



SUMARIO

- 3... La CEC, jurado en el Concurso de Ideas Tecnológicas para el comercio
- 6.... Los ingresos por compras de turistas crecen un 20% hasta septiembre
- 8.... La digitalización de las pymes podría aumentar un 5% el PIB español
- 9.... Las contrataciones navideñas crecerán más de un 7%, según las previsiones Adecco

Acuerdo con la CEC: más de 1.000 comercios de proximidad se han adherido a la red de Parcelshops de GLS en los últimos cuatro meses



El proveedor de paquetería y transporte urgente GLS Spain ha incorporado en los últimos cuatro meses más de 1.000 ParcelShops en su red capilar, tras el acuerdo de cooperación que firmó en abril la compañía con la Confederación Española de Comercio (CEC); mediante éste, se presta apoyo a los comerciantes afiliados para convertir sus establecimientos en puntos de recogida y entrega de paquetes.

La red de ParcelShops de GLS Spain que cuenta ahora con más de 5.500 puntos distribuidos en todo el país, está destinada al público en general y conecta el comercio tradicional con el eCommerce, lo que aporta beneficios a las partes implicadas.

Los más de 1.000 nuevos ParcelShops son mayoritariamente tiendas de

proximidad pertenecientes a una gran variedad de sectores y están establecidos tanto en ciudades como en zonas rurales. En tiempos de auge del comercio electrónico, el comercio tradicional puede así formar parte de la digitalización, adaptarse a los nuevos hábitos de compra de los consumidores y ofrecer un valor adicional a sus clientes.

Beneficios para consumidores, comerciantes tradicionales y tiendas online

Los ParcelShops de GLS son una solución al rápido crecimiento del comercio electrónico. Los compradores por internet pueden aquí recoger sus pedidos de manera cómoda y fiable, sin tener que permanecer en sus domicilios

para recibir los paquetes. Para los comerciantes, es una manera de recibir más visitas de nuevos clientes potenciales, de obtener más visibilidad en la zona y de poder prestar más servicios. Tal y como señala el presidente de la CEC, Pedro Campo, "creemos firmemente que los ParcelShops son una inmejorable manera de que los comercios de proximidad sean parte activa de la digitalización del sector, convirtiendo sus establecimientos en puntos de envío y recogida de paquetes. La buena acogida que ha tenido entre nuestros comerciantes el acuerdo CEC-GLS nos demuestra su predisposición de adaptación a los cambios que se están produciendo en el mercado y en los hábitos del consumidor".

El comercio de proximidad encara la 'maratón de descuentos' que empieza con el Black Friday

Los pequeños y medianos comerciantes afronta desde este mes de noviembre una 'maratón' de descuentos que comienza con el Black Friday y sigue con el CyberMonday, enlazando con una ya debilitada campaña de Navidad y Reyes y culminando con unas rebajas de invierno ya lejanas a los resultados de hace unos años.

Aproximadamente un 40% del pequeño y mediano comercio se unió de una forma u otra en 2018 al Black Friday realizando algún tipo de descuento o promoción en sus negocios, una cifra que preveemos similar este año. Pero más allá de la visibilidad que ofrece esta jornada y del hecho de no quedarse 'descolgado' frente a otros formatos, pocos son los que lo hacen porque les resulte rentable.



Y es que el Black Friday ha trasladado el gasto que los consumidores reservaban para los regalos navideños y las rebajas, adelantando en muchos casos sus compras a los descuentos del mes de noviembre. La presión en los márgenes que impone esta dinámica de descuentos permanentes es insostenible para el

pequeño comercio. Por eso, desde la Confederación aconsejamos a aquellos comerciantes que quieran unirse al Black Friday que lo hagan con descuentos moderados, que no 'revienten' sus márgenes, y que se centren en poner en valor los beneficios del comercio de proximidad.

En una entrevista en la web de Telefónica Empresas, el secretario general de la CEC, Pedro Salafranca, habló sobre la situación del comercio de proximidad.



¿Cuáles son las asignaturas pendientes del comercio en España?

La digitalización es la gran asignatura pendiente. Es importante que los pequeños y medianos comerciantes tengan acceso a herramientas sencillas y asequibles para mejorar el conocimiento de sus clientes y los servicios que les ofrecen.

En esta línea, desde la CEC estamos impulsando varias iniciativas para que el comercio de proximidad no vea mermada su competitividad, como nuestros acuerdos con GLS o con la plataforma de compras al por mayor Somoscompra.

¿Hay algún sobresaliente?

La experiencia que ofrecen a los clientes, basada en un trato personalizado, un conocimiento profundo del producto y la especialización. Y esos valores son los que más se deben seguir potenciando en las tiendas físicas.

¿Cuáles son las amenazas que más preocupan a los intereses generales del comercio urbano y de proximidad?

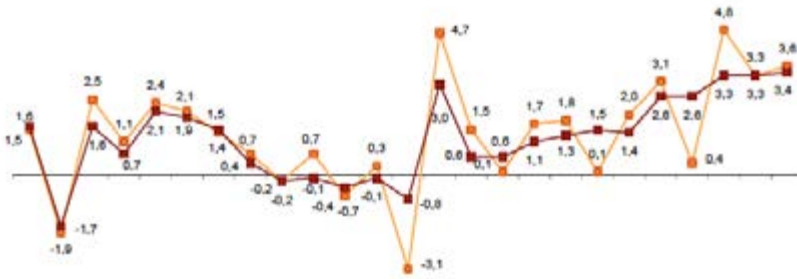
La inestabilidad política y económica y la falta de regulación de los períodos de rebajas afectan más, incluso, que el comercio electrónico.

¿Cómo debería hacer frente el comercio a una ralentización económica?

Nadie pone en duda que ha habido un cambio total en los hábitos de compra o que el ecommerce ha supuesto una revolución. Ahora bien, nadie se imaginaría una calle sin comercio tradicional, y muchos estudios recientes apuntan en esta misma línea de coexistencia del pequeño comercio con otros canales de venta. Creemos firmemente que tenemos más fortalezas que debilidades, y que el comercio de 'barrio' aún muchos valores que debemos seguir ensalzando y defendiendo.

Puedes leer la entrevista completa pinchando aquí: <https://empresas.blogthinkbig.com/digitalizacion-pequeno-y-mediano-comercio/>

Las ventas del comercio minorista crecen un 3,6% en septiembre



El crecimiento de las ventas del comercio minorista, del 3,6% frente al mismo mes del año anterior, es sin duda un buen dato, animado especialmente por las compras de 'equipamiento personal' ante el inicio de la temporada escolar y la llegada del frío. La tasa se sitúa así tres décimas por encima de la del mes anterior.

