenece a alguna asociación de comerciantes?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
En caso afirmativo indique cual:	.....								
¿La evolución de las ventas antes de la pandemia Covid-19 era positiva?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
¿Cómo definiría el perfil de su cliente tipo?									
Poder Adquisitivo	Alto	<input type="checkbox"/>	Medio	<input type="checkbox"/>	Bajo	<input type="checkbox"/>	A / M / B		
Edad	Jov.	<input type="checkbox"/>	Adulto	<input type="checkbox"/>	May.	<input type="checkbox"/>	J / A / M		
Sexo	Hom	<input type="checkbox"/>	Mujer	<input type="checkbox"/>	H / M				
¿Ha realizado algún curso de formación relacionado con su negocio?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
En caso afirmativo indique cual:	.....								
¿Considera que tiene necesidades formativas?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
¿Dispone de página web del negocio?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
¿Dispone de E-commerce?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
En caso afirmativo, ¿Trabaja el posicionamiento en buscadores online?						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>

¿Está presente en redes sociales propias del negocio?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
¿Invierte en publicidad?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
En caso afirmativo indique cual:				
F / R / I / O	Folletos	<input type="checkbox"/>	Rad.	<input type="checkbox"/>
	Int.	<input type="checkbox"/>	Otro	<input type="checkbox"/>
Cual:.....				
¿Dispone de base de datos de clientes?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
¿Dispone de TPV?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
¿Dispone de medidas o sistemas de seguridad?	SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
¿Cómo le ha afectado la pandemia Covid - 19 a su negocio?				
CT Cierre temporal	<input type="checkbox"/>	N No me ha afectado		<input type="checkbox"/>
CV Caída de ventas	<input type="checkbox"/>	IV Incremento de ventas		<input type="checkbox"/>
D Despidos	<input type="checkbox"/>	E ERTES		<input type="checkbox"/>
¿Ha buscado nuevas modalidades de negocio a raíz de la crisis sanitaria?				
E Envíos a domicilio	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>	O
V Venta telemática	<input type="checkbox"/>			
Marque las opciones que considere como proyección para su negocio en los próximos años:				
Expansión / nuevas tiendas	<input type="checkbox"/>	Subida de las ventas		<input type="checkbox"/>
Desarrollo de negocio online	<input type="checkbox"/>	Mantenimiento de las ventas		<input type="checkbox"/>
Cambio de imagen	<input type="checkbox"/>	Descenso de las ventas		<input type="checkbox"/>
Digitalización	<input type="checkbox"/>	Cierre del negocio		<input type="checkbox"/>
¿Qué cuestiones considera deficitarias o que no favorecen al tejido comercial en la ciudad de Pinto?				

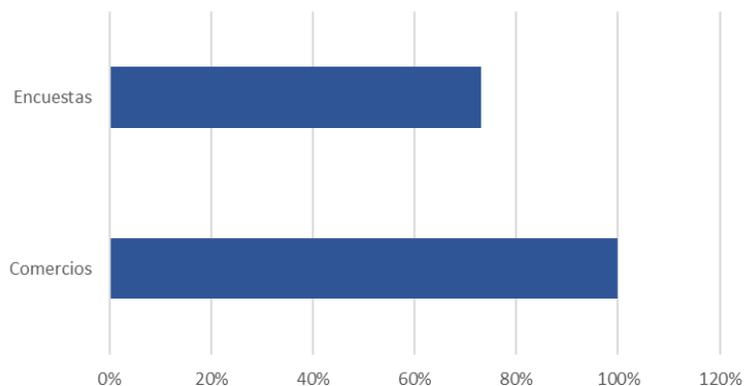
## REPRESENTATIVIDAD DE LA MUESTRA: MÁS DEL 70%

### Representatividad en número.

Aunque se establecía un número mínimo de 200 encuestas, se han realizado finalmente **330**.

Alcanzando un margen de representación considerable **y superior al 70%** (73%).

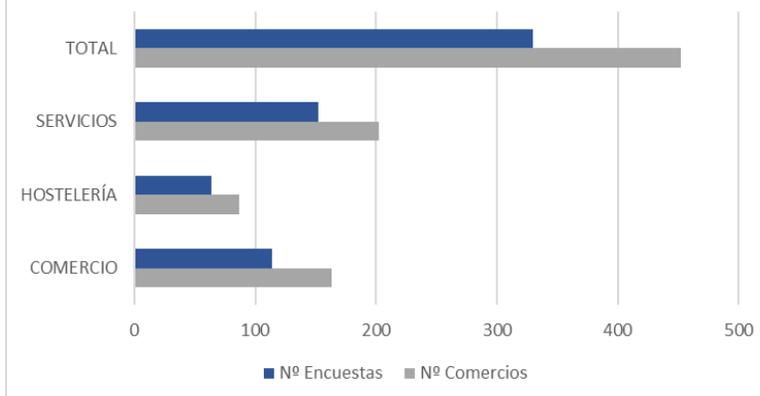
REPRESENTATIVIDAD EN NÚMERO



### Representatividad sectorial.

Se ha procedido a realizar la encuesta en función de los distintos sectores que incluye el estudio. Queriéndose reflejar un nivel adecuado de representatividad por sectores, **superando nuevamente el 70%** (73%).

