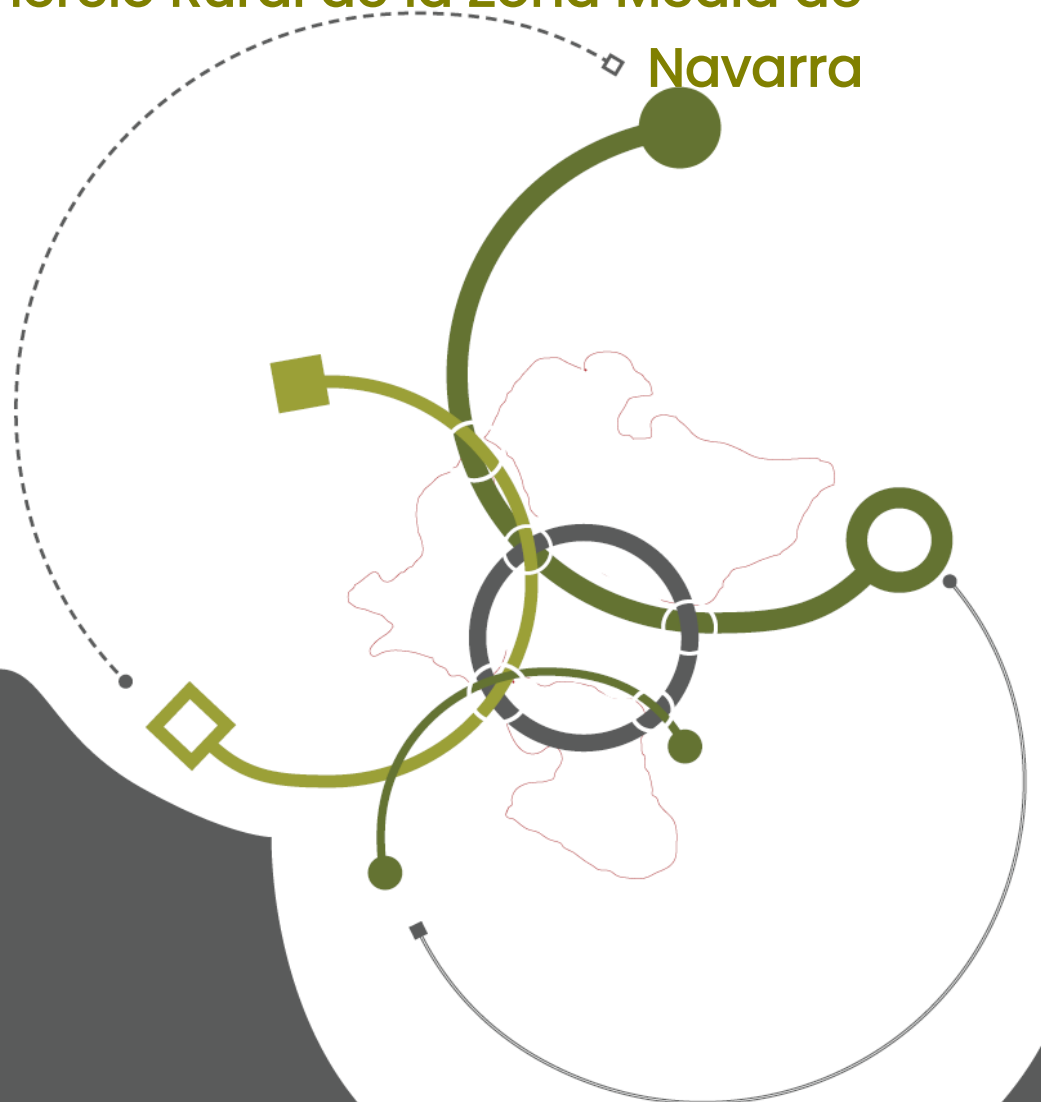


Informe monográfico

Inversiones, Ayudas y Digitalización

Comercio Rural de la Zona Media de Navarra



Índice

Presentación	3
1.- Zona de estudio	4
2.- Ficha técnica	5
3.- Análisis	6
4.- Conclusiones	15
5.- Referencias	18
Anexos	19
Anexo I. Encuesta	



PRESENTACIÓN

Este informe está realizado por el **Consortio de Desarrollo de la Zona Media** y se enmarca en las acciones previstas en la **Red de Servicio de Dinamización del Comercio Rural de Navarra**, impulsada por la **Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo** de Gobierno de Navarra.

El presente documento recoge información de carácter coyuntural de la situación del comercio de proximidad situado en la Zona Media de Navarra, y pone el foco en las áreas de:

- **inversiones** realizadas por los comercios,
- convocatorias de **ayudas** dirigidas al sector comercial,
- y grado de **madurez digital** de las empresas de comercio minorista.

Resulta muy oportuno realizar esta observación, descripción y análisis en el primer semestre de 2023, para valorar la situación de los comercios y las acciones que han emprendido en las áreas citadas de inversiones, ayudas y digitalización.

También resulta muy pertinente para medir el impacto que está teniendo el Servicio de Dinamización del Comercio, prestado por el Consorcio de la Zona Media, y los resultados del asesoramiento personalizado que se está facilitando a las empresas de comercio minorista de los municipios del territorio.



1.- Zona de estudio

La **Zona Media de Navarra** se encuentra situada en el centro de la Comunidad Foral de Navarra, y la integran 38 municipios.



39.597 habitantes



1.415,80 km²



27,85 habitantes/km²



Población de origen extranjero
10,9 %



Tasa de masculinidad
105,9



Índice de envejecimiento
159,1



Renta per cápita por unidad de consumo (2020): 19.293,83
 - Renta per cápita por unidad de consumo masculina: 19.779,68
 - Renta per cápita por unidad de consumo femenina: 18.776,75
 Tasa de riesgo de pobreza (2020): 22,55 %



2.200 empresas en el territorio
10 polígonos industriales



10,49% de las empresas pertenecen al **sector industrial**



15,39% de las empresas pertenecen al **sector construcción**



26 % de las empresas pertenecen al **sector comercio**



48,12% de las empresas pertenecen al **sector servicios**

2.- Ficha técnica

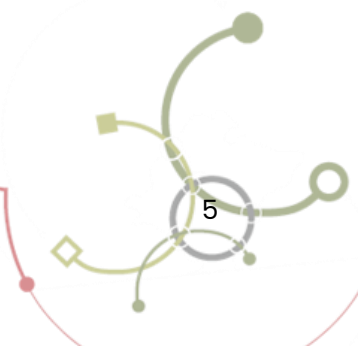
Calendario

Validación	Diciembre de 2022.
Trabajo de campo	Elaboración de la Base de Datos Inicial de comercio: octubre de 2022- enero de 2023. Difusión de la encuesta a comerciantes: enero - febrero de 2023. Tratamiento de los datos: junio de 2023
Difusión del informe	Julio de 2023.

Universo muestral

Base de datos comercio rural Zona Media	Total comercio: 310 Com. con correo válido: 277 Total respuestas: 70	Error muestral total: 10,32% (nivel de confianza 95%) Error muestral com. contacto válido: 10,14%	Índice de respuesta absoluta: 22,58% Índice de respuesta relativo: 25,27%
Fuente	Base de datos del comercio rural de la Zona Media de Navarra y encuesta de carácter coyuntural sobre la situación del comercio		
Métodos			
Recogida de datos	<ul style="list-style-type: none"> • Mailing dirigido a los comerciantes (encuesta en Google Forms) • Mailing dirigido a las asociaciones de comerciantes y a Ayuntamientos (encuesta en Google Forms) • Asesoramientos presenciales a comerciantes (encuesta impresa) 		
Tratamiento de datos	Todos los datos se han volcado en una hoja Excel, donde se han homogeneizado las respuestas.		
Canales empleados	Listas de difusión, Webs, RRSS, listas de WhatsApp		

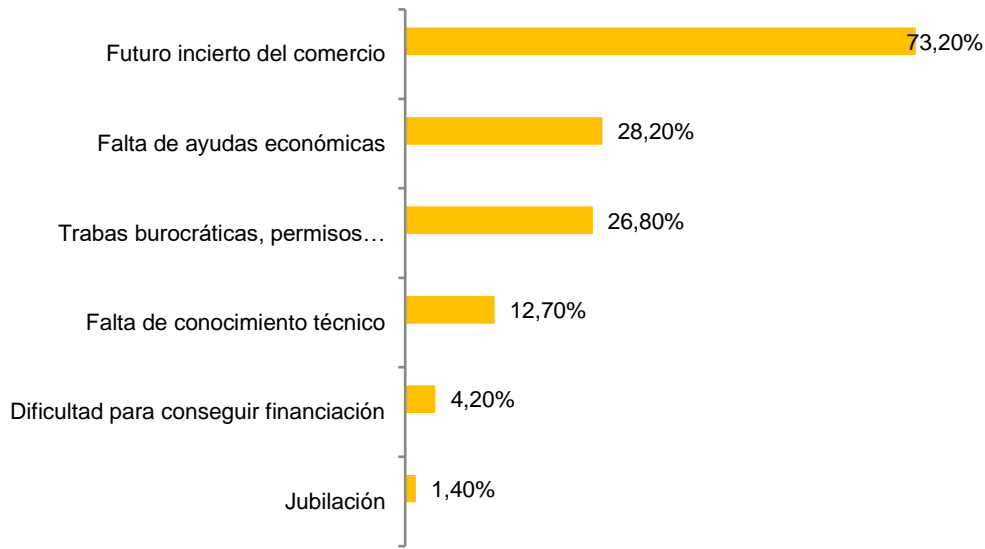
El informe monográfico busca recabar información sobre las inversiones realizadas por el tejido comercial de la Zona Media, las ayudas y subvenciones dirigidas al sector, y el grado de madurez digital de las empresas de comercio minorista del territorio .



3.- Análisis

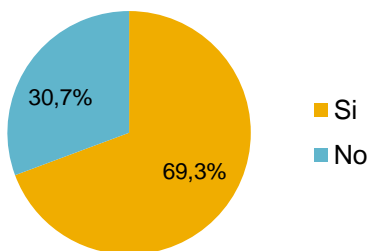
Inversiones en el comercio rural de la Zona Media de Navarra

Gráfico 1. Obstáculos que encuentran a la hora de invertir en sus comercios



El 73,2% de los comercios encuestados señalan el futuro incierto del sector como un obstáculo a la hora de invertir en sus comercios; el 28,2%, la falta de ayudas económicas; y el 26,8%, las trabas burocráticas, permisos... Otros obstáculos señalados son la falta de conocimientos técnicos, la dificultad de conseguir financiación y la edad próxima a la jubilación.

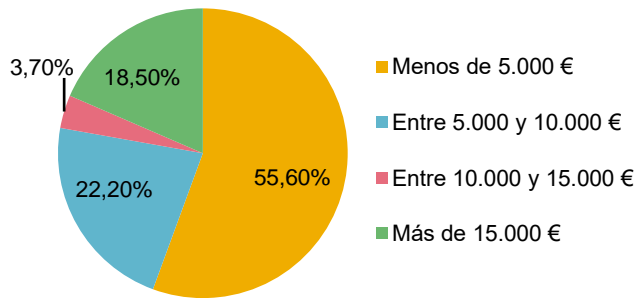
Gráfico 2. Inversiones realizadas en sus comercios en los últimos 3 años.



El **69,3 %** de las y los comerciantes ha respondido que sí ha realizado inversiones en su comercio en los últimos 3 años, mientras que el **30,7 %** no ha realizado inversiones.

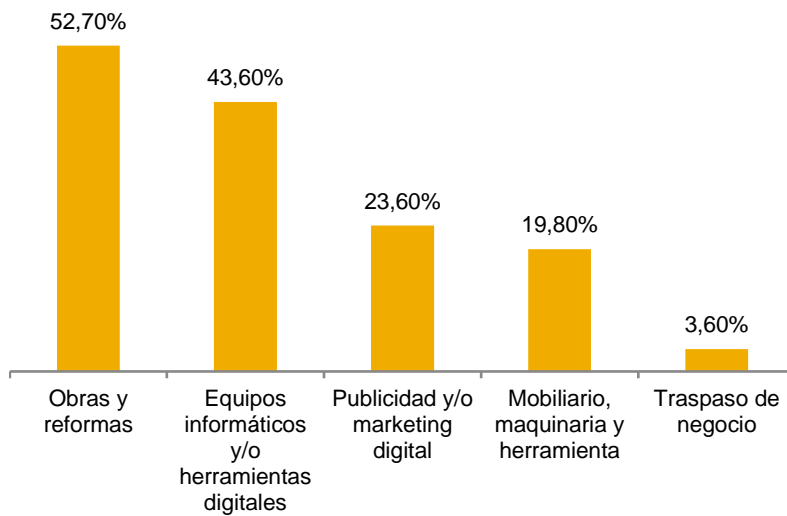


Gráfico 3. Cuantía de las inversiones realizadas en sus comercios en los últimos 3 años



De los comercios que sí han realizado inversiones, el 55,6 % indican que han sido de cuantía inferior a 5.000 €, el 22,2 % de cuantía entre 5.000 y 10.000 €, el 3,7 € inversiones de entre 10.000 y 15.000 € y el 18,5 % de más de 15.000 €.

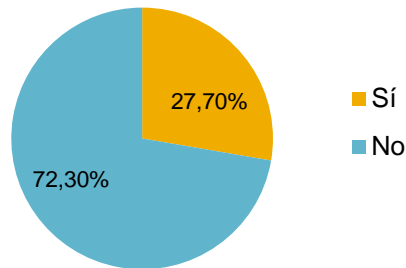
Gráfico 4. Destino de las inversiones realizadas en sus comercios en los últimos 3 años



De los comercios que sí han realizado inversiones, el 52,7 % indican que el destino era obra y reforma del establecimiento, el 43,6 % equipos informáticos y herramientas de gestión digital, el 23,6 % publicidad y/o marketing digital, seguido del 19,8 % mobiliario, maquinaria y herramienta y por último el 3,6 % de los comercios lo han destinado a traspaso de negocios.



Gráfico 5. Subvenciones y ayudas recibidas por las inversiones realizadas



El **72,3 %** de los comercios encuestados que han realizado inversiones no han recibido subvenciones, frente al 27,7% que sí han solicitado y recibido.

Gráfico 6. Motivo por el que no han recibido ayudas por las inversiones realizadas



El **51,1 %** de los comercios encuestados no han solicitado ayudas para hacer frente a sus inversiones, el **21,3 %** de ellos desconoce qué ayudas existen, el **10,6 %** no sabe cómo solicitar dichas ayudas, y el **8,5 %** no las han solicitado porque exigen muchos trámites.

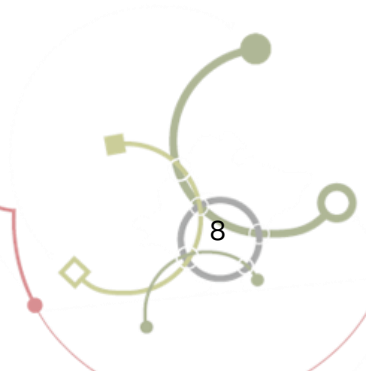
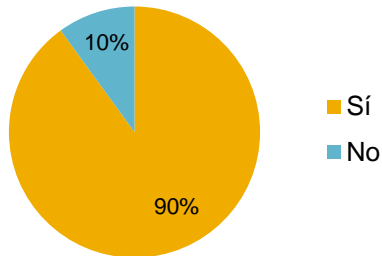
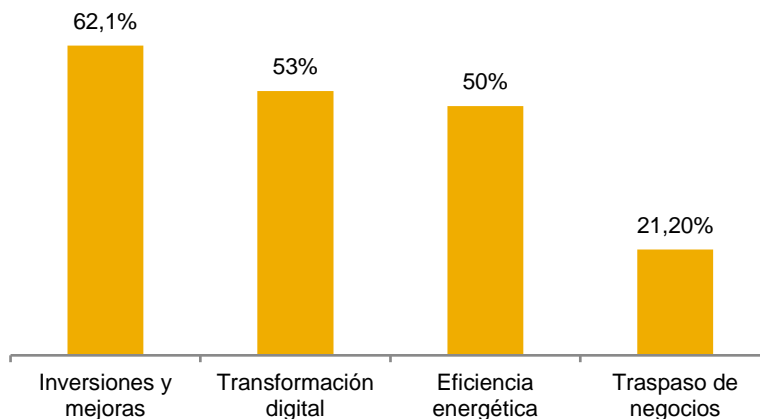


Gráfico 7. Interés por recibir información sobre ayudas y programas dirigidos al sector comercial



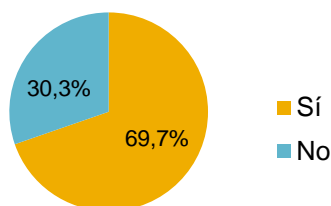
El **90 %** de los comercios encuestados sí quieren recibir información sobre las ayudas y programas dirigidos al sector comercial.

Gráfico 8. Tipos de ayudas y programas que le interesa conocer y recibir información



El **62,1 %** de los comercios encuestados tiene interés en conocer ayudas económicas para inversiones y mejoras, el **53%** en conocer programas de transformación digital, el **50 %** en programas de eficiencia energética y el **21,2 %** en ayudas al traspaso de negocios.

Gráfico 9. Interés en asesoramiento personalizado del Servicio de Dinamización del Comercio



El **69,7 %** de los comercios han respondido que quieren recibir asesoramiento personalizado por el Servicio de Dinamización del Comercio Rural de la Zona Media.

Digitalización del comercio rural de la Zona Media de Navarra

A continuación se presentan los resultados sobre el nivel de digitalización de las empresas comerciales con establecimiento situado en la Zona Media.

Gráfico 10. Importancia que otorgan a la digitalización en sus comercios

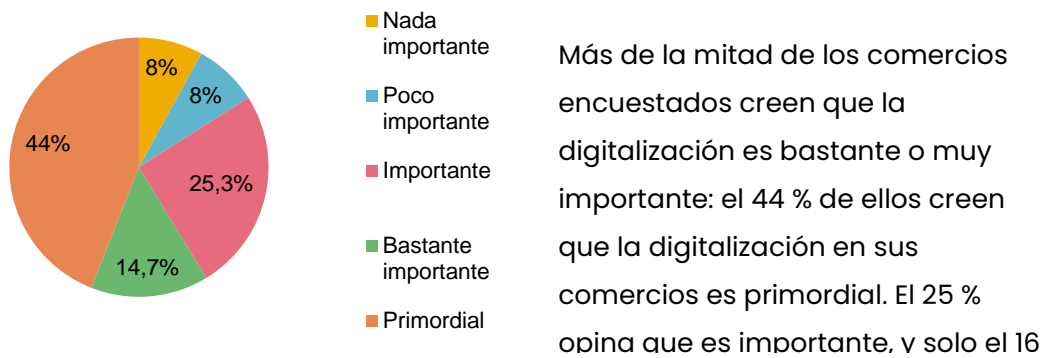


Gráfico 11. Uso de ordenador en sus comercios

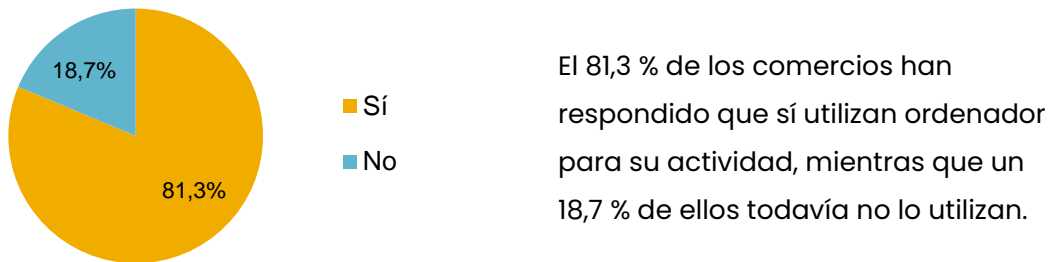


Gráfico 12. Acceso a internet en sus comercios

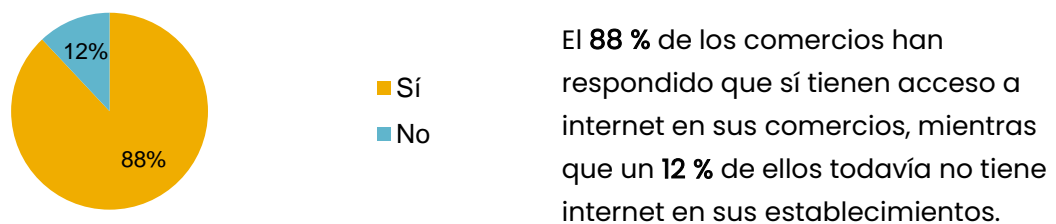
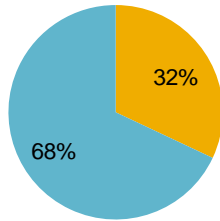


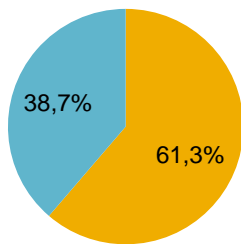
Gráfico 13. Página web y/o tienda online en sus comercios



■ Sí
■ No

El **68%** de los comercios indican que no tienen página web y/o tienda online, y el **32%** de ellos sí dispone de canal de venta online.

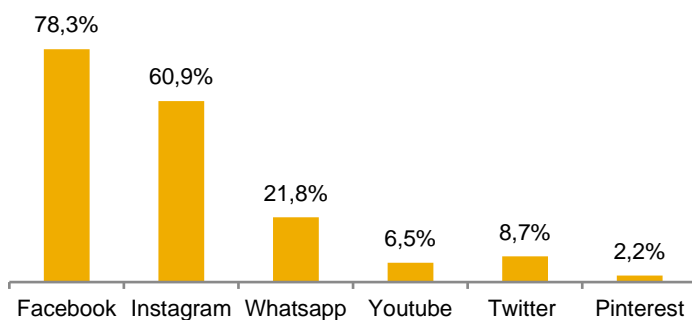
Gráfico 14. Uso de redes sociales en sus comercios



■ Sí
■ No

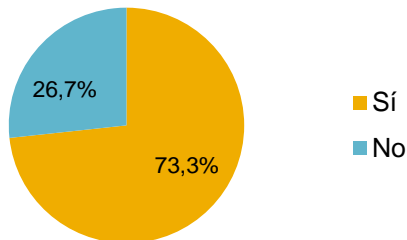
El **61,3%** de los comercios encuestados indican que sí utilizan redes sociales de sus comercios y el **38,7%** de ellos no lo hacen.

Gráfico 15. Qué redes sociales utilizan en sus comercios



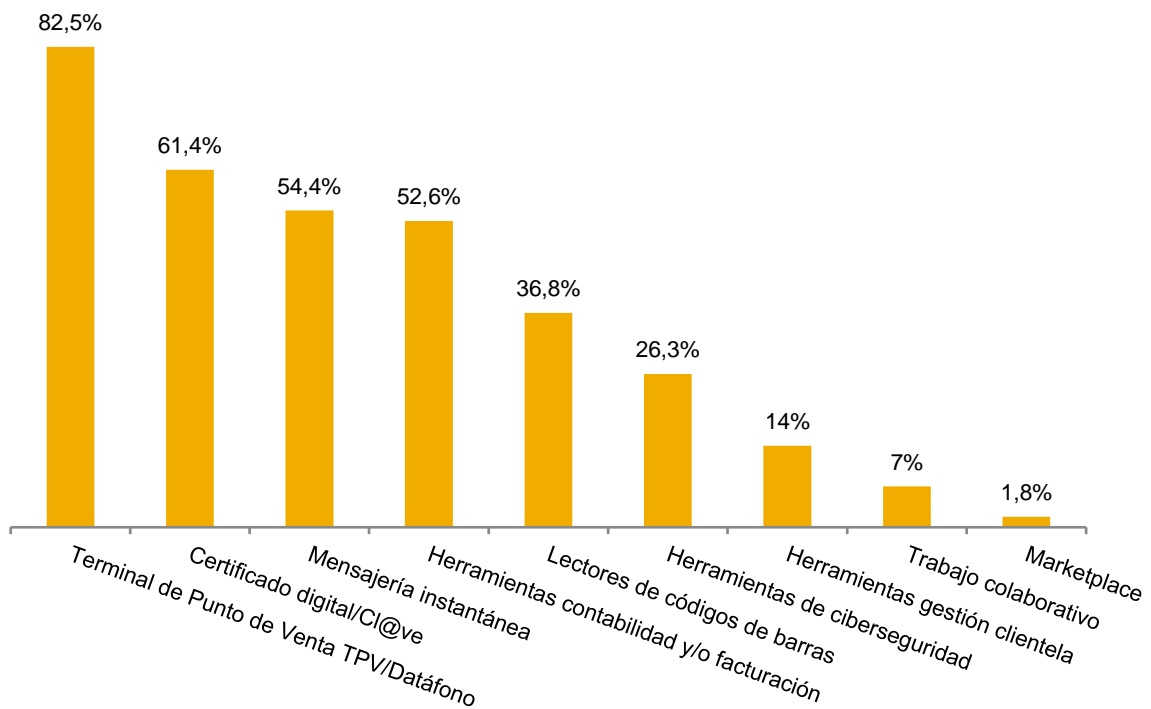
La red social más utilizada es Facebook, empleada por el **78,3%** de los comercios encuestados, seguida de Instagram que la utilizan el **60,9%** y el **21,8%** Whatsapp. De manera residual algunos emplean Twitter, Youtube y Pinterest.

Gráfico 16. Uso de programas informáticos/herramientas digitales en sus comercios



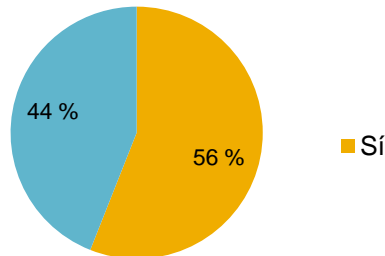
El **73,3 %** de los comercios encuestados usa algún programa informático o herramienta digital en sus comercios, frente al **26,7 %** de ellos que no lo hacen.

Gráfico 17. Qué programas informáticos / herramientas digitales usan.



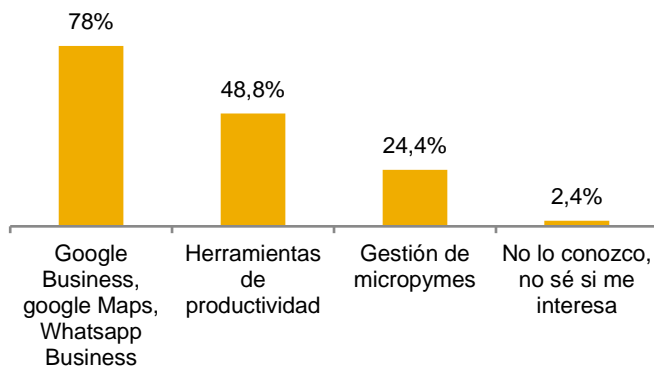
Los programas y/o herramientas digitales más empleados son el terminal de punto de venta (TPV)/Datáfono por el **82,5 %** de los comercios encuestados, el certificado digital /cl@ve por el **61,4 %**, mensajería instantánea por el **54,4 %**, herramientas de contabilidad y/o facturación por el **52,6 %**, lectores de códigos de barras por el **36,8 %** y herramientas de ciberseguridad por el **26,3 %**. Solo el **14 %** usa herramientas de gestión de clientela y el **7 %** de trabajo colaborativo.

Gráfico 18. Interés en recibir formación en digitalización



El 56% tiene interés en recibir formación en digitalización y el 44 % indica no tener interés en formarse en el área digital.

Gráfico 19. Áreas en las que les gustaría formarse



Los comercios que tienen interés en formarse prefieren los siguientes contenidos: “posicionamiento, visibilidad, gestión de pedidos y comunicación, a través de Google Business, Google Maps y Whatsapp Business” por el **78 %**, de los comercios, en “herramientas de productividad” por el **48,8 %** de ellos, y en “gestión de micropymes” por el **24,4 %** de ellos.

4.- Conclusiones del informe

Inversiones en los comercios de la Zona Media

El **69,3 %** de los comercios de la Zona Media han realizado inversiones en los 3 últimos años, frente al 30,7 % que no las ha realizado. De los comercios que han acometido inversiones, el **55,6 %** indican que han sido de **cuantía inferior a 5.000 €**, el **22 %** de cuantía **entre 5.000 y 10.000 €**, el **3,7 %** entre **10.000 y 15.000 €** y el **18,5 %** de **más de 15.000 €**. Los **principales motivos** por los que los comercios del territorio han realizado inversiones han sido por **obras y reforma de los establecimientos (52,7%)**, y **equipos informáticos y/o herramientas digitales (43,6%)**; también en **publicidad y/o marketing digital (23,6 %)** y **mobiliario, maquinaria y herramienta (19,8 %)**.

El **principal obstáculo a la hora invertir** en los comercios de proximidad de la Zona Media es el **futuro incierto del sector**, así lo indican el **73,2 %** de las y los **comerciantes**. También representan frenos a la inversión la **falta de ayudas económicas (28,2 %)** y las **trabas burocráticas (26,8 %)**.

Ayudas / Subvenciones a los comercios de la Zona Media

Solo el **27,7%** de los comercios de la Zona Media han recibido subvenciones para hacer frente a las inversiones que han realizado en los últimos 3 años, frente al 72,3 % que no las han solicitado y/o recibido. Los **motivos principales** por los que **NO** han recibido ayudas son el **desconocimiento de las subvenciones (21,3 %)**, **no saber cómo solicitarlas (10,6 %)**, la **exigencia de muchos trámites (8,5 %)** así como que la inversión a realizar **no era concepto subvencionable (6,3 %)**.

El **90 %** de los comercios de la Zona Media quieren recibir **información sobre las ayudas y programas** dirigidos al sector comercial. En concreto, el **62,1 %** de ellos quieren estar informados de lo **relativo a inversiones y mejoras**, el **53 %** de ellos de contenidos de **transformación digital**, el **50 %** demandan información sobre **eficiencia energética** y el **21,2 %** sobre las medidas para el **traspaso de negocios**.

El 69,7 % de los comercios de la Zona Media quieren recibir asesoramiento personalizado por el Servicio de Dinamización del Comercio Rural de la Zona Media.

Digitalización de los comercios de la Zona Media

El 44 % de los comercios de proximidad de la Zona Media consideran que la digitalización en sus negocios es primordial. Solo el 8 % de los comercios cree que el nivel de digitalización en los comercios no es nada importante.

El uso de ordenadores en los comercios del territorio está bastante generalizado, el 81,3 % de ellos indican que lo utilizan.

Igualmente el acceso a internet, del que disponen el 88 % de los establecimientos comerciales de la Zona Media.

La página web y/o tienda online es un recurso puesto en marcha por el 68 % de los comercios, frente al 32 % que no tienen canal de venta online.

La presencia digital a través de redes sociales es utilizada por el 61,3 % de los comercios del territorio. De ellas, la más elegida es Facebook (78,3 % de los comercios), Instagram (60,9 %), seguida de Whatsapp (21,8 %).

También los programas informáticos / herramientas digitales son usadas por los comercios de la Zona Media: el 82,5 % de ellos utilizan terminal de punto de venta TPV / datáfono, el 61,4% certificado digital / cl@ve, el 54,4 % mensajería instantánea y el 52,4 % herramientas de contabilidad y/o facturación. Las menos utilizadas son las herramientas de gestión de clientela (14 %) y el trabajo colaborativo (7 %).

Es necesaria una mayor sensibilización para la capacitación digital, puesto que el 44 % indica no tener interés en formarse en el área digital.

Los comercios que manifiestan interés en formarse eligen los siguientes contenidos: el 78 % en Google Business, Google maps y Whatsapp Business, el 48,8 % en herramientas de productividad y el 24,4 % en Gestión de micropymes.

5.- Referencias

- **Diagnóstico de la Estrategia de Desarrollo Local de la Zona Media 2023-2027**, Consorcio de Desarrollo de la Zona Media.
- **Plan de Activación Socioeconómica de la Zona Media de Navarra 2017-2025**, Consorcio de Desarrollo de la Zona Media y AEZMNA
- **Plan de Impulso del comercio minorista de proximidad de Navarra 2022-2025**, Gobierno de Navarra
- **Estadística del sector del comercio al por menor y evolución del comercio minorista**, Nastat, web www.comercio.navarra.es, 2023.
- **Plan de Atracción y Ordenación Comercial de Tafalla**, Gobierno de Navarra y Ayuntamiento de Tafalla, elaborado por Ikertalde, 2017
- **Informes trimestrales de coyuntura del sector de distribución comercial**, Enfokamer Observatorio del comercio de Euskadi, 2022

ANEXO

Anexo I. Encuesta

Situación del comercio de proximidad en la Zona Media de Navarra: Coyuntura, digitalización e inversión

ENCUESTA DE LA "RED DE SERVICIO DE DINAMIZACIÓN DEL COMERCIO RURAL"

Desde la *Dirección General de Turismo, Comercio y Consumo*, y en este territorio a través del *Consortio de Desarrollo de la Zona Media*, estamos impulsando el proyecto [Red de Servicio de Dinamización del Comercio Rural de Navarra](#).

El objetivo es la revitalización de la actividad de los comercios de proximidad del medio rural, mediante un asesoramiento público y gratuito dirigido a los comercios de nuestros municipios.

Te invitamos a participar en el **Panel de Comercios**, una muestra representativa de los comercios de la Zona Media de Navarra, y para ello únicamente tienes que rellenar esta encuesta, porque queremos conocer y realizar un seguimiento de la situación que atravéis los comercios de proximidad de la Zona Media en el comienzo de 2023.

La información recabada permitirá orientar las ayudas y programas dirigidos al sector comercial, y darán respuesta de manera más precisa a vuestras necesidades.

Cumplimentar este cuestionario no te llevará más de 5 minutos.

Muchas gracias por tu colaboración, estamos a tu disposición.

Para lo que necesites nos puedes contactar en consorcio@navarramedia.org, 948 740 739 / 619 102 447.

1. CARACTERIZACIÓN DE TU COMERCIO

1	Nombre comercial o razón social		
2	Sexo	<input type="checkbox"/> Hombre	<input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/> Otr@s
3	Edad de la persona titular	<input type="checkbox"/> Menor de 30 años <input type="checkbox"/> Entre 51 y 60 años	<input type="checkbox"/> Entre 31 y 40 años <input type="checkbox"/> Más de 60 años <input type="checkbox"/> Entre 41 y 50 años
4	País de origen		
5	Sector de actividad	<input type="checkbox"/> Alimentación <input type="checkbox"/> Droguería <input type="checkbox"/> Estancos	<input type="checkbox"/> Salud <input type="checkbox"/> Textil y calzado <input type="checkbox"/> Cultura y tecnología <input type="checkbox"/> Equipamiento para el hogar
6	Personas contratadas	<input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> 6 o más	<input type="checkbox"/> Entre 1 y 2 <input type="checkbox"/> Entre 3 y 5
7	Antigüedad del comercio	<input type="checkbox"/> Menos de un año <input type="checkbox"/> Más de 10 años	<input type="checkbox"/> Entre 1 y 5 años <input type="checkbox"/> Entre 5 y 10 años
8	Entorno en el que se ubica el comercio	<input type="checkbox"/> Centro urbano <input type="checkbox"/> Entorno rural	<input type="checkbox"/> Polígono- Centro Comercial
9	Municipio		

2. SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO	
10	¿Cómo calificas tu nivel de ventas? <input type="checkbox"/> Muy bueno <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Satisfactorio <input type="checkbox"/> Malo <input type="checkbox"/> Muy malo
11	¿Cómo ha variado tu nivel de ventas durante el último año? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
12	¿Cómo han variado los precios de compra de tus provisiones durante el último año? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
13	¿Cómo han variado los gastos fijos de tu comercio durante el último año? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
14	¿Cómo han variado los precios de venta de tu comercio durante el último año? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
15	¿Cómo calificas tu nivel de stock? <input type="checkbox"/> Muy reducido <input type="checkbox"/> Reducido <input type="checkbox"/> Normal <input type="checkbox"/> Excesivo <input type="checkbox"/> Muy excesivo
3. PERSPECTIVAS DEL COMERCIO A FUTURO	
16	¿Cómo crees que va a ser la cantidad de pedidos que realizas a tus proveedores en el corto plazo? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
17	¿Cómo crees que va a ser tu volumen de ventas en el corto plazo? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
18	¿Cómo crees que va a ser tu precio de ventas en el corto plazo? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
19	¿Cómo crees que va a ser el número de personas que trabajan en tu comercio en el corto plazo? <input type="checkbox"/> Mucho mayor <input type="checkbox"/> Mayor <input type="checkbox"/> Igual <input type="checkbox"/> Menor <input type="checkbox"/> Mucho menor
20	¿Cómo crees que va a ser la situación general de tu comercio en el corto plazo? <input type="checkbox"/> Mucho mejor <input type="checkbox"/> Mejor <input type="checkbox"/> Estable <input type="checkbox"/> Peor <input type="checkbox"/> Mucho peor
4. CUESTIONES COMPLEMENTARIAS	
4.1. INVERSIONES	
21	¿Has realizado alguna inversión en tu comercio durante el último año? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
21-1	¿Cuál ha sido la cuantía de las inversiones? <input type="checkbox"/> Menos de 5.000 € <input type="checkbox"/> Entre 5.000 € y 10.000 € <input type="checkbox"/> Entre 10.000 € y 15.000 € <input type="checkbox"/> Más de 15.000 €
21-2	¿Cuál ha sido el destino de las inversiones? <input type="checkbox"/> Obras y/o reformas o traslado del establecimiento <input type="checkbox"/> Traspaso de negocio <input type="checkbox"/> Publicidad y/o marketing digital <input type="checkbox"/> Tecnología y/o herramientas de gestión digital <input type="checkbox"/> Otros: _____
21-3	¿Has recibido alguna subvención? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
21-4	¿Cuál? _____
22	¿Cuáles son los principales obstáculos que encuentras a la hora de invertir en tu comercio? <input type="checkbox"/> Trabas burocráticas (permisos, etc.) <input type="checkbox"/> Dificultad de financiación <input type="checkbox"/> Futuro incierto del comercio <input type="checkbox"/> Falta de conocimiento técnico <input type="checkbox"/> Otros _____
23	¿Tienes pensado realizar alguna inversión en tu comercio durante el año 2023? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No

4.2. NIVEL DE DIGITALIZACIÓN

24	¿Crees que es importante la <u>digitalización</u> en tu comercio? <input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Poco importante <input type="checkbox"/> Nada importante
25	¿Utilizas un ordenador en tu comercio? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
26	¿Tienes acceso a internet en tu comercio? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
27	¿Tienes <u>página web y/o tienda online</u>? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
28-1	<u>Enlace a la web / tienda online:</u> _____
29	¿Tu comercio tiene <u>redes sociales</u>? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
30-1	En caso afirmativo, pon el <u>enlace</u> a tus redes sociales <input type="checkbox"/> Instagram: _____ <input type="checkbox"/> Facebook: _____ <input type="checkbox"/> Twitter: _____ <input type="checkbox"/> TikTok: _____ <input type="checkbox"/> Youtube: _____ <input type="checkbox"/> Otros: _____
31	¿Usas <u>programas informáticos / herramientas digitales</u> en tu comercio? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
32	En caso afirmativo, ¿Qué <u>programas informáticos / herramientas digitales</u> utilizas? <input type="checkbox"/> Terminal de punto de venta (TPV)/Datáfono <input type="checkbox"/> Marketplace <input type="checkbox"/> Herramientas/prácticas de ciberseguridad (copias de seguridad, certificados SSL...) <input type="checkbox"/> Mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram...) <input type="checkbox"/> Herramientas de gestión de clientes (mailing, software específico o CRM...) <input type="checkbox"/> Herramientas de contabilidad y/o facturación <input type="checkbox"/> Herramientas de teletrabajo (Sack, Microsoft Teams...) <input type="checkbox"/> Certificado digital o Cl@ve (PIN o permanente) <input type="checkbox"/> Otros: _____
33	¿Qué <u>buscas</u> con el proceso de digitalización? _____
34	¿Has recibido <u>formación sobre digitalización</u> durante los <u>últimos tres años</u>? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No
35-1	En caso afirmativo, ¿de qué trataba? _____
36	¿Sobre cuál de las siguientes temáticas te gustaría <u>recibir formación</u>? <input type="checkbox"/> Información general sobre digitalización <input type="checkbox"/> Software para la gestión de clientes y/o proveedores <input type="checkbox"/> Publicidad y marketing digital <input type="checkbox"/> Página web/posicionamiento en internet (SEO) <input type="checkbox"/> Gestión y presencia en RRSS <input type="checkbox"/> Comercio electrónico <input type="checkbox"/> Ayudas y programas para la digitalización (Kit Digital, Centro de Impulso de Transformación Digital...) <input type="checkbox"/> Uso del certificado digital y/o Cl@ve (PIN o permanente) <input type="checkbox"/> Otros: _____ <input type="checkbox"/> No tengo interés en recibir formación sobre digitalización

6. DATOS DE CONTACTO Y PROTECCIÓN DE DATOS

37	<p>En caso de que quieras participar en el Panel de Comercios y recibir información sobre las ayudas y programas orientados al sector comercial (relevo generacional, digitalización, formación...), te rogamos que nos indiques la forma/formas de contacto</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono/WhatsApp (indica tu número de teléfono)</p> <p>_____</p> <p><input type="checkbox"/> Correo electrónico</p> <p>_____</p>
	<p><input type="checkbox"/> Confirmando que he leído y acepto los términos y condiciones de la Política de Protección y Tratamiento de Datos.</p>
<p>¡Gracias por tu colaboración!</p>	

