



La CEC reclama la declaración del comercio como sector estratégico de la economía

Este reconocimiento permitiría darle al comercio la importancia que merece a nivel social, político y económico



Al tímido ascenso de las ventas en el mes de enero le ha seguido otro igual en febrero, del 1,7% con respecto al mismo mes del año pasado. Este ascenso se ha dejado sentir de forma moderada en el pequeño y mediano comercio (1,2%), muy por debajo del resto de los formatos comerciales. Desde la CEC insistimos en que el cambio de hábitos del consumidor, el comercio electrónico y la falta de regulación son las principales causas de esta **pérdida de fuerza en rebajas**. Una situación preocupante, sobre todo si tenemos en cuenta que las ventas de la campaña de Navidad y rebajas podían suponer tradicionalmente hasta el 40% de las ventas de todo el año.

Unos datos que vienen a confirmar la evidente desigualdad entre los distintos formatos, la

difícil situación del sector y la tendencia de contención del consumo. Desde la Confederación Española de Comercio insistimos en que el **leve incremento de las ventas en la campaña de rebajas no es suficiente para revertir la** difícilísima situación que viven día a día nuestros comerciantes.

Un contexto que requiere **medidas excepcionales**, por lo que desde la CEC seguimos reclamando voluntad política para establecer un plan de ayuda urgente al comercio, cuya puesta en marcha se facilitaría con la **declaración del comercio como sector estratégico en la economía española**.

Por eso, desde la Confederación consideramos que es fundamental este reconocimiento, dándole por tanto al sector la importancia y el reconocimiento que merece a nivel social, político y económico.

SUMARIO

- 3.... Premios Nacionales de Comercio Interior 2018
- 4.... Acuerdo entre la CEC y GLS: miles de comercios se incorporarán como parcelshops.
- 6.... La eliminación de barreras al 'tax free' deja un balance positivo
- 8.... El ahorro de los españoles sigue al alza
- 8.... Las falsificaciones mueven ya 460.000 millones en el mundo

El comercio minorista es un músculo primordial en cuanto a **creación de empleo y riqueza**. La contribución al PIB del comercio, de manera directa e indirecta, puede superar el 30%, ya que el retail ejerce de locomotora en la industria, la logística, servicios financieros e inmobiliarios, entre otros, lo que demuestra la magnitud del sector. En este sentido, el comercio es un sector estratégico que hace ciudad, no habiendo otro sector económico con valores tan altos en cuanto a número de empresas, creación de empleo y servicios para el ciudadano.

La declaración como sector estratégico sería asimismo clave para que el comercio minorista pueda incorporarse a la digitalización y mantener su **competitividad**, además de adoptar medidas regulatorias y fiscales que sitúen al sector en el espacio que le corresponde en el conjunto de la economía.

El presidente de la CEC entrega, junto con la Secretaria de Estado, los Premios Nacionales de Comercio Interior

Los galardones reconocen la especial labor de los ayuntamientos en el centro de las ciudades, de los pequeños comercios y de las asociaciones de los centros comerciales abiertos



La secretaria de Estado de Comercio, Xiana Méndez, entregó el pasado 20 de marzo los Premios Nacionales de Comercio Interior 2018, en un acto celebrado en el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

El presidente de la Confederación Española de Comercio, Manuel García-Izquierdo, entregó los premios correspondientes a la categoría de **pequeño comercio**. El premio nacional en este apartado recayó en La Cabananca Market S.L. de Castellón, establecimiento dedicado a productos cárnicos que no ha dejado de reinventarse e innovar.



El presidente también entregó los diplomas correspondientes a las menciones y áccesit dentro de la categoría de 'Pequeño Comercio'.

Dentro del apartado 'pequeño comercio', han recibido una mención especial los comercios Supergarbla (Madrid), Francisco González Navarro - Uniforma (Albacete), y Carnes Fuster (Valencia).

Los accésit en esta categoría han sido para Azuls de Vergara (Madrid), y peletería La Monsita (León).

El **Premio Nacional a Centros**

Comerciales Abiertos ha sido concedido al Centro Comercial Abierto Compostela Monumental de Santiago de Compostela (A Coruña).

Por último, en la categoría de **Ayuntamientos**, le ha sido concedido el Premio Nacional al consistorio de Alcobendas por su intenso trabajo, en los últimos años, dirigido a dinamizar la actividad del sector.

Durante su intervención, **Xiana Méndez** destacó que "los ejemplos de excelencia que se han premiado constituyen la mejor prueba del dinamismo que anima al conjunto de empresarios y organizaciones de este sector, clave para la economía española".

La secretaria de Estado incidió también en "el valioso apoyo prestado por las administraciones locales, a través de múltiples iniciativas que promueven el desarrollo de una actividad tan esencial para la vida de las ciudades".

Asistimos al Workshop organizado por la Comisión Europea en Madrid

El pasado 14 de marzo, desde la CEC asistimos a un workshop organizado en Madrid por la Comisión Europea, especialmente dirigido a representantes y comerciantes locales, con el objetivo de realizar un intercambio de buenas prácticas para revitalizar y modernizar el pequeño comercio.