REPRESENTATIVIDAD SECTORIAL

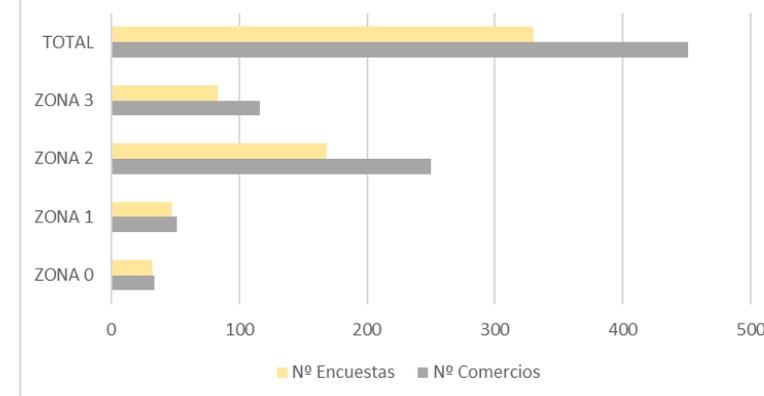


### Representatividad territorial.

También se han realizado las encuestas para garantizar una representatividad de las distintas zonas.

La representatividad territorial también **alcanza el 73%**.

REPRESENTATIVIDAD TERRITORIAL

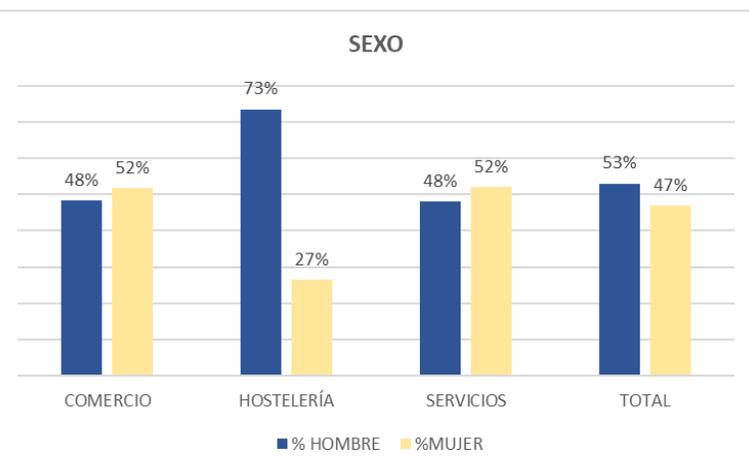


## DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

### SEXO

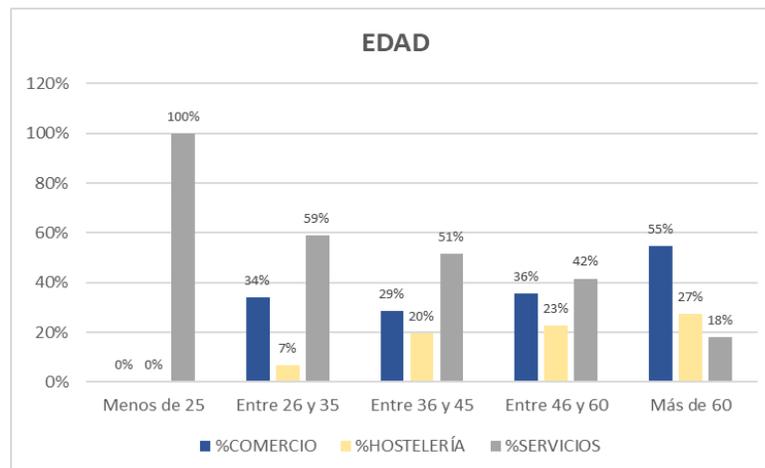
Como podemos observar, la distribución por sexo de los comercios en Pinto, es **bastante equitativa** entre hombres y mujeres.

La gran diferencia existente en el caso de la hostelería.



### EDAD

Podemos observar como en cualquier sector el número de empresarios/as con menos de 25 años es prácticamente nulo, siendo únicamente 2 en el caso de los servicios



### TIEMPO EN FUNCIONAMIENTO

El mayor porcentaje (43%) de negocios existentes llevan en funcionamiento **más de 10 años**.

