

SOM COMERÇ TGN

Butlletí informatiu de la Conselleria de Comerç

Abril 2021

Núm. 15



CONTINGUTS

Reportatge: Las Américas

Articles:

- Som Sostenibles - El comerç sostenible ets tu
- CULINARIUM: digitalització *express*
- Com iniciar una àrea de promoció econòmica urbana - Capítol I
- Píndoles formatives - La importància de tenir una imatge de marca
- CNL i VIA-T: torna el concurs de llengua per Sant Jordi!
- TGN Neta

SOM COMERÇ TGN



Las Américas: la sabateria històrica que es nega a desaparèixer

La primera botiga es va obrir l'any 1928 a la Rambla Nova. Noranta-tres anys després, la tercera generació de la família Martí continua al número 6 del carrer de la Unió.

L'any 1928, Leandro Martí Saludés i Antònia Forcadell obrien la sabateria Las Américas a la Rambla Nova de la ciutat. S'ubicava en uns baixos a tocar del Teatre Metropol. Quan va arribar la Guerra Civil espanyola, els propietaris van decidir establir-se al carrer d'Ixart. La por als bombardejos de les tropes italianes va provocar que marxessin al que llavors s'anomenava «afores de la ciutat». El seu objectiu era mantenir el negoci, i així va ser. De fet, noranta-tres anys després la marca continua.

Leandro Martí Forcadell va ser la segona generació. El fill dels fundadors va apostar per obrir una nova botiga amb la seva dona, Dolors Torres Icart, al carrer de Sant Agustí, número 19. Va ser a principis dels setanta i en un context completament diferent. Vint anys més tard, a principis dels noranta, la botiga a tocar de la plaça de Verdaguer es va ampliar i la del carrer d'Ixart es va traspasar.

Va ser en aquest espai de temps quan la tercera generació de la família va entrar a formar part del negoci. És l'Antònia Martí i el seu marit, Ramon Noguera. «I des d'aleshores no ens hem plantejat mai abandonar el negoci», assegura aquest últim.

Noguera i Martí són els encarregats de mantenir-ne l'essència. «El tracte amb el client, aconsellar-los, estimar-los... Al final, hem crescut amb ells i ells amb nosaltres. Som una gran família», defensa Noguera.

Els productes de primera qualitat i la renovació constant de marques i models per estar al dia també són el secret per aconseguir una clientela fidel. «De fet, sense ells no seríem aquí», se sincera aquest reusenc establert a Tarragona des de fa més de tres dècades.

Per Las Américas hi han passat tota mena de calçats. Estan especialitzats en moda masculina i femenina per a persones joves a partir de la talla 36.



Las Américas es troba actualment al número 6 del carrer de la Unió

Les tendències han marcat l'oferta de la botiga, «des de les plataformes de finals dels noranta fins a les sabates esportives, però de vestir, que es porten ara», explica Noguera, que afegeix que «en el món de les sabates tot està inventat, i les modes marxen i tornen al cap dels anys». Ara triomfen els models de Converse, Pánchic o Hoff, a més de les sabates confortables amb plantilles adaptades.

L'impacte de la crisi econòmica de la primera dècada del 2000 i l'arribada de la pandèmia han obligat els propietaris a prendre decisions dràstiques. La més important, el tancament de la botiga històrica del carrer de Sant Agustí el passat mes de març de 2020, just abans de l'esclat de la pandèmia. «Vam decidir traslladar-nos al carrer Unió, però mai tancar la botiga o convertir-nos en una plataforma *online*. A nosaltres ens agrada el tracte amb el públic, que la gent vingui a provar-se les sabates les vegades que calgui», defensa Noguera.

Adaptar-se als nous temps digitals és l'objectiu de la tercera generació dels Martí. Han obert perfils de la botiga a Instagram i Facebook, on anuncien l'arribada dels últims models per als clients més exigents, i ja estan preparant una pàgina web. El seu desig més gran, però, és que la pandèmia els doni una treva. «Necessitem un estiu més animat i que puguin venir turistes. Teníem clients fixos de molts llocs d'Europa que venien a estiuajar aquí...», assegura Noguera, i sentència: «Volem seguir lluitant i seguir venent per la clientela del territori».

Text i fotografies: Carlos Domènech Goñi

Article complet [aquí](#).

