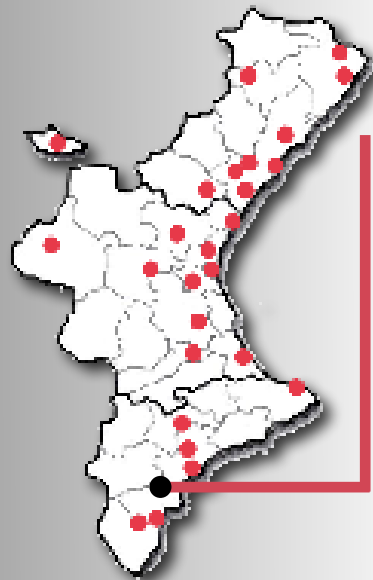


ACUERDO TERRITORIAL DE EMPLEO EN LA  
COMUNIDAD VALENCIANA  
TÉRMINO MUNICIPAL DE ELCHE



ACUERDO TERRITORIAL DE EMPLEO  
EN LA COMUNIDAD VALENCIANA  
TÉRMINO MUNICIPAL DE ELCHE

Fecha de constitución:

Año 2016

Entidades adheridas:

Unión General de Trabajadores (UGT).  
La Confederación Sindical de Comisiones Obreras (CCOO).  
La Confederación Empresarial de la Provincia de Alicante (COEPA). El Excmo. Ayuntamiento de Elche.

Modelo de organización de pacto o acuerdo:

El acuerdo se enmarcó a través de la ORDEN 12/2016, de 29 de julio, de la Consellería de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, por la que se establecen las bases reguladoras del programa de fomento de los acuerdos territoriales en materia de empleo y desarrollo local en la Comunidad Valenciana así como en la RESOLUCIÓN de 13 de octubre de 2016, del director general del Servicio Valenciano de Empleo y Formación, por la que se convocan para el ejercicio 2016 las subvenciones destinadas a fomentar los acuerdos territoriales en materia de empleo y desarrollo local en la Comunidad Valenciana, reguladas en la Orden 12/2016, de 29 de julio, de la Consellería de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo.

Señalar que las decisiones fueron tomadas conjuntamente entre los cuatro miembros firmantes del mismo y desarrolladas por personal contratado por el Ayuntamiento de Elche.

www.

# ACUERDO TERRITORIAL DE EMPLEO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

## TÉRMINO MUNICIPAL DE ELCHE



**Ajuntament d'Elx**

1. PROFESIONALES DE CONTACTO:

<b>Responsable:</b>	Miguel Ángel Miralles Amorós
<b>Cargo:</b>	Jefe de Sección
<b>Dirección:</b>	C/Uberna, 2. Bajo - 03202 Elche
<b>Teléfono:</b>	96 665 80 40
<b>Email:</b>	empleo@ayto-elche.es

## 1. CONTEXTUALIZACIÓN DEL TERRITORIO

El municipio ilicitano tiene un territorio de 326,07 km<sup>2</sup>, situado en una localización geográfica y económica estratégica. Elche ocupa la posición 14 de las ciudades españolas, y la tercera sin contar a las capitales de provincia, en cuanto a población.

La ciudad está formada por un núcleo urbano compacto que se ubica en el centro del municipio, compuesto por diferentes barrios; por un conjunto de pedanías de diverso tamaño y población residente; y una gran cantidad de viviendas diseminadas por todo el ámbito territorial.

Está situado en la provincia de Alicante, siendo la capital de la comarca del Baix Vinalopó.

El Diagnóstico del Territorio se ha realizado teniendo en cuenta dos grandes apartados:

- Análisis del Diagnóstico con perspectiva territorial Análisis del Diagnóstico con perspectiva laboral
- Dentro del Diagnóstico con perspectiva territorial se tuvo en cuenta distintos indicadores (superficie municipal, población total, densidad de población, ...). Los mismos se encuentran detallados en la siguiente tabla.

