

Las ventas de comercio avanzan tan solo un 0,3% en junio, en pleno arranque de las rebajas



La serie original del ICM a precios constantes registró en junio una variación interanual de las ventas del 0,3% respecto a junio de 2018, lo que supone 2,8 puntos por debajo de la tasa del mes anterior.

Como viene siendo habitual, este leve crecimiento no alcanza al pequeño y mediano comercio; así, las empresas unilocalizadas registraron en junio un descenso del -1,5% en sus ventas, frente a los crecimientos de pequeñas cadenas (1,8%), grandes superficies (0,9% y grandes cadenas (0,3%).

Por tipo de productos, en tasa interanual baja en serie original Alimentación (-1,8%) y sube Resto de productos (1,3%); dentro de esta categoría suben Equipo Personal (1,4%) y Otros Bienes (0,2%) y baja Equipo del Hogar (-0,8%).

Por territorios, las ventas del comercio minorista subieron en junio en tasa anual en seis comunidades autónomas y

bajan en diez, mientras que en País Vasco se mantuvieron completamente planas (0,0%).

Comunidad de Madrid (3,7%), Castilla - La Mancha (1,0%) e Illes Balears (0,9%) registran los mayores aumentos. Por su parte, Principado de Asturias y Extremadura (ambas -2,2%) y Castilla y León (-1,6%) presentan los mayores descensos.

La ocupación se mantiene

En lo relativo a la ocupación del sector, presentó en junio una variación del 1,0% respecto al mismo mes de 2018. Esta tasa es la misma que la registrada en el mes de mayo.

Por modos de distribución, la ocupación aumentó en todos los formatos: Grandes Cadenas (2,8%), Pequeñas Cadenas (1,8%) y Grandes Superficies (4,4%). Las Empresas Unilocalizadas se sitúan en positivo, pero con un aumento más leve del 0,5%.

SUMARIO

- 2... La autenticación de cliente reforzada llega al comercio: todo lo que tienes que saber
- 4.... Colabora en nuestro Estudio sobre Innovación en el Comercio
- 5..... Inspecciones aleatorias para revisar el cumplimiento del control horario
- 6..... La banca española lanzará su propia marca de tarjeta
- 7..... Las compras en el retail físico, ¿en aumento en 2019?

Llega al comercio la nueva normativa de pagos

A partir del próximo 14 de septiembre regirá en España la norma que, en noviembre de 2018, traspuso la directiva de la Unión Europea contra el fraude y el uso de información sensible en los pagos digitales. Básicamente, el texto obliga a las entidades bancarias a realizar el llamado open banking, es decir, a ofrecer medios técnicos (software) a terceros para que puedan acceder a los datos de pago de sus clientes.

Para ello, establece un sistema de seguridad con el fin de controlar quién y cuándo accede a dicha información llamado Autenticación Reforzada de Cliente (ARC) o SCA, por sus siglas en inglés. De cara a los comercios, la realidad de este sistema de autenticación es la siguiente: a la hora de abonar una compra superior a un importe de 30 euros habrá que pedir al cliente dos elementos que lo identifiquen de entre tres posibles.

Sigue en la siguiente página >

La autenticación de cliente reforzada llega al comercio: todo lo que tienes que saber



¿Cuál es el principal objetivo de la SCA?

La SCA (Strong Customer Authentication) o Autenticación Reforzada tiene como objetivo principal proteger los servicios de pago online de peligros como el fraude, el robo de credenciales o transferencias inapropiadas

de fondos. Pero esto viene de la mano también de sistemas innovadores en los medios de pago y requiere utilizarlo como una referencia internacional, no sólo dentro de las fronteras de la Unión Europea.

¿Cuándo será obligatorio cumplirlo?

Esto entrará en vigencia el día 14 de septiembre de 2019. Hablamos de un reglamento y por tanto, es una norma de directa aplicación.

¿En qué consiste?

La SCA requerirá un nivel más de autenticación para realizar pagos online. Será obligatorio usar por lo menos dos de los tres

siguientes:

- Algo que posee el usuario, como su smartphone
- Algo que conoce el usuario como una contraseña
- Algo inherente al usuario como su huella digital por ejemplo.

Lo cierto es que la seguridad tiene que ir de la mano de la experiencia del usuario y la comodidad. Por ello, la propia normativa contempla excepciones que ya veníamos disfrutando, como en el pago contactless. Eso sí, se pondrán una serie de límites, como que no podrán efectuarse más de 5 operaciones sin que haya autenticación.

El presidente de la CEC, Pedro Campo, ofreció en un extenso reportaje en Cinco Días algunos consejos para la adaptación del comercio minorista a la normativa.



