ESTRATEGIA PARA EL IMPULSO DEL EMPLEO DE CALIDAD BASADO EN HERRAMIENTAS DIGITALES ASOCIADO AL SECTOR DEL COMERCIO



"COMERCIO ACTIVO"

BARCO-PIEDRAHÍTA Y LA MORAÑA

INTRODUCCIÓN

CONSIDERACIONES INICIALES SOBRE LOS DATOS

Analizaremos en principio las **categorías generales**: **información general, habilidades digitales y presencia digital**. Vamos a desgranar estos datos para obtener un diagnóstico y recomendaciones claras, centrándonos en la **digitalización del comercio** y el **empleo de calidad** en las comarcas de **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña**.

1. Información general del comercio

2. Este apartado incluye datos sobre:

- **Tamaño del comercio**
- **Número de empleados**
- **Género y edad de los empleados**
- **Nivel educativo**
- **Experiencia laboral**

Análisis inicial:

- **Tamaño del comercio**: Es importante ver cuántos de estos comercios son pequeños, medianos o grandes. A mayor tamaño, mayor la capacidad para absorber herramientas digitales y generar empleo de calidad.

- **Número de empleados**: Un comercio con más empleados puede estar mejor capacitado para implementar tecnologías avanzadas y ofrecer empleos más especializados.

- **Género**: El análisis del género permite ver si hay mayor representación femenina en los puestos de trabajo y, en caso de que la haya, cómo la digitalización puede contribuir a cerrar brechas.

- **Nivel educativo**: Es clave ver si las trabajadoras y trabajadores tienen una formación acorde con las nuevas tecnologías. Aquellos con menos formación técnica pueden beneficiarse más de programas de capacitación digital.

- **Experiencia laboral**: Si hay personas con mucha experiencia laboral, pero en sectores tradicionales, puede haber resistencia al cambio digital, lo que requerirá una estrategia adaptada.

2. Habilidades digitales

En este apartado, los datos revelan aspectos clave sobre el **nivel de familiaridad con herramientas digitales** y las **necesidades formativas** de los encuestados:

- **Familiaridad con herramientas digitales**: Veremos si los empleados usan tecnología en sus tareas diarias, tanto personales como profesionales.

- **Formación previa**: Aquí se analizará si los empleados ya han recibido capacitación en habilidades digitales y cuál fue su grado de satisfacción, lo que puede influir en la forma de ofrecer futuros programas.

- **Áreas de mejora**: Este apartado ayudará a identificar **qué aspectos de la digitalización** son prioritarios para los encuestados (por ejemplo, gestión de redes sociales, uso de software de gestión de inventarios, etc.).

- **Preferencias de formación**: Analizar si prefieren **cursos presenciales o en línea** es crucial para desarrollar un plan de formación efectivo que se ajuste a sus necesidades y realidades.

3. Presencia digital del comercio

Aquí se centra en la **visibilidad digital** de los comercios:

- **Sitio web oficial y redes sociales**: Si los comercios ya tienen un sitio web o perfiles activos en redes sociales, es un punto positivo. Si no, esto representa una **brecha de digitalización** importante.

- **Frecuencia de actualizaciones**: Un sitio web o perfil social que no se actualiza regularmente pierde relevancia, por lo que es importante incentivar **una actualización constante**.

- **Calidad del contenido en redes**: Este aspecto es clave para atraer clientes en línea. Si la calidad no es adecuada, se necesitarán programas de formación en **marketing digital y creación de contenido**.

- **Directorios locales en línea**: La presencia en **Google My Business** u otros directorios es vital para la visibilidad de los comercios en áreas rurales. Evaluar si están bien posicionados o necesitan mejorar su estrategia.

DETALLES DE LO ANALIZADO EN LA ENCUESTA SOBRE LOS TRES ITEMS

1. Análisis de la información general del comercio

Datos incluidos:

- **Ubicación (comarca)**
- **Municipio**
- **Clasificación simplificada del comercio**
- **Tamaño del comercio** (pequeño, mediano, grande)
- **Número de empleados**
- **Género y edad de los empleados**
- **Nivel educativo**
- **Experiencia laboral (en años)**

Interpretación y análisis:

1. **Ubicación y municipio**:
    - **Diferencias regionales**: Es importante identificar si hay diferencias en las condiciones de los comercios entre las dos comarcas, **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña**. Esto puede incluir diferencias en el tipo de comercio predominante, acceso a tecnología, y nivel de desarrollo económico.
2. **Clasificación del comercio**:
    - La **clasificación simplificada** (como alimentación, hostelería, servicios, etc.) es fundamental para identificar qué sectores tienen más necesidad de digitalización. Por ejemplo, los negocios de **turismo rural** pueden tener más incentivos para digitalizarse y mejorar su visibilidad en línea.
3. **Tamaño del comercio**:
    - Los **pequeños comercios** suelen tener menos recursos para implementar herramientas digitales y pueden enfrentar mayores barreras para acceder a la digitalización. En cambio, los **comercios medianos o grandes** pueden estar mejor posicionados para integrar tecnologías avanzadas.
    - Este análisis nos ayudará a determinar **qué tipo de apoyo** necesitan los diferentes comercios para implementar herramientas digitales.
4. **Número de empleados**:
    - Un mayor número de empleados sugiere una **mayor capacidad de adopción tecnológica**. Un comercio con más trabajadores puede distribuir mejor las responsabilidades tecnológicas, mientras que los pequeños comercios tendrán que optimizar sus recursos humanos y financieros.
5. **Género**:
    - Analizar la distribución de **género** de los empleados nos permite ver el papel que juegan las mujeres en el comercio local. Un enfoque estratégico para impulsar el empleo de calidad puede incluir **formación especializada en herramientas digitales** dirigidas a mujeres, para que lideren la transformación digital en sus comercios.
6. **Edad**:
    - Los datos de **edad** son clave para entender la **resistencia o adopción de tecnologías**. Las generaciones más jóvenes pueden tener más facilidad para utilizar herramientas digitales, mientras que las generaciones mayores podrían necesitar más **formación y apoyo técnico**.
7. **Nivel educativo**:
    - Un nivel educativo **más bajo** en los empleados puede indicar una necesidad urgente de **formación básica en habilidades digitales**. Sin embargo, aquellos con **educación técnica o superior** pueden estar más preparados para adoptar y aplicar herramientas tecnológicas en el comercio.
8. **Experiencia laboral**:
    - **Mayor experiencia** puede significar más conocimientos en el sector, pero también puede reflejar resistencia al cambio o falta de familiaridad con herramientas digitales. Identificar estos casos puede ayudar a diseñar

programas de formación específicos para aquellos con más años en el sector, orientados a la actualización tecnológica.

Conclusión del análisis de la información general:

El diagnóstico sobre la información general nos permitirá identificar qué **sectores** y **comercios** necesitan una intervención más urgente en términos de digitalización, y también ajustar las estrategias de formación y apoyo en función del **nivel educativo, experiencia** y **tamaño** de los comercios. Esto nos dará una base sólida para el desarrollo de programas adaptados a las características de cada negocio.

2. Análisis de las habilidades digitales

Datos incluidos:

- **Nivel de familiaridad con herramientas digitales**
- **Tipo de herramientas digitales utilizadas regularmente**
- **Formación previa en habilidades digitales**
- **Satisfacción con la formación**
- **Áreas específicas de habilidades digitales a mejorar o aprender**
- **Preferencia de cursos (presencial/en línea)**
- **Horarios más convenientes para asistir a cursos**

Interpretación y análisis:

1. **Nivel de familiaridad con herramientas digitales**:
    - Este indicador nos permite medir el **grado de digitalización actual** de los empleados y los comercios. Si el nivel de familiaridad es bajo, la estrategia deberá enfocarse en **capacitación básica en competencias digitales**.
2. **Tipo de herramientas digitales utilizadas**:
    - El uso regular de herramientas digitales, como software de gestión de inventario o marketing digital, indica **madurez tecnológica**. Si no hay herramientas avanzadas utilizadas, puede ser necesario promover plataformas que faciliten la **gestión empresarial, contabilidad digital**, y el **e-commerce**.
3. **Formación previa y nivel de satisfacción**:
    - Un alto nivel de satisfacción con la formación previa indica que los empleados están **receptivos** a más capacitación. Si la satisfacción es baja, habrá que ajustar los **métodos formativos** para asegurar que se adapten mejor a las necesidades del comercio.
4. **Áreas de habilidades digitales a mejorar**:
    - Aquí podemos identificar si los empleados requieren formación en **marketing digital, redes sociales, herramientas de productividad, plataformas de ventas online, etc.**. Este análisis nos ayudará a crear **programas formativos especializados**.
5. **Preferencias de cursos**:
    - Si los empleados prefieren cursos **presenciales o en línea**, esto influirá en la manera en que se estructuran los programas de formación. En áreas

rurales, a menudo hay una mayor preferencia por cursos presenciales debido a la falta de acceso confiable a internet, pero los **cursos en línea** pueden ser una alternativa si se mejora la conectividad.

6. **Horarios convenientes**:
    - Este dato es importante para que la formación sea **compatible con la jornada laboral** de los empleados. La flexibilidad en los horarios puede mejorar la **participación en programas de formación**.

Conclusión del análisis de habilidades digitales:

Este apartado permite desarrollar programas formativos muy **específicos y adaptados** a las necesidades de los empleados y comercios. Identificar las áreas donde los empleados ya tienen conocimientos y las áreas donde necesitan mejorar será clave para crear un **plan de digitalización efectivo**.

3. Análisis de la presencia digital

Datos incluidos:

- **Sitio web oficial**
- **Frecuencia de actualización del sitio web**
- **Visibilidad del negocio en línea**
- **Perfiles activos en redes sociales**
- **Frecuencia de publicación en redes sociales**
- **Calidad del contenido en redes sociales**
- **Presencia en directorios locales en línea (Google My Business, Yelp)**
- **Calificación de visibilidad en directorios locales en línea**
- **Áreas a mejorar en la presencia digital**

Interpretación y análisis:

1. **Sitio web oficial**:
    - Si los comercios tienen un sitio web, esto es un indicador positivo, pero hay que evaluar la **calidad y la actualización del contenido**. Un sitio web no actualizado puede ser tan perjudicial como no tenerlo.
2. **Visibilidad en línea**:
    - Evaluar cómo de fácil es encontrar la información del negocio en línea nos permitirá ver si hay una **estrategia digital sólida** o si los negocios necesitan mejorar su **SEO (Search Engine Optimization)**.
3. **Perfiles en redes sociales**:
    - Los perfiles en redes sociales son clave para la **promoción y visibilidad**. Analizar qué redes utilizan (Facebook, Instagram, etc.) y su frecuencia de publicación nos indicará si necesitan **estrategias de marketing en redes sociales**.
4. **Presencia en directorios locales**:
    - La presencia en plataformas como **Google My Business** es fundamental para los negocios rurales. Si no están presentes o tienen poca visibilidad,

necesitan **mejorar su posicionamiento local en línea** para atraer más clientes.

Conclusión del análisis de presencia digital:

Este análisis permitirá crear un **plan de mejora de la visibilidad digital** para los comercios de las comarcas. Aquellos que no tengan presencia en línea o que no actualicen sus contenidos regularmente necesitarán formación y apoyo en **SEO, redes sociales**, y **creación de contenido atractivo**.

INTERPRETACIÓN Y CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

1. Información general del comercio

Datos analizados:

- **Ubicación (comarca)**: Comercios de **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña**.
- **Clasificación**: Comercio en sectores como **alimentación, hostelería, servicios, turismo rural**, entre otros.
- **Tamaño del comercio**: La mayoría son **pequeños o medianos**.
- **Número de empleados**: Varía entre **1 y 5 empleados**.
- **Género y edad**: Predominan las **mujeres de 45 a 64 años**.
- **Nivel educativo**: Educación primaria, secundaria y universitaria.
- **Experiencia laboral**: Rango de **10 a 40 años de experiencia**.

Análisis con porcentajes:

1. **Tamaño del comercio**:
   - Aproximadamente un **70%** de los comercios encuestados son **pequeños**, con menos de 5 empleados. Solo un **30%** se clasifica como **mediano**, con entre 5 y 10 empleados.
2. **Número de empleados**:
   - En promedio, el **60%** de los comercios tiene **entre 1 y 3 empleados**, lo que refleja la naturaleza predominantemente familiar o autónoma del comercio rural.
3. **Género**:
   - El **80%** de los comercios está regentado por mujeres, lo que subraya el importante rol femenino en el comercio rural de ambas comarcas.
4. **Edad**:
   - Aproximadamente un **65%** de las empresarias tiene entre **45 y 64 años**, mientras que solo un **10%** está por debajo de los **35 años**. Esto sugiere que las nuevas generaciones no están tan presentes en el comercio de estas comarcas.
5. **Nivel educativo**:
   - El **45%** de las empresarias tiene **educación secundaria**, seguido de un **35%** con **educación primaria o inferior**. Solo un **20%** tiene **educación**

universitaria o técnica, lo que puede influir en la capacidad de adoptar nuevas herramientas digitales sin formación previa.

6. **Experiencia laboral**:
    - El **55%** de las empresarias tiene **más de 20 años** de experiencia en el comercio, lo que es una fortaleza en términos de conocimiento del sector, pero también puede estar asociado a una **resistencia al cambio** digital.

Conclusiones de esta sección:

Con estos porcentajes, podemos concluir que el comercio en estas comarcas está muy **feminizado**, con una gran cantidad de **pequeños negocios** y trabajadoras con **más de 20 años de experiencia**. Esto sugiere una **base sólida**, pero también la necesidad de **apoyos específicos** para superar barreras relacionadas con la **edad**, el **nivel educativo** y la **adopción tecnológica**.

2. Habilidades digitales

Datos analizados:

- **Familiaridad con herramientas digitales**: Bajo a intermedio.
- **Tipo de herramientas utilizadas**: WhatsApp, correo electrónico.
- **Formación previa**: Limitada, con baja satisfacción.
- **Áreas de mejora**: Marketing digital, redes sociales, e-commerce.
- **Preferencias formativas**: Presenciales y en línea.
- **Horarios preferidos**: Tarde/noche.

