UNIÓN EUROPEA

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO · SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

# ESTRATEGIA PARA COMBATIR LA BRECHA DE GÉNERO EN EL SECTOR COMERCIO



# "COMERCIO ACTIVO"

# BARCO-PIEDRAHÍTA Y LA MORAÑA

# INTRODUCCIÓN

Las mujeres empresarias del mundo rural en las comarcas de **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña** enfrentan una serie de desafíos particulares, derivados tanto de su entorno como de su situación personal. Según los datos obtenidos en la encuesta, uno de los principales problemas es la **falta de acceso a la tecnología** y la conectividad, lo que limita su capacidad para adoptar herramientas digitales que podrían mejorar la gestión de sus negocios y su acceso a nuevos mercados. La **brecha digital** es especialmente pronunciada entre las empresarias de mayor edad, quienes tienden a mostrar menos interés en formarse en competencias tecnológicas. Esto las deja en una posición de desventaja en un entorno donde la digitalización es cada vez más esencial para la competitividad

Otro reto importante que enfrentan estas mujeres es la **falta de visibilidad** y **reconocimiento** de su trabajo. A pesar de que muchas de ellas gestionan negocios vitales para la economía local, como comercios de alimentación, turismo rural y hostelería, sus esfuerzos rara vez son reconocidos a nivel institucional o en los medios de comunicación. Esta invisibilidad no solo reduce su acceso a oportunidades de financiación y subvenciones, sino que también perpetúa estereotipos de género que limitan su participación en redes empresariales y foros de decisión. Las empresarias rurales a menudo se encuentran aisladas y sin los apoyos necesarios para crecer y expandir sus negocios

A nivel estructural, muchas de estas mujeres también se enfrentan a **barreras económicas y sociales** relacionadas con la dispersión geográfica y el envejecimiento poblacional de las zonas rurales. La falta de infraestructuras adecuadas, como servicios de transporte y guarderías, limita su capacidad para dedicarse plenamente a sus negocios. Además, la carga de las responsabilidades familiares sigue recayendo mayoritariamente en ellas, lo que dificulta la conciliación entre su vida profesional y personal. La creación de **redes de apoyo locales** y la implementación de políticas públicas específicas para facilitar la vida de las empresarias rurales son esenciales para superar estos obstáculos y fomentar un entorno más equitativo y sostenible

# INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

## 1. Características demográficas y laborales

### Edad

- Predominan las empresarias de **45 a 64 años**, lo que indica que el tejido comercial de estas zonas rurales está mayormente compuesto por mujeres en una etapa media o tardía de su carrera laboral. Solo un pequeño porcentaje de empresarias se encuentra en el grupo de edad **25-34 años**, lo que podría reflejar una tendencia de menor relevo generacional en la gestión de comercios en estas áreas rurales.

**Nivel educativo**

- El **nivel educativo** varía considerablemente:
  - Las mujeres más jóvenes suelen tener una **educación secundaria o universitaria**, lo cual puede correlacionarse con una mayor adopción de tecnologías y habilidades digitales.
  - Las mujeres mayores (55-64 años) presentan un mayor porcentaje de **educación primaria o secundaria**, y tienden a estar menos interesadas en formación o adopción de herramientas digitales, lo que refleja un desafío para la digitalización de estos negocios.

El **nivel de estudios** es un factor crucial en la adopción de herramientas digitales y en el desarrollo de habilidades empresariales en los comercios de ambas comarcas. Las mujeres con **nivel universitario o técnico** tienden a tener una mejor disposición hacia la digitalización y suelen estar más presentes en sectores como el **turismo rural** y los **servicios**. Estas empresarias son también más conscientes de la importancia del **marketing digital** y de las herramientas de gestión en sus negocios. En contraste, las mujeres con **educación primaria o secundaria** predominan en sectores como la **alimentación** y la **hostelería**, y suelen tener una menor disposición a la formación en herramientas digitales, lo que limita su capacidad para innovar o escalar sus negocios.

El bajo nivel educativo de muchas de las empresarias mayores, especialmente en el grupo de **55-64 años**, plantea un desafío considerable para la digitalización, ya que estas mujeres suelen tener poca experiencia o interés en adquirir nuevas habilidades tecnológicas. Este contraste en el nivel educativo entre generaciones también se refleja en las diferencias de interés y preparación para la digitalización, con las mujeres más jóvenes siendo más receptivas a la idea de incorporar tecnologías en sus comercios.

**Experiencia laboral**

- Las encuestadas tienen una vasta experiencia laboral, muchas con **más de 30 años** en sus respectivos campos, lo que indica que son empresarias experimentadas pero quizás menos flexibles ante los cambios tecnológicos.
- A pesar de su experiencia, gran parte de ellas reporta **poca o ninguna experiencia** en áreas como **gestión de proyectos, trabajo en equipo y resolución de problemas**, lo que puede limitar sus habilidades para gestionar equipos o adoptar tecnologías que faciliten la eficiencia operativa.

**Situación laboral**

- La gran mayoría de las mujeres encuestadas son **trabajadoras por cuenta propia (autónomas)**, lo que sugiere que el tejido comercial en estas zonas está compuesto mayormente por microempresas o negocios familiares. La falta de empleados en muchos de estos comercios es un reflejo de la dimensión pequeña de los negocios, lo que puede representar un obstáculo para escalar y adoptar tecnología a gran escala.

## 2. Tamaño y clasificación de los comercios

### Tamaño del comercio

- La mayoría de los comercios son **pequeños o medianos**, con **0 a 2 empleados**, lo cual es característico de las microempresas rurales. Solo unos pocos comercios tienen más de 5 empleados, lo que sugiere que la capacidad de crecimiento y expansión es limitada en este entorno rural.

### Clasificación simplificada (sector de actividad)

- Los sectores predominantes son:
  - **Alimentación y Hostelería**, donde se observa una concentración significativa de mujeres trabajadoras o empresarias.
  - **Turismo rural** es un sector en crecimiento donde muchas mujeres más jóvenes parecen tener una mayor inclinación hacia la digitalización y herramientas de marketing digital.
  - Sectores como **industria de materiales y construcción** presentan una menor presencia femenina, aunque hay excepciones con mujeres en roles de liderazgo empresarial.

## 3. Habilidades digitales y empresariales

### Habilidades digitales

- Un gran porcentaje de las encuestadas tiene **pocas o ninguna competencia digital**, lo que representa un reto fundamental para cualquier estrategia de digitalización. A pesar de ello, algunas mujeres en sectores como el turismo rural y los servicios reportan tener un **nivel intermedio o avanzado** en herramientas digitales, destacando la importancia del **marketing digital y la gestión de redes sociales** en su sector.
- Las empresarias con más habilidades digitales muestran una clara ventaja competitiva y un mayor interés en expandir sus negocios a través de plataformas digitales o mejorar la eficiencia con herramientas tecnológicas.

### Habilidades empresariales

- En cuanto a las **habilidades empresariales**, las encuestadas destacan la importancia de competencias como la **gestión del tiempo**, **liderazgo** y **gestión de recursos**. Estas habilidades son vistas como claves para el éxito en la gestión de microempresas, especialmente en sectores más dinámicos como la hostelería y el turismo.
- La **capacidad de liderazgo** y **gestión empresarial** parece más desarrollada entre mujeres con mayor formación educativa, lo que podría estar correlacionado con un mayor acceso a la formación en estas áreas.

### Interés en el desarrollo de habilidades

- El interés en desarrollar habilidades de **liderazgo y gestión empresarial** es bajo en las mujeres mayores y en sectores más tradicionales como la alimentación, mientras que mujeres más jóvenes en sectores como el turismo rural muestran un interés **alto** en adquirir nuevas competencias digitales y empresariales.
- Algunas encuestadas no ven la necesidad de adquirir nuevas habilidades, especialmente aquellas con muchos años de experiencia en sus negocios, lo que indica una **resistencia al cambio** o falta de percepción del valor añadido de la digitalización.
-

## 4. Preferencias formativas y barreras

### Formato de enseñanza preferido

- **Clases presenciales** son preferidas por la mayoría, lo que podría estar relacionado con la falta de familiaridad con plataformas de formación en línea. Esto también puede ser una respuesta al aislamiento geográfico, donde la interacción personal es valorada.
- Las empresarias más jóvenes y con habilidades digitales más desarrolladas prefieren **cursos en línea**, lo que indica una apertura a la formación digital, especialmente en aquellas que ya tienen alguna familiaridad con las herramientas tecnológicas.

### Duración de los cursos

- No hay consenso claro sobre la **duración adecuada** de los cursos, aunque muchas encuestadas prefieren formaciones **prácticas** y orientadas a resultados. Esto sugiere que cualquier estrategia de capacitación debe ser flexible y adaptada a las necesidades específicas de cada sector y perfil de empresaria.

### Barreras para la digitalización

- Los **problemas de conectividad** son un obstáculo recurrente, especialmente en áreas más alejadas como La Aldehuela y San Martín de la Vega del Alberche. La falta de acceso a internet de alta calidad afecta la implementación de herramientas digitales básicas como el uso de datáfonos o la facturación electrónica.
- Algunas empresarias mayores o próximas a la jubilación muestran **resistencia a la formación**, aludiendo a su edad o su intención de cerrar el negocio a corto plazo, lo que limita las oportunidades para implementar mejoras tecnológicas en sus comercios.

## 5. Diagnóstico general para la digitalización

### Retos

- **Edad y resistencia al cambio**: Las mujeres de mayor edad y con menor nivel educativo son las que presentan más resistencia a la adopción de herramientas digitales. Sin embargo, estas empresarias lideran una gran parte de los comercios en estas zonas, lo que plantea un desafío para la implementación de estrategias digitales.

- **Acceso limitado a formación**: A pesar de la importancia percibida de las habilidades digitales, muchas encuestadas no identifican habilidades específicas que deseen aprender, lo que sugiere una falta de claridad sobre cómo la digitalización puede beneficiar a sus negocios.
- **Conectividad y recursos**: Las zonas rurales enfrentan serios problemas de conectividad a internet, lo que impide que incluso aquellas interesadas en la digitalización puedan acceder a recursos adecuados. Mejorar la infraestructura de conectividad es una prioridad.

### Oportunidades

- **Formación adaptada**: Los programas formativos deben estar orientados a sectores específicos (alimentación, hostelería, turismo rural) y centrarse en el uso práctico de herramientas digitales, como marketing en redes sociales, plataformas de gestión de inventarios o comercio en línea.
- **Enfoque en mujeres más jóvenes**: Aquellas con más interés en la digitalización tienden a estar en sectores más dinámicos y con mayor potencial de crecimiento. Una estrategia de digitalización debería priorizar el apoyo a estos perfiles para que puedan convertirse en agentes de cambio dentro de sus comunidades.
- **Capacitación en marketing digital**: Este es un área de alto interés entre las empresarias más jóvenes y con un nivel educativo superior. Programas específicos sobre cómo usar plataformas digitales para atraer clientes, mejorar la visibilidad del negocio o vender productos en línea tendrían un impacto inmediato.

## Análisis comparativo entre las comarcas: Barco-Piedrahíta y La Moraña

Las comarcas de **Barco-Piedrahíta** y **La Moraña** presentan ciertas similitudes en cuanto a la estructura de los comercios regentados por mujeres, pero también hay diferencias notables que influyen en la digitalización y en las estrategias empresariales.

### Similitudes

1. **Presencia en sectores tradicionales**: En ambas comarcas, los sectores predominantes donde las mujeres están involucradas son los mismos: **alimentación**, **hostelería** y **turismo rural**. Estos sectores tienden a ser tradicionalmente más accesibles para mujeres en zonas rurales y están vinculados a la economía local, con poco margen para la innovación sin la introducción de herramientas digitales.

2. **Tamaño de los comercios**: La mayoría de los negocios en ambas comarcas son **pequeños o medianos**, con 0 a 2 empleados, lo que refleja la naturaleza microempresarial de estas zonas. Este tamaño limita la capacidad de expansión y dificulta la implementación de tecnologías avanzadas.

3. **Barreras tecnológicas**: En ambas comarcas se reportan problemas con la **conectividad a internet**, lo que afecta directamente la posibilidad de adoptar tecnologías digitales, tanto para la gestión del negocio como para la interacción con los clientes (como el uso de TPVs o plataformas de comercio electrónico).

**Diferencias**

1. **Nivel educativo y apertura a la digitalización**:
    - **Barco-Piedrahíta** tiene una proporción ligeramente mayor de mujeres con **educación universitaria** o **técnica**, especialmente en el sector de **turismo rural** y **servicios**. Esto se refleja en un mayor interés por parte de las empresarias en desarrollar habilidades digitales, como el **comercio en línea** y la **gestión de recursos**.
    - En **La Moraña**, por otro lado, la mayoría de las empresarias tienen una **educación secundaria o primaria**, y el interés en la digitalización es más bajo. Estas mujeres tienden a estar en sectores como la **alimentación** y la **hostelería**, donde no perciben una necesidad inmediata de herramientas digitales, y prefieren formaciones más prácticas y presenciales, si es que muestran interés en capacitarse.
2. **Relación con el sector turístico**:
    - **Barco-Piedrahíta**, al tener una mayor concentración de **negocios turísticos rurales**, parece estar más orientada a aprovechar el **marketing digital** y las **plataformas en línea** para atraer a clientes de fuera de la comarca. Las mujeres que operan en este sector suelen tener un interés más alto en adquirir nuevas habilidades digitales que les permitan promocionar mejor sus servicios y aumentar su competitividad.
    - En **La Moraña**, aunque también hay presencia de turismo, no se observa el mismo nivel de enfoque en las herramientas digitales por parte de las empresarias locales. Esto podría estar relacionado con un mayor enfoque en la **economía interna** y menos contacto con turistas o clientes externos.
3. **Infraestructura y conectividad**:
    - Los problemas de **conectividad a internet** parecen ser más acentuados en ciertas zonas de **Barco-Piedrahíta**, como en La Aldehuela y San Martín de la Vega del Alberche, donde las empresarias reportan dificultades incluso para usar dispositivos básicos como **datáfonos**. En La Moraña, aunque también existen limitaciones de conectividad, los problemas no parecen ser tan recurrentes, lo que podría facilitar una ligera ventaja en términos de implementación de herramientas digitales.

