

# Transformació Digital

## Creixent fins al futur comercial

RESUM EXECUTIU

**PROCOM**RETAIL



TARRAGONA  
CENTRE  
COMERCIAL  
OBERT

# RESUM EXECUTIU-GRAU DE MADURESA DIGITAL DEL TEIXIT COMERCIAL DE TARRAGONA



## RESUM EXECUTIU- GRAU DE MADURESA

## ASPECTES CLAU

- **Aquest estudi s'emmarca dins el marc de treball del projecte 'Tarragona Centre comercial obert' subvencionat pel programa de recuperació i resiliència dels Next Generation.**
- **Per determinar el grau de maduresa digital del teixit comercial de Tarragona** s'ha realitzat un qüestionari online que s'ha reforçat amb entrevistes personals.

El nivell de resposta ha estat de 160 establiments, majoritàriament de la zona centre de la ciutat, però també hi ha representació de barris de Llevant, Torreforta, Barris Marítims... i tant d'establiments del teixit urbà com parades del Mercat.

- **La mostra la configuren 160 negocis amb representativitat dels diferents sectors comercials**, un 68,6% són comerços i un 12,6% serveis. Dos de cada deu establiments enquestats, un 20%, són restauradors.
- Els negocis que conformen la mostra, fa uns 17 anys de mitjana que estan oberts a la ciutat de Tarragona. La majoria dels negocis són de lloguer, mentre que en un 15% dels casos són de propietat.

- **El perfil de l'empresariat.** El 60% dels enquestats s'han identificat amb el gènere femení i el 40% amb el masculí. S'ha de tenir present que el sector comercial és un sector força feminitzat.

*En la capacitació dels professionals del teixit comercial, hi ha dos factors clau a l'hora d'estar al dia i utilitzar les eines digitals que tenen els professionals a l'abast per els seus negocis, un és l'edat: les generacions més joves, nadius digitals, són les que estan més acostumades a utilitzar-les mentre que a mesura que s'incrementa l'edat del professional solen tenir més dificultats. L'altre factor és el nivell d'estudis, a priori les persones amb més estudis, més formades són més conscients de les necessitats de tenir una formació més continuada i capacitar-se en l'entorn digital.*

- La mitjana d'edat dels empresaris que conformen la mostra es situa en els 46 anys.
- Un 20% dels empresaris del sector comercial tenen només els estudis obligatoris i un 60% tenen educació secundària post obligatòria. Només un 20,6% dels empresaris disposen d'estudis universitaris. Sent entre els empresaris de comerços on trobem un major percentatge d'empresaris amb estudis superior.

## ASPECTES CLAU

### ▪ Principals resultats de les preguntes específiques vinculades amb l'ecosistema digital dels negocis, per poder determinar el grau de digitalització del teixit comercial de la ciutat.

- El 89% dels establiments tenen perfil a Google My Business, tot i que en un 26% dels casos no ho ha fet l'empresari sinó que Google ho ha fet directament. Un 6% dels establiments no té perfil a Google i un 5% no sap si en té, és a dir, no tenen cap interès en relació a la seva presència online. No hem d'oblidar que estar geolocalitzat a Google, avui en dia, és bàsic per a que nous clients pugin trobar els establiments.
- Un 70% dels negocis disposa de perfil en xarxes socials, mentre que en un 30% dels casos el negoci no presència en xarxes socials. La xarxa més utilitzada és Instagram (92% dels casos). La freqüència de publicació més habitual és la setmanal o més d'un cop per setmana. El teixit comercial de Tarragona que utilitza les xarxes socials com a canal de comunicació/venda amb la seva clientela penja fotografies que fa de productes (73,6%) o utilitza les proporcionades pels seus proveïdors (55,5%).

*Per tenir una bona estratègia de digitalització, no només és important tenir-hi presència i publicar-hi contingut d'interès amb certa recurrència, sinó crear vincles amb l'audiència, amb la comunitat que es va creant entorn el negoci gràcies a les XXSS.*

- El 45,5% dels negocis amb perfil a xarxes socials, són molt poc proactius, es limiten a fer publicacions de diferents continguts, un 35,7% demanen a la clientela que deixi alguna ressenya o comentaris en les xarxes socials, que interactuï.
- En el 78% dels negocis, les xarxes socials les gestiona el mateix propietari (45%) o algun dels treballadors (32%). Només en el 22,3% dels casos es contracta professionals per la gestió de les xarxes socials, ja sigui professionals autònoms o empreses.
- Només un 31% de negocis tenen Pla de màrqueting digital que guia la seva acció estratègica i tàctica en l'entorn digital.
- Poc més de la meitat del teixit comercial disposa de pàgina web del seu establiment (55%). Els comerços tenen més presència online amb pàgina web que la restauració o els serveis, els quals, en un 53,1%, i en un 55,6% respectivament, no tenen web del seu negoci. Aquest percentatge entre els comerços és del 41%. Només el 22,2% té botiga pròpia online.

*El **WhatsApp** s'ha convertit en els darrers anys en un bon canal de comunicació amb els clients, ja que permet una comunicació ràpida i directa, però s'ha de gestionar be, ja que implica més intrusió.*

- El 62% dels negocis utilitzen aquesta eina habitualment. D'aquests, però, només un 18% utilitza WhatsApp Business, el WhatsApp específic per als negocis.

## ASPECTES CLAU

- El 86,7% dels establiments no disposen de cap aplicació (APP). Només un 13,3% ha comentat disposar-ne, ja sigui de manera individual (9,5%) o formant part d'alguna APP col·lectiva.

*Disposar de domini propi denota professionalitat, identitat de marca, permet millorar el SEO, posicionament del lloc web,...*

- La meitat del teixit comercial, 53%, no compta amb domini propi. Per contra, el 47% compta amb una adreça web única i personalitzada, específica per l'establiment. En relació a les botigues un 54,5% ha comentat tenir domini propi, sent aquest percentatge del 21,9% en el cas del sector restauració.
- El 45,9% de les empreses tenen un grau de seguretat baix del seu negoci en l'entorn online, és a dir, tenen contrasenyes de seguretat que no canvien amb gaire freqüència, fan còpies de seguretat i tenen algun antivirus en els seus dispositius i poc més. En el cas del sector de la restauració aquest percentatge és del 58%.
- Actualment per qualsevol negoci és bàsic disposar d'una adreça de correu electrònic, tot i això, un 12,5% dels negocis no en disposa, i en un 17,5% dels casos utilitzen el compte de correu personal del propietari.

- La majoria de negocis (58,2%) no tenen base de dades –BBDD– dels seus clients. Un 15,6% dels casos guarden els contactes de WhatsApp. Només un 13,9% disposa d'un CRM propi (Customer Relationship Management).
- 8 de cada 10 negocis té internet propi en els seu establiment, tot i això hi ha un 17% que no en té. Un 14,6% dels establiments disposen de wifi que també poden utilitzar els seus clients, destacant el sector de la restauració (28%).

*La tecnologia digital millora l'experiència de compra en el punt de venda, fa la botiga més atractiva, més moderna, augmenta l'eficiència i impulsa les vendes, ajudant als negocis a ser més competius.*

- La meitat dels comerços no disposa de cap eina de digitalització del punt de venda. Les eines que tenen en percentatges que oscil·len entre el 20% i el 30% estan vinculades amb els codis de barres i els codis QR. La resta d'elements de tecnologia es troben presents en valors per sota del 10%.
- En el cas de la restauració l'ús d'eines tecnològiques és baix, un 24% de la restauració té sistemes d'automatització de comandes i la seva clientela pot reservar online.

## ASPECTES CLAU

*Disposar de certes habilitats i entendre la tecnologia digital i les eines informàtiques es clau per evolucionar en un món cada vegada més digitalitzat, més si es pretén comptar amb una empresa competitiva en aquest entorn.*

- La meitat dels empresaris utilitzen el seu ordinador personal a casa per la gestió del negoci. Un 26% dels empresaris tenen un ordinador en l'establiment.
- El 43,8% dels empresaris comenten que els costa molt utilitzar les xarxes socials.
- La meitat dels empresaris consideren que estan poc (41%) o gens al dia (12%) en les eines d'innovació tecnologia que poden aplicar en els seus negocis.

- **Les respostes a l'enquesta ens permeten tenir la informació per a determinar la maduresa digital del teixit comercial de Tarragona.**

S'ha puntuat els resultats de les qüestions plantejades valorant el major o menor grau de digitalització i d'utilització d'eines i processos digitals en diferents àmbits de l'empresa:

- cultura empresarial
- capacitat vers digitalització
- relació/comunicació amb els clients
- obtenció d'informació –Processos interns /gestió
- infraestructura tecnològica de venda.

- **En funció dels resultats obtinguts s'ha determinat els següents nivells possibles de maduresa digital:**

- Analògic
- Inicial
- Emergent
- Desenvolupat
- Avançat.

**A Tarragona s'ha identificat 4 dels 5 nivells de maduresa digital que s'ha establert. Un 25% del teixit comercial es troba en un nivell de maduresa baix, analògic.**

**El gran gruix, un 42% del teixit comercial, té un nivell inicial. Un 26,3% són emergents i un 6,9% desenvolupats.**

## ASPECTES CLAU

Descripció dels diferents nivells de maduresa digital en funció dels àmbits analitzats.

CRITERIS TRANSVERSALS \ GRAUS DE MADURESA	ANALÒGIC	INICIAL	EMERGENT	DESENVOLUPADA	AVANÇADA
<b>Cultura empresarial</b>	La digitalització no es considera necessària.	Comença a reconèixer la importància però amb resistència.	Promoció activa amb acceptació creixent.	Totalment integrada amb enfocament en innovació contínua.	Pilar fonamental amb innovació contínua.
<b>Capacitació vers la digitalització</b>	Capacitació molt baixa.	Habilitats digitals bàsiques amb formació limitada.	Programes de formació amb capacitat mitjana.	Habilitats avançades amb formació contínua.	Habilitats molt avançades i formació en noves tecnologies.
<b>Relació/ comunicació amb els clients</b>	No utilitza eines digitals.	Presència mínima en Google My Business i xarxes socials.	Presència activa en múltiples canals digitals.	Comunicació efectiva i multicanal.	Comunicació omnicanal i personalitzada.
<b>Obtenció d'informació - Processos interns/gestió</b>	Gestió en paper.	Ús d'eines bàsiques com Excel o processadors a nivell usuari.	Eines d'anàlisi de dades i CRM bàsics.	Ús extensiu de sistemes ERP i CRM avançats.	Implementació de IA i altres tecnologies avançades.
<b>Infraestructura tecnològica de venda</b>	Establiment i tècnica de venda totalment física	Procés físic amb algun element incipient digital (Pàgina web bàsica no actualitzada...)	Pàgina web responsive amb botiga inicial. Alguna tecnologia a l'establiment.	Pàgina web avançada amb comerç electrònic. Botiga amb elements tecnològics i pro activitat digital.	Infraestructura robusta amb presència en múltiples plataformes. Hibridació espai físic – espai online.



#tcco

Passatge Cobos, 4 / 43001 Tarragona / 977 23 15 51 / [info@tcco.cat](mailto:info@tcco.cat) / [mercatsdetarragona.cat/tcco](http://mercatsdetarragona.cat/tcco) / Empresa de Serveis i Promocions d'Iniciatives Municipals S.A. / A43096163

