

24

ACS-BOLETÍN INFORMATIVO

Comerciantes



Lanzamiento de la nueva tarjeta Compra Fácil



Presentación de la Guía de pasteleros

El día 30 de noviembre se presentó la guía de pastelería segoviana ante los medios de prensa, el presidente de la Asociación Provincial de Empresarios Pasteleros Segovianos D. Jesús Manso, agradeció el apoyo de los medios de comunicación en todas las actividades que realizan, también extendió su gratitud a la Diputación Provincial por haber respaldado y, sobre todo, por haber creído en esta guía, y a Bodegas Tinto Redreja, Ossian y a la Asociación de Sumilleres por su colaboración en la degustación que tuvo lugar después.

Cerró el acto D. José Martín Sancho, diputado provincial del área de Desarrollo Rural y Medioambiente. Después de la presentación se ofreció a todos los asistentes al acto una degustación de dulces y vinos tutelada por los sumilleres segovianos, que enseñó los maridajes perfectos y, descubrió nuevas combinaciones y sabores.



Acto de presentación de la Guía de pasteleros

La Guía de Pastelerías de Segovia es un proyecto editorial que pretende dar a conocer algunos de los mejores productos de pastelería y repostería de la provincia, algunos clásicos, otros singulares y originales, alguna innovación y sobre todo mucho trabajo artesano. Pretende también ofrecer a los asociados un escaparate impreso donde exponer su trabajo y hacerlo visible y apetecible, que es de lo que se trata.



El formato es de guía útil, con una introducción histórica y fichas Individualizadas para cada pastelería, donde figuran recetas, especialidades y datos de contacto e interés.

El formato es de guía útil, con una introducción histórica y fichas Individualizadas para cada pastelería, donde figuran recetas, especialidades y datos de contacto e interés.

El formato es de guía útil, con una introducción histórica y fichas Individualizadas para cada pastelería, donde figuran recetas, especialidades y datos de contacto e interés.

“De compras por Segovia”

ACS presentó su proyecto de fidelización “De compras por Segovia”

ACS presentó su proyecto de fidelización “De compras por Segovia” con el ánimo de facilitar a los socios una herramienta que les permita premiar a sus clientes fieles. Les ayudará a mejorar la relación con los clientes, por el mayor conocimiento de sus preferencias y sus hábitos de compra (horas, días de la semana, frecuencia...). Los comerciantes asociados podrán premiar la lealtad realizando promociones, regalos, descuentos de forma que, los clientes se sientan recompensados por su consumo.



Este programa se apoya en la WEB www.decomprasporsegovia.com que comerciantes y consumidores tendrán a su disposición para estar informados de las campañas y promociones en vigor y de las características de las mismas. También encontrarán noticias de interés.

Para tener acceso al programa sólo se tiene que completar el formulario de registro y disponer de una dirección de correo electrónico. Una vez realizado el registro podrá mediante un sencillo panel de control, acceder a todos los servicios disponibles: canjear puntos por premios, obtener copias impresas de los premios y ver el estado de las diferentes campañas disponibles entre otros.



Imagen campaña 3000 euros para tus gastos

Celebración 15º Aniversario

Caja Segovia quiso celebrar el decimoquinto aniversario del nacimiento de la Tarjeta Compra Fácil. Este medio de pago fue creado por Caja Segovia, en colaboración con la Agrupación de Comerciantes Segovianos (ACS), con el objetivo principal de dotar al comercio minorista segoviano de un instrumento de pago que permitiese al cliente pagar hasta en 6 meses sin intereses y que además fuera competitiva con respecto a las tarjetas de las grandes corporaciones y empresas de distribución. Con motivo del 15º aniversario del lanzamiento de la tarjeta, Caja Segovia ha llevado a cabo diversas actividades promocionales y comerciales. Entre ellas, y como primera acción destacada, se decidió el cambio del diseño de la tarjeta.

