

2024

BARÓMETRO DEL COMERCIO

DAFO Y CAME DEL COMERCIO DE TOMELLOSO



OBSERVATORIO
COMERCIAL
Y TURÍSTICO

ÍNDICE

1. Introducción	2
1.1. Contexto del sector comercial en Tomelloso	2
1.2. Objetivos del análisis	2
2. Metodología	2
2.1. Descripción del enfoque para el análisis DAFO	2
2.2. Fuentes de información utilizadas	3
3. Análisis DAFO	3
3.1. Debilidades	4
3.2. Amenazas	5
3.3. Fortalezas	7
3.4. Oportunidades	9
4. Análisis CAME	10
4.1. Corregir (Debilidades)	11
4.2. Afrontar (Amenazas)	12
4.3. Mantener (Fortalezas)	13
4.4. Explotar (Oportunidades)	14
5. Conclusiones	15
5.1. Recomendaciones estratégicas	16

1. Introducción

1.1. Contexto del sector comercial en Tomelloso

El sector comercial en Tomelloso desempeña un papel esencial en la economía local, actuando como un motor de desarrollo económico y social. Su ubicación estratégica en la región de Castilla-La Mancha, sumada a una rica tradición agrícola y vinícola, ha moldeado un tejido comercial diverso y conectado con las raíces culturales de la comunidad. Los comercios locales son mayoritariamente pequeños y medianos establecimientos que ofrecen productos y servicios únicos, con un fuerte vínculo con la gastronomía, la artesanía y los productos autóctonos.

En los últimos años, el comercio local ha enfrentado importantes desafíos derivados de la competencia con grandes cadenas y plataformas de comercio electrónico, así como de cambios en los hábitos de consumo. Sin embargo, también cuenta con un gran potencial para fortalecerse mediante la digitalización, la diversificación de su oferta y su integración con el sector turístico, especialmente en el ámbito del enoturismo, donde Tomelloso tiene una clara ventaja competitiva gracias a su tradición vitivinícola.

1.2. Objetivos del análisis

El análisis DAFO sobre el comercio en Tomelloso tiene como objetivo proporcionar una visión integral y estratégica del sector, identificando sus principales retos y oportunidades.

Entre los objetivos específicos se destacan:

1. **Diagnosticar la situación actual del sector comercial:** Identificar las fortalezas internas y los factores que limitan el desempeño del comercio local.
2. **Evaluar la relación entre el comercio y el turismo:** Analizar cómo ambos sectores se influyen mutuamente y detectar sinergias para un desarrollo conjunto.
3. **Entender las tendencias del consumidor:** Identificar patrones de comportamiento y preferencias de los clientes, tanto locales como turísticos.
4. **Promover la sostenibilidad y digitalización:** Reconocer oportunidades para implementar prácticas sostenibles y soluciones tecnológicas en el comercio.
5. **Proponer estrategias efectivas:** Facilitar recomendaciones que impulsen la competitividad y sostenibilidad del sector comercial de Tomelloso.

2. Metodología

2.1. Descripción del enfoque para el análisis DAFO

El enfoque metodológico para el análisis DAFO combina herramientas de investigación cualitativa y cuantitativa, permitiendo una comprensión holística del sector comercial en Tomelloso. Este análisis se fundamenta en los siguientes pilares:

1. **Diagnóstico interno y externo:** Se identificaron factores internos (fortalezas y debilidades) a través de encuestas a comerciantes, análisis de registros comerciales y entrevistas con actores clave. Por otro lado, las oportunidades y amenazas externas se determinaron mediante el estudio de tendencias de mercado, políticas públicas y datos turísticos.
2. **Colaboración intersectorial:** La inclusión de diversas perspectivas, como asociaciones comerciales, cámaras de comercio y entidades municipales, asegura una representación integral del contexto local.
3. **Triangulación de datos:** Se combinaron datos cualitativos y cuantitativos para garantizar la validez y fiabilidad de los hallazgos.
4. **Comparación regional y nacional:** Se contextualizó el comercio de Tomelloso frente a otras localidades de Castilla-La Mancha y España para destacar sus características únicas y potencial competitivo.

