



## Los mercados de Travesas y O Berbés apuestan por la digitalización comercial gracias a una campaña de la Cámara PVV

- Durante este mes de noviembre, ambos mercados impulsan, gracias al apoyo de la Cámara, distintas iniciativas centradas en la mejora de sus habilidades en el manejo de redes sociales y en las nuevas tecnologías
- El objetivo es conectar con un público más joven transmitiéndoles las ventajas de comprar en los mercados locales
- La iniciativa se enmarca en el Programa Comercio Minorista de la Cámara de Comercio de España, cofinanciado por el FEDER de la Unión Europea, dentro del marco del Programa Plurirregional de España FEDER 2021-2027 y por la Secretaría de Estado de Comercio

**Vigo, 15 de noviembre de 2024.-** La Cámara de Comercio de Pontevedra, Vigo y Vilagarcía ha puesto en marcha un Programa de Dinamización Comercial y Digital de los de Travesas y O Berbés con el objetivo de fortalecer su presencia en el mundo digital y atraer a un público más joven. Esta iniciativa se alinea con la creciente demanda de digitalización en los sectores comerciales tradicionales y pretende modernizar estos espacios, promoviendo sus valores de frescura, proximidad y calidad a través de herramientas digitales.

La campaña, activa durante el mes de noviembre, se centra en la formación de los comerciantes en el uso de redes sociales y otras tecnologías digitales, además de una serie de actividades innovadoras para dinamizar el mercado y llegar a un público nuevo.

### Acciones clave para la transformación digital de los mercados

La primera fase de esta campaña se centra en la colaboración con los mercados para facilitarles la optimización de perfiles en redes sociales, a través del diseño de imágenes de perfil, cabeceras y stories destacadas.

Sobre esta base, un componente esencial de la campaña será la capacitación de los comerciantes en el uso de redes sociales. Con este objetivo se impartirá un taller de fotografía de producto con smartphones, para que los comerciantes puedan capturar y editar imágenes atractivas de sus productos.



También se ofrecerá un taller de gestión de Instagram y WhatsApp, donde aprenderán a utilizar estas plataformas de forma eficaz, enfocando el uso de Instagram para promocionar sus productos y creando listas de difusión en WhatsApp para mantener el contacto con sus clientes habituales.

### **Dinamización digital: concursos, sorteos y colaboraciones**

La campaña también incluye una serie de actividades orientadas a aumentar la interacción y la participación en redes sociales. Entre estas se destacan:

- **Videos promocionales de productos en Stories.** En colaboración con chefs reconocidos de restaurantes locales, se compartirán videos en redes sociales con recetas y consejos sobre cómo aprovechar los productos frescos y de calidad disponibles en los mercados. Esta iniciativa busca resaltar el valor de los productos locales y atraer la atención de nuevos consumidores.
- **Concursos y sorteos.** Se organizará un concurso promocional de fotografía en redes sociales invitando a los visitantes a capturar momentos en el mercado, y un sorteo de una cesta de productos gastronómicos, fomentando así la interacción digital. Estas acciones buscan no sólo aumentar la visibilidad del mercado en redes sociales, sino también crear una sensación de comunidad entre los clientes.
- **Cierre de campaña.** Como parte de esta iniciativa de dinamización comercial, se organizará también en el mercado de Travesas una degustación especial en la última semana de noviembre.

### **Acciones de concienciación y campaña solidaria**

Además de las acciones promocionales y formativas, la campaña incluye iniciativas sociales y educativas:

- **Visita de un nutricionista.** Durante estas semanas, un nutricionista visitará los mercados para hablar sobre los beneficios de una dieta equilibrada basada en productos frescos. Esta colaboración generará contenido educativo en redes sociales y resaltará la importancia de los mercados locales como fuentes de productos saludables y sostenibles.
- **Campaña Digital Solidaria.** Durante el mes, se llevará a cabo una campaña digital solidaria para la recogida de regalos destinados a niños de la comunidad. Esta actividad incluirá un stand en el mercado donde los visitantes podrán dejar sus donaciones y unirse a esta causa solidaria. A través de esta acción, los mercados buscan consolidar su rol como centros de cohesión social y responsabilidad comunitaria.



## Impacto y objetivos de la campaña

Con esta campaña, la Cámara de Comercio PVV no solo apoya la modernización de los mercados de Travesas y O Berbés, sino que también persigue un objetivo más amplio: conectar los valores tradicionales de estos espacios con el lenguaje y las herramientas del público joven.

Con esta campaña de digitalización la Cámara PPV aspira a revitalizar el comercio local, en concreto los mercados de Travesas y O Berbés, fortaleciendo su presencia online y renovando su imagen sin perder la esencia que los caracteriza.

Para más información, los interesados pueden seguir las redes sociales de los mercados y la Cámara de Comercio PVV, donde se publicarán actualizaciones y contenidos sobre todas las actividades de esta campaña.

## Programa Comercio Minorista

Este Programa de Dinamización Comercial y Digital, liderado por la Cámara de Comercio de Pontevedra, Vigo y Vilagarcía de Arousa, se integra en el Programa Comercio Minorista de la Cámara de Comercio de España, cofinanciado por el FEDER de la Unión Europea, dentro del marco del Programa Plurirregional de España FEDER 2021-2027 y por la Secretaría de Estado de Comercio.

El Programa Comercio Minorista se enmarca en el objetivo específico del “refuerzo del crecimiento sostenible y la competitividad de las pymes y la creación de empleo en estas, también mediante inversiones productivas”. Con este fin, se marca como objetivos concretos: 1) dotar al comercio minorista de medidas de apoyo que establezcan las bases adecuadas para un crecimiento competitivo en un marco de colaboración institucional; 2) promover la innovación, y la adaptación a las nuevas fórmulas comerciales y hábitos de consumo; 3) el impulso del comercio electrónico y nuevas tecnologías en el sector como elemento clave para la ampliación de mercados a nivel tanto nacional como internacional; 4) la mejora de la competitividad del comercio tradicional a través de la capacitación en habilidades, la cooperación entre empresas y la disposición de infraestructuras compartidas de interés colectivo para el sector comercial; 5) la consolidación de las relaciones entre las actividades comerciales y los proveedores potenciales del entorno local, de cara a promover el desarrollo endógeno y la cohesión territorial; y 6) el desarrollo de acciones innovadoras de dinamización de zonas y actividades comerciales.