¿Qué consejos ofrece la Confederación Española de Comercio a las pymes de comercio ante esta nueva normativa?

En el terreno físico, la entrada en vigor de la Autenticación Reforzada de Cliente (SCA) apenas va a tener incidencia,

ya que habitualmente ya se piden dos medidas de identificación del consumidor (por ejemplo, tarjeta de crédito y PIN); en el caso de las tarjetas contactless, para ganar agilidad en los pagos, se pedirá esta doble autenticación tan solo cada cinco pagos, y por tanto creemos que la ralentización de las operaciones y la incidencia en el comercio físico va a ser mínima. Otra cosa son las pymes de comercio que cuentan también con sus páginas de venta online; éstas sí tendrán que adaptarse, ya que deberán recoger de los consumidores más datos de calidad para compartir con los bancos emisores, y con el reto de no reducir por el camino la experiencia de compra de sus clientes. En este sentido, el principal consejo es que no dejen para última hora esta

adaptación de sus métodos de pago, y que se asesoren en la medida de lo posible a través de un partner tecnológico.

¿Considera que las pymes españolas están preparadas y que conocen la nueva norma sobre pagos?

Según un reciente estudio de MasterCard, solo el 14% de las compañías de comercio minorista en Europa ha implantado ya la autenticación de cliente reforzada, y este porcentaje creemos que podría trasladarse también a la realidad en España. Como ocurre en muchos otros temas relacionados con las nuevas tecnologías, al pequeño y mediano comercio le cuesta mucho más adaptarse a cualquier cambio de este tipo.

CEOE presenta ante Reyes Maroto la nueva Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo

El presidente de la CEC, Pedro Campo, es también vicepresidente de esta comisión, en representación de los intereses del pequeño y mediano comercio



El pasado mes de abril inicio su andadura la C4, Comisión de Competitividad, Comercio y Consumo de CEOE. Ello supone un paso histórico para el sector comercio, al contar por primera vez con un órgano consultivo específico en el seno de CEOE. El objetivo es ser la voz representativa del comercio en España para poner en valor ante los interlocutores públicos y sociales la contribución del sector a la sociedad, y trabajar para desarrollar la competitividad del comercio. Para ello cuenta entre sus miembros con expertos en la realidad de todos los formatos

y tipología de empresas que operan en el sector: centros comerciales, grandes almacenes, supermercados y pequeño comercio. En concreto, el presidente de la CEC, Pedro Campo, es vicepresidente de esta Comisión de CEOE.

El pasado 24 de julio tuvo lugar la presentación pública de esta Comisión, a la que asistió la ministra en funciones de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, con el objetivo de conocer el proyecto y escuchar las inquietudes de sus representantes. Reyes Maroto subrayó "la voluntad de trabajar

juntos para conseguir mejorar el sector del comercio", para que "siga creciendo, siga creando riqueza y empleo y desempeñando su función social".

Dentro del Plan de Acciones previsto para los próximos meses, desde la C4 se pondrá en marcha un Observatorio de Regulación Comercial que identifique cualquier proyecto legislativo autonómico, nacional o comunitario que pueda afectar al comercio, para contribuir así a una mejor y más sencilla regulación en pro de la competitividad empresarial.

Por otro lado, la comisión ha iniciado la elaboración de un documento sobre Impacto Económico del Comercio a través del Servicio de Estudios de CEOE, que permita medir de manera científica la contribución del sector comercial al PIB y al empleo en España.

Otra de las líneas de trabajo ya puesta en marcha por la Comisión es la redacción de un documento sobre Seguridad en el Comercio, especialmente centrado en el hurto multirreincidente y en la venta ilegal, aspectos que afectan gravemente a la competitividad de las empresas comerciales.

Distribución de fondos entre CCAA para capacitación de las funciones relacionadas con el diálogo social y negociación colectiva

El artículo 6.7 de la Ley 30/2015, de 9 de septiembre, por la que se regula el **Sistema de Formación Profesional para el empleo en el ámbito laboral**, establece que a la financiación de las acciones formativas dirigidas a la capacitación para el desarrollo de las funciones relacionadas con la negociación colectiva y el diálogo social se destinará la cuantía que anualmente establezca la Ley de Presupuestos Generales del Estado. No obstante, el Tribunal Constitucional, en su Sentencia 71/2018, de 21 de junio de 2018, declaró que la gestión de los fondos destinados para financiar

estas iniciativas no podía ser centralizada sino también autonómica, por lo que los fondos debían distribuirse entre el ámbito estatal y el autonómico.