Som Sostenibles - El comerç sostenible ets tu

La Conselleria de Comerç de l'Ajuntament de Tarragona donarà el tret de sortida a la iniciativa comercial "Som Sostenibles", en col·laboració amb l'Àrea de Neteja i emmarcada dins la campanya Som Comerç TGN, amb motiu del Dia Internacional del Reciclatge

L'objectiu d'aquesta iniciativa se centra a conscienciar comerços i ciutadania de Tarragona en general de la importància d'adquirir hàbits de consum més sostenibles i responsables amb el medi ambient. Com a activitat principal, i amb la voluntat de generar dinamització en el teixit comercial tarragoní, aquells comerços relacionats amb l'alimentació, concretament forns, fleques, fruïteries, verdureries, carnisseries i xarcuteries, que s'adhereixin a la campanya faran entrega als seus clients de bosses de roba reutilitzables i safates biodegradables.

En total, es preveu distribuir més de 35.000 bosses reutilitzables i més de 75.000 safates biodegradables, esperant així que aquesta acció de conscienciació mediambiental tingui una gran acceptació entre la ciutadania i els comerços implicats.

Per tal de garantir la màxima participació de comerços de la ciutat, aquesta campanya tindrà el suport dels gremis de forners i carnisers de la ciutat de Tarragona, així com d'ESPIMSA. Tanmateix, aquells establiments interessats a participar-hi que no estan agremiats o en els mercats i mercadets mencionats podran inscriure-s'hi un cop es faci la crida a la participació en els propers dies.



BOSES DE COTÓ REUTILITZABLES

BOSES DE COTÓ REUTILITZABLES

SAFATES BIODEGRADABLES

PER AL PA

PER A LA FRUITA I LA VERDURA

PER A LA CARN I ELS EMBOTITS

El comerç sostenible ets tu



CULINARIUM: digitalització express

El confinament i els consumidors, factors clau en la ràpida adaptació del seu model de negoci per poder vendre per Internet

Tothom és conscient que la pandèmia ha accelerat, alhora que consolidat, nous hàbits de consum que deu anys enrere podien resultar anecdòtics. Tot i que els presagis respecte a la força amb què estava arribant el comerç digital ja dibuixaven un horitzó poc esperançador per al comerç físic, sobretot per al teixit local, les revolucions sempre donen peu a poder adaptar-se i evolucionar. I això és el que està fent l'empresa Culinarium, la qual comercialitza estris de cuina.

Qualsevol transformació inicialment pot dibuixar un escenari caòtic fins a arribar a una situació de possible fals equilibri; i diem "fals" perquè evolucionar no és sinònim d'assolir una fita, sinó de saber entendre l'entorn en tot moment i adaptar-s'hi. Culinarium, aproximadament set anys enrere, va decidir entrar al món en línia oferint els seus productes a través de la seva pàgina web. Amb una xarxa de més de vint botigues, les vendes digitals eren simbòliques, alhora que aquest canal de venda no estava realment preparat per actuar com a tal.

Amb el confinament, van veure com les comandes en línia es disparaven per damunt de les seves previsions i possibilitats. Va ser el punt d'inflexió per entendre que no estaven preparats per poder participar en aquesta transformació digital. Tot i això, van apostar per aprofitar aquest gir comercial. La inversió en tecnologia, sobretot programari de gestió i millora dels canals en línia, la van acompanyar amb el disseny dels processos de gestió, **conscients que les solucions tecnològiques tan sols són eines i no pas fórmules màgiques.**



Per aquest motiu, van **redefinir i dibuixar tots els procediments i factors clau per a la correcta gestió de les comandes**, des de com controlar l'estoc disponible, fins a evitar-ne ruptures, l'atenció al client o l'entrega final del producte. L'objectiu de "seure i pensar" no era altre que, a part de donar sortida de manera eficient al desmesurat increment de comandes, estar preparats per mantenir aquest "nou" canal de venda, alhora que controlar la despesa extra que això comportava.

Al final, la por respecte al canvi de paradigma i a la inversió els ha portat a entendre que tenen la capacitat de competir amb els "grans monstres" digitals, de manera que, transformant la gestió i entenent les necessitats dels consumidors, **una comanda en línia arriba a entregar-se el mateix dia, essent això un valor afegit del qual actualment poques plataformes poden presumir.**



Com iniciar una àrea de promoció econòmica urbana (APEU) – Capítol I

Iniciem una sèrie de reportatges per aproximar-vos als conceptes i configuracions del nou instrument de competitivitat comercial amb gestió publicoprivada que està impulsant la Generalitat de Catalunya amb l'aprovació de la Llei 15/2020, de 22 de desembre, d'APEU. Una oportunitat per millorar, modernitzar i fer competitius els nostres centres urbans comercials.

1. Què és una APEU?

És una àrea geogràfica on les activitats empresarials i/o comercials, juntament amb l'Administració local, determinen de manera consensuada un seguit d'accions i intervencions definides en un pla d'actuació, amb l'objectiu de promoure i dinamitzar la zona.

Els principis bàsics d'una APEU són els següents:

	La seva raó de ser és augmentar la competitivitat i millorar l'entorn urbà.		Té un cicle de vida d'entre 3 i 5 anys, després dels quals cal tornar a votar.
	La zona ha d'estar perfectament delimitada.		Es finança majoritàriament gràcies a les quotes obligatòries dels seus membres.
	La iniciativa privada executa les actuacions mentre que l'ajuntament n'exerceix la tutela.		Cada APEU compta amb una entitat gestora professionalitzada.
	Les activitats econòmiques de la zona han d'aprovar el projecte democràticament.		Un conveni estableix la relació entre aquesta entitat gestora i l'ajuntament.

2. Quines són les seves funcions?

Les actuacions de l'APEU són reglades per la llei i es recullen principalment en el pla d'actuacions que s'aprova amb la constitució del mateix APEU. Cal crear en el si de l'APEU la figura de l'**entitat gestora**, encarregada de les funcions principals de **gestió diària** de l'APEU, i que té com a missió principal el **desplegament del conjunt de projectes i actuacions previstes en el redactat del pla d'actuacions** de l'APEU durant el seu període de vigència.

Aquest pla d'actuacions ha d'establir, com a mínim, alguna de les següents funcions:



El pla d'actuació d'una APEU pot ser completament diferent del d'una altra, ja que es determina a partir de l'anàlisi DAFO de la zona i les necessitats i projeccions de millora detectades que se'n desprenen. Mentre una APEU pot prioritzar la millora urbana de l'espai, una altra pot potenciar l'atracció o creació de noves empreses perquè s'implantin al seu territori o donin servei als negocis de la seva àrea, com podrien ser serveis de consultoria, solucions tecnològiques o centres logístics *last mile*.

És important tenir present que **les actuacions de l'APEU mai poden substituir les funcions ni els serveis que són propis de l'ajuntament** i que aquest exerceix i ofereix en atenció a mandat legal. Així mateix, tampoc poden exercir potestats públiques que impliquin l'exercici d'autoritat, però sí que poden complementar o potenciar les actuacions de l'ajuntament i aportar-hi un valor afegit que els doni caràcter d'excel·lència.

3. Quines són les claus que justifiquen i impulsen la creació d'una APEU?

- Gestionar la deslocalització de negocis i impulsar la creació de noves empreses.
- Promoure el sentit de comunitat.
- Impulsar una zona especialitzada en un àmbit característic.
- Millorar l'atractiu de l'espai urbà i les seves condicions.
- Dissenyar un pla d'activitats atractiu que promogui aquesta zona com un punt d'atracció.
- Millora de l'activitat comercial als centres urbans.

Píndoles formatives

LA IMPORTÀNCIA DE TENIR UNA IMATGE DE MARCA



Tenir una imatge de marca és essencial per a qualsevol negoci.

Ha de ser una imatge de marca que et defineixi i estigui totalment lligada a allò que vens, als teus valors i a la teva filosofia del negoci. Perquè una imatge de marca no és només un element visual, sinó que és tot un conjunt d'elements que conformen la identitat del teu projecte i el seu reconeixement.

Aquesta imatge ha d'estar ben definida i present en totes les accions i comunicacions del negoci: les publicacions a les xarxes socials, el disseny web, els anuncis, les targetes de visita, la mateixa botiga... Tot ha de seguir una mateixa línia i estil per tal que el nostre públic ens identifiqui. Tot plegat configura la nostra credibilitat, confiança i personalitat davant la competència.

Per què és tan important tenir una imatge de marca sòlida?

La teva imatge és un punt clau per tal que el públic et conegui, t'identifiqui i et diferenciï de la resta de marques. A més a més, aquest treball de marca i una bona presència són imprescindibles per augmentar les teves vendes. Quantes vegades has comprat un producte pel seu embolcall? O per la seva etiqueta? El primer impacte és decisiu a l'hora de prendre la decisió de contractar un servei o de fer una compra.

Alguns consells que et donem per tal d'aconseguir una bona imatge de marca:

- Definir molt bé el teus serveis o productes.
- Definir els teus objectius de venda.
- Definir el tipus de client que compra els teus serveis (com és?, què li agrada?).
- Definir el teu estil i personalitat (quins colors utilitzaràs?, quines tipografies?, quin to faràs servir?).
- Aplicar aquest estil i seguir la imatge de marca a tot arreu: xarxes socials, web, papereria, etc.



I recorda, una imatge de marca és molt més que un simple logotip: **una imatge de marca ha de ser un TOT que transmeti la personalitat del teu negoci.** D'això en diem *branding*, n'has sentit a parlar alguna vegada? El *branding* és molt important per definir el projecte i donar-li credibilitat i reconeixement davant el teu consumidor.

Torna el concurs de llengua per Sant Jordi!

El Centre de Normalització Lingüística de Tarragona i la Via T preparen la quarta edició del concurs lingüístic «Per Sant Jordi...», amb les botigues de l'Associació de Comerciants, que exhibiran els cartells amb les preguntes als seus aparadors. El concurs es presentarà el dia 23 d'abril i durarà fins al 5 de maig.

La forma de les preguntes és una frase que conté una incorrecció i tres opcions de resposta correcta, A-B-C, que caldrà marcar en una aplicació per a mòbil. La temàtica concreta del concurs d'enguany es manté en secret fins al dia de presentació del concurs.

Per a l'edició d'enguany, que s'adapta a les circumstàncies de la pandèmia, el concurs tindrà un format mixt: els cartells estaran físicament als aparadors de les botigues participants, però no hi haurà butlletes de participació en paper, sinó que es concursarà mitjançant l'aplicació.

Tots els cartells inclouen un codi QR que obre l'app i un enllaç a la pàgina web de la Via T per consultar-hi les bases, les instruccions per jugar i els premis als quals podran optar els concursants que encertin totes les respostes.

Serà imprescindible "visitar" tots el comerços participants per saber quines són les preguntes i les opcions de resposta, amb la qual cosa es pretén contribuir a dinamitzar el comerç local.

Per Sant Jordi, remenem paraules

3. Anar errat d'osques

- a) Portar aparell d'ortodòncia
- b) Portar un calçat d'Osca
- c) Equivocar-se

Organitza:



VIA T
TarragonaSHOPPING

Amb el suport de:



LA DEIXALLERIA MUNICIPAL PERMET L'ENTRADA DE RESIDUS D'ACTIVITATS ECONÒMIQUES I EMPRESARIALS

La deixalleria fixa de Tarragona ja permet l'entrada i abocament de residus a qualsevol activitat econòmica i empresarial -treballadors autònoms i empreses- censada al municipi.

Aquesta mesura forma part del conjunt d'actuacions que el Departament de Neteja Pública està duent a terme per tal de posar fre als abocaments incontrolats de residus en diferents llocs del terme municipal, que suposen un risc per a la salubritat pública i la seguretat.

En concret, l'annex V de l'Ordenança reguladora de les prestacions patrimonials de caràcter públic no tributari de l'Ajuntament de Tarragona introdueix l'entrada, abans no permesa, d'empreses a la deixalleria per tal de dur a terme una correcta separació dels seus residus. D'aquesta manera, podran entrar a aquesta instal·lació municipal vehicles retolats d'activitats empresarials del municipi de, com a màxim, 3.500 kg PMA, sense necessitat de presentar cap tipus de llicència, permís ni autorització. La quantitat es determinarà amb el pesatge dels vehicles abans d'entrar a la deixalleria.

Funcionament del servei

La gestió d'aquests residus serà en alguns casos gratuïta, mentre que en d'altres s'hauran d'assumir les despeses de gestió i transport. La tarifa de les prestacions serà a preu de mercat, cost de transport i cost de gestió del residu, sense suposar cap benefici per a la concessionària ni per a l'Ajuntament de Tarragona.

En termes generals, cal destacar que la tarifa s'estableix per quilogram de residu i a euro per unitat en el cas de pneumàtics i matalassos. Per altra banda, la runa amb impropis es tractarà com a fracció resta a dipòsit en abocador.

L'empresa de la deixalleria cobrarà les tarifes a les empreses en el mateix moment d'entrar a la deixalleria, després de determinar el tipus de residu que porten i la quantitat. Només s'admetrà el pagament amb targeta bancària.

Donar resposta a una necessitat

Amb aquesta mesura, el Departament de Neteja de l'Ajuntament de Tarragona dona resposta a una necessitat que va ser detectada durant la campanya de sancions d'abocadors incontrolats. En aquell moment, es va comprovar que una part d'aquests abocaments incontrolats tenien el seu origen en petites empreses i autònoms, que no saben on dipositar els seus residus. Aquestes petites empreses generen residus equiparables als municipals, però en quantitats superiors que els domicilis, per la qual cosa s'ha acordat admetre'ls a la deixalleria, pagant la corresponent tarifa de prestació patrimonial de caràcter públic no tributari, tal com recull aquesta ordenança.





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](#).

Encara no ets soci/partner d'APP SCTgn - Som Comerç Tarragona Market?

Pots inscriure el teu negoci a l'app i beneficiar-te dels avantatges que t'ofereix la plataforma per donar a conèixer els teus serveis i productes entre els usuaris i les usuàries. 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