Indicadores básicos	Valor	Fecha	Fuente
Población total	227.659	01/01/2016	INE
Mujeres	50,4	01/01/2016	
Hombres	49,6	01/01/2016	
Variación población (%)	0,2	2015_2016	INE_Ayuntamiento Elche
Superficie municipal (km <sup>2</sup> )	326,1	2016	Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana
Densidad de población (hab/km <sup>2</sup> )	698	2016	Ayuntamiento Elche
Tasa de natalidad (nº de nacimientos x cada mil habitantes)	9,9	2015	Ayuntamiento Elche
Tasa de mortalidad (nº de defunciones x cada mil habitantes)	7,5	2015	Ayuntamiento Elche
Saldo migratorio	669	2015	Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana

Población extranjera	21.638	01/01/2016	Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana
Marruecos (%)	19,4	01/01/2016	INE_Ayuntamiento Elche
Rumanía (%)	17,3	01/01/2016	INE-Ayuntamiento Elche
Población menor de 16 años (%)	17,4	01/01/2016	INE-Ayuntamiento Elche
Población de 16 a 64 años (%)	66,9	01/01/2016	INE-Ayuntamiento Elche
Población de 65 y más años (%)	15,7	01/01/2016	INE-Ayuntamiento Elche

Por lo que respecta al análisis del diagnóstico con perspectiva laboral, se tuvieron en cuenta distintos ítems.

Encuanto a los sectores económicos y el empleo generado dentro de los mismos, entre el año 2012 y el 2016, se aprecia un incremento en el número de trabajadores afiliados en la Seguridad Social en todos los sectores. En número absolutos, el sector servicios pasó de 45.373 a 56.324 y el sector industrial de 11.322 a 14.602. Con un menor aumento, se encuentran los sectores de la construcción (de 4.192 a 4.346) y la agricultura (de 1.977 a 2.047). Superando todos los sectores las cifras del inicio de la serie (2012-2016).

Respecto a la especialización sectorial del empleo en el municipio de Elche, se observa de forma general que trimestre tras trimestre el empleo se concentra en el sector servicios. En el periodo estudiado, 2012 a 2016, el sector servicios supone alrededor del 70 por cien del total de trabajadores afiliados en alta, lo que representa siete de cada diez trabajadores del municipio de Elche, siendo el siguiente el sector industrial, que para el periodo estudiado concentra entre el

17,69 y el 22,32 por cien del total de trabajadores.

Los sectores que concentran el menor número de trabajadores afiliados para el municipio son los de construcción (5%) y agricultura (2,5% aproximadamente).

Para el municipio de Elche y en el periodo estudiado, la mayor cifra de afiliados se ubica en la sección económica de comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos de motor y motocicletas, seguido de Industria manufacturera y hostelería.

Los datos relativos a la distribución de los trabajadores afiliados por sectores de actividad indican que el empleo en el municipio se concentra en el sector servicios. Al que corresponden seis de las ocho principales ramas económicas.

Un análisis en detalle por ramas de actividad, permite descubrir que si bien la primera actividad relevante pertenece al sector servicios (actividad en comercio), la segunda en peso no es de este sector, sino del sector Industrial (actividad en industria manufacturera).

Respecto a la cualificación de

los trabajadores, se ha tenido en cuenta para su estudio la "polarización" de las mismas. Éste es un fenómeno que describe el cambio estructural en el mercado de trabajo en aquellos territorios en los que la demanda de puestos de trabajo de cualificación media decrece, y los de cualificación baja y cualificación alta crecen. Es decir, en la evolución de los puestos de trabajo se aprecia un crecimiento en los extremos (bajas y altas cualificaciones) a la vez que se reduce la zona intermedia (cualificaciones medias). Formando una distribución en forma de U.

A nivel local existe una suave polarización del mercado de trabajo (distribución en forma de U). En nuestro caso, los empleos se concentran en puestos de trabajo que no exigen una elevada habilidad para desarrollarlos. El empleo se concentra en el extremo de cualificación media-baja.

Por otra parte, se ha tenido en cuenta el ajuste entre la formación y el empleo en los trabajadores según nivel educativo y los requerimientos de su puesto de trabajo. Estos datos se encuentran reflejados en las siguientes tablas.

## ACUERDO TERRITORIAL DE EMPLEO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA TÉRMINO MUNICIPAL DE ELCHE

Ajuste entre formación y empleo en los trabajadores según su nivel educativo y los requerimientos de su puesto de trabajo

		Requerimiento del puesto de trabajo			totales por educación
		Ocupación Básica	Ocupación Media	Ocupación Avanzada	
Nivel educativo del trabajador	Bajo	Adecuación	Infracualificación	Infracualificación	trabajadores con nivel bajo
	Medio	Sobrecualificación	Adecuación	Infracualificación	trabajadores con nivel medio
	Alto	Sobrecualificación	Sobrecualificación	Adecuación	trabajadores con nivel alto
totales por ocupación		trabajadores con ocupaciones básicas	trabajadores con ocupaciones medias	trabajadores con ocupaciones avanzadas	

Como se observa, el 51,05 por cien de los trabajadores ocupan puestos de trabajo que se corresponden con su nivel educativo. Mientras que el 48,96 por cien están ocupando puestos de trabajo que no se corresponden, ya sea por infracualificación o por sobrecualificación.