Por tanto, en la **LXXV reunión de la Conferencia Sectorial de Empleo y Asuntos Laborales**, celebrada el pasado 18 de julio, se informó a los representantes de las diferentes Comunidades Autónomas, entre otras cuestiones, de la asignación territorial de dichos fondos (importe total de 7.500.000 euros).

El resultado autonómico de dicho reparto es el siguiente:

- Andalucía: 1.300.125
- Aragón: 228.375
- Asturias: 156.000
- Illes Balears: 219.750
- Canarias: 381.375
- Cantabria: 94.875
- Castilla La-Mancha: 338.250
- Castilla y León: 392.250
- Cataluña: 1.346.625
- C. Valenciana: 831.375
- Extremadura: 162.375
- Galicia: 432.750
- Madrid: 1.204.125
- Murcia: 245.625
- Navarra: 111.750
- La Rioja: 54.375

¡Colabora en nuestro Estudio sobre Innovación en el Comercio!



Desde la Confederación Española de Comercio estamos colaborando con la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) y Telefónica On The Spot Services, S.A.U., en la realización de un estudio científico que busca analizar las barreras de la adopción de tecnologías y soluciones innovadoras en el punto de venta, de manera que se puedan fomentar las políticas públicas en este sentido para ayudar a la transformación digital del sector.

¡La participación del pequeño y mediano comercio es muy importante!

Al final del cuestionario y como muestra de agradecimiento por la participación, podrás participar en un sorteo para ganar un Kit de Bombillas Philips HuE White and Color Ambiance que se pueden controlar desde un dispositivo móvil y que son compatibles con Amazon Alexa, Apple HomeKit y Google Assistant. ¡Un primer paso en la eficiencia energética de cualquier establecimiento!

Puedes acceder a la encuesta a través de este enlace: https://eu.qualtrics.com/jfe/form/SV_dajY2G46qdkLW17

Convierte tu comercio en Parcelshop de GLS



Ventajas para el comercio

- Ofrece tus clientes un valor adicional.
- Amplia la visibilidad y el tráfico en tu comercio.
- Ingresos extra por cada paquete que se envíe o reciba en el establecimiento.

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



Accede a:

www.somoscompra.com

Una vez dentro de la página web, dirígete a la pestaña "inscripción gratuita" en la parte superior izquierda.



Pincha el botón:

Inscríbete gratuitamente

En seguida te aparecerá un formulario para que rellenes tus datos. En este paso, además, puedes introducir el código **semes-CEC-300619** para acceder a las ventajas PREMIUM de Somoscompra.



Pincha el botón

Finaliza su inscripción gratuita

Una vez completes el proceso de registro, y tras un proceso de validación por parte del equipo en España, ya puedes disfrutar de todas las ventajas de Somoscompra.



Recuerda que:

150€

El importe mínimo de compra lo marca cada proveedor, pero está en torno a 150 euros, y puedes hacer un MIX con productos de distintos proveedores. El proveedor no recibe el dinero hasta que tú hayas recibido el pedido.



Maroto afirma que la digitalización será prioridad del próximo Gobierno para un crecimiento sostenible



Durante la inauguración de la segunda jornada de 'DigitalES Summit 2019', la ministra de Industria, Comercio y Turismo en funciones, Reyes Maroto, ha afirmado que el Gobierno considera la digitalización como una de las palancas prioritarias en la actualidad y de cara a la próxima legislatura para garantizar que España tenga un crecimiento económico "sostenido, inclusivo y sostenible".

En este sentido, la titular del Ministerio remarcó que la revolución digital es "imparable" y por ello se debe decidir si España quiere "ser protagonista y subirse al tren" o ser un "mero espectador y quedarse rezagada". La ministra agregó que España cuenta con elementos para ser líder, como infraestructuras,

cultura emprendedora o talento. Sin embargo, ha incidido en que esta transformación digital no puede abordarla en solitario el Gobierno, por lo que ha subrayado la necesidad de la colaboración público-privada, ya que las empresas son protagonistas de este proceso, para crear una "estrategia ambiciosa a nivel nacional".

Respecto al impacto en los distintos campos que aborda su Ministerio, Maroto desglosó algunas de las iniciativas puestas en marcha para ayudar a la transición digital, como el plan de industria conectada 4.0 para pymes, así como un programa de asesoramiento personalizado, sensibilización y apoyo financiero y un catálogo de iniciativas regionales y nacionales.

En el caso del comercio, ha señalado que la digitalización del sector minorista "está por debajo de la media europea", por lo que el Gobierno lanzó en octubre el Observatorio del Comercio para identificar nuevas prácticas e impulsar políticas que permitan adaptar el comercio de proximidad a la digitalización.

