

# RURALPYME DIGITAL

Boletín Informativo nº 3



## DIGITALIZA TU NEGOCIO CON EL PROGRAMA RURALPYME DIGITAL AAA

Servicio de consultoría digital gratuita, dirigido a pymes y autónomos/as rurales de Alentejo, Algarve y Andalucía (Cádiz, Huelva y Sevilla).

**INSCRÍBETE AQUÍ**

### ¿QUÉ INCLUYE ESTE SERVICIO?

➡ **Test de diagnóstico digital**, herramienta para evaluar el estado actual de digitalización de la empresa.

➡ A partir del diagnóstico, se elaborará un **Plan de Acción** personalizado a cada empresa que se adapte a sus necesidades y objetivos específicos.

➡ Se llevará a cabo un **seguimiento** desde el punto de partida de la Pyme, se acompañará en la **implementación** del Plan de Acción y se apoyará en todo el proceso de evolución digital de la Pyme.

### EN ESTE NÚMERO

**COMO CONVERTIR TU TIENDA  
ONLINE EN UNA MÁQUINA DE  
VENTAS. TU TIENDA ONLINE  
NO VENDE SOLA**

**CASO DE ÉXITO DE LA  
DIGITALIZACIÓN EN FARO  
(PORTUGAL)**

**CASO DE ÉXITO DE UNA  
EMPRESA FAMILIAR Y  
TRADICIONAL DE CÁDIZ**



Tener una tienda online ya no es una ventaja competitiva: es una necesidad. Pero cuidado, abrir un canal de venta digital no es garantía de éxito. No se trata solo de estar en Internet, sino de saber moverse en él. Tener una web de ventas es solo una pieza del puzle. Lo importante es todo lo que ocurre antes, durante y después de la visita del cliente.

## Cómo convertir tu tienda online en una máquina de ventas. Tu tienda online no vende sola.

Una tienda online es solo el punto de partida. Tenerla no garantiza ventas: representa apenas un 20% del trabajo. El otro 80% está en atraer tráfico y convertir visitas en compras. ¿Cómo se logra? Con marketing digital, posicionamiento SEO, campañas, redes sociales y contenido relevante.

Pero no basta con atraer. Hay que enamorar: una tienda atractiva, con buenas fotos, descripciones claras y productos bien organizados, ayuda a convertir. Mostrar momentos reales de consumo también conecta: un aceite en una mesa familiar, un vino en una cena romántica, una camiseta en plena acción.

Y cuando el cliente llega... hay que cuidarlo. Atención excelente, embalajes con personalidad, seguimiento postventa, chatbots útiles. Fidelizar es clave: ofertas, ideas de uso, campañas temáticas, recomendaciones. Una tienda online no solo vende productos: vende experiencias.



Interreg  
España – Portugal





## EL PODER DE LA DIGITALIZACIÓN: PEQUEÑOS CAMBIOS GENERAN GRANDES RESULTADOS

SM Fashion - Sílvia Martins, es una reconocida tienda de ropa ubicada en la ciudad de Faro, que siempre se ha destacado por la calidad y variedad de sus prendas y también por la excelencia de su servicio personalizado y especializado, creando una experiencia única para cada cliente. Destaca por su apuesta por las marcas portuguesas y una cuidada selección de ropa que valora la calidad y la comodidad, con la misión de ofrecer productos que atiendan a diferentes gustos y grupos de edad.

Sin embargo, en un mundo en constante evolución, donde la digitalización se ha consolidado como una fuerza transformadora, especialmente para las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), SM Fashion reconoció la importancia de adaptarse a este nuevo contexto. A medida que los consumidores se vuelven cada vez más digitales, la necesidad de innovación y adaptación se vuelve cada vez más crucial para mantener la conexión con el público y expandir el alcance de las tiendas.



Fue al abrir sus puertas al mundo digital que SM Fashion pudo ir más allá de las fronteras físicas de la ciudad de Faro y llegar a clientes de todo el país. Las redes sociales se han convertido en un poderoso aliado en la estrategia de comunicación de la tienda. A través de estas plataformas, SM Fashion ha compartido no sólo historias sobre los productos, sino también la dedicación y la pasión que hay detrás de cada pieza que pone a disposición. Esta proximidad digital ha fortalecido la conexión con los clientes.

SM Fashion ha demostrado que, incluso en el contexto digital, la proximidad y la autenticidad siguen siendo pilares fundamentales para establecer una relación de confianza con sus clientes. En un entorno cada vez más digital, la tienda logró armonizar perfectamente el servicio personalizado con el uso estratégico de herramientas digitales, creando así un impacto significativo y positivo.

**SIGUENOS EN ...**





## LA CHANCA, EMPRESA FAMILIAR Y TRADICIONAL QUE FABRICA Y VENDE PRODUCTOS DERIVADOS DEL ATÚN

La Chanca es una empresa de tradición familiar, trabaja con métodos heredados desde hace décadas. Desde que comenzaron a trabajar en los años 50 han evolucionado desde la producción de salazones en un pequeño saladero en Barbate, a la fabricación y venta de productos cada vez más novedosos en instalaciones modernas que crecen al ritmo del incremento de demanda.

Su crecimiento ha venido marcado por su saber adaptarse a los tiempos y a los gustos y métodos de compra del consumidor. Su distribución creció en la década de los 60 con la venta a negocios de la costa mediterránea; ante la demanda del consumidor particular abrieron tiendas en Barbate y pueblos de alrededor; actualmente llegan a todo el mundo a través de su web. Resaltar que su apertura a la venta online vino determinada por una dificultad mundial a la que supieron responder, el COVID19. Son por ello un claro ejemplo de éxito de la digitalización de la pequeña empresa.

Son evidencia de cómo una empresa contribuye a crear riqueza en un entorno rural. No solo por el número de empleos que generan, su marca lleva el nombre de Barbate y de Cádiz fuera de la provincia, atrayendo a visitantes del mundo a su localidad. Muchos de estos visitantes acuden al reclamo del "Museo del atún" donde los visitantes acceden a la tradición artesanal en la captura, corte (el famoso ronqueo) y tratamiento del atún, con una degustación del producto al final.

También, de cómo la unión con el entorno y otras empresas crean sinergias positivas para todos. En su web tienen un apartado especial para Barbate y alrededores y en sus tiendas físicas venden productos gourmet de otras empresas gaditanas.

Es destacable cómo la empresa ha sabido aprovechar los recursos públicos puestos a disposición de empresas a través de ayudas o subvenciones. La receta de éxito para la optimización de estos recursos es el aprovecharlos para una necesidad existente y el tener claro el coste que para la empresa supone todo el proceso de concesión y gestión de una subvención en términos de RR.HH.



**SIGUENOS EN...**



[WEB LA CHANCA](https://www.lachanca.es)