



Estrategia Leader de Desarrollo Local Participativo 2014-2020

Área temática: ECONOMIA Y ESTRUCTURA PRODUCTIVA – PYMEs

DAFO

INTRODUCCIÓN

La filosofía que subyace en la realización de la *Estrategia de Desarrollo Rural del Altiplano de Granada* considera que el **desarrollo** tiene que estar orientado a considerar el **capital de la zona** como inversión que pueda permitir un aumento de los recursos iniciales propios. El capital no son sólo **recursos** que las personas pueden utilizar para obtener un medio de vida o mejorar su situación socioeconómica; el capital es considerado como algo valioso tanto si es **tangible**, como tierra de cultivo, agua, riego, infraestructuras, bosques, clima, etc.; como si es algo **intangible**, como el conocimiento tradicional de los cultivos, la confianza entre la población, el sentido de pertenencia o de apuesta por lo autóctono, etc.

El **Enfoque de Capitales para el Desarrollo** en el que está basada la elaboración de esta Estrategia no busca en principio aumentar o maximizar todos los **capitales de un territorio** sino más bien **optimizarlos**, y conseguir un **equilibrio entre los mismos**. Los capitales ofrecen a la gente la posibilidad de ser lo que son, pero también la capacidad para actuar y cambiar situaciones adversas en la esfera personal y colectiva, en un grupo, un municipio, una región...

En el Altiplano de Granada se cuenta con Pequeñas y Medianas Empresas que están desarrollando una gran labor económica en la zona como apuesta y desarrollo del mismo.

Trabajar este recurso como **capital en todo su potencial** es una herramienta útil en el proceso de desarrollo del territorio. Hay que potenciarlo no como una opción por la que la gente se decanta como medio de vida, sino como recurso en sí que proporciona también a la población la capacidad de ser y actuar.

A continuación presentamos el **análisis DAFO** (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) con los consiguientes datos generados relacionados con esta temática.

Este documento ha surgido del **trabajo técnico de diagnóstico** realizado por el Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Granada y de **varios procesos de consulta a la ciudadanía** celebrados en diferentes fechas en el complejo municipal de la Cueva Quitasueños de Cúllar (Granada) que han consistido en:

Grupo de discusión

Realizado el 15 de junio del 2016

Esta técnica sociológica se ha aplicado a un grupo reducido de personas, pero representativo de la temática, para un avance y profundización en los aspectos más relevantes relacionados con la misma.

Los datos surgidos se han adaptado al DAFO que presentamos a continuación.



Dos mesas participativas específicas de esta temática

Realizadas el 5 de julio y el 26 de julio del 2016, respectivamente, y abiertas a toda la población del Altiplano de Granada.

Estas mesas han tenido su propia metodología participativa diseñada para informar, consultar, generar el máximo de información desde la población e implicar a las personas participantes en el propio proceso de construcción de la Estrategia de Desarrollo Rural del Altiplano de Granada.



Los datos que presentamos a continuación están organizados a su vez por una serie de temáticas principales que la población participante en las mesas eligió como prioritarias a trabajar. Estos subtemas dentro del sector PYMEs son:

- Población-Personas
- Cultura
- Formación
- Visión de cultura digital: nuevas tecnologías
- Gestión de empresas: mejora administrativa
- Mercado global: internacionalización
- Género
- Nichos de mercado y turismo
- Medio ambiente
- Administración Pública: políticas



DEBILIDADES

Población-Personas

Las rentas medias del altiplano son aproximadamente 2/3 de los niveles de Granada y Andalucía

Estamos en una zona deprimida y no es la zona mejor del mundo, pero tampoco es la peor

Existe un escaso conocimiento del territorio

Hay rivalidad entre municipios y comarcas

Tiene mucha población prejubilada

Hay acomodamiento y apatía en la juventud

El empleo es precario para la juventud

No existe relevo generacional

Cultura

Localización preferentemente del empresariado en el municipio de Baza, aglutinando éste más de un tercio del empresariado, seguido a gran distancia por Huéscar. Entre ambos aglutinan el 56% del empresariado que emplea personal

Minifundismo empresarial, 1,7 no emplea personal por cada 1 que emplea personal, cifra mayor que en Andalucía

No hay empresas grandes en el altiplano de Granada

Las empresas más grandes del Altiplano no son más de 20 empleados y hay muy pocas

Hay escasez de medianas y grandes empresas

Existe poca dinámica económica y se cubre el servicio rápidamente (lavanderías, catering....)

Existe una amplia cultura de la subvención y el subsidio (SDA) y una economía sumergida que limita el desarrollo empresarial y la generación de riqueza

Hay una cultura del no esfuerzo, de mirar sólo las subvenciones

Cultura

Hay una mentalidad y visión negativa de la imagen del territorio, empresarialmente hablando

No hay visión de futuro

Hay un discurso pesimista del futuro

Hay falta de liderazgo en la zona

Hay una falta de actitud empresarial

No hay espíritu emprendedor en el Altiplano de Granada

Hay que fomentar el autoempleo

Donde más poco espíritu emprendedor hay es en el comercio

Al empresariado le falta mentalidad empresarial

Para emprender hay que tener un proyecto muy estructurado y claro

El empresariado tiene que ser paciente para invertir y esperar un retorno, con una actitud correcta más una formación correcta

Hay falta de cultura financiera e iniciativa emprendedora, empresarial, de liderazgo y de autoempleo, sobretodo en comercio

Hay una cultura de la propiedad arraigada, hay que introducir otras fórmulas como formatos alquiler con perspectiva de optimización fiscal, etc...

Cultura

Existe un elevado individualismo, cultura competidora y de no crear personas aliadas

Existe un pensamiento de compartir ideas como algo negativo

Hay inexistencia de asociacionismo y participación

Encontramos una falta de cultura asociativa empresarial

Hay falta mentalidad participativa en la masa del empresario

El asociacionismo empresarial no funciona, el tejido está desconectado

Las asociaciones empresarial convoca a la gente pero luego la gente no participa

Hay falta de implicación y de acción real con las asociaciones. Hay que criticar y menos y hacer más, que la gente participe en ellas

No se comparte el conocimiento

Hay falta de colaboración empresarial

Existen escasas sinergias, colaboraciones y cooperación entre empresas

Las empresas de servicios a la comunidad dependen del arrojo en la constitución de cooperativas, pero esta cultura no está muy arraigada

Formación

Existe escasez de atención a la formación, desde lo público y desde lo privado: reglada, en idiomas, NTIC, trazabilidad, planes de viabilidad y proyectos empresariales

El sistema de formación no está correlacionado con la demanda profesional en el territorio

Faltan orientadores laborales

Falta una formación profesional dirigida y canalizada para las necesidades de las PYMES de la zona

Hay una mentalidad de las pequeñas y medianas empresas de que el dinero que se gasta en formación es tirado

Hay que concienciar de que la formación es fundamental y básica para las PYMES

Hay necesidad de liderar planes de formación específicos para el sector agrario, comercial y servicios, que están peor estos sectores que el industrial

Debería haber una organización de formación anual de las PYMES planificada

Formación

Los cursos que se venden son cursos muy genéricos que no se adaptan a las necesidades reales de las PYMES

Hay que aceptar las demandas de formación de abajo hacia arriba

Hace falta mucha formación en el comercio

Falta capacitación para manejar equipos

No se sabe idiomas

Hace falta formación en venta internacional

Se puede hacer formación a las PYMES a través de créditos internos a las personas trabajadoras potenciando esta vía

La gente emprendedora también se hace

Se debe aprender que las ideas hay que pasarlas a negocios y acciones concretas

Falta formación en mentalidad empresarial, en emprendimiento

Falta formación en cooperación

Visión cultura digital: nuevas tecnologías

Falta aplicar la innovación a los negocios

Hay que invertir en tecnología como motivo de apuesta a las PYMES y al crecimiento de la zona

No se entiende de nuevas tecnologías y las redes sociales para PYMES

Existen carencias en el comercio en lo digital: páginas web, redes sociales, etc...

El comercio digital es una necesidad

No se sabe cómo posicionar los negocios a nivel digital

No se está incorporado a las PYMES en las plataformas profesionales de comercio

Falta mejor ADSL para desarrollar las PYMES

Hay que traer fibra óptica de calidad al altiplano de Granada

Gestión de empresas: mejora administrativa

Faltan infraestructuras potentes para PYMES

Se necesita un enfoque empresarial previo para avanzar

Hay una poca atención a la información: técnica, de mercado y/o institucional

No se sabe hacer planes de viabilidad ni proyectos empresariales en condiciones

No se sabe estructurar las propias empresas pequeñas, sobre todo en el sector comercio

Le falta al empresariado gestionar mejor al personal

Hay necesidad de detectar personas líderes para los proyectos

No se sabe dirigir equipos

Las PYMES tienen que llevar mejor las políticas de inversiones

Existe poca diversificación y debilidad financiera que condiciona la posibilidad de desarrollar políticas de fomento de calidad, promoción, comercialización e innovación

Falta cultura financiera, por ejemplo, no se sabe negociar con las entidades bancarias, se utilizan pólizas de manera indiscriminada de gestión de gastos corrientes, etc...

Gestión de empresas: mejora administrativa

Hay una falta de vertebración de la cadena, lo que hace perder gran parte del valor añadido de los productos, que se concentra fundamentalmente en la distribución

Las PYMES son débiles en marketing

No se sabe atender mejor a los clientes

Existe un déficit en estrategias de marketing y comercialización

En el comercio, en general, existe un fuerte peso de la oferta comercial minorista, con fuerte presencia de negocios familiares con una gestión en muchos casos obsoleta

El comercio en los pueblos pequeños no avanza por el efecto absorbente de Baza y Huéscar

No hay gestión activa de comercios

Al comercio le falta mucha cultura empresarial

Los servicios a las empresas están muy poco desarrollados

Hay una necesidad de unirse las empresas para apoyarse y venderse

No se crean alianzas y colaboraciones para hacer nuevas iniciativas y ser más competitivos y más fuertes

Gestión de empresas: mejora administrativa

Falta una "gestión activa" de los negocios: atraer público, asociarse para generar una tarjeta de clientes que conexiones negocios, potenciar nuestra gente...

No hay una imagen potente en la zona

Existe poca participación de empresas en foros para potenciar unidad y crecimiento

Las PYMES deberían unirse para plantear problemas reales de sensibilización, de concienciación, falta de infraestructuras...

Hay que adaptarse a los tiempos y modernizar los negocios

Encontramos un limitado impulso innovador y un reducido nº de patentes en el Altiplano en relación a la provincia

Hay pocas patentes en el altiplano en relación a la provincia de Granada: 4 frente a las 404 como patentes vía nacional; 11 frente a las 247, en el modelo de utilidad; y 6 frente a 175 en el diseño industrial, respectivamente del altiplano en relación a provincia de Granada

Género

Hay una falta de igualdad de género

Existe brecha salarial de género

Las mujeres poseen el rol tradicional de la carga familiar

No hay guarderías en las empresas

El empresariado del Altiplano está claramente masculinizado, existe un menor número de empresas encabezadas por mujeres que por hombres, y las diferencias son aún mayores cuando se analizan empresas con personal contratado

Escaso dinamismo empresarial en mujeres. Necesidad de cambio de actitud y mayor conocimiento empresarial para mujeres.

Mercado global: internacionalización

Existe déficit y/o mala calidad de infraestructuras en general en el Altiplano de Granada: comunicaciones, energéticas, o telecomunicaciones; y mala planificación de polígonos industriales y viveros de empresas que no se dotan de infraestructuras básicas

Hay que concienciar que el intercambio de experiencias no crea competencia interna sino que fortalece la competencia hacia fuera del Altiplano

Falta profundización en la promoción de productos y acceso al conocimiento para moverlos en el mercado

Existe una escasa iniciativa de venta al exterior

Hay un escaso éxito de experiencias de distribución como las "Tiendas de la Tierra"

Nichos de mercado y turismo

Falta una masa social preparada para trabajar cualificadamente en los sectores que se están demandando

No hay transformación agraria

Existe una pérdida de la tradición artesanal

El desarrollo de la promoción turística no está en manos del sector empresarial

No se está incorporado las PYMES a plataformas profesionales de turismo

Medio ambiente

Las energías limpias, el turismo y los parques naturales están mal gestionados

Administración pública: políticas

La Administración pública no cuenta con el tejido empresarial del Altiplano de Granada

Falta de concienciación empresarial en el personal político

No se apoya a las pequeñas y medianas empresas

Los Ayuntamientos no escuchan las demandas del sector empresarial

No hay apoyo de los Ayuntamientos a las empresas locales y del Altiplano

AMENAZAS

Población-Personas

Existe despoblación y escaso poblamiento en el Altiplano de Granada

No hay relevo generacional

Existe ausencia de recursos disponibles en materia de juventud

Cultura

Hay clientelismo de subvenciones y hay que cambiar la tendencia. S hay necesidad entonces es cuando hay que pedir las subvenciones y no al revés

Existe una economía sumergida que produce competencia desleal

Visión de cultura digital: nuevas tecnologías

Hay falta de cultura digital en el Altiplano de Granada

El ADSL del Altiplano no es potente, impide la implantación de empresas de otros lugares

Fuera se están aprovechando más de los avances del comercio digital que en la zona

Gestión de empresas: mejora administrativa

Existe un limitado impulso innovador

Mercado global: internacionalización

La globalización induce la competencia con productos procedentes de otros países en los que la producción es mucho más barata, sobre todo con el mercado oriental

Existe una acaparamiento por parte de las grandes empresas foráneas de los servicios a prestar en la zona

Hay una gran cultura del ocio hacia los grandes centros comerciales de Granada, Lorca y Murcia

Existe una crisis del comercio tradicional por la competencia de las grandes superficies, cada vez están más cerca por la mejora de las comunicaciones

Hay faltan de servicios para las PYMES que quieran implantarse en la zona

Nichos de mercado y turismo

Hay una escasa inversión en agricultura

Medio ambiente

El cambio climático es una amenaza por sí

Administración Pública: políticas

Es una amenaza la inestabilidad política

Hay falta de apoyo de la administración a las PYMES

Las instituciones tienen que apoyar y hacer visible el potencial empresarial de la zona para sacarlo al mundo y enseñarlo en sus entornos

Las administraciones nacionales y regionales no escuchan las necesidades de los pequeños empresarios en: infraestructuras, formación reglada, etc.

No hay apoyo de la administración para carretera, comunicaciones, estructuras que faciliten la labor de las PYMES

No hay incentivación desde la administración al apoyo a las PYMES

Existe mucha burocracia

FORTALEZAS

Población-Personas

Existen recursos humanos en la zona

Tenemos gente joven muy formada con ganas de trabajar

Las rentas declaradas por estimación directa y objetiva en el Altiplano (13,68%) muestran la relevancia de los autónomos en el proceso productivo

Hay jóvenes emprendedores de la zona que son grandes ejemplos de emprendimiento

Cultura

Existe capacidad de crecimiento en el Altiplano de Granada

Se tiene empresas arraigadas en el territorio

Las empresas actuales de la zona se han situado aquí por arraigo personal

Ha habido una consolidación progresiva de las cabeceras de comarca como ciudades comerciales

La gente del territorio está haciendo discursos positivos de las empresas que son ejemplos

Hay buenas ideas de negocio en el territorio

Hay más ejemplos de empresas buenas en el Altiplano de lo que se piensa

Se está transformando lo negativo en positivo y con buenas prácticas

Donde hay más espíritu emprendedor son en las PYMES

Existe mucha ilusión de proyectos emprendedores para salir adelante y las personas que lo están desarrollando se lo creen

Formación

Existe una elevada formación de determinado sector empresarial joven

Visión de cultura digital: nuevas tecnologías

Las empresas del Altiplano que se están moviendo en páginas web, blog, etc... están marcando la diferencia

Gestión de empresas: mejora administrativa

El total de empresas en el Altiplano se mantiene por los buenos datos de Benamaurel, Freila y Zújar; y la reestructuración por divisiones económicas

La mayoría de empresas del Altiplano son pequeñas y medianas empresas

Existe calidad del producto

Se depende en mayor medida del sector industrial en relación a Granada o Andalucía, con una alta relativa presencia del sector industrial en la zona

Las inversiones que se llevan a cabo en la zona en mayor medida son en el sector industrial. Podríamos estar asistiendo a una modernización vía industrialización

Hay un relevo generacional en las familias de empresarios con incorporación de jóvenes emprendedores aplicando innovación: I+D+i, patentes, etc.

Los equipos implicados dentro de una empresa copartícipes de los objetivos empresariales, funcionan muy bien

Existe un trato personal y cercano con los clientes

A veces hay espacios de encuentro, como los desarrollados por el Plan Estratégico del GDR, para conocerse, saber problemas, dificultades y ventajas de la PYMES

Se están compartiendo experiencias de trabajo como intercambio de PYMES

Existe el Programa "Crece Con" donde se habla de ideas y cómo transformarlas en negocios, aplicando técnicas como el CANVAS

Mercado global: internacionalización

Hay una posición geográfica potencialmente estratégica

El Altiplano ofrece: calidad de vida y humana a profesionales libres y empresas que no requieran infraestructuras duras (empresas de nuevas tecnologías como por ejemplo, desarrollo de software, comercializadoras, empresas creativas, etc.)

Se tiene que potenciar lo que hay y dar una imagen de empresas más potente

Hay empresarios de la zona que han llegado a muchos rincones del mundo con sus productos

Hay buenas prácticas empresariales en el territorio de explotación internacional

Hay gente joven que está transformando las empresas familiares, hijos y nietos, y las están internacionalizando, comercializando, aplicando I+D+I

Nichos de mercado y turismo

Hay muchos nichos por explotar en el Altiplano de Granada

Estamos asistiendo a transformaciones de explotaciones agrícolas

Es una fortaleza el IGP del Cordero Segureño

El turismo en sí es un valor

Medio ambiente

Los recursos naturales son una fortaleza para el Altiplano de Granada

OPORTUNIDADES

Población-Personas

La juventud es una oportunidad como recurso humano

Cultura

Hay que desarrollar unas buenas bases en las asociaciones empresariales

Visión de cultura digital: nuevas tecnologías

Están proliferando empresas de nuevas tecnologías o de carácter creativo

Hay que aprovechar las nuevas tecnologías

Existe un desarrollo del teletrabajo

Potenciar la posibilidades de subvención para página web de empresas y tarjeta comercial

Hay iniciativas en la redes como el "crowdfunding" para apoyar a proyectos emprendedores, con fórmulas alternativas de financiación

Se están promocionando fondos de inversión diferentes, de capital de riesgo, en redes en "vini enver" (ejemplo: Alhambra aventura)

Gestión de empresas: mejora administrativa

Es una oportunidad la creación de una bolsa de trabajo seleccionada

Existen fábricas blancas con las que se puede colaborar, es decir, son fábricas que están ya funcionando y con las que se pueden organizar para empezar los propios proyectos

Hay canales de comercialización que se pueden aprovechar

Existen formas alternativas de financiación y de inversores

Mercado global: internacionalización

Es una oportunidad la internacionalización y búsqueda de mercados exteriores

Existe una tendencia a buscar productos de calidad en general

Existe una tendencia a buscar un comercio especializado en situ

Hay buenas prácticas en otros territorios con intercambio de experiencias intra e interterritorial.

Nichos de mercado y turismo

Hay un desarrollo del sector agrícola y de transformación agraria

Hay desarrollo del sector turístico

Existe un desarrollo del turismo que beneficia bastante al comercio de calidad

El envejecimiento poblacional está generando un turismo residencial, en muchos casos de la tercera edad

La Ley de Dependencia es una oportunidad de desarrollo de empresas de servicios a la comunidad

Existen posibilidades de negocio en: mecánica de precisión, comercio, servicios a las empresas, entre otros

Medio ambiente

Existe un aprovechamiento de las energías renovables

Administración Pública: políticas

Se propone como oportunidad quitar a las mancomunidades la capacidad económica de potenciar la zona a favor del sector empresarial

Hay que potenciar las posibilidades de subvención para un discurso optimista para el Altiplano de innovación

Se propone la posibilidad de subvención de un centro comercial abierto con el de Antequera