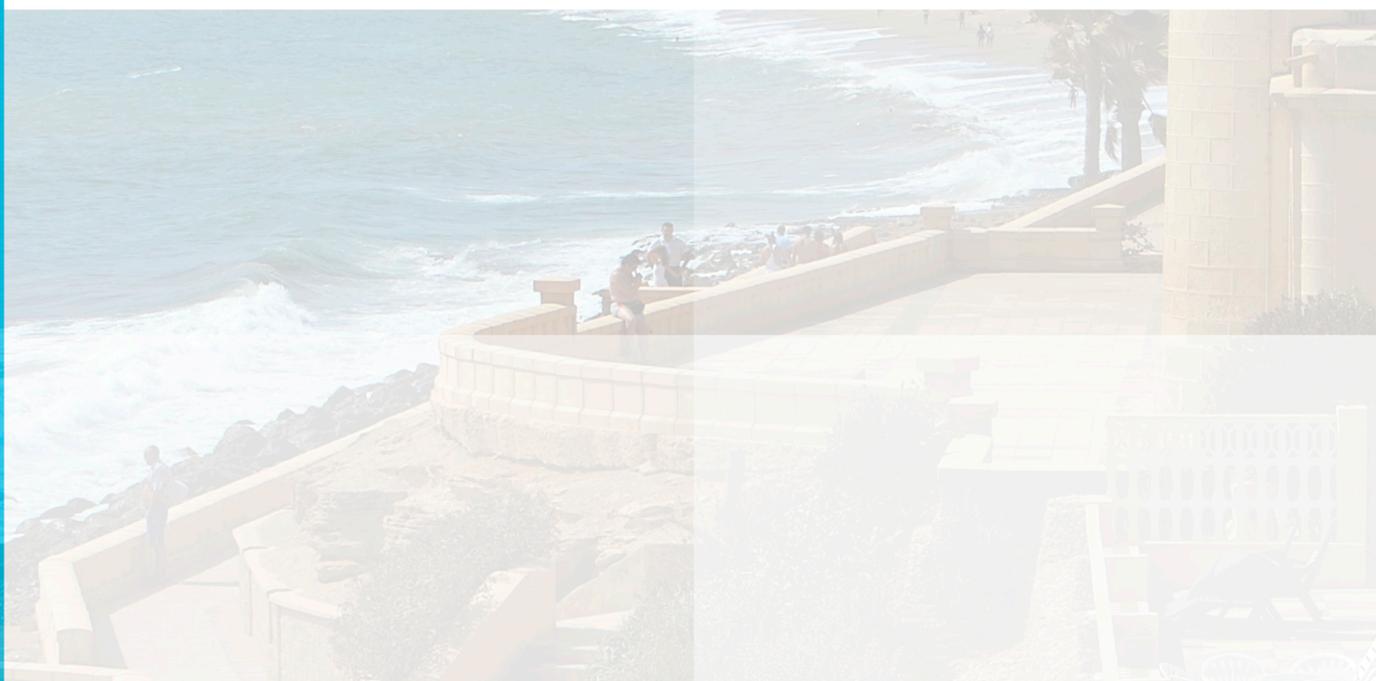


# ROQUETAS DE MAR



## Diagnóstico de la situación del Comercio en el municipio

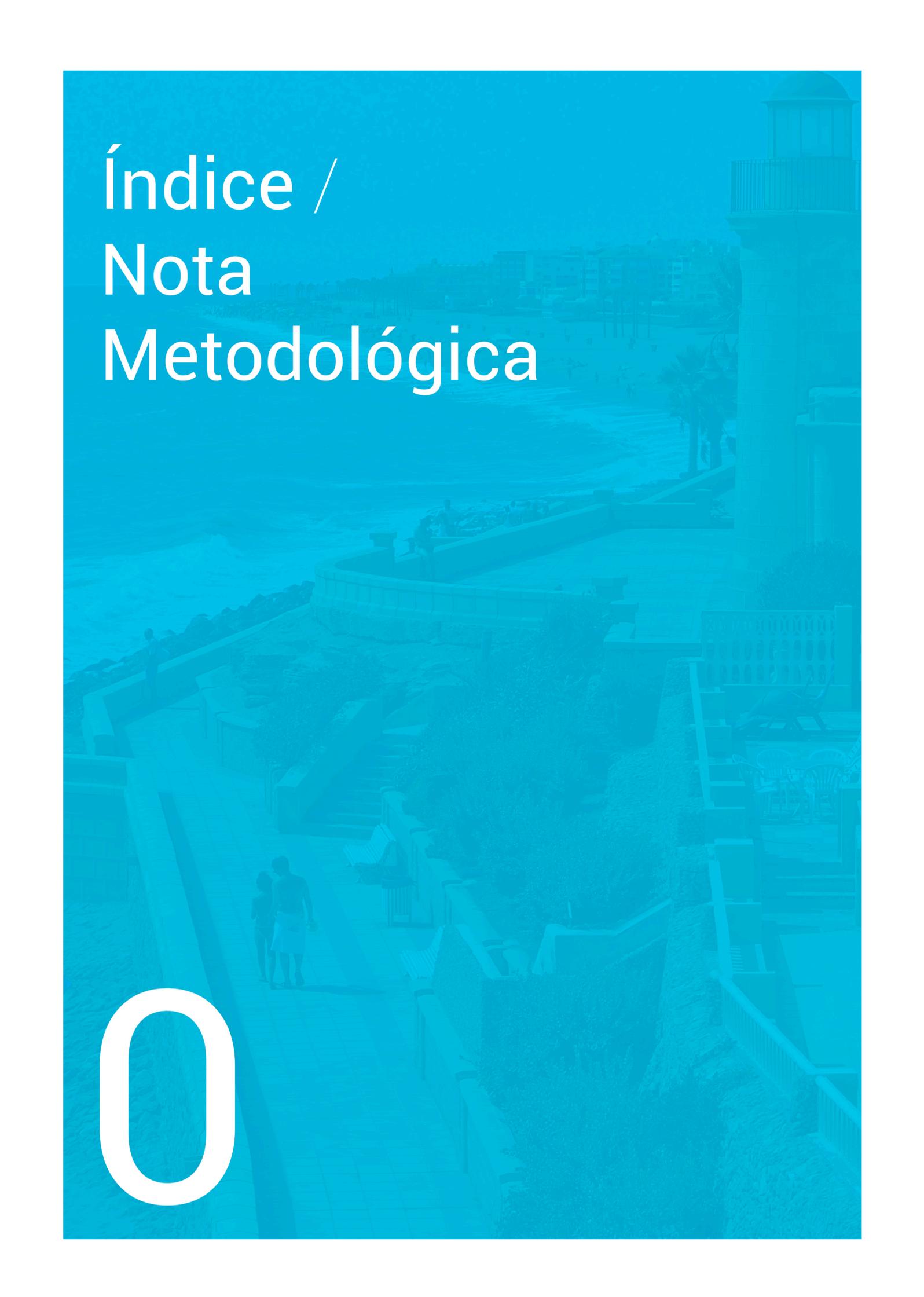
Abril 2018

**SMartib**  
cooperativa  
de gestión de proyectos



AYUNTAMIENTO DE  
**ROQUETAS DE MAR**

Delegación de Comercio  
Turismo y Playas



# Índice / Nota Metodológica

# 0

## Índice:

<b>0.- Nota metodológica</b>	<b>05</b>
<b>1.- Objeto del Diagnóstico</b>	<b>07</b>
<b>2.- Singularidades del municipio</b>	<b>09</b>
2.1. Análisis geográfico	10
2.2. Análisis demográfico	12
2.3. Análisis económico	15
2.4. Estacionalidad	16
<b>3.- Singularidades de los comercios</b>	<b>17</b>
3.1. Definición cuantitativa del pequeño y mediano comercio en el municipio:	
3.1.1. Distribución geográfica	18
3.1.2. Tipología y actividad	19
3.1.3. Antigüedad	20
3.1.4. Nº de trabajadores	21
3.2. Situación actual de los comercios	
3.2.1. Uso de nuevas tecnologías	22
3.2.2. Idiomas	24
3.2.3. Inversión en promoción	25
3.2.4. Dependencia del Turismo	26
3.3. Comportamiento de los comercios	
3.3.1. Participación	27
3.3.2. Asociacionismo	28
3.3.3. Situación actual	29
3.3.4. Previsión	30

## Índice:

<b>4.- Análisis Cualitativo</b>	<b>31</b>
4.1. Valoración cualitativa de las palancas de cambio en los comercios:	
4.1.1. Diferenciación	32
4.1.2. Temporalidad	33
4.1.3. Mejora física de los locales	34
4.1.4. Uso de las tecnologías	35
4.1.5. Formación	36
4.1.6. Actuaciones conjuntas	37
4.1.7. Asociacionismo	38
4.1.8. Comunicación con las instituciones	39
4.1.9. Gráfico cualitativo	40
<b>5.- Transcripción de valoraciones cualitativas</b>	<b>41</b>
<b>6.- Conclusiones</b>	<b>45</b>

# 0 Nota Metodológica:

Este diagnóstico ha sido elaborado por el Área de Comercio, Turismo y Playas del Excmo. Ayuntamiento de Roquetas de Mar con la indispensable colaboración de los entes que en el momento de su desarrollo (Marzo-Abril 2018) vertebran la estructura del asociacionismo comercial municipal representadas en las asociaciones comerciales:

- **ACER** ( Asociación de Comerciantes y Empresarios de Roquetas de Mar)
- **Juan Carlos I** ( Asociación de Comerciantes en torno a la avenida Juan Carlos I)
- **ACEUR** ( Asociación de Comerciantes y Empresarios de la Urbanización de Roquetas de Mar)
- **Roquetas Fidéлитas** ( Proyecto de fidelización comercial del Excmo. Ayuntamiento de Roquetas de Mar)
- Otras:
  - **Ashal**, Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería de Almería
  - **Asempal**, Confederación Empresarial de la Provincia de Almería

Así como, se ha obtenido la necesaria información a partir de la consulta directa de los portales digitales y páginas web:

- **INE** ( Instituto Nacional de Estadística )
- **www.turismo-roquetasdemar.es** ( Turismo Roquetas de Mar )
- **www.roquetasdemar.es** ( Página web municipal )
- Áreas de Informática y Estadística del Ayuntamiento de Roquetas de Mar



## 0 Nota Metodológica:

Igualmente, para la elaboración de este documento y el establecimiento de las conclusiones finales ha sido necesario desarrollar un minucioso procedimiento de toma de datos y análisis de los mismos desde múltiples fuentes de información entre las que destacamos:

- Consultas sobre las **Bases de datos** del Excmo. Ayuntamiento de Roquetas de Mar.
- Entrevistas con el **personal responsable del Excmo. Ayuntamiento de Roquetas de Mar**.
- Entrevistas con los **representantes de las principales asociaciones comerciales**.
- Entrevistas con los **responsables de Comercio de la Cámara de Comercio de Almería**.
- **Trabajo de Campo:**
  - Toma de datos cuantitativa y cualitativa por parte de un equipo de consultores in situ desarrollada a partir de un muestreo de comercios según densidad de población y número de comercios por habitante censado.
- **Análisis de información obtenida** por parte de un grupo de consultores especializados en tejido comercial.
- **Establecimiento de conclusiones** en base a los datos arrojados por los distintos procedimientos llevados a cabo.

