



Ayuntamiento de  
**El Puerto de Santa María**

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS



Oportunidades de negocio  
**Aula de creación de  
empresas innovadoras**

# Índice

1.	Introducción	pág. 3
2.	Herramientas: Generación de ideas	pág. 4
1.	Brainstorming	pág. 5
2.	Técnica 365	pág. 6
3.	Análisis morfológico	pág. 7
4.	Método SCAMPER	pág. 8
5.	Método Mapa de Empatía	pág. 9
3.	Herramientas: Análisis	pág. 10
1.	DAFO	pág. 11
2.	VRIO	pág. 12
3.	CANVAS	pág. 17
4.	Análisis del entorno de El Puerto de Santa María	pág. 19
1.	Industria Aeronáutica y Naval	pág. 20
2.	Agricultura y pesca	pág. 25
3.	Turismo, cultura y ocio	pág. 30
4.	Comercio menor	pág. 35
5.	Energías renovables, eficiencia energética y construcción sostenible	pág. 39
6.	Sector vitivinícola	pág. 44
7.	Sectores alternativos	pág. 47
5.	Ámbito de Oportunidades	pág. 49

6.	Fichas de ámbitos	pág. 53
1.	Aplicación de materiales compuestos	pág. 54
2.	Modernización e innovación del comercio tradicional del centro	pág. 59
3.	Implantaciones comerciales que integren el patrimonio y su puesta en valor	pág. 64
4.	Diversificación de los cultivos tanto en secano como en regadío	pág. 69
5.	Modernización e innovación en la hostelería	pág. 74
6.	Aprovechamiento del entorno del río Guadalete	pág. 79
7.	Diversificación de la producción vitivinícola a cervezas artesanas y a pequeñas productoras de vino	pág. 84
8.	Aprovechamiento del patrimonio vitivinícola con potencial turístico	pág. 90
9.	Eficiencia energética: consultoría e instalaciones de energía	pág. 95
10.	Comercio electrónico y desarrollo de servicios online	pág. 100
11.	Potenciar el turismo náutico	pág. 105
12.	Aplicaciones de las TIC y nuevas tecnologías en el sector agrícola y pesquero	pág. 110
13.	Innovación en servicios profesionales	pág. 115
14.	Servicios de wellness y salud	pág. 120
15.	Servicios de reparto a domicilio	pág. 125
7.	Plan estratégico: El Puerto Innova	pág. 130

# 1. Introducción

El Puerto de Santa María cuenta en su entorno con multitud de recursos disponibles para su explotación. Estos, tienen un gran potencial que ayudaría a la ciudad a desarrollarse. Algunos de estos recursos están siendo infráutilizados o bien, pese a ser utilizados, cabe una posible reinterpretación de su uso.

Con el fin de ayudar a los emprendedores de El Puerto de Santa María este proyecto tratará de detectar ámbitos en los que haya oportunidades de negocio a través del entorno y sus recursos, incentivando su movilización y puesta en valor, desarrollando en este documento los ámbitos a partir de análisis, de modo que se dota a los emprendedores de un punto de partida, a través del que desarrollar su tarea creativa y de puesta en marcha de nuevos proyectos.

Por otra parte, de forma complementaria se va a explicar las formas de desarrollar los ámbitos detectados que resultan interesantes, mediante una serie de herramientas, tanto de análisis como de generación de ideas como de desarrollo del Modelo de Negocio, que ayudarán a emprendedor en su tarea creadora.

Por último, se relacionarán estos ámbitos con la estrategia de ciudad, con la estrategia de El Puerto, de modo que todos miremos en una misma dirección.

## 2. Herramientas: Generación de Ideas

Con el fin de ayudar al emprendedor en la generación de ideas, dentro de los ámbitos de oportunidades de negocio que se presentarán en este documento, aquí se facilitará una serie de herramientas que les serán de gran ayuda en su tarea creativa, y que son los siguientes:

1. Brainstorming
2. Técnica 365
3. Análisis morfológico
4. Método SCAMPER
5. Método Mapa de empatía

## 2. Herramientas: Generación de Ideas

### 2.1 Brainstorming

El **Brainstorming** o “Lluvia de ideas” es una herramienta de trabajo grupal para la generación de ideas sobre un tema o problema.



#### Proceso

1. Definición del problema
2. Selección del conductor del ejercicio
3. Explicar reglas
4. Emisión de ideas
5. Finaliza cuando no hay más ideas o el tiempo estimado concluye.
6. Análisis, evaluación y organización de las ideas

#### Reglas

1. No se debe repetir ideas
2. No se critican
3. No interpretar o cambiar ideas
4. Escribir problema e ideas en un papel o pizarra
5. No monopolizar la actividad



## 2. Herramientas: Generación de Ideas

### 2.2 Técnica 365

La **técnica 365** combina la creación de ideas grupales con las individuales, ayudando así a generar mayor cantidad de ideas. Además, se puede llevar a cabo a través de internet, ya que, no es necesario que el grupo se sitúe físicamente en el mismo espacio.

3

IDEAS

6

INTERVENCIONES

5

MINUTOS

#### Proceso

1. Se plantea el problema
2. Reparto de 6 folios, uno por participante
3. Cada participante tiene que desarrollar 3 ideas concretas en una hoja.
4. 5 minutos para escribir la idea
5. Pasar folio al siguiente compañero, que podrá leer las ideas anteriores para buscar inspiración.
6. Repetir proceso 6 veces.



## 2. Herramientas: Generación de Ideas

### 2.3 Análisis morfológico

El **Análisis Morfológico** o “Caja morfológica” consiste en la descomposición del problema en sus elementos esenciales. Identificando estos elementos se construye una matriz que, a través de la combinación de los elementos, dará origen a nuevas ideas.

Compañía	Duración	Lugar	Momento
Sólo	Un día	Playa	Verano
En pareja	Varios días	Campo	Después del verano
Con los niños	Una semana	Montaña	Navidad
En familia	Varias semanas	Francia	En un puente
Con los amigos	Un mes	USA	En Semana Santa

Proceso:

1. Definición del problema
2. Identificación de los parámetros
3. Construcción de matriz o caja morfológica
4. Combinar posibilidades
5. Evaluar y analizar las mejores opciones

## 2. Herramientas: Generación de Ideas

### 2.4 Método SCAMPER

El **Método SCAMPER** se basa en la idea de que, para generar algo original o creativo, no se tiene por qué crear necesariamente algo nuevo, sino que se puede lograr a partir de cambios o nuevas combinaciones de algo ya existente.

De esta forma, la palabra SCAMPER es una sigla que está formada por:

Sustituir

Combinar

Adaptar

Modificar

Poner en  
otros usos

Eliminar

Reordenar

El proceso de generación de ideas que sigue este método es:

1. Definición del problema
2. Planteamiento de las preguntas utilizando los verbos de acción incluidos en la palabra SCAMPER
3. Evaluación y selección de ideas



## 2. Herramientas: Generación de Ideas

### 2.5 Método Mapa de Empatía

El **Mapa de empatía** es una herramienta destinada a conocer en profundidad a los clientes, a través de sus sentimientos, su entorno y sus propias necesidades, con el objetivo entenderle mejor y segmentar de una mejor manera el mercado. A través de esta herramienta podremos detectar nuevos nichos de mercado actualmente insatisfechos, o nuevas metodologías para satisfacer con mayor eficacia las necesidades del cliente.

Proceso:

1. Segmentación del mercado

Agrupar a los clientes de la forma tradicional

2. Especificación del cliente

Caracterizar los segmentos hacia una persona

3. Empatizar

ELABORACIÓN DEL MAPA

4. Validar

Salir a campo y validar las hipótesis obtenidas

Mapa de empatía:



### 3. Herramientas: Análisis



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

Una vez generada la idea, se procederá a analizar su viabilidad, mediante la observación de sus puntos fuertes y débiles, así como los recursos de los que se dispone, además de un análisis más exhaustivo de su modelo de negocio, mediante las siguientes técnicas:

1. DAFO
2. VRIO
3. CANVAS

## 3. Herramientas: Análisis

### 3.1 DAFO

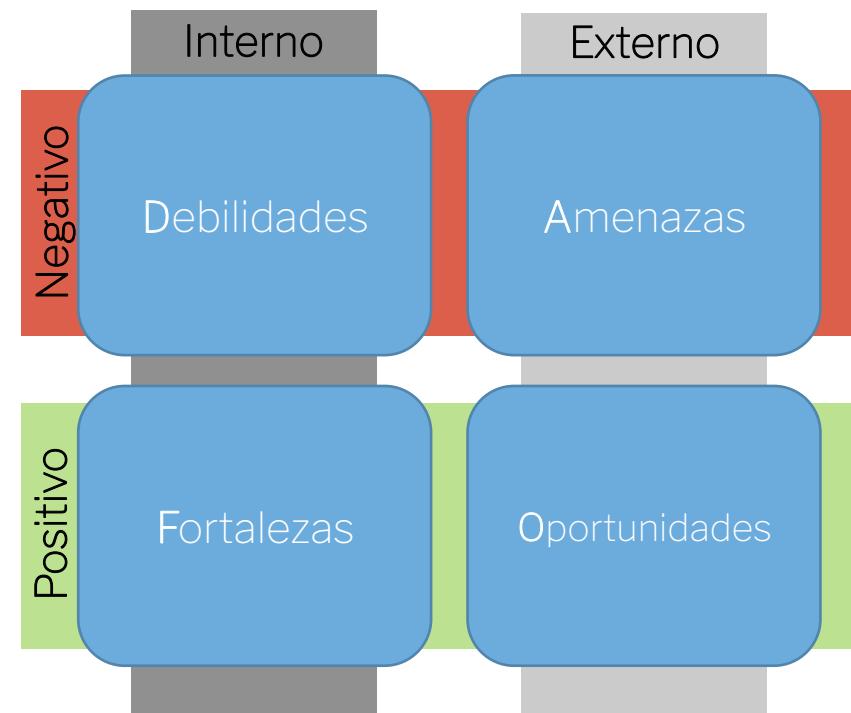
El **análisis DAFO**, también conocido como análisis FODA o DOFA, es una herramienta de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada.

#### DEBILIDADES:

Carencias del proyecto que constituyen obstáculos internos al logro de la misión o de los objetivos iniciales

#### FORTALEZAS:

Puntos fuertes internos del proyecto que favorecen el logro de los objetivos



#### AMENAZAS:

Factores externos o situaciones que pueden impedir o afectar negativamente al éxito del proyecto

#### OPORTUNIDADES:

Factores externos o situaciones que facilitan la consecución de los objetivos

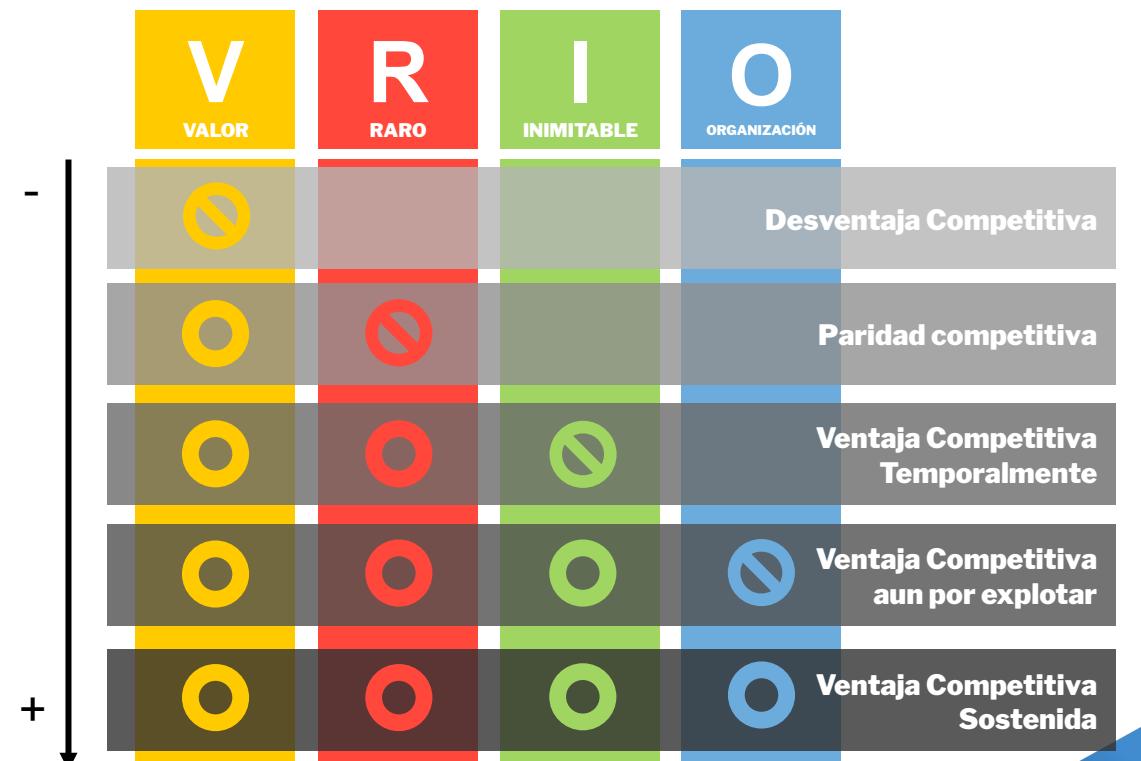
### 3. Herramientas: Análisis

#### 3.2 VRIO

El **análisis VRIO** es una herramienta de análisis que permite a la empresa conocer cuáles son los recursos y capacidades de los que dispone, y, a partir de ahí, desarrollar una ventaja competitiva sostenida en el tiempo, que le aporte valor y que sea capaz de diferenciarla.

Estos recursos se muestra progresivamente según las cualidades que incorporan. Desde el recurso que no tiene cualidades, lo que supone una **Desventaja Competitiva**, hasta aquel recursos que los incorpora todos y supone una **Ventaja Competitiva Sostenida**.

-  No tiene esta cualidad ni las siguientes.
-  Incorpora esta cualidad.





## 3. Herramientas: Análisis

### 3.2 VRIO

A continuación se detallan las cualidades que se toman en consideración y que se incorporan progresivamente a cada nivel.

Valor: Capacidad de un negocio de explotar las oportunidades.

Raro: Difíciles de obtener en el mercado, específicos para la empresa.

Inimitable: Difícil de copiar, supondría un alto coste a la competencia.

Organización: Si la empresa está capacitada para captar valor y si los recursos son explotados eficientemente.





## 3. Herramientas: Análisis

### 3.2 VRIO

#### Desventaja competitiva (No posee ninguna característica)

En estos casos hablamos de la carencia de un recursos, su posible ineficiencia o inexistencia, lo que provoca un desventaja respecto de otros mercados o negocios.

Por ejemplo en el caso A1: Aplicación de materiales compuestos (se verá en el punto 6) la difícil accesibilidad a los medios técnicos, los cuáles solo se encuentran en algunos casos en empresas muy restrictivas como Navantia, Airbus o Carbures, complica el desarrollo de aplicaciones para estos compuestos.

#### Paridad competitiva (Valor)

Estamos ante recursos y capacidades que aportan valor, su explotación nos permite competir con otros mercado o negocios similares con cierta igualdad.

Por ejemplo en el caso A1, en el entorno de la Bahía de Cádiz contamos con la tecnología necesaria para el desarrollo de innovaciones en este campo.



## 3. Herramientas: Análisis

### 3.2 VRIO

#### Ventaja competitiva temporalmente (Valor y raro)

Este recurso o capacidad nos proporciona una ventaja temporal en el mercado gracias a la rareza de estos, sin embargo más tarde o más temprano algún competidor podrá neutralizar esta ventaja accediendo a un recurso igual o similar.

En el caso A1 estamos ante “Proveedores”, dado que la Bahía de Cádiz cuenta con empresas de gran tamaño y de alta innovación en el sector. Este aspecto suponía en el inicio una cierta desventaja al ser poco accesible, sin embargo como proveedores puede suponer una ventaja temporal que Carbures, por ejemplo, colabore con un proyecto de desarrollo en materiales compuestos.

#### Ventaja competitiva aun por explotar (Valor, raro e inimitable)

Este recurso está disponible y sin embargo no se le saca el partido necesario. Es un recurso difícil de imitar, lo que nos permitirá obtener una ventaja altamente perdurable.

En el caso A1 tenemos un equipo humano altamente cualificado en el manejo y desarrollo de materiales compuestos en el entorno, los cuales, sabiendo aprovechar sus conocimientos y capacidades pueden generar innovaciones o reinterpretaciones en el uso de estos materiales.

El valor humano es inimitable o costoso de neutralizar.



## 3. Herramientas: Análisis

### 3.2 VRIO

#### **Ventaja competitiva sostenida (Valor, raro, inimitable y organizada)**

Estamos ante un recurso o capacidad que presenta todas las características anteriores y que, además, estamos capacitado de explotar al 100%, consiguiendo por tanto una ventaja competitiva sostenida.

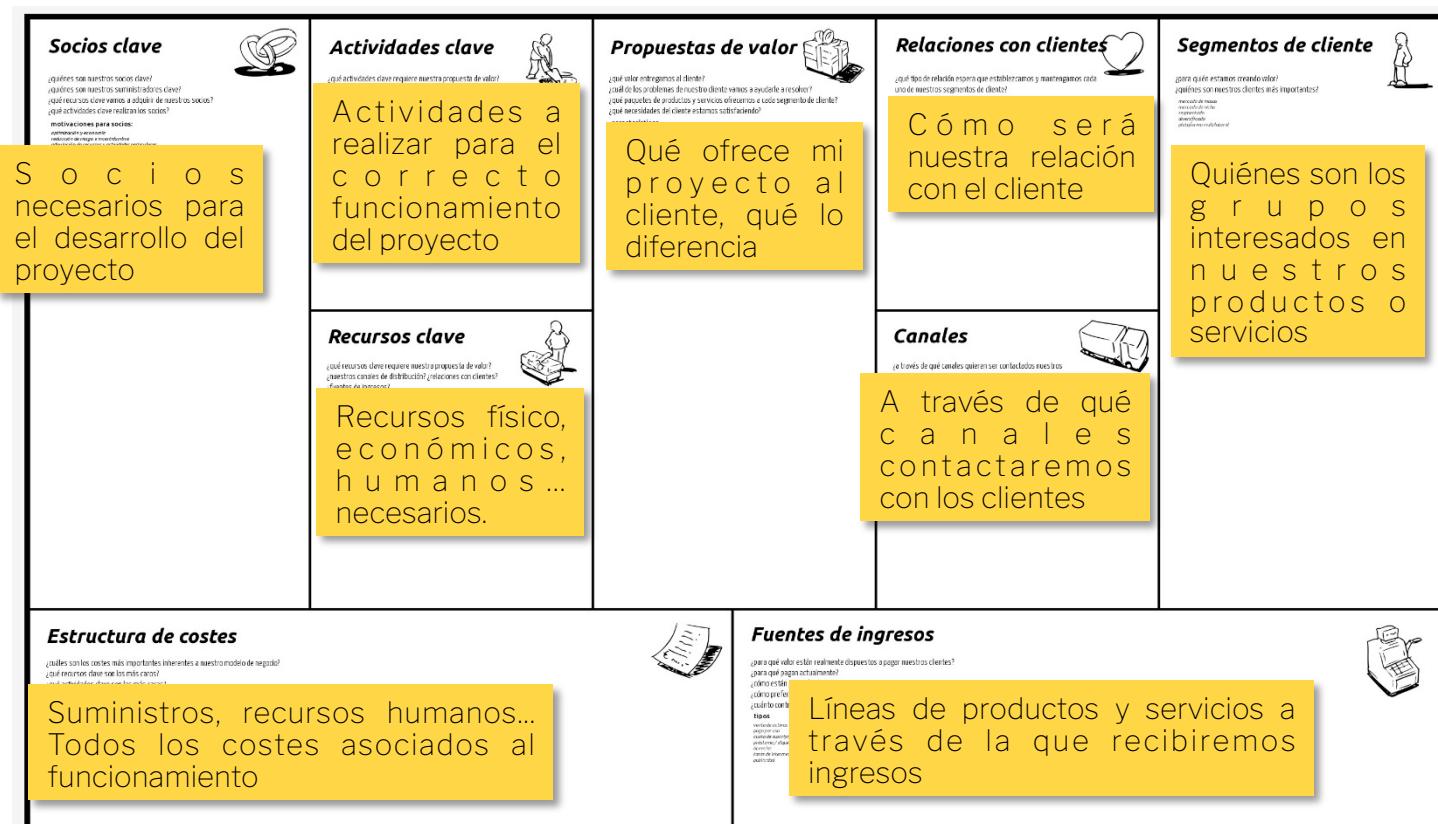
En el caso A1 las empresas del entorno son innovadoras, están explotando sus recursos y sacándoles partido. Los proyectos desarrollados en el área de los materiales compuesto, con la colaboración de los organismos pertinentes, pueden permitir un motor de desarrollo innovador sostenible, creando un área de colaboración tecnológica único.



