

La cara y cruz en el inicio de las rebajas: lastradas por la liberalización, pero impulsadas por el buen tiempo

El comercio de proximidad afronta las rebajas de verano con esperanza de remontar las ventas tras una primavera inestable

Las rebajas de verano impulsarán discretamente las ventas del pequeño y mediano comercio, tras una primavera en la que el balance del comercio de proximidad se ha visto gravemente lastrado por el auge del comercio electrónico, la liberalización de los períodos de rebajas y el mal tiempo hasta bien entrado junio.

Así, tras las caídas del -2,5% y del -0,1 en comercios unilocalizados en marzo y abril (los últimos datos que se conocen), los comerciantes esperan que los descuentos impulsen una leve mejoría en las ventas, en torno al 2%.

Desde la Confederación Española de Comercio se insiste en que la liberalización de los períodos de rebajas "ha perjudicado mucho más que beneficiado al comercio minorista y, especialmente, al de proximidad". Y es que muchos comercios vienen ya de descuentos y promociones especiales a lo largo de todo el año, por lo que al llegar a este período no puede aplicar grandes descuentos.

Factores que contribuirán a atenuar la caída

Sin embargo hay un factor que podría hacer remontar al sector en el inicio de las rebajas del verano, y es el tardío buen tiempo. En opinión de la CEC, esta circunstancia contribuirá a atenuar la caída en las ventas y

conllevará un aumento de ventas en los comercios, más por la necesaria renovación de artículos por parte de los consumidores que por la propia existencia de rebajas. "Al haber tenido una primavera menos calurosa que otros años, los establecimientos tienen stock y comenzarán con campañas agresivas de rebajas, como se está viendo ya en algunos establecimientos".

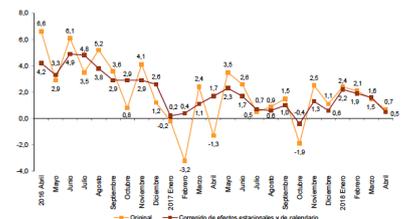
Por lo que se refiere a su duración, las mayores ventas en rebajas se concentrarán en los diez primeros días de julio, con importantes descuentos iniciales. Siguiendo la tendencia de años anteriores, los subsectores que realizarán más ventas serán el textil, el calzado y los complementos, seguido del equipamiento de hogar, la electrónica y las nuevas tecnologías.

Pese al creciente número de cadenas comerciales que optan por anticipar su campaña varios días o incluso semanas, la mayor parte del comercio de proximidad esperará al tradicional mes de julio, si bien la CEC reconoce que la inestabilidad de la temporada primavera-verano y el comportamiento de los grandes operadores "está obligando a muchas pymes a adelantar las rebajas aún a costa de reducir su margen de beneficio".

CONTENIDOS

- 2..... Asamblea General CEC 2018
- 3..... El comercio pierde en España 6.175 millones al año a causa de las falsificaciones
- 4..... Importante papel del sector en el ministerio de Industria, Comercio y Turismo
- 5..... Entra en vigor el cobro obligatorio de las bolsas de plástico
- 6..... El fin del efectivo, cada vez más cerca según Euromonitor International
- 7..... Las pymes millennials, el motor del ecommerce

El descenso de las ventas, sin freno



El descenso del -0,4% en las ventas del mes de mayo confirman que la crisis del comercio es ya una tendencia estructural, que afecta a todos los formatos, pero muy especialmente al pequeño y mediano comercio. Y es que la caída de las ventas ha sido, un mes más, mucho más acusada en el caso del comercio de proximidad, con un -2% interanual.

Una tendencia que, en opinión de la CEC, se va a seguir viendo agravada en los próximos meses si no se adoptan medidas de manera urgente. "Ahora más que nunca es necesario realizar un análisis riguroso y profundo de la situación del sector, y poner en marcha un plan de choque definitivo, con iniciativas efectivas en todos los ámbitos".

Asamblea General CEC 2018



apoyo de nuestras Administraciones: "Hace unos días, emitimos un comunicado en el que pedíamos al nuevo Gobierno, y en concreto a la nueva ministra

Reyes Maroto, un **plan de choque urgente para salvar a nuestro comercio de proximidad**. Un plan de choque que haga frente a la brecha digital, que regule de manera definitiva los períodos de rebajas, y que devuelva al pequeño y mediano comercio al lugar que le corresponde como motor económico y de creación de empleo, como vertebrador y dinamizador de ciudades". Un plan de choque con iniciativas efectivas en todos los ámbitos, incluidas **medidas fiscales y de urbanismo comercial**.