2.2. Fuentes de información utilizadas

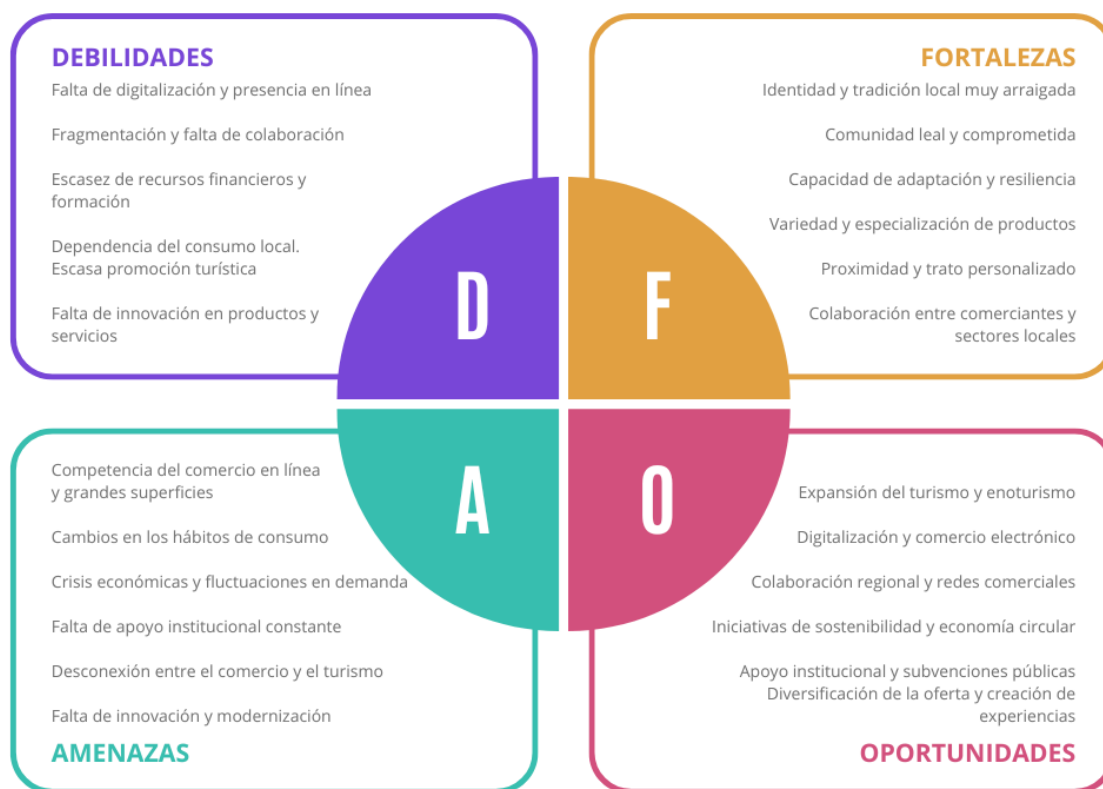
El análisis se basó en un conjunto diverso de fuentes primarias y secundarias:

- **Fuentes primarias:**
 - Encuestas a comerciantes locales y visitantes turísticos.
 - Entrevistas en profundidad con empresarios, representantes de asociaciones comerciales y funcionarios municipales.
 - Observaciones de campo en las principales áreas comerciales y turísticas de Tomelloso.
- **Fuentes secundarias:**
 - Bases de datos estadísticas municipales (INE, Cámara de Comercio, Ayuntamiento de Tomelloso).
 - Informes de mercado y estudios previos relacionados con el comercio local y regional.
 - Datos sobre digitalización y comportamiento del consumidor recopilados a través de redes sociales y plataformas digitales.

3. Análisis DAFO

El análisis DAFO constituye una herramienta estratégica clave para identificar las **fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas** que afectan al comercio de Tomelloso. Este enfoque permite realizar un diagnóstico integral de la situación actual del sector, destacando los elementos internos que lo fortalecen o limitan, así como los factores externos que influyen en su desempeño. Al proporcionar una visión estructurada de estos aspectos, el análisis DAFO facilita la comprensión de las dinámicas comerciales locales y su interacción con el entorno turístico y económico, sentando las bases para diseñar estrategias de desarrollo sostenible.

En el caso de Tomelloso, el análisis DAFO no solo aborda las características particulares del comercio local, sino que también explora su relación con otros sectores clave, como el turismo y la agricultura. Este enfoque permite identificar sinergias y áreas de mejora que potencien su competitividad, destacando la importancia de la colaboración entre actores públicos y privados para superar los retos y aprovechar las oportunidades del mercado actual.



