



Te esperamos en Spain Retail Congress los días 17, 18 y 19 de noviembre



En un momento en que los clientes son más influyentes que nunca, el retail debe basar sus estrategias en conocer las necesidades, comportamiento, expectativas del consumidor, y adelantarse a los cambios que se pueden producir en el entorno, el mercado y los factores incontrolables como una pandemia mundial. En este contexto, el sector debe avanzar hacia un nuevo escenario, en el que la tienda física no se entiende como un canal aislado, sino como una parte integrada en el camino del nuevo consumidor omnicanal hacia la compra.

Esta reinención será el eje en torno al que girarán los debates, conferencias y espacios de relación del Spain Retail Congress 2020, la cuarta edición del congreso de la Confederación Española de Comercio (CEC),

que se celebrará los próximos 17,18,19 de noviembre con el lema "La era del retail inteligente". Como consecuencia de la crisis sanitaria actual, el evento se seguirá de forma online a través de una plataforma que permitirá a los participantes vivir una experiencia real del congreso y en la que podrán acceder a todas las ponencias e interactuar, manteniendo reuniones, diálogos y networking, con el resto de asistentes.

Spain Retail Congress, ofrecerá la oportunidad de escuchar a directivos del retail que están teniendo éxito en el uso del data de consumidor y en la aplicación inteligente de la tecnología, que les permite generar innovación y mejorar la experiencia de compra a sus clientes. En el extenso programa de tres días destacan conferencias dedicadas

SUMARIO

2... Pedro Campo: La transformación del comercio ya está pasando.

3... Julián Ruiz, nuevo Secretario General de la CEC.

6... La mujer marca las nuevas tendencias de consumo.

8... Los profesionales y amantes de la carne la tienen su propio podcast.

a entender y atender al nuevo consumidor; anticiparse y prever las futuras tendencias de consumo y los potenciales modelos de negocio y transitar hacia la transformación digital del comercio. Tampoco faltará una mesa redonda en la que representantes de las principales formaciones políticas debatirán y compartirán sus perspectivas sobre el sector del comercio para el 2021.

En la última jornada, Spain Retail Congress celebrará su clausura con un acto institucional presencial en el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, que los asistentes podrán seguir, de forma online. El acto contará con la presencia de el presidente de CEOE, Antonio Garamendi, el presidente de Cepyme, Gerardo Cuerva y el presidente de la CEC, Pedro Campo.

Pedro Campo: “La transformación del comercio ya está pasando”

[Artículo publicado en la revista Distribución y Actualidad.](#)

Así lo expresa Pedro Campo, presidente de la Confederación Española de Comercio, CEC, en esta Tribuna en la que anima a unirse al próximo Spain Retail Congress 2020, “un evento del sector para el sector, en el que escucharemos casos de éxito y prácticas que puedan servir de ejemplo y de guía en el camino hacia la transformación de los negocios”

La pandemia actual de la Covid-19 ha alterado nuestras vidas cotidianas, transformando nuestros hábitos en numerosos aspectos, también – y en gran medida – en el sector del comercio. Se han generado cambios en los procesos de compra y nuevos perfiles de consumidores, mucho más reflexivos y exigentes.

El comercio de proximidad puede sacar de esta situación dos conclusiones claras y que deben ir necesariamente de la mano. Por un lado, su enorme capacidad de adaptación a los cambios, incluso en las situaciones más imprevistas como una pandemia mundial, y, por otra, la necesidad de digitalización del sector, un punto que hasta el momento continuaba siendo una asignatura pendiente.

La transformación del comercio debe abordarse como una gran oportunidad,



y, sobre todo, entender que en ningún caso, es ya una opción”

Este paréntesis abierto por la crisis de la Covid19, tiene que suponer punto de inflexión para catalizar y reforzar nuestra presencia en la red, y dejar de entender la tienda física como un concepto independiente. Desde CEC siempre defendemos la importancia del comercio tradicional, el valor añadido que genera como elemento dinamizador y revitalizador de los territorios y generador de riqueza y empleo, pero es importante dejar de concebirlo de forma aislada y hacerlo como parte de un conjunto orientado al consumidor omnicanal.

Por ello, el comercio está trabajando desde ya en este cambio. Si en el Estado de Alarma ha conseguido colocar a muchas tiendas de proximidad en el radar de consumidores para los que, hasta ahora, pasaban desapercibidas, el siguiente paso es fidelizar a esos clientes y atraer nuevos, aplicando las oportunidades

que nos brinda la tecnología para conocer más de cerca sus necesidades, sus expectativas, comportamientos y mejorar así su experiencia de compra.

El próximo Spain Retail Congress, será un encuentro para el intercambio, el impulso, y la generación de aquellas ideas y ejemplos de soluciones que permitan a los retailers avanzar en esa transformación; en la integración de las tecnologías y tendencias más innovadoras y adaptarse así a las nuevas demandas del consumidor.

Un evento del sector para el sector, en el que escucharemos casos de éxito y prácticas que puedan servir de ejemplo y de guía en el camino hacia la transformación de los negocios. Una oportunidad para conocer de primera mano las tendencias más innovadoras y las herramientas disponibles para dar ese salto cualitativo que permita al comercio dar respuestas a las necesidades de los consumidores y ganarse su confianza, ahora más que nunca.

Julian Ruiz, nuevo Secretario de la Confederación Española de Comercio

Julián Ruiz Gutiérrez ha sido nombrado secretario general de la Confederación Española de Comercio (CEC), cargo que ocupa desde el pasado 1 de octubre.

Licenciado en Ciencias Empresariales y en Ciencias Actuariales Financieras, su formación se complementa con un Máster en Dirección de Empresas. La actividad profesional de Julián Ruiz ha estado vinculada a diferentes sectores. No obstante, tras 14 años al frente de la Secretaría General de CECOBI, cargo que actualmente ocupa, su experiencia viene determinada por su vinculación a la defensa de los intereses del comercio local, así como a las relaciones



institucionales. Su capacidad de liderazgo y trabajo en equipo son valores añadidos al profundo conocimiento tanto del sector del comercio como de su tejido asociativo.

El nuevo Secretario General de la CEC asume el puesto con la voluntad de impulsar

y defender los intereses del pequeño y mediano comercio, y el compromiso de ayudarles a afrontar los nuevos desafíos económicos y sociales, más si cabe en un contexto de máxima incertidumbre y especialmente complicado para el sector.

“Salvar la Navidad: El comercio pende de un hilo ante la campaña más triste”: Entrevista a Pedro Campo en RNE

El presidente de la CEC, Pedro Campo, hace una valoración ante los micrófonos de Radio Nacional de España, de la situación del comercio y las previsiones de cara a la campaña de Navidad.

“El comercio ven con tempor, esta campaña que, en el caso de no compensar las pérdidas de estos meses ,puede significar un verdadero drama para el comercio

y desatar una cascada de cierres en enero y febrero, señala Pedro Campo. “Muchos están aguantando a ver cómo viene la campaña de Navidad, si viene mal puede suponer el cierre de entre el 25% y el 35% del comercio minorista en España”, explica a RTVE.



[Puedes escuchar la entrevista completa en el siguiente enlace.](#)

“Necesitamos dotar al sector del comercio de seguridad y dinamizar el consumo”, Julián Ruiz en Espejo Público

Julián Ruiz, Secretario General de la Confederación Española de Comercio, ha intervenido en el programa Espejo Público de Antena 3 el pasado 14 de octubre.

En una entrevista conducida por Susana Griso, Ruiz ha explicado las propuestas de la CEC para revertir la situación derivada de la crisis del Covid.

Por un lado, dotar al sector de seguridad y dejar a un lado la incertidumbre que generan las medidas que se toman sin el margen de tiempo necesario para su correcta implantación, y por otro la dinamización del consumo, dejando a un lado



las campañas centradas en recortar los márgenes y apostando por iniciativas de ayuda directa al consumidor como pueden ser los bonos de compra.

[Puedes ver la entrevista completa en el siguiente enlace, minuto 1:40:19.](#)

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@gls-spain.es

Desde Europa

Así funciona el 'semáforo Covid' de la UE para restricciones de viajes

El Consejo de la Unión Europea ha adoptado una recomendación para que los Estados miembros basen sus restricciones a los viajes dentro de la UE en función de la situación epidemiológica que incluye un código de colores por zonas según la incidencia de Covid, con el fin de evitar "la fragmentación y la interrupción y aumentar la transparencia y la previsibilidad para los ciudadanos y las empresas".

Se trata de un mapa con los colores del semáforo que indica a la ciudadanía europea las restricciones que podría encontrar en sus viajes dentro de la Unión Europea según la situación epidemiológica de cada país, como por ejemplo la necesidad de realizarse una prueba diagnóstica en origen o destino.

El BCE aboga por esperar para introducir nuevos estímulos en la economía europea

Banco Central Europeo (BCE) aboga por mantener la calma. A pesar de la fuerte crisis económica que se avecina en Europa debido a la pandemia del Covid-19, el organismo comunitario considera que existen "razones de peso" para no aplicar nuevos estímulos económicos en la próxima reunión que se celebrará el 29 de octubre.

Según señalan personas cercanas a la deliberación citadas por 'Bloomberg', lo más probable es que se tome dicha decisión en diciembre, cuando ya se conozcan las nuevas previsiones de crecimiento e inflación en la eurozona.

La mujer marca las nuevas tendencias de consumo



Hombres y mujeres no compran de la misma manera ni bajo los mismos valores. Son ellas las que gestionan las finanzas en casa, y cuando encabezan el hogar, consumen 452 euros más que los hombres, priorizando la compra de bienes básicos. También son ellas las que están liderando el cambio hacia un consumo más responsable y sostenible, digital, reflexivo y menos individual. Así lo demuestra el Informe sobre la brecha de género en el consumo, presentado por L'Oréal España y ClosinGap.

Según este análisis, la mujer tiene mayor conciencia ambiental y adopta comportamientos más sostenibles. Y es que mientras que más del 61% de las mujeres españolas reconocen su responsabilidad sobre el cambio climático, en los hombres no llega ni a la mitad. Le dan también más importancia a la responsabilidad social de la empresa a la hora de decidir

qué productos comprar (28% vs. 20%).

Entre las acciones que llevan a cabo para comprar de manera más sostenible, el 49,2% de las mujeres compran en comercio local y productos de proximidad, frente al 39% de hombres. El estudio indica que las mujeres compran más por Internet y son más omnicanal: se desplazan más para comprar en tienda física, pero también usan en mayor medida la Red, siendo ellas la mayoría.

Este comportamiento se evidencia también en el uso del canal tradicional como punto de recogida de productos comprados online a precio inferior.

Para ellas, las ofertas y promociones online son un factor clave para la compra (50% frente al 42%). Por todo ello, el gasto medio de la compra de la mujer es inferior al del hombre (59,4€ vs. 68€).

BREVES

La afluencia a los centros comerciales desde su apertura tras el estado de alarma por la pandemia y hasta el pasado agosto es entre un 20 y un 25% inferior a la del mismo periodo del año anterior y, aunque la gente pasa menos tiempo en ellos, el gasto se ha elevado un 5%. Así lo calcula la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC), cuyo presidente, Eduardo Ceballos, ha detallado a Efe que aunque las visitas actuales suponen en torno a tres cuartas partes de las que se registraban a estas alturas del año pasado, hay actividades en que la caída de afluencia es incluso menor.

El número de nuevas sociedades mercantiles aumentó un 7,1% en agosto respecto al mismo mes de 2019, hasta totalizar 5.747 nuevas empresas, según los datos difundidos este jueves por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Con el avance interanual de agosto, la creación de empresas retorna a tasas interanuales positivas después de siete meses consecutivos de descensos. En los meses más duros de la pandemia, la creación de empresas registró descensos históricos, especialmente en abril, cuando cedió un 73%. Por su parte, las disoluciones empresariales disminuyeron un 3,8% en agosto en tasa interanual, hasta sumar 1.123.

EL SECTOR EN CIFRAS

ICM

El comercio minorista registró un descenso de sus ventas del 3,3% a precios constantes en septiembre respecto al mismo mes del año pasado, profundizando así la caída de agosto, que fue del 2,9%

IPC

El Índice de Precios de Consumo (IPC) ha recortado en octubre de golpe cinco décimas su tasa interanual, hasta el -0,9%, debido al abaratamiento de la electricidad y a que los precios de los servicios de telefonía bajaron más que un año antes.

ICC

La confianza del consumidor llegó a cifras mínimas en septiembre, con tan sólo 49,5 puntos. Esto supone una bajada de 0,4 puntos con respecto al mes anterior y un 42,3% menos que el registrado en el mes de febrero, es decir, justo antes de la pandemia.

Ocupación

El índice de ocupación en el sector del comercio minorista presenta en septiembre una variación del -3,0% respecto al mismo mes de 2019.



CITAS ¡NO PUEDES FALTAR!

SRC, Spain Retail Congress

Cuándo: 17, 18 y 19 de noviembre

Dónde: Evento híbrido

Qué: Los clientes son más influyentes que nunca. Las estrategias de la nueva era retail deben estar basadas en conocer sus necesidades, comportamiento y expectativas y adelantarse a los cambios que se pueden producir en el entorno, el mercado y los factores incontrolables como una pandemia mundial. Bajo esta premisa, y con el lema "Respuesta a las necesidades retail", el Spain Retail Congress reunirá los días 17, 18 y 19 de noviembre de 2020 a comerciantes y profesionales del comercio y a proveedores de productos, servicios o soluciones tecnológicas, en este evento híbrido organizado por La Confederación Española de Comercio (CEC).

MOMAD 2021

Cuándo: Del 4 al 6 de febrero 2021

Dónde: IFEMA

Qué: El mayor escaparate de la Península Ibérica en cuestión de Moda se enfrenta a una nueva cita con las principales marcas nacionales e internacionales que mostrarán las nuevas tendencias para la temporada otoño - invierno 2021.

Los profesionales y amantes de la carne ya tienen su propio podcast



Educarne, en Centro de formación, innovación y desarrollo del secorcánico te invita a disfrutar cada jueves del podcast "Cultura de la Carne", un programa semanal donde los profesionales y amantes de la carne com-

partirán tertulia con especialistas y expertos del sector de la carne y derivados, a fin de conocer en profundidad muchos aspectos desconocidos de estos alimentos tan relevantes en nuestra gastronomía.

"Cultura de la Carne" se emitirá en directo todos los jueves a las 19.00 h. en radioofftherecord.com. Y además, podrás volver a disfrutarlo todos los viernes en educarne.es

Expertos de distintas disciplinas afines al mundo de la carne compartirán una animada tertulia en torno al buen comer y, cómo no, alrededor de los exquisitos y saludables manjares que son la carne y sus derivados.

La tienda online Compraensoria.com permite hacer la compra de comida semanal de forma cómoda, rápida y segura

CompraenSoria.com, la tienda online de empresas de Soria, ofrece ya la posibilidad de hacer la compra integral de comida para la semana de una forma cómoda, rápida y segura.

Esta plataforma online dispone ya de un extenso surtido de productos básicos (leche, pan, huevos, legumbres...) además de incorporar secciones de productos frescos y del día como carnicería, panadería o frutería.

De esta forma, el cliente puede hacer la compra semanal desde su propio domicilio, abonarla online y recibirla allí donde



desee (su domicilio, su trabajo, su casa en el pueblo...).

Diversos clientes, tanto de Soria como de distintas localidades de la provincia, vienen haciendo ya la compra semanal regularmente.

Entre las ventajas que destacan se encuentra la comodidad, gracias a este servicio el cliente

recibe los productos en el punto de destino evitando el tiempo perdido en colas y desplazamientos; y la rapidez de una entrega en un tiempo de 24 / 48 horas o incluso inferior para el marco de la provincia de Soria ya que algunas tiendas cuentan con rutas de transporte en el mismo día.



Hasta 34 comercios de la ciudad participarán en la VIII Semana de la Moda de Avadeco

Un total de 34 comercios de Valladolid participará en la VIII Semana de la Moda (MOVA), que organiza la Agrupación Vallisoletana de Comercio (Avadeco) bajo la dirección artística de Ángel Tamayo, para presentar las tendencias de la nueva temporada otoño-invierno que se pueden encontrar en las tiendas de proximidad de la capital vallisoletana. Esta nueva edición se adapta a las circunstancias sanitarias con desfiles sin público con las máximas medidas de seguridad e higiene y que se difundirá a través de televisión (La 8 Valladolid) y en formato online.

La Semana de la Moda es un evento bianual ya consolidado con el que se persigue promocionar la oferta local y acercar a los clientes las nuevas colecciones que pueden adquirir en el comercio de proximidad de Valladolid.



Confecomerc CV avisa que las ayudas al pequeño comercio son "insuficientes" y pide diálogo

Confecomerc CV ha rechazado la idea del Ayuntamiento de València de crear un semáforo para medir el coronavirus por barrios al considerarlo una medida "inadecuada" que generará "alarma, confusión y ambigüedad" entre la población.

Además, advierte la Confederación de comerciantes, esa figura provocaría "un rechazo injustificado" hacia los comercios y la hostelería de esas zonas aunque no hayan tenido casos de covid-19. La entidad considera que hay otras alternativas para favorecer la concienciación ciudadana que no sean "un semáforo que discrimine los barrios como guetos", que no discrimina entre espacios seguros y los que no lo son. Una vez señalado un barrio, "crearía una alarma tal entre la ciudadanía que le costaría librarse de la consideración como zona infectada".



El comercio se queja de que las restricciones son siempre para los mismos

El comercio es seguro. «En modo alguno genera ni el incremento de los contagios ni el empeoramiento de la situación sanitaria en la comunidad aragonesa». Es la premisa que quiso dejar bien clara Vicente Gracia, gerente de la Federación de Empresarios de Comercio y Servicios de Zaragoza y Provincia (Ecos), al conocer la nueva restricción horaria al comercio y la hostelería decretada por el Ejecutivo autonómico. «Siempre están aplicando las restricciones a los mismos sectores cuando no hay ningún criterio que avale que seamos responsables», manifestó, harto de que se esté penalizando algunas actividades, ya de por sí muy limitadas. «Ya teníamos solo un 25% del aforo permitido en el interior de los comercios», aseguró Gracia, convencido de que es precisamente en el comercio de proximidad donde «el consumidor se siente más seguro y acude con más confianza».

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