Durante la jornada, se presentaron distintos casos de éxito de asociaciones de comerciantes de distintos países europeos; es el caso de 'l Shop Braga', un marketplace que permite al comercio de proximidad de la



ciudad portuguesa vender sus productos a través de Internet. El proyecto ha logrado crear una "identidad colectiva" entre los establecimientos, que entre otras cosas cuentan con la figura de un "asesor digital" a su disposición para ayudarles a adentrarse en la venta online.

EDITORIAL

Dan luz, vida y humanidad a nuestros pueblos y ciudades. Comparados con los gigantes de Internet, nuestros pequeños comercios son un punto en la inmensidad, pero desde su pequeñez desafían al contexto económico y a lo largo de los años siguen creando miles de puestos de trabajo y generando una importante aportación al PIB.

Los comerciantes hablan al cliente cara acara y ponen su imaginación en marcha para que no se marche; el consumidor actual, cada vez más le puede la inmediatez o el ahorrar unos céntimos, sin saber que cada vez que elige ecommerce pudiendo elegir comercio tradicional, está clavando una daga en las calles de su ciudad, cada vez con más persianas bajadas.

Podríamos decir que los nefastos datos de las rebajas de enero son la enésima advertencia de la complicada situación que atraviesa el comercio; pero no es una advertencia, es la consecuencia de lo que llevamos años denunciando, una situación de difícil retorno ante la pasividad regulatoria, por parte de las Administraciones, y ante la mirada impotente de comerciantes y ciudadanos que ven cómo sus barrios van perdiendo la vida que solían tener.

Por eso, es hora de que todos los actores de esta ecuación se lo tomen, nos lo tomemos, realmente en serio. Es hora de ser conscientes de que cualquier decisión como consumidores tiene mucho que ver en ese momento final en el que un comerciante se ve obligado a cerrar su negocio, sus ilusiones, su modo de vida.

La CEC remite a los partidos políticos una batería de 25 medidas clave para la competitividad del comercio

Ante las próximas elecciones generales, la CEC ha enviado a los partidos políticos un documento con una batería de medidas absolutamente necesarias para frenar la pérdida de competitividad del comercio de proximidad.

Estas medidas, aprobadas en el último **Comité Ejecutivo** de la Confederación, están divididas en varios capítulos. A continuación señalamos algunas de las principales medidas de cada uno de ellos:

Medidas regulatorias

- Restablecer una política ordenada de rebajas y promociones en los establecimientos comerciales que acote estos períodos en el tiempo y se circunscriban a determinadas épocas del año, recuperando así el espíritu por el que fueron creadas de dar salida al sobrante de stock de cada temporada.
- Definir un nuevo modelo de Horarios Comerciales consensuado entre las partes que garantice un equilibrio comercial entre formatos tratando de conciliar la sostenibilidad de las áreas urbanas, la dinamización económica, la creación de empleo, las necesidades de los empresarios y trabajadores del sector comercio y la satisfacción de los consumidores.

Fiscalidad

- Reducir la presión fiscal sobre nuestro sector, tanto pymes como empresarios autónomos, que está muy por encima de la media de la Unión Europea, así como asegurar el cumplimiento de la legalidad vigente en materia de comercio por parte de los grandes operadores de venta por Internet.

Líneas de ayuda

- Creación, por parte de las distintas Administraciones públicas, de programas y líneas de ayuda específicas al sector.
- Mejorar los mecanismos de apoyo al emprendimiento en materia de financiación y agilización de trámites burocráticos.

Digitalización y tecnología

- Impulsar un Plan de Ayudas específico sectorial para reducir la brecha digital en las pymes de comercio.
- Promover el adecuado desarrollo del comercio electrónico abordando una normativa específica que regule el nuevo escenario planteado y protegiendo al sector de prácticas abusivas y desequilibrios competitivos.

Urbanismo comercial y sostenibilidad

- Apoyar iniciativas que permitan ensalzar el papel del comercio como un sector estratégico que hace ciudad, su aportación a la sociedad y a la recuperación económica.
- Apostar por el binomio COMERCIO-CIUDAD.

Formación

- Desarrollar formación específica en economía digital para mejorar las habilidades en el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) en los negocios.

Relevo Generacional

Fomentar el relevo generacional en las empresas familiares y facilitar el traspaso de pymes a jóvenes y emprendedores para evitar la desaparición de empresas comerciales tradicionales. Sería especialmente urgente ofrecer ayudas específicas y prestar atención a los comercios de las zonas rurales afectadas por la desertificación.

La CEC y GLS Spain firman un acuerdo para incorporar miles de comercios a la red de ParcelShops de GLS

Ventajas para el comercio

- Ofrecer a sus clientes un valor adicional.
- Ampliar su visibilidad y el tráfico en sus negocios.
- Ingresos extra por cada paquete que se envíe o reciba en el establecimiento.

¿Qué necesita el comercio?

- Un local a pie de calle.
- Almacén con un mínimo de 2m2.
- Equipo informático básico: ordenador, impresora, conexión a Internet y un Smartphone.

