

Catálogo de buenas prácticas en el comercio Asturiano 2023







Bendita Locura es el nombre de dos conocidos comercios de La Felguera. Una zapatería - abierta en 2012- y una tienda de moda -abierta en 2018-, ambas destinadas a mujeres de todas las edades, a las que les gusta vestir con un estilo joven y desenfadado. Al frente de ambas se encuentran las hermanas, Inma y Merche Ezama, quienes poco a poco han ido avanzando en el proceso de digitalización de su negocio.



“Cuando abrimos la zapatería en 2012 tener presencia en internet no era algo prioritario para el comercio local, menos en un pueblo como es nuestro caso, así que al principio solo teníamos la tienda física”, cuenta Inma. Fue con el paso de los años cuando, conscientes de que el comercio electrónico iba modificando los hábitos de consumo, decidieron apostar por ello.

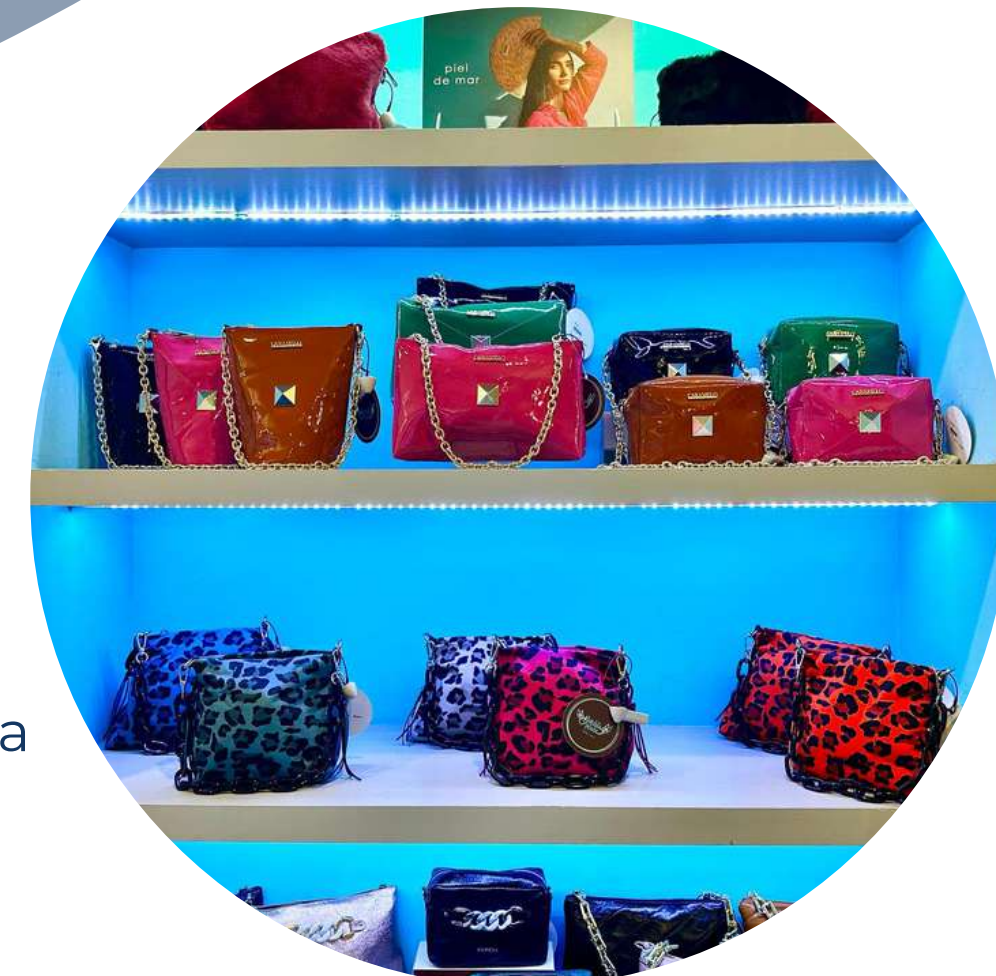


Aunque ya contaban con página web y redes sociales cuando les propusieron participar en el programa DICA, les pareció una iniciativa interesante para seguir aprendiendo.