El desajuste mayor para la población ocupada se da por sobrecualificación, ya que el 39,14 por cien de los trabajadores tienen una formación superior a la requerida en su puesto de trabajo.

Desde una perspectiva supramunicipal, el municipio de Elche presenta el nivel medio de estudios más bajo en comparación con distintos ámbitos territoriales.

Si bien, el nivel medio de estudios de Elche (con un 2,64) se sitúa próximo al de la comarca del Baix Vinalopó (con un nivel del 2,65) y de la provincia de Alicante (con un nivel del 2,76), se encuentra más alejado de las posiciones de la Comunitat Valenciana y de la media nacional (con un nivel medio de estudios del 2,80 y 2,81 respectivamente).

Cabe destacar la percepción de los agentes en la relación

entre ocupación, competencia y nivel educativo. La información recogida en las entrevistas a dichos agentes, para el municipio de Elche, indica, que las cualificaciones requeridas según la ocupación/empleo las adquiere el trabajador por dos vías: formación y experiencia en el puesto de trabajo. El peso de cada vía se relaciona con el tipo de tarea: cuanto mayor requiera la tarea un trabajo manual, más relevante es la experiencia para la adquisición de la cualificación necesaria para cubrir satisfactoriamente el trabajo, siendo estos puestos de trabajo muy significativos en el mercado de trabajo local.

Respecto al papel de la **formación en el aprendizaje laboral**, los agentes entrevistados señalaron:

- La relevancia de combinar formación y experiencia mientras la persona está en el sistema educativo. La percepción es que en el municipio de Elche es escasa esta combinación.
- La existencia en el municipio de puestos de trabajos que casi exclusivamente su cualificación se adquiere por experiencia. La percepción es que es escasa la oportunidad para acceder a esta vía (que antiguamente cubría el contrato de aprendiz y similares)

Estructura y ajuste entre formación y empleo en los trabajadores del municipio (Elx, 2011)

		Requerimiento del puesto de trabajo			totales por ocupación
		Ocupación Básica	Ocupación Media	Ocupación Avanzada	
			40,96	41,74	17,30
Nivel educativo del trabajador	Bajo	15,38	8,65	6,13	0,60
	Medio	61,59	29,72	28,79	3,09
	Alto	23,03	2,60	6,82	13,61
totales por educación					

con garantías para el empresario y el trabajador: para el empresario por el coste que le supone formar a un trabajador que no es productivo (inicialmente), y para el trabajador por una negligente aplicación de determinados tipos de contratos.

Como conclusión, los agentes hicieron hincapié en que estas deficiencias derivan en un problema para cubrir puestos de trabajo de alta cualificación manual debido a una previsible falta del relevo generacional (trabajadores con edad cercana a la jubilación y que su hueco no será cubierto por otro trabajador cualificado). Los informantes destacan esta situación en los sectores de calzado y agricultura.

La recogida de información para llevar a cabo el Diagnóstico del Territorio, se realizó con la combinación de técnicas cualitativas (individual y grupal), a través de entrevistas semiestructuradas y Focus Group.

Los agentes informantes pertenecen a distintos ámbitos con relevancia en el municipio de Elche, según sus perfiles. Específicamente, los participantes en el Focus Group fueron agentes que participaron en la primera fase de entrevistas individuales

y otros agentes expertos con implicación en el municipio de Elche que complementan la diversidad del grupo.

Los diferentes agentes pertenecían a distintos colectivos con relevancia en el municipio de Elche, como:

- AEDLs y otros técnicos de desarrollo local (AFIC, técnicos en turismo, trabajadores sociales, etc.).
- Técnicos de intermediación laboral (SERVEF y entidades colaboradoras).
- Responsables de organismos dedicados al desarrollo socioeconómico (Pactos Territoriales por el Empleo, Grupos de Acción Local, etc.).
- Responsables de los centros SERVEF-Formación y de centros de formación profesional (u otros centros de formación especializada).
- Responsables de las uniones territoriales de los sindicatos.
- Responsables de las organizaciones empresariales territoriales.
- Representantes de las organizaciones del tercer sector.
- Políticos de la administración local con responsabilidades en materia de empleo y promoción económica.