Para convertirse en parcelshop GLS y beneficiarse de todas las ventajas, nuestros comercios pueden ponerse en contacto con el equipo de GLS para resolver sus dudas y comenzar el proceso de alta:
Teléfono: 902 64 65 86
cec-glsparcelshop@gls-spain.es

La Confederación Española de Comercio (CEC) y el grupo de paquetería y transporte urgente GLS Spain han firmado un acuerdo de colaboración, que permitirá a los pequeños y medianos comercios asociados a organizaciones miembros de CEC convertirse en punto de envío y de recogida de pedidos online.

La instalación y puesta en marcha del servicio es **gratuita** para los comercios, que además recibirán ingresos adicionales por cada operación logística que se realice desde su negocio.

GLS proporcionará a los comercios todo el equipamiento necesario, tales como elementos de señalización exterior, póster de promoción, así como cajas de embalaje para los envíos, además de formación inicial y continua, así como asesoramiento comercial.



El acuerdo entre GLS Spain y la CEC incluye también **tarifas altamente competitivas** para los envíos logísticos. De esta manera, en un momento especialmente difícil para el sector, este innovador convenio permitirá al comercio de proximidad ofrecer a los consumidores un **valor adicional** en sus establecimientos, integrándose en la red de parcelshop de GLS. Además, las pymes de comercio podrán ampliar su visibilidad y oportunidades de negocio al generar más tráfico de clientes en sus establecimientos.

SOMOSCOMPRA acorta las distancias entre los minoristas españoles y proveedores europeos

El pasado mes de octubre, la CEC puso en marcha el portal SOMOSCOMPRA; desde entonces, **miles de comerciantes se han registrado ya de forma gratuita**, accediendo así en Internet a una gama de 450.000 productos y 500 proveedores de toda Europa. Los comerciantes que forman parte de una organización adscrita a la CEC se benefician de acceso PREMIUM gratuito, con ventajas adicionales, mediante el código somos-CEC-300619.

¿Hay un importe mínimo de compra? Depende de cada proveedor, que es quien puede fijar un importe mínimo de compra, pero suele estar en torno a los 150€.

El idioma no es barrera. Es otro de los temores de los comerciantes, pero en SOMOSCOMPRA los pro-

cesos cursan de forma automática en el idioma del país desde donde se emite la compra. Si tienes alguna pregunta, podrás escribirla en el chat en tu idioma y traducir las respuestas con un sólo clic con el acceso a la herramienta de traducción automática desde el propio Chat. Además, para cuestiones relacionadas con productos y con el desarrollo especial de pedidos más importantes, los colaboradores locales de SOMOSCOMPRA están a disposición de los comerciantes para atender sus dudas por teléfono.

Garantía europea

SOMOSCOMPRA solo trabaja con proveedores ubicados en el marco de la Unión Europea, lo cual reduce los tiempos de entrega y asegura que todos los productos cumplen con la regulación y los estándares europeos.



Ahorra el 15% en tu factura al contratar gas o electricidad



Los trastornos músculo-esqueléticos más frecuentes en el sector comercio

En el marco del proyecto de prevención de riesgos laborales llevado a cabo por la CEC

Cada sector tiene unas particularidades y cada empleo unos puntos en común, y por tanto, los trabajadores del sector comercio presentan en muchas ocasiones ciertas molestias musculares comunes derivadas de la naturaleza de su puesto de trabajo.

Así, existe una tendencia a sufrir determinados trastornos músculo esqueléticos (TME), que podrían dividirse en varios grupos:

DERIVADOS DE POSTURAS FORZADAS

Especialmente en el caso del comercio minorista, la causa de algunos dolores musculares en tronco, brazos y piernas es el mantenimiento de posturas no naturales o forzadas en el puesto de trabajo. Posturas que pueden ocasionar una sobrecarga en articulaciones, músculos, tendones, etc.

Por ejemplo, la falta de espacio para realizar una determinada tarea, el mal diseño del puesto de trabajo o el hecho de no contar con las herramientas adecuadas.

Habitualmente estos TME suelen dar leves síntomas al principio y no ocasionar mucho dolor ni ocasionar un leve perjuicio, por lo que es frecuente que el trabajador pase por alto estos síntomas hasta que no se ha convertido en un daño más permanente. Por eso, es importante que el trabajador preste especial atención a cualquier molestia para evitar su cronificación.

Para evitar estas lesiones, las empresas deben estar preparadas con adecuados planes de prevención, al mismo tiempo que los trabajadores pueden adoptar ciertas buenas prácticas para evitar en la medida de lo posible la aparición de problemas musculares.

TME DERIVADOS DE MANIPULACIÓN DE CARGAS

El siguiente grupo de riesgo en el sector es el derivado de la manipulación de cargas, tanto en el comercio mayorista (mercados de abastos, lonjas...) como al por menor. El levantamiento y transporte manual de cajas y mercancías puede terminar a la larga ocasionando lesiones músculo-esqueléticas, muy especialmente en el área dorsolumbar. Asimismo, la manipulación de cargas puede dar lugar a traumatismos, cortes o fracturas debidas a accidentes.

El tipo de lesiones y su gravedad dependerán de varios factores, entre ellos el peso y volumen del objeto, o la frecuencia con la que hace el esfuerzo de la carga. También influirá si el trabajador tiene patologías músculo-esqueléticas previas, y otros factores como por ejemplo, una edad más elevada o embarazo.