Por lo contrario, los comercios más jóvenes no alcanzan el 10%.

EDAD DEL NEGOCIO		
Años	CIFRA	PORCENTAJE
Menos de 1	30	9%
De 1 - 5	78	24%
De 5 a 10	79	24%
Más de 10	143	43%



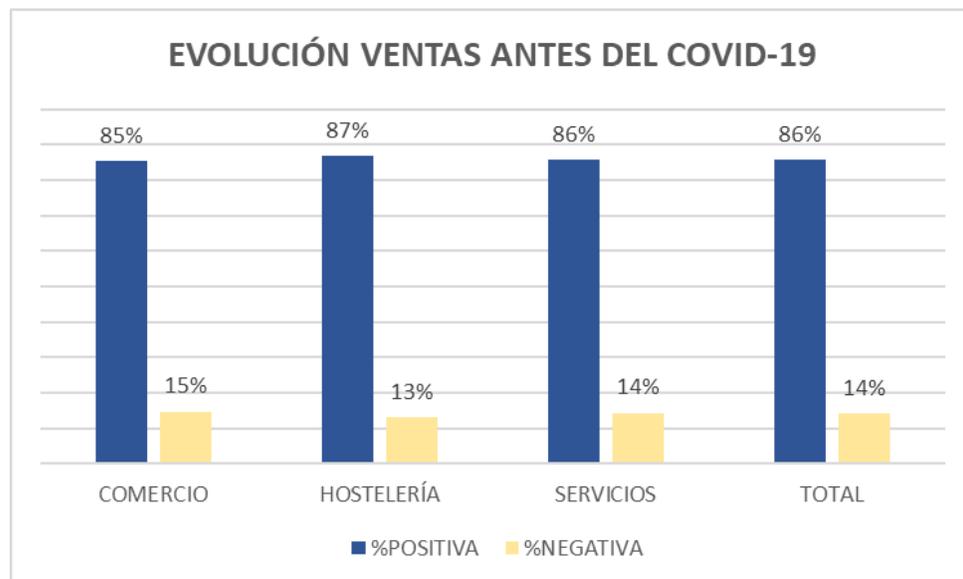
## ¿Pertenece a alguna asociación?

Tan **sólo un 8%** de los negocios encuestados afirman pertenecer a algún tipo de asociación empresarial o de comerciantes.

## PERTENENCIA A ASOCIACIÓN



## Evolución de las ventas antes de la pandemia COVID-19



Más de un 85% en todos los casos afirman que la evolución de las ventas y por tanto del negocio, era **positiva** antes de la irrupción del Covid-19.

También en rangos similares, en torno al 15% afirman que independientemente de la pandemia, su situación ya era negativa, agravándose en la mayoría de los casos en estos últimos dos años.



## PERFIL DEL CLIENTE

### PODER ADQUISITIVO

La mayoría de comerciantes, hosteleros/as y empresarios/as de servicios, poseen un tipo de cliente de **clase media** (69%) y tendente a la baja.

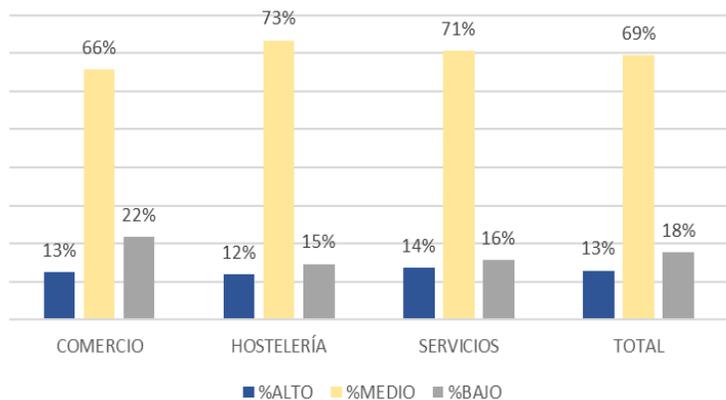
### EDAD

En general, más de la mitad corresponde a perfiles de **edad media-adulta** (54%), siendo el porcentaje de jóvenes y clientes de edad más avanzada o mayores similar, superando el 20%.