# 3. Herramientas: Análisis

## 3.3 Canvas

La mejor manera de describir un modelo de negocio es dividirlo en nueve módulos básicos que reflejen la lógica que sigue una empresa. Se realizará una adaptación para aplicar estos aspecto a los ámbitos de oportunidades, detectando elementos clave en cada uno de los módulos.



## 3. Herramientas: Análisis

### 3.3 Canvas

**Socios clave:** Agentes necesarios para el desarrollo de la actividad, que ayuden a complementar las capacidades y a optimizar la propuesta de valor. Estos pueden ser tanto organismos públicos como empresas privadas.

**Actividades clave:** Actividades internas para entregar la propuesta de valor, tales como, producción, marketing, actividades estratégicas, etc.

**Recursos clave:** Activos que necesita para desarrollar la actividad, así como la cantidad y la calidad de estos, lo que permitirá saber la cuantía de la inversión a realizar.

**Estructura de costes:** En ella se ven recogidos todos los costes que la empresa deberá soportar durante el desarrollo de la actividad. Es muy útil para optimizar los costes, determinar el precio de los productos que ofrece y diseñar un modelo de negocio eficiente.

**Propuesta de valor:** Cómo se le da respuesta a las necesidades del cliente, es decir, ¿Qué es lo que te diferencia del mercado?

**Relación con el cliente:** Establecer relaciones según las características y necesidades del cliente. Es uno de los aspectos más importantes en el éxito de un negocio y uno de los más complejos de llevar a cabo, además la relación con el cliente deberá ser coherente con el segmento de cliente, con la propuesta de valor y está condicionado a los recursos de la empresa.

**Canales de distribución:** Forma en la que se establecen contactos con los clientes, y se basa en entregar la propuesta de valor a cada segmento.

**Segmentos de cliente:** Trata de conocer mejor el público objetivo y agruparlos para conocer mejor a quién dirigir la oferta, es decir, conocer sus preferencias, gustos y deseos. Son la base del negocio, por lo que se hace necesario conocerlos perfectamente.

**Fuentes de ingreso:** Flujo de generación de ingresos en la empresa, que puede ser directa o indirecta, o en un solo pago o fraccionado. Además, también proporciona conocimiento sobre cuánto está dispuesto a pagar el cliente.

## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

En el entorno de El Puerto de Santa María se detectan los siguientes sectores y recursos, a través de los cuales deben surgir nuevas oportunidades de negocios.

Sectores	Recursos
Industria Aeronáutica	Climatología
Industria Naval	Recursos Culturales
Turismo, cultura y Ocio	Stakeholder
Comercio menor	Recursos naturales: Sal, esteros, pesca...
Vitivinícola	Recursos Humanos
Agrícola	
Pesquero y agricultura	
Energías renovables, eficiencia energética y construcción sostenible	

A continuación, se va a proceder al análisis de los distintos sectores aquí mencionados, con el fin de conocer el entorno que rodea a El Puerto de Santa María.

## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.1 Industria Aeronáutica y Naval

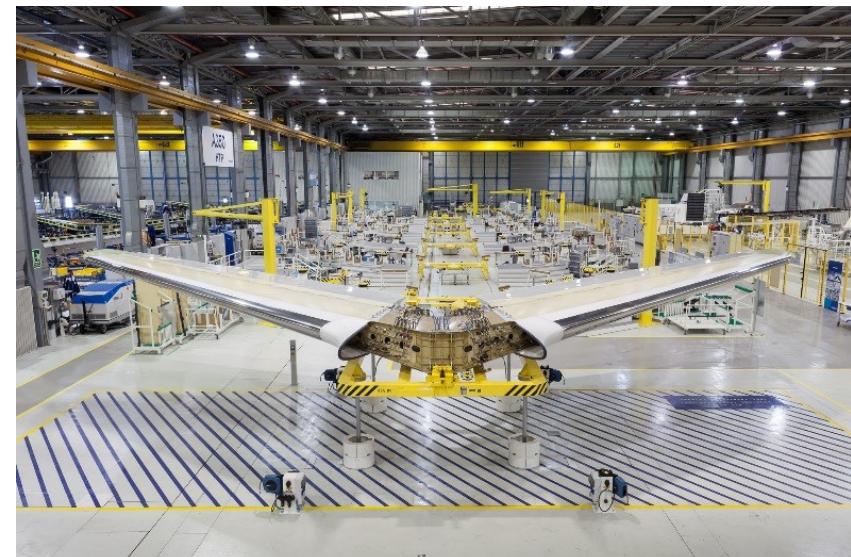
Para la Bahía de Cádiz éstas son las principales industrias tractoras del empleo y economía local, viéndose reflejado en el gran número de empresas auxiliares que se originan en su entorno, creando un ecosistema empresarial.

Los principales pilares que sustentan el sector aeronáutico en Cádiz son AIRBUS OPERATIONS en Puerto Real y AIRBUS DEFENCE & SPACE en El Puerto de Santa María.

Debido a las necesidades que éstas muestran ha surgido en la bahía empresas con gran capacidad industrial, técnica y financiera, que les permite hacer frente a la demanda que requieren los proyectos de las grandes compañías, estos son:

**Alestis Aerospace:** Con una planta situada en Puerto Real y otra en El Puerto de Santa María.

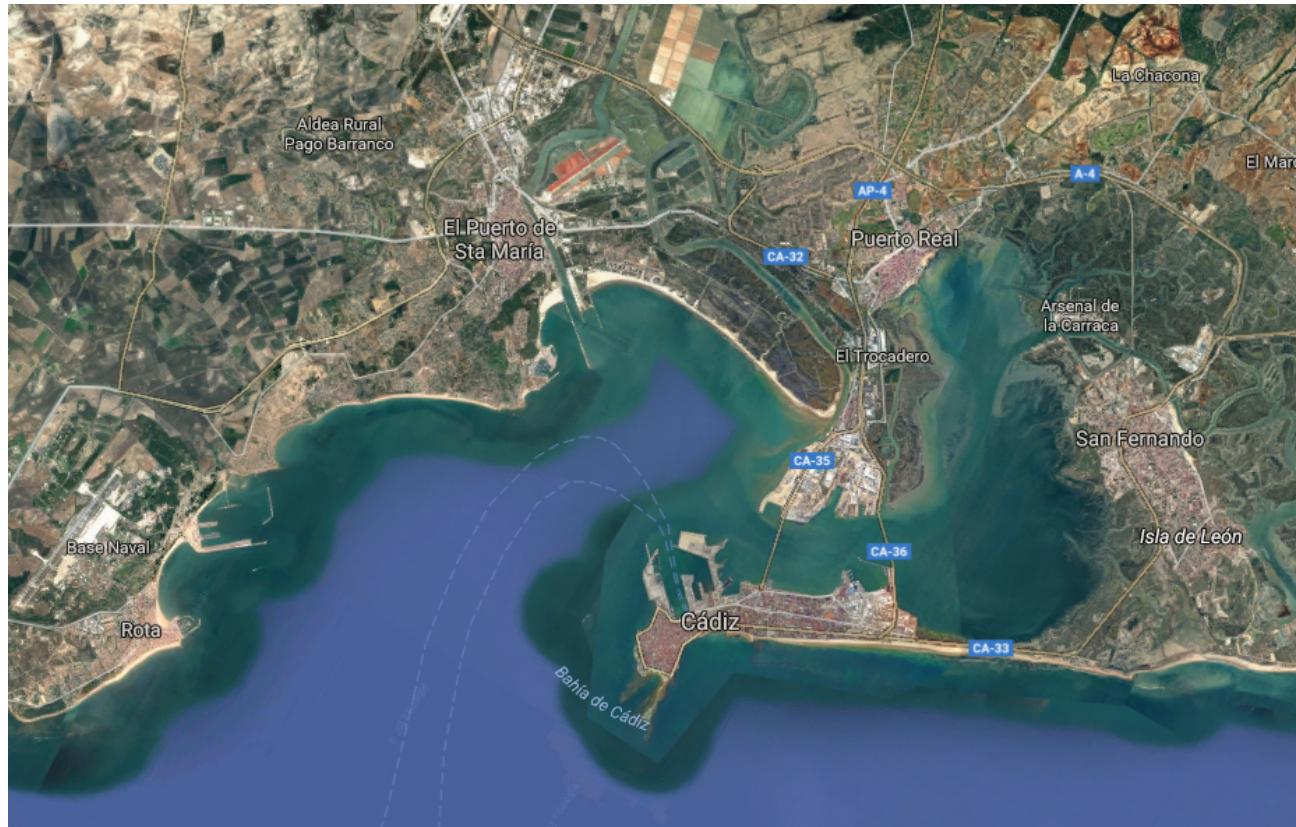
**Aernnova Andalucía (Intec Air)** situada en Cádiz



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.1 Industria Aeronáutica y Naval

En el ecosistema creado por el sector aeronáutico se ha detectado hasta 41 empresas auxiliares o subcontratistas para las principales empresas tractoras. En este sentido, El Puerto de Santa María destaca con hasta 15 empresas por delante de Cádiz con 11.



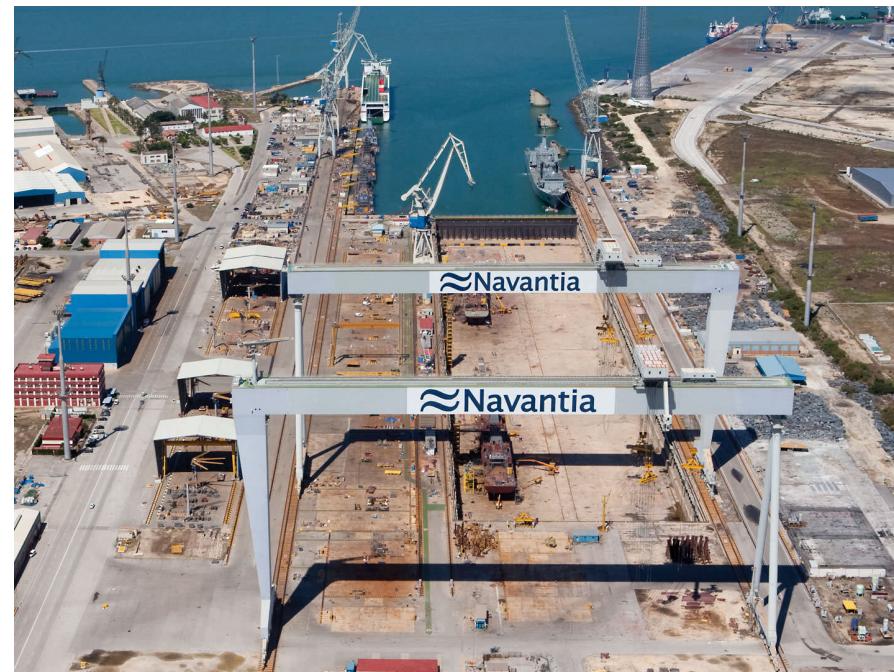
## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.1 Industria Aeronáutica y Naval

El sector naval ha sido tradicionalmente el sector tractor de la zona, como consecuencia de la tradición marinera de las localidades que componen la Bahía, hasta su declive.

Los grandes centros de producción se encuentran localizados en Puerto Real, Cádiz y San Fernando, siendo propiedad de Navantia y Dragados Offshore.

El declive en el sector ha hecho mella en el desarrollo de las empresas auxiliares, que pese a ser muy amplio ha visto reducido su número al no poder subsistir muchas de ellas sin la carga de trabajo de los astilleros. De igual manera, la mano de obra se ha visto obligada a emigrar en busca de trabajo, lo que ha provocado un déficit en personal cualificado.



## **4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María**

### **4.1 Industria Aeronáutica y Naval**

#### Oportunidades:

Se observa que entorno a estas empresas tractoras, se generan nuevos conocimientos y tecnologías que, siendo aplicadas en nuevo sectores y a través de la innovación, suponen una oportunidad de negocio.

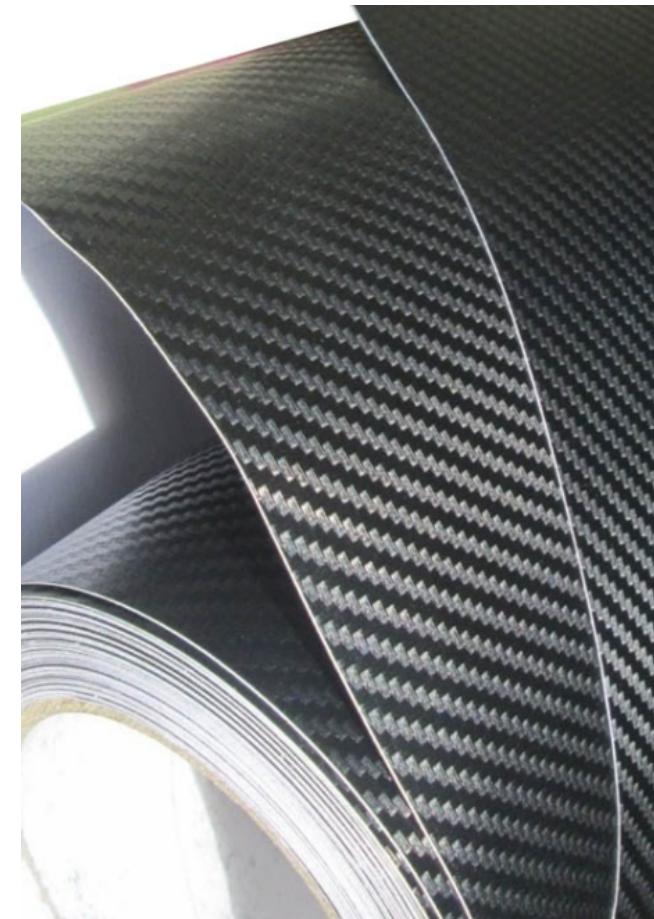
El ejemplo más claro es el de los materiales compuestos como la fibra de carbono y de vidrio, con multitud de aplicaciones fuera de las industrias aeronáuticas y naval, que generan nuevas vías de negocio a explotar.

Por otro lado se detecta un nicho de mercado en la industria naval a menor escala que lo ofrecido por gigantes como Navantia, en nichos de mercado que tienen un nuevo auge como son las reparaciones de embarcaciones, el mantenimiento y la readaptación de barcos.



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.1 Industria Aeronáutica y Naval



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Declive del sector naval</li><li>• Dependencia de astilleros para empresas auxiliares</li><li>• Déficit de mano de obra cualificada</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Existencia de otros países y regiones más atractivos para la mano de obra cualificada</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ecosistema empresarial</li><li>• Presencia de AIRBUS y NAVANTIA</li><li>• Algunas empresas auxiliares asentadas</li><li>• I+D desarrollado</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Innovación tecnológica en nuevos sectores</li><li>• Servicios destinados a la reparación de embarcaciones</li><li>• Aprovechamiento I+D</li></ul>

## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.2 Agricultura y pesca

Las empresas del sector destaca por su carácter familiar e individual. En la que existe poca presencia de la mujer, dependen de ayudas públicas y es un sector donde destaca la falta de formación.

**Pesca:** Tienen numerosas limitaciones, como puede ser el volumen de las capturas, que están muy reguladas, y que tienen poca actividad extractiva. Por otra parte, el comercio en la lonja pesquera está en auge y se han revalorizado el producto de la lonja local.

**Sector acuícola:** Es un sector innovador, con poca relevancia en la ciudad y orientadas a la tecnología. Cultivo intensivo, de gran inversión y grandes empresas. Los esteros no están preparados y poca superficie para el desarrollo de este sector.

**Agricultura:** Falta de relevo generacional y poca vocación, pese a la incorporación de jóvenes al sector. Los agricultores también tienen importantes limitaciones, por ejemplo que no puedan establecer sus propios precios, el escaso cultivo hortícola y que las grandes empresas copan la distribución comercial. Por todo ello, este sector se está empezando a compatibilizar con el turismo.



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.2 Agricultura y pesca

Actualmente, en El Puerto de Santa María existen alrededor de 20 empresas dedicadas a este sector, incluyendo también empresas dedicadas a la ganadería y silvicultura.

Por su situación geográfica, este sector tiene un gran potencial, debido a que tiene una calidad reconocida en sus productos, son negocios tradicionales de la ciudad, y tiene importantes instalaciones para llevar a cabo el desarrollo de la actividad.



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.2 Agricultura y pesca

Oportunidades:

Una vez analizado el sector, se aprecian grandes vacíos en los que se puede innovar y desarrollar nuevas actividades que ayuden a la economía de El Puerto de Santa María.

Pesca:

Destaca la oportunidad de crear empresas relacionadas con los descartes pesqueros, ya que, con la nueva regulación de la Unión Europea a punto de entrar en vigor, se necesitarán de la creación de un ecosistema de empresas encargadas de su gestión, infraestructura y puesta en valor.

Otra oportunidad de negocio que se observa viene relacionada con la conservación del medioambiente, tanto en el sector pesquero como en el agrícola



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.2 Agricultura y pesca

Oportunidades:

Agricultura:

En el sector de la agricultura se detectan multitud de ámbitos en los que existen oportunidades de negocio e innovación, desde la mejora del agua para los cultivos, la consultoría de sostenibilidad...

Además, cabe la posibilidad de innovar a través de la aplicación de nuevos cultivos, a través del estudio o el benchmarking de terrenos y entornos similares a los de El Puerto de Santa María, tratando de buscar nuevos nichos de mercado con productos agrícolas de gran valor, los cuales podrían ser manufacturados in-situ.

Por último es esencial aplicar las nuevas tecnologías y los sistemas de información al campo, a través de innovaciones que mejoren la eficiencia de los campos mediante la optimización de los recursos y el incremento de la productividad.



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.2 Agricultura y pesca

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Poca presencia de la mujer</li><li>• Falta de formación</li><li>• Limitaciones públicas</li><li>• Poca diversificación en la agricultura</li><li>• Calidad del agua</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Escaso cultivo hortícola</li><li>• Grandes empresas ocupan toda la distribución comercial</li><li>• No integración de las nuevas tecnologías en el campo.</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entorno idóneo para el desarrollo de la actividad.</li><li>• Calidad en los productos</li><li>• Actividades tradicionales</li><li>• Importantes instalaciones</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Subvenciones</li><li>• Comercio de la lonja pesquera</li><li>• Compatibilización con el turismo</li><li>• Descartes pesqueros</li><li>• Conservación del medioambiente</li></ul>

## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.3 Turismo, cultura y ocio

Con respecto a la cultura y ocio, se observa deficiencias en la promoción de actividades y en la colaboración ciudadana. También se observa la escasa existencia de empresas especializadas en el sector y la falta de atracción de estas actividades para el turista.

En cuanto al turismo, cabe destacar que es el motor de la economía local, aunque actualmente se encuentra estancado y con poca planificación estratégica, por lo que destaca la necesidad de atraer al turista y adecuar a él el entorno urbano, ya que, el centro histórico se está despoblando paulatinamente, y durante la temporada invernal los alojamientos permanecen cerrados. Los turistas que más destacan son los propietarios de segundas viviendas y de origen nacional, que tienen su fin en el turismo náutico como veremos un poco más adelante.



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.3 Turismo, cultura y ocio

En el turismo, existen dos sectores claramente diferenciados que son los que más destacan en la zona, estos son:

**Hoteles:** Normalmente son pequeños y medianos, constan de una ocupación media del 40%, acercándose al 100% en verano, y de viviendas de segunda residencia en alquiler, que a veces ejercen la actividad sin ningún tipo de control. También se aprecia la falta de grandes empresas que apuesten por El Puerto de Santa María,

**Restaurantes:** En la localidad existe una amplia oferta gastronómica, pero con falta de calidad, tanto en el producto como en el servicio, y eso, viene explicado por la falta de formación de los trabajadores y por el descuido de la imagen de los establecimientos, además de una creciente oferta gastronómica en ciudades cercanas. En la ciudad, los establecimientos que más destacan son, Aponiente, con dos estrellas Michelin, el cual es el establecimiento más reconocido socialmente, y Restaurante El Faro, otro establecimiento gastronómico con un importante prestigio social



## **4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María**

### **4.3 Turismo, cultura y ocio**

En otro sentido, otra de las líneas observadas con respecto al turismo de El Puerto de Santa María son:

**Agencias de viaje:** tienen como público objetivo al ciudadano y no al turista, es decir, las agencias de viaje no actúan como prescriptoras de la ciudad.

**Turismo náutico:** Este subsector se encuentra en recuperación. Las personas con segundas viviendas son las que más apuestan por esta actividad, que, aunque están enormemente regladas, se da el intrusismo de personas que comercializan con sus embarcaciones u ofertan clases de forma ilegal.

**Turismo de crucero:** La actividad de este tipo de turismo no tiene grandes connotaciones en la ciudad, pero sí que es importante destacar que cuenta con el crucero fluvial “La Belle de Cádiz”, que inicia su recorrido en Sevilla.