3.1. Debilidades

Tomelloso posee muchas fortalezas, pero su sector comercial enfrenta algunas debilidades que se comentarán a continuación:

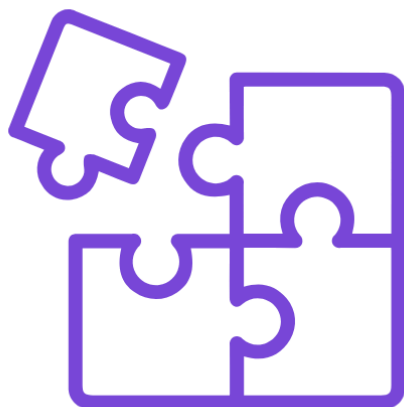
1. Falta de digitalización y presencia en línea

Uno de los principales retos del comercio local es la escasa adopción de herramientas digitales. La falta de recursos para implementar estrategias de marketing digital y comercio electrónico limita la capacidad de los comercios para

competir con plataformas online y grandes cadenas, especialmente cuando la venta online se está convirtiendo en un estándar de mercado.

2. Fragmentación y falta de colaboración

El comercio en Tomelloso está caracterizado por la fragmentación, con muchos negocios pequeños que operan de forma independiente. La falta de colaboración impide la creación de redes comerciales que favorezcan economías de escala y que, de manera conjunta, puedan competir de forma más eficaz frente a los grandes competidores del mercado.



3. Escasez de recursos financieros y formación

El acceso limitado a financiamiento y la falta de formación continua en áreas como marketing digital, gestión empresarial y atención al cliente son barreras significativas. Muchos comerciantes no cuentan con los recursos ni el conocimiento necesario para modernizarse y adaptarse a las demandas del mercado actual.

4. Dependencia del consumo local

La mayoría de los comercios dependen casi exclusivamente del consumo local, lo que los hace vulnerables a las fluctuaciones

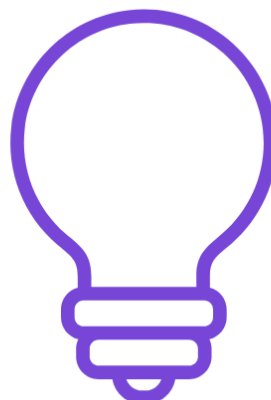
económicas y cambios en los hábitos de consumo. Esta falta de diversificación dificulta el acceso a mercados externos, como el turismo, que podrían contribuir al crecimiento económico de los comercios.

5. Escasa promoción turística

Aunque Tomelloso cuenta con un gran potencial turístico gracias a su patrimonio cultural y gastronómico, el comercio local no está plenamente integrado en las estrategias de promoción turística. Mejorar la visibilidad de los comercios en los itinerarios turísticos podría atraer más visitantes y diversificar su base de clientes.

6. Falta de innovación en productos y servicios

Muchos comercios no han innovado lo suficiente para adaptarse a las nuevas expectativas de los consumidores, que buscan productos y experiencias novedosas. La resistencia al cambio y la falta de innovación en la oferta comercial pueden llevar a la obsolescencia y a la pérdida de competitividad frente a comercios más dinámicos.



3.2. Amenazas

El comercio local en Tomelloso enfrenta diversas amenazas que pueden limitar su crecimiento y sostenibilidad a largo plazo. A continuación, se detallan algunas de las principales amenazas:

1. Competencia del comercio en línea y grandes superficies

La creciente competencia de plataformas online y grandes superficies pone presión sobre los márgenes de beneficio de los comercios locales. La capacidad de las grandes cadenas para ofrecer precios bajos y comodidad de compra en línea representa una amenaza significativa para los pequeños comercios que aún no han logrado adaptarse al comercio electrónico.



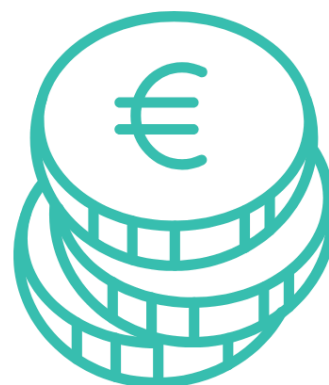
2. Cambios en los hábitos de consumo

La preferencia por la compra online y la búsqueda de conveniencia son tendencias que han transformado los hábitos de consumo. La falta de fidelidad hacia los comercios locales, especialmente en un entorno digitalizado, hace que los comercios tradicionales enfrenten el desafío de

adaptarse a las nuevas expectativas del consumidor.