Inspecciones aleatorias para revisar el cumplimiento del control horario

El cuerpo de Inspectores de Trabajo y Seguridad Social ya está visitando a empresas para comprobar si están cumpliendo con la obligación de registrar el horario de sus trabajadores, pero no han empezado por las compañías que tienen antecedentes de incumplimiento de la legislación laboral, sino que están llevando a cabo las inspecciones de forma aleatoria.

Tal y como aseguran fuentes del propio cuerpo de Inspectores, "no hay ninguna campaña que haya sido ordenada por la dirección de la Inspección ni acordada con las autoridades laborales de las Comunidades Autónomas. No se están realizando actuaciones por una campaña concreta, con parámetros, para seleccionar empresas que tengan antecedentes, empresas de cierto número de empleados o que pertenecen a sectores en concreto". Cuando un inspector visita una empresa y ésta no tiene todos los registros completos, actualizados al día y firmados por sus empleados, "la inspección deja un margen para que en un plazo determinado lo presente en la oficina que corresponda".

AYUDAS, INCENTIVOS Y SUBVENCIONES

EN VIGOR PARA AUTÓNOMOS Y PYMES

Comunidad	Madrid	Aragón	España	Extremadura
Ayuda	TIC Cámaras, incentivo de la transformación digital de pymes y autónomos	Subvenciones para mercados	Línea ICO Crédito Comercial 2019	Ayudas para contratación de técnicos en comercio exterior
Beneficiario	Micropymes y autónomos del pequeño comercio	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	06/10/2019	11/09/2019	31/12/2019	31/08/2019
Organismo	Cámara de Comercio de Madrid	Ayuntamiento de Zaragoza	Instituto de Crédito Oficial	Junta de Extremadura

La banca española lanzará su propia marca de tarjeta en octubre

El conjunto de las entidades financieras españolas tienen previsto lanzar en el último trimestre del año la que será la primera tarjeta de pago de marca nacional. Esperan poder realizar las primeras pruebas piloto con un numeroso espectro de clientes en octubre, aunque ya han puesto en marcha las primeras prácticas.

Una de sus novedades será que la tarjeta prescindirá de las marcas estadounidenses Visa y Mastercard para operar en España, lo que supondrá para el sector un ahorro considerable ya que las entidades financieras que participen en esta iniciativa no tendrán que pagar las correspondientes comisiones a estas firmas. El ahorro, explican fuentes financieras, sumará cientos de millones de euros, aunque no han cuantificado la cifra.

Aunque es cierto que para operar fuera de las fronteras españolas la nueva tarjeta necesita aliarse con Visa y Mastercard, cuyos sistemas técnicos están homologados en todo el mundo, en este caso las tasas que pagarán a estas firmas serán inferiores a lo que

abonan ahora ya que se limitará a la operativa internacional. "Por primera vez la futura tarjeta no va a depender de las marcas americanas", señala un destacado directivo de un banco.

Este ha sido, de hecho, uno de los escollos que han tenido que solucionar las entidades financieras antes de lanzar esta nueva marca, y lo que ha retrasado varios meses su estreno en el mercado.

Esta tarjeta necesitaba unos estándares técnicos definidos que la hiciesen operativa en todo el mundo y compatible con todos los cajeros automáticos o diferentes terminales de pago, o incluso en los pagos online, razón por la que ha tenido que desarrollar esta nueva tecnología y pasar por una serie de pruebas que demostrara esa compatibilidad. Uno de los flecos pendientes para iniciar su comercialización es el nombre de la marca. De momento, se baraja el de Bizum, solución de pago a través del móvil en tiempo real y de cuenta en cuenta, que permite realizar pagos de pequeño importe entre particulares de forma sencilla y cómoda.

Las compras con tarjeta de crédito se dispararon en el primer trimestre



El dinero en efectivo todavía tiene una presencia importante en los bolsillos de los españoles, pero las compras a golpe de tarjeta de crédito crecen a un ritmo imparable. En el primer trimestre del año, los españoles hicieron 1.015 millones de pagos con ellas. Es un 15,27% más que en los primeros tres meses del año anterior. Además, los usuarios no solo tiran de tarjeta para las grandes compras, sino que las usan para abonar importes cada vez menores, ya que en valor, la subida fue del 9,3%, hasta los 147.431 millones de euros, según datos del Banco de España. Mientras, el dinero que sale de los cajeros crece a menor ritmo. Entre enero y marzo, los españoles extrajeron efectivo 217 millones de veces, el 1,27% más que un año antes. La cantidad que retiraron ascendió a 28.987 millones, el 3,26% más. El aumento de los pagos con tarjeta va de la mano del menor número de oficinas bancarias y el estancamiento de los cajeros, pero también de la mayor facilidad para pagar con plástico (o con el móvil) en comercios, restaurantes y empresas.

