

MEMÒRIA 2014

comertia

Associació
Catalana de
l'Empresa
Familiar
del Retail

Compartir per Competir

MEMÒRIA 2014



ÍNDEX

1. Comertia	9
1.1. Perfil dels socis	11
1.2. Missió	11
1.3. Organigrama	12
1.3.1. Assemblea General de Socis	12
1.3.2. Junta Directiva	12
1.3.3. Comitè de Direcció	13
1.3.4. Comissions de treball	14
2. Socis Comertia	15
3. Serveis als socis	23
3.1. Dinars-col·loqui entre empresaris	24
3.2. Tallers d'intercanvi	28
3.3. APP Comertia	37
3.4. Pla de descomptes per a treballadors	38
3.5. OTEC - COMEX	39
3.6. Comertia Persones	40
3.7. Formació: Curs sobre "Rendibilitat en el punt de venda"	41
3.8. Nou servei jurídic per associats	43
3.9. Resum de premsa	44
4. Actes i celebracions	45
4.1. XII Assemblea General de Comertia	46
4.2. XII Jornada Retail Comertia	48
4.3. Sopar de Nadal famílies Comertia	53
5. Estudis i Publicacions	55
5.1. Indicador de retail Comertia	56
5.2. Estudi online i offline - Hàbits i comportaments dels consumidors	58
5.3. Guia de recomanacions de l'empresa familiar del comerç	59
5.4. Col·lecció Management Comertia Retail	60
5.5. Biblioteca Comertia	62

6. Viatges de prospecció	63
6.1. Fira Euroshop a Düsseldorf	64
6.2. BRE Comertia - Londres	65
7. Relacions Institucionals	69
7.1. Reunions Comertia	70
7.2. Col·laboració i presència Comertia	73
7.3. Premis atorgats a les empreses associades	76
8. Comunicació Comertia	79
8.1. eComertia	80
8.2. Comertia a les xarxes socials	81
8.3. Comertia i els mitjans de comunicació	82
8.4. Comunicació decàleg	86
9. Socis col·laboradors de Comertia	89



L'any 2014 ha estat per a la majoria de les empreses Comertia l'any de consolidació de la sortida de la crisi i de recuperació del consum.

L'Indicador de vendes de la nostra associació va recollir resultats positius a partir del mes de juliol de 2013, deixant enrere més de dos anys de vendes negatives. A partir de juliol de 2013, i al llarg de tot l'any 2014, hem observat que el consum s'ha mantingut en positiu i tots els mesos han registrat augments de vendes respecte a l'any anterior.

Aquestes dades ens porten a dues grans revelacions. D'una banda, posen de manifest una revitalització de l'estat d'ànim de la societat, que sembla mirar cap al futur amb alegria, potser encara amb certa incertesa però ara ja substituint la por per confiança i un cert entusiasme, per ganes de reil·lusionar-se.

I d'altra banda, aquests bons resultats anuals també donen mostra de la integració, singularitat i proximitat de les nostres marques comercials en el territori, competint amb èxit amb les grans marques multinacionals. Les marques Comertia hem posat a prova la capacitat d'adaptació als nous hàbits tecnològics dels consumidors. Hem après el gran repte que tenim al davant els empresaris: gestionar el nostre negoci superant les barreres entre l'on i l'off, apostant més que mai per la innovació constant i mantenint el focus en el client final com a eix central de tota decisió estratègica.

En aquesta memòria que teniu a les mans, trobareu activitats, reflexions i casos pràctics d'innovació tecnològica al voltant del que nosaltres hem batejat com "la nova era del retail", i que per a Comertia significa el camí cap a la integració de l'on i l'off per oferir productes i serveis atractius, que ens portin a seguir liderant els nostres mercats.

Joan Carles Calbet
President de Comertia



En aquesta nova era, els hàbits i comportaments dels consumidors són més impredecibles que mai, perquè han entrat molts factors en joc que els condicionen, des d'aspectes socioeconòmics i d'estil de vida, fins a tecnològics. És per aquest motiu, que a l'hora de decidir un lema de treball que abordés el context comercial actual vam apostar pel lema “La nova era del retail”, per escenificar tots aquests elements que envolten el comerç al detall, tenint clar des de l'inici, que partíem d'un escenari dinàmic.

L'activitat d'aquest any a Comertia ens ha permès acompanyar a les nostres empreses a endinsar-se en aquesta nova era i hem vist d'aprop com el segment d'empreses que representem s'adapta àgilment a nous formats comercials, als nous canals de venda, a les noves tecnologies i, en definitiva, als nous hàbits i comportaments dels consumidors.

Hem constatat que la innovació, l'evolució i la capacitat d'adaptació de les marques comercials són exigències constants per a les nostres empreses, i aquestes mateixes exigències són les que han marcat l'activitat anual de Comertia.

D'una banda, hem organitzat tallers d'intercanvi cross sector, convocant en una mateixa sessió empreses de retail i empreses tecnològiques, per a dialogar i donar-se a conèixer mútuament necessitats d'una banda, i possibles solucions de l'altra. També hem treballat estratègies d'innovació en la gestió de la mà d'experts com Alfons Cornella, i hem donat a conèixer públicament alguns exemples d'innovació tecnològica que han posat en marxa algunes de les nostres empreses de Comertia.

Des d'un punt de vista més estratègic, hem organitzat dinars i reunions amb tots els agents polítics i socials per tal de conèixer de primera mà el vessant econòmic i empresarial en tot aquest entorn de canvi, participant de l'actualitat amb una posició neutral, i en defensa dels interessos empresarials.

Esperem que aquest any intens, ens serveixi per a preparar-nos millor per a la incertesa.

Elisabet Vilalta

Directora General de Comertia

1 COMERTIA

Comertia és l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail, una entitat que agrupa empreses de retail amb marca reconeguda en el seu sector, constituïda amb l'objectiu de crear sinergies per tal de millorar la productivitat i la competitivitat.

És una entitat sense ànim de lucre els socis de la qual són empreses dedicades al comerç al detall i serveis amb seu principal a Catalunya. Comertia representa empreses de diversos sectors de retail, l'eix comú dels quals és el seu caràcter familiar.

El principal valor de Comertia són els mateixos socis. El coneixement de les persones que formen part de cada una de les empreses membres i la consolidació de les diferents marques que hi són representades fan que aquests negocis es mantinguin com una fórmula d'èxit empresarial.

Des de la seva creació, Comertia s'ha anat dibuixant com un interlocutor vàlid entre aquest segment d'empreses i els diferents agents econòmics i socials. L'associació defensa un model comercial sostenible urbanística, econòmica i socialment.

1.1. Perfil dels socis Comertia

Comertia ha representat aquest 2014 els interessos de 61 empreses de retail que se situen en un segment comprès entre les grans marques multinacionals i les micro-empreses de comerç. Són marques consolidades en el territori i amb vocació de lideratge en cadascun dels seus sectors d'activitat, amb el següent perfil:

- **Mínim 3 establiments**
- **Mínim 25 treballadors**
- **Mínim 3 milions d'euros de facturació**
- **Marca consolidada i reconeguda**
- **Vocació de creixement i continuïtat en l'empresa familiar**
- **Líder en el seu sector i amb un alt nivell de professionalitat**

El model empresarial representat a Comertia va més enllà del comerç tradicional, projectant, verticalitzant els seus processos i duent a terme projectes d'internacionalització.

1.2. Missió

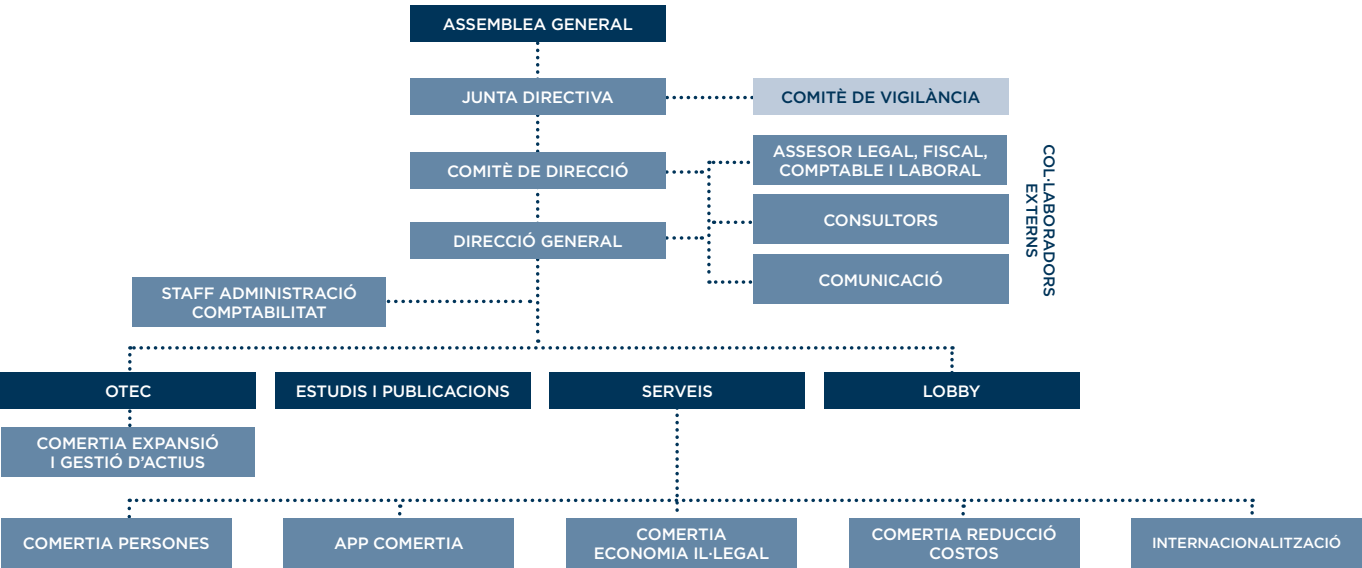
La missió de Comertia és treballar per afavorir els processos d'intercanvi de les empreses associades, analitzant nous models de negoci, millorant la gestió de l'empresa en els diferents àmbits, així com en les seves àrees funcionals: recursos humans, màrqueting, sistemes, finances i expansió.

La capacitat competitiva d'aquest perfil empresarial que representa Comertia passa per la convivència d'aquestes marques catalanes amb les grans marques internacionals: mateixos carrers i mateixes zones comercials. Comertia analitza els factors d'èxit dels diferents models de negoci i promou l'intercanvi de coneixement i informació entre els seus associats, si bé ofereix també serveis de millora de la productivitat de l'empresa a través de la digitalització i la implantació de processos de qualitat, la formació i la creació de sinergies en serveis comuns.

El lema de Comertia és:

“Compartir per Competir ”

1.3. Estructura organitzativa Comertia



1.3.1. Assemblea General de Socis

L'Assemblea General és l'òrgan sobirà de l'associació; els seus membres en formen part per dret propi i irrenunciable. Els membres de l'associació, reunits en Assemblea General legalment constituïda, decideixen per majoria els assumptes que són competència de l'Assemblea.

1.3.2. Junta Directiva

La Junta Directiva regeix, administra i representa l'associació. Està composta per: el president, el sots-president, el secretari, el tresorer i els vocals. Aquests càrrecs han de ser exercits per persones diferents i es renoven cada 4 anys.

La Junta Directiva durant el període juny 2012 a juny 2014 ha estat integrada pels següents membres:

President	Silvio Elias	Director General Veritas
Sotspräsident	German Cid	Conseller Delegat Grup Gerplex-Casa Viva
Secretari	Joan Carles Calbet	Director General Calbet Electrodomèstics
Tresorer	Artemi Nolla	Conseller Delegat AN Grup
Vocals	Gabriel Jené	Director General La Mallorquina
	Carlos Caus	Director General Gotta Perfumeries
	Markus Förster	Director Comercial Bóboli
Directora General	Elisabet Vilalta	
Assessor	Santi Pagés	

La Junta Directiva a partir de juny de 2014 amplia els membres de vicepresidència i queda integrada pels següents membres:

President	Joan Carles Calbet	Director General Calbet Electrodomèstics
Sots-presidents	Benito García	Administrador Benitosports
	Silvio Elias	Director General Veritas
	German Cid	Conseller Delegat Grup Gerplex-Casa Viva
Secretari	Jorge Torres	Director General Santiveri
Tresorer	Artemi Nolla	Conseller Delegat AN Grup
Vocals	Carlos Caus	Director General Gotta Perfumeries
	Lluís Vendrell	Director General d'Unión Suiza
Directora General	Elisabet Vilalta	
Assessor	Santi Pagés	

Calendari de reunions de la Junta Directiva celebrades l'any 2014:

30 de gener
27 de març
29 de maig
25 de setembre
25 de novembre

Comertia disposa també d'un Comitè de Vigilància. És un òrgan consultiu i d'experts que està format pels presidents sortints. Així mateix, en el Comitè de Vigilància hi participen, com a mínim, dos membres fundadors de Comertia.

1.3.3. Comitè de Direcció

El Comitè de Direcció és un òrgan de direcció operativa que està format, com a mínim, per: el president, el sots-president i la directora general de l'associació i com a màxim per tots els membres de la Junta Directiva.

Els membres del Comitè de Direcció aquest 2014 han estat:

Joan Carles Calbet	President de Comertia i Director General Calbet Electrodomèstics
Silvio Elias	Vicepresident de Comertia i Director General Veritas
Benito García	Vicepresident de Comertia i Administrador Benitosports
German Cid	Conseller Delegat Grup Gerplex - Casa Viva
Javier Cottet	Director General Cottet Òptics
Gabriel Jené	Director General La Mallorquina
Santi Pagés	Economista
Elisabet Vilalta	Directora General Comertia

Al llarg de l'any, el Comitè de Direcció s'ha reunit en 8 ocasions per a debatre temes operatius de l'associació:

5 de febrer
5 de març
9 d'abril
14 de maig
10 de setembre
5 de novembre

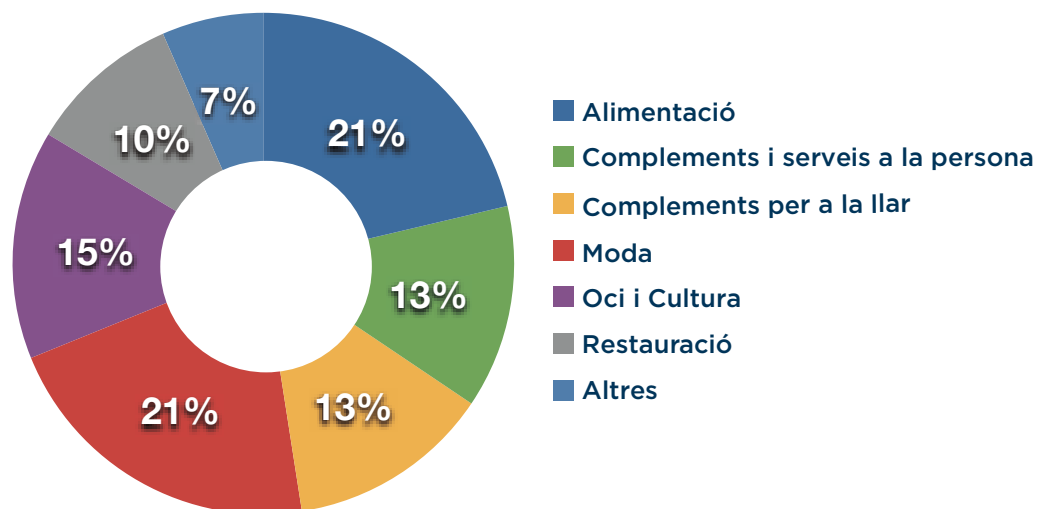
1.3.4. Comissions de Treball

Les comissions de treball són les responsables d'atendre d'una forma més directa i propera necessitats concretes de les empreses associades. Aquest 2014, les comissions de treball de Comertia han estat:

COMISSIÓ TREBALL	RESPONSABLE	OBJECTIU
Economia il·legal / Defensa del model comercial	Manuel Hernández PARTY FIESTA	Protegir el sector i evitar que determinades pràctiques il·legals vagin establint-se sense cap restricció ni impediment.
Reducció de costos	Carlos Caus GOTTA PERFUMERIES	Analitzar possibilitats d'aconseguir una millora en diferents costos d'explotació de les empreses.
Internacionalització	Elisabet Vilalta COMERTIA	Assolir el lideratge en relació a la projecció exterior dels nostres negocis.
APP Comertia	Silvio Elias VERITAS Elisabet Vilalta COMERTIA	Impulsar i consolidar l'aplicació mòbil per a treballadors de Comertia.
Relacions institucionals	Benito García, Elisabet Vilalta i Santi Pagés	Consolidar Comertia com un grup d'interès clau en la presa de decisions institucionals que afectin el desenvolupament empresarial de retail.