En este plan destaca también la necesidad de impulsar un **Plan de Ayudas específico sectorial para reducir la brecha digital** en las pymes de comercio. Se debe promover el adecuado desarrollo del comercio electrónico, abordando una normativa específica que regule el nuevo escenario planteado y protegiendo al sector de desequilibrio competitivo.

El pasado 28 de junio llevamos a cabo la Asamblea General de la CEC. Un acto en el que, hicimos **balance de la situación económica y del estado en el que se encuentra el comercio de proximidad**, así como la labor y proyectos que hemos desarrollado durante el pasado año. Nuestro **presidente, Manuel García-Izquierdo**, hizo un repaso por los acontecimientos más destacados de 2017 y por las circunstancias que han afectado de una u otra forma al comercio de proximidad.

El presidente de la CEC destacó que es el momento de "hablar de cómo seguir satisfaciendo las demandas de nuestros comerciantes, de **cómo facilitar su digitalización** y la progresiva adopción de las herramientas y estrategias necesarias para que estén preparados para ese futuro que ya es el presente". Como apuntó García-Izquierdo, para superar estos retos con éxito, **debemos contar con el**

La CEC participa en un grupo europeo para la revitalización de los centros urbanos

Los representantes de asociaciones de comercio de 11 países europeos se han reunido este mes en Bruselas, con el objetivo de trabajar en un proyecto de **Libro Blanco Europeo**, que permita alcanzar un intenso debate para la dinamización y renovación de los centros urbanos europeos, y del importante papel en ellos del comercio minorista. Entre

las aportaciones realizadas por la CEC, cabe destacar que el futuro documento pudiera recoger un modelo de base (a nivel europeo) de partenariado público-privado, que luego pudiera ser extrapolado por los países miembros, sirviendo así de base para poder desarrollar BIDs o similar en los países que aún tienen "trabas legales" en sus mecanismos.

NUESTRA OPINIÓN

El pequeño y mediano comercio ve mes tras mes cómo las ventas bajan inexorablemente y se produce un goteo constante de cierre de comercios. El sector se encuentra en un punto de inflexión decisivo para su viabilidad futura, un escenario ante el que es preciso actuar de forma urgente. Por eso, este mes hemos pedido al nuevo Gobierno de Pedro Sánchez, y en concreto a la nueva ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, al igual que venimos reclamando desde hace varios meses al anterior Gobierno, que se implique en salvar al comercio de proximidad, el que más está sufriendo con el auge de Internet, el desequilibrio entre los distintos formatos comerciales y el cambio de hábitos del consumidor.

Ya hemos solicitado una reunión con la ministra, para presentarle un conjunto de medidas imprescindibles para mantener la competitividad de las pymes de comercio. Medidas con carácter urgente para apoyar al sector, que se enfrenta a dificultades económicas sin precedentes que están poniendo en riesgo a miles de empleos. Exigimos el apoyo de la administración central a iniciativas que permitan ensalzar el papel del comercio. Es fundamental reconocer y fomentar la importancia estratégica del sector como motor económico y de creación de empleo e innovación, así como su papel vertebrador y dinamizador de ciudades y barrios. De esta manera se recuperaría, asimismo, el prestigio en el ejercicio de la profesión de comerciante, fomentando así el relevo generacional en las empresas familiares, y facilitando el traspaso de pymes comerciales a jóvenes y emprendedores. Son muchos los retos que le quedan por delante al sector en los próximos meses y años, y esperamos hacerlo con el apoyo de nuestros interlocutores en las distintas Administraciones.

El comercio pierde en España 6.175 millones al año a causa de las falsificaciones

La Confederación Española de Comercio y ANDEMA valoraron los datos de la EUIPO con motivo del Día Mundial contra las Falsificaciones

La venta de artículos falsificados le cuestan cada año al comercio cerca de 6.175 millones de euros en pérdidas, un 9,3% del volumen total de ventas. Es uno de los llamativos datos que ha hecho públicos esta mañana la EUIPO (Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea), con motivo del **Día Mundial contra las falsificaciones**, que se celebró el pasado 8 de junio. Estas cifras se traducen en 133 euros perdidos por habitante.

Desde la **CEC y ANDEMA (Asociación para la Defensa de la Marca)**, emitimos un comunicado conjunto en el que insistimos en que los productos falsificados no pasan ningún tipo de control de calidad y seguridad, afectando por

tanto seriamente los intereses y garantías de los consumidores.

El secretario general de la CEC, José Guerrero, advierte que "la venta de falsificaciones incide seriamente sobre las ventas del pequeño y mediano comercio". Pero los perjuicios no van solo hacia las ventas, sino que **en España cada año algo más de 40.000 empleos** se ven afectados por esta actividad ilícita.