Se convocó un concurso público, abierto a todos los clientes de Caja Segovia, se ha querido hacer más participativa la conmemoración del 15º aniversario de la tarjeta y conseguir que el nuevo diseño tuviera un perfil cercano y vinculado a la sociedad segoviana, como lo es la propia tarjeta. A la convocatoria, que fue todo un éxito, se presentaron un total de 66 concursantes con 114 diseños diferentes. Entre todas las propuestas recibidas, el jurado compuesto por miembros de Caja Segovia, de la Agrupación de Comerciantes de Segovia, así como de la agencia de publicidad que ha desarrollado la campaña de publicidad de la tarjeta, eligió la de Dª Macarena Rodríguez Marugán que realizó según sus palabras "Un diseño sencillo, donde predominan los colores cálidos para darle viveza y modernidad a la tarjeta."



Las formas curvas pretenden dar movimiento a la tarjeta, asociándolo también al uso que se le da a la misma. Estas formas curvas, irregulares, también le dan volumen al diseño. El color del fondo va degradado desde el color corporativo de Caja Segovia hasta el azul. La tipografía utilizada es sencilla y desenfadada a la vez. El objetivo principal del uso de esta tipografía ha sido la legibilidad y además la cercanía que creo que transmite. Es una tipografía alegre que junto con los colores "festivos" le da fuerza a la tarjeta'

Presentación nueva Tarjeta Compra Fácil

La presentación en sociedad de la nueva tarjeta se realizó en rueda de prensa el día 25 de septiembre (viernes) a las 11 de la mañana, en la sede central de Caja Segovia. Manuel Muñoz Macías, presidente de ACS explicó lo que ha supuesto la tarjeta para el comercio segoviano y las ventajas que representa para el mismo. También expuso los diferentes sorteos que se realizan durante todo el año entre los usuarios de la Compra Fácil. José Antonio Hernando Pérez, Director de Marketing y Canales Electrónicos de Caja Segovia nos explicó el nuevo diseño y nos anunció su presentación pública y festiva.



Don José Antonio Hernando Pérez, anunció la presentación pública de la nueva tarjeta.

La fiesta de presentación consistió en la elaboración, gracias a la colaboración de la Asociación de Pasteleros de Segovia, de una gran tarta con el nuevo diseño de la tarjeta, que se degustó y repartió entre todo el público que asistió al evento programado para el lunes, día 28 de septiembre, a las 19 h. a las puertas de la Oficina Principal de Segovia, en Fernández Ladreda, 8 de Segovia.



Fiesta presentación con una tarta con la imagen de la nueva tarjeta.

Proyecto de Calidad

La Agrupación, a través de la Confederación de Comercio de Castilla y León, va a poner en marcha una nueva fase del

"PROYECTO FORMATIVO DIRIGIDO A LA MEJORA DE LA CALIDAD".

Objetivos de implantación de la Norma UNE 175001-1

- Mejorar la calidad del servicio prestado a los clientes.
- Mejorar la gestión en los establecimientos comerciales.
- Mejorar la imagen de los establecimientos comerciales ante sus clientes.
- Mejorar las competencias profesionales.
- Profesionalizar la gestión en los establecimientos, potenciando el desarrollo de los recursos humanos.
- Proporcionar a los clientes una garantía de calidad del servicio que va a percibir.
- Diferenciar a los establecimientos que adopten esta especificación por medio de la calidad del servicio.



Ventajas que presenta el proyecto

Con la implantación de esta norma UNE 175001-1 de Calidad de Servicio para Pequeño Comercio, las empresas obtienen la certificación que valida y autentifica su compromiso y profesionalidad en la atención de sus clientes y pone de manifiesto al cliente y al proveedor que tiene ante sí a auténticos profesionales.

