



.comertia

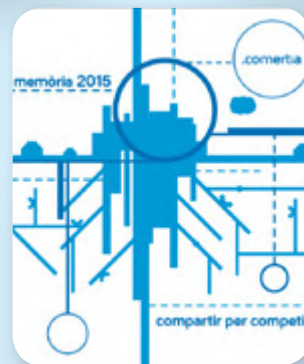
MEMÒRIA

2019

Totes les memòries de Comertia
estan disponibles en format digital;
poden ser consultades en línia o descarregar
a la web: www.comertia.net.

Si desitja obtenir una còpia en paper,
pot sol·licitar-la al departament de Comunicació de l'entitat:
premsa@comertia.net o al telèfon **937947307**.

MEMÒRIES ANTERIORS



.comertia

MEMÒRIA 2019

INDEX /

| | |
|--|-----------|
| 1 / Comertia | 12 |
| 1.1. Perfil dels socis | 15 |
| 1.2. Missió | 17 |
| 1.3. Estructura organitzativa Comertia | 17 |
| 1.3.1. Assemblea General de Socis | 17 |
| 1.3.2. Junta Directiva | 17 |
| 2 / Socis Comertia | 22 |
| 3 / Serveis als socis | 28 |
| 3.1. Dinars-Col·loqui entre empresaris | 30 |
| 3.2. Tallers d'intercanvi | 35 |
| 3.3. Projecte de digitalització Comertia | 45 |
| 3.4. OTEC | 46 |
| 4 / Actes i celebracions | 48 |
| 4.1. Assemblea General de Socis | 50 |
| 4.2. XVII Jornada Retail Comertia: Valors per competir | 51 |
| 4.3. Sopar de Nadal Famílies Comertia | 56 |

| | | |
|------------|--|-----------|
| 5 / | Estudis i publicacions | 58 |
| 5.1. | Indicador de retail Comertia | 60 |
| 5.2. | Col·lecció Management Comertia Retail | 62 |
| 5.3. | Biblioteca Comertia | 64 |
| 6 / | Activitats de prospecció i aprenentatge | 66 |
| 6.1. | Visita a la Fira Big Show de Nova York | 68 |
| 6.2. | BRE Comertia Xangai – Seül | 69 |
| 7 / | Relacions Institucionals | 70 |
| 7.1. | Reunions Comertia | 72 |
| 7.2. | Assistència i presència Comertia | 76 |
| 8 / | Comunicació Comertia | 80 |
| 8.1. | Comunicació interna | 82 |
| 8.2. | Comunicació externa | 85 |
| 8.2.1. | eComertia | 85 |
| 8.2.2. | Xarxes socials | 86 |
| 8.2.3. | Mitjans de comunicació | 88 |
| 8.3. | Decàleg de comunicació | 94 |
| 8.4. | Peticions Comertia | 95 |
| 9 / | Partners i col·laboradors | 96 |
| 9.1. | Partners i col·laboradors | 98 |
| 9.2. | Altres associacions | 100 |

German Cid

President de
Comertia





Aquest ha estat un any dedicat a la implementació de les línies estratègiques anunciades en el moment de la meua incorporació a la presidència de Comertia: digitalització de Comertia i suport a la transformació digital de les empreses membre, impuls a la successió de l'empresa familiar i ampliació de membres de l'associació, especialment en aquells sectors menys representants.

Pel que fa a digitalització, ens hem centrat en ampliar i aprofundir el coneixement en aquest àmbit, assistint a grans esdeveniments de referència del sector, com la Fira Big Show de Nova York o el Business Retail Experience Comertia a Shanghai i Seul, que ens van aportar una interessant i útil reflexió sobre cap a on s'estan dirigint les grans marques de retail. La formació ha estat una esfera important també d'aquesta pota de transformació digital, amb l'organització de cursos adreçats als màxims dirigents i la celebració de sessions de treball amb empreses líders com Telefónica o Salesforce.

D'altra banda, la successió a l'empresa familiar ha estat també un puntal des de la creació l'any passat, del grup Comertia Joves. La comissió encarregada ha organitzat un cicle de sessions de formació i treball de la mà de professionals experts en matèria d'empresa familiar que ha estat de gran ajuda per a moltes empreses que es troben en ple procés de canvi generacional o es preparen per a assumir-lo.

Aprofitant aquest moment de transició digital, hem endegat a Comertia una nova APP per als socis, amb l'objectiu de facilitar l'accés a la informació i millorar la comunicació interna entre els membres.

És important mencionar l'atorgament del Premi a l'Excel·lència Financera en Comunicació per part de l'Institut d'Estudis Financers, que ha posat en valor la transparència comunicativa de l'entitat i de les empreses que en formem part, amb la difusió mensual a mitjans, des de fa deu anys, de l'Indicador de Retail Comertia, un informe que ofereix dades sobre vendes, ocupació i variació punts de venda.

Aquesta mostra de transparència a casa nostra, topa amb la opacitat de les grans empreses multinacionals alhora de donar informació pública en quant a les seves dades de beneficis obtinguts i els impostos que paguen a cada país on tenen activitat, assumpte que hem denunciat reiteradament al llarg de totes les reunions mantingudes amb l'administració.

Amb el lema "compartir per competir" tanquem un nou any a Comertia satisfets d'haver incorporat més massa crítica d'empreses familiars catalanes, i és la nostra voluntat seguir treballant fidels als nostres valors, per seguir defensant els interessos de les empreses que representem.

German Cid

President de Comertia

Elisabet Vilalta

Directora General
de Comertia





La transformació digital, la successió de l'empresa familiar, els canvis d'hàbits constants dels consumidors, la preocupació pel descens de visites a botigues físiques, l'apogeu de les plataformes de venda online, la gestió del talent i els nous estils de lideratge amb valors, han estat les principals temàtiques que han marcat l'agenda de trobades Comertia.

Aquest ha estat un any intens d'aprenentatge entre les empreses de Comertia, amb més espais d'intercanvi i diàleg sobre eines, tècniques i mètodes, i alhora també amb prospecció d'altres models de negocis de retail de països de referència, tot plegat amb la voluntat de millorar la gestió i els resultats dels negocis de les empreses associades.

Paral·lelament, Comertia hem destinat grans recursos a fer lobby, incidint principalment en defensar la desigualtat en la càrrega impositiva entre les grans multinacionals de venda online i les empreses familiars. A primers d'any també vam organitzar esmorzars de treball amb els caps de llista dels diferents partits a l'alcaldia de Barcelona per expressar les peticions del sector i a l'hora conèixer de primera mà els seus programes electorals en matèria de comerç.

La jornada de retail, sota la temàtica de "Retailer Re-Generation" va tractar de ple la importància de la cultura corporativa en aquests temps de canvi constant i va comptar amb una taula de debat on, tres empreses de Comertia en ple relleu generacional, van compartir amb els assistents diferents estils de gestió i les seves visions del dia a dia.

Per abordar temes de transformació digital, Comertia ha articulat aquest any la figura dels 'partners globals', establint acords de col·laboració de formació, branding i comercialització amb empreses referents com Telefónica, Salesforce o Splio, entre d'altres.

I per últim, a Comertia també hem volgut aprofitar per pujar al tren de la digitalització, amb la posada en marxa d'un projecte de digitalització de l'entitat, que ha posat el focus principal en l'organització de la informació per traslladar als socis, amb l'objectiu de millorar els serveis i mantenir un diàleg més fluid i fent ús dels nous canals actuals. El resultat ha estat la creació d'una aplicació exclusiva per als membres de Comertia que conté tota la informació de valor que genera l'entitat, tant pel que fa a informes de resum de reunions, quadres de comandament de vendes, contactes dels professionals de les diferents àrees, descomptes en les compres per als treballadors i convocatòries de tallers i dinars organitzats per l'associació.

Tot plegat, ha estat un any de sumar esforços i compartir inquietuds sobre el futur, fet que ajuda, sense cap mena de dubte, a afrontar-lo amb més garanties d'èxit.

Seguim compartint per competir.

Elisabet Vilalta

Directora General de Comertia

1.

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 retail i serveis amb seu principal a Catalunya. Comertia representa empreses de diversos sectors d'activitat, 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 ha representat aquest 2019 els interessos de 67 empreses de retail que se situen en un segment comprès entre les grans marques multinacionals i les microempreses de comerç. Són empreses amb una determinada dimensió, que vindrà donada per complir dues de les següents condicions:

Xifra de vendes superior a
3.000.000 euros.

Com a mínim
tres punts de venda.

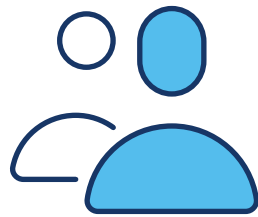
Plantilla mitjana anual superior
a 25 treballadors.

Només es requerirà un punt de
venda físic*.

*En el supòsit de disposar d'una botiga online o eCommerce.

El model empresarial representat a Comertia respon al d'empreses amb una gestió sòlida i estructurada, amb processos verticalitzats, vocació d'expansió i esperit d'innovació constant.

DADES AGREGADES 2019



67
SOCIS



4.000
PUNTS DE VENDA



4.000 M€
FACTURACIÓ ANUAL



35.000
LLOCS DE FEINA

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, comerç en línia, 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 també fa de pont per filtrar i donar a conèixer les darreres innovacions, tecnologies i tendències del sector a les empreses membre, amb la finalitat de contribuir a la millora dels seus comptes d'explotació.

El lema de Comertia és:

**“Compartir
per competir”**

1.3. Estructura organitzativa Comertia

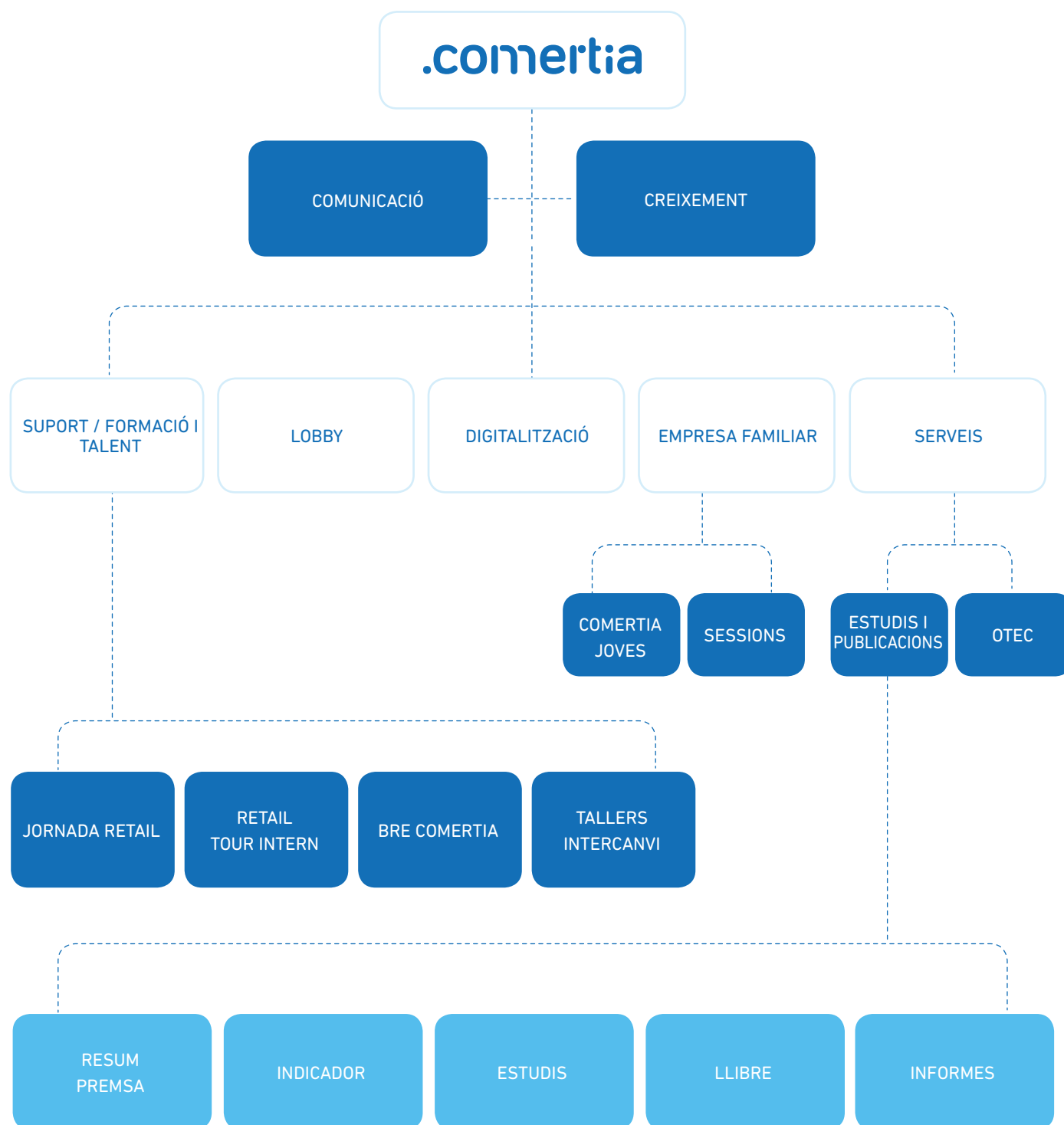
1.3.1. Assemblea General de Socis

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, els sotspresidents, el secretari, el tesorero i els vocals. Aquests càrrecs han de ser exercits per persones diferents i es renoven cada 4 anys.