Además, según recogió ya un informe de la Comisión Europea, la distribución y venta de falsificaciones constituye una de las actividades predilectas del **crimen organizado**, y disminuye los ingresos en impuestos debido a la caída de ventas declaradas y legales.

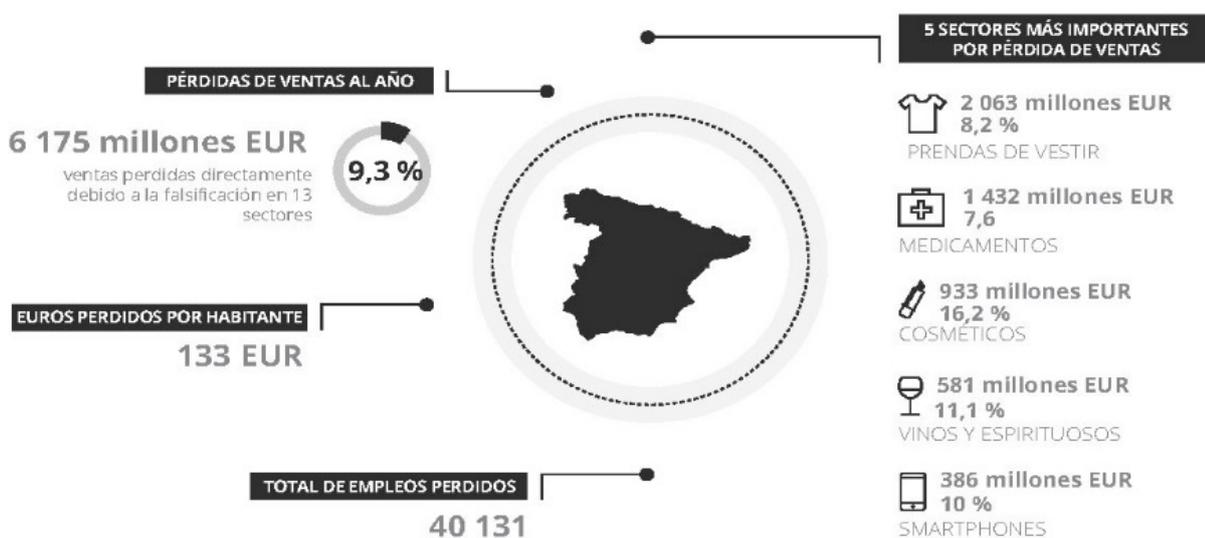
Para ambas asociaciones, la

solución para terminar con la venta de falsificaciones pasa por una voluntad política a todos los niveles, pero también por la concienciación; **José Antonio Moreno, director general de ANDEMA**, afirma que "debemos ser consumidores responsables, comprando en comercios lícitos que generan empleo y pagan impuestos".

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo en Europa y la Oficina de la Unión Europea para la Propiedad Industrial, el comercio mundial de falsificaciones se eleva a 338.000 millones de euros al año, lo que representa el 2,5% del comercio mundial. La importación de productos falsos equivale ya al **5% de las importaciones de la Unión Europea**.



PÉRDIDAS ECONÓMICAS POR FALSIFICACIÓN EN 13 SECTORES - ESPAÑA



Importante papel del sector en el nuevo ministerio de Industria, Comercio y Turismo

Reyes Maroto ocupa la cartera del ministerio, mientras que Xiana Méndez ocupa la Secretaría de Estado de Comercio

La hasta ahora portavoz de Presupuestos, Economía, Empleo y Hacienda de los socialistas en la Asamblea regional, **Reyes Maroto** (Medina del Campo, 1973), ha asumido la cartera de Industria, Comercio y Turismo en el nuevo Gobierno de Pedro Sánchez.



Durante la toma de posesión, la ministra ya adelantó cuáles serán los tres pilares de su gestión: incrementar el peso de la industria, lograr un modelo turístico eficiente y la modernización del comercio.

En lo que se refiere a este último capítulo, en un momento de cambio de paradigma, con la **digitalización como materia pendiente** en toda empresa, Maroto

apuntó a la necesidad de "impulsar la modernización del comercio". En cuanto al organigrama del nuevo ministerio, éste cuenta con una **Secretaría de Estado de Comercio**. Este cargo lo ocupa desde el 22 de junio **Xiana Méndez Bértolo**, quien inició su carrera profesional en 2004 en el Servicio de Defensa de la Competencia del Ministerio de Economía y entre 2013 y 2015 desempeñó diferentes puestos en la Dirección General de Política Económica del Ministerio. Desde agosto de 2015 era la consejera económica y comercial de la Embajada de España en Quito.