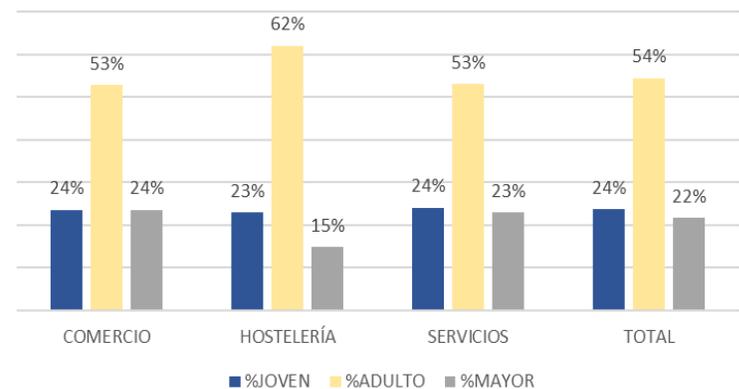
### SEXO

podemos destacar como en general, en más de la mitad (56%), **son mujeres**. Concretamente en el caso del comercio el porcentaje es aún más elevado, superando el 60%.

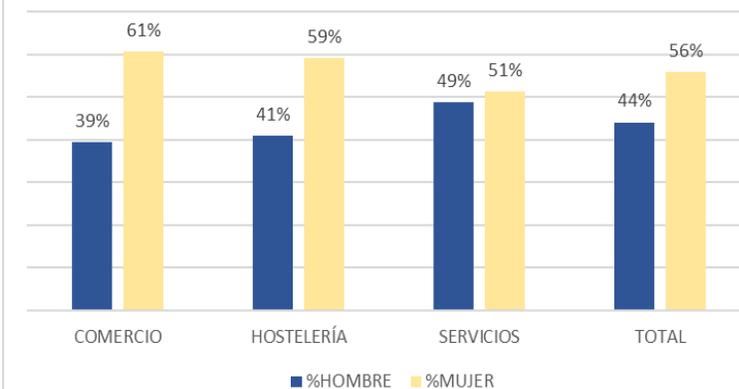
CLIENTE: PODER ADQUISITIVO



CLIENTE: EDAD



CLIENTE: SEXO



## ¿Ha realizado algún curso de formación...?

En general, más de la mitad (60%) afirma haber realizado cursos relacionados con la gestión del negocio. No obstante, tenemos que destacar que esta cifra se debe mayoritariamente **al sector servicios (77%)**.

## ¿Se considera con necesidades formativas?

Si hacemos referencia a las necesidades formativas que éstos/as afirman tener, podemos ver como en general, más de la mitad (54%) afirma **no requerir formación adicional**.

## ¿Dispone de página web del negocio?

En el contexto en el que nos encontramos, un 53% es un porcentaje muy elevado de comercios que aún **no está presente en este medio online**.

### CURSOS DE FORMACIÓN REALIZADOS

■ %SI ■ %NO



### NECESIDADES FORMATIVAS EXISTENTES

■ %SI ■ %NO

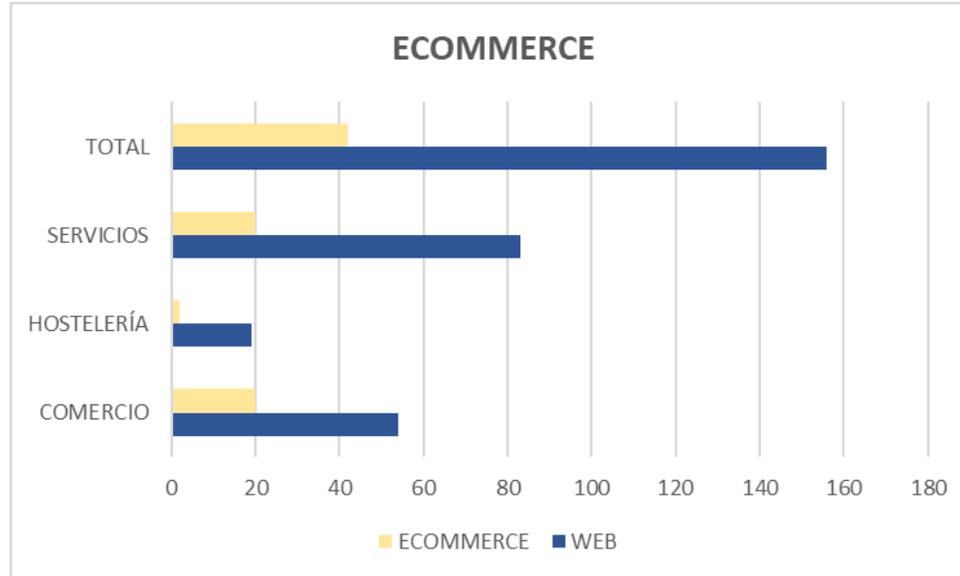


### PÁGINA WEB

■ %SI ■ %NO



## ¿Dispone de E-commerce?



Resulta bastante llamativo que de los comercios que dispone de web propia, tan **solo un 27% en general dispone de e-commerce**. Es decir, menos del 30% ofrece al cliente la posibilidad de realizar compras online.