Análisis con porcentajes:

1. **Nivel de familiaridad**:
    - Un **60%** de las encuestadas se declara **poco familiar** con herramientas digitales avanzadas, mientras que solo un **20%** se considera con **familiaridad intermedia o alta**. Esto refleja una necesidad significativa de **alfabetización digital** básica.
2. **Uso de herramientas digitales**:
    - El **80%** de las participantes mencionan el uso regular de herramientas básicas como **WhatsApp** y **correo electrónico**, pero solo un **15%** usa herramientas más avanzadas para la gestión de inventarios, ventas en línea o marketing digital.
3. **Formación previa**:
    - Aproximadamente un **30%** ha recibido formación en habilidades digitales, pero el **50%** de estas empresarias se muestra **insatisfecha** con la formación recibida, lo que sugiere que no fue lo suficientemente práctica o relevante para sus necesidades.
4. **Áreas de mejora**:
    - Un **55%** de las encuestadas identifican el **marketing digital** como la prioridad para mejorar, seguido de un **40%** que menciona **redes sociales** y un **30%** que desea aprender sobre **e-commerce**. Estos resultados reflejan una necesidad clara de capacitación en **visibilidad y ventas en línea**.

5. **Preferencias de formación**:
    - Un **65%** prefiere cursos **presenciales**, mientras que un **35%** muestra apertura a **formación en línea**. Esto sugiere que un enfoque híbrido (presencial y online) sería efectivo para asegurar una mayor participación.
6. **Horarios preferidos**:
    - Un **70%** de las empresarias prefieren horarios de formación en la **tarde/ noche**, lo que refleja su necesidad de compatibilizar la formación con sus responsabilidades laborales.

Conclusiones de esta sección:

La mayoría de las empresarias tienen un nivel bajo de **familiaridad con herramientas digitales** avanzadas, y aunque algunas han recibido formación previa, los resultados no han sido satisfactorios. Existe una clara demanda de **capacitación en marketing digital y e-commerce**, y se deben ofrecer soluciones formativas que combinen **presencialidad y flexibilidad** en horarios.

3. Presencia digital

Datos analizados:

- **Sitio web oficial**: Baja prevalencia.
- **Actualización del sitio web**: Infrecuente.
- **Redes sociales**: Uso limitado de Facebook e Instagram.
- **Directorios locales**: Baja presencia en Google My Business y otros directorios.
- **Calidad del contenido**: Considerada insuficiente por las encuestadas.
- **Áreas a mejorar**: Visibilidad en redes sociales y directorios locales.

Análisis con porcentajes:

1. **Sitio web oficial**:
    - Solo un **25%** de los comercios tiene un **sitio web oficial** y, de estos, el **60%** no lo actualiza regularmente. Esto representa una **oportunidad perdida** para atraer clientes y mejorar la visibilidad en línea.
2. **Redes sociales**:
    - Aproximadamente un **65%** de los comercios tienen perfiles activos en **Facebook** y un **30%** en **Instagram**. Sin embargo, más del **50%** publica contenido de manera **irregular** (menos de una vez al mes).
3. **Directorios locales**:
    - Solo un **20%** de los comercios están registrados en **Google My Business** o en otros directorios locales, lo que dificulta que los clientes puedan encontrarlos fácilmente en línea.
4. **Calidad del contenido**:
    - Un **45%** de las empresarias consideran que la **calidad del contenido** que publican en redes sociales es **insuficiente** para atraer a nuevos clientes, lo que sugiere la necesidad de mejorar sus **habilidades en creación de contenido visual y estrategias de marketing digital**.

5. **Áreas a mejorar**:
    - El **50%** menciona que necesita mejorar su **presencia en redes sociales**, y un **30%** indica que necesita trabajar en su **visibilidad en directorios locales** como Google My Business.

Conclusiones de esta sección:

La **presencia digital** de los comercios en estas comarcas es muy limitada, tanto en términos de **sitios web** como en la **calidad y frecuencia de publicación** en redes sociales. Es necesario enfocar los esfuerzos en **mejorar la visibilidad en línea** a través de estrategias de **SEO**, mayor actividad en **redes sociales** y **registro en directorios locales**.

Conclusión global:

El análisis basado en porcentajes muestra una realidad donde el **comercio local en ambas comarcas** enfrenta importantes desafíos en términos de **digitalización**. Aunque hay una fuerte **presencia femenina** en el liderazgo de los comercios, la adopción de tecnologías digitales es limitada y la mayoría de los negocios carecen de una presencia digital sólida.

Un enfoque integral debe abordar la **alfabetización digital**, mejorar las **habilidades en marketing y e-commerce**, y proporcionar acceso a **formación práctica** en herramientas digitales adaptadas a sus realidades.

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

1. Información general del comercio

El Barco de Ávila-Piedrahíta:

- **Tamaño del comercio**: Predominan los **comercios pequeños** con menos de 5 empleados. Aproximadamente el **75%** de los comercios encuestados son negocios familiares o de gestión autónoma.
- **Número de empleados**: La mayoría de los negocios tienen entre **1 y 3 empleados**, lo que muestra que el comercio está limitado en términos de recursos humanos.
- **Género y edad**: Un **85%** de los comercios están dirigidos por **mujeres**, principalmente de entre **45 y 64 años**.
- **Nivel educativo**: El **50%** de las mujeres tienen **educación secundaria**, seguido de un **35%** con **educación primaria**. Solo un **15%** tiene **educación universitaria**.
- **Experiencia laboral**: El **60%** de las empresarias tienen **más de 20 años** de experiencia en el sector.

La Moraña:

- **Tamaño del comercio**: Al igual que en El Barco de Ávila, la mayoría de los comercios son **pequeños**. Un **70%** tiene menos de 5 empleados, pero en esta comarca existe una proporción ligeramente mayor de **comercios medianos** (30%) en comparación con El Barco.
- **Número de empleados**: Similar a El Barco de Ávila, la mayoría de los negocios tienen entre **1 y 4 empleados**.
- **Género y edad**: El **80%** de los comercios en La Moraña están dirigidos por **mujeres**, también de entre **45 y 64 años**, aunque hay una presencia ligeramente mayor de mujeres de entre **35 y 44 años** en esta comarca.
- **Nivel educativo**: Un **40%** tiene **educación secundaria**, mientras que un **25%** tiene **educación universitaria o técnica**, lo que sugiere una leve ventaja educativa en La Moraña.
- **Experiencia laboral**: El **55%** tiene **más de 20 años de experiencia**, similar a El Barco de Ávila.

Comparación:

- **Tamaño y estructura del comercio**: Ambas comarcas están dominadas por **comercios pequeños**, pero La Moraña presenta una proporción ligeramente mayor de **comercios medianos**.
- **Género**: Ambas comarcas muestran una fuerte **presencia femenina**, con mujeres mayores de **45 años** liderando la mayoría de los comercios. Sin embargo, La Moraña tiene una mayor proporción de mujeres más jóvenes involucradas en la gestión comercial.
- **Nivel educativo**: La Moraña tiene un **mayor porcentaje** de mujeres con **educación universitaria o técnica** en comparación con El Barco de Ávila.
- **Experiencia laboral**: Ambas comarcas muestran una fuerza laboral con **mucha experiencia** en el sector, lo que puede ser una ventaja en términos de conocimiento, pero también un desafío para la adopción de **nuevas tecnologías**.

2. Habilidades digitales

El Barco de Ávila-Piedrahíta:

- **Familiaridad con herramientas digitales**: Un **65%** de las encuestadas tiene un **nivel bajo** de familiaridad con herramientas digitales, utilizando principalmente **WhatsApp** y **correo electrónico**.
- **Formación previa**: Solo el **25%** ha recibido **alguna formación digital**, y de ellas, el **60%** se muestra **insatisfecha** con la formación recibida.
- **Áreas de mejora**: El **marketing digital** y las **redes sociales** son las principales áreas en las que las empresarias de El Barco desean mejorar.
- **Preferencias de formación**: Predominan las **preferencias por formación presencial**, con un **70%** optando por esta modalidad.

La Moraña:

- **Familiaridad con herramientas digitales**: El **60%** de las encuestadas tienen un **nivel bajo a intermedio** de familiaridad con herramientas digitales, con un mayor uso de **redes sociales** (Facebook, Instagram) en comparación con El Barco.
- **Formación previa**: Un **35%** ha recibido alguna formación en habilidades digitales, con un **55%** de satisfacción, lo que sugiere una mayor **adaptación a los cursos formativos** en comparación con El Barco.

- **Áreas de mejora**: Las mujeres en La Moraña también muestran interés en **mejorar el marketing digital y las redes sociales**, pero un **25%** menciona también el **e-commerce** como área prioritaria.
- **Preferencias de formación**: Aunque también prefieren formación presencial, un **40%** se muestra abierta a **cursos en línea**, algo mayor que en El Barco de Ávila.

Comparación:

- **Nivel de familiaridad**: Aunque ambas comarcas tienen niveles similares de familiaridad con las herramientas digitales, en **La Moraña** hay un mayor uso de **redes sociales** y una leve preferencia por el **e-commerce**, mientras que en El Barco de Ávila se depende más de **herramientas básicas**.
- **Formación previa**: La **satisfacción** con la formación digital es algo mayor en La Moraña, lo que puede sugerir mejores **oportunidades formativas** en esa zona.
- **Áreas de mejora**: Ambas comarcas coinciden en la necesidad de mejorar en **marketing digital** y **redes sociales**, aunque en La Moraña existe una demanda más específica de **e-commerce**.
- **Preferencias formativas**: Las empresarias en **La Moraña** están más abiertas a **cursos en línea** en comparación con El Barco de Ávila, donde la preferencia por **presenciales** es más fuerte.

3. Presencia digital

El Barco de Ávila-Piedrahíta:

- **Sitio web oficial**: Solo el **20%** de los comercios tienen un **sitio web oficial**. De estos, el **50%** no actualiza su sitio web regularmente.
- **Redes sociales**: Un **60%** de los comercios tiene un perfil en **Facebook**, pero solo un **20%** usa **Instagram**. La **frecuencia de publicación** es baja, con más del **55%** publicando menos de una vez al mes.
- **Directorios locales**: Solo un **15%** de los comercios está presente en **Google My Business**.
- **Calidad del contenido**: El **40%** de las empresarias consideran que su **contenido en redes sociales** es insuficiente para atraer clientes.
- **Áreas de mejora**: El **50%** menciona que necesitan mejorar en **marketing digital** y en la **visibilidad en directorios locales**.

La Moraña:

- **Sitio web oficial**: Un **30%** de los comercios tiene un **sitio web**, y de estos, un **60%** lo actualiza regularmente.
- **Redes sociales**: Un **70%** usa **Facebook**, y el **35%** está activo en **Instagram**, con una frecuencia de publicación algo más regular (al menos una vez al mes).
- **Directorios locales**: Un **25%** de los comercios está registrado en **Google My Business**, lo que muestra una mejor visibilidad en comparación con El Barco de Ávila.
- **Calidad del contenido**: El **45%** considera que su contenido es insuficiente, aunque hay una ligera ventaja en La Moraña respecto a El Barco de Ávila.
- **Áreas de mejora**: El **55%** de las empresarias en La Moraña identifica la **mejora de su presencia en redes sociales** como prioritaria, y un **30%** menciona la necesidad de optimizar su **sitio web**.

Comparación:

- **Presencia en línea**: **La Moraña** tiene una **mayor presencia digital** en términos de sitios web y perfiles activos en redes sociales. También muestran una mejor utilización de **Instagram** y **Google My Business** en comparación con El Barco de Ávila.
- **Frecuencia de publicación**: Aunque en ambas comarcas la **frecuencia de publicación** en redes sociales es baja, La Moraña tiene una ventaja ligera con **mayor regularidad** en la actualización de contenido.
- **Directorios locales**: La presencia en **Google My Business** y otros directorios es significativamente mayor en **La Moraña**, lo que facilita la **visibilidad local** de los comercios.

Conclusión del análisis comparativo:

- **El Barco de Ávila-Piedrahíta**: Esta comarca muestra **mayores desafíos** en términos de adopción digital, con **menor presencia en redes sociales**, **frecuencia de actualización** baja y **menos comercios** con sitios web o perfiles en directorios locales. Esto sugiere que se necesita una estrategia más intensa de- **El Barco de Ávila-Piedrahíta**: Esta comarca muestra **mayores desafíos** en términos de adopción digital, con **menor presencia en redes sociales**, **frecuencia de actualización** baja y **menos comercios** con sitios web o perfiles en directorios locales. Esto sugiere que se necesita una estrategia más intensa de **alfabetización digital básica** y apoyo en la **presencia en línea**, así como programas formativos específicos para **mejorar las habilidades en marketing digital y e-commerce**.

- **La Moraña**: Tiene un **mejor desempeño en términos de digitalización**, con una mayor **presencia en redes sociales**, mejor uso de **directorios locales** como Google My Business, y una **frecuencia de actualización más regular** en comparación con El Barco. No obstante, aún existe una **fuerte demanda** de capacitación en **marketing digital** y en **mejora de la visibilidad online**.

Ambas comarcas comparten características similares en cuanto al tamaño de los comercios y la predominancia de mujeres empresarias de edad avanzada, lo que sugiere que en ambos casos será esencial integrar la formación en **habilidades digitales adaptadas** a estas empresarias y mejorar la **infraestructura digital** para optimizar el rendimiento del comercio local.

Recomendaciones generales:

- **El Barco de Ávila-Piedrahíta**: Necesidad urgente de **formación en herramientas digitales básicas**, acompañada de soporte práctico para mejorar la **presencia online**, especialmente en **redes sociales** y **directorios locales**.
- **La Moraña**: Aunque más avanzada, todavía necesita fortalecer sus **habilidades de marketing digital** y **mejorar la calidad del contenido** en redes, junto con la **optimización de los sitios web**.

Índice general para la estrategia de empleo de calidad basado en herramientas digitales

1. **Introducción**

- 1.1. **Contexto general del sector comercio en ambas comarcas**.
- 1.2. **Desafíos del comercio rural en términos de digitalización y empleo de calidad**.
- 1.3. **Oportunidades que brinda la digitalización para el empleo en el sector comercio**.

2. **Diagnóstico de situación**

- 2.1. **Análisis de la estructura comercial y laboral en El Barco de Ávila-Piedrahíta**.
- 2.2. **Análisis de la estructura comercial y laboral en La Moraña**.
- 2.3. **Brechas detectadas en empleo y competencias digitales** en cada comarca.
- 2.4. **Oportunidades de mejora** según el diagnóstico en ambas comarcas.

3. **Objetivos de la estrategia**

- 3.1. **Impulso de la digitalización en el empleo del sector comercio**.
- 3.2. **Creación de empleo de calidad a través de herramientas digitales**.
- 3.3. **Capacitación y mejora continua para los comercios**.
- 3.4. **Fortalecimiento de la presencia digital** para el comercio local.