- Dirigentes de entidades de la sociedad civil local.
- Otros posibles concedores de las cuestiones planteadas (técnicos de la administración local, personal investigador, concedores del sector, entidades financieras...).

Los resultados obtenidos a partir de la triangulación de la información extraída mediante la combinación de ambas técnicas participativas (entrevista semiestructurada y Focus Group), permite visualizar un DAFO desde diferentes perspectivas de los agentes directamente involucrados en el municipio.

#### Fortalezas:

- Capacidad emprendedora de los actores del territorio.
- Especialización de la industria del calzado.
- Situación geográfica del municipio.
- Infraestructuras locales.

#### Debilidades:

- Desajuste de necesidades formación-empleo, es decir, formación actual disponible en el municipio y las requeridas por las empresas locales.
- Obsolescencia del empresariado, con

capacidades inadecuadas a las necesidades actuales del mercado, de formación y conocimiento, de profesionalización del empresariado.

- Excesiva dependencia de otros sectores hacia la industria del calzado.
- Deficiente promoción (tanto interna como externa). No hay una promoción del municipio hacia otras regiones, ni una comunicación hacia los ilicitanos, de la propia ciudad en sí y de las empresas sobresalientes ilicitanas.
- Empresas de pequeño tamaño: pymes y microempresas. El menor tamaño dificulta la entrada en otros mercados.
- Escaso comportamiento colaborativo entre las empresas del territorio, y una falta de voluntad de asociacionismo.

#### Oportunidades:

- La ubicación geográfica del municipio respecto a la red de infraestructuras en comunicaciones
- Comportamientos del mercado.
- Desarrollo tecnológico que se está dando en todos los sectores.

**Amenazas:**

- El cambio tecnológico que afecta a cada sector productivo. Los agentes identifican que el municipio no está suficientemente preparado para adaptarse y absorber las nuevas tecnologías y las novedades tecnológicas (sean sociales, productivas, de procesos...).
- Entorno competitivo (competencia tanto de regiones interiores, como de regiones extranjeras).
- Entorno socioeconómico actual de inestabilidad y crisis.

Por otro lado, **existen factores que son considerados por los agentes a la vez una oportunidad y una amenaza, y una debilidad y una fortaleza.** Esta divergencia pone de relieve que no todas las fortalezas y oportunidades son percibidas como beneficiosas para todos los agentes en el territorio, ya que depende de las habilidades y capacidades de cada uno para incorporarlas y reaccionar para adaptarse.

**Estos factores serían:**

- La **especialización de la industria del calzado:**

Considerada una debilidad por la excesiva dependencia que otras economías municipales tienen hacia la industria del calzado.

Considerada como una fortaleza por las ventajas que aporta la especialización, respecto a los recursos (mano de obra y materiales) y competencia. De forma que presenta una ventaja por generar condiciones de especialización con la capacidad de atraer empresas y generar un entorno propicio para desarrollo y crecimiento en esta área.

- **El desarrollo tecnológico:**

Considerada una oportunidad por ser el desarrollo tecnológico un factor que beneficia el crecimiento económico, abriendo nuevos mercados y áreas de actuación en el municipio.

Considerada una amenaza desde una perspectiva de competitividad: el cambio tecnológico afecta en detrimento del mercado laboral debido a la competencia que genera.

### 3. PROYECTOS EXPERIMENTALES

Los Proyectos Experimentales, que se desarrollaron fueron:

- a) Aprende a emprender.
- b) Proyecto piloto de promoción del pequeño comercio.

#### Aprende a emprender.

##### Objetivos:

El proyecto pretendió el fomento e impulso del emprendimiento y la economía social en los jóvenes, acercando el mundo de la empresa al aula.

El objetivo general del proyecto ha sido impulsar el emprendimiento, la economía social y la mejora de la empleabilidad de los jóvenes y otros colectivos especialmente afectados por el desempleo.