Los españoles gastan ya casi 40.000 millones por internet

Los españoles compraron a través de internet por un valor de 39.243 millones de euros en 2018, un 29% más que el año anterior, crecimiento que supera en más de tres puntos el del ejercicio de 2017, según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

Sólo la facturación del último trimestre del año, en el que se acumulan el «Black Friday» y las compras navideñas, sumó 10.820 millones de euros, un 26,9% más que un año antes y que es la mayor facturación trimestral desde que existen registros. Estos datos auguran un crecimiento meteórico para 2019.

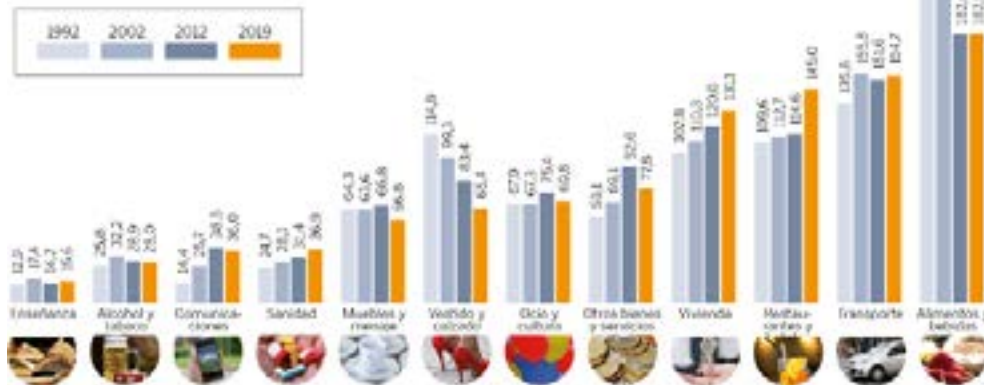
VOLUMEN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO



Menos comida y más ocio: así ha variado la cesta de la compra de los españoles

Evolución del gasto familiar anual

Ponderaciones del Índice de Precios de Consumo anuales desde 1992, mostradas en euros por mil.



La cesta de la compra de los españoles puede convertirse en un curioso índice para certificar hasta qué punto hemos cambiado en los últimos 40 años. La comparación de las listas de productos con las que cada año se calcula el índice de precios de consumo (IPC) muestra la evolución (o más bien revolución) que han experimentado los hábitos entre 1976 -el primer año del que se tiene constancia en los archivos del Instituto Nacional de Estadística (INE)- y la actualidad.

El consumo del hogar viene determinado por un sinfín de variables (no solo económicas, sino sociológicas o incluso tecnológicas) y varía a lo largo del tiempo. Para medir la inflación, el INE recoge en la lista que conforma el IPC una serie de bienes y servicios que considera representativos del gasto de las familias. Los clasifica por grupos y pondera la mordida que cada uno de ellos se lleva del presupuesto de los hogares. Con el paso del tiempo algunos nuevos entran y otros ya añejos salen.

La alimentación languidece con el paso de los años. Llenar la despensa cada vez supone un esfuerzo menor para la cartera de los ciudadanos españoles. De hecho, según un estudio publicado en la Universidad de Valencia con el histórico de los datos del INE, en el año 1936, los españoles dedicaban un 60,1 % de su presupuesto a alimentación, bebidas y tabaco. La partida del vestido se llevaba el 9,4% y la de la vivienda el 14,6. En 1976, las cosas ya empiezan a cambiar. Llenar el estómago protagoniza un 40,5% del gasto y empiezan a aparecer en la rutina de los ciudadanos nuevos derroches como el del transporte, el ocio o la salud.

De hecho, también ha cambiado, y mucho, el tiempo libre. Las familias de hace cuarenta años -según el IPC- no tenían ocio, sino «otros esparcimientos», mientras que con los gastos de educación de los colegios más habituales hoy en día convivían los costes asociados a los internados (también con su propio grupo).

Las compras en el retail físico, ¿en aumento en 2019?