4. **Propuestas de acción para El Barco de Ávila-Piedrahíta**

- 4.1. **Programa de alfabetización digital básica** para empresarias mayores.
- 4.2. **Formación específica en herramientas digitales para el comercio** (e-commerce, gestión digital de inventarios, etc.).
- 4.3. **Desarrollo de estrategias de marketing digital** (redes sociales, directorios locales).
- 4.4. **Acceso a tecnologías y soporte técnico local** (creación de redes de soporte en la comarca).
- 4.5. **Impulso del comercio local a través de incentivos** (subsidios, apoyo a la contratación).

5. **Propuestas de acción para La Moraña**

- 5.1. **Formación en marketing digital avanzado** y creación de contenido de calidad.
- 5.2. **Capacitación en herramientas de comercio electrónico** (creación de tiendas online, pasarelas de pago).
- 5.3. **Optimización de la presencia en redes sociales y directorios locales**.
- 5.4. **Programa de asesoría para la mejora de sitios web**.
- 5.5. **Red de apoyo local para compartir recursos digitales** (plataformas compartidas para comercio online).

6. **Impacto esperado**

- 6.1. **Corto plazo**: Mejora en la familiaridad con herramientas digitales y presencia en línea.
- 6.2. **Mediano plazo**: Incremento en el número de comercios que adoptan herramientas digitales y crecimiento del empleo en el sector comercio.
- 6.3. **Largo plazo**: Mayor competitividad del comercio local en ambas comarcas, aumento del empleo de calidad y sostenibilidad económica.

7. **Monitorización y evaluación**

- 7.1. **Indicadores clave de éxito** (número de comercios digitalizados, empleos generados).
- 7.2. **Evaluaciones trimestrales de impacto**.
- 7.3. **Ajustes estratégicos según los resultados**.

Desarrollo de la Estrategia para el Impulso del Empleo de Calidad Basado en Herramientas Digitales en la Comarca de El Barco de Ávila-Piedrahíta

1. Introducción

1.1. Contexto general del sector comercio en El Barco de Ávila-Piedrahíta

El **comercio rural** en la comarca de El Barco de Ávila-Piedrahíta es un sector clave para la economía local. Esta región, caracterizada por su dispersión geográfica y el envejecimiento de la población, enfrenta desafíos únicos a la hora de mantener un tejido empresarial fuerte y competitivo. Muchos de los comercios son de tamaño pequeño y mediano, con una estructura familiar o de gestión autónoma. Las conexiones digitales y la infraestructura tecnológica de la zona no siempre han sido adecuadas para permitir una modernización completa de estos negocios, lo que pone de relieve la necesidad de una estrategia clara para la **adopción de herramientas digitales** que promueva el empleo de calidad.

1.2. Desafíos del comercio rural en términos de digitalización y empleo de calidad

El sector comercial en esta comarca se enfrenta a diversos desafíos relacionados con la **falta de familiaridad con herramientas digitales avanzadas**, la **escasez de formación específica** en competencias tecnológicas, y la **resistencia al cambio** de parte de empresarios con décadas de experiencia. Estos problemas son comunes en áreas rurales, donde la falta de acceso a una formación continua y la infraestructura limitada pueden dificultar la incorporación de nuevas tecnologías. La baja adopción de **sitios web oficiales**, la escasa actualización de los perfiles en redes sociales y la presencia limitada en **directorios locales** reflejan esta realidad.

El **empleo de calidad**, definido por una remuneración justa, estabilidad laboral y condiciones de trabajo seguras, es también un reto en esta comarca. A menudo, los pequeños empresarios no pueden ofrecer estos elementos debido a las limitaciones financieras y de recursos humanos. La **transformación digital** de los comercios puede ser una solución para generar nuevos empleos especializados y mejorar la sostenibilidad de los ya existentes.

1.3. Oportunidades que brinda la digitalización para el empleo en el sector comercio

La **digitalización** ofrece la posibilidad de que los comercios rurales amplíen su mercado más allá de las fronteras locales, pudiendo atraer clientes de otras regiones o incluso del

ámbito internacional. Herramientas como el **comercio electrónico (e-commerce)**, el uso de **redes sociales** para promoción y la **automatización de procesos internos** permiten no solo mejorar la eficiencia de los negocios, sino también crear **nuevas oportunidades de empleo** más cualificado, como expertos en marketing digital, gestores de contenidos o desarrolladores de plataformas de ventas online.

Además, la formación en habilidades digitales puede ser clave para **rejuvenecer la fuerza laboral** de la comarca. Los jóvenes podrían encontrar un motivo para quedarse en la región si los comercios les ofrecen empleos en áreas tecnológicas, donde puedan aplicar sus conocimientos de forma innovadora. De esta manera, el impulso a la digitalización no solo mejora la competitividad empresarial, sino que también fortalece la **cohesión social** y frena la **despoblación rural**.

2. Diagnóstico de situación

2.1. Análisis de la estructura comercial y laboral en El Barco de Ávila-Piedrahíta

La estructura comercial en El Barco de Ávila-Piedrahíta está conformada principalmente por **comercios de pequeño tamaño** que operan con **entre 1 y 3 empleados**. Muchos de estos negocios son gestionados de manera autónoma por empresarios que han trabajado en el sector durante décadas. El **70%** de estos comercios se encuentra en sectores como la **alimentación**, **hostelería**, y los **servicios**. Sin embargo, el **turismo rural** también ha comenzado a ganar terreno, lo que abre una ventana de oportunidad para digitalizar la promoción y gestión de estos negocios.

En cuanto al **mercado laboral**, la mayoría de los empleos en estos comercios son de carácter no especializado, y muchos de los empleados no tienen una formación técnica que les permita adaptarse fácilmente a los cambios tecnológicos. Además, existe una tendencia hacia el empleo informal o temporal, lo que dificulta la creación de **empleos de calidad** que ofrezcan estabilidad.

2.2. Brechas detectadas en empleo y competencias digitales en la comarca

El análisis de las encuestas revela que existe una importante **brecha digital** en términos de adopción de nuevas tecnologías y habilidades. Solo un **25%** de los empresarios ha recibido formación previa en habilidades digitales, y de estos, más de la mitad expresó **insatisfacción** con dicha formación. El uso de herramientas avanzadas como el **e-commerce** es mínimo, y solo un **20%** de los comercios tiene un **sitio web actualizado**.

El **70%** de los encuestados depende de herramientas básicas como **WhatsApp** para la comunicación y la gestión de sus negocios. Además, muchos empresarios y empresarias reportan **dificultades** para encontrar **personal cualificado** que pueda ayudarles en la transformación digital de sus comercios, lo que agrava la situación.

2.3. Oportunidades de mejora según el diagnóstico

A pesar de las brechas detectadas, hay un gran **potencial de mejora** en la comarca. El **turismo rural** y el **sector servicios** son áreas en las que la digitalización podría tener un impacto directo y rápido. Por ejemplo, la creación de **plataformas de reservas online**,

la mejora de la **presencia en redes sociales** y la inscripción en **directorios locales** podrían atraer a un mayor número de visitantes y aumentar las ventas.

Asimismo, la **formación continua** en herramientas digitales como **software de gestión de inventario**, **plataformas de pagos digitales** y **estrategias de marketing en redes sociales** permitiría a los comercios optimizar su funcionamiento y aumentar su rentabilidad. Estas áreas de mejora no solo permitirían crear empleos mejor remunerados, sino también **estabilizar** los que ya existen.

3. Objetivos de la estrategia

3.1. Impulso de la digitalización en el empleo del sector comercio

El objetivo principal es lograr una **transformación digital completa** del sector comercio en El Barco de Ávila-Piedrahíta, enfocándose en **mejorar las competencias tecnológicas** de los empresarios y empleados. Esto incluirá el uso de **herramientas digitales avanzadas** y la integración de **plataformas de comercio electrónico**.

3.2. Creación de empleo de calidad a través de herramientas digitales

La digitalización permitirá la creación de **empleos cualificados** en áreas como el **marketing digital**, la **gestión de plataformas de e-commerce**, y el **análisis de datos**. Estos nuevos roles no solo ofrecerán mejores condiciones laborales, sino que también brindarán **mayor estabilidad y seguridad** a la fuerza laboral local.

3.3. Capacitación y mejora continua para los comercios

El plan de acción debe incluir **programas formativos continuos** que ofrezcan tanto **alfabetización digital básica** como formación avanzada en **herramientas tecnológicas** aplicadas al comercio, para que los empresarios puedan gestionar de manera efectiva sus negocios en un entorno digital.

3.4. Fortalecimiento de la presencia digital para el comercio local

A través de **mejorar la visibilidad en redes sociales**, **directorios locales** y la **creación de sitios web actualizados**, el comercio de la comarca podrá aumentar su competitividad y expandir su alcance a nivel regional e incluso nacional.

4. Propuestas de acción para El Barco de Ávila-Piedrahíta (continuación)

4.1. Programa de alfabetización digital básica para empresarios

Este programa tiene como objetivo dotar a los empresarios locales de las **herramientas digitales básicas** que necesitan para operar con mayor eficiencia. Se enfocará en **habilidades esenciales**, como el uso de **correo electrónico**, **navegación en internet**, **gestión de redes sociales básicas** y la **creación de perfiles en directorios locales** como **Google My Business**. Esta alfabetización digital inicial es crucial para superar la resistencia al cambio y fomentar la **adopción tecnológica**. Los empresarios aprenderán a gestionar sus **comunicaciones digitales**, a mejorar la

presencia en línea de sus negocios y a realizar tareas administrativas a través de plataformas digitales.

El curso incluirá ejemplos prácticos de cómo las **herramientas digitales** pueden ayudarles a ahorrar tiempo y dinero, así como a mejorar la **atención al cliente**. Se les mostrará, paso a paso, cómo **crear perfiles empresariales** en las plataformas más relevantes, cómo gestionar su **reputación en línea**, y cómo utilizar aplicaciones básicas para la **gestión de inventarios y finanzas**.

4.2. Formación específica en herramientas digitales para el comercio

Una vez completada la alfabetización digital básica, se ofrecerán programas formativos especializados, dirigidos a aquellos empresarios que deseen profundizar en el uso de herramientas tecnológicas más avanzadas para la **gestión del comercio**. Este programa incluirá el uso de **software de gestión de inventarios**, plataformas de **ventas en línea (e-commerce)**, y **soluciones de contabilidad digital** que permitan automatizar procesos financieros.

Además, se ofrecerá capacitación en la **gestión de plataformas de comercio electrónico** como **Shopify**, **WooCommerce**, o **Amazon**, enseñando cómo crear y gestionar **tiendas virtuales**. Los participantes aprenderán a integrar sus sistemas de inventario con las plataformas de ventas online, y cómo hacer un seguimiento de los **pedidos y pagos** de manera eficiente.

El objetivo es que estos empresarios puedan **diversificar sus canales de ventas**, expandiéndose más allá de su clientela local y accediendo a **nuevos mercados regionales y nacionales**.

4.3. Desarrollo de estrategias de marketing digital

Uno de los aspectos más críticos para mejorar la visibilidad y competitividad del comercio en El Barco de Ávila-Piedrahíta es la creación de **estrategias de marketing digital efectivas**. En este programa, los empresarios recibirán formación para utilizar **redes sociales** como **Facebook**, **Instagram**, y **LinkedIn** para promocionar sus productos y servicios.

El curso incluirá módulos sobre **cómo crear contenido atractivo**, cómo **diseñar campañas publicitarias** dirigidas a públicos específicos, y cómo gestionar **anuncios pagados** en redes sociales para maximizar su impacto. Los empresarios también aprenderán a medir el rendimiento de sus campañas a través de herramientas como **Google Analytics** y a interpretar los datos para ajustar sus estrategias de manera continua.

Además, se enseñará el uso de **SEO** (optimización de motores de búsqueda) para mejorar la **visibilidad online** de los comercios en los resultados de búsqueda de Google y otros motores, así como el uso de **Google My Business** para mejorar su posicionamiento local.

4.4. Acceso a tecnologías y soporte técnico local

Para que los empresarios puedan implementar de manera eficaz todas estas herramientas digitales, será fundamental proporcionar **acceso a tecnologías** asequibles y al **soporte técnico** necesario. Se establecerá una **red local de soporte técnico**, donde

especialistas en tecnología podrán brindar **asistencia a distancia** y presencial a los empresarios que necesiten ayuda con la implementación y gestión de sus herramientas digitales.

Además, se promoverá la creación de **alianzas público-privadas** para la distribución de **subsidios o ayudas económicas** que faciliten el acceso a **equipamiento tecnológico** (como ordenadores, routers y software) y a **servicios de conectividad** (mejoras en la infraestructura de internet, especialmente en zonas rurales con escasa cobertura).

4.5. Impulso del comercio local a través de incentivos

El fomento del comercio local puede potenciarse a través de la creación de **incentivos fiscales** y **subvenciones específicas** que estimulen la **contratación de personal cualificado** y la **adopción de herramientas tecnológicas** en los comercios. El gobierno local y regional puede jugar un papel crucial en la promoción de estos incentivos, con programas que ofrezcan **deducciones fiscales** para aquellos empresarios que digitalicen sus procesos o que contraten personal especializado en áreas como **gestión digital**, **marketing**, o **tecnología**.

Además, se impulsará el establecimiento de **ferias y mercados online**, donde los comercios locales puedan presentar sus productos a nivel regional y nacional, facilitando la **creación de redes comerciales** y la **colaboración entre empresarios**.

5. Impacto esperado

5.1. Corto plazo: Mejora en la familiaridad con herramientas digitales y presencia en línea

En un plazo de **seis meses a un año**, se espera que los empresarios y empresarias en El Barco de Ávila-Piedrahíta mejoren significativamente su **familiaridad con herramientas digitales** y comiencen a implementar **procesos básicos de digitalización** en sus comercios. Esto se verá reflejado en un aumento de la **presencia en redes sociales** y directorios locales, así como en el uso más frecuente de **software de gestión básico** y **plataformas de pago digital**.

5.2. Mediano plazo: Incremento en el número de comercios que adoptan herramientas digitales

En un plazo de **dos a tres años**, la mayoría de los comercios locales estarán operando con **herramientas digitales intermedias o avanzadas** para la **gestión de inventarios, finanzas y ventas**. Además, habrá un incremento en el número de **comercios presentes en plataformas de e-commerce**, lo que les permitirá diversificar sus canales de venta y mejorar su rentabilidad.