Ventajas para los clientes

- Muestra la preocupación de su establecimiento con la Calidad de Atención al Cliente, mejorando la imagen de los establecimientos comerciales ante el Cliente.
- Es una garantía para el Cliente del servicio que van a percibir: Al ser otorgada por una entidad independiente y ajena al comercio da una imagen de confianza al consumidor.

Ventajas para el establecimiento

- Introduce racionalidad a los procesos de venta y mejora de la gestión.
- Facilita la mejora continua. Profesionaliza la gestión de los establecimientos haciendo especial hincapié en el desarrollo de los recursos humanos.
- Supone una ventaja competitiva a la empresa frente a su competencia e incentiva su desarrollo. El mayor beneficio de esta diferenciación lo obtienen los primeros establecimientos en conseguir la certificación, ya que una vez que la internalice el cliente la exigirá como un requisito previo a la compra.
- Constituye una defensa contra la competencia desleal diferenciándonos claramente de la misma, modificando las formas de trabajar más tradicionales o adquiridas por la inercia del día a día por otras que cumplen con unos estándares de calidad. Por ejemplo haciendo más lineal el circuito de documentos o realizando un seguimiento del cliente que permita conocerle mejor, responder mejor a sus necesidades y por tanto prestarle un mejor servicio.

Ventajas para los proveedores

- Facilita el acceso a nuevos proveedores. Este reconocimiento garantiza al proveedor que el servicio prestado en el establecimiento aporta un valor añadido a la imagen de marca del producto de que se trate.

• Fases

- 1.- Planificación, Organización y Programación del proyecto
- 2.- Sensibilización de los establecimientos
- 3.- Implantación de la Norma UNE de Calidad para el Pequeño Comercio
- 4.- Certificación de los establecimientos comerciales. (Empresa AENOR)
- 5.- Divulgación.

The advertisement has a red background. At the top, it says 'DONA SANGRE VIDA DONA' in large white letters, with a white blood drop icon above 'DONA' and below 'VIDA'. On the left, there is a vertical stack of icons representing blood donors, with the text 'sangre vida' and 'vida sangre' repeated. On the right, there is a white box with the text 'Teléfono Gratuito de Información: 900 40 50 60 De 8:00 h. a 22:00 h.' Below this, there is a white box with the text 'HOSPITAL GENERAL Lunes, Miércoles y Viernes de 10:30 a 13:30 horas CENTRO DE SALUD SANTO TOMÁS Lunes y Viernes de 17:00 a 20:00 horas'. At the bottom left, there is a logo for 'HERMANDAD DE DONANTES DE SANGRE DE SEGOVIA' featuring a blue cross with a red blood drop. On the right, there is a white icon of a person holding a blood bag, with the text 'sangre vida' and 'vida sangre' repeated.

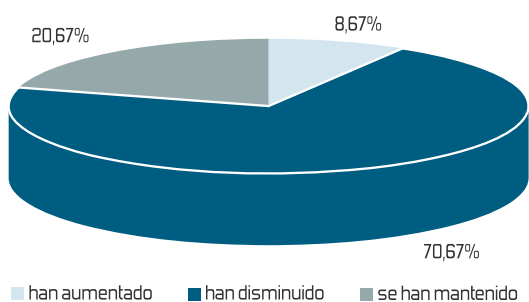
V Barómetro del Comercio

Una de las iniciativas impulsadas por ACS en los últimos años que más nos están ayudando a conocer nuestra red empresarial es el Barómetro del Comercio de Segovia, la encuesta que la Agrupación elabora periódicamente y cuya quinta oleada te presentamos.

Se trata de una muestra de los problemas, quejas, demandas y sugerencias en los que inciden los empresarios del sector en la provincia. Es útil para poder enfocar nuestro trabajo a vuestras necesidades. Y lo es también para las Administraciones Públicas, que tienen en el Barómetro un compendio de las opiniones de los comerciantes, y para la sociedad en general.

