

GF5. COMERCIO Y SERVICIOS

DAFO y batería de necesidades definitivas

FORTALEZAS

1. Situación geográfica estratégica de la comarca, para la ubicación de servicios en relación al resto de comarcas de la provincia. Reclamo de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad Úbeda y Baeza, así como la Sierra de las Villas.
2. Úbeda principal motor comarcal.
3. Ubicaciones preferentes de los comercios y servicios ya establecidas en los pueblos.
4. Cartera de clientes afianzada, experiencia en el sector, buen trato al cliente y respeto por el medio ambiente.
5. Profesionalidad de los RR.HH. en el sector servicios relacionado con la especialización en idiomas, comunicación, atención al cliente, trabajo en equipo.
6. Equipamientos con la última tecnología y modernos. Adaptabilidad de las empresas a los cambios tecnológicos (fibra óptica, NNTT, etc.).
7. Apuesta de las instituciones por el sector servicios y comercio, lo que facilita las buenas relaciones entre las partes.
8. Red de contactos con profesionales del sector. Gran conocimiento de las necesidades del sector, tejido empresarial y asociativo.
9. Buena calidad de productos y servicios así como buenas instalaciones. Diferenciación de productos y servicios.
10. Centros CADE que facilitan el emprendimiento.
11. Crecimiento del sector industrial vinculado al sector servicios y comercio.
12. Crecimiento del sector servicios y comercio vinculado a la industria agroalimentaria, en especial en la venta y comercialización de productos AOVE.
13. Extensa red de centros formativos para estos sectores.
14. Renta per cápita alta y acorde con la provincia.
15. Gran tejido empresarial en servicios y turismo.
16. Tasa de paro inferior a la media andaluza.
17. Comarca dedicada a la construcción, comercio y hostelería.
18. Existencia de oferta turística.
19. Incremento de la oferta hotelera y número de plazas en el periodo 2009-2015.
20. Gran demanda en el sector servicios públicos.
21. Gran peso de la mujer en el sector servicios y comercio.
22. Los sectores comercio, servicios públicos y servicios a empresas están feminizados.

DEBILIDADES

1. Dependencia de las ayudas económicas en los sectores.
2. Dificultades de acceso a fuentes de financiación.
3. Arraigo del establecimiento comercial de corte tradicional (empresario individual, escaso nivel de preparación empresarial, pequeña dimensión del establecimiento, carácter familiar de la explotación, etc.).
4. Falta de personal con vocación comercial.
5. Estacionalidad de las ventas.
6. Alta densidad empresarial municipal en los grandes núcleos urbanos.
7. Alto nivel de competencia con otros sectores: competitividad, publicidad en redes sociales y abaratamiento de precios.

8. Tendencia a la concentración de la población en los mayores núcleos de población.
9. Elevado desempleo en estos sectores.
10. Amplios horarios laborales que dificultan la conciliación de la vida laboral, familiar y personal.
11. Creación de grandes superficies y franquicias.
12. Campañas promocionales y publicidad escasas.
13. Bajo nivel de relaciones turismo y comercio.
14. Excesivo peso del trabajo temporal y a tiempo parcial.
15. Poca sensibilidad a las personas con discapacidad para su integración laboral en el sector.
16. Inexistencia de asociacionismo en los pueblos de menos de 5.000 hab. de la comarca e insuficiencia de recursos públicos y promoción institucional, para establecer una señalización adecuada y acciones de visibilización del sector.
17. Desarticulación de los sectores comercio y servicios.
18. Escasa información sobre su estructura, mercado y entorno.
19. Baja dimensión de empresas del sector de la construcción, transporte, servicios sanitarios y educación.
20. Menor actividad económica dado el descenso de consumo 2009-2015.
21. Poca oferta de empresas de turismo activo.
22. Bajo porcentaje de afiliaciones al Régimen General de Empleado/as del Hogar.
23. Falta de servicios logísticos.

OPORTUNIDADES

1. Alentar a las administraciones públicas a la sensibilización de los problemas del comercio.
2. Existencia de algunas ventajas competitivas del comercio tradicional, que le dota de cierta competitividad en algunos segmentos (proximidad, integración social, vertebración urbanística, trato personalizado al cliente, etc.).
3. Existencia de apoyo oficial (PEA 2000 y Plan Integral de Fomento del Comercio Interior de Andalucía).
4. Potencial de crecimiento por el desarrollo del turismo y comercialización de productos propios.
5. Aparición de nuevos formatos comerciales y aprovechar las nuevas tecnologías para la comercialización de productos y servicios.
6. Generación de nuevas oportunidades de negocio impuestas por la existencia de una demanda cada vez más personalizada (posibilidades de segmentación y especialización en ciertos nichos de mercado), customización de productos y servicios.
7. Promoción y regulación legislativa del producto local e innovador: artesanía, NNTT, regulaciones alimentarias, etc.
8. Comercialización de productos AOVE, cosméticos, terapias, etc.
9. Comercialización de productos y servicios gracias a la globalización de los mercados.
10. Mejora de las telecomunicaciones aplicadas al sector.

AMENAZAS

1. Elevado grado de competencia, con tendencia creciente, por la mejora en las comunicaciones por carreteras y electrónicas.
2. Elevada competencia desleal.
3. Precios elevados en productos y servicios.
4. Falta de créditos para la financiación, así como ayudas institucionales a empresas.
5. Elevados impuestos.
6. Bajo nivel de consumo debido al escaso poder adquisitivo, motivado por la crisis.

7. Falta de competitividad del sector comercial comarcal.
8. Elevada tasa de desempleo.
9. Mercado de trabajo dependiente del sector agrario.
10. Existencia de grandes cadenas y grupos de distribución con un poder de mercado cada vez mayor.
11. Nuevos métodos de compra relacionados con las nuevas tecnologías.
12. Descontento con la clase política generalizado, que se asocia con la desconfianza a la hora de invertir, por la incertidumbre de cambios y de programas.
13. Descenso de la población, debido a la emigración y falta de relevo generacional.
14. Ralentización burocrática en tramitación de ayudas al sector y en general.

BATERÍA DE NECESIDADES

1. Diversificación e innovación empresarial.
2. Apoyo institucional para la promoción de productos y servicios.
3. Estabilidad laboral, horarios compatibles con la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.
4. Aumento y contratación de trabajadores/as.
5. Inversión en infraestructuras relacionadas con el comercio y servicios.
6. Lucha contra la competencia desleal.
7. Formación para empleados/as y empresarios/as.
8. Fomento del uso de las NTIC en el sector.
9. Apoyo al aumento de la población de las zonas rurales para que aumente el consumo y los servicios.
10. Mejora de la oferta de servicios, impulsando la implantación de nuevas empresas, la diversificación de las existentes, y la promoción de los nuevos yacimientos de empleo.
11. Búsqueda de una calidad homogénea en los servicios ofertados, con atención post-venta competente, y la consecución de la satisfacción plena del cliente.
12. Comercialización de productos AOVE, cosméticos, terapias, etc.
13. Comercialización de productos y servicios gracias a la globalización de los mercados.