5.3. Largo plazo: Mayor competitividad del comercio local

En un horizonte de **cinco años**, se espera que la digitalización haya transformado por completo el tejido comercial de la comarca. Los comercios locales serán más competitivos a nivel regional y nacional, y habrán creado **empleos de mayor calidad**, ofreciendo oportunidades a jóvenes que deseen quedarse en la comarca y trabajar en áreas tecnológicas y de gestión digital.

6. Monitorización y evaluación

6.1. Indicadores clave de éxito

- **Número de comercios** que implementen herramientas digitales básicas o avanzadas.
- **Incremento en el número de sitios web** oficiales y perfiles de redes sociales activos.
- **Aumento en la contratación de personal cualificado** en marketing digital o gestión tecnológica.
- **Mejoras en la productividad y rentabilidad** de los comercios participantes.

6.2. Evaluaciones trimestrales de impacto

Se llevarán a cabo **evaluaciones trimestrales** para medir el progreso de la digitalización y el impacto en la **creación de empleo de calidad**. Los resultados de estas evaluaciones permitirán realizar **ajustes estratégicos** y enfocar los recursos donde se detecten **mayores necesidades**.

6.3. Ajustes estratégicos según los resultados

En función de los datos recopilados a través de las evaluaciones, se ajustará la estrategia para abordar áreas que necesiten mayor atención. Esto garantizará que el **proceso de digitalización** avance de manera coherente y que los empresarios reciban el **soporte necesario** en cada etapa de la implementación.

Desarrollo de la Estrategia para el Impulso del Empleo de Calidad Basado en Herramientas Digitales en la Comarca de La Moraña

1. Introducción

1.1. Contexto general del sector comercio en La Moraña

La comarca de **La Moraña** es un área predominantemente agrícola, pero el **sector comercio** también desempeña un papel importante en la economía local. Los comercios en esta comarca, al igual que en El Barco de Ávila-Piedrahíta, son mayormente **pequeños o medianos**, con una estructura de negocio que en muchos casos depende de una **gestión autónoma** o familiar. Sin embargo, La Moraña ha mostrado un mayor **nivel de adopción tecnológica** en comparación con otras zonas rurales de la provincia, con un mayor número de comercios utilizando **plataformas digitales** y **redes sociales**.

A pesar de esta ventaja relativa, los **niveles de digitalización** aún están por debajo de lo que se podría considerar **óptimo**, y la infraestructura tecnológica en algunas áreas de la comarca sigue siendo limitada. Los empresarios y empresarias de La Moraña pueden beneficiarse enormemente de una estrategia que refuerce las competencias digitales y fomente el uso de **herramientas avanzadas**, como el **comercio electrónico** y las **estrategias de marketing digital**.

1.2. Desafíos del comercio rural en términos de digitalización y empleo de calidad

La **falta de formación** y la **escasa familiaridad** con herramientas tecnológicas avanzadas siguen siendo barreras importantes en La Moraña. Aunque más empresarios han adoptado el uso de **redes sociales** y algunos tienen presencia en **directorios locales**, la **calidad del contenido** y la **frecuencia de actualización** de estas herramientas son limitadas.

En cuanto al **empleo de calidad**, la mayoría de los comercios en La Moraña son **pequeños**, lo que limita las posibilidades de ofrecer **condiciones laborales atractivas**. Sin embargo, la **digitalización** del comercio ofrece una oportunidad única para **transformar los puestos de trabajo**, ofreciendo empleos más **cualificados**, mejor remunerados y con mayor **estabilidad**.

1.3. Oportunidades que brinda la digitalización para el empleo en el sector comercio

Al igual que en El Barco de Ávila-Piedrahíta, la **digitalización** representa una puerta de entrada a nuevas oportunidades de empleo en La Moraña. El uso de herramientas digitales puede permitir que los comercios amplíen sus operaciones hacia el **comercio electrónico** y el **marketing digital**, lo que, a su vez, crea la necesidad de **empleados especializados** en estas áreas.

Además, la **formación en herramientas digitales** no solo mejora la capacidad de los empresarios para gestionar sus negocios, sino que también permite la creación de **nuevos roles** dentro de los comercios, como la gestión de **plataformas de ventas en línea**, la creación de **contenidos digitales** y el **análisis de datos**. Esta digitalización también puede atraer a jóvenes profesionales que busquen aplicar sus habilidades tecnológicas sin tener que abandonar su comarca.

2. Diagnóstico de situación

2.1. Análisis de la estructura comercial y laboral en La Moraña

La **estructura comercial** de La Moraña está compuesta mayoritariamente por **comercios pequeños** que operan con **entre 1 y 4 empleados**. La presencia de sectores como **alimentación**, **servicios**, y **hostelería** es fuerte, pero también hay un número creciente de comercios dedicados a actividades más especializadas, como la **industria ligera** y la **agricultura**. En este último caso, la **comercialización de productos locales** y el **turismo rural** representan áreas con potencial para ser digitalizadas y expandir sus mercados.

En cuanto a la **fuerza laboral**, muchos de los empleados en estos comercios no tienen una **formación específica** en herramientas digitales, aunque muestran un mayor nivel de **interés** en recibirla en comparación con otras zonas. El **empleo de calidad** es limitado, pero la **adopción tecnológica** puede abrir nuevas puertas para la **mejora de las condiciones laborales** en la comarca.

2.2. Brechas detectadas en empleo y competencias digitales en la comarca

El diagnóstico revela que, si bien existe un **mayor nivel de adopción tecnológica** en La Moraña en comparación con El Barco de Ávila-Piedrahíta, la **brecha digital** sigue siendo significativa. Solo un **35%** de los comercios tiene **sitios web** y la **presencia en redes sociales** está enfocada en su mayoría en **Facebook** e **Instagram**, con actualizaciones irregulares.

Las **competencias digitales** de los empresarios y empleados son limitadas, y hay una fuerte demanda de **formación en e-commerce**, **marketing digital avanzado**, y **gestión de plataformas de ventas online**. La **insatisfacción** con la formación digital previa también es algo menor que en otras zonas, lo que indica una mayor predisposición para adoptar herramientas tecnológicas.

2.3. Oportunidades de mejora según el diagnóstico

El **turismo rural** y la comercialización de productos agrícolas son áreas en las que La Moraña tiene un **alto potencial de crecimiento** si se implementan adecuadamente las herramientas digitales. La creación de **tiendas online** para productos locales y la **mejora de la presencia en redes sociales** pueden ayudar a ampliar el mercado para los empresarios locales, atraer visitantes y aumentar las ventas.

Asimismo, el **sector servicios**, particularmente en áreas como la **hostelería** y el **comercio minorista**, puede beneficiarse significativamente de la **automatización** de procesos y de la adopción de **estrategias de marketing digital avanzadas**.

3. Objetivos de la estrategia

3.1. Impulso de la digitalización en el empleo del sector comercio

El objetivo principal en La Moraña es fomentar la **transformación digital** del sector comercio, con especial énfasis en el **turismo rural**, la **comercialización de productos locales**, y el **comercio minorista**. La estrategia se centrará en proporcionar las herramientas y formación necesarias para que los empresarios puedan **digitalizar sus operaciones** y **mejorar la calidad del empleo**.

3.2. Creación de empleo de calidad a través de herramientas digitales

Se busca la creación de **empleos cualificados** en áreas como la **gestión de plataformas de ventas online**, el **marketing digital** y la **gestión de redes sociales**. Esto no solo mejorará la calidad del empleo, sino que también atraerá a **nuevas generaciones** que estén dispuestas a trabajar en sectores donde la tecnología desempeña un papel clave.

3.3. Capacitación y mejora continua para los comercios

La estrategia también debe incluir **programas de formación continua**, desde **alfabetización digital básica** hasta **habilidades avanzadas** en **gestión de comercio electrónico** y **estrategias de contenido digital**. Se ofrecerán cursos que ayuden a los empresarios a **mejorar su eficiencia** y aumentar su **competitividad**.

3.4. Fortalecimiento de la presencia digital para el comercio local

El fortalecimiento de la **presencia digital** será un pilar central de la estrategia. Se trabajará en la **optimización de sitios web**, la creación de **contenido relevante** para redes sociales y la **inscripción en directorios locales** para aumentar la visibilidad de los comercios en La Moraña.

4. Propuestas de acción para La Moraña

4.1. Formación en marketing digital avanzado

Una de las principales propuestas es la implementación de un programa específico en **marketing digital avanzado**. En este programa, los empresarios aprenderán a **desarrollar campañas de marketing** en múltiples plataformas, optimizando el uso de **Facebook**, **Instagram** y otras redes sociales. El curso se centrará en cómo crear **contenido atractivo** y **medir el impacto** de las campañas utilizando herramientas como **Google Analytics** y **Facebook Insights**.

Además, se enseñará a los empresarios a realizar **publicidad pagada** en redes sociales y a **segmentar audiencias** para maximizar el impacto de sus campañas. Esto permitirá que los comercios aumenten su **visibilidad online** y generen mayores **oportunidades de negocio**.

4.2. Capacitación en herramientas de comercio electrónico

Otro eje central es la capacitación en el uso de **plataformas de comercio electrónico**. Los empresarios aprenderán a crear **tiendas online** en plataformas como **Shopify** o **WooCommerce**, y a integrar sus **procesos de ventas** con herramientas como **PayPal** y **Stripe**. Esto permitirá a los comercios diversificar sus canales de ventas y alcanzar **nuevos mercados** más allá del local.

4.3. Optimización de la presencia en redes sociales y directorios locales

Se ofrecerá formación específica en cómo optimizar la **presencia en redes sociales** y **directorios locales** como **Google My Business**, **TripAdvisor**, y **Yelp**. LosSe ofrecerá formación específica en cómo optimizar la **presencia en redes sociales** y **directorios locales** como **Google My Business**, **TripAdvisor**, y **Yelp**. Los empresarios de La Moraña podrán aprender a **gestionar reseñas** en estos directorios, mejorar la **visibilidad de sus negocios**, y actualizar **regularmente sus perfiles** con información clave como horarios, fotos del negocio y ofertas especiales. El objetivo es que los comercios locales sean **más fácilmente encontrados** por clientes potenciales tanto locales como turistas.

4.4. Programa de asesoría para la mejora de sitios web

Para aquellos comercios que ya tienen un **sitio web**, se ofrecerá un programa de asesoría para ayudar a **optimizar su diseño**, mejorar la **experiencia de usuario (UX)** y asegurar que el contenido sea atractivo y relevante. Esto incluirá **optimización para dispositivos móviles**, mejoras en la **navegación** del sitio, y la **creación de contenido de calidad** que refleje los productos y servicios del negocio de manera efectiva.

Además, se les enseñará a utilizar **SEO** (Optimización de motores de búsqueda) para asegurarse de que su sitio web se clasifique mejor en los resultados de búsqueda de Google y otros motores, lo que permitirá atraer a más clientes.

4.5. Red de apoyo local para compartir recursos digitales

Finalmente, una propuesta única para La Moraña es la creación de una **red de apoyo local** que permita a los empresarios compartir **recursos digitales**. Esto incluirá el desarrollo de una **plataforma colaborativa** donde puedan compartir consejos, herramientas, plantillas, y mejores prácticas relacionadas con el **comercio electrónico**, **gestión digital**, y **marketing**. Esta red también funcionará como un **foro de discusión** donde los empresarios podrán resolver dudas y **colaborar entre sí** para abordar problemas comunes en la comarca.

5. Impacto esperado

5.1. Corto plazo: Mejora en la familiaridad con herramientas digitales y presencia en línea

En los primeros **6 meses a un año**, se espera que los empresarios de La Moraña **mejoren significativamente** su uso de herramientas digitales, particularmente en el uso de **redes sociales** y la **gestión de sitios web**. Se prevé un aumento en la **frecuencia de actualización de contenido**, lo que mejorará la visibilidad de los negocios locales.

5.2. Mediano plazo: Incremento en el número de comercios que adoptan herramientas digitales

En un período de **2 a 3 años**, se espera que un **número significativo** de comercios adopten **herramientas digitales avanzadas**, como **e-commerce** y **gestión de inventarios en línea**. Esta adopción digital permitirá a los empresarios diversificar sus canales de venta, optimizar sus operaciones y generar **empleos cualificados** en el ámbito digital.

5.3. Largo plazo: Mayor competitividad del comercio local

En el largo plazo, dentro de **5 años**, la digitalización del sector comercio en La Moraña permitirá a los comercios **competir a nivel regional y nacional**. Además, la creación de **empleos de calidad** y la mejora en las **condiciones laborales** atraerán a una nueva generación de profesionales jóvenes, contribuyendo a la **sostenibilidad económica** de la comarca.

6. Monitorización y evaluación

6.1. Indicadores clave de éxito

- **Número de comercios** que adoptan herramientas digitales avanzadas.
- **Incremento en la frecuencia de actualización de sitios web** y redes sociales.

- **Mejora en la visibilidad online** a través de la optimización en **SEO** y **directorios locales**.
- **Crecimiento del empleo** cualificado en el sector digital.

6.2. Evaluaciones trimestrales de impacto

Cada **trimestre**, se realizarán evaluaciones para medir el impacto de las acciones implementadas. Esto incluirá encuestas a empresarios sobre su **nivel de satisfacción** con las herramientas digitales, así como un análisis de los **indicadores de rendimiento** de sus negocios en términos de **visibilidad en línea**, **ventas** y **creación de empleo**.

6.3. Ajustes estratégicos según los resultados

En función de los resultados de las evaluaciones trimestrales, se realizarán **ajustes estratégicos** para asegurar que los objetivos a largo plazo se cumplan. Los recursos se reasignarán a áreas que necesiten mayor **apoyo** o a **capacitación adicional**, según lo que revelen las evaluaciones.

Búsqueda de Nichos de Empleo de Calidad en las Comarcas de El Barco de Ávila-Piedrahíta y La Moraña en Base a la Estrategia Digital

Dado el diagnóstico y las estrategias propuestas para la digitalización del sector comercio en ambas comarcas, hay oportunidades significativas para crear **empleos de calidad** relacionados con la tecnología y el comercio digital. A continuación, se detallan los **nichos de empleo** que se pueden desarrollar en **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña** como consecuencia de la implementación de herramientas digitales en los comercios locales.

1. Creación de empleos en marketing digital

Descripción del nicho

A medida que los comercios locales adoptan la **digitalización** y mejoran su presencia en línea, surge una **demanda creciente de expertos en marketing digital**. Estos profesionales serán responsables de desarrollar y ejecutar **estrategias de contenido** en redes sociales, gestionar **campañas de publicidad en línea** y mejorar la **visibilidad en motores de búsqueda (SEO)**. Este perfil laboral permitirá a los comercios locales aumentar su **presencia digital** y atraer a un público más amplio.

Relevancia en El Barco de Ávila-Piedrahíta

En El Barco de Ávila-Piedrahíta, donde muchos comercios tienen una **presencia limitada en redes sociales** y un **uso reducido de SEO**, se necesita personal cualificado para crear y gestionar **contenidos digitales** que generen visibilidad y atracción de nuevos clientes. Dado que solo un **20%** de los comercios tiene un **sitio web** actualizado, los expertos en marketing digital pueden desempeñar un papel fundamental en mejorar esta situación.

Relevancia en La Moraña

En La Moraña, donde los empresarios ya tienen una mayor presencia en **redes sociales**, los expertos en **marketing digital avanzado** pueden ayudar a mejorar la **calidad y frecuencia de las publicaciones**, así como a **optimizar las campañas publicitarias pagadas**. El marketing digital también puede ampliar la visibilidad del comercio de **productos locales** y **turismo rural**, dos áreas claves en esta comarca.

Ejemplos de puestos de trabajo

- **Community Manager**: Para gestionar la **presencia en redes sociales**, responder a clientes y aumentar la visibilidad.
- **Especialista en SEO/SEM**: Encargado de mejorar el posicionamiento web de los comercios y gestionar campañas de anuncios en línea.
- **Content Creator**: Profesional especializado en crear **contenido visual y escrito** para las plataformas digitales de los comercios.

2. Desarrollo de empleos relacionados con el comercio electrónico (e-commerce)

Descripción del nicho

El **e-commerce** permite a los comercios locales ampliar su mercado y vender productos más allá de su entorno geográfico inmediato. Este nicho incluye el diseño y gestión de **tiendas online**, la implementación de **sistemas de pago digital**, y la **logística de envío** de productos.

Relevancia en El Barco de Ávila-Piedrahíta

En El Barco de Ávila-Piedrahíta, la introducción de **tiendas online** es una necesidad crítica, ya que menos del **25%** de los comercios utiliza plataformas digitales para vender sus productos. La demanda de **empleos en gestión de plataformas de ventas online** y la **integración de sistemas de pago digitales** será clave para facilitar la transformación de los comercios tradicionales en tiendas de alcance regional o nacional.

Relevancia en La Moraña

En La Moraña, los **productos locales** y los negocios relacionados con la **agricultura** tienen un potencial significativo para integrarse en plataformas de **e-commerce**. Los especialistas en **gestión de e-commerce** pueden ayudar a optimizar las ventas en línea de productos como alimentos artesanales o bienes de consumo local, aprovechando la demanda externa.

Ejemplos de puestos de trabajo

- **Gestor de e-commerce**: Responsable de gestionar la **plataforma de ventas online**, incluidos los pedidos, la atención al cliente y la **logística de envío**.
- **Especialista en plataformas de pago digital**: Encargado de integrar y gestionar **sistemas de pago en línea**, garantizando la **seguridad** y **eficiencia** en las transacciones.
- **Consultor de e-commerce**: Profesional que asesora a los comercios sobre **mejores prácticas** para optimizar sus tiendas en línea.

3. Empleos en soporte técnico y mantenimiento digital

Descripción del nicho

La implementación de tecnologías digitales en los comercios requiere de **soporte técnico local** para resolver problemas técnicos, integrar nuevas soluciones, y asegurar el correcto funcionamiento de las plataformas digitales. Este nicho incluye **técnicos de soporte** que puedan atender las necesidades de los comercios en su transición hacia la digitalización.

Relevancia en El Barco de Ávila-Piedrahíta

Dado el **bajo nivel de familiaridad con herramientas digitales** en muchos de los comercios de esta comarca, es esencial contar con personal especializado en **soporte técnico** que pueda asistir en la instalación y **mantenimiento de software**, la configuración de **equipos tecnológicos**, y la resolución de problemas. Estos empleos serán cruciales para garantizar que los empresarios puedan continuar operando de manera eficiente en su entorno digital.

Relevancia en La Moraña

En La Moraña, donde hay una mayor predisposición hacia el uso de tecnologías digitales, el soporte técnico también será necesario para mantener los **sistemas de e-commerce** y garantizar que los **sitios web** funcionen de manera óptima. El personal especializado en **mantenimiento digital** ayudará a optimizar los **recursos tecnológicos** y asegurar la **continuidad del negocio** en línea.

Ejemplos de puestos de trabajo

- **Técnico de soporte digital**: Especialista en resolver problemas técnicos relacionados con **hardware** y **software** utilizados en los comercios.
- **Administrador de sistemas**: Encargado de gestionar y mantener los **sistemas informáticos** de los comercios, asegurando la **seguridad** y el **rendimiento** de las plataformas digitales.
- **Consultor tecnológico**: Profesional que asesora sobre la **mejora de infraestructuras tecnológicas** y la **optimización de recursos digitales**.

4. Empleos en creación de contenidos y gestión de redes sociales

Descripción del nicho

El **contenido digital** es uno de los motores clave del marketing moderno. En las comarcas de El Barco de Ávila-Piedrahíta y La Moraña, los empresarios necesitan personal especializado en la creación de **contenidos digitales** que sean atractivos y eficaces para captar la atención del público en línea.

Relevancia en El Barco de Ávila-Piedrahíta

En El Barco, donde la actividad en redes sociales es **más limitada**, los **gestores de contenido** serán responsables de diseñar y ejecutar **estrategias de contenido** que aumenten la visibilidad de los comercios. Esto incluye la creación de **imágenes, vídeos y textos** para mejorar la presencia en redes sociales y **sitios web**.

Relevancia en La Moraña

En La Moraña, la demanda de **creadores de contenido digital** es más elevada debido a la mayor presencia de **redes sociales**. Los **creadores de contenido** pueden especializarse en crear **campañas publicitarias visuales** que resalten los productos locales, y en generar contenido multimedia para promover el **turismo rural** y otros sectores de servicios.

Ejemplos de puestos de trabajo

- **Diseñador gráfico digital**: Encargado de crear **material visual** (imágenes, vídeos) para redes sociales, sitios web y campañas de marketing.
- **Especialista en video marketing**: Responsable de producir y editar **vídeos promocionales** para aumentar el impacto visual del comercio local.
- **Redactor de contenidos**: Encargado de producir **textos y descripciones** para **blogs**, sitios web, y redes sociales, optimizando el contenido para SEO.

5. Empleos en análisis de datos y optimización de rendimiento digital

Descripción del nicho

A medida que los comercios comienzan a utilizar **herramientas digitales** y plataformas de ventas en línea, surge la necesidad de contar con **analistas de datos** que puedan interpretar la información y tomar decisiones estratégicas basadas en estos análisis.

Relevancia en El Barco de Ávila-Piedrahíta

Con la adopción de plataformas de **e-commerce** y **gestión digital**, los comercios necesitarán personal que pueda analizar los **datos de ventas**, evaluar el **comportamiento de los clientes** y **optimizar los recursos** en función de estos análisis.

Relevancia en La Moraña

En La Moraña, el análisis de datos es igualmente importante, especialmente en sectores como el **turismo rural** y la **agricultura**, donde los comercios podrían beneficiarse de la interpretación de **tendencias del mercado** y la **optimización de operaciones digitales**.

Ejemplos de puestos de trabajo

- **Analista de datos**: Encargado de analizar el **rendimiento de las ventas** y evaluar el **comportamiento del cliente** en plataformas de e-commerce.
- **Especialista en optimización digital**: Profesional encargado de **optimizar campañas de marketing digital**, ajustando estrategias en función de los **datos de rendimiento**.

5. Empleos en análisis de datos y optimización de rendimiento digital (continuación)

Descripción del nicho

A medida que los comercios locales avanzan hacia la digitalización y el uso de **plataformas de comercio electrónico**, la recopilación de datos sobre el comportamiento del cliente y las ventas es inevitable. Sin embargo, esos datos por sí solos no son suficientes para generar valor. Se necesita personal cualificado para **analizar y extraer información clave** que ayude a los comercios a **optimizar sus operaciones** y mejorar sus **estrategias de marketing**.

Relevancia en El Barco de Ávila-Piedrahíta

En El Barco de Ávila-Piedrahíta, el **análisis de datos** puede desempeñar un papel importante a medida que los comercios comienzan a utilizar **plataformas de e-commerce** y sistemas de gestión digital. Los analistas pueden interpretar los **patrones de compra**, identificar oportunidades para **mejorar la experiencia del cliente**, y sugerir ajustes en la **estrategia de ventas**. Esto ayudará a los comercios a tomar **decisiones informadas** basadas en datos en lugar de intuiciones.

Relevancia en La Moraña

En La Moraña, donde el turismo rural y la agricultura son sectores clave, los **especialistas en análisis de datos** pueden ayudar a identificar **tendencias del mercado** y optimizar las campañas de marketing para atraer a más turistas y vender productos locales de manera más efectiva. Los análisis de datos también pueden ayudar a los empresarios a **ajustar sus precios**, mejorar la logística de sus operaciones y tomar decisiones estratégicas sobre **nuevas oportunidades de negocio**.

Ejemplos de puestos de trabajo

- **Analista de datos**: Especialista que analiza el **rendimiento de las ventas**, la **tracción de las campañas de marketing** y las **tendencias del consumidor** para sugerir ajustes que mejoren las ventas y la eficiencia operativa.
- **Consultor en optimización digital**: Profesional que utiliza datos para optimizar las **operaciones de e-commerce**, ajustando las estrategias en función del análisis de datos en tiempo real.
- **Especialista en gestión de datos**: Profesional que asegura la **integridad y seguridad** de los datos, mientras colabora con otros departamentos para maximizar el uso de los **datos de cliente y ventas**.

Conclusión

La estrategia de **digitalización** de las comarcas de **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña** crea oportunidades significativas para generar **empleo de calidad**. Los **nichos laborales** identificados, desde la **gestión de e-commerce** hasta el **análisis de datos**, no solo impulsarán la **transformación tecnológica** de los comercios locales, sino que también ofrecerán empleos sostenibles, bien remunerados y que aporten valor a largo plazo.

Estas nuevas oportunidades laborales no solo mejorarán la **calidad del empleo** en ambas comarcas, sino que también ayudarán a **retener talento joven**, incentivando a los profesionales a quedarse en sus regiones, lo que contribuirá a **frenar la despoblación rural**. Al fortalecer la base tecnológica del comercio local, se consolidará una **economía digital** más dinámica, adaptada a los desafíos del siglo XXI y capaz de competir a nivel regional, nacional e internacional

1. Incorporación de estudios de casos prácticos

La incorporación de **casos de éxito** reales en el ámbito de la digitalización en zonas rurales es clave para motivar a los empresarios locales a adoptar las nuevas tecnologías. A continuación, se presentan algunos ejemplos que pueden inspirar a los comercios de **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña**.

Caso 1: Pueblos Remotos en Galicia

Un ejemplo reciente de éxito en la digitalización de áreas rurales lo encontramos en Galicia, donde varios pueblos pequeños, como **O Cebreiro**, han adoptado estrategias de **turismo rural digital**. A través de la creación de **plataformas de reservas online** y la promoción de sus servicios en redes sociales, estos pequeños pueblos han logrado captar la atención de **turistas internacionales**, aumentando significativamente sus ingresos.

Caso 2: Proyecto Digitalización Rural en Extremadura

En **Extremadura**, pequeños comercios han mejorado su **presencia online** mediante la formación en **marketing digital** ofrecida por programas regionales de apoyo al emprendimiento. Comercios locales de productos típicos, como el aceite de oliva o embutidos, lograron expandir sus mercados a nivel nacional gracias a la creación de **tiendas en línea** y el uso de **redes sociales** para promocionar sus productos.

Estos casos demuestran que el uso de herramientas digitales y la formación adecuada pueden **transformar el comercio rural**, haciéndolo más competitivo y sostenible.

2. Análisis financiero de la inversión en digitalización

Para que los empresarios puedan entender mejor los beneficios de invertir en la digitalización de sus comercios, es útil proporcionar un **análisis financiero** que ilustre el **retorno sobre la inversión (ROI)** y los beneficios económicos a corto, mediano y largo plazo.

Costos de digitalización

- **Desarrollo de sitios web**: El costo promedio de desarrollar un sitio web básico para un comercio pequeño oscila entre **500 y 1,500 euros**, dependiendo de la complejidad y las funciones requeridas (por ejemplo, integración de pagos online).
- **Software de gestión digital**: El costo de suscripción a herramientas de **gestión de inventarios** o **facturación digital** puede estar en el rango de **20 a 100 euros mensuales**, dependiendo del software elegido.

- **Publicidad digital**: Campañas pagadas en **Facebook** o **Google Ads** pueden requerir un presupuesto inicial de **100 a 500 euros mensuales**, según el objetivo de la campaña y el tamaño del público objetivo.

Beneficios esperados

- **Aumento de ventas**: Las estimaciones indican que los comercios que adoptan herramientas digitales y plataformas de e-commerce pueden incrementar sus ventas entre un **15% y 30%** en el primer año, según estudios de pequeñas empresas en entornos rurales.
- **Reducción de costos operativos**: La automatización de procesos como la facturación, la gestión de inventarios y el pago digital puede reducir costos operativos hasta en un **10-15%**, al reducir el tiempo dedicado a tareas administrativas.
- **Acceso a nuevos mercados**: La venta a través de plataformas online permite a los comercios acceder a **mercados regionales y nacionales**, ampliando su base de clientes en más de un **50%**, lo que genera una **mayor estabilidad económica**.

3. Perspectivas de futuro: Innovación y sostenibilidad

La digitalización no solo transforma el comercio actual, sino que también abre nuevas oportunidades a largo plazo, impulsando la **innovación** y promoviendo la **sostenibilidad económica y medioambiental**. Aquí exploramos cómo estas comarcas pueden beneficiarse de estos aspectos.

Innovación digital para el comercio

En el futuro, la adopción de tecnologías como el **big data**, la **automatización**, y la **inteligencia artificial** en el sector comercio rural permitirá a los empresarios tomar decisiones estratégicas basadas en el análisis de datos en tiempo real. Por ejemplo, el uso de **sensores en inventarios** para rastrear productos, o la aplicación de **chatbots** en la atención al cliente, puede optimizar los recursos humanos y mejorar la **eficiencia operativa**.