## **4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María**

### **4.3 Turismo, cultura y ocio**

Las oportunidades de negocio que surgen para hacer crecer a este sector son diversas, sobre todo en materia de atracción del turismo a la ciudad y las relacionadas con el patrimonio histórico.

En líneas más amplias, se observa la necesidad de rehabilitar las bodegas de la ciudad y el aprovechamiento de los espacios salineros, con la finalidad de devolverle a la ciudad la tradición y cultura que le pertenece y, sobre todo, revalorizar el patrimonio cultural propio.

En otro sentido, nace la idea de mejorar la calidad de los productos gastronómicos que ofrece la mayor parte de la hostelería de El Puerto de Santa María, haciéndolos más competitivos y logrando una mayor aceptación social, sin obviar la necesidad de mejorar la imagen de los establecimientos de la zona.

Por otra parte, con el objetivo último de aprovechar la zona costera, aparece la idea de alquilar barcos para fiestas privadas.

Por último, como parte de atracción del turismo, surge una nueva rama, como es el turismo educativo, instalando nuevas tecnologías al patrimonio de la ciudad para informar al visitante de la riqueza histórica que posee y la creación de una granja escuela para niños que den a conocer la potencialidad natural de El Puerto de Santa María.

## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.3 Turismo, cultura y ocio

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Promoción y colaboración ciudadana</li><li>• Escasa presencia de empresas</li><li>• Falta de atracción turística</li><li>• Turismo estancado</li><li>• Poca planificación estratégica</li><li>• Despoblamiento centro histórico</li><li>• Pocos prescriptores de la ciudad</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Intrusismo</li><li>• Alquiler ilegal</li><li>• Creciente oferta gastronómica en ciudades cercanas</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Amplia oferta gastronómica</li><li>• Alta ocupación en verano</li><li>• Recuperación del turismo náutico</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rehabilitación de las bodegas</li><li>• Espacios salineros</li><li>• Gastronomía</li><li>• Turismo educativo</li><li>• Aprovechamiento zona costera</li></ul>

## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.4 Comercio menor

A la hora de hablar de comercio menor, hablamos en la mayoría de los casos de microempresas, gestionadas por autónomos de forma unipersonal o con una persona contratada.

El comercio menor supone una de las principales opciones de emprendimiento entre aquellas personas que acuden a los centros de emprendedores en busca de consejo y apoyo, siendo destacable los comercios de ropa y complemento.

Se detecta en el perfil de aquellos emprendedores y comerciantes algunas deficiencias:

- Falta de formación en la gestión empresarial
- Emprendimiento para la subsistencia
- No uso de las TICs
- Falta de creatividad
- Poco cuidado en la imagen



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.4 Comercio menor

Oportunidades:

En un ámbito tan amplio y heterogéneo como el comercio menor existen multitud de oportunidades, pero que con un análisis general son de difícil detección. Sin embargo, hay un aspecto común para la consecución de una oportunidad, la diferenciación:

Imagen: El desarrollo cuidado de la imagen, no sólo del producto sino del local, se hace esencial para generar diferenciación respecto de la competencia. Recurrir a inmuebles con encanto o históricos es una vía.

Creatividad: El desarrollo de nuevas líneas de negocio o la reinención de un negocio tradicional, incorporando aspectos como la formación o el turismo, buscando la transversalidad con otros sectores.

Especificidad: Especializarse en un tipo de producto o cliente es clave para la diferenciación del comercio, ir más allá de lo que otros ofrecen y con una mayor variedad.



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.4 Comercio menor

#### DEBILIDADES

- Falta de formación
- Negocios para la subsistencia
- No uso de las TCI's
- Falta de creatividad
- Poca importancia a la imagen

#### AMENAZAS

- Localidades cercanas más atractivas
- Mayor creatividad en localidades cercanas

#### FORTALEZAS

- Productos locales de calidad
- Zona turística
- Zona estratégica de la Bahía de Cádiz

#### OPORTUNIDADES

- Mejora de la imagen
- Diferenciación
- Reinención de negocios
- Aprovechamiento de los horarios y ubicación

## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa

### María

#### 4.5 Energías renovables, eficiencia energética y construcción sostenible

La construcción, al igual que en el conjunto del país, supuso uno de los motores de la economía. Tras el estallido de la burbuja inmobiliaria, muchas de las empresas con más peso no han podido sobrevivir al golpe, siendo sustituidas por pequeñas empresas con menos recursos pero que se adaptan más rápido al entorno. Estas empresas se ven obligadas a cooperar con otras para hacer frente a proyectos más grandes.

La actividad constructiva se ha reorientado en esta época de la construcción de nuevos inmuebles a la rehabilitación, en gran medida como consecuencia del exceso de stock de viviendas en el mercado.

Este sector es un sector comúnmente castigado por la economía sumergida y la competencia desleal.



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa

### María

#### 4.5 Energías renovables, eficiencia energética y construcción sostenible

A través de una construcción sostenible alcanzamos la eficiencia energética, mediante inmuebles con una mejor aislamiento térmico que permite reducir el consumo de energía y la aplicación de otras medidas complementarias, mejora de la iluminación, etc.

La eficiencia energética está ligada con la pobreza energética, problema asentado en Andalucía, como consecuencia de inmuebles mal acondicionados que no aprovechan el buen clima del entorno.

Este sector ofrece multitud de oportunidades, tanto en la construcción de nuevo inmuebles como en la rehabilitación para reducir el consumo.



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa

### María

#### 4.5 Energías renovables, eficiencia energética y construcción sostenible

Por su parte, las energías renovables muestran un alto potencial para la zona de El Puerto de Santa María, que cuenta con los recursos para el aprovechamiento de varias de las fuentes de energías renovables disponibles (solar, térmica, geotérmica...), así como para la investigación y desarrollo de nuevas (aplicación de algas como biocombustible), sin embargo pese a la favorable del entorno no es un sector que tenga relevancia en la economía local.

La legislación vigente respecto al autoconsumo, coloquialmente conocido como “impuesto del sol”, no favorece el desarrollo del sector, al no haber un beneficio claro para la ciudadanía.



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa

### María

#### 4.5 Energías renovables, eficiencia energética y construcción sostenible



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

#### Oportunidades:

El centro urbano de El Puerto de Santa María cuenta con un parque de inmuebles envejecidos que requiere de reformas, además de problemas de eficiencia energética que se podrían resolver con actuaciones integrales.

Por otro lado, el sector de la construcción se muestra poco innovador, pese a que existen multitud de vías innovadoras desde nuevos métodos constructivos al desarrollo de mejores materiales.

En el sector de las renovables existen oportunidades en el desarrollo de nuevas energías o la creación de nuevos modelos de negocios que incentiven la aplicación de estas tecnologías.



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa

### María

#### 4.5 Energías renovables, eficiencia energética y construcción sostenible



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Exceso de stock de viviendas</li><li>• Eficiencia energética ligada a la pobreza energética</li><li>• Cooperación entre empresas</li><li>• Empresas de pequeño tamaño</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Economía sumergida</li><li>• Competencia desleal</li><li>• Falta de innovación</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Construcción sostenible</li><li>• Aislamiento energético</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Reformas del parque de inmuebles envejecidos</li><li>• Innovación en la construcción y en los materiales</li><li>• Desarrollo de nuevas energías o modelos de negocio</li></ul>

## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.6 Sector vitivinícola

Este sector es uno de los más destacados de El Puerto de Santa María, ya que, en la ciudad se producen los vinos amparados por la denominación de origen "Jerez Xeres Sherry", de hecho, es la denominada zona de crianza. En la actualidad, destacan tres empresas productoras de "vinagre de jerez", la producción del "Brandy d Jerez", y otros vinos de la "Tierra de Cádiz" y bebidas espirituosas.

Actualmente, El Puerto de Santa María tiene poca relevancia en la producción, y, además la evolución de las ventas de vinos con D.O. ha caído.

Por otra parte, solo quedan cinco bodegas en la ciudad.



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.6 Sector vitivinícola

Oportunidades de negocio:

Las ideas que nacen para aprovechar el potencial de producción de vinos de la ciudad son las relacionadas con rehabilitación de las bodegas que se encuentran en desuso.

Por otra parte, también se encuentra la posibilidad de orientar más la producción a la cerveza, diversificando la producción y no sólo centrándola en el vino.

Además, surge la idea de enfocar las bodegas de la ciudad a un perfil más turístico, haciendo resaltar el sector del enoturismo.



## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.6 Sector vitivinícola



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Poca relevancia en la producción de vinos con D.O.</li><li>• Disminución de las ventas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Existencia de otras zonas más atractivas para la instalación de bodegas.</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Producción de vinos con D.O.</li><li>• Zona de crianza</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rehabilitación de bodegas en desuso</li><li>• Producción de cerveza</li><li>• Enoturismo</li></ul>

## 4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María

### 4.7 Sectores alternativos

El Puerto de Santa María, es una ciudad con un posicionamiento estratégico y gran potencial para realizar actividades innovadoras y desarrollarlas, ya que, cuanta con varios centros de formación (ciclos formativos y grados universitarios), tanto en la ciudad como a su alrededor.

Por otra parte, se encuentran localizadas en la zona empresas de gran envergadura y con capacidad de inversión en I+D.

Más allá de los sectores previstos por el plan estratégico de El Puerto de Santa María, se detectan otras actividades innovadoras que no se enmarcan dentro de estos sectores. Es necesario el desarrollo de nuevos sectores que doten a la ciudad de alternativas de generación de empleo y economía.



## **4. Análisis del entorno de El Puerto de Santa María**

### **4.7 Sectores alternativos**

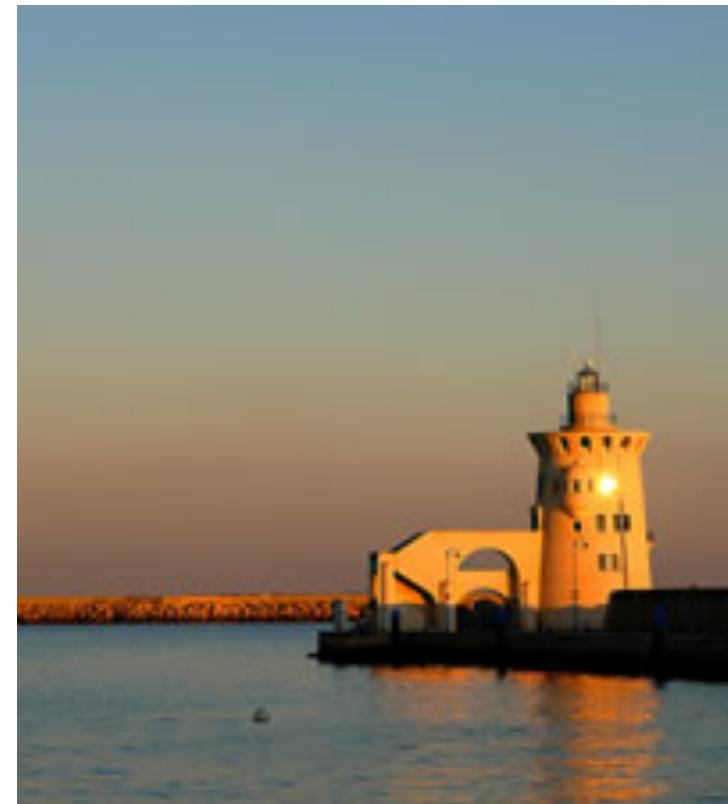
Oportunidades de negocio:

En estos sectores alternativos, surgen varios aspectos que pueden ser interesantes para la innovación y la creación de nuevos negocios, por ejemplo en los sectores relacionados con la ciencia, específicamente las Ciencias del Mar y la ingeniería, donde se observa que la ciudad tiene un gran potencial para el estudio marino o desarrollo de I+D.

Por otra parte, resulta llamativa la innovación en las actividades náuticas, tanto a nivel profesional como enfocándolo a un aspecto lúdico, ya que ésta es una actividad de gran demanda turística.

Se observa además, gran capacidad de desarrollo en el sector servicios, específicamente en los servicios profesionales, donde aún hay nichos de mercado que pueden ser explotados.

Por último, nacen otras ideas interesantes relacionadas con internet, desde el comercio electrónico de productos locales al desarrollo del posicionamiento web, existiendo en este mercado multitud de opciones para crecer y ayudar a crecer a otros comercios.



## 5. Ámbito de oportunidades

En cada sector que conforma la economía de El Puerto de Santa María se han detectado ámbitos de actuación, en los que se identifican oportunidades de negocio.

### Industria Aeronáutica y Naval

A1: Aplicación innovadora de materiales compuestos.

A2: Reparación y construcción de naves de pequeño tamaño.

### Comercio menor

A3: Modernización e innovación del comercio tradicional del centro.

A4: Comercialización de productos locales y tradicionales.

A5: Implantaciones comerciales que integren el patrimonio material e inmaterial y la puesta en valor de este.

## 5. Ámbito de oportunidades



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

### Agricultura y pesca

A6: Procesos industriales aplicados a la pesca y a la agricultura (conservas, etc.).

A7: Diversificación de la industria al turismo rural (senderos, casas rurales, etc.).

A8: Diversificación de la industria al turismo pesquero (paseos en barco, etc.).

A9: Diversificación de los cultivos tanto en secano como en regadío.

### Turismo, cultura y ocio.

A10: Modernización e innovación en hostelería, insistiendo en la diferenciación del producto gastronómico y potenciando el patrimonio local.

A11: Aprovechamiento del entorno del río Guadalete para la implantación de zonas de ocio y deporte.

A12: Implantación de casas de huéspedes, hoteles o apartamentos con encanto para aprovechar el patrimonio del centro histórico.

## 5. Ámbito de oportunidades



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

### Sector vitivinícola

A13: Diversificación de la producción vitivinícola a cervezas artesanas y a pequeñas productoras de vinos especializados.

A14: Aprovechamiento del patrimonio vitivinícola con potencial turístico.

A15: Poner en valor las viñas como atractivo turístico.

A16: Potenciar el turismo de catas y vinotecas.

### Sector energías renovables, eficiencia energética y construcción sostenible

A17: Desarrollo de nuevos métodos constructivos y rehabilitación y construcción sostenible.

A18: Eficiencia energética: consultoría e instalaciones de energía.

## 5. Ámbito de oportunidades



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

### Sectores alternativos

A19: Comercio electrónico y desarrollo de servicios online.

A20: Innovación en ingeniería y ciencias del mar.

A21: Potenciar el turismo náutico.

A22: Aplicación de TIC y nuevas tecnologías en el sector agrícola y pesquero.

A23: Innovación en servicios profesionales.

A24: Servicios de wellness y salud.

A25: Servicios de jardinería.

A26: Servicios de reparto a domicilio.

## 6. Fichas de ámbitos



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

En este apartado se analizarán algunos de los ámbitos anteriormente comentados, utilizando las herramientas de análisis necesarias.

El índice que seguirá el análisis de los ámbitos será el siguiente:

1. Presentación del ámbito
2. Benchmarking
3. Recursos y capacidades
4. CANVAS
5. DAFO



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.1 A1: Aplicación de materiales compuestos

#### 1. Presentación del ámbito

Cuando hablamos de materiales compuestos hacemos referencia a aquellos materiales que se forman por la unión de dos o más materiales con el fin de conseguir la combinación de propiedades que no es posible obtener en los materiales originales.

Como resultado de estas combinaciones se puede obtener una mayor rigidez, resistencia, peso, rendimiento a alta temperatura, resistencia a la corrosión, dureza o conductividad.

Los ejemplos más tradicionales son el adobe (arcilla y arena) o el hormigón, sin embargo en la actualidad a la hora de hablar de materiales compuestos suele ser recurrente hablar de fibra de vidrio, fibra de carbono o el esperanzador grafeno. Estos materiales, tanto los tradicionales como los más recientes, tienen multitud de aplicaciones, muchas de ellas aun por descubrir, es por ello que se encuentra un gran ámbito de innovación y de oportunidades de negocio en este sector.



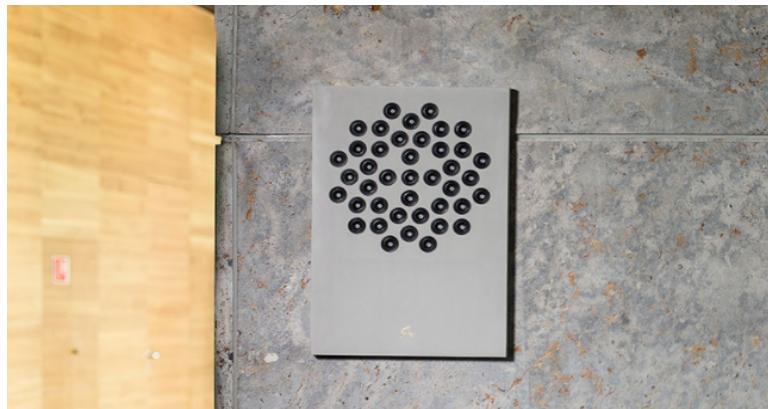
## 6. Fichas de ámbitos

### 6.1 A1: Aplicación de materiales compuestos

#### 2. Benchmarking Guitarras Barro

Don Manuel Barro, ingeniero aeronáutico con más de 40 años de experiencia puso en marcha hace 2 años la empresa Guitarras Barro S.L., quienes fabricaron la primera guitarra en fibra de carbono.

La empresa tiene su sede en la localidad de Puerto Real.



#### Concrete Audio

Esta empresa de origen Alemán se dedica a la fabricación de altavoces de la más alta calidad en hormigón. Las propiedades de este material son ideales para la propagación de un audio más puro y sin distorsiones.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.1 A1: Aplicación de materiales compuestos

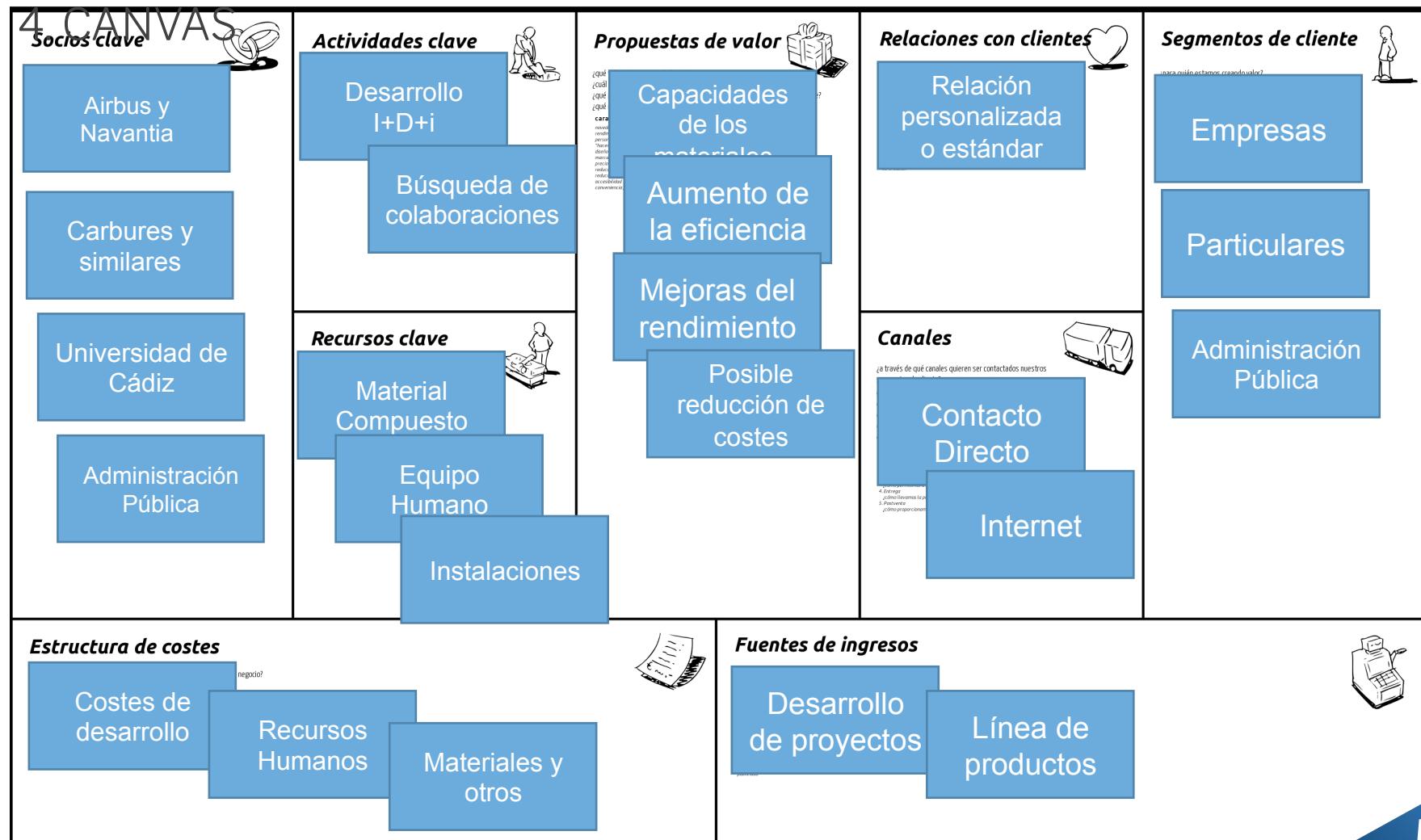
3. Recursos y capacidades

	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
<b>Accesibilidad a los medios técnicos</b>	🚫				Desventaja Competitiva
<b>Capacidad técnica</b>	○	🚫			Paridad competitiva
<b>Proveedores</b>	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
<b>Personal cualificado</b>	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
<b>Grandes empresas innovadoras en el entorno</b>	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.1 A1: Aplicación de materiales compuestos



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.1 A1: Aplicación de materiales compuestos

#### 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• En algunos casos necesidad de colaboración o elevadas inversiones</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Grandes marcas pueden entrar en el nicho de mercado desarrollado</li><li>• Falta de colaboración para el desarrollo del negocio</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Equipamiento especializado en el entorno</li><li>• Equipo humano cualificado y experimentado</li><li>• Empresas en continua innovación en la provincia</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nichos de mercado por explotar</li><li>• Algunos materiales se encuentran en un estado incipiente de desarrollo</li></ul>

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.2 A3: Modernización e innovación en los comercios tradicionales del centro

#### 1. Presentación del ámbito



En los comercios de El Puerto de Santa María se ha detectado, a través de las entrevistas sectoriales y mesas de trabajo, así como por la propia apreciación a pie de calle, la poca modernización en los establecimientos y el escaso esfuerzo invertido en innovación, además del poco cuidado por la imagen de los establecimientos.