3. Crisis económicas y fluctuaciones en la demanda

Las crisis económicas y las fluctuaciones en el poder adquisitivo de los consumidores afectan directamente a los comercios locales, especialmente aquellos que dependen principalmente del consumo local. La falta de recursos para afrontar estas crisis puede llevar a la reducción de actividades o incluso al cierre de muchos negocios.



4. Falta de apoyo institucional constante

La inestabilidad de los programas de apoyo y las dificultades burocráticas pueden hacer que muchos comercios no puedan acceder a los recursos necesarios para crecer. La falta de un marco normativo claro y estable también puede desalentar la inversión

en el sector, limitando la innovación y el desarrollo.

5. Falta de innovación y modernización

La falta de innovación en productos, servicios y procesos comerciales pone en riesgo la relevancia del comercio local. Los comercios que no inviertan en tecnología y no se adapten a las nuevas tendencias corren el riesgo de perder clientes frente a competidores más dinámicos y actualizados.

6. Desconexión entre el comercio y el turismo

A pesar del potencial turístico de Tomelloso, la desconexión entre el comercio local y el sector turístico impide que los comercios aprovechen

el flujo de turistas para aumentar sus ventas. Mejorar la integración de los comercios en las rutas turísticas y en las estrategias de promoción contribuiría a diversificar los ingresos y fortalecer la competitividad del sector.



3.3. Fortalezas

El comercio local en Tomelloso tiene una variedad de fortalezas que lo convierten en un componente esencial de la economía local y lo posicionan de manera competitiva frente a otros destinos.

1. Identidad y tradición local muy arraigada

El comercio en Tomelloso se distingue por su estrecha conexión con la tradición agrícola y vinícola, destacando productos autóctonos como el vino, el aceite de oliva y los embutidos, lo que aporta una identidad única. Esta tradición no solo favorece el comercio local, sino que también posiciona a Tomelloso como un destino turístico de referencia en el enoturismo, atrayendo tanto a turistas nacionales como internacionales.



2. Comunidad leal y comprometida

La relación cercana entre comerciantes y clientes fomenta una comunidad sólida y leal. En momentos difíciles, como durante la pandemia, los residentes han respaldado activamente los comercios locales, reforzando un modelo de consumo consciente que apoya la economía local como un acto de responsabilidad social.

3. Variedad y especialización de productos

Tomelloso ofrece una amplia gama de productos especializados en su gastronomía y artesanía local. La oferta de vinos premium y productos gourmet se alinea con las tendencias actuales de los consumidores que valoran la autenticidad y sostenibilidad, lo que refuerza la competitividad del comercio local frente a grandes cadenas.



4. Proximidad y trato personalizado

El trato cercano y personalizado en los comercios locales crea una experiencia de compra única, lo que genera una fuerte fidelización entre los consumidores. Este enfoque es

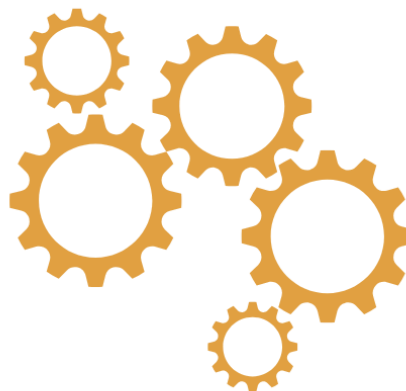
un valor diferencial frente a las grandes superficies, permitiendo a los comercios adaptarse de manera ágil a las necesidades de sus clientes.

5. Capacidad de adaptación y resiliencia

La flexibilidad del comercio local para adaptarse a los cambios económicos y sociales ha sido una de sus mayores fortalezas. Durante la pandemia, los comercios implementaron rápidamente el comercio electrónico y adaptaron sus horarios y métodos de entrega, lo que les permitió mantenerse operativos y competitivos en un entorno desafiante.

6. Colaboración entre comerciantes y sectores locales

El trabajo colaborativo con otros sectores como la agricultura y el turismo fortalece el ecosistema económico de Tomelloso. Las sinergias entre estos sectores generan nuevas oportunidades de negocio y consolidan la identidad de Tomelloso como un destino turístico cultural y enológico.