## Conclusión del análisis comparativo

Ambas comarcas comparten desafíos comunes relacionados con el tamaño reducido de los comercios, la conectividad limitada y una población femenina empresaria que en su mayoría es de mediana edad o mayor, lo que representa barreras para la digitalización. Sin embargo, **Barco-Piedrahíta** muestra un perfil más orientado hacia el turismo y los servicios, con mujeres más jóvenes y educadas que presentan una mayor apertura hacia la digitalización. **La Moraña**, en cambio, está más centrada en sectores tradicionales como la alimentación, y sus empresarias, en general, muestran menos interés en el desarrollo de habilidades digitales. Estas diferencias deben ser consideradas a la hora de diseñar estrategias de digitalización que se adapten a las realidades específicas de cada comarca.

# ESTRATEGIA PARA COMBATIR LA BRECHA DE GÉNERO EN EL SECTOR COMERCIO

## Objetivo General de la Estrategia:

Combatir la brecha de género en el sector comercio de estas zonas rurales mediante la mejora del acceso a formación, infraestructura digital y la creación de un entorno empresarial más equitativo que impulse la participación y liderazgo de las mujeres.

## Ejes Estratégicos:

### 1. Fortalecimiento de las competencias digitales

**Objetivo**: Capacitar a las empresarias y trabajadoras en competencias digitales esenciales para mejorar la competitividad de sus negocios y reducir la brecha tecnológica entre los distintos grupos etarios.

- **Diagnóstico**: Muchas de las mujeres encuestadas no tienen competencias digitales, especialmente las de mayor edad y con menor nivel educativo. Sin embargo, existe un interés moderado entre las más jóvenes en mejorar sus habilidades tecnológicas.

- **Acciones**:

    1. **Programas de formación segmentados**: Ofrecer cursos adaptados a los distintos niveles educativos y etarios.
        - Para empresarias con **educación primaria**: formación básica en herramientas digitales (uso de dispositivos, aplicaciones básicas, gestión de inventarios).
        - Para empresarias con **educación secundaria** y **técnica o universitaria**: módulos avanzados en **marketing digital**, **gestión de redes sociales**, **comercio en línea** y **software de gestión empresarial**.
    2. **Formación presencial y en línea**: Adaptar los formatos a las preferencias expresadas. Para las empresarias que prefieren formación presencial, realizar talleres prácticos en los municipios. Para aquellas que ya están más familiarizadas con la tecnología, ofrecer cursos en línea y tutoriales.
    3. **Mentorías digitales**: Crear un programa de mentoría donde empresarias con mayor conocimiento digital puedan guiar a aquellas que estén empezando a integrar herramientas tecnológicas en sus negocios.

### 2. Mejora de la infraestructura digital

**Objetivo**: Resolver los problemas de conectividad en las zonas rurales para facilitar la adopción de tecnologías en los comercios.

- **Diagnóstico**: La falta de acceso a una **conectividad de calidad** es una barrera crítica en muchas áreas rurales, especialmente en municipios más aislados como La Aldehuela y San Martín de la Vega del Alberche.

- **Acciones**:

1. **Presión institucional para mejorar la conectividad**: Colaborar con autoridades locales y regionales para acelerar la implementación de **infraestructura de internet de banda ancha** y mejorar la conectividad en las zonas rurales.
2. **Subsidios para infraestructura tecnológica**: Proponer programas de subsidios o apoyo financiero para la compra de equipos digitales como TPV, plataformas de comercio en línea y soluciones de pago digital, lo que es especialmente crítico para aquellas empresarias que han reportado problemas con el uso de datáfonos por mala señal.
3. **Puntos de acceso digital**: Establecer puntos de acceso a internet en las **sedes municipales** o **centros comunitarios** donde las empresarias puedan utilizar internet de alta velocidad para gestionar sus comercios y realizar formaciones en línea.

**3. Fomento del liderazgo y emprendimiento femenino**

**Objetivo**: Crear un entorno que promueva el liderazgo de las mujeres en los sectores clave del comercio y que fomente el emprendimiento femenino en áreas con potencial de crecimiento.

- **Diagnóstico**: Existe una notable resistencia a desarrollar habilidades de liderazgo entre algunas empresarias, especialmente aquellas en sectores más tradicionales. Sin embargo, otras mujeres en sectores como el turismo rural muestran un interés alto en adquirir habilidades empresariales.

- **Acciones**:

  1. **Redes de apoyo femenino**: Crear una red de **mujeres empresarias** que facilite el intercambio de experiencias y conocimientos. Esto puede ayudar a promover el liderazgo femenino en áreas clave como el turismo, los servicios y la alimentación.
  2. **Escuelas de liderazgo para mujeres**: Desarrollar programas específicos de liderazgo enfocados en **gestión empresarial**, **desarrollo de nuevos productos** y **expansión de mercados**, especialmente para aquellas mujeres interesadas en digitalizar y hacer crecer sus negocios.
  3. **Asesoramiento en emprendimiento**: Implementar un programa de **asesoramiento empresarial** para mujeres que quieran emprender o escalar sus negocios. Este asesoramiento puede incluir desde la formulación de planes de negocio hasta la búsqueda de nuevas fuentes de financiación.

**4. Visibilización y apoyo institucional**

**Objetivo**: Aumentar la visibilidad de las empresarias y trabajadoras en el sector comercio, destacando su rol en la economía local y rural.

- **Diagnóstico**: Las mujeres en estas zonas rurales están liderando negocios clave, pero su visibilidad y reconocimiento dentro de la comunidad y fuera de ella es limitado.

- **Acciones**:

  1. **Campañas de sensibilización**: Realizar campañas locales para promover el **rol de las mujeres empresarias** en el desarrollo económico de la

comarca. Esto puede incluir entrevistas en medios locales y redes sociales destacando sus historias de éxito y los beneficios de la digitalización.

2. **Eventos de networking**: Organizar eventos de **networking** donde las mujeres empresarias puedan interactuar con otros actores clave, como proveedores, autoridades locales, y posibles socios comerciales o inversores.
3. **Certificación de comercios liderados por mujeres**: Crear una certificación para comercios liderados por mujeres que promuevan la igualdad de género, el uso de tecnologías y el liderazgo empresarial. Esto puede atraer tanto a clientes conscientes como a incentivos gubernamentales.

**5. Promoción de sectores con potencial de crecimiento**

**Objetivo**: Identificar y promover sectores donde las mujeres tienen un mayor potencial de crecimiento, especialmente aquellos que puedan beneficiarse de la digitalización.

- **Diagnóstico**: Sectores como el **turismo rural**, los **servicios** y la **alimentación** son predominantes en ambas comarcas, y muestran mayor apertura a la innovación digital. Sin embargo, otros sectores más tradicionales, como la industria de materiales y la construcción, tienen menos representación femenina.

- **Acciones**:

  1. **Transformación digital del turismo rural**: Promover el uso de herramientas de **comercio en línea** y **marketing digital** entre las empresarias del turismo rural para aumentar su visibilidad y atraer a más turistas, especialmente de mercados extranjeros.
  2. **Apoyo a la transformación del comercio alimentario**: Fomentar la creación de **plataformas de venta en línea** para productos locales y artesanales, lo que puede conectar a estas empresarias con un mercado más amplio y fuera de la comarca.
  3. **Capacitación en áreas emergentes**: Ofrecer formación en sectores emergentes como la **economía verde** o **energías renovables**, que podrían ofrecer nuevas oportunidades de negocio para las mujeres en estas zonas rurales.

## Conclusión de la estrategia

La digitalización y el empoderamiento empresarial de las mujeres en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña son esenciales para combatir la brecha de género en el sector comercio. Esta estrategia busca abordar las barreras más significativas —falta de competencias digitales, conectividad limitada y resistencia al cambio— mediante acciones focalizadas en la formación, el liderazgo y la mejora de la infraestructura tecnológica. Promover la visibilidad y el reconocimiento de las mujeres empresarias será clave para consolidar su papel en el desarrollo económico de estas zonas rurales, generando un impacto positivo tanto a nivel local como regional.

# DESARROLLO DE LOS EJES

## 1. Fortalecimiento de las competencias digitales

### 1.1. Introducción: Contexto global de la digitalización y su relevancia para el sector comercial en zonas rurales

La digitalización se ha convertido en un eje clave para el desarrollo económico y empresarial en todo el mundo. En el contexto global, la adopción de herramientas digitales no solo mejora la competitividad de las empresas, sino que también facilita el acceso a mercados globales, la optimización de procesos operativos y la innovación en la oferta de productos y servicios. Para los negocios en zonas rurales, donde las barreras de acceso a clientes y recursos suelen ser más pronunciadas, la digitalización representa una oportunidad invaluable para superar las limitaciones geográficas y abrir nuevos horizontes de crecimiento.

En el sector comercio, la digitalización permite a las empresas rurales conectar con un mayor número de consumidores a través de plataformas de comercio en línea, redes sociales y marketing digital. Las herramientas digitales también permiten a las empresarias gestionar sus negocios de manera más eficiente, desde la administración de inventarios hasta la contabilidad automatizada. Sin embargo, el nivel de adopción de estas tecnologías en las zonas rurales suele ser bajo, debido a factores como la falta de infraestructura, habilidades digitales limitadas y la falta de sensibilización sobre el valor de las herramientas tecnológicas.

Este contexto global debe enmarcarse en las realidades específicas de las comarcas de **Barco-Piedrahíta** y **La Moraña**, donde las empresarias se enfrentan a desafíos adicionales, como la conectividad limitada y una falta de formación adecuada en el uso de tecnologías digitales. El fortalecimiento de las competencias digitales entre las mujeres empresarias rurales es, por tanto, una prioridad fundamental para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento de sus negocios, así como para reducir la brecha de género en el acceso a oportunidades tecnológicas.

### 1.2. Diagnóstico: Brechas digitales específicas en las mujeres empresarias rurales

A partir de los datos obtenidos de la encuesta realizada a 211 comercios liderados por mujeres o con presencia femenina, se identifican diversas brechas digitales que afectan la competitividad y el desarrollo de estos negocios. Las principales brechas incluyen:

1. **Nivel educativo y su relación con la adopción tecnológica**: Las empresarias con mayor nivel educativo (universitario o técnico) tienden a tener una mayor disposición hacia la adopción de herramientas digitales, mientras que aquellas con educación primaria o secundaria muestran una resistencia más pronunciada. Esta diferencia en el acceso a la tecnología está profundamente ligada a la falta de formación en competencias digitales en generaciones mayores y a la percepción de

que la tecnología no es necesaria para ciertos sectores como la alimentación o la hostelería.

2. **Falta de infraestructura tecnológica**: Los problemas de conectividad son una barrera clave para la digitalización, especialmente en los municipios más aislados. Sin una infraestructura adecuada, incluso aquellas empresarias con interés en adoptar tecnologías se ven limitadas por la falta de acceso a internet o señal móvil de calidad. Esto se refleja en el uso limitado de herramientas básicas como TPV o sistemas de facturación electrónica.

3. **Falta de formación en competencias clave**: Muchas de las mujeres encuestadas reportan tener pocas o ninguna habilidad digital. Esto se agrava en las empresarias mayores, que no han tenido acceso a formación en tecnologías durante su carrera. Además, hay una carencia de programas formativos adaptados a las necesidades específicas del comercio rural.

4. **Resistencia al cambio**: Una gran parte de las empresarias más mayores, especialmente aquellas que se encuentran en sectores más tradicionales, muestran resistencia a la formación y a la adopción de herramientas digitales, argumentando que no ven el valor en ellas o que no son necesarias para sus negocios. Este fenómeno refuerza la brecha digital entre las empresarias rurales y sus contrapartes en áreas más urbanas o industrializadas.

## 1.3. Casos de éxito en digitalización: Ejemplos de mujeres en áreas rurales que han logrado éxito mediante la adopción de tecnología

En las últimas décadas, varios estudios han demostrado que la digitalización puede ser una palanca clave para la transformación de negocios rurales. A continuación, se presentan algunos casos de éxito que pueden servir de ejemplo para las empresarias de Barco-Piedrahíta y La Moraña:

1. **Caso de éxito en turismo rural en Galicia**: En una pequeña aldea de Galicia, una empresaria local decidió digitalizar su negocio de turismo rural. A través de la creación de una página web y la implementación de una estrategia de marketing digital en redes sociales, logró atraer a turistas internacionales interesados en experiencias rurales auténticas. Además, utilizó plataformas de reserva en línea, lo que facilitó la gestión de su alojamiento y aumentó su visibilidad en el mercado global.

2. **Comercio artesanal en Andalucía**: Un grupo de mujeres dedicadas a la producción de artesanías en Andalucía lanzó una tienda en línea donde vendían sus productos directamente a clientes de todo el mundo. Al aprender a gestionar plataformas como Etsy y redes sociales, pudieron aumentar sus ingresos significativamente, superando las limitaciones del mercado local y promoviendo sus productos a nivel internacional.

3. **Agricultura digital en Castilla y León**: En esta comunidad autónoma, varias empresarias del sector agrícola han comenzado a implementar herramientas digitales para la gestión de sus cultivos, desde sensores para el control de riego hasta plataformas de venta directa al consumidor. Estas tecnologías no solo

mejoraron la productividad de sus explotaciones, sino que también les permitieron llegar a mercados fuera de la región.

Estos casos demuestran que, con la formación adecuada y el acceso a las herramientas necesarias, las mujeres en zonas rurales pueden beneficiarse enormemente de la digitalización, aumentando su competitividad y diversificando sus fuentes de ingreso.

## 1.4. Programas formativos adaptados: Detalle de cómo se estructurarán estos programas y el impacto esperado en diferentes niveles educativos

El desarrollo de programas formativos es esencial para abordar las brechas digitales detectadas en las mujeres empresarias rurales. Estos programas deben diseñarse para adaptarse a los diferentes niveles educativos y necesidades de las empresarias, desde aquellas con menos formación hasta las que ya cuentan con competencias básicas o intermedias. A continuación se detallan las características clave de los programas propuestos:

1. **Formación para empresarias con educación primaria o secundaria**:
    - **Objetivo**: Introducir a las participantes en el uso de herramientas digitales básicas que puedan ser aplicadas directamente en la gestión de sus comercios.
    - **Contenido**: Cursos sobre el uso de dispositivos móviles, gestión de inventarios, herramientas de pago digital (TPV, sistemas de facturación), y una introducción a redes sociales para promocionar productos.
    - **Metodología**: Formatos presenciales con énfasis en la práctica, utilizando ejemplos concretos de cómo estas herramientas pueden mejorar su día a día.
2. **Formación para empresarias con educación técnica o universitaria**:
    - **Objetivo**: Avanzar en el uso de herramientas más complejas como el comercio en línea y la automatización de procesos.
    - **Contenido**: Módulos sobre marketing digital avanzado, gestión de redes sociales, creación de tiendas en línea, análisis de datos empresariales y optimización de ventas mediante plataformas digitales.
    - **Metodología**: Combinación de formación presencial y en línea, con recursos digitales para que las participantes puedan aprender de manera autónoma.
3. **Formación intergeneracional**:
    - **Objetivo**: Fomentar el intercambio de conocimientos entre mujeres de diferentes generaciones, de modo que aquellas más jóvenes puedan actuar como mentoras de las empresarias mayores.
    - **Contenido**: Sesiones de trabajo conjunto, donde las participantes de diferentes generaciones se ayuden mutuamente a aplicar las herramientas digitales en sus negocios.
4. **Impacto esperado**:
    - A corto plazo, se espera que las empresarias adquieran habilidades digitales básicas que les permitan gestionar mejor sus negocios y mejorar su visibilidad en línea.

- A mediano plazo, las empresarias con más habilidades comenzarán a implementar estrategias digitales más complejas, como la creación de tiendas en línea y campañas de marketing digital.
- A largo plazo, la digitalización transformará la forma en que estas empresarias gestionan sus comercios, facilitando la expansión de sus negocios y aumentando su competitividad.

## 1.5. Resultados esperados a corto, mediano y largo plazo: Impacto en la competitividad y en la visibilidad de los negocios en línea

El fortalecimiento de las competencias digitales de las mujeres empresarias rurales tendrá un impacto significativo en sus negocios y en la economía local en general. A continuación, se presentan los resultados esperados en tres horizontes de tiempo:

**Corto plazo (1-2 años):**

- **Aumento en la adopción de herramientas digitales básicas**: Se espera que las empresarias que reciban formación básica comiencen a utilizar herramientas como TPVs, plataformas de redes sociales y aplicaciones de gestión de inventarios para mejorar la eficiencia operativa de sus negocios.
- **Mayor visibilidad en redes sociales**: A través de la capacitación en marketing digital, las empresarias más jóvenes y aquellas con formación universitaria o técnica podrán aumentar la presencia de sus comercios en plataformas digitales, atrayendo nuevos clientes y generando más ventas.

**Mediano plazo (2-4 años):**

- **Implementación de plataformas de comercio en línea**: Las empresarias que ya han avanzado en su formación comenzarán a lanzar sus propios sitios web o utilizar plataformas de venta en línea como Etsy o Shopify para comercializar sus productos y servicios, no solo a nivel local, sino también nacional o internacional.
- **Aumento en la eficiencia operativa**: A medida que más empresarias adopten herramientas digitales para gestionar sus inventarios, realizar pedidos y facturar electrónicamente, se espera una mejora en la productividad y en la eficiencia general de sus negocios.

**Largo plazo (5 años o más):**

- **Transformación digital completa de los comercios**: En el largo plazo, se espera que las mujeres empresarias en estas comarcas no solo utilicen herramientas digitales, sino que también adopten estrategias empresariales más avanzadas, como la automatización de procesos y la integración de análisis de datos para optimizar su oferta de productos y servicios.
- **Mayor competitividad y expansión**: Las empresarias que hayan adoptado plenamente la digitalización podrán competir más eficazmente en el mercado, expandir sus negocios y atraer a clientes de fuera de sus áreas geográficas, contribuyendo al crecimiento económico de las comarcas rurales.

# 2. Mejora de la infraestructura digital

## 2.1. Introducción: Importancia de la infraestructura digital para la modernización del comercio rural

La infraestructura digital es el pilar fundamental para la modernización de cualquier sector económico, y el comercio rural no es la excepción. En un mundo cada vez más interconectado, donde la tecnología facilita el acceso a mercados, clientes y proveedores, la conectividad digital es una herramienta imprescindible para la competitividad. Para los comercios ubicados en zonas rurales, que históricamente han sufrido barreras relacionadas con el acceso a los recursos y la comunicación con mercados más amplios, la digitalización representa una oportunidad sin precedentes para superar esas limitaciones.

La **infraestructura digital** incluye tanto el acceso a **internet de alta velocidad**, como la disponibilidad de **tecnologías móviles** y soluciones de **almacenamiento en la nube**. Estas herramientas permiten a los negocios rurales no solo gestionar sus operaciones de manera más eficiente, sino también expandirse a nuevos mercados mediante plataformas de comercio electrónico, optimizar sus procesos mediante el uso de software de gestión, y mejorar su servicio al cliente a través de canales de comunicación en línea.

Sin embargo, la **falta de infraestructura digital** en muchas zonas rurales sigue siendo un obstáculo crítico. A menudo, las empresarias rurales no tienen acceso a una conectividad estable o rápida, lo que limita su capacidad para integrar tecnologías básicas, como TPVs o herramientas de marketing digital. La mejora de la infraestructura digital en estas áreas es, por tanto, esencial para reducir la brecha tecnológica entre el comercio rural y urbano, y para fomentar un crecimiento económico inclusivo en las comarcas de **Barco-Piedrahíta** y **La Moraña**.

## 2.2. Diagnóstico: Problemáticas específicas relacionadas con la conectividad en zonas rurales y su impacto en el comercio

La encuesta revela que una de las principales barreras para la adopción de herramientas digitales en las comarcas rurales de Barco-Piedrahíta y La Moraña es la **mala conectividad a internet**. Este problema afecta a los negocios de diferentes maneras, generando una brecha significativa entre las empresarias rurales y sus contrapartes en áreas urbanas. A continuación, se detallan las problemáticas específicas relacionadas con la infraestructura digital:

1. **Conectividad limitada o inexistente en ciertas áreas**: Las zonas más alejadas, como **La Aldehuela** y **San Martín de la Vega del Alberche**, reportan que la falta de señal de internet impide incluso el uso de dispositivos básicos como datáfonos o sistemas de pago electrónico. Las empresarias en estas áreas se ven obligadas a desplazarse para poder realizar transacciones electrónicas, lo que representa una pérdida de tiempo y un riesgo de pérdida de ventas.

2. **Calidad deficiente del servicio de internet**: En las zonas donde hay acceso a internet, la **baja velocidad** y la **inestabilidad de la señal** limitan la capacidad de las empresarias para realizar actividades esenciales como actualizar inventarios en

línea, gestionar plataformas de comercio electrónico o realizar campañas de marketing digital.

3. **Dificultad para acceder a formación en línea**: Las empresarias que muestran interés en mejorar sus competencias digitales se ven frenadas por la falta de acceso a plataformas de formación en línea debido a la conectividad deficiente. Esto limita su capacidad para aprender nuevas habilidades que podrían mejorar la eficiencia de sus negocios.

4. **Limitaciones en el uso de dispositivos móviles y tecnológicos**: La falta de infraestructura digital también afecta la capacidad de las empresarias para adoptar tecnologías móviles y aplicaciones que pueden facilitar la gestión de sus negocios. Las áreas rurales no solo carecen de acceso a internet, sino que a menudo tienen una cobertura móvil insuficiente, lo que limita aún más la posibilidad de usar tecnologías innovadoras en el comercio.

5. **Falta de inversión en infraestructura rural**: En general, las zonas rurales han recibido menos inversión en infraestructura digital, lo que ha perpetuado una **brecha digital** que sigue creciendo con el tiempo. La falta de iniciativas públicas o privadas para mejorar esta situación mantiene a las empresarias rurales en una posición de desventaja competitiva frente a sus contrapartes urbanas.

El impacto de estas problemáticas es profundo, ya que la conectividad limitada no solo frena la adopción de tecnologías por parte de las empresarias, sino que también reduce la visibilidad y la competitividad de sus negocios en el mercado. Sin una infraestructura digital adecuada, las empresarias rurales siguen dependiendo de métodos tradicionales que limitan su capacidad de expansión y crecimiento.

## 2.3. Colaboración público-privada para mejorar la conectividad: Casos de éxito en la implementación de soluciones digitales en áreas rurales

La mejora de la infraestructura digital en las zonas rurales requiere un enfoque colaborativo entre el **sector público** y el **privado**. A continuación, se presentan algunos casos de éxito que pueden servir de ejemplo para las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña:

1. **España: Plan Nacional de Banda Ancha Rural**

    - En varias regiones de España, el gobierno, en colaboración con operadores privados de telecomunicaciones, ha implementado el **Plan Nacional de Banda Ancha Rural**. Este programa ha permitido llevar acceso a internet de alta velocidad a zonas rurales que previamente carecían de conectividad. Mediante subsidios y alianzas con empresas tecnológicas, se han mejorado las infraestructuras de fibra óptica en municipios pequeños, lo que ha facilitado el acceso a herramientas digitales para miles de negocios rurales.
    - Este programa ha sido fundamental para la transformación de sectores como el **turismo rural** y el **comercio local**, permitiendo a los negocios gestionar sus operaciones y atraer a clientes de fuera de su localidad mediante plataformas en línea.
    -

2. **Reino Unido: Proyecto "Connecting Devon and Somerset"**

   - Este proyecto, financiado por el gobierno del Reino Unido y operadores de telecomunicaciones privados, ha llevado internet de alta velocidad a más de **300,000 hogares y negocios rurales** en las regiones de Devon y Somerset. El objetivo era proporcionar conectividad de banda ancha a áreas rurales aisladas para reducir la brecha digital.
   - Gracias a este proyecto, muchas empresas rurales en estas regiones han podido digitalizar sus operaciones, utilizar sistemas de pago en línea, y acceder a formación remota en competencias digitales. Se ha reportado un aumento significativo en la competitividad de los negocios locales, y muchas empresas han logrado expandir su presencia en mercados más amplios.

3. **Francia: Programa "France Très Haut Débit"**

   - El gobierno francés, en colaboración con empresas privadas de telecomunicaciones, lanzó el programa **"France Très Haut Débit"** para llevar **fibra óptica** a zonas rurales. Este programa ha transformado completamente la conectividad en áreas donde antes solo había acceso a internet por satélite, proporcionando velocidades de conexión comparables a las de las ciudades.
   - Uno de los sectores más beneficiados ha sido el de **turismo rural**, donde los alojamientos y negocios han podido implementar plataformas de reservas en línea y sistemas de gestión digital, lo que ha mejorado su competitividad en el mercado turístico global.

Estos casos demuestran que la colaboración público-privada es esencial para la mejora de la infraestructura digital en áreas rurales. A través de programas de subsidios, incentivos fiscales y alianzas estratégicas, los gobiernos locales y nacionales pueden atraer inversiones para mejorar la conectividad en las comarcas rurales, facilitando así la modernización de sus comercios.

## 2.4. Propuesta de soluciones: Detalles sobre subsidios, puntos de acceso, y cómo estos programas se implementarán en la práctica

Para mejorar la infraestructura digital en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña, es fundamental implementar una serie de **soluciones prácticas** que combinen la inversión pública con la participación privada. A continuación, se detallan las propuestas clave:

1. **Subsidios para la mejora de la conectividad**

   - Se propone un programa de **subsidios directos** para las empresarias rurales que deseen mejorar la conectividad de sus negocios mediante la instalación de **fibra óptica** o **tecnología satelital** en zonas de difícil acceso. Este programa debería ser financiado a través de **fondos europeos de desarrollo rural** o **iniciativas nacionales**, y gestionado a nivel local por las cámaras de comercio o entidades municipales.
   - Los **subsidios también podrían cubrir** la adquisición de dispositivos y tecnología básica, como routers de alta velocidad, TPVs digitales, y equipos para la automatización de procesos comerciales.

2. **Puntos de acceso digital en centros comunitarios**

   - Para aquellas empresarias ubicadas en zonas donde la conectividad sigue siendo un problema, se pueden establecer **puntos de acceso digital** en centros comunitarios o ayuntamientos. Estos puntos proporcionarían **wifi gratuito** de alta velocidad, permitiendo a las empresarias acceder a internet para gestionar sus negocios, realizar formación en línea o implementar herramientas digitales sin tener que desplazarse fuera de su comunidad.
   - Además, estos puntos de acceso podrían servir como **centros de formación digital**, donde se organizarían talleres y capacitaciones prácticas en el uso de tecnología para las empresarias rurales.

3. **Alianzas con operadores de telecomunicaciones**

   - Se propone la creación de alianzas estratégicas con operadores de telecomunicaciones locales y nacionales para facilitar la instalación de **infraestructura de banda ancha** en las comarcas rurales. Estas alianzas podrían incluir incentivos fiscales y **subvenciones públicas** que compensen los costos de llevar internet de alta velocidad a áreas con poca densidad de población.
   - A través de estas alianzas, se podría priorizar la instalación de **torres móviles** o **antenas satelitales** en zonas de difícil acceso, mejorando así la cobertura móvil y la conectividad para las empresarias rurales.

4. **Iniciativas de financiación pública-privada**

   - La **financiación público-privada** también puede desempeñar un papel crucial en la mejora de la infraestructura digital. Los gobiernos locales y regionales podrían crear **fondos conjuntos** con inversores privados para desarrollar proyectos de conectividad en zonas rurales. Estos fondos podrían apoyar no solo la mejora de la infraestructura digital, sino también la creación de **hubs tecnológicos rurales** donde las empresarias puedan acceder a formación y recursos tecnológicos.

5. **Evaluación y seguimiento de los avances**:

   - Se debe establecer un sistema de **seguimiento y evaluación** para medir los avances en la implementación de las mejoras de infraestructura digital. Esto incluiría la recolección de datos sobre la calidad de la conectividad, el número de negocios que han adoptado herramientas digitales y el impacto en la productividad de los comercios rurales.

## 2.5. Impacto previsto: Cómo la mejora en la infraestructura digital puede transformar el entorno comercial

La mejora de la infraestructura digital en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña tendría un impacto transformador en el entorno comercial de la región. A continuación se presentan los resultados esperados en tres niveles:

**Corto plazo (1-2 años):**

- **Aumento en la adopción de herramientas digitales**: A medida que se mejoren las condiciones de conectividad, se espera que más empresarias

comiencen a utilizar herramientas digitales básicas, como TPVs y aplicaciones móviles, para gestionar sus ventas y operaciones.
- **Mejora en la visibilidad de los negocios**: Con un mejor acceso a internet, las empresarias podrán optimizar su presencia en redes sociales y otras plataformas digitales, aumentando la visibilidad de sus productos y servicios.

**Mediano plazo (2-4 años):**

- **Implementación de plataformas de comercio electrónico**: La mejora de la infraestructura digital permitirá a las empresarias lanzar tiendas en línea y acceder a mercados más amplios fuera de sus comarcas. Esto impulsará sus ingresos y les permitirá competir en igualdad de condiciones con negocios urbanos.
- **Crecimiento económico local**: La modernización del comercio rural mediante la digitalización tendrá un impacto positivo en la economía local, creando empleo y generando nuevas oportunidades de negocio.

**Largo plazo (5 años o más):**

- **Transformación digital completa del comercio rural**: En el largo plazo, se espera que la infraestructura digital avanzada permita la integración total de herramientas tecnológicas en todos los aspectos del comercio rural, desde la gestión de inventarios hasta la atención al cliente.
- **Reducción de la brecha digital rural-urbana**: Con una infraestructura digital sólida, la brecha tecnológica entre las empresarias rurales y urbanas se reducirá significativamente, permitiendo una mayor equidad en el acceso a oportunidades económicas.

Este segundo eje estratégico pone de manifiesto la **importancia de la infraestructura digital** para la transformación del comercio rural en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña. A través de la colaboración público-privada y la implementación de soluciones prácticas, se puede lograr una modernización integral que beneficie tanto a las empresarias como a la economía local en su conjunto.

# 3. Fomento del liderazgo y emprendimiento femenino

## 3.1. Introducción: El rol del liderazgo femenino en el comercio rural

El liderazgo femenino es un motor fundamental para el desarrollo económico y social, especialmente en zonas rurales, donde las oportunidades para las mujeres suelen estar limitadas por factores históricos, culturales y geográficos. Las mujeres empresarias en el comercio rural no solo gestionan negocios que son vitales para la economía local, sino que también desempeñan un papel esencial en la creación de empleo, el fortalecimiento de la comunidad y la innovación en sectores clave como el turismo, la alimentación y los servicios.

En un contexto donde la **brecha de género** sigue siendo significativa, el **fomento del liderazgo femenino** implica proporcionar a las mujeres las herramientas y recursos necesarios para que asuman roles de liderazgo dentro de sus negocios y comunidades. Esto no solo tiene un impacto positivo en sus propias vidas, sino que también impulsa el desarrollo económico local y promueve la igualdad de género.

El liderazgo femenino en el comercio rural tiene el potencial de transformar comunidades enteras, ya que las mujeres líderes a menudo reinvierten en sus familias y comunidades, creando un efecto multiplicador que beneficia a la sociedad en su conjunto. Sin embargo, en las comarcas de **Barco-Piedrahíta** y **La Moraña**, la falta de formación en competencias de liderazgo, junto con las limitaciones estructurales y culturales, sigue siendo una barrera para que más mujeres asuman roles de liderazgo en el comercio.

## 3.2. Diagnóstico: Brechas de liderazgo detectadas en el análisis y la relación con la falta de formación empresarial

Los datos recopilados en las encuestas realizadas a mujeres empresarias en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña indican que, si bien muchas de ellas gestionan negocios de manera efectiva, existen brechas significativas en términos de **liderazgo empresarial** y **habilidades de gestión**. A continuación, se detallan las principales brechas detectadas:

1. **Falta de formación empresarial específica**: La mayoría de las empresarias rurales no ha recibido una formación formal en **gestión de negocios**, **resolución de problemas** o **liderazgo**, lo que limita su capacidad para gestionar de manera eficiente y crecer sus negocios. Esta falta de formación también afecta su capacidad para tomar decisiones estratégicas, adaptarse a los cambios del mercado y aprovechar las oportunidades tecnológicas.

2. **Resistencia al desarrollo de habilidades de liderazgo**: Las mujeres más mayores, especialmente aquellas con menos nivel educativo, muestran resistencia a participar en programas de liderazgo. Muchas no consideran que estas habilidades sean relevantes para sus negocios, ya que están acostumbradas a gestionar pequeñas microempresas de manera tradicional.

3. **Falta de redes de apoyo**: En las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña, las mujeres empresarias tienden a estar **aisladas**, sin acceso a redes de apoyo o mentoría que puedan ayudarles a desarrollar sus habilidades empresariales. Esta falta de redes limita la capacidad de las mujeres para aprender de sus pares y compartir conocimientos sobre cómo enfrentar desafíos comunes.

4. **Bajo nivel de autoconfianza**: Muchas mujeres empresarias rurales no se ven a sí mismas como **líderes** o **emprendedoras**, lo que afecta su capacidad para expandir sus negocios o asumir roles de liderazgo dentro de sus comunidades. Este bajo nivel de confianza está relacionado con la falta de acceso a formación y a modelos de rol que puedan inspirarlas a asumir estos roles.

5. **Predominio de sectores tradicionales**: Las empresarias rurales están mayoritariamente concentradas en sectores tradicionales como la **alimentación**, la **hostelería** y el **turismo rural**, donde las oportunidades para asumir roles de liderazgo más visibles o expandir los negocios son limitadas. Esta falta de diversidad sectorial también limita el desarrollo de habilidades de liderazgo innovadoras.

Estas brechas de liderazgo limitan el potencial de crecimiento de los negocios liderados por mujeres y contribuyen a mantener la brecha de género en el sector comercial. Sin una intervención que proporcione formación y apoyo específicos en liderazgo y gestión empresarial, estas mujeres seguirán enfrentando barreras para alcanzar todo su potencial.

## 3.3. Redes de apoyo femenino: Cómo se estructurarán y los beneficios de la colaboración entre empresarias

Una de las estrategias más efectivas para fomentar el liderazgo femenino es la creación de **redes de apoyo entre mujeres empresarias**. Estas redes no solo proporcionan un espacio para compartir experiencias y conocimientos, sino que también ofrecen oportunidades de mentoría, colaboración y apoyo emocional. En las zonas rurales, donde las empresarias tienden a estar más aisladas, estas redes son particularmente importantes para romper el ciclo de aislamiento y permitir que las mujeres se apoyen mutuamente en el crecimiento de sus negocios.

1. **Estructura de las redes de apoyo**:
    - **Grupos locales de empresarias**: Se propone la creación de grupos locales de mujeres empresarias en cada municipio de las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña. Estos grupos se reunirían de forma regular para discutir los desafíos comunes, compartir recursos y colaborar en proyectos conjuntos. Las reuniones podrían tener lugar en los **centros comunitarios** o en los **puntos de acceso digital** establecidos.
    - **Plataformas en línea**: Dado que muchas mujeres empresarias en las encuestas han expresado interés en la formación en línea, también se propone la creación de una **plataforma digital** que sirva como punto de encuentro para estas redes. Esta plataforma permitiría a las empresarias conectarse entre sí, compartir recursos y acceder a formación en línea.
    - **Mentorías intergeneracionales**: Se podrían establecer programas de mentoría donde las empresarias más jóvenes, que ya tienen experiencia en la adopción de herramientas digitales, puedan guiar a las empresarias mayores o menos experimentadas. Este intercambio intergeneracional beneficiaría a ambas partes, ya que las empresarias más jóvenes también pueden aprender de la experiencia de sus mayores en la gestión de negocios tradicionales.
2. **Beneficios de las redes de apoyo**:
    - **Intercambio de conocimientos**: Las redes permiten que las empresarias compartan conocimientos sobre gestión empresarial, marketing, tecnología y liderazgo, lo que fortalece las capacidades de cada miembro.
    - **Colaboración en proyectos conjuntos**: Las empresarias pueden colaborar en proyectos conjuntos, como la creación de **plataformas de comercio en línea** o el desarrollo de campañas de marketing regionales que promuevan los productos y servicios de varias empresas al mismo tiempo.
    - **Apoyo emocional y motivacional**: Al estar en contacto con otras empresarias que enfrentan desafíos similares, las mujeres se sienten apoyadas y motivadas para seguir adelante, lo que mejora su **autoconfianza** y capacidad de liderazgo.

- **Acceso a recursos y oportunidades**: Las redes de apoyo también pueden facilitar el acceso a **financiación**, **recursos educativos** y **oportunidades de negocio** que de otro modo serían inaccesibles para las empresarias rurales. Además, estas redes pueden actuar como una **voz colectiva** para abogar por políticas y programas que apoyen a las mujeres empresarias en zonas rurales.

## 3.4. Escuelas de liderazgo: Desarrollo de competencias de gestión y ejemplos de programas que se podrían replicar

Para cerrar la brecha de liderazgo detectada en el diagnóstico, se propone la creación de **escuelas de liderazgo** para mujeres empresarias en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña. Estas escuelas estarían diseñadas para proporcionar formación intensiva en **gestión empresarial**, **liderazgo estratégico** y **habilidades de comunicación**, que son esenciales para el éxito en el entorno comercial moderno.

1. **Estructura de las escuelas de liderazgo**:
   - **Programas de formación presenciales y en línea**: Las escuelas de liderazgo ofrecerían una combinación de **talleres presenciales** y **cursos en línea**, adaptados a los diferentes niveles de experiencia y formación de las empresarias. Los talleres presenciales se centrarían en aspectos prácticos de la gestión empresarial, mientras que los cursos en línea proporcionarían acceso a recursos más avanzados para quienes deseen profundizar en sus conocimientos.
   - **Duración y contenido**: Los programas estarían diseñados para ser flexibles y ajustarse a las necesidades de las empresarias rurales. Por ejemplo, podrían ofrecerse cursos intensivos de 6 a 12 semanas sobre temas como **gestión financiera**, **planificación estratégica**, **resolución de conflictos**, y **liderazgo en tiempos de cambio**.
   - **Mentoría y acompañamiento**: Las empresarias que participen en las escuelas de liderazgo también recibirían **mentoría** y **acompañamiento** durante y después del curso, lo que les permitiría aplicar lo aprendido en sus negocios de manera más efectiva.
2. **Ejemplos de programas replicables**:
   - **Programa de Liderazgo Femenino en Áreas Rurales (Italia)**: En Italia, el gobierno lanzó un programa de liderazgo femenino en áreas rurales que proporciona formación y recursos a mujeres empresarias en sectores como el turismo, la agricultura y el comercio. Este programa ha permitido que cientos de mujeres rurales asuman roles de liderazgo dentro de sus comunidades y mejoren la rentabilidad de sus negocios.
   - **Women's Leadership Development Program (Reino Unido)**: Este programa, dirigido a mujeres en sectores rurales, ofrece formación en liderazgo y gestión empresarial, combinada con **asesoramiento profesional**. Las mujeres que participan en el programa no solo desarrollan habilidades de liderazgo, sino que también establecen redes de contacto que les permiten expandir sus negocios y explorar nuevas oportunidades de crecimiento.

- **Empoderamiento de Mujeres Rurales (Canadá)**: En Canadá, varias provincias han implementado programas de empoderamiento de mujeres rurales que incluyen **cursos de liderazgo**, **mentoría** y **acceso a financiación**. Estos programas han tenido un impacto positivo en la creación de empleo y en la modernización de los sectores comerciales en las áreas rurales.

Estos ejemplos pueden ser adaptados y replicados en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña, con un enfoque en las necesidades específicas de las mujeres empresarias rurales de la región.

## 3.5. Resultados esperados: Fortalecimiento del emprendimiento femenino y el impacto en la economía local

El fomento del liderazgo y el emprendimiento femenino en las comarcas rurales tendrá un impacto transformador en el desarrollo económico y social de estas regiones. A continuación, se presentan los resultados esperados a corto, mediano y largo plazo:

**Corto plazo (1-2 años):**

- **Incremento en la participación de mujeres en programas de liderazgo**: Se espera que un número creciente de mujeres empresarias participen en los programas de liderazgo y formación empresarial, lo que mejorará sus capacidades de gestión y su confianza en la toma de decisiones estratégicas.
- **Establecimiento de redes de apoyo locales**: Las redes de apoyo femenino comenzarán a consolidarse, proporcionando a las empresarias un entorno donde puedan compartir conocimientos y colaborar en proyectos conjuntos.

**Mediano plazo (2-4 años):**

- **Crecimiento de los negocios liderados por mujeres**: A medida que las mujeres empresarias desarrollen habilidades de liderazgo y gestión, se espera que sus negocios experimenten un crecimiento significativo en términos de ingresos, expansión y visibilidad.
- **Mayor representación femenina en sectores clave**: Las mujeres comenzarán a desempeñar un papel más visible en sectores como el turismo rural, los servicios y la alimentación, y algunas incluso podrían expandirse a sectores menos tradicionales como la industria o la tecnología.

**Largo plazo (5 años o más):**

- **Transformación del entorno empresarial rural**: Con un liderazgo femenino fortalecido, se espera que las mujeres empresarias tengan un impacto duradero en la economía local, creando empleos y promoviendo la innovación en sectores clave del comercio rural.
- **Empoderamiento comunitario y reducción de la brecha de género**: El éxito de las mujeres empresarias inspirará a otras mujeres a emprender, creando un ciclo de empoderamiento que reducirá la brecha de género en el comercio y promoverá la igualdad de oportunidades en las comarcas rurales.

# 4. Visibilización y apoyo institucional

## 4.1. Introducción: La importancia de visibilizar a las mujeres empresarias en zonas rurales

La visibilidad es una herramienta poderosa para el **empoderamiento** y el **desarrollo económico** de las mujeres empresarias, especialmente en zonas rurales, donde sus logros a menudo pasan desapercibidos debido a las barreras geográficas y culturales. Visibilizar a las mujeres empresarias no solo ayuda a derribar estereotipos de género, sino que también las posiciona como agentes clave del cambio económico y social en sus comunidades.

En las comarcas rurales de **Barco-Piedrahíta** y **La Moraña**, muchas mujeres gestionan negocios fundamentales para la economía local. Sin embargo, su trabajo y sus éxitos rara vez reciben el reconocimiento que merecen, lo que afecta su **acceso a recursos**, **financiación** y **oportunidades de negocio**. Al mismo tiempo, la **falta de visibilidad** también limita la capacidad de estas empresarias para conectarse con nuevos mercados y atraer clientes.

El papel de las instituciones públicas es crucial para impulsar esta visibilización. Los **ayuntamientos locales**, la **Diputación Provincial de Ávila**, la **Junta de Castilla y León** y el **Gobierno de España** deben unirse para crear un entorno propicio para que las mujeres empresarias rurales sean reconocidas, apoyadas y conectadas con recursos que impulsen el crecimiento de sus negocios.

## 4.2. Diagnóstico: Falta de visibilidad y reconocimiento de las mujeres empresarias y su impacto en el acceso a recursos

El análisis de los datos revela que las mujeres empresarias rurales en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña enfrentan una **falta significativa de visibilidad**, tanto en su comunidad local como en el ámbito más amplio. Esta falta de visibilidad tiene múltiples efectos negativos:

1. **Bajo reconocimiento público y mediático**: A pesar de que muchas mujeres gestionan negocios esenciales para sus comunidades, rara vez reciben reconocimiento en los medios de comunicación locales o provinciales. Esta invisibilidad limita las oportunidades para que sus negocios se promocionen y crezcan. Los ayuntamientos y la **Diputación Provincial de Ávila** podrían desempeñar un papel importante en la promoción de estas empresarias a nivel local y provincial.

2. **Acceso limitado a financiación y subvenciones**: Las empresarias que no son visibles tienen menos oportunidades de acceder a **recursos financieros**, ya sea en forma de subvenciones, préstamos o inversiones. La falta de visibilidad significa que muchas de ellas no están en el radar de las instituciones que otorgan apoyo financiero, lo que las coloca en una clara desventaja en comparación con sus pares urbanas.

3. **Poca representación en redes empresariales**: Las mujeres empresarias rurales no suelen estar integradas en **redes de apoyo empresariales** o asociaciones de comercio, lo que las aísla aún más. La falta de visibilidad en estas redes dificulta su acceso a oportunidades de formación, asesoramiento y colaboraciones estratégicas.

4. **Estereotipos y prejuicios de género**: En muchas comunidades rurales, los **estereotipos de género** siguen siendo un obstáculo. Las mujeres empresarias a menudo se ven relegadas a roles secundarios o invisibilizadas en sectores tradicionalmente dominados por hombres. Esta falta de visibilidad también perpetúa la idea de que las mujeres no son líderes empresariales capaces, lo que afecta negativamente su confianza y su capacidad para competir en igualdad de condiciones.

5. **Desconexión con las instituciones públicas**: A menudo, las mujeres empresarias rurales no son plenamente conscientes de las **políticas** y **programas** que podrían beneficiarlas. La **Junta de Castilla y León** y el **Gobierno de España** ofrecen varias subvenciones y recursos para la digitalización y el emprendimiento femenino, pero la desconexión entre las empresarias y estas instituciones impide que se aprovechen al máximo.

## 4.3. Campañas de sensibilización: Detalle de las campañas propuestas y cómo atraer la atención de los medios y clientes

Para abordar la falta de visibilidad y reconocimiento de las mujeres empresarias en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña, se propone la implementación de **campañas de sensibilización** a nivel local, provincial, regional y nacional. Estas campañas deben centrarse en destacar el **impacto económico y social** que las mujeres empresarias tienen en sus comunidades y en el fomento del liderazgo femenino en el comercio rural.

**Campañas propuestas:**

1. **"Mujeres que Transforman"**: Una campaña organizada por los **ayuntamientos locales** y la **Diputación Provincial de Ávila** que destaque a mujeres empresarias locales mediante entrevistas, reportajes en medios locales y perfiles en redes sociales. Esta campaña pondría un rostro a las mujeres que están liderando el cambio económico en sus comunidades, mostrando tanto sus desafíos como sus éxitos.

2. **Premios anuales de "Mujer Empresaria Rural"**: En colaboración con la **Junta de Castilla y León** y la **Diputación Provincial de Ávila**, se pueden crear **premios anuales** para reconocer a las mujeres empresarias más destacadas en diversas categorías, como innovación, sostenibilidad, digitalización y emprendimiento. Estos premios no solo proporcionan reconocimiento, sino que también sirven para atraer la atención de los medios y los clientes.

3. **Participación en ferias y eventos regionales**: Facilitar la participación de mujeres empresarias rurales en **ferias comerciales** y eventos a nivel regional y nacional organizados por la **Junta de Castilla y León**. Esto les dará la oportunidad de **promocionar sus productos** y **establecer contactos** con posibles clientes e inversores fuera de sus comunidades.

4. **Historias de éxito en medios nacionales**: Colaborar con el **Gobierno de España** para que los medios nacionales den mayor visibilidad a las historias de éxito de mujeres empresarias rurales. Mediante reportajes en medios de gran alcance, estas historias inspirarán a otras mujeres a seguir su ejemplo y también mostrarán el impacto positivo de las políticas públicas en el empoderamiento de las mujeres.

5. **Campañas en redes sociales**: Las redes sociales son una herramienta poderosa para aumentar la visibilidad. Se propone que los **ayuntamientos** y la **Diputación Provincial** lancen campañas en plataformas como **Instagram** y **Facebook** para promocionar a las empresarias locales, mostrando sus productos, servicios y las historias detrás de sus negocios.

**Cómo atraer la atención de los medios y clientes:**

- **Medios locales**: Los **ayuntamientos locales** pueden colaborar con **radios locales**, **periódicos** y **canales de televisión** para producir contenido que visibilice el trabajo de las mujeres empresarias. Además, se puede utilizar la **televisión provincial** y la **prensa local** para contar las historias de éxito de estas empresarias y atraer la atención de los medios.

- **Medios regionales y nacionales**: A nivel regional, la **Junta de Castilla y León** puede promover estas historias en medios más amplios, lo que atraerá a clientes y posibles inversores. En paralelo, el **Gobierno de España** puede destacar estos ejemplos en campañas de emprendimiento rural y digitalización, alineándolos con programas nacionales de apoyo al emprendimiento femenino.

## 4.4. Networking y certificación de comercios: Desarrollo de eventos, creación de certificaciones y el impacto esperado

Uno de los aspectos más efectivos para fortalecer la visibilidad y el apoyo a las mujeres empresarias rurales es la creación de **eventos de networking** y **certificaciones** que reconozcan su trabajo y promuevan la colaboración.

**Networking:**

1. **Encuentros de Networking para Mujeres Empresarias**: Organizar encuentros anuales a nivel municipal y provincial, coordinados por los **ayuntamientos** y la **Diputación Provincial de Ávila**, donde las mujeres empresarias puedan interactuar entre sí, establecer contactos y crear oportunidades de colaboración. Estos eventos pueden incluir **paneles de discusión**, **talleres** y **mesas redondas** sobre temas como la digitalización, el liderazgo empresarial y el acceso a financiación.

2. **Foros Regionales de Emprendimiento Femenino**: En colaboración con la **Junta de Castilla y León**, se pueden organizar **foros regionales** donde las mujeres empresarias de diferentes comarcas puedan compartir experiencias, aprender sobre las políticas regionales de apoyo al emprendimiento y establecer alianzas estratégicas con otras empresarias y actores del ecosistema empresarial.

3. **Plataformas de networking en línea**: A medida que se fortalece la infraestructura digital en las comarcas rurales, se puede implementar una **plataforma de networking en línea** promovida por la **Diputación Provincial** y la **Junta de Castilla y León**, donde las empresarias rurales puedan conectarse con otras mujeres en toda la región, compartir recursos y explorar oportunidades de negocio conjuntas.

**Certificación de Comercios:**

1. **Certificación de "Comercio Liderado por Mujeres"**: Se propone la creación de una certificación provincial que reconozca a los comercios liderados por mujeres en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña. Esta certificación, gestionada por la **Diputación Provincial de Ávila**, servirá como un sello de calidad y responsabilidad, lo que atraerá a clientes que valoran el apoyo al emprendimiento femenino y la igualdad de género.

2. **Certificación de "Comercio Digitalizado"**: La **Junta de Castilla y León** podría crear una certificación adicional para aquellos comercios que hayan adoptado herramientas digitales y métodos de trabajo innovadores. Esta certificación impulsará el proceso de digitalización y servirá como un incentivo para que las empresarias rurales se esfuercen por mejorar sus negocios mediante la adopción de tecnologías.

3. **Reconocimiento en eventos y campañas**: Los comercios certificados recibirían reconocimiento durante los **eventos de networking**, así como en las **campañas de sensibilización** promovidas por las instituciones públicas. Esto aumentará su visibilidad y atraerá a un público más amplio.

## 4.5. Impacto de la visibilización: Cómo una mayor presencia y reconocimiento puede transformar el comercio rural

El aumento de la visibilidad y el apoyo institucional para las mujeres empresarias rurales tendrá un impacto significativo en el desarrollo económico de las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña. A continuación, se describen los resultados esperados a corto, mediano y largo plazo:

**Corto plazo (1-2 años):**

- **Mayor visibilidad en medios locales y regionales**: Las mujeres empresarias empezarán a ser reconocidas en los medios locales y regionales, lo que atraerá la atención de nuevos clientes y posibles inversores.
- **Aumento de la confianza empresarial**: Al recibir reconocimiento público, las mujeres empresarias sentirán un mayor sentido de confianza y motivación para expandir sus negocios y asumir roles de liderazgo.

**Mediano plazo (2-4 años):**

- **Acceso a más recursos y financiación**: La visibilidad mejorada abrirá las puertas a más oportunidades de financiación, subvenciones y asesoramiento empresarial, lo que permitirá a las mujeres empresarias mejorar la infraestructura de sus negocios y explorar nuevas líneas de productos o servicios.

- **Fortalecimiento de las redes empresariales**: La creación de redes de apoyo y eventos de networking fomentará una mayor colaboración entre las empresarias, facilitando la creación de proyectos conjuntos y alianzas comerciales.

**Largo plazo (5 años o más):**

- **Transformación de la percepción de género en el comercio rural**: A medida que más mujeres asuman roles de liderazgo empresarial y sean visibles en el sector comercial, se reducirá la brecha de género y se cambiarán las percepciones tradicionales sobre el papel de la mujer en el comercio rural.
- **Crecimiento económico sostenido**: Con una mayor visibilidad y acceso a recursos, se espera que los negocios liderados por mujeres en las comarcas rurales experimenten un crecimiento sostenido, contribuyendo al desarrollo económico general de la región y promoviendo un entorno empresarial más equitativo.

# 5. Promoción de sectores con potencial de crecimiento

## 5.1. Introducción: Sectores clave en el comercio rural y su relevancia en la creación de empleo y oportunidades para mujeres

El **comercio rural** ha experimentado una transformación significativa en las últimas décadas, con una creciente diversificación de sectores y la adopción de nuevas formas de hacer negocio. En el contexto de las comarcas de **Barco-Piedrahíta** y **La Moraña**, los sectores donde predominan las mujeres empresarias incluyen **alimentación**, **hostelería**, **turismo rural** y **servicios**. Estas áreas son fundamentales para la **economía local**, ya que generan empleo y mantienen la **sostenibilidad** de las pequeñas comunidades rurales.

Promover el crecimiento de estos sectores clave y explorar nuevos nichos es esencial para mejorar la **competitividad** de los negocios liderados por mujeres, especialmente en un contexto de **digitalización** creciente y cambios en las demandas del mercado. Las mujeres encuestadas en estas comarcas han mostrado una combinación de habilidades tradicionales y un **interés moderado** en nuevas competencias, lo que sugiere que hay oportunidades significativas para mejorar sus negocios si se aprovechan las herramientas adecuadas.

Además, muchos de los sectores dominados por mujeres en estas comarcas están vinculados a **recursos naturales** y **culturales**, lo que representa una ventaja estratégica en un mundo cada vez más interesado en el consumo sostenible y las experiencias auténticas. Por tanto, impulsar estos sectores no solo beneficiará a las mujeres empresarias, sino que también contribuirá al desarrollo económico de la región.

## 5.2. Diagnóstico: Análisis detallado de los sectores donde las mujeres pueden crecer y aprovechar oportunidades

El análisis de las encuestas muestra que las mujeres empresarias rurales en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña se concentran principalmente en sectores tradicionales. A continuación se presenta un **análisis detallado** de estos sectores y de las oportunidades de crecimiento que pueden aprovechar:

1. **Alimentación**: Este sector es uno de los pilares de la economía local, con muchas mujeres liderando negocios relacionados con la producción y venta de alimentos locales, como panaderías, tiendas de comestibles y productos artesanales. Sin embargo, el **acceso a mercados más amplios** es limitado, en gran parte debido a la falta de digitalización y conectividad.

    - **Oportunidades de crecimiento**: La creación de **tiendas en línea** para la venta de productos locales a consumidores de fuera de la comarca es una de las mayores oportunidades. Además, se pueden explorar **alianzas con plataformas de productos gourmet** o mercados de proximidad para aumentar la visibilidad y el alcance de estos productos.
2. **Hostelería**: El sector de la hostelería tiene un gran peso en las comarcas, con muchas mujeres liderando **bares**, **restaurantes** y **alojamientos rurales**. Estas empresarias enfrentan desafíos relacionados con la estacionalidad y la competencia de destinos turísticos más grandes.

    - **Oportunidades de crecimiento**: Integrar estrategias de **marketing digital** y **plataformas de reservas en línea** puede ayudar a atraer a turistas de fuera de la comarca. Además, la incorporación de **experiencias gastronómicas** vinculadas a productos locales puede agregar valor al sector y diferenciarlo de otras ofertas.
3. **Turismo rural**: Este sector tiene un **gran potencial** de crecimiento, ya que el turismo de naturaleza y experiencias auténticas está en auge, especialmente en un contexto post-pandemia donde los viajeros buscan destinos menos masificados. Las mujeres en este sector suelen tener un alto nivel de **interés en digitalización**, lo que indica una disposición a adoptar nuevas tecnologías.

    - **Oportunidades de crecimiento**: Promover las **rutas turísticas digitales**, la oferta de **paquetes personalizados** que incluyan actividades como la observación de aves, senderismo o talleres artesanales. Asociarse con **agencias de turismo ecológico** o crear alianzas con plataformas globales de turismo sostenible también podría ser beneficioso.
4. **Servicios**: Las empresarias que trabajan en **servicios profesionales**, como farmacias o asesorías, muestran un **alto grado de formación** y un interés moderado en el desarrollo de nuevas habilidades. Sin embargo, muchas se sienten **aisladas** debido a la falta de redes de apoyo.

    - **Oportunidades de crecimiento**: Fomentar la **colaboración entre empresarias** y la creación de **plataformas digitales compartidas** que permitan a las mujeres ofrecer sus servicios a un mercado más amplio. La **especialización** en áreas como el asesoramiento digital o la atención médica a distancia podría ser un nicho de gran potencial.
5. **Artesanías y productos locales**: Aunque menos desarrollado, el sector de las **artesanías** también tiene potencial de crecimiento. Las mujeres que producen artículos artesanales tienen la posibilidad de aprovechar el auge del comercio en línea para ofrecer productos únicos y hechos a mano.

- **Oportunidades de crecimiento**: La promoción de estos productos a través de **plataformas de comercio electrónico**, como Etsy, podría ayudar a las empresarias a conectarse con un público global. Además, la creación de **talleres artesanales turísticos** permitiría a las empresarias diversificar sus ingresos y atraer a visitantes interesados en experiencias culturales.

## 5.3. Transformación digital del turismo rural: Detalle sobre cómo implementar tecnologías en el sector turístico

El **turismo rural** es uno de los sectores con mayor potencial de crecimiento en las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña. Las empresarias que gestionan alojamientos y actividades turísticas tienen una **alta predisposición** para adoptar tecnologías que mejoren la gestión de sus negocios y la promoción de sus servicios. La **transformación digital** del turismo rural puede generar un impacto significativo tanto en la visibilidad de estos negocios como en su rentabilidad.

**Estrategias para la digitalización del turismo rural:**

1. **Plataformas de reservas en línea**:
   - La implementación de **plataformas de reservas** como Booking o Airbnb es clave para atraer a un público más amplio, tanto nacional como internacional. Estas plataformas permiten que los alojamientos rurales sean accesibles a turistas de fuera de la comarca, facilitando el proceso de reserva y aumentando la ocupación.
2. **Experiencias turísticas digitales**:
   - El uso de tecnologías como **realidad aumentada (AR)** o **aplicaciones móviles** que guíen a los turistas por rutas de senderismo, monumentos o puntos de interés cultural es una tendencia en crecimiento. Las empresarias pueden ofrecer experiencias personalizadas mediante la creación de aplicaciones que conecten a los turistas con la naturaleza y el patrimonio cultural local.
3. **Marketing digital y redes sociales**:
   - Las redes sociales son una herramienta poderosa para promocionar los alojamientos y experiencias turísticas rurales. Crear estrategias de **marketing en Instagram** o **Facebook** puede ayudar a captar la atención de viajeros interesados en destinos sostenibles y menos convencionales. El uso de influencers en el ámbito del **ecoturismo** también puede ser una forma eficaz de aumentar la visibilidad.
4. **Alianzas con agencias de turismo sostenible**:
   - Formar alianzas con agencias de **turismo sostenible** que promuevan experiencias en contacto con la naturaleza y la cultura local puede abrir nuevos mercados. Las empresarias pueden ofrecer paquetes turísticos que incluyan no solo el alojamiento, sino también actividades como **observación de aves**, **talleres de cocina local** o **artesanías**.

5. **Diversificación de la oferta**:
    - Para evitar la estacionalidad del turismo rural, las empresarias deben diversificar sus servicios, ofreciendo **experiencias todo el año**. Esto puede incluir la organización de **retiros de bienestar**, **eventos culturales**, o incluso la oferta de **espacios de coworking rurales** para atraer a profesionales que busquen trabajar en un entorno tranquilo.

## 5.4. Apoyo al comercio alimentario y artesanías: Estrategias para integrar productos locales en plataformas digitales

El sector de la **alimentación** y las **artesanías** es fundamental para la identidad y la economía de las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña. Sin embargo, la adopción de tecnologías digitales en estos sectores es aún limitada. Las mujeres que gestionan estos negocios suelen estar más enfocadas en el mercado local y enfrentan barreras relacionadas con la digitalización y la falta de acceso a infraestructuras tecnológicas.

**Estrategias para integrar productos locales en plataformas digitales:**

1. **Tiendas en línea**:
    - Crear **tiendas en línea** para vender productos alimentarios locales, como conservas, quesos o pan artesanal, a través de plataformas especializadas como **Etsy**, **Amazon Handmade** o incluso desarrollar tiendas propias en sitios web locales.
2. **Alianzas con distribuidores gourmet**:
    - Los productos locales y artesanales tienen un gran atractivo en mercados fuera de las comarcas. Formar **alianzas con distribuidores gourmet** o tiendas especializadas en productos locales puede abrir nuevas oportunidades de mercado, permitiendo a las empresarias ampliar su base de clientes.
3. **Estrategias de marketing digital**:
    - El uso de redes sociales y **publicidad digital** en plataformas como Instagram y Facebook Ads es esencial para promocionar los productos locales fuera de la comarca. Publicar contenido visual atractivo, como vídeos de la producción artesanal o recetas que utilicen los productos locales, puede ayudar a generar interés y atraer a nuevos clientes.
4. **Desarrollo de eventos gastronómicos**:
    - Organizar **eventos gastronómicos** donde los productos locales sean los protagonistas puede atraer tanto a turistas como a residentes. Estos eventos pueden ser promocionados en línea, lo que permitirá a las empresarias aprovechar el auge del **turismo gastronómico** y vender sus productos directamente a los asistentes.

5. **Participación en plataformas de comercio justo y sostenible**:

    - Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto de sus compras en el medio ambiente y las comunidades locales. Participar en **plataformas de comercio justo y sostenible** puede ayudar a las empresarias a conectar con un público que valora la autenticidad y la sostenibilidad de los productos.

## 5.5. Resultados esperados: Impacto a largo plazo en la economía rural y cómo estos sectores pueden transformarse

El impulso a los sectores de **turismo rural**, **alimentación** y **artesanías** mediante la **digitalización** y el **apoyo institucional** transformará la economía de las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña. A continuación, se describen los resultados esperados en diferentes horizontes temporales:

**Corto plazo (1-2 años):**

- **Mayor adopción de herramientas digitales**: Se espera que un número creciente de empresarias comience a utilizar plataformas de comercio en línea y reservas digitales, lo que les permitirá acceder a mercados más amplios y aumentar sus ingresos.
- **Mayor visibilidad y diferenciación**: A través de campañas de marketing digital y alianzas con distribuidores y plataformas, los productos locales y las experiencias turísticas serán más visibles, atrayendo a nuevos clientes y turistas.

**Mediano plazo (2-4 años):**

- **Crecimiento en la demanda de productos y servicios locales**: La diversificación de la oferta, junto con la digitalización de los canales de venta, impulsará la demanda de productos locales y servicios turísticos, lo que contribuirá a un aumento de la rentabilidad de los negocios.
- **Generación de empleo**: A medida que los negocios crezcan, se espera la creación de nuevos puestos de trabajo, especialmente en sectores como el turismo y la alimentación, donde el aumento de la demanda requerirá más mano de obra.

**Largo plazo (5 años o más):**

- **Sostenibilidad económica**: A largo plazo, los sectores promovidos lograrán una mayor estabilidad económica, al diversificar sus fuentes de ingreso y adaptarse a las demandas de los consumidores digitales.
- **Transformación de la identidad comercial de las comarcas**: Con la integración de la digitalización y la innovación en sectores clave, las comarcas de Barco-Piedrahíta y La Moraña se posicionarán como destinos atractivos para el **turismo sostenible** y la **producción local artesanal**, lo que contribuirá a su desarrollo económico y cultural a largo plazo.

## Conclusión

Este análisis muestra que la digitalización de los comercios en estas zonas rurales enfrenta barreras significativas, tanto por la falta de competencias digitales entre las mujeres mayores como por la conectividad limitada en áreas aisladas. Sin embargo, hay un grupo de empresarias más jóvenes y con mayor nivel educativo que ya están aprovechando algunas herramientas digitales y ven el valor en la formación continua. Cualquier estrategia para combatir la brecha de género en estos comercios deberá abordar las necesidades específicas de cada grupo, con un enfoque especial en la mejora de la infraestructura digital y en la oferta de formación práctica y adaptada a los sectores clave.

# PLAN DE DINAMIZACIÓN



# "COMERCIO ACTIVO"

# BARCO - PIEDRAHÍTA Y LA MORAÑA

# PLAN DE DINAMIZACIÓN

La **importancia de un plan de dinamización** para las comarcas de **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña** es fundamental en el contexto actual, especialmente cuando se trata de visibilizar el papel crucial que juegan las mujeres empresarias en el mantenimiento y revitalización de estas zonas rurales. Este plan tiene como objetivo central utilizar **redes sociales** y una **campaña de cartelería** para crear conciencia, fomentar el apoyo local y fortalecer el tejido económico liderado por mujeres.

## Contexto actual y la brecha digital

Ambas comarcas, al igual que muchas áreas rurales en España, enfrentan el desafío de la **despoblación** y la **falta de oportunidades laborales**, especialmente entre las mujeres. Aunque son zonas ricas en recursos naturales, culturales y gastronómicos, el crecimiento económico sigue siendo limitado. Aquí es donde entra en juego la **digitalización** como una herramienta esencial para cerrar la brecha, y más específicamente, el papel clave que juegan las redes sociales en conectar a estas empresarias con un público más amplio.

Las mujeres en el comercio local de **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña** a menudo carecen de visibilidad fuera de sus comunidades inmediatas. Sus productos y servicios, aunque de alta calidad, no tienen el alcance necesario para competir en un mercado globalizado. Un **plan de dinamización** en redes sociales puede ayudarlas a ganar visibilidad, aumentar la demanda y, por lo tanto, contribuir al crecimiento económico de las comarcas.

## El poder de las redes sociales en el ámbito rural

Las redes sociales son una plataforma poderosa y accesible que permite a las empresarias rurales conectar con clientes, tanto locales como de otras regiones. Con una **campaña bien diseñada** en plataformas como **Instagram, Facebook y Twitter**, las mujeres empresarias pueden mostrar sus productos, compartir sus historias, y atraer a clientes y turistas hacia sus negocios.

La **campaña de posts** debe resaltar la singularidad de las comarcas, desde el valor de sus productos locales hasta las experiencias que ofrecen en términos de turismo rural y patrimonio cultural. El contenido debe destacar la importancia de apoyar los pequeños negocios gestionados por mujeres, y cómo estos son la clave para que los pueblos no se despueblen y se mantenga una vida activa en las comunidades.

## Componentes del plan de dinamización

1. **Posts en redes sociales**:
    - **Instagram y Facebook** serán las principales plataformas. El objetivo será crear una comunidad en línea que interactúe con las empresarias locales y descubra la riqueza de las comarcas.
    - Cada post debe estar diseñado para conectar emocionalmente con el público, utilizando imágenes visualmente atractivas de las empresarias, sus productos y el entorno natural de **El Barco de Ávila** y **La Moraña**.
    - El uso de **hashtags** específicos como #ComercioActivo, #MujeresEmpresarias, #DiputaciondeAvila, y #HaciendoProvincia ayudará a segmentar la audiencia y ganar visibilidad.
    - Además, se promoverán **historias de éxito**, donde se mostrará cómo la adopción de tecnologías digitales está transformando negocios locales gestionados por mujeres.
2. **Campaña de cartelería**:
    - **Carteles en puntos estratégicos** de las comarcas (plazas, ayuntamientos, centros culturales) que fomenten la **compra local** y la **importancia del emprendimiento femenino**.
    - Estos carteles incluirán códigos QR que lleven a las redes sociales o a tiendas en línea de las empresarias, generando una **integración digital** en la promoción física.
    - La cartelería destacará el mensaje de **permanecer en la tierra** y apoyar a las mujeres que son el alma del comercio local.
3. **Talleres y formaciones complementarias**:
    - Un pilar importante del plan es la **formación continua** de las empresarias. Ofrecer talleres presenciales y en línea sobre **marketing digital**, **gestión de redes sociales** y **e-commerce** aumentará sus competencias y permitirá que aprovechen al máximo estas plataformas.
    - Además, la **colaboración con la Diputación de Ávila** y otras entidades locales será clave para asegurar recursos y apoyo institucional a largo plazo.

## Impacto esperado

El impacto de esta campaña será notable en varios aspectos:

- **Aumento de la visibilidad**: Los negocios liderados por mujeres en **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña** ganarán una mayor presencia en las redes sociales, lo que se traducirá en una mayor afluencia de clientes tanto locales como de otras regiones.
- **Fortalecimiento del comercio local**: Al fomentar el **consumo consciente y local**, los habitantes de la comarca y los turistas podrán conocer y apoyar los negocios gestionados por mujeres, impulsando así la economía rural.
- **Revitalización del territorio**: Esta estrategia busca frenar el proceso de despoblación que tanto afecta a estas comarcas, manteniendo las comunidades activas y con una **oferta de productos y servicios sostenible y digitalizada**.

En definitiva, este plan de dinamización es clave para **combatir la brecha de género** y mejorar las condiciones de las mujeres empresarias en el comercio rural. Mediante el uso estratégico de redes sociales y una fuerte campaña de cartelería, se puede asegurar que

estas mujeres no solo sobrevivan, sino que prosperen y continúen siendo el **pilar fundamental del tejido económico local**.

# CAMPAÑA DE POSTS EN REDES SOCIALES, GENÉRICOS Y ESPECÍFICOS DE LAS DOS COMARCAS

### Post 1: La importancia de la digitalización para las mujeres empresarias

✨👩‍💻 ¡La **digitalización** es el futuro! 🌍💻 Para las mujeres empresarias rurales, las herramientas digitales son la llave 🔑 para mejorar la gestión, aumentar la visibilidad y expandir los negocios. ¡Es hora de dar el salto! 🚀🌐 #DigitalizaciónRural #MujeresEmpresarias #ComercioActivo #DiputaciondeAvila #HaciendoProvincia

### Post 2: ¿Qué es un CRM?

📊💼 ¿Sabías que un **CRM** (Customer Relationship Management) te ayuda a gestionar las relaciones con tus clientes? 👩‍💻💬 Herramientas como **HubSpot** o **Salesforce** te permiten tener una visión completa de tus clientes, seguir sus compras y ofrecerles una experiencia personalizada. ¡Ideal para mejorar tu negocio! 💡🚀 #Digitalización #CRMParaNegocios #ComercioLocal #MujeresEmpresarias #ComercioActivo

### Post 3: E-commerce para mujeres rurales

🛒📦 ¡El **comercio electrónico** está al alcance de todas! 🌍👩‍💻 Crear una tienda online con plataformas como **Shopify** o **WooCommerce** puede ayudarte a vender tus productos en todo el mundo 🌍 sin salir de tu pueblo 🏡. ¡Es momento de llevar tu negocio al siguiente nivel! 📈✨ #Ecommerce #MujeresDigitales #ComercioActivo #ComercioDigitalizado #DiputaciondeAvila

### Post 4: Redes sociales para aumentar la visibilidad

📲📈 **Instagram, Facebook y TikTok** no son solo para compartir fotos de gatos 🐱. Las mujeres empresarias rurales pueden usar estas plataformas para promocionar sus productos y atraer clientes. Con una buena estrategia de **marketing digital**, tu negocio puede llegar muy lejos. 🚀✨ #MarketingDigital #RedesSocialesParaNegocios #MujeresEmpresarias #ComercioRural

### Post 5: Herramientas de contabilidad digital

📊💡 ¿Sabías que hay herramientas como **QuickBooks** y **Holded** que te permiten gestionar las finanzas de tu negocio desde tu móvil? 📱💻 Olvídate del papeleo y lleva tus cuentas de manera fácil y rápida. ¡Gestiona tu negocio como una pro! 👩‍💼📈 #ContabilidadDigital #MujeresEnNegocios #EmpoderamientoDigital #ComercioActivo

**Post 6: La importancia de los sitios web**

🌐💻 Si no estás en internet, no existes. Crear un **sitio web** para tu negocio es esencial para tener presencia online 🌍. Plataformas como **Wix** o **WordPress** te permiten crear tu página sin necesidad de ser experta en tecnología. ¡Tu negocio merece estar en la red! 🚀✨ #SitiosWeb #ComercioOnline #EmpresasRurales #DiputaciondeAvila #HaciendoProvincia

**Post 7: Gestión de proyectos con Trello**

📅📝 **Trello** es una herramienta que te ayuda a gestionar tus proyectos de forma sencilla. 🤷‍♀️💡 Organiza tus tareas, establece plazos y trabaja de manera más eficiente. ¡Ideal para mujeres empresarias que gestionan varios frentes! 💼🌟 #GestiónDeProyectos #ProductividadDigital #EmpoderamientoFemenino #ComercioRural

**Post 8: ¿Por qué necesitas Google Analytics?**

📊🔍 **Google Analytics** te permite ver cómo se comportan los visitantes de tu sitio web. 🌍💻 Desde qué páginas visitan hasta cuánto tiempo pasan en ellas. Con esta información, puedes mejorar la experiencia de tus clientes. ¡Conoce a tu audiencia y toma mejores decisiones! 💡📈 #AnálisisDigital #GoogleAnalytics #ComercioDigital #MujeresEmprendedoras #ComercioActivo

**Post 9: Cómo la digitalización aumenta la productividad**

💡⏳ **Digitalizar** tareas como la facturación, gestión de inventarios y la atención al cliente ahorra tiempo y mejora la productividad. 📈💻 ¡Menos tiempo en papeles, más tiempo para crecer tu negocio! 🚀👩‍💼 #AhorroDeTiempo #ProductividadDigital #ComercioRural #HaciendoProvincia

**Post 10: Visibilidad en Google My Business**

📍📊 **Google My Business** es una herramienta clave para mejorar la **visibilidad local** de tu negocio. 🌍💼 Aparecer en Google Maps cuando alguien busque productos o

servicios como los tuyos en tu zona hará que más clientes te encuentren. ¡Es gratis y fácil de configurar! 👩‍💻✨ #GoogleMyBusiness #VisibilidadLocal #MujeresEmpresarias #ComercioActivo

**Post 11: La importancia del email marketing**

📧📈 El **email marketing** es una excelente forma de mantener el contacto con tus clientes. 💡 Herramientas como **Mailchimp** te permiten crear campañas efectivas para promocionar productos, descuentos o novedades. ¡Mantente siempre conectada con tus clientes! 💼📲 #EmailMarketing #ComercioDigital #MujeresEnNegocios #EmpoderamientoDigital

**Post 12: Ventajas del trabajo colaborativo en línea**

🤝💻 ¿Tienes un equipo? Plataformas como **Slack** o **Microsoft Teams** te permiten comunicarte y colaborar de manera eficiente sin importar dónde estés. 🌍💼 ¡Una buena comunicación es clave para el éxito! ✨ #TrabajoColaborativo #HerramientasDeEquipo #ComercioActivo #MujeresEmprendedoras

**Post 13: Publicidad digital para tu negocio rural**

📱💡 **Facebook Ads** o **Google Ads** te permiten hacer publicidad dirigida a los clientes que más te interesan. 🎯 Con una inversión pequeña puedes llegar a miles de personas. ¡Es el momento de dar a conocer tu negocio en las redes! 🚀🌍 #PublicidadDigital #MarketingEnRedes #ComercioRural #ComercioDigitalizado

**Post 14: Digitalización y sostenibilidad**

🌱💻 La **digitalización** no solo mejora la eficiencia, sino que también puede hacer que tu negocio sea más sostenible. 🌿👩 Menos papeles, más tecnología, ¡y menos impacto ambiental! 💡🌿 #SostenibilidadDigital #NegociosVerdes #ComercioDigital #EmpoderamientoFemenino

**Post 15: ¿Qué es SEO y por qué lo necesitas?**

🔍📈 El **SEO** (Search Engine Optimization) te ayuda a mejorar la posición de tu página web en los resultados de búsqueda de Google. 🌍💼 Si tu sitio aparece en las primeras posiciones, tendrás más visitas y, por lo tanto, más ventas. ¡Aprender SEO es clave para crecer! 💡📊 #SEORural #ComercioLocal #DigitalizaciónParaTodas #ComercioActivo

**Post 16: Gestión de inventarios digitalizada**

📦💻 Gestionar tu inventario con herramientas digitales como **Zoho Inventory** te permite tener control total de tu stock. 📊 Ahorra tiempo y evita errores, manteniendo siempre tus productos disponibles para tus clientes. ¡Es tiempo de digitalizar! 🚀✨ #GestiónDeInventarios #ComercioDigitalizado #EmpoderamientoFemenino

**Post 17: La seguridad en el entorno digital**

🔐🌐 La **seguridad digital** es clave para proteger tu negocio en línea. 🌍💻 Herramientas como **LastPass** o **Google Authenticator** ayudan a proteger tus contraseñas y datos. ¡Protege tu negocio del ciberdelito! 👩‍💻💡 #SeguridadDigital #CiberseguridadParaNegocios #ComercioRural

**Post 18: Cómo integrar pagos en línea**

💳🌍 Plataformas como **PayPal** o **Stripe** te permiten recibir pagos en línea de manera segura. 💼💸 ¡No pierdas más ventas y empieza a ofrecer esta opción a tus clientes! 🚀✨ #PagosDigitales #ComercioOnline #MujeresEmpresarias #ComercioActivo

**Post 19: Introducción a Google Drive**

🗂️💻 ¿Sabías que puedes guardar todos tus documentos importantes en la nube con **Google Drive**? ¡Así nunca perderás nada y podrás acceder desde cualquier lugar! 🌍✨ #GoogleDrive #ComercioDigital #MujeresRurales #ComercioActivo

**Post 20: Uso básico de WhatsApp Business**

📲💬 ¿Sabías que con **WhatsApp Business** puedes comunicarte de forma profesional con tus clientes? Configura un perfil de empresa y empieza a responder de manera rápida y organizada. 📈🚀 #WhatsAppBusiness #ComunicaciónDigital #EmpresariasRurales #ComercioDigitalizado

**Post 21: Configura tu tienda en Facebook**

🛒📱 Crear una **tienda en Facebook** es súper sencillo y te permite vender directamente desde tu perfil. ¿Te imaginas poder vender mientras compartes contenido? ¡Es hora de

probarlo! 🚀💻 #FacebookTienda #ComercioOnline #MujeresEnElComercio #DiputaciondeAvila

**Post 22: Google Calendar para organizar tu día**

📅💡 ¿Te cuesta organizarte? Usa **Google Calendar** para programar tus citas, pedidos y reuniones. ¡Siempre tendrás a la mano un recordatorio! 📝🌟 #OrganizaciónDigital #GoogleCalendar #MujeresEmpresarias #ComercioRural

**Post 23: Edita fotos fácilmente con Canva**

📸🖼️ ¿Necesitas diseñar un póster o editar fotos de tus productos? **Canva** es una herramienta sencilla y gratuita para que cualquier mujer empresaria pueda crear diseños como una profesional. 🎨✨ #DiseñoDigital #CanvaParaNegocios #ComercioActivo #EmpoderamientoFemenino

**Post 24: Configura tu perfil de LinkedIn**

👩‍💻🌍 ¿Todavía no tienes **LinkedIn**? Es una red ideal para hacer contactos profesionales y promocionar tu negocio. ¡Crea tu perfil y empieza a conectar! 💼💡 #LinkedInParaNegocios #NetworkingDigital #MujeresEmprendedoras #ComercioDigitalizado

**Post 25: Crea tu logo con herramientas online**

🎨💡 ¿Tu negocio necesita un logo? Existen herramientas gratuitas como **LogoMaker** para que puedas crear tu propio logo de manera sencilla. ¡Haz que tu marca destaque! 🚀✨ #LogoParaNegocios #IdentidadVisual #MujeresEmpresarias #ComercioRural

**Post 26: Beneficios del correo electrónico profesional**

📧💼 Tener un correo electrónico profesional (como info@tubusiness.com) da más confianza a tus clientes. Configúralo fácilmente con **Gmail** y mejora tu imagen. 🌍✨ #CorreoProfesional #ConfianzaDigital #ComercioActivo #MujeresEmpoderadas

**Post 27: Agrega una firma profesional en tu correo**

✉️🖋️ ¿Sabías que puedes crear una **firma de correo electrónico** que incluya tu nombre, empresa y datos de contacto? ¡Dale un toque profesional a todos tus emails! 👩‍💻 #FirmaEmail #ProfesionalismoDigital #MujeresEnElComercio #ComercioDigitalizado

**Post 28: Uso de Google Forms para encuestas**

📝📊 **Google Forms** es una excelente herramienta para hacer encuestas entre tus clientes. Pregunta qué quieren y cómo mejorar tus productos. ¡Todo desde tu móvil! 📱✨ #EncuestasOnline #GoogleForms #ComercioLocal #ComercioActivo

**Post 29: Introducción a los pagos con Bizum**

💳📲 ¿Sabías que puedes recibir pagos al instante con **Bizum**? Es súper fácil y tus clientes lo agradecerán. ¡Ofrece más opciones de pago! 💡💸 #PagosInstantáneos #Bizum #ComercioDigital #MujeresEmpresarias

**Post 30: Crea flyers para tu negocio**

🖼️🛍️ Herramientas como **Crello** te permiten diseñar **flyers** atractivos para promocionar tus productos. ¡Crea el tuyo y empieza a difundir! 🚀📊 #FlyersDigitales #PromociónParaNegocios #ComercioRural #ComercioActivo

**Post 31: ¿Qué es Google Ads?**

📊🎯 Con **Google Ads** puedes hacer anuncios que aparecen en los resultados de búsqueda. ¡Imagina que tus clientes te encuentren cuando busquen productos como los tuyos! 🛍️✨ #PublicidadGoogle #AnunciosEnLínea #ComercioLocal #ComercioDigitalizado

**Post 32: Publica historias en Instagram**

📸💡 Las **historias de Instagram** son una excelente manera de compartir ofertas y novedades de tu negocio. ¡No necesitas ser experta para empezar a usarlas hoy mismo! 🚀📲 #HistoriasInstagram #MarketingParaNegocios #MujeresEnElComercio #ComercioActivo

**Post 33: ¿Qué es un chatbot?**

🤖💬 Un **chatbot** es un asistente virtual que responde automáticamente a los mensajes de tus clientes. 🛍️💡 Puedes configurarlo en tu web o redes sociales para dar respuestas rápidas. 🚀✨ #Chatbots #AtenciónAlCliente #MujeresDigitales #ComercioRural

**Post 34: Controla tu negocio con herramientas de facturación**

📄💼 **Holded** o **Factusol** son herramientas que te permiten hacer facturas y llevar la contabilidad de tu negocio. ¡Organiza tus finanzas de forma fácil y eficiente! 📊💻 #FacturaciónDigital #GestiónEmpresarial #ComercioDigitalizado #MujeresEmpoderadas

**Post 35: Introducción a la nube**

☁️💼 Guarda tus documentos en la **nube** con herramientas como **Dropbox** o **Google Drive**. Accede a ellos desde cualquier lugar del mundo, ¡sin miedo a perder nada! 🌍✨ #AlmacenamientoEnLaNube #NegociosDigitales #MujeresRurales #ComercioActivo

**Post 36: La importancia de tener un blog**

📝🌐 Un **blog** en tu web puede ayudarte a contar historias sobre tu negocio y conectar con tus clientes. ¡Escribe sobre tus productos y experiencias! 💡📲 #BlogParaNegocios #MarketingDeContenido #ComercioRural #MujeresEmpoderadas

**Post 37: Crea códigos QR para tu negocio**

📲📊 ¿Sabías que puedes crear **códigos QR** para que tus clientes accedan fácilmente a tu web o tienda online? ¡Hazlo gratis con herramientas como **QR Code Generator**! 🚀✨ #CódigosQR #TecnologíaParaNegocios #MujeresEmpresarias #ComercioActivo

**Post 38: Promociónate en grupos de Facebook**

👩‍💻💬 Los **grupos de Facebook** son una excelente forma de promocionar tu negocio y conectar con clientes potenciales. ¡Únete a grupos locales y comparte lo que haces! 🌍📈 #GruposFacebook #RedesParaNegocios #ComercioLocal #MujeresEmpoderadas

**Post 39: Ofrece descuentos online**

🛍️💸 Crea códigos de **descuento** para tus clientes en línea. Herramientas como **Shopify** te permiten crear ofertas especiales para impulsar las ventas. 📲✨ #OfertasOnline #ComercioDigital #MujeresRurales #ComercioActivo

**Post 40: Crea encuestas en Instagram Stories**

📊📲 Usa las **encuestas de Instagram Stories** para interactuar con tus clientes. Pregunta qué productos prefieren o qué promociones les gustaría ver. ¡Participación asegurada! 💡💬 #EncuestasEnInstagram #InteracciónDigital #ComercioLocal #MujeresEmpresarias

**Post 41: El valor de apostar por tu tierra**

🌱🏞️ **Apostar por tu tierra es apostar por tu futuro**. El Barco de Ávila y La Moraña tienen una riqueza natural y cultural única, y los pequeños negocios locales son el corazón de nuestras comunidades. 💚 ¡Juntas, podemos revitalizar nuestros pueblos! 🌍👩 #ApuestaPorLoLocal #MujeresEmpresarias #TerritorioVivo #ComercioRural

**Post 42: Raíces fuertes, negocios locales**

🌳🏡 **Nuestras raíces son fuertes**, y los negocios regentados por mujeres en nuestras comarcas son el pilar que sostiene la vida rural.

**Post 41: El Barco de Ávila, naturaleza y futuro**

🏞️🌳 **El Barco de Ávila-Piedrahíta** es un paraíso natural. Mantener nuestros negocios locales significa cuidar este entorno y asegurar el futuro de nuestras montañas 🌄. ¡El comercio local es la clave para que la vida rural siga adelante! 👩💚 #BarcoDeAvila #TerritorioVivo #ComercioRural #EmpoderamientoFemenino

**Post 42: El turismo rural, una oportunidad de oro**

🌍🏞️ En **El Barco de Ávila** y **Piedrahíta**, el **turismo rural** es una gran oportunidad de negocio. Nuestras mujeres empresarias están creando experiencias inolvidables para los turistas que aman la naturaleza y la tranquilidad. ¡Apoya el turismo local! 🌿✨ #TurismoRural #BarcoDeAvila #EmpoderamientoFemenino #ComercioLocal

**Post 43: Mujeres que construyen comunidad**

👩‍🌾 Las mujeres empresarias de **Piedrahíta** son las que mantienen viva la actividad económica. Sus pequeños negocios son los que aseguran que nuestras tradiciones sigan vivas y que los pueblos no queden vacíos. ¡Gracias a ellas, seguimos adelante! 💪🏡 #PiedrahitaEnMarcha #ComercioLocal #MujeresEmpresarias #TerritorioFuerte

**Post 44: Productos locales, comunidad fuerte**

🥦🍯 En **El Barco de Ávila**, las mujeres producen alimentos locales de alta calidad: judías, miel, quesos y mucho más. ¡Comprar productos locales es la mejor manera de apoyar a nuestras empresarias rurales y mantener vivas nuestras tradiciones! 🌾💚 #ProductosLocales #ComercioRural #BarcoDeAvila #MujeresEmprendedoras

**Post 45: La sierra como motor económico**

⛰️🌲 La **Sierra de Gredos** no solo es un lugar de belleza, sino también el sustento de muchas familias empresarias en **El Barco de Ávila** y alrededores. ¡Apoya a las mujeres que gestionan los negocios rurales en este entorno único! 💼🌟 #SierraDeGredos #ComercioLocal #BarcoDeAvila #MujeresEmpresarias

**Post 46: La fuerza del emprendimiento femenino**

👩‍💪 Las mujeres de **Piedrahíta** están demostrando que el futuro de nuestros pueblos está en el **emprendimiento femenino**. Sus negocios están creando empleo y oportunidades para todos. ¡Apoya el comercio local! 🚀💚 #EmprendimientoFemenino #ComercioRural #PiedrahitaEmpresarial #MujeresEmpoderadas

**Post 47: Redes de apoyo local en el Barco de Ávila**

🤝🌍 El apoyo mutuo entre empresarias en **El Barco de Ávila** es fundamental para que nuestros pueblos sigan adelante. ¡Juntas, somos más fuertes! 💪🌱 #RedesDeApoyo #ComercioLocal #BarcoDeAvila #EmpoderamientoFemenino

**Post 48: Apostar por lo rural es apostar por el futuro**

🌿🏡 Cada vez que eliges comprar en un negocio de **El Barco de Ávila**, estás apostando por el futuro de la comarca. Apoyar lo local es mantener viva nuestra identidad rural. 🌍💚 #BarcoDeAvila #ComercioLocal #ApuestaPorLoRural #MujeresEmpresarias

**Post 49: Turismo rural y digitalización**

💻🏞️ En **Piedrahíta**, la combinación de **digitalización** y **turismo rural** está generando nuevas oportunidades para las mujeres empresarias. ¡Es el momento de apoyar sus negocios y disfrutar de nuestra tierra! 🌍🌿 #DigitalizaciónRural #TurismoEnPiedrahita #ComercioLocal #EmpoderamientoFemenino

**Post 50: Un futuro sostenible en El Barco de Ávila**

🌳🌞 Los pequeños negocios de **El Barco de Ávila** están apostando por la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente. Apoyarlos no solo ayuda a las empresarias, sino también al planeta. 🌍💚 #SostenibilidadRural #BarcoDeAvila #ComercioLocal #MujeresEmpresarias

**Post 51: La Moraña, tierra de oportunidades**

🌾🏡 **La Moraña** es una comarca rica en historia y tradición, pero también en oportunidades. Los pequeños negocios liderados por mujeres están transformando el futuro de nuestros pueblos. ¡Apóyalos y apuesta por lo local! 💚🌍 #MorañaEnMarcha #ComercioRural #MujeresEmpoderadas #TerritorioFuerte

**Post 52: Emprender en la tierra que te vio crecer**

👩🌾 En **La Moraña**, cada mujer empresaria está apostando por su tierra, por el lugar que la vio crecer. Sus negocios no solo generan empleo, sino que también mantienen viva la cultura y las tradiciones. 🌿💚 #ComercioEnLaMoraña #EmpoderamientoFemenino #ApuestaPorLoLocal #ComercioRural

**Post 53: Mantener vivos nuestros pueblos**

🌳🏡 Los negocios locales de **La Moraña** son la base para que nuestros pueblos no desaparezcan. Las mujeres emprendedoras están haciendo posible que los jóvenes quieran quedarse y las familias tengan donde vivir y trabajar. 💪🌍 #TerritorioVivo #MujeresEmpresarias #MorañaEnMarcha #ComercioRural

**Post 54: Los productos de La Moraña, de la tierra al mundo**

🍞🥖 Desde los hornos de **La Moraña**, las mujeres empresarias están llevando productos locales a todo el mundo. La digitalización está abriendo puertas para que nuestras tradiciones se conozcan fuera de nuestras fronteras. 🚀🌍 #ProductosLocales #ComercioDigitalizado #MujeresEnElComercio #LaMorañaDigital

**Post 55: Un futuro digital para La Moraña**

💻🌾 Las mujeres empresarias de **La Moraña** están apostando por la digitalización para dar a conocer sus productos y servicios. ¡Es hora de llevar la tradición al mundo digital! 🚀💡 #ComercioDigital #LaMorañaDigital #MujeresEmpresarias #ComercioRural

**Post 56: Mujeres que lideran el cambio**

👩‍🌾 Las mujeres emprendedoras de **La Moraña** están liderando el cambio hacia un futuro más sostenible y digital. Sus negocios son la base para que los pueblos sigan vivos. 💪🌍 #LiderazgoFemenino #ComercioLocal #MujeresEnLaMoraña #TerritorioSostenible

**Post 57: La Moraña y su riqueza cultural**

🏛️🌾 En **La Moraña**, cada negocio cuenta una historia, y las mujeres empresarias están rescatando la cultura y la tradición a través de sus productos y servicios. ¡Apóyales y forma parte de esta historia! 📜✨ #CulturaYComercio #MorañaEnMarcha #ComercioLocal #MujeresEmpoderadas

**Post 58: Emprender en La Moraña, un acto de valentía**

💼🌿 Emprender en **La Moraña** no es fácil, pero las mujeres de la comarca están demostrando que con esfuerzo y digitalización es posible construir un futuro próspero. 🚀💪 #ComercioRural #LaMorañaDigital #MujeresEmpresarias #TerritorioFuerte

**Post 59: Comercio y sostenibilidad en La Moraña**

🌱🍞 Las mujeres empresarias de **La Moraña** están apostando por prácticas sostenibles en sus negocios, desde la producción agrícola hasta la venta de alimentos locales. 🌍💚 #SostenibilidadRural #MorañaEnMarcha #ComercioLocal #MujeresEmpoderadas

**Post 60: Apostar por La Moraña es apostar por su gente**

👩‍🌾🏡 Cada compra que haces en un negocio local de **La Moraña** es una apuesta por el futuro de la comarca y por su gente. ¡Apoya el comercio local y ayuda a mantener vivos nuestros pueblos! 🌿💚 #ComercioEnLaMoraña #ApuestaPorLoLocal #MujeresEmpoderadas #TerritorioVivo

Con estos posts diferenciados entre ambas comAquí tienes más **posts** centrados en las comarcas de **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña**, resaltando el valor de los negocios locales y el apego al territorio.

**Post 61: Comercio local, corazón de la comarca**

🏔️💚 En **El Barco de Ávila**, los pequeños negocios locales, gestionados por mujeres, son el corazón de nuestra comarca. Son ellos los que mantienen vivas nuestras tradiciones y economía. ¡Apostemos por el comercio local! 🛍️💪
#BarcoDeAvila #ComercioRural #EmpoderamientoFemenino #TerritorioVivo

**Post 62: El Barco de Ávila, fuente de riqueza**

🌱🍂 **El Barco de Ávila** no solo es belleza natural, sino también una fuente de productos únicos como la famosa judía de El Barco. Apoyar a las empresarias locales es apoyar la sostenibilidad y el crecimiento de la comarca. 🌍💼
#ProductosLocales #JudíaDeElBarco #ComercioLocal #MujeresEmpresarias

**Post 63: Mujeres que crean futuro**

👩‍💻🚀 En **Piedrahíta**, las mujeres están llevando el comercio rural al futuro, integrando nuevas tecnologías y creando oportunidades para las próximas generaciones. 🌍✨
#PiedrahitaInnovadora #ComercioDigital #EmpoderamientoFemenino #ComercioActivo

**Post 64: Apoyar lo local es construir comunidad**

🏡🤝 **El Barco de Ávila** es una comunidad unida, y cada negocio local gestionado por mujeres es parte de la trama que nos mantiene juntos. ¡Cada compra local es una inversión en el futuro de nuestra comarca! 🌿✨
#BarcoDeAvilaUnido #ComercioLocal #MujeresEmpoderadas #TerritorioFuerte

**Post 65: Turismo en El Barco de Ávila, una apuesta segura**

🏞️🌍 **El turismo rural** en El Barco de Ávila está en auge, y las mujeres empresarias están liderando la oferta de experiencias únicas. ¡Apoya el turismo local y descubre lo que ofrece nuestra comarca! 🏡💼
#TurismoRural #BarcoDeAvila #ComercioLocal #EmpoderamientoFemenino

**Post 66: La Moraña, historia y modernidad**

🌾🏛️ En **La Moraña**, las mujeres empresarias están fusionando lo mejor de la historia y la modernidad, con negocios que combinan tradición y digitalización. ¡Apóyalas para un futuro brillante! 🚀🌟
#LaMorañaInnovadora #ComercioLocal #EmpoderamientoFemenino #MujeresEnElTerritorio

**Post 67: Productos locales de La Moraña, únicos en el mundo**

🍞🌍 La calidad de los productos locales de **La Moraña** es reconocida mundialmente. Desde el famoso tostón de Arévalo hasta el pan artesano. Comprar local es asegurar que nuestras tradiciones se mantengan vivas. 🌾🍽️
#ProductosLocales #LaMorañaGastronómica #ComercioRural #MujeresEmpresarias

**Post 68: Mujeres rurales, futuro de La Moraña**

👩‍🌾🌱 En **La Moraña**, las mujeres están creando un futuro sostenible y lleno de oportunidades. Sus pequeños negocios son la base para revitalizar nuestros pueblos. ¡Juntas, podemos más! 🌍✨
#MorañaEnMarcha #EmpoderamientoFemenino #ComercioLocal #TerritorioSostenible

**Post 69: Digitalizando los negocios en La Moraña**

💻🚀 **Digitalización** es la palabra clave para muchas de las mujeres empresarias en **La Moraña**. Están transformando sus negocios y alcanzando nuevos mercados gracias a las herramientas digitales. 🌍💡
#ComercioDigital #LaMorañaDigital #MujeresEmpoderadas #TerritorioFuerte

**Post 70: Apoya lo local en La Moraña**

🏡💼 Comprar en un negocio local de **La Moraña** es mucho más que una simple transacción. Es un acto de apoyo a una comunidad, una cultura y un futuro para nuestras

familias. 🌾💚
#ComercioLocal #ApuestaPorLoLocal #MujeresEmpoderadas #LaMorañaViva

# CARTELERÍA

## Mensajes generales sobre el empoderamiento de las mujeres y el comercio local

1. **"Mujeres que impulsan el comercio local . Cada negocio regentado por una mujer en nuestras comarcas es un paso hacia un futuro más fuerte y digital . ¡Apoya al comercio"**
2. **"El futuro del comercio rural está en manos de mujeres emprendedoras 💪👩. Con su trabajo, construyen comunidades más fuertes, más visibles y más digitales. ¡Súmate a la transformación!"**
3. **"Las mujeres están liderando el camino en el comercio local 🌾💡. Apoya lo rural, apoya a nuestras empresarias 💼💚."**
4. **"Cada compra en un negocio local es una apuesta por el futuro de nuestras comarcas 🌿💼. ¡Apoya a las mujeres emprendedoras"**
5. **"Apostar por las mujeres en el comercio rural es apostar por la sostenibilidad, la digitalización y el crecimiento local 💡🌍. ¡Únete a esta iniciativa!"**

## Mensajes sobre la digitalización y la modernización del comercio

6. **"Digitalización + Empoderamiento Femenino = Comercios más fuertes y competitivos 📈💻. Las mujeres están liderando el cambio 💪✨."**
7. **"El futuro del comercio en nuestras comarcas pasa por la digitalización 💻🌍. Las mujeres empresarias están transformando sus negocios y llevando nuestras tradiciones al mundo digital."**
8. **"Las herramientas digitales son la clave para un comercio más fuerte y sostenible 📱💼. ¡Las mujeres están liderando este cambio!"**
9. **"Conecta lo rural con el mundo digital 🌍💻. Apoya a las mujeres que están modernizando el comercio local en nuestras comarcas."**
10. **"El comercio del futuro está en manos de mujeres que apuestan por la digitalización y el empoderamiento 🚀💡 . ¡Apóyalas!"**

## Mensajes específicos sobre la importancia de las comarcas

11. **"Barco Piedrahíta y La Moraña son comarcas llenas de oportunidades y mujeres valientes 👩💚. Apoya el comercio local y ayuda a construir un futuro más digital y sostenible."**
12. **"La riqueza de nuestras comarcas no solo está en sus paisajes, sino en sus mujeres empresarias 🌳💼. ¡Compra local, apoya a las mujeres que transforman!"**
13. **"El alma de nuestras comarcas son sus negocios locales 💼🌿. Cada vez que compras en un negocio regentado por mujeres, estás apostando por un futuro más fuerte y unido."**

## Mensajes sobre el impacto social de los pequeños negocios

14. **"Los pequeños negocios son el motor que mantiene vivos nuestros pueblos 🏠💪. Las mujeres emprendedoras están impulsando este cambio. ¡Apóyalas!"**
15. **"El comercio local liderado por mujeres es la clave para que nuestros pueblos sigan siendo lugares vibrantes y llenos de vida 🌾✨. ¡Compra local y apoya a las mujeres que impulsan!"**
16. **"Cada negocio regentado por una mujer es una historia de esfuerzo, pasión y futuro . Apoya el comercio local."**

# EJEMPLOS DE CARTELERÍA

UNIÓN EUROPEA

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO · SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

# Proyecto "Comercio Activo"

**La riqueza de nuestras comarcas no solo está en sus paisajes, sino en sus mujeres empresarias. ¡Compra local, apoya a las mujeres que transforman!**



**Transformación Digital del Comercio**

**Ávila Rural**

UNIÓN EUROPEA

GOBIERNO DE ESPAÑA · MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO · SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia

DIPUTACIÓN DE ÁVILA

# Proyecto “Comercio Activo”

**Mjeres que impulsan el comercio local . Cada negocio regentado por una mujer en nuestras comarcas es un paso hacia un futuro más fuerte y digital**



**¡Apoya al comercio!**

@comercioactivodipuavila

Comercio Activo Diputación Ávila

diputacionavila@comercioactivo.org