



La CEC defiende la necesidad de proteger al comercio, “sector estratégico de la economía”, en la cumbre de CEOE



“El comercio es un sector estratégico para la economía española, no solo por la dimensión y el empleo que genera, sino porque en él se están manifestando los grandes cambios que están sucediendo en la economía global”, así lo ha puesto de manifiesto Pedro Campo, presidente de la CEC durante su intervención en la sexta jornada de la cumbre empresarial organizada por CEOE, en la que líderes de diferentes sectores han presentado sus propuestas para la reconstrucción económica de España.

Campo ha señalado la importancia de otorgar este reconocimiento al comercio, dándole la importancia y

relevancia que merece a nivel social, político y económico. El presidente de la CEC ha defendido la necesidad actuar en consecuencia y tomar medidas urgentes y eficaces, encaminadas a proteger un sector clave que da empleo a 3,2 millones de personas en nuestro país y que atraviesa una situación crítica.

Entre las medidas propuestas por la CEC que se han podido escuchar esta mañana, se encuentran las de apoyo fiscal y financiero, que garanticen la liquidez a los empresarios y pymes del sector comercio afectados, para hacer frente a sus obligaciones, sin necesidad de aportar garantías y sin que se devenguen intereses de

SUMARIO

2... CEC lleva al Congreso una batería de propuestas para la reactivación del pequeño comercio.

4... CEC y CECOTEC firman un acuerdo de colaboración para ofrecer soluciones eficaces de desinfección a los comercios frente al COVID-19.

5... Nueva oferta de formación 100% subvencionada para profesionales de los RRHH.

7... Pequeño comercio, la opción más segura para los consumidores.

demora, así como facilitar la deducibilidad de los gastos ocasionados por inversiones en EPIs y donaciones solidarias.

En el marco laboral, Campo ha defendido la necesidad de posibilitar los trámites de nuevos ERTes en función a la evolución y fases del desconfinamiento.

Por último, Campo ha reivindicado el trabajo en equipo que permita alcanzar consensos entre los diferentes agentes representativos del sector comercial, así como la colaboración público-privada en la toma de decisiones que afecten al sector comercio.

[Puedes ver el vídeo de la intervención en este enlace.](#)

CEC lleva al Congreso una batería de propuestas para la reactivación del pequeño comercio

Aboga por la constitución de un consejo consultivo del pequeño comercio para colaborar en la reactivación del sector

El presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC), Pedro Campo, ha participado esta mañana en la Mesa de la Comisión de Industria, Comercio y Turismo, celebrada en el Congreso de los Diputados.

Durante su intervención, Campo ha presentado un análisis detallado que desde la CEC se ha realizado del escenario actual del pequeño comercio tras la crisis del covid, las previsiones del sector a corto y medio plazo, así como un conjunto de veintiséis propuestas encaminadas a la mejora de su situación.

En el documento presentado a la Comisión, la CEC recoge medidas de índole fiscal, laboral, económica, institucional, en materia de formación y legislativas encaminadas a proteger a un sector estratégico que la economía española, “no solo por la dimensión y el empleo que genera – 3,2 millones en su conjunto - sino porque en él se están manifestando los grandes cambios que están sucediendo en la economía global”, ha señalado Campo.

Adoptar medidas de apoyo fiscal y financiero que garanticen la liquidez a las



empresas, el aplazamiento del pago de la deuda tributaria y suspensión del pago de tributos, la reducción drástica del recargo de equivalencia o garantizar las mismas normas de funcionamiento para todos los operadores de comercio con independencia de que el canal de venta sea offline u online, son algunas de las propuestas de la CEC que se han escuchado esta mañana en la Mesa de la Comisión.

Campo ha planteado posibilitar la tramitación de nuevos ERTES en función a la evolución y fases del desconfinamiento, con el fin de garantizar la sostenibilidad y el empleo de las empresas a la salida de la crisis y asegurar las condiciones sanitarias y de higiene en el entorno de trabajo, garantizando el abastecimiento de EPIs y la realización prioritaria

de test rápidos en todos los subsectores que lo soliciten.

Fomentar la formación profesional reglada para el sector, incrementar las medidas de control para luchar contra la falsificación y venta ilegal de productos, diseñar e impulsar campañas específicas orientadas a la dinamizar el consumo en subsectores, conforman también esta batería de propuestas.