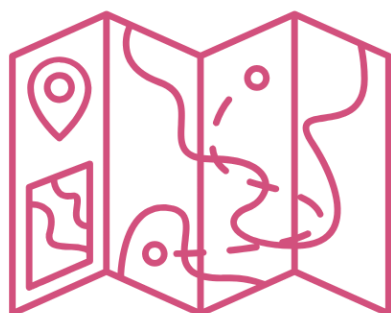


3.4. Oportunidades

A pesar de los desafíos que enfrenta, el comercio local en Tomelloso tiene varias oportunidades para crecer y fortalecerse. A continuación, se destacan algunas de las más importantes:

1. Expansión del turismo y enoturismo

El enoturismo es una de las principales oportunidades para el comercio local. La creciente demanda de experiencias turísticas relacionadas con el vino y la gastronomía ofrece a los comercios locales la oportunidad de diversificar su oferta y atraer a clientes fuera del mercado local, fortaleciendo la relación entre comercio y turismo.



3. Iniciativas de sostenibilidad y economía circular

El creciente interés por la sostenibilidad brinda una oportunidad para que los comercios se posicionen como responsables con el medio ambiente. Adoptar prácticas de economía circular, como el uso de materiales reciclados o la promoción de productos locales ecológicos, atraerá a consumidores comprometidos con el desarrollo sostenible.



2. Digitalización y comercio electrónico

La digitalización representa una oportunidad crucial para que los comercios de Tomelloso amplíen su alcance. La creación de tiendas en línea y la mejora de la presencia en redes sociales permitirá a los comercios competir con plataformas globales, manteniendo su identidad y autenticidad.

4. Apoyo institucional y subvenciones públicas

Los programas de apoyo institucional y las subvenciones públicas son una oportunidad para que los comercios de Tomelloso modernicen sus infraestructuras, implementen nuevas tecnologías y accedan a formación especializada. Aprovechar estos recursos permitirá a los comercios

adaptarse a las nuevas demandas del mercado y mantenerse competitivos.

5. Colaboración regional y redes comerciales

Fortalecer la colaboración con otros comercios y zonas cercanas permitirá a los negocios locales mejorar su competitividad mediante la creación de redes comerciales. Estas redes facilitarán la implementación de estrategias conjuntas de marketing, distribución y compras, aumentando la eficiencia operativa y la visibilidad del comercio local.

6. Diversificación de la oferta y creación de experiencias

Los comercios locales tienen la oportunidad de crear experiencias

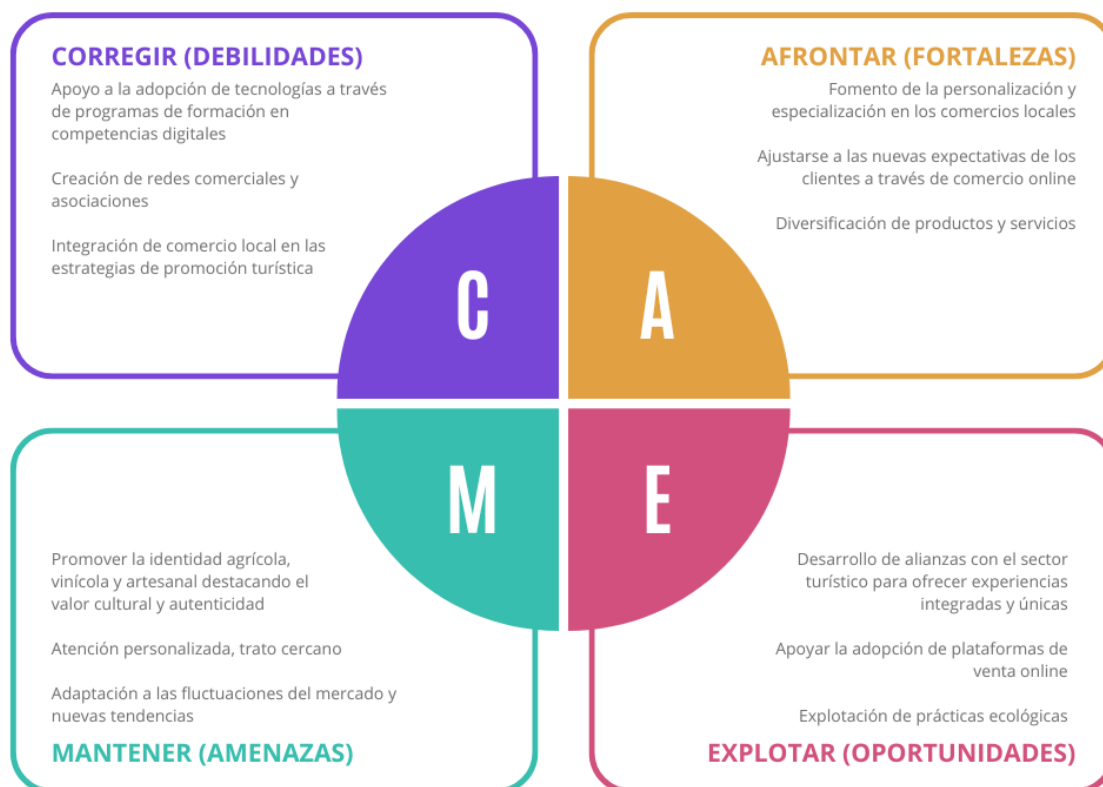
únicas que integren comercio y turismo. Eventos como catas de vino, festivales gastronómicos o rutas de compras pueden atraer tanto a turistas como a residentes, diversificando la oferta y aumentando los ingresos para los comercios.



4. Análisis CAME

El análisis CAME complementa el diagnóstico realizado en el DAFO, proporcionando una guía práctica para la toma de decisiones estratégicas. A partir de los factores identificados en el análisis DAFO, el CAME se centra en **corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades** del comercio de Tomelloso. Este enfoque transformador traduce los hallazgos del diagnóstico en acciones concretas y orientadas a resultados, maximizando el impacto positivo en el desarrollo del sector.

En el contexto de Tomelloso, el análisis CAME es fundamental para responder a los desafíos específicos del comercio local, como la digitalización, la promoción turística y la integración con el sector enoturístico. Asimismo, permite optimizar las ventajas competitivas del municipio, como su identidad cultural y su red de productos autóctonos, asegurando un crecimiento equilibrado y sostenible que beneficie tanto a los comerciantes como a la comunidad en general.



4.1. Corregir (Debilidades)

1. Digitalización y presencia online

Es crucial que los comercios locales adopten programas de formación en competencias digitales. Esto facilitará la creación de tiendas en línea y mejorará la presencia en redes sociales, permitiendo a los negocios ampliar su alcance y competir en un mercado globalizado. La digitalización no solo permitirá a los comercios acceder a un mayor número de clientes, sino que también optimizará su operativa, mejorando la eficiencia y reduciendo costos.



2. Escasa promoción turística

Integrar el comercio local en las estrategias de promoción turística de

Tomelloso es esencial. Los productos autóctonos como vinos, aceites y gastronomía manchega deben ser destacados como elementos clave de la oferta turística. Al vincular mejor el comercio con el turismo, se logrará diversificar la base de clientes, atrayendo a turistas y reduciendo la dependencia del consumo local. Además, la colaboración entre el comercio y el sector turístico puede generar sinergias que beneficien a ambos sectores.



3. Fragmentación y falta de colaboración

Es fundamental fomentar la creación de redes comerciales y asociaciones entre los comercios locales. La colaboración en áreas como marketing conjunto, compras en grupo y organización de eventos permitirá a los negocios aprovechar economías de escala, lo que fortalecerá su competitividad frente a grandes cadenas. Las redes de colaboración también facilitarán la innovación y la adaptación rápida a las necesidades del mercado.

4.2. Afrontar (Amenazas)

1. Competencia del comercio online y grandes superficies

Para competir con plataformas online y grandes superficies, es esencial que los comercios locales destaquen la personalización y especialización de sus productos y servicios. Promover la autenticidad y la calidad de los productos locales que no se encuentran fácilmente en comercios online o en grandes cadenas puede atraer a consumidores que valoren estas características. El enfoque en productos exclusivos y de alta calidad

ofrecerá una ventaja competitiva frente a la competencia masiva.



2. Cambios en los hábitos de consumo

Adaptarse a los nuevos hábitos de consumo, que favorecen la conveniencia y la rapidez, es fundamental. Los comercios locales deben ofrecer opciones como la compra online con recogida en tienda y facilitar métodos de pago digitales. Además, deben adaptar la experiencia de compra a las expectativas de los consumidores, proporcionando una experiencia más cómoda, ágil y accesible, lo que mejorará la competitividad del comercio local.

3. Crisis económicas

Diversificar los productos y servicios es clave para reducir la dependencia del consumo local y mitigar los efectos de las fluctuaciones

4.3. Mantener (Fortalezas)

1. Identidad y tradición local

Es crucial seguir promoviendo la identidad agrícola, vinícola y artesanal de Tomelloso. Resaltar el valor cultural de los productos locales, como los vinos y la gastronomía, fortalecerá el atractivo del comercio local tanto para los residentes como para los turistas. La conexión con el territorio debe seguir siendo un eje central de la estrategia comercial, ya que ofrece una ventaja competitiva única en un mercado cada vez más globalizado.

2. Proximidad y trato personalizado

El trato cercano y personalizado es un valor diferencial que sigue siendo

económicas. Al ampliar la oferta, los comercios podrán captar una mayor variedad de clientes, incluidos turistas y mercados externos, lo que les permitirá mantenerse sostenibles incluso en tiempos de crisis. La diversificación no solo ayuda a equilibrar los ingresos, sino que también permite acceder a nuevos segmentos de mercado.



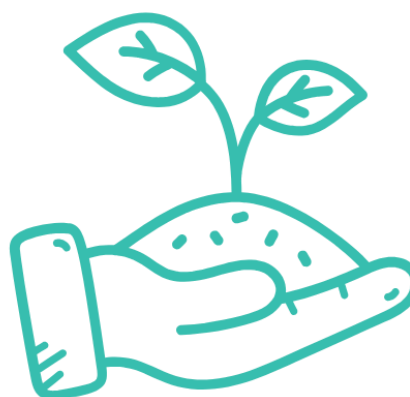
altamente valorado por los clientes, especialmente en un contexto de globalización y digitalización. Mantener y reforzar este aspecto mediante programas de fidelización y un enfoque constante en la atención personalizada fortalecerá la relación con los clientes, mejorando su experiencia de compra y asegurando su lealtad a largo plazo.



fluctuaciones del mercado y a las nuevas tendencias de consumo. La capacidad de los comercios para ajustar sus procesos y ofertas a tiempos de crisis, como se ha visto durante la pandemia, garantizará su competitividad y relevancia en el futuro.

3. Capacidad de adaptación y resiliencia

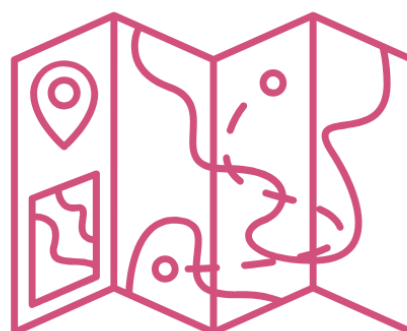
La flexibilidad y resiliencia demostrada por los comercios locales es una de las principales fortalezas de Tomelloso. Estos activos deben seguir siendo aprovechados, adaptándose rápidamente a las



4.4. Explotar (Oportunidades)

1. Expansión del turismo y enoturismo

El creciente interés por el turismo y el enoturismo ofrece una oportunidad clave para los comercios locales. Establecer alianzas con el sector turístico para crear experiencias integradas, como rutas de compras de productos locales, visitas a bodegas o eventos gastronómicos, potenciará tanto el comercio como el atractivo turístico de Tomelloso. Esto permitirá diversificar la base de clientes y aumentar los ingresos del comercio local.



2. Digitalización y comercio electrónico

Aprovechar la digitalización es esencial para expandir el alcance del comercio local más allá del municipio.

Apoyar la adopción de plataformas de venta online permitirá a los comercios llegar a mercados externos, incrementando su clientela y compitiendo con las grandes plataformas. La digitalización también mejorará la eficiencia operativa, reduciendo costos y ofreciendo a los consumidores una experiencia de compra más personalizada y cómoda.

atraerá a consumidores comprometidos con el medio ambiente, sino que también proporcionará una ventaja competitiva frente a aquellos que no adoptan estas prácticas. Además, estas iniciativas alinearán al comercio local con las tendencias actuales de consumo responsable.

3. Sostenibilidad y economía circular

La sostenibilidad se está convirtiendo en un valor clave para los consumidores, lo que representa una oportunidad para que los comercios locales exploten prácticas ecológicas. Implementar el uso de envases reciclables, la venta de productos sostenibles o la promoción de productos locales ecológicos no solo



5. Conclusiones

El desarrollo del **Observatorio Comercial y Turístico de Tomelloso** ha permitido realizar un diagnóstico exhaustivo del sector comercial local y su interacción con el turismo, revelando tanto los desafíos como las oportunidades clave para el fortalecimiento y la sostenibilidad de ambos sectores. A partir de este análisis, se han identificado las áreas prioritarias para la mejora y el crecimiento del comercio local, que debe adaptarse a un entorno económico y social cambiante, impulsado por la digitalización, las nuevas demandas del consumidor y las tendencias turísticas en auge.

Tomelloso se encuentra en una posición estratégica, con una identidad local rica y profundamente conectada con su historia agrícola y vitivinícola. Esta **identidad cultural** es una fortaleza fundamental que debe ser preservada y explotada, convirtiéndola en un eje de atracción tanto para los residentes como para los turistas. La oferta de productos autóctonos, como los vinos, aceites y embutidos, es un activo diferenciador que refuerza el carácter único del comercio local y tiene un gran potencial para el **enoturismo**, un sector que sigue ganando terreno y que se presenta como una oportunidad clave para diversificar la base de clientes y aumentar los ingresos del comercio.

El sector comercial de Tomelloso enfrenta retos significativos, principalmente derivados de la **digitalización insuficiente** y la **fragmentación del sector**, lo que limita la competitividad

de los comercios locales frente a grandes cadenas y plataformas online. La **colaboración interempresarial** y la creación de redes comerciales es fundamental para superar estas barreras, permitiendo a los comercios aprovechar economías de escala, mejorar su visibilidad y compartir recursos y estrategias de marketing. Además, la integración del comercio local en las estrategias de promoción turística será esencial para fortalecer su relación con el sector turístico, atrayendo a más visitantes y diversificando la fuente de ingresos del comercio.

Uno de los puntos clave para el futuro del comercio local es la necesidad de **adaptarse a las nuevas demandas de los consumidores**, que buscan experiencias más cómodas, accesibles y personalizadas. Esto implica no solo mejorar la presencia online, sino también adaptar los procesos de compra, ofreciendo opciones como el **comercio electrónico** con entrega a domicilio o recogida en tienda, y sistemas de pago digitalizados. Estos cambios no solo mejorarán la competitividad del sector, sino que también contribuirán a una mayor **sostenibilidad** en los negocios, permitiéndoles operar de manera más eficiente y alcanzar una mayor base de clientes tanto a nivel local como global.

La resiliencia demostrada por los comercios durante la pandemia y su capacidad para **adaptarse rápidamente** a cambios en el entorno social y económico son un reflejo de su fortaleza. Sin embargo, es necesario seguir fomentando esta adaptabilidad, no solo en términos de operaciones, sino también en la capacidad de **innovar** en productos y servicios para satisfacer las expectativas de los consumidores contemporáneos.

El comercio de Tomelloso tiene a su disposición una serie de **oportunidades significativas**, entre ellas el impulso de la **sostenibilidad y la economía circular**, el fortalecimiento del **enoturismo** y la expansión de su presencia digital. Estos factores no solo contribuirán a la modernización del comercio local, sino que también posicionarán a Tomelloso como un destino de referencia tanto para el turismo cultural como para los consumidores interesados en productos auténticos y responsables.

En conclusión, el **Observatorio Comercial y Turístico de Tomelloso** ofrece una excelente oportunidad para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector comercial, a través de la colaboración entre los distintos actores involucrados, la adopción de nuevas tecnologías y el impulso de la oferta turística. La clave para el futuro radica en aprovechar las fortalezas locales, adaptarse a las tendencias globales y crear un entorno dinámico y colaborativo que beneficie tanto a los comerciantes como a los turistas, estableciendo a Tomelloso como un referente en turismo, comercio y sostenibilidad.

5.1. Recomendaciones estratégicas

Para afrontar los desafíos identificados y aprovechar las oportunidades, se recomienda a los comercios de Tomelloso:

1. **Adoptar tecnologías digitales** que optimicen la gestión y amplíen el alcance de los comercios.
2. **Fomentar la colaboración y creación de redes comerciales** para mejorar la competitividad y eficiencia del sector.
3. **Integrar el comercio local en la promoción turística**, creando experiencias de compra vinculadas al enoturismo y la gastronomía local.
4. **Diversificar la oferta de productos y servicios** para reducir la dependencia del consumo local y atraer a turistas.
5. **Fortalecer la identidad local** como un activo diferencial, promoviendo la autenticidad y sostenibilidad de los productos de Tomelloso.

Este enfoque integral tiene como objetivo permitir al comercio de Tomelloso no solo superar sus debilidades y amenazas, sino también explotar sus fortalezas y aprovechar las oportunidades que el mercado actual ofrece, posicionando a Tomelloso como un destino competitivo y sostenible para el comercio y el turismo.

BARÓMETRO DEL COMERCIO

DAFO Y CAME DEL COMERCIO DE TOMELLOSO