# Objeto del Diagnóstico

1

# 1 Objeto del Diagnóstico:

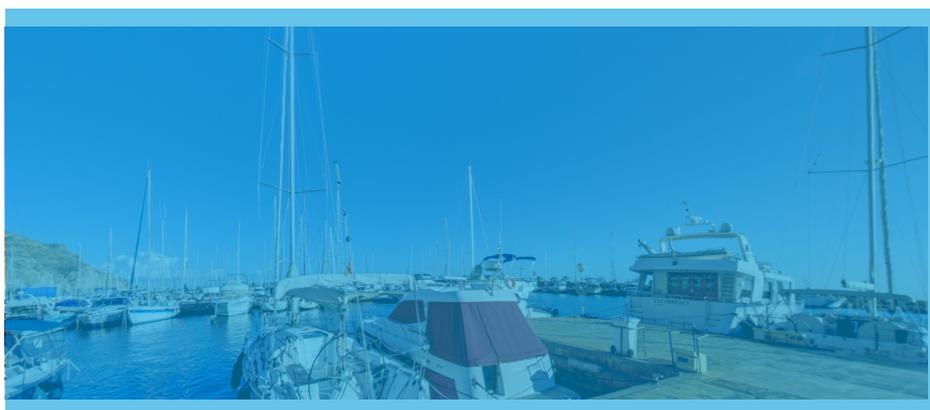
El Diagnóstico de la situación del comercio en el municipio de Roquetas de Mar tiene por objeto **establecer un punto de partida para sentar las bases sobre las que desarrollar un Plan estratégico de actuación encaminado a la Dinamización Comercial en el municipio.**

Durante los últimos años, Roquetas de Mar ha experimentado una constante evolución en el tejido comercial, con múltiples cambios como la **apertura del Parque Comercial Gran Plaza en Noviembre de 2002**, la afectación de la **crisis social y económica sufrida en el país a partir del 2007** y una serie de particularidades propias de un municipio muy diseminado, con hasta ocho núcleos de población en los que se reparten miles de pequeños y medianos comercios.

Este constante cambio refleja la **necesidad de desarrollar un diagnóstico que contemple las singularidades del municipio** y facilite el conocimiento de las particularidades de sus comercios para poder, de este modo, **poner las bases para posteriormente desarrollar un Plan Estratégico de Dinamización Comercial** que permita al Excmo. Ayuntamiento de Roquetas de Mar, a las asociaciones comerciales y a los distintos entes que participan del tejido comercial establecer una hoja de ruta conjunta.

Desde el Área de Comercio, Turismo y Playas se quiere poner de manifiesto la necesidad de establecer un Plan de Dinamización **que permita ayudar al pequeño comercio a continuar en su labor de “crear comunidad y hacer ciudad”.**

Gracias a la permeabilidad del pequeño comercio, las acciones que desarrollan revierten directamente en la población más cercana y permiten de este modo crear riqueza económica y social en el municipio.



# Singularidades del municipio

2

## 2 Singularidades del municipio:

### 2.1. Análisis geográfico:

Roquetas de Mar es un municipio español de la provincia de Almería y de la comunidad autónoma de Andalucía.

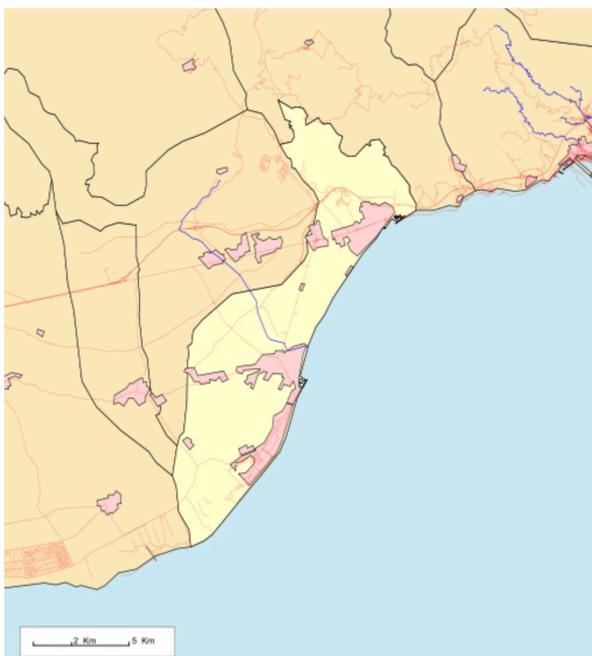
Situado a 21 kilómetros de la capital de la provincia de Almería es un municipio llano en general, y con poca altura sobre el nivel del mar a excepción del núcleo urbano de los Cortijos de Marín y las zonas circundantes que tienen una ligera elevación.

Con una extensión de 60 km<sup>2</sup> limita con los municipios de Enix, Vícar, La Mojonera y El Ejido.

Su extensión y la distancia entre sus núcleos urbanos es una de las mayores problemáticas en la gestión del mismo.



Mapas ubicación Roquetas de Mar



División de núcleos poblacionales

El municipio se divide en ocho núcleos urbanos que se reparten a lo largo de todo su territorio con las siguientes distancias al centro urbano:

- Aguadulce a 5,9 km.
- El Campillo del Moro a 4,8 km.
- Cortijos de Marín a 4,9 km.
- Las Marinas a 1,8 km.
- El Parador de las Hort. a 4,8 km.
- Roquetas de Mar (Centro)
- Urbanización a 4,5 km.
- El Solanillo a 6,3 km.

## 2 Singularidades del municipio:

### 2.1. Análisis geográfico:

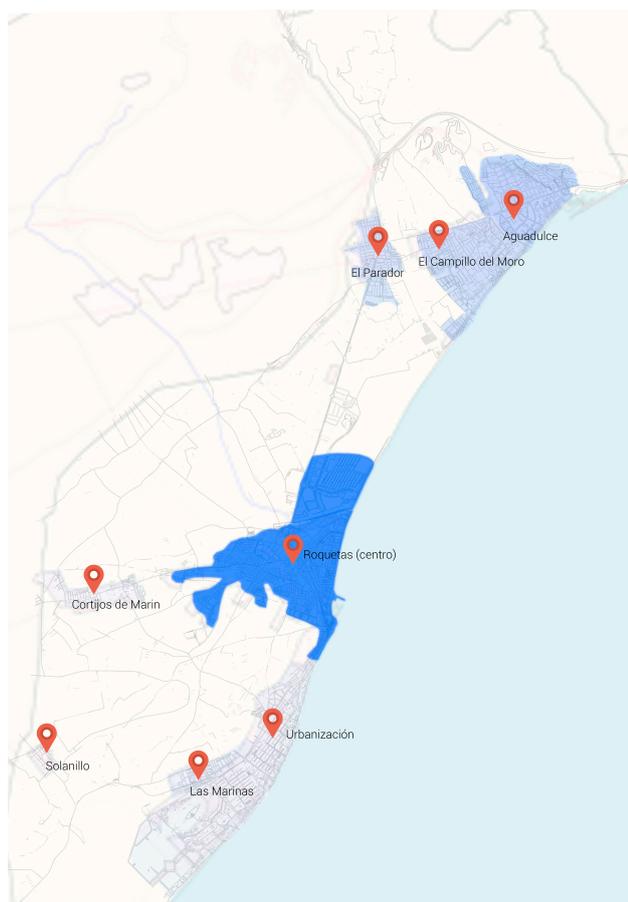
Distribución de los núcleos urbanos más representativos y principales vías de comunicación.



## 2 Singularidades del municipio:

### 2.2. Análisis demográfico:

El municipio de Roquetas de Mar divide su población en ocho núcleos urbanos. El Centro de **Roquetas de Mar** concentra el **49,4%** de la población. Tras este núcleo urbano tenemos a **Aguadulce** con un **16,85%**. El tercer núcleo urbano es el de **Campillo del Moro** que, con un **12,55%** de población se asemeja en volumen a **Aguadulce** y comparte un espacio geográfico próximo. Estos dos núcleos junto a El Parador de las Hortichuelas suponen un **39,15%** de población y se encuentran considerablemente distanciados del núcleo de población más céntrico. Este hecho refleja el alto grado de diseminación de los núcleos urbanos.



NUCLEO URBANO	TOTAL	Hombres	Mujeres	% Población
<b>ROQUETAS DE MAR</b>	<b>95.751</b>	<b>49.623</b>	<b>46.128</b>	
AGUADULCE	16.131	7.840	8.291	16,85%
CAMPILLO DEL MORO	12.020	5.927	6.093	12,55%
CORTIJOS DE MARÍN	2.268	1.347	921	2,37%
MARINAS (LAS)	4.269	2.206	2.063	4,46%
PARADOR DE LAS HORTICHUELAS (EL)	9.339	4.685	4.654	9,75%
ROQUETAS DE MAR	47.309	25.314	21.995	49,41%
URBANIZACIÓN ROQUETAS DE MAR	3.867	1.999	1.868	4,04%
SOLANILLO (EL)	548	305	243	0,57%

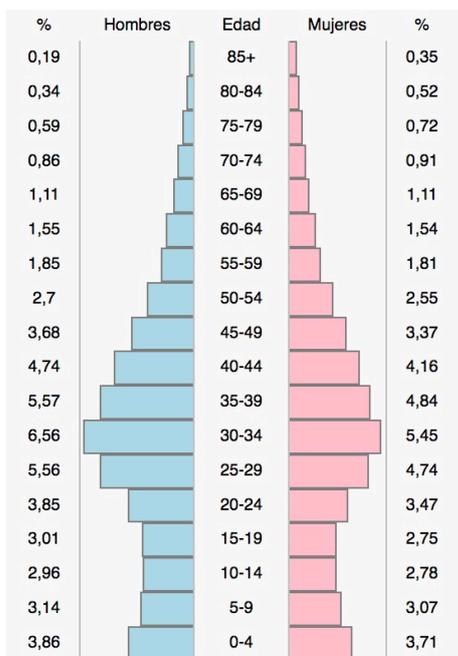
Datos a 31/12/2016

## 2 Singularidades del municipio:

### 2.2. Análisis demográfico:

Roquetas de Mar es el segundo municipio más poblado de los 103 que componen la provincia de Almería. **En 2017 contaba con 93.363 habitantes censados.**

La población del municipio ha crecido de forma incesante en casi todos los datos de la serie histórica disponible debido en gran parte a una importante aportación de **la inmigración que en 2017 suponía más del 45% del censo del municipio.**



El censo está compuesto por una mayoría de población comprendida en el intervalo de 20 a 40 años que representa el 40,05%.

Se trata por lo tanto de una población relativamente joven aunque, tiende hacia el envejecimiento de la población y la disminución de la natalidad.

Podemos resumir los datos de la pirámide poblacional concentrándolos en:

- Población menor de 20 años: 25,29%
- Entre 20-40 años: 40,05%
- Entre 40-60 años: 24,86%
- Mayor de 60 años: 9,8%

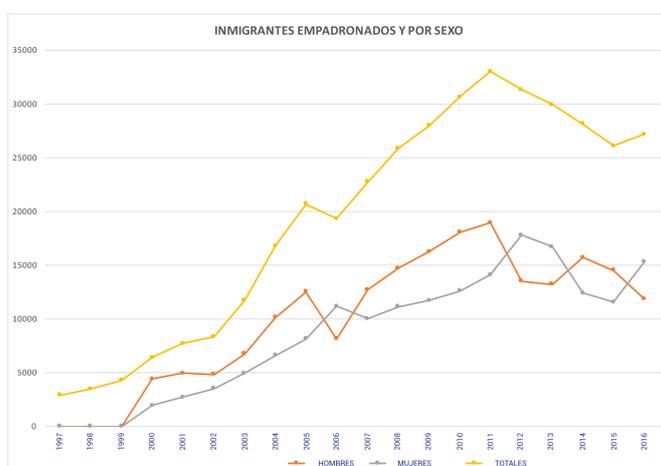
Como otra singularidad relevante, el municipio cuenta con **más de un 65% de población en edad laboral.**

**También hemos de tener en cuenta que existen más de 42.000 personas inmigrantes censadas** que vienen principalmente de Colombia, Ecuador, Marruecos, Rusia, Rumanía, Senegal y diversos países subsaharianos.

## 2 Singularidades del municipio:

### 2.2. Análisis demográfico:

Esta población inmigrante anteriormente citada ha tenido **un importante crecimiento desde el año 1997 hasta el 2011**. A partir de ese año y hasta el 2015 se experimentó un descenso que ha vuelto a recuperar su tasa de crecimiento a partir de 2016.



Esta población inmigrante está integrada en el municipio aunque es en los núcleos urbanos más periféricos donde tiene mayor representatividad tales como **Cortijos de Marín o el Solanillo**.

Estos municipios están más orientados a la actividad de sector primario (cultivo de frutas y hortalizas principalmente).

El municipio cuenta con **hasta 115 nacionalidades distintas** entre el origen de su población censada. Señalamos las 60 nacionalidades más relevantes y el número de ciudadanos censados.

