

NOTA DE PRENSA

AENKOMER Empresarios/as de Comercio y Servicios de Álava ha digitalizado a más de 60 comercios alaveses dentro del proyecto CORE

AENKOMER ha obtenido un diagnóstico sobre la madurez digital de los comercios alaveses y les ha acompañado con un asesoramiento personalizado para la implantación de sus itinerarios de digitalización.

Autodiagnóstico de madurez digital

A través de una herramienta online gratuita, que continúa operativa, AENKOMER ha realizado el diagnóstico de más de 60 comercios de Álava pertenecientes, en gran medida, a los sectores de Alimentación (30%), Equipamiento de la persona (27%) y Ocio y Cultura (20%), siendo menor el número de comercios de los sectores de Equipamiento del hogar (14%), Higiene y Belleza (6%) y Salud (3%).

Principalmente, se trata de estructuras pequeñas, con un solo establecimiento, en las que sólo una persona trabaja en el negocio o, en el caso de tenerlos, cuentan con menos de cinco trabajadores. La edad media de las personas al cargo es de 49 años y, mayoritariamente, los comercios cuentan con más de 20 años de antigüedad.

En general, se pueden resaltar los siguientes aspectos sobre el nivel de madurez digital de los comercios alaveses participantes:

- El grado de madurez digital de los comercios alaveses (27,3/100) es ligeramente inferior al del resto de socios CORE en España (37,3/100) y en Francia (42,3/100), lo que demuestra que el trabajo de transformación digital con este sector es totalmente pertinente y necesario.
- Las áreas en las que se han obtenido mejores puntuaciones han sido las de Comunicación y Venta on-line (36,5/100) y Transformación digital de la empresa (30,5/100), mientras que las áreas en las que más se necesita trabajar son las de Protección de datos y de la marca (22,9/100) y Relación con los Clientes y su seguimiento (19,2/100).

En cuanto a las estrategias de comunicación, una gran mayoría (el 76%) de los comerciantes comunican con sus clientes y posibles clientes a través de las redes sociales, siendo Facebook, Instagram y WhatsApp las plataformas más utilizadas.

A menudo es el propio comerciante o un empleado de la empresa quien se encarga de actualizar las redes sociales, la página web o la de comercio electrónico, y rara vez, un proveedor de servicios externo. Si el comerciante no publica con regularidad en redes sociales y no tiene una página web o de comercio electrónico, se debe principalmente a la falta de tiempo y de conocimientos.

Respecto a la relación con los clientes, los comerciantes tienen pendiente crear bases de datos de clientes periódicamente actualizadas: sólo lo realiza el 23% de los alaveses. Del mismo modo, la implantación de plataformas de gestión de la relación con el cliente, de herramientas de e-mailing o de programas de fidelización está aún por desarrollar. Aunque la mayoría de los comerciantes responden a los comentarios de clientes online, parece necesario desarrollar herramientas de seguimiento para medir su reputación en Internet.

La transformación digital de la empresa está a menudo en marcha (programas de caja (52%), desmaterialización de la facturación y de las relaciones con los proveedores (50%), gestión de existencias (41%) y seguimiento de los indicadores clave de rendimiento (39%), en particular), pero es necesario ofrecerles más acompañamiento y apoyo.

Por último, aunque las cuestiones de seguridad y confidencialidad de datos son cada vez más importantes para los comerciantes, la protección de datos personales de los clientes, el almacenamiento de estos datos y el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) aún deben de mejorarse.

Itinerarios personalizados de transformación digital

Los comercios alaveses participantes en CORE han recibido acompañamiento individual de AENKOMER para definir e implementar sus itinerarios personalizados de transformación digital. En este acompañamiento se les han proporcionado recomendaciones ad hoc y se les han implementado diversas herramientas y soluciones digitales. Entre otras:

- programas para la adaptación a TicketBAI,
- plataformas para el cumplimiento de la RGPD,
- creación y actualización de perfiles en Google My Business,
- creación o mejora de la gestión de perfiles en las redes sociales,
- utilización de WhatsApp Business,
- creación o mejora de la página web del comercio,
- implementación de herramientas de e-mailing.

La encuesta realizada entre los comerciantes tras el acompañamiento individual reflejó el impacto positivo del proyecto CORE en la comunicación y las ventas en línea, la relación con el cliente, la transformación digital de la empresa y la protección de datos. Del mismo modo, cabe

destacar el interés que tiene este proceso de transformación digital para los comerciantes, ya que les permite comprender mejor el interés y los retos de la digitalización para su negocio, con el fin de poder satisfacer mejor las expectativas de sus clientes, cada vez más conectados.

Sobre el proyecto CORE

Los comercios pueden realizar sus Autodiagnósticos de Madurez Digital, participar en la Plataforma de Colaboración Abierta y consultar las buenas prácticas y herramientas digitales recopiladas, así como el resto de información sobre CORE, en la web <https://interreg-core.eu/>.

AENKOMER, que aglutina a 31 asociaciones alavesas y representa a 1.530 pymes del Territorio, tiene entre sus principales objetivos apoyar y fomentar el desarrollo del sector comercial y de servicios en Álava, forma parte del proyecto CORE en busca de mejorar la competitividad de las pymes comerciales minoristas del Territorio mediante la incorporación de herramientas de digitalización. Además, este proyecto pretende sensibilizar sobre la importancia que tiene el sector comercial minorista como motor social, cultural y de ordenación urbana.

El proyecto, cuyo objetivo es el de mejorar la competitividad de 51.000 pequeños comercios, cuenta con 1,25 millones de euros de presupuesto y está cofinanciado al 65% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) a través del Programa Interreg V-A España-Francia-Andorra (POCTEFA 2014-2020). El objetivo de todos los proyectos financiados a través de POCTEFA es reforzar la integración económica y social de la zona fronteriza España-Francia-Andorra. Además de AENKOMER, las entidades socias y colaboradoras del proyecto son Gipuzkoako Merkatariak, el Ayto. de Pamplona, la Cámara de Comercio de Pau, la Cámara de Comercio de Toulouse, el Ayto. de Toulouse, la Fundación Eurecat y ESTIA. El Ayto. de Barcelona, la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico de Teruel y la Escuela Superior de Comercio de Pau intervienen en calidad de colaboradores.

Vitoria-Gasteiz, 31 de mayo de 2022.