La CEC ya ha solicitado una reunión a la nueva ministra, para trasladarles nuestra petición de un **plan de choque urgente para salvar al comercio de proximidad**, basado en la reducción de la brecha digital, la recuperación de una política ordenada de rebajas y el reconocimiento del papel vertebrador del comercio.

El 62% de los consumidores apuesta por la compra online en el periodo de rebajas

A pesar de las rebajas presentes en este periodo en los negocios físicos, el 62% de los consumidores prefiere comprar online. Y no solo eso, sino que la inversión en compras a través de la red se ha disparado un 24% durante el último año. Las cifras no sorprenden si valoramos que más del **70% de los españoles** son adeptos a esta clase de consumo y que, en total, son 17 millones de personas las que lo practican; una cifra que nos sitúa en el cuarto puesto de la Unión Europea en transacciones de este tipo.

¿Los motivos? La comodidad que implica hacerlo sin salir de casa, la **agilidad del proceso** y la posibilidad de cotejar distintas opciones. De hecho, hasta 9 de cada 10 compara precios en distintas web antes de completar el proceso de compra. Esta tendencia afecta más a determinado target. Es el caso de los **hombres menores de 25 años**, los que más compran a través de la red (casi el 70% lo hacen, un 14% más que ellas). Los bienes que más se consumen por Internet son los tecnológicos. Le siguen la **ropa y los complementos** (más de la mitad de los usuarios han comprado online) y los viajes. Otros artículos que se compran online son las entradas y los libros.

AYUDAS, INCENTIVOS Y SUBVENCIONES EN VIGOR PARA AUTÓNOMOS Y PYMES

Fuente: MINISTERIO ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMPETITIVIDAD

Comunidad	Extremadura	Cataluña	País Vasco	Castilla y León
Ayuda	Convocatoria de subvenciones a otorgar a proyectos de comercio electrónico y TIC	Convocatoria de ayudas para la financiación de proyectos	Programa de apoyo a la modernización de establecimientos comerciales	Eficiencia y sostenibilidad energética y medioambiental en el pequeño comercio
Beneficiario	Comercio, empresas en general	Autónomos, microempresas, pequeñas y medianas empresas	Pequeñas y medianas empresas cuya actividad principal sea comercial	Personas físicas y jurídicas que ejerzan actividad comercial
Plazo	23/10/2018	26/09/2018	02/07/2018	25/09/2018
Organismo	Junta de Extremadura	Generalitat de Cataluña	Gobierno del País Vasco	Castilla y León

I de julio: entra en vigor el cobro obligatorio de bolsas de plástico en los comercios

A partir del 1 de julio, los comercios están obligados a cobrar las bolsas de plástico que los clientes adquieran para sus compras, siendo el propio comercio el responsable de fijar el precio. Aún así, el Ministerio para la Transición Ecológica da unos precios recomendados:

- Bolsas de espesor inferior a 15 micras: 5 céntimos de euro/bolsa (quedan exentas del cobro las que son necesarias por razones de higiene).
- Entre las 15 y las 49 micras: 15 céntimos de euro/bolsa.
- Igual o superior a las 50 micras: 15 céntimos de euro/bolsa.
- Espesor igual o superior a 50 micras, con contenido igual o superior a 50% de plástico

reciclado: 10 céntimos de euros/bolsa.



Desde nuestra web www.ccc-comercio.es puedes descargar el cartel que ha diseñado el Ministerio para informar sobre esta normativa.

V Edición de los Premios Cepyme

-Abierto el plazo de presentación de candidaturas-

PREMIOS CEPYME

La Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa ha convocado la V edición de los Premios CEPYME, cuyo objetivo es promover el reconocimiento social de la figura del empresario y divulgar su contribución al progreso económico y social y a la creación de empleo.

El plazo de presentación de candidaturas estará abierto hasta el próximo **15 de julio**.

Podrán participar como candidatos a los V Premios CEPYME 2018 todas las **empresas con menos de 250 empleados y menos de 50 millones de facturación anual**, cuya sede social principal esté en España y en cuyo capital no participe de forma mayoritaria una gran empresa.

En esta edición se mantiene en 11 el número de categorías galardonadas, al igual que en la pasada convocatoria.

Categorías:

- Pyme del año
- Empresario Autónomo del año
- Pyme Innovación tecnológica
- Pyme Desarrollo Internacional
- Pyme Creación de empleo
- Pyme Proyecto emprendedor
- Pyme por la Igualdad
- Pyme por la Inclusión laboral de personas con discapacidad
- Pyme por la Eficiencia energética y la sostenibilidad
- Pyme Transformación digital
- Pyme con Mejores prácticas de pago

Las pymes, promotoras de la creación de empleo en España

En el **primer trimestre de 2018**, el mercado laboral español ha aumentado en 614.000 personas con respecto al mismo periodo del año anterior mientras que más de 22.000 se han incorporado en los primeros meses de este ejercicio. En particular, los ascensos más notables en el primer trimestre del año se han concentrado en el segmento **de 10 a 49 trabajadores**, pero también las microempresas y las empresas medianas han sido protagonistas de crecimientos del empleo, según un informe trimestral de Empleo en las Pymes, elaborado por la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (Cepyme) y Randstad Research. En términos interanuales, permanece el perfil creciente del empleo con carácter generalizado, siendo las pymes responsables de más del 64,5% de la mejora laboral.

