



## 01. INTRODUCCIÓN

El sector del comercio se ha visto sometido en los últimos años a un gran cambio derivado de dos variables unidas: la **digitalización de la sociedad** y la **globalización**. Ambas han creado un nuevo escenario, tanto económico como social, en el que los hábitos de compra de las personas se mueven en base a una **hiperconectividad** que les permite tener un amplio conocimiento de los productos y servicios, la capacidad de compartir y la disposición de plataformas internacionales de compra mediante el comercio electrónico.

El **avance tecnológico** está influyendo no solamente en la forma de comercializar, sino también en la configuración de productos y servicios, en las nuevas relaciones entre el comercio y la clientela y en nuevas formas de atención a las personas que deben avanzar hasta lograr la plena **integración de la tienda física y la presencia online**. Avanzar hacia **comercios omnicanal** que gestionan la empresa como un conjunto en la venta, promoción, marketing y atención a la clientela en todas sus formas de actuación.

El **Plan de Digitalización del Comercio de Gijón** ofrece a las empresas del municipio la posibilidad de crecer en estos procesos de una forma ordenada, acompañados en sus recorridos, controlando acciones y resultados hasta lograr un nivel de digitalización del comercio que se adapte a las necesidades actuales de competitividad y a los cambios que de forma constante se producen en la clientela.

El **Ayuntamiento de Gijón** y la **Unión de Comerciantes del Principado de Asturias** ofrecen este programa a las empresas de municipio con el fin de colaborar en un mayor desarrollo de cada empresa, del sector comercial y con ello, de la economía de la ciudad.



**DIGICOM**  
PLAN DE DIGITALIZACIÓN  
DEL COMERCIO DE GIJÓN



**Gijón** | **impulsa**



[www.comercioasturias.com](http://www.comercioasturias.com)

C/ Marqués de San Esteban, 52 - Entresuelo,  
Apartado 194, 33206 GIJÓN - ASTURIAS

T. 985 341 406

[digicom@comercioasturias.com](mailto:digicom@comercioasturias.com)



**Gijón** | **impulsa**





## 02. OBJETIVO Y DESTINATARIOS

### OBJETIVOS GENERALES:

Apoyar al comercio urbano de Gijón para alcanzar un estadio de digitalización que se adapte a las necesidades de la clientela, a los cambios producidos por la competencia y rentabilice las ventajas tecnológicas para lograr una mayor competitividad.

### SEGMENTACIÓN DE DESTINATARIOS Y OBJETIVOS DE CADA SEGMENTO:

Las empresas participantes serán organizadas según su nivel de madurez digital aportando a cada segmento unos objetivos específicos e invitando a las empresas a trabajar junto con los profesionales asignados al programa para que vayan avanzando en las diferentes fases.

#### • NIVEL INICIAL:

Tendrá como objetivos facilitar la presencia online del comercio, ordenada y con un programa de marketing online sistematizado.

#### • NIVEL BÁSICO:

Tendrá como objetivos desarrollar una presencia online acorde con su actividad en el comercio físico, profesionalizar su marketing online, trabajando la parte estratégica e instrumental. Avanzar hacia formas de venta online.

#### • NIVEL INTERMEDIO:

Tendrá como objetivos apoyar la integración de los canales de venta físico y online, personalizando la oferta comercial hacia la clientela manejando datos básicos de interacción con la clientela.

#### • NIVEL AVANZADO:

Tendrá como objetivos mejorar las ventas en nuevos canales online, manejar bases de datos extensas que ofrezcan nuevos servicios y experiencias de venta a la clientela, con pleno desarrollo de la omnicanalidad e incorporando canales de comunicación personalizados.

#### • NIVEL EXPERTO:

Sus objetivos serán acompañar en el diseño de procesos de análisis de la información y pilotar proyectos y soluciones tecnológicas altamente innovadoras.



## 03. LÍNEAS DE TRABAJO

### • SENSIBILIZACIÓN:

Actuaciones destinadas a proporcionar información del programa a todas las empresas de comercio de la ciudad mediante visitas individuales, jornadas informativas, materiales formativos y dinamización de la comunidad de comercios adheridos al programa para que utilicen todas las líneas del mismo.

Las empresas participantes serán identificadas en cada fase de trabajo con una marca de calidad y excelencia digital.

### • CAPACITACIÓN:

El equipo asesor propondrá a las empresas la realización de sesiones formativas de variados formatos, tanto presencia como online, que abarcarán todas las materias que son base para una plena digitalización de la empresa comercial.

### • ACOMPAÑAMIENTO:

A partir del análisis de la situación de las competencias digitales de cada empresa, se realizará un plan de acción individualizado que contará con un consultor en su fase de ejecución para facilitar los resultados acordados entre el consultor y el comercio.

### • INNOVACIÓN:

Estudio de las soluciones tecnológicas avanzadas que pueden ser útiles para el comercio mediante la cooperación entre empresas de diferentes sectores.



## 04. ACOMPAÑAMIENTO A LOS COMERCIOS

### PASO 1: EVALUACIÓN DEL PUNTO DE PARTIDA

- Análisis del modelo de negocio y su adaptación al mundo online.
- Competencias digitales actuales y capacidad de acción.
- Estrategia de presencia en internet y venta online actual, y herramientas de marketing digital y comercio electrónico utilizadas.
- Nivel de ventas actuales por canal (presencial y online), y correspondencia de los resultados con la estrategia, herramientas y dedicación de tiempo actuales.
- Identificación de datos disponibles (datos recogidos de negocio/clientes) y el uso que se hace de los mismos.

### PASO 2: PLAN DE ACCIÓN PERSONALIZADO

- Radiografía detallada de la situación de partida de cada comercio.
- Hoja de ruta con los objetivos alcanzar y acciones prioritarias.
- Estrategia de venta con definición del cliente actual, atracción y fidelización y acciones omnicanal.
- Selección de canales de venta adecuados.
- Actuación sobre canales de venta existentes y actuación en nuevos.
- Estrategia de apertura de nuevos mercados.

### PASO 3: TRABAJO DIRECTO CON CADA COMERCIO

- Consensuar con la empresa el plan de acción con objetivos y calendario.
- Plan de formación a medida.
- Acompañamiento y seguimiento para la implantación de medidas acordadas.
- Análisis de dificultades y solución de dudas.
- Recomendaciones sobre las soluciones implantadas para lograr mejores resultados.
- Adopción de medidas adicionales en caso necesario.