Tras las sesiones formativas comprobaron que tenían más carencias de las que creían, “Estábamos haciendo un montón de cosas mal, desde el formato de las fotos que subíamos o el texto descriptivo, hasta las referencias de marcas. En cada sesión nos iban dando trucos prácticos con la ventaja de que la formación era aquí en tienda, lo cual facilita mucho las cosas para un autónomo”.



Dicen que llevar al día el entorno digital de su negocio les lleva mucho tiempo y no siempre sacan el beneficio que les gustaría, “Ahora todo el mundo está en internet y cada vez hay más competencia”, pero, aun así, creen que es imprescindible para tener visibilidad.

“Es la mejor forma de ampliar el escaparate. Ya no se trata de vender más o menos online, sino de que la gente te conozca y conozcan tus productos”.





Abierta en el año 1993, Bikemanía es una tienda de bicicletas ubicada en La Felguera con taller de reparaciones multimarca. Especializada en gama media, en ella encontrarás bicicletas urbanas, de montaña, de carreta... así como componentes y accesorios. A escasos meses de cumplir el 30 aniversario de su apertura, su propietario, Gonzalo Rodríguez, cuenta que por aquel entonces Internet era algo muy lejano. “Cuando abrí la tienda lo esencial era estar en las páginas amarillas”. Su primer paso en la digitalización del negocio vino a través de la creación de una web en el año 2007.

En el 2012 Bicicletas Bikemanía ya cuenta con su propia cuenta en Facebook. “Me decidí a crearlo porque de aquella ya te decían que si no estabas en Facebook no eras nadie”, cuenta Gonzalo, quien opina que estar en internet te da una visibilidad muy importante, sobre todo cuando tu negocio está en un entorno con poca población como Langreo.

Ello le llevó a ir aumentando su presencia con perfil de Instagram, canal de Youtube, whatsapp business y Google Business. “No llego a entender que un negocio no esté hoy en día en Internet. Es un gran escaparate que te permite vender fuera.

La Felguera





Aunque seamos una tienda pequeña hay cosas en las que las grandes plataformas no entran, así que tienes que estar” y añade, “para vender una bicicleta necesito que en mi tienda entren unos 8 o 10 clientes de media, y con internet es como estar tirando la caña de pescar constantemente”. El programa DICA le pareció una excelente oportunidad para ponerse al día. “Además de aprender cosas nuevas, me ha servido para darme cuenta de que lo tenía todo mal calzado, cómo cuando tienes un armario desordenado”, explica.

Valora la personalización y flexibilidad de la formación “Javier, mi asesor de CTIC no solo se amoldaba a mis horarios, si no también a mis necesidades y consultas” cuenta Gonzalo quien ahora tiene claro cómo ha de subir las fotos y los productos a su web, el tipo de contenidos que funcionan mejor en Instagram y a darle coherencia al contenido.





“Son un montón de detalles en los que no reparas. Por ejemplo, antes programaba las publicaciones, pero ni era constante, ni lo hacía a la hora adecuada. Ahora gestiono mucho mejor el tiempo que le dedico a cada cosa”



Abierta en el año 2011 de la mano de Manuel Vázquez y Lali Álvarez, Culture Bike es una tienda especializada en bicicletas con taller de reparaciones multimarca.

Un sector ahora en auge en la ciudad, pero del que entonces fueron casi pioneros en Gijón. Su presencia en internet comenzó en paralelo a la apertura de la tienda física.

“Comenzamos con un blog dedicado sobre todo a material antiguo, algo que, de aquella, no se trabajaba a penas. Enseguida vimos que el blog funcionaba, que era una buena ventana, así que creamos una página web sencilla con catálogo de productos, pero sin opción a compra online, explica Lali.

Siempre en continua formación, el siguiente paso fue adentrarse un poco más en el mundo de la digitalización por lo que se formó acerca de temas como la protección de datos y WooCommerce .

“Gracias a ello en 2018 pusimos en marcha la tienda online”, aclara. La primera vez que oyó hablar del Programa Integral de Digitalización del Comercio de Asturias (DICA) fue en un anuncio en la radio y decidió inscribirse.



