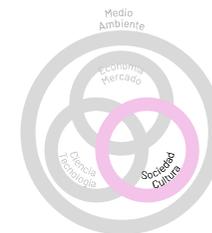




# Tendencias Empresas de Servicios de Elche y Comarca

# Tendencias del sector empresas de Servicios de Elche y Comarca



## Tendencias de sociedad y cultura

### **Prescripción estructurada: colaboraciones que otorgan seguridad**

Gran parte del mercado de **servicios y actividades técnicas está atomizado** y constituido por **profesionales independientes**, a menudo integrados en **plataformas y agregadores digitales** que les traen clientes y cierta reputación.

A **falta** de una **prescripción estructurada**, para el cliente final, es complejo detectar servicios de calidad que les resuelvan incidencias que son poco frecuentes y recurren a amigos y familiares para la recomendación.

Aprovechando estas circunstancias, empresas como el RACC que, gracias a su trayectoria, tienen una imagen de entregar **servicios de calidad**, consiguen ser un player con la **posición y legitimidad para aparagar** este tipo de servicios desestructurados.

Por ejemplo, el RACC a través de Next Dom están explotando **el negocio de las reformas y las reparaciones domésticas**. En **colaboración con profesionales técnicos y marcas de productos de instalación y electrodomésticos**, ofrecen desde el asesoramiento de decoradores para el interiorismo hasta el cambio de una tubería o la instalación de equipos de aerotermia.



La vinculación del servicio con una marca que le otorga confianza al consumidor, **genera una credibilidad que le permite desarrollar negocio bajo un paraguas filosófico que respalda sus intervenciones**

¿Cuáles son las **empresas que abanderan los valores** que nuestro servicio requiere? ¿Cómo se pueden aprovechar esos valores **para crear nuevos negocios colaborativos**?

# Tendencias del sector empresas de Servicios de Elche y Comarca

## Tendencias de sociedad y cultura

### Dinámicas sociales que se convierten en modelos de negocio

Con la madurez de la omnicanalidad y la sofisticación del consumo, se están asentando distintas dinámicas de compra que ofrecen oportunidades a todos los actores de la red de valor.

Empezando por el showrooming y el webrooming y continuando con todas las dinámicas de compra y entrega del canal digital como los modelos BOPIS, ROPIS y BORIS, que apoyados en el simple hecho de que el cliente pueda ahorrarse los gastos de envío hace mucho más atractivo un producto. Sumado al hecho que los plazos de entrega suelen ser mucho más cortos, sobre todo si el producto está disponible en la tienda.

Más allá de estos modelos y sus ventajas para el cliente, lo que toda empresa tiene que valorar es qué oportunidades se esconden en estas dinámicas de compra.

Por ejemplo, si estamos en la posición del retail, ver en qué tipo de emplazamientos y para qué categorías tiene sentido ofrecer cada modelo; si soy fabricante valorar cómo afecta a mi producto y su packaging y si es factible añadir un servicio; si soy parte de la infraestructura, cómo puedo construir soluciones para hacer más satisfactoria la compra en el punto de venta.

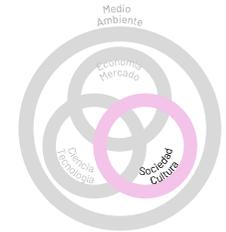
Bosch: mismo producto, distinta presentación según canal de venta, tienda u online



Las distintas dinámicas de compra y consumo presentan retos y oportunidades más allá de la posición de la empresa en la red de valor y su oferta de productos y servicios.