2 SOCIS COMERTIA

Comertia tanca 2014 amb seixanta-una empreses de retail, que sumen al voltant de 4.800 punts de venda per tot el territori espanyol i internacional, factura de manera agregada 5.000M€ anuals i dóna feina de forma directa a més de 40.000 persones.



	www.angrup.com	Restauració
	www.andreu.cat	Alimentació
	www.atlantidaviatges.com	Oci i Cultura
	www.benitosports.com	Moda
	www.boboli.es	Moda
	www.bonpreu.cat	Alimentació
	www.calbet.cat	Equipament de la llar
	www.casaviva.es	Equipament de la llar
	www.casasclub.com	Moda
	www.cashmobel.com	Equipament de la llar
	www.chocolatfactory.com	Alimentació
	www.condor.es	Moda
	www.cottet.es	Complements persona
	www.cobega.es	Alimentació
	www.decopraktik.com	Equipament de la llar
	www.dormity.com	Equipament de la llar

	www.drim.es	Oci i Cultura
	www.duetsports.com	Oci i Cultura
	www.eatout.es	Restauració
	www.abalorios-barcelona.com	Complements persona
	www.enriquetomas.com	Alimentació
	www.lobradordelmoli.com www.molivell.com www.santagloria.com	Restauració
	www.perfumeriesfacial.com	Complements persona
	www.farggi.com	Restauració
	www.felgar.es	Moda
	www.ferrerojeda.com	Altres
	www.ferrolan.com	Equipament de la llar
	www.fotoprix.com	Oci i Cultura
	www.frescuore.com	Alimentació
	www.furest.com	Moda
	www.gaes.es	Complements persona
	www.gotta.es	Complements persona

	www.ilusiona.com	Oci
	www.lamallorquina.es	Equipament de la llar
	www.macson.es	Moda home
	www.meroil.es	Altres
	www.mrw.es	Altres
	www.muji.es	Equipament de la llar
	www.nostrum.eu	Restauració
	www.ocine.es	Oci i Cultura
	www.padevi.com	Moda
	www.partyfiesta.com	Oci i Cultura
	www.plusfresc.es	Alimentació
	www.puntoblanco.com	Moda
	www.quadis.es	Altres
	www.raffelpages.com	Complements persona
	www.raima.cat	Oci i Cultura
	www.regia.es	Complements persona

	www.ribescasals.com	Moda
	www.santaeulalia.com	Moda
	www.santiveri.es	Alimentació
	www.superverd.es	Alimentació
	www.teashop.es	Alimentació
	www.udon.es	Restauració
	www.unionsuiza.com	Complements persona
	www.unipreus.com	Moda
	www.veritas.es	Alimentació
	www.vpiera.com	Oci i Cultura
	www.vidal-grup.cat	Moda
	www.viena.es	Restauració
	www.vilaviniteca.es	Alimentació

3 SERVEIS ALS SOCIS

3.1. Dinars-Col·loqui entre empresaris

Per a compartir les experiències empresarials dels socis de Comertia i aprofitar així un dels grans potencials d'estar associat, l'entitat organitza durant tot l'any, sessions en format dinar per als màxims dirigents de les empreses membre. Aquests dinars adopten principalment dos formats:

- Presentació del model de negoci de les empreses de Comertia focalitzant en les seves millors pràctiques.
- Col·loqui per part d'algun líder d'opinió o personalitat de referència en el món polític, social o econòmic que exposa la seva opinió en relació a temes d'actualitat.

L'any 2014, Comertia ha celebrat un total de 7 dinars d'empresaris:

21 de gener ANÀLISI DEL SECTOR COMERCIAL A CATALUNYA



Ponent:

Sr. Albert Closas, director i presentador del programa Valor Afegit de TV3.

Albert Closas ens acompanyà en el primer dinar-col·loqui de l'any per a compartir amb Comertia una anàlisi sobre el sector comercial a Catalunya en els nostres dies. Alguns temes que es van debatre van ser els nous hàbits i tendències dels consumidors, la concentració comercial amb el risc de perdre operadors locals o l'aparició de nous formats de retail.

"Valor afegit" és el programa econòmic de referència a la televisió catalana. Cada setmana proposa reportatges singulars i àgils, que tracten a fons i de manera rigorosa diferents temes que afecten els ciutadans.

18 de febrer EFECTE DEL PROCÉS ENGEGAT A CATALUNYA EN EL MÓN EMPRESARIAL



Ponent:

**Sra. Carme Forcadell, presidenta de l'ANC
i Sr. Pere Pugès, responsable de relacions
institucionals.**

En aquesta ocasió vam celebrar un debat entre els empresaris de Comertia sobre els possibles escenaris de futur.

La deriva política del país des de la manifestació de l'11 de setembre i l'anunci d'unes eleccions anticipades mantenen viu el debat sobre una hipotètica independència de Catalunya.

En aquest dinar, els empresaris de Comertia van conèixer els màxims dirigents de l'Assemblea Nacional de Catalunya (ANC) per a debatre al voltant de la incertesa que genera tot aquest procés en el món empresarial. I sobre quin paper tindria l'empresa dins la Catalunya independent: situació fiscal de les empreses, etc.

L'Assemblea Nacional Catalana (ANC) és una organització que es defineix com a popular, unitària, plural i democràtica que té per objectiu recuperar la independència política de Catalunya mitjançant la constitució d'un estat de dret, democràtic i social.

18 de març RETAIL XINÈS A CATALUNYA: COMPETÈNCIA O AMENAÇA?



Ponent:

Sr. Manuel Hernández, propietari de Party Fiesta.

En l'última dècada, l'aparició de negocis xinesos ha crescut exponencialment. En un primer moment eren restaurants i basars, i a poc a poc, han entrat a tota la resta de sectors: botigues de moda, floristeries, òptiques, perruqueries, bars, sabateries, supermercats, escoles de conducció, etc. Aquesta penetració silenciosa ja té efectes sobre les vendes de la majoria de sectors i caldria mesurar-ne l'impacte per tal de defensar unes regles de joc equitatives per a tots els operadors.

En aquest context, en la celebració del dinar es va posar de manifest l'opinió dels màxims dirigents de Comertia sobre la implantació de retail xinès al mercat català i espanyol i es van tractar alguns aspectes com:

- Quins punts d'aquests negocis són competència lleial i quins deslleials?
- En quin grau suposa una amenaça per al seu negoci comercial?
- Quin és el nivell d'importància que li atorga cada empresa

En funció de la preocupació interna sobre el tema i el grau d'afectació que pugui suposar per a les marques Comertia, la voluntat de l'entitat és traçar un pla d'actuació conjunt per a treballar en la defensa dels negocis de retail que en formen part.

Comissió de treball economia il·legal

L'any 2012, per iniciativa de Manuel Hernández, Comertia va crear una comissió de treball dedicada a l'economia il·legal, amb la finalitat de consolidar la nostra situació en el mercat davant la competència d'aquells que s'aprofiten de la manca de control de les normatives existents, en els diferents camps de l'activitat econòmica i social.

10 d'abril

DINAR-COL·LOQUI AMB EL M. HBLE. SR. ARTUR MAS, PRESIDENT DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA



Ponent:

M. Hble. Sr. Artur Mas, president de la Generalitat de Catalunya.

Va ser per a nosaltres un honor que el president de la Generalitat de Catalunya acceptés la nostra invitació de liderar un dels dinars d'empresaris de Comertia.



Durant el dinar vam tenir l'oportunitat de compartir, conversar i debatre les inquietuds derivades del procés polític actual i el seu grau d'afectació en el món empresarial, i en concret, al nostre sector.



20 de maig ANÀLISI ECONÒMICA CONJUNTURAL I PREVISIÓ PELS PROPERS MESOS

Ponent:

**Sr. Jordi Goula, economista i director del
suplement Diners de La Vanguardia.**

El Sr. Jordi Goula ens va fer una anàlisi econòmica global centrant-se en els indicadors econòmics actuals, en el rumb que està prenent l'economia. Cap a on ens porten les mesures econòmiques proposades pel govern central? Quines són les regles de joc del sector financer?

Segons Goula, la situació actual apunta cap a una tendència de creixement positiva. La gent està perdent la por. El tràfic de les carreteres augmenta, la publicitat al diari augmenta. Les previsions de Funcas assenyalen més esperança en un futur.

Jordi Goula és economista i periodista de La Vanguardia des de fa 25 anys i director del suplement Diners. Procedent del món de l'empresa i del sector financer, acumula una gran experiència en l'anàlisi econòmica de la conjuntura.

Especialitzat en temes de gestió empresarial, és col·laborador de RAC1 i participa habitualment en aforaments empresarials. És professor en el màster de periodisme de la Columbia University (UB Barcelona).

16 de setembre DINAR-COL·LOQUI AMB L' HBLE. SR. FELIP PUIG, CONSELLER D'EMPRESA I OCUPACIÓ DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA



Intervenció abans del dinar per part de Privatbank Degroof sobre l'associació RECAT, Resesau Entreprendre Catalunya, creada el 1986 per ajudar a emprenedors a crear i desenvolupar els seus projectes. Avui està present a França, Marroc, Suïssa, Itàlia, Bèlgica, Tunísia i Espanya.

Conferenciant:

**Hble. Sr. Felip Puig, Conseller d'Empresa i
Ocupació de la Generalitat de Catalunya.**

Durant el dinar, el Conseller d'Empresa i Ocupació, Hble. Sr. Felip Puig, va compartir amb Comertia el seu punt de vista sobre la situació del retail català i el seu paper a l'economia catalana: equipaments comercials, turisme, proliferació de determinats establiments comercials, futurs projectes comercials immobiliaris, entre d'altres. Al dinar ens van acompanyar també el Sr. Josep Maria Recasens, Director General de Comerç de la Generalitat de Catalunya, i el Sr. Miquel Rodríguez, Gerent del Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM) de la Generalitat de Catalunya.

Per acabar, vam tenir l'oportunitat de compartir, conversar i debatre amb el Conseller Puig, al voltant d'aquells temes que més afecten el futur del nostre sector.

28 d'octubre REFLEXIONS AL VOLTANT D'UNA NOVA SOCIETAT DEL CONSUM, AMB CARLES CAPDEVILA.



Ponent:

Sr. Carles Capdevila, director del diari Ara

En aquesta ocasió vam dinar amb el Sr. Carles Capdevila, director del diari Ara, Premi Nacional de Comunicació el 2013, qui va oferir als empresaris de Comertia la seva visió sobre la societat del consum, les noves tendències i els nous valors emergents a la nostra societat.

Llicenciat en filosofia, el periodista Carles Capdevila té el do d'observar, analitzar i identificar aquells temes que ocupen l'opinió pública, oferint un punt de vista inèdit replet de sentit comú i coherència. Té l'habilitat de saber ordenar els pensaments a partir de la paraula.

Aquest va ser doncs un dinar de reflexió, d'abstracció, de visió estratègica i d'intercanvi de punts de vista sobre els reptes que han d'afrontar els empresaris de retail en aquesta sempre canviant societat del consum.

3.2. Tallers d'intercanvi

Els tallers d'intercanvi són debats d'intercanvi d'informació i experiències entre els responsables d'àrees funcionals de les empreses al voltant de temes específics i tècnics que ocupen bona part de la seva gestió. Des de Comertia s'articulen aquestes reunions per a les diferents àrees: finances, RRHH, màrqueting, sistemes, logística, compres, etc.

L'horari dels tallers d'intercanvi és de 9:30h a 11:30h i la temàtica de la reunió es treballa bé a partir del cas concret d'una empresa de Comertia, bé de la mà d'un soci col·laborador o d'una experiència externa d'interès. Els tallers d'intercanvi conclouen amb un debat posterior per conèixer diferents solucions, experiències i punts de vista entre els assistents.

Al llarg de 2014 Comertia ha organitzat 12 tallers d'intercanvi en les diferents àrees d'activitat:

23 de gener. RRHH

Flexibilització de plantilles, mesures pal·liatives

El primer taller d'intercanvi de directius de RRHH de les empreses Comertia, va versar sobre flexibilització de plantilles, mesures pal·liatives (en cas d'excedents, accions de reducció) i mesures preventives per estar preparat en cas de possibles modificacions de facturació, a l'alça o especialment a la baixa.

12 de febrer. FINANCES. Què és el SEPA?



El primer taller financer de Comertia va versar sobre la SEPA (Single Euro Payments Area). El Reglament CE 260/2012, va establir l'1 de febrer de 2014 com a data límit per a què les transferències i endeutaments nacionals fossin reemplaçats per nous instruments SEPA.

Per aquest motiu, la celebració d'aquest taller tenia com a objectiu informar els responsables financers sobre el grau d'afectació de l'adaptació de l'empresa a les normes SEPA, principals canvis, avantatges i inconvenients.

Aquest taller es va organitzar conjuntament entre ANCECO, Comertia i la Cambra de Comerç de Barcelona, en col·laboració amb el Banc de Sabadell i Primaleben.



13 de febrer. MÀRQUETING

Disposes d'una estratègia de màrqueting relacional efectiva?

Ponents:

Sr. Josep Boada, responsable comercial de Quantic i Sr. Nacho Rodríguez, expert en geolocalització de Quantic.

El 13 de febrer es va celebrar al Valkiria Hub Space de Barcelona (un nou espai de co-working) un taller d'intercanvi de màrqueting de Comertia sobre eines de màrqueting relacional amb la col·laboració de Mediapost Group.

En la reunió hi van participar diferents representants d'empreses sociades de Comertia així com professionals de Quantic (empresa del grup Mediapost). La Sra. Elisabet Vilalta, directora de Comertia, i el Sr. Paco Sosa, relacions institucionals de Mediapost Group, van fer d'amfitriona i moderador, respectivament.

Josep Boada, responsable comercial de Quantic, va iniciar la reunió amb una sèrie de reflexions sobre el paper fonamental de les eines actuals per al procés de fidelització i relació amb el client. Els assistents van debatre sobre l'evolució i importància d'una correcta gestió de les bases de dades, combinant-les amb experiències en el punt de venda.

La reunió va ser molt enriquidora. Cadascun dels ponents va aportar el seu granet de sorra alhora de comentar les necessitats i requeriments en funció del sector i producte. Més enllà de les típiques segmentacions, edat, sexe o classe econòmica, es va parlar de la rellevància d'aspectes com l'activitat del client, el seu estat emocional i el lloc on es troba, per tal de connectar amb una marca.

En la mateixa línia, Nacho Rodríguez, expert en geolocalització de Quantic, acompanyat per Àlex Mínguez, àrea TIC de Quantic, van presentar els beneficis d'una simbiosi entre BBDD i la geolocalització, alhora de proporcionar informes i resultats sorprenents per a l'èxit en la relació amb el client.

27 de febrer. RRHH



El repte de la gestió de l'equilibri entre la confiança i el control amb el personal en el punt de venda

Ponent:

Sr. James Chart, director general de SGS-Lodge

En aquesta ocasió vam tenir l'oportunitat d'escoltar i debatre amb el Sr. James Chart, director general de SGS-Lodge, al voltant de les relacions amb els treballadors, amb l'objectiu de compartir fórmules constructives de gestió del personal, que generin implicació per la companyia. Com trobar un equilibri en el control i la confiança en la gestió de les empreses i el seu personal i com podem gestionar aquest delicat equilibri.

En el taller vam compartir casos d'èxit d'empreses de Comertia: Eat Out a càrrec del Sr. Josep M. Terrer, director de Qualitat Operacional i Andreu Xarcuteria i Tastets a càrrec del Sr. Sergi Bernal, director de Recursos Humans.

20 de març. RRHH



Responsabilitat social empresarial, què fem, podem i hauríem de fer en l'àmbit de la responsabilitat social corporativa?

Ponent:

Sr. Pau Hortal i Sra. Sílvia Donoso, professionals de RRHH a Aliusmodus

Per poder abordar aquest taller sobre *Què fem, podem i hauríem de fer en l'àmbit de la RSC*, els directius de RRHH de les empreses Comertia van respondre abans de la celebració d'aquest taller, un qüestionari d'autoavaluació sobre la gestió de la responsabilitat social empresarial centrada en les persones.