El objetivo general se ha llevado a cabo a través de los siguientes **objetivos específicos:**

1. **Fomentar la cultura emprendedora** ilicitana en jóvenes dentro del sistema educativo y a otros colectivos especialmente afectados por el desempleo.
2. **Potenciar el desarrollo** de capacidades emprendedoras en los jóvenes de institutos ilicitanos.
3. **Estimular la innovación** y la búsqueda de nuevos nichos

empresariales a través de espacios de trabajo en equipo, fomentando la creatividad y el pensamiento divergente.

4. **Guiar de forma didáctica al alumnado** en las diferentes etapas requeridas en el proceso de emprender.

5. **Fomento de la economía social** y la difusión de buenas prácticas empresariales.

6. **Trabajar las herramientas básicas** para la búsqueda de empleo con los colectivos priorizados.

7. **Mejorar las habilidades y destrezas personales** ante la situación de una entrevista de trabajo.

##### Población diana.

La población a la que ha ido dirigido el proyecto se puede dividir en dos grandes bloques:

- **Estudiantes del término municipal de Elche** que cursan formación Secundaria y/o Ciclos Formativos (FP Básica, Ciclo Medio y Ciclo Superior). Con este colectivo se ha intervenido a lo largo de todo el proyecto, a excepción del periodo vacacional de verano. La intervención se inicia priorizando los talleres a los últimos cursos de los ciclos, que son los más cercanos al mundo laboral, pero después se va descendiendo a todos los niveles de secundaria. Los niveles de Estudios con los que se ha intervenido han sido: 2º, 3º y 4º de la ESO, FP Básica, Ciclo de Grado Medio y Ciclo de Grado Superior.

- **Colectivos de desempleados/as con dificultad en la inserción laboral:** parados/as de larga duración, mayores de 45 años, jóvenes menores de 30 años con poca formación académica y escasa experiencia laboral. Con estos colectivos el trabajo se ha realizado en el periodo vacacional de verano, aprovechando que los institutos se encuentran cerrados.

##### • **Actuaciones programadas.**

A lo largo de todo el programa se ha desarrollado una actitud de acercamiento a los/as jóvenes, realizando los talleres de una manera dinámica, divertida y adaptada a las edades y formación específica. La metodología de intervención utilizada en las acciones fue activa y participativa, adaptándola al colectivo al que iba dirigido. La flexibilidad y adaptación han sido características centrales del programa, para así lograr una mayor motivación e implicación de los jóvenes en los talleres.



Las acciones realizadas han sido:

1. **Talleres/ charlas** tendentes a fomentar la actitud emprendedora y sensibilizar en fórmulas de economía social.

Acercar al alumno/a a la terminología y los conceptos propios del emprendimiento y su contexto dentro del marco ilicitano, adaptándolos a los grupos de edad. Trabajar el "Emprender" como una actitud, a través de la creatividad y la innovación, en un contexto escolar, donde se gesten los futuros/as emprendedores/as y se identifiquen posibles nichos de empleo.

Desarrollar las diferentes etapas requeridas en el proceso de emprender un nuevo negocio detectado como una oportunidad de negocio en su municipio.

Dar a conocer formulas empresariales en la Economía Social.

Potenciación de acuerdos de colaboración y creación de redes entre centros educativos.

2. **Talleres de Entrevista de trabajo.**

3. **Tutorías individualizadas:** Atención y apoyo personalizado

para trabajar aspectos tales como el curriculum vitae, portales de empleo, etc.

4. **Atención y orientación para el desarrollo de una idea de negocio** y los trámites requeridos para emprender, a los usuarios/as que lo soliciten.

Los talleres que se realizaron se llevaron a cabo con un formato de grupo reducido, para sacar al máximo las ventajas de trabajar con un grupo poco numeroso, y por otra parte para aprovechar las ventajas que aporta el aprendizaje en un contexto grupal.

Algunas de las ventajas que aporta el aprendizaje en grupo son:

- El grupo como fuente de información y de aprendizaje observacional.
- Suministra retroalimentación (feedback) que proviene de iguales.
- Posibilita que los participantes se vean reflejados en situaciones, conductas, etc... (efecto normalizador).
- Función de apoyo emocional e instrumental del grupo: se crea en el grupo un clima de colaboración y ayuda.

- El grupo genera un efecto de contagio que facilita el cambio de actitudes.

El desarrollo de los talleres ha sido práctico, alternando un método expositivo acompañado de método práctico, para proporcionar en primer lugar la teoría necesaria y posteriormente realizarlo ejercicios dinámicas de grupo y role-playing.