El estudio "El Retail Europeo en 2019" de la consultora GfK vaticina un aumento del 2,4% del retail físico en España durante este año. El informe analiza diversos indicadores en los países europeos para determinar la evolución y desarrollo del sector minorista en la región, entre ellos, el poder adquisitivo, el volumen de negocio generado en las tiendas, las cuotas del consumo privado destinado al retail o las tendencias en los precios al consumidor. La estimación de crecimiento pre-

vista para España se basa, entre otros aspectos, en el destacado incremento del salario mínimo (un 22% a comienzos de este año), que beneficiará tanto de manera directa como indirecta a 2,5 millones de personas, aproximadamente, según el Gobierno. Teniendo esto en cuenta, y dado que la tasa de inflación esperada es del 1,2%, esto debería estimular un aumento de la facturación en términos reales para el comercio minorista. año), que beneficiará tanto de manera directa como indirecta a



2,5 millones de personas, aproximadamente, según el Gobierno. Teniendo esto en cuenta, y dado que la tasa de inflación esperada es del 1,2%, esto debería estimular un aumento de la facturación en términos reales para el comercio minorista.

Desde Europa

No es necesario teléfono de contacto

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) ha señalado que una web de comercio electrónico debe garantizar que el consumidor pueda comunicar con la empresa de forma rápida y eficaz sin que para ello tenga que ofrecer un número de teléfono de contacto, según la normativa europea. La corte respondió así a una cuestión prejudicial planteada por el Tribunal Supremo de lo Civil y Penal de Alemania a propósito de una denuncia presentada por la Federación Alemana de Asociaciones de Consumidores contra la web alemana del gigante estadounidense de comercio electrónico Amazon.

Piden una moratoria

La patronal europea de los medios de pago (EPSM por sus siglas en inglés) ha solicitado un retraso mínimo de 18 meses para la introducción de las nuevas reglas de Autenticación Reforzada del Cliente, que forma parte de la aplicación de PSD2.

Bruselas investiga a Amazon

La Comisión Europea (CE) ha anunciado que ha abierto una investigación preliminar contra la multinacional estadounidense Amazon por presuntas prácticas contrarias a la competencia. En concreto, el organismo evaluará el uso que la plataforma hace de los datos confidenciales de los minoristas independientes que venden a través de ella, y si esto infringe las normas de competencia de la UE.

La vuelta al cole incrementará las compras vía dispositivos móviles



La previsión es, según la encuesta anual de consumidores realizada por Deloitte, que las compras a través de estos dispositivos aumenten entorno a un 60% en el regreso a la escuela este año, más que el 53% de 2018.

Un aumento causado por la creciente confianza de los consumidores en buscar y comparar ofertas y precios a través de sus

móviles.

Algunos de los resultados arrojados por la encuesta es que el 85% de los consumidores no tienen planes de usar una tecnología emergente como asistentes de voz, texto para com-

prar, realidad virtual o aumentada o chatbot durante la temporada de la vuelta al colegio. Sin embargo, el 88% de los consumidores afirman que visitarán una tienda para comprar. Según Deloitte, los consumidores cada vez son más asiduos a buscar ofertas, y son casi el 90% los que afirman que el precio de un producto es la consideración más importante a la hora de tomar la decisión de compra de un producto.

SENTENCIA DESTACADA

El Tribunal Supremo rescata a miles de arruinados al ampliar la Ley de Segunda Oportunidad

Una sentencia del Supremo acaba de reforzar la llamada Ley de Segunda Oportunidad, ampliando la capacidad de los juzgados de lo mercantil para actuar sobre las deudas contraídas con la Agencia Tributaria y la Tesorería General de la Seguridad Social. La Ley, publicada en el BOE en julio de 2015, dejaba fuera de posible exoneración los créditos de derecho público —contraídos con la administración—, así como los créditos por alimentos contraídos tras un divorcio. El fallo del Supremo viene a corregir la limitación. Fechada el dos de julio, la sentencia desestima el recurso de casación interpuesto por la AEAT contra una sentencia previa de la Audiencia Provincial de Palma de Mallorca (diciembre de 2015) en la que se daba la razón a

una persona que se había acogido a la Ley de Segunda Oportunidad. El fallo no solo deja en manos de los juzgados de lo mercantil el fraccionamiento de la parte no exonerable del crédito público (hasta ahora Hacienda tenía la última palabra), sino que de facto abre la puerta a que a los deudores se les condone más de la mitad de la deuda contraída con las administraciones públicas, en concreto el crédito ordinario y subordinado (intereses, recargos, sanciones y un 50% de la cuota). Mientras que el resto —crédito privilegiado— podrán abonarlo en un plan de pagos fraccionados de hasta cinco años que tenga en cuenta su capacidad económica real. La sentencia no significa que los tribunales puedan condonar el cien por cien de los créditos con la AEAT o la Seguridad Social de quienes se acojan a la norma, pero sí les otorga la capacidad de exonerar un porcentaje que puede llegar a superar el 70% en algunos casos y de ordenar, limitar y cuantificar el fraccionado de los pagos del resto.

