

TALLER SECTORIAL PYMES, COMERCIO Y SERVICIOS

El jueves 9 de julio se celebraba en la Oficina de Turismo de Molina de Aragón el tercer taller sectorial dentro de la estrategia local participativa que está llevando a cabo el Grupo de Desarrollo Rural Molina de Aragón - Alto Tajo.

A pesar de que las PYMES son uno de los sectores más importantes de la Comarca y a quienes va enfocada la mayor financiación de las ayudas LEADER, no contamos con la suficiente representatividad del sector. Lo cierto es que este tercer taller no tuvo la asistencia ni la participación deseada. Quizá no se dio suficiente difusión a la convocatoria o el horario en que se realizó no fue adecuado para facilitar la asistencia de los interesados. En cualquier caso consideramos que dada la importancia de la reunión, cuya finalidad es analizar los problemas que atraviesa el sector y proponer soluciones y mejoras que luego verán su reflejo en las ayudas del nuevo programa, vamos a realizar el esfuerzo de **volver a repetir el taller de PYMES para el mes de septiembre**, y en principio será un sábado.

Si queréis apuntaros ya, podéis hacerlo en el siguiente correo ceder@molina-altotajo.com así podremos enviaros toda la información.

Por otro lado queremos **agradecer la participación a aquellas personas que asistieron al taller de julio**, gracias a ellas analizamos el sector y establecimos unas líneas estratégicas de actuación para los próximos años, conclusiones y propuestas que tendremos en cuenta junto con los resultados que conseguimos en la sesión del taller de septiembre.

Aquí os dejamos el **análisis DAFO y las propuestas que trabajamos**, esperamos que las leáis con detenimiento y que en el próximo taller las podamos completar.

ANÁLISIS DEL CONTEXTO: ámbito social, político, tecnológico y legal de nuestro sector, y que cosas nos perjudican (amenazas) y cuales nos benefician (oportunidades)	
OPORTUNIDADES (Aprovechar)	AMENAZAS (minimizar)
Nuevas tecnologías	Competencia de las grandes superficies y grandes empresas
Nuevos canales de comunicación con el cliente: Redes sociales	Falta de financiación
Cambios de hábitos en los usuarios: compra por internet	Excesiva burocracia en la solicitud de ayudas y subvenciones
Meses de verano y vacaciones turismo	Cargas fiscales Altos costes laborales para contratación
Posición estratégica entre grandes ciudades	Despoblación, población envejecida y poco dinámica
Potencial de creación de nuevas empresas en el sector de la transformación de nuevos productos, madera, productos agroalimentarios	Población poco concienciada con el consumo local
Aprovechar las oportunidades del coworking, pudiendo compartir empresas y profesionales una serie de espacios y servicios	Baja presencia de Internet y comercio electrónico

	Encarecimiento de los costes de producción
	Sector especialmente marcado por la crisis
	Nuevas formas de venta por internet
	Proliferación de establecimientos con muchas referencias, baja calidad y bajos precios, que suponen una fuerte competencia

ANÁLISIS INTERNO, mirarnos el ombligo, determinar en qué somos muy buenos y que cosas no tanto	
FORTALEZAS (Reforzar)	DEBILIDADES (Reducir)
Dinámicas, flexibles y se adaptan fácilmente a los cambios	Falta de liquidez
Potencial creativo grande	Organización, estructura sencillas
Potencial de incremento de la productividad grande por su bajo nivel tecnológico y organizativo	Falta de formación en nuevas tecnologías
Componente familiar	Falta de innovación
Trato familiar y atención personalizada	Dificultades para el acceso a la financiación
Redes de comerciantes, acciones conjuntas: feria del regalo,	Precios más elevados
Comercios prestan un servicio de proximidad	Escasez de oferta
Asociación de empresas	Servicios al cliente limitados: compra con tarjeta,
	Alquileres elevados en locales comerciales
	Suelo industrial caro
	Insuficiente colaboración interempresarial
	Inexistencia de planes estratégicos en la Pyme
	Falta de relevo generacional en las Pymes
	Baja capacidad de internacionalización en mercados no castellano parlantes

PLAN DE ACTUACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO Y ARTESANAL

FORMACIÓN

- Formación a las empresas en el uso de las nuevas tecnologías y el marketing digital, nuevas formas de vender, comercio electrónico, etc...
- Formación en calidad y atención al cliente
- Formación en estrategia y gestión empresarial
- Formación en sectores con potencial en la Comarca, restauración (escuela de hostelería), elaboración de productos agroalimentarios, energías alternativas, biomasa.

CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS

- Ayudas autónomas al inicio de la actividad

- Asesoramiento integral en la puesta en marcha de una nueva empresa

MEJORAS EN LA CALIDAD DE LA OFERTA Y EL SERVICIO

- Incorporar el pago con tarjeta en los comercios.
- Ofrecer servicios de calidad añadidos

COMUNICACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES

- Trabajar en Red y realizar acciones conjuntas de comunicación y fidelización, sorteo navidad, feria del regalo.
- Fomentar el consumo de la población local, campañas (acumulas cupones descuentos), incidiendo en los beneficios de consumir de forma local.
- Resaltar las ventajas de las empresas y el comercio local, trato personalizado y cercano, confianza, atención más inmediata al cliente.

TRABAJAR EN RED

- Mayor impulso a la Asociación de empresarios de Molina
- Colaborar con otras asociaciones
- Creación de una Asociación de Comerciantes