A partir d'aquest qüestionari, els professionals experts membres de l'empresa Aliusmodus, van poder conèixer el nivell d'implantació de la RSE a les empreses, per identificar i presentar en la celebració del taller possibles accions que es podrien dur a terme.

7 de maig. MÀRQUETING



Vols conèixer millor als teus clients? Investigació qualitativa massiva

Ponent:

Sr. David Gràcia, soci de l'empresa Please.

En aquesta ocasió i centrant-nos en el client, vam aprendre diferents maneres de poder conèixer què i com pensen els nostres clients d'una manera ràpida, àgil i massiva.

D'entre les conclusions, es va assenyalar que el més important és que coneguim la teva marca però també conèixer els teus treballadors. Internet permet replicar tot el que passa al món real. Permet preguntar massivament a totes hores. El més positiu de la revolució digital és la capacitat de crear intel·ligència col·lectiva. El poder que té sumar petites coses és enorme. Preguntar obre oportunitats.

Aquesta vegada vàrem tenir l'honor de fer el taller a les oficines de Vila Viniteca on vàrem poder gaudir d'un esmorzar excel·lent.

Please és una organització privada formada per 28 persones amb la missió d'ajudar a qualsevol professional o directiu a escoltar i entendre millor als seus consumidors.

8 de maig. RRHH

Funcions dels llocs de treball

Aquesta vegada vam tenir l'oportunitat de debatre sobre un tema més operatiu i que crèiem que podia ser de molta utilitat compartir entre tots nosaltres.

Quines funcions tenim designades pels següents llocs de treball?

- Responsable de botiga
- Coordinador de botigues
- Responsable de zona
- Responsable comercial
- Altres

Què entenem que ha de fer cadascú d'ells? Quines són les seves principals funcions i missions? Quines càrregues de treball tenen? Què esperem d'ells?

Cada empresa va exposar les seves metodologies i estratègies, amb la voluntat de COMPARTIR i APRENDRE sobre les diferents maneres de fer.

21 de maig i 2 d'octubre. SESSIONS D'ACTIVITAT INTERSECTORIAL TIC I RETAIL

Quines necessitats tecnològiques té el sector retail?

Les activitats intersectorials es basen en activitats que fomenten la interrelació del sector TIC amb altres sectors estratègics amb potencial per a la generació de possibles projectes innovadors col·laboratius.

En concret, aquesta activitat perseguia apropar el sector TIC a les especificitats del sector retail.

L'objectiu és la identificació d'oportunitats i el desenvolupament de projectes innovadors col·laboratius que permetin una millor adequació i personalització dels serveis i solucions de l'oferta digital actual a les necessitats del sector retail.

Reptes com mobile advertising, aplicacions B2C, la previsió de la demanda acurada, la traçabilitat integral de les mercaderies o la planificació en temps real, o d'altres en l'àmbit de l'experiència de compra mòbil com mobile ecommerce, notifikacions push, pagaments multidispositiu, store location, o explorar les oportunitats que pot generar el big data són cada vegada més importants per tal de ser competitius i només es poden dur a terme si es disposa de bones solucions TIC adaptades a les característiques de l'empresa retail.

És per això que, per tal d'analitzar les principals necessitats del sector i identificar els reptes del mateix des del punt de vista de les TIC, es va realitzar una sessió d'interrelació Oferta-Demanda, amb un conjunt representatiu tant d'empreses del sector retail com d'empreses del Clúster digital que tenien interès en la temàtica.

El format de l'activitat va constar de 3 sessions:

- **Sessió 1:** Sessió inicial d'introducció a l'activitat amb l'objectiu de detectar noves oportunitats de negoci i analitzar la situació i els reptes TIC del sector retail a més d'establir un espai de debat, discussió i networking. Durant la sessió, el sector retail va fer la seva autodiagnosi, que va donar com a resultat la identificació dels elements clau de canvi i impuls del sector (reptes i oportunitats) que constitueixen la base de treball per què les empreses del sector TIC identifiquin i creïn solucions.
- **Sessió 2:** Les empreses del clúster TIC, plantegen solucions -que han preparat prèviament- per cadascun dels elements clau identificats durant la primera sessió. A continuació s'agrupen les propostes per temàtiques i es creen les solucions finals a partir de les diferents propostes.
- **Sessió 3:** En la tercera sessió els experts d'ambdós sectors es tornen a trobar, en primer lloc, els participants del sector TIC presenten les solucions seleccionades. Seguidament, els participants del sector retail donen la seva opinió sobre cadascuna de les solucions.



11 de juny. INNOVACIÓ COL-LABORATIVA: CO-BUSSINES



Podem fer negoci entre les empreses Comertia?

Ponent i moderador de l'acte:

Sr. Alfons Cornella, president i fundador d'Infonomia i Sra. Mònica Alonso, partner.

Amb la filosofia de Comertia de "Compartir per Competir" aquesta sessió va ser una gran oportunitat d'explorar projectes conjunts entre empreses de diferents sectors i avaluar possibilitats de negoci.

En el taller es van descobrir els actius invisibles (què sabeu fer més enllà de la vostra activitat actual), seguit d'una acció de combinació sistemàtica d'aquests actius per a resoldre problemes comuns o detectar potencials oportunitats conjuntes. Un procés dissenyat i realitzat per l'equip de co-society, que l'ha portat a terme a desenes de tallers de 10 països diferents.

Per a fer-ho, es va emprar una eina denominada co-pòquer. En aquest procés ningú no juga contra l'altre. Tots treballen junts per combinar els actius i construir junts la solució per a les empreses participants.

El principi bàsic és què ens fixem en el què l'empresa pot fer (els seus actius), ja que aquesta potencialitat és l'important per a una possible col·laboració amb altres empreses. Per tant, l'enfocament no està en què fas (cartera de productes), sinó en què pots fer (capacitats / allò en què som bons).

El taller ens va aportar informació de valor sobre com col·laborar d'una manera sistemàtica, aportant-nos una visió que segurament no apareixeria en una situació normal. El joc va ajudar a fer connexions improbables.

17 de juliol. RRHH

L'operativa en la formació interna i externa

En aquest taller cadascun dels assistents va explicar quin tipus de formació realitzen a les seves empreses.

Generalment en el moment en què s'incorpora un nou treballador acostumen a tenir un pla d'acollida intern on hi ha la part més tècnica de producte o servei i la part més de valors d'empresa.

Dins de Comertia ens trobem amb casos molt diferents, des d'empreses que tenen el seu departament de formació des d'on controlen tota la formació pels seus treballadors amb plans de promoció interna o de carrera fins empreses que fan la formació externa però adaptada a la seva empresa.

9 de setembre. RFID



Cada article que desapareix és una oportunitat de venda que perdem

Ponents:

Sr. Ricard Gordo, Sales Director National Accounts & Indirect Channel Spain. Sr. Carlos López, Director RFID, Apparel Accounts, Southern Europe, i Sr. Juan José Briones, Merchandise Availability Solutions Project Manager de Checkpoint

Amb la voluntat d'ajudar a les cadenes de retail a conèixer sistemes de control per als seus establiments comercials i diferents solucions segons el tipus de botiga, el taller d'intercanvi es va celebrar a les instal·lacions de Checkpoint a Terrassa.

En la presentació es van descriure diferents eines com els lectors, els TPV, antenes RFID, etiquetes o software de control, entre d'altres. L'objectiu d'aquest taller va ser conèixer els avantatges del sistema RFID i la utilitat pràctica per a les cadenes de Comertia, bé sobre inventaris, en seguretat, estoc, per incrementar vendes, per controlar operacions, etc.

Aquesta convocatòria es va obrir a professionals relacionats amb aquesta àrea, o en relació amb departaments d'informàtica, de màrqueting, de logística o direcció general.

17 de setembre. MÀRQUETING**Descobrint tecnologies digitals en retail. Megastore del FC Barcelona.**

Ponents:

Sr. Daniel Urruchua, CMO de TMT Factory
i Sra. María Eulalia, CEO de TMT Factory.

En aquest taller vàrem poder veure diferents productes digitals pel món del retail:

La Megastore del FCB com a punt de venda digital per incrementar el rati de conversió:

- Identificar el shopper amb la marca
- Interactuar amb el client
- Reduir temps d'espera
- Incrementar la satisfacció del consumidor

Oferir gaming shopping experience

- Captar l'atenció i provocar interacció amb el client.

Holografia i AR

- La màgia i el secret de les marques al descobert, sense trucs, només tecnologia i una història a explicar.

9 d'octubre. RRHH**Retribució fixa i variable. Salari emocional. Bonificacions socials**

En aquest taller cadascun dels assistents va explicar el seu sistema de retribucions així com les bonificacions socials que ofereixen als seus treballadors.

En general, es porten a terme diferents activitats on intenten que participi el màxim nombre de treballadors possibles per tal de facilitar les relacions entre els treballadors.

Els incentius s'han de renovar de tant en tant perquè si no deixen de motivar als treballadors i acaben sent contraproduents.

Alguns casos: es creen competicions entre les botigues amb premis al final. Els premis poden ser en conjunt o a escala individual.

Per aquelles botigues que potser tenen alguna mancança s'apliquen tècniques de suport, dinamització, rotació, canvis de botiga, etc. Sempre seguint un quadern d'estil confeccionat per la mateixa empresa.

Faciliten als seus treballadors flexibilitat horària.

Tiquet guarderia.

Els treballadors disposen d'un dia de festa per al seu aniversari.

29 d'octubre. MÀRQUETING

Com guanyar diners i clients aplicant estratègies de sostenibilitat en els negocis de retail

Ponent:

Sr. Josep Maria Galí, president de Retail Marketing Suport

Innovació implica integració. L'adaptació de noves estratègies empresarials per afrontar els nous reptes i canvis d'hàbits constants dels consumidors exigeix prendre decisions que afectaran en menor o major mesura a l'ecosistema empresarial: entorn social, econòmic i medi ambiental. L'anàlisi prèvia a l'adopció d'aquestes estratègies i el seu grau d'afectació condueix a una millora de la rendibilitat d'una organització. Com? Josep Maria Galí ens ho va explicar amb exemples de casos d'èxit d'empreses de retail sostenibles d'arreu del món.

Josep Maria Galí és expert en anàlisi de conductes de consum i en la definició d'estratègies empresarials i de política derivades del coneixement del fenomen del consum. Amb més de 25 anys d'activitat de recerca, docència a ESADE i a la UAB, i consultoria (AXIS Consultants), treballa actualment en projectes de prospectiva del consum, amb especial èmfasi en el fenomen de consum sostenible i en l'aplicació de polítiques de responsabilitat empresarial en el camp comercial i de màrqueting. Coautor del llibre "Màrqueting de Sostenibilitat: una perspectiva global".

3.3. APP Comertia

Una de les mostres de l'adaptació de Comertia a les noves tecnologies va ser la creació, l'any 2012, de l'APP Mòbil Comertia, una eina de comunicació i de consulta d'informació ràpida, àgil i fiable entre les empreses associades.

L'APP Comertia té diferents funcionalitats segons el perfil d'usuari i conté informació de contacte dels membres que en formen part, directors generals i responsables d'àrea, els quals poden comunicar-se àgilment via xat intern de l'aplicació. També disposa d'informació sobre els diferents punts de venda d'arreu de tot el territori nacional i internacional, descomptes pels treballadors entre les diferents botigues, agenda o calendari per rebre convocatòries de reunions, o serveis de geolocalització, entre d'altres.

Es tracta d'una eina de comunicació que unifica les vies de divulgació i diàleg entre les empreses associades i Comertia, on es prioritza la informació de caràcter funcional i gràfic, instrument bàsic per conèixer totes les activitats que Comertia desenvolupa com associació.

L'APP Comertia està disponible per Android i iOS.

Al llarg de 2013 i 2014 l'APP es va consolidant entre els usuaris i una de les funcions més destacades és la publicació de descomptes i condicions especials a les botigues de Comertia.

3.4. Pla de descomptes per a treballadors

Amb l'esperit de promoure sinergies entre les empreses, els treballadors de les empreses associades a Comertia poden gaudir de descomptes i condicions especials de productes de la resta d'empreses membre.

Els beneficiaris han d'ensenyar la targeta personalitzada amb el seu nom als establiments de Comertia que ofereixin descompte, ja sigui en format digital a través de l'**App Comertia** o bé impresa des de la pàgina web www.comertia.net/appcomertia.php.

Des de l'associació, es realitzen diferents activitats per a recordar i fer difusió dels descomptes que poden obtenir els treballadors.

- **Butlletí mensual de descomptes**, ordenat i agrupat per sectors d'activitat. S'envia un cop al mes als responsables d'àrea i directors generals de les empreses Comertia, per a què el facin extensiu als seus treballadors.
- **Díptic de descomptes**, l'objectiu del qual és fer difusió de l'eina i que el màxim nombre de treballadors de les nostres empreses coneguin els avantatges de la targeta i es puguin beneficiar dels descomptes. Les empreses de Comertia poden triar entre 2 mides de díptic (format A4 o A5) que penjaran en llocs visibles per als treballadors: taulells informatius, zones de descans de les botigues, zones comunes a oficines, etc.



3.5. OTEC - COMEX



Des de l'OTEC, Oficina Tècnica d'Expansió de Comertia, es facilita als socis informació per a l'expansió i la internacionalització buscant sinergies conjuntes que els permetin col·laborar entre ells en aquelles iniciatives d'implantació conjunta, destinacions o projectes de comú interès.

Per tal de prioritzar i aprofundir en temes, es crea la Comissió d'Internacionalització de Comertia amb l'objectiu de:

- Compartir informació entre empreses que ja estan internacionalitzades i aquelles que tenen algun interès en internacionalitzar-se.
- Explicar experiències en diferents països, formats o fórmules d'exportació, etc. Plantejar dubtes, com exportar? Què fer?, etc.

- Plantejar fòrums de debat
- Treballar projectes conjunts
- Informació sobre ajuts a la internacionalització

A banda dels serveis de l'OTEC impulsats per la Comissió d'Internacionalització, el setembre de 2007 va néixer COMEX (Comertia Expansió i Gestió d'Actius, S.A.) una empresa fundada per membres de Comertia amb l'objectiu de treballar en el creixement i posicionament de les seves marques. COMEX ofereix serveis d'assessorament i consultoria empresarial en el món del Retail:

- Pla d'expansió: definició estratègica del projecte/estudi de mercat.
- Estudi de viabilitat i anàlisi de la rendibilitat.
- Negociació dels contractes.
- Estudis d'implantació conjunta.
- Assessorament en la promoció i gestió dels projectes.
- Elaboració del business plan.
- Assessorament, tramitació i seguiment dels permisos i llicències.
- Gestió patrimonial d'actius immobiliaris.

Pàgina web: www.comertiaexpansio.net

3.6. Comertia Persones

.....

Des de Comertia Persones s'ofereixen serveis que satisfacin les necessitats de les empreses des del punt de vista de les persones, laboral i de RRHH.

1. TALLERS D'INTERCANVI: adreçats als caps de recursos humans de les empreses on s'intercanvia informació i experiències sobre diferents temes específics i tècnics que ocupen bona part de la seva gestió: absentisme laboral, sistemes de retribució, avaluació de l'acompliment, comunicació interna, beneficis socials, etc.

2. FORMACIÓ: específica adaptada a les necessitats de les empreses.

Segons la necessitat del context socioeconòmic, des de Comertia s'articulen vies de col·laboració per a impulsar cursos de formació en matèria de comerç i retail per a donar resposta a les necessitats dels seus socis.

3. COL·LABORACIÓ amb diferents empreses, escoles i institucions que ofereixen formació específica en Retail: ESCODI, ESCI, EADA, bcm Retail, etc.

4. SELECCIÓ: de personal per al punt de venda. Col·laboració amb les empreses bcm Retail i Axxon. Més informació: www.bcmretail.net i www.axxon.cat

5. ASSESSORAMENT: sobre aspectes de recursos humans, personalitzat per a cada necessitat: sistemes d'avaluació de l'acompliment, sistemes de retribució, etc. Col·laboració amb l'empresa CEINSA. Més informació: www.ceinsa.es

6. GESTIÓ DE LA TEMPORALITAT: recerca de treballadors de manera temporal responent a les necessitats de cada perfil professional. Col·laboració amb l'empresa Axxon. Més informació: www.axxon.cat

7. INFORMACIÓ TÈCNICA: sobre ajuts, inspeccions, reglaments, etc., en matèria laboral.

3.7. Formació

Curs de Rendibilitat del punt de venda

Comertia i la Cambra de Comerç de Barcelona han col·laborat conjuntament en la segona edició del curs Rendibilitat del punt de venda, adreçat als responsables d'establiments.