BREVES

Durante el primer fin de semana de la campaña de rebajas, los consumidores españoles realizaron un total de 6 millones de búsquedas online, un 4% más que durante el primer fin de semana de rebajas de 2018, y un 154% más de búsquedas que los fines de semana promedio, en los que se suelen registrar en torno a 2,4 millones de búsquedas.

Los españoles cada vez más prefieren ver qué opinión merece una tienda o un producto para otros usuarios antes decidir su compra. Según el Observatorio sobre hábitos en el eCommerce elaborado por Trusted Shops, el 94,6% de los españoles reconoce buscar comentarios de otros consumidores antes de comprar en alguna tienda online. De ellos, el 50% afirma que siempre lo hace, es decir, sólo compra online tras contrastar con comentarios de otros usuarios.

La facturación del ecommerce en nuestro país ha pasado de 2.823 millones de euros a 10.116 millones entre el tercer trimestre de 2013 y el mismo período de 2018, logrando así un crecimiento del 260% en cinco años. Al igual que aumenta la facturación, también crecen los compradores online: en 2018, cerca de 19,4 millones de españoles afirmaba comprar sus productos por Internet, según IAB Spain, lo que supone un crecimiento del 18% respecto al año anterior.

EL SECTOR EN CIFRAS

ICM

El Índice del Comercio Minorista del mes de junio, publicado por el INE, reflejó una variación interanual de las ventas del 0,3% respecto al mismo mes de 2018, lo que supone 2,8 puntos por debajo de la tasa del mes anterior. El índice interanual de ocupación presentó en abril una variación del 1,0%.

ICC

La confianza del consumidor español se situó en el mes de junio en 102,3 puntos, 5,4 puntos por encima del dato del mes anterior. Este notable avance del índice se debe a la evolución positiva de sus dos componentes: así, el índice de situación actual crece en 6,7 puntos y en la valoración de las expectativas se observa un aumento ligeramente menor, +4,2 puntos.

IPC

La tasa de variación anual del Índice de Precios de Consumo (IPC) en el mes de junio se situó en el 0,4%, cuatro décimas inferior a la registrada el mes anterior. (Fuente INE).

Afiliaciones Seg. Social

El Comercio Minorista (G47) cuenta actualmente con 1.923.850 afiliados, de los cuáles 1.403.857 están afiliados al Régimen General y 519.993 afiliados son autónomos. En junio el comercio minorista sube en 30.033 afiliados (29.031,28 en Régimen General y 1.002,23 en autónomos).



CITAS ¡NO PUEDES FALTAR!

Meat Attraction

Cuándo: 17 al 19 de septiembre

Dónde: Ifema (Madrid)

Qué: MEAT ATTRACTION prevé superar las 400 empresas participantes y los 20.000 profesionales del sector de 60 países, en una edición estratégica centrada en la Innovación como motor de la transformación sectorial, con el objetivo de consolidar la comercialización doméstica y la diversificación de mercados internacionales para la exportación de nuestros productos cárnicos.

VII Congreso Nacional Andimac

Cuándo: 23 y 24 de octubre

Dónde: Feria de Valencia

Qué: El Congreso analizará los retos a los que se enfrentará el canal profesional de material de construcción en la nueva década, donde la tecnología es relevante, pero hay otros capítulos que son decisivos. Contra todo pronóstico, el factor humano en la era de la robotización adquiere la mayor importancia.

eShow Madrid

Cuándo: 29 y 30 de octubre

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.

Confecomerç CV impulsa diagnósticos gratuitos entre sus comercios asociados



La Confederació d'Empresaris del Comerç, Servicis i Autònoms de la Comunitat Valenciana (CONFECOMERÇ CV) participó el pasado 11 de julio, en colaboración con otras entidades CEV y FEMEVAL, en la jornada sobre seguridad en los establecimientos comerciales, que contó con la intervención de la Directora General de Industria y Energía, Empar Martínez, que estuvo acompañada por el presidente de Confecomerç CV, Rafael Torres.

La jornada tuvo por objeto dar a conocer el Plan de Seguridad, promovido por la Generalitat Valenciana, al tiempo que se informó de la iniciativa de llevar a cabo diagnósticos gratuitos en los comercios asociados, teniendo la oportunidad de beneficiarse de una completa revisión sin coste alguno, completamente gratuito, de las instalaciones (electricidad, gas, prevención de incendios, agua, salidas de emergencia, etc), a cargo de técnicos especializados y de forma totalmente anónima, preservando la protección de datos de los comercios.

Desde CONFECOMERÇ CV se ha remitido cumplida información a los asociados para poder recoger las inscripciones de todos aquellos

comercios interesados en participar en estos diagnósticos.