**¿Cómo puede la empresa, aprovechar las oportunidades que presentan las distintas dinámicas de compra y consumo?**

# Tendencias del sector Servicios a empresas de Elche y Comarca



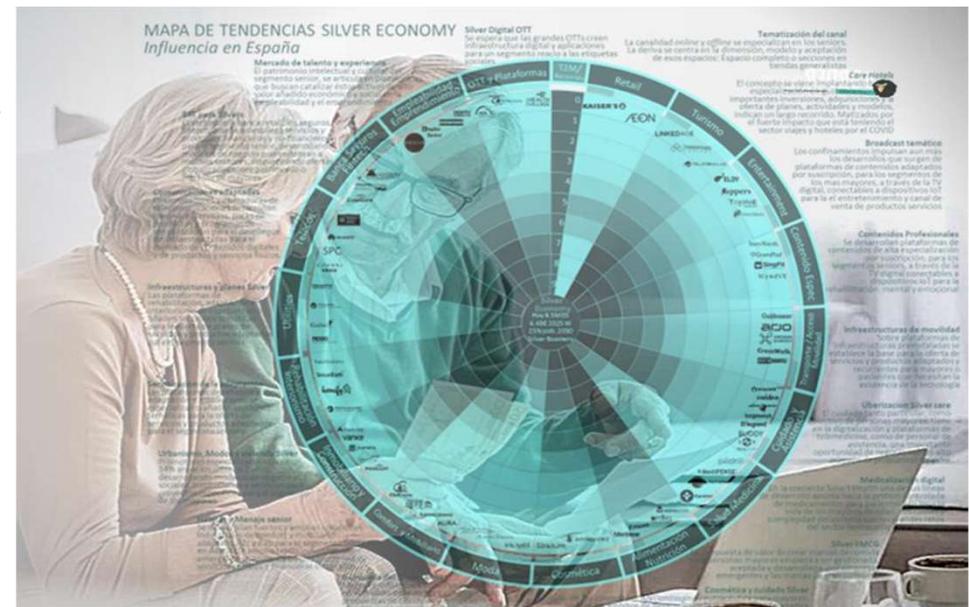
## Tendencias de sociedad y cultura

### Silver Economy más que un nicho o un segmento de servicios

En la mayor parte de las sociedades desarrolladas **se está produciendo un fenómeno de envejecimiento de la población** que tendrá consecuencias notables en el funcionamiento de la sociedad y la economía. Sin duda, esa **evolución supone riesgos evidentes** en términos de sostenibilidad del sistema de pensiones, tensión de los sistemas sanitarios o **funcionamiento general del estado del bienestar**.

Sin embargo, también ofrece nuevas **oportunidades para la actividad económica y el crecimiento de los territorios** en torno al desarrollo de la **silver economy**, un **amplio conjunto de oportunidades en términos de nuevos mercados y transformación** o expansión de otros para satisfacer las necesidades de una población mayor que **incrementa progresivamente su peso relativo en el total**.

El informe de la **Cátedra Mesval para la ciudad de Valencia**, los datos permiten apreciar la magnitud del desafío demográfico, la esperanza de vida al nacer ha pasado **de 72,9 años en 1975 a 82,2 años en 2021**. La tasa bruta de natalidad se ha desplomado de 19,5 nacidos por cada mil habitantes en 1975 a solo 7,1 en 2021 y la tasa global de fecundidad (nacimientos por cada mil mujeres en edad fértil, de los 15 a 49 años) de 83 a 32,5.



Más que servicios para un nicho, la **Silver economy plantea un nuevo macrosegmento y modelo de ecosistema social en Europa**.  
¿Puede el ecosistema de servicios convertirse en la **referencia Europea en la oferta de alto valor añadido** y atractivo para los **seniors extranjeros y nacionales**?