Eso sí, las empresas unilocalizadas son, una vez más, las que menos crecen, con un aumento interanual del 2,3%, frente al crecimiento de pequeñas cadenas (+6,5%); grandes cadenas (+5,1%); y grandes superficies (+3%).

Por tipo de productos, en tasa interanual sube en la serie original tanto en Alimentación (0,4%) como en Resto de productos (6,8%), dentro de esta categoría suben todos los formatos Equipo Personal (5,0%), Equipo del Hogar (2,5%) y Otros Bienes (6,0%).

Por territorio, Las ventas suben en tasa anual en todas las comunidades autónomas en septiembre. Comunidad de Madrid (7,6%), Galicia (4,7%) e Illes Balears (4,0%) registran los mayores aumentos. Por su parte, Canarias (0,3%), Castilla y León y Extremadura (ambas con 0,9%) presentan los menores incrementos.

En lo relativo a la ocupación del sector, presentó en septiembre una variación del 0,9% respecto al mismo mes de 2018. Esta tasa es una décima inferior a la registrada en agosto.

La CEC, jurado en el Concurso de Ideas Tecnológicas para el comercio



La Confederación Española de Comercio va a participar como jurado en la segunda edición del 'Concurso de Ideas Tecnológicas para el Comercio Minorista', una iniciativa del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo que premiará las mejores ideas de modernización de los negocios comerciales. En concreto, será Carlos Moreno-Figueroa, tesorero de la CEC y Secretario General de FECE, quien representará a nuestra organización en esta iniciativa. Las categorías del concurso son:

- Ideas orientadas a la tecnificación de los negocios comerciales con venta presencial.
- Ideas orientadas a la tecnificación de las empresas que gestionen dos canales: el canal presencial y el canal online para comercializar sus productos.
- Ideas orientadas a dotar de soluciones tecnológicas las áreas comerciales urbanas, los establecimientos comerciales colectivos y/o los mercados de los municipios españoles.
- Ideas orientadas a dotar de soluciones tecnológicas para la transformación digital del comercio en áreas comerciales rurales.

Somoscompra, la plataforma B2B para aumentar la competitividad de tu comercio

somoscompra[®]
POWERED BY CEC AND ZENTRADA AL POR MAYOR

Ventajas para el comercio

- Acceso a más de 500 proveedores de toda Europa
- Catálogo de más de 400.000 productos
- Inscripción gratuita
- Aumenta la rotación de tu stock y la competitividad de tu comercio
- Atención personalizada en español

Por ser miembro de la CEC, tienes acceso premium gratuito

- Te beneficiarás de envíos gratuitos de proveedores nacionales y muchas más ventajas
- Puedes darte de alta como asociado PREMIUM mediante el código [somos-CEC-300619](https://www.somoscompra.com) en www.somoscompra.com.

Los comerciantes de FECE denuncian que Amazon y otros marketplaces no retiran los electrodomésticos viejos al entregar los nuevos



La Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE), organización asociada a la CEC, ha denunciado que Amazon y otras tecnológicas incumplen el Real Decreto sobre residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), que obliga a los distribuidores a recoger gratuitamente los aparatos viejos al adquirir uno nuevo.

La denuncia fue presentada ante el Área de Disciplina Ambiental de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la

Comunidad de Madrid el pasado abril, y en ella señalan que Amazon "no se responsabiliza de la recuperación de los dispositivos usados". En concreto, FECE, que engloba a las asociaciones regionales y distribuidores de electrodomésticos,

acusa a la plataforma de comercio digital de vulnerar el artículo 22 del decreto, que establece la obligación del distribuidor de recoger el viejo aparato cuando se adquiere uno nuevo, recogida que en el caso de los comercios a distancia ha de realizarse en el punto de entrega del aparato o en el domicilio del comprador, siempre de forma gratuita.

El incumplimiento del decreto afecta también al artículo 11, en virtud del cual, "los distribuidores que realicen tanto venta presencial como a

distancia, difundirán la información relativa a la correcta recepción de RAEE en sus establecimientos, y a su recogida en los hogares de los consumidores", cometido informativo que, según FECE, la tienda electrónica "no realiza".

Los dispositivos electrónicos contienen materiales que pueden ser reciclados, por lo que el incumplimiento de la normativa conlleva "un alto coste medioambiental, pérdida de empleo y competencia desleal", al no realizarse un correcto control del residuo, subraya la entidad.

FECE, en colaboración con la Fundación Ecolec -organización sin ánimo de lucro para el reciclaje de RAEE- han contribuido a la correcta gestión de más de 26.000 toneladas de estos residuos durante 2018, un 1% más que en 2017, gracias a los más de 6.000 puntos de recogida que gestionan de forma conjunta.

La Asociación para la Defensa de Marca (ANDEMA) celebra su 30 aniversario



La Asociación para la Defensa de Marca (Andema) ha celebrado sus primeros 30 años de vida. Rosa Tous, presidenta de Andema y vicepresidenta corporativa

de TOUS, reivindicó el trabajo serio, responsable y riguroso, en defensa de las marcas, que ha realizado Andema durante tres décadas. "En Andema estamos convencidos de

que nuestro trabajo tiene sentido si somos útiles a nuestros asociados, si creamos valor añadido para ellos con todo lo que hacemos. Tenemos vocación de servicio". Tous también llamó la atención sobre dos elementos clave en el trabajo de Andema: por un lado las alianzas y la colaboración con empresas e instituciones para ser más eficaces; por otro, ha reivindicado el papel de las asociaciones para lograr objetivos comunes.

Cursos online 100% gratuitos



Confederación Española de Comercio



Mejora tus competencias digitales con nuestros cursos TIC

✓ ¡Consulta los sectores y temáticas disponibles, solicita tu plaza y mejora como profesional!

¿Eres autónomo?

✓ ¡Te ayudamos a sacarle partido a tu empresa con nuestros cursos online!

✓ Analítica web, marketing y comercio electrónico, diseño... ¡Encuentra el curso que mejor se adapte a tus necesidades!



TRABAJADORES Y AUTÓNOMOS

Consulta los requisitos de acceso.



INSCRIPCIÓN ABIERTA

¡Solicita ya tu plaza!