Los riesgos aumentan cuando la carga es pesada o voluminosa, inestable, o bien cuando sea difícil agarrarla. Si las cargas tienen un peso menor a los 3kg el riesgo es menor, pero puede originar lesiones en espalda y la zona dorsolumbar, especialmente si se realizan también movimientos repetitivos o posturas forzadas. Por el contrario, si la mercancía supera los 3 kg el riesgo aumenta, especialmente si el peso se carga con posturas incorrectas, o si es muy alta la frecuencia de las cargas.

Mantener una postura correcta es esencial. Si el esfuerzo se hace con la columna (en vez de con brazos y piernas), es más probable que aparezcan lesiones dorsolumbares, como por ejemplo ciática, hernias o lumbalgias. El trabajador puede notar, al final de su jornada laboral, síntomas asociados a estos TME, tales como dolor, o bien adormecimiento u hormigueo en las zonas afectadas.

La correcta organización de los turnos de trabajo y la rotación del personal es el factor clave a la hora de evitar los sobreesfuerzos y consecuentes problemas, aunque los trabajadores también deben tener en cuenta determinadas pautas a la hora de cargar las mercancías, como por ejemplo no colocar cargas por encima de los hombros, mantenerla próxima al cuerpo y evitar girar la cintura mientras se sostiene peso.

TME DERIVADOS DE POSTURAS ESTÁTICAS

Los trabajadores del comercio se ven obligados en muchas ocasiones a permanecer de pie gran parte de su jornada laboral; es el caso, por ejemplo, de autónomos y trabajadores de establecimientos con gran afluencia de clientes a los que atender, reponedores y cajeros en el caso de supermercados, etc. Por otro lado, hay otros trabajadores que sufren el problema

contrario, al tener que permanecer varias horas seguidas sentados en la misma postura, por ejemplo cargando productos en una web, realizando tareas de contabilidad, etc. El mantenimiento de posturas de pie suele estar relacionado con molestias en la zona lumbar, mientras que estar sentado durante tiempo prolongado está detrás de dolencias como varices, hinchazón de piernas, problemas circulatorios, etc.

Una correcta organización del trabajo que permita la alternancia de turnos o tareas será lo óptimo para evitar este tipo de dolencias. De no ser posible, el trabajador puede minimizar estas lesiones o evitar su aparición siguiendo algunos sencillos consejos. Por ejemplo, en el caso de las posturas de pie, realizar estiramientos cada cierto tiempo, mantener la espalda recta, o utilizar calzado cómodo, de menos de 5 cm de tacón, complementándolo con plantillas antifatiga de ser necesario. En el caso de los trabajadores que pasen la mayor parte de su jornada sentados, puede ayudar contar con un reposapiés, llevar ropa holgada o, de ser necesario, usar medias de compresión para evitar problemas de circulación.

TME DERIVADOS DE MOVIMIENTOS REPETITIVOS

El uso del teclado y el ratón en el trabajo de oficina; escanear y embolsar productos en las cajas de los supermercados; trocear carne o pescado en el caso de establecimientos especializados; o etiquetar mercancías en un almacén. Son solo algunos ejemplos de los movimientos repetitivos a los que pueden estar expuestos miles de trabajadores del comercio.

Un movimiento tiene la consideración de repetitivo cuando obliga a repetir los mismos gestos durante el 50% o más de la jornada laboral. Movimientos que, si se mantienen en el tiempo, pueden provocar a la larga molestias y trastornos en músculos, nervios, ligamentos y tendones. Son muy frecuentes las lesiones en los brazos: hombros, codos, muñecas y manos, con gran variedad de trastornos como pueden ser desde tendinitis hasta síndrome del túnel carpiano o codo de tenista, que son algunas de las más frecuentes en el caso de trabajadores que emplean a diario equipos informáticos.

El consumidor español compra menos pero gasta más

El gasto en alimentación aumentó el año pasado un 0,7 %, según el estudio de Kantar World Panel

Los hábitos de consumo están cambiando en España. Desde la salida de la crisis, los españoles buscan productos a buen precio y las ofertas en las tiendas, pero también se mueven por la calidad y la salud. Así, los ciudadanos se gastaron un 0,7 % más en la cesta de la compra en el 2018 aunque se consumió un 1,1 % menos en volumen.



El informe Balance de la Distribución y Gran Consumo 2018, de la consultora Kantar Worldpanel, revela que las razones son fundamentalmente un freno en términos de volumen poblacional y un consumo fuera del hogar cada vez mayor. «La mayor preocupación del sector es el estancamiento demográfico, si no hay más bocas que alimentar, no habrá grandes cambios en

los volúmenes», ha explicado Florencio García, director de sector retail de Kantar Worldpanel.

La sección que más ha frenado los crecimientos de gran consumo, según el mismo informe, es la de **productos frescos**: los españoles han comprado cerca de un 2% menos de estos artículos, a pesar de mantener el gasto casi al mismo nivel (-0,2 %). La distribución moderna ha convertido a los frescos en el eje principal de sus estrategias y ha logrado incrementar el gasto en un 2,4 %, en **detrimento del canal especialista**, que concentra un 35% de las ventas y experimenta una caída del 5% durante el pasado año.