## Tendencias del sector Servicios a Empresas de Elche y Comarca

### Tendencias de economía y mercado

#### Profesionalización de los frescos para Horeca y Food Service

Los ritmos acelerados de las grandes ciudades, los hábitos gastronómicos y de ocio han cambiado, propiciando que las **barreras entre consumir dentro-fuera del hogar** sean progresivamente más difusas dando lugar a **opciones rápidas y dinámicas** como los *mercaurantes*, *dark kitchens*, los *take-aways* que ofrecen soluciones **más convenientes y versátiles entre todo este ecosistema de negocio y el consumidor.**

Por ejemplo, el negocio de las dark kitchen mueve 740M de euros sólo en España y según datos de JustEat, este 2022 superará los 900 millones, y los 1.300 millones en 2023

El fenómeno está generando **importantes cambios de estrategia, modelo de negocio y alianzas entre productores, transformadores y los actores Horeca y Food Service:** *Productividad, eficiencia, innovación y logística inteligente* son el denominador común de las últimas alianzas y desarrollos del sector.

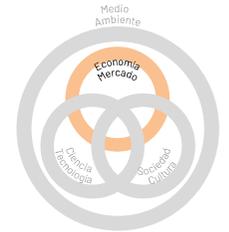


La expansión, profesionalización y agilización de los procesos en el sector Horeca y food service, tienen en los productos icono gastronómico, un alto potencial de desarrollo y consolidación de una categoría de negocio de primer orden.

**¿Como pueden las empresas de AESEC empezar a esbozar esta oportunidad?**

# Tendencias del sector Servicios a empresas de Elche y Comarca

## Tendencias de economía y mercado



### Ecosistemas de servicios: el boom inmobiliario de Florida en Miami



El boom inteligente de Miami, se esta convirtiendo en referencia y tendencia, a pesar de los obstáculos económicos prevalecientes, el mercado de la construcción del sur de Florida está en un crecimiento vertiginoso, liderando el mercado de los USA y se debe esperar que ese auge continúe.

Tenemos una gran migración de familias, grandes empresas y fondos de inversión todos de alto poder adquisitivo, que llegan con gran capital nuevo y renovado de USA y todos los lugares del mundo".

Fay señaló que la fortaleza actual del sur de Florida trasciende las clases de activos inmobiliarios. "Las oficinas en todo el país están experimentando problemas, pero el continuo crecimiento de los alquileres y las mínimas vacantes en Miami y el sur de Florida demuestran la singular fortaleza del área.

Según Michael Fay Cuando los promotores llegan desde un punto de vista global, como estamos viendo, tienen una visión diferente a la de los grupos promotores clásicos, estos promotores están aportando muchos conocimientos e ideas nuevos a un desarrollo globalmente bien pensado, con una extensa y cuidada oferta de servicios para la urbanizaciones, como si fuera un centro comercial global.

La fuerza tractora del boom inmobiliario consiste en el desarrollo concurrente y global de promoción flexible de proyectos empresariales e institucionales de servicios para el habitante y visitante, creando un fenómeno 'bola de nieve' en el mercado. ¿Cómo sería el modelo de desarrollo integral para los neorrurales y rurales?

## Tendencias del sector Servicios a empresas de Elche y Comarca

### Tendencias de economía y mercado

#### Los frescos: de lineales de valor a lineales estratégicos



La capacidad de las categorías y lineales de frescos, de aumentar el tráfico y de captación de nuevos clientes con mayor poder adquisitivo, hace que su concepción y desarrollo adquiera hoy una importancia clave en la estrategia retail.

A pesar del **crash de Amazon Fresh** en postpandemia, tras **aprovechar la coyuntura e integrar digitalmente la categoría de frutas y verduras (Groceries) en Amazon Fresh (Posterior cierre de casi todos los Amazon Fresh en USA)**, los analistas coinciden en que **el objetivo es correcto**, pues es un mercado de valor y al alza, **pero su fórmula no**, en la que talvez lo más limitante es la **antagónica imagen de Amazon** para la categoría y **lo fuera de la mente del consumidor** en este atractivo y esquivo mercado.

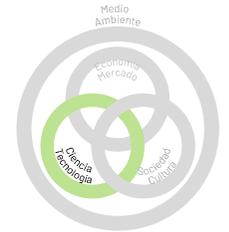
Lo demuestra **el caso de Atmeller Origen en España** en el que sus tiendas físicas y online se desarrollan bajo **un relato y fuerte empatía con el customer Journey del consumidor**. Pero su imagen y naming local lo hace poco atractivo para la escala de los fondos de inversión internacional.