PRESENTACIÓ

El programa, dissenyat conjuntament entre els directors de recursos humans de les empreses pertanyents a Comertia i la Cambra de Comerç de Barcelona, aporta una visió pràctica i actual adaptada a la realitat professional dels encarregats de botiga i aquelles persones responsables d'aconseguir la màxima rendibilitat del punt de venda. Respostes concretes als reptes que com a professionals ens trobem en el dia a dia.

OBJECTIUS

Els objectius del curs tenen un caràcter dinàmic i interactiu entre els diferents alumnes, i són:

- Poder conèixer de forma actualitzada i global la realitat del sector comerç.
- Descobrir com aprofitar al màxim les eines que disposem per gestionar el punt de venda
- Aprendre a detectar i valorar els aspectes que influeixen en la rendibilitat de l'establiment
- Disposar de les bases per a gestionar i liderar equips.

campusCambre_alumni Club Cambra doing business

Rendibilitat del punt de venda

80 hores. De l'11 de març al 20 de maig de 2014

Aquest programa dissenyat conjuntament entre els directors de recursos humans de les empreses pertanyents a Comertia i la Cambra de Comerç de Barcelona, t'aporta una **visió pràctica i actual adaptada a la realitat professional dels encarregats de botiga** i aquelles persones responsables d'aconseguir la **màxima rendibilitat del punt de venda**.

T'esperem!

INSCRIU-TE ARA

Més informació i inscripcions:
Txus Martínez
Tel. 952 448 448 (ext. 5296)
m.martinez@clubcambrabarcelona.org

Curs bonificable

FES-TE SOCI BUSINESS DEL CLUB CAMBRA! www.clubcambra.com

DESTINATARIS

Responsables de botiga, encarregats de punt de venda i totes aquelles persones que tenen la responsabilitat, o tindran en un futur pròxim, d'obtenir la màxima rendibilitat d'un establiment comercial.

MÈTODE

S'aprèn a través de l'experiència pràctica del quadre de professors, tots ells professionals en actiu, amb exemples i casos pràctics. En aquesta edició es manté el contingut de la primera edició però adaptant la metodologia per tal de facilitar la participació dels assistents. La durada del curs va ser de 80 hores, i va combinar 40 hores presencials i 40 hores online mitjançant el Campus Empresarial Virtual. La data d'inici va ser l'1 de març i va finalitzar el 20 de maig. Les classes presencials van tenir lloc els dimarts i dijous de 9 h a 13 h a la Cambra Oficial de Comerç (Av. Diagonal 452, 08006 Barcelona) i, van estar estructurades en 3 blocs:

- Context global: sector, estructures i formats comercials.
- Gestió del punt de venda: posicionament de la marca, ubicació, producte i assortiment, elements de comunicació, el client, el personal, entre d'altres.
- Control del punt de venda: rendibilitat del producte, rendibilitat del punt de venda (finances), la gestió de les vendes i la gestió i control d'estocs.

PROFESSORAT

Santi Pagés. Economista, professor especialista en distribució per al Ministerio de Comercio i assessor tècnic comercial pel IRESCO.

Elisabet Vilalta. Llicenciada en Ciències Econòmiques i Empresariales per la UAB. Directora general de Comertia. Experta en màrqueting, consultoria estratègica i sector retail.

Benito García. Economista. Ex-president d'ANCECO (Asociación Nacional de Centrales de Compra).

Josep Palmès. Economista i consultor d'empreses en les àrees financeres, comptable i fiscal. Ester Recio. Responsable de Comerç de l'Assessoria Jurídica del Departament d'Empresa i Ocupació.

Esteban Yubero. Llicenciat en Dret per la Universitat de Barcelona. Màster en Direcció i Gestió de Recursos Humans. Actualment és el director de Recursos Humans de Fotoprix.

María Callís. Màster en Direcció i Administració d'empreses per ESADE. Sòcia consultora de 4D Estrategia en el Punto de Venta.

Joan Elías. DEA en Comunicació i Humanitats. Comunicador i conferenciant, és autor del llibre "Clientes Contentos de Verdad". Professor d'EADA Business School.

Silvio Elías. Llicenciat en Administració i Direcció d'Empreses i MBA per ESADE. Fundador i director general de Veritas, cadena líder a Espanya de supermercats d'alimentació ecològica.

Irene Fariña. Directora de Sartia, empresa especialitzada en l'assessorament i formació per al sector del retail.

3.8. Nou servei per associats: Serveis Jurídics

Des de l'Associació s'ha engegat un nou servei jurídic extern adreçat només a les empreses membre, fruit d'una col·laboració amb els despatxos Coll Advocats i De Pasqual&Marzo Abogados. Es tracta d'un servei que permet fer consultes jurídiques externes, oferint un servei àgil i ràpid amb unes condicions especials pels socis de Comertia.

Aquest servei jurídic per associats cobreix les àrees administrativa, fiscal, laboral, civil i mercantil.

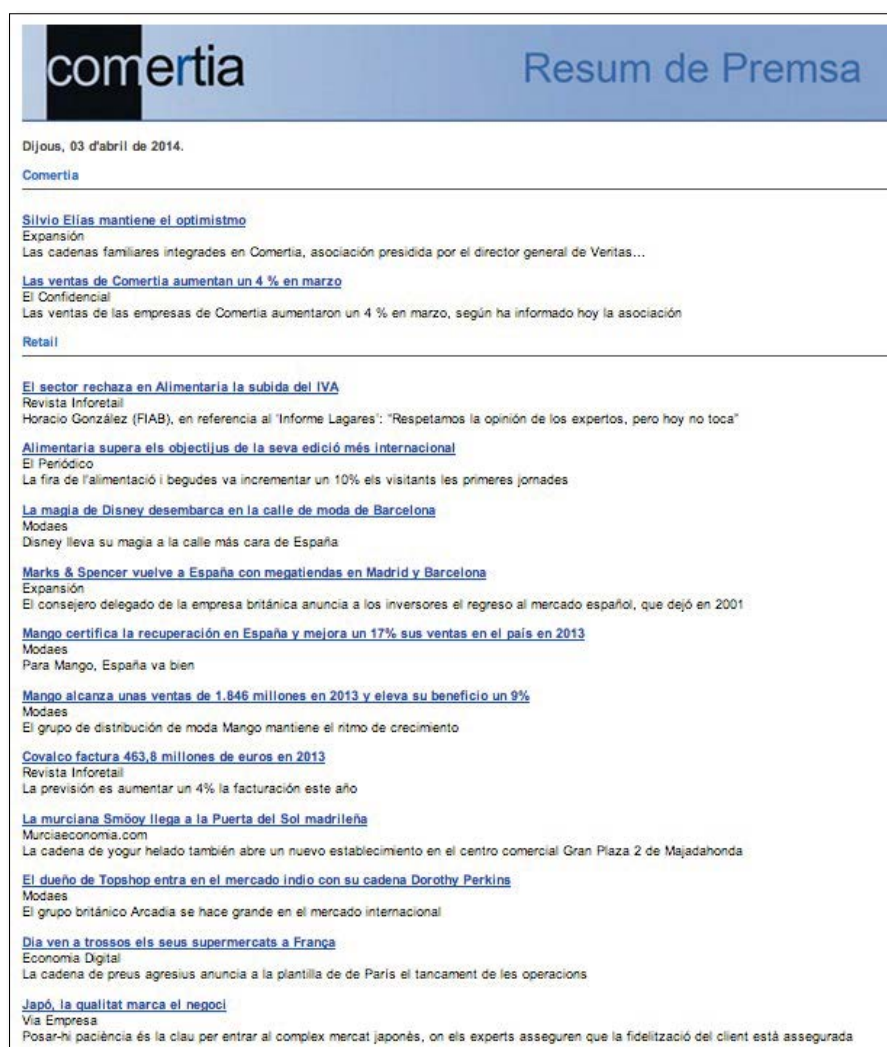
SERVEIS JURÍDICS

- Sistema senzill i ràpid de resolució de consultes jurídiques que afecten al dia a dia.
- Àmbit: Laboral / Administratiu / Mercantil / Civil / Fiscal
- Despatx: Coll Advocats / DPM Advocats
- 3 blocs diferents de consultes:
- Qüestions que permetin una resposta telefònica sense consulta de documents.
- Qüestions que requereixin l'anàlisi de documentació aportada per l'empresa associada i es puguin resoldre telefònicament.
- Qüestions que requereixin l'elaboració d'un informe.

3.9. Resum de premsa

Comertia envia als seus socis, directius generals i directius d'àrea, un resum de notícies diari sobre l'actualitat del sector retail, tant amb notícies de les empreses associades com de marques líders del sector de la distribució. Les temàtiques que més interessen als socis són la internacionalització de conceptes, productes i marques comercials, les tendències de consum, projectes immobiliaris comercials, actuació de les grans marques de referència en retail i articles d'opinió de líders d'opinió i professionals en matèria de finances, empreses i retail.

El resum de premsa és un servei exclusiu pels socis de Comertia i s'envia diàriament per correu electrònic abans de les 9 h del matí.



4 ACTES I CELEBRACIONS

4.1. Assemblea General de Socis



L'Assemblea General de socis de Comertia és la trobada anual dels socis de Comertia on es ratifica l'entrada de nous socis, s'aprova l'estat financer i els comptes anuals i es presenta el pla estratègic d'actuació per l'any següent, amb nous projectes i vies d'actuació en matèria de lobby.



La 12a edició de l'Assemblea General de socis es va celebrar el 3 de juliol de 2014 en un acte presidit per l'Excel·lentíssim Alcalde de Barcelona, el Sr. Xavier Trias, qui va presentar als socis les actuacions comercials que des de l'ajuntament s'estan fent a la ciutat de Barcelona, assenyalant que *"el comerç és un dels eixos vertebradors i un dels sectors claus en la reactivació econòmica a Barcelona i a Catalunya"*. L'alcalde va destacar també que *"Barcelona gaudeix d'un model comercial propi, un model comercial de proximitat que fomenta la creació de llocs de treball i la cohesió social."*



Comertia va renovar alguns càrrecs de la Junta Directiva i va nomenar president de l'entitat al Sr. Joan Carles Calbet, director general de Calbet Electrodomèstics. En el seu discurs de nomenament, Calbet va citar les dues grans línies d'actuació en les que vol centrar el seu mandat: *"la voluntat de fer créixer Comertia i la necessitat d'aprofitar el potencial intern per arribar a transmetre als consumidors finals la qualitat de les cadenes que en formen part."*



Per la seva banda, el Sr. Silvio Elias, president de Comertia des de 2012, es va acomiadar dels seus companys expressant la seva gran satisfacció per haver estat representant *"d'una associació amb un prestigi empresarial enorme i una energia positiva contagiosa i encoratjadora que com a empresaris ens brinda l'oportunitat de mantenir ferma la vocació de superació i lideratge."*

A l'Assemblea General anual, la Sra. Elisabet Vilalta, directora general de Comertia, va presentar el pla d'actuació de l'entitat pel 2014-2015, i les activitats programades amb l'objectiu de promoure la millora continuada de serveis, donant resposta a necessitats conjunturals dels socis i sempre en la línia de fer més competitives les empreses associades.



4.2. XII Jornada retail Comertia

La trobada anual de referència en retail a Catalunya organitzada per l'Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail, Comertia, es va celebrar el 13 de novembre de 2014 a l'Auditori de Cosmocaixa sota el títol **"La nova era del retail"**, i es va centrar a identificar i entendre les possibilitats que ofereixen avui les noves tecnologies per arribar a un consumidor "hiperconnectat".



Durant la inauguració de la jornada, el secretari general del departament d'Empresa i Ocupació de la Generalitat, el Sr. Xavier Gibert, va dir que *"tenim al davant dos reptes; d'una banda, superar la crisi econòmica, i de l'altra, assumir la conseqüència de la superació social derivada d'aquesta crisi econòmica"*. Per a Gibert, *"els darrers mesos, podem constatar i observar una certa recuperació de l'entorn econòmic, una recuperació encara lleugera, ara bé, qualsevol capacitat de competir ha de venir de la mà de la innovació i a Comertia ho tenen molt clar: el sector de la distribució en aquesta nova era del retail, és un dels segments econòmics on hi haurà més innovació."*

Al llarg de la primera sessió de la jornada, l'emprenedor, fundador & CEO d'Inspirit i directiu de Noves Tecnologies al FC Barcelona, el Sr. Dídac Lee, i el director general de Telefónica a Catalunya, el Sr. Kim Faura, van presentar a l'auditori una visió estratègica sobre les possibilitats i oportunitats de les noves tecnologies per a les empreses. Dídac

Lee va fer esment de la ràpida evolució de la tecnologia, fins al punt que *"primer està la realitat i després ve la legalitat"*. Segons Lee, *"estem en el camí de la hibridació entre l'on i l'off i el mòbil augmentarà cada cop més el seu protagonisme."* En aquesta era multicanal -va dir- és imprescindible disposar de base de dades de clients. Els usuaris del Barça generen uns 30 milions d'ingressos, *"al final no importa de quin canal provinguin, sinó que s'ingressi."*



Dídac Lee
(F.C. Barcelona)

El director general de Telefónica a Catalunya, el Sr. Kim Faura, va fer una ponència magistral sobre les noves tecnologies que venen, com ara els cotxes connectats, diferents formes de pagament per mòbil, el M2M/IoT o la impressió en 3D, i va coincidir amb Lee en què l'ús dels telèfons intel·ligents creixerà exponencialment en els anys vinents. Faura va fer referència també a la utilitat del Big Data en retail: *"només amb la targeta SIM es pot conèixer per quines zones de la ciutat es mouen els clients i la seva procedència."*



Kim Faura
Telefónica

El Dr. Marc Torrent, responsable d'R+D Mobilitat i Energia, i cap dels sectors d'Infraestructures i serveis de BDigital, va introduir l'Elevator Pitch de Comertia i va assenyalar possibilitats d'innovació en funció de les diferents fases del procés de compra. Segons Torrent, *"la importància de tota innovació ha de partir de la millora de l'experiència funcional de l'usuari, i els projectes actuals tenen com a objectiu la personalització, la contextualització, senzillesa i rapidesa i la omnicanalitat."*

El bloc de l'Elevator Pitch de la jornada de Comertia va posar de manifest la inquietud tecnològica de les empreses catalanes de retail, la voluntat de dissenyar i portar a la realitat projectes a mida de les seves necessitats, i la capacitat d'inversió en R+D+i en retail, un sector que fins ara havia estat catalogat de poc innovador.



Marc Torrent
(Bdigital)

L'òptica centenària Cottet, de la mà del Sr. Àlex Cottet, director de màrqueting, va presentar a l'auditori la seva aposta per les noves tecnologies a través del desenvolupament de la graduació de les lents per a Google Glass, sent la primera òptica d'Espanya en facilitar a persones amb defectes de refracció l'ús de les ulleres intel·ligents.



Àlex Cottet
(Grup Cottet)

El Sr. David Sánchez, propietari i director general de l'empresa catalana dedicada a la fabricació i venda d'articles per al descans Dormity.com està col·laborant amb el Parc de Recerca UAB en un projecte d'investigació i desenvolupament que combina la visió per computador, l'electrònica i la fisioteràpia amb l'objectiu d'obtenir un sistema informàtic que els permeti dissenyar i fabricar matalassos personalitzats per als seus clients i lliurar-los en sis dies.



David Sánchez
(Dormity.com)

La Sra. Sònia Gasa, directora corporativa de màrqueting d'Eat Out, la divisió de restauració del grup Agrolimen, va exposar el sistema "Panexpress" de Pans&Company, que són unes pantalles digitals

situades a l'entrada dels restaurants i que permet als clients accedir al menú digital d'entrepans, i fer la comanda amb tranquil·litat. La venda per aquest canal ja suposa el 15% de la venda del restaurant, i la despesa mitjana dels consumidors emprant aquest sistema és un 14% superior.