SENTENCIA DESTACADA

Un contrato de tiempo completo a tiempo parcial, solo con la aceptación del trabajador

Una sentencia del Tribunal Supremo determina que el paso de un contrato a tiempo completo a tiempo parcial solamente puede producirse mediante la aceptación voluntaria por parte del trabajador. Por tanto, si existen causas objetivas que justifiquen dicho cambio en el tiempo de trabajo, y una vez ofrecido al trabajador este lo deniega, existiría una causa objetiva válida para la extinción del contrato de trabajo vía art. 52. c) ET, siendo conforme a derecho la contratación posterior al despido de un trabajador a tiempo parcial para cubrir el puesto del trabajador despedido.

El fin del efectivo, cada vez más cerca según Euromonitor International...

En 2016, el dinero gastado con tarjetas superó por primera vez el gasto en efectivo. Según Euromonitor International, estos cinco indicadores apuntan a un futuro sin efectivo casi inminente:

Los pagos con el móvil: La iniciativa europea 'Instant Payments' permite transferir importes en euros en menos de diez segundos. Los expertos señalan que esta herramienta, implantada a finales de 2017, tiene el potencial de cambiar las reglas del juego en el sector de medios de pago.

Las tarjetas también desaparecerán: los expertos creen que las tarjetas perderán cuota de mercado en los próximos años. La introducción de PSD2, la segunda Directiva de Servicios de Pago de la UE, permite a los comercios activar

los pagos directamente de los clientes y eludir las tarifas de las tarjetas de crédito.

El pago con asistentes de voz: las tecnologías de aprendizaje automático y procesamiento de lenguaje facilitan la conexión de empresas y clientes mediante 'chatbots'.

Fabricar billetes y monedas es caro: imprimir y distribuir efectivo puede implicar un coste alto para las economías nacionales, de hasta el 1,5% del PIB, según las estimaciones de Mastercard.

En 2020 ya habrá sociedades sin efectivo : En países como Suecia, Bélgica o Corea del Sur. El Banco central sueco prevee que las transacciones en efectivo representen menos del 0,5% del valor de todos los pagos realizados en el país en 2020.

...y en auge entre los consumidores españoles, según el BCE

Casi nueve de cada diez pagos que se realizan en establecimientos españoles son en efectivo. Así se desprende de un informe elaborado por el Banco Central Europeo (BCE) que muestra que España se sitúa a la cabeza de Europa en el uso de billetes y monedas para pagar en comercios.

De hecho, es el medio de pago más utilizado, pues el 87% de las operaciones que se realizan en España son en efectivo, mientras que, en términos de importe representan el 68% del total, ambas por encima de la media de la zona euro, con el 79% y el 54%, respectivamente.

Los datos del BCE, muestran, además, que el uso de efectivo en España tan solo se sitúa por detrás de países como Malta, donde el 92% de los pagos se realizan mediante este sistema de pago y Chipre y Grecia, con el 88% cada uno. Por el contrario, en los Países Bajos menos de la mitad de las transacciones se realizan en efectivo (46%), situación que también se da en Estonia (48%).

Se da la paradoja de que el importe medio en efectivo que los españoles llevan en la cartera está por debajo de la media: 50 euros, frente a los 65 euros de media en Europa.

Desde Europa

Bruselas creará un portal único para declarar el IVA trasfronterizo

Las empresas y profesionales podrán hacer sus declaraciones del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) de sus operaciones trasfronterizas y pagos a través de un único portal -ventanillas únicas en línea en su propia lengua y según las mismas normas y modelos administrativos que en su país de origen.

La UE prohíbe los recargos por pagar con tarjeta

El pasado 13 de enero entró en vigor la directiva europea de servicios de pago, conocida como PSD2, que tiene como objetivo elevar la protección del consumidor y de las empresas modernizando las fórmulas de pago en la UE. Una de las novedades es que se ponen fin a los recargos adicionales que se le imponían al consumidor al abonar compras con tarjeta de crédito o débito. La Comisión Europea calcula que la eliminación de dichos recargos podría ahorrar más de 550 millones de euros al año a los consumidores europeos.

Multa a Google por abuso de posición dominante

La Comisión Europea lleva tres años investigando a Google, y según fuentes cercanas a esa investigación el próximo 9 de julio se podría anunciar la sentencia, que obligaría a Google a pagar una multa de 2.400 millones de euros por abuso de posición dominante con Android.

Cae la confianza del consumidor en la mejora económica

**el Observatorio
Cetelem 2018**
Mensual

La perspectiva de la situación socioeconómica del país ha mermado en los últimos 12 meses, según las conclusiones del Observatorio Mensual sobre Consumo de Cetelem del pasado mes de mayo.

Concretamente, la encuesta realizada por el servicio de estudios sitúa la puntuación otorgada por los consumidores españoles a la situación general de España en el 5,12, cifra similar a la registrada el mes anterior, pero 0,07 décimas inferior al mismo periodo del pasado ejercicio.

Sin embargo, la merma de la confianza es notable en la previsión a largo plazo. Aquí, el 49,3 por ciento de los españoles considera que la situación general permanecería estable, un 2 por ciento menos que en el mes anterior y hasta 6,7 puntos por debajo de mayo de 2017.

Además, cada vez son más quienes piensan que la coyuntura general será peor en los próximos meses, un 19,9 por ciento en comparación al 18,5 del mes de abril. Y más llamativo es que el porcentaje de pesimistas sea hoy siete puntos mayor que hace 12 meses. A esto se suma que el optimismo entre los consumidores no atraviesa su mejor momento, toda vez que estos suponen un 30,8 por ciento de los encuestados, lo que supone un 0,6 por ciento más que en abril pero un descenso de 0,3 puntos respecto a 2017.

La situación personal de los consumidores parece, sin embargo, haber tomado un sendero distinto. Los españoles valoran mejor su situación personal (6,28 puntos) que la del conjunto del país, con 1,16 puntos de diferencia. De este modo, el indicador recupera los niveles de inicios del año.

7 de cada 10 comercios en España ya aceptan el pago con tarjeta



Un 67% de los comercios españoles dispone de aparato TPV físico o virtual para aceptar pagos digitales, según revela el último Barómetro de medios de pago para negocios 2017 de Mastercard, que analiza la aceptación del pago electrónico en las empresas que facturan menos de un millón de euros. Esta cifra, que ha aumentado en un 5,5% desde 2016, consolida a los comercios como el sector con una mayor aceptación de pagos electrónicos dentro de estas compañías españolas.



Más concretamente, un 66,5% de la muestra a rma tener un TPV en formato físico, un 5,7% más que en 2016, y un 7,3% dispone además de uno virtual, para que sus clientes puedan hacer sus compras a través de su página web.

Por área de actividad, las tiendas de ropa son las que registran una mayor aceptación del pago con tarjeta, ya que más de nueve de cada diez (93,5%) disponen de algún dispositivo para que sus clientes realicen sus compras de manera electrónica. Destaca especialmente su apuesta por el TPV virtual -11,6% de penetración-, porcentaje altamente superior al de otros sectores. También los restaurantes y puestos de comidas muestran una gran acogida al pago electrónico, ya que un 81% de ellos cuenta con dispositivos TPV, lo que mejora la experiencia de compra de sus consumidores.

Las pymes millennials, el motor del ecommerce



La apuesta de las pymes millennials por la digitalización se ha convertido en el motor del ecommerce. Tanto es así que cuatro de cada diez pequeñas y medianas empresas gestionadas por jóvenes nacidos después de 1980 ya vende a través de internet. Esta cifra supera en 13 puntos las ventas online del resto de negocios (25%) demostrando el liderazgo de las personas de entre 18 y 38 años de edad al frente del comercio electrónico. Los millennials también superan la media nacional, situada en el 28%.

Esta es la principal conclusión de la tercera edición del estudio "Las pymes españolas en el ámbito online", que por primera vez compara la transformación digital entre empresas de diferentes generaciones.

En general, las pequeñas y medianas empresas españolas que operan a través de internet lo hacen principalmente mediante una tienda online (78%), tres puntos menos que en 2016.

Este descenso contrasta con una tendencia al alza: el auge de las redes sociales y los marketplaces como canales de venta. En 2018, las pymes españolas eligieron diez veces más las redes sociales para vender y ya son 3 de cada 10 las que venden a través de sus perfiles. Lo mismo sucede con las plataformas de comercio electrónico, que, si en 2016 eran el 13% las que vendían a través de marketplaces, este año alcanzan el 18%. En 2018, la tienda física sigue siendo el canal que consigue más ventas (84%), aunque pierde peso entre las pymes millennials: 7 de cada 10 ventas se producen offline.

