

La ministra apuesta por el comercio de proximidad en la cuarta edición de Madrid Retail Congress



La ministra de Industria, Comercio y Turismo, [Reyes Maroto](#), acudió este año a la segunda jornada de Madrid Retail Congress, organizado por CEC, COCEM y D/A Retail, en una muestra más de su apuesta por el comercio minorista.

Durante su intervención, la ministra ha reconocido que gran parte del sector no está dando el salto a la [digitalización](#) al ritmo adecuado, especialmente en el caso de las pymes de comercio, dejando claro que el papel de su ministerio es el de "impulsar y equilibrar" el sector.

La ministra ha destacado que el [Observatorio del Comercio 4.0](#), cuya primera reunión está prevista para el próximo 19 de diciembre, se dividirá en cuatro grupos de trabajo: el primero de ellos se ocupará de hacer un diagnóstico de nuevas tecnologías en el comercio; el segundo grupo reflexionará sobre el marco normativo del comercio y planteará posibles cambios; el tercero se centrará en ofrecer una

formación adecuada al sector; y por último, el Observatorio se ocupará de ayudas concretas al sector.

En este sentido, en declaraciones posteriores la ministra ha reconocido que la [dotación presupuestaria](#) destinada al comercio "no se corresponde con la importancia que tiene el sector en el PIB nacional", y ha asegurado que en el próximo Plan de Comercio Minorista se ampliarán estas partidas.

Además, Reyes Maroto ha asegurado que antes de fin de año estará lista la [Ley de Marcas](#), que pondrá su foco en acabar con las falsificaciones en el comercio.



Durante su intervención previa, el presidente de la CEC, [Manuel García-Izquierdo](#), ha anunciado la próxima puesta en marcha del portal de información y servicios para el comercio [Somosretail](#), un proyecto con el que la ministra ha asegurado que desde su departamento

CONTENIDOS

- 2..... Resumen MRC18
- 4..... La CEC apuesta por la formación del sector
- 5..... Acuerdo con CEPSA en torno a su nueva oferta para pymes
- 6..... Zaragoza, sede de la primera semana del comercio
- 7..... Antonio Garamendi, nuevo presidente de CEOE
- 8..... Red.es convoca las Ayudas del Programa Asesores Digitales

"sumarán esfuerzos" para lograr de forma efectiva la digitalización del sector. En Somosretail se integrará también [Somoscompra](#), proyecto recientemente puesto en marcha por la Confederación para facilitar la compra online al por mayor a los minoristas españoles.

[Xiana Méndez](#), Secretaria de Estado de Comercio, fue la encargada de inaugurar oficialmente el Congreso en su primera jornada, en un acto al que asistieron también el presidente de COCEM, [Luis Pacheco](#); la Directora General de Comercio y Consumo de la Comunidad de Madrid, [María José Pérez-Cejuela](#); la Directora General de Comercio y Emprendimiento del Ayuntamiento de Madrid, [Concepción Díaz de Villegas](#); el Director de Negocios de Banco Santander, [Francisco Rubio Seara](#); y el Director de D/A Retail, [Jaime de Haro](#).

La hora del Nuevo Retail

Dos jornadas con ponentes de prestigio

Con el lema "La Hora del Nuevo Retail", la cuarta edición de Madrid Retail Congress reunió los días 27 y 28 de noviembre a más de 700 comerciantes y profesionales de todo tipo de sectores y de muy diferentes tamaños, desde grandes empresas de distribución hasta pequeños comercios.

La primera jornada comenzó con la intervención de Cristina Pérez, Directora de Commerce Kantar TNS, quien aseguró que "debemos aprovechar las ventajas del comercio electrónico y las palancas de su éxito para atraer al cliente a las tiendas físicas".



A continuación el Director de eCommerce en Carrefour España aseguró que la gran barrera de los frescos se está empezando a superar: "el 80% de nuestros pedidos ecommerce ya incluyen productos frescos".



Tras un coffee break, Jorge Ponce, Main Board Director en Broadway Malyan, hizo un viaje en el tiempo para tratar de explicar cómo serán los centros comerciales en 2050, afirmando que "la revolución tecnológica, globalización, urbanización y cambio climático, serán los grandes desafíos del retail durante las próximas décadas".

En la mesa de debate "¿El New Retail es para todos? Pequeños y grandes ante las nuevas oportunidades de la omnicanalidad", directivos de Conforama, Multiópticas, C&A y Pisamonas coincidieron en que no solo es importante tener presencia en todos los canales, sino que el usuario tenga una buena experiencia de compra.



La jornada siguió con la intervención de Pedro Esquivias, Chief Customer Officer en Grupo Tendam Retail, quien dejó claro que la omnicanalidad es ya una realidad: 'La apertura de tiendas físicas puede suponer un crecimiento del 37% en el tráfico online en ese mercado'.



Ya en la sesión de tarde Carmen Herrarte, de TZIR, presentó su proyecto piloto MiZesta, y aseguró que "somos optimistas con el comercio tradicional, acercamos la tecnología al negocio de manera accesible".



La hora del Nuevo Retail

A continuación Raúl G. Serapio, CEO de Neuromobile, explicó cómo replicar los modelos de éxito de los centros comerciales al comercio de proximidad, y dio las primeras pinceladas de Somos Cercanos, un proyecto conjunto con la CEC que se pondrá en marcha en los próximos meses.



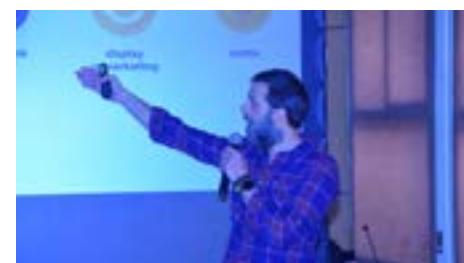
Más tarde llegó el turno de Javier Pérez de Leza, CEO de Future Retail, quien desgranó algunos de los secretos para retailers sin miedo a Amazon. Precisamente la conveniencia de estar o no en Amazon fue también el eje de la última mesa redonda del día, que contó con la opinión de empresas como Ebolution, Due-Home o BrainSINS.

La segunda jornada, centrada en el consumidor y en las experiencias de compra

Ángela López, de Nielsen España, fue la encargada de abrir la segunda jornada hablando del 'shopper' ibérico, y señalando algunas diferencias entre los compradores de ambos países. Por ejemplo, "en cuanto a la elección de la tienda, en España la calidad-precio motiva ir a un lugar. En Portugal, es el servicio".



Tras ella el consejero delegado de Sánchez Romero Supermercados, hacía un repaso por las oportunidades y debilidades que tenía la marca. "Teníamos la etiqueta de caro y antiguo", afirmó el directivo.



Tras un espacio para el networking, el CEO de Lukkap Customer Experience, Alberto Córdoba, analizó la importancia de la localización, y en concreto la tendencia de las grandes superficies a hacerse su hueco en los centros de las ciudades.



A continuación Benoit Mahé, CEO de Capkelenn, presentó junto con Frederico Romao, Director de Operaciones de Springfield, su caso de éxito conjunto. Romao aseguró que

han pasado de ser gestores de procedimientos a líderes de equipos.

En una mesa redonda a continuación que trató sobre el rol del store manager, la responsable de Marketing de La Vaguada, Lola Fernández, se dirigió al tendero de toda la vida para instarle a "iniciar un trato personalizado hacia cada uno de sus clientes, y diferenciarse con el producto".



El siguiente panel de expertos tuvo a los modelos comercio-ciudad como hilo conductor, y contó con representantes de El Triángulo de la Moda, el Mercado Central de Valencia, El Corte Inglés y Cepsa.



Como principal novedad este año, el programa paralelo de Madrid Retail Tech reunió a expertos en Inteligencia Artificial, Big Data, eCuponing, Fidelización y Visual Merchandising, entre otros.

Rotundo éxito del Visual Tour

Como actividad paralela a **Madrid Retail Congress**, la tarde del 28 de noviembre se realizó, por cuarto año consecutivo, el Visual Tour, un taller de escaparatismo realizado en colaboración con la Cámara de Comercio de Madrid.

Este año la ruta, que recorrió algunos de los establecimientos más relevantes del Barrio de Salamanca de Madrid, ha contado con **62 participantes**, que se dividieron en tres grupos y estuvieron acompañados en todo momento por escaparatistas expertos.

El comercio vende el 4,7% más en octubre

Las ventas del comercio minorista subieron el 4,7 % en octubre respecto al mismo mes de 2017 y se anotaron la mayor subida desde agosto de 2016, según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Con este incremento, **el sector recuperó la senda al alza** que abandonó en septiembre, cuando sus ventas retrocedieron el 3,1%, el peor dato desde febrero de 2017.

Con la llegada de las bajas temperaturas, las **ventas de equipo personal** (ropa y complementos, fundamentalmente) se dispararon el 11,1%, frente al desplome del 8,3% que sufrieron en septiembre. La comercialización de alimentación subió el 3,5%, la de equipamiento para el hogar el 8,7% y la de otros bienes el 3,9%.

El negocio **creció en todos los modos de distribución**, con aumentos del 1,8% en el pequeño comercio, del 5,3% en las pequeñas cadenas, del 7,4% en las grandes cadenas y del 8,5% en las grandes superficies.

Las ventas minoristas **se elevaron en todas las comunidades**, con Murcia (6%), Navarra (5,9%), La Rioja (5,8%) y Baleares y Aragón (5,6%) a la cabeza.

La CEC apuesta por la formación de más de 7.000 comerciantes para impulsar la digitalización del sector

CURSOS ONLINE GRATUITOS

• www.cursosfemxa.es/cec •

Para trabajadores y autónomos del sector Comercio

Diploma de Aprovechamiento

¡Inscripción abierta!



Durante el ejercicio 2017, la actividad del comercio minorista ha crecido un 1.4%, pero la formación en el sector se ha reducido en un 10.1% respecto a la realizada en 2016. Sin embargo, en un contexto en el que, según los últimos datos del INE, solo el 4.95% de las empresas de menos de 10 empleados realizan ventas por comercio electrónico, la apuesta por la digitalización del sector es fundamental para impulsar la actividad comercial y poder competir en plena era digital.

Por eso, la Confederación Española de Comercio ha impulsado un **proyecto de formación estatal dirigido a trabajadores y autónomos del sector**, con financiación del Servicio Público de Empleo (SEPE), y a través del cual más de 7.000 comerciantes podrán adquirir competencias en comercio electrónico, marketing online, redes sociales, gestión comercial, y otras materias, a través de la realización de acciones formativas en modalidad online en las que, a diferencia de la formación programada por las empresas, tanto autónomos como trabajadores pueden solicitar plaza a título personal.

Los cursos, con contenido oficial regulado por el SEPE, están **100%**

subvencionados por el Ministerio de Trabajo, Migraciones y Seguridad Social, y tienen como finalidad principal dinamizar el acceso de los comerciantes al uso de las nuevas tecnologías, adquiriendo nuevas competencias que les proporcionen ventajas competitivas en su negocio.

Al finalizar los mismos, los alumnos participantes obtendrán un diploma acreditativo, avalado por la CEC y por el Ministerio de Trabajo, de la especialidad formativa realizada.

Implicación del Gobierno

En paralelo, la Confederación Española de Comercio formará parte del nuevo Observatorio del Comercio 4.0, aprobado por el Consejo de Ministros el pasado 11 de octubre de 2018, que se constituye como un grupo de trabajo que analizará la situación del comercio minorista en España y su adaptación a las nuevas tecnologías.

El plazo de inscripción para los cursos ofrecidos por la CEC está ya abierto para todo el que desee formarse. Para más información y solicitud de plaza, cualquier trabajador interesado puede hacerlo a través de [este enlace](#) a los cursos.

La Confederación Española de Comercio promueve la adhesión del pequeño comercio a Ecoembes



La Confederación Española de Comercio (CEC) y Ecoembes, la organización medioambiental que promueve la economía circular a través del reciclaje, han firmado una renovación del acuerdo que mantenían con el fin de facilitar

la adhesión de las empresas del pequeño comercio a la entidad.

El objetivo de esta iniciativa es que las empresas pertenecientes a esta Confederación formen parte del **Sistema Integrado de Gestión** para cumplir, así, con su obligación medioambiental.

La firma del acuerdo tuvo lugar en las oficinas de Ecoembes de mano de José Guerrero, secretario general de la Confederación Española

de Comercio, y Begoña de Benito, directora de relaciones Externas y RSC de Ecoembes. Con esta firma, las empresas que declaran sus envases a través de la CEC comenzarán a hacer uso del **Punto Verde**, el símbolo que garantiza que las empresas que ponen envases en el mercado cumplen con su responsabilidad ambiental.

Mediante este acuerdo, también se realizarán distintas acciones de carácter informativo por parte de la CEC y Ecoembes.

La CEC y CEPSA firman un acuerdo en torno a la nueva oferta de luz y gas para pymes

La Confederación Española de Comercio (CEC) ha firmado un acuerdo de colaboración con CEPSA, para dar a conocer su nuevo servicio para empresas.

Se trata de una nueva **oferta conjunta de suministro de luz y gas dirigida a pymes**, con la que la compañía amplía su oferta de servicios con el objetivo de adaptarse a las necesidades energéticas de cada cliente.

Cuenta de momento con tres tipos de tarifas: Fija, Flexible y Óptima. Con la **Tarifa Fija**, la empresa abona el mismo importe cada mes; la **Tarifa Flexible** permite a la pyme pagar por el consumo de cada mes con el mismo precio de la

energía durante todo el año y con discriminación horaria; y la **Tarifa Óptima** permite pagar cada mes la energía a precio de coste más un pequeño gasto de gestión.

Luz y Gas para Negocios, que se dirige a empresas con una potencia contratada de luz de hasta 15 kW



o un consumo de gas de 50.000 kWh al año, cuenta además con **tres tipos de paquetes comerciales** adaptados a todo tipo de pymes.

En este sentido, pueden contratar solo gas o solo electricidad,

obteniendo un 12% de descuento; gas combinado con electricidad, asociado a un 15% de descuento; o gas, electricidad y el servicio de mantenimiento, con el que se alcanza un descuento del 18%. Los descuentos se aplican en factura tanto en el tramo fijo como en el variable.

El acuerdo entre la CEC y CEPSA contempla que los propios comercios asociados puedan actuar como **prescriptores de Cepsa Hogar** entre sus clientes.

La compañía ya cuenta con experiencia en la comercialización de gas y electricidad para gran empresa e industria, ámbito en el que está presente desde hace más de 15 años. Este proyecto se enmarca en la búsqueda de nuevas fórmulas centradas en ofrecer la energía adaptada a las necesidades de cada cliente.

Proyecto piloto de la CEC: Zaragoza, sede de la Primera Semana del Comercio

La capital aragonesa fue elegida por la Confederación Española de Comercio para poner en marcha, del 8 al 17 de noviembre, esta iniciativa que apuesta por las ventas urbanas

La Federación de Empresarios de Comercio y Servicios de Zaragoza y Provincia (ECOS) ha sido elegida por la Confederación Española de Comercio (CEC) para llevar a cabo en la capital aragonesa una experiencia piloto a nivel nacional.

Se trata de la Semana del Comercio, que se celebró **del 8 al 17 de noviembre**, con la que, a través de diferentes acciones, se pretende reivindicar el comercio de proximidad, especialmente los establecimientos comerciales, que aparte de generar en el consumidor diversas opciones de experiencias de compra, aportan a la ciudad una fisonomía propia haciendo las calles más amables y atractivas.

La Semana del Comercio culminó el 24 de noviembre con la celebración también en Zaragoza del **I Día Nacional del Comercio**, en el que participaron más de 500 establecimientos zaragozanos.

El objetivo de estas acciones es reivindicar la importancia que tiene el comercio de proximidad en la sociedad.

Durante esta semana, los establecimientos llevaron a cabo diversas acciones.

Entre ellas, los participantes entregaron a sus clientes un rasca a la hora de realizar sus compras, de manera que pudieron obtener premios en forma de vales de 10 o 5 euros de descuento sobre su compra.

Además, se puso en marcha un concurso en las redes sociales, en el que los consumidores tenían que subir una foto suya dentro del establecimiento y etiquetarla con el hashtag **#yocomproeneldiadelcomercio**. Todos los detalles de esta iniciativa



se dieron a conocer el pasado 22 de noviembre en la sede de la Federación, en un acto que contó con la presencia del presidente de CEC, Manuel García Izquierdo; el presidente de CEMCA, Rodolfo Bernad; el secretario general de CEC, José Guerrero; el presidente de ECOS, José Antonio Pueyo, y el secretario general de ECOS y CEMCA, Vicente Gracia.

Vicente Gracia aseguró estar "muy satisfecho con la Semana del Comercio, donde han participado 500 establecimientos de la ciudad y donde se calcula que se han recogido entre 15.000 y 20.000 boletos".

Situación del comercio

Durante la presentación, el presidente de CEC, Manuel García Izquierdo, agradeció la labor realizada por ECOS, e hizo un repaso por la situación del comercio a nivel nacional, asegurando que "se vive en la burbuja del descuento constante; un ritmo que el pequeño y mediano comercio no puede seguir, de ahí la necesidad de hacer un día especial para el consumidor". García Izquierdo ha reclamado también ayuda a las administraciones, "por el tremendo esfuerzo que tenemos que hacer".

Por su parte el secretario general de la CEC, José Guerrero, demandó

la necesidad de poner en marcha campañas por parte de la Administración para sensibilizar al consumo y que se equiparen las condiciones entre los distintos formatos comerciales.

Vicente Gracia concretó estas medidas en "una rebaja del tramo del IRPF, nombrar al comercio como sector estratégico en Aragón" y, sobre todo, "luchar contra la competencia desleal y el dumping social, además de contra el comercio ilegal de las calles de las ciudades".

Comisión contra la despoblación

Durante la presentación del Día del Nacional del Comercio, el presidente de CEC también anunció la creación de una Comisión sobre la despoblación por "la preocupante situación en la que se encuentran algunas localidades en las que apenas hay población y donde se mantienen uno o dos establecimientos para ofrecer ese servicio". Una Comisión que será sometida a aprobación por los órganos de gobierno de la CEC. Al frente de la misma, ha señalado García-Izquierdo, estará el presidente de CEMCA, Rodolfo Bernad, quien agradeció la confianza depositada "para hacer frente a la situación de los territorios menos poblados".

Antonio Garamendi, nuevo presidente de la CEOE



Antonio Garamendi es el nuevo presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales para los próximos cuatro años, tras unos comicios a los que se presentó como único candidato y que se han resuelto con su proclamación por aclamación, es decir, sin votación.

Garamendi comenzó su discurso desvelando a los compromisarios presentes sus cinco principios fundamentales, que empiezan por la letra «e»: España, empresa, encuentro, evolución y espíritu.

Tras afirmar que «hablamos con el Gobierno de España, no con el partido que gobierna», mostró su apoyo a la industria en general y a la del automóvil en particular, recordó que los empresarios «defendemos una España plural,

unida y sin complejos» y subrayó el «apoyo y lealtad a la Corona».

Hizo un guiño a la **igualdad de género y la paridad** en el seno de la CEOE, donde dará entrada a cinco mujeres en el comité ejecutivo y en alguna de las vicepresidencias. Y mostró su apoyo a la España constitucional, así como a cualquier cambio «dentro de la ley».

Dijo que hay que volver a la **cultura del esfuerzo** y que debe de haber un cambio total en la educación. «No queremos dar clases, pero sí participar en este cambio». Criticó la economía sumergida «porque es antisocial, hacen competencia desleal a las empresas y perjudica a las pensiones». Sobre los empresarios, afirmó que «generan riqueza, empleos y bienes y servicios». Por eso, hay que convencer a la sociedad para que se reconozca a los empresarios». Asimismo, recordó a los empresarios que se arruinaron durante la crisis, los cuales, «se merecen una segunda oportunidad». «Hay que legitimar la figura del empresario».

La cotización de los autónomos subirá en 5,3 euros al mes en 2019

La cotización de los trabajadores autónomos con base mínima subirá el año que viene en 5,36 euros al mes, y en 64,32 euros, al año. Por lo tanto, una vez aplicado el nuevo tipo de cotización –el 30%– a la base mínima, que será de 944,35 euros, este colectivo pagará el próximo año 283,30 euros al mes, en lugar de los 277,94 euros, que abona ahora a la Seguridad Social. El 85% cotiza por la base mínima. Los tipos de cotización serán el 30%, en 2019; del 30,3%, en 2020, y en 2021, del 30,6%.

La base de cotización, que es la parte de los ingresos por la que el autónomo aporta a la Seguridad Social, subirá un 1,25%. Por lo tanto, la base mensual pasará desde los 932,70 euros a los 944,35 euros, en 2019.

En función del pacto, también, la tarifa plana de cotización a la Seguridad Social para los nuevos autónomos pasará de 50 a 60 euros al mes.

Así se recoge en el acuerdo al que ha llegado el Gobierno con las principales organizaciones de trabajadores autónomos: ATA, UPTA y la CEAT. El Gobierno aprobará estas medidas para el próximo año por Real Decreto Ley.

AYUDAS, INCENTIVOS Y SUBVENCIONES EN VIGOR PARA AUTÓNOMOS Y PYMES

Fuente: MINISTERIO ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMPETITIVIDAD

Comunidad	España	Aragón	Baleares	Extremadura
Ayuda	Línea ICO IDAE. Eficiencia energética 2017-2018	Subvenciones para mercados	Concesión de subvenciones para ejecutar un programa de formación dual	Ayudas para contratación de técnicos en comercio exterior
Beneficiario	Comercio, empresas en general	Propietarios, usuarios o similares y asociaciones de vendedores de mercados	Emp. de comercio que se comprometan a formalizar contratos de formación y aprendizaje con personas desocupadas	Empresas y sus agrupaciones, incluyendo los consorcios de exportación y los clusters, así como las sociedades de comercialización
Plazo	17/12/2018	11/09/2019	31/12/2018	31/08/2019
Organismo	Instituto de Crédito Oficial (ICO)	Ayuntamiento de Zaragoza	Gobierno de las Islas Baleares	Junta de Extremadura

Red.es convoca las Ayudas del Programa Asesores Digitales

El Programa Asesores Digitales tiene el fin de impulsar la transformación digital de las pymes y autónomos a través de ayudas dinerarias a los mismos para la contratación de servicios de asesoramiento personalizado a agentes especializados, para la digitalización de sus procesos (gestión del negocio, relación con terceros, ecommerce y digitalización de servicios y

soluciones). Los beneficiarios recibirán como máximo una ayuda de 5.000 euros con el objeto de costear hasta el 80% de los servicios de asesoramiento especializado en materia de transformación digital que les proporcione alguno de los proveedores del "Registro de Asesores" elaborado por Red.es.

La pyme deberá cofinanciar entre el 20% y el 50% del coste de los

servicios de asesoramiento, además de los impuestos indirectos, que no serán objeto de subvención.

Se puede acceder a toda la información de la convocatoria [pinchando en este enlace](#), utilizando el identificador de la convocatoria: 423443.

El plazo de presentación de solicitudes es hasta el 20 de diciembre de 2018.

El retail, muy preocupado por la normativa europea de la cadena alimentaria

Bruselas está ultimando la normativa de la cadena alimentaria, que tenía como objetivo inicial proteger a los pequeños productores en su relación desigual con los grandes distribuidores de alimentación. Pero una serie de enmiendas en el Parlamento Europeo ponen en riesgo el equilibrio de la cadena, justo lo que la norma pretendía evitar.

El espíritu de la normativa europea comenzó siendo el mismo que el de la española: defender a los pequeños productores de posibles abusos; les asegura un pago a 30 días en productos frescos, o les protege contra cancelaciones de contrato sin previo aviso, por poner dos ejemplos. La norma estaba destinada en principio a pymes de menos de 250 trabajadores, pero

ahora se ha ampliado el ámbito a los grandes fabricantes, de modo que se garantiza la tutela jurídica del grande frente al pequeño.

La normativa prohíbe una serie de prácticas que pueden poner en un grave aprieto a muchas empresas, por ejemplo a los productores que venden casi en exclusiva a un solo retailer: si la norma no cambia, no se permitirá a un productor una dependencia de más del 30% respecto a un distribuidor.

La normativa se ha aprobado en primera lectura por parte del Parlamento Europeo, y ahora debe pasar por el Consejo hasta llegar a una conclusión consensuada entre ambos organismos.

cabe aceptar el cómputo del plazo de la forma planteada por el trabajador puesto que ha quedado acreditado que existe un evidente retraso en recoger el burofax por parte del trabajador, y lo que es más grave, sin causa aparente para ello. En ese sentido, la Sala reitera doctrina y determina que, siendo correctos los medios utilizados por la empresa para notificar al trabajador el despido, no pueden quedar supeditados sus efectos a las omisiones achacables tan sólo a la negligencia de aquél.

SENTENCIA DESTACADA

Cómputo del plazo de caducidad en despidos notificados a través de burofax

El TSJ de Galicia ha desestimado el recurso interpuesto por un trabajador en materia de plazo de caducidad para reclamar frente a un despido, habiéndose retrasado el trabajador a la hora de recoger el burofax de comunicación del despido. El TSJ entiende que no

Desde Europa

Fiscalidad de las empresas

Según las estadísticas de la Comisión Europea, los empleadores en España asumen 5,1 puntos más que la media de la UE en la fiscalidad del trabajo. Un estudio del Instituto de Estudios Económicos elevaba la diferencia en el pago de cotizaciones a 6,6 puntos. De las grandes economías, sólo Francia supera las cifras españolas. Un reciente informe del think tank Civismo señala que estas aportaciones a la Seguridad Social suponen el 91,54% de la factura total fiscal de las empresas pequeñas, el 92,65% de las medianas y el 78,94% las grandes.

Alemania investigará a Amazon

La autoridad alemana de la competencia invertigará a contra Amazon por abuso de posición dominante tras «numerosas denuncias» de comercios minoristas. En concreto, estudiarán las cláusulas que Amazon impone a los comerciantes que venden en su web, la manera en la que se presentan los productos, las condiciones de anulación o las modalidades de pago, entre otros.

SABÍAS QUE...

España, con un aumento de ventas del 495% durante el Black Friday con respecto a la media del mes de octubre, se sitúa en la quinta posición por detrás de Noruega, Polonia, Canadá y Brasil. Además, se puede observar que el Cyber Monday en España aún no está consolidado, con un porcentaje de ventas por detrás del jueves y el domingo. Desde por la mañana y durante todo el día del Black Friday, las ventas se mantienen constantes y con un alto volumen de compras, entre un 400% y un 700% más que el viernes anterior.

Según datos del estudio europeo de 'Tendencias de consumo en Navidad', elaborado por Kantar TNS para analizar los hábitos de compra de regalos en España, los españoles prevén gastar una media de 258€ en regalos durante esta Navidad. Esto supone un aumento de nueve euros en comparación con el gasto del año pasado. Los españoles tienen previsto comprar este año una media de nueve regalos para seis personas.

El comercio electrónico entre empresas y consumidores (B2C) alcanzará el próximo año en España los 40.000 millones de euros, lo que representa un incremento del 25% respecto al dato de 2017, según estimaciones de Red.es; un aumento que viene del mayor número de internautas (34 millones) y el incremento de 1,5 puntos de los internautas compradores, hasta 22,9 millones.

EL SECTOR EN CIFRAS

ICM

El Índice del Comercio Minorista del mes de octubre, publicado por el INE, refleja un aumento de las ventas del 4,7% respecto a octubre de 2017, lo que supone 7,8 puntos por encima de la tasa del mes anterior. Por modos de distribución suben todos los formatos, en concreto las empresas unilocalizadas lo hacen un 1,8%.

ICC

La confianza del consumidor del mes de octubre se situó en 93 puntos, 2,4 puntos por encima del dato del mes anterior. Este aumento se produce tanto por una mejor valoración de la situación actual puntos como por el aumento de las expectativas.

IPC

La tasa de variación anual del Índice de Precios de Consumo (IPC) en el mes de octubre se situó en el 2,3%, la misma que el mes anterior. (Fuente INE).

Afiliaciones Seg. Social

El Comercio Minorista (G47), cuenta actualmente con 1.889.286,4 afiliados, de los cuales 1.366.911,31 están afiliados al Régimen General y 522.375,09 afiliados son autónomos. En octubre el comercio minorista bajó -26.341,2 afiliados (baja -22.978,29 en Régimen General mientras que pierde -3.362,91 en autónomos). En términos interanuales, el conjunto del sector comercio contó en octubre con 39.245 afiliados más.



eCommerce Conference Live

Cuándo: 12 de diciembre

Dónde: por Internet, sin localización física

Qué: Se trata del primer evento de eCommerce Online y 100% gratuito celebrado en España. El desarrollo de este encuentro se centra en las tiendas virtuales y se apoya en ponencias de grandes expertos en la materia. El objetivo gira en torno a la idea de ayudar a los comerciantes a mejorar sus eCommerce y poder incrementar sus ventas.

Encuentro del comercio

Cuándo: 19 de diciembre

Dónde: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

Qué: Se trata de un encuentro abierto del sector del comercio, que se celebrará a continuación de la primera reunión del Observatorio del Comercio 4.0. El evento se celebrará el día 19 de diciembre en el salón de actos de la sede del Ministerio a partir de las 17h, y durante el mismo se conocerán de primera mano experiencias de empresas de todos los tamaños que han apostado por el comercio electrónico sin perder su identidad como comercio de proximidad. La jornada contará con la presencia de Dña Reyes Maroto Illeras, Ministra de Industria, Comercio y Turismo y la Secretaria de Estado de Comercio Dña Xiana Margarida Méndez Bértolo.

Domotex

Cuándo: 11 al 14 de enero

Dónde: Hanover (Alemania)

Qué: Domotex es la feria líder del comercio de revestimiento de suelos. Un año más, puedes asistir gratuitamente gracias a la CEC, infórmate en nuestra web.

En pro del comercio de proximidad: los superpoderes de las pequeñas cosas

El Departamento de Turismo, Comercio y Consumo de Euskadi ha puesto en marcha una campaña de sensibilización y revalorización del comercio local. Con spots en TV, cuñas de radio, anuncios en prensa y digitales y exteriores a pie de calle, la campaña busca un doble objetivo: por un lado destacar la indispensable labor de estos comercios dinamizando nuestros pueblos y ciudades, y por el otro, apelar a la responsabilidad de los consumidores en la construcción de la sociedad que queremos.

4 imágenes nos muestran la importancia de comprar local con el lema "Activa los superpoderes de las pequeñas cosas" y la imagen de superhéroes en objetos de consumo



cotidiano como los de frutería, librería, moda y complementos o muebles y accesorios del hogar.

La campaña pone en valor tanto al pequeño comercio como al ciudadano que compra, ya que solo con la unión de ambos van a ser capaces de activar los superpoderes de las pequeñas cosas en su entorno local.

Campaña de FEDA "Yo compro en nuestro comercio: 100%albaceteño"

¿POR QUÉ GASTARSE LOS CUARTOS EN EL COMERCIO DE ALBACETE?

- 1 Montanen Albacete más bonito que tú.
- 2 Crean muchísimos puestos de trabajo.
- 3 Llevan tal cosa la vida trabajando a destajo y es que saben mucho, paja.
- 4 Te enseñan con la verdad no más.
- 5 Hay masas troján y estás más agustado.
- 6 Siempre encuentras lo que buscas aunque sea una tentá.
- 7 Luego a luego se hacen tus mejores amigos.
- 8 Tus abuelicos estarán orgullosos de ti porque ayudan a tí.
- 9 Te puedes quedar un rato de acogida y galatear.
- 10 Si bobean por la Feria, sé buenachón y apoya a los que están tú al año.

YO COMPRO EN NUESTRO COMERCIO: 100% ALBACETEÑO

feda **Fecom**

Una campaña muy de Albacete y para Albacete es la que la Federación de Comercio y Ayuntamiento han lanzado conjuntamente de concienciación para revitalizar el comercio tradicional de la ciudad, con una imagen de la tierra y con un decálogo de motivos: "Yo compro en nuestro comercio: 100% albaceteño".

Con lenguaje y expresiones típicas de la ciudad, la campaña consiste en un decálogo que exponga las razones de comprar en nuestros comercios para que el consumidor reflexione sobre sus hábitos de consumo.

La campaña se presentó en el centro neurálgico de la ciudad, en la Plaza de la Constitución, con representantes de la Federación de Comercio, entre ellos su presidente, José Lozano; acompañado del presidente de FEDA, Artemio Pérez Alfaro; el alcalde de Albacete, Manuel Serrano y la concejala de Promoción Económica, Rosa González.

El comercio tradicional de Jaén, muy vivo con el XVII Día del Stock



Un guiño al comercio tradicional, un incentivo para pequeños y medianos empresarios y un impulso para llenar de vida una capital comercial. Así se vivió el XVII Día del Stock el fin de semana del 10 y 11 de noviembre, con un viernes y un sábado en el que 64 comercios de la ciudad llenaron de artículos en stock un total de 27 calles.

Organizado por la Federación Comercio Jaén y el Centro Comercial Abierto Las Palmeras, desde el viernes por la mañana y hasta el sábado por la tarde, los jienenses han encontrado artículos de moda, decoración, zapatería, complementos y menaje, con precios muy competitivos.

Sacando los artículos a la calle, la organización ha conseguido animar la actividad de compra en las calles comerciales.

Esta edición, una vez más, desde la Federación Comercio Jaén han invitado a los jienenses a realizar sus compras en el comercio tradicional.

Igualmente, animan a hacerlo en las próximas fechas, reconociendo los "momentos difíciles" por los que pasa el sector, y solicitando así el apoyo del "conjunto de la ciudadanía". El buen tiempo, la calidad de los artículos y los precios competitivos han animado las ventas, en dos días en los que la capital ha hecho gala de su comercio tradicional.

**Cuéntanos
tus ideas
e iniciativas**

LAVANGUARDIA

El comercio riojano lanza una campaña navideña para incentivar las compras con bonos descuento

El comercio riojano lanza una nueva campaña para incentivar las compras prenavideñas, a través de una iniciativa de la Federación de Empresarios de Comercio (FER Comercio), en colaboración con la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), que contempla bonos descuento para los clientes. La campaña proporcionará a los clientes bonos descuento de 10 euros para compras iguales o superiores a los 30 euros, que se podrán entregar en los establecimientos adheridos, una vez validado. Al realizar la compra, el cliente deberá presentar el bono de descuento. Ya se han adherido un centenar de puntos de venta de varios sectores de actividad.

Tu opinión cuenta

CEC INFORMA

lo hacemos entre todos

Envíanos tus propuestas,
ideas y opiniones al mail
comunicacion@cec-comercio.es

Mallorca MAC! Confidencial

Pimeco considera insuficiente la restricción a nuevas grandes superficies

En Pimeco, el pequeño y mediano comercio de Mallorca, se han llevado una gran decepción con el nuevo Plan Director de Equipamientos Comerciales (PECMA) que ha diseñado el Consell de Mallorca. Y la razón no es otra que consideran excesiva la cantidad de metros cuadrados que podrán tener las nuevas grandes superficies, por lo que son partidarios de una normativa mucho más restrictiva. El presidente del pequeño y mediano comercio, Toni Fuster admite que "desde Pimeco esperábamos que la nueva normativa fuera aún más restrictiva". El gobierno insular prevé limitar a 40.000 metros cuadrados como máximo las construcciones de nuevas grandes superficies en Palma y Marratxí.

Una campaña simula el cierre de comercios para concienciar sobre su importancia

Las Asociaciones de Empresarios de Padrón, Boiro, A Pobra, Noia, Rianxo y Ribeira, que representan a cerca de 1.000 empresas, ponen en marcha una campaña conjunta para concienciar de la importancia del pequeño comercio en la economía local. La campaña consistirá en escenificar cómo se verían esas poblaciones sin comercios, bares, restaurantes y el resto de negocios. Así, todos ellos amanecerán hoy con los escaparates tapados, simulando estar cerrados y con carteles en los que se podrán leer lemas como «Isto é un pobo sen comercio». A las siete de la tarde, los negocios cerrarán y apagarán las luces de los escaparates.

Envíanos aquellas informaciones o noticias territoriales que consideres interesantes para nuestro sector

jBúscanos en las RRSS!



CEC | Organización empresarial más representativa del comercio de proximidad da cabida a:

99%

Empresas comerciales

26%

Autónomos del país

+1.200.000%

Puestos de trabajo

Entidades colaboradoras