El presidente de Confecomerç CV, Rafael Torres ha destacado que "esta campaña debe servir para que el comercio minorista se conciencie del valor de la seguridad en la empresa, en este caso la seguridad de las instalaciones". Torres ha señalado que "gracias a esta actuación los empresarios podrán conocer el estado de sus instalaciones, recibir recomendaciones sobre cómo mejorar su rentabilidad y buscar soluciones más óptimas y eficientes. Y esto se traducirá directamente en una mejora de la competitividad del tejido comercial y, por extensión, de un tejido empresarial más vivo y dinámico, ahondando en el lema de la iniciativa "Un establecimiento seguro es un establecimiento mejor".

Tras las revisiones, que se realizarán en el mes de octubre, se llevará a cabo un completo informe sobre puntos débiles y fuertes en materia de seguridad, para que el empresario disponga de información concreta y precisa y a medio o largo plazo pueda llevar a cabo posibles mejoras o ajustes técnicos.

Demandan exenciones de tasas para favorecer el emprendimiento

El Ayuntamiento de Palencia se ha comprometido con la Confederación Palentina de Organizaciones Empresariales (CPOE) a trabajar para dar respuesta a las peticiones relativas a la modificación de ordenanzas y tasas para adecuarlas a la situación actual. En concreto, los empresarios proponen bonificaciones en el IBI y la actualización de licencias urbanísticas, y de recogida y tratamiento de basuras.

El concejal de Urbanismo, Luis Fernández, manifestó a los empresarios, que su objetivo es «favorecer el emprendimiento y la creación de empleo mediante la agilización de los trámites administrativos». Fernández se comprometió a trabajar «desde ya» para «facilitar la labor de los empresarios y emprendedores palentinos». Además de hacer un repaso por las propuestas que realizaron para el borrador de las Ordenanzas Fiscales 2019, los integrantes de la entidad cameral propusieron al nuevo concejal la posibilidad de incluir determinadas bonificaciones en el IBI, «atendiendo a la situación en la que se encuentre el inmueble», según apuntó Fernández, incluyendo un nuevo apartado para las obras de rehabilitación dentro de la tasa por licencias urbanísticas, y la actualización de otras como ocupación de vía pública, veladores o recogida y tratamiento de residuos.

**Cuéntanos
tus ideas
e iniciativas**

comunicacion@cec-comercio.es

EL DIARIO MONTAÑÉS

El periodo de libre apertura los domingos reabre el debate en el pequeño comercio

El inicio del periodo de la libre apertura dominical, que permite al pequeño comercio subir la persiana todos los domingos y días festivos del verano entre el 15 de julio y el 31 de agosto, ha reabierto el debate sobre las consecuencias que conlleva la adopción de esa medida para empresarios y trabajadores. Un debate en el que los comerciantes ni siquiera estaban interesados en participar hasta que ayer, primer día de la semana en que comenzará a aplicarse este sistema, IU y Comisiones Obreras (CC OO) lanzaron sendos comunicados pidiendo la delimitación o adecuación de la llamada Zona de Gran Afluencia Turística (ZGAT).

La Voz de Galicia

Ayudas para impulsar el comercio de proximidad

La Consellería de Economía, Empleo e Industria ha puesto en marcha una línea de ayudas, dotada con más de 800.000 euros, para impulsar la ecoinnovación en el comercio de proximidad gallego. La presentación de solicitudes estará abierta hasta el próximo 9 de agosto. En virtud de estos apoyos, los propietarios de los negocios podrán adherirse a la plataforma de ticket digital impulsada conjuntamente con la Federación Galega de Comercio, y que permitirá a los clientes acceder a una mayor comodidad a la hora de hacer sus compras, además de reducir el consumo de papel.

EL MUNDO

Una botella ecológica por comprar en los comercios de Soria

Ya ha comenzado la quinta edición del Rally de compras Soriacentro GP. Al comprar en cuatro de los establecimientos participantes se obtienen cuatro sellos que pueden canjearse por una botella ECO de Tupperware. La iniciativa surge de la Federación de Organizaciones Empresariales Sorianas (FOES), en colaboración con la Federación de Empresarios de Comercio de Soria (FECSoria), Centro Comercial Abierto de Soria, Ayuntamiento de Soria, Soria Pura Vida, Soria European City of Sport y Compra en Soria. La concejala de Turismo, Yolanda Santos, insistió en el compromiso del Ayuntamiento con dinamizar el comercio de Soria para la promoción de la imagen de la ciudad y la apuesta por los valores de cercanía y sostenibilidad que caracterizan a los establecimientos sorianos.

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