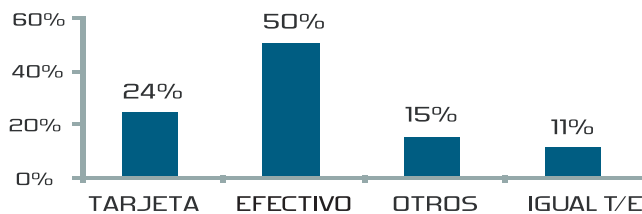
Evolución de las ventas

- Hemos preguntado a los comerciantes sobre la evolución de sus ventas, pidiéndoles que valoraran el periodo de enero a agosto de 2008 y lo compararan con el mismo periodo del año 2009.
- Un 70,67% de los encuestados afirma que han disminuido. Un 20,67% dice que sus ventas se han mantenido y un 9,67% asegura que han aumentado.



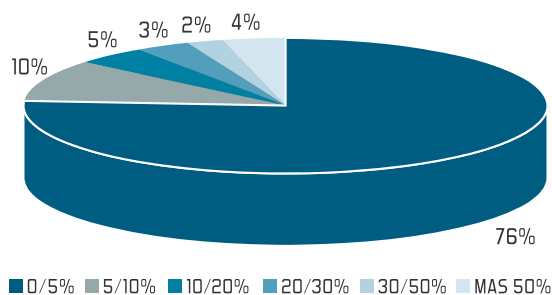
Cobro de ventas

- Acerca de la fórmula más utilizada en los establecimientos. El 24% de los comerciantes encuestados dice que es la tarjeta, el 50% afirma que la mayoría de sus cobros son en efectivo y el 11% cobra el 50% en tarjeta y el 50% en efectivo.
- Hay un 15% de empresarios que cobra todas o una gran mayoría de sus ventas con otros medios de pago (transferencias, recibos...)



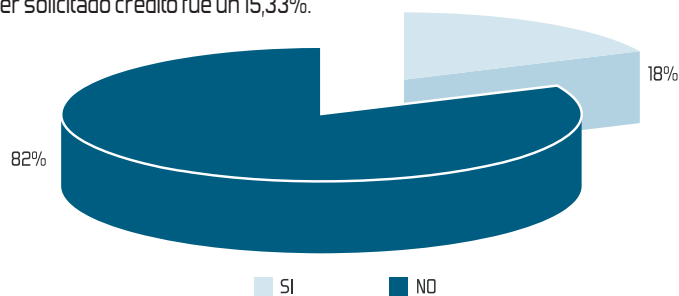
Ventas a turistas


- El número de visitantes en Segovia es importante, preguntamos a los comerciantes qué porcentaje de sus ventas son a turistas. El 76% prácticamente no vende nada a turistas, el 10% vende a turistas entre un 5 y un 10%, el 5% vende entre un 10 y un 20% a los visitantes, el 5% vende entre un 20 y un 50% y un 4% hace más del 50% de sus ventas a turistas.




Financiación

- La financiación ha sido durante este año un tema candente. Preguntamos a los comerciantes si han solicitado financiación durante el 2009 y sólo un 18% ha acudido a instituciones financieras en busca de crédito. En el Barómetro de abril de este año el porcentaje de comerciantes que afirmaron haber solicitado crédito fue un 15,33%.






HAZTE SOCIO




AYUDANOS A AYUDAR







**Asociación Española
Contra el Cáncer**



**INFOCÁNCER
900 100 036**



aecc
Contra el Cáncer
www.segovia.aecc.es

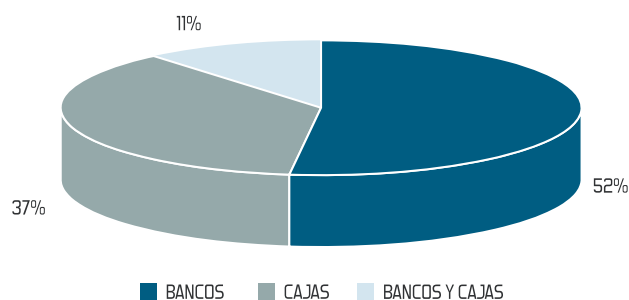







Marqués de Mondéjar, 3 - 1º D - 40001 SEGOVIA
Tel. 921 42 63 61 - Fax 921 42 72 96
segovia.aecc@teletel.es

Comercio Segoviano

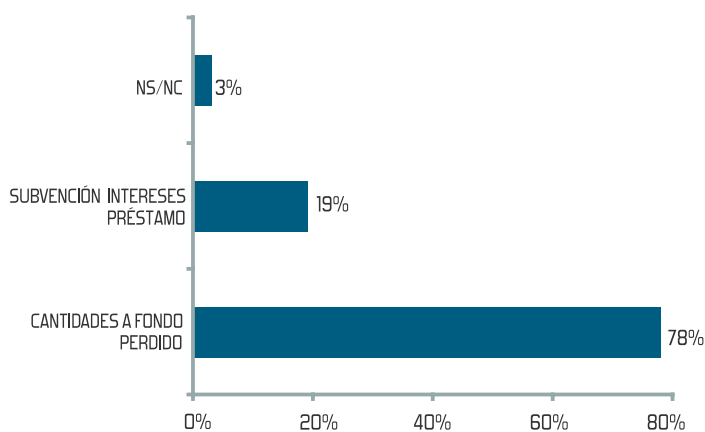
Entidades

- De los comerciantes que solicitaron financiación, el 52% se dirigió a Bancos, el 37% fue a Cajas y el 11% acudió a ambos tipos de entidades.
- Ninguno de los encuestados se dirigió a otro tipo de entidad financiera.
- De los que han solicitado crédito el 94% de los que se han dirigido a los bancos y el 85% de los que la han solicitado a las Cajas, han obtenido una respuesta positiva.



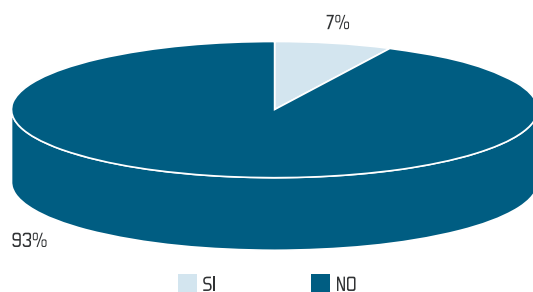
Subvenciones

- Los comerciantes encuestados en un 78% afirman que en las subvenciones prefieren cantidades a fondo perdido, que sean un porcentaje de la inversión realizada. Sólo un 19% prefiere que se les subvencionen los intereses de los préstamos solicitados.



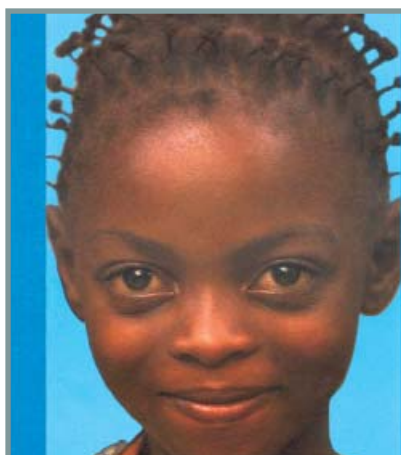
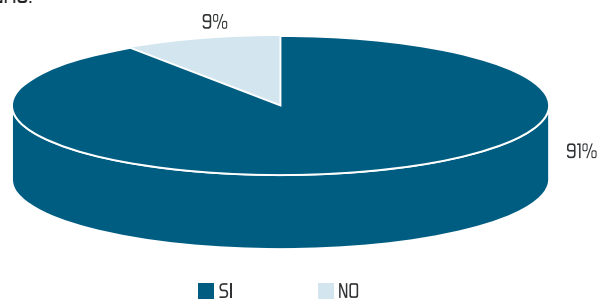
Influencia del Ave

- Hemos preguntado si después de dos años de funcionamiento del tren de alta velocidad se nota su influencia en los negocios por el incremento de visitantes.
- El 93% ha dicho que no ha notado incremento de ventas en su negocio desde que existe el AVE, mientras que el 7% afirma que sí ha notado su influencia.
- Cuando preguntamos en noviembre de 2007 si creían que el tren de alta velocidad iba a influir en sus negocios, el 36,91% pensaba que iba a tener una influencia positiva.



Aparcamiento Casco Antiguo

- Queríamos saber si los comerciantes consideran necesario un aparcamiento en la zona del casco antiguo de Segovia. El 91% lo considera imprescindible y sólo un 9% cree que no es necesario.
- Además el 92% de los encuestados considera que si el aparcamiento se hiciera en el Paseo del Salón no sería perjudicial para el entorno, considerando los adelantos técnicos existentes, un 8% de los encuestados afirma lo contrario.



unicef



San Frutos, 21-1A • Telf. 921 43 15 87 • 40001 SEGOVIA

INTEGRAL
VISUAL DESIGN

INDIVISA®

COMUNICACIÓN VISUAL

...singular, como quieres

diseño e interiorismo

proyectos integrales de diseño*
gráfico · industrial · infografía y 3D
suministro de mobiliario y decoración

anuncios, folletos, memorias, publicaciones en todos los formatos,
web, publicidad, stands, exposiciones, hostelería, comercios y oficinas.

+ info

* empresas y particulares

921 428 191 · 090 · Metalúrgicos, 4 · Pol. Ind. Hontoria · 40195 Hontoria, Segovia
comercial@indivisacomunicacion.es · www.grupotercermilenio.es/es/indivisa.html



Tarjeta Compra Fácil en Segovia

La Tarjeta Compra Fácil es el medio de pago que Caja Segovia ha creado expresamente para el desarrollo y apoyo del comercio segoviano.

Entre las **ventajas más destacables para el comerciante**, se encuentran las siguientes:

- Es una herramienta de financiación para el cliente y muy fácil de tramitar desde el punto de vista operativo.
- Facilita al cliente la compra de artículos que normalmente requieren financiación.
- La realización de operaciones es muy sencilla y no necesita trámites previos.
- La Caja facilita los medios y sistemas para realizar las operaciones con la tarjeta.
- El comercio recibe el abono de la operación al día siguiente de su realización, así como el adeudo por el importe de la comisión.
- Pone a su disposición a más de 10.000 potenciales clientes.
- Parte de los beneficios obtenidos con la tarjeta, se invierte en el desarrollo del comercio segoviano.
- El comercio recibe anualmente un **rappel** por las operaciones realizadas a más de un mes.

COMISIÓN QUE PAGA EL COMERCIANTE

FORMA DE PAGO	COMISIÓN
Pago 1 mes – Alimentación y Gasolineras	0,70%
Pago 1 mes – Resto sectores	1,00%
Pago 3 meses	1,50%
Pago 6 meses	2,00%
Pago 12, 24 ó 36 meses	0,00%

RAPPEL QUE RECIBE ANUALMENTE EL COMERCIANTE POR EL IMPORTE DE LAS VENTAS APLAZADAS (€)

	COMERCIOS ASOCIADOS ATAACS	COMERCIOS NO ASOCIADOS ATAACS
De 0 A 600	0 por mil	0 por mil
De 601 a 6.000	3 por mil	0 por mil
De 6.001 a 30.000	3 por mil	2 por mil
De 30.001 a 150.000	4 por mil	4 por mil
De 150.001 a 300.000	4 por mil	6 por mil
De 300.001 a 600.000	8 por mil	8 por mil
Más de 600.001	10 por mil	10 por mil

Para más información:

