

SOM COMERÇ TGN

Butlletí informatiu de la Conselleria de Comerç

Febrer 2022

Núm. 25

CONTINGUTS

Reportatge: Matalasseria Jordà

Articles:

- L'anàlisi de dades a la campanya dels BONS COMERÇ TGN
- Nadal TGN - Valoració de la campanya
- Tendències pel comerç local per a l'any 2022
- Píndoles formatives - Google My Business
- Notícies d'interès per al teixit comercial
- Notícies i recursos dels nostres socis
- CNL: els aprenents de català practiquen a les botigues de Tarragona

SOM COMERÇ TGN



De la llana a la viscoelàstica, passant per les molles



La Matalasseria Jordà fa més de 60 anys que es dedica a la venda de matalassos i coixins de descans amb un assessorament personalitzat.

L'ofici de **matalasser** és d'aquells de tota la vida. Molt ha canviat, però, la manera de fer quan fa uns anys es desplaçaven al domicili del client per confeccionar el matalàs amb diversos materials, fins i tot de llana. Avui dia, als establiments se'n troben de molts materials i característiques. És el cas de la **Matalasseria Jordà**, ubicada a l'avinguda Catalunya, 22, amb una llarga història al darrere. Oberta des de 1965, ofereix tota mena de matalassos, coixins i complements de descans.

La Matalasseria Jordà va ser oberta pel pare del Joan, l'actual propietari. Amb catorze anys, doncs, va començar l'aprenentatge en un establiment de la ciutat i, als 23, va aixecar la persiana de la botiga actual.

"El matalasser era aquell que anava casa per casa a arreglar els matalassos i a fer-los", recorda el **Joan Jordà**, que regenta la botiga des de 1994. Com a anècdota, el seu pare sempre rememora que el primer matalàs que va fer va ser al mateix sòl del **restaurant Tòful**, a la plaça del Fòrum. En aquells moments, una gran part es confeccionaven amb llana, un fet obsolet actualment. L'any 1995 van optar per deixar de fer-ne, ja que "a la nostra terra ja ningú n'utilitza".

L'assessorament per triar un matalàs és rellevant, ja que moltes persones no donen importància a la tria, com tampoc al coixí amb el qual dormen.

Depèn de cadascú”, diu Joan Jordà, el qual afegeix que s’ha de buscar “la relació entre el coixí i el matalàs”. “Cal saber com és la persona i aconsellar-la”, expressa. És per això que el Joan dona “tot el temps del món” a qui entra a la matalasseria, fins al punt que els deixa provar els articles durant “el temps que necessitin”.



La importància de l'assessorament

A la Matalasseria Jordà també són especialistes en **coixins de descans**. “La gent tampoc li dona importància i és fonamental”, referma. Així doncs, cal tenir present que, depenent de les característiques de cada persona, “necessites un coixí o un altre”. “Tothom vol coixins viscoelàstics, i aquests no són per tothom”, rebla. El Joan detalla que, a tall d'exemple, a un infant cal col·locar-li un coixí prim, mentre que una persona amb molta espatlla en necessita un de més gruixut. Al propietari de l'establiment tarragoní li agrada que li expliquin “com dorm i com és” i, d'aquesta manera, assessorar el client.

Quines són les claus per a un bon descans? Joan Jordà té clar que “has de tenir un bon producte”. Això no significa, segons el propietari, “comprar el més car, sinó que saps què t'anirà millor a tu”. “Has de provar i escoltar el teu cos”, diu. A més, recomana canviar periòdicament l'equip de descans. Un matalàs té una **mitjana de vida de deu anys**, aproximadament, tot i que depèn en gran part del material i les característiques.

Pel que fa a la competència de grans superfícies, admet que “ens han fet mal”, però que, per diversos motius, “molta gent acaba tornant”. **“En cap lloc trobaran l'assessorament que els pot donar el petit comerç”**, conclou.

Text: Josep Gallofré

Imatges: Matalasseria Jordà

Article complet [aquí](#).

L'ANÀLISI DE DADES A LA CAMPANYA DELS BONS COMERÇ TGN

La campanya dels Bons Comerç TGN, a banda d'haver suposat una iniciativa reeixida de dinamització del teixit comercial de la ciutat, també ens ha portat, durant tot el transcurs de la campanya, informació i dades d'alt valor per als establiments comercials participants.

Disposar d'informació i dades estratègiques és una peça fonamental per a qualsevol activitat econòmica per garantir-ne el funcionament correcte. Més enllà de les intuïcions, el coneixement adquirit o l'experiència, les dades ens ajuden a consolidar aquests trets característics dels nostres comerciants.



En aquest butlletí, volem profunditzar en la informació relativa al comportament de la demanda, la qual ja hem anat veient en els mesos anteriors, que cal recordar que va suposar una despesa en compres d'1.757.590,81 € (amb utilització de 94.544 bons). L'objectiu d'aquestes dades, més enllà d'informar, és proposar una reflexió, tant als establiments comercials com a l'Administració local, la ciutadania i la resta d'agents socials i econòmics de la ciutat.

És important tenir present, però, que els comportaments de la demanda que a continuació us mostren no tenen en compte condicionants que afecten de manera rellevant les dades. Òbviament, un subsector d'activitat tindrà més o menys pes en el volum global de vendes del seu sector, en funció del nombre d'establiments participants en la mateixa tipologia. També, el volum de vendes pot variar segons quina sigui la superfície comercial de l'establiment o el nombre d'empleats i empleades que té. O, senzillament, segons la seva ubicació i capacitat d'atracció de clients potencials.

COMPORTAMENT DE LA DEMANDA PER SECTOR D'ACTIVITAT

Pel que fa al comportament per sector d'activitat, la primera reflexió seria preguntar-nos què podem fer perquè els clients prefereixin destinar la despesa al nostre sector en detriment d'un altre. Conscients que no podem influir en certs comportaments, com seria el cas d'una necessitat específica per resoldre, la conveniència derivada de la relació cost-oportunitat, o la proximitat entre establiment i comprador, sí que podem, però, mirar d'analitzar i entendre el comportament del mercat segons on el comprador ha fet la despesa aplicant Bons Comerç TGN al llarg de la campanya.

A mode de recopilació, disposem de les següents dades agregades de facturació de compres aplicant Bons Comerç TGN:

| VENDES PER SECTOR I SUBSECTOR | | | |
|---|---|-------------------------|---------------------------|
| Sector | Subsector | Facturació Total | % Facturació Total |
| Alimentació | TOTAL | 328.351,11 € | 18,68% |
| | Fruïtes i hortalisses | 10.874,05 € | 0,62% |
| | Queviures | 4.626,96 € | 0,26% |
| | Llaminadures i gelats | 487,50 € | 0,03% |
| | Carnisseries i xarcuteries | 218.293,36 € | 12,42% |
| | Pastisseries i fleques | 21.025,03 € | 1,20% |
| | Herboristeries i dietètica | 43.283,20 € | 2,46% |
| | Vins, begudes i aliments gourmet | 29.761,01 € | 1,69% |
| Altres Establiments | TOTAL | 159.903,14 € | 9,10% |
| | Impremtes | 2.273,50 € | 0,13% |
| | Altres | 153.578,45 € | 8,74% |
| | Veterinaris | 2.256,34 € | 0,13% |
| Benestar personal i salut | TOTAL | 261.423,67 € | 14,87% |
| | Farmàcies i parafarmàcies | 87.263,22 € | 4,96% |
| | Perruqueries i estètica | 40.936,75 € | 2,33% |
| | Òptiques i centres odontològics | 108.561,39 € | 6,18% |
| | Drogueries i perfumeries | 24.589,90 € | 1,40% |
| | Centres mèdics | 72,41 € | 0,00% |
| Esports, lleure i cultura | TOTAL | 151.345,56 € | 8,61% |
| | Esports i lleure | 20.645,55 € | 1,17% |
| | Joguines i articles de festa | 55.974,95 € | 3,18% |
| | Agències de viatge | 1.625,00 € | 0,09% |
| Moda i complements | TOTAL | 640.063,45 € | 36,42% |
| | Música, llibres i papereries | 73.100,06 € | 4,16% |
| | Bosses i viatge | 11.927,40 € | 0,68% |
| | Moda Infantil | 14.184,50 € | 0,81% |
| | Articles de regal | 8.084,56 € | 0,46% |
| | Joieries i rellotgeries | 23.128,43 € | 1,32% |
| | Bijuteria i complements | 39.180,97 € | 2,23% |
| | Llenceria i roba interior | 168.502,56 € | 9,59% |
| | Moda i roba | 215.618,40 € | 12,27% |
| | Calçat | 159.436,63 € | 9,07% |
| Restauració, Hoteleria i Oci nocturn | TOTAL | 60.325,78 € | 3,43% |
| | Bars | 713,05 € | 0,04% |
| | Restauració | 59.287,28 € | 3,37% |
| Tecnologia, llar i decoració | TOTAL | 156.178,10 € | 8,89% |
| | Càtering | 325,45 € | 0,02% |
| | Interiorisme i decoració | 5.430,93 € | 0,31% |
| | Parament i estris de cuina | 22.170,25 € | 1,26% |
| | Mobles, decoració i interiorisme | 1.293,66 € | 0,07% |
| | Roba per la llar | 30.710,19 € | 1,75% |
| | Telefonia i accessoris per dispositius mòbils | 1.350,37 € | 0,08% |
| | Ferreteries i bricolatge | 10.023,82 € | 0,57% |
| Fotografia i vídeo | 2.091,99 € | 0,12% | |
| Electrodomèstics i informàtica | 83.106,89 € | 4,73% | |



COMPORTAMENT DE LA DESPESA DELS CIUTADANS I CIUTADANES DE TARRAGONA

Igual que en el cas de la distribució de la despesa per sectors, el volum de vendes generat pels clients vinculats a un codi postal també presenta factors que poden afectar l'anàlisi de les dades. La densitat de població, l'extensió de l'àrea urbana associada al codi postal, la mobilitat, la comunicació cap al públic potencial, o la mateixa cohesió de la ciutat, tenen una forta incidència quan volem aprofundir més en aquesta qüestió. Tot i això, la reflexió de partida potser seria preguntar-nos què podem fer perquè la distribució de la despesa resulti la més equilibrada possible.

| DESPESA DE LA CIUTADANIA DE TARRAGONA SEGONS CODI POSTAL DE RESIDÈNCIA I GRUP D'EDAT | | | | | | | | |
|--|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|--------------|
| Codi Postal | Menors 18 anys | De 18 a 25 anys | De 26 a 35 anys | De 36 a 45 anys | De 46 a 65 anys | De 66 a 80 anys | Majors 80 anys | TOTAL |
| 43001 | 9.115,94 € | 7.045,53 € | 20.992,36 € | 32.158,66 € | 72.147,49 € | 40.775,79 € | 9.538,64 € | 191.774,41 € |
| 43002 | 7.098,13 € | 6.857,05 € | 23.473,94 € | 41.658,19 € | 75.132,25 € | 40.042,49 € | 6.376,10 € | 200.638,15 € |
| 43003 | 4.083,56 € | 3.435,36 € | 14.493,73 € | 23.181,49 € | 41.844,07 € | 17.727,29 € | 3.065,59 € | 107.831,09 € |
| 43004 | 4.892,12 € | 3.992,50 € | 6.927,35 € | 13.832,15 € | 37.779,76 € | 12.842,74 € | 2.074,87 € | 82.341,49 € |
| 43005 | 11.411,64 € | 10.052,59 € | 23.449,39 € | 51.256,93 € | 116.355,76 € | 37.029,70 € | 4.957,36 € | 254.513,37 € |
| 43006 | 1.803,97 € | 3.507,55 € | 9.912,27 € | 13.022,84 € | 33.232,20 € | 10.205,74 € | 1.343,06 € | 73.027,63 € |
| 43007 | 15.172,66 € | 12.390,26 € | 24.980,74 € | 64.078,79 € | 122.146,19 € | 38.107,38 € | 6.628,94 € | 283.504,96 € |
| 43008 | 382,57 € | 1.280,49 € | 847,02 € | 3.154,14 € | 7.774,17 € | 1.894,46 € | 361,37 € | 15.694,22 € |
| 43100 | 279,90 € | 284,75 € | 2.310,60 € | 2.596,86 € | 5.194,33 € | 300,75 € | 330,50 € | 11.297,69 € |
| 43130 | 1.459,50 € | 1.778,91 € | 3.101,54 € | 7.419,44 € | 12.371,04 € | 3.071,53 € | 244,57 € | 29.446,53 € |
| TOTAL | 55.699,99 € | 50.624,99 € | 130.488,94 € | 252.359,49 € | 523.977,26 € | 201.997,87 € | 34.921,00 € | |
| % Total campanya mateix grup d'edat | 90,19% | 57,45% | 58,89% | 61,43% | 75,86% | 82,03% | 91,11% | |

Si voleu aprofundir més en la qüestió relativa a les dades de la campanya Bons Comerç TGN, us convidem a contactar amb nosaltres mitjançant un correu electrònic a comerç@tarragona.cat.

NADAL TGN – PLE DE MÀGIA, CARREGAT D'IL·LUSIÓ

VALORACIÓ DE LA CAMPANYA

Un cop finalitzada la campanya comercial de Nadal, la qual podem considerar la més important per al teixit comercial i de serveis de la ciutat, volem traslladar-vos una valoració de com ha anat.

Un any més, les festes de Nadal s'han vist condicionades per l'afectació de la pandèmia de la covid-19, al tornar a agreujar-se la situació a principis del mes de desembre. Quant a l'opinió comercial, hi ha comerços que indiquen que les vendes han millorat lleugerament respecte al 2020, alhora que d'altres entenen que aquestes han estat inferiors al que s'esperava, atribuint-ho a una anticipació de les compres gràcies als Bons Comerç TGN i a altres condicionants associats al comerç electrònic (campanya Black Friday i altres). Tot i això, el president de PIMEC a Tarragona, el Sr. Florenci Nieto, apunta que, en el conjunt de Catalunya, les vendes s'han incrementat un 10 % respecte a l'any anterior. En la mateixa línia, des de la Via T s'assenyala que la campanya de Nadal i Reis ha anat bé, i que fins i tot alguns comerços han venut per sobre dels registres del 2019, just abans de la pandèmia.

Tot i la incidència de la covid-19, des de la Conselleria de Comerç s'han programat diferents accions i activitats, seguint i tenint presents les mesures de prevenció sanitàries previstes legalment, amb l'objectiu de dinamitzar l'activitat comercial a tots els carrers i barris de la ciutat. Conscients que l'aparador digital cada cop és més extens, global i atractiu, alhora que accedir-hi resulta més senzill, garantir la dinamització dels espais comercials urbans, i dels espais públics en general, és una estratègia que permet enfortir el comerç local de la ciutat. Paral·lelament, el fet que la campanya de Nadal hagi coincidit amb les darreres setmanes dels Bons Comerç TGN, ha permès que moltes persones prioritzessin materialitzar les compres del Black Friday i de Nadal als comerços de Tarragona adherits a aquesta iniciativa.

Al marge de la campanya dels Bons Comerç TGN, abans i durant els dies de les festes de Nadal, Tarragona s'ha omplert d'activitats a l'aire lliure per a tots els públics. La característica que tenen en comú han estat les grans xifres de participació, tenint en compte el barem de contenció d'aforaments propiciat per la situació sanitària del territori.

ACTIVITATS MÉS DESTACADES

La Via T

Black Friday Centre Ciutat



Nadals musicals



Concurs d'aparadors



Gimcana d'aparadors



Mercats de Tarragona

Fira de l'Oli



Mercat de Nadal



Fira d'Artesania



Pessebres als Mercats



El Corté Inglés

L'edició Cap d'Any infantil

Jardí Màgic Cortylandia (primer cop a Tarragona)



Parc Central

El Pare Noel visita el Parc Central



Nadal Fest



Centre Comercial Les Gavarres

Pista de patinantge natural Tarracogel



Conselleria de Comerç

Festa d'Encesa de Llums



Escenari Amic Invisible



Tallers Màgics



Tobogan Gegant



Follets Màgics



Tió de Nadal



El Pare Noel recorre la ciutat



TENDÈNCIES PEL COMERÇ LOCAL PER A L'ANY 2022

En aquesta ocasió, volem resumir, de manera breu, les possibles tendències, que ens presenta el consultor expert en el sector *retail*, Sr. Celestino Martínez (de la consultora Actualiza Retail), per a aquest any 2022.

L'exposició de tendències previstes té com a objectiu ajudar en el procés d'actualització del comerç local.



QUINES SERAN AQUESTES TENDÈNCIES?

- **El teletreball canviarà, a poc a poc, els nostres barris i ciutats**

El teletreball ha vingut per quedar-se, i, en els propers anys, anirà augmentat i consolidant-se. Això comportarà transformacions en les necessitats de consum al centre de les ciutats, cosa que beneficiarà l'activitat comercial en barris i zones residencials.

- **Va tornant el turisme internacional**

A poc a poc, s'anirà recuperant l'activitat turística a les ciutats. Tendències com l'*slow tourism*, o turisme sostenible, tindran afectació en la tipologia de l'oferta comercial adreçada a aquest segment de clients.

- **Més activitat fora de casa**

La pandèmia, i inclús el teletreball, són aspectes que fomentaran voler fer activitats d'oci fora de casa. Per tant, és important resultar atractius tant per a la ciutadania com per a les persones que visitin la ciutat.

- **Vindran més tancaments de negocis**

Seguirem veient el constant tancament d'establiments, per qüestions tant directes com indirectes. Les directes tenen a veure amb una descompensació entre la tipologia de l'oferta i les necessitats dels clients. Les indirectes, amb l'increment dels costos de l'energia, les matèries primeres, etc., i amb les possibles dificultats d'aprovisionament.

- **Les transformacions de les àrees comercials urbanes es viuran a gran velocitat**

La crisi a conseqüència de la covid-19 i el ràpid i constant creixement del comerç digital han propiciat el tancament de molts espais comercials, principalment aquells dedicats a la venda de productes. L'increment de l'oferta pel que fa a locals comercials disponibles està provocant tant desplaçaments d'activitats d'una zona a una altra, així com la substitució d'establiments on es venien productes per establiments on consumir i/o contractar serveis.

- **Cap a un consum més responsable**

El consum responsable és una de les tendències que més creixerà en els propers anys. Els consumidors, i sobretot el públic jove, són cada cop més conscients de la necessitat d'adoptar hàbits de consum més coherents, associats a uns determinats valors. Això, a la vegada, es tradueix en una voluntat de consumir en el comerç local, sempre que aquest tingui la capacitat de respondre a les necessitats dels clients i estigui alineat amb els seus valors.



- **La sostenibilitat cada vegada tindrà més pes**

L'emergència climàtica és una realitat, i una de les vies per intentar mitigar-la és el canvi en els hàbits de consum. El creixement de la demanda respecte a productes locals, de km 0, ecològics, vegans, de segona mà, reconduccionats, etc., serà constant. Així mateix, es tindrà en compte la durabilitat dels productes, els materials emprats, el seu origen, les condicions laborals de les persones que els produeixen, la sostenibilitat entorn de l'establiment comercial i el *packaging* emprat.

- **Més influència de l'experiència de compra en consumidors i consumidoras**

L'imparable increment del comerç digital comporta que els comerços físics s'hagin d'esforçar a generar la necessitat de ser visitats. I aquesta necessitat ha de ser potenciada mitjançant l'experiència de compra. L'espai, l'estoc, l'atenció que s'ofereix, els mitjans i les facilitats en el pagament, la comunicació i la gestió dels canals digitals són elements que influeixen notòriament en aquesta experiència de compra.

- **La importància de la percepció del temps de compra**

Els clients no volen tindre la sensació d'estar perdent el temps. Les esperes, els problemes d'estoc o la desinformació respecte als horaris d'obertura són aspectes negatius en la percepció de les persones consumidores. Aquestes volen que un establiment ofereixi les mateixes facilitats, si no similars, que perceben en el comerç digital o en les grans marques.



- **El mòbil com a porta d'entrada als establiments**

El telèfon mòbil s'ha convertit en un element clau del dia a dia de les persones. I és aquest el que cada cop utilitzen més els clients, abans de desplaçar-se a un establiment. No es tracta tant de saber on s'ubica, sinó del fet d'anticipar-se, evitant possibles pèrdues de temps, per saber si trobaran a l'establiment allò que estan buscant, o quines són les opinions d'altres clients que l'han visitat.

- **La percepció del preu**

Tot i que, molts cops, el cost influeix en la decisió de compra, el factor entorn de la qualitat del temps emprat en aquella compra hi té un paper rellevant. Les persones valorem més el temps del que disposem i, per tant, en molts cops la decisió de compra ve més marcada per l'estalvi de temps, o per la percepció que el temps invertit en aquesta és de qualitat, que no pel preu del producte o servei.

- **Hipersegmentació**

La segmentació no es centrarà tant en una qüestió sociodemogràfica, sinó més en l'aspecte dels valors i l'estil de vida, a conseqüència de factors com el consum responsable, la sostenibilitat, l'experiència de compra o la qualitat del temps dedicat a comprar.

- **Hiperespecialització i mercat digital**

La hiperespecialització es centra a donar resposta a un segment molt concret o, el que seria el mateix, a la hipersegmentació. I això és el que està permetent a molts comerços locals tindre bons resultats en el mercat digital, en detriment d'aquells altres presents en aparadors digitals generalistes.

- **Recuperació i consolidació desiguals**

Tot i que moltes activitats no han pogut o no podran recuperar-se, sí que moltes ho estan fent, o ho aconseguiran, gràcies a saber adaptar-se a les necessitats del mercat. Aquestes adaptacions suposen transformacions en el model de negoci, moltes d'elles associades als punts mencionats anteriorment.

- **El lideratge de les institucions**

Les institucions tenen un paper clau en la reactivació del comerç local: conscienciar la ciutadania, millorar la mobilitat i l'espai urbà, fomentar l'emprenedoria, principalment la que suposi un valor afegit, i, sobretot, fomentar l'actualització del comerç present mitjançant la cooperació amb els comerços.



Pots ampliar aquesta informació, així com estar al dia de les tendències per al comerç local, en aquest enllaç <https://celestinomartinez.com/tendencias-actualizacion-comercio-local/>

Píndoles formatives

GOOGLE MY BUSINESS



Segons molts experts, **la recerca a Internet**, sobretot mitjançant el telèfon mòbil, **d'un comerç local**, es tradueix en **una visita a l'establiment en les següents 24 hores**. Per tant, tindre visibilitat en línia és clau per garantir-ne l'èxit.



Què és Google My Business?

Podríem afirmar que aquesta és quasi la millor eina per tenir presència en l'ecosistema digital. Google és el motor de cerca més popular, i estar-hi present és pràcticament una obligació. D'aquesta manera, quan una persona fa una consulta específica al cercador, ens garantirem que el nostre establiment i els nostres productes puguin aparèixer com a resposta a la seva cerca.

El fet de crear un perfil a Google My Business per al nostre negoci comporta que, directament per al nostre establiment, també aparegui a Google Maps, considerada la principal eina de geolocalització. Alhora, Google My Business ens facilita un panell de gestió, senzill i intuïtiu, que ens permet facilitar informació als nostres clients potencials, com per exemple:

- Horaris i dies d'obertura
- Canals de contacte
- Imatges dels nostres productes i/o serveis
- Informar d'esdeveniments propers

Hem de tenir present que els clients podran interactuar amb el nostre establiment mitjançant valoracions i ressenyes. Per aquest motiu, és molt important mantenir el perfil del nostre comerç constantment actualitzat.



Quins avantatges té Google My Business per al meu negoci?

- Pots influir directament en l'aparença del teu negoci a Google.
- És una targeta de visita virtual gratuïta.
- Aporta una imatge seriosa al teu negoci i incrementa la confiança dels clients potencials.
- Millor classificació en els resultats de cerca locals en línia a Google i Google Maps.
- Millores la teva oferta, podent donar resposta als dubtes i consultes dels teus clients.
- Facilites l'accés de nous clients al teu establiment, gràcies a la vinculació d'aquesta eina amb Google Maps.
- Et permet la connexió amb altres eines de SEO de Google, com Google Analytics. Així, pots saber quants clients accedeixen al teu web mitjançant la fitxa en línia de Google My Business.

Com puc crear el perfil del meu negoci a Google My Business?

Tan sols necessites:

- Un compte Google (Gmail vinculat al teu negoci).
- Tenir preparada la informació més rellevant del teu negoci.
- Facilitar-ne la ubicació exacta: introdueix correctament la teva adreça o bé assenyalas la teva localització al mapa.

Si el teu establiment encara no disposa d'un perfil Google My Business, pots crear-lo clicant [aquí](#).



NOTÍCIES D'INTERÈS PER AL TEIXIT COMERCIAL

03/02/2021 **La situació de les terrasses de restauració tornarà a la normalitat l'1 d'abril**

https://www.diarimes.com/noticies/tarragona/2022/02/03/la_situacio_les_terrasses_restauracio_tornara_nor_malitat_abril_117322_1091.html

01/02/2022 **Vuit pastisseries de Tarragona, entre les cinquanta millors de Catalunya**

https://www.diarimes.com/noticies/camp_tarragona/2022/01/28/vuit_pastisseries_tarragona_entre_les_cinquanta_millors_catalunya_117032_1093.html

01/02/2022 **Consumo y sostenibilidad: los jóvenes lo tienen claro**

<https://www.justretail.news/noticias/retail-credit-suisse-estudio-consumo-sostenibilidad-jovenes/>

01/02/2022 **España inicia el 2022 con la mayor inflación en 30 años**

<https://www.diaridetarragona.com/economia/Espana-inicia-el-2022-con-la-mayor-inflacion-en-30-anos-20220131-0067.html>

01/02/2022 **Así es Ghop, el modelo de tienda que pretende hacer frente a Amazon Go en España**

<https://www.eleconomista.es/tecnologia-logistica/noticias/11594735/02/22/Asi-es-Ghop-el-modelo-de-tienda-que-pretende-hacer-frente-a-Amazon-Go-en-Espana.html>

31/01/2022 **Los tenderos de los pueblos se convierten en repartidores de Amazon**

<https://www.eleconomista.es/retail/noticias/11590254/01/22/Los-tenderos-de-los-pueblos-se-convierten-en-repartidores-de-Amazon.html>

31/01/2022 **Las ventas del comercio minorista subieron un 3,2% en 2021, su mayor alza desde 2016**

https://cincodias.elpais.com/tag/comercio_minorista/a

30/01/2022 **La pandèmia impulsa l'interès del consumidor local per productes de neteja sostenible catalans**

https://www.diarimes.com/noticies/actualitat/catalunya/2022/01/30/la_pandemia_impulsa_interes_del_consumidor_local_per_productes_neteja_sostenible_catalans_117077_3029.html

29/01/2022 **El rodatge de 'Bosé' causa malestar als comerços de la Part Alta de Tarragona**

https://www.diarimes.com/noticies/tarragona/2022/01/28/el_rodatge_bose_causa_malestar_als_comercos_part_alta_tarragona_116980_1091.html

28/01/2022 **H&M eleva las ventas el 12% en el 2021 pese al cierre de tiendas**

<https://www.elperiodico.com/es/economia/20220128/h-m-eleva-ventas-12-13160324>



27/01/2022 **La Finestreta Única Empresarial (FUE) completa el seu desplegament i ja és operativa a tot Catalunya**

<https://govern.cat/salaprensa/notes-premsa/417806/finestreta-unica-empresarial-fue-completa-desplegament-ja-operativa-catalunya>

27/01/2022 **Google my Business, clau per al comerç**

<https://www.cecotcomerc.cat/google-my-business-clau-per-al-comerc/>

26/01/2022 **El retail farà que el dia d'avui sigui més fàcil per a les persones**

<https://www.radiocomerc.cat/blog/2022/01/26/el-retail-fara-que-el-dia-davui-sigui-mes-facil-per-a-les-persones/>

25/01/2022 **L'aparcament de Corsini incorpora 18 places per a bicicletes**

https://www.diarimes.com/noticies/tarragona/2022/01/25/l-aparcament_corsini_incorpora_places_per_bicicletes_116790_1091.html

25/01/2022 **Un 40% del comerç català presenta una salut delicada**

<https://www.radiocomerc.cat/blog/2022/01/25/un-40-del-comerc-catala-presenta-una-salut-delicada/>

25/01/2022 **SOS Rambla Nova: Peatonalitzada o muerta**

<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/SOS-Rambla-Nova-Peatonalitzada-o-muerta-20220124-0057.html>

24/01/2022 **El Departament d'Empresa i Treball obre una nova línia d'ajuts directes per a l'oci nocturn**

https://www.diarimes.com/noticies/actualitat/2022/01/24/el-departament_empresa_treball_obre_una_nova_linia_ajuts_directes_per_oci_nocturn_116711_1095.html

22/01/2022 **Comercio social: el futuro del sector está en TikTok, donde las pymes podrán competir con Amazon**

<https://www.economista.es/actualidad/noticias/11568047/01/22/Comercio-social-el-futuro-del-sector-esta-en-TikTok-donde-las-pymes-podran-competir-con-Amazon.html>

20/01/2022 **El impacto de los Bons Comerç de TGN triplica la aportación inicial**

<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/El-impacto-de-los-Bons-Comerc-de-TGN-triplica-la-aportacion-inicial-20220120-0001.html>

20/01/2022 **Mercats de Tarragona distribueix fullets informatius sobre el mercat de la Pagesia**

https://www.diarimes.com/noticies/tarragona/2022/01/20/mercats_tarragona_distribueix_fulletts_informatius_sobre_mercat_pagesia_116532_1091.html

20/01/2022 **El SOC obre programes d'ajut a la contractació de personal per a les empreses i el comerç**

<https://www.radiocomerc.cat/blog/2022/01/20/el-soc-obre-programes-dajut-a-la-contractacio-de-personal-per-a-les-empreses-i-el-comerc/>

20/01/2022 **Vender en tiempos de crisis: digitalizarse o morir**

<https://www.economista.es/retail/noticias/11576087/01/22/Vender-en-tiempos-de-crisis-digitalizarse-o-morir.html>

19/01/2022 **Los mercados de TGN tendrán plan de emergencias en el 2022**

<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/Los-mercados-de-TGN-tendran-plan-de-emergencias-en-el-2022-20220118-0050.html>

14/01/2022 **La Sabateria, una llibreria a Lleida entre les més boniques del món**

<https://www.ccma.cat/324/la-sabateria-una-llibreria-a-lleida-entre-les-mes-boniques-del-mon/noticia/3139737/>

14/01/2022 **Les vendes a les grans superfícies augmenten un 19,6% interanual al novembre**

<https://govern.cat/salaprensa/notes-premsa/417487/les-vendes-a-les-grans-superficies-augmenten-un-19-6-interanual-al-novembre>

08/01/2022 **Las tiendas tarraconenses, esperanzadas con la campaña de rebajas**

<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/Las-tiendas-tarraconenses-esperanzadas-con-la-campana-de-rebajas-20220108-0011.html>

07/01/2022 **Los comerciantes tarraconenses empiezan el 2022 con optimismo**

<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/Los-comerciantes-tarraconenses-empiezan-el-2022-con-optimismo-20220107-0002.html>

03/01/2022 **La campaña de rebajas creará 3.500 puestos de trabajo en Tarragona**

<https://www.diaridetarragona.com/tarragona/La-campana-de-rebajas-creara-3.500-puestos-de-trabajo-en-Tarragona-20220103-0001.html>

Notícies i recursos formatius dels nostres socis

En els enllaços següents hi podreu trobar articles d'interès, recursos formatius gratuïts i la programació de cursos en línia destinats al comerç. La formació ajuda a transformar-se, adaptar-se i avançar.

[CONSORCI DE COMERÇ, MODA I ARTESANIA DE CATALUNYA]

Kit Digital: solucions digitals per a empreses

L'ocupació al sector de la gran distribució comercial creix un 12% al Camp de Tarragona

Programes d'ajuts a la contractació de joves i de majors de 30 anys

[ESCODI]

Tips formatius gratuïts

[CÀMBRA DE COMERÇ DE TARRAGONA]

Laura Roigé parla del tren i el Corredor a TV3

18/02/2022 Jornada. Accelera cap a la digitalització del teu negoci!

Oficina Acelera Pyme

[PIMEC]

Oficina d'ajuts i subvencions PIMEC

[ACCIÓ]

10/02/2022 Finançament i ajuts per digitalitzar el teu negoci

17/02/2022 Canvi climàtic i empresa: abast dels pròxims canvis normatius

22/02/2022 Coneix els canals de distribució off-line d'alimentació als Estats Units

Un estudi d'ACCIÓ analitza els 15 riscos als quals ha de fer front l'economia catalana aquest 2022



Els aprenents de català practiquen a les botigues de Tarragona

Practicar al carrer la llengua apresada a classe reforça les habilitats i la confiança de l'alumnat. Per això, des del Centre de Normalització Lingüística de Tarragona, enviem els nostres aprenents a fer pràctiques als comerços que formen part de la nostra xarxa d'establiments col·laboradors dels programes «Voluntariat per la llengua» i «! tu, jugues en català?», vora vint actualment.

En aquest primer trimestre de 2022, els alumnes de nivell bàsic avançat visitaran les botigues entre el 7 i el 27 de febrer. Les seves pràctiques lingüístiques consisteixen a presentar-se com a aprenents de català i fer algunes preguntes sobre els serveis i els productes a la venda de l'establiment, horaris..., i, si volen, també poden fer compres durant la visita.



Els establiments col·laboradors, amb un adhesiu que els identifica com a tals a l'entrada, estan avisats i s'han compromès a facilitar-los aquesta breu conversa en català. D'aquesta manera, poden guanyar nous clients, ja que els aprenents de català d'aquest nivell solen ser persones que fa poc que viuen a Tarragona i no coneixen gaire la ciutat.

Aquestes pràctiques es comenten a classe, i el professorat assessora i aconsella els alumnes en funció de les situacions amb què es vagin trobant.

Un comerç pot fer-se'n col·laborador amb el **formulari del web** del Voluntariat o enviant un missatge a **vxl.tarragona@cpl.cat**. El tècnic del CNL encarregat del programa el visitarà per formalitzar una fitxa d'adhesió i lliurar-li l'adhesiu i el diploma que acredita i identifica aquests comerços compromesos amb la nostra llengua.

CNL de Tarragona

SERVEI D'ASSESSORAMENT LINGÜÍSTIC

En català...
Hi ha moltes raons per treballar en català, entre d'altres...

...per qualitat
Atendre el client en la seva llengua també és qualitat de servei.

...per servei
Per presentar-te a les xarxes i aplicacions de la millor manera.

Per fer-ho bé!

assessorament.tarragona@cpl.cat



Vols rebre el butlletí?

Donar-te d'alta és gratuït i et permetrà rebre tota la informació d'interès de la Conselleria i participar en les campanyes i accions de dinamització que oferim. Escriu-nos a somcomerctgn@tarragona.cat o truca al 977 25 09 79, o apunta't directament aquí: [**DONAR-ME D'ALTA.**](#)

CONTACTE

Departament de Promoció Comercial - Ajuntament de Tarragona

Adreça: Arquitecte Rovira, 2 (Palau Firal i de Congressos)
43001 Tarragona

Adreça electrònica: somcomerctgn@tarragona.cat

Telèfon Dept. Promoció Comercial: 977 250 979

Telèfon App Som Comerç TGN: 977 245 577

Horari: de dilluns a divendres, de 9 a 14 h