1	ESPAÑA	68.569	31	REPUBLICA DOMINICANA	89
2	RUMANIA	10.376	32	PAKISTAN	77
3	MARRUECOS	4.786	33	ECUADOR	68
4	SENEGAL	1.665	34	CHILE	67
5	RUSIA	1.200	35	CUBA	58
6	MALI	820	36	HUNGRIA	57
7	GHANA	607	37	VENEZUELA	56
8	NIGERIA	565	38	COSTA DE MARFIL	52
9	REINO UNIDO	538	39	MEXICO	52
10	GUINEA-BISSAU	495	40	BURKINA FASSO	48
11	MAURITANIA	492	41	MOLDAVA	47
12	ALEMANIA	469	42	ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	45
13	ITALIA	372	43	BOLIVIA	41
14	BULGARIA	344	44	SUIZA	32
15	ARGENTINA	324	45	URUGUAY	30
16	FRANCIA	264	46	SUECIA	28
17	GAMBIA	258	47	ARMENIA	27
18	COLOMBIA	252	48	REPUBLICA CHECA	25
19	CHINA	249	49	BIELORUSIA	23
20	UCRANIA	236	50	TUNEZ	22
21	GUINEA	217	51	CAMERUN	20
22	LITUANIA	217	52	INDIA	20
23	BRASIL	164	53	HONDURAS	18
24	PAISES BAJOS	160	54	EGIPTO	17
25	BELGICA	159	55	IRLANDA	17
26	PERU	154	56	AUSTRIA	16
27	PORTUGAL	147	57	PARAGUAY	14
28	POLONIA	139	58	ESLOVAQUIA	13
29	ARGELIA	133	59	SIERRA LEONA	12
30	GUINEA ECUATORIAL	96	60	SERBIA	11

## 2 Singularidades del municipio:

### 2.3. Análisis económico:

Roquetas de Mar cuenta con representación de los tres sectores principales económicos aunque son el sector primario y terciario los de mayor incidencia.

#### **Sector Primario:**

Basado en la agricultura intensiva, el municipio cuenta con una superficie superior a las 2.000 hectáreas de cultivos bajo plástico que están principalmente dedicadas al cultivo de pimiento.

#### **Sector Secundario:**

Destacan las empresas dedicadas a la industria manufacturera, industria metalúrgica y química aunque en un porcentaje menor que en el de las demás actividades económicas.

#### **Sector Terciario:**

Principalmente basado en el **Turismo**, ya que el municipio posee la mayor infraestructura vacacional de toda la provincia de Almería. Cada año recibe dos tercios del turismo que visita la provincia de Almería y, su oferta turística esta en continuo crecimiento.

Anteriormente basada en Sol y Playa, en la actualidad hay un complemento de actividades y múltiples atractivos que buscan romper con la estacionalidad así como la captación de un mayor número de turistas.

En el sector servicios podemos destacar un amplio sector comercial que se encuentra muy diseminado por todo su extenso territorio geográfico.



## 2 Singularidades del municipio:

### 2.4. Estacionalidad:

El municipio cuenta con **la mayor infraestructura vacacional de toda la provincia** y este hecho le permite año tras año duplicar la población en los meses estivales pasando a más de 200.000 habitantes.

No obstante al par que convertirse en una de las mayores fuentes de ingresos del municipio también **ha generado presuntamente un problema de estacionalidad** que afecta de modo muy directo a los negocios que forman el tejido comercial del municipio.

Las zonas con mayor estacionalidad son aquellas en las que se encuentran los complejos hoteleros ( Urbanización de Roquetas de Mar y Aguadulce ) en las cuales algunos negocios se ven obligados al cierre en las temporadas de menor afluencia turística.

Este hecho es una de las cuestiones que analizaremos posteriormente con el fin de buscar soluciones que permitan des estacionalizar la oferta y poder de este modo absorber y generar una demanda que dure todo el año.



# Singularidades de los comercios

3

# 3 Singularidades de los comercios:

## 3.1. DEFINICIÓN CUANTITATIVA DEL PEQUEÑO Y MEDIANO COMERCIO EN EL MUNICIPIO

### 3.1.1. Distribución Geográfica:

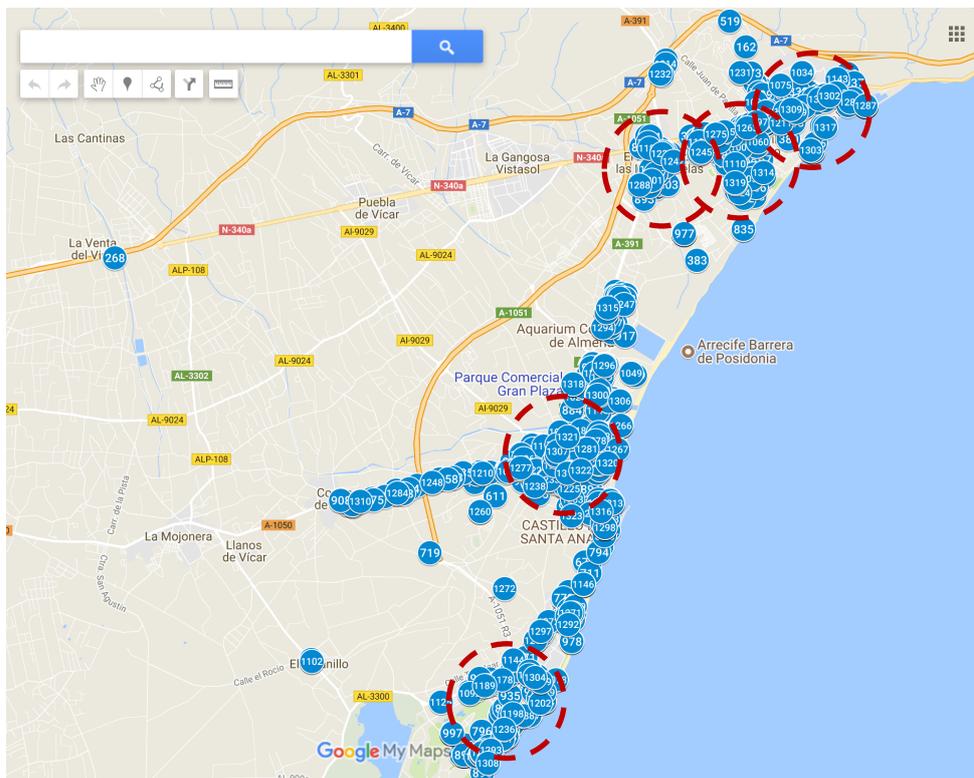
Roquetas de Mar cuenta con un censo de altas o modificaciones en las licencias de aperturas de todas las actividades de carácter comercial que en el municipio se realizan.

Este censo esta vigente desde 1976 y nos permite conocer a lo largo del tiempo la evolución comercial del municipio.

Desafortunadamente, este censo no especifica las bajas pero si podemos tener datos de valor con las segmentaciones anuales y en base a la distinta tipología sectorial así como a su ubicación geográfica.

Si geo localizamos cada uno de estos comercios podemos obtener un mapeo que nos permite conocer la densidad comercial por ubicación geográfica.

Una vez analizadas las ubicaciones de los comercios podemos determinar una clasificación en cuanto a densidad comercial se refiere:



**Núcleos con mayor densidad comercial en función de la superficie:**

- 1º Roquetas Centro
- 2º El Parador
- 3º Campillo del Moro
- 4º Urbanización
- 5º Aguadulce
- 6º Las Marinas
- 7º Cortijos de Marín
- 8º El Solanillo

## 3 Singularidades de los comercios:

### 3.1.2. Tipología y actividad:

En base al censo de licencias de apertura así como al trabajo de campo realizado con encuestas directas a 525 comercios del municipio, se determinan **las siguientes actividades como principales** dentro del tejido comercial municipal:

Actividad	Nº establecimientos
bar	2358
cafeteria	881
moda, textil	812
alimentacion	540
art. Regalo	370
vehículos	210
fruteria	202
zapateria y calzado	197
pub	171
bazar	119
ciberlocutorio	116
panaderias	113
alquileres	84
viajes	83
academias	80
almacenes	78
ferreteria	61
discoteca	58
farmacia	56
autoservicio	54
estudio	51
transportes	50
asesoria	40
autoescuela	40
asador	26
consultorios	26
oficinas administracion	19
tabaco	15
loteria	14

La principal actividad del tejido comercial del municipio esta lógicamente muy vinculada a cubrir las necesidades de un destino catalogado como municipio turístico.

Bares y Cafeterías lideran esta clasificación junto a la moda textil y alimentación.

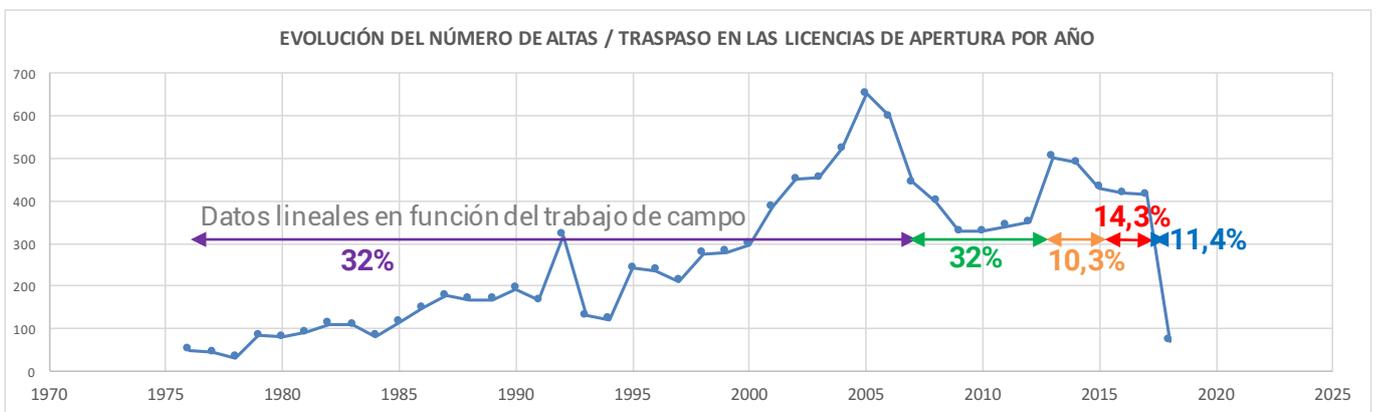
El alto índice de población inmigrante esta muy vinculado a negocios como bazares o ciberlocutorios.

Esta tabla representa solo las agrupaciones más relevantes ya que **el total de establecimientos comerciales censados en la base de datos de altas y modificaciones de las licencias de apertura es de 11.527 comercios.**

# 3 Singularidades de los comercios:

## 3.1.3. Antigüedad:

Si atendemos a la antigüedad de los comercios así como al número de altas y traspasos por año podemos obtener la siguiente información:

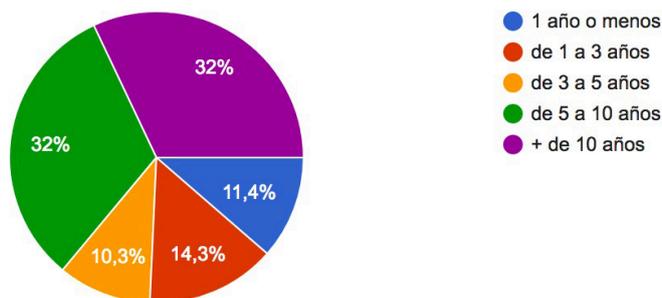


Hay que tener en cuenta que han sido eliminadas las actividades de garaje y ampliaciones de los locales. Igualmente, los datos correspondientes al año 2018 se corresponden solamente a las altas y traspasos del primer trimestre.

Entre los 525 locales comerciales en los que se ha desarrollado el trabajo de campo hemos obtenido las siguientes respuestas respecto a la antigüedad de los comercios:

### ¿Cuál es la antigüedad de su comercio?

525 respuestas



# 3 Singularidades de los comercios:

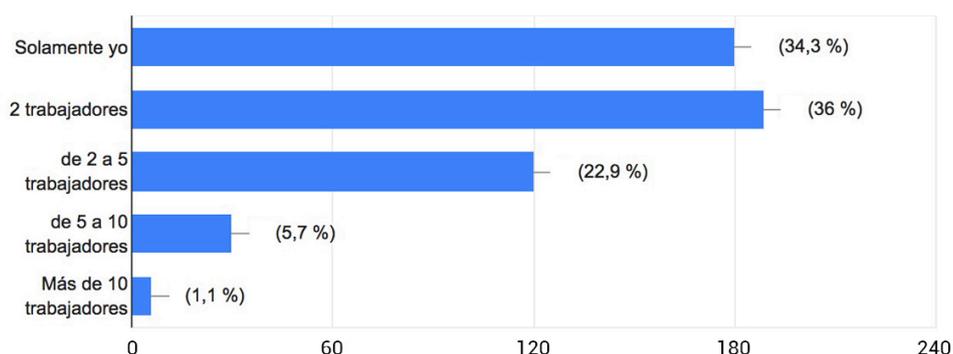
## 3.1.4. Nº de Trabajadores:

El número de trabajadores por comercio nos determina el volumen de los mismos así como el número de puestos de trabajo que son capaces de generar.

Este valor ha sido establecido en función del trabajo de campo realizado en el que se preguntaba directamente esta cuestión:

**¿Cuál es el número de trabajador@s de su comercio incluido usted?**

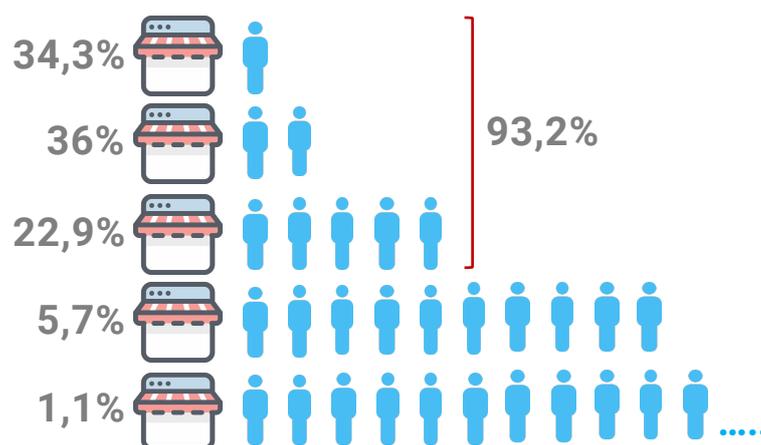
525 respuestas



El 34% de los comercios están exclusivamente representados por el titular del negocio frente a un 36% que representan una mayoría con dos trabajadores incluido el propietario.

Es este formato de uno o dos trabajadores el que aglutina el mayor número de establecimientos.

Un 93,2% son micropymes con menos de 5 trabajadores.



## 3 Singularidades de los comercios:

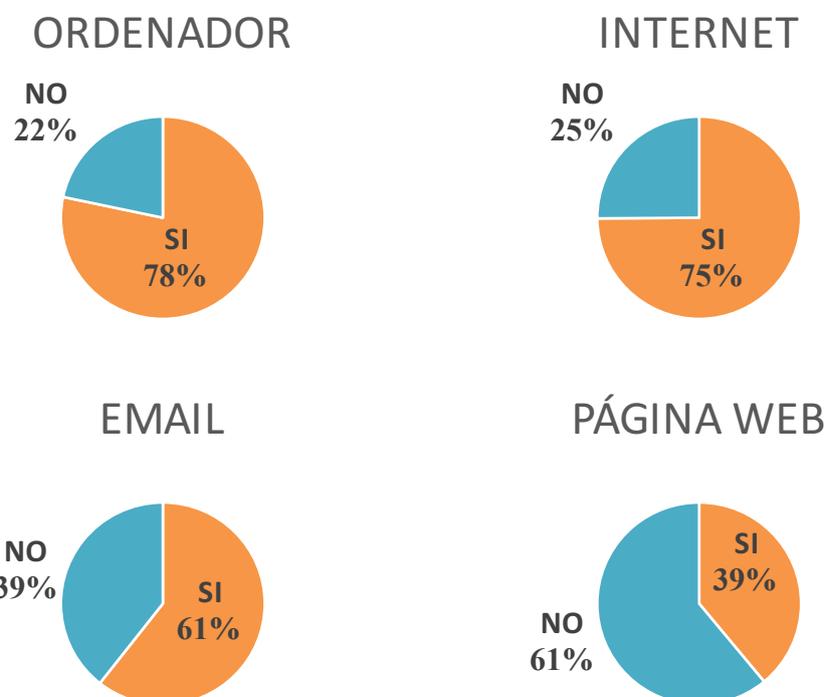
### 3.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LOS COMERCIOS

El siguiente apartado pretende establecer cuál es la situación de los comercios del municipio de Roquetas de Mar frente a cuatro variables capitales para su desarrollo y competitividad. La valoración de estas cuestiones se ha realizado mediante el desarrollo de entrevistas y cuestionarios en 525 comercios de ubicaciones geográficamente representativas y sin descartar ninguno de los ocho núcleos urbanos.

#### 3.2.1. Uso de las nuevas tecnologías:

En la actualidad el uso de las nuevas tecnologías permite a los negocios controlar de una forma precisa el stock, atender a los clientes de forma rápida y sencilla, comunicarse con fluidez y organizar y promover acciones de marketing de bajo coste.

Para conocer la situación de los comercios frente a la adopción de las nuevas tecnologías hemos evaluado que tipo de facilidades dispone el comercio:

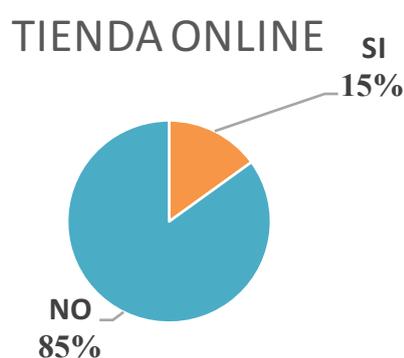


## 3 Singularidades de los comercios:

### 3.2. SITUACIÓN ACTUAL DE LOS COMERCIOS

#### 3.2.1. Uso de las nuevas tecnologías:

Facilidades dispone el comercio:



Los comercios del municipio de Roquetas de Mar tienen en general una **tasa media/baja** en cuanto a la adquisición de tecnologías se refiere. En la actualidad, la pronta adquisición tecnológica supone un diferencial competitivo y, este no se refleja en el municipio.

**Las redes sociales y la existencia de un ordenador es la tónica habitual. Tres de cada cuatro de esos ordenadores tienen conexión a internet pero, sorprende que el 39% no tengan una cuenta de email para sus comunicaciones ni tampoco página web.**

La falta de digitalización es más acuciante cuando solo un 15% dispone de negocio a través de una tienda online o incluso cuando descubrimos que algo más del 9% no dispone de ningún tipo de adopción tecnológica.

## 3 Singularidades de los comercios:

### 3.2.2. Idiomas / Nacionalidades:

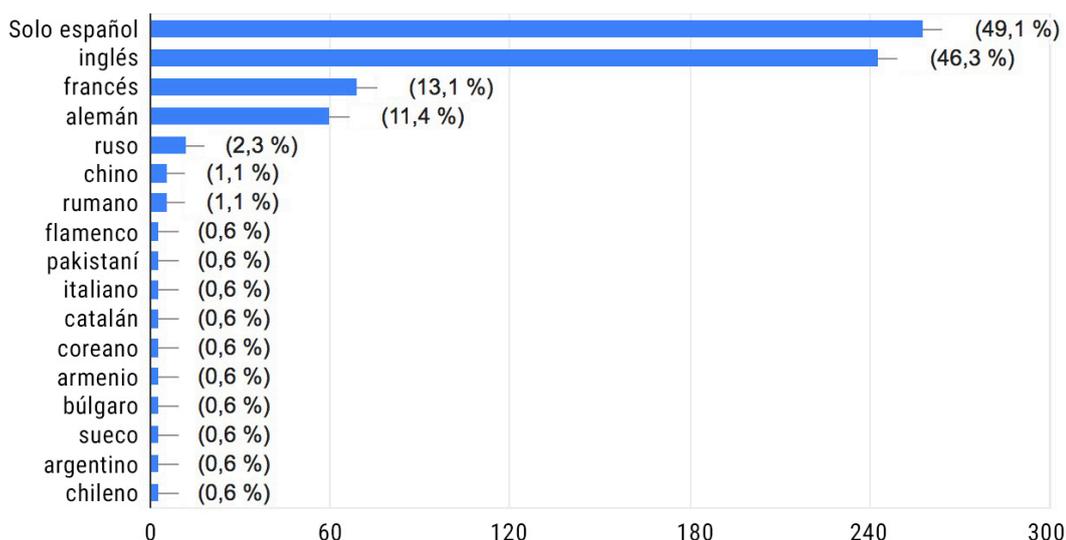
El municipio de Roquetas de Mar es eminentemente turístico ya que **duplica su población en verano** y cuenta con la mayor infraestructura hotelera de toda la provincia de Almería.

Además **cuenta con más de 42.000 personas inmigrantes de más de 100 nacionalidades censadas** por lo que consideramos que el hecho de que los comercios cuenten con **atención multi-idioma** también puede considerarse como un diferencial a la hora de acercarse a sus clientes.

Dentro del trabajo de campo realizado se ha consultado sobre la diversidad de idiomas\* que disponen obteniendo los siguientes resultados:

### ¿Dispone de atención al cliente en distintos idiomas?

525 respuestas



\*Nota: A pesar de haber preguntado por los idiomas gran parte de las respuestas atienden a nacionalidades de los propietarios de los comercios.

## 3 Singularidades de los comercios:

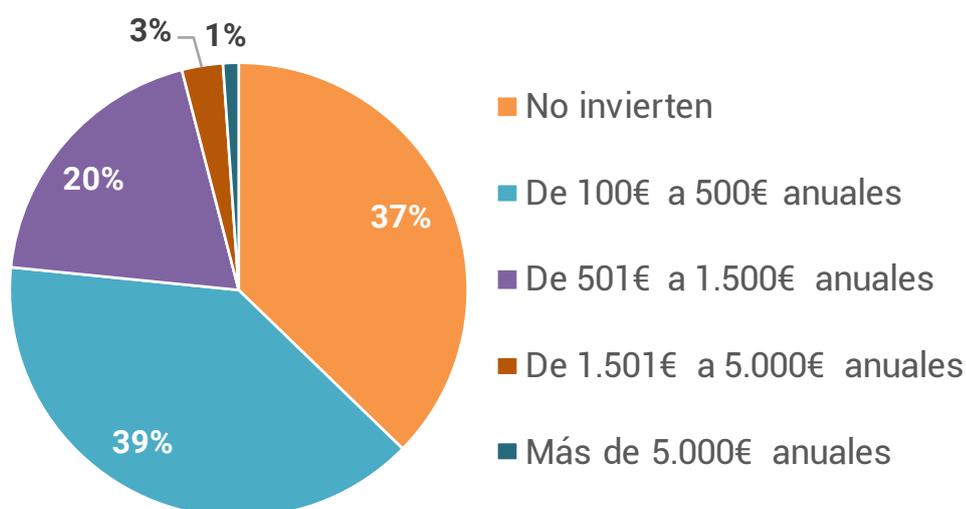
### 3.2.3. Inversión en promoción:

Otro de los apartados que se ha considerado como de especial interés es el conocimiento de la partida presupuestaria que los comercios dedican a la promoción de sus negocios con carácter anual.

Para ello se ha preguntado directamente mediante la recogida de datos en respuesta a un formulario.

Los datos obtenidos son los siguientes:

### INVERSIÓN ANUAL EN PROMOCIÓN



Los datos reflejan una importante falta de inversión en acciones promocionales por parte de los propietarios de los negocios.

**El 37% no invierte en promoción y otro 39% no invierte más de 1,3€ diarios.**

## 3 Singularidades de los comercios:

### 3.2.4. Dependencia del Turismo:

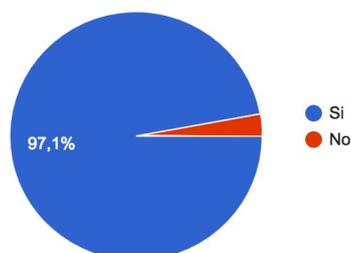
La importancia del Turismo en el municipio es una realidad que permite a los comercios mejorar notablemente el tráfico de clientes en épocas vacacionales en las que los turistas acuden de forma masiva al municipio pero, igualmente este hecho comporta el riesgo de la estacionalidad que produce la posibilidad de no contar con suficientes clientes en la época invernal.

Con el ánimo de detectar el grado de dependencia de los comercios frente a esta estacionalidad se han formulado dos cuestiones:

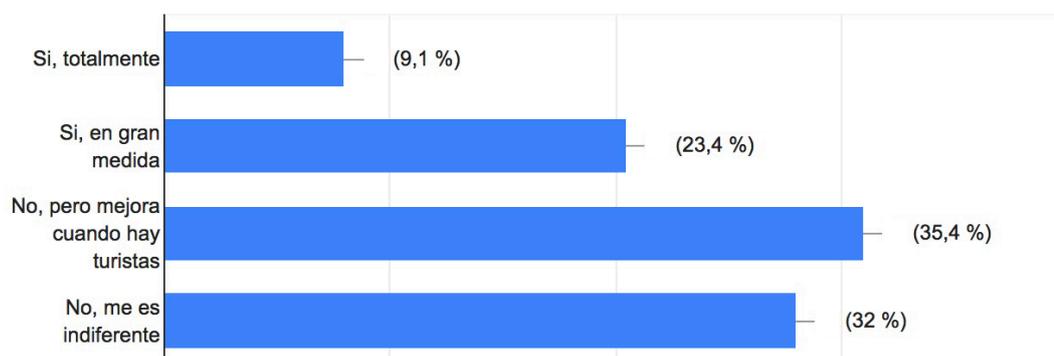
1º **¿Abre todo el año?** Para establecer el grado de afectación en época de menor turismo.

2º **¿Depende su negocio del turismo?** Para establecer la vinculación entre ambos parámetros

¿Abre todo el año?



¿Depende su negocio del turismo?



## 3 Singularidades de los comercios:

### 3.3. COMPORTAMIENTO DE LOS COMERCIOS

Se considera como comportamiento del comercio su actuación frente a los factores externos que le rodean así como su percepción de la situación propia y su visión a corto y medio plazo de la evolución de su comercio.

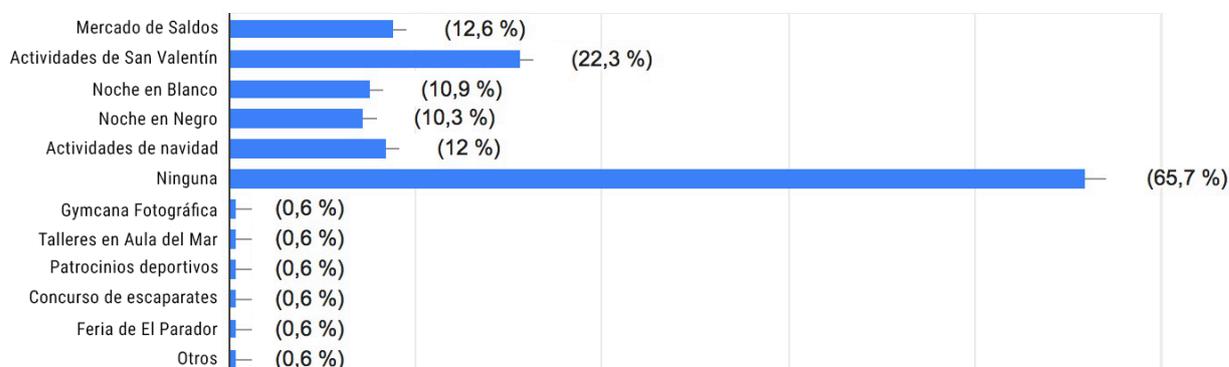
Para ello se han chequeado diversas cuestiones que nos permiten conocer más y mejor el tejido comercial municipal.

#### 3.3.1. Participación:

El Ayuntamiento de Roquetas de Mar a través de la Delegación de Comercio, Turismo y Playas viene realizando diversas actividades de dinamización comercial en las que participa como organizador o como colaborador en el caso de que estas sean organizadas por las asociaciones comerciales o por algún otro ente del ámbito comercial.

En este caso hemos preguntado directamente a los comercios cuál es su grado de participación en este tipo de eventos y en cuales de ellos ha participado en los dos últimos años.

**Indique en que actividades organizadas ha participado en los últimos dos años:**



## 3 Singularidades de los comercios:

### 3.3.2. Asociacionismo:

La amplia extensión del municipio y su división interna en diferentes núcleos de población ha provocado que los comercios se segmenten en función de sus intereses más próximos y de este modo, encontramos que el municipio cuenta con varias asociaciones comerciales.



ACER, es la Asociación de Comerciantes y Empresarios de Roquetas de Mar.



Juan Carlos I, es la Asociación de comerciantes que están ubicados en la citada avenida.



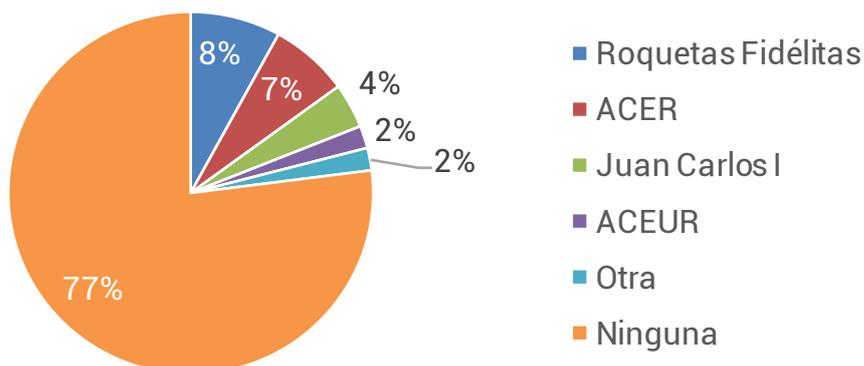
ACEUR, es una Asociación de reciente creación que reúne a los comerciantes de la urbanización.



Roquetas Fidélitas, es un proyecto municipal transversal que cuenta con asociados de todas las ubicaciones geográficas.

Para averiguar el grado de penetración de estas asociaciones hemos preguntado directamente a los comerciantes:

### ¿Pertenece a alguna asociación comercial?



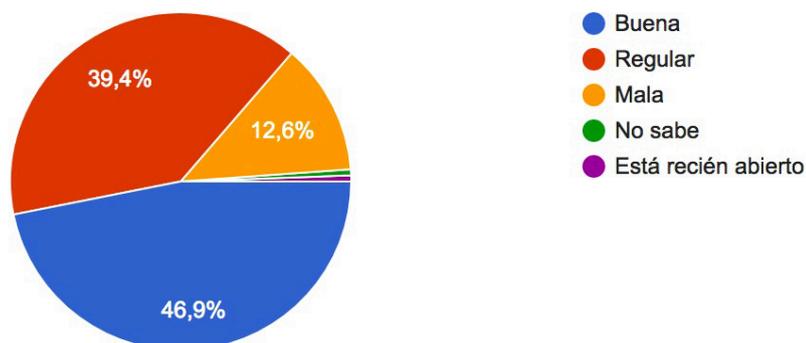
## 3 Singularidades de los comercios:

### 3.3.3. Situación Actual:

Como datos cualitativos para comprender la situación actual del tejido comercial hemos querido contemplar la percepción del propietario del comercio sobre su situación actual.

Para ello hemos preguntado cuál es la situación actual del comercio:

¿Cuál es la situación actual de su negocio?



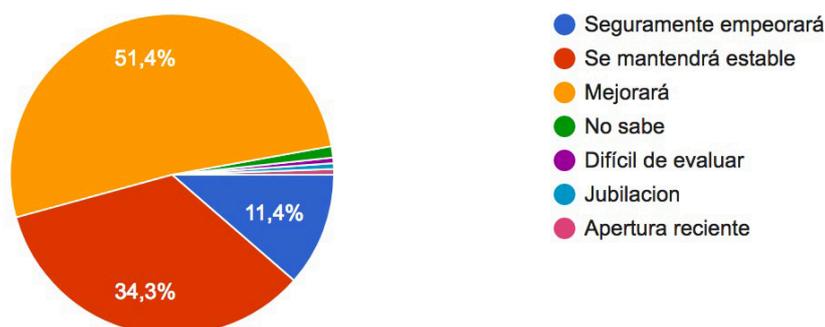
Hemos de considerar que este diagnóstico se ha realizado en los meses de Marzo y Abril de 2018 en los cuales el turismo no es aún protagonista. **Muy probablemente con la incidencia del turismo en la época estival la percepción sobre la situación de los comercios mejoraría.**

## 3 Singularidades de los comercios:

### 3.3.4. Previsión:

Tras conocer la percepción de los comerciantes sobre la situación actual de sus comercios hemos querido chequear su opinión sobre la previsión a corto – medio plazo así como los motivos que les llevan a realizar esta previsión:

Indique ¿Como cree que evolucionará su negocio?



#### Mejorará por:

Llegada del verano  
Llegada de turismo  
Mayor confianza  
Incremento de Turismo  
Mejora de los productos  
Corrección de desfases  
Convicción personal  
Compromiso y entusiasmo  
Mejora de las ventas  
Aumento del ticket medio  
Más negocio  
Tienda online  
Trato personalizado  
Target en crecimiento  
etc.

#### Empeorará por:

Cierre inminente  
Jubilación  
Falta de clientela  
No hay actividad en la zona  
Evolución negativa  
Mucha competencia  
Centro comercial

# Análisis Cualitativo

4

## 4 Análisis cualitativo:

### 4.1. VALORACIÓN CUALITATIVA DE LAS PALANCAS DE CAMBIO EN LOS COMERCIOS:

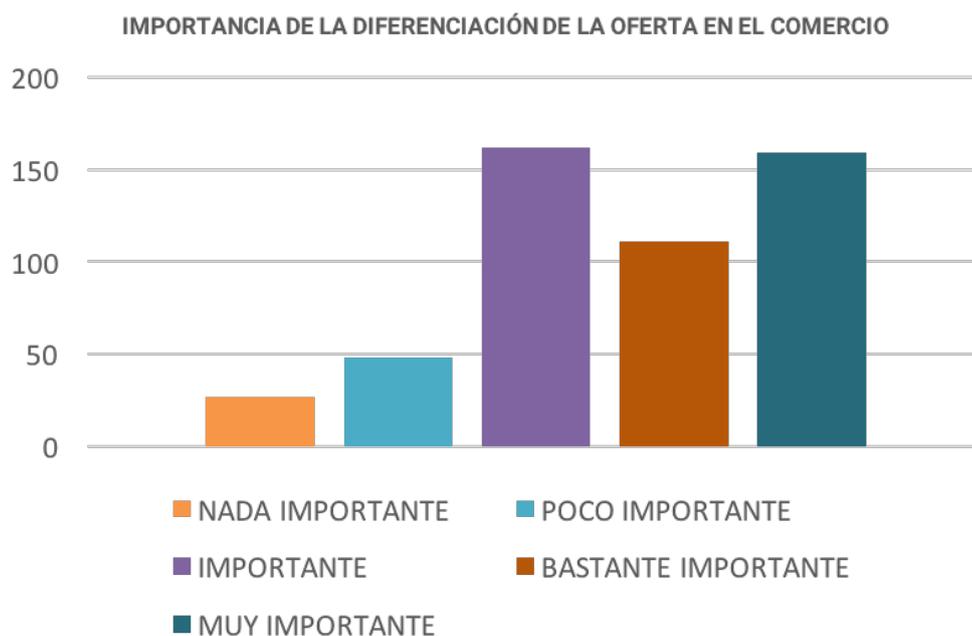
Tras el desarrollo de las consultas cuantitativas en las que los propietarios de los comercios han contestado una serie de preguntas en base a unas respuestas estructuradas y tabuladas, posteriormente se han mantenido una serie de micro-entrevistas en las que se han abordado diferentes temas de forma cualitativa.

El fin de esta toma de datos cualitativos es el de obtener la opinión libre y sin restricciones por parte de los comerciantes.

Estas conclusiones se han recopilado y sintetizado en base a una serie de parámetros que exponemos a continuación:

#### 4.1.1. Diferenciación:

Un alto porcentaje de comerciantes esgrimen el argumento de la existencia del Centro Comercial como un competidor en situación de prioridad, por ello, hemos querido averiguar cuál es la importancia que los comercios dan a la necesidad de diferenciar su oferta respecto al Centro Comercial. Los datos obtenidos son los siguientes:

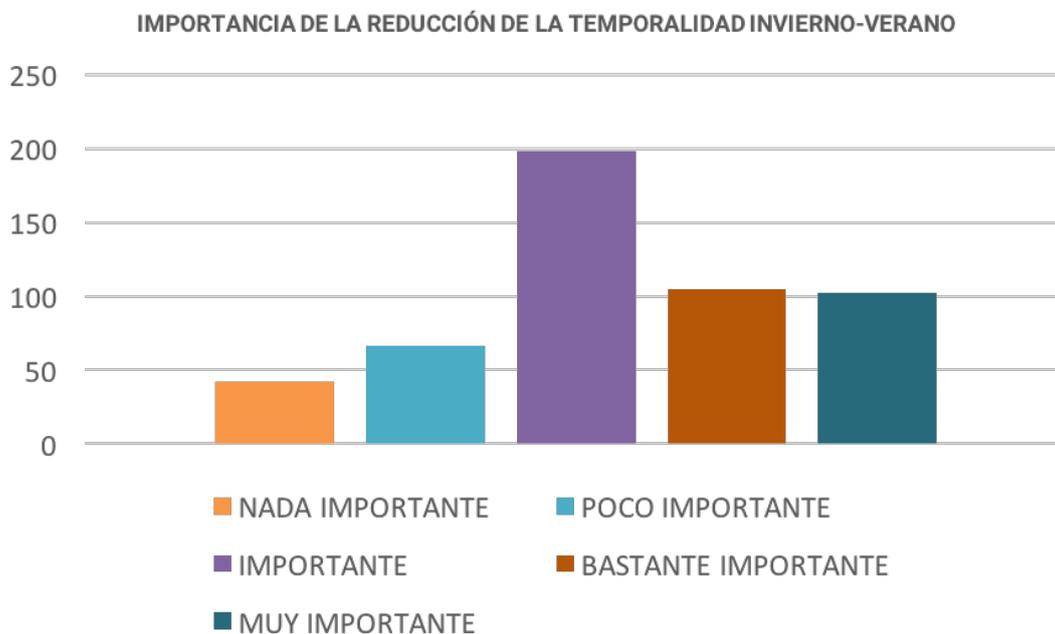


# 4 Análisis cualitativo:

## 4.1.2. Temporalidad:

En un Municipio Turístico como lo es Roquetas de Mar, la reducción de la temporalidad en los ciclos verano-invierno es algo que viene trabajándose desde el Área de Turismo, Comercio y Playas desde hace años y con especial intensidad en la última época, gracias a la creación de una serie de reclamos en la oferta turística que trascienden a la temporalidad y son más transversales.

No obstante, hemos querido conocer de forma cualitativa cuál es el grado de afectación de la temporalidad en el tejido comercial obteniendo los siguientes resultados:

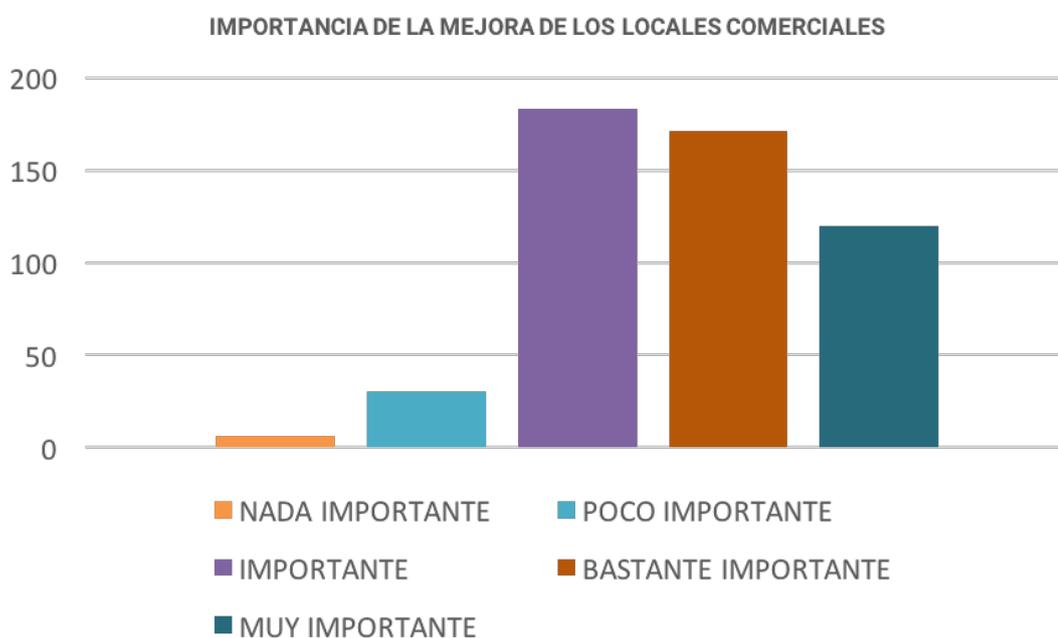


## 4 Análisis cualitativo:

### 4.1.3. Mejora física de los locales:

Además de los factores externos, hemos de tener en cuenta que para poder mostrar una oferta atractiva los locales comerciales deben de estar acondicionados para que los clientes puedan sentirse cómodos así como para mostrar los artículos y desarrollar el proceso de venta en las mejores condiciones.

Hemos consultado a los propietarios de los comercios sobre la importancia de mejorar los locales comerciales progresivamente obteniendo los siguientes resultados:

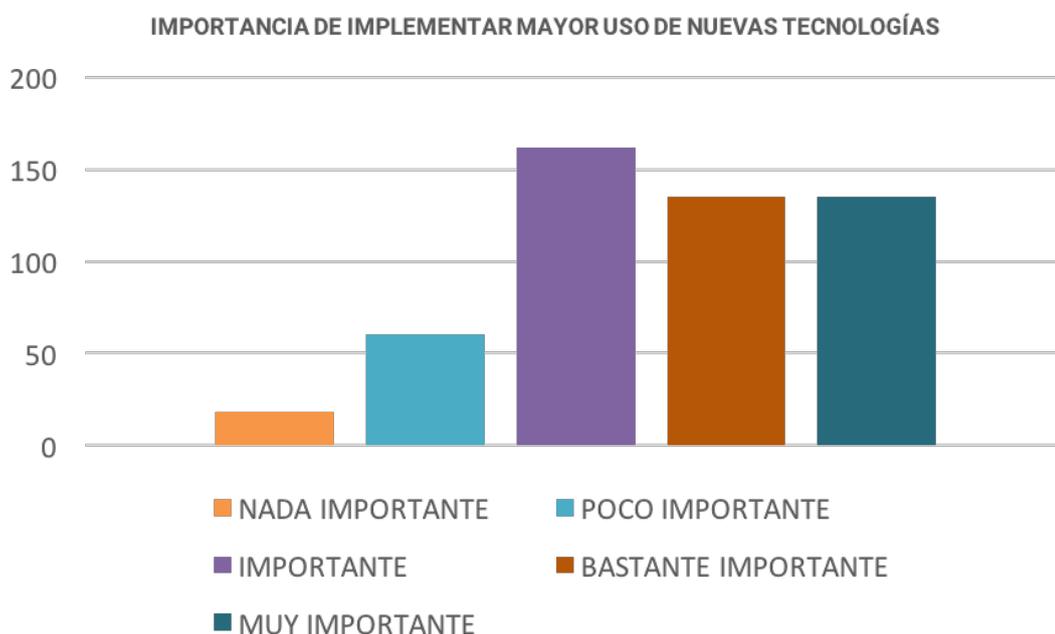


# 4 Análisis cualitativo:

## 4.1.4. Uso de las tecnologías:

Hemos podido chequear de modo cuantitativo que la penetración de las nuevas tecnologías en los comercios es baja pero, igualmente queremos conocer de modo cualitativo la importancia que a los propietario de los comercios dan a este hecho con la posibilidad de evaluar necesidades formativas y de desarrollo de nuevos aplicativos y metodologías comerciales.

Los resultados obtenidos son los siguientes:



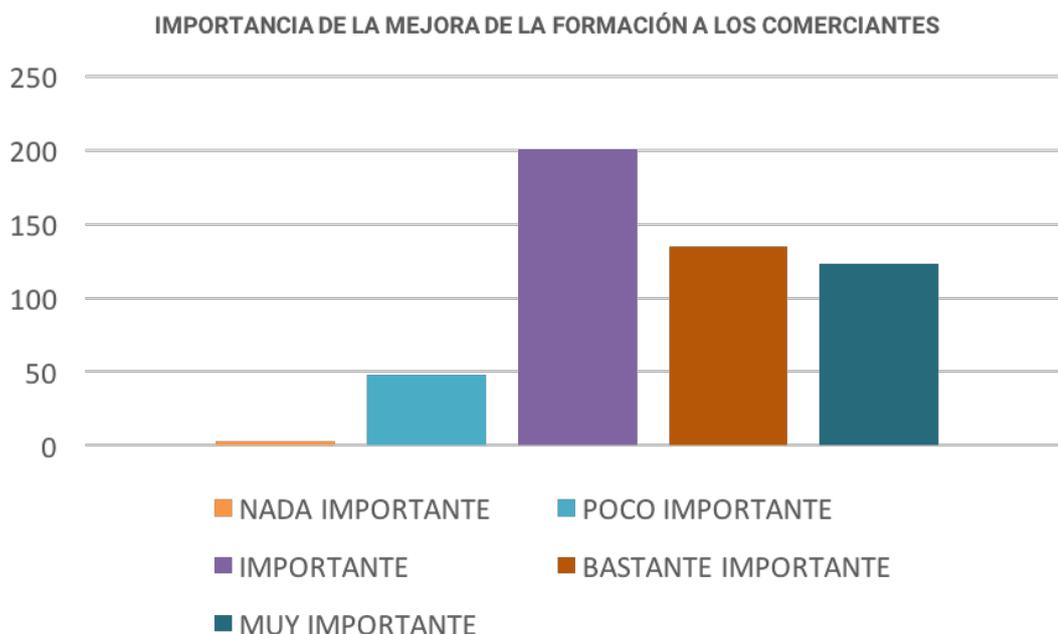
## 4 | Análisis cualitativo:

### 4.1.5. Formación:

Uno de los elementos fundamentales a la hora de poder diferenciarse de otros comercios es el de ser capaz de establecer los métodos y procedimientos para que este cambio se produzca.

Sin duda, la formación es el motor del cambio hacia la diferenciación. Cuanto mayor sea la formación de nuestro tejido comercial, mayor será la posibilidad de que este innove y adquiera nuevas cotas de profesionalización. Entendemos como formación, tanto la adquirida de modo reglado como la propia de los profesionales que la han adquirido a través de la experiencia.

Al recabar información sobre la importancia de este parámetro, hemos obtenido los siguientes resultados:

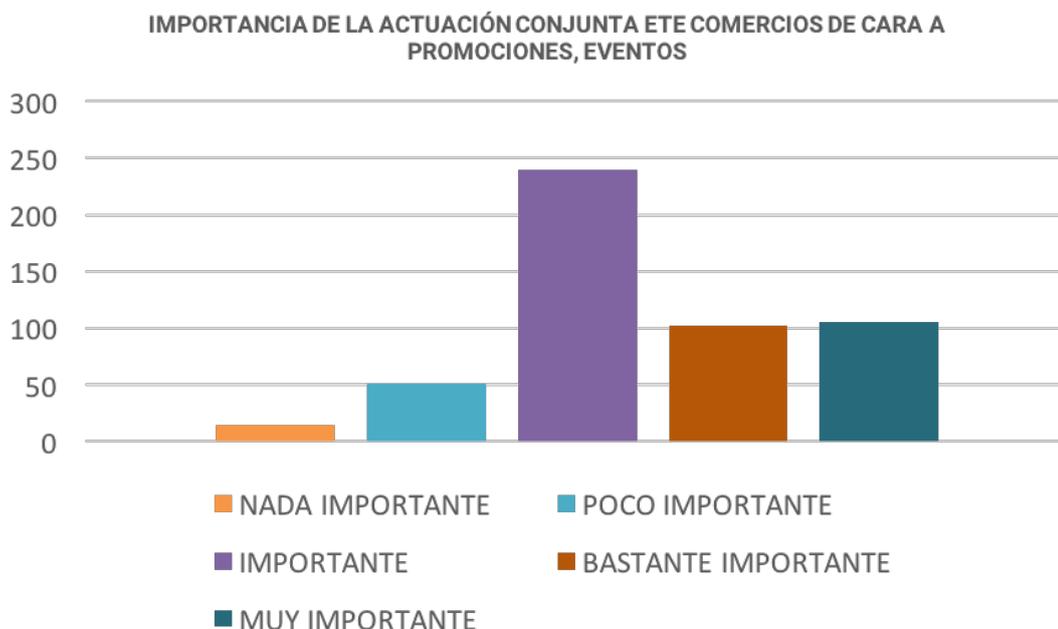


## 4 | Análisis cualitativo:

### 4.1.6. Actuaciones conjuntas entre los comercios:

Un municipio tan geográficamente diseminado cuenta con distintos núcleos de población divididos algunos de ellos hasta por varios kilómetros de distancia y sin una aparente interconexión entre los comercios que se ubican en cada uno de ellos pero, de cara a poder contrarrestar la imparable concentración de público en torno a los centros comerciales, es necesario que los comercios tradicionales generen sinergias entre ellos y que sepan entender que solo actuando conjuntamente podrán competir en igualdad de condiciones.

Con el fin de chequear la importancia de este hecho para los propios comerciantes, hemos preguntado en los 525 comercios sobre ello, obteniendo los siguientes resultados:



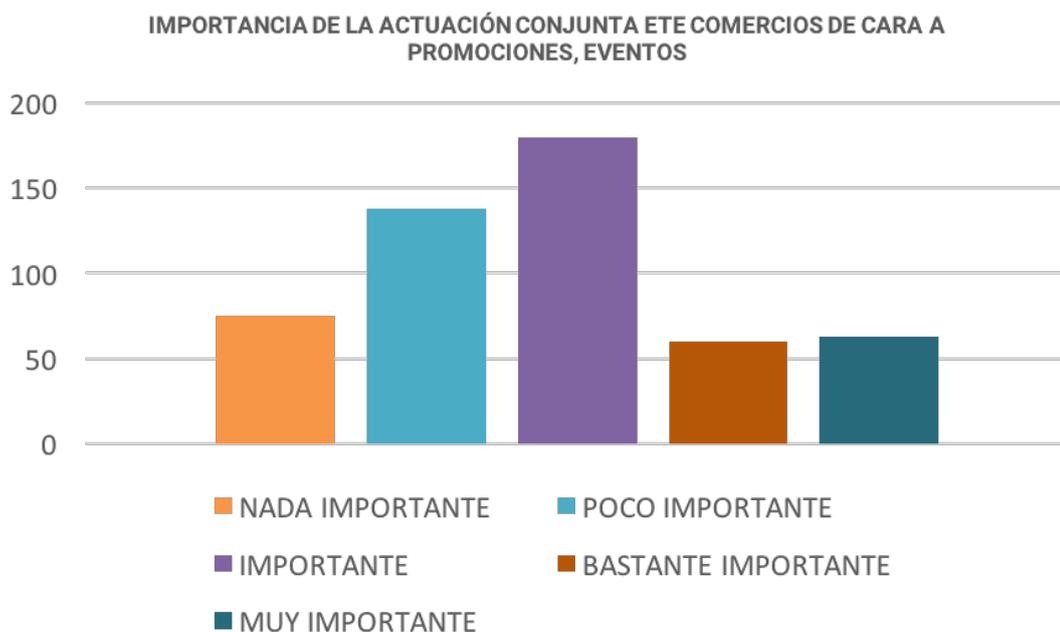
## 4 Análisis cualitativo:

### 4.1.7. Asociacionismo:

La necesidad de realizar acciones conjuntas entre los comerciantes así como el gestionar la relación con las instituciones, nos lleva a la posibilidad de establecer Asociaciones Comerciales. Roquetas de Mar cuenta en la actualidad con distintas asociaciones de esta tipología creadas unas con ánimo de representar a todos los comerciantes del municipio y otras con el objeto de representar exclusivamente una zona con mayor concentración comercial y con intereses particulares.

Este hecho genera una pluralidad de oferta para el comerciante.

Por ello, hemos considerado relevante recabar la opinión de los comerciantes acerca de la importancia de pertenecer a alguna de ellas dado que sabemos que menos de un 20% se agrupa en torno a este modelo.



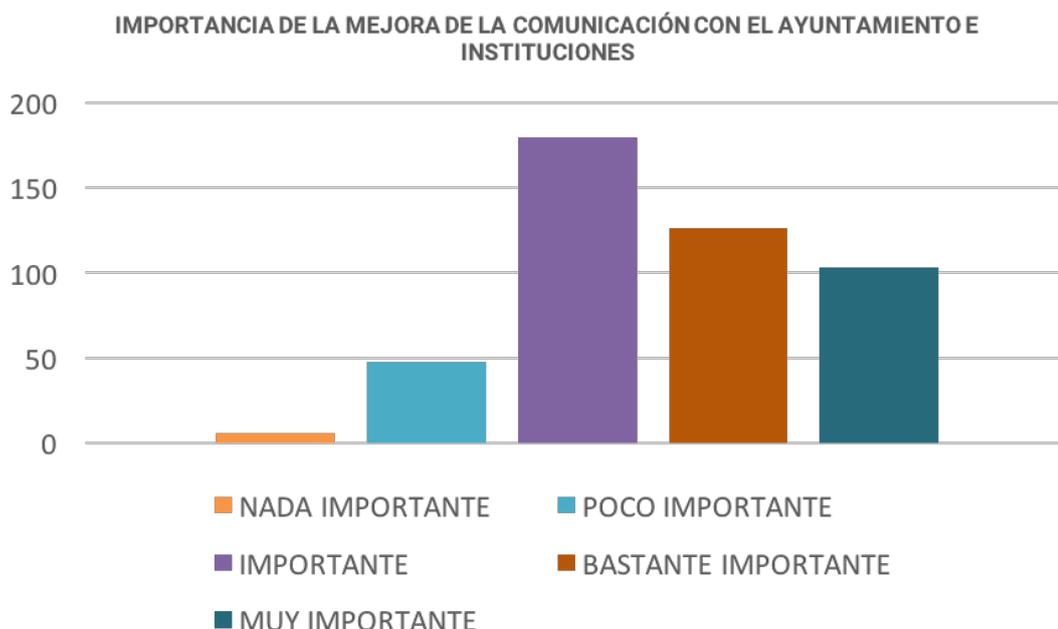
## 4 | Análisis cualitativo:

### 4.1.8. Comunicación con las instituciones:

Así como es necesario que los comercios actúen conjuntamente de cara a ganar en percepción de cara al consumidor y en un ejercicio de ahorro de costes frente a posibles acciones de promoción, eventos, etc. también es igualmente importante que estos comercios y las asociaciones que los representan establezcan un buen clima de confianza y comunicación con las instituciones públicas.

Para poder evaluar cual es el grado de relevancia que los propietarios de los comercios establecen a este hecho hemos chequeado su opinión sobre ello preguntando acerca de la importancia que establecen a la mejora de la comunicación con el Ayuntamiento local así como con diversas instituciones.

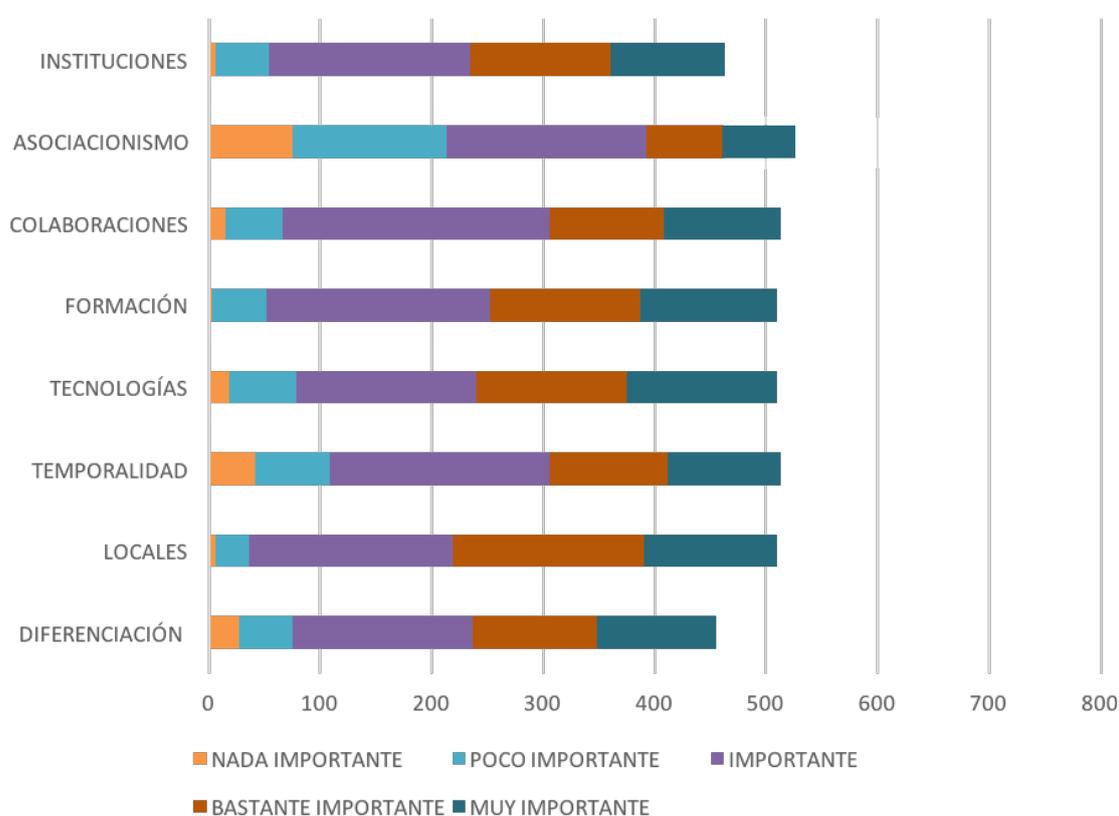
Los resultados obtenidos son los siguientes:



## 4 | Análisis cualitativo:

### 4.1.9. Gráfico de análisis cualitativo:

Unificamos las distintas cuestiones planteadas obteniendo una matriz que nos orienta acerca del grado de relevancia de las distintas variables chequeadas:



Podeos observar que las cuestiones a las que menos relevancia dan los comerciantes son la **pertenencia a una asociación comercial** (algo a mejorar) así como **la estacionalidad** de los negocios, lo que indica el trabajo logrado en la des-estacionalización del sector. **Como percibido como más importante** se sitúan la **implementación de nuevas tecnologías, la formación y la inversión en los locales**.

# Transcripción de valoraciones Cualitativas

5

## 5 Transcripción de valoraciones cualitativas:

En el proceso de recogida de datos realizado en las visitas a los comercios así como en las reuniones con los principales representantes del tejido comercial del municipio se han puesto en nuestro conocimiento diferentes valoraciones de aspecto cualitativo a las que consideramos relevante dar acogida en este documento.

Las opiniones y valoraciones que a continuación se describen son directamente realizadas por los propietarios de los comercios sin ningún filtro ni tratamiento de los datos por parte del equipo desarrollador de la toma de datos.

Los datos personales de los propietarios de los comercios no fueron recabados con el fin de que estos pudieran expresarse libremente.

