

ITINERARIO FORMATIVO

SERVICIOS Y COMERCIO DEL METAL





INTRODUCCIÓN

PROYECTO “SERVICIO DE ALFABETIZACIÓN E INCLUSIÓN DIGITAL DEL SECTOR METAL

El proyecto “Servicio de alfabetización e inclusión digital del sector Metal tiene como objetivo principal mejorar las competencias digitales y orientar a los trabajadores presentes y futuros hacia los oficios digitales del sector Metal, mejorando su empleabilidad, estabilidad y el acceso a unos trabajos que permiten una mayor progresión profesional.

Entre sus actuaciones se encuentra la elaboración de hojas de ruta para mejorar la capacitación de trabajadores presentes y futuros en los cuatro principales subsectores del sector Metal, y uno transversal a todas las actividades:

1. Industria Metalmeccánica
2. Instalación y acabado de obra
3. Automoción
4. Servicios y comercio del Metal
5. Itinerario Transversal. Todos los oficios del Metal

EL SECTOR METAL

- 10% del PIB regional= 3.000 millones de euros
- 8.000 empresas, entre pymes, autónomos y actividades diversas del metal.
- 40.000 puestos de trabajo directo y 40.000 indirectos
- 93% son pymes y micropymes.

SECTOR SERVICIOS Y COMERCIO DEL METAL

El presente itinerario está enfocado en el sector de Servicios y comercio del Metal, que engloba un amplio abanico de actividades:

- GLP Envasado y Servicios oficiales de Gas.
- Distribución de Ofimática.
- Suministros industriales y comerciales.
- Suministro de aluminio y hierros.
- Recuperadores de chatarra y desguaces y CAT's.
- Reparación de aparatos de uso doméstico (línea blanca, línea marrón y pequeños aparatos).
- Alquiler de maquinaria.
- Manutención.
- Seguridad
- Venta y reparación de maquinaria para alimentación, pesaje y hostelería.
- Suministro al por mayor de saneamientos, fontanería, calefacción, climatización y afines.
- Suministro de material eléctrico.
- Suministro de repuestos de automóviles.
- Distribución de carburantes y combustibles.
- Reparación y venta de carrocerías.





ITINERARIO FORMATIVO SECTOR DE SERVICIOS Y COMERCIO DEL METAL

METODOLOGÍA

Los asistentes a los talleres, en modo presencial, harán uso del equipamiento informático de FREMM. Los que sigan la actuación en modo virtual, lo harán mediante su ordenador portátil, móvil Smartphone u otro dispositivo de su propiedad.

Tanto los unos como los otros, navegarán junto con el ponente por los diferentes portales: Con ello se les mostrará que la tecnología está a su alcance y se incrementarán sus competencias digitales. Participarán de forma activa, no sólo haciendo preguntas, sino también aportando sus conocimientos y experiencias que sean de utilidad.

Para aquellos que no dispongan de dispositivos digitales y deseen seguir la actuación en modo virtual, la Fundación contará también con dos ordenadores portátiles adscritos al proyecto, que se facilitarán al alumno en régimen de préstamo con el fin de que pueda seguir el taller de forma práctica.

En principio, y con el fin de hacerlos operativos, se prevé un aforo máximo de 15 personas por taller. En caso de que se supere el aforo permitido, tendrán preferencia los colectivos OPID descritos en el anexo I de la Orden de 25 de diciembre de la Consejería de Hacienda.

METODOLOGÍA WORKSHOP

- Talleres prácticos, de breve duración y muy productivos.
- Asistencia proactiva: intercambio de conocimientos, impresiones, ideas y preguntas.
- Guiado por un ponente y moderador experto en la materia.



Con el consentimiento de los participantes, estas píldoras informativas se grabarán y se publicarán en la red social YouTube. Con ello se conseguirá una mayor difusión y, a su vez, se publicarán en la web del proyecto.



ITINERARIOS

1

USO DE LOS MARKETPLACE. VENTAJAS Y OPORTUNIDADES PARA LA CREACIÓN DE TU PROPIA TIENDA

Contenido: El comercio actual ha visto resentido su volumen de ventas de forma física, y el consumidor tiende cada vez más a realizar sus compras y establecer contactos comerciales a través del mercado online. Por eso parece evidente que todo negocio que quiera sobrevivir debe tener presencia virtual.

En este taller se estudiarán las oportunidades que ofrece el comercio online, las ventajas y los inconvenientes de crear tu propia tienda online o de unirse a Marketplace colectivos del estilo Amazon u otras más sencillos como El Club Fremm (<http://clubfremm.fremm.es>)

Además se trabajará sobre cómo ofrecer al público distintos productos que a priori no son tangibles, como son la venta de servicios, eventos, experiencias, gestión, asesoramiento...

2

EL MARKETING ONLINE. ESTRATEGIAS, HERRAMIENTAS Y OPORTUNIDADES DE EMPLEO

Contenido: Al hilo de las nuevas tendencias comerciales, se hace obligatorio para hacernos visibles en nuestro mercado, establecer una estrategia de marketing y de Branding. Entre las posibilidades que se pueden barajar, podemos establecer como esencial a día de hoy el marketing digital.

En este taller se estudiarán las posibles estrategias para alcanzar nuestros objetivos, estudiar el entorno, cómo y cuándo comunicarnos, las necesidades, bondades y carencias que podamos tener, cómo planificar el esfuerzo, poner metas alcanzables y progresivas, conocer herramientas que tenemos a nuestra disposición, y sobre todo saber dar a conocer qué estamos ofreciendo, ya sea un producto o cualquier otro servicio como nuestra propia oferta de empleo.

Duración de cada curso: 1,5 horas.

Dirigidos a: Empresarios, autónomos, trabajadores, futuros emprendedores y desempleados y a la ciudadanía en general. En caso de que se supere el aforo permitido, tendrán preferencia los colectivos OPID descritos en el anexo I de la Orden de 25 de diciembre de la Consejería de Hacienda.

Lugar: Instalaciones de FREMM. En caso de que la situación sanitaria provocada por la COVID-19 lo aconseje se hará de forma virtual utilizando la plataforma Meet de Google o Zoom.

Inscripción: [Pichando el siguiente enlace](#) podrá solicitar una consultoría individualizada para llevar a cabo un itinerario personalizado.