El consumidor está dispuesto a pagar más, pero por productos mucho mejores de los que estaba habituado. El informe desvela que los **productos eco y bio** han crecido un 19 % en el 2018 y ya entran en 6 de cada 10 hogares españoles. Así, uno de cada dos encuestados afirma que no le importa pagar más si recibe mayor calidad.

Las empresas piden un marco laboral estable para remontar

La Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) ha reclamado la necesidad de «profundizar en conseguir una **estabilidad política, institucional y seguridad jurídica** para consolidar las decisiones de inversión y potenciar la creación de empleo».

En su valoración de los datos de paro y afiliación correspondientes a febrero, la CEOE señaló que éstos «ponen de manifiesto una **desaceleración gradual** en el ritmo de recuperación de la economía y del empleo», por lo que considera necesario «el esfuerzo de todos para alcanzar un entorno institucional que impulse la mejora del mercado laboral».

Asimismo, la organización de empresarios insiste en «la necesidad de profundizar en las **reformas que estimulen la actividad económica** y nos doten de un marco jurídico flexible, que favorezca la creación de empleo y haga posible incrementar la competitividad de las empresas españolas y su capacidad de adaptación a la realidad cambiante». Para ello, la patronal resaltó que «el diálogo y la concertación social deben asumir un papel primordial para gestar cambios que hagan más eficiente nuestro mercado laboral, en términos de creación de empleo, y para evaluar el impacto de las medidas que se vayan adoptando».

El turismo de compras desciende en 2018, pero la eliminación de barreras al 'tax free' deja un balance positivo

El año 2018 marcó signo negativo en Europa lastrado por un contexto macroeconómico desfavorable para el shopping, que se saldó en España con una caída del 5% en los ingresos por compras de estos viajeros, según el informe "Claves 2018 y perspectivas 2019: conociendo el perfil y comportamiento del turista de largo recorrido", elaborado por Global Blue.

El informe recoge los primeros resultados desde que entró en vigor la medida, promovida por la CEC, de la **eliminación del importe mínimo para la devolución del IVA** a los turistas extracomunitarios.

Los resultados son reveladores y ofrece algunos datos interesantes; con la eliminación del importe mínimo, los **pequeños comercios** están empezando a vender artículos de menor importe a los turistas de fuera de la Unión Europea, observándose un mayor crecimiento en las ventas de menos de 90€ (cantidad en la que antes se fijaba el límite para poder solicitar la devolución del IVA) entre agosto de 2018 y enero de este año. Otra consecuencia de la medida que ya se ha dejado sentir en estos primeros meses es el alza en las ventas a turistas en **ciudades medianas y pequeñas**,



como Toledo, A Coruña, Granada o Zaragoza, así como la prevalencia en este segmento de la venta de ropa y equipamiento deportivo, seguido de perfumes y cosméticos.

El Comité Económico y Social Europeo ve "crucial" regular horarios comerciales en favor de la diversidad de empresas



El Comité Económico y Social Europeo (CESE) ha emitido un dictamen en el que señala que son "cruciales" las normativas sobre los horarios de apertura de tiendas y horas de trabajo para garantizar una igualdad de condiciones entre empresas de distintos tamaños.

Para el CESE, "la concertación a nivel nacional o subnacional es la mejor forma de determinar días y horas de apertura y reconciliar la necesidad de los consumidores de tener acceso a determinados productos y servicios, y el deseo de algunas empresas de abrir domingos y días festivos, garantizando al mismo tiempo un equilibrio entre la vida laboral y familiar de empresarios y trabajadores, y reservando un tiempo para formación".

El Comité Económico y Social Europeo señala que "una política

minorista eficiente debe encontrar equilibrio entre la rentabilidad y la eficiencia con respecto a la ubicación" y que "las consideraciones a medio-largo plazo deben tenerse en cuenta especialmente en establecimientos físicos y su relación con la evolución actual y futura posible (vivienda, servicios disponibles, etc., y, por tanto, con los centros urbanos y barrios existentes)".

TRANSICIÓN DIGITAL

También hace hincapié en que es "esencial" fomentar y sostener los procesos de innovación, la formación y la promoción de productos a largo plazo, incluido el apoyo a las pequeñas empresas y microempresas y a sus organizaciones representantes con una financiación adecuada.

En este sentido precisa que "la expansión transfronteriza, la ampliación y el comercio electrónico deben considerarse como opción seria, y las empresas, en coordinación con sus organizaciones, han de apoyarse en este proceso, pero no puede considerarse una obligación

o la única forma de que crezcan todas las empresas".

El dictamen del CESE advierte también sobre "algunos obstáculos a la libertad de establecimiento y restricciones operativas" en algunos Estados miembro que "actúan como barrera al establecimiento de nuevas empresas y su expansión" pero avisa que "la plena liberalización no garantiza el equilibrio necesario entre las grandes empresas, las pequeñas empresas y las empresas familiares".

