



## La CEC elaborará un nuevo Plan Estratégico para los próximos 10 años

Tal y como se acordó en la última Junta Directiva de la Confederación Española de Comercio, celebrada el pasado 21 de mayo, la organización va a encargar el diseño de una planificación de actuaciones a corto, medio y largo plazo, que le permita tener herramientas de planificación, con objetivos y acciones para los próximos 10 años.

Dichas acciones se llevarán a cabo a través de una consultora externa.

El objetivo inmediato es disponer de un Plan de Actuación para el ejercicio 2020, para lo que, tras una primera reunión de coordinación, se analizará la situación actual de la CEC y su capacidad de adaptación a los nuevos tiempos. A continuación, se redactará un Informe de Conclusiones y Recomendaciones, que incluirá propuestas de actuación tanto a nivel externo como interno.

A medio y largo plazo, el objetivo es disponer de un Plan Estratégico para los próximos 10 años.

La elaboración de este Plan constará de varias fases. Se realizará un análisis de situación del sector y de las organizaciones que lo estructuran, así como un estudio socioeconómico general. Para ello, se pretende llevar a cabo encuestas a organizaciones miembros de la CEC, así como entrevistas en profundidad con líderes de opinión.

Tras este trabajo previo, se realizará una primera propuesta de Plan Estratégico, que se validará en un Focus Group de contraste.

Para cumplir los objetivos propuestos se utilizará en las distintas fases del proceso la metodología prospectiva de "escenarios futuros", con lo que se pretende conseguir una mayor implicación de los responsables de las organizaciones y utilizar su conocimiento sobre la realidad a la que se enfrentan en sus respectivos ámbitos de actuación ya sean territoriales y/o sectoriales.

### SUMARIO

- 2.... El Observatorio 4.0 del Ministerio se pone en marcha
- 3.... El crecimiento de las ventas en abril no alcanza al comercio de proximidad
- 4.... Confusión con el registro obligatorio de la jornada
- 5.... Convocados los XXII Premios Nacionales de Comercio Interior
- 6.... La carga burocrática, el mayor obstáculo para los autónomos

### Las ventas del comercio de proximidad retroceden en abril

Según los datos del ICM (Índice del Comercio Minorista) del mes de abril, el aumento del 2% de las ventas del sector ha beneficiado a cadenas y grandes superficies, pero no al pequeño y mediano comercio, que ha visto descender sus ventas con respecto al mismo mes de 2018 un -0,5%.

Una tendencia que viene siendo la habitual desde hace más de un año, y podemos decir que se ha convertido ya en un problema crónico.

Página 3

# Asistimos a la primera sesión del grupo de Información del Observatorio de Comercio 4.0



El pasado día 20 de mayo se celebró una primera sesión del **grupo de Información del Observatorio 4.0. de Comercio**. En la misma se describieron las metodologías propuestas para plantear propuestas de cara a los 4 grupos de trabajo, orientados principalmente a la recopilación de información del sector, análisis del marco regulatorio, estudio de las ayudas al comercio y formación digital.

Hasta mediados de Julio se recibirán y analizarán **propuestas** mediante una serie de herramientas digitales de diálogo; asimismo, se plantearán una serie de reuniones virtuales cuando sean requeridas.

El objetivo de este observatorio es plantear las **problemáticas del sector**, con el objetivo de ir perfilando una serie de medidas que se puedan ir implantando

## EDITORIAL

Tras las elecciones generales del pasado 28 de abril, y los comicios municipales, autonómicos y europeos, esta primavera ha sido sin duda un momento de transición (al menos, en el plano político) en el que nuestras acciones de cara a las administraciones públicas están muy limitadas.

Lo que no ha estado parado ha sido el consumo, ni nuestros comerciantes, aunque no con los buenos datos que hubiéramos deseado. Los datos económicos siguen en la misma tónica del último año: estancamiento en las ventas y el consumo, mientras que la confianza del consumidor ha subido levemente pero sigue estando en valores negativos. En este contexto, somos conscientes de que, al igual que pedimos a nuestros comercios un avance en materia de digitalización y una mirada hacia el futuro para seguir siendo competitivos, nuestra organización tiene también que afrontar un giro radical que deje bien claro que la voluntad de servicio a nuestros comerciantes sigue intacta. La regla de tres parece clara: si el entorno social, cultural y tecnológico está cambiando, y por lo tanto nuestros clientes también, nuestras organizaciones y nuestras empresas no pueden ser ajenas a ello.

Empezamos por tanto ahora unos meses de intenso trabajo. Las políticas iniciadas por la ministra Reyes Maroto para el sector nos parecieron claramente esperanzadoras. Aún no sabemos si la ministra seguirá en el mismo cargo, ni si la configuración del propio Ministerio será la misma; pero esté quien esté al frente del Comercio, nos sentiremos de nuevo con nuestros interlocutores para seguir luchando y defendiendo nuestros intereses, y muy especialmente la declaración del comercio como sector estratégico de la economía.

## 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** en [www.somoscompra.com](http://www.somoscompra.com).

# El crecimiento de las ventas en abril no alcanza al comercio de proximidad

Desde la CEC insistimos en que, tras las promesas electorales, es hora de pasar a la acción y de poner en marcha medidas concretas para el pequeño y mediano comercio.

Siguiendo la misma tendencia preocupante de los últimos meses, el aumento del 2% de las ventas del comercio minorista ha beneficiado a cadenas y grandes superficies, pero no al **pequeño y mediano comercio**, que ha visto descender sus ventas con respecto al mismo mes de 2018 un -0,5%. Esta tónica viene siendo la habitual desde hace más de un año, y podemos decir que se ha convertido ya en un problema crónico. La necesidad del comercio de proximidad de adaptarse a los nuevos hábitos de consumo y de asumir la necesidad de su digitalización es imperiosa y urgente, algo que solo puede

hacerse con el apoyo institucional de nuestras Administraciones.

En este sentido, la CEC insta a la formación de un nuevo Gobierno a la mayor brevedad posible, así como en las distintas Comunidades y corporaciones municipales: "Todos los partidos han trasladado durante la campaña electoral la necesidad de apoyo al pequeño y mediano comercio. Ahora es la hora de ponerse manos a la obra y de **transformar las promesas en realidades**". Entre las medidas más urgentes, consideramos imprescindible que se reabra el debate sobre la regulación de las rebajas, y que los instrumentos que se han puesto en marcha



para avanzar en la digitalización del sector y luchar contra el intrusismo se traduzcan en soluciones y apoyos concretos a nuestros comerciantes. La declaración del comercio como **sector estratégico** de la economía facilitaría que contara con mayor apoyo presupuestario para facilitar la digitalización y competitividad de las pymes del comercio.

## Arranca la Oficina de Transformación Digital puesta en marcha por la CEC



Como ya anunciamos en anteriores boletines informativos, la Confederación Española de Comercio (CEC) ha sido beneficiaria del programa de Transformación Digital en PYMES, puesto en marcha por el Ministerio de Economía y Empresa, a través Red.es.

De esta manera nace "Digitaliza tu comercio", la Oficina de Transformación Digital (OTD) puesta a disposición del comercio de Andalucía, con el fin de ayudar,

asesorar y acompañar al comerciante en su proceso de digitalización e incentivando el emprendimiento digital mediante acciones de difusión y de apoyo.

A lo largo de 12 meses, Digitaliza tu comercio llevará a cabo **48 acciones formativas** repartidas en jornadas, seminarios, talleres prácticos y sesiones monográficas sobre tecnologías específicas del sector con el objetivo de sensibilizar e informar sobre la Transformación Digital en el sector del comercio en Andalucía. Además, la OTD ha desplegado **varias vías de comunicación online** para así enfatizar las ventajas y ofertas que ofrece este proyecto. Así, ya está en funcionamiento su propia página web, [digitalizatucomercio.com](http://digitalizatucomercio.com), así como sus perfiles en las redes sociales.

## La CEC trabaja en un acuerdo de colaboración con Certiuni



CERTIUNI

Nuestra organización va a firmar próximamente un acuerdo de colaboración con la **Fundación CERTIUNI**, una institución creada con la finalidad de promover la cultura de la certificación personal de los alumnos y que ofrece a las universidades sistemas de acreditación en las competencias más demandadas en el espacio de la educación superior. Dicho convenio tiene como finalidad la colaboración en el desarrollo a nivel nacional del sistema de certificación de CERTIUNI, poniendo ésta a disposición de la CEC una red de centros para realizar los exámenes para obtener las certificaciones; además, el objetivo es que la CEC se convierta en miembro de pleno derecho de su Consejo Asesor. El patronato de la Fundación está formado por miembros de organizaciones como CEOE, CEPYME y CEAJE.



## Entrada en vigor del registro obligatorio de la jornada laboral: confusión entre autónomos y pymes

Desde el pasado 12 de mayo, todas las empresas tienen la obligación de registrar la jornada de sus trabajadores. Ante la confusión originada entre empresas y autónomos, el Ministerio de Trabajo ha publicado una Guía para facilitar la aplicación práctica de esta norma. Estas son algunas de las más importantes:



- El registro horario **no se aplicará a los trabajadores autónomos** ni a los trabajadores de cooperativas. Eso sí, si el autónomo tiene algún asalariado contratado, sí que es obligatorio el registro respecto a éste.
- Será válido **cualquier sistema o medio**, en soporte papel o telemático.
- **No es necesario entregar copia** de los registros a los empleados, pero deben permanecer a su disposición si así lo solicitan.
- No es obligatorio registrar las **pausas para comida y descansos regulados**, aunque sí es recomendable que quede constancia de los mismos.
- El **registro de la jornada irregular**, que hay días que puede alargarse y otros ser más corto deberá realizarse igualmente. Si la flexibilidad horaria lleva a exigir una jornada mensual, un exceso de jornada en un día no deberá contabilizarse como horas extras si no se supera lo pactado para la mensualidad.

## La CEOE rechaza la nueva medida porque 'no subirá la productividad'



El presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Antonio Garamendi, ha rechazado la obligatoriedad de registrar la jornada diaria de los trabajadores por considerar "taxativamente" que esta medida "no aumentará la productividad de las empresas".

Garamendi encuadró esta nueva obligatoriedad de los empresarios en "los clichés del siglo XIX" y añadió que "igual no sirven para el siglo XXI". Además, insistió en que la aplicación de este decreto va a ser "muy complicada", sobre todo en función de variables como la flexibilidad, la conciliación familiar o el

teletrabajo. "No digo que no se persiga a quien no paga las horas extras que corresponden a los trabajadores, pero lo más correcto sería localizar esas horas que no se pagan y aplicar la ley sobre los empresarios que no las declaran.

Desde el pasado 12 de mayo, el registro de la jornada de los trabajadores es obligatorio para todas las empresas, quedando sin embargo determinados colectivos, entre ellos los autónomos. En el registro debe constar la hora de entrada y de salida del puesto de trabajo de cada trabajador de forma diaria, no siendo válida una contabilización de las horas extra a fin de mes.

### El comercio, el sector que más horas extra realiza

En España más de 735.000 trabajadores realizan un total de 5,7 millones de horas extra a la semana, de las que más de 2,6 millones (realizadas

por más de 346.000 empleados) no son cobradas ni cotizadas, según los últimos datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), relativos al primer trimestre del año.

Por actividades, el sector del comercio es el que aglutina la mayor cuantía de trabajadores que trabajan más de lo estipulado en su jornada laboral sin percibir nada por ello, un total de 52.500 empleados, que realizan 450.700 horas extra semanales gratis.

Por detrás, se sitúan los 48.200 trabajadores de la industria manufacturera (que realizan 347.100 horas extra no pagadas a la semana), seguidos por los 37.800 de actividades profesionales, científicas y técnicas (281.900 horas), y los 37.200 de la educación (256.800 horas).

## VI Edición de los Premios Cepyme

*-Abierto el plazo de presentación de candidaturas-*

# PREMIOS CEPYME

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

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

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

En esta edición se mantiene

en 11 el número de categorías galardonadas, al igual que en la pasada convocatoria.

### Categorías:

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

## Convocados los XXII Premios Nacionales de Comercio Interior

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ha abierto la convocatoria de los **XXII Premios Nacionales de Comercio Interior**, para los que se puede presentar candidaturas hasta el 27 de junio.

Los premios, que se convocan en las **modalidades de ayuntamientos, centros comerciales abiertos y pequeño comercio**, están dotados con 5.000 euros en los casos del Premio Nacional al Pequeño Comercio y el Premio Nacional a Centros Comerciales, mientras que el Premio Nacional a Ayuntamientos tiene carácter honorífico, sin dotación económica.

Según señala el Ministerio, "estos galardones son un reconocimiento a los pequeños comercios por su labor de desarrollo y modernización empresarial, mediante la innovación y mejora de la tecnología, generando empleo y dando vitalidad a las ciudades". Por último, "se reconoce a las asociaciones de comerciantes que favorecen la dinamización y modernización de áreas comerciales urbanas".

## AYUDAS, INCENTIVOS Y SUBVENCIONES

### EN VIGOR PARA AUTÓNOMOS Y PYMES

Fuente: MINISTERIO ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMPETITIVIDAD

Comunidad	Castilla La Mancha	Aragón	España	Extremadura
<b>Ayuda</b>	Programa Adelante Digitalización, para la transformación digital de las pymes de Castilla-La Mancha	Subvenciones para mercados	Línea ICO Crédito Comercial 2019	Ayudas para contratación de técnicos en comercio exterior
<b>Beneficiario</b>	Microempresas, pequeñas y medianas empresas (pymes)	Propietarios, usuarios o similares y asociaciones de vendedores de mercados	Autónomos y empresas con domicilio social en España	Empresas y sus agrupaciones, incluyendo los consorcios de exportación y los clusters, así como las sociedades de comercialización
<b>Plazo</b>	17/06/2019	11/09/2019	31/12/2019	31/08/2019
<b>Organismo</b>	Junta de Comunidades de Castilla La Mancha	Ayuntamiento de Zaragoza	Instituto de Crédito Oficial	Junta de Extremadura

## Desde Europa

### Reducción de tasas en Europa

La Comisión Europea ha aceptado los compromisos de Visa y Mastercard para reducir las tasas de intercambio interregionales, que se aplican a los pagos con tarjeta realizados en el Espacio Económico Europeo con tarjetas emitidas en países terceros. Con esta decisión, la reducción de esas tasas en un 40% de media se convierte en legalmente vinculante.

### Baja el comercio de moda en Europa

Las ventas minoristas de moda en Europa bajan una marcha. La cifra de negocio del retail de moda en los 19 países de la zona euro se incrementó en marzo un 1,7%, respecto al mismo mes del año anterior. La subida se sitúa por debajo de la registrada en febrero, cuando avanzó un 2,7%, pero mantiene la tendencia alcista iniciada en el mes anterior después de encadenar tres meses consecutivos de caídas.

### Déficit comercial UE-China

La balanza comercial de la Unión Europea respecto a China siguió en 2018 inclinada del lado de las importaciones, con un déficit de 185.000 millones de euros. El año pasado, China se situó como el segundo socio comercial con la Unión Europea para la exportación de bienes (un 11% del total) y el mayor importador de bienes dentro de la Unión (el 20% de todas las compras). En términos totales, la UE exportó bienes por valor de 210.000 millones de euros, mientras que importó 395.000 millones.

## Casi el 50% de los autónomos españoles ve la carga burocrática como su mayor obstáculo

Los impuestos o de la captación de nuevos clientes son otras de las preocupaciones de los autónomos en España



Los trámites administrativos son considerados el mayor problema para los autónomos españoles. Un colectivo que en España representa un total de 3,2 millones de personas a cierre de 2018. Así lo indica el último Informe Infoempleo Adecco, en el que el 47% de los trabajadores por cuenta propia encuestados sitúa a la burocracia como el peor de sus males en el día a día de sus negocios.

Las gestiones que deben asumir

van desde declaraciones trimestrales y anuales de IVA, IRPF o alquiler de local a otras como el registro de operaciones en el libro de contabilidad. La recopilación de las facturas de gastos que se pueden deducir -gasolina, gastos de vivienda si trabajas en ella, entre otros- es otro trámite engorroso que además está sujeto a criterios de interpretación muy ambiguos y que van evolucionando. Precisamente las sanciones más frecuentes que afronta un autónomo se derivan de la falta de presentación de alguna declaración periódica o de hacerlo tras la fecha límite. En concreto, cualquier demora puede suponer un recargo de entre el 5 y el 20% del importe total adeudado a la Administración, en función del tiempo transcurrido.

## La ciberseguridad, asignatura pendiente del retail español

Las inversiones del sector retail en seguridad cibernética son insuficientes. Esta es una de las principales conclusiones del estudio realizado por BDO, según el cual esta circunstancia incrementa el coste medio que supone la violación cibernética de la seguridad de datos de la industria y, por consiguiente, el coste de la cobertura de los seguros de responsabilidad cibernética.

Este análisis resalta, además, que el retail ocupa la posición más baja a escala mundial en materia de seguridad en la cadena de

suministro, el uso correcto de cortafuegos, la protección contra software maliciosos, el desarrollo y mantenimiento de sistemas de seguros, la autenticación de acceso a la web y procesos de seguridad.

Existe un alto porcentaje de minoristas que aún no son compatibles con la industria de tarjetas de pago. El estándar de Seguridad de Datos para la industria de tarjeta de pago ayuda a las organizaciones que procesan, almacenan y transmiten datos de tarjetahabientes para asegurar y evitar fraudes en el uso de tarjetas de pago de débito y crédito.



## BREVES

Un reciente estudio publicado por RetinMeNot revela que el 69% de los compradores de tiendas físicas en EEUU prefieren consultar opiniones e información sobre un producto en su teléfono en lugar de preguntarle a los empleados de la tienda. Según la encuesta, el 49% de los estadounidenses tienen alguna aplicación de ofertas y descuentos en su smartphone, y el 65% afirma que poder usar cupones móviles en la tienda es un valor añadido para ellos.

Los minoristas están invirtiendo en estrategias omnicanales y lo hacen por varias razones: la adquisición de clientes, la eficiencia de costes y para obtener una ventaja competitiva. Esta es la principal conclusión obtenida del último informe de Shopgate de 2019. La mitad de los encuestados explica que las aplicaciones de compras móviles son una prioridad máxima en sus planes omnicanal, y el 45% afirma que los puntos de venta móviles son otra alta prioridad dentro de sus futuras estrategias omnichannel.

En 2022 el e-commerce representará para el sector retail hasta un 17% del total de sus transacciones, gracias al crecimiento que se prevé que tengan en todo el mundo los pagos digitales. Según el director jurídico global de Mastercard, este hecho supondrá grandes retos para las industrias financiera y tecnológica, tanto en materia de innovación de productos como en cuestión de su ejecución.

## EL SECTOR EN CIFRAS

### ICM

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

### ICC

La confianza del consumidor español se situó en el mes de abril en 97 puntos, 3,1 puntos por encima del dato del mes anterior. Este aumento del ICC se debe tanto al incremento de 2,9 puntos en la valoración de las expectativas como al avance de 3,3 puntos en la valoración de la situación actual.

### IPC

La tasa de variación anual del Índice de Precios de Consumo (IPC) en el mes de abril se situó en el 1,5%, dos décimas superior a la registrada el mes anterior. (Fuente INE).

### Afiliaciones Seg. Social

El Comercio Minorista (G47) cuenta actualmente con 1.881.191,75 afiliados, de los cuáles 1.364.298,95 están afiliados al Régimen General y 516.892,80 afiliados son autónomos. En abril el comercio minorista aumentó en 14.665,71 afiliados (12.395,29 en Régimen General y 2.270,42 en autónomos).



## CITAS ¡NO PUEDES FALTAR!

### MarketPlace Summit

**Cuándo:** 26 de junio

**Dónde:** Palacio de la Prensa (Madrid)

**Qué:** El mayor evento exclusivo sobre ecommerce y marketplaces, en el que se analizará en profundidad este fenómeno y en el que participarán más de 28 ponentes. La asistencia al evento es totalmente gratuita y durará una mañana.

### BizBarcelona

**Cuándo:** 12 y 13 de junio

**Dónde:** Recinto Montjuïc (Barcelona)

**Qué:** Es el salón para emprendimiento, pymes y economía social de Fira de Barcelona que, de forma anual, se convierte en una referencia imprescindible que busca mostrar a las startups las tendencias y los cambios que llegan al mercado y acompañarles en el proceso de adaptación constante en el que deben entrar para mantenerse vigentes.

### eDelivery Barcelona

**Cuándo:** 26 al 28 de junio

**Dónde:** Fira de Barcelona

**Qué:** Un evento fundamental para conocer de primera mano la realidad de los principales players del sector logístico, uno de los ámbitos más vitales para el éxito de una tienda online, donde se pondrán en contacto la oferta y la demanda.

## Adi3n Fedecarne... ¡hola CARNIMAD!



Carnimad es el nuevo nombre que recibe la Organizaci3n Empresarial que representa al sector de la carnicer3a-charcuter3a especializada en la Comunidad de Madrid, una Asociaci3n que ha cambiado su nombre en diversas ocasiones desde que se fundara en 1931, pero que desde hace veinte a3os y hasta ahora se ha llamado Fedecarne.

La Organizaci3n ha transformado su imagen corporativa, estrenando

además una nueva web y realizando un restyling a su galardonada revista La Carne. Todos estos cambios se han puesto en marcha para empezar una

nueva etapa, donde los j3venes se convierten en uno de los principales target. Este rejuvenecimiento de marca no ha querido olvidarse de la tradici3n artesana, como podemos ver reflejado en su logotipo, que hace un gui3o a la actividad tradicional del oficio incluyendo parte de la herramienta principal de los profesionales del sector, el mango del cuchillo, que se erige como elemento tradicional representativo. Sin embargo, el haber utilizado solo

el mango, sin la hoja, dibujado con ese efecto carboncillo, le proporciona un toque transgresor y actual. El cuchillo, además, hace que el logotipo sea inclusivo, representando a cualquier profesional del comercio especializado de la carne; bien sea carnicero, charcutero, pollero o casquero, todos quedan incluidos a trav3s de esta herramienta.

El pasado mi3rcoles, 22 de mayo, la Asociaci3n de Carniceros y Charcuteros de Madrid llev3 a cabo la presentaci3n de su nueva imagen, en un evento centrado en el dise3o y el branding, que tuvo como invitados especiales a dos expertos en la materia, Nacho Lavernia, de LAVERNIA & CIENFUEGOS Y ASOCIADOS, y Carlos Aires, de Marketing-Jazz.

## AEFI patrocina la competici3n nacional de Formaci3n Profesional

La Asociaci3n Espa3ola de Floristas ha patrocinado, en la disciplina de florister3a, las Spainskills 2019, organizadas por el Ministerio de Educaci3n y Formaci3n Profesional. Se celebran cada dos a3os y re3ne a los equipos ganadores en las convocatorias regionales, instituciones, asociaciones profesionales y empresas de diversos sectores. Los objetivos principales de las SpainSkills son la promoci3n de la formaci3n profesional y la mejora de las relaciones entre los agentes educativos y las empresas, incrementando as3 el conocimiento de esta oferta del sistema educativo y

de las competencias de cada una de las modalidades que forman parte de la competici3n.

Fruto de este patrocinio, la Asociaci3n, con su presidenta Esther Dom3nguez al frente, ha asesorado sobre las bases de competici3n, ha dise3ado tres pruebas (ramo de mano, trabajo sorpresa con planta natural y ramo de novia) con materiales cedidos por la empresa VerdNatura, ha aportado tres miembros del jurado (Esther Dom3nguez, Rosa Valls de Rosa Valls Formaci3n y Guillermo Lasso de la Escuela Andaluza de Arte Floral) y ha contribuido en el premio para el ganador con 150 horas de formaci3n de cara a WorldSkills 2019 y Euroskills 2020.



**Cuéntanos  
tus ideas  
e iniciativas**

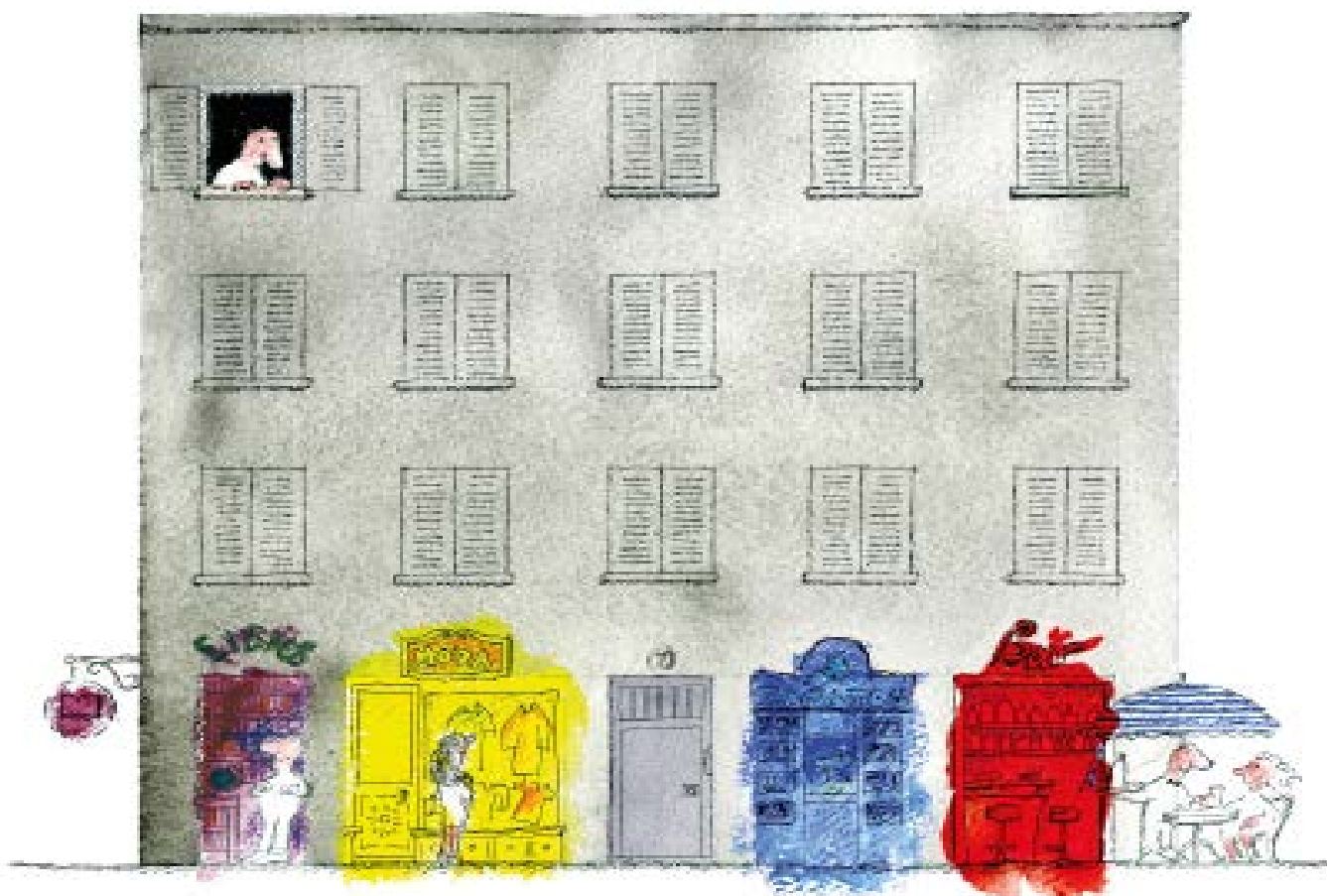
[comunicacion@cec-comercio.es](mailto:comunicacion@cec-comercio.es)



# 'Baja a la calle, baja a la vida', la nueva campaña de FER Comercio

Bajo el lema "Elige donde vives, no hundas tu ciudad", la Federación de Empresarios de La Rioja ha promovido una **campaña de promoción del comercio urbano** realizada por el dibujante Jesús López Araquistain. La campaña se distribuirá entre los comercios para concienciar a todos los ciudadanos y a la sociedad sobre la importancia que un comercio vivo y dinámico tiene para una región, una comarca, una ciudad o pueblo.

## NO ESPERES A QUE TE LO LLEVEN A CASA



# BAJA A LA CALLE, BAJA A LA VIDA

# ABC

## El comercio de Cuenca cierra los escaparates para denunciar su situación

La Asociación del Comercio de Cuenca y CEOE Cepyme Cuenca han iniciado una campaña bajo el lema «Se vende porque no se vende», con la que quieren denunciar la grave situación en que se encuentran, entre otros factores, por la despoblación y las ventas por Internet, y pedir a la ciudadanía que compre en el comercio de proximidad para «mantener la ciudad viva». Según los responsables de la Asociación y la Confederación de Empresarios, durante los últimos diez años han registrado 400 cierres de establecimientos comerciales en Cuenca, que han supuesto la pérdida de 1.200 puestos de trabajo.

# EL MUNDO

## Iniciación al vídeo marketing de FECSoria

La Federación de Empresarios de Comercio de Soria está cerrando las últimas plazas para el minicurso de Vídeo Marketing que esta Federación organiza los próximos días 14 y 15 de mayo. Para este módulo, de carácter presencial y gratuito, restan todavía ocho plazas libres de un total de 15. La difusión de vídeo a través de Internet es hoy por hoy una de las herramientas más potentes y eficaces para dar a conocer una empresa y sus productos. Este curso, titulado 'Utiliza el Vídeo Marketing para promocionar tu negocio', está organizado por FECSoria y en él se inicia al alumno de forma muy fácil y sencilla en la creación y difusión de este material audiovisual.

# FARO DE VIGO

## El pequeño comercio gallego lanza una doble campaña para revertir la caída en las ventas

La cifra de negocios del comercio minorista en Galicia acumula una trayectoria descendente, al contrario que la media nacional. El objetivo es cambiar esta tendencia, a lo que pretenden contribuir desde la Federación Galega de Comercio, la dirección xeral de Comercio de la Xunta y Abanca. Será de mano de la tercera edición de la campaña Días Azuis do Comercio Galego, que tendrá dos iniciativas (este mes de mayo y en el segundo semestre). El sector pretende "fomentar, estimular e impulsar las compras en el comercio de proximidad de Galicia, así como reforzar la puesta en valor de su importante papel económico y social".

## Tu opinión cuenta

### CEC INFORMA

lo hacemos entre todos

Envíanos tus propuestas, ideas y opiniones al mail [comunicacion@cec-comercio.es](mailto:comunicacion@cec-comercio.es)

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

¡Búscanos en las RR.SS!



CEC | Organización empresarial más representativa del comercio de proximidad da cabida a:

**99%**

Empresas comerciales

**26%**

Autónomos del país

**+1.200.000%**

Puestos de trabajo

Entidades colaboradoras