#### Recursos.

Para la ejecución del programa se han utilizado recursos técnicos, humanos, de infraestructura y diverso material fungible.

Los recursos técnicos utilizados han sido: ordenadores y un portátil para las exposiciones en powerpoint e impresora.

En cuanto a los recursos humanos se ha llevado a cabo con dos Técnicos/as con jornada completa, iniciando el 20 de marzo y finalizando el 30 de septiembre del 2017.

El proyecto se ha llevado a cabo en las oficinas de la Concejalía de Promoción Económica, en una sala de trabajo con los ordenadores necesarios para cada uno de los técnicos. Si bien la sede de trabajo ha sido la oficina, los traslados a los Institutos han sido constantes, tanto para realizar las reuniones con los profesores y/o Jefes de Estudio como para realizar los talleres con los jóvenes en las aulas.

### Introducción

Desde la concejalía de Promoción Económica del Ayuntamiento de Elche, en el análisis de los aspectos más importantes de cara a la definición de sus políticas de fomento del pequeño comercio tradicional, se considera que hoy día, los autónomos y profesionales de este sector no pueden desaprovechar las grandes ventajas que tiene internet como vía de negocio. Los consumidores ya están totalmente acostumbrados a realizar sus compras online y los procedimientos de pago son cada vez más diversos y seguros. Esto acerca mucho más al consumidor a la experiencia de compra en internet, con más confianza y ya totalmente adaptados al uso.

El comercio electrónico consiste fundamentalmente en el desarrollo de acciones de mercado, ventas, servicio al cliente, gestión de cartera, gestión logística y en general, todo evento de tipo comercial

e intercambio de información llevado a cabo por medio de internet.

Sus **ventajas fundamentales** serían:

- Creación de oportunidades de negocio y nuevas formas de distribución de sus productos y servicios.
- Acceso a clientes de cualquier zona geográfica sin limitación, apertura y expansión hacia nuevos mercados.
- Aumento de la competitividad y calidad de servicio.
- Respuesta rápida a las necesidades y cadenas de entrega más cortas o inexistentes lo que puede dar lugar a una reducción de precios finales.
- Control de pedidos y clientes.

- Proyecto Piloto de Comercio Electrónico para el pequeño comercio local.

El área de Promoción Económica del Ayuntamiento de Elche, en el marco del convenio de colaboración con las cuatro asociaciones del pequeño comercio de la ciudad, decidió ofrecer la posibilidad de ayudar a modernizarse desde el punto de vista tecnológico a un número concreto de establecimientos de los diferentes barrios, seleccionados de entre los asociados por ellas mismas.

Se trataba por tanto de fomentar y mejorar las ventas de los pequeños comercios directamente participantes y, además, promover la idea y concienciar al sector sobre la conveniencia de introducirse en el mundo del comercio online, sus beneficios y posibilidades, en cuanto a crecimiento de volumen de negocio.

La selección de los comercios que se han beneficiado de este proyecto, se ha realizado por tanto de entre los establecimientos asociados a las cuatro entidades que forman parte de la Mesa de Asociaciones del pequeño Comercio Local de Elche, que a su vez se han adherido a las acciones promocionales desarrolladas por la Agencia para el

Fomento de la Innovación Comercial (AFIC). De todo ello se informaba a través de la web creada al efecto.

**Requisitos para poder participar** en la primera edición del proyecto:

- 1.- Estar adherido a la campaña de promoción #ElcheFollowers <http://www.elchefollowers.es/es/>
- 2.- Pertener a una de las cuatro asociaciones del pequeño comercio de Elche.

La campaña de promoción #ElcheFollowers se impulsó para llevar a cabo diferentes acciones de marketing, especialmente centrada en redes sociales, para promocionar setanto en conjunto como individualmente, y al mismo tiempo servir de plataforma para que los pequeños comerciantes comiencen a explorar las ventajas de internet.

De todas las solicitudes que se recibieron, se realizó una criba en función de las características de los comercios y los productos o servicios que ofrecían puesto que la cifra máxima eran 18. Por otro lado, hubo comercios que se descartaron, poniendo al corriente al comerciante, porque ya tenían tienda online, porque los productos o servicios no tenían una venta sencilla online

o porque los propios comercios no aceptaban las condiciones del proyecto por cualquier motivo.