**Son especialmente los frescos naturales**, exprimidos in situ, los semielaborados sin aditivos, refrigerados, HPP... los que están **transformando un lineal de alto valor añadido** en todo un **lineal estratégico y de futuro, objetivo de las grandes insignias de distribución**.

¿Pueden las empresas de AESEC pivotar un piloto de negocio agroindustrial de frescos escalable a nivel nacional e internacional, apalancado en la zona de valor de huerto de Europa?

# Tendencias del sector Servicios a Empresas de Elche y Comarca

## Tendencias de tecnología y ciencia



### Movilidad inteligente y capilar No-Metropolitana (Rural)



Los servicios de **transporte público rural en Europa están bajo presión debido** a una combinación de factores que incluyen: las **medidas de austeridad, cambios demográficos, mala conectividad** en términos de infraestructura de transporte y telecomunicaciones. **La ausencia de servicios, incluida la movilidad, ha provocado** que las zonas rurales se hayan vuelto **altamente dependientes del automóvil**. El resultado inevitable es que quienes no tienen automóvil **dependen de otros para conseguir movilidad**, lo que a menudo significa que tienen **posibilidades reducidas de participar en la comunidad**.

SMARTA es un proyecto UE de dos años que se centra en **cómo explotar las políticas y soluciones de movilidad existentes en las zonas rurales europeas** y explorar formas de **apoyar la movilidad compartida sostenible interconectada con el transporte público**.

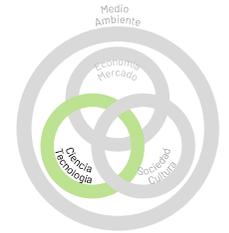
El proyecto SMARTA **conceptualiza, identifica y pone a prueba "servicios de transporte inteligentes"** en zonas rurales. Nuestro objetivo es **comprender el mercado y el marco de cada país europeo** y evaluar cómo las soluciones de **movilidad sostenibles bajo demanda** pueden ayudar a **mejorar la experiencia de viaje de diversas poblaciones rurales**.



La movilidad inteligente es una **gran oportunidad** para revivir los territorios definidos como España vaciada, o en proceso de despoblación, en los que este factor se transforma en **reclamo de servicios vitales de la comunidad**. ¿Como pueden empresas y habitantes **sumarse a la movilidad sostenible de Alicante?**

# Tendencias del sector Servicios a Empresas de Elche y comarca

## Tendencias de tecnología y ciencia



**Minimarket: Promover mejores entornos de trabajo y nuevos modelos de negocio.**



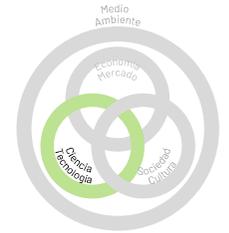
El concepto de **Minimarket o Micromarkets en OCS** se están convirtiendo en **puntos de convergencia** en los espacios de **oficina, urbanos y rurales para el vending**, las soluciones de pago y los **nuevos modelos de negocio y está impulsando acciones de mejora de las áreas de trabajo o colectividades** por parte de los Ayuntamientos, departamentos de recursos humanos de las grandes empresas, *Coworkings* y *FoodService*. **Con estos nuevos conceptos se están consolidando y posicionando como proveedores de productos frescos y de alta calidad** y fidelización de fuerza laboral y colectivos.

**Cercanía, comodidad y tecnología:** esos han sido los tres factores que han motivado la creación los **Mini o MicroMarkets** que pretenden aunar la máquina de vending, la nevera, etc de cualquier hogar y un supermercado. **Todo ello bajo el sello del servicio desatendido o atendido.**

Más que **tecnologías agrupadas**, los **Minimarkets** en OCS están **potenciando nuevos modelos de negocio y de relación entre las personas** y los entornos comunitarios, tanto **profesionales, como rurales**, potenciando nuevas formas de relación e interacción

# Tendencias del sector Servicios a empresas de Elche y Comarca

## Tendencias de tecnología y ciencia



### Industrialización de la construcción prefabricada de alto valor y sostenibilidad

La **construcción de lujo prefabricada viene a España para quedarse**, la fuerte migración de **compradores de alto poder adquisitivo** (Alemania, Noruega, UK y Latinoamérica) atraídos por la calidad de vida en España, la desaceleración económica y **bajos precios comparativos**, hacen del turismo residencial español un fuerte reclamo.

Así mismo la **vivienda de lujo prefabricada en el norte de Europa** es un estándar por sus precios y tiempos garantizados, además de todas las características domóticas, bioclimáticas y medioambientales; condiciones que el **comprador extranjero no transige con el modelo clásico español**, llevándolo a importar soluciones competitivas prefabricadas.

Este fenómeno no ha sido pasado por alto por las **grandes operadoras inmobiliarias y constructoras profesionalizadas de prefabricados**, que han implantado filiales en España para dar **servicio integral al inversor o comprador particular**.

La **oportunidad de negocio en España de la promoción y construcción inmobiliaria empieza a cambiar de manos**, no solo con ese **importante impacto socioeconómico**, además del **notable impacto cultural y arquitectónico** de islas urbanísticas, que poco o nada tienen que ver con la **riqueza paisajística y arquitectónica del mediterráneo español**.

idealista/news

Sale Rent **Luxury** Finance Legal Lifestyle Erasmus

### Prefab houses Spain: a prefabricated house with a luxury interior that can be assembled in just a few hours

Modular Modern Farmhouse is an efficient, four-module family home that does not compromise on interior design. It took just 8 hours to build on site.

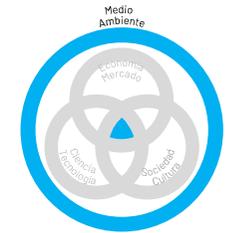
Año	Global Prefabricated Housing Market (Million Units)
2021	~1.5
2022	~2.5

Nate Sheets Photography

¿Puede un ecosistema de empresas **desarrollar una oferta integral de modelo de negocio** de promoción y construcción, altamente **atractiva y próspera para el territorio** y el sector y **altamente auténtica al legado cultural alicantino** y atractiva para los clientes de alto valor añadido?

# Tendencias del sector Servicios a empresas de Elche y Comarca

## Tendencias medioambientales



### Negocio de conversión de desechos plásticos marítimos

**Schoeller Allibert, líder del mercado en envases logísticos retornables** sostenibles, lanza nuevas soluciones de **cajas para bebidas, palets y sistemas de la logística inbound y outbound, hechas de redes de pesca recicladas**. Producido y nombrado en colaboración con la organización mundial sin fines de lucro **Waste Free Oceans**, WFOceanIX subraya el **compromiso de Schoeller Allibert** con la economía circular sostenible.

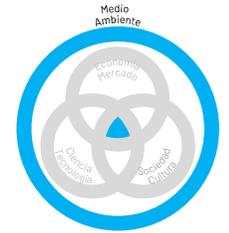
El WFO OceanIX llegará tras dos años y medio de investigación y desarrollo. En reacción al lanzamiento, Jon Walkington, director de marketing y ventas estratégicas de Schoeller Allibert Reino Unido, dijo: **“Tenemos una orgullosa tradición de cajas-palet que duran décadas antes de ser devueltas para ser completamente recicladas**. El WFO OceanIX es el siguiente paso lógico en este viaje: una caja-palet hecha de desechos reciclados extraídos del océano y, en sí misma, totalmente reciclable.

“Nuestra asociación con WFO es fructífera, luchamos juntos contra la basura marina en nuestros océanos. Alentamos a la industria a dar este paso con nosotros **a construir una economía verdaderamente circular. Una cadena de suministro verde** es posible haciendo que los envases de plástico sean demasiado buenos para desperdiciarlos”.



Más que **un uso anecdótico, un producto y un material**, se plantea una nueva **cadena de suministro adaptada** para crecer y prosperar en **aplicaciones masivas**.  
¿Cómo puede la industria crear un **ecosistema de suministro industrial**?

# Tendencias del sector Servicios a empresas de Elche y comarca



## Tendencias medioambientales

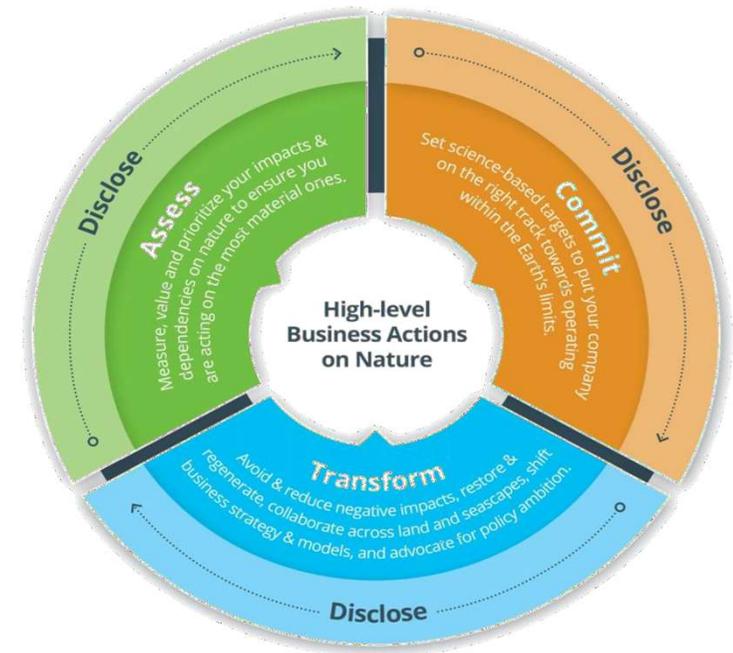
### Natural Business, la nueva era

El Informe de Riesgos Globales 2020 del Foro Económico Mundial clasifica la **pérdida de biodiversidad y el colapso de los ecosistemas** como una de las **cinco principales amenazas económicas que enfrentaremos en los próximos diez años**. Las sociedades y economías humanas dependen de la biodiversidad de manera fundamental.

Nuestra investigación muestra que **44 billones de dólares de generación de valor económico –más de la mitad del PIB total del mundo– dependen moderada o altamente de la naturaleza** y sus servicios. La pérdida de naturaleza es importante para la mayoría de las empresas, a través de **impactos en las operaciones, las cadenas de suministro y los mercados**.

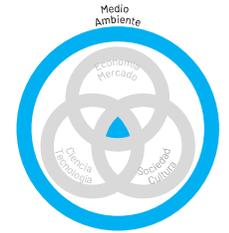
**Tenemos el poder de cambiar el modelo para poner a la naturaleza en el centro de sus procesos** y toma de decisiones e identificar, evaluar, mitigar y divulgar sistemáticamente los riesgos y **modelizar negocios ambiental, económica, social y tecnológicamente prósperos y regenerativos**.

**Evaluación, Compromiso y Transformación** son las **3 claves del proceso**



Los **Natural business** son una **nueva era de pensamiento, procesos y herramientas**, en las que **los empresarios y los expertos de medio ambiente convergen y suman** esfuerzos para **construir soluciones reales, tangibles que regeneran** tejido empresarial, social, económico y medioambiental de forma **equilibrada y próspera**.

# Tendencias del sector Servicios a empresas de Elche y comarca



## Tendencias medioambientales

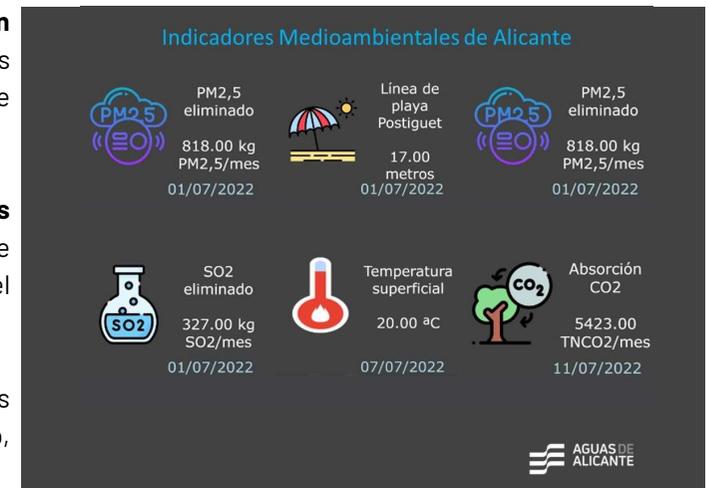
### Medir para mejorar y transformar: Indicadores Transparentes en Alicante

El Ayuntamiento de Alicante, desde la concejalía de **Medioambiente y Aguas de Alicante** ponen en marcha en **2022 una plataforma inteligente de indicadores medioambientales** para regiones sostenibles. Los indicadores son públicos en abierto mensualmente de forma transparente en las pantallas electrónicas de las playas de Alicante.

La plataforma permite la visualización de diferentes indicadores relacionados con las **infraestructuras verdes, los efectos "Isla de Calor" o indicadores relacionados con el urbanismo y turismo**, como pueden ser la evolución de la línea de playa o el porcentaje de cobertura verde. Dichos indicadores se calculan y monitorizan para todo el término municipal, así como el detalle por cada barrio de la ciudad de Alicante.

Para poder **estudiar la evolución de la salud de la ciudad** y los efectos del cambio climático, se han incluido todos los datos históricos del año 2021 en la plataforma, para poder estudiar y transformar los cambios se han producido, **puediendo valorar los avances** más destacados gracias a las actuaciones realizadas o sucesos acontecidos.

Proyecto de digitalización de ciudad, **"Alicante Smart City 2.0"**; y formará parte de las iniciativas de la **"Agenda Urbana Alicante 2030"**.



Más que **un uso anecdótico, un producto y un material**, se plantea una nueva **cadena de suministro adaptada** para crecer y prosperar en **aplicaciones masivas**.  
¿Cómo puede la industria crear un **ecosistema de suministro industrial**?

# Tendencias del sector Servicios a empresas de Elche y Comarca

## MODELOS Y SISTEMAS DE CAPILARIZACIÓN DE SERVICIOS A DESPOBLACIONES



### Tendencias

- **Auge de ecosistemas de redes de servicio público** patrocinadas por ecosistemas de marcas y/o empresas privadas y públicas (Baños públicos, Transporte...)
- **Desarrollo de tecnologías de gestión de accesos y geolocalización** de los sistemas de acceso y seguridad
- **Access for All** Inclusividad en expansión, para los **sistemas de acceso y de seguridad públicos**
- **Desarrollo de iniciativas G2c y B2bG de infraestructuras para patrocinio y fomento de la regeneración o rehabilitación** de espacios públicos degradados o zonas rurales en degradación

Medio Ambiente, Socio, Tecnología, Economía

## MODELOS DE NEGOCIO FOOD SERVICE DE NUEVA GENERACION

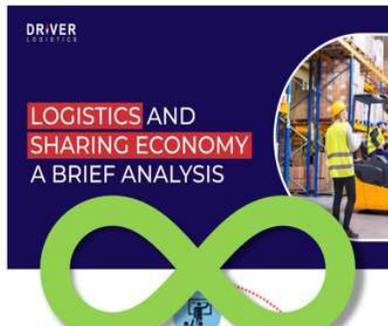


### Tendencias

- **Alta madurez del mercado de hostelería** establece márgenes mínimos y suelo del mercado. No permiten introducir **circulos**
- **Aceleración y superespecialización de la digitalización y robotización de redes logísticas Inbound y Outbound.** Plataformas **eCommerce**
- **Perdida de atractivo del sector hostelero y food service** para las **nuevas generaciones de jóvenes**
- Auge en la **sensibilidad por contaminación y desperdicios del sector HORECA**

Medio Ambiente, Socio, Tecnología, Economía

## REDES CAPILARES COLABORATIVAS 'ULTIMA MILLA' DE MERCANCIAS



### Tendencias

- **Auge de las redes logísticas y expansión de capacidades en dimensión y eficiencia.** Grandes y medianas plataformas **eCommerce**
- **Aceleración y superespecialización de la digitalización y robotización de redes logísticas Inbound y Outbound.** Plataformas **eCommerce**
- **La falta de competitividad de la logística de última milla del comercio minorista y comercio local.** Genera un **gran impacto social urbano y rural**
- Auge en la **sensibilidad por la contaminación logística.** Para **redes eficientes y regenerativas en entornos rurales y urbanos**

Medio Ambiente, Socio, Tecnología, Economía

## MODELO DE NEGOCIO SISTÉMICO PARA EL SILVER WELLBEING: DISFRUTAR LA SEGUNDA JUVENTUD



### Tendencias

- Para 2025 se espera que la **Silver Economy** contribuya con **5,7 trillones € al mercado europeo**
- **Desarrollos exitosos en temáticas específicas:** golf, gastronomía y fertilidad
- **Data analytics y big data** para la medicina predictiva
- **Conectividad multilingüe, realidad aumentada**
- Avances en **técnicas quirúrgicas ambulatorias**, reputación en balnearios y desarrollo de **tratamientos estéticos**
- Libres de cargas económicas, **consumen un 30% más que los jóvenes** y requieren **productos y servicios más personalizados**.
- **Personas activas** a las que **les gusta cuidarse, hacer deporte, comer bien, estar a la moda y divertirse**.

## Tendencias del sector Servicios a empresas de Elche y Comarca

### MODELO DE ADAPTACION DEL SECTOR CONTRACT A LA SILVER EVOLUTION



### Tendencias

- A 1 de enero de 2022, el número de personas de 65 y más años en España era de 9.063.493 lo que supone un 19,09 % de toda la población, **en 2033 el 25,2 % de la población de España superará los 65 años según el INE.**
- **Análisis predictivo** de datos, acceso a **big data** de medicina para trazar el mapa de necesidades a futuro
- **Migración y cambio de residencia** en el target **turista residencial de Alicante**
- Target que **no está en edad de acumular productos en propiedad**, sino de disfrutar de ellos
- El **alquiler, pago por uso, uso compartido** son modelos de negocio que siguen los principios de **sostenibilidad al evitar el modelo usar-tirar**

## ECOSISTEMA COMPLEMENTARIO DE SERVICIOS PARA LA SILVER DEPENDENCIA



### Tendencias

- Demanda en crecimiento: en 2060, **1 de cada 3 europeos estará encima de los 65 años** de edad
- En España el número de **personas mayores** con un grado de **discapacidad igual o mayor al 33 % es de 1.528.815**
- **Mutualización del servicio sanitario y estandarización de la asistencia público-privada con deterioro de la calidad**
- **Asistencia médica** que se traslada **al hogar**, soluciones **terapéuticas monitorizadas a distancia**
- **IA y robótica** enfocada a la **asistencia**.
- **Análisis predictivo** de datos, acceso a **big data** de medicina para trazar el mapa de necesidades a futuro
- Soledad de los mayores: **2 mio** de los **hogares unipersonales** en España están habitados por **mayores de 65 años**