DIPLOMA ESPECIALIDAD SEPE

Tras superar el curso con éxito, recibirás un Diploma de Aprovechamiento reconocido por el SEPE.



CURSOS ONLINE

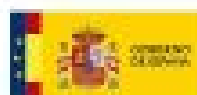
Fórmate a tu ritmo, con profesionales y desde cualquier lugar.

» ¿Hablamos? ¡Contacta con nosotros para más información! «

☎ 670 831 630 ☎ 918 273 242 ✉ formacion1@cec-comercio.es

Formación 100% subvencionada por:

Proyecto promovido por la Confederación Española de Comercio



MINISTERIO DE ECONOMÍA Y ASUNTOS EXTERIORES

SEPE

SEPE



Confederación Española de Comercio

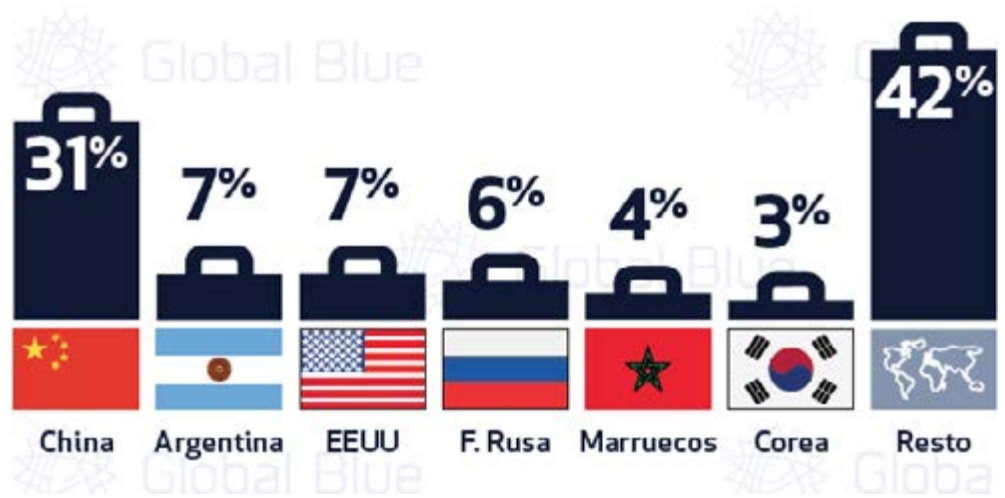
Recuerda que esta formación **NO** es bonificada, está subvencionada y es completamente gratuita. Cursos con **plazas limitadas**.

Los ingresos por compras de turistas de larga distancia crecen un 20% hasta septiembre impulsados por un buen verano y el turismo asiático

Los ingresos por compras de turistas de largo radio crecieron un 20% hasta septiembre impulsados por las buenas cifras del verano y el aumento de llegadas de nacionalidades asiáticas como la hongkonesa y la coreana, que crecieron un 63% y 57% respectivamente. Son solo algunos de los datos del Barómetro de compras de Global Blue, primer operador internacional de tax free. Esta edición del barómetro recoge como novedad los primeros datos desde que se eliminó el importe mínimo para la devolución del IVA a los turistas extracomunitarios, una medida promovida por la CEC y que entró en vigor en 2018.

Las nacionalidades hongkonesa y coreana entran por tanto en el top 10 de visitantes extracomunitarios que más ingresos en compras dejaron en nuestro país, ambas representando un 3% del gasto de extracomunitarios en esta actividad.

Por su parte, la china continuó siendo la principal nacionalidad por gasto en shopping, representando tres de cada diez euros del total de compras tax free en España. Después de los chinos, los argentinos y estadounidenses, con un 7% del total de las ventas cada uno, son la segunda y tercera nacionalidad que más gasta en compras en nuestro país, si bien su presupuesto se vio impactado de manera desigual por el comportamiento de su divisa. Así, la devaluación del peso argentino influyó



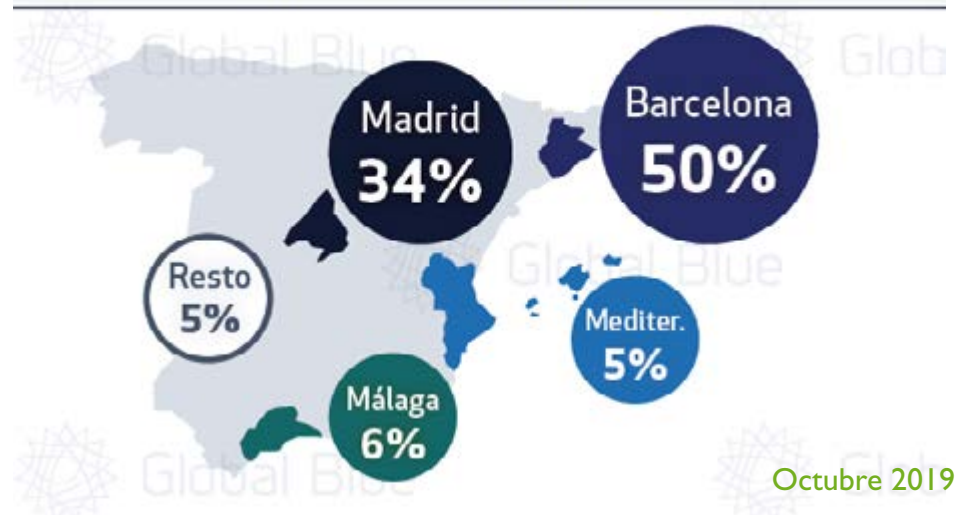
en que el gasto en shopping de los primeros se redujera un 1% en los nueve primeros meses del año, mientras que la fortaleza del dólar frente al euro motivó que los turistas norteamericanos incrementaran un 53% su gasto en compras hasta septiembre. También en una dinámica positiva de gasto se encuentran los turistas rusos (+7%), una de las nacionalidades más rentables para España por su perfil de turista de alto poder adquisitivo.

Madrid y Barcelona, como destinos de referencia para los turistas

de shopping en nuestro país, crecieron ambos por encima del 20%, concentrando entre los dos más de ocho de cada diez euros del gasto de extracomunitarios en compras.

Por sectores, moda y complementos fueron los artículos más buscados, destinando unos seis de cada diez euros del presupuesto a estos productos que incrementaron sus ventas un 21% respecto al mismo periodo del pasado año. Por su parte, joyería y relojería creció un 27%, siendo la segunda categoría más demandada por los turistas de largo radio.

GASTO EN SHOPPING POR CIUDADES ENERO - SEPTIEMBRE 2019



Comercios y bares, las pymes que más empleo crearán en los próximos cinco años

Dependientes y propietarios en tiendas y almacenes	97.684
Camareros y cocineros propietarios y asalariados de restauración	86.796
Profesionales de la enseñanza no universitaria	61.349
Ayudantes de preparación de alimentos	57.153
Profesionales de apoyo en finanzas, matemáticas, CC Sociales y TIC	50.005
Trabajadores especializados en electricidad y electrotecnología	37.593
Trabajadores de los cuidados a las personas en residencias	36.845

Las pymes españolas precisarán de casi un millón de empleados adicionales en los próximos cinco años, de acuerdo a un estudio elaborado por Randstad y Cepyme. Pese a la desaceleración de la creación de empleo, que en agosto marcó su nivel más bajo desde que se inició la recuperación del mercado laboral en 2014, la contratación por parte de las pequeñas y medianas empresas seguirá en los próximos años.

De acuerdo con el informe, las medianas empresas precisarán más de 312.000 trabajadores, mientras que las pequeñas verán como sus necesidades se elevan hasta por encima de los 372.000 en los próximos cinco años y las micropymes demandarán otras 288.000 personas. Por sectores, los empleos administrativos, cuidado

de personas y comercio tendrán las mayores demandas de empleo entre las ocupaciones que precisan de una cualificación media, si bien entre las de cualificación elevada se demandarán profesionales de la enseñanza, ciencias e ingeniería.

Las ocupaciones más demandadas hasta 2024 serán dependientes en tiendas y almacenes (97.684 puestos en los próximos cinco años), camareros y cocineros (86.796), seguidos de profesores de enseñanza no universitaria (61.349) y ayudantes de preparación de alimentos.

El informe de Cepyme y Randstad recuerda que el 17% de la población activa está por encima de los 55 años, una circunstancia que puede afectar en los próximos años a algunas ocupaciones que pueden llegar a tener problemas de reemplazo.

Se ralentiza la creación de empresas en el comercio

El comercio ha creado un total de 12.336 nuevas empresas entre enero y septiembre de 2019, lo que supone un descenso del 4,1% respecto al mismo periodo del año anterior (12.869), según datos del 'Estudio sobre Demografía Empresarial' publicado por Informa D&B.



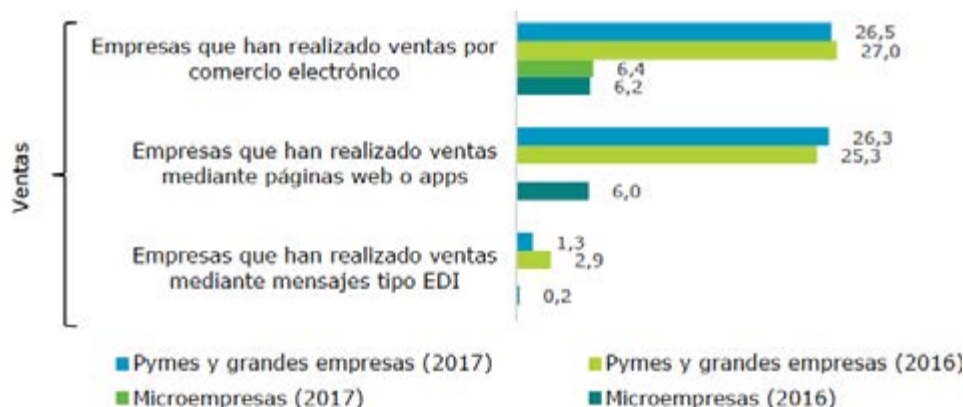
En concreto, el comercio minorista ha cerrado los nueve primeros meses del año con 7.941 nuevos operadores, un 3,3% menos que en 2018, mientras que el retail al por mayor ha reducido su tasa de constitución de empresas un 5,6%, hasta quedarse en 4.395 firmas. El comercio es el segundo sector que más nuevas empresas ha creado entre enero y septiembre de este año, solo superado por la construcción y actividades inmobiliarias (15.900).

El sector minorista ha incrementado su volumen de inversión interanual un 28,5%, hasta los 149,8 millones de euros, mientras que el aumento en el comercio al por mayor ha sido del 4,1%, alcanzando los 49,8 millones.

AYUDAS, INCENTIVOS Y SUBVENCIONES EN VIGOR PARA AUTÓNOMOS Y PYMES

Comunidad	País Vasco	Valencia	España	Galicia
Ayuda	Ayudas e incentivos al emprendimiento comercial	Diagnósticos de Innovación Comercial	Línea ICO Crédito Comercial 2019	Subvenciones Red de Comercios y Mercados en el Camino
Beneficiario	Emprendedores	Autónomos, microempresas, pymes...	Autónomos y empresas con domicilio social en España	Comercios minoristas que desarrollen su actividad en algún ayuntamiento por el que transcurra alguno de los Caminos de Santiago
Plazo	14/11/2019	15/11/2019	31/12/2019	8/11/2019
Organismo	Consejería de Turismo, Comercio y Consumo	Cámaras de Comercio de la C.V	Instituto de Crédito Oficial	Xunta de Galicia

Tan solo un 6,4% de las microempresas de comercio usa el ecommerce para sus ventas



El volumen de microempresas del sector que realizó ventas por comercio electrónico fue de tan solo un 6,4% del total en 2017, lo cual supone un crecimiento de tan solo el 0,2% con respecto a 2016. Es uno de los datos que ofrece el [Informe ePyme 2018](#), publicado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (ONTSI).

El comercio de proximidad queda así muy lejos con respecto al número de pymes y grandes empresas que realiza ventas a través de comercio

electrónico, que en este caso fue de un 26,5%, si bien esta cifra representa un ligero descenso con respecto al año anterior (27%).

Mucha más penetración en las pymes de comercio tiene el uso de las redes sociales. La penetración de las redes sociales es casi universal, aunque se han producido ligeros descensos en los porcentajes con respecto al periodo anterior. Así, el 96,2% de las pymes y grandes compañías (-0,8 p.p.) y el 97,1% de las microempresas (-2,3 p.p.) hicieron uso de ellas en 2018.

La digitalización de las pymes podría aumentar un 5% el PIB español

La digitalización de las pymes podría aumentar un 5% el PIB español, según se puso de relieve en la jornada 'La digitalización de la pyme, ¿por dónde empezar?' organizada por Orange y la Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (Cepyme).

El secretario general de Cepyme, Pedro Fernández Alén, destacó que la digitalización "no es una opción, sino una necesidad para las pymes". Además, durante su intervención se refirió a las dificultades que estas empresas encuentran al abordar los procesos de digitalización: "el coste de la implantación de las nuevas tecnologías, la ausencia de personal cualificado o el desconocimiento de las ofertas son las principales barreras que encuentran las pymes a la hora de abordar su digitalización. Estas dificultades se multiplican a tiempo que disminuye el tamaño de las empresas, siendo las microempresas (de 1 a 9 trabajadores) las que mayores obstáculos encuentran".

Además, Fernández Alén confirmó que las pymes necesitan la información y el asesoramiento adecuados "para adoptar las herramientas que más se adecuan a sus necesidades".

Andrés Posada, director de Marketing de Orange Empresas, ha anticipado el lanzamiento para los socios de CEPYME de la iniciativa gratuita de formación en competencias digitales "[Sé + Digital](#)".

El comercio electrónico supera en España los 10.900MM€ en el primer trimestre

La facturación del comercio electrónico sigue al alza en España. Durante el primer trimestre de 2019 se han facturado 10.969 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 22% interanual, según los datos disponibles en el portal CNMCDData.

En el primer trimestre de 2019 se han registrado más de 203 millones de transacciones, un 29,9% más que en 2018. Los sectores de actividad con mayores ingresos han sido:

- Las agencias de viajes y operadores turísticos: 15,0%.
- El transporte aéreo: 9,1% de la facturación total.
- Moda: 5,9% de la facturación total.

El 52,1% de los ingresos del primer trimestre de 2019 se han generado en webs de España, mientras que el 47,9% restante corresponde a compras internacionales.

Las contrataciones navideñas crecerán más de un 7%, según las previsiones de Adecco



"La tendencia a la desaceleración en la creación de empleo que se ha visto durante los tres primeros trimestres del año tendrá un impacto menor en la campaña de Navidad". Esto es lo que creen los técnicos del Grupo Adecco, que estiman que entre los próximos meses de noviembre y enero (ambos incluidos) se firmarán en España 1,1 millones de contratos de puesta a disposición, que son los que realizan las empresas de trabajo temporal.

Esto supondrá un crecimiento de la contratación del 7,3% respecto a la campaña navideña del año pasado, si bien se trata de un porcentaje algo inferior al que se registró entonces,

cuando los contratos aumentaron un 8,1% en comparación con la campaña 2017-2018, debido a que el comportamiento de los contratos fue mucho mejor del esperado inicialmente.

Según las previsiones de Adecco, Cataluña concentrará el mayor número de contrataciones, con unos 214.600 contratos, un 9,5% más que en la campaña del año pasado, seguida por Madrid, donde este tipo de empleo temporal se incrementará un 15% hasta los 188.000 contratos. A ellas dos se suman la Comunidad Valenciana y Murcia, con 144.500 y 143.500 contratos, respectivamente,

concentrado entre las cuatro casi la mitad de las contrataciones del país.

Adecco prevé, además, que la duración de los contratos en esta campaña navideña sea superior a la de los últimos años, por el inicio temprano de las contrataciones por los descuentos del Black Friday (29 de noviembre), hasta las rebajas de finales de enero. Un 17% de las contrataciones (más de 195.000) podría prolongarse tras la campaña, según los cálculos de Adecco.

El sector del gran consumo (belleza, sector del lujo, electrónica, juguetería, perfumería y cosmética) concentrará la mayoría de las contrataciones extra, donde la demanda de trabajadores llega a aumentar hasta un 40% respecto al resto del año, ya que muchas empresas concentran hasta la mitad de sus ventas anuales en Navidad. Le siguen los sectores del comercio electrónico, donde los contratos se incrementan hasta un 25% de noviembre a enero, y el de la logística, transporte y comercio minorista (15% más de empleo).

La demanda de crédito de empresas y hogares cae por primera vez desde 2013

La demanda de crédito de hogares y empresas cayó en el tercer trimestre del año por primera vez desde 2013. Por su parte, en el conjunto de la zona euro el consumo de financiación aumenta en el caso de los hogares y se mantiene estable para las empresas. Así consta en la encuesta sobre

préstamos bancarios publicada por el Banco de España, con la información recabada de las 10 principales entidades financieras del país. Además, los bancos han endurecido los criterios de concesión para las pequeñas y medianas empresas por la mayor percepción de riesgo.

La presión fiscal en España supera la media de la Unión Europea

El Instituto de Estudios Económicos (IEE) ha publicado el Índice de Competitividad Fiscal, documento en el que sostiene que la presión impositiva en España es un 8% superior a la de la media de la Unión Europea. En concreto, tan solo solo 13 países de los 36 analizados tienen un sistema fiscal con menor competitividad que el español.

Distintos organismos ya asumen la desaceleración y recortan sus previsiones de crecimiento

El Banco de España publicó a finales de septiembre sus nuevas proyecciones para la actividad nacional, en las que recorta con fuerza sus pronósticos para el crecimiento del PIB nacional al 2% en 2019, cuatro décimas menos de lo que pensaba en junio. Para el año que viene el deterioro es de dos décimas, al 1,7%, y para 2021 la rebaja es de una décima, al 1,6%.

Por su parte, la Fundación de las Cajas de Ahorros (Funcas) ha rebajado hasta el 1,9% su previsión de crecimiento del PIB para este año, lo que supone una caída de tres décimas respecto a su anterior estimación, y apunta a un "cambio de ciclo" en la economía, pero no a una recesión. Para 2020, ha situado el crecimiento en un 1,5%.

Por último Antonio Garamendi, presidente de la CEOE, no descarta que la economía española crezca por debajo del 2% en 2019, asegurando que España se encuentra inmersa en una desaceleración que podría moderar el crecimiento económico.

Previsión crecimiento del PIB en 2019

BANCO DE ESPAÑA

2%

FUNCAS

1,9%

CEOE

< 2%

Nueva directiva de pagos: la EBA aplaza al 31 de diciembre de 2020 la plena aplicación



La Autoridad Bancaria Europea (EBA), tras recibir y escuchar a todos los implicados (comercios, bancos y medios de pago, entre otros), ha decidido ampliar en 15 meses el plazo para la completa implantación de la directiva de servicio de pagos conocida como PSD2 (Payment Service Directive). De esta forma, el plazo para su completa aplicación,

sobre todo para el pago online, se ha fijado para el 31 de diciembre de 2020. La EBA tenía previsto que esta normativa fuera operativa al 100% el 14 de septiembre de 2020, justo 12 meses después de que la directiva europea entrara en vigor. Pero tras escuchar al sector financiero y a los comercios, este plazo se ha ampliado unos meses.

El objetivo de la EBA ha sido desde el principio que la aplicación de esta norma de pagos se implementara en toda Europa a la vez, dada su complejidad y la interconexión que existe en todo el mundo en las compras online.

Desde Europa

Relaciones tras el Brexit

La Comisión Europea ha publicado un completo documento que recoge los pasos que deben seguir las pymes en caso de Brexit, es decir, cómo actuar ante la salida del Reino Unido de la Unión Europea. En ese momento, las empresas españolas que hagan negocios con Reino Unido tendrían un trato diferente a efectos de aduana, lo que influiría directamente en las relaciones comerciales. [Puedes leer aquí en español el documento completo de la Comisión Europea con las recomendaciones para pymes ante el Brexit.](#)

Los europeos prefieren pagar en efectivo

Los ciudadanos europeos aún muestran desconfianza al compartir datos bancarios a cambio de beneficios comerciales, al menos el 58% de ellos, por lo que buena parte prefiere pagar en efectivo. La cifra es la más importante del informe 'Construyendo un mercado de pagos europeo viable', elaborado por PwC, a partir de una encuesta a consumidores en diez países de la Unión Europea. Según el estudio, el 47% de los consumidores europeos prefiere el uso del dinero en efectivo para pagar frente a cualquier otro método electrónico. De los pagos que se hacen por medios electrónicos, el 43% son transferencias y domiciliaciones; 43% tarjetas de débito; y 14%, fundamentalmente, con tarjetas de crédito.

España pierde casi 300.000 jóvenes empresarios en una década

El tejido empresarial envejece: se dispara hasta en un 25% el número de autónomos mayores 45 años, los que sufrieron más el impacto de la crisis

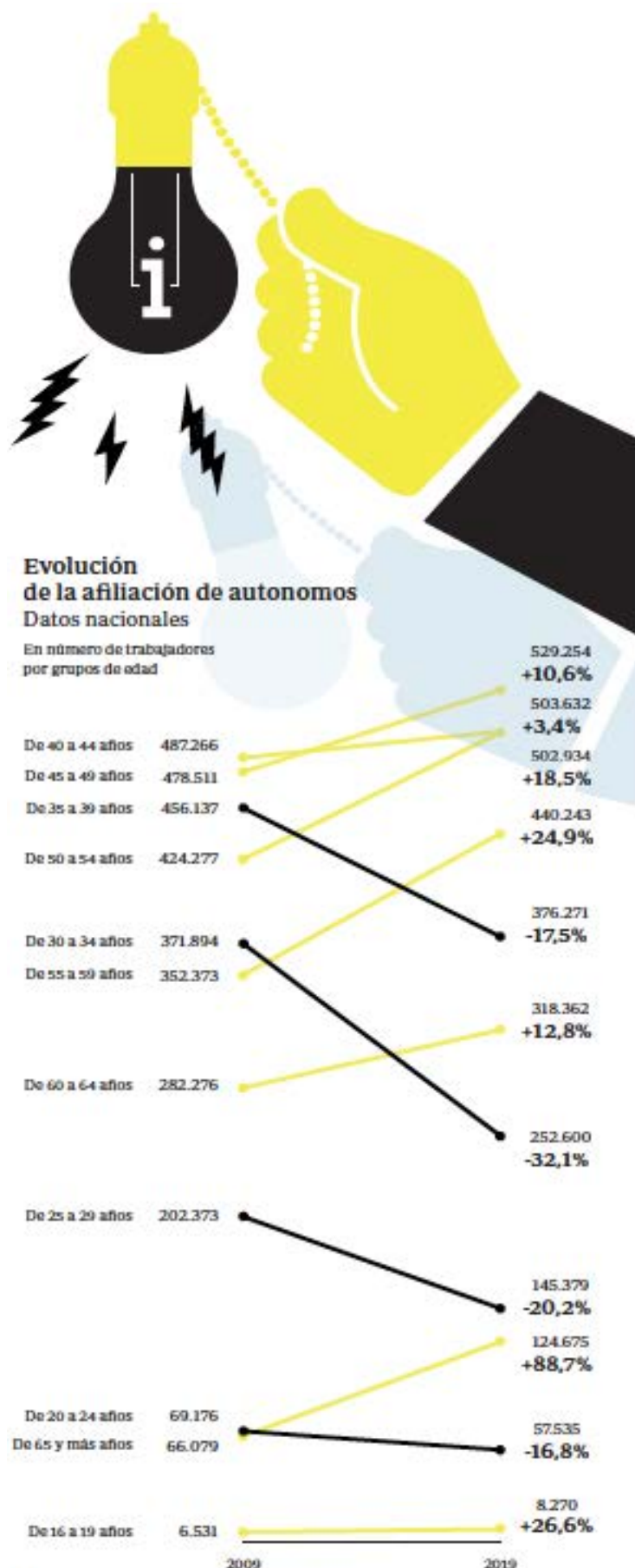
En la última década España ha perdido 267.795 jóvenes empresarios. A excepción de la franja de edad entre 16 y 19 años, los menores de 40 años han perdido afiliados en la Seguridad Social en los últimos 10 años. El descenso ha sido del 32,1% en la franja que va de los 30 y 34 años y del 17,5% entre 35 y 39 años, es decir en este caso casi 80.000, según datos de ATA, la organización de autónomos, que toma como referencia el último día de agosto de 2009 y 2019.

Por el contrario, los autónomos de más de 40 años se han incrementado en los últimos diez años. Un aumento que se explica, por un lado, por la consolidación de los negocios por parte de los profesionales de esta edad y, por otro, por las nuevas altas de efectivos de más de 45 años, los que sufrieron más las embestidas de la crisis y terminaron encontrando en el autoempleo una salida profesional que acabó en éxito.

La jubilación activa se dispara

Crece, por tanto, la edad media del tejido empresarial en España sustentada por medidas como la jubilación activa, que permite trabajar y cobrar pensión con la finalidad última de contribuir a la sostenibilidad del sistema de pensiones y promover el envejecimiento activo. En diez años se ha duplicado el número de autónomos de más de 65 años, que ha pasado de 66.079 en agosto de 2009 a 124.675 en agosto de 2019. En el mismo periodo el incremento de pensionistas pone de manifiesto cómo la jubilación activa ha hecho que este incremento en los últimos cinco años haya sido menos de la mitad (un 5,9%) que en los asalariados en los últimos cinco años (14,7%).

Para Lorenzo Amor, presidente de ATA, es fundamental "facilitar el reemprendimiento para que un fracaso no sea un abandono definitivo de la carrera empresarial". Hay que fomentar, dice, el relevo generacional y la sucesión empresarial eliminando completamente el impuesto de sucesiones y donaciones para transmisiones empresariales entre familiares.



BREVES

El 47% de los españoles afirma que las redes sociales influyen en su decisión de compra, y un 64% valoran positivamente los comentarios que otros usuarios publican en las redes, considerando que estos sí afectan a la toma de decisión. Así lo recoge el Estudio Anual de Redes sociales de 2019 elaborado por IAB Spain con la colaboración de Elogia.

El consumidor español se ha vuelto más moderado y prudente a la hora de comprar. Según el Observatorio Cetelem Consumo España 2019, el gasto medio ha descendido este año de forma generalizada, en torno a un 7% en ciertos sectores, a pesar de que el número de compradores continúa aumentando. La intención de compra de cara a los próximos doce meses está liderada por los viajes (80%) y los productos de deporte (73%).

Los cántabros, gallegos, castellano-leoneses y riojanos son los ciudadanos españoles que más compran online, según se desprende del segundo Observatorio sobre hábitos en eCommerce de Trusted Shops. En concreto, Cantabria se sitúa a la cabeza, comunidad donde el 33,3% de los encuestados realiza compras por Internet como mínimo una vez a la semana. A continuación, Galicia y Castilla y León aparecen empatados con un 31,2%, y La Rioja con un 30,8%.

EL SECTOR EN CIFRAS

ICM

El Índice del Comercio Minorista del mes de septiembre, publicado por el INE, reflejó una variación interanual de las ventas del 3,6% respecto al mismo mes de 2018, lo que supone tres décimas por encima de la tasa del mes anterior. El índice interanual de ocupación presentó en agosto una variación del 0,9%.

ICC

La confianza del consumidor español se situó en el mes de septiembre en 80,7 puntos, 5,3 puntos por debajo del dato del mes anterior. Este nuevo descenso se debe a la evolución negativa de sus dos componentes: el índice de situación actual y la valoración de las expectativas. El ICC vuelve a situarse así en valores similares a los de los primeros meses del año 2014.

IPC

La tasa de variación anual del Índice de Precios de Consumo (IPC) en el mes de septiembre se situó en el 0,1%, dos décimas por debajo a la registrada el mes anterior. (Fuente INE).

Afiliaciones Seg. Social

El Comercio Minorista (G47) cuenta actualmente con 1.923.055 afiliados, de los cuáles 1.407.160 están afiliados al Régimen General y 515.895 afiliados son autónomos. En septiembre el comercio minorista bajó en -37.722 afiliados (baja -35.965 en Régimen General y baja -1.757 en autónomos).



CITAS ¡NO PUEDES FALTAR!

Mobile Commerce Congress

Cuándo: 7 de noviembre

Dónde: Cines Palacio de Hielo (Madrid)

Qué: Madrid acoge la 7ª Edición del Mobile Commerce Congress (#MCCES19), el evento a la vanguardia en España sobre las tendencias que están por llegar. El horizonte 2020 será el año de la apuesta por el B2B, el año en el que la industria recoge el guante del comercio electrónico para aplicar todo ese conocimiento y tecnología generado en la 'Era B2C' para llevar el Business to Business a la próxima generación. Puedes conseguir tus invitaciones gratuitas aquí: <https://ecom-mercenewstickets.com/es/events/mobile-commerce-congress-2019>

Premios Cepyme

Cuándo: 6 de noviembre

Dónde: Auditorio Banco Santander

Qué: La Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa celebra la entrega de los Premios Cepyme en su sexta edición, unos galardones que promueven el reconocimiento social de la figura del empresario y divulgan su labor al servicio de la sociedad.

Logistics & Distribution

Cuándo: 13 y 14 de noviembre

Dónde: Ifema (Madrid)

Qué: El desarrollo tecnológico y la innovación están liderando el camino en el dinámico campo de la logística y distribución. Las mayores empresas del sector logístico se darán cita en Madrid en una nueva edición del Logistics&Distribution que se celebrará en IFEMA de la mano de Empack, un salón dedicado a la industria de soluciones de envases y embalajes.

Flores solidarias para la investigación del cáncer de mama

La Asociación Española de Floristas (AEFI) ha diseñado un ramo de flores especial con el nombre "Por ellas" con motivo del Día Mundial Contra el Cáncer de Mama (19 de octubre). Por cada ramo vendido, con un precio de venta al público de 30 euros, las floristerías han donado 5 euros al Grupo GEICAM de Investigación en Cáncer de Mama. La recaudación irá destinada de manera íntegra al proyecto de investigación promovido por el Grupo "Cáncer de mama y el deseo de ser madre", impulsado para ayudar a las más de 1.400 mujeres españolas que cada año desean ser madres durante o tras un cáncer de mama.

CECOBI, Premio Emilio Castelar por su compromiso con el comercio

La Confederación Empresarial de Comercio de Bizkaia, CECOBI, ha sido premiada en Sevilla, en la IX Edición de los Premios Emilio Castelar a la Defensa de las Libertades y El Progreso de los pueblos, por su compromiso con el apoyo al comercio. La Fundación por el Progreso y la Igualdad busca con estos galardones reconocer de manera pública el trabajo de personas, instituciones y organizaciones en defensa de las libertades, los derechos humanos y el progreso de los territorios, y considera que el trabajo de CECOBI en favor de los pequeños y medianos comerciantes "es un ejemplo claro de impulso a la economía y el progreso de los territorios".

Los clientes del pequeño comercio tendrán dos horas de aparcamiento gratis en Palma

Los clientes que compren en los pequeños comercios de Palma adscritos a las patronales Pimeco y Afedeco tendrán a partir de este martes dos horas de uso gratuito de los aparcamientos municipales. Las patronales distribuirán a su afiliados interesados los bonos de aparcamiento de dos horas a mitad de precio para que puedan ofrecer aparcamiento gratuito a sus clientes. De los 5.500 bonos emitidos, 1.500 unidades son para el de Parc de la Mar; 2.000 unidades son para los aparcamientos de Sa Riera, Santa Payesa y Manacor y 2.000 son para los aparcamientos de Vía Roma, Marqués de la Senia, Conde de Ampurias y Comptat del Rosselló.

Andimac crea a 'Rober Reform' para potenciar el culto al cuidado del hogar



La Asociación Nacional de Distribuidores de Cerámica y Materiales de Construcción (Andimac), a través de su iniciativa Cuida Tu Casa, ha creado la figura de Rober Reform, la cara bonita de la reforma, para potenciar el culto al cuidado del hogar. Andimac presentó públicamente esta iniciativa en el marco de

su VII Congreso Nacional, que se celebró los días 23 y 24 de octubre en la Feria de Valencia.

La nota con la que los españoles puntúan la calidad de vida dentro de sus viviendas no llega al 7, según la última edición del estudio **Quiero Vivir Mejor**, lo que muestra una falta de cultura en torno al bienestar en

el hogar. Y es que mientras que en nuestro país se dedica el 5% del presupuesto familiar disponible al cuidado y mantenimiento de los vehículos, tan sólo se destina el 1,5% a la mejora de los hogares.

Rober Reform se valdrá del humor y de un tono desenfadado para a través de mensajes rigurosos acercar el comercio especializado en materiales de construcción al usuario final y, con ello, mejorar el bienestar dentro de casa. Esta nueva figura se trata de un asesor técnico certificado que luchará contra las malas prácticas en reforma, promoverá buenos hábitos y fomentará los valores del comercio especializado en distribución de materiales frente a espacios masificados e impersonales.

La Xunta crea una red de comercios del Camino de Santiago



La Xunta de Galicia ha puesto en marcha una iniciativa de apoyo al comercio minorista que se desarrolla en torno al Camino de Santiago. Se llama Red de Comercios y Mercados en el Camino y beneficiará a comerciantes de los 138 municipios por los que transcurren las distintas rutas de peregrinaje. Tiene como objetivo hacer más atractivos los negocios, mejorando así su competitividad.

Y es que los más de 300.000 peregrinos que recorren cada año la ruta que culmina en la Plaza del Obradoiro son un filón para la economía gallega. Se gastan cada día unos 38 euros de media entre alimentación,

alojamiento, farmacia y ocio, según los últimos datos proporcionados por la Federación de Asociaciones de Amigos del Camino de Santiago. Esto supone algo más de 1.000 euros de media por caminante.

Los peregrinos gastaron un total de 182,5 millones de euros en pequeños establecimientos regentados por autónomos en Galicia. Los datos van más allá y revelan que cada persona que recorre el Camino supone el mismo impacto económico que 2,3 turistas nacionales. Además, cada euro que gasta genera un 11% más de producto y hasta un 18% más de empleo.

El comercio de Albacete realiza la campaña 'Tu compra suma 3'



La Federación de Comercio de Albacete, con el apoyo del Ayuntamiento de la ciudad, puso en marcha durante el mes de octubre la campaña 'Tu compra

suma 3', a través de la que se repartieron bonos de 3 euros por compras superiores a 20 euros realizadas en los comercios adheridos. En total participaron en torno a un centenar de comercios, para los que se crearon códigos QR personalizados. Tal y como detallan las bases del concurso, la asociación tenía previsto repartir 21.000 euros en bonos canjeables.

Lograr la declaración del Día Mundial del Pequeño Comercio: el objetivo de la nueva campaña de Confecomerc CV



Que se declare el Día Mundial del Pequeño Comercio: este es el objetivo de la iniciativa que ha puesto en marcha la Confederación de Empresarios del Comercio, Servicios y Autónomos de la Comunitat Valenciana.

Bajo el lema "Es tu turno", la campaña, a la que se han unido más de 10.000 comercios valencianos, va mucho más allá de una mera campaña de promoción, ya que comprende una recogida de firmas en Change.org para lograr la declaración del Día Mundial del Pequeño Comercio. Tal y como ha explicado el presidente de la asociación, Rafael Torres: "Hay muchas razones para fomentar el pequeño comercio porque bajar a la tienda de bajo de tu casa no deja huella de carbono, genera empleo de calidad, estable y que permite la conciliación y porque no hay mejor denominación de origen que la de aquí al lado".

¿Aún no has firmado?

Puedes unirse a la petición en Change.org [pinchando aquí](#)

También puedes visitar la web de la campaña y leer el manifiesto completo: <https://essuturno.com/>

EL CORREO

El Gobierno vasco lanza un SOS y se vuelca con el comercio pequeño, «en peligro de extinción»

El Gobierno vasco acaba de presentar la campaña 'Compra local'. Un SOS con el que pretende «salvar al comercio local». Un sector, a su juicio, «en peligro de extinción», pero al que le augura «un gran futuro» si aprovecha las «oportunidades de modernización e innovación». 'Las sensaciones, la ilusión, las ganas de callejear y las buenas costumbres' sintetizan el espíritu de la iniciativa de «revalorización» pergeñada por Sonia Pérez. La consejera de Comercio, Consumo y Turismo ha dejado claro que el gremio se enfrenta a «una encrucijada» y que debe abordar de forma inminente un «proceso de reconversión».

noticiasCYL VALLADOLID

Servicios de diagnóstico personalizado para el pequeño comercio vallisoletano

La Cámara de Comercio de Valladolid impulsará y promocionará actividades de investigación e innovación a pymes y autónomos de la ciudad con el fin de que los pequeños comercios de la ciudad se adapten a las nuevas fórmulas comerciales y a los hábitos de consumo a través de servicios de diagnóstico personalizado. Con este programa, el órgano cameral persigue apoyar la creación y consolidación del comercio minorista, mejorando su competitividad a través de diferentes herramientas como la gestión de lineales, escaparatismo, o atención al cliente.

diariodeburgos.es

El comercio rural de Burgos apuesta por la venta online

Doce comercios rurales de diferentes zonas de la provincia, seleccionados por los técnicos de la Sociedad para el Desarrollo de la Provincia de Burgos (Sodebur) y del Instituto de Estructuras Comerciales de la Federación de Comercio de Burgos, han participado en un programa de asesoramiento especializado y mejora empresarial, con el fin de adaptarse a los nuevos hábitos de consumo, a través de la identificación de oportunidades de mejora y apoyo especializado en diferentes áreas de negocio, en especial en posicionamiento en redes sociales y venta online. Este proyecto piloto nace con vocación de continuidad.

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:

450.000

Comerciantes

26%

Autónomos del país

+1.200.000%

Puestos de trabajo

Entidades colaboradoras