Para poder poner en práctica este proyecto se contrataron dos técnicas de marketing por un plazo de 6 meses.

**Objetivos** del proyecto:

El objetivo fundamental fue concienciar a los autónomos y pequeñas empresas comerciales de las ventajas y las oportunidades que ofrece internet, tanto en cuanto a sus estrategias de marketing como en el comercio electrónico propiamente dicho.

Además, es importante llegar a comprender como el hecho de quedarse atrás en la modernización tecnológica del sector, puede conllevar una pérdida de volumen de negocio por la competencia y los nuevos canales de ventas, del establecimiento físico tradicional.

Para ayudar a los profesionales del sector a beneficiarse de las herramientas que internet ofrece, según tipo de comercio, producto o servicio etc... es

necesaria una consultoría personalizada en el caso de los 18 participantes directos del proyecto. Este asesoramiento tendrá como resultado el diseño exclusivo de su propia tienda online, y de toda la estrategia que deberá ir aparejada, en cuanto a las acciones de marketing necesarias para lograr el buen posicionamiento y éxito de la tienda.

Asimismo, se formó a los comerciantes para que puedan aprender a gestionar su negocio on-line, introduciendo contenidos, recibiendo los pedidos, tramitando envíos y efectuando los cobros. En todo momento, durante el transcurso del proyecto piloto, contaron con el técnico que les asistió en todas sus dudas y les acompañó en el lanzamiento de la tienda hasta que estuviesen preparados para gestionarlas por sí mismos.

El proyecto de creación de tiendas online incluyó, además del diseño y la construcción de las mismas, el gasto necesario para su alojamiento y soporte durante el primer año, así como su posicionamiento y optimización SEO.

**Proceso de trabajo:**

Los 18 participantes seleccionados presentaron una solicitud oficial, incluyendo la documentación requerida, por Registro General de Entrada en el Ayuntamiento de Elche.

El personal técnico dedicado al proyecto, para cada uno de los casos, realizó las siguientes tareas:

**1.- Recogida de la información** necesaria para la creación de la tienda online, incluyendo asistencia con el procedimiento a realizar por parte del comerciante para participar en el proyecto.

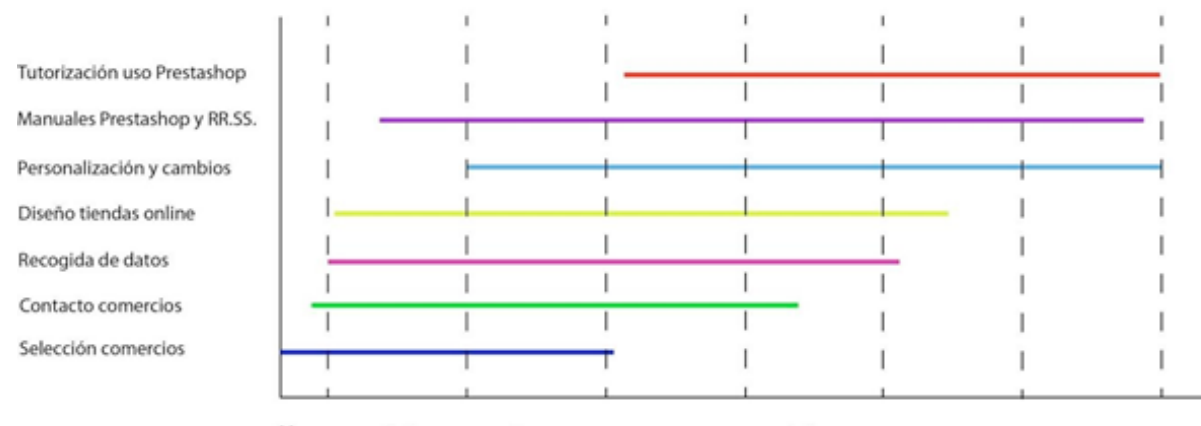
**2.- Asesoramiento y formación** para la correcta utilización de la tienda online a través de clases particulares y la creación de manuales.

**3.- Diseño de estrategia de marketing online y offline** personalizado (incluyendo imagen de marca, gestión de las redes sociales, creación de manuales de identidad, ayuda con las fotografías y creación de un manual para la futura y correcta utilización de las redes sociales.)

El proceso de trabajo se ha dividido en acciones generales con sus respectivas estrategias adicionales, es decir, una acción general conlleva muchas más actividades con respecto a los diferentes comercios, tanto en general como de forma individual.