Sònia Gasa
(Eat Out)

La cadena lleidatana amb més de 40 punts de venda arreu del territori espanyol, Gotta Perfumeries, va dissenyar un programa de gestió pròpia de fidelització i customització d'ofertes que genera cupons de forma personalitzada a les clientes, suggerint nous productes relacionats que afavoreixin a la venda creuada, informació del producte comprat o promocions sobre productes de substitució. El Sr. Carlos Caus, propietari i director general de la cadena de perfumeries, va explicar la creació i disseny del terminal a la seva mida.



Carlos Caus
(Gotta Perfumeries)

L'empresa de menjar casolà per emportar, Nostrum, de la mà del seu director general, Sr. Quirze Salomó, va donar a conèixer el seu sistema "Fast vending", un servei de compra sense portar diners a sobre. Amb la descàrrega de l'app mòbil o des de qualsevol dispositiu wereable, es pot seleccionar, confirmar i pagar, i passar a recollir-ho després a través de la

connexió a través d'un codi QR amb la màquina de vending. Segons el Sr. Quirze Salomó, "*creiem en la internet de les coses*" i en la hibridació del món online i offline.



Quirze Salomó
(Nostrum)

El Sr. Cristian Pascual, director general de la cadena de forns Santagloria va explicar a l'auditori el seu sistema "Happy", una pantalla digital que està col·locada just al davant del TPV que serveix com a control de qualitat dels clients en el moment de fer el pagament: demana d'una forma molt senzilla, quina és la seva satisfacció en l'experiència de compra triant entre 3 estats d'ànims: feliç, trist o indiferent.



Cristian Pascual (Santagloria), Santi Pagés (Comertia) i Jordi Pascual (Udon)

La cadena Udon compta amb més de 30 restaurants que serveixen a més de 5.000 clients a l'any. L'empresa de restauració ha apostat per la venda online amb l'Udon Delivery, que els ha permès tenir informació sobre el perfil dels seus clients, què consumeix cadascú, etc., per així poder

personalitzar l'oferta comercial. Aquesta plataforma és un canal més de venda per als seus franquiciats. El Sr. Jordi Pascual, director general d'Udon va ser qui ens va fer la presentació.

Sota el títol “Un món automàtic, comerç electrònic imminent”, l'últim ponent de la jornada, el Sr. Marc Vidal, fundador i vicepresident d'OpenShopen va advertir que després de l'erupció del volcà de 2007 anomenat crisi, encara estem en un període de solidificació de la lava. Vidal ha dit que *“en els pròxims deu anys, viurem un període de grans canvis cap a l'automatització de processos on les empreses que puguin pujar tindran creixements constants, però altres no arribaran a pujar, perquè el món s'està automatitzant i no necessitarà tantes persones”*. El fundador i vicepresident d'OpenShopen va augurar que les transaccions econòmiques en e-commerce seran del 40% cap a l'any 2025, quan ara són del 8%.



Marc Vidal
(OpenShopen)

Per tal de liderar el futur del retail, és urgent dur a terme la recerca d'automatització i la reducció de processos, investigar com reduir-los per ser més ràpids i més automàtics. A través d'una al·legoria forestal de sequoies, Vidal va dir que *“si les empreses volen seguir sent competitives, el futur del retail ha de ser fer xarxa.”*

Per acabar, el president de Comertia, va clausurar la sessió amb un discurs optimista de cara a les vendes de la campanya de Nadal. Segons el Sr. Joan Carles Calbet, *“factors com ara la recuperació de la paga dels funcionaris, la reforma fiscal que començarà a aplicar-se al gener i el lleuger descens de l'atur, pensem que faran millorar la confiança dels consumidors.”*



Joan Carles Calbet, President de Comertia i Sònia Recasens, 2a Tinent d'Alcalde de l'Ajuntament de Barcelona

La Segona Tinent d'Alcalde de l'Ajuntament de Barcelona, Il·lma. Sra. Sònia Recasens, va fer la cloenda de l'acte felicitant a Comertia per la temàtica tractada i a les seves empreses per l'originalitat en les innovacions presentades. “Des de l'Ajuntament de Barcelona seguirem recolzant totes aquelles iniciatives innovadores en retail.”



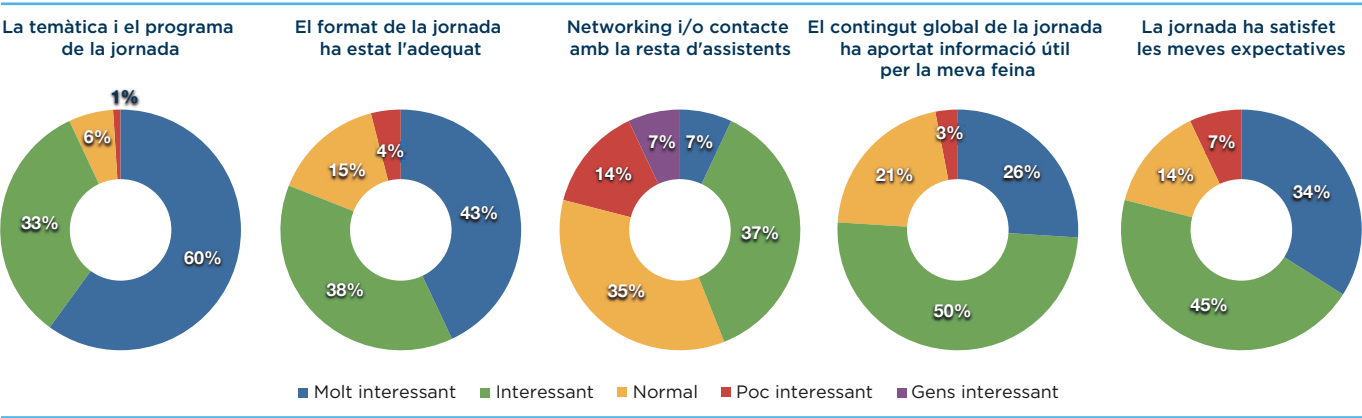
Més informació sobre la XII Jornada Retail Comertia a www.jornadaretailcomertia.net



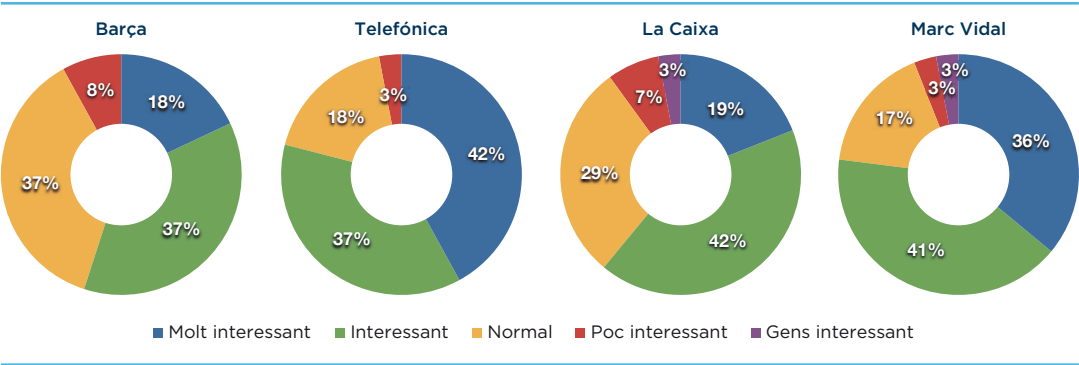
Valoració de la 12ª edició de la Jornada

L'endemà de la celebració de la Jornada, Comertia envià als assistents una enquesta de satisfacció per conèixer l'opinió sobre aspectes tant tècnics (organització, programa, horaris, etc.) com de contingut. L'entitat té en compte aquesta valoració de cara a l'organització de la jornada de l'any següent.

Així, l'opinió recollida de la Jornada va ser força positiva, com es valora en els següents gràfics:



Per una altra banda, la valoració de les ponències generals va ser també molt satisfactòria per part dels assistents:



4.3. Sopar de Nadal de les famílies Comertia

Com ja és tradició a Comertia, cada any l'Associació celebra un sopar de Nadal amb les famílies empresàries, on els directius i fundadors assisteixen amb les seves parelles i/o familiars, germans, fills i pares.

En aquesta edició, el sopar de Nadal de Comertia 2014 es va celebrar el dijous 11 de desembre a l'Hotel Melià Sarrià de Barcelona. El president, Joan Carles Calbet, va fer un discurs de Nadal optimista sobre les vendes de Nadal i esperançador quant a la reactivació del consum de cara al 2015, recolzant-se en els bons resultats de l'indicador de retail Comertia.

Després del sopar, va tenir lloc el tradicional intercanvi de regals entre les empreses de Comertia en format sorteig que va finalitzar amb un brindis desitjant Bones Festes i Bones Vendes a tots els assistents.



5.1. Indicador de Retail Comertia

L'indicador de retail Comertia és el nom que rep l'eina que es va posar en marxa l'any 2010 per a poder conèixer de primera mà la realitat del retail, prenent com a mostra les pròpies empreses associades, amb l'objectiu que els resultats serveixin de diagnòstic a curt, mig i llarg termini, sobre la realitat del sector en tres aspectes clau: vendes, nombre d'establiments i personal.

Els socis de Comertia accedeixen fàcilment a l'enquesta que reben per correu electrònic i, ja sigui a través d'ordinador o dispositiu mòbil, omplen còmoda i ràpidament les dades enviant les respostes al moment.

Aquest informe mensual s'envia als socis, amb dades de vendes totals i de superfície comparable, obertures i tancaments d'establiments, i evolució en la contractació o reducció de plantilles.

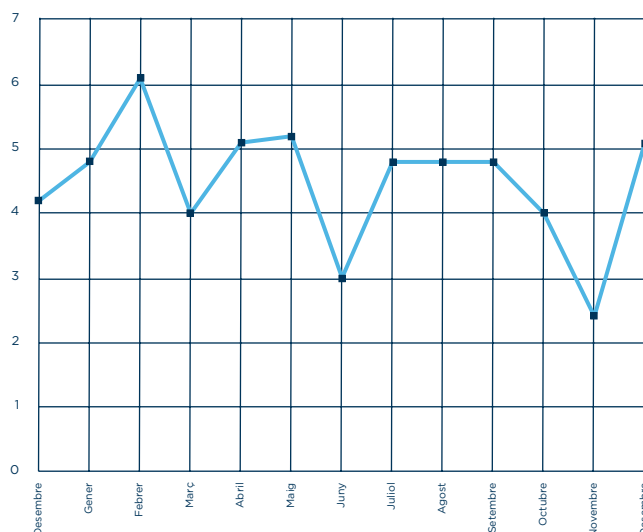
L'any 2014 l'indicador de retail ha incorporat també dades de vendes sectorials, el que permet observar l'estacionalitat de les vendes per sectors d'activitat representats a Comertia.

Juntament amb les dades d'aquest informe mensual, es recull també una valoració subjectiva sobre dues temàtiques d'actualitat que puguin ser d'utilitat i interès pels socis o pels mitjans.

Amb les conclusions de l'informe s'envia una nota de premsa als mitjans de comunicació per anar informant de l'evolució del consum.

- Oferir un servei al soci de Comertia.
- Disposar de dades reals del nostre sector.
- Convertir-se en una font d'informació de confiança dins del nostre sector.

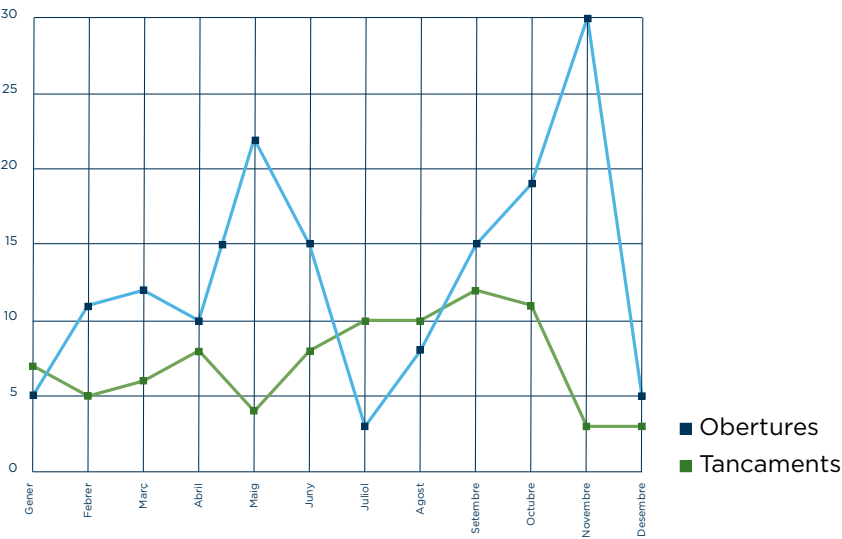
Vendes totals 2014



L'evolució de les vendes totals de Comertia dona mostra de la recuperació del consum, consolidant la tendència positiva que va tenir inici en el mes de juliol de 2013. El mes de febrer registra el pic més alt de vendes de tot l'any, i durant els mesos d'estiu, es perceben els efectes de l'alça del turisme en les vendes. El mes de novembre, abans de Nadal, com és habitual, es presenta un índex més baix de consum principalment perquè la gent es reserva per les compres de Nadal, tot i que amb increments respecte el novembre de l'any anterior; i finalment el mes de desembre, s'observa una remuntada de les vendes que conclouen un any favorable per les marques adherides a Comertia.

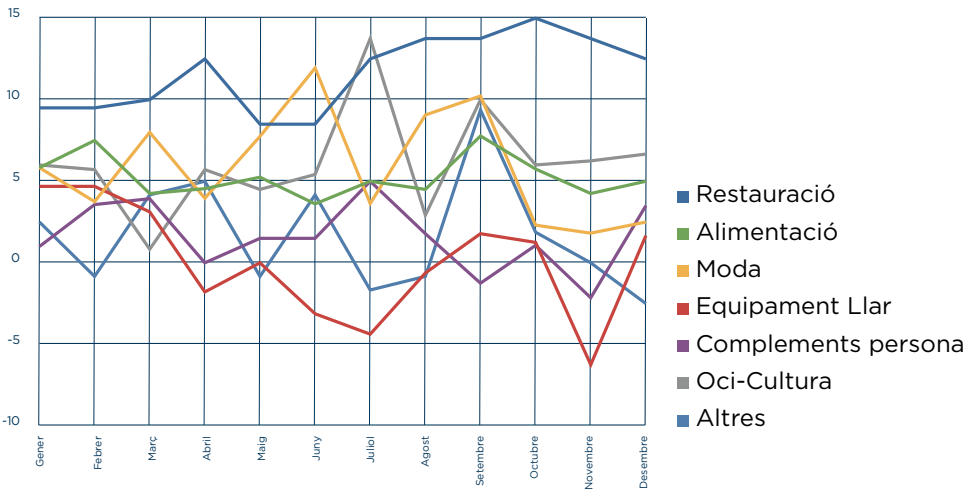
Pel que fa a obertures i tancaments d'establiments entre les empreses de Comertia, durant tot l'any es van obrint i tancant punts de venda, tot i que en aquest any observem en el darrer quadrimestre la major concentració d'obertures i en els mesos d'estiu els tancaments.

Obertures i tancaments 2014



Els sectors de Comerç que han destacat més en vendes aquest 2014 han estat restauració i alimentació. El sector de moda va trencar el lideratge de la restauració en el mes de juny, i el sector d'oci i cultura, sempre més discret en vendes, va sobresortir de la resta en el mes de juliol.

A banda d'aquests salts puntuals, el repartiment de vendes per sectors de Comerç es manté bastant estable.



5.2. Estudi online i offline - Hàbits de consum

L'augment en l'ús de nous dispositius electrònics, principalment de telèfons intel·ligents i tablets, ha anat introduint modificacions en els hàbits i comportament de compra dels consumidors, a l'hora que ha anat fent créixer i desenvolupant el canal online.

El consumidor interactua amb el canal digital durant tot el procés de presa de decisió d'adquisició d'un producte, fins i tot, pot ser un factor que incideix en la creació de la necessitat. El comportament del consumidor en tot aquest procés constitueix un factor fonamental per a les empreses a l'hora de posicionar i comercialitzar els seus productes i té a veure amb l'anàlisi dels seus processos mentals i emocionals, com també de les activitats reals que duu a terme.

Amb aquesta finalitat, Comertia encarrega a la consultora Hamilton Global la realització d'un estudi per analitzar el comportament del consumidor en tot el procés de compra, per poder tenir informació de tota la "cadena de valor", des de la generació de la necessitat, passant pel procés de cerca d'informació -internet, consultes a amics i familiars, botigues físiques-; l'avaluació i comparació de les diferents opcions (palanques de decisió), arribant al moment de la compra i finalitzant en la satisfacció postvenda.