La hostelería es el sector que destaca por un nivel más bajo en cuanto al desarrollo de e-commerce, algo que cobra sentido por la caracterización de su actividad.

## ¿Trabaja su posicionamiento online?

Vemos como es el sector servicios el que invierte más en este aspecto, siendo llamativo que tan **sólo el 55%** de comercios con e-commerce trabaja el posicionamiento pese a disponer ya de esta herramienta.

## POSICIONAMIENTO ECOMMERCE



## ¿Está presente en Redes Sociales?

Podemos observar como en total, **cerca de un 40% de comercios aún no disponen** de las mismas. Aunque es una cifra inferior a la mitad, es un hecho destacable dada la contextualización y los tiempos en los que nos encontramos.

Vuelve a ser el sector servicios el que manifiesta poseer un mayor desarrollo en este sentido, con cerca de un 70%

### REDES SOCIALES ACTIVAS

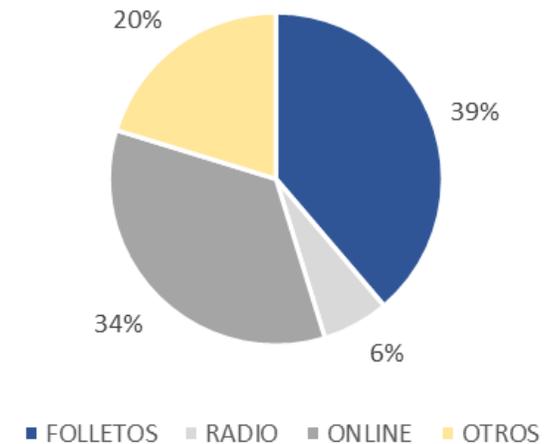
Sector	SI	NO	%SI	%NO
COMERCIO	66	48	58%	42%
HOSTELERÍA	31	33	48%	52%
SERVICIOS	104	49	68%	32%
TOTAL	201	130	61%	39%

## ¿Invierte en publicidad? Indique cuál

Si atendemos a la inversión en, podemos observar como los porcentajes totales son **bastantes equitativos**, girando en torno al 50%.

La mayor parte de los/as comerciantes utilizan medios tradicionales para la promoción y publicidad, como son los folletos. La publicidad online, adquiere el segundo plano con un 35%.

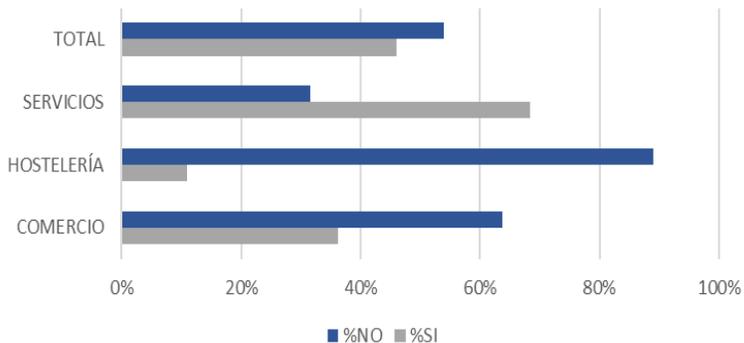
### MEDIOS DE PUBLICIDAD



## ¿Dispone de base de datos de clientes?

En general, más de la mitad de los comercios (54%) afirma **no poseer bases de datos** de clientes. Un aspecto significativo dada la importancia.

BASE DE DATOS DE CLIENTES

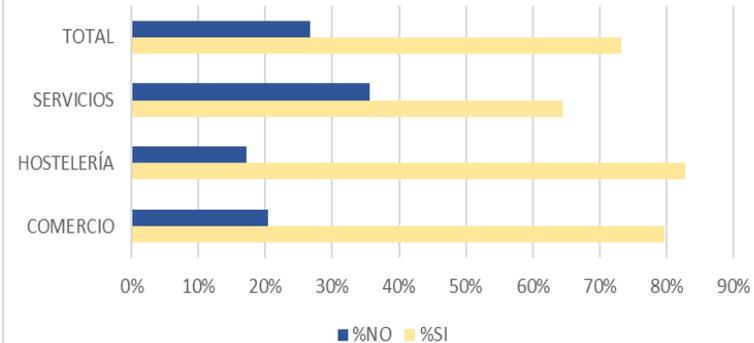


## ¿Dispone de TPV?

Vemos como la gran mayoría de comercios (73%), si **disponen y hacen uso** del TPV.