Por último, insta a la Comisión a "afrontar el creciente problema de la desertificación de los centros urbanos y sus consecuencias sociales y medioambientales". Según advierte el CESE, "la habitabilidad de las grandes y pequeñas ciudades depende sobre todo de la supervivencia de muchas pequeñas empresas y microempresas (comercios locales) que cubren las necesidades de muchos consumidores pero corren el riesgo de ser aplastadas por la creciente concentración de grandes grupos de distribución".

AYUDAS, INCENTIVOS Y SUBVENCIONES EN VIGOR PARA AUTÓNOMOS Y PYMES

Fuente: MINISTERIO ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMPETITIVIDAD

Comunidad	Castilla La Mancha	Aragón	España	Extremadura
Ayuda	Programa Adelante Digitalización, para la transformación digital de las pymes de Castilla-La Mancha	Subvenciones para mercados	Línea ICO Crédito Comercial 2019	Ayudas para contratación de técnicos en comercio exterior
Beneficiario	Microempresas, pequeñas y medianas empresas (pymes)	Propietarios, usuarios o similares y asociaciones de vendedores de mercados	Autónomos y empresas con domicilio social en España	Empresas y sus agrupaciones, incluyendo los consorcios de exportación y los clusters, así como las sociedades de comercialización
Plazo	17/06/2019	11/09/2019	31/12/2019	31/08/2019
Organismo	Junta de Comunidades de Castilla La Mancha	Ayuntamiento de Zaragoza	Instituto de Crédito Oficial	Junta de Extremadura

El ahorro de los españoles sigue al alza



Los consumidores piensan en su futuro, y el ahorro se consolida como prioridad, según recoge el [Observatorio Cetelem](#). Un 50,4% de españoles afirma haber ahorrado en el mes de febrero, frente al 50,1% que lo hizo el mes anterior, lo que significa un aumento de 0,3 puntos porcentuales. Si se compara con el dato del mismo mes del año anterior, febrero de 2018, con un 43,1%, el porcentaje aumenta 7,3 puntos porcentuales. Es significativo señalar que desde hace ocho meses se ha consolidado esta tendencia al alza, pasando de un 42,3 % en junio de 2018, al

actual 50,4%. No obstante, la intención de seguir ahorrando en el futuro ha disminuido este pasado mes, siendo un 42,0% los consumidores que manifiestan esta intención, 1,6 puntos menos que el mes anterior. Si lo comparamos con el dato de hace un año, hay un incremento de 3,5 puntos porcentuales.

Situación personal y general

Cuestionados respecto la percepción económica personal y general, los españoles [valoran mejor su situación personal](#), con una media 6,37 sobre 10, frente a la situación general del país, situada en un 5,45 sobre 10. En este mes de febrero, la diferencia entre ambas disminuye hasta los 0,92 puntos. El indicador de la situación personal aumenta 0,17 puntos respecto al mes anterior, situada en un 6,2. En el caso de la situación general, se produce un aumento de 0,25 puntos, siempre respecto al mes anterior.

Las falsificaciones mueven ya 460.000 millones en el mundo

Un estudio publicado por la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos) y la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (Euipo) cifra en 450.000 millones de euros el importe anual del comercio internacional de productos falsos, lo que equivale a un [3,3 % del total](#).

Eso supone que, de cada 100€ de mercancía que se exporta de un país a otro, 3,30 corresponden a esa práctica. En 2013, su peso en el comercio mundial rondaba el 2,5 %, lo que suponía una cifra de 406.000 millones de euros.

Los productos más afectados son el [calzado](#), la ropa, artículos de cuero, piezas de repuesto, productos informáticos, relojes, cosméticos y perfumes, juguetes, joyas y productos farmacéuticos, entre otros. En el caso del calzado,

supone el 22% del negocio de su industria, seis puntos más que las pérdidas para los fabricantes textiles, que se sitúan en el 16%.



Estas cifras no incluyen ni los productos falsos fabricados y consumidos en un mismo país ni los productos digitales pirateados y que se distribuyen por internet.

La mayoría de estos productos falsificados provienen de [China y Hong Kong](#), y en menor medida de Turquía, Singapur, India, Tailandia, Malasia y Emiratos Árabes Unidos, pero también, por ejemplo, de Alemania.

Desde Europa

La OCDE augura una desaceleración brusca de la economía europea

La institución ha rebajado su pronóstico de crecimiento de la economía mundial para este año del 3,5% al 3,3% y para 2020 del 3,5% al 3,4%, debido a las tensiones comerciales, los posibles efectos de un Brexit duro y la incertidumbre política. Más brusco es el recorte a su previsión de crecimiento del PIB del área euro: para este año la rebaja ocho décimas, del 1,8% al 1%, y para 2020 la reduce del 1,6% al 1,2%.

Repunta el comercio minorista

El volumen del comercio minorista en la zona euro repuntó un 1,3% en enero respecto al mes anterior, cuando había caído un 1,4%, mientras que en comparación con enero de 2018 creció un 2,2%, frente al 0,3 de diciembre, según los datos publicados por Eurostat.

Bruselas lamenta los efectos de la Ley de Garantía de la Unidad de Mercado

La Comisión Europea ha lamentado los "efectos limitados" que ha tenido la Ley de Garantía de la Unidad de Mercado en España, justo cuando cumple cinco años en vigor. En concreto, ha alertado del impacto limitado de la norma de Unidad de Mercado en la economía española y de los riesgos que supone la fragmentación del mercado sobre la actividad empresarial. Según Bruselas, esto explicaría "la brecha de productividad que sufre la economía española frente al resto de sus vecinos de la zona euro, y su "menor capacidad de absorción de conocimientos y tecnología".

SABÍAS QUE...

Los españoles suelen devolver el 5,43 % de los productos que adquieren en marketplaces. España se coloca como el segundo país europeo en el que los clientes más productos devuelven, solamente superado por Alemania, en primera posición, con un 6,29%. 1 de cada 3 productos devueltos son de tecnología y electrónicos, seguidos por artículos de moda y accesorios.

Solo el 19,6% de las empresas españolas con más de 10 empleados realizaron ventas mediante comercio electrónico en 2017, según el informe España Empresa Digital elaborado por la Cámara de España. El uso de Internet para vender se reduce al 4,95% en las microempresas (de menos de 10 empleados). Las ventas a través de este canal (259.515,6 millones de euros) representaron el 17,3% del total frente al 16,6% de un año antes.

El pago con el teléfono móvil para compras en tiendas físicas ha experimentado una subida y ya asciende al 31,5 por ciento de los usuarios, suponiendo casi un 20 por ciento de incremento en los dos últimos años, según los datos del Barómetro de Pagos Digitales de Mastercard realizado por Inmark Europa en 2018. Este incremento del uso se produce en paralelo con un aumento del conocimiento medio de los españoles, entre los cuales un 74,7% afirma conocer algún método de pago móvil.

EL SECTOR EN CIFRAS

ICM

El Índice del Comercio Minorista del mes de febrero, publicado por el INE, reflejó una variación interanual de las ventas del 1,7% respecto a febrero de 2018, una tasa exactamente igual a la del mes anterior.

ICC

La confianza del consumidor español subió en febrero 2,4 puntos respecto al mes anterior y se situó en 96,1 puntos. Este crecimiento del ICC se debe a la subida de 5,6 puntos en la valoración de las expectativas, mientras que la valoración de la situación actual retrocede en 0,9 puntos.

IPC

La tasa de variación anual del Índice de Precios de Consumo (IPC) en el mes de febrero se situó en el 1,1%, una décima superior a la registrada el mes anterior. (Fuente INE).

Afiliaciones Seg. Social

El Comercio Minorista (G47), cuenta actualmente con 1.861.251,65 afiliados, de los cuales 1.347.915,05 están afiliados al Régimen General y 513.360,60 afiliados son autónomos. En febrero el comercio minorista bajó en 17.283,52 afiliados (-16.114,81 en Régimen General y 1.168,71 en autónomos).



CITAS

¡NO PUEDES FALTAR!

Jornada-Taller sobre el desperdicio alimentario

Cuándo: 11 de abril

Dónde: Educarne. Mercado de Barceló (Madrid)

Qué: Organizada por AECOC y con la colaboración de Cedecarne, esta jornada tiene el principal objetivo de activar un plan contra el desperdicio alimentario, estando especialmente dirigida a empresas fabricantes y distribuidoras, grandes compañías y PYMES que quieran poner en marcha un plan para reducir inefficiencias generadoras de desperdicio. Como miembro de la CEC puedes asistir al taller con un importante descuento, introduciendo el código **05s871** al [inscribirte en este enlace](#).

Digital Enterprise Show

Cuándo: 21 al 23 de mayo

Dónde: Ifema (Madrid)

Qué: Descubre cómo la Inteligencia Artificial, BlockChain, Internet de las Cosas y el Big Data, entre otros, están cambiando el mundo de los negocios. Como miembro de la CEC puedes asistir a DES con un 35% de descuento con el código **CECdes19**. Inscripción en este link: <https://des.ticketsnebext.com/des2019/en/register/registerpage/visitante>

Retail and Brand Experience World Congress

Cuándo: 27-29 de mayo

Dónde: Fira de Barcelona

Qué: Evento que celebra su primera edición y en el que las empresas de nueva creación y con clara vocación innovadora en el sector del comercio al por menor serán las protagonistas. También reunirá a 75 expositores de todo el mundo, una competición entre las mejores propuestas emergentes, así como conferencias y talleres para emprendedores.

Fedecarne, contra el desperdicio alimentario

Conscientes del incremento del interés de los profesionales artesanos, carniceros y charcuteros, por cooperar en líneas de trabajo enfocadas a reducir el impacto medioambiental y cuidar el entorno y los recursos naturales, Fedecarne ha firmado un **acuerdo de colaboración con Too Good To Go**, la app móvil que lucha contra el desperdicio alimentario, un problema que supone la tercera fuente generadora de CO₂.



A través de dicha colaboración, se les facilita a los profesionales carniceros y charcuteros el alta en esta aplicación, de descarga gratuita, con la que pueden darse a conocer a nuevos públicos y contribuir a **minimizar el impacto medioambiental** del desperdicio alimentario, poniendo diariamente a disposición del consumidor packs compuestos por el producto fresco que no hayan vendido ese día, a un precio más económico, y facilitando al usuario su adquisición, ya que este puede realizar la compra y el pago a través del móvil y recoger el pedido en tienda.

Too Good To Go, que está presente en comercios, restaurantes y hoteles de diez países europeos, sumando más de ocho millones de usuarios de iOS y Android, llegó a Madrid el pasado mes de septiembre de 2018, con la premisa de ofrecer productos en buen estado y de calidad, pero que, dado que están a punto de alcanzar su fecha de consumo, puedan ver reducido su precio. Este movimiento, bajo el lema **#Lacomidanosetira**, beneficia al consumidor, al comerciante y, sobre todo, al medio ambiente.

Las ferias del Stock se consolidan en ciudades como Santander, Zamora o Zaragoza



Tras una campaña de rebajas especialmente floja, las "ferias del stock" organizadas por numerosas asociaciones de comerciantes, en colaboración con los ayuntamientos, son una opción cada vez más atractiva, tanto para comercios como para consumidores, que se consolida año tras año. Un espacio que representa también una oportunidad para los comerciantes, que pueden liberar stock, mejorar liquidez y aprovechar para dar a conocer sus negocios entre nuevos clientes. Es el caso de la feria del stock de **Santander**, que se celebró del 8 al 10 de marzo y en la que participaron cerca de 60 establecimientos de diferentes sectores. Desde la Federación del Comercio de Cantabria (Coercan), su secretario general Gonzalo Cayón, afirmó que «la feria se ha consolidado, tanto en público como en ventas. No hay las colas de hace trece años, pero en esta edición no ha estado mal».

Otro ejemplo es el caso de **Zamora**, que este mes de marzo ha celebrado la edición número 13 de esta feria, con muy buenos resultados. Según aseguran desde Azeco, la asistencia de clientes ha superado las expectativas que el propio sector se había puesto, lo que anima a seguir adelante con una actividad que ya está más que consolidada. La mayoría de los puestos ofrecían a los clientes productos de equipamiento personal –ropa y calzado principalmente– con descuentos muy agresivos. Se trata de las prendas que no han encontrado comprador en la pasada temporada de rebajas y de las que

los comerciantes deben desprendese para hacer hueco a la temporada primavera- verano que ahora comienza. Aunque fuera de temporada, se trata de productos de una gran calidad que en ocasiones se han podido encontrar con descuentos de hasta el 90%.



Por último, en marzo también se celebró el **Zaragoza Market**, la feria de stock que cuenta con el apoyo de ECOS. Durante varios días numerosos visitantes pasaron por los más de 1.000 metros cuadrados de superficie de exposición, donde cada firma ha mostrado una amplia oferta a unos precios muy competitivos, llegando hasta un 90% de descuento. Además de la zona expositora y de ventas, Zaragoza Market también contará con una ludoteca infantil con monitor para los más pequeños, aparte de llevarse a cabo sorteos con premios.

**Cuéntanos
tus ideas
e iniciativas**

EL CORREO

La patronal del comercio se queja de la proliferación de fruterías «insalubres»

La Confederación Empresarial del Comercio de Bizkaia (Cecobi) ha alertado sobre la «proliferación» a lo largo del último año de fruterías, especialmente en Bilbao, y ha denunciado las «condiciones de insalubridad» de «muchos» de estos establecimientos. En línea con las denuncias cursadas en los últimos años contra la actividad «fraudulenta» de los manteros, la patronal del comercio ha advertido de los «riesgos sanitarios» de una gran parte de estos negocios. En su opinión, muchos escapan al control de las inspecciones municipales, algo que ha desmentido de forma categórica el Ayuntamiento de Bilbao, y «ofrecen unas condiciones higiénicas lamentables».

Tu opinión cuenta

CEC INFORMA

lo hacemos entre todos

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

Málaga hoy

La falta de relevo y el alto precio del alquiler castigan al comercio tradicional

El número de comercios tradicionales que cierran en Málaga crece a pasos agigantados y cada vez es más difícil hallar un comercio autóctono entre tanta franquicia y bazar. La jubilación de los dueños y la falta de una segunda o tercera generación que quiera seguir con el negocio es una de las principales causas de esta estampida, aunque también hay otros elementos importantes a tener en cuenta. Uno de ellos es el fuerte aumento del precio del alquiler de los locales, principalmente en el centro histórico, que dificulta la viabilidad de las tiendas. A eso hay que añadirle la necesidad continua de hacer descuentos prácticamente todo el año para poder competir con las franquicias.

La Voz de Galicia

La Xunta potencia la excelencia de los mercados de abastos

La Consellería de Economía potencia la excelencia de las plazas de abastos mediante la concesión de ayudas para la instalación de prestaciones como espacios infantiles, salas de lactancia e, incluso, la puesta en marcha de nuevos servicios, como el de entrega de artículos a domicilio o, también, de cocinado de productos puestos a la venta. Entre las actuaciones subvencionables también figuran la instalación de pantallas de información, sistemas para el servicio automático de recogida de turno de atención, red wifi o implantación de páginas web dirigidas a mejorar la comercialización de los artículos.

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

¡Búscanos 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