Por último, el presidente de la CEC ha abogado por la constitución de un consejo consultivo del pequeño comercio, para analizar conjuntamente y colaborar en el progreso de la desescalada y las medidas de reactivación del sector.

[Enlace al documento de propuestas de la CEC.](#)

La CEC pide regularizar y clarificar las rebajas

La CEC solicita una regularización y clarificación del concepto de las rebajas que permita recuperar el impacto positivo de las mismas y generar una mayor seguridad en los consumidores, siguiendo el ejemplo de países de nuestro entorno como Francia e Italia.

La liberalización de las rebajas en 2012 ha dado pie a una guerra de precios salvaje, con márgenes cada vez más estrechos que impiden al pequeño comercio competir con las grandes superficies. Por ello, para la CEC resulta esencial regularizar y clarificar el concepto de las rebajas, para permitir que los comercios puedan vender en buenas condiciones durante un periodo de tiempo limitado



y suficiente y no distorsionar el mercado con grandes maratones de descuentos y promociones encadenadas a lo largo del año.

Ante la falta de regulación, las rebajas se mantienen por tradición, pero se han convertido en un periodo de descuentos más. "Para agravar

más la situación actual, el adelanto de la campaña, empieza a ser ya masivo, no hay ningún tipo de regla, y los grandes perjudicados son, los pequeños comercios que se ven empujados a competir como pueden, pero lógicamente en una clara desventaja", señala Pedro Campo, presidente de la CEC.

Los sellos "covid free" de los comercios no garantizan que estén libres del virus

La CEC alerta de que los diversos sellos y etiquetas "Covid free" que se están promoviendo desde diferentes ámbitos para establecimientos del sector del comercio no son garantía de seguridad y pueden resultar contraproducentes al provocar que los consumidores relajen las medidas de precaución.

Garantizar la seguridad de los comerciantes y consumidores es la prioridad de la CEC, y en ello trabajan día a día las asociaciones que la integran,

desde su conocimiento y experiencia. Desde el sector, se están haciendo grandes esfuerzos para higienizar y desinfectar los locales, sin embargo, la confederación recuerda que ningún sello puede garantizar que un establecimiento esté libre de virus.

La CEC desaconseja totalmente adherirse a cualquier certificación que pretenda garantizar que un local está libre de virus o avalar el cumplimiento de los protocolos, sin un estudio previo y en detalle. CEC insta al cumplimiento



por parte de los comercios de los protocolos sanitarios establecidos por el Ministerio de Sanidad y recuerda la importancia de seguir tomando las medidas de seguridad para prevenir los contagios tanto en los comercios como fuera de ellos.

CEC y CECOTEC firman un acuerdo de colaboración para ofrecer soluciones eficaces de desinfección a los comercios frente al COVID-19

La CEC ha firmado un acuerdo de colaboración con CECOTEC, firma de referencia en el mercado del pequeño electrodoméstico, para ayudar al comercio de proximidad a conseguir la máxima seguridad en sus establecimientos frente al COVID-19.

Este convenio responde al objetivo de la CEC de incrementar la competitividad del comercio de proximidad, ofreciendo a los comerciantes distintas soluciones para facilitar la adaptación del sector a las necesidades actuales de salubridad y los nuevos hábitos de consumo.

Entre estas soluciones, se encuentra 'Conga APOLO', un robot germicida móvil lanzado por CECOTEC, con garantía de desinfección total de gérmenes y virus patógenos, incluido el Coronavirus, tanto en el aire, como en superficies y objetos.

Así lo avalan estudios universitarios como los realizados por el departamento de Microbiología y Genética de la Universidad de Salamanca y por el Departamento de Microbiología de la Facultad de Medicina de la Universidad de Valencia.

Conga Apolo se presenta como una solución sostenible que protege la salud y



preserva el entorno gracias a la distribución autónoma de UV-C en baja potencia y ozono en baja concentración, cantidades justas y necesarias para **desinfectar de manera eficaz sin dañar la salud y sin necesidad de personal cualificado**. De esta manera, se permite el uso casi instantáneo de las zonas tratadas.

Precisamente la agilidad en la desinfección es otro aspecto clave de esta herramienta. Los comercios precisan rapidez para atender a sus clientes, pero necesitan hacerlo, ante todo, en las mayores condiciones de seguridad. Este robot permite desinfectar probadores en apenas 2 minutos y baños en tan solo 5 minutos.

La facilidad de uso de Conga Apolo viene marcada por su activación y manejo a través de APP, mando a distancia y asistentes de voz. Su sistema inteligente a través de la navegación láser permite desinfectar de manera rápida y efectiva hasta 75m2 en una hora o hasta 300m2 a lo largo

de una noche con el modelo Conga Apolo 5200 o hasta 400 m2 en una noche con el modelo Conga Apolo 6400.

De esta manera, Conga Apolo se convierte en el aliado de cualquier negocio, con independencia de su volumen de facturación, que puede **adquirir esta efectiva herramienta germicida a través de un sistema de reserva sin pago previo** que ha dispuesto la firma valenciana para atender la demanda, con disponibilidad a partir del 15 de julio de 2020.

Aunque no existen plenas garantías de que un establecimiento esté 100% libre de virus, sin duda este tipo de soluciones, rápidas y eficaces, acompañadas del resto de medidas de seguridad indicadas por el Ministerio de Sanidad, contribuyen a que los comercios puedan desarrollar su actividad con las mejores condiciones de seguridad, ayudando a contener la pandemia y a reactivar la economía del sector.

Nueva oferta de formación 100% subvencionada para profesionales de los RRHH

La CEC pone en marcha un plan de formación estatal gratuito dirigido prioritariamente a:

Directivos y personal de asociaciones empresariales.

Empresarios, directivos y trabajadores de RRHH o áreas relacionadas con los procesos de negociación colectiva.

Esta formación está 100% subvencionada por el Ministerio de Trabajo y Economía Social, por lo que no consume créditos de formación de las empresas y no supone coste alguno para los participantes, que pueden formarse libremente sin necesidad de notificarlo a su empresa.

Los cursos a los que puedes inscribirte se imparten íntegramente en modalidad

Cursos online dirigidos a:

- Directivos y personal de asociaciones empresariales.
- Empresarios, directivos y trabajadores de RRHH o áreas relacionadas con los procesos de negociación colectiva.

100% subvencionados

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL
SEPE

¡Inscripción abierta!

www.cec-comercio.com

formacion@cec-comercio.es 915 981 050



online, y están especialmente diseñados para actualizar tus conocimientos y dar respuesta a las necesidades de formación en el ámbito de

la negociación colectiva.

[¡Consulta a continuación la oferta de cursos disponibles y solicita tu plaza en un clic!](#)

En tiempos de cambio, la propuesta de comprar al por mayor online no puede ser más alentadora

El pequeño comercio necesita adaptarse a los nuevos cambios que se están generando, una actitud diferente que impulse a los comercios hacia el éxito.

Por ello queremos presentarte de nuevo la alianza de la CEC con la multinacional "Somoscompra", la plataforma líder europea para compras al por mayor online, que ya suma 2 años de existencia y éxitos.

En tiempos de grandes cambios en el comercio, la propuesta

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

para las compras al por mayor de los comercios no puede ser más alentadora. Nunca un cambio de hábitos en la perspectiva del

aprovisionamiento significó tanto. [¡Hazlo! conéctate al futuro y a la digitalización con Somoscompra.](#)



Un sector estratégico olvidado

Extracto del artículo de opinión de Pedro Campo publicado en el diario ABC.

De esta crisis sin precedentes deberíamos salir con, al menos, una lección bien aprendida: hay sectores estratégicos que es imprescindible proteger. Lo es, por supuesto, el sector sanitario, como ha quedado sobradamente demostrado. También lo son otros como la agricultura y, en general, el sistema agroalimentario. Y lo es también, sin lugar a dudas, el pequeño comercio, pese a haber sido el gran olvidado de esta crisis, una vez más.

Una cuestión de seguridad, unida a la limitación de movimientos y la necesidad de evitar largas colas, ha provocado que muchos hayan elegido, e incluso descubierto, el comercio de proximidad de su entorno durante el estado de alarma. Desde el sector se han hecho grandes esfuerzos por garantizar el abastecimiento y ofrecer las máximas garantías de seguridad, lo que ha tenido su reflejo en los consumidores.

El pequeño comercio siempre ha trabajado por aportar valor añadido; lo ha hecho ahora, durante esta crisis, y lo hacía antes. Por ello desde la CEC, nos exigimos un gran esfuerzo a la hora de visibilizar la enorme trascendencia que tiene, y, por ende, la importancia de protegerlo. El conjunto del comercio emplea a 3,2 millones de personas; su

actividad supone el 13% del PIB nacional; además, el comercio de proximidad constituye un elemento estratégico en la calidad de vida de las personas, somos un aliado en el modelo de ciudad sostenible; tributamos localmente; revalorizamos las zonas en la que nos ubicamos, y contribuimos a la generación de comunidad.

Son solo unas cuantas razones de una lista que podría ser muy larga, por lo que insistimos en que nuestra clase política — empezando por quien está en el poder— debe **reconocer al comercio como el sector estratégico de la economía que es, otorgándole la importancia y relevancia que merece a nivel social, político y económico**. Necesitamos apostar por y proteger a un sector que, pese a su valor, está viviendo en los últimos años momentos de gran vulnerabilidad (en los últimos 5 años el sector ha perdido 55.000 establecimientos) acentuados ahora por la crisis de la Covid19.

Como medidas para amortiguar el grave impacto, desde la CEC solicitamos que se adopten medidas de apoyo fiscal y financiero que garanticen liquidez a las pymes y autónomos del sector, el aplazamiento del pago de la deuda tributaria y la suspensión del pago

de tributos, así como la reducción drástica del recargo de equivalencia y garantizar las mismas normas de funcionamiento para todos los operadores de comercio con independencia de que el canal de venta sea offline u online. Además, consideramos imprescindible posibilitar la tramitación de nuevos ERTes en función a la evolución y fases de la desescalada, con el fin de garantizar la sostenibilidad y el empleo de las empresas en la nueva normalidad.

Consideramos también imprescindibles las campañas de reactivación de la demanda y el consumo y abordar un plan económico y políticas concretas para el sector de comercio en estrecha colaboración con las organizaciones empresariales más representativas del sector.

Por último, necesitamos campañas de concienciación en grandes medios, que pongan en valor la importancia del comercio de proximidad. La sociedad debe sensibilizarse y tomar conciencia de la contribución que nuestro sector hace a la economía y al estado del bienestar en España. Porque **si el comercio funciona, España funciona. Y ahora mismo, la supervivencia de todo un formato está en juego**.

La CEC participa en el webinar de la Cámara de Comercio de Brasil para analizar la situación del comercio

La situación actual que estamos viviendo está causando efectos en todos los sectores de nuestra economía. Uno de los más afectados es el comercial, que ha tenido que adaptarse a la paralización de la actividad por parte de muchos negocios y a un fuerte descenso de la demanda.

Para conocer la situación del sector comercial en Brasil y España, la Cámara de Brasil organizó el seminario web "El sector comercial en Brasil y España" donde Julián Ruiz, expuso las propuestas y reivindicaciones para la reactivación del sector de la CEC. En el webinar también participaron Jean-



Claude Silberfeld, Director Internacional de Fecomércio SP, David Sánchez, Presidente de Comertia, para ofrecer una visión panorámica del sector y

sus perspectivas de cara a esta nueva era.

[Consulta aquí la intervención de Julián Ruiz en vídeo.](#)

Pequeño comercio, la opción más segura para los consumidores

Según la CEC, la limitación de movimientos y la necesidad de evitar largas colas ha provocado que muchos consumidores se decanten por el comercio de proximidad de su entorno para comprar durante el confinamiento y la desescalada.

Tal y como se desprende de una encuesta publicada por la aplicación de análisis de productos de alimentación El CoCo, un 63% de los consumidores considera que el pequeño comercio es el formato que ofrece una mayor seguridad. Asimismo, sólo este formato de pequeñas tiendas



de proximidad ganó clientes. El 18,8% de los españoles compró en ellas frente a un 12,3% que ya lo hacía antes del estado de alarma según el CIS.

Desde CEC se quiere poner en valor los grandes esfuerzos

que desde el sector se están haciendo para desinfectar los locales e insta a los comercios a seguir cumpliendo con los protocolos establecidos por el Ministerio de Sanidad y el de Comercio.

Desde Europa

La economía de la zona euro alcanzará a finales de 2022 los niveles previos a la crisis

El economista jefe del Banco Central Europeo (BCE), Philip Lane, prevé que la economía de la zona del euro volverá a finales de 2022 al nivel que tenía a la conclusión de 2019. Estima que las compras de deuda y las inyecciones de liquidez que ha aprobado el BCE para afrontar los efectos de la pandemia van a impulsar 1,3 puntos porcentuales la producción de la eurozona y 0,8 puntos porcentuales la tasa de inflación interanual.

“En la medida que las medidas de confinamiento se han levantado, vemos algunos signos de una recuperación inicial. Sin embargo, se espera que el proceso vaya a ser bastante gradual, ya que llevará tiempo recuperarse del impacto”, afirma Lane.

La UE prepara la reapertura de sus fronteras con veto a EEUU

Los Estados de la Unión Europea han finalizado la lista de países considerados “seguros” a los que a partir del 1 de julio reabrirán sus fronteras exteriores, cerradas desde mediados de marzo por la pandemia de la COVID-19, y en la que no figuraría Estados Unidos -que se ha convertido en el epicentro de la pandemia y el país más afectado- ni tampoco Rusia o Brasil, aunque sí incluiría a China y a Marruecos.

La lista se revisará cada dos semanas y podrá incluir nuevos países o excluir a otros que ahora formen parte de ella.

El 30% de los consumidores, dispuesto a comprar con más frecuencia en pymes tras la cuarentena



El 30% de los consumidores está dispuesto a comprar con más frecuencia productos locales y regionales tras la cuarentena derivada de la crisis sanitaria del Covid-19 con el fin de apoyar a pequeñas y medianas empresas, según un estudio europeo realizado por PayPal en colaboración con Ipsos, que demuestra el importante punto de inflexión en los hábitos de compra en España, y más en particular, en lo que respecta a la compra de proximidad.

Aunque la lealtad a las grandes marcas continuó durante el confinamiento, fueron las pequeñas y medianas empresas las que despuntaron. Así, el 57% de los consumidores afirma que compraba a pymes más habitualmente durante la cuarentena, en comparación con el 44% que lo hacía también en los comercios de mayor tamaño.

Según el estudio, las personas

mayores fueron el mayor apoyo a las empresas locales: el 57% de los mayores de 65 años cree que apoyar a la economía local es esencial para superar la crisis y el 60% dice sentirse responsable de impulsar a las empresas de su entorno.

Por otra parte, el confinamiento ha provocado que tanto empresas como consumidores prefieran los pagos sin contacto, siguiendo así las recomendaciones del Gobierno para evitar contagios. Durante el confinamiento, la gran mayoría de ciudadanos españoles (76%) utilizó tarjetas bancarias para realizar sus compras online, pero un 50% optó por servicios de pagos ‘online’.

El 60% de los encuestados está dispuesto a volver a pagar en efectivo en las tiendas cuando la situación se relaje, pero el 40% sigue siendo reacio a su uso.

Frescos y alimentos de proximidad marcan el consumo de los hogares en 2019

El Informe de Consumo Alimentario en España 2019 constata que los españoles muestran su preferencia por los alimentos frescos, que reflejan “la diversidad productiva de la agricultura, ganadería y pesquerías de nuestro país”.

El Ministro Luis Planas ha detallado el incremento del 2,3% respecto a 2018, manteniendo la tendencia creciente de los últimos años. Del gasto total, 69.503,13 millones de euros corresponden al consumo doméstico (65,9%) y 35.962,07 millones al consumo realizado fuera del hogar (34,1%).

En relación con el consumo en los hogares españoles, Planas ha apuntado que el gasto en alimentación ascendió en 2019 a 69.503,1 millones de euros, lo que supone un aumento del 1,4% respecto al año anterior.

El crédito al consumo cae un 78% y el pequeño comercio hunde las ventas



La limitación de movimiento durante el estado de alarma, y el impacto de la pandemia en el empleo, unido al contexto de incertidumbre, ha vuelto conservador el bolsillo de los españoles. Los préstamos al consumo (al margen de las tarjetas de crédito y revolving) cayeron en el mes abril hasta un 78%. Esta caída de gasto ha tenido un fuerte impacto en el comercio minorista, que ha registrado una caída de ventas en junio del 70% respecto al mismo mes del año anterior.

Las entidades que operan en España concedieron 626 millones de euros en préstamos al consumo el

pasado mes de abril, frente a los 2.842 millones que dieron en 2019. Es la menor cifra registrada desde 2003.

La caída del consumo se hace especialmente grave en el comercio minorista. La facturación en el mes de junio ha caído entre un 70 y un 80% frente al mismo mes de 2019, según UPTA. Además, más del 31% de los comercios aseguran que la facturación no superará los 6.000 euros, lo que supone una caída de casi el 60% frente al mismo periodo del año anterior, cuando se situaron en una media de 14.000 euros.

AYUDAS, INCENTIVOS Y SUBVENCIONES

EN VIGOR PARA AUTÓNOMOS Y PYMES

Comunidad	Castilla y León	Galicia	Aragón	Cataluña
Ayuda	Apoyo a pymes comerciales afectadas por la gestión de la crisis del COVID-19	Ayudas a los proyectos de los comercios minoristas gallegos	Ayuda para la incorporación de TICs y digitalización del comercio minorista	Subvenciones en el ámbito de la moda afectado económicamente por la
Beneficiario	Personas físicas y jurídicas, comunidades de bienes y otras entidades	Pequeñas y medianas empresas (pymes)	Entidades sin ánimo de lucro como asociaciones, instituciones u otros organismos intermedios	Corporaciones y entidades locales
Plazo	02/11/2020	31/07/2020	10 días hábiles desde el 30 de junio	31/12/2020
Organismo	Dirección General de Comercio y Consumo	Instituto Gallego de Promoción Económica	Dirección General de Comercio, Ferias y Artesanía	Consorti de Comerç Artesania i Moda de Catalunya

BREVES

Los tipos de interés de las tarjetas revolving se han reducido desde el 25,2% al 22,86% TAE de media actual, después de que la mayoría de operadoras financieras del mercado hayan rebajado sus precios tras la sentencia del 4 de marzo del Tribunal Supremo, según el Barómetro de Asufin. A estos precios, financiar una compra de 1.000 euros pagando una cuota mínima de 25 euros mensuales supone hacer frente a 540,83 euros en intereses y tardar en saldar la totalidad de la deuda hasta seis años y dos meses, sin contar con otros posibles costes como la comisión anual que cobran muchas tarjetas.

El PIB español retrocederá un 12,8% según el FMI. La cifra, muy superior al -9,2% estimado por el Gobierno a finales de abril, sitúa a la economía española como la más afectada por la pandemia junto con la de Italia, que se aboca a una caída similar. Si la anterior previsión del FMI ya arrojaba una caída de la economía que equivalía, en solo un año, a la de toda la crisis anterior, el nuevo dato supone un retroceso sin precedentes desde la Guerra Civil y coloca a España en cabeza de la debacle económica mundial provocada por el Covid-19, como ya advertía también la OCDE en su reciente actualización de previsiones..

EL SECTOR EN CIFRAS

ICM

La serie original del ICM a precios constantes registró en mayo una variación anual del -20,2%, lo que supone 11,3 puntos por encima de la tasa del mes anterior.

IPC

El Índice de Precios de Consumo (IPC) subió un 0,5% en junio en relación al mes anterior y elevó seis décimas su tasa interanual, hasta el -0,3%, frente al -0,9% de mayo. (Fuente: INE)

ICC

El índice de confianza del consumidor de mayo publicado por el CIS se situó en 52,9 puntos, tres puntos por encima de lo anotado en abril pero lejos de los 100 que marcan la diferencia entre una percepción positiva y negativa.

Ocupación

El índice de ocupación en el sector del comercio minorista presenta en mayo una variación del -3,6% respecto al mismo mes de 2019. Esta tasa se sitúa 1,2 puntos por debajo de la registrada en abril. El empleo del comercio minorista disminuye en todas las comunidades en tasa anual. Illes Balears registra la mayor bajada (-10,4%).



Hostelería y el comercio en la nueva normalidad

Cuándo: 6 de julio, 11h

Dónde: Online

Qué: Jornada online que CEPYME y Orange. El encuentro contará con la participación de Concha Díaz de Villegas, directora general de Comercio del Ayuntamiento de Madrid; José Luis Yzuel, presidente de Hostelería de España; Toni Forcano, executive business development de Revo System; Javier Bonet, director creativo, fundador y copropietario de Sala de Despiece y Luis León de Ceano, director de Tiendas Propias de Orange.

RETAIL Forum 2020

Cuándo: 30 de septiembre

Dónde: Wanda Metropolitano

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

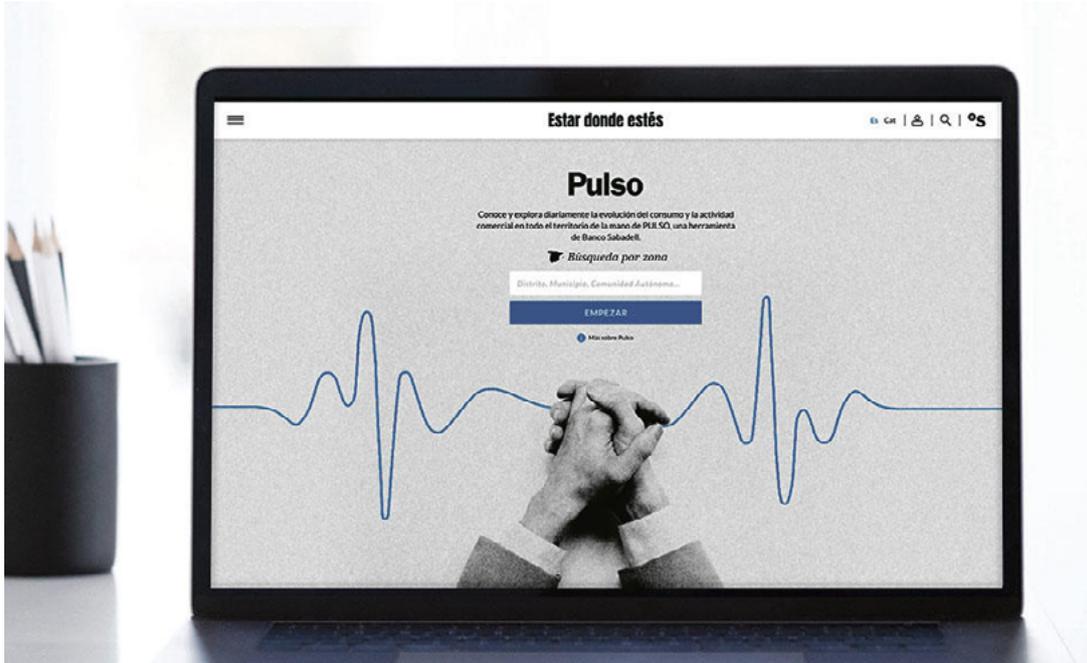
Alimentaria 2020

Cuándo: 14-17 de septiembre

Dónde: Fira Barcelona

Qué: 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.

Pulso: una aplicación para seguir la desescalada



Banco Sabadell ha lanzado Pulso: una aplicación que ayuda a la sociedad a gestionar el poscovid-19 proporcionando información en tiempo real sobre la evolución diaria del consumo y de la actividad comercial en todo el territorio español. Ante la situación de desescalada y

de reactivación de la actividad económica, y a través de esta herramienta abierta y gratuita tanto para clientes como para no clientes, permite tener información exhaustiva y detallada por sectores y ubicaciones concretas para que los usuarios conozcan la evolución en tiempo real

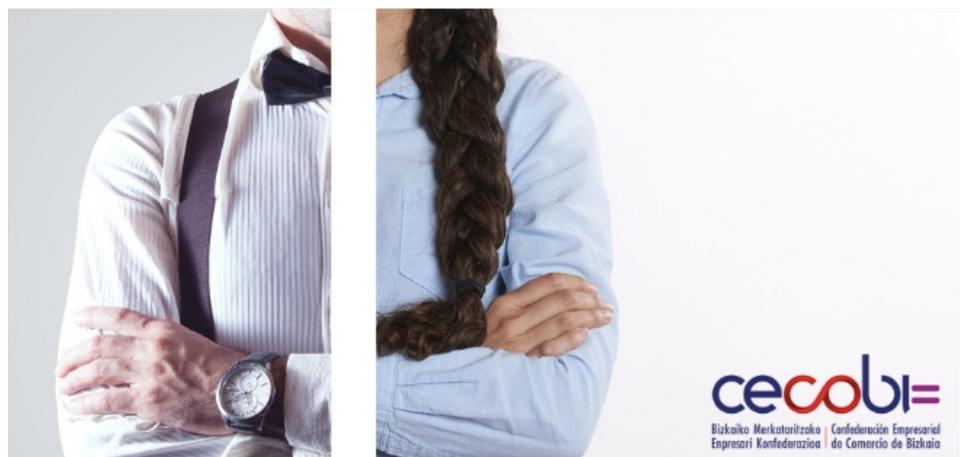
de la economía en su área de influencia.

La herramienta, que está accesible en la página web www.estardondees-tes.com, pone en valor la estrategia de big data de la entidad, que dispone ya de un histórico acumulado de más de 2 años de información transaccional. En este sentido, Pulso es un ejercicio de smart data que analiza más de 5 GB de información diaria obtenida a partir de todas las transacciones realizadas, tanto presenciales como online, en todo el país para procesarla y determinar una radiografía precisa y en tiempo real del comportamiento del consumo en los distintos municipios y distritos.

Guía de Lenguaje Inclusivo para los Comercios, una iniciativa de CECOBİ

La Confederación Empresarial de Comercio de Bizkaia (CECOBI) cuenta con una Guía de Lenguaje Inclusivo en Euskera y Castellano disponible en formato físico y online, que los comerciantes pueden utilizar en su día a día para comunicarse y publicitar su comercio.

Si desde los comercios nos comprometemos con la igualdad y ponemos nuestro grano de arena, contribuiremos a tener un entorno más igualitario, lo que redundará no sólo en un beneficio para



toda la sociedad, si no también en los propios negocios. Teniendo en cuenta que las mujeres deciden sobre el 80% del gasto familiar, practicar la igualdad es una estrategia inteligente, ya

que se crea imagen de marca y se promueve un consumo responsable.

[Puedes consultar y descargar la guía en este enlace.](#)

SORIANoticias.com

La tienda online www.compraensoria.com se presenta en sociedad

Las empresas de la provincia cuentan ya con el primer ecommerce soriano, www.compraensoria.com. El marketplace creado por la Federación de Empresarios de Comercio de Soria (FECSoria), en colaboración con FOES y la Junta de Castilla y León ha arrancado con cerca de 80 establecimientos y un total de 1.100 productos alojados. La necesidad de incorporar a los comercios de Soria al comercio online, impulsando su digitalización, animó a FECSoria a lanzar este portal, con el que facilita el paso al universo online.

EL MERIDIANO L'HORTA

"Pequeño comercio. El futuro que compras", la nueva campaña para impulsar las compras de proximidad de Confecomerç CV

Confecomerç CV promueve la campaña "Pequeño comercio. El futuro que compras", realizada en castellano y valenciano, junto a sus asociaciones y federaciones territoriales y sectoriales, cuyo elemento central gira en torno a la etiqueta, donde habitualmente figura el precio, para llamar la atención sobre el valor de las cosas verdaderamente importantes para nosotros como es el futuro, en unas circunstancias tan especiales como las actuales, tras la crisis del coronavirus.

LA VANGUARDIA

Impulso al consumo de proximidad en Barcelona

El Ayuntamiento de Barcelona ha presentado un programa con 46 medidas encaminadas a impulsar el tejido comercial, los mercados municipales y la restauración de Barcelona gravemente dañados por la crisis del coronavirus. En conjunto, el gobierno de la ciudad prevé destinar hasta 21,8 millones de euros a este paquete de actuaciones. La más visible es una campaña que llamará a los ciudadanos a consumir en los establecimientos locales, valorada en 200.000 euros.

Convierte tu comercio en Parcelshop de GLS

- 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:

Contacto: 902 64 65 86 / cec-glsparcelshop@glspan.es

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

