



SS.MM. los Reyes se reúnen con la CEC para seguir la evolución del comercio minorista



Sus Majestades los Reyes han mantenido una videoconferencia con la CEC, en la que les han trasladado la preocupación del sector del comercio de proximidad ante el difícil momento que atraviesa por las consecuencias de la pandemia del COVID-19, tanto en el momento actual, como a corto y medio plazo.

En la videoconferencia han estado presentes Pedro Campo, presidente de la CEC, y Gerardo Cuerva, presidente de CEPYME, como organización que integra a la CEC y que ha querido poner en valor la importancia de este sector en la economía española. Don Felipe y Doña Letizia **han transmitido a ambos su compromiso con el pequeño**

comercio, y les han trasladado un mensaje de reconocimiento y ánimo.

Según la CEC, tras dos meses en los que la mayoría de establecimientos del sector han permanecido cerrados, sin ingresos y haciendo frente a costes fijos, la situación del sector es crítica.

Tal y como ha explicado Pedro Campo, desde la CEC ven necesario adoptar un conjunto de medidas de estímulo para la reactivación de la demanda. La confianza de los consumidores en la economía española cayó en abril hasta el nivel más bajo desde diciembre de 2012, por lo que la patronal estima que, en la nueva normalidad, el consumo

SUMARIO

2. Más de la mitad del pequeño comercio ha tenido que solicitar un préstamo

3. La CEC traslada a la ministra Reyes Maroto la situación del pequeño comercio

4. Incertidumbre y desinformación en la apertura del comercio de proximidad

6. Las tiendas de barrio ganan clientes

se situará en niveles más bajos a los registrados antes del estado de alarma, como se está viendo refrendado por la demanda de estas primeras semanas, que muestra caídas del 70%.

Por otra parte, la CEC ha trasladado a Don Felipe y Doña Letizia la necesidad de que se establezca un plan económico de acompañamiento durante el reinicio de la actividad, al fin flexibilizar los ERTES por fuerza mayor y causas objetivas y la prestación extraordinaria por cese de actividad, de modo que las empresas puedan modular sus recursos al grado de actividad en cada fase.

[Enlace a las fotografías de la reunión.](#)

Estudio CEC: Más de la mitad del pequeño comercio ha tenido que solicitar un préstamo ante la crisis derivada del COVID19

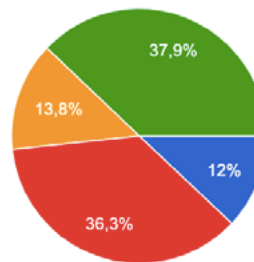
Según un estudio de la CEC, más de la mitad de los establecimientos de comercio minorista, un 52,5%, se han visto obligados a solicitar algún tipo de préstamo a entidades bancarias a consecuencia de la grave crisis económica derivada de la COVID19. Además, tal y como se desprende de los resultados de esta encuesta, en la que han participado 1.875 personas, la mayoría de comerciantes que han iniciado este trámite se han encontrado con dificultades en el proceso; un 32% declara que la tramitación le ha resultado complicada y el 11,3% ha visto rechazada su solicitud. Tan solo un tercio de los encuestados, el 36,3%, afirma no haber tenido problemas con la concesión.

Moratoria al alquiler

Junto a las dificultades de acceso a la financiación, los costes fijos, como el alquiler, se perfilan como otro de los grandes problemas a los que ha tenido que hacer frente el pequeño comercio. A la pregunta sobre si se ha podido negociar el precio del alquiler ante la situación de cese de actividad, algo más de un tercio de los encuestados (33,7%) descartan esta posibilidad al ser ellos mismos los propietarios del local o tener un préstamo hipotecario con una entidad

¿Dispone su empresa de página web para venta online y/o redes sociales de su establecimiento comercial?

1.470 respuestas



- Sí, tengo página web para la venta online
- Sí, tengo Redes Sociales del establecimiento comercial
- Sí, tengo ambas
- No dispongo de página web para la venta online ni de RRSS de mi establecimiento comercial

bancaria; y más de un cuarto de los comercios (26,9%) afirman no haber podido llegar a un acuerdo y han continuado abonando estos costes íntegramente. Frente a ellos, el 11,4% de los comercios afirma haber podido aplazarlo, el 15,2% haber obtenido una rebaja del precio, y por último, el 7,3% haber conseguido la condonación del pago durante este periodo.

Estos datos han llevado a muchos comercios a considerar insuficiente la moratoria al alquiler aprobada por el Gobierno, tan solo el 8,6% de los encuestados considera esta medida suficiente, contrastando con el 20% que opina que el plazo debería ser mayor y el 63,3% que cree que debería complementarse con otras ayudas.

Venta a distancia

Ante esta crítica situación, la venta a distancia se ha presentado como una alternativa para reactivar los

negocios durante el estado de alarma, sin embargo, el 68,8% manifiesta no haberla podido realizar. Entre los que sí han realizado este tipo de venta, la gran mayoría ha elegido como vía las aplicaciones de mensajería con un 72,5%, seguida de las redes sociales con un 42,8% y de la página web con un 40,4%. Pese a ello, una abrumadora mayoría, el 91,5%, declaran que la venta a través de estos canales no les ha permitido mantener la facturación.

Por último y ante el escenario de vuelta a la actividad, los materiales más demandados en el sector del comercio son, en este orden, las máscaras de protección, la rotulación sobre conductas y/o comportamientos en el establecimiento, el gel hidroalcohólico y los guantes de protección.

[Enlace al estudio completo.](#)

La CEC pide las rebajas “cuando correspondan”

Entrevista a Pedro Campo en Europa Press TV.

El presidente de la CEC, Pedro Campo, ha mostrado su disconformidad con la decisión del Gobierno de permitir las rebajas a partir del pasado lunes 18 de mayo porque, en su opinión, deberían realizarse “cuando correspondan”.

Para Campo, este periodo **debe ser el de verano y, en caso de ser prematuro, el mes de septiembre, pero por “un periodo limitado”**, para que los comerciantes “saquen un margen de beneficio a las colecciones almacenadas en las tiendas por inactividad sufrida”.

Campo ha insistido en “no hacer rebajas ahora”, el día



después de ser anunciadas por el Gobierno, porque este periodo “tiene un concepto, que es sacar los stocks de temporada que no se han vendido durante la misma”.

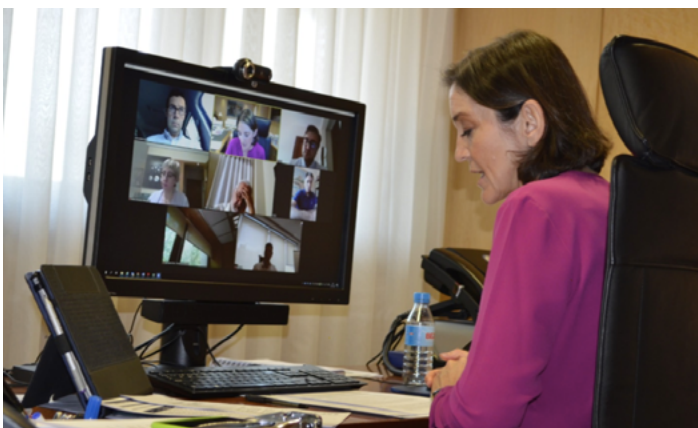
“Lógicamente, una temporada en la que no ha habido actividad, hemos tenido cerrado, pues tenemos las colecciones en las

tiendas.

Queremos intentar vender a un precio normal, que ya los márgenes son muy reducidos. El mayor número posible, y luego los restos en rebajas”, ha explicado.

[Enlace al vídeo de las declaraciones.](#)

La CEC traslada a la Ministra Reyes Maroto la situación del pequeño comercio y sus peticiones



La CEC mantuvo el pasado 22 de mayo una videoconferencia con la ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, para trasladarle la situación del sector y las

perspectivas a corto y medio plazo.

La CEC trasladó a la Ministra las **principales problemáticas del comercio minorista**, tanto en el momento actual por la crisis

sanitaria derivada del COVID19, como previamente.

Además se expusieron propuestas concretas para reactivar el comercio, dinamizar la

demanda y dotar a los negocios de la necesaria liquidez.

Por su parte, Maroto comunicó a la CEC su intención de establecer con la confederación un **canal continuo de comunicación** para hacer un seguimiento de la evolución del comercio y hacerla participe de las medidas que afecten al sector.

Por último, la ministra hizo hincapié en la intención de dotar al comercio interior de un mayor peso dentro del Ministerio.

Incertidumbre y desinformación en la apertura del comercio de proximidad según la CEC



La CEC valora positivamente la apertura de los comercios de proximidad a partir de este lunes. Adelantar al máximo la apertura y una evolución provincial de las fases eran dos de las principales peticiones de la CEC, ya que permite que el pequeño comercio pueda ir abriendo sus puertas en función de la evolución de la pandemia en cada zona, sin tener que esperar a otros formatos comerciales donde son más probables las aglomeraciones y a determinadas provincias con una evolución epidemiológica más lenta.

Falta de protocolos

Sin embargo, desde la CEC, siguen denunciando el **contexto de incertidumbre y desinformación** con los protocolos de seguridad y aspectos concretos en los que se está llevando a cabo esta vuelta a la actividad, ya que se informa a escasas horas

de tener que abrir, lo que en la práctica dificulta enormemente la apertura. No quedan claros cuáles son los criterios objetivos para pasar de una fase a otra, lo que genera desconcierto al no poder prever la adaptación del comercio y de la población.

Por otra parte, **no hay suficientes EPIS disponibles** para público y empresas, así como sistemas de control vírico en los procesos de venta y atención a los consumidores.

Limitación de 400 m2

En cuanto a la limitación de 400m2, la Confederación también solicita considerar la ampliación de este límite en base a las necesidades de exposición, y no de venta, incluyendo así sectores como pueden ser el automovilístico o la construcción, que desarrollan un servicio de atención personalizado, por lo que difícilmente se pueden producir aglomeración de personas en los locales.

Planes de reactivación

La CEC reclama también al Ejecutivo que se establezca de forma inmediata los **planes de reactivación del comercio de proximidad**, sin los cuales, uno de cada cinco establecimientos está avocado al cierre, así como facilitar la flexibilización de los ERTE y la moratoria de las cotizaciones de la Seguridad Social.

Mesa de diálogo

Por último, la Confederación solicita una **mesa de diálogo permanente con el Ministerio de Comercio**, para analizar conjuntamente y colaborar en el progreso de las fases, la problemática del sector y las campañas de reactivación. Recuerda que, como máximo representante de las pymes del comercio, conoce de primera mano las necesidades y reclamaciones del pequeño comercio.

Somoscompra habilita un nuevo catálogo de productos de protección frente al COVID-19

Como sabes, desde 2019, la CEC colabora estrechamente con "Somoscompra & Zentrada", impulsando de forma conjunta la digitalización del comercio y el uso de plataformas de aprovisionamiento al por mayor online.

Ante la difícil situación que atraviesa el sector minorista y los nuevos desafíos que se le plantean, plataformas digitales consolidadas como Somoscompra, cobran un especial valor.

Por ello, recordamos a todos aquellos comercios que mantienen su actividad **que el equipo humano de Somoscompra continua activo y a su disposición para garantizar el abastecimiento de aquellos negocios que así lo precisen.**

Somoscompra mantiene también su servicio de atención personalizada para resolver cualquier duda o consulta,

REINVENTA TU COMERCIO

Compra al por mayor

- Más de 500 proveedores europeos
- Más de 400.000 productos
- Más seguridad, comodidad y rotación de productos

Compra como nunca, para vender como siempre

somoscompra
La plataforma líder de compras al por mayor

por lo que, para aquellos comercios que tengan parada su actividad, este puede ser el momento idóneo para explorar las ventajas de las compras online al por mayor, familiarizarse con la plataforma y resolver dudas de cara a su vuelta a la actividad.

Además, con el objetivo de ayudar a los comercios en el abastecimiento de productos de protección frente al COVID -19, **Somoscompra ha habilitado un nuevo catálogo de productos** como mascarillas, productos de desinfección, geles, sprays,

guantes, etc (Desde la CEC os pedimos que, antes de realizar cualquier compra, comprobéis los certificados que ofrece cada producto para saber si se adapta a lo que necesitáis)

Somoscompra conoce de primera mano los grandes desafíos que enfrenta el sector. Seguir trabajando día a día para ofrecer una amplia gama de productos, una forma de adquisición flexible y a través de una plataforma respaldada por miles de proveedores, es su mejor forma de apoyar al comercio. [Aquí puedes inscribirte gratuitamente y acceder a los proveedores](#)

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@glspan.es

El comercio tardará al menos un año en recuperar ventas



Más de la mitad de las empresas y proveedores del sector retail consideran que tardarán como mínimo un año en volver a sus niveles de venta anteriores a la crisis del Covid-19 y, **en algunos casos, esta recuperación se extenderá hasta 24 meses**, según un estudio realizado por la Asociación Española del Retail (AER), en el que han

participado sus más de 100 empresas asociadas.

Una de las principales conclusiones del estudio es que el retail prevé una salida asimétrica de la crisis del Covid-19. La mayoría piensa que las tiendas de conveniencia, la electrónica de consumo, los servicios de telecomunicaciones, la

logística y los contenidos online crecerán tras la pandemia, mientras que sectores como los muebles, la moda, el retail, la hostelería y el turismo serán los que más sufran para volver a la senda del crecimiento.

El sector del retail asegura que la profundidad de esta crisis provocará un cambio en los hábitos de consumo. Los más pesimistas consideran que el consumo se contraerá de forma sostenida en el tiempo debido a la crisis económica, mientras que **la mayoría (72%) prevé que el canal online incrementará su cuota**, en detrimento del offline con una velocidad superior a la anterior a la crisis.

Carteles con recomendaciones de higiene y seguridad frente al Covid-19 en los comercios

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, y el Ministerio de Sanidad ponen a disposición de los comerciantes este cartel en distintos idiomas (castellano, catalán, euskera y gallego), con las normas de higiene y seguridad más importantes a la hora de comprar en un establecimiento o local comercial.

El objetivo de los carteles es concienciar al público, tanto clientes como trabajadores, para



NPO: 112-20-005-8



que realicen la compra de manera segura. [Puedes descargar todos](#)

[los formatos de cartel en el este enlace.](#)

Desde Europa

El BCE empeora los pronósticos para Europa

El impacto del coronavirus en la economía europea será aún mayor de lo que ya se esperaba. Así lo ha transmitido la presidenta del Banco Central Europeo (BCE), Christine Lagarde, que ha asegurado que los pronósticos de contracción para la Eurozona oscilan entre el 8% y el 12%, frente al 5% del que partía en el escenario anterior menos negativo.

No obstante, el organismo dará a conocer sus nuevas proyecciones el próximo 4 de junio, tras la reunión del Consejo de Gobierno de la institución que se celebra mensualmente en Fráncfort.

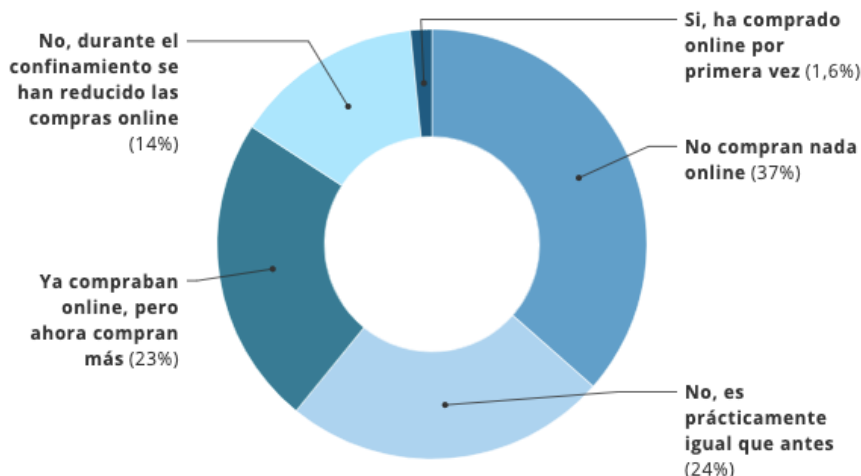
Europa lanza un 'superfondo' de 750.000 millones de euros; 140.000 para España

La Comisión Europea ha desvelado el ansiado borrador del plan de recuperación económica de la UE para los próximos años, basado en la emisión de bonos europeos para su financiación. La propuesta de Bruselas para el fondo de reconstrucción alcanza la cifra total de 750.000 millones de euros en dos años. De ellos, la mayoría son transferencias directas (500.000 millones) que se repartirían en base a la incidencia de la pandemia en cada región, situando a España como uno de los miembros más beneficiados por las ayudas. Los 250.000 millones restantes corresponden a préstamos reembolsables.

Maduración exprés del comercio electrónico por el coronavirus

Comportamiento de los usuarios

Encuesta del CIS sobre comportamiento de los usuarios durante el estado de alarma



El comercio electrónico está madurando de forma exprés durante la pandemia del coronavirus. El consumidor ha aumentado las compras por internet durante las semanas de confinamiento, las empresas se han visto obligadas a potenciar la venta online y los distribuidores están haciendo todo lo posible para responder a este ritmo de actividad.

El impulso que vive el e-commerce se explica por su comodidad. Las restricciones a salir a la calle y el temor al contagio han forzado a muchos a aumentar las compras online, especialmente en el canal de alimentación. También los usuarios más reticentes se han visto obligados a superar los temores asociados a los pagos por internet.

La última encuesta del CIS asegura que **el 23% de los ciudadanos ha aumentado las compras online** durante la

pandemia y que el 1% lo ha hecho por primera vez.

La gran pregunta que todavía no pueden contestar es cuántos consumidores van a seguir comprando online al mismo ritmo tras el confinamiento, mientras que en el sector de la moda se esperan mayores crecimientos porque habrá más temor al contagio al comprar en la tienda física, en el gran consumo se está constatando que muchos clientes ya vuelven a la rutina de salir a comprar a pie de calle. Una encuesta de la EAE, realizada en la segunda semana de mayo, da un indicador: **el 53% asegura que aumentará las ventas online tras el confinamiento**. Buena parte de este porcentaje dependerá de la experiencia de compra y de las estrategias, por lo que muchas empresas aumentarán la inversión en tecnología y logística.

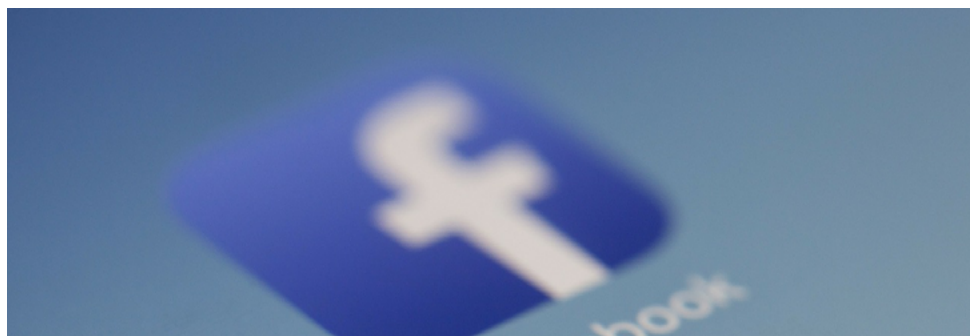
Las tiendas de barrio ganan clientes

La frutería, la pescadería, la carnicería de al lado de casa han vuelto a estar en el radar de muchos consumidores españoles que antes del estado de alarma pasaban por sus puertas sin casi reparar en ellas. Así lo refleja el Barómetro especial de mayo que publicó el Consejo de Investigaciones Científicas (CIS).

La encuesta, que ha incluido preguntas para radiografiar el consumo de los españoles durante el confinamiento, constata que sólo este formato de pequeñas tiendas de cercanía ganó clientes. **El 18,8% de los españoles compró en ellas frente a un 12,3% que lo hacía antes** del de alarma.

Aun así, el establecimiento preferido para llenar la cesta de la compra fue en el 67,4% de los casos el supermercado, que pierde cuatro décimas frente a las preferencias previas. El gran perdedor ha sido el formato hipermercado.

Facebook lanza una nueva plataforma de 'ecommerce' durugida al pequeño comercio



Facebook está preparando el lanzamiento de Shops, un servicio que permitirá a las empresas mostrar y vender productos en la red social. Así lo ha anunciado su consejero delegado, Mark Zuckerberg.

La iniciativa de Facebook para entrar en el ecommerce tiene como precedente la opción de compras limitadas que habilitó hace un año en Instagram y Whatsapp.

Facebook Shops ampliará estos esfuerzos y permitirá establecer una única tienda online accesible a través de Facebook e Instagram. Una

función de pago permitirá compras en la aplicación.

Al igual que otras funciones de comercio electrónico de Facebook, las tiendas serán gratuitas para las empresas, con la expectativa de que la herramienta la impulsará el uso del consumidor y la publicidad. "Nuestro modelo de negocio aquí son los anuncios", dijo Zuckerberg.

"En lugar de cobrar a las empresas por utilizar nuestra plataforma, sabemos que esta es valiosa para ellas.

En general, van a pujar más por anuncios y finalmente

AYUDAS, INCENTIVOS Y SUBVENCIONES EN VIGOR PARA AUTÓNOMOS Y PYMES

Comunidad	Castilla y León	Extremadura	Cataluña	Cataluña
Ayuda	Apoyo a pymes comerciales afectadas por la gestión de la crisis del COVID-19	Ayudas para los proyectos de animación comercial	Ayuda a los comercios y servicios afectados económicamente por la COVID-19	Subvenciones en el ámbito de la moda afectado económicamente por la COVID-19
Beneficiario	Personas físicas y jurídicas, comunidades de bienes y otras entidades	Entidades locales, asociaciones, federaciones y confederaciones que cumplan los requisitos	Corporaciones y entidades locales	Corporaciones y entidades locales
Plazo	02/11/2020	01/10/2020	31/12//2020	31/12/2020
Organismo	Dirección General de Comercio y Consumo	Consejería de Economía, Competitividad e Innovación	Consorci de Comerç Artesania i Moda de Catalunya	Consorci de Comerç Artesania i Moda de Catalunya

BREVES

El Banco Europeo de Inversiones (BEI) y el Instituto de Crédito Oficial (ICO) han puesto en marcha hasta 1.500 millones de euros para financiar a autónomos, pymes y mid-caps españolas. El objetivo es facilitar liquidez para hacer frente al impacto de la crisis provocada por el coronavirus.

Según el acuerdo, el primer tramo de esta financiación será de 1.000 millones de euros. La cantidad está disponible gracias a un procedimiento de aprobación acelerado que el BEI que ha permitido acortar plazos para que las empresas pudieran disponer de estos fondos cuanto antes.

El mercado de adquisiciones en 'retail' cae un 38% en 2019 y continuará en desaceleración en 2020 por la crisis sanitaria del coronavirus, según el informe realizado por Kearney. En concreto, esta contracción del pasado ejercicio supone una bajada del 59% con respecto a 2016, el año en el que se invirtió la senda alcista. Las previsiones para 2020 apuntan que el mercado en consumo y 'retail' seguirá en desaceleración. Los compradores apuestan por un mayor foco en sus inversiones, buscando empresas de primer nivel con capacidades sólidas o activos más pequeños a muy buen precio con un fuerte potencial de mejora.

EL SECTOR EN CIFRAS

ICM

El ICM registró un descenso histórico de su facturación del 31,5% en abril respecto al mismo mes de 2019, como consecuencia del impacto de la crisis sanitaria.

IPC

El Índice de Precios de Consumo (IPC) en mayo no registró cambios respecto al mes anterior pero sí recortó tres décimas su tasa interanual, hasta el -1%, su mayor tasa negativa desde mayo de 2016. (Fuente: INE)

ICC

El ICC del mes de marzo se situó en 49,9 puntos, 13,4 puntos menos que en marzo y lejos de los 100 que marcan la diferencia entre una percepción positiva y negativa.

Afiliados Seg. Social

El número de personas afiliadas a la Seguridad Social en el último día de abril fue de 18.396.362, lo que supone que el sistema registró 49.074 afiliados menos que a día 1. Este dato contrasta con el retroceso de 833.979 afiliados que se produjo durante marzo.



RETAIL Forum 2020

Cuándo: 30 de septiembre

Dónde: Madrid. Por confirmar

Qué: Los líderes del retail se reunirán para hablar de cómo se enfrenta el sector a sus nuevos retos. Un congreso donde los datos, la innovación y la omnicanalidad para la experiencia de cliente serán temas protagonistas.

Liber 2020

Cuándo: 7-9 de octubre

Dónde: Fira Barcelona.

Qué: Feria Internacional del Libro, en esta edición con un formato físico y online, como plataforma clave para dinamizar el negocio y las ventas del libro en español. Reúne una amplia oferta de editoriales, especialidades, productos y servicios y profesionales vinculados a la cadena de valor del libro.

Alimentaria 2020

Cuándo: 14-17 de septiembre

Dónde: Fira Barcelona

Qué: Alimentaria es un evento internacional de referencia para todos los profesionales de la alimentación, bebidas y food service. Una cita obligada con la innovación, las últimas tendencias y la internacionalización del sector. La feria ofrecerá también una atractiva oferta en base a los mercados clave de la industria alimentaria y sus tendencias de consumo.

“Pequeño gran gesto”, la campaña de Confecomerç para poner en valor la solidaridad y colaboración del comercio



#PequeñoGranGesto
Ser el punto
de información
de lo que
pasa en el
vecindario

CONFECOMERÇ CV ha puesto en marcha una campaña, bajo el lema #PequeñoGranGesto, que pone en valor todos aquellos pequeños detalles de colaboración y solidaridad que emergen en una situación de emergencia sanitaria como la actual y en la que adquiere un especial pro-

tagonismo el pequeño comercio.

En este sentido, la iniciativa que se está llevando a cabo en redes sociales destaca la proximidad, tan necesaria ahora mismo tras el Estado de Alarma, evitando así desplazamientos, colas y aglomeraciones, así

como el poder disponer de una oferta de producto local, apostando por una compra sostenible, de kilómetro cero, ofreciendo la máxima confianza y garantía, sabiendo además que con este “pequeño gran gesto” se fomenta el desarrollo e impulso de nuestros territorios.

La iniciativa además describe “pequeños gestos”, que están llevando a cabo los pequeños empresarios del sector, en esta crisis sanitaria, con el fin de poder ayudar y colaborar estrechamente a superar esta situación de emergencia.

[Enlace al vídeo de la campaña.](#)

#EsMomentoDeLoNuestro, la campaña de CARNIMAD para incentivar el consumo de carnes españolas

El 2 de mayo, CARNIMAD lanzó la campaña #EsMomentoDeLoNuestro a través de las redes sociales con el objetivo de incentivar el consumo de carnes españolas y apoyar a la ganadería y a la restauración, en estos difíciles momentos, así como a todas las pymes y autónomos del sector.

La intención de esta iniciativa, señalan desde la organización, es la de “reactivar la economía de nuestro país y conseguir que el impacto en toda la cadena sea el menor posible



dadas las circunstancias”.

Muchos de los asociados a CARNIMAD se han sumado a colaborar en este proyecto “para explicar al consumidor, en

primera persona y desde sus establecimientos, los motivos por los que debemos poner en valor, más que nunca, nuestras carnes de origen nacional”.

elCorreoGallego.es

Galicia tiene un 84 % de conectados, y vive un bum del comercio electrónico

Sobresale el fuerte incremento de Galicia en relación al comercio electrónico, alcanzando un 39,2 % en 2019, ello supone una variación al alza de más del 20 % respecto al año 2017

Durante el último año las microempresas gallegas han experimentado un fuerte crecimiento en la contratación de internet, alcanzando el 72,8 %, con un crecimiento porcentual del 6,9 % por encima de 2018. Con ello, dichas microempresas superaron en crecimiento de conectividad a la red a las empresas estatales de similar tamaño.

EL CORREO

Los bonos prepago consiguen 660.000 euros para 1.500 comercios vizcaínos

Un pequeño soplo de aire fresco dentro de las pérdidas de la crisis provocada por el coronavirus. La campaña 'Kreo en ti' para obtener recursos económicos para los pequeños comercios de Bizkaia obligados a cerrar durante el estado de alarma ha conseguido más de 660.000 euros para inyectar liquidez entre los 1.500 comercios de todo el territorio histórico, que se han adherido a la misma.

Los bonos prepago se podrán canjear por productos o servicios a hasta el próximo 31 de diciembre.

LA VANGUARDIA

Barcelona subvencionará la rebaja de alquileres comerciales

Establecimientos de menos de 300 metros cuadrados, que han tenido que cerrar durante el estado de alarma y cuyo titular es un autónomo, o una micro o pequeña empresa. Estos serán los beneficiarios de la nueva subvención que pondrá en marcha el Ayuntamiento de Barcelona y que busca incentivar la rebaja de los alquileres comerciales.

El Consistorio pagará a los propietarios 600 euros si reducen el alquiler a sus inquilinos entre un 25 y un 50% durante los seis meses posteriores al inicio del estado de alarma.

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