El porcentaje se hace mayor en el caso del sector comercio y el hostelero

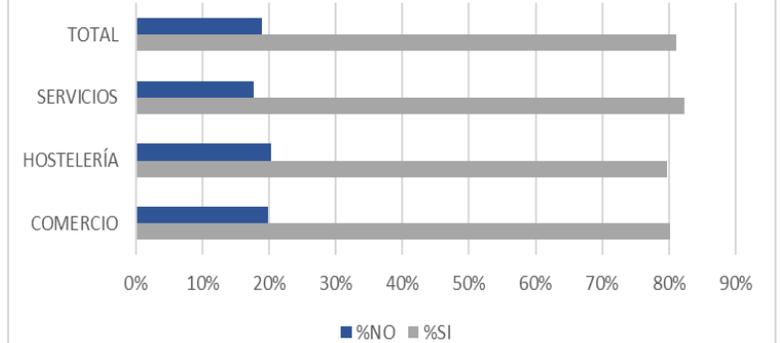
DISPONIBILIDAD DE TPV



## ¿Dispone de medidas de seguridad?

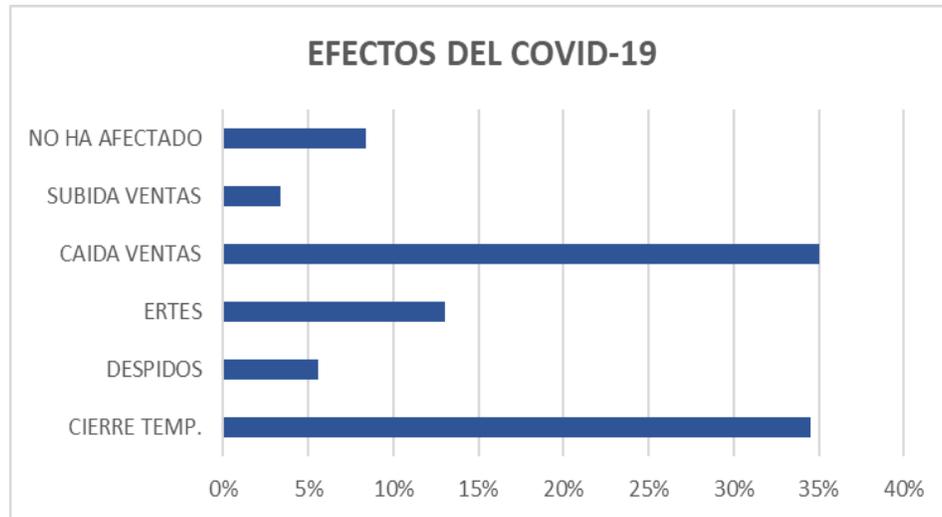
Observamos como **el 81%** de los negocios afirman poseer medidas adaptadas a las necesidades de seguridad de sus negocios.

MEDIDAS DE SEGURIDAD



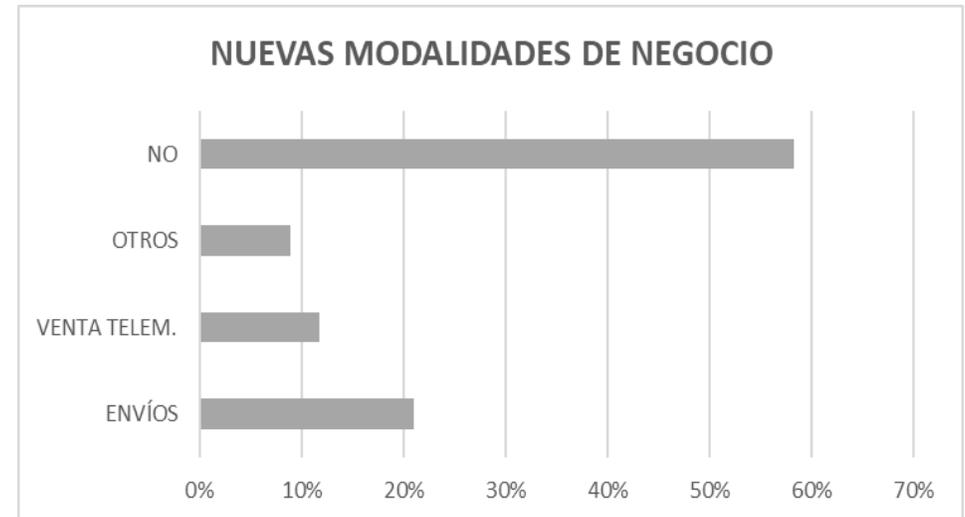
## ¿Cómo le ha afectado la pandemia Covid – 19?

Como podemos observar en los datos obtenidos, vemos como la mayor parte de los comercios manifiestan un **efecto negativo** de la misma sobre su actividad, que se ha manifestado en el cierre temporal y la caída de las ventas (35%).