ESTRUCTURA ORGANITZATIVA



La Junta Directiva des de juny de 2018 a juny de 2019, ha estat integrada pels següents membres:

| | | |
|---------------------------------------|---------------------------|---|
| PRESIDENT | German Cid | Conseller Delegat Grup Gerplex |
| SOTSPRESIDENTS | Benito García | Administrador de Benitosports |
| | Joan Carles Calbet | Director General d'Electrodomèstics Calbet |
| | Ignasi Pietx | Director General d'Artyplan |
| SECRETARI | Jordi Querol | Propietari i coordinador de botigues Unipreus |
| TRESORER | Artemi Nolla | Conseller Delegat AN Grup |
| VOCALS | David Sánchez | Director General de Dormity.com |
| | Sergi Martín | Director General de Perfumeries Facial |
| | Silvio Elías | Co-fundador i Conseller Delegat de Veritas |
| | Teresa Llordés | Propietària i Administradora de Ros Bombón |
| DIRECTORA GENERAL | Elisabet Vilalta | |
| ECONOMISTA I ASSESSOR COMERTIA | Santi Pagés | |

L'assemblea del mes de juny 2019 renova alguns càrrecs de la Junta Directiva amb la següent configuració:

| | | |
|---------------------------------------|---------------------------|---|
| PRESIDENT | German Cid | Conseller Delegat Grup Gerplex |
| SOTSPRESIDENTS | Benito García | Administrador de Benitosports |
| | Joan Carles Calbet | Director General d'Electrodomèstics Calbet |
| | Ignasi Pietx | Director General d'Artyplan |
| SECRETARI | David Sánchez | Director General de Dormity.com |
| TRESORER | Lluís Vendrell | Director General d'Unión Suiza |
| VOCALS | Jordi Querol | Propietari i coordinador de botigues Unipreus |
| | Sergi Martín | Director General de Perfumeries Facial |
| | Silvio Elías | Co-fundador i Conseller Delegat de Veritas |
| | Mónica Algás | Directora General de Boboli |
| | Lluís de Buen | Director General de Fishhh |
| | Josep Ametller | Director General de Casa Ametller |
| | Domingo Obradors | Director General de Macson |
| DIRECTORA GENERAL | Elisabet Vilalta | |
| ECONOMISTA I ASSESSOR COMERTIA | Santi Pagés | |

Calendari de reunions de la Junta Directiva celebrades l'any 2019:

23

DE GENER

13

DE MARÇ

21

DE MAIG

17

DE JULIOL

17

DE SETEMBRE

25

DE NOVENBRE

(JUNTA ESTRATÈGICA)

































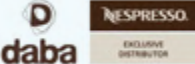

Comertia disposa d'un Comitè de Membres Honorífics: un òrgan consultiu i d'experts format pels presidents sortints i com a mínim, dos membres fundadors de Comertia.



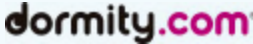















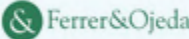








































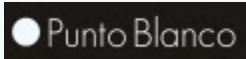




























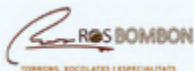













2.

***SOCIS
COMERTIA***

| | | | |
|---|----------------------|----------------------------|---|
|  | abcgrup.com | Equipament de la llar |  |
|  | angrup.com | Restauració |  |
|  | andreu.cat | Alimentació |  |
|  | artyplan.com | Oci i Cultura |  |
|  | atlantidaviatges.com | Oci i Cultura |  |
|  | benitosports.com | Moda |  |
|  | bibashops.com | Complements, Bolsos i Moda |  |
|  | boboli.es | Moda |  |
|  | bonpreu.cat | Alimentació |  |
|  | calbet.cat | Equipament de la llar |  |
|  | casaametller.net | Alimentació |  |
|  | casaviva.es | Equipament de la llar |  |
|  | casasclub.com | Moda |  |
|  | chocolatfactory.com | Alimentació |  |
|  | cottet.es | Complements persona |  |
|  | cuyllas.com | Equipament esportiu |  |
|  | cobega.com | Alimentació |  |

| | | | |
|---|---------------------------------|-----------------------|---|
|  | decopraktik.com | Equipament de la llar |  |
|  | dormity.com | Equipament de la llar |  |
|  | drim.es | Oci i Cultura |  |
|  | duetsports.com | Oci i Cultura |  |
|  | enriquetomas.com | Alimentació |  |
|  | perfumeriesfacial.com | Complements persona |  |
|  | torres.es | Altres |  |
|  | farggi.com · fargabarcelona.com | Restauració |  |
|  | felgar.es | Moda |  |
|  | ferrerojeda.com | Altres |  |
|  | ferrolan.com | Equipament de la llar |  |
|  | fesmes.cat | Equipament de la llar |  |
|  | fishhh.net | Restauració |  |
|  | furest.com | Moda |  |
|  | gaes.es | Complements persona |  |
|  | gotta.es | Complements persona |  |
|  | vidal-grup.cat | Moda |  |

| | | | |
|---|----------------------|-----------------------|---|
|  | ilusiona.com | Oci |  |
|  | ispgrup.cat/es | Altres |  |
|  | lamallorquina.es | Equipament de la llar |  |
|  | laburguesa.es | Restauració |  |
|  | latraca.es | Oci i Cultura |  |
|  | macson.es | Moda home |  |
|  | meroil.es | Altres |  |
|  | muebleslafabrica.com | Equipament de la llar |  |
|  | ocine.es | Oci i Cultura |  |
| Panet | panet.cat/es | Alimentació |  |
|  | partyfiesta.com | Oci i Cultura |  |
|  | plusfresc.es | Alimentació |  |
|  | puntoblanco.com | Moda |  |
| QUADIS | quadis.es | Altres |  |
|  | raffelpages.com | Complements persona |  |
|  | raima.cat | Oci i Cultura |  |
|  | regia.es | Complements persona |  |

| | | | |
|---|----------------------|------------------------|---|
|  | reservabarcelona.com | Equipament de la llar |  |
|  | ribescasals.com | Moda |  |
|  | santaeulalia.com | Moda |  |
|  | santiveri.es | Alimentació |  |
|  | sauleda.cat | Càtering i Pastisseria |  |
|  | sorli.com | Alimentació |  |
|  | superverd.es | Alimentació |  |
|  | teashop.es | Alimentació |  |
|  | tentazioni.es | Moda |  |
|  | rosdolc.es | Alimentació |  |
|  | udon.es | Restauració |  |
|  | unionsuiza.com | Complements persona |  |
|  | unipreus.com | Moda |  |
|  | veritas.es | Alimentació |  |
|  | viena.es | Restauració |  |
|  | vilaviniteca.es | Alimentació |  |

3.

SERVEIS ALS SOCIS

3.1. Dinars-Col·loqui entre empresaris

Comertia organitza mensualment una trobada amb els màxims dirigents per a compartir les experiències empresarials de les cadenes de retail associades. Aquestes reunions tenen format de dinar i en elles es tracten temes clau per a la gestió dels negocis. Poden adoptar diferents formats:

- Presentació d'un model de negoci d'una empresa de Comertia: història, evolució i reptes.
- Exposició d'una empresa externa de referència, un líder d'opinió o una personalitat vinculada a l'àmbit polític, social o econòmic sobre una temàtica concreta.
- Col·loqui-Debat entre empresaris per tractar una problemàtica comuna i intercanviar informació al respecte.

Al llarg de 2019, Comertia ha celebrat un total de 8 dinars d'empresaris.

23 DE GENER

Les claus del 2019, Formació i Finançament



En el primer dinar mensual de l'any dels empresaris de Comertia es va treballar al voltant de dos temes cabdals per a l'associació: Formació i Finançament.

Pel que fa a Finançament, els empresaris de Comertia van compartir dinar amb la directora general d'Inversions Creditícies i Risc a l'Institut Català de Finances, la Sra. Anna Álvarez, i el director de desenvolupament de negoci, el Sr. Antoni Vallès. L'ICF és una entitat 100% propietat de la Generalitat però amb plena autonomia financera. No depèn del pressupost públic, i està classificada pel Banc d'Espanya i l'EUROSAT com institució financera.

L'objectiu d'aquest dinar va ser obrir una via de confiança i diàleg per apropar l'ICF a les empreses Comertia. En aquest sentit, els responsables de l'ICF van compartir amb els assistents, innovacions notòries que han dut a terme recentment.