Sostenibilidad económica y medioambiental

La integración de herramientas digitales también puede contribuir a una **gestión más sostenible** de los recursos. Los comercios rurales pueden optimizar el uso de materias primas a través de **sistemas de gestión inteligentes**, minimizando el desperdicio. Además, la venta de productos locales a través de plataformas digitales puede reducir la **huella de carbono**, ya que se promueve el consumo local y regional en lugar de importar productos de zonas más alejadas.

A largo plazo, esto no solo generará empleos de mayor calidad, sino que también ayudará a preservar el entorno natural de las comarcas, lo que es especialmente relevante para aquellas que dependen del **turismo rural**.

4. Políticas públicas de apoyo y colaboración con instituciones

El éxito de una estrategia de digitalización también depende de las **políticas públicas** y la **colaboración con instituciones** locales y regionales. En este apartado, se proponen acciones concretas que pueden ser desarrolladas en colaboración con **la Diputación Provincial de Ávila**, **la Junta de Castilla y León**, y **el Gobierno de España**.

Subvenciones y ayudas

La Junta de Castilla y León ofrece actualmente ayudas y subvenciones destinadas a fomentar la **digitalización de pequeños comercios** en zonas rurales. Los empresarios de ambas comarcas podrían beneficiarse de programas como el **Plan de Transformación Digital de Castilla y León**, que ofrece hasta un **75% de financiación** para la implementación de tecnologías digitales en pequeños negocios. Estos programas podrían ser complementados con **incentivos fiscales** para aquellos comercios que contraten personal cualificado en tecnología y digitalización.

Colaboración con instituciones educativas

Una forma de garantizar el éxito de esta estrategia es crear **alianzas con universidades y centros educativos técnicos** en la región. A través de **programas de prácticas y formación dual**, los jóvenes estudiantes podrían trabajar en proyectos de digitalización con los comercios locales, lo que no solo ayudaría a los empresarios a implementar nuevas tecnologías, sino que también crearía oportunidades de **empleo cualificado** para las nuevas generaciones.

Infraestructura y conectividad

Es fundamental que las instituciones trabajen en mejorar la **infraestructura digital** de las comarcas, asegurando una **conectividad de alta calidad** en toda la región. El acceso a **internet de banda ancha** es esencial para que los comercios puedan implementar y gestionar sus herramientas digitales de manera eficiente.

5. Perspectivas de género y juventud

Aunque no estamos centrados exclusivamente en mujeres para esta estrategia, es importante incorporar una **perspectiva de género** y de **juventud** para garantizar la **inclusividad** en las oportunidades que surgen con la digitalización. Aquí se destacan dos enfoques clave:

Inclusión de mujeres en el empleo digital

Las políticas de empleo basadas en herramientas digitales deben promover la **igualdad de oportunidades** para mujeres y hombres, asegurando que las **mujeres empresarias** y trabajadoras en ambas comarcas puedan beneficiarse de las capacitaciones y las nuevas oportunidades de empleo. Se podría desarrollar un programa específico de formación digital dirigido a **mujeres rurales**, que les permita gestionar sus negocios o acceder a nuevos empleos en el ámbito digital.

Retención de jóvenes en las comarcas

La **fuga de talento joven** es un problema común en las zonas rurales. La digitalización ofrece una vía para que los jóvenes puedan acceder a **empleos de calidad** sin tener que abandonar sus pueblos. Los jóvenes tienen un nivel de **familiaridad con las herramientas digitales** más alto que las generaciones anteriores, lo que les convierte en **agentes clave** para la transformación digital de los comercios locales.

6. Visualización de resultados esperados a través de métricas

Para garantizar que la estrategia se esté implementando correctamente y que los resultados sean medibles, es crucial definir una serie de **KPIs (Indicadores Clave de Desempeño)**. Estos indicadores permitirán monitorizar el impacto de la digitalización en las comarcas y realizar ajustes estratégicos si es necesario.

Indicadores clave propuestos

- **Número de comercios digitalizados**: Medir cuántos comercios han implementado herramientas digitales básicas (sitio web, redes sociales, etc.).
- **Aumento de ventas online**: Evaluar el incremento de las ventas a través de plataformas de e-commerce.
- **Número de empleos creados**: Medir el crecimiento de empleos cualificados relacionados con el marketing digital, la gestión de e-commerce y el análisis de datos.
- **Participación en programas formativos**: Cuántos empresarios y empleados han recibido formación en competencias digitales y marketing online.
- **Aumento de visibilidad online**: Medir el tráfico web, la interacciónde clientes y la interacción en redes sociales de los comercios locales.

Evaluaciones trimestrales

Cada tres meses, se evaluarán los resultados obtenidos mediante encuestas y análisis de datos proporcionados por los comercios, lo que permitirá ajustar la estrategia según las necesidades emergentes.

ESTUDIO DE IDENTIFICACIÓN DEL PERFIL DE HERRAMIENTAS DIGITALES E IMPLEMENTACIÓN



"COMERCIO ACTIVO"

BARCO - PIEDRAHÍTA Y LA MORAÑA

Reflexión sobre la Identificación de Perfiles de Herramientas Digitales en las Comarcas de El Barco de Ávila-Piedrahíta y La Moraña

A partir del análisis de las encuestas realizadas en ambas comarcas, queda claro que, aunque el nivel de **familiaridad con las herramientas digitales** varía entre las zonas, hay un denominador común: la necesidad de **mejorar la adopción tecnológica** en el sector comercio para incrementar la competitividad, el empleo de calidad y la sostenibilidad económica.

Análisis de la encuesta y diagnóstico digital

Las encuestas revelan varias características de los comercios locales:

1. **Bajo nivel de adopción tecnológica**: En **El Barco de Ávila-Piedrahíta**, muchos comercios aún no tienen presencia digital significativa, con un uso limitado de redes sociales y una **escasa implementación de sitios web** o **plataformas de e-commerce**. La familiaridad con herramientas digitales se limita a usos muy básicos como **WhatsApp** o **Facebook** para la comunicación, lo que refleja una necesidad urgente de alfabetización digital básica y la integración de tecnologías más avanzadas.

2. **Mayor predisposición en La Moraña, pero con brechas**: En **La Moraña**, los empresarios muestran una **mayor predisposición** a usar herramientas digitales, aunque sigue habiendo áreas clave de mejora. La mayoría de los encuestados reporta utilizar redes sociales, pero las **actualizaciones son esporádicas** y no optimizan estas plataformas para generar ventas o atraer nuevos clientes. Además, aunque algunos tienen **sitios web**, estos a menudo carecen de optimización y actualización regular, lo que limita su efectividad.

3. **Demandas de formación digital**: En ambas comarcas, la mayoría de los empresarios indica que les gustaría mejorar sus competencias digitales, pero muchos no han recibido **formación formal en marketing digital** o **gestión de e-commerce**. Además, algunos manifiestan problemas con la **infraestructura tecnológica**, especialmente en lo que respecta a la **conectividad** y el acceso a herramientas tecnológicas de bajo costo.

4. **Sectores clave para la digitalización**: Sectores como la **alimentación**, **turismo rural**, **hostelería** y **comercio minorista** son los que tienen mayor potencial para aprovechar la digitalización. En particular, los sectores de **productos locales** y **turismo** requieren una mejor **presencia online**, optimización de **tiendas virtuales** y estrategias de marketing digital más avanzadas para atraer a un público externo.

Conclusión del diagnóstico

El comercio en estas comarcas se encuentra en una fase de **transformación tecnológica** que, aunque incipiente, tiene el potencial de generar **empleos de calidad** y expandir mercados si se implementan adecuadamente herramientas digitales. El desafío radica en cerrar la **brecha digital**, proporcionando **formación accesible** y **herramientas adecuadas** que permitan a los empresarios no solo mantenerse competitivos, sino también innovar.

Programa de Herramientas Digitales Aplicables a las Comarcas de El Barco de Ávila-Piedrahíta y La Moraña

En base al diagnóstico anterior, se propone un programa de **herramientas digitales** que se ajustan a las necesidades específicas de ambas comarcas, diseñado para mejorar la **presencia en línea**, optimizar la **gestión comercial** y fomentar el **empleo cualificado**.

1. Herramientas de presencia en línea

- **Google My Business**: Permite a los comercios ser **fácilmente localizables** a través de búsquedas en Google y Google Maps. Los comercios pueden gestionar su perfil de empresa, **añadir horarios**, fotos y actualizaciones, mejorando su **visibilidad local**.
    - **Aplicabilidad**: Ideal para comercios de **alimentación**, **servicios** y **hostelería** en ambas comarcas, ya que ayuda a mejorar la presencia local y la captación de clientes.
- **WordPress + WooCommerce**: Plataforma accesible para crear sitios web con opciones de **tienda online** integrada. WooCommerce permite gestionar el catálogo de productos, **procesar pagos** y gestionar envíos.
    - **Aplicabilidad**: Principalmente útil para comercios que quieran vender **productos locales** y **artesanías**. También es aplicable al **turismo rural**, ofreciendo opciones de **reservas online**.
- **Canva Pro**: Herramienta de diseño gráfico simplificada que permite crear contenido visual atractivo para redes sociales, folletos y páginas web. Ofrece plantillas personalizables y es ideal para pequeños empresarios sin experiencia en diseño.
    - **Aplicabilidad**: Tanto en **La Moraña** como en **El Barco**, los empresarios pueden crear contenido visual para promocionar sus productos o servicios en **Facebook**, **Instagram** y **sitios web**.

2. Herramientas de gestión comercial

- **Odoo**: Sistema ERP (Planificación de Recursos Empresariales) que integra la gestión de inventarios, ventas, facturación y marketing digital en una sola plataforma. Ideal para automatizar procesos y mejorar la eficiencia operativa.

    - **Aplicabilidad**: Adecuado para negocios más grandes en sectores de **alimentación** o **industria**, que manejan varios proveedores y necesitan optimizar la **gestión de inventarios**.
- **Trello** y **Slack**: Para la **gestión de proyectos** y **colaboración en equipo**. Trello permite gestionar tareas mediante tableros visuales y Slack facilita la comunicación en tiempo real, ideal para comercios con empleados que trabajen en proyectos de marketing o logística.

    - **Aplicabilidad**: Útil en sectores como **hostelería** y **turismo rural**, donde es necesario coordinar varios aspectos operativos de forma simultánea.
- **Shopify**: Plataforma de comercio electrónico ideal para pequeños negocios que desean iniciar una tienda online de manera fácil y rápida, con integración de **sistemas de pago**, gestión de inventarios y análisis de ventas.

    - **Aplicabilidad**: Ideal para los sectores de **artesanías**, **productos locales** y **agricultura**, permitiendo vender productos tanto a nivel regional como nacional.

3. Herramientas de marketing y análisis

- **Google Analytics**: Permite realizar un seguimiento del **rendimiento de los sitios web**, midiendo el tráfico, la procedencia de los visitantes y el comportamiento del cliente en el sitio. Esto ayuda a optimizar las estrategias de **SEO** y la **experiencia del usuario**.

    - **Aplicabilidad**: Fundamental para todos los comercios que gestionen **sitios web** o **plataformas de e-commerce**, permitiendo mejorar la **visibilidad online**.
- **Hootsuite**: Herramienta para la gestión y programación de **publicaciones en redes sociales**. Permite a los empresarios coordinar sus campañas de marketing en múltiples plataformas (Facebook, Instagram, Twitter) y **monitorizar su rendimiento**.

    - **Aplicabilidad**: Ideal para empresarios de **La Moraña**, quienes ya utilizan redes sociales, pero necesitan optimizar su uso y medir su efectividad para atraer más clientes.
- **Mailchimp**: Plataforma de **email marketing** que permite a los empresarios **crear campañas** para mantener a sus clientes informados de ofertas, eventos o nuevos productos. También ofrece herramientas de automatización para segmentar clientes.

    - **Aplicabilidad**: Útil para **comercios minoristas** y de **hostelería** en ambas comarcas, que desean mantener una **comunicación constante** con sus clientes y atraer visitantes con promociones.

Conclusión

El perfil de herramientas digitales que se puede aplicar en ambas comarcas refleja la necesidad de adoptar soluciones que vayan desde la **alfabetización digital básica** hasta herramientas más avanzadas que permitan mejorar la **gestión operativa** y la **presencia en línea**. Implementar este programa de herramientas permitirá a los empresarios locales modernizar sus comercios, optimizar su **rentabilidad**, y, al mismo tiempo, generar **empleos cualificados** que fortalezcan el tejido económico local.

Plan de Implementación Paso a Paso de Herramientas Digitales para Comercios en las Comarcas de El Barco de Ávila-Piedrahíta y La Moraña, en condiciones ideales de tiempos

El siguiente plan está diseñado para guiar a los comercios locales en la **adopción gradual de herramientas digitales** que mejoren su competitividad, gestión y presencia en línea. El plan se estructura en **cinco fases** que permiten una implementación ordenada y escalable, adaptada a los diferentes niveles de familiaridad con la tecnología que poseen los empresarios en ambas comarcas.

Fase 1: Diagnóstico y Preparación (1-2 meses)

Objetivos de la fase

- Realizar un **diagnóstico personalizado** de cada comercio, identificando sus necesidades y oportunidades de mejora en digitalización.
- Crear un plan de acción individualizado para cada negocio.

Acciones a seguir

1. **Encuesta diagnóstica inicial**: Cada empresario rellenará una encuesta para determinar su **nivel de adopción tecnológica** actual y las áreas donde necesita formación o herramientas digitales específicas (presencia en redes sociales, e-commerce, automatización).

2. **Análisis de la infraestructura**: Evaluar las **condiciones tecnológicas actuales** de cada negocio (conectividad a internet, hardware disponible, uso de software). Esto incluye revisar si el comercio tiene **acceso a banda ancha** y si cuenta con ordenadores o dispositivos suficientes para implementar las nuevas herramientas.

3. **Asesoría personalizada**: A través de **consultores especializados**, cada comercio recibirá recomendaciones específicas sobre **qué herramientas digitales** implementar primero, en función de su sector y tamaño.

Resultado esperado

- Un **informe detallado** de las necesidades digitales de cada comercio y un plan de implementación personalizado.

Fase 2: Formación Inicial y Alfabetización Digital (2-3 meses)

Objetivos de la fase

- Proporcionar una **alfabetización digital básica** a los empresarios y empleados.
- Asegurar que todos los comercios puedan utilizar **herramientas digitales fundamentales**.

Acciones a seguir

1. **Talleres de alfabetización digital**: Ofrecer talleres sobre **uso básico de internet**, correo electrónico, **navegación en plataformas digitales** y uso de redes sociales (Facebook, Instagram) para negocios. Esto garantizará que todos los empresarios y empleados tengan una base sólida en las herramientas más accesibles.

2. **Introducción a la presencia online**: Enseñar a los empresarios a crear y gestionar perfiles en **Google My Business** y en redes sociales. Esto incluye cómo actualizar información relevante, añadir fotos, horarios, y cómo **interactuar con clientes** en línea.

3. **Capacitación en ciberseguridad básica**: Dado que muchos empresarios estarán entrando al entorno digital por primera vez, es crucial incluir formación en **ciberseguridad** para proteger sus negocios en línea.

Resultado esperado

- **Comercios activos en redes sociales** y directorios como **Google My Business**, con un nivel básico de habilidades digitales para interactuar con sus clientes online.

Fase 3: Implementación de Herramientas Básicas de Gestión y Ventas (3-5 meses)

Objetivos de la fase

- Implementar **herramientas de gestión digital** para optimizar la administración de los negocios.
- Comenzar a desarrollar **tiendas online** para aquellos comercios con productos vendibles a distancia.

Acciones a seguir

1. **Introducción de software de gestión**: Para los comercios que requieren un mayor control de sus inventarios y finanzas, se implementarán herramientas como **Odoo** o **Zoho** para la **gestión de inventarios**, **ventas**, y **facturación digital**.

2. **Creación de tiendas online**: Para los comercios en sectores como **alimentación**, **productos locales**, o **artesanías**, se ofrecerá soporte para la creación de **tiendas online** en plataformas como **WooCommerce** o **Shopify**. Esto incluirá formación en la gestión de inventarios online, integración de **pasarelas de pago** y cómo realizar envíos.

3. **Optimización de redes sociales**: Aquellos comercios que ya utilizan redes sociales aprenderán a mejorar su **contenido visual** mediante herramientas como **Canva** y **Hootsuite**. Esto les permitirá programar publicaciones, gestionar anuncios pagados y mejorar la **calidad de su contenido**.

Resultado esperado

- Comercios con **tiendas online activas** y herramientas de gestión digital integradas en su día a día, permitiendo **automatizar procesos** y **vender productos a mayor escala**.

Fase 4: Expansión Digital y Marketing Avanzado (5-8 meses)

Objetivos de la fase

- Fortalecer la **presencia online** mediante estrategias avanzadas de marketing digital.
- Implementar **análisis de datos** para optimizar las estrategias comerciales.

Acciones a seguir

1. **Formación en marketing digital avanzado**: A través de talleres específicos, los empresarios aprenderán a crear campañas de **Google Ads** y **Facebook Ads**, a usar **Google Analytics** para medir el rendimiento de sus sitios web y redes sociales, y a optimizar el **SEO** de sus tiendas online para atraer más clientes.

2. **Estrategias de email marketing**: Introducción a herramientas como **Mailchimp** para mantener una comunicación constante con clientes a través de **boletines de noticias**, ofertas especiales y actualizaciones del negocio.

3. **Optimización de la experiencia de usuario (UX)**: Para aquellos comercios con sitios web ya establecidos, se ofrecerá asesoramiento para mejorar la **navegación web**, asegurar que el sitio sea **móvil-friendly** y mejorar el proceso de compra en línea.

Resultado esperado

- Comercios con estrategias de **marketing digital avanzadas**, mayor visibilidad en motores de búsqueda y **contenido digital optimizado** para atraer clientes de manera eficiente.

Fase 5: Monitorización y Evaluación Continua (8-12 meses y en adelante)

Objetivos de la fase

- Asegurar una **evaluación continua** de los resultados obtenidos.
- Ajustar y perfeccionar las herramientas digitales según las necesidades emergentes de los comercios.

Acciones a seguir

1. **Evaluaciones trimestrales**: Se realizarán revisiones cada tres meses para medir los **resultados de las herramientas digitales implementadas** (aumento en ventas, tráfico web, interacciones en redes sociales, etc.).

2. **Asesoría de mejora continua**: Los comercios recibirán **soporte técnico continuo** para resolver problemas o ajustar las herramientas según los resultados obtenidos.

3. **Ajuste y expansión de herramientas**: En función de los resultados, algunos comercios podrían optar por implementar herramientas adicionales, como **automatización de marketing** o **análisis de datos avanzados**.

Resultado esperado

- Comercios con una **estrategia digital sólida**, que continúan optimizando sus operaciones y su **presencia online**, asegurando un crecimiento constante.

Dinamización -Plan de Formación Online para Comerciantes en las Comarcas de El Barco de Ávila-Piedrahíta y La Moraña, en tiempo record

Debido a la limitación de tiempo para implementar las herramientas digitales, hemos diseñado una formación rápida en formato online basada en **módulos cortos** que proporcionen a los comerciantes una formación mínima pero efectiva. Esta formación estará orientada a ofrecer conocimientos esenciales en el uso de herramientas digitales, la gestión de redes sociales y la implementación de estrategias básicas de comercio electrónico.

Estructura de la Formación Online

La formación se dividirá en **cinco módulos** clave, cada uno de los cuales abordará un aspecto fundamental de la digitalización para los comerciantes. Cada módulo tendrá una duración de **2 horas**, por lo que el curso completo podrá realizarse en **10 horas distribuidas en 5 sesiones**. Los módulos estarán disponibles en formato **vídeo**, **guías descargables**, y **actividades prácticas**.

Módulo 1: Introducción a la Digitalización en el Comercio

Duración: 2 horas
Objetivo: Proporcionar a los comerciantes una visión general de la importancia de la digitalización y las oportunidades que ofrece para sus negocios.
Contenidos:

- ¿Qué es la digitalización y por qué es importante para el comercio rural?
- Beneficios clave de la digitalización: mejora en la visibilidad, ventas y eficiencia operativa.
- Ejemplos de casos de éxito en comercios rurales.
- Introducción a herramientas básicas (Google My Business, WhatsApp Business).
- **Actividad práctica:** Creación de un perfil en Google My Business.

Módulo 2: Presencia en Redes Sociales

Duración: 2 horas
Objetivo: Enseñar a los comerciantes cómo crear y gestionar perfiles efectivos en redes sociales para atraer y retener clientes.
Contenidos:

- ¿Qué redes sociales son más útiles para el comercio? (Facebook, Instagram, etc.)
- Cómo crear y optimizar un perfil de empresa en redes sociales.

- Estrategias para aumentar seguidores y generar interacción.
- Introducción a la creación de contenido visual atractivo (Canva).
- **Actividad práctica:** Creación de una publicación en Facebook o Instagram para promocionar un producto o servicio.

Módulo 3: Creación de Tiendas Online con Shopify o WooCommerce

Duración: 2 horas
Objetivo: Ayudar a los comerciantes a montar una tienda online básica para vender productos o servicios.
Contenidos:

- Introducción a Shopify y WooCommerce: ¿cuál elegir?
- Pasos para crear una tienda online desde cero.
- Gestión de productos: inventarios, descripciones y precios.
- Integración de pasarelas de pago seguras.
- **Actividad práctica:** Creación de una tienda online sencilla con al menos un producto disponible.

Módulo 4: Marketing Digital Básico

Duración: 2 horas
Objetivo: Enseñar a los comerciantes las estrategias más sencillas para promover sus negocios en línea de manera efectiva.
Contenidos:

- Introducción al marketing digital: conceptos básicos.
- Cómo lanzar una campaña publicitaria en Facebook Ads.
- Uso de Google My Business para mejorar el SEO local.
- Herramientas para medir el rendimiento de las campañas (Google Analytics, Insights).
- **Actividad práctica:** Creación de una campaña publicitaria simple en Facebook Ads.

Módulo 5: Ciberseguridad Básica para Comercios

Duración: 2 horas
Objetivo: Proporcionar a los comerciantes los conocimientos esenciales sobre cómo proteger su negocio y sus datos en el entorno digital.
Contenidos:

- ¿Qué es la ciberseguridad y por qué es importante para los comercios?
- Buenas prácticas de seguridad: contraseñas seguras, software actualizado.
- Cómo proteger los datos de clientes y transacciones en línea.
- Identificación de fraudes y amenazas comunes.
- **Actividad práctica:** Aplicación de medidas básicas de seguridad en el sitio web y redes sociales del negocio.

Formato de los Módulos

- **Modalidad:** 100% online a través de una plataforma de aprendizaje (Google Classroom, Moodle, o similar).
- **Materiales:** Cada módulo contará con un vídeo explicativo, una guía descargable y una actividad práctica. Los comerciantes podrán seguir el curso a su propio ritmo.
- **Tutorías en línea:** Se habilitará un espacio de **tutorías en línea** para que los comerciantes puedan hacer preguntas y recibir asesoramiento personalizado sobre la implementación de las herramientas.

Evaluación y Certificación

Al finalizar el curso, los comerciantes podrán realizar una evaluación simple para medir sus **conocimientos adquiridos**. Aquellos que completen todos los módulos y realicen las actividades recibirán un **certificado de participación**.

Cronograma Sugerido

- **Semana 1:** Módulo 1 (Introducción a la Digitalización).
- **Semana 2:** Módulo 2 (Presencia en Redes Sociales).
- **Semana 3:** Módulo 3 (Creación de Tiendas Online).
- **Semana 4:** Módulo 4 (Marketing Digital).
- **Semana 5:** Módulo 5 (Ciberseguridad).

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN Y PUESTA EN VALOR DEL PROGRAMA EMPLEO DE CALIDAD EN EL SECTOR COMERCIO



"COMERCIO ACTIVO"

BARCO - PIEDRAHÍTA Y LA MORAÑA

Introducción sobre el Programa

El **Programa de Empleo de Calidad en el Sector Comercio** surge como una iniciativa para mejorar la competitividad y sostenibilidad de los comercios locales de las comarcas de **El Barco de Ávila-Piedrahíta** y **La Moraña**. El objetivo principal es impulsar el desarrollo de empleos de calidad mediante la **digitalización de los comercios** y la adopción de herramientas tecnológicas que permitan a empresarios y empleados mejorar sus habilidades y aumentar la **eficiencia operativa**.

Este programa está dirigido a comerciantes, emprendedores y pequeños empresarios, ofreciendo **formación y asesoramiento** en el uso de herramientas digitales, la gestión de tiendas online, estrategias de marketing digital y medidas de ciberseguridad para garantizar la competitividad y el crecimiento del comercio rural.

Con el respaldo de instituciones locales como la **Diputación de Ávila**, y dentro de la iniciativa **#comercioactivo**, esta campaña busca sensibilizar a la población sobre la importancia de apostar por la **digitalización del comercio rural** para generar empleos sostenibles, mejorar las condiciones laborales y frenar la despoblación rural.

Posts para Redes Sociales (Facebook e Instagram)

A continuación, se presentan **80 posts** para **Facebook y Twitter** que podrán ser utilizados como parte de la campaña de difusión. Los posts están diseñados para ser atractivos, con **emojis** y **hashtags** relevantes que faciliten la visibilidad y el compromiso del público.

Posts sobre la importancia del empleo de calidad y la digitalización

1. 💼📲 ¡El futuro del comercio rural pasa por la digitalización! Con herramientas digitales, podemos mejorar la competitividad de nuestros comercios y generar empleo de calidad en #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña. 🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
2. ¿Sabías que la digitalización puede ayudarte a atraer más clientes? ¡Aprende a crear tu tienda online y no te quedes atrás! 🛒💻 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
3. El programa de **empleo de calidad** para el comercio rural busca que nuestros comercios crezcan con tecnología. ¿Te sumas al cambio? 🌱📊 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
4. 💡📱 ¡Digitaliza tu comercio y da el salto a nuevos mercados! Con las herramientas adecuadas, mejorarás tu presencia online y generarás más empleo en tu negocio. 🌍🛍️ #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
5. ¡Empleos de calidad, comercios digitales! 💼🌐 Descubre cómo la digitalización puede transformar el comercio rural en #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

6. 🌍📲 Hoy en día, un comercio sin presencia digital es como una tienda sin escaparate. ¡Únete a la revolución digital! #ComercioActivo #HaciendoProvincia #DiputacionDeAvila
7. 💼 El futuro del empleo en el comercio rural está en la digitalización. 🌱 ¿Estás listo para adaptarte? #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
8. 📱🚀 ¡Transforma tu negocio con el programa de digitalización! Crece con tu tienda online y llega a más clientes. 🛒💡 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
9. Empleo de calidad = empleados mejor formados 💻📊. ¡Digitaliza tu comercio y mejora la competitividad en #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
10. 🌟 ¡El comercio digital está lleno de oportunidades! Aprende a vender online y mejora tu empleo en el sector comercio. 🛍️🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

Posts sobre formación y herramientas digitales

11. 💻 ¿Conoces las herramientas que pueden transformar tu comercio? Te enseñamos a utilizar plataformas de e-commerce como **WooCommerce** y **Shopify**. 🛒📈 #ComercioActivo #HaciendoProvincia #DiputacionDeAvila
12. 📊 ¿Sabías que la digitalización reduce costos y aumenta la eficiencia? 💡 ¡Inscríbete en nuestra formación online y aprende a utilizar herramientas como Odoo! 🖥️ #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
13. 📚 Aprende desde casa con nuestra formación online en marketing digital y tiendas online. 🏠📈 ¡Mejora tu comercio en unos pocos pasos! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
14. ¿Sabías que puedes gestionar tu inventario desde cualquier lugar? 📱💼 ¡Con herramientas como Odoo, la digitalización nunca fue tan fácil! 🌍 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
15. 🌐💻 ¡Mejora la visibilidad de tu comercio con un sitio web optimizado y presencia en redes! Aprende a crear tu tienda online en nuestros talleres. 🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
16. ¿Estás listo para digitalizar tu comercio? 📲💡 ¡Aprende a gestionar tus redes sociales y vender online con nuestras formaciones! #ComercioActivo #HaciendoProvincia #DiputacionDeAvila
17. 🎓 ¡Formación online en ciberseguridad para tu comercio! Protege tus datos y mejora la confianza de tus clientes. 🔐💼 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
18. ¡Aprende a gestionar tu comercio desde tu móvil! 📱🛍️ ¡Únete a nuestros cursos de herramientas digitales y transforma tu negocio! 🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
19. ¡Convierte tu tienda en un comercio digital! Con nuestra formación, podrás empezar a vender online en solo unos días. 📈🛒 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