Se observa un importante ámbito de actuación desde diversas perspectivas, desde aquellos que desean iniciar una nueva actividad comercial y deben de considerar estos aspectos como clave, así como aquellos que perciben la oportunidad de generar negocios sobre la necesidad de diferenciación de los comercios a través de su imagen.

Este ámbito de actuación tiene una implicación transversal, ya que afecta no sólo a la diferenciación de los comercios, sino al atractivo del conjunto turístico y comercial del centro de la ciudad.

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.2 A3: Modernización e innovación en los comercios tradicionales del centro

#### 2. Benchmarking



Se ha observado en el entorno cómo el cuidado de la imagen y la adaptación a nuevos métodos de trabajo ha surtido efectos muy positivos en los comercios.

Un ejemplo actual es el retorno de las “Barberías”, que han rejuvenecido y dado un nuevo auge al sector de las peluquerías, todas ellas con una nueva imagen más atractiva y con cortes vintage, modernizando las técnicas de trabajo e innovando en el servicio que ofrecen.

El ejemplo que acompaña es de la ciudad de Cádiz, donde se observa el cambio producido por una imagen cuidada al detalle en el establecimiento.

El nuevo establecimiento se encuentra mejor integrado al entorno, mejora el atractivo comercial y turístico de la zona al resultar más agradable paisajísticamente, así como invita a entrar y disfrutar de sus servicios. Por supuesto, esta mejora de la imagen de los establecimientos debe ir siempre ligado a un servicio de calidad que corrobore la impresión inicial



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.2 A3: Modernización e innovación en los comercios tradicionales del centro

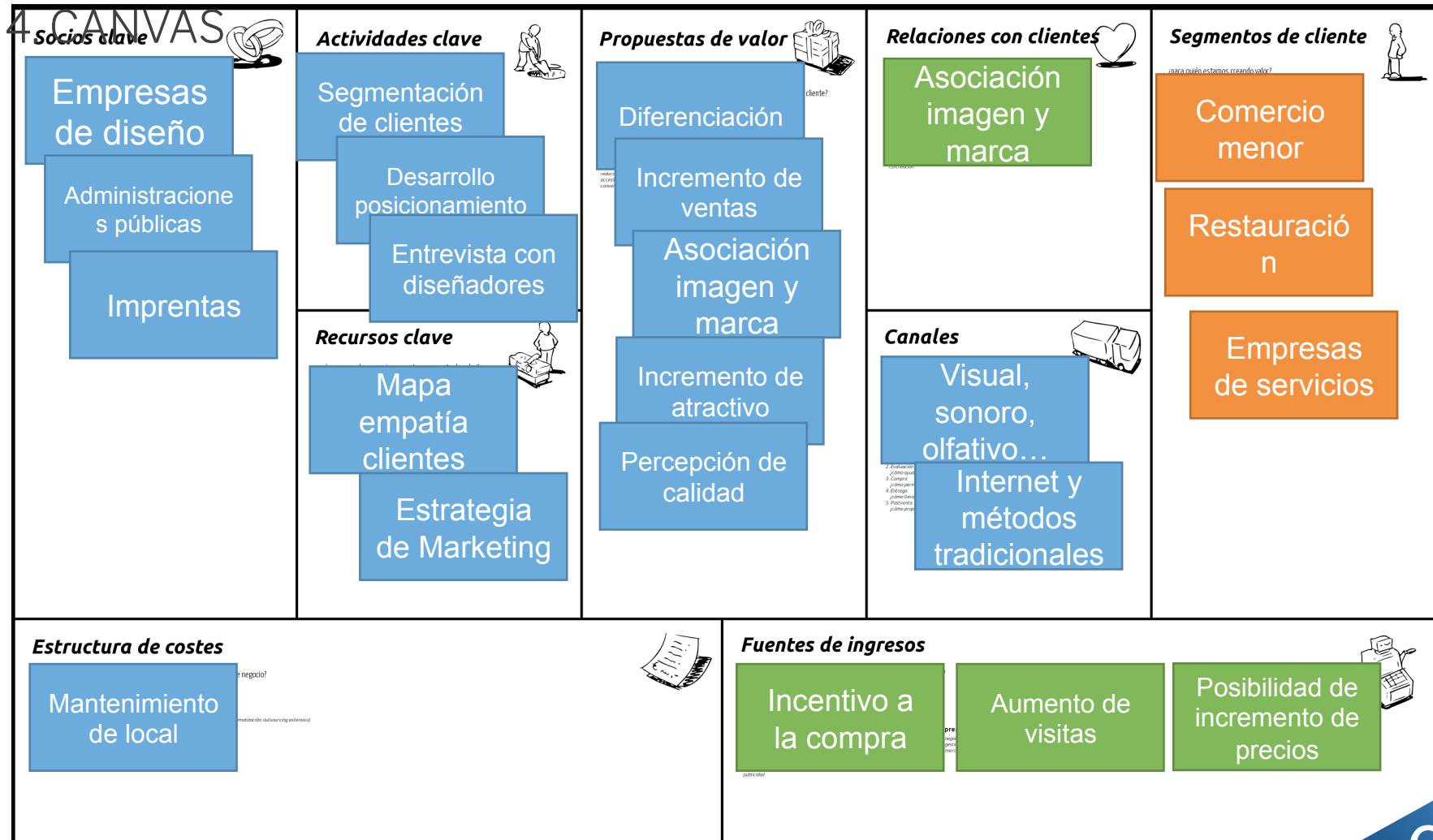
#### 3. Recursos y capacidades

	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
Conservación de las fachadas	🚫				Desventaja Competitiva
Centro comercial abierto	○	🚫			Paridad competitiva
Ciudad turística	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
Empresas de diseño	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
Inmuebles con encanto y nuevas técnicas de trabajo	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.2 A3: Modernización e innovación en los comercios tradicionales del centro

 Efecto     Segmentos de interés en el ámbito





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.2 A3: Modernización e innovación en los comercios tradicionales del centro

## 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Comercios poco atractivos.</li><li>• Inversión extra para el emprendedor.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Copia de la imagen desarrollada.</li><li>• Copia de nuevas formas de trabajo.</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Inmuebles diferenciadores.</li><li>• Empresas de diseño en el entorno.</li><li>• Diferenciación de los comercios tradicionales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Poco desarrollo de la imagen en el entorno.</li><li>• Potenciar centro histórico de la ciudad (Centro Comercial Abierto).</li></ul>



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.3 A5: **Implantaciones comerciales que integren el patrimonio y su puesta en valor**

#### 1. Presentación del ámbito



El Puerto de Santa María se caracteriza por su amplio contenido turístico y por el gran patrimonio histórico y monumental que alberga esta localidad en su territorio: castillos, iglesias, casas señoriales, hermosos parques y jardines y una red de calles perfecta para pasear, caminar y disfrutar del clásico tapeo.

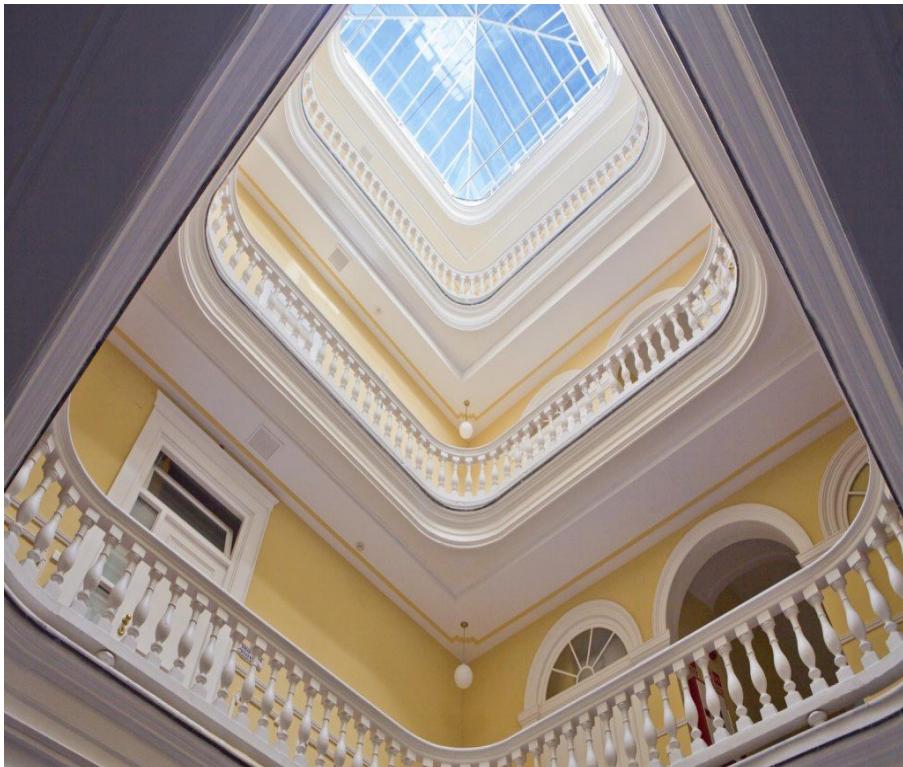
Pero durante la crisis, esta ciudad ha ido perdiendo valor para el turista, no dejando de ser un lugar rico en cultura y turismo, por lo que es necesario la revalorización de la ciudad, así como la innovación en el patrimonio, resultando así más atrayente para el turista y volviendo a recuperar la esencia de la ciudad.

Además, la implantación de comercios que integren el patrimonio de la ciudad, junto con una implantación tecnológica eficiente hará de El Puerto un lugar más atrayente también para el consumidor local, quien verá la posibilidad que hacer ocio en la ciudad.

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.3 A5: Implantaciones comerciales que integren el patrimonio y su puesta en valor

#### 2. Bechmarking



La riqueza del patrimonio de El Puerto de Santa María es algo incuestionable.

Existen muchos aspectos para explotar comercialmente en la ciudad, por ejemplo, se ha observado que la implantación tecnológica con el objetivo de ofrecer información de interés resultaría muy atrayente para el turista que visita la ciudad.

El Hotel Las Cortes de Cádiz resulta un buen ejemplo para explicar cómo enfocar el patrimonio de una ciudad al sector comercial, ya que, ese hotel mantiene la estructura de un típico palacio gaditano del siglo XIX, además el hotel es temático, y está ambientado en los acontecimientos ocurrido durante las Cortes de Cádiz en 1812.

Asimismo, este hotel potencia el valor histórico de la ciudad, dándole valor a Cádiz y facilitando información de interés cultural al turista.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.3 A5: Implantaciones comerciales que integren el patrimonio y su puesta en valor.

#### 3. Recursos y capacidades

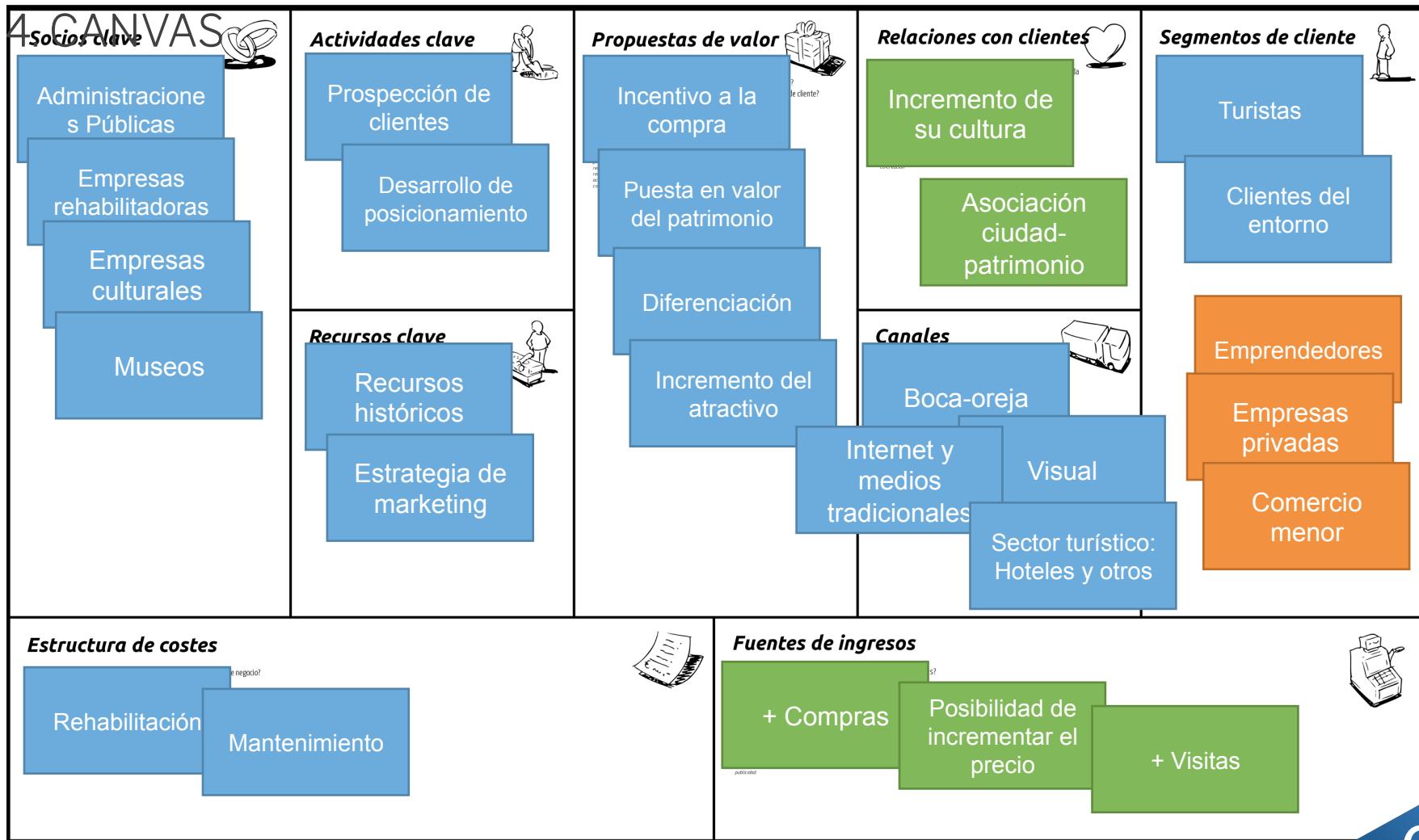
	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
Estado de conservación del patrimonio	🚫				Desventaja Competitiva
Espacio para el desarrollo del negocio	○	🚫			Paridad competitiva
Rehabilitación del inmueble	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
Patrimonio material e inmaterial	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
Inmuebles singulares e históricos	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.3 A5: Implantaciones comerciales que integren el patrimonio y su puesta en valor

Efecto    Segmentos de interés en el ámbito





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.3 A5: Implantaciones comerciales que integren el patrimonio y su puesta en valor

## 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Equipamientos culturales infrautilizados</li><li>• Baja puesta en valor del patrimonio</li><li>• Poca elaboración de productos culturales</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Crisis económica global</li><li>• Insatisfacción de los turistas</li><li>• Falta de un plan estratégico provincial del turismo cultural</li><li>• Cambio de usos de los turistas</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Importantes recursos patrimoniales</li><li>• Cercanía a otras grandes ciudades</li><li>• Gran demanda de otro tipo de turismo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mejoras de infraestructuras</li><li>• Aumento de las apetencias culturales de los turistas</li><li>• Mejora en las TIC</li></ul>

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.4 A9: Diversificación de los cultivos tanto en secano como en regadío



La Política Agraria Común tiene una incidencia clave a la hora de determinar qué se cultiva en los campos de Europa y España. En este sentido, la introducción del Greening o “Pago Verde” ha incentivado la diversificación en el campo.

Esta diversificación ha supuesto el incremento en hectáreas de cultivos que se encontraban en decadencia, así como la aparición de nuevas alternativas que antes no se consideraban y que conllevan una gran rentabilidad.

Se observa pues la existencia de cultivos rentables que empiezan a ganar fama en los campos españoles, lo que nos indica la necesidad de innovar en la selección de cultivos pues existen alternativas rentables y poco usuales, tanto dentro como fuera del marco PAC.

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.4 A9: Diversificación de los cultivos tanto en secano como en regadío

#### 2. Bechmarking



Algunos cultivos alternativos detectados en el campo español son:

- **Colza:** Eminentemente de secano, sin embargo en los últimos años ha demostrado su rentabilidad en el regadío.
- **Almendra, azafrán y pistachos:** La alta cotización de estos productos por su uso en la repostería así como por la leche de almendra han incrementado sus precios.
- **Arándanos, frambuesas y moras:** Se incrementa la exportación de estos productos como consecuencia de sus cada vez más conocidas propiedades antioxidantes.
- **Aguacate y mango:** Su producción se ha multiplicado debido a su alta rentabilidad. Además, su resistencia al frío lo hace interesante para determinadas zonas de costa.
- **Stevia:** Edulcorante natural.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.4 A9: Diversificación de los cultivos tanto en secano como en regadío

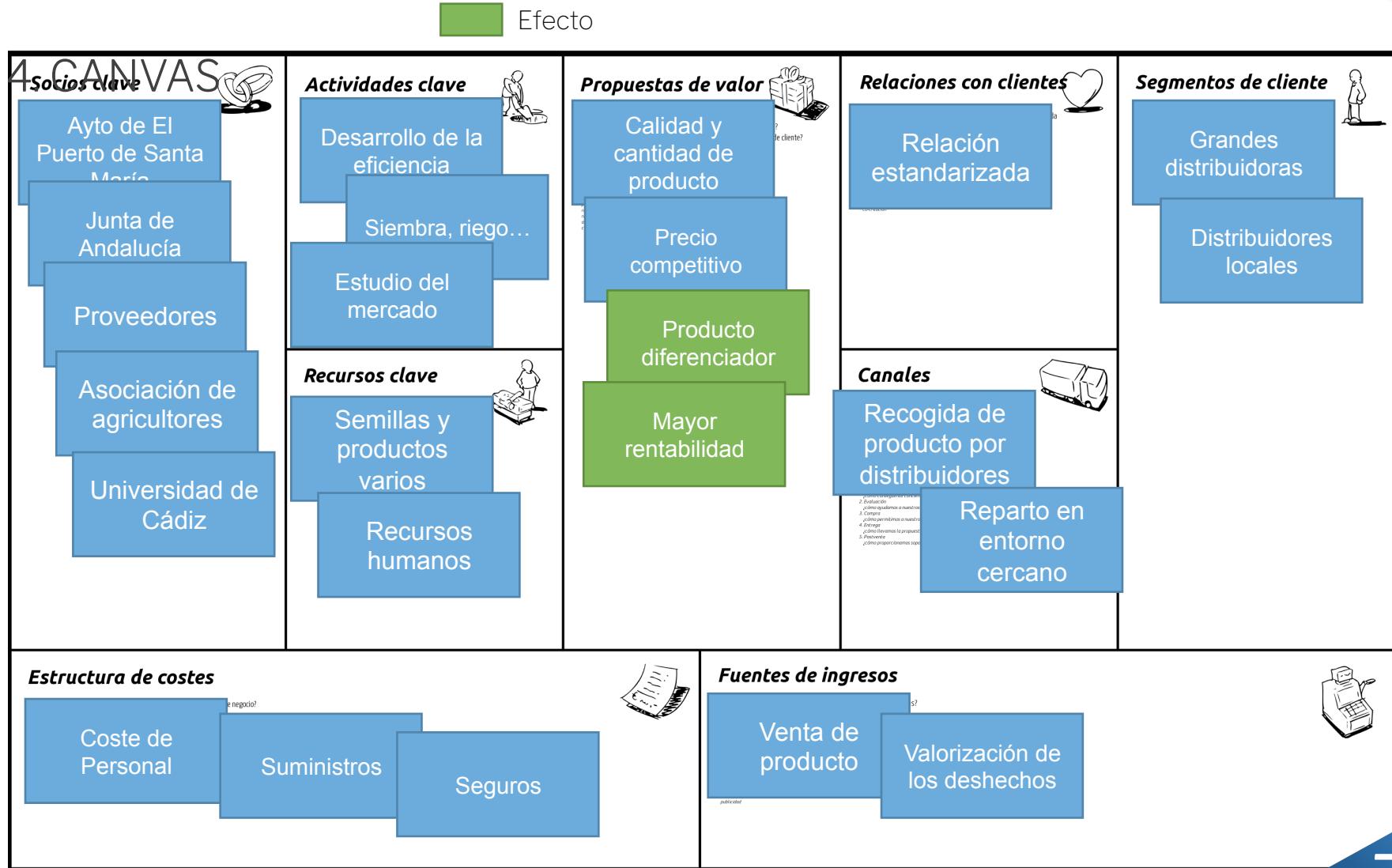
#### 3. Recursos y capacidades

	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
<b>Salinidad del agua</b>	🚫				Desventaja Competitiva
<b>Hectáreas para el cultivo</b>	○	🚫			Paridad competitiva
<b>Uso de cultivos innovadores</b>	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
<b>Grupos de investigación UCA y</b>	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
<b>Climatología</b>	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.4 A9: Diversificación de los cultivos tanto en secano como en regadío





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.4 A9: Diversificación de los cultivos tanto en secano como en regadío

#### 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Escasa innovación en los cultivos locales.</li><li>• Inexistente introducción de nuevas tecnologías.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incremento de la salinidad del río.</li><li>• Regulaciones de la UE.</li><li>• Cambio climático, clima más extremo.</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Climatología favorable.</li><li>• Experiencia.</li><li>• Proximidad a puertos relevantes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Introducción de nuevos cultivos adecuados para el entorno.</li><li>• Desarrollo de innovación con la Universidad de Cádiz, Junta de Andalucía...</li></ul>



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.5 A10: Modernización e innovación en la hostelería

#### 1. Presentación del ámbito

Con respecto a la hostelería, resalta la gran similitud entre los productos de los distintos establecimientos, dando lugar a la necesidad de diferenciación del producto y a la mejora del servicio y la imagen del establecimiento.

Es por ello que, se observa una necesidad de modernización e innovación en lo que a la hostelería se refiere, insistiendo en la comercialización de productos tradicionales de la zona, por ejemplo, la comercialización del vino o del pescado de La Lonja de El Puerto de Santa María, que contribuyan a la diferenciación de la ciudad con respecto a las demás localidades cercanas.

Además, también cabe la posibilidad de diferenciarse a través de la imagen de los establecimientos, haciéndolos más atrayentes para el consumidor.

El objetivo último de este ámbito es incrementar el atractivo turístico de la ciudad gracias a los establecimientos dedicados a la hostelería



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.5 A10: Modernización e innovación en la hostelería

#### 2. Benchmarking

En el desarrollo en el entorno, que el aprovechamiento de lugares pertenecientes al patrimonio de la ciudad y la gastronomía autóctona potencian de una forma eficaz el turismo de El Puerto de Santa María y ayuda a obtener un mayor número de clientes.

Un ejemplo actual es el establecimiento del restaurante “Aponiente” en un antiguo molino de mareas del siglo XIX que se dedicaba a la producción de cereales de la campiña de El Puerto de Santa María y Jerez. Este molino se encontraba en desuso y, a partir de la innovación y modernización de las actividades de hostelería y la posterior rehabilitación del molino, además de promover la gastronomía de la zona, se ha convertido en un restaurante de reconocido prestigio a nivel nacional e internacional.

El nuevo establecimiento se encuentra mejor integrado al entorno, mejora el atractivo comercial y turístico de la zona al resultar más agradable paisajísticamente, así como su incuestionable calidad gastronómica, lo que invita a entrar y disfrutar de sus servicios.

Por supuesto, el desarrollo de nuevos productos a partir de la gastronomía de El Puerto de Santa María y el aprovechamiento de todos sus recursos debe ir siempre ligado a un servicio de calidad que corrobore la impresión inicial, y más aun cuando se pone en valor el patrimonio histórico de la ciudad.





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.5 A10: Modernización e innovación en la hostelería

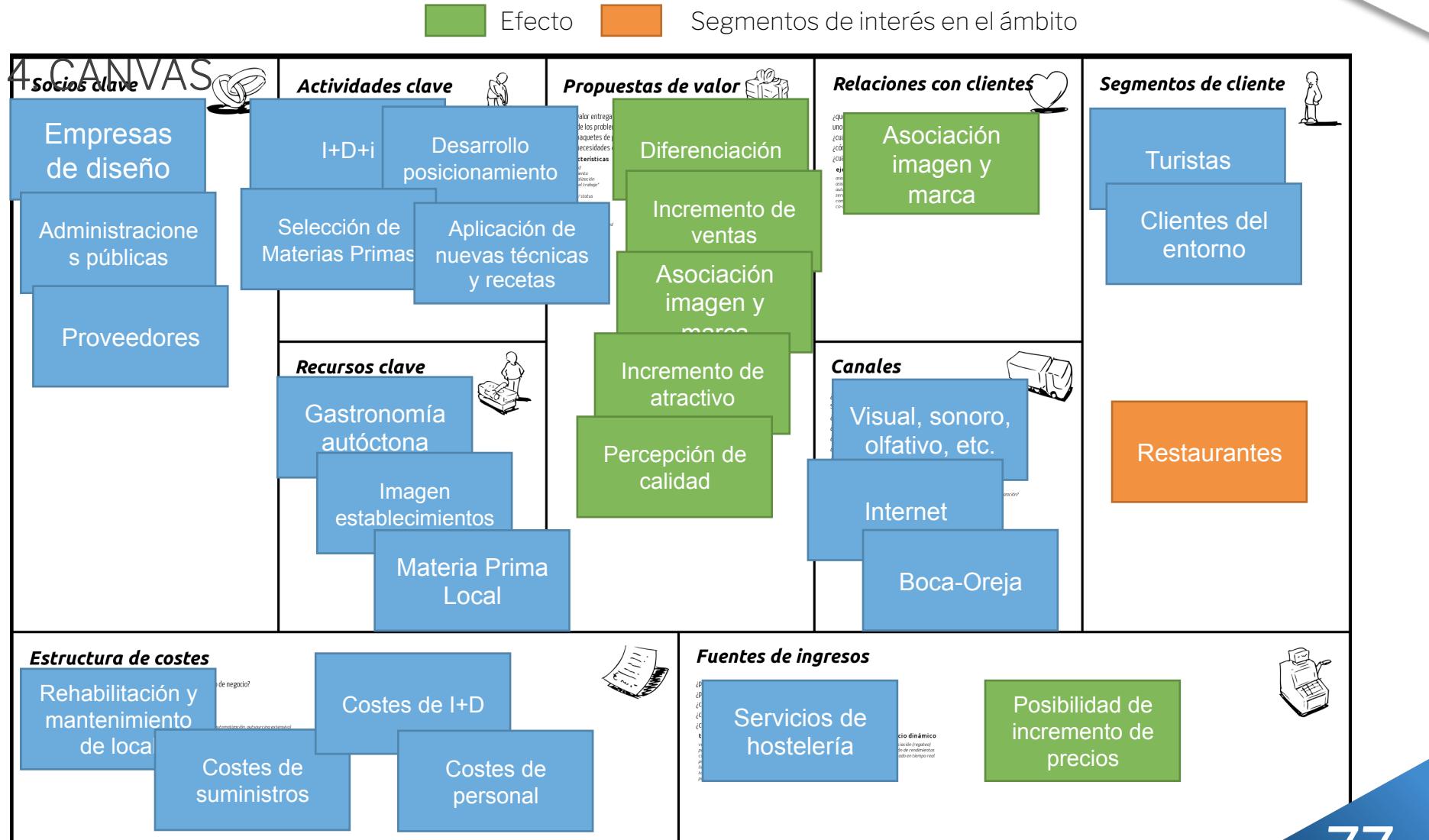
#### 3. Recursos y capacidades

	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
Diferenciación en las cartas	🚫				Desventaja Competitiva
Establecimientos hosteleros	○	🚫			Paridad competitiva
Nuevas técnicas de cocina	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
Establecimientos diferenciados Reinterpretación de los recursos	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
Hostelería innovadora y moderna	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.5 A10: Modernización e innovación en la hostelería





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.5 A10: Modernización e innovación en la hostelería

#### 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Inversión extra para el emprendedor.</li><li>• Poca innovación en restauración.</li><li>• Necesidad de formación continua.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Copia de la imagen y concepto desarrollado.</li><li>• Copia del modelo de negocio creado.</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Fuerte patrimonio local.</li><li>• Calidad de la gastronomía.</li><li>• Materia Prima local de calidad.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Poco desarrollo de la gastronomía local.</li><li>• Potenciar el patrimonio local en desuso.</li><li>• Reinterpretación de los platos locales.</li></ul>

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.6 A11: Aprovechamiento del entorno del río Guadalete

#### 1. Presentación del ámbito

Con respecto a la hostelería, resalta la gran similitud entre los productos de los La desembocadura del río Guadalete se sitúa en el puerto fluvial de El Puerto de Santa María, atravesando el centro de la ciudad hasta llegar al mar.

Es por ello que, surge la idea de crear zonas de ocio alrededor de este río, por ejemplo, zonas dedicadas a la hostelería y pequeños comercios relacionados con la ciudad, aprovechando su paso por el centro y su desembocadura en el mar.

Además, esta idea hace pensar la posibilidad de desarrollar actividades de deporte náutico siguiendo el cauce del río.

El objetivo de este ámbito es reavivar el centro de El Puerto de Santa María y darle un giro deportivo al uso del río Guadalete.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.6 A11: Aprovechamiento del entorno del río Guadalete

#### 2. Benchmarking

El Puerto de Santa María es una ciudad con un destacado potencial en lo que al turismo náutico se refiere, ya que, gracias al Real Club Náutico de la ciudad destacan diversos deportes, como son el piragüismo o la vela.

Existen multitud de actividades a realizar en un río, y más si hablamos de una ciudad turística que posee recursos que pueden propiciar un gran poder de atracción turístico a la ciudad, como es el río Guadalete y su desembocadura en el mar.

Por todo esto, es conveniente ampliar las actividades del río, por ejemplo, las rutas en kayaks o paddle surf, como las actividades que se realizan en el río Guadiaro, en Sotogrande (San Roque), lo que convierte al lugar en un atractivo destino turístico con gran cantidad de actividades de ocio, además de la multitud de restaurantes, cafeterías y pequeños comercios allí instalados.

Otra posibilidad es la incorporación de servicios de fletamientos, aprovechando el paso del río por el centro de la ciudad, y distintas escuelas de deporte acuáticos.



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.6 A11: Aprovechamiento del entorno del río Guadalete

#### 3. Recursos y capacidades

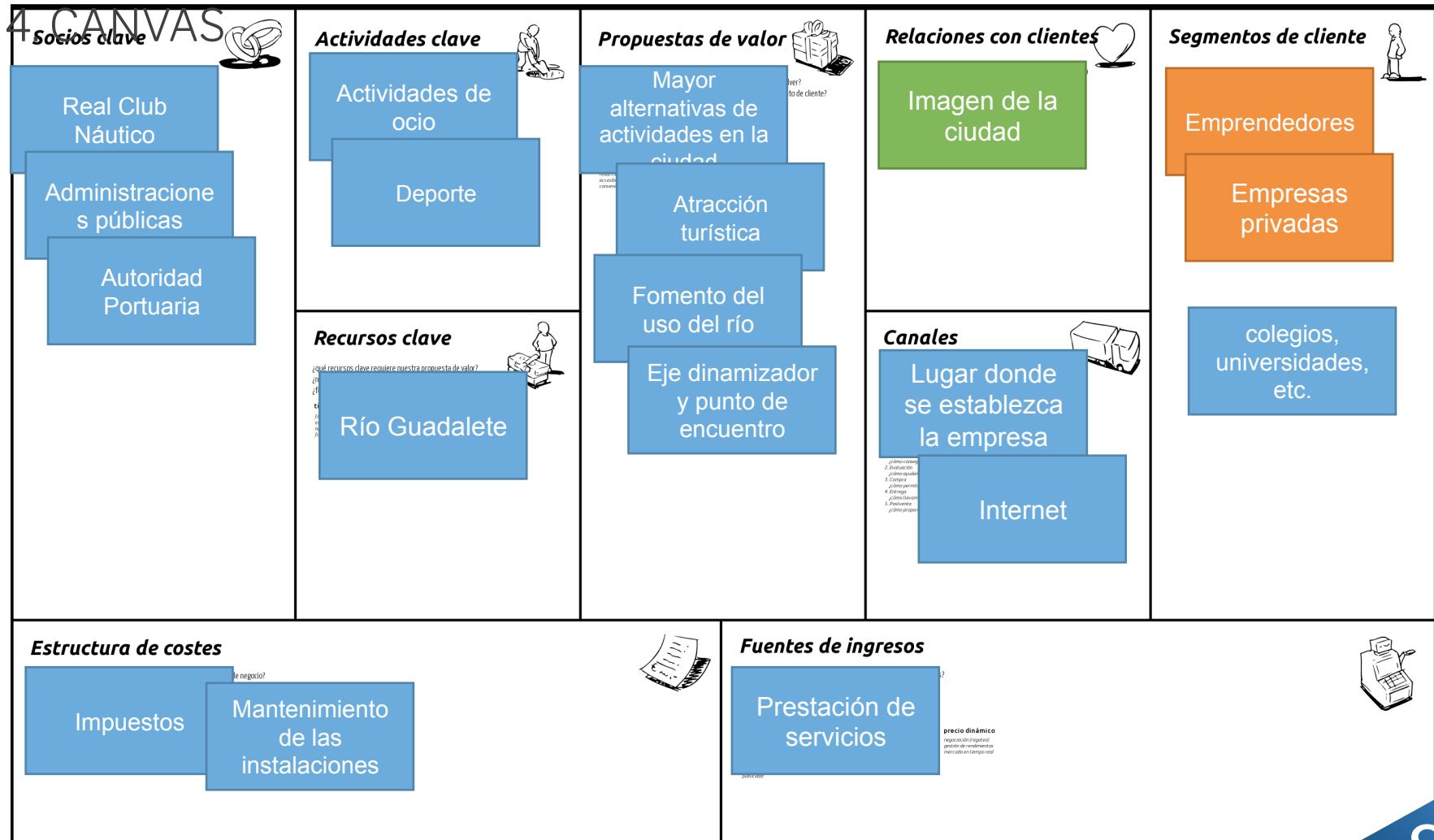
	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
<b>Aprovechamiento del río</b>	🚫				Desventaja Competitiva
<b>Río Guadalete</b>	○	🚫			Paridad competitiva
<b>Real Club Náutico</b>	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
<b>Deportes acuáticos y zonas de Ocio próximo al río</b>	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
<b>Río como punto dinamizador de la actividad turística</b>	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.6 A11: Aprovechamiento del entorno del río Guadalete

Efecto    Segmentos de interés en el ámbito





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.6 A11: Aprovechamiento del entorno del río Guadalete

#### 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Poco conocimiento del sector</li><li>• Fuerte inversión inicial</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Posibilidad de réplica</li><li>• Posibilidad de una alta competencia</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Desarrollo de actividades deportivas</li><li>• Recursos naturales (Río)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Demanda de actividades deportivas en auge</li><li>• Posibilidad de explotar lugares cercanos al río</li><li>• Zona turística</li></ul>

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.7 A13: Diversificación de la producción vitivinícola a cervezas artesanas y a pequeñas productoras de vino



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

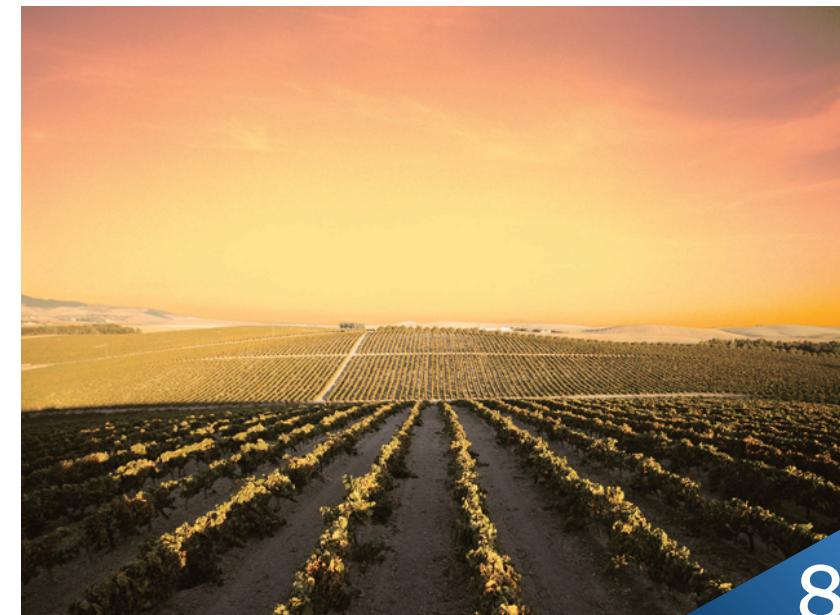
 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

#### 1. Presentación del ámbito

A diferencia de otros mercados en los que grandes marcas colman el mercado, en el sector del vino y la cerveza existe un nicho de mercado cada vez más grande para aquellos pequeños productores que ofrecen algo nuevo y distinto a lo que oferta el mercado.

El auge de la producción artesanal y de productos gourmet es fácilmente visible en el sector de la cerveza, con la creación de multitud de nuevas pequeñas cerveceras a lo largo del territorio español, las cuales muestran una tendencia de crecimiento estando cada vez más presentes en los establecimientos.

Así mismo, en el sector del vino se observa como surgen pequeños empresas vitivinícolas que hacen frente a las grandes empresas, muy asentadas en El Puerto de Santa María y su entorno, a través de la innovación en el proceso y el producto.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.7 A13: Diversificación de la producción vitivinícola a cervezas artesanas y a pequeñas productoras de vino

#### 2. Benchmarking

En la provincia de Cádiz existen ejemplos de emprendedores que transformaron su pasión por la cerveza y el vino en pequeñas empresas productoras.



##### Cervezas Maier:

Cerveza artesanal producida 100% en la ciudad de Cádiz. Toma su nombre de una antigua fábrica de cerveza de la ciudad. Actualmente además cuenta con su propia línea de restauración y hotelería.



##### Cervezas La Piñonera:

En Puerto Real tiene origen esta cerveza artesanal, creada por dos jóvenes emprendedores de la zona. Como carácter distintivo destacar la incorporación de miel de la Sierra de Cádiz.



##### Cervezas Volaera:

Producida en El Puerto de Santa María. Tres emprendedores con experiencia amateur en la producción de cerveza deciden formarse para la puesta en marcha de este proyecto. Aun se encuentra en un estado incipiente.

Además de estas cervezas a lo largo de la provincia existen multitud de ejemplos más tales como, Destrapero en Jerez de la Frontera, Esparte de Conil de la Frontera o Dosmares de Algeciras.

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.7 A13: Diversificación de la producción vitivinícola a cervezas artesanas y a pequeñas productoras de vino

#### 2. Benchmarking

Además de la cerveza, en Cádiz existe gran tradición por la producción de vino, que ha encontrado nuevos nichos de mercado en las pequeñas producciones exclusivas o en la reinención del producto original a través de la innovación en el proceso.



##### 4 Ojos Wines:

Su idea es que sus vinos sean monovarietales y vinificados de forma diferente con uvas de la comarca.

Estas cuatro emprendedoras tienen localizada su empresa en El Puerto de Santa María y actualmente el restaurante Aponiente ofrece su producto en carta.



##### Bodegas Lustau:

Bodega con más de 100 años de antigüedad situada en El Puerto de Santa María, realiza un giro en su producción optando por la calidad y el producto de alta categoría, de este modo se reinventa en el mercado.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.7 A13: Diversificación de la producción vitivinícola a cervezas artesanas y a pequeñas productoras de vino

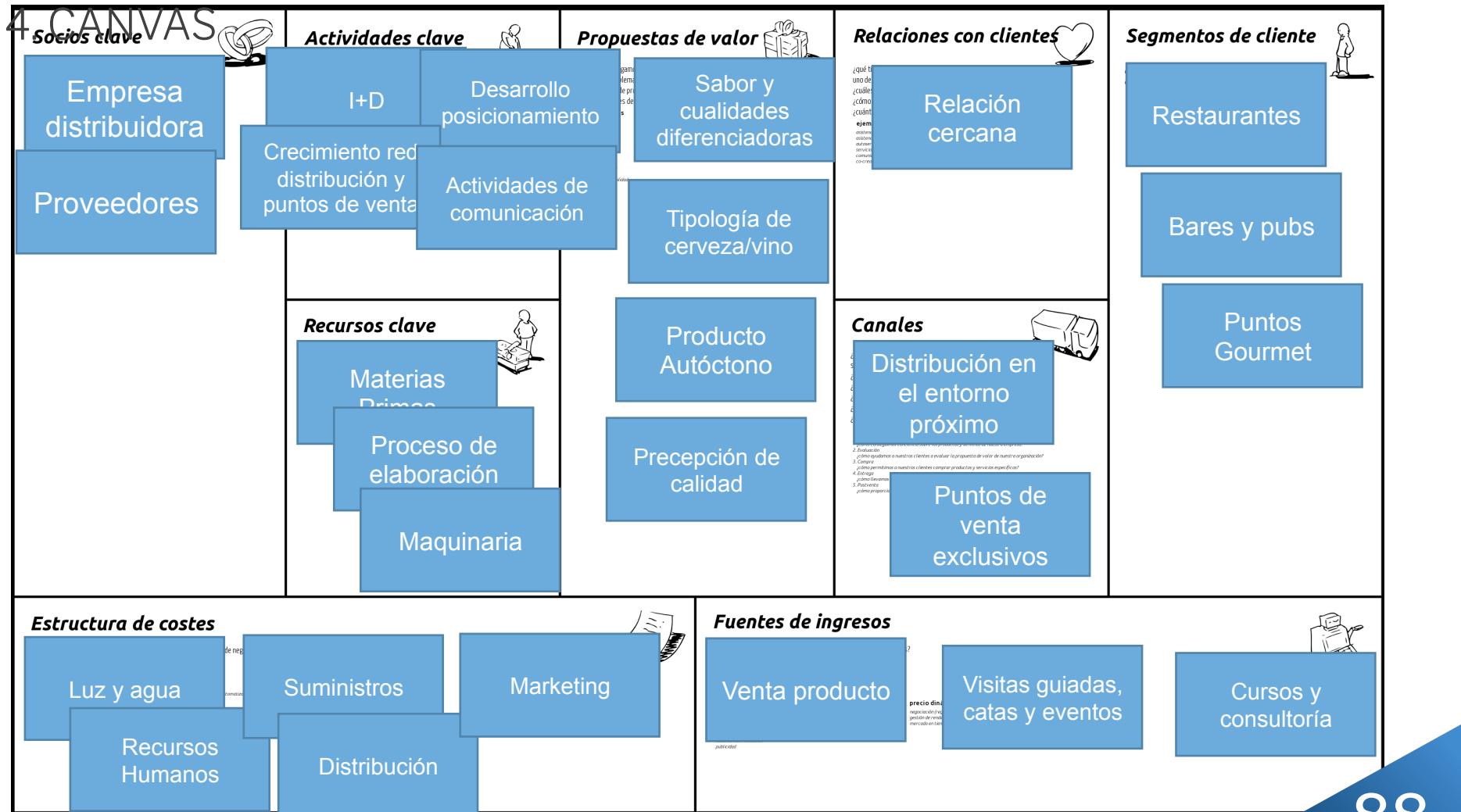
#### 3. Recursos y capacidades

	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
Economías de escala	🚫				Desventaja Competitiva
Formación y maquinaria de fácil acceso	○	🚫			Paridad competitiva
Distribución de productos	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
Materias primas y recetas exclusivas	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
Innovación diferenciadora del producto final	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.7 A13: Diversificación de la producción vitivinícola a cervezas artesanas y a pequeñas productoras de vino





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.7 A13: Diversificación de la producción vitivinícola a cervezas artesanas y a pequeñas productoras de vino

## 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Nuevas marcas poco reconocidas</li><li>• Canales de distribución escasos</li><li>• Inexistencia de economías de escala</li><li>• Nulo poder de negociación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Auge de multitud de productores artesanales.</li><li>• Excesiva atomización del mercado</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Producto diferenciado</li><li>• Innovación en el proceso</li><li>• Capacidad para la experimentación y desarrollo de nuevas variedades de producto</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aumento del consumo de productos artesanales por el consumidor</li><li>• Incremento del número de puntos de venta</li></ul>

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.8 A14: Aprovechamiento del patrimonio vitivinícola con potencial turístico

#### 1. Presentación del ámbito

El Puerto de Santa María siempre ha sido una ciudad referente en la producción de vinos con denominación de origen. De hecho, cuenta con numerosas bodegas de reconocido prestigio social y también cuenta con la denominada zona de crianza.

Actualmente, esta actividad viene quedando desamparada y la ciudad está perdiendo relevancia con respecto a la producción del vino, por lo que, muchas empresas dedicadas a la producción están dejando de lado la ciudad para afincarse en otras con mejores puntuaciones en la actividad.

El vino forma parte de la tradición de El Puerto de Santa María, por lo que este ámbito se centra en desarrollar todo el potencial que la ciudad tiene sobre el sector vitivinícola.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.8 A14: Aprovechamiento del patrimonio vitivinícola con potencial turístico

#### 2. Benchmarking

En lo referente al patrimonio vitivinícola de El Puerto de Santa María, se ha observado que tiene un interesante potencial turístico que haría de la ciudad un destino más atractivo. De ahí surge la necesidad de aprovechar estos espacios.

La rehabilitación de las bodegas es un ámbito muy relevante, por ejemplo, la bodega de Mora, ubicada en la calle Los Moros de El Puerto esconde un atractivo turístico y cultural que la marca Osborne decidió recuperar.

Además, gran parte de los turistas que visitan la ciudad lo hacen por motivos gastronómicos, especialmente por el vino, además de los motivos culturales y tradicionales que ofrece El Puerto de Santa María.





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.8 A14: Aprovechamiento del patrimonio vitivinícola con potencial turístico

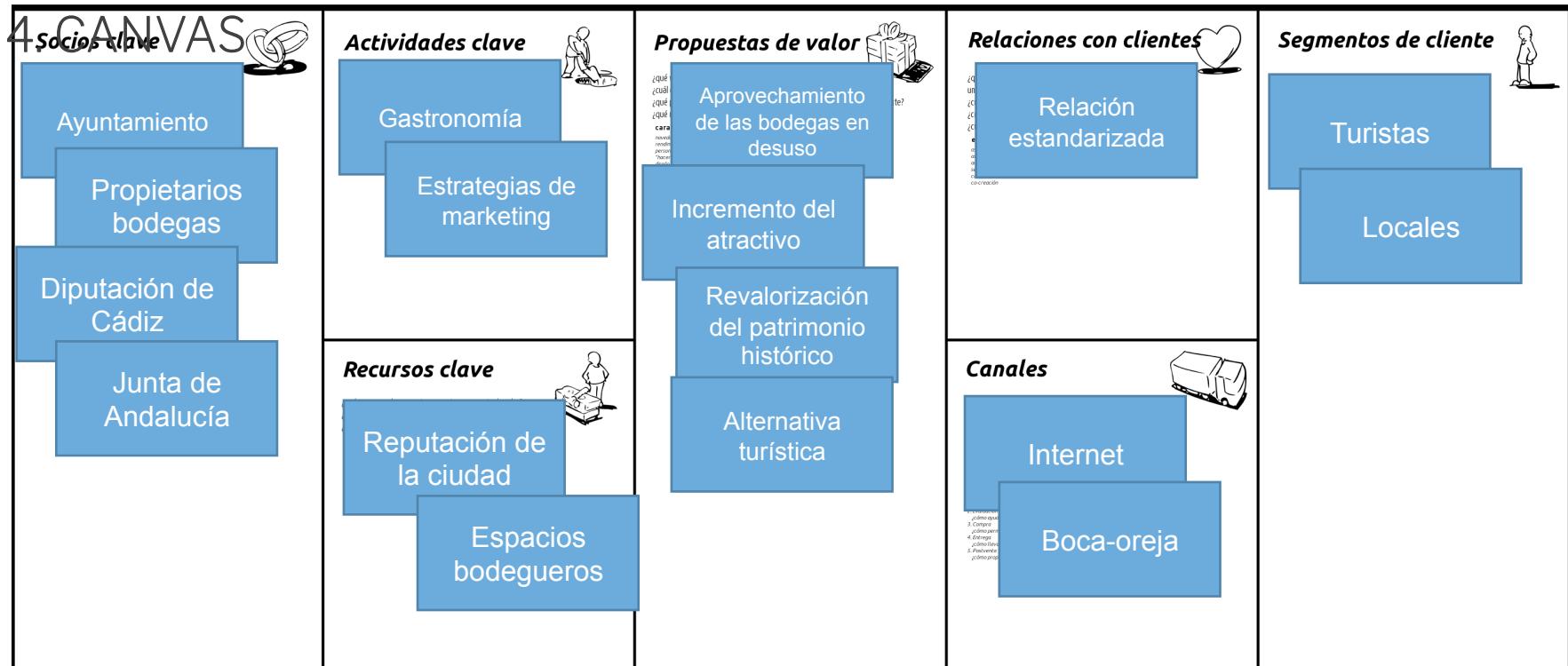
#### 3. Recursos y capacidades

	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
<b>Uso de las bodegas</b>	🚫				Desventaja Competitiva
<b>Tradición y cultura de la ciudad</b>	○	🚫			Paridad competitiva
<b>Ciudad turística</b>	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
<b>Patrimonio histórico</b>	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
<b>Turismo enológico</b>	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.8 A14: Aprovechamiento del patrimonio vitivinícola con potencial turístico



#### Estructura de costes

Mantenimiento de los espacios bodegueros

#### Fuentes de ingresos

Visitas turísticas

Gastronomía





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.8 A14: Aprovechamiento del patrimonio vitivinícola con potencial turístico

#### 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Bodegas en desuso y descuidadas</li><li>• Gran inversión para la rehabilitación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Competidores cercanos</li><li>• La zona está perdiendo relevancia</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Patrimonio cultural</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gran potencial para desarrollar la actividad</li></ul>



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.9 A18: Eficiencia energética: consultoría e instalaciones de energía

#### 1. Presentación del ámbito

Cuando se hace referencia la eficiencia energética es recurrente pensar en placas solares y molinos de viento, sin embargo la eficiencia se encuentra en más sectores que el de la producción.

Un nicho de mercado que ha ido desarrollándose a lo largo de los años es la eficiencia energética en la construcción, mediante la aplicación de medidas orientadas a la reducción del consumo energético tales como la instalación de aislamientos, que favorezcan mantener una temperatura agradable, reduciendo la pérdida de calor en invierno y evitando la entrada de calor en verano.

El parque de viviendas de España ha sido construido de espaldas al desarrollo sostenible, el 50% de los edificios se desarrollaron antes del desarrollo de la normativa de aislamiento térmico (1979) por lo que hay un gran mercado para el desarrollo de rehabilitaciones, con las que se puede conseguir hasta un 50% de ahorro energético.

La Unión Europea está actuando activamente en este sentido, obligando a los estados miembros a tomar medidas de cara al cumplimiento de los objetivos de ahorro energético para 2020.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.9 A18: Eficiencia energética: consultoría e instalaciones de energía

#### 2. Bechmarking



##### Aísla y Ahorra:

Aísla y Ahorra es una empresa de aislamiento térmico mediante insuflado.

Situada en Madrid, tiene su origen en 2009, hoy ya cuenta con presencia en País Vasco y Portugal, un ejemplo del crecimiento que puede experimentar una empresa en este sector.

##### Geotics Innova:

Geotics es una empresa que trata de ofrecer soluciones energéticas mediante la aplicación renovables, tales como la geotermia.

Esta empresa ha sido pionera en la introducción de la geotermia solar y en la producción de colectores geotérmicos en España.





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.9 A18: Eficiencia energética: consultoría e instalaciones de energía

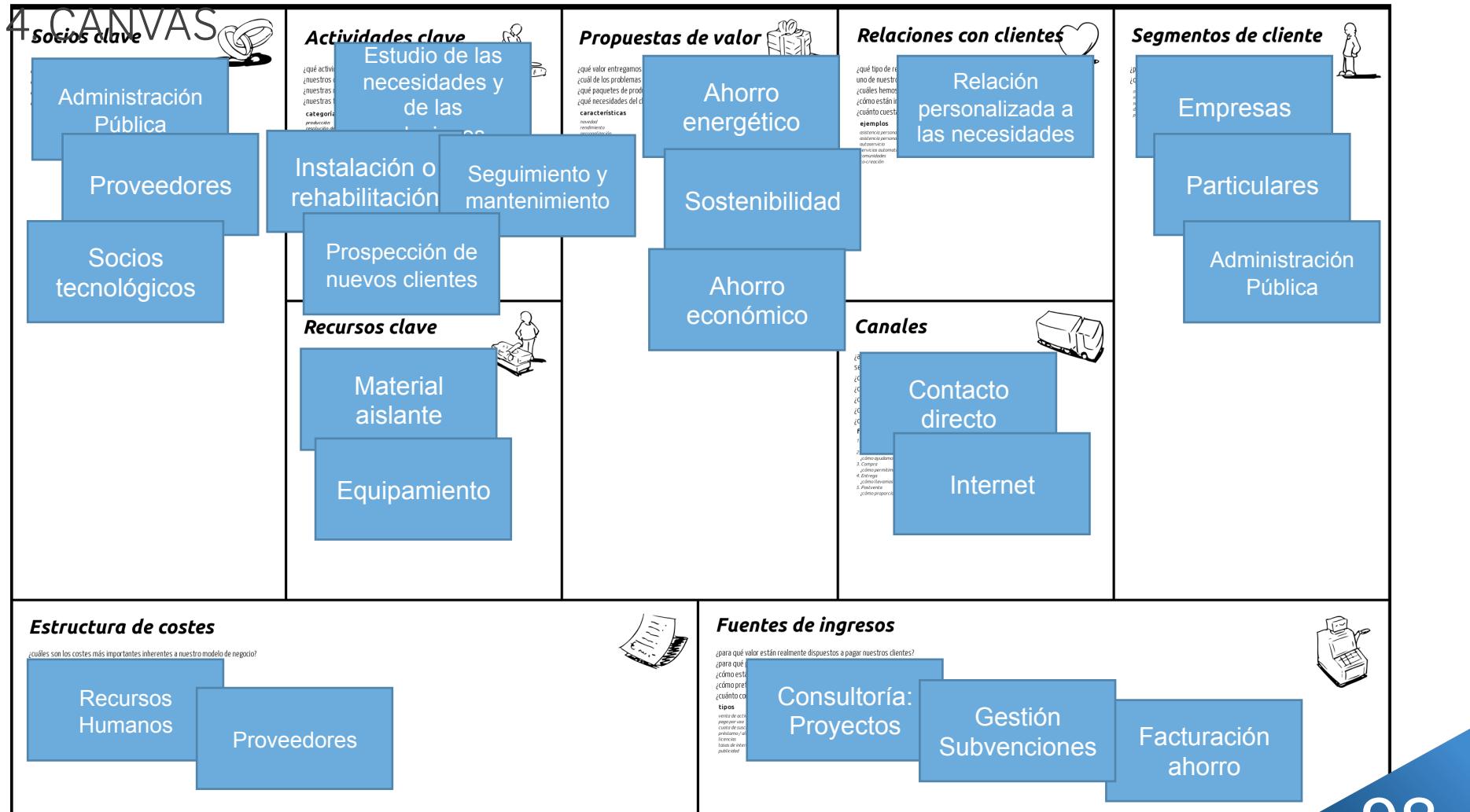
#### 3. Recursos y capacidades

	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
Legislación	🚫				Desventaja Competitiva
Medios técnicos y humanos accesibles	○	🚫			Paridad competitiva
Gestión de subvenciones	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
Implantación de energías poco utilizadas	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
Entorno ideal para el desarrollo de I+D+i	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.9 A18: Eficiencia energética: consultoría e instalaciones de energía





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.9 A18: Eficiencia energética: consultoría e instalaciones de energía

#### 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>Necesidad de inversión alta en equipamiento de energías renovables</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Legislación nacional desfavorable por el impuesto del sol</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>Entorno ideal para la instalación de energías renovables</li><li>Temperaturas extremas en algunos casos</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Entorno ideal para la instalación de energías renovables</li><li>Temperaturas extremas en algunos casos</li></ul>

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.10 A19: Comercio electrónico y desarrollo de servicios online

#### 1. Presentación del ámbito

El principal motivo que distingue a El Puerto de Santa María de otras ciudades es su exquisita gastronomía y denominación de origen, obteniendo así productos típicos de la zona que solo pueden ser adquiridos en la misma ciudad, o en ciudades cercanas.

Mucho se ha hablado del pequeño negocio de la ciudad, de cómo fomentarlo o hacerlo crecer, pero nada se habla de ampliar los negocios locales a través del comercio electrónico, llegado a alcanzar segmentos de clientes más lejanos, aprovechando las redes sociales e internet, por lo que, en este ámbito cobra especial importancia las estrategias de comercio local y el desarrollo de los servicios que prestan los pequeños comercios a través de internet.

Además, este ámbito lleva consigo un gran crecimiento anual en la demanda de servicios online y se hace necesario el desarrollo de los mismos, tanto en la ciudad como fuera de ella.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.10 A19: Comercio electrónico y desarrollo de servicios online

#### 2. Benchmarking

Existen numerosas empresas pequeñas destinadas a la venta de productos, ya sean locales o no, a través de internet.

Estas empresas han surgido hace pocos años, pero están teniendo un gran impacto en el mercado y se están haciendo de una gran cuota de mercado debido a la comodidad que supone la venta de productos a través de internet.



##### Mr Wonderful:

Empresa surgida hace cinco años, que dedica su actividad a la venta de productos con mensajes positivos.

Actualmente también se dedican a proveer a otros comercios de sus productos.



##### Food & Drinks from Spain:

Tienda gourmet de productos Españoles ubicada en El Puerto de Santa María, que ofrece sus productos tanto al mercado nacional como al extranjero.