A continuación, se incluyó un **cronograma** que muestra, a grandes rasgos, el tiempo dedicado a cada acción general en su conjunto, dada la complejidad que supuso desglosar cada una de ellas y medirla de manera temporal.

Timeline Acciones Generales del Proyecto



Procedimiento por puntos:

1. Creación de la web con la información del proyecto [www.comercioselx.com](http://www.comercioselx.com).

2. Visita al comercio participante para explicar en profundidad el proyecto. Facilitarles la documentación para realizar la solicitud oficial y el Documento de Compromiso.

3. Recogida de datos de cada comercio:

- Investigación de cada comercio a nivel online (competencia, auditoría, Análisis DAFO)
- Visitar cada comercio con los documentos a rellenar (Ficha de comercio y de Productos).
- Resolver todas las dudas en la cita y recoger todos los datos y archivos. Realización de Excel para control de todos los comercios.

4. Relación con la empresa externa que dispone del servidor para el alojamiento y contratación de dominios etc... de la tienda que se creará.

5. Una vez creada la tienda online, revisar que todos los datos sean su correcto y su correcta funcionalidad. Una vez todo contrastado, se coteja con el propio comerciante para su adaptación personalizada.

6. Instalación de todos los módulos, avisos legales, términos y condiciones para instalar el TPV virtual de cada tienda.

7. Realización de los manuales de Prestashop y RR.SS. con todo lo necesario para que luego los comercios puedan trabajar por su cuenta en su tienda online, una vez finalice la formación.

Trabajos realizados para todos los comercios, a nivel general:

- **Asesoramiento** con los procesos a seguir en todo momento para la correcta consecución de los objetivos.
- **Orientación** con la selección de los productos a subir, con la colaboración del propio comerciante, experto en su campo.
- **Impartición de formación continua**, basada en el manual de redes sociales creado y asesoramiento individual, adaptado a pequeños comercios.
- **Elaboración de un manual de Prestashop**, incluyendo el de algunos módulos extra para apoyo en la gestión de la tienda por parte de su futuro responsable.
- Indicaciones para la empresa externa para la **mejora y adaptación de las tiendas**, a nivel de diseño y funcionamiento (SEO, usabilidad web y rendimiento), para los aspectos que requerían programación web.
- **Personalización de cada tienda** según necesidades del comercio: fotos, traducciones, adaptación de imágenes, etc.
- **Inserción de productos a la página web**, con el correspondiente asesoramiento

para que el comercio continúe la tarea de publicación y mantenimiento.

- **Ayuda y asesoramiento** con los textos legales a incluir en las páginas.
- **Creación de usuarios** para los accesos a las páginas web.
- Gestión de **titularidad del dominio**.
- **Orientación sobre los transportistas** y subida de los módulos de envío a la plataforma
- Creación de **perfil de Google My Business** a los comercios, y asesoramiento en general.
- Redirección de **cuentas del nuevo correo corporativo al personal** en algunos casos, para que todo les resulte más sencillo a los comerciantes.

Trabajos adicionales realizados.  
**Jornada Clausura del Proyecto:**

Con el objeto de puesta en valor y premiar a aquellos comercios que participaron en el proyecto experimental se realizó una jornada de clausura donde se reconoció el trabajo desarrollado por parte de los comercios adheridos, haciéndoles entrega de un diploma acreditativo por parte de las autoridades locales, todo ello acompañado por la intervención del experto D. Juan Merodio.

### Conclusiones

Consideramos que el proyecto de comercio online para pymes fue muy interesante, sobre todo en la era en la que nos encontramos, en la que las compras online aumentan progresivamente, y siendo el público potencial cada vez más un colectivo, la llamada Generación X, ya muy acostumbrada a la multinacionalidad.

En general, entendemos que fue un éxito, ya que se han cubierto desobrando 18 puestos, quedando en lista de espera muchos otros comercios interesados para

próximas ediciones.

Sigue siendo necesario trabajar por la concienciación de los profesionales del sector del pequeño comercio tradicional en relación con el aprovechamiento que internet y las nuevas tecnologías de la comunicación ofrecen para mejorar las expectativas de negocio.

El Ecommerce, hoy día, es una oportunidad, pero también puede ser una amenaza para las empresas que se quedan obsoletas en cuanto a sus estrategias de marketing y ventas.