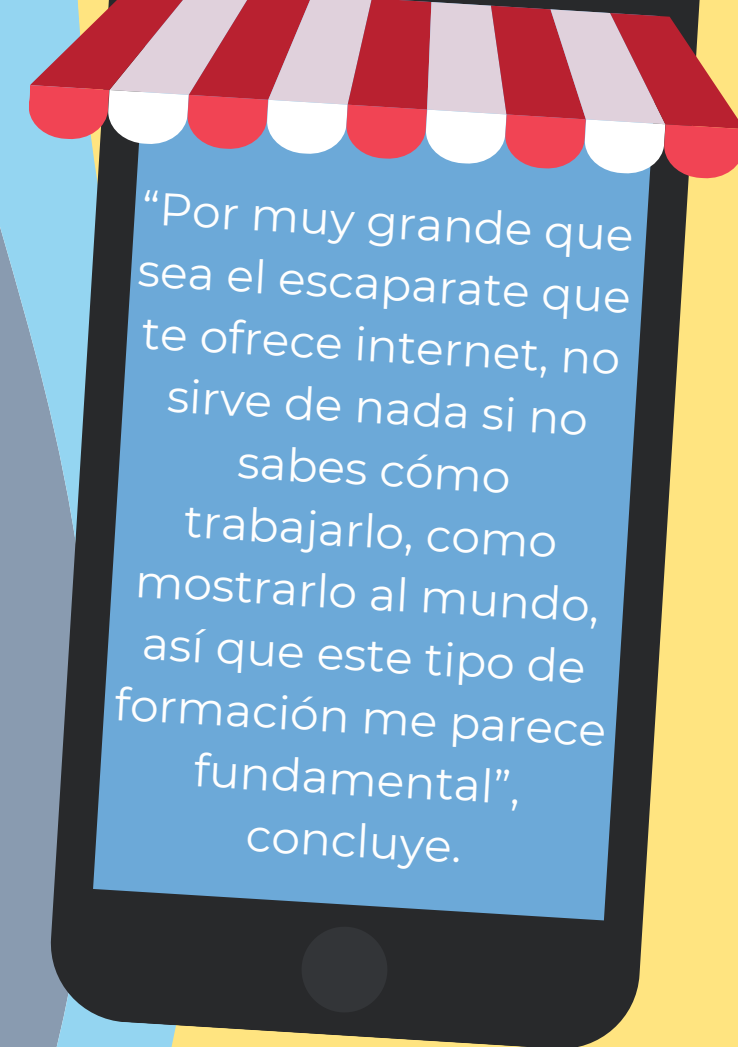
“Después de varios años con la web y las redes sociales ya estaba familiarizada con el entorno, pero era consciente de que siempre hay cosas que se te escapan, más en un sector tan amplio y cambiante como es el del marketing digital”.

Del programa destaca que la formación sea personalizada, “Me parecía muy interesante que expertos en el sector llevarán a cabo una auditoría para comprobar que estaba haciendo bien y en qué me estaba equivocando. Además, me preocupa el tema del posicionamiento web y quería formarme en SEO. No basta con tener una tienda online, si no la trabajas nadie la ve”, cuenta Lali.

Aún sin haber terminado la formación, dice estar muy satisfecha con lo aprendido hasta ahora, así como con el trabajo de su asesor de CTIC. “Rafa nos va dando trucos y consejos para la gestión de redes sociales, nos dice cómo hacer los vídeos, cómo conectar mejor con tu clientela. En el caso de la tienda online necesitaba automatizar procesos para que el stock de la tienda física estuviera sincronizado con el de la tienda online y ahora ya sé cómo hacerlo”.

Los hábitos de consumo han cambiado, hoy en día la gente acude a la tienda informada previamente o con la foto del producto a comprar, explica Lali, así que tiene claro que su objetivo más allá de aumentar sus ventas online es, sobre todo, aumentar su visibilidad.

“Que la gente sepa que estamos aquí, quién somos, qué hacemos y qué nos diferencia del resto”.





Antigua empleada de la tienda, Patricia Vázquez lleva tan solo unos meses al frente de El León de Seda, un negocio de ropa ubicado en Laviana en el que puedes encontrar moda hombre y mujer y pijamas y ropa interior para niños y bebé. «El negocio llevaba años funcionando como El León de Chelo, anterior León de Oro, así que cuando cogí las riendas quise darle continuidad al nombre, pero con mi toque personal» cuenta.

El camino hacia la digitalización llegó de la mano de la anterior propietaria. «Teníamos Facebook e Instagram, pero no éramos demasiado activas en las redes». Fue a raíz de hacerse con la propiedad cuando decidió dar un paso más y ampliar y mejorar su presencia en internet.

«Tenía claro que, si bien el tipo de clientela que tiene un negocio como éste no es el habitual de internet, no podía dejar de lado la tecnología y quedarme atrás, por eso me animé a participar en el programa DICA», explica Patricia, quien es consciente de que digitalizar su negocio ha sido como hacer una ampliación de su escaparate.

La formación le ha servido para aprender muchas cosas nuevas. «Lo mejor es que en cada sesión tratas lo que vas necesitando. Javier, mi asesor de CTIC, me va informando de las posibilidades y herramientas que mejor pueden encajar con mis intereses».

Lo que ha ido aprendiendo le está resultando muy útil y gracias a ello ahora cuenta con una ficha en Google My Business que le ha permitido mejorar su posicionamiento local, ha mejorado sus redes sociales, y su software de gestión

«Se agradece tener profesionales que te ponen en conocimiento de un montón de posibilidades y poder sacarle partido a lo que necesitas, yo estoy muy satisfecha».

«Además, he implementado Whatsapp Business y estoy creando mi catálogo de productos, ya que por el tipo de clientela que tengo, de momento no me planteo tener web ni tienda online», explica Patricia, a quien este tipo de iniciativas le parecen muy útiles y necesarias.





Moda el Pecado

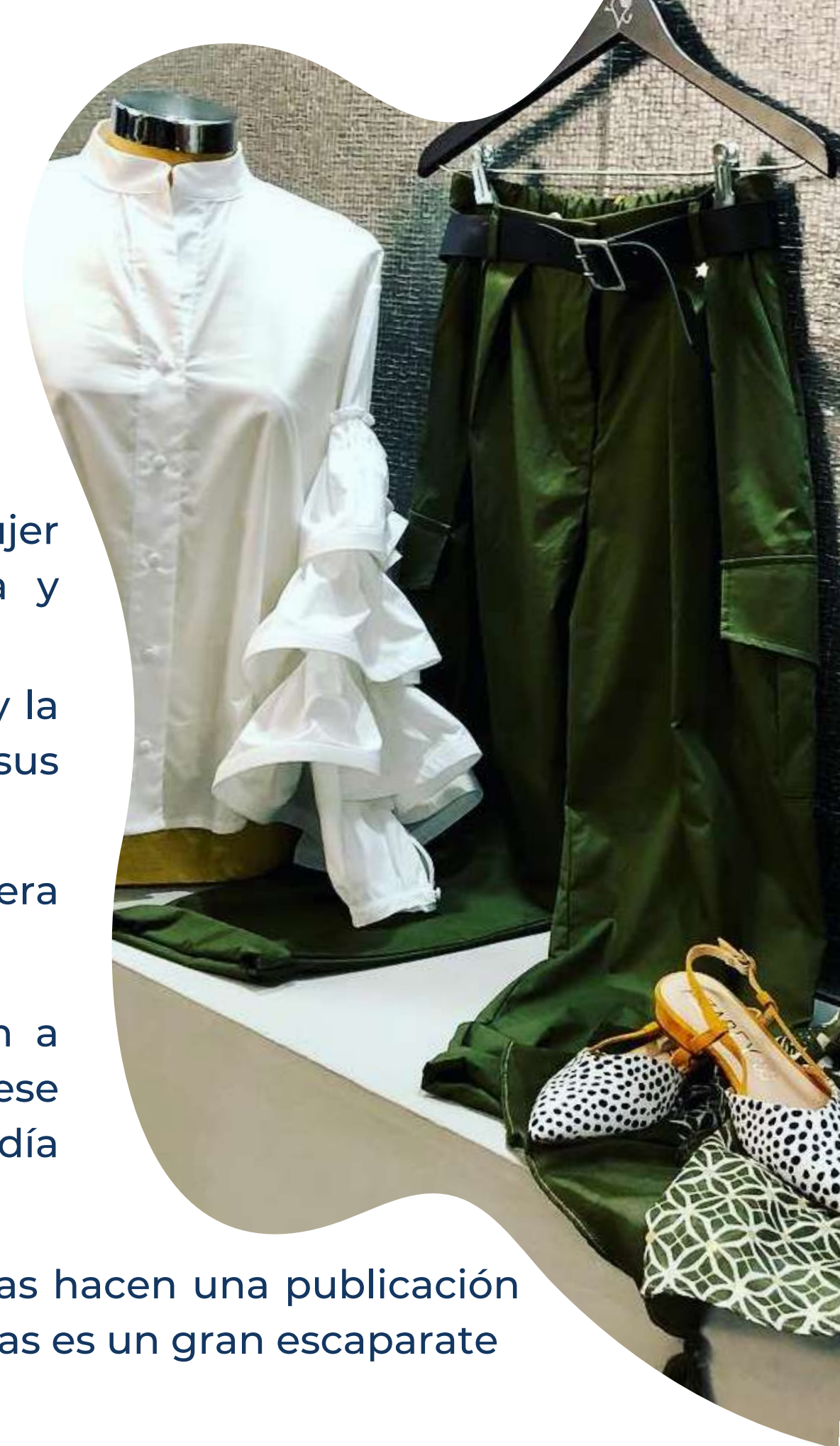
Ubicado en Langreo, El Pecado es un espacio de moda para mujer donde se pueden encontrar las últimas tendencias en ropa y complementos.

Cuando la tienda abrió sus puertas en 2003 la forma de vender y la comunicación con su clientela era muy diferente, cuentan sus propietarias, Leticia Gutiérrez y Elena Ezama.

“No se usaban las redes sociales y la venta online era todavía muy lejana para el pequeño comercio”.

No sería hasta el año 2008 cuando comenzaron a hacer uso de las redes sociales “Poco a poco ese canal fue creciendo cada vez más, siendo hoy en día primordial para nosotras”.

Tanto es así que cuentan que, ahora, todos los días hacen una publicación en redes mostrando sus productos, ya que para ellas es un gran escaparate



En cuanto a su tienda online, “Nos hace que podamos llegar a clientes de toda España, algo impensable para nosotras hace unos años. Vemos esta evolución como algo imprescindible hoy en día para la supervivencia del pequeño comercio”, afirman.

Por todo ello, cuando les propusieron participar en el programa DICA tuvieron claro que podría serles muy útil y no se equivocaron.

“Para nosotras la formación recibida fue muy provechosa, aprendimos recursos que no conocíamos y que nos permiten ser más eficientes en la gestión de nuestras redes, y llegar a más público. A los pocos meses de comenzar ya notamos un despegue en nuestra tienda online. Estamos muy contentas con el resultado, y esperamos seguir creciendo “, concluyen.





Ubicada en Villanueva de Santo Adriano, Hidromiel Zāngana es una empresa dedicada a la fabricación y venta de hidromiel, la bebida alcohólica fermentada más antigua que existe.

Fundada en 2018 por tres jóvenes ingenieros químicos (Samuel Marqués, Óscar Álvarez y Sergio Seronero), siempre tuvieron claro que la digitalización iba a ser esencial para su negocio.



"Cuando comenzamos en 2019 ya teníamos nuestra página web pero no éramos conscientes de las posibilidades que nos brindaba, ni sabíamos si lo estábamos haciendo bien".





Con la pandemia, vieron un repunte de ventas online -venden tanto físicamente en fábrica, como por internet - así fue cuando, tras conocer el programa DICA, decidieron dar el paso de mejorar en esta área.

"No sabíamos cómo posicionar nuestra web y las RRSS las teníamos casi abandonadas", cuentan.

El suyo es un producto poco habitual y del que hay una escasa producción en nuestro país así que su principal objetivo es darse a conocer.

"La formación y el asesoramiento están muy bien integradas en el programa, así que se agradece muchísimo la labor de acompañamiento que hacen durante todo el proceso para que puedas ir resolviendo cualquier duda", explica Sergio.

Tras poner en práctica lo aprendido, su visibilidad ha aumentado notablemente, gracias a su mejor posicionamiento web y a contar con publicaciones de calidad en RRSS, por lo que valoran su participación en el programa de una forma muy positiva.





“En la Ecolóxica estamos cerca de ti. Cerca significa que somos una tienda de barrio, pero también que estamos justo al otro lado de la pantalla”. Así reza la presentación web de esta tienda de productos ecológicos ubicada en Grado. En el año 2021 su actual propietario, Santiago Martínez- vinculado al sector desde hace más de 30 años a través de su empresa de lumbricultura dedicada a la producción de fertilizante natural- decidió coger las riendas de este veterano y conocido comercio local para ampliar servicios y darle un giro.

“La Ecolóxica cuenta ahora con tres áreas, un supermercado de productos ecológicos, un herbolario y un centro de terapias, a cuyo frente contamos con una profesional referente en el sector desde hace décadas” explica Santiago. Cuenta que cuando abrieron la tienda física, su presencia en internet consistía en una web “no muy actualizada” y unas redes sociales “a las que no prestábamos demasiada atención”.

Consciente del importante papel que internet juega hoy en día en el desarrollo de cualquier negocio, participar en el programa DICA le pareció una oportunidad única para ponerse al día.





“Te hacen una evaluación gratuita del estado de digitalización de tu negocio. En nuestro caso nos sirvió muchísimo para implementar mejoras en la página web, en la que además de mejorar nuestro posicionamiento, hemos incorporado una tienda online que nos permite tener abierto el negocio 24 /7. Y eso que nuestra tienda física ya tiene un amplio horario, ya que los domingos también abrimos”.

Del programa destaca la labor de asesoramiento continuado brindado por el CTIC y los consejos dados para mejorar su presencia y visibilidad en las distintas redes sociales. “Para nosotros era muy importante darnos a conocer más allá de Grado, ya que mucha gente de fuera viene los domingos, día de mercado” aclara.

Santiago cree que internet es la mejor forma para mostrar sus productos y servicios y sepan dónde encontrarles, “Este tipo de iniciativas no solo son positivas, sino muy necesarias para el comercio de proximidad”, concluye.





En la calle Víctor Felgueroso 5, en Sama de Langreo, se encuentra "La tienda de Nu", un precioso establecimiento dedicado a la venta de moda juvenil, "aunque todo le mundo puede vestirlo", asegura su dueña, Nuria Álvarez, quien ha decidido tratar de incrementar sus ventas con el programa de digitalización del comercio asturiano (DICA).

La asturiana se animó a levantar por primera vez la persiana de su tienda hace siete años. Trabajaba en la hostelería, pero el bajo sueldo y las muchas horas empleadas no eran suficientes para poder formar un proyecto de vida. Una amiga asesora le sugirió que montara una tienda de moda para paliar las ventas extranjeras y fomentar el comercio local. Por ello, Álvarez solo vende ropa con la marca España, "que nos hace mucha falta", asegura. Sin embargo, no es oro todo lo que reluce.

El incremento de los precios ha provocado que las ventas de "La tienda de Nu" desciendan considerablemente durante los últimos meses, haciendo casi imposible que Nuria Álvarez pueda seguir abriendo las puertas de su establecimiento.





"Creo que es palpable que la gente ya no pide tanto como antes. Las modistas por ejemplo están llenas. Tengo muchas ganas de que pase el verano y de que todo vaya mejor", ironiza. Pero por fortuna, Álvarez supo aprovechar la oportunidad que el programa DICA le brindó para mejorar sus comunicaciones.

"Yo ya tenía web y redes sociales, pero además de mejorarlas, me ayudaron mucho con el tema de la venta online, uno de los pilares fundamentales de la tienda. Es verdad que yo me desvivo por mis clientes habituales, pero todos los pedidos que te llegan vía online son vitales: te pueden salvar el mes", explica.

Sea como fuere, el programa DICA ha conseguido que Nuria Álvarez pueda ver sus ventas aumentadas paulatinamente mientras, como ella misma dice, hace "todo lo posible" por salir hacia delante. "Así que si alguien quiere comprar algo, puede hacerlo en 'latiendadenu.es'", bromea.

"Además, parece que es algo más frío, pero yo tengo contacto con mis clientes vía whatsapp y la gente ya no suele ni entrar en la web, me hablan directamente, por lo que es algo genial", relata.





Cómo su propio nombre indica, Zapatería Lady E. es una tienda de zapatos y complementos multimarca de mujer a cuyo frente se encuentra Nélica Patino. Abierta en el año 2017 y ubicada en La Felguera, su propietaria nos cuenta que justo hace un mes han inaugurado una segunda tienda en Mieres.



Nélica tuvo claro desde el principio que el proceso de digitalización de su negocio transcurriría en paralelo al de la tienda física, así que, desde sus inicios, contó con perfil en Facebook e Instagram. "Es vital tener actividad en las redes sociales, no solo para que te conozca la gente de fuera, sino también para llegar a los que están cerca".

Siempre activa en sus redes sociales, se animó a participar en el Programa de Digitalización del Comercio Asturiano (DICA) para ampliar conocimientos y sobre todo para ponerse al día con su web. "Ya tenía página web, pero no me funcionaba bien y además estaba muy perdida con la tienda online, así que me pareció una buena oportunidad".

“La forma en la que subes la foto, la descripción del producto...cada detalle cuenta para que tu página esté bien posicionada y me da cuenta de que por eso la anterior no iba bien. Ahora he conseguido más visitas y más ventas gracias a la mejora en el posicionamiento web”.



Para Nélida lo mejor del programa fue que “Van a cada uno de los puntos débiles que ellos ven y a lo que más te interesa a ti, así que la formación resulta muy útil”.

En pleno proceso de creación de su nueva web, ha aprendido todos los pasos para que un producto esté bien subido. Además ha incorporado el uso de la newsletter para sacarle partido al email marketing. También destaca la labor de Javier, su asesor de CTIC. “Estuvo genial. Me iba guiando paso a paso acorde a mis necesidades y cada vez que tenía una duda me la resolvía de forma inmediata”.

En sus redes sociales pudo comprobar que lo estaba haciendo bien, “aún así siempre aprendes algún truco” aclara Nélida, para quien este tipo de iniciativas son muy positivas. “El entorno digital está en constante cambio, así que este tipo de programas son muy necesarios, especialmente para el pequeño comercio”.

Yolanda González es la propietaria de Menta y Limón, una tienda de moda y complementos multimarca para mujeres de todas las edades. Un amplio target al que, desde su ubicación física en Candás, llega a toda España.

Abierta en noviembre de 2021, Yolanda tuvo claro desde el principio que tener presencia en internet era imprescindible, y que la mejor herramienta para dar a conocer su negocio dentro y fuera de Carreño era tener redes sociales.

Aún no había pasado un año de su apertura, cuando a través de la Unión de Comerciantes le llegó información sobre el programa DICA.





De la formación recibida destaca el asesoramiento personalizado. “Yo no tengo página web, así que en mi caso se centraron más en proporcionarme herramientas que podían ser útiles para dar mayor visibilidad a mis perfiles en redes sociales, saber qué hacer para tener presencia en Google, consejos prácticos para tener mayor alcance en las publicaciones y trucos para poder llegar mejor a mi potencial clientela”.

Dado que han pasado tan solo unos meses desde que terminó su participación en el programa, cree que aún no puede valorar el cambio que ha supuesto aplicar los nuevos conocimientos, pero reconoce que le han venido muy bien para seguir creciendo y dándose a conocer.

Dice estar muy muy satisfecha con la formación y el trato recibido, tanto es así que si hubiera una nueva edición estaría encantada de repetir. Y es que Yolanda, tiene claro que “En el comercio de proximidad también hay que ir con la tecnología, o te subes al carro o te quedas fuera”.

“Mucha gente me compra a través de Instagram, pero además he notado que cada vez son más las personas que se acercan a la tienda con la captura de la foto que han visto en mi IG para ver la prenda en persona. Los hábitos de compra han cambiado y hay que adaptarse a ello”.



Espacio de interiorismo y decoración, Abello es uno de los comercios con más solera de Grado. Abierto en el año 1980 y dirigido por Carmen y María José Abello, este negocio familiar está presente en internet desde hace ya 20 años, y es que sus propietarias siempre han tenido claro que había que estar con los tiempos.

“Cada día la digitalización resulta imprescindible, tanto en la gestión comercial como en lo relativo a la presencia en internet y redes sociales.. El cliente puede entrar en el comercio sin necesidad de acudir en persona y sin tener en cuenta el horario de apertura, esté donde esté. Le permite conocer nuestro negocio, dar la opinión de nuestra gestión y comprar, que es el resultado final de la actividad”, explican.





Conocieron el programa DICA a través de la campaña publicitaria por lo que decidieron contactar con el CTIC para participar. De la formación recibida destacan que contempla una serie de aspectos muy importantes, tanto en la gestión como en la comunicación con los clientes.

“Aunque nosotros ya disponíamos de herramientas de gestión y redes sociales nos ha servido para instaurar una serie de protocolos de los cuales algunos ya se han implantado, tales como códigos QR para dar a conocer la empresa y facilitar al cliente la opinión sobre nuestra gestión” y añaden, “realmente ha sido útil y más en un futuro próximo, cuando hagamos uso de otras herramientas que nos proporcionará el programa DICA”.

Para Carmen y María José este tipo de iniciativas son imprescindibles en la gestión de los comercios ya que, “Facilitan el adaptarse a las nuevas tecnologías, cada día más necesarias, y de esta manera poder mejorar la presencia del comercio, tanto en el entorno local como para poder llegar a clientes de otras localidades”.





Abierta en el año 2011 y especializada en moda infantil y juvenil, Neverland es una conocida tienda multimarca de Langreo.

Su propietaria Pilar Iglesias, tuvo claro desde el principio que su negocio tenía que estar en internet, así que, a pocos meses de su apertura, Silvia López entró a trabajar en Neverland para, entre otras cosas, hacerse cargo de la digitalización.

“Empezamos con blog que era lo que por entonces tenía más auge y después vino Facebook e Instagram, hasta que hace cosa de seis años creamos nuestra propia página web con tienda online”, explica Silvia.

En continuo reciclaje, siempre están al tanto de los cursos que van saliendo, no tuvieron dudas para apuntarse a participar en el programa DICA.





“De hecho ya hemos notado que la página online ha vuelto a rodar ya que hemos mejorado nuestro posicionamiento y eso se nota en las visitas y las ventas”, añade Silvia para quien la digitalización en el pequeño comercio es imprescindible.

“Es un gran escaparate que te permite llegar a todo el mundo”.

“Lo mejor del programa es que se trata de formación personalizada. Por ejemplo, en nuestro caso se centraron mucho en la página web y tienda online, en la que habíamos notado un parón importante”.

Así descubrieron que estaban trabajando en exceso y además les estaba perjudicando la forma de hacerlo.

“A la hora de subir los artículos no lo hacíamos de forma correcta para posicionar la tienda online en los buscadores de Google”. Asimismo, destaca el sistema de formación, práctico y con un seguimiento continuado.

“Te dan pautas concretas para que las pongas en práctica y luego comprueban contigo si están funcionando. Esta ayuda personalizada fue clave para sacar un aprovechamiento del curso”, explica



Tien21



Abierto en 1976 Tien 21 Candás (antiguo Electrónica Rato) es uno de los comercios con más solera de la localidad. De índole familiar y especializado en electrodomésticos y tecnología para el hogar, su actual propietaria, Sonia Pérez, recogió el testigo del establecimiento tras la jubilación de su padre hace 8 años.



“Tenía claro que lo primero que haría al ponerme al frente del negocio sería comenzar a tener presencia en internet”, cuenta.

Fue entonces cuando abrió las cuentas de Instagram y Facebook para poder mostrar las novedades y promociones más allá del escaparate de su tienda.

A Sonia le gusta estar al día de los diferentes cursos y formaciones relacionadas con el comercio. "siempre me ha interesado el marketing digital, así que cuando veo cursos relacionados suelo apuntarme".



El carácter práctico del programa, gracias al cual utiliza herramientas, aplicaciones y trucos que desconocía, y el seguimiento que llevan a cabo desde CTIC "Se agradece mucho saber que si tienes cualquier duda o problema puedes consultarles", son los otros dos aspectos que más valora.

De la existencia del programa DICA se enteró a través de una publicación de la Unión de Comerciantes, así que no dudó en informarse para poder participar ya que, aunque tenía conocimientos sobre el tema le parecía que le podían aportar ideas nuevas.

"Al margen de la formación impartida, del programa DICA destacaría su personalización. En mi caso, que no partía de cero, se han adaptado a mis necesidades y a las de mi negocio, lo que es una gran ventaja.

Me ha pasado que en otros cursos que daban cosas que ya sabía y realmente aprovechabas poco la formación", explica.

Sonia es consciente de que en este momento tener presencia en internet es indispensable para cualquier negocio, así que, aunque ahora su tienda online depende del grupo de compras al que pertenece la tienda, en un futuro próximo quiere tener su propia página web en la que poner en práctica todo lo aprendido.