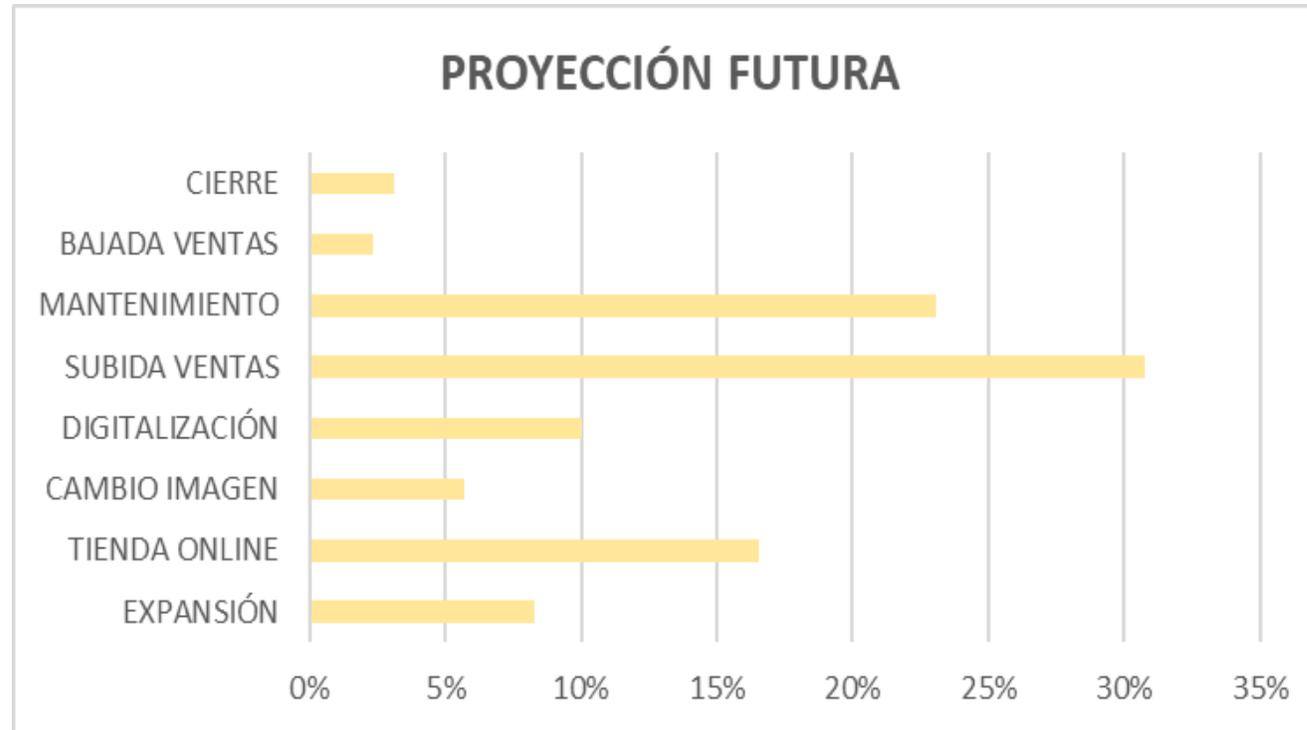


## ¿Ha buscado otras alternativas de negocio?

En este sentido, en el caso de Pinto, vemos como casi el 60% de los comercios manifiestan **no haber utilizado otras vías de negocio**, lo cual puede ir asociado al nivel de digitalización y el escaso desarrollo de del negocio online.



## Proyecciones futuras para su negocio en los próximos años



Pese a la crítica situación que hemos atravesado, existe una actitud **optimista y positiva**, manifestando los mayores porcentajes de respuesta, el objetivo de subir las ventas o mantenerse.

Vemos como la **digitalización** y el desarrollo de la tienda online adquieren un segundo protagonismo, lo cual está relacionado con las necesidad y puntos débiles del sector.

Por último, existe un pequeño número de comercios que se ven abocados a una proyección de caída de las ventas e incluso el cierre del negocio

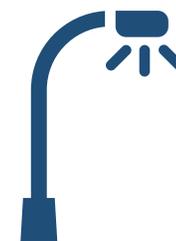


## ¿Qué cuestiones considera que no favorecen el tejido comercial en Pinto?

La cuestión del aparcamiento en la ciudad de Pinto. De 112 comercios que han manifestado su opinión, casi el 50% (47), afirma que existen **problemas de aparcamiento**, tanto para los clientes como para las zonas de carga y descarga.

Por otra parte, los escasos permisos para poder habilitar terrazas en el caso de la hostelería también es una cuestión que preocupa en un segundo plano, y más dada la situación y las limitaciones que la pandemia Covid-19 ha acarreado.

Por último, y en un segundo plano, encontramos cuestiones como la falta de ayuda económica a los comercios, la iluminación de la vía pública, la limpieza o la oferta formativa pública especializada para el comercio.



## CONTEXTUALIZACIÓN

### ENTORNO

Como sabemos, nos encontramos en un entorno marcado por la evolución de una **pandemia mundial, COVID-19**, que en general ha afectado gravemente a la actividad económica de los distintos municipios y ciudades, y muy especialmente a las PYMES.

Sin embargo, esto ha generado a su vez la aparición de nuevos formatos comerciales y de consumo que poco a poco han acentuado cambios en el estilo de vida de la ciudadanía.

### CIUDAD DE PINTO

Las pequeñas y medianas empresas de comercio, hostelería y servicios, constituyen un **pilar estratégico** de su actividad. Se trata de su principal fuente de riqueza, generando empleo y garantizando una oferta de calidad de productos y servicios, a la vez que contribuyen a la interrelación de los/as vecinos/as, fomentando las relaciones sociales y vertebrando la propia vida de Pinto.

### TRABAJO DE PROSPECCIÓN

Los porcentajes obtenidos de más del 70%, así como las diferentes líneas sectoriales (comercio, hostelería y servicios) y territoriales (zona 0, 1, 2 y 3), nos garantizan un **nivel importante de representatividad** en la información extraída.



## DEDUCCIONES DE ÁMBITO INTERO O ESPECÍFICO DEL COMERCIO DE PINTO

El mayor peso de comercios recae sobre aquellos **empresarios/as de edad más avanzada**. Esto puede ser entendido como una debilidad si va asociado al **menor grado de digitalización** que también caracteriza al comercio en Pinto.

La existencia de un nivel de **asociacionismo prácticamente nulo**. La correcta actuación de las asociaciones de comerciantes constituye un motor para el comercio, no sólo para la defensa de sus intereses sino como núcleo de aprovechamiento de las sinergias entre los mismos.

Casi la mitad de comerciantes afirman **no haber realizado cursos de formación** especializados con la gestión del comercio. La formación es un factor clave para poder adaptarse y evolucionar con los tiempos, mejorar la eficiencia en la gestión del negocio

Destaca el **bajo nivel de digitalización de muchos comercios**. Existe un porcentaje considerable que no poseen web y, aún en mayor medida, e-commerce.

También tenemos que destacar como **casi un 40% de negocios tampoco poseen hoy en día redes sociales** propias del mismo. Las redes sociales son un factor esencial del contexto temporal en el que nos encontramos, constituyendo una fuente de información, adaptación e innovación.



**La gestión de datos es otra de las debilidades** que posee el tejido comercial de Pinto. Se trata de un elemento esencial para conseguir la fidelidad, valoración y recurrencia de clientes. Constituye uno de los principales activos que puede construir una empresa, y más aún si cabe en el comercio local.

## DEDUCCIONES DE ÁMBITO EXTERNO AL COMERCIO DE PINTO

El comercio de Pinto se ha visto afectado mayoritariamente por una **caída de las ventas y el cierre temporal de negocios debido al COVID-19**. No obstante, también hay que mencionar que la mayoría de comerciantes no ha buscado nuevas técnicas o canales de venta, ni oportunidades de negocio.

**Actitud genérica positiva de cara al futuro.** Los y las comerciantes tienen como meta mantener su actividad e incrementar su crecimiento. Además, la digitalización cobra especial importancia como objetivo futuro.

La **escasez de aparcamiento público** constituye uno de las principales preocupaciones a la que se enfrentan los comerciantes en la ejecución diaria de su actividad. La mayoría afirma que el principal problema es para los clientes.



Los comerciantes también manifiestan que existe poca ayuda financiera para la actividad comercial y el emprendimiento. Además, los pocos permisos para habilitar terrazas, los elevados precios del alquiler, y la limpieza de las calles, constituyen otras de las principales preocupaciones del comercio.

## FIN DEL TRABAJO DE PROSPECCIÓN

Para finalizar podemos concluir que, la ejecución de este ejercicio de prospección y análisis, por parte del Ayuntamiento, ha resultado clave y necesario para, a partir del mismo, **poder desarrollar las estrategias y políticas óptimas**, de acuerdo a las necesidades que refleja la realidad empresarial y comercial de Pinto.

En definitiva, se trata de un ejercicio de autoconocimiento del comercio de Pinto, de sus necesidades y preocupaciones, con el fin de que las administraciones puedan actuar de forma eficaz y eficiente en beneficio del mismo.