SABÍAS QUE...

El volumen de negocio del comercio electrónico B2C creció hasta los 23.905 millones de euros, empujados por una tasa de crecimiento del 25,23%. Se espera que estos datos aumenten este año, con una facturación pronosticada 28 000 millones de euros, con una tasa de crecimiento prevista del 17%. El sector turismo representa la mayor proporción de compras minoristas online en España (37%), seguido de cerca por moda y artículos deportivos (31%), y la mayoría de las compras online suceden en el rango de precios de entre 100€ y 499€.

El ecommerce de alimentación va ganando adeptos en España. Desde 2014 a 2017 el número de transacciones de comercio electrónico en supermercados, hipermercados y tiendas de alimentación en España se ha multiplicado casi por tres. Así, mientras que en el primer trimestre de 2014 estas operaciones rondaron las 396.000, en el mismo periodo de 2017 superaron el millón.

Como acaba de demostrar un estudio de Aftaxi, realizado sobre una muestra estadounidense, los consumidores están cada vez más dispuestos a comprar de forma exclusiva online. De los encuestados, un 66% de los compradores ya hace al menos una compra online al mes y un 52% dice que compra ya la mayoría de las cosas en la red.

EL SECTOR EN CIFRAS

ICM

El Índice del Comercio Minorista del mes de mayo, publicado por el INE, refleja un descenso interanual en las ventas del 0,4%. Una caída que es aún más acusada en el caso de los comercios unilocalizados, en los que el descenso ha sido del -2%.

ICC

La confianza del consumidor del mes de mayo se sitúa en 97,7 puntos, 2,2 puntos por debajo del dato del mes anterior. Este descenso del ICC se debe a la caída de 1,4 puntos en valoración de la situación actual y en mayor medida al descenso de 3,1 puntos en las expectativas.

IPC

La tasa anual del Índice de Precios de Consumo (IPC) general en el mes de mayo ha sido del 2,1%, un punto superior a la del mes anterior. (Fuente INE).

Afiliaciones Seg. Social

El Comercio Minorista (G47), cuenta actualmente con 1.886.064,41 afiliados, de los cuales 1.356.589,68 están afiliados al Régimen General y 529.474,73 afiliados son autónomos. En mayo el comercio minorista subió 13.430,6 (11.961,44 en Régimen General y 1.469,16 en autónomos). En términos interanuales, el conjunto del sector comercio minorista cuenta actualmente con 10.289 afiliados más que en mayo de 2017.



Meat Attraction

Cuándo: 18 al 20 de septiembre

Dónde: IFEMA, Madrid

Qué: Entre las novedades que ofrece Meat Attraction 2018 se encuentra el programa de compradores, por el que Ifema invitará a una selección de compradores a propuesta de los propios expositores; la primera edición de los 'Meat Attraction Buyers Meetings', encuentros B2B con compradores internacionales de mercados prioritarios, que cuenta con el apoyo de ICEX a través de su red de oficinas comerciales en todo el mundo; la celebración de una jornada sobre el futuro de la distribución de carnes y elaborados cárnicos, y la puesta en marcha de un espacio para que los expositores muestren sus iniciativas de innovación, así como las novedades y tendencias de productos.

eShow

Cuándo: 26 y 27 de septiembre

Dónde: IFEMA, Madrid

Qué: La revolución digital está impulsando oportunidades de crecimiento y expansión para los eCommerce y eShow es el punto de encuentro para los profesionales del mundo online. Es el escenario ideal para compartir conocimientos, atraer negocio y crear sinergias entre profesionales. eShow da las claves del éxito para que los negocios triunfen en la red: se presentan las estrategias más innovadoras del sector y las últimas soluciones en tecnología y servicios.

II Edición del proyecto Innoshop en Burgos

En 2017 participaron 20 emprendedores y 23 establecimientos

La Cámara de Comercio y la Federación de Comercio de Burgos, en colaboración con el Ayuntamiento de Burgos y Caixabank te invitan a participar en la II Edición del proyecto Innoshop.

proyecto
INNOSHOP

FEDERACIÓN
FEC
Cámara
Ayuntamiento
de Burgos



Un proyecto que permite generar sinergias entre el comercio (establecimiento físico) con aquellos creativos, emprendedores, estudiantes... que deseen testar la acogida

de sus productos/servicios a través de la colaboración con el comercio de Burgos.

El objetivo es visibilizar los productos/servicios de los emprendedores a través del comercio consolidado, que cede espacios dentro de su establecimiento para la exposición de iniciativas en un marco privilegiado, obteniendo con ello promoción adicional para su negocio.

Si eres un comercio o emprendedor y quieres participar, puedes ponerte en contacto con la Federación de Comercio en el 947 237 699, o en el correo fec@fecburgos.com.

Pamplona elaborará un plan para la protección de comercios emblemáticos

El Ayuntamiento de Pamplona elaborará un plan para la protección y promoción de los establecimientos emblemáticos y comercios centenarios de la ciudad, que incluirá una nueva regulación municipal sobre este tipo de locales y la elaboración de un censo. La regulación recogerá los locales y negocios susceptibles de protección así como las diferentes formas en las que se les va a apoyar: ayudas en la realización de obras de rehabilitación, subvenciones para su alquiler, etc. El objetivo es "reconocer la importancia de este comercio y establecer una serie de medidas que contribuyan a protegerlo y conservarlo.

Fedae Iberdrola, una apuesta por la transformación a la movilidad eléctrica

La Confederación de Empresarios de Albacete (Fedae) organizó con la colaboración de Iberdrola una jornada sobre "Transformación a la movilidad eléctrica". Una puesta en común entre la compañía y los empresarios, especialmente instaladores y concesionarios, en el compromiso inmediato por las nuevas fuentes de energía. El presidente de FEDAE, Artemio Pérez Alfaro, resaltó el interés de esta innovación "que ya la tenemos aquí y que en ella va no solo el cuidado del medio ambiente, sino también, la salud y la vida", al tiempo que anunció que FEDAE, fruto del convenio de colaboración con Iberdrola, tendrá un punto de recarga para el vehículo eléctrico en su sede de Albacete.

Pimeco reparte 1.000 cestas mallorquinas entre los clientes del pequeño comercio

La Asociación del Pequeño Comercio de Mallorca (Pimeco) ha lanzado la campaña 'Viu Mallorquinament' con la que se repartirán un total de 1.000 cestas mallorquinas "como reclamo para que los clientes visiten el pequeño comercio".



Según ha informado la patronal en un comunicado, la campaña se llevará a cabo en municipios como Lluçmajor, Santa Maria, Sencelles, Andratx, Sa Pobla, Sineu, Muro, Son Servera, Alcudia o Lloseta donde los ayuntamientos se han involucrado económicamente en el proyecto, en el que participarán más de 500 comercios.

Las cestas, que están serigrafiadas con un logotipo de la campaña, se repartirán entre los clientes que visiten los establecimientos participantes.

Para acceder a este premio, el cliente deberá realizar compras en seis comercios diferentes de un pueblo y completar una cartilla con los sellos que les darán los mismos comerciantes. Una vez cumplimentada sólo deberá dirigirse a su ayuntamiento para obtener el premio.

Cuéntanos
tus ideas
e iniciativas

comunicacion@cec-comercio.es

Pimeco pide al nuevo presidente Sánchez políticas para proteger al pequeño comercio

La patronal del pequeño comercio reclama al nuevo presidente y al resto de partidos que actúen de forma responsable y que antepongan los intereses colectivos del país a los electorales de cada uno. Desde Pimeco se entiende que, esta puede ser una gran ocasión para empezar a implementar medidas destinadas a proteger de una forma efectiva y real el pequeño comercio que en los últimos meses de Madrid ha quedado relegado a un segundo plano ya que las políticas realizadas han favorecido a los grandes operadores comerciales.

Granada Hoy

La inestabilidad del tiempo agrava la crisis del comercio

El dicho popular asegura que la primavera te adormece o te altera. Al comercio tradicional este año le ha ocurrido lo primero, que se ha ralentizado más de la cuenta. A su 'catarro' perpetuo, por su dificultad para competir con las grandes compañías digitales y otros males que aquejan al sector, hay que sumar la astenia consumidora de estos últimos meses. La razón está en la inestabilidad meteorológica que lleva sufriendo Granada desde mediados de marzo, un tiempo marcado por las lluvias, el frío y cielos predominantemente grises que no ayuda a las tiendas del centro.

Ultimátum de los comerciantes al Ayuntamiento por el 'top manta'

Las reivindicaciones de comerciantes para frenar la venta ambulante ilegal que aflora en los ejes turísticos de Barcelona fueron ayer un paso más allá. La asociación de afectados por el top manta, constituida hace tres veranos, presentó un requerimiento en el Ayuntamiento para que lleve a cabo un plan de choque con "medidas urgentes para que cesen las actividades de venta no sedentaria no autorizada ni autorizable". La plataforma contra el top manta, que representa a más de quinientas asociaciones vecinales, empresariales y comerciales, dio ayer el primer paso de una ofensiva que podría culminar con el Ayuntamiento en los tribunales.

Tu opinión cuenta

CEC INFORMA

lo hacemos entre todos

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

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

¡Búscanos en las RR.SS!



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