### Valoraciones cualitativas:

*"Falta promoción local en la provincia, vender nuestro clima y mas cursos de formación en idiomas y técnicas de ventas."*

*"Desde que se abrió el centro comercial las ventas han ido en picado."*

*"Es imprescindible hacer una localidad cómoda y bonita para el paseo, con terrazas bonitas en los negocios de restauración y atraer público de otras localidades, fomentar el buen comercio, con fachadas, escaparates atractivos y negocios de calidad."*

*"Mejorar el centro, esta totalmente abandonado."*

*"El ayuntamiento no hace nada para mejorar el comercio de la zona."*

## 5 | Transcripción de valoraciones cualitativas:

*“Considero que el ayuntamiento de Roquetas hace distinciones entre comerciantes y eso a desembocado en una ruptura importante en nuestras asociaciones favoreciendo mucho más a una que al resto No cuenta con la opinión de sus comerciantes y hace campañas sin tener en cuenta nuestra opinión Se ha apropiado de campañas que pusimos en marcha los propios comerciantes san Valentín, mercado de saldos, Roquetas en blanco, Halloween....etc. y sin embargo no se preocupa ni siquiera en que estemos informados Y por supuesto necesitamos mucha más presencia policial debido a los robos que estamos sufriendo Y muy importante dinamizar el pequeño comercio, hay zonas que se están muriendo en Roquetas comercialmente hablando y nuestro ayuntamiento no mueve un dedo por cambiarlo. Un desastre en todos los sentidos.”*

*“Desde el ayuntamiento debería ser prioritario revitalizar el centro, activar comercio de calidad, potenciar el turismo de ciudad, [para eso desarrollar museos, casco histórico, servicios, algún comercio franquicia de importancia que atraía clientes... ] anclar alguna oficina municipal que active el transito de ciudadanos, seguir desarrollando las actividades puntuales, noche en blanco y demás, no olvidar el pueblo en verano, programando alguna actividad puntual, o reforzar el turismo, [el cual debe sentirse atraído por algo, claro esta]. Pues eso activar un pueblo que da pena.”*

*“Necesitamos que el ayuntamiento nos ayude para promocionar las ventas en las tiendas de tu barrio, últimamente solo prosperan las tiendas de los chinos, cada vez más, nuestros Comercios cierran y los chinos abren.”*

*“Incrementar la publicidad de nuestra zona en la provincia y en el propio pueblo nos daría otra ver el cliente que teníamos local.”*

*“Positivo hacer actividades en bulevar”*

*“Zona de carga y descarga y actividades en el bulevar y parking”*

## 5 | Transcripción de valoraciones cualitativas:

*"Faltan aparcamientos"*

*"Aparcamiento."*

*"Mejorar aparcamientos"*

*"Falta de aparcamiento"*

*"Cambiar la legislación de insonorización de las clínicas".*

*"Quiere colaborar con el Ayto. en las fiestas"*

*"Necesita en su puerta algún soporte para evitar q los niños se vayan a la calle"*

*"Se queja q las actividades de Ayto. las hacen en otras zonas"*

*"Esta preocupado con la zona azul q van a poner"*

*"Mejorar comunicación con la asociación, mejorar zona azul".*

# Conclusiones

6

## 6 Conclusiones:

En base a los datos obtenidos en el desarrollo de este diagnóstico podemos establecer una serie de conclusiones con el objeto de servir de base para el desarrollo de un futuro Plan Estratégico de Actuación.

Hemos de tener en cuenta que los datos que nos han servido para establecer estas conclusiones han sido tomados durante los meses de Marzo y Abril de 2018.

### CONCLUSIONES

#### **Roquetas es un municipio en crecimiento:**

La población de Roquetas de Mar no ha dejado de crecer en valores netos. Se han sufrido leves fluctuaciones a la baja pero cada año la población censada en el municipio aumenta hasta lograr contar con los casi 100.000 habitantes con los que cuenta hoy en día.

Aunque es cierto que en el último lustro (2013-2018) el crecimiento se ha atenuado y parece haber llegado a una ligera meseta.

El crecimiento continuado de la población hace suponer que el desarrollo del tejido comercial debe de ser favorecido por la necesidad de cubrir más productos y servicios a esta población.

#### **La inmigración tiene una gran importancia:**

Existen pocos municipios en los que convivan 115 nacionalidades y más de un 40% de población sea inmigrante.

Es una particularidad de Raquetas de Mar que debe de ser tenida en cuenta con el fin de ser capaces de absorber la multiculturalidad que supone este hecho que nos permite segmentar los clientes para poder atenderlos de una forma más personalizada y permitiendo que su experiencia de compra mejore. La atención en el idioma apropiado así como la comprensión de sus necesidades basadas en el conocimiento de su cultura pueden suponer un valor diferencial que permita a un comercio desarrollarse de un modo más eficiente que otro.

Un síntoma de esta multiculturalidad y adaptación del tejido comercial es la existencia de numerosos ciberlocutorios que dan servicio a las necesidades de comunicación y servicios surgidas de la inmigración.

## 6 Conclusiones:

### **La mayor densidad comercial se agrupa en Roquetas Centro, El Parador y El Campillo del Moro:**

Los núcleos urbanos de Roquetas centro, El Parador de las Hortichuelas y Campillo del Moro son los que poseen un mayor ratio de comercios por unidad de superficie aunque también son los que proporcionalmente poseen un mayor ratio población.

Este hecho afianza la realidad de la existencia de una segmentación geográfica que muchas veces impide la realización de acciones transversales en las que puedan participar o de las que se vean beneficiados todos los comercios.

Las zonas de mayor densidad comercial son propensas a recibir un mayor número de actividades o iniciativas comerciales pero no debemos de menospreciar el resto.

Si excluimos las tres zonas mencionadas como las de mayor agrupación de comercios, seguimos contando con un 21,19% de negocios que se distribuyen entre los 5 núcleos urbanos restantes.

### **Los comercios desarrollan principalmente las actividades de Hostelería, Textil y Alimentación.**

La idiosincrasia del municipio y su capacidad para liderar el segmento del alojamiento turístico de la provincia han convertido a Roquetas de Mar en un municipio que basa su economía en el sector servicios, agricultura y originalmente la pesca.

Roquetas de Mar es un destino de sol y playa que en los últimos años ha sabido comprender que necesita incrementar la oferta y diversificarla para lograr desestacionalizar la demanda y permitir generar valor más allá de su configuración más tradicional.

## 6 Conclusiones:

### **Existió un gran aumento de los comercios que cuentan hoy entre 5 y 10 años de antigüedad.**

La estadística de altas de las licencias de apertura así como los datos obtenidos a través de las encuestas en el trabajo de campo realizado, reflejan que desde el año 2007 la rotación de los comercios ha sido mucho mayor.

En la actualidad contamos con un tejido comercial dividido aproximadamente en tres tercios de los que:

- 1/3 tiene un comercio con más de 10 años
- 1/3 tercio tiene un comercio entre 5 a 10 años
- 1/3 tiene un comercio con menos de 5 años

### **El tejido comercial esta compuesto por micro-negocios con uno o dos trabajadores.**

Respecto al tamaño de los comercios que forman el tejido del municipio, podemos destacar que más del 93% de ellos, están gestionados por no más de tres personas por comercio, lo que hace suponer que se trata de negocios familiares, de volúmenes pequeños y muy heterogéneos.

A este respecto, también hemos de tener en cuenta que las necesidades de estos deben de ser entendidas en el marco de la gestión de una micro-empresa con soluciones adaptadas a su problemática y capacidad de absorción de iniciativas.

### **Existe poco uso de la tecnologías aunque hay percepción de la gran necesidad de su implementación.**

El comerciante de Roquetas de Mar sabe que el uso de las tecnologías mejoraría el servicio que presta y posiblemente esto influiría en su cuenta de resultados.

A pesar de ello, la capacidad de inversión, tanto económica como temporal no les permite absorber este tipo de soluciones tan rápidamente como desearían.

## 6 Conclusiones:

**Casi la mitad de los negocios solo hablan español y otro 40% solo cuentan con el inglés como idioma adicional.**

En un municipio en el que conviven 115 nacionalidades, hay 42.000 inmigrantes censado y se duplica la población en los meses veraniegos, la atención personalizada en el idioma nativo de los clientes debe de ser obligatoriamente una necesidad.

Al igual que en la adopción de nuevas tecnologías, los recursos temporales para formación son limitados pero, no deben de escatimarse esfuerzos en ellos.

**La inversión propia en la promoción de los negocios es ínfima, el 37% no invierte nada y el 39% no invierte más de un euro al día.**

Consideramos que para poder hacer crecer un negocio es necesario que parte de sus beneficios se reinvierta en el crecimiento de este.

En el caso de los negocios que componen el municipio de Roquetas de Mar, las partidas de inversiones en promoción propia son ínfimas atendiendo a los resultados del trabajo de campo analizado.

**El 97,1% abre todo el año y admiten una importante mejoría con el turismo pero no contempla una dependencia total de este.**

Los comercios continúan desarrollando su actividad en un municipio eminentemente turístico y multicultural pero, a diferencia de otros municipios, casi el 100% de los negocios se mantienen abiertos todo el año y no se trata de comercios de temporada.

Este porcentaje decrece en los lugares de mayor pernoctación turística (Urbanizaciones de Roquetas de Mar) y aumenta en los demás núcleos urbanos.

## 6 Conclusiones:

**Un 65,7% no participa en las actividades organizadas por las asociaciones o por las instituciones, el resto lo hace principalmente en las actividades organizadas por el Excmo. Ayuntamiento de Roquetas.**

Hemos podido analizar que la inversión en promoción por parte de los comercios es muy deficiente en reglas generales, se suma a este hecho que la participación en actividades desarrolladas por cualquier asociación del tejido comercial de Roquetas de Mar, es solo del 34,3%.

En ese porcentaje, las actividades que tienen mayor repercusión son las organizadas por el ayuntamiento con la colaboración de las asociaciones comerciales en el siguiente orden según participación:

- 1º San Valentín
- 2º Mercado de Saldos
- 3º Navidad
- 4º Noche en Blanco
- 5º Noche en Negro

**A pesar de existir una amplia oferta de asociaciones comerciales, el grado de asociacionismo es bajo.**

Roquetas de Mar cuenta con distintas asociaciones de comerciantes debido a que los intereses de las agrupaciones comerciales están muy vinculados a su ubicación geográfica.

Inicialmente y ciñéndonos a la nomenclatura y ámbito de actuación, la única asociación transversal y sin ubicación geográfica concreta es ACER (Asociación de Comerciantes y empresarios de Roquetas) ya que además de esta encontramos a ACEUR y Urbaroquemar vinculadas a la Urbanización, Juan Carlos I vinculada a los comercios de esta avenida.

Igualmente el Área de Comercio del Ayuntamiento creó en el año 2015 la tarjeta de Fidelización comercial "Roquetas Fidélicas" con carácter transversal y con el ánimo de que los comerciantes del municipio unieran esfuerzos en torno a los intereses comunes y sin segmentación geográfica alguna.

## 6 Conclusiones:

Desde el momento de su creación el proyecto ha estado totalmente sufragado por el ayuntamiento sin coste alguno para los comercios ni para los usuarios de las tarjetas de fidelización.

De este modo se ha convertido en la iniciativa con mayor seguimiento comercial con más de 200 comercios adheridos y en torno a 7.000 usuarios de tarjetas.

Como punto débil del proyecto hemos de destacar que en la actualidad no existe un control del uso de las tarjetas de fidelización por parte de los clientes así como, en muchos de los comercios adheridos, las ofertas vinculadas al proyecto no están identificadas dificultando el uso a los compradores.

**Los comerciantes tienen una percepción entre regular y buena de sus comercios.**

En general, los comerciantes de Roquetas de Mar no hablan con entusiasmo de la percepción de la situación de sus negocios ya que han pasado por momentos de pocas ventas debido a la crisis socioeconómica acontecida pero, se percibe en las conversaciones con los mismos una inquietud por la formación, la creación de iniciativas que ayuden a mejorar las ventas, por la adopción de nuevas tecnologías, la formación y en general por lograr ser más competitivos y alcanzar una mayor diferenciación y cercanía como valores mas representativos.

**Más de la mitad piensan que sus negocios mejorarán a corto o medio plazo.**

Como último parámetro cualitativo, es esperanzador detectar que más de la mitad de los negocios piensan que su situación va a mejorar a corto plazo, debido a la llegada de la época estival en la que el turismo se convierte en protagonista y, a medio plazo gracias a la iniciativa de los propietarios de los comercios y a su inquietud por conseguir mejorar continuamente.



## Diagnóstico de la situación del Comercio en el Municipio de Roquetas de Mar Abril 2018

### **Agradecimientos:**

*Desde Smartib queremos agradecer la colaboración en el desarrollo de este documento a las distintas instituciones y las Delegaciones del Ayuntamiento de Roquetas de Mar así como a las asociaciones de comerciantes y a los más de medio millar de propietarios de comercios que han hecho posible este diagnóstico.*