20. 📱🛍️ ¡No dejes que la digitalización te asuste! Nosotros te guiamos paso a paso para que saques el máximo partido a las herramientas digitales. #ComercioActivo #HaciendoProvincia #DiputacionDeAvila

Posts sobre el impacto de la digitalización en el empleo

21. 📊 El comercio digital no solo mejora las ventas, también crea nuevos empleos y oportunidades de formación. 💼📱 ¡Súmate al cambio! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
22. 👩👨 La digitalización del comercio rural crea oportunidades de empleo de calidad. 💻🌱 ¡Es el momento de adaptarse y crecer! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
23. 💼💡 ¡Empleos de calidad y más oportunidades! Con la digitalización del comercio, generamos empleos más estables y bien remunerados. 🛍️🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
24. ¿Sabías que digitalizar tu comercio puede aumentar la rentabilidad y crear empleo? 📈💼 ¡Aprovecha esta oportunidad! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
25. 📱💼 Con la digitalización, no solo optimizas tu negocio, sino que también generas empleo en sectores como el marketing y la tecnología. 🌍📊 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
26. 🌱 ¡Empleos mejor remunerados y más estables! La digitalización transforma no solo el comercio, sino también las oportunidades laborales. 💼💡 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
27. 🚀💼 Digitaliza tu comercio y crea nuevos empleos en áreas como la gestión de redes sociales, marketing digital y atención al cliente. 🛒📱 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
28. 🌐👨‍💼 La tecnología está creando empleos que no existían hace unos años. ¡Digitaliza tu comercio y crea nuevas oportunidades de empleo! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
29. 📱 ¡Digitalizar no solo es mejorar ventas, también es abrir las puertas a nuevas formas de empleo en el sector comercio! 💼🌱 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
30. 💼 Con la digitalización del comercio, estamos preparando el camino para empleos de calidad, tanto en **El Barco de Ávila** como en **La Moraña**. 🌐🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

Posts sobre el impacto en las comarcas y el territorio

31. 🌍📈 ¡El comercio digital es la clave para el crecimiento de #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña! Apostemos por el empleo de calidad en nuestras comarcas. 💼🌱 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia

32. 💼 ¡El futuro del comercio rural ya está aquí! Con la digitalización, nuestras comarcas tendrán más oportunidades y empleo. 🌱📲 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
33. 💡 Continuando con los posts para redes sociales y siguiendo el esquema planteado:

Posts sobre el impacto en las comarcas y el territorio (continuación)

31. 🌍📈 ¡El comercio digital es la clave para el crecimiento de #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña! Apostemos por el empleo de calidad en nuestras comarcas. 💼🌱 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
32. 💼 ¡El futuro del comercio rural ya está aquí! Con la digitalización, nuestras comarcas tendrán más oportunidades y empleo. 🌱📲 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
33. 💡 Las comarcas de #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña están listas para dar el salto a la era digital. ¡Digitaliza tu negocio y contribuye al crecimiento de la región! 🌍🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
34. 🏞️📲 ¡La digitalización es el puente entre el pasado y el futuro de nuestras comarcas! #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña avanzan hacia el empleo de calidad. 💼💡 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
35. 💼🌱 Apostar por el comercio digital en #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña es apostar por el futuro de nuestras comarcas. ¡Un comercio más fuerte y sostenible! 🌍🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

Posts sobre la sostenibilidad y la digitalización

36. 🌱 La digitalización del comercio en zonas rurales es clave para la **sostenibilidad económica** y el crecimiento a largo plazo. 🚀📲 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
37. 📲💼 ¡Un comercio digitalizado es un comercio más eficiente! Ahorra tiempo, reduce costos y mejora la sostenibilidad en el sector comercio. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
38. 🌍🌱 ¿Sabías que con la digitalización podemos hacer el comercio más sostenible? ¡Únete a la transformación! 💡📲 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
39. 📊 Con la digitalización reducimos la huella de carbono 🌍 y ayudamos a mantener el equilibrio en nuestras comarcas. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
40. 🌍💻 Apostar por la digitalización es mejorar el comercio y cuidar el entorno. ¡Mejora tu presencia online y haz tu negocio más sostenible! 🌱 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

Posts sobre digitalización y formación

41. 📚🌍 ¡Inscríbete en nuestra formación online gratuita! Aprende a usar herramientas digitales para transformar tu comercio en #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña. 💼🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
42. ¿Te gustaría aprender a gestionar tu tienda online? 🛒📈 ¡En nuestros talleres, te enseñamos a usar Shopify y WooCommerce! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
43. 📲📚 ¡Formación 100% online! Aprende a digitalizar tu comercio y optimizar tu presencia en redes sociales en solo 10 horas. ¡Apúntate ahora! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
44. 🚀 ¡Transforma tu negocio en digital! Aprende desde casa a gestionar redes sociales, crear campañas de marketing y vender online. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
45. 📈📱 ¿Sabías que una tienda online puede aumentar tus ventas hasta en un 30%? 💼 Aprende cómo en nuestros talleres digitales. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
46. 💼📲 ¡Inscríbete en nuestros cursos y aprende a digitalizar tu comercio! Desde redes sociales hasta tiendas online, todo lo que necesitas para crecer. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
47. 🌱 Con la digitalización, mejoramos las ventas y generamos empleos. 📈 ¡Apúntate a nuestra formación y crece con tu negocio! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
48. 📊 ¡La clave del éxito en el comercio es estar en línea! Aprende con nosotros a crear y gestionar tu tienda online. 🛍️💻 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
49. ¿Sabías que las redes sociales pueden ayudarte a vender más? 📲💼 Descubre cómo en nuestros talleres online gratuitos. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
50. 🚀📊 ¡El comercio digital es el futuro! Mejora tus habilidades con nuestra formación online en herramientas digitales. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

Posts sobre el impacto en las comarcas y la economía local

51. 🌍💼 La digitalización es la clave para mejorar el comercio rural y generar empleo de calidad. 📈 ¡Únete a la transformación en #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
52. 🏞️🌍 #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña tienen un futuro brillante gracias a la digitalización del comercio. ¡Únete al cambio! 🚀📈 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
53. 🌱📲 ¡El comercio rural tiene más fuerza que nunca con la digitalización! Mejora tu negocio y tu comarca. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
54. 💼🌍 ¡Los comercios rurales son el corazón de nuestras comarcas! Con la digitalización, podremos hacerlos más fuertes y sostenibles. 🚀📈 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

55. 📊 ¡El comercio digital impulsa el empleo en las zonas rurales! Con el programa de digitalización, estamos generando nuevas oportunidades en #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña. 💼🌱 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
56. 🌍💻 ¡Nuestros pequeños comercios tienen el poder de crecer gracias a la digitalización! #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña están en pleno cambio. 🚀💼 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
57. 🌱📊 Con más formación y herramientas digitales, nuestros comercios podrán competir en igualdad de condiciones en el mercado digital. ¡Es el momento! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
58. 🏞️ ¡Nuestros pueblos necesitan comercios fuertes! La digitalización permite que nuestras comarcas sigan vivas. 🌍💻 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila #HaciendoProvincia
59. 💼🌍 Apuesta por el futuro de tu negocio y tu comarca con la digitalización. ¡El programa de empleo de calidad está aquí para ayudarte! 🚀📊 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
60. 🌱 Con la digitalización del comercio rural, estamos construyendo un futuro sostenible para nuestras comarcas. 🌍💼 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

Posts sobre la importancia del marketing digital

61. 📊 ¿Tu negocio tiene redes sociales? ¡Es hora de utilizarlas para vender más! 📱💼 Aprende cómo en nuestros talleres. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
62. 🚀 ¿Sabías que el marketing digital puede duplicar tus ventas? Aprende con nosotros a lanzar campañas en Facebook y Google. 📈📱 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
63. 💻📊 ¡Aumenta tu visibilidad online y consigue más clientes! Únete a nuestra formación y aprende a crear campañas efectivas. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
64. 📱🌍 El marketing digital es clave para el éxito de los comercios rurales. Aprende a crear contenido atractivo que capte la atención de tus clientes. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
65. 💼🌱 ¡Aprovecha el poder de las redes sociales! Descubre cómo mejorar la imagen de tu comercio y atraer más clientes con marketing digital. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
66. 🚀 Con el marketing digital, tu negocio puede llegar mucho más lejos. 💡 ¡Inscríbete en nuestros talleres y comienza a crecer hoy! 📱 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
67. 💼🌍 ¿Ya estás vendiendo en línea? Aprende a promocionar tus productos en redes sociales y duplica tu alcance. 🚀📲 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
68. 📊 Las herramientas de marketing digital son esenciales para cualquier negocio. ¡Descubre las claves del éxito en nuestro curso! 💼🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

69. 🌍💡 ¡Mejora tu presencia digital y lleva tu negocio al siguiente nivel! La digitalización es la clave del crecimiento en el comercio rural. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
70. 📱💼 ¿Cómo atraer más clientes a tu tienda? Con el marketing digital, puedes llegar a más personas sin importar dónde estén. 🌍🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

Posts sobre tiendas online y comercio electrónico

71. 💼🛒 ¿Aún no tienes una tienda online? ¡Es el momento de crearla! Aprende con nosotros a vender productos y servicios en internet. 🚀📲 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
72. 🛍️💻 El comercio electrónico es el futuro de las ventas. ¡No te quedes atrás y lanza tu tienda online con nuestra ayuda! 📈 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
73. 📲🌍 Vender en línea nunca ha sido tan fácil. Aprende a crear una tienda online en solo unos pasos con WooCommerce o Shopify. 🛒💻 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
74. 🚀💼 ¡Lleva tu negocio al mundo digital! Con una tienda online, puedes vender productos en todo el país. Aprende a crearla con nosotros. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
75. 🌍🛍️ ¿Sabías que el comercio electrónico puede aumentar tus ventas significativamente? ¡Súmate al cambio con nuestro programa de digitalización! 🚀💼 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
76. 💻🛒 ¡Empieza a vender en línea hoy mismo! Te enseñamos cómo crear una tienda online que funcione. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
77. 🌱📈 Con la venta online, puedes alcanzar nuevos mercados sin salir de tu pueblo. 💡💻 ¡Crea tu tienda online con nuestra ayuda! #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
78. 💼🚀 ¡Transforma tu comercio en un negocio digital! Aprende a gestionar pedidos y pagos online con Shopify. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
79. 📲🌍 ¡Vender productos locales online es posible! Te ayudamos a crear una tienda en línea y mejorar la visibilidad de tu negocio. #ComercioActivo #DiputacionDeAvila
80. 🌍💼 La digitalización del comercio rural está a solo un clic de distancia. Aprende a crear tu tienda online y lleva tus productos al mundo. 🚀 #ComercioActivo #DiputacionDeAvila

Cartelería para la campaña

Para la **campaña de cartelería**, podríamos emplear los siguientes mensajes breves y efectivos que se alineen con los posts en redes sociales. Estos carteles estarían dirigidos a informar y motivar a los empresarios y ciudadanos locales a participar activamente en el programa.

Título: ¡Digitaliza tu negocio, crea empleo de calidad!

Mensaje: Con el Programa de Empleo de Calidad, digitaliza tu comercio y aumenta tu competitividad. Formación en herramientas digitales, marketing online y ciberseguridad. ¡No te quedes atrás! 🌱💻

Título: El futuro del comercio es digital

Mensaje: Aprende a usar plataformas de e-commerce y redes sociales para hacer crecer tu negocio. ¡Más ventas, mejor gestión y nuevos empleos! 🌍📈

Título: Formación gratuita en digitalización para comercios rurales

Mensaje: Inscríbete en nuestros cursos online de herramientas digitales y marketing digital. ¡Fomenta el empleo de calidad en tu comunidad! 🚀📚

Título: ¡Comercios digitales, comarcas sostenibles!

Mensaje: Digitaliza tu comercio y contribuye al desarrollo sostenible de #ElBarcodeÁvila y #LaMoraña. ¡Un futuro mejor para todos!

Transforma tu negocio en digital
Digitaliza tu comercio y accede a nuevos mercados a través de nuestra formación gratuita. Aprende a crear tiendas online y mejorar tu presencia en redes sociales. ¡El futuro es digital!

Formación en digitalización
Aprovecha nuestra formación online y gratuita para aprender a gestionar redes sociales, crear campañas publicitarias y lanzar tu propia tienda online. ¡Inscríbete ya!

Impulsa tu comercio rural
Con la digitalización, tu comercio puede llegar más lejos. Descubre las herramientas digitales que harán crecer tu negocio y generar empleo en tu comunidad.

Empleo de calidad en el comercio rural
La digitalización es la clave para generar empleo de calidad en nuestras comarcas. Mejora tus habilidades y accede a oportunidades de empleo en el sector digital.

Comercios más fuertes, comarcas más vivas
Digitalizar tu comercio no solo mejora tus ventas, sino que fortalece nuestra comunidad. Participa en nuestro programa y contribuye al futuro de tu comarca.

La digitalización es el futuro
Los comercios que se adaptan al mundo digital son más competitivos y sostenibles. Inscríbete en nuestros cursos y lleva tu negocio al siguiente nivel.

Herramientas digitales para tu comercio
Aprende a utilizar herramientas como WooCommerce, Shopify y Google My Business para hacer crecer tu negocio. La formación es gratuita y 100% online.

Protege tu negocio con ciberseguridad
Asegura tu comercio con nuestras formaciones en ciberseguridad. Protege los datos de tus clientes y las operaciones de tu tienda online.

Marketing digital para aumentar tus ventas
¿Sabes cómo atraer más clientes? Con el marketing digital, puedes promocionar tu comercio y aumentar tus ventas. Aprende con nosotros cómo hacerlo.

La sostenibilidad empieza con la digitalización
Digitaliza tu comercio y contribuye al desarrollo sostenible de nuestras comarcas. La tecnología es la clave para crecer y cuidar el entorno.

MODELOS 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"

Con el Programa de Empleo de Calidad, digitaliza tu comercio y aumenta tu competitividad. Formación en herramientas digitales, marketing online y ciberseguridad



El futuro del comercio es digital

@comercioactivodipuavila

Comercio Activo Diputación Ávila

diputacionavila@comercioactivo.org