##### Aguasalá:

Empresa ubicada en El Puerto de Santa María destinada a ofrecer mariscos y pescados, frescos o cocidos, online.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.10 A19: Comercio electrónico y desarrollo de servicios online

#### 3. Recursos y capacidades

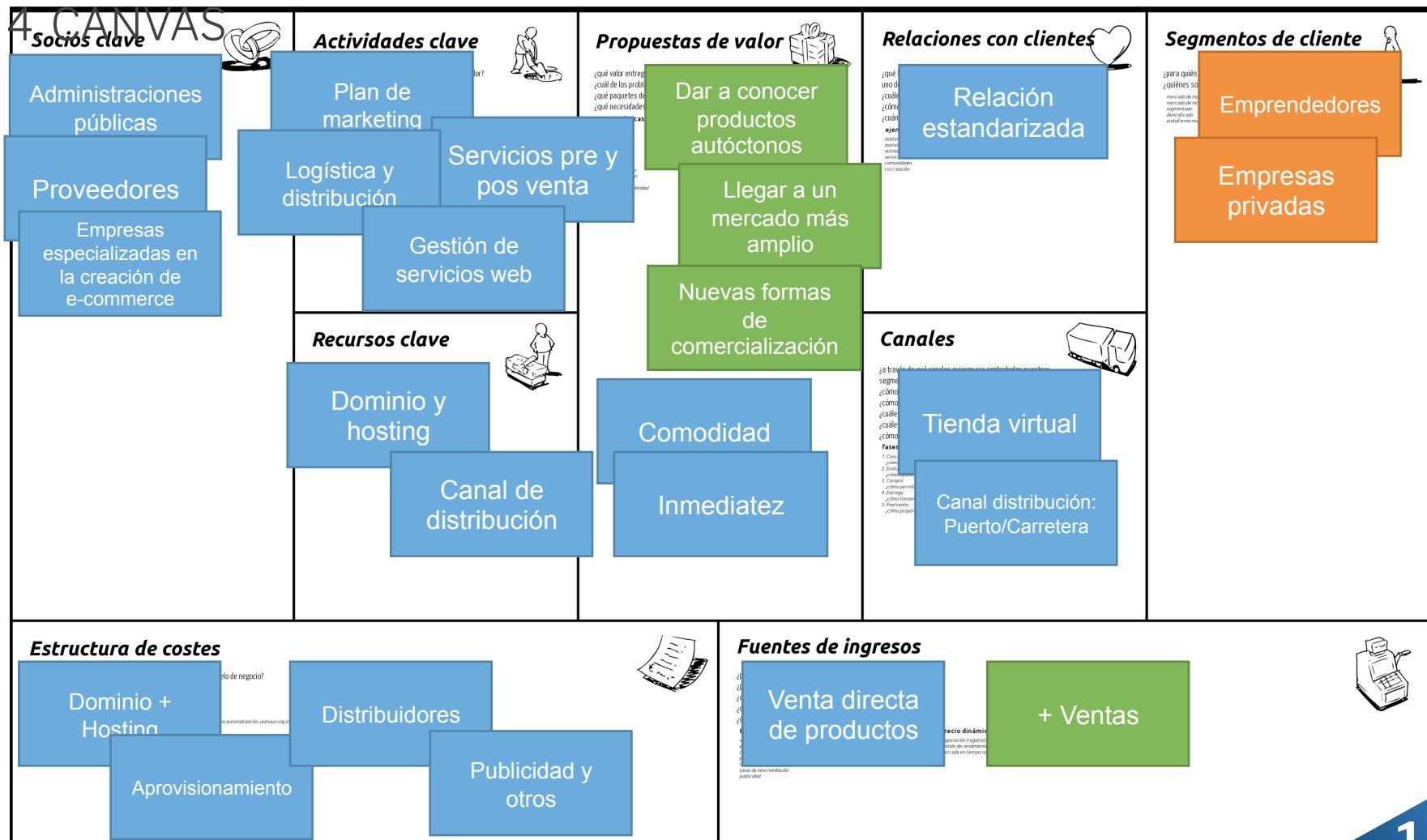
	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
Presencia de los comercios en las redes	🚫				Desventaja Competitiva
Posibilidad de acceso a un mercado más amplio	○	🚫			Paridad competitiva
Ayudas para la comercialización	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
Canales de distribución en el entorno	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
Materia prima y manufactura local	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.10 A19: Comercio electrónico y desarrollo de servicios online

Efecto    Segmentos de interés en el ámbito





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.10 A19: Comercio electrónico y desarrollo de servicios online

#### 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Falta de capacitación en E-commerce</li><li>• Desconocimiento del marketing virtual</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Fuerte competencia</li><li>• Posibilidad de réplica</li><li>• Barreras y riesgos al comercio exterior</li><li>• Canales de distribución deficientes</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Innovación en el comercio electrónico</li><li>• Alta tasa de penetración en internet</li><li>• Incremento de las compras online</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Globalización</li><li>• Desarrollo en social-selling</li><li>• Mayor conocimiento de los deseos del consumidor</li></ul>



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.11 A21: Potenciar el turismo náutico

#### 1. Presentación del ámbito

El Puerto de Santa María enclavada en el entorno de la Bahía de Cádiz, cuenta con entorno ideal para el desarrollo de actividades náuticas. Su amplia tradición marinera, así como su imagen de ciudad turística, fomentan la creación de este tipo de actividades, las cuales, sin embargo, como consecuencia de la amplia regulación existente, ve como se dificulta la creación de nuevas iniciativas.

Las actividades náuticas pueden suponer la alternativa al declive en el desarrollo pesquero, creándose en este punto una oportunidad de negocio en la reconversión de barcos, instalaciones y recursos humanos, tratando de aprovechar esos recursos tangibles e intangibles con los que cuenta la ciudad para ofertar actividades que sirvan de reclamo turístico.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.11 A21: Potenciar el turismo náutico

## 2. Benchmarking

### Proyecto en Dénia:

Este mismo año se ha puesto en marcha en la localidad de Dénia una iniciativa para enrolar a los turistas en los barcos pesqueros.

Los turistas saldrán a faenar con los pescadores y podrán adquirir el pescado in-situ, posteriormente realizarán una visita guiada a la lonja y en los talleres de redes.

Si los turistas no saben o desean cocinar la pesca, podrán ir a los restaurantes asociados para degustarlo.





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.11 A21: Potenciar el turismo náutico

#### 3. Recursos y capacidades

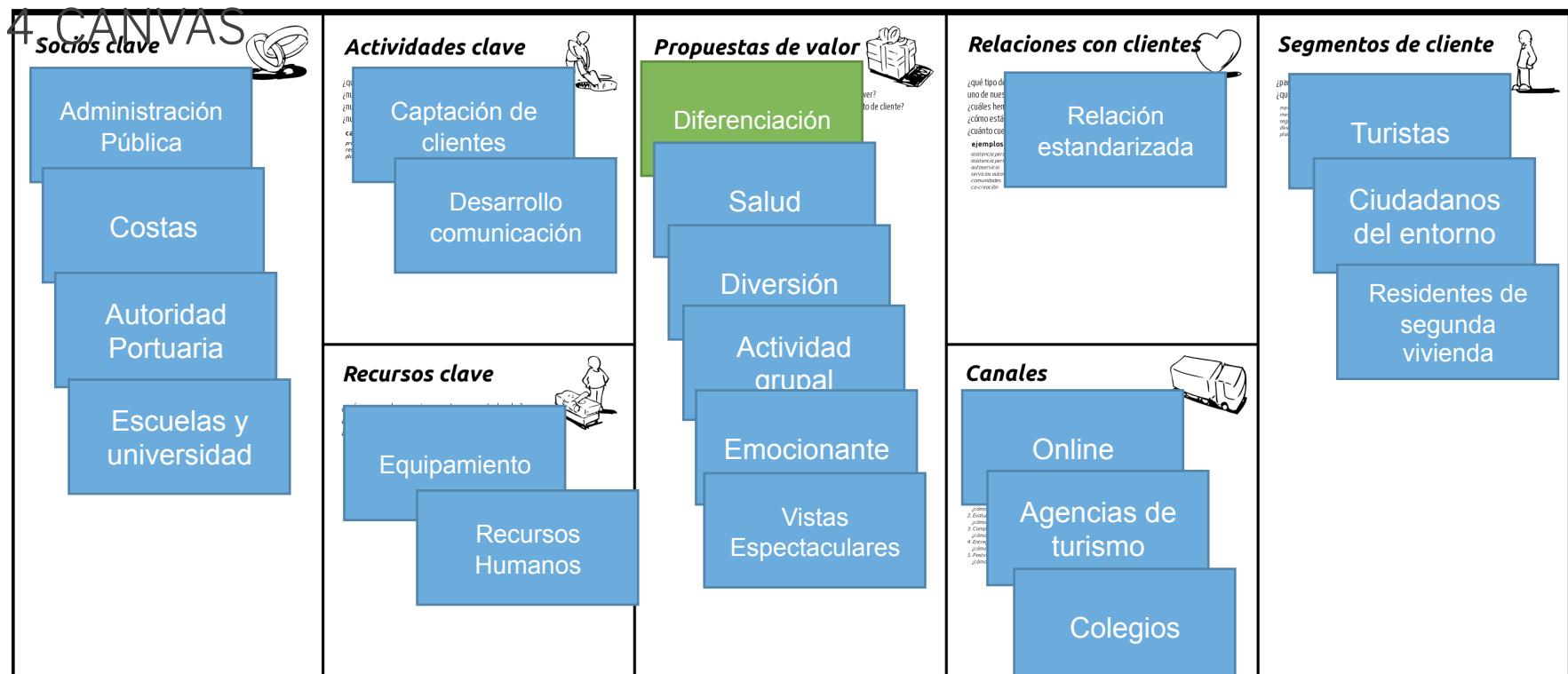
	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
<b>Repercusión en los medios</b>	🚫				Desventaja Competitiva
<b>Instalaciones deportivas</b>	○	🚫			Paridad competitiva
<b>Innovación en el modelo de negocio</b>	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
<b>Desarrollo de competiciones</b>	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
<b>Entorno ideal- Bahía y climatología</b>	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.11 A21: Potenciar el turismo náutico

Efecto



#### Estructura de costes

¿cuáles son los costes más importantes inherentes a nuestro modelo de negocio?  
¿qué recursos clave son los más caros?



#### Fuentes de ingresos

¿para qué valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?  
¿para qué pagán actualmente?  
¿cómo está el mercado?  
¿cómo preveo que evolucionará?  
¿cuánto cobraremos?





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.11 A21: Potenciar el turismo náutico

#### 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Desconocimiento de las actividades</li><li>• Posible precio elevado respecto a otras alternativas de ocio</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Posibilidad de mercado muy atomizado. (Ej. Escuelas de surf)</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Climatología y entorno</li><li>• Personal cualificado</li><li>• Ciudad receptoras de turistas y de veraneantes con segunda vivienda</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Innovación en el modelo de negocio</li><li>• Introducción de nuevas actividades (Ej. Flyboard)</li></ul>



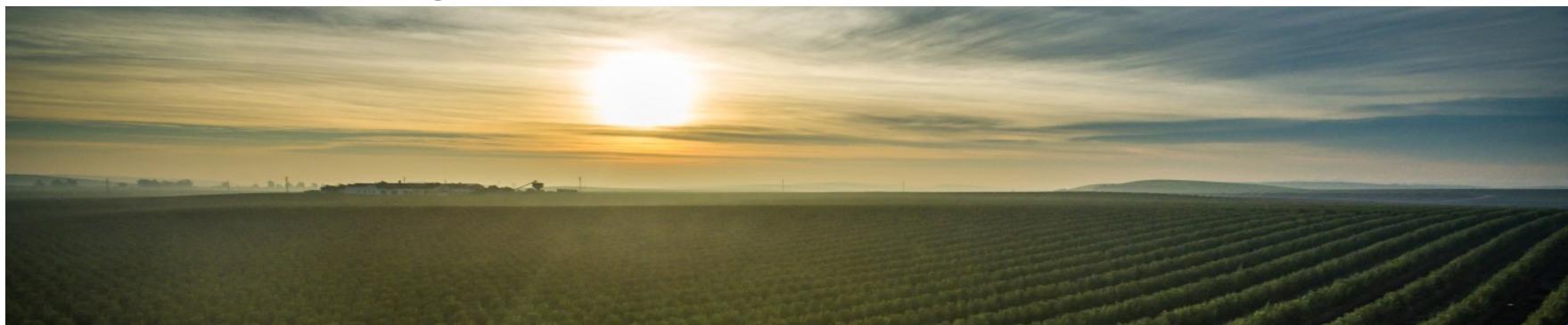
## 6. Fichas de ámbitos

### 6.12 A22: Aplicación de las TIC y nuevas tecnologías en el sector agrícola y pesquero

#### 1. Presentación del ámbito

La agricultura supone uno de los pilares de peso en la economía andaluza, teniendo mayor incidencia en su economía que en las de España y Unión Europea. Por su parte, la pesca cuenta con gran arraigo y tradición en El Puerto de Santa María, aunque su incidencia en la economía local cada vez es menor como consecuencias de las limitaciones a las que se enfrenta y la competencia de otras lonjas más potentes como las de Cádiz o Sanlúcar de Barrameda.

En ambos casos, pese a su importancia y relevancia, nos encontramos ante sectores poco innovadores, o en los que pese a la existencia de innovaciones en el ámbito nacional e internacional, éstos no se han introducido en la explotación autóctona. Esta falta de innovación supone por un lado una desventaja competitiva respecto a otras explotaciones más innovadoras, así como una oportunidad de negocio para aquellos que con su empuje tratan de modernizar la agricultura y pesca del entorno.

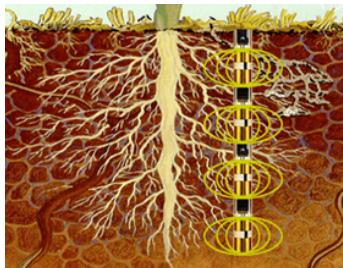


## 6. Fichas de ámbitos

### 6.12 A22: Aplicación de las TIC y nuevas tecnologías en el sector agrícola y pesquero

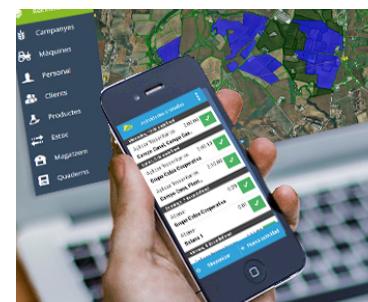
#### 2. Benchmarking

Multitud de ejemplos se puede observar en la agricultura de la aplicación de la tecnología, como la transformación de secano a regadío gracias a la aplicación de la tecnología. Por su parte, esta aplicación de la tecnología es también reconocible en las piscifactorías. Aquí, algunas tecnologías que podrían ser aplicadas:



##### Sensores:

Su aplicación puede automatizar procesos al actuar según las necesidades.



##### Aplicaciones:

El desarrollo de apps para móviles puede agilizar los trabajos de seguimiento y la puesta en marcha de aquellos procesos automatizados.



##### Drones:

Su utilización puede ayudar a detectar incidencias en los cultivos, fertilizar... Así como detectar bancos de peces.



##### Redes, proceso,etc.:

En el sector de la pesca se observan innovaciones en la producción de las redes, así como en fases del proceso de la pesca implementando soluciones tecnológicas que aumentan el nivel de automatismo.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.12 A22: Aplicación de las TIC y nuevas tecnologías en el sector agrícola y pesquero

#### 3. Recursos y capacidades

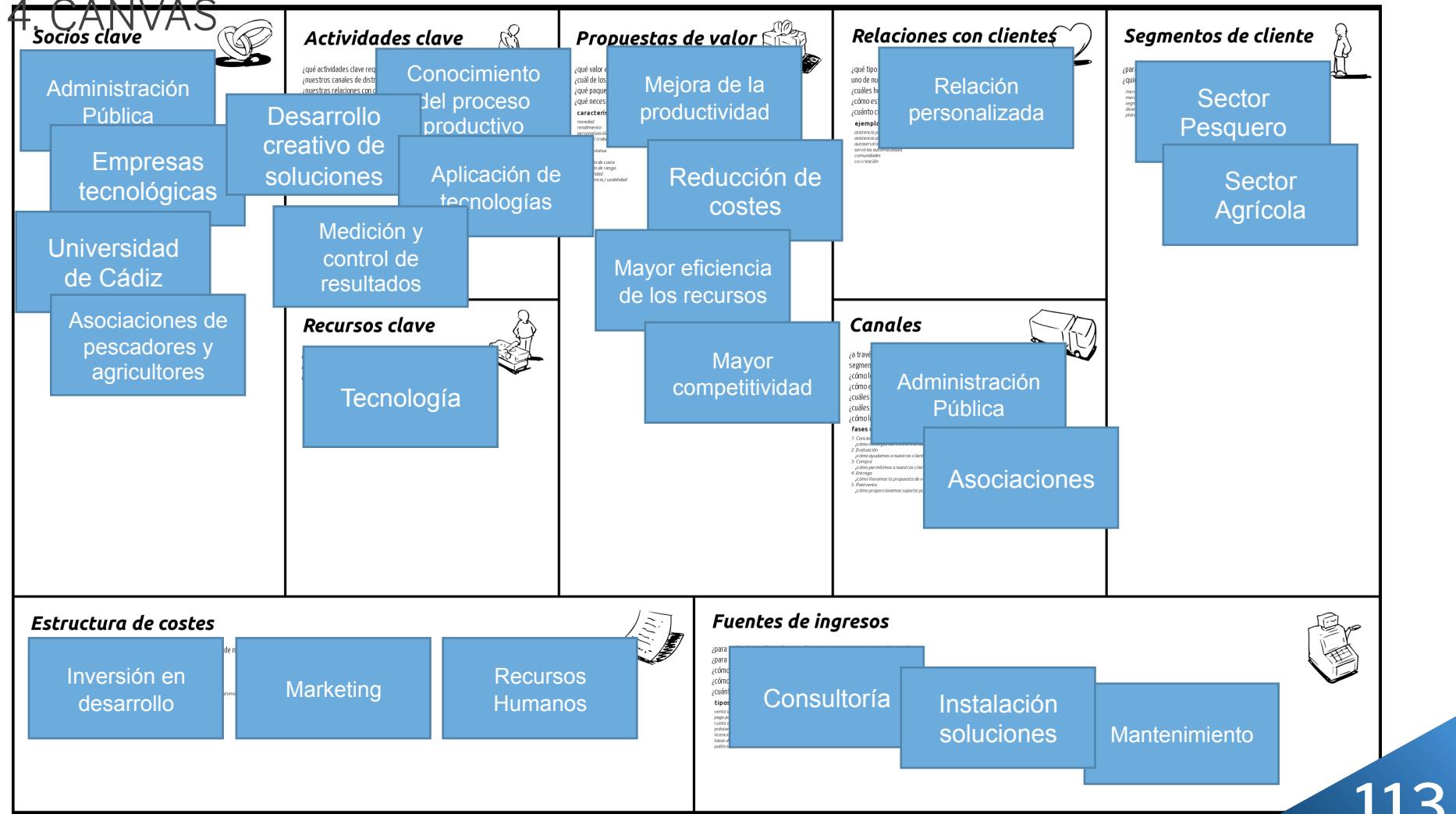
	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
<b>Ritmo de incorporación de las innovaciones</b>	🚫				Desventaja Competitiva
<b>Flota pesquera y campos de cultivo</b>	○	🚫			Paridad competitiva
<b>Aplicación de tecnología</b>	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
<b>Empresas tecnológicas locales</b>	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
<b>Centros de investigación en el entorno</b>	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.12 A22: Aplicación de las TIC y nuevas tecnologías en el sector agrícola y pesquero

#### 4. CANVAS





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.12 A22: Aplicación de las TIC y nuevas tecnologías en el sector agrícola y pesquero

## 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Desconocimiento de los recursos disponibles</li><li>• Escasa mentalidad innovadora</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Situación económica desfavorable</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Entorno ideal para el desarrollo de propuestas innovadoras</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Grupos de investigación en el entorno próximo</li><li>• Administraciones públicas incentivadoras de la innovación</li></ul>



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.13 A23: Innovación en servicios profesionales

#### 1. Presentación del ámbito

Una de las principales innovaciones que se encuentra en la prestación de Servicios Profesionales, es decir poner los conocimientos del emprendedor al servicio de aquellos usuarios que lo necesiten. De esta vía nacen multitud de pequeñas empresas y autónomos que constituyen consultorías laborales, fiscales, buffet de abogados, estudios de arquitectura, etc.

En un mercado colmado de profesionales ofreciendo servicios al más alto nivel, se hace necesaria la diferenciación mediante la innovación. Esta innovación puede tener su origen en la cobertura de nichos de mercado en los que aun no existe especialización, en la forma o vía de prestar el servicio, en la modalidad de cobro, etc.

En definitiva existe muchas posibilidades para ofrecer un Servicio Profesional diferenciado, aumentando la propuesta de valor para nuestros clientes, siendo esencial para ello conocer las necesidades y el perfil de nuestro cliente, de modo que la innovación propuesta cubra las necesidades del cliente mejor que las alternativas del mercado.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.13 A23: Innovación en servicios profesionales



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María



#### 2. Benchmarking



Ayuda T Pymes podría ser una asesoría más, pues ofrece los servicios de gestión laboral, fiscal y contable, presentación de impuestos y un asesor personal. Sin embargo, gracias a la aplicación de la tecnología, ofreciendo sus servicios íntegramente on-line y automatizando muchos procesos, ha conseguido reducir sus tarifas en comparación con empresas tradicionales del sector.

Esta empresa se encuentra radicada en El Puerto de Santa María y en apenas cuatro años desde su puesta en marcha alcanzó una plantilla de 35 empleados.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.13 A23: Innovación en servicios profesionales

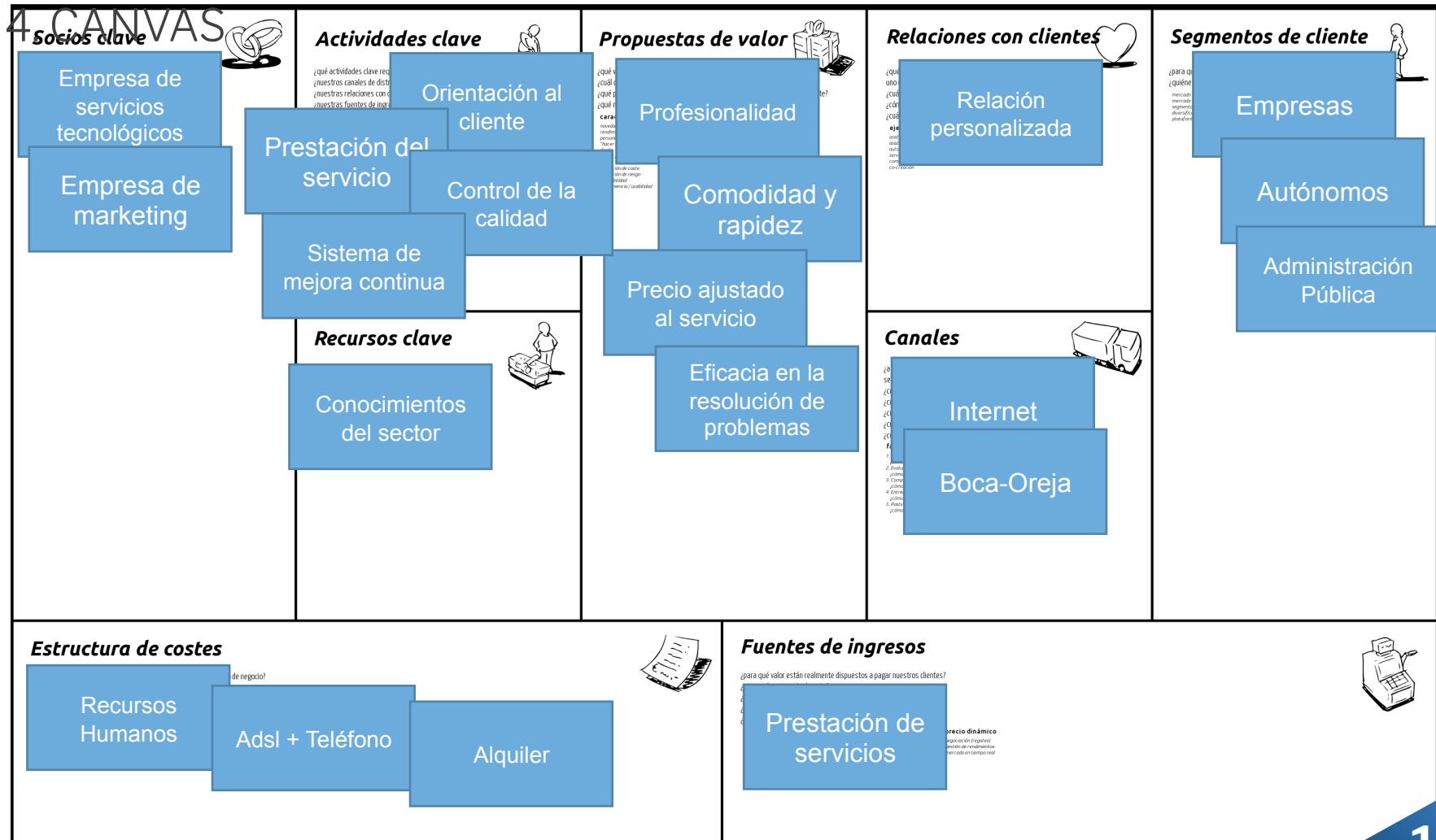
#### 3. Recursos y capacidades

	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
<b>Capacidad financiera</b>	🚫				Desventaja Competitiva
<b>Conocimientos</b>	○	🚫			Paridad competitiva
<b>Red de contactos</b>	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
<b>Empresas tecnológicas y de marketing</b>	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
<b>Innovación en el proceso</b>	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.13 A23: Innovación en servicios profesionales





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.13 A23: Innovación en servicios profesionales

#### 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Empresa/Autónomo poco reconocido, nuevo en el mercado</li><li>• Posible desconocimiento del perfil de los clientes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Copia por parte de grandes empresas del sector</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Capacidad de experimentación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nichos de mercado insuficientemente cubiertos</li><li>• Servicio más ajustado a las necesidades del cliente</li></ul>

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.14 A24: Servicios de wellness y salud

#### 1. Presentación del ámbito

El Puerto de Santa María ofrece un clima ideal para la realización de una gran variedad de actividades destinadas al cuidado del cuerpo y la mente, ya sea disfrutar de la naturaleza, de la gastronomía saludable que recoge la esencia de la ciudad o actividades ecológicas que ayuden a sentirse bien por dentro y por fuera.

Además, El Puerto de Santa María, por sí misma, ya ofrece muchas actividades relacionadas con la salud y la naturaleza, por encontrarse en un paraje natural, rodeado de agua y tierra.

Por otra parte, cabe añadir que el turismo wellness es el nuevo turismo de lujo, que incluye el uso de los recursos naturales que alberga la ciudad, además de incluir experiencias de spa, fitness, belleza, nutrición y bienestar.

Los viajes de salud no son una alternativa al turismo cultural o lúdico, son un elemento de valor añadido, por lo que se podrían combinar, incrementando el potencial de la ciudad



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.14 A24: Servicios de wellness y salud



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

#### 2. Benchmarking

En la provincia de Cádiz y alrededores existen multitud de establecimientos wellness destinados a ofrecer bienestar al turista que desea desconectar y se siente atraído por el bienestar físico y mental.



#### Spa wellness Grazalema:

Este Spa responde al deseo de paz, placer y serenidad de la sociedad actual que busca donde cuidar su cuerpo y su espíritu hasta alcanzar un estado de total relajación y bienestar



#### Activa club El Puerto de Santa María:

Creado para mantener en forma el cuerpo y la mente, bien por medio del ejercicio físico, o para evadirse del estrés a través de circuitos termales, tratamientos de Spa o tratamientos de bienestar.



#### O2 Centro Wellness Sevilla:

Presta un servicio wellness exclusivo, con la finalidad de mantener el equilibrio entre la mente y el cuerpo, a través de sus gimnasios, salas de entrenamiento, spa y servicios de fisioterapia.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.14 A24: Servicios de wellness y salud

#### 3. Recursos y capacidades



<b>Envejecimiento de la población y descenso del turismo</b>				Desventaja Competitiva
<b>Recursos para realizar actividades al aire libre</b>				Paridad competitiva
<b>Servicio orientado a clientes locales</b>				Ventaja Competitiva Temporalmente
<b>Servicio orientado al turismo</b>				Ventaja Competitiva aun por explotar
<b>Servicios innovadores</b>				Ventaja Competitiva Sostenida

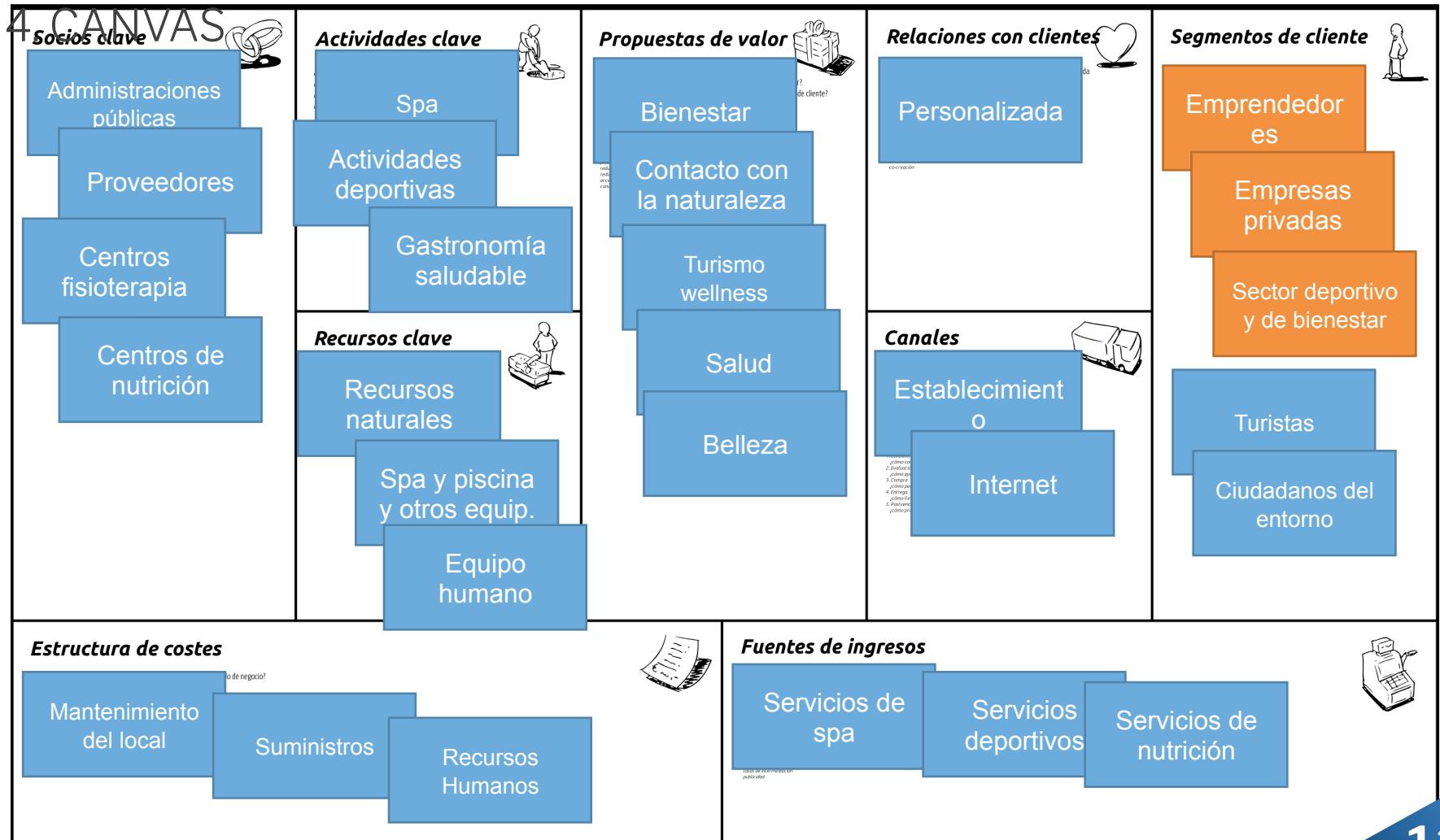


## 6. Fichas de ámbitos

### 6.14 A24: Servicios de wellness y salud



Segmentos de interés en el ámbito





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.14 A24: Servicios de wellness y salud

#### 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Poco conocimiento por parte del cliente</li><li>• Elevada inversión</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Algunas empresas hoteleras ofrecen disfrutan de economías de escala</li><li>• Posible necesidad de colaboración de adm. Públicas para el uso de recursos naturales</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Recursos naturales de la ciudad</li><li>• Ciudad turística</li><li>• Sector socialmente atractivo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aprovechamiento de los parajes naturales</li><li>• Demanda creciente</li><li>• Innovación en productos y servicios y tecnología</li></ul>

## 6. Fichas de ámbitos

### 6.15 A26: Servicios de reparto a domicilio

#### 1. Presentación del ámbito

En 2015 el volumen de negocio del comercio electrónico fue de 20.745 millones de euros, un 27,5% superior al importe de 2014.

El constante crecimiento de las ventas online gracias al aumento del número de internautas, así como a una mayor confianza en este tipo de transacciones, ha supuesto un importante impulso para las empresas de mensajería que en la actualidad viven una época dorada.

En este resurgir de la mensajería han surgido nuevas alternativas innovadoras, bien sea innovando en el método de entrega o en otros casos incorporando a modelos de negocios la entrega a domicilio.

En definitiva, es un sector que se encuentra en constante innovación y en el que se observan multitud de oportunidades de negocio en sus diversas perspectivas.



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.15 A26: Servicios de reparto a domicilio

#### 2. Benchmarking

A continuación se muestran dos ejemplos de innovación en el servicio de reparto a domicilio, sin embargo cada una de ellas innova desde una perspectiva distinta. Mientras que Koiki imprime un carácter social y sostenible al método de entrega, Just Eat no innova en el cómo sino en el modelo de negocio.



#### KOIKI:

Koiki es una startup española que pretende revolucionar el modelo de distribución en la última milla por medio de la integración de personas desfavorecidas y el respeto medioambiental.

Para lograr su objetivo contratan a gente del barrio para realizar el reparto, andando o en bicicleta, reduciendo la emisión de CO<sub>2</sub>.

**JUST  
EAT**

#### Just Eat:

Just Eat es una compañía de servicios dedicada a la distribución de comida para llevar a domicilio.

Fundada en Dinamarca hoy en día cuenta con el monopolio de la distribución de comida a domicilio en España tras comprar "La Nevera Roja".



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.15 A26: Servicios de reparto a domicilio

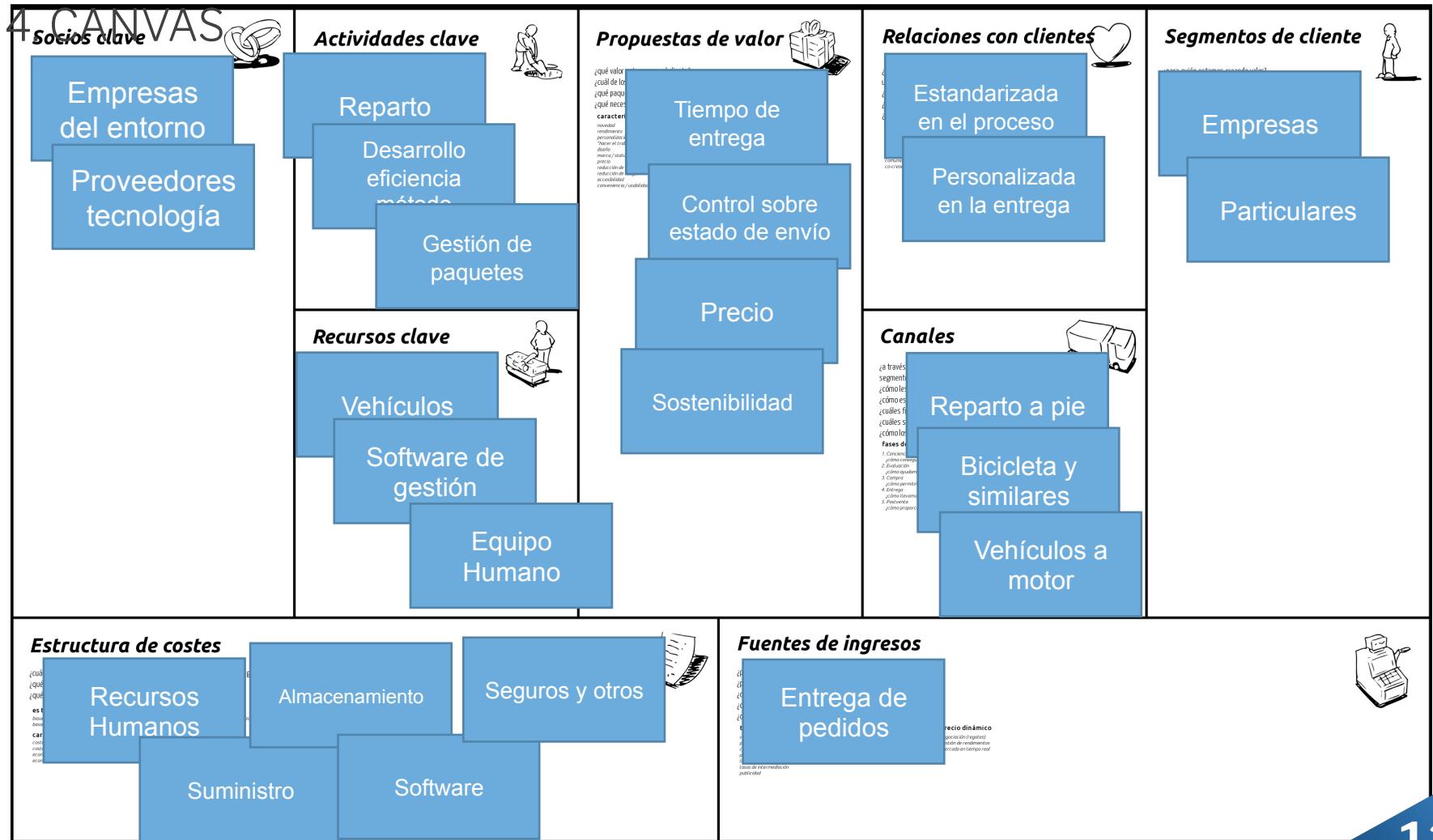
#### 3. Recursos y capacidades

	V VALOR	R RARO	I INIMITABLE	O ORGANIZACIÓN	
Eficiencia de la estructura logística	🚫				Desventaja Competitiva
Acceso a medios técnicos y humanos	○	🚫			Paridad competitiva
Aplicación de tecnología y métodos	○	○	🚫		Ventaja Competitiva Temporalmente
Situación geográfica de El Puerto de Santa María	○	○	○	🚫	Ventaja Competitiva aun por explotar
Densidad de la población y mercado en el entorno	○	○	○	○	Ventaja Competitiva Sostenida



## 6. Fichas de ámbitos

### 6.15 A26: Servicios de reparto a domicilio





## 6. Fichas de ámbitos

### 6.15 A26: Servicios de reparto a domicilio

#### 5. DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Empresa nueva creación en sector donde prima la confianza</li><li>• Posible necesidad de inversión elevada</li><li>• Necesidad de sistemas de gestión y seguros</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Grandes empresas de reparto con economías de escala</li></ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"><li>• Empresa local – Reparto local</li><li>• Ciudades con gran densidad poblacional</li><li>• El Puerto como eje por su cercanía con las ciudades del entorno de la Bahía y Jerez.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incorporación de nuevas tecnologías (Ej. Vehículos eléctricos)</li><li>• Desarrollo de nuevos modelos de negocio dentro del sector</li></ul>

## 7. Plan estratégico: El Puerto Innova



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María



En este apartado se va a proceder al análisis de los distintos ejes estratégicos en los que se necesita una mejora y en los que la innovación en cada uno de ellos es crucial para potenciar la economía de El Puerto de Santa María.

El objetivo de este apartado es la correlación de los ámbitos que pueden suponer un gran progreso en la ciudad, con los distintos ejes estratégicos que sería interesante desarrollar en El Puerto de Santa María, con la finalidad de promover la generación de ideas de los emprendedores que lo deseen.

## 7. Plan estratégico: El Puerto Innova



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

### Eje 1 Transporte

Eje orientado a las grandes empresas generadoras de empleo en la Bahía, las del sector naval y aeronáutico.

### Eje 2 Turismo, cultura y ocio

Eje orientado a la mejora del sector turístico a través de varias vías, tales como la mejora de los recursos humanos, la diversificación de la oferta o la mejora de las infraestructuras existentes.

### Eje 3 Agroindustria

Desarrollo del sector agroindustrial a través del I+D y del aprovechamiento de los recursos autóctonos, así como de los subproductos generados.

### Eje 4 Construcción y desarrollo sostenible

A través de la innovación en el sector y de la aplicación de nuevas tecnologías como las renovables, se busca el impulso del sector.

## 7. Plan estratégico: El Puerto Innova



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

Eje 1  
Transporte

A1: Aplicación innovadora de materiales compuestos.  
A2: Reparación y construcción de naves de pequeño tamaño.

## 7. Plan estratégico: El Puerto Innova

Eje 2  
Turismo,  
cultura y  
ocio

- A3: Modernización e innovación del comercio tradicional del centro.
- A4: Comercialización de productos locales y tradicionales.
- A5: Implantaciones comerciales que integren el patrimonio material e inmaterial y la puesta en valor de este.
- A7: Diversificación de la industria al turismo rural (senderos, casas rurales, etc.).
- A8: Diversificación de la industria al turismo pesquero (paseos en barco, etc.).
- A10: Modernización e innovación en hostelería, con diferenciación del producto gastronómico y potenciar la gastronomía y patrimonio local.
- A11: Aprovechamiento del entorno del río Guadalete para la implantación de zonas de ocio y deporte.
- A12: Implantación de casas de huéspedes, hoteles o apartamentos con encanto para aprovechar el patrimonio del centro histórico.
- A14: Aprovechamiento del patrimonio vitivinícola con potencial turístico.
- A15: Poner en valor las viñas como atractivo turístico.
- A16: Potenciar el turismo de catas y vinotecas.
- A21: Potenciar el turismo náutico.

## 7. Plan estratégico: El Puerto Innova



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

### Eje 3 Agroindustria

- A6: Procesos industriales aplicados a la pesca y a la agricultura (conservas, etc.).
- A9: Diversificación de los cultivos tanto en secano como en regadío.
- A13: Diversificación de la producción vitivinícola a cervezas artesanas y a pequeñas productoras de vinos especializados.
- A22: Aplicación de TIC y nuevas tecnologías en el sector agrícola y pesquero.

## 7. Plan estratégico: El Puerto Innova



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

Eje 4  
Construcción  
y desarrollo  
sostenible

A17: Desarrollo de nuevos métodos constructivos y rehabilitación y construcción sostenible.  
A18: Eficiencia energética: consultoría e instalaciones de energía.  
A20: Innovación en ingeniería y ciencias del mar.

## 7. Plan estratégico: El Puerto Innova



Ayuntamiento de  
El Puerto de Santa María

 EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS

Fuera de  
previsión

- A19: Comercio electrónico y desarrollo de servicios online.
- A22: Aplicación de TIC y nuevas tecnologías en el sector agrícola y pesquero.
- A23: Innovación en servicios profesionales.
- A24: Servicios de wellness y salud.
- A25: Servicios de jardinería.
- A26: Servicios de reparto a domicilio.



Ayuntamiento de  
**El Puerto de Santa María**

EURCONSULTOR  
GESTIÓN & FINANZAS



*Oportunidades de negocio*  
**Aula de creación de  
empresas innovadoras**