En aquest estudi, es veuen representats tots els sectors d'activitat de Comertia per conèixer i entendre el recorregut del consumidor per a cada tipologia de producte i/o servei.

L'objectiu general de l'estudi és analitzar el comportament del consumidor durant tot el procés de compra i identificar com conviuen el món online amb el món offline, és a dir, quanta gent s'informa a la xarxa i acaba comprant a botiga física i a la inversa.

La informació mercadològica que s'obtindrà, de base fiable i suficient, hauria de permetre a Comertia:

- Analitzar l'estructura de les llars i el perfil de compradors de cadascuna de les categories i tipologies de productes
- Entendre l'origen de l'estímul / necessitat de la compra.
- Conèixer i aprofundir en el comportament, actituds i hàbits dels compradors (des de l'estímul a la repetició de la compra) en cadascuna de les categories analitzades i per cada tipus de compra considerada.
- Obtenir i quantificar el procés de compra, detectant la influència d'elements motivadors de compra (promocions, aparador, influenciadors, determinant quines palanques, racionals i emocionals, motiven a la decisió final.
- Amb l'objectiu final d'obtenir una fotografia real de cadascun dels sectors considerats a l'estudi (restauració, alimentació, moda, equipament per la llar, complements i serveis per la persona, oci i cultura i altres) que pugui definir les principals línies d'actuació futura de les marques associades a Comertia.



5.3. Guia de recomanacions de l'empresa familiar del comerç

Durant l'any 2014 es va presentar a les empreses associades a Comertia la "Guia de recomanacions per a la continuïtat de la empresa familiar del comerç", un encàrrec de la Diputació de Barcelona a Comertia amb la finalitat de recollir l'essència de l'empresa familiar, els seus valors, les claus per a la continuïtat, protocols d'actuació i alguns exemples de casos reals.

A l'hora de plantejar la guia de recomanacions, es va tenir en compte que el sector del comerç, tot i la seva complexitat, sigui considerat com uns dels sectors estratègics del país, per la seva antiguitat i per la seva gran contribució a generar riquesa. En aquest sentit, la guia va adreçada tant a famílies empresàries de petits establiments locals com a cadenes de botigues que poden estar localitzades a altres indrets del territori i també a l'estranger.

Aquesta complexitat empresarial acostuma a anar acompanyada de complexitat familiar, per tant, les característiques són molt diverses. No és el mateix una família que es troba preparant la transició de primera a segona generació, que una família que porta dècades en el negoci i unes quantes generacions superades.

Amb aquest mapa inicial, crear una guia de recomanacions que abarqués qualsevol tipologia de lector va suposar tot un repte, si bé, en les diferències de complexitat en la gestió i en les relacions família-empresa, s'estableixen uns mínims comuns denominadors que són els que recopila aquest document.

L'objectiu de la guia va ser que tot el recull d'experiències, recomanacions i eines fossin d'utilitat a l'hora de planificar i portar a terme les accions clau per garantir la continuïtat de tota empresa familiar, així com d'afrontar la situació en aquells casos on no pugui donar-se relleu generacional dins de la

pròpia família.

La guia de recomanacions va ser elaborada conjuntament per Comertia amb el Sr. Ricard Agustí i la Sra. Yolanda Mora de l'empresa Family Business Solutions, consultora especialitzada en empresa familiar.



5.4. Col·lecció Management Comertia Retail

Comertia edita la col·lecció “Management Comertia Retail”, una recopilació de llibres la temàtica dels quals es basa en aspectes que sorgeixen de l'activitat d'intercanvi pròpia dels membres de l'Associació, sempre relacionada amb la línia ideològica de treball de l'entitat, que es decideix en l'Assemblea General de Socis.

Aquest any 2014 el llibre de la col·lecció ha tractat sobre “La nova era del retail” on han participat col·laboradors professionals i experts en diferents àrees tecnològiques per aportar experiència i visió de les seves disciplines aplicades al retail.

La digitalització del retail és el camí cap a la integració dels canvis de tendència dels consumidors: informació sobre productes a través de buscadors, notorietat i/o fidelització a través de mail màrqueting i xarxes socials, eines per conèixer el tràfic de consumidors en determinades zones comercials, informació de producte (vídeos, puntuacions,...) eines virtuals o reals d'interacció, sistemes de fidelització de clients, etc.

Aquest nou llibre vol servir d'ajuda als empresaris de Comertia per afrontar el repte d'oferir experiències integrals als seus consumidors fent bon ús de les tecnologies.

La resta de títols de la Col·lecció Management Comertia Retail són:

1. “Gestió a l'empresa familiar de comerç”



Recopilació de pensament i experiència de persones especialistes en temes d'interès per a tota empresa comercial. Editat al desembre del 2003 i, en segona edició, al gener de 2004.

2. “Expansió a l'empresa familiar de comerç”



Especialistes en diferents àmbits de gestió plantegen la seva expertesa per tal d'aportar informació i de donar pautes per la presa de decisions estratègiques en l'expansió. Editat al 2004.

3. “Estratègies de xarxa: Recursos Humans”



Conjunt de punts de vista de professionals dels Recursos Humans des de diferents àmbits: la formació, la selecció, la gestió de persones, la retribució i la venda. Editat al 2005.

4. “Innovació en retail”



La innovació entesa com a optimització en els diferents processos que integren el sector retail, interns i externs, amb l'objectiu de créixer i ser competitiu. Editat al 2006.

5. “Branding en retail”



Com aconseguir fer marca, per què serveix la marca, utilitat pràctica, necessitats d'avui,... tot enfocat des del punt de vista de les empreses de retail. Editat al 2007.

6. “Planificació estratègica en retail”



Planificar és una fusió dels conceptes: previsió, coordinació i viabilitat. Aquest llibre recull la importància de tots ells per a optimitzar processos i treure'n la màxima rendibilitat. Editat al 2008.

7. “Productivitat en retail”



O el que és el mateix, com treure el màxim rendiment dels nostres recursos per guanyar eficiència i competitivitat en el mercat. Editat al 2009.

8. “Històries d'èxit en retail: Com reinventar-se”



Recopilatori de 8 casos d'èxit en retail de marques familiars catalanes escrits pels propietaris de les cadenes. Editat al 2010.

9. “Històries d'èxit en retail: Com Generar Oportunitats”



Recopilatori de 7 casos d'èxit en retail de marques familiars catalanes escrits pels propietaris de les cadenes. Editat al 2011.

10. “Històries d'èxit en retail: 10 anys Compartint per Competir”



Recopilatori de les històries empresarials d'èxit en Retail de les empreses de Comertia. Editat al 2012.

11. “Històries d'èxit en retail. Internacionalització: Opció o Necessitat?”



Recopilatori de casos d'èxit en retail de marques familiars catalanes sobre l'experiència i anàlisi de possibles factors claus de creixement i internacionalització, escrits pels propietaris de les cadenes. Editat al 2013.

12. “La nova era del retail”



Aquest llibre de la col·lecció conté un recull de punts de vista des de diferents àrees d'especialització al voltant de 'la nova era del retail' que ens ajuden a reflexionar sobre com innovar en comerç, davant l'evolució constant i imparable de les noves tecnologies que condiciona els hàbits de compra dels consumidors.

Tots els volums estan a la venda del públic general i es poden adquirir a través de la web de Comertia, dins de l'apartat Estudis i publicacions, Col·lecció Management Comertia Retail.

5.5. Biblioteca Comertia

El fons bibliogràfic i documental de Comertia conté més de 200 exemplars de publicacions d'estudis i gestió en retail des de diferents àmbits, i es troba físicament disponible a la seu de Comertia a Barcelona. Aquest és un servei reservat exclusivament pels socis.

6 VIATGES DE PROSPECCIÓ

6.1. Fira EuroShop Düsseldorf

Comertia ha assistit aquest any a la fira EuroShop, una visita organitzada per la Generalitat de Catalunya, mitjançant el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya (CCAM), que va tenir lloc entre el 16 i el 20 de febrer a Düsseldorf (Alemanya).



EuroShop és la fira més gran del món en aplicacions per al comerç. A la darrera edició van assistir 2.036 expositors de 53 països, va ocupar una superfície d'aproximadament 108.000m² i va ser visitada per més de 107.000 professionals.



EuroShop engloba tot un ampli ventall d'expositors, des dels líders del mercat fins a joves empreses emergents. També registra un augment constant de visitants i expositors, en bona part perquè el comerç s'enfronta a grans desafiaments: cap a on evolucionen el disseny de botigues i el màrqueting visual? Quins nous materials i tecnologies estan disponibles? Quines solucions permeten integrar de forma òptima botiga, xarxa i mòbil? I quins avenços es produeixen quant a eficiència energètica i sostenibilitat?



La visita a la fira EuroShop ha permès que des de Comertia es disposi d'una base de dades més ample sobre proveïdors de diferents àrees: interiorisme i visual merchandising, TIC's, mobiliari per al punt de venda- estanteries, bosses i packaging, il·luminació, i alimentació.



6.2. BRE Comertia London

Amb la voluntat de conèixer ciutats referents per al retail, aprendre d'altres marques i agafar idees, Comertia ha posat en marxa aquest 2014 el servei BRE Comertia: Business Retail Experience.

El BRE Comertia és una expedició d'empresaris de retail de Comertia que volen descobrir, conèixer i aprendre nous formats i conceptes comercials de països referents en el sector comercial.

Aquesta ràpida immersió de dos a quatre dies té com a objectiu obtenir eines, estratègies, idees i oxigen per a millorar la competitivitat de les nostres empreses comercials. Es combina el recorregut pels millors comerços de la ciutat amb reunions amb empresaris locals, per tal d'intercanviar experiències i conèixer de primera mà impressions i decisions d'innovació en retail.

El primer viatge BRE Comertia es va celebrar entre els dies 19 i 21 de novembre a Londres, ciutat reconeguda internacionalment per la seva creativitat, disseny i dinamisme comercial, i que ha sabut treballar amb excel·lència l'experiència de compra i l'adaptació als canvis d'hàbits constants dels consumidors.

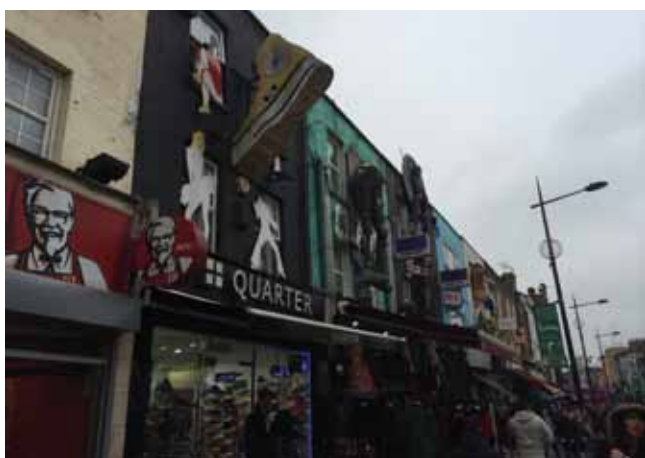


Objectius

A partir de recorreguts de circuits comercials urbans i l'observació directa a establiments comercials, vam poder conèixer i identificar punts d'interès i innovació en la implantació comercial, reflexionant sobre:

1. Implantacions comercials en urbanisme comercial
2. Formats comercials
3. Conceptes comercials
4. Aspectes específics del Retailing-mix





7 RELACIONS INSTITUCIONALS

Comertia ha mantingut al llarg de 2014 reunions amb diferents entitats institucionals properes al sector del retail, cercant vies de diàleg en temes d'interès pel segment empresarial que representa. Entre els temes a tractar, en aquestes reunions Comertia fa extensiu el seu decàleg a l'hora que acompanya als seus socis en el debat de temàtiques puntuals del context.

7.1. Reunions Comertia

29 de gener

COMERTIA - ACCIO

7 de febrer

COMERTIA - ESCI

13 de febrer

COMERTIA - BCN GLOBAL

19 de febrer

COMERTIA - UNIVERSITAT DE BARCELONA

27 de febrer

COMERTIA - EADA

6 de març

TAULA BARCELONA CREIXEMENT

Comertia assisteix a una trobada de la Taula Barcelona Creixement al Saló de Cent de l'Ajuntament de Barcelona.

En aquesta trobada es va compartir amb els membres de la Taula el nou impuls que es vol donar a les mesures Barcelona Creixement. També es va presentar la posada en marxa del Barcelona Growth Center.

10 de març

COMERTIA - DIPUTACIÓ DE BARCELONA

25 de març

AGÈNCIA CATALANA DE CONSUM

La directora de Comertia juntament amb un empresari de Comertia es reuneixen amb un representant de l'Agència Catalana de Consum per tractar sobre un problema d'inspecció de productes.

7 i 9 d'abril

AJUNTAMENT DE BARCELONA

Els dies 7 i 9 d'abril, alguns empresaris de Comertia del sector de l'alimentació juntament amb la directora de Comertia es reuneixen amb el departament de comerç de l'Ajuntament de Barcelona per iniciar vies de diàleg al voltant de la modificació del Pla Especial de Comerç Alimentari de Barcelona (PECAB).

5 de maig

COMERTIA - PP

Representants de Comertia es reuneixen amb el Sr. Alberto Fernández Díaz i el Sr. Xavier Mulleras per intercanviar opinions en matèria d'horaris comercials a la ciutat de Barcelona.

6 de maig

COMERTIA - GRUP ÀREAS

13 de maig

CONVERGÈNCIA I UNIÓ, "Barcelona, Capital Europea".

Comertia assisteix al dinar organitzat per CiU amb el Sr. Ramon Tremosa i el Sr. Xavier Trias on es va parlar sobre "Barcelona, Capital Europea" en el marc de les eleccions europees.

20 de maig

MINISTRE DE L'INTERIOR, EXCEL·LENTÍSSIM SR. JORGE FERNÁNDEZ DÍAZ

Alguns empresaris de Comertia es reuneixen amb el Ministre d'Interior per tractar temes sectorials en l'àmbit de la seguretat i el comerç, en el marc de les Eleccions Europees.

15 de juliol

AJUNTAMENT DE MATARÓ

Alguns empresaris de Comertia juntament amb la directora de Comertia, assisteixen a una reunió de treball a l'Ajuntament de Mataró juntament amb el consultor Ricardo Rustarazo. L'objectiu és intercanviar opinions amb el Regidor de Promoció Econòmica sobre la projecció de l'activitat comercial a la ciutat de Mataró, per tenir en compte l'opinió dels empresaris en relació a les decisions d'implantació al comerç de centre-ciutat atenent a la seva visió, expectatives i necessitats sobre el comerç de Mataró centre.

17 de juliol

CONSELLER D'EMPRESA I OCUPACIÓ, HBLE. SR. FELIP PUIG

Presentació de la nova Junta Directiva de Comertia al Conseller Felip Puig. En la reunió es va lliurar el decàleg de Comertia i es van presentar les principals actuacions estratègiques Comertia, entre altres temes.

17 de juliol

DINAR ÀGORA BARCELONA GROWTH PRESIDIT PER L'EXCM. SR. XAVIER TRIAS

El col·loqui durant el dinar va anar a càrrec de la Sra. María José Tomé, Innovation Manager Big Data de Telefónica R+D+i, amb la ponència: "Big Data: Big Decisions" i moderat pel director adjunt del diari Expansión, Sr. Martí Saballs.

Àgora BARCELONA GROWTH és una trobada d'inspiració i debat per a l'acció davant les oportunitats de creixement econòmic de futur, especialment vinculades a l'impacte de les tecnologies.

24, 25, 29 de juliol i 4 de setembre

PARLAMENT - COMERÇOS EMBLEMÀTICS

Els dies 24, 25 i 29 de juliol diferents representants de Comertia es reuneixen amb representants dels Grups Parlamentaris: Ciutadans (Inés Arrimadas), PSC (Sara Jaurrieta i Alicia Romero), ERC (Oriol Amorós i Agnès Russiñol), PP (Alberto Fernández Díaz i Xavier Mulleras) i CiU (Xavier Crespo, Raimond Blasi). L'objectiu de les reunions és

expressar les inquietuds dels nostres empresaris com a propietaris i llogaters de locals en relació a la proposició de Llei presentada al Parlament de Catalunya per a què l'activitat comercial en els establiments emblemàtics sigui patrimoni cultural.

15 de setembre

REGIDORIA DE COMERÇ AJUNTAMENT DE BARCELONA

Reunió amb el Regidor de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona per presentar el nou President de Comertia, Joan Carles Calbet, i signar el conveni entre Comertia i l'Ajuntament per l'any 2014.

15 de setembre

AGÈNCIA CATALANA DE CONSUM

La directora de Comertia juntament amb un empresari de Comertia es reuneixen amb un representant de l'Agència Catalana de Consum per tractar sobre un problema d'inspecció de productes.

18 de setembre

CONSELL ASSESSOR DE COMERÇ

La directora de Comertia assisteix a la reunió del Consell Assessor de Comerç.

En la reunió del Consell Assessor de Comerç presidida pel conseller d'Empresa i Ocupació, Felip Puig, es va donar a conèixer a les principals associacions de comerciants, entitats municipalistes, organitzacions de consumidors, Cambres de Comerç i sindicats, les principals línies de la futura Llei Reguladora de l'Activitat de Comerç, Serveis i Fires.

18 de setembre

AJUNTAMENT DE BARCELONA

La directora de Comertia juntament amb un empresari del sector de l'alimentació de Comertia es reuneixen amb el departament de comerç de l'Ajuntament de Barcelona i altres representants d'altres associacions de comerç de Barcelona, per tractar sobre l'estat actual de la Memòria i de l'Articulat del PECAB (Pla Especial de Comerç Alimentari de Barcelona).

30 de setembre

BARCELONA ACTIVA

Comertia es reuneix amb Barcelona Activa per a conèixer el programa Joves per a l'Ocupació.

14 d'octubre

COMERTIA - ACC10

11 de novembre

AJUNTAMENT D'OLOT

La gerent de Comertia es reuneix amb el Sr. Estanis Baireda, regidor de Comerç de l'Ajuntament d'Olot per tractar sobre possibles ubicacions comercials a la ciutat d'Olot.

7.2. Col·laboració i presència Comertia

L'any 2014 Comertia ha participat en diversos actes institucionals i jornades de comerç vinculats a la seva activitat com a oient o en diverses ponències.

Del 27 al 31 de gener

EL CLÚSTER TÈXIL MODA DE CATALUNYA CONVIDA A COMERTIA AL 080 BARCELONA FASHION

Marques Comertia que desfilen: Bóboli, Cóndor i Punto Blanco.

El Clúster Tèxtil i Moda de Catalunya és l'associació d'empreses i professionals de la indústria de la moda a Catalunya. El Clúster va néixer l'any 2011 amb la missió d'impulsar la competitivitat de l'ecosistema de la moda mitjançant la innovació, la internacionalització, la col·laboració, la formació i la promoció de la moda.

30 i 31 de gener

PRESENTACIÓ GUIA DIPUTACIÓ: BADALONA (FORN BERTRAN) I TERRASSA (VIENA)

Comertia, juntament amb la Diputació de Barcelona presenten la *Guia de recomanacions de l'empresa familiar* en el sector del comerç a un conjunt de comerciants de Badalona i de Terrassa.



A més de presentar la guia es van organitzar unes reunions d'intercanvi entre els propietaris de diferents botigues que es plantegin els seus processos de continuïtat i empresaris de Comertia per tal de transmetre'ls la importància (així com les seves experiències) de la bona successió i continuïtat en l'empresa familiar del comerç.



3 de febrer

COL-LABORACIÓ AMB EL COAC

Seguint amb l'acord de col·laboració entre Comertia i el COAC (Col·legi Oficial d'Arquitectes de Catalunya), a través del qual els alumnes del Màster de Retail Design desenvolupen projectes de retail design d'alt nivell, Comertia assisteix a una reunió amb els alumnes per presentar l'associació i debatre sobre un projecte en curs.

12 de febrer

PARLAMENT DE CATALUNYA

Comertia assisteix a l'aprovació del Ple del Parlament de Catalunya de la proposició de Llei d'horaris comercials i determinades activitats de promoció.



13 de febrer

COMERTIA A L'INSTITUT JOAN BROSSA

Comertia participa a les Jornades Tècniques de Màrqueting i Comerç de l'Institut Joan Brossa amb una ponència sobre els "Reptes actuals per al Retail".

18 de març

COMERTIA - CCAM

Comertia assisteix a la presentació de les línies de subvencions 2014 del CCAM (Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya) i la línia de finançament ICF.

18 de març

COMERTIA ASSISTEIX A L'ACTE "SOLUCIONS PER AL COMERÇ"

Comertia assisteix a l'acte de presentació Solucions per al Comerç del Pla Integral de suport a la competitivitat del comerç detallista a la Casa Llotja de Mar.

18 de març

COMERTIA - CONGRESO NACIONAL DE MARKETING Y VENTAS (APD)

Comertia assisteix al Congreso Nacional de Marketing y Ventas que organitza l'APD (Asociación para el Progreso de la Dirección).

24 de març

COMERTIA A AGECU

Comertia assisteix a la Jornada d'AGECU (Asociación Española de Gerentes de Centros Urbanos).

AGECU organitza la Jornada d'intercanvi d'experiències de dinamització comercial en centres urbans al **Centre d'Artesania Catalunya de Barcelona**.

L'objectiu de la jornada és, per una banda, oferir un espai de trobada als professionals que treballen en la gestió dels centres urbans i/o la seva dinamització comercial i, per l'altra, facilitar un espai per compartir

1 d'abril

JORNADA DE COMERÇ ESCODI

Comertia assisteix a la jornada "Passió pel comerç" que organitza ESCODI al Cosmocaixa.

3 d'abril

FIRA ALIMENTÀRIA DE BARCELONA

19 i 20 de maig

VITRINES D'EUROPA

Comertia assisteix a les XII Jornades Europees de Comerç Urbà de Barcelona al Centre de Cultura Contemporània de Barcelona organitzades per la Fundació Barcelona Comerç.

5 de juny

RIS3BCN GROWTH

El president de Comertia, Sr. Silvio Elias, assisteix a la presentació de l'Estratègia d'Especialització Intel·ligent (RIS3BCN Growth) que ha definit l'Ajuntament de Barcelona.

18 de setembre

NEINVER

Diferents empresaris de Comertia assisteixen a la presentació del nou centre comercial outlet "Viladecans The Style Outlets" a càrrec de l'empresa Neinver.

30 de setembre

COMERCIO DE HOY / JORNADA DISTRIBUCIÓN ACTUALIDAD

Alguns empresaris de Comertia assisteixen al congrés de retailers organitzat per Distribución Actualidad al centre de convencions Mapfre de Madrid. El Sr. Lluís Vendrell, president d'Unión Suiza, fa una ponència per tractar aspectes relacionats amb el turisme a la ciutat de Barcelona.

5 d'octubre

CCAM - MONESTIR DE POBLET

Comertia assisteix a la jornada de reflexió activa que va organitzar el Consorci de Comerç, Artesania i Moda de la Generalitat de Catalunya al Monestir de Poblet. En la jornada es va parlar dels nous camins i eines per fer evolucionar el nostre comerç. Vàrem comptar amb les conferències del Sr. Jaume Barberà, Sr. Joan Font, Sra. Montse Peñarroya i Sr. Pau Garcia-Milà.

29 d'octubre

ACTE ABE, VALORS I EXCEL·LÈNCIA EN RETAIL

El president de Comertia assisteix a l'acte de l'associació ABE al Palau Macaya, valors i excel·lència que treballa l'Excel·lència holística: "Es Excelente quien triunfa en la vida siendo al mismo tiempo buena persona y respetando a todos y a todo".

Sota el títol, "*En retail, ¿es posible trabajar con valores la gestión de las personas y ser competitivos?*" es va fer un debat sobre l'excel·lència en el Retail i hi van participar el president, Sr. Joan Carles Calbet, director general de Calbet Electrodomèstics, un dels nostres socis, Sr. Ignasi Ferrer, director general de Eat Out i el director de Recursos Humans del Banc Sabadell.

20 d'octubre

PREMIS BARCELONA LA MILLOR BOTIGA DEL MÓN

Diversos representants de Comertia van assistir als premis "Barcelona, la millor botiga del món", un reconeixement de l'Ajuntament de Barcelona a les persones i entitats que treballen en favor de l'impuls al comerç barceloní.

21 d'octubre

OPEN CAMP

Diferents empresaris de Comertia així com la directora general de Comertia, assisteixen a la presentació del projecte Open Camp, a l'Estadi Olímpic de Montjuïc.

23 d'octubre

AJUNTAMENT DE BARCELONA

Comertia assisteix a la inauguració de l'Oficina d'Atenció a l'Empresa al Barcelona Growth Centre. L'OAE és un nou espai de referència per a les empreses per a integrar en un mateix punt tots els serveis de suport i tràmits municipals, fent de Barcelona una ciutat on resulti fàcil crear i fer créixer un negoci.

14 de novembre

CONGRÉS ANCECO

Comertia assisteix al X Congrés Nacional de Centrals de Compra i Serveis (ANCECO).

27 de novembre

ESCODI

Comertia assisteix a una reunió d'ESCODI, juntament amb la Universitat de Barcelona i altres directius d'empreses i organitzacions rellevants del sector comerç per validar el pla d'estudis del nou Títol Oficial del Graduat en Direcció de Comerç i Distribució d'ESCODI reconegut pel Ministerio de Educación.

4 de desembre

SORTIDA MAB NOSTRUM

Comertia assisteix a l'acte de sortida al Mercat Alternatiu Bursàtil (MAB) d'un dels seus socis: Home Meal (Nostrum) a la Borsa de Barcelona.



15 de desembre

DECLARACIÓ DEL COMERÇ CATALÀ EN DEFENSA DEL MODEL PROPI DEL PAÍS

El comerç català lliura al Parlament un manifest conjunt en defensa del seu model davant la suspensió de la llei d'horaris comercials.



El manifest el van signar una vintena de confederacions, associacions, gremis, sindicats, col·legis professionals i entitats municipalistes per a refermar "la voluntat de tenir un model comercial propi", rebutjant la "creixent intromissió de l'administració central" en el sector, afirmant que "defensarem el nostre model davant el Tribunal Constitucional" i fent "una crida a tots els establiments comercials de Catalunya" a aplicar la normativa catalana suspesa.

7.3. Premis a empreses associades a Comertia



RAIMA rep el Premi a la Iniciativa Comercial pel “Concurs RAIMA d’Il·lustració i Disseny”

La papereria RAIMA va ser premiada en la secció d’Innovació pel seu “Concurs RAIMA d’Il·lustració i Disseny” que convoca cada dos anys des de 1994 per a recolzar, de forma altruista, al món de les arts plàstiques.

El president de la Generalitat, Artur Mas, i el conseller d’Empresa i Ocupació, Felip Puig, van lliurar els Premis a la Iniciativa Comercial i als Establiments Comercials Centenaris al Palau de la Generalitat.

Els premis a la Iniciativa Comercial són el reconeixement a les iniciatives més innovadores del comerç urbà de proximitat i als establiments comercials amb més de cent anys d’antiguitat.

Per a més informació sobre el concurs:
www.concursraima.com/



Premi a l’Establiment Comercial Centenari a Santa Eulàlia

Lluís Sans va rebre el Premi a l’Establiment Comercial Centenari de mans del president de la Generalitat amb motiu del 170è aniversari, en nom de tot l’equip de Santa Eulàlia.

L’acte de lliurament del premi, convocat el passat 2013, va tenir lloc al Palau de la Generalitat i va ser presidit pel president de la Generalitat, Artur Mas, i pel conseller d’Empresa i Ocupació, Felip Puig.

Segons Lluís Sans, propietari de Santa Eulàlia, “és un honor per a nosaltres rebre aquest reconeixement, i un motiu per seguir millorant amb l’objectiu de complaure als nostres clients, com venim fent des de la nostra obertura l’any 1843.”



Premi PIMEC al Comerç més competitiu per a Dormity.com

El 2013 ha estat un any de creixement decisiu per aquesta empresa de Rubí que ha estat guardonada amb el Premi PIMEC al Comerç més competitiu en l'edició de 2014.

En l'últim any, la companyia ha incrementat els punts de venda en més d'un 50% amb diferents espais en centres comercials de molta representativitat en el comerç de Catalunya. El volum de superfície de venda ha crescut en un 65%, amb la incorporació de més metres quadrats a la majoria de les botigues. Col·lateralment, això ha comportat un increment de la plantilla, que ha passat de 17 persones el 2011 a 40 en 2013.

Comertia manté una comunicació activa amb tots els seus públics d'interès, tant socis, com col·laboradors, proveïdors, escoles de negocis, associacions de comerciants, administració pública i amb la societat en general.

Des de comunicació Comertia es fa difusió de l'activitat i posicionament de l'entitat amb els seus públics a través de diferents canals de comunicació, principalment a través de correu electrònic, noves tecnologies (app i xarxes socials) i mitjans de comunicació.

8.1. E-COMERTIA

L'e-Comertia és el butlletí de Comertia i va néixer amb caràcter intern i periodicitat mensual, per a facilitar el coneixement i intercanvi d'informació entre els socis, fent difusió de notícies de les empreses associades, així com informes i estudis de Comertia o d'altres aspectes destacables de la seva activitat.

Des de 2012 fins a 2014, van conviure dos formats de newsletter, un destinat als socis, amb informació més confidencial i de caràcter més intern, i un altre format destinat a institucions o empreses vinculades al sector, amb notícies de caràcter més públiques.

A partir de l'any 2014, es va decidir unificar el butlletí en un sol, i ampliar la difusió de la publicació digital perquè arribés a un públic més ampli: institucions, associacions, socis col·laboradors, escoles de negoci, a l'administració pública en general, partits polítics, contactes de premsa, etc.

Objectius:

- Generar notorietat de Comertia i de la seva activitat: indicador retail, estudis,
- Jornada de retail, notes de premsa, etc.
- Donar a conèixer públicament les empreses associades a Comertia i la seva activitat.
- Incrementar el coneixement entre les empreses associades.
- Ser una eina d'intercanvi d'informació entre els socis on poden sorgir possibles sinergies.



8.2. COMERTIA A LES XARXES SOCIALS

Els objectius generals de la presència de Comertia a les xarxes socials són:

- Fer marca i atorgar visibilitat a l'Associació.
- Consolidar la xarxa actual física via online i incorporar nous contactes d'interès.
- Contribuir a la captació de socis.
- Atorgar visibilitat a les marques dels associats a Comertia.
- Fer difusió del retail català arreu: marques singulars i diferenciadores.
- Divulgar l'activitat i serveis de Comertia en temps real: tallers i dinars d'intercanvi, Jornada retail Comertia, notícies dels socis, notes de premsa, etc.

Les xarxes socials on té presència Comertia són:



FACEBOOK: Pàgina corporativa on els usuaris poden fer-se “admiradors/es” però no publicar informació. És una difusió unilateral de Comertia als seus seguidors.

Objectiu: Comercial, imatge i visibilitat.



LINKEDIN: Comertia disposa d'un grup de retail sota el nom “Jornada de retail Comertia” on formen part els socis de Comertia, de diferents àrees o departaments, i altres professionals del sector retail, d'institucions, associacions de comerciants, socis potencials, proveïdors, etc.

Objectiu: Fer xarxa i compartir serveis, notícies i agenda d'actes entre els seus membres.



TWITTER: @ComertiaRetail va guanyant seguidors cada dia. Els seguidors de Comertia són de tot tipus: socis de Comertia, associacions, administració pública i autoritats polítiques i econòmiques, periodistes, professionals del retail, escoles de negocis i distribució, estudiants, empreses de retail, empreses proveïdors, etc.

Objectiu: Visibilitat, difusió de l'activitat de Comertia i dels seus socis, fer xarxa professional (també per a la Jornada de retail Comertia).



YOUTUBE COMERTIA: El canal de Comertia disposa d'un vídeo corporatiu de la Jornada de Retail Comertia per a viralitzar i difondre la celebració de l'acte a través de la xarxa.

Objectiu: Visibilitat de la Jornada de retail Comertia.

8.3. COMERTIA I ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

L'entitat es fa present a l'opinió pública com a portaveu del sector retail oferint una informació veraç, d'actualitat i en defensa dels interessos de les empreses que representa. Comertia és proactiva amb els mitjans de comunicació:

- Oferint dades sobre el sector amb l'Indicador de retail Comertia, aportant dades sobre vendes, totals i per sectors, així com obertures i expansió dels seus associats.
- Donant resposta a actuacions del Govern central i autonòmic en aquells temes de política financera o comercial que afecten directament els negocis de les empreses associades a Comertia.
- Proposant al Govern mesures de reactivació del consum i de l'economia del país.
- Comunicant les noves incorporacions de cadenes de retail catalanes a Comertia.
- Fent difusió d'estudis i publicacions: Informe Sectorial de Remuneracions, estudis sobre els hàbits i comportament dels consumidors, etc.
- Col·laborant amb columnes d'opinió sobre el context actual que viu el sector. Ex. Expansió Catalunya.
- Donant resposta a peticions de mitjans de comunicació sobre consum, actuacions de màrqueting en campanyes concretes, internacionalització o dades sobre vendes per zones comercials i/o sectors d'activitat.

L'Indicador de retail de Comertia, amb periodicitat mensual, s'ha fet un lloc als mitjans de comunicació, principalment als diaris de premsa generalista i econòmica de Catalunya, com també a publicacions

sectorials i especialitzades en el sector del comerç detallista i la distribució.

El posicionament de Comertia a l'opinió pública és un retrat fidel del segment d'empreses de retail que representa, cadenes familiars amb marques reconegudes, amb basta presència per les millors zones comercials del territori català, espanyol, europeu i món, amb capacitat per invertir en innovació i amb la voluntat ferma de competir amb les grans firmes del retail internacional.

Comertia ha esdevingut la font d'informació sobre el sector retail a Catalunya per als principals mitjans de comunicació catalans, i en aquest any també ha consolidat la seva presència a mitjans sectorials d'àmbit nacional. Al llarg de 2014, Comertia ha obtingut un total de **245 impactes** en mitjans de premsa generalista i econòmica, ràdios, televisions i publicacions digitals.



Repercussió a mitjans de comunicació

Fent una valoració de la repercussió global de l'any de Comertia a mitjans de comunicació, podem dir que l'associació ha estat en diàleg constant amb l'opinió pública, participant des del seu sector, en els grans temes econòmics i comercials que han imperat l'agenda informativa de mitjans.

La marca Comertia obté una mitjana de deu impactes mensuals, tot i que alguns mesos l'activitat comunicativa augmenta, bé per iniciativa de l'associació, com ara amb la difusió de l'Assemblea General de Socis, la incorporació d'una nova empresa associada, el comunicat sobre un tema d'actualitat o la celebració de la jornada de retail anual, entre altres. I hi ha altres períodes clau per al comerç en què els periodistes ens fan peticions, com són els períodes de rebaixes, principalment els mesos de gener i juliol, així com durant la campanya de Nadal. En aquests casos, els mitjans es fan ressò de tendències de consum principalment, com ara promocions, tipus de descompte, innovacions en punts de venda, etc.

Aquest any s'ha caracteritzat per ser bastant intens en temes de comerç i Comertia no s'ha mantingut al marge. Alguns dels temes en què ha participat l'entitat han estat el suport a la llei catalana d'horaris comercials, el pacte comercial entre entitats de comerç o el debat sobre l'obertura comercial en diumenges i festius, principalment en temporada de bonança pel turisme.

Les notícies de Comertia han aparegut principalment a les seccions d'economia i empresa de la premsa d'informació generalista catalana (La Vanguardia, Avui/El Punt, El Periódico, Diari Ara, Diari de Sabadell, Diari de Tarragona, Diari de Terrassa), també a la premsa econòmica (Expansión Catalunya i L'Econòmic). Comertia s'ha incorporat també a diaris regionals i locals, com Diari de Terrassa, Diari de Sabadell, Diari de Tarragona i Regió 7, principalment.

Des d'un punt de vista empresarial, la difusió de la Jornada de Retail Comertia ha generat un impacte positiu en l'opinió pública, atorgant a les marques de retail una bona reputació com a empreses innovadores, àgils i amb bona capacitat d'adaptació als nous hàbits i comportament dels consumidors.



COMPRES El comerç familiar s'arma d'innovació davant l'ofensiva d'Amazon

Diversos comerços catalans mostren
les seves innovacions pensades per
encantar el nou consumidor

EN AQUESTS 40 ANYS mal comptats, el 2025, dues de cada cinc compres es faran a través d'internet. Ara són dues de cada 25. El comerç electrònic, amb empreses com Amazon -temuda i admirada a parts iguals- al capdavant, és un fenomen imparable. Guanya quota de mercat a un ritme meteòric i amenaça d'arraconar el comerç tradicional. Això, però, només passarà si el comerç tradicional no s'actualitza i comença a parlar el mateix idioma que els nous consumidors. Davant d'aquesta evidència, què han de fer els petits o mitjans botiguers que tenen establiment a peu de carrer? L'associació catalana de cadenes de comerç familiar, Comertia, va intentar resoldre aquest dubte la setmana passada amb una jornada dedicada a la innovació en alguns dels principals retalers catalans van mostrar com s'ho fan per introduir la innovació en els seus formats. El resum de la jornada va ser clar: no li donis l'època a la innovació, perquè si ho fas, se l'acabarà el negoci.

"Aramateix, en el món online, els que estan venent més no són els que tenen botigues físiques. No hi ha un equilibri entre el món offline i l'online. El tema de trobar", afirma el president de Comertia, Joan Carles Calbet. Per fer això, però, cal acabar amb una màxima, molt estesa entre els comerciants catalans: encara veuen internet com l'enemic, en lloc de veure-ho com un aliat per vendre més. "És un error comú, però el hem de solucionar", afegeix Calbet.

DURANT LA JORNADA de Comertia es van mostrar diversos exemples de botigues tradicionals que han sabut fer precissament això: vendre més gràcies a les noves tecnologies. L'òptica Cottet, per exemple, va decidir pujar al carro de les Google Glass, les ulleres intel·ligents de Google, abans que ningú altre. Van desenvolupar una tecnologia per aconseguir poder-hi veure per aquestes ulleres (que tenen un angle de visió restringit a la part alta de l'ull) i van trobar que ningú més al món ho havia fet, explica Alex Cottet. I això que "el 52% de la població necessita ulleres per veure-hi bé". Gràcies a això, han rebut trucades de diversos països interessant-se per la seva solució, abans fins i tot que les ulleres de Google estiguessin a la venda.

Una altra de les innovacions que més va sorprendre durant la jornada va ser la de Dornily.com. El fabricant de matalassos, que preveu desembargar al País Basc l'any que ve, ha arribat a un acord amb el Parc de Recerca de la UII per desenvolupar un sistema que permet fer un matalàs personalitzat, segons les característiques biomètriques del comprador (pes, alçada, edat...). El



nou sistema, que s'integrarà a la fàbrica que la firma té en construcció a Dubai i que preveu posar en marxa abans de final d'any, permetrà vendre aquests matalassos personalitzats a "bon preu" i estaran llestos només una setmana després de l'encàrrec, va explicar David Sánchez, propietari i director general de Dornily.com.

També va presentar les seves innovacions Pane&Company, que ha desenvolupat un sistema per vendre a través de pantalles digitals als restaurants, i amb el qual han aconseguit incrementar el límit mitjà en un 14%. La cadena Nourum, per la seva banda, va mostrar la seva màquina de vendiguts plats preparats, que ja havia enenyat al Mòbil i que també permet comprar amb les Google Glass. —**Dani Sánchez Uguet**

SARRES Facebook ja desenvolupa la seva versió de corbata

La xarxa social ja treballa en una
versió professional, pensada per
competir amb LinkedIn, però també
amb Google i Microsoft Office

FACEBOOK JA HA aconseguit col·lar-se a la vida personal dels seus 1.000 milions d'usuaris, que hi passen des de hores de les vacances fins a opinions polítiques, passant per detalls de la seva vida personal. Tota una fita, tenint en compte els dubtes sobre la privacitat

que han envoltat la plataforma arran dels casos com el de la NSA. Però el fet que s'hagi convertit en una eina tan personal ha tingut un efecte negatiu: ha quedat fora dels entorns professionals i en moltes ofícines està fins i tot prohibit obrir-lo.

A més, la majoria de treballadors no li donen cap de professional. Al cap i a la fi no volen compartir amb els seus caps les fotos del casament d'un col·lega ni sobretot les de la posterior barra lliure. Tot i això, la xarxa social creada per Mark Zuckerberg no es conforma a quedar-se només en la vida personal. Vol anar més enllà i convertir-se també en una eina de comunicació per als entorns professionals. Per això, està desenvolupant una nova web, anomenada Facebook a la Feina (Facebook at Work), que competirà directament amb LinkedIn, però també amb Google i Microsoft, segons publica aquesta setmana el diari econòmic *Financial Times*.

Aquesta nova eina permetrà als usuaris satejar amb els seus col·legues de feina, compartir arxius (com Google Drive o Microsoft Office) i també fer nous contactes professionals (com LinkedIn). En essència, mantindrà l'aspecte actual de la xarxa social, amb un mur de notícies i grups, però el perfil personal quedarà separat.

De fet, la nova web de Facebook no és en realitat tan nova. Segons el rotatiu, és la mateixa que fa temps que fan servir internament els treballadors de la companyia de Silicon Valley. I la discussió sobre la possibilitat d'expandir-ho a altres empreses tampoc és nova. Des de l'any passat, però, el projecte —que es desenvolupa a Londres— va començar a prendre forma i ja s'està provant en algunes empreses. L'empresa de Mark Zuckerberg es suma així a altres, com la catalana Infocib, que també està creant la seva alternativa a LinkedIn per a entorns professionals. —**D.S.U.**



Joan Carles Calbet.

Joan Carles Calbet releva a Silvio Elías en la presidencia de Comertia

MMA, Barcelona

Relevo en Comertia, la asociación catalana de empresas familiares de distribución y restauración, Silvio Elías, cofundador y director general de la cadena de supermercados Veritas, que accedió a la presidencia en 2012, ha decidido no optar a un segundo mandato de dos años, al igual que hizo su antecesor, Jordi Tarragona, de Expo Mobi. Su sustituto en el cargo será Joan Carles Calbet, director general y miembro de la familia propietaria de la cadena de tiendas Electrodomésticos Calbet.

El relevo fue aprobado ayer en la asamblea de Comertia, que contó con la participación de Xavier Trias, alcalde de Barcelona. Calbet aseguró en su discurso que asume el cargo con "la voluntad de hacer crecer Comertia y la necesidad de aprovechar el potencial interno para llegar a transmitir a los consumidores finales la calidad de las cadenas que forman parte [de la asociación]".

Comertia agrupa a 64 empresas, con más de 5.100 puntos de venta, una facturación agregada de 5.400 millones de euros y en torno a 43.000 trabajadores. Entre los asociados, se encuentran Bon Preu, Eat Out, Europas, Viena, MRW, Merol, Drim o AN Grup.

Evolución de las ventas

La evolución para todos los operadores ha sido desigual en los últimos doce meses —de junio de 2013 al mismo mes de 2014—. Mientras que un 61% de los socios mejoró sus ventas, un 17% las mantuvo y un 22% vio caer su cifra de negocio. El indicador elaborado por Comertia revela, además, que el conjunto de las empresas asociadas acumulan doce meses seguidos de aumento de sus ventas.

COMERTIA

Conveni amb la Generalitat

El conseller d'Empresa i Ocupació, Felip Puig, i Joan Carles Calbet, president de Comertia, que agrupa 64 empreses catalanes de retail, van firmar ahir un conveni per impulsar el comerç a Catalunya. La Generalitat aportarà 40.000 euros a través del Consorci de Comerç Artesania i Moda. / Redacció

8.4. COMUNICACIÓ DECÀLEG

Les empreses de Comertia expressen en el seu decàleg qui són, el segment d'empreses que representen, la seva visió del comerç integrat en el territori, la seva actitud empresarial i l'activitat d'intercanvi.

Així mateix, juntament amb el decàleg, Comertia resumeix també en deu punts les peticions en matèria de defensa dels seus interessos que el clúster fa a l'administració pública.

1. Som empreses de retail amb seu a Catalunya, amb vocació de lideratge en el sector.
2. El nostre objectiu és canalitzar la renda familiar disponible, tant interna com externa, cap a les estructures pròpies del país.
3. Tenim una vocació urbana, de ciutat, en els seus diferents espais, barri, centre històric, centre de ciutat, etc.
4. Participem en els centres comercials ubicats a Catalunya per no perdre quota de mercat.
5. Compartim experiències i situacions per competir enfront de les multinacionals que operen en el territori, les quals disposen d'avantatges competitius i en diferents àmbits: fiscal, capital, crèdit, ubicació i capacitat de negociació, entre d'altres.
6. Compartim per consolidar la nostra situació en el mercat davant la competència d'aquells que s'aprofiten de la manca de control de les normatives existents, en els diferents camps de l'activitat econòmica i social.
7. Defensem les competències exclusives de la Generalitat en matèria de comerç interior i rebutgem la invasió de les mateixes per part del Govern central.
8. Acceptem i ens adaptem a les noves situacions que operen en els mercats, en relació al finançament, a la fiscalitat, als proveïdors, a les actituds del consumidor i a les noves tecnologies que fan canviar els seus hàbits.
9. Som empreses transversals, que projectem, verticalitzem els nostres processos i duem a terme projectes d'internacionalització.
10. Compartim per Competir, per consolidar-nos i per créixer.

COMERTIA - peticions

1. Col·laboració de l'Administració a fer visible el lideratge i la singularitat de les nostres empreses enfront la globalització i homogeneïtzació del Retail (plans de dinamització comercial autòctons, incentius directes per a consumidors, ...)
2. Reforma fiscal que tingui en compte les necessitats de les PIMES per poder subsistir en un mercat global. Exempció de beneficis no distribuïts com a principal forma de tenir un muscle financer de les empreses i no dependre de les entitats financeres.
3. Facilitat de crèdit a les empreses amb la intervenció de la garantia de l'estat.
4. Exempció total de les càrregues socials per la creació de nous llocs de treball (amb saldo positiu). I reducció de les càrregues socials sobre els llocs de treball.
5. Llibertat de pacte entre les parts en els terminis de pagament quan no hi ha posició dominant.
6. Persecució sistemàtica, eficient i eficaç de l'economia il·legal, per reduir la competència deslleial, i preservar l'estat del benestar.
7. Prestigiar les professions vinculades al sector del retail (comerç i restauració) mitjançant la formació universitària i dual i dignificar-la davant l'opinió pública.
8. Potenciar formes alternatives de finançament per fer arribar capital a les empreses.
9. Racionalitat de les inspeccions per evitar la duplicitat per part de diferents organismes. Inspecció única per les diferents activitats. Simplificació dels tràmits administratius.
10. Evitar els abusos de posicions dominants.

9 SOCIS COL·LABORADORS DE COMERTIA

	www.anceco.com	Asociación Nacional de Centrales de Compras
	www.axxon.jobs	Treball temporal, reclutament - selecció i consultoria
	www.bcmretail.net/cat	Consultoria estratègica per a les petites i mitjanes empreses de retail
	www.ceinsa.com	Consultoria sobre remuneracions i Recursos Humans
	www.factorenergia.com	Energia elèctrica
	www.fb-solutions.es	Consultoria per empreses familiars
	www.fdsconsulting.net	Franchising and retail
	www.laforja.com	Solucions per al comerç
	www.personalmusic.es	Canals de música personalitzats per empreses
	www.saimanet.net	Fem fàcil les comunicacions
	www.sgs.es	Mistery shooping
	www.t-cuento.com	Solucions de medició de persones

Així mateix, Comertia té convenis de col·laboració amb:

	www.lacaixa.es	Entitat Financera
	www.ccam.cat	Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya
	www.bcn.cat	Ajuntament de Barcelona
	www.cambrabcn.cat	Cambra de Comerç de Barcelona
	www.diba.es	Diputació de Barcelona
	www.acc10.cat	Competitivitat per l'empresa
	www.eada.edu	Escola d'Alta Direcció i Administració
	www.escodi.com	Formació per al sector del comerç
	www.esci.es	Escola Superior de Comerç Internacional
	www.ascef.com	Associació Catalana de l'Empresa Familiar



© Comertia, 2015.
Balmes 440, entl. F
08022 Barcelona
www.comertia.net

Direcció: Elisabet Vilalta
Coordinació: Elvira García
Disseny i maquetació: Albert Milà
Impressió: COEVE



Ajuntament de
Barcelona