Des del punt de vista de la Formació, Comertia va convidar a les dues escoles referents en comerç, retail i distribució, EADA i ESCODI, a explicar la seva oferta formativa als empresaris de Comertia.

D'una banda, EADA va presentar el programa del Màster en Retail Manager, adreçat a directius i caps d'àrea. Es tracta d'una formació especialitzada superior, que té com a objectiu treballar tota la dimensió empresarial del retail a través de quatre grans blocs que abasten des de

la comprensió del consumidor actual, passant pel punt de venda com a producte, la multicanalitat, l'empleat com a màxim prescriptor, fins arribar la digitalització i visió de futur (tecnologies, gestió de coneixement, fidelització, xarxes socials, *social sales*...) i com encaixar-ho tot per a la presa de decisions estratègiques. ESCODI per la seva banda, va presentar els cursos d'especialització, així com el Graduat Superior en Distribució, el primer títol universitari del sector a Espanya. La directora Núria Bertran, va explicar la trajectòria de l'escola, l'excel·lent quadre de professorat i l'oferta formativa de que disposa. Finalment també va oferir la possibilitat de muntar cursos a mida per a empreses o per a un grup d'empreses de Comertia.

19 DE FEBRER

Best practices a les empreses de Comertia



La trobada inicial va començar al matí amb la visita a l'Innovation Hub d'AECOC on els empresaris assistents van conèixer en primer lloc, les conclusions de la Fira Retail Big Show (NRF) a Nova York a càrrec del Sr. Santi Sánchez i la presentació del Retail & Brand Experience World Congress. Així mateix, AECOC va fer una presentació de l'Innovation Hub, la plataforma que analitza les principals tendències i tecnologies, com també l'impacte per a les empreses de gran consum, Horeca i Retail.

Posteriorment els empresaris de Comertia es van desplaçar al restaurant Marítim per celebrar el dinar de Best Practices 2018, que va començar amb la degustació d'un vi ecològic per cortesia d'Enrique Tomás.

Aquesta sessió va anar destinada a potenciar el que mou a Comertia: **"compartir per competir"**. Com ja és tradició, els empresaris de Comertia van compartir algunes de les "best practices" de l'any 2018: decisions empresarials estratègiques, de recursos humans, campanyes de màrqueting, inversions empresarials, plans d'expansió o altres fets diferencials interessants per a compartir i fer extensius amb la resta d'empresaris assistents.



L'objectiu d'aquesta sessió és compartir, aprendre i generar noves idees a partir d'experiències d'èxit d'altres membres.

21 DE MARÇ

FollowUP: Gestió Customer Experience



El Sr. Álvaro Merino, soci i director general de FollowUP Espanya, va liderar aquesta sessió, compartint informació de mercat i les tendències que impacten al sector a Espanya i al món, i com aquestes han generat una necessitat

creixent d'adoptar noves tecnologies i processos, que són fonamentals per competir i oferir un servei atractiu a un consumidor que és cada vegada més exigent.

Bona part de la sessió, Merino, es va centrar en una de les necessitats primàries dels retailers que és la de potenciar les vendes i millorar el retorn. En paraules del ponent: **“l'adopció i integració de noves tecnologies i processos ha de ser definida estratègicament en un roadmap a llarg termini, considerant la necessitat immediata de maximitzar eficiències que ajudin a sostenir la inversió requerida per realitzar aquest procés de transformació en l'organització”**.



En aquesta línia, la seva presentació mostrava diferents tipus d'anàlisi que els retailers poden gestionar sobre els seus indicadors operacionals per millorar el rendiment de la venda i dels marges del negoci. Aquest format i model de gestió ajuda a identificar múltiples oportunitats de negocis localitzats en cada un dels indicadors que componen la venda ($Venda = Entrades \times Taxa \text{ de conversió} \times \text{Tiquet mitjà}$). La clau està, segons el ponent, en disposar de dades de confiança a més a més del suport i experiència en la implementació i seguiment d'aquestes tecnologies, processos i models.

11 D'ABRIL

Cas Grup Ferrolan: successió del negoci familiar, empresa i patrimoni

Durant aquest dinar d'empresaris de Comertia, va tenir lloc la presentació del Cas del Grup Ferrolan, successió del negoci familiar, empresa i patrimoni.

L'empresa familiar Grup Ferrolan, coneguda com “el primer súper de la construcció”, va ser fundada l'any 1984 per Antoni Antonijoan. L'empresa va dur a terme el procés de successió d'una forma natural, amb el poder de decisió centralitzat en el fundador, però en funció de la voluntat dels tres membres de la segona generació.



Actualment la segona generació està molt consolidada al capdavant del negoci i Grup Ferrolan incorpora dos conceptes de retail en l'àmbit de la construcció adreçats a diferents segments professionals. L'Albert ens va explicar d'una banda, el procés de transició com a empresa familiar i, de l'altra, el procés de creació d'una nova marca.



21 DE MAIG

Visita Raima i Presentació Salesforce

Aquest dinar d'empresaris va tenir un format molt especial i inèdit, gràcies a la gentilesa dels nostres companys de RAIMA. La trobada va consistir, en primer lloc, en una visita a la flagship store de la cadena, a càrrec dels propietaris i equip de RAIMA, en Jaume Muntané, la Núria Raja, el Nil Mintané i en Toni Espluga.

La flagship store de RAIMA, també coneguda com "la papereria més gran d'Europa", consta de 6 plantes i està ubicada en un emblemàtic edifici de l'any 1513.



S'ha concebut la botiga amb còmodes espais per enamorar als clients, donant continuïtat a la identitat de l'edifici amb una intervenció no agressiva i respectuosa. Un ampli celobert ubicat al centre de la botiga dona molta lluminositat natural, amplitud i verticalitat. Les diferents plantes estan comunicades amb 7 escales mecàniques, ascensor i sortides d'emergència. Cada planta està destinada a una categoria de producte, i la disposició dels productes està ordenada cromàticament en ambients originals, artesanals i mimats fins a l'últim detall. Cada planta aconsegueix transmetre un impacte emocionant.

Acte seguit va tenir lloc la presentació del nou Global Partner de Comertia, l'empresa Salesforce, de qui vam poder conèixer l'origen de la companyia americana i la seva filosofia empresarial a càrrec del Sr. Fernando Ranz, Vice President de Salesforce.

A continuació, el Sr. Noel Fernández, Senior Account Executive de Salesforce, a través de la història del comportament d'una consumidora, ens va explicar tot el recorregut que pot arribar a fer una marca (en aquest cas de la marca de cosmètica Occitane) per acompanyar a un client potencial fins al moment de la compra, postvenda i fins a propostes de fidelització. Amb aquest cas d'èxit ens van il·lustrar sobre un seguit d'accions i idees creatives per connectar amb els nostres clients: des d'algoritmes de productes similars, o relacionats, fins a tests de valoració, missatges d'entrega d'un regal o aplicacions de marca amb l'incentiu de recollir un obsequi a la botiga com agraïment per descàrrega. Per a ells, el fet que un client dipositi les seves dades en una empresa significa que té confiança en aquella marca, i que vol que usi les seves dades de forma encertada i sobretot útil.

Per acabar, vam poder gaudir d'un deliciós càtering de Sauleda, a la mateixa sala Nimura que disposa de sortida a una de les fabuloses terrasses de l'edifici.

16 DE JULIOL

Reflexió conjunta sector retail



El dinar de juliol es va destinar a reflexionar sobre la situació dels negocis.

El canvi d'hàbits en el consum ja és una realitat a la nostra economia i als nostres negocis. El resultat de l'Indicador de Retail Comertia dels últims mesos, dona mostra d'una certa desacceleració de les vendes en la majoria de sectors d'activitat representats a Comertia. Per aquest motiu, Comertia vol posar via directa per començar a treballar en detectar les línies estratègiques que han de servir per enfortir les empreses de retail.

Durant el dinar d'empresaris es van compartir diferents punts de vista sobre la situació del retail, així com els aspectes en concret que estan afectant el sector: plataformes online, competència il·legal, logística, normativa del comerç online, normativa sobre el registre horari, necessitat de promoció del turisme internacional, entre d'altres. L'objectiu de la reunió va ser la creació d'un document que recull d'una banda, **un inventari dels factors que preocupen als empresaris i que, en conjunt, considerem estan perjudicant els nostres negocis; i de l'altra, una proposta de mesures**, per tal de fer arribar a la Direcció General de Comerç i poder treballar conjuntament en l'impuls del sector.

17 SETEMBRE

Dinar d'empresaris Comertia a Ca N'Estruc



Vila Viniteca va convidar a celebrar el dinar-col·loqui d'empresaris a Ca N'Estruc, on es troba la seva central logística i el celler que porta aquest mateix nom. Fundada el 1932 a Barcelona, Vila Viniteca és una de les distribuïdores de vins fins més importants d'Europa. Vila Viniteca és detallista, distribuïdora, majorista, importa i exporta, i participa també en diferents projectes vitícoles en associació amb alguns dels cellers més reconeguts de la geografia espanyola.

Ca N'Estruc és una propietat familiar situada en un paratge singular, el vessant de la muntanya de Montserrat. La finca està documentada des del 1574 i ha conviscut en harmonia amb el seu entorn durant segles. Actualment es cultiven 22 hectàrees de vinya en aquest paratge únic, a partir de la qual s'elabora una

completa gamma de vins. Ca N'Estruc consta com el primer celler inscrit a la DO Catalunya, creada el 1999.

29 D'OCTUBRE

Dinar amb el Dr. Bonaventura Clotet: Quins són els valors que tenim les empreses i com els donem a conèixer als nostres clients?



El Dr. Bonaventura Clotet, president de la Fundació Lluita contra la Sida i director de l'Institut de Recerca de la Sida Irsicaixa, va explicar els avenços en la lluita contra la sida que duu a terme des de 1993 a l'Hospital Trias i Pujol de Badalona. Més de 30 anys de recerca sobre el sistema immunitari han permès estudiar també altres malalties com el càncer, l'Alzheimer o l'envelliment accelerat, que afecten una població més àmplia.

El Doctor ens va parlar també sobre el 10è aniversari de la gala benèfica **People in Red** que va tenir lloc el 18 de novembre al Sant Jordi Club de Barcelona, un esdeveniment que crea complicitats amb l'empresariat del país a fi i efecte de recaptar fons per desenvolupar el seu treball, juntament amb un equip de més de 160 investigadors.

Amb un debat final entre els assistents es van compartir els diferents propòsits de les empreses per detectar quins són els valors empresarials que tenen, i de quina manera els transmetem o haurien de transmetre als clients. Per exemple amb activitats de responsabilitat social corporativa, amb la creació d'un storytelling que reculli els valors de la marca o amb la comunicació global de l'empresa.

3.2. Tallers d'intercanvi

21 FEBRER / MÀRQUETING I DIGITALITZACIÓ

Keonn: Com millorar l'experiència del client i incrementar vendes amb solucions de tecnologia RFID



El taller de màrqueting i digitalització organitzat per **Keonn** va tenir com a finalitat conèixer com la tecnologia RFID pot ajudar als retailers a atraure clients i fer més rendibles les seves botigues. Com?

- 1 / Minimitzant els obstacles que troben els clients quan compren a una botiga, aconseguint així una millor experiència de compra.
- 2 / Utilitzant recomanacions per generar venda creuada.

El taller es va estructurar principalment sobre tres eixos: les botigues del futur, com incrementar vendes a través de la millora de l'experiència del client i sistemes RFID per incrementar les vendes del comerç minorista.

Aprofitant les instal·lacions de Keonn els assistents van poder presenciar una presentació i demostració de 5 tipus de sistemes RFID possibles per als negocis de retail: sistemes de codificació, d'inventari, interactius, de pagament i antiroboratori.

7 DE FEBRER / RRHH

Enquestes d'avaluació interna i selecció de personal



En línies generals, les enquestes d'avaluació interna ajuden a les empreses a conèixer la situació real dels seus treballadors. Són una eina molt útil per conèixer, comprendre i gestionar aspectes intangibles com la satisfacció, la motivació i el compromís i, detectar quines condicions o actituds estan obstaculitzant el benestar i la productivitat dels treballadors, aspectes tots ells, que no són fàcils de mesurar.

Els caps de RRHH assistents al Taller van coincidir a afirmar que perquè aquests tipus d'enquestes tinguin valor, cal que es dissenyin accions d'acord als resultats: les enquestes no són un fi, sinó el mitjà a través del qual, l'empresa pot introduir noves mesures que afavoreixin la gestió dels seus treballadors.

Els assistents, també apunten que les empreses no només mesuren el clima laboral per aconseguir la "felicitat" del treballador, sinó també per millorar els resultats econòmics de la companyia.

Durant el Taller també es va parlar de la selecció de personal i de com s'organitza cada empresa de Comertia per a la selecció: centralitzat al departament de RRHH, cedint la responsabilitat als responsables d'establiment o bé amb l'ajuda de consultors externs.

27 DE FEBRER / EMPRESA FAMILIAR

El futur de l'empresa familiar: El diàleg socràtic



Una de les verticals de Comertia per aquest nou mandat va ser treballar la successió de l'empresa familiar. Per aquest motiu, l'associació ha organitzat al llarg de l'any un cicle de reunions que han portat per títol **"El futur de l'empresa familiar"**, organitzades amb la col·laboració del Sr. Jordi Tarragona, fundador de **Business Family Coach**. Aquest cicle es va adreçar a propietaris, actuals i futurs, treballin a l'empresa o no. La primera sessió va portar per títol "El diàleg socràtic: una gran eina per la família empresària". Partint de la base que el principal repte de tota empresa familiar és com la família construeix un consens sobre els canvis que necessita, la sessió va aportar als assistents aquesta metodologia per fer-ho de forma eficient i harmònica.

De la mà de l'expert en la matèria, el Sr. **Alberto Gimeno**, els assistents van poder aprendre les eines a utilitzar entre els seus integrants per facilitar la presa de decisions consensuades. També van poder conèixer els motius pels quals els mètodes de "management" fracassen en la família empresària, com abandonar estereotips per a construir vincles i gestionar la comunicació, i com establir diàleg sobre les pors, lleialtats i reptes. I finalment, quins són els efectes del diàleg a l'empresa familiar.

14 DE MARÇ / MÀRQUETING, DIGITALITZACIÓ I BIG DATA

Màrqueting, Digitalització i Big Data amb RocaSalvatella



Vam celebrar una sessió de màrqueting, digitalització i big data, a càrrec del Sr. Daniel Maestro, Digital Business Manager a RocaSalvatella. Sota el títol de **"La importància de conèixer al client"** el ponent va fer una presentació sobre l'obligatorietat d'avui de tenir una cultura i orientació empresarial omnicanal en retail, i sobre el tipus de dades que existeixen, així com exemples de com poder extreure informació rellevant de les diferents eines que disposa cada empresa (CRM, mail, mòbil, app, xarxes socials, web, etc.), per poder analitzar-les, segmentar-les i conèixer millor als nostres clients.

Els principals objectius són: conèixer als clients, augmentar les vendes, alinear l'organització, construcció de marca, fidelitzar a clients, entre d'altres. La dada dóna fets absoluts per prendre decisions basades en la realitat (*data centric*).

Els clients triaran el canal que els sigui més còmode per a comprar, i esperen que la marca sigui la mateixa independentment del moment i del canal en el què interactua. Les tendències en retail passen per seguir impulsant botigues experiència, espais on donar prioritat a les emocions, i per una compra cada vegada més ètica.

El ponent va animar als assistents a treballar internament en un *benchmark* de tecnologies que tinguin a l'abast per triar les que més s'ajustin i vagin alineats amb els objectius de cada companyia, no a l'inrevés.

21 DE MARÇ / EMPRESA FAMILIAR

Estratègia, estructura i rols a l'empresa familiar, amb Alfons Chiner



L'expert en empresa familiar, el Sr. Alfons Chiner va liderar la segona reunió del cicle d'Empresa Familiar de Comertia, que va partir d'un *brainstorming* per a determinar què es pot oferir a la nova generació: quins valors té l'empresa familiar i quins valors atrauen a les següents generacions, com aconseguir trobar l'equilibri entre família i empresa; com aïllar l'emoció per a la pressa de decisions, integració de les següents generacions i cerca de l'equilibri, o institucionalització de l'empresa com a eina imprescindible per a la seva continuïtat.

En definitiva, tota empresa familiar ha de fer-se les següents preguntes abans de decidir sobre la continuïtat de l'empresa:

- 1 / Volem ser una Empresa Familiar?
- 2 / Per què? Quins avantatges i inconvenients presenta?
- 3 / Com serem capaços d'aportar valor i des d'on?
- 4 / Com encaixa la organització familiar i el govern de l'empresa?

Va ser una interessant sessió per anar sembrant les bases del relleu generacional d'una manera sòlida, natural i sobretot a mida de les necessitats i valors de cada empresa.

2 D'ABRIL / FINANCES

Nous sistemes de pagament invisible pel retail



El taller de digitalització i sistemes de pagament va tenir lloc a la Barcelona Tech City, al Pier 01, a l'espai Payment Innovation Hub.

La primera part de la sessió, a càrrec del Sr. Gustavo Gorricho, va anar destinada a conèixer com obtenir dades del TPV, a través de l'eina analítica que ofereix Comercia Global Payments, partner tecnològic de CaixaBank. L'eina ofereix un quadre de comandaments que ofereix molta informació útil i gratuïta, tal com franges horàries de més o menys compra, tiquet mig, tipologia de targetes (divises estrangeres o nacionals), procedència dels clients, etc. L'objectiu de l'eina és ajudar als gestors a prendre decisions que impulsin les vendes als comerços: *win to win*.

La segona part de la sessió es va centrar a conèixer les solucions de pagament invisible. El Payment Innovation Hub és una joint venture que neix de la unió de CaixaBank, Global Payments Inc., Visa, Samsung i Arval, per promoure projectes d'innovació en mitjans de pagament.

Els assistents a la sessió van tenir l'oportunitat de conèixer 3 solucions de pagaments invisibles i accedir al showroom per veure una demostració: Grab&Go, Scan&Go, Face to pay. Finalment, va tenir lloc un breu Workshop Thinking a peu dret per recollir demandes, reptes i necessitats dels retailers.

4 D'ABRIL / RRHH

Sobre la Llei de registre de jornades i control horari



A partir del 12 de maig de 2019 totes les empreses van estar obligades a dur un control horari de la jornada, registrant les hores de la jornada laboral del treballador amb un detall diari, amb horari d'inici i finalització de cada persona treballadora.

Comertia va celebrar aquest taller amb els responsables de RRHH de les empreses adherides per informar-los de com han d'afrontar aquesta nova normativa i per generar un intercanvi d'informació sobre les pràctiques que actualment estan duent a terme en aquest sentit.

Les empreses hauran de guardar aquests registres durant quatre anys i romandran a disposició del treballador, els seus representants i la Inspecció de Treball i Seguretat Social. Si no compleixen, s'enfronten a sancions. L'empresa i/o el treballador han de realitzar el còmput total d'hores ordinàries i extraordinàries diàries i cada mes l'empresa haurà de lliurar una còpia del resum al treballador juntament amb la nòmina per a que el signi. També s'ha de lliurar als sindicats.

Per millorar la gestió dels empleats, hi ha aplicacions de control horari que ajuden a aquesta tasca. Una d'aquestes aplicacions és Woffu, un gestor en línia de vacances, absència, presència i control horari que agilitza el treball del departament de RRHH, estalviant temps i mals de caps i, és fàcil d'usar per part dels empleats.

8 D'ABRIL / FINANCES

Tot el què has de saber sobre la PSD2. Regulació europea en els serveis de pagament digital



Comertia va organitzar una reunió amb BBVA per tractar la nova regulació PSD2, que ja va entrar en vigor en el primer trimestre de 2019 amb algunes aplicacions, i que hauran d'acabar d'aplicar-se a partir del 14 de setembre de 2019.

La PSD2 implica canvis estructurals molt importants en la forma en què els comerços i els proveïdors de pagament ens relacionem amb els nostres clients, i en molts casos ens implicarà adaptar-nos de forma significativa.

Entre els aspectes a destacar, els més rellevants són l'obligatorietat de realitzar una Autenticació Reforçada en les compres realitzades per Internet (tret de certes excepcions que ens van explicar), els nous requisits del model Marketplace o la regulació de noves figures com els Iniciadors de Pagaments.

L'objectiu de BBVA d'aquesta trobada de finances va ser compartir aquest coneixement amb les empreses de Comertia amb la màxima antelació, per tal de poder decidir i planificar els canvis necessaris en els seus sistemes o procediments.

Finalment, des de BBVA van compartir amb els assistents el seu servei d'eCommerce, que compta amb un equip especialitzat de persones que donen suport directe als comerços que realitzen alguna activitat comercial a través d'Internet.

9 D'ABRIL / MÀRQUETING

Com fidelitzar un client omnicanal



En aquest taller pràctic, el Sr. Sergi Pastor, country Manager a Splio va explicar els assistents la "Loyalty Guide" una guia elaborada per Splio, que recull les tendències d'ahir i ens descobreix les exigències d'avui. La manera en què consumim canviarà més en els 5 anys vinents del que ho ha fet en els últims 50. Per què? Les principals raons que s'inclouen a la guia són: la ultra digitalització, els efectes de la globalització -com ofertes efímeres o consum excessiu-, una comunicació més vertical entre consumidors i marques, les expectatives canviant que porten les noves generacions.



Tot plegat, va ser una jornada d'autoreflexió per analitzar com podem millorar el circuit de fidelització amb els nostres clients actuals i potencials.

21 DE MARÇ / EMPRESA FAMILIAR

El futur de l'Empresa Familiar



La tercera trobada del Cicle sobre Empresa Familiar de Comertia, a càrrec del Sr. Manuel Pavón, va anar destinada a entendre què signifiquen la família, el capital familiar i l'empresa. Es va tractar com auto diagnosticar la pròpia situació, responent a preguntes com: quina és la meua relació amb l'empresa familiar? Quines són les meves expectatives? Quin és el meu nivell de satisfacció? Quin paper vull jugar? Quina ha de ser la meua estratègia?

Manel Pavón. Conseller Independent de famílies empresàries. Més de 25 anys acompanyant, formant i assessorant empreses familiars. Soci responsable d'Empresa Familiar a Garrigues de 2003 a 2016. La seva feina consisteix a ajudar a les famílies empresàries a aconseguir perdurar en el temps, evitant els conflictes mitjançant el foment d'una estratègia comú, que reculli tant aspectes econòmics com emocionals.

6 DE JUNY / RRHH

Beneficis socials

En aquest taller vam comptar amb l'experiència i coneixement del Sr. David Rodríguez de Ferrer&Ojeda, qui ens va explicar com funcionen les assegurances mèdiques dins l'àmbit dels beneficis socials que les empreses poden oferir als seus treballadors. Els beneficis de la contractació d'una assegurança privada són tant per a empresaris com per a treballadors. En el cas de l'empresari, l'assegurança es pot arribar a oferir com a remuneració en espècie.

La contractació d'una assegurança mèdica privada aporta beneficis a empresaris i treballadors per igual. Les empreses poden obtenir descomptes exclusius que el treballador, de forma individual no podria aconseguir.

Ara bé, oferir una assegurança mèdica com a benefici social no sempre té una acollida aclaparadora. En el cas d'aquells perfils amb un salari més ajustat, els treballadors valoren més un altre tipus de benefici, com descomptes en productes de consum diari, sobretot alimentació. Potser perquè tots disposem d'un sistema sanitari, que de forma més o menys àgil, cobreix les nostres necessitats mèdiques.

Tot i que aquest tema va ocupar bona part del Taller, els assistents també van parlar d'altres beneficis per a treballadors com descomptes en productes en establiments de l'empresa, tiquet restaurant o descomptes en gimnasos, entre d'altres.

13 DE JUNY / ECOMMERCE I PLATAFORMES ONLINE

Workshop d'Intercanvi: una visió sobre els Marketplace



Comertia va organitzar una nova sessió de digitalització, en aquest cas sobre Marketplace. El workshop es va dividir en 4 parts:

- 1 / Visió general sobre marketplaces, a càrrec de la Sra. Laura Muñoz i el Sr. Nacho Roses de RocaSalvatella.
- 2 / Què m'estic perdent si no venc a Amazon, de la mà del Sr. Miguel de Reina, de Brainy Commerce.
- 3 / Experiència Boboli, a càrrec de la Sra. Sandra Zárata i el Sr. Xavier Lorente.
- 4 / Debat i intercanvi entre assistents.

Durant la primer part de la sessió la Sra. Laura Muñoz de RocaSalvatella ens va oferir una visió general sobre els Marketplace, amb dades, rànquings i mapa europeu i internacional de les principals plataformes avui. Laura Muñoz va recomanar als assistents no entrar a un Marketplace amb tot el catàleg, és a dir, seleccionar amb quins productes entrar, d'aquesta manera s'evita el risc de pèrdua de control. Hi ha plataformes que també són fabricants i s'han donat casos d'èxit de venda en què s'han copiat els productes.

La segona part de la sessió va anar a càrrec del Sr. Miguel de Reina, de Brainy Commerce qui també va fer una interessant ponència sobre "Què ens perdem si no venem a Amazon?" El ponent va culminar la sessió amb l'aportació de 5 errors comuns i 5 encerts molt recomanables. Després d'aquesta ponència vam tenir l'oportunitat de comptar amb l'experiència real a marketplace de Boboli, a càrrec dels seus responsables de l'àrea digital, que van compartir amb els assistents de Comertia la trajectòria de la marca infantil als marketplace internacionals. Finalment, la sessió va acabar amb l'intercanvi de dubtes i experiències entre els assistents.

4 JULIOL / RRHH

La retribució variable



Aquest tipus de retribució, s'estableix en base als resultats que s'aconsegueixen i per això cal que les empreses creïn un sistema de mesurament de resultats (EBITDA). D'aquesta manera es podran quantificar les remuneracions reals en funció de cada objectiu.

Els sistemes de retribució variable suposen un clar incentiu per al treballador com a complement al seu salari vinculat a l'esforç per a la consecució de certs objectius, propis o de l'empresa. Així, es poden establir dos grups de retribució variable: el salari a comissió, i el complement vinculat als resultats de la companyia.

Normalment quan es pensa en retribució variable es pensa en cobrar per objectius. Aquest és el cas de les com-

pensacions que van lligades a la quantitat i qualitat de treball que un empleat és capaç de fer. La retribució variable canvia en funció de les circumstàncies de cada treballador.

També entren en joc les habilitats personals, alguna cosa fonamental en molts sectors que tenen a veure amb les vendes, on l'empatia, la capacitat de comunicació, etc. tenen més a veure amb la capacitat de l'empleat per connectar amb el client per millorar les seves vendes.

Tots els paràmetres pels quals es fixi la retribució variable han de ser mesurables i estar a disposició dels empleats. Finalment, el Sr. Josep Capell, director de CEINSA, va aportar als assistents informació sobre com calcular el salari variable, i exemples d'avaluació del servei al punt de venda.

10 DE JULIOL / ECOMMERCE I PLATAFORMES DIGITALS

Workshop Marketplace AliExpress



Alberto Abel, responsable d'Expansió de Marketplace d'AliExpress, va fer una presentació de la companyia i de les característiques i comissions per vendre a través de la seva plataforma. L'ecosistema Alibaba és extens i consta de 3 grans àrees: Marketplace, Mitjans digitals i entreteniment; i per últim Serveis locals i estil de vida. Hema és una cadena de supermercats de peix fresc amb piscines dins del supermercat (500 unitats a Xina). Alibaba és un Marketplace on empreses xineses venen a tot el món. És el germen inicial. AliExpress: Marketplace per vendre al món excepte a Xina.

Com operar i integrar-se a AliExpress:

- 1 / Crear botiga i pujar productes
- 2 / Clients busquen els productes: fórmula algoritmes amb variables que decideix AliExpress en funció de cada producte. Hi ha posicionament orgànic i també eines per donar més visibilitat al producte.
- 3 / Clients compren productes
- 4 / Venedors envien les comandes als clients
- 5 / AliExpress rep el pagament de les vendes, es queda una comissió (acordada segons categoria) i paga la resta als venedors.

Tràfic, comissions i mercat de preus són els tres grans avantatges d'AliExpress respecte Amazon.

18 DE JULIOL / DIGITALITZACIÓ

Tecnologia per connectar amb el client

El workshop de digitalització de Comertia va comptar amb l'objectiu de reflexionar sobre els nostres punts de venda, i sobre com utilitzar la tecnologia per a diferenciar-nos de la competència, per connectar amb els nostres clients, i per a potenciar i millorar el negoci.

Xavi Penadé, consultor Senior de RocaSalvatella, ens va parlar de la digitalització en el punt de venda. La tecnologia ha de ser una via per augmentar el negoci, ha d'utilitzar-se per generar negoci. El punt de venda segueix mantent però cada cop utilitzem més el mòbil, el vincle amb el nostre smartphone és molt alt.



Pedro Lindsey, Retail Innovation Manager de Trison, va fer un desplegament de totes les opcions que tenim per impactar al nostre consumidor en els nostres punts de venda. Trison és la primera empresa europea en integració digital y tercera mundial. Experiències pel consumidor a través d'impactes audiovisuals, la música arriba molt al client, els 5 sentits, etc.

12 DE SETEMBRE / RRHH

Manuais d'acollida i manuals de sortida a les empreses de Comertia



Els plans d'acollida de les empreses volen transmetre als nous empleats de manera fàcil i clara quin és la cultura de l'organització, així com que la persona que acaba de ser contractada se senti acollida, informada, motivada i part del de l'empresa.

La selecció de personal no acaba amb la contractació. La incorporació al lloc de treball ha de ser també un punt a tenir en compte en la selecció de personal. En la incorporació hem d'acompanyar al treballador, presentar-li a tots els seus companys i tots els departaments de l'organització i hem també de formar-lo en la cultura d'empresa.

Moltes són les empreses de Comertia que utilitzen la figura d'un tutor com aquell treballador amb més experiència que durant un temps ajuda, aconsella i guia als nous treballadors. A vegades rep una compensació econòmica i altres no. El procés d'incorporació ha d'estar recollit en un Pla d'Acollida en el qual es detalli amb claredat totes les accions a dur a terme, la informació a lliurar, el personal implicat, la durada del procés i les etapes, l'avaluació, etc.

Utilitzar plataformes digitals ajuda amb una gran varietat de tasques en el pla d'acollida. És el cas d'algunes empreses de Comertia, que disposen de plataformes per poder formar als seus treballadors. Aquestes plataformes, no només faciliten l'accés de l'usuari (es pot connectar des de qualsevol dispositiu en qualsevol moment) sinó que també permeten als caps de RRHH fer un seguiment.

19 DE SETEMBRE / RRHH

Ciberseguretat al retail, com prevenir atacs i mantenir la seguretat a les nostres empreses i botigues

Un de cada 3 usuaris espanyols van patir un ciberatac al 2018 i Espanya és el desè país que pateix més atacs cibernètics al món. Segons els professionals de Light Eyes, en aquest 2019, el 90% de les empreses van patir un ciberatac.

¿Quines conseqüències pot tenir un ciberatac? Si no es denuncien els robatoris de dades, les empreses poden ser multades. Segons la Llei de GPDR, la pèrdua de dades confidencials pot comportar una multa de fins a 20M€ o el 20% de la facturació. El 50% de les empreses que perden les seves dades, tanquen immediatament. El 92% tanquen en un any, segons l'USDOL, US Department of Labor, EUA.

Fer-se aquestes preguntes ajuda a saber si l'empresa necessita protegir el teu ciberespai.

- 1 / Tens virus als ordinadors?
- 2 / Guardes dades dels teus clients i no les tens protegides?
- 3 / Fas servir la banca online?
- 4 / Reps spam o correu no desitjat?
- 5 / Tens treballadors fora de l'oficina accedint amb portàtils?
- 6 / Els convidats fan servir el mateix wifi que els treballadors?
- 7 / Accedeixes des del mòbil a les dades de la teva empresa?

Si has contestat sí en alguna de les anteriors, la teva empresa pot estar en perill.

9 D'OCTUBRE / COMERTIA JOVES

Creació i desenvolupament d'una start up d'èxit



El Sr. Lluís Manent va explicar la seva experiència en la construcció d'una start-up i els passos que va seguir des de que va tenir l'idea inicial durant l' Executive MBA del IESE.

Va buscar un soci i primer va captar fons de Família, amics i altres (FFF), i així va poder desenvolupar l'idea i contractar a gent. Per donar a conèixer la seva solució, que és un software que ven B2B, primer va començar fent una aplicació per clients individuals que va donar a conèixer a través de notícies a premsa.

Després ja va acabar de crear la solució per empreses i van decidir apostar per les grans empreses de moda ja que els hi donava el mateix que anar a 5 petites. També va decidir enfocar-se en un sol sector, el de la moda.

La interessant trobada va culminar amb un sopar amb les noves generacions de Comertia.

24 D'OCTUBRE / RRHH

Comunicació interna a les empreses Comertia



Les enquestes d'avaluació interna ajuden a conèixer la situació real dels treballadors a les empreses. Concretament, permeten conèixer la satisfacció, la motivació i el compromís dels empleats i, allò que influeix en el seu benestar i productivitat. Aquest aspectes, però, no són fàcils de mesurar.

Els caps de RRHH assistents al Taller però, coincideixen en afirmar que aquests tipus d'**enquestes no tenen cap valor si no es dissenyen accions en base als resultats**. Algunes eines utilitzades són les avaluacions de l'acompliment. En funció del departament que s'avalua s'utilitzen uns ítems o uns altres i s'analitzen les relacions de personal amb els departaments. També hi ha qui realitza entrevistes de clima laboral que permeten mesurar el nivell de satisfacció personal en general, però resulten contraproductius si no es fa una comunicació als treballadors i es porta a terme un pla d'acció. Altres sistemes d'avaluació de personal que utilitzen les empreses assistents al taller són el *mystery shopping*.

Algunes empreses realitzen qüestionaris de sortida quan un treballador causa baixa de l'empresa.

21 DE NOVEMBRE / RRHH

Convivència generacional



Actualment, diverses generacions conviuen en el nostre entorn laboral. Saber **gestionar** tota **aquesta diversitat és clau** per a l'èxit de qualsevol organització que vulgui ser competitiva. **Beneficiar-se** de les aportacions de cada generació i contribuir a la creació d'un entorn que afavoreixi la **convivència** entre les mateixes és el gran repte de les empreses i dels seus departaments de recursos humans.

La gestió d'empreses on conviuen vàries generacions és quelcom que tots hem de conèixer, aprendre i entendre. Baby boomers, generació X o millennials entenen la vida i el treball de forma diferent. És necessari transformar aquestes diferències entre generacions en un **avantatge competitiu**. Saber gestionar la convivència entre generacions pot aportar grans beneficis per a les empreses potenciant l'experiència que pot aportar cada generació.

Els professionals dels RRHH han de conduir aquest procés, creant un pla específic per a la gestió generacional que equilibri les diferents expectatives i característiques de cada generació. Els assistents al taller de RRHH de les organitzacions membre de Comertia van intercanviar com adapten els seus sistemes de treball, processos, eines i comunicació a aquest nou canvi, per tal d'integrar els coneixements, motivacions, expectatives i característiques específiques, que defineixen cada generació, per al bon resultat i desenvolupament dels objectius de la companyia.

11, 12 I 13 DE DESEMBRE

Curs de formació digital ISDI – Comertia



Comertia ha posat en marxa, amb la col·laboració d'ISDI, el SEMINAR STRATEGY, adreçat íntegrament als CEO's de les empreses.

Va ser un seminari de tres jornades on els assistents van rebre una visió transversal de l'ecosistema digital des d'un punt de vista 360º per ajudar als màxims dirigents a prendre decisions en aquesta àrea amb el coneixement apropiat. Els ponents d'aquestes sessions van ser professionals qualificats, amb una llarga experiència en gestió i direcció d'empreses en el món digital. El contingut del programa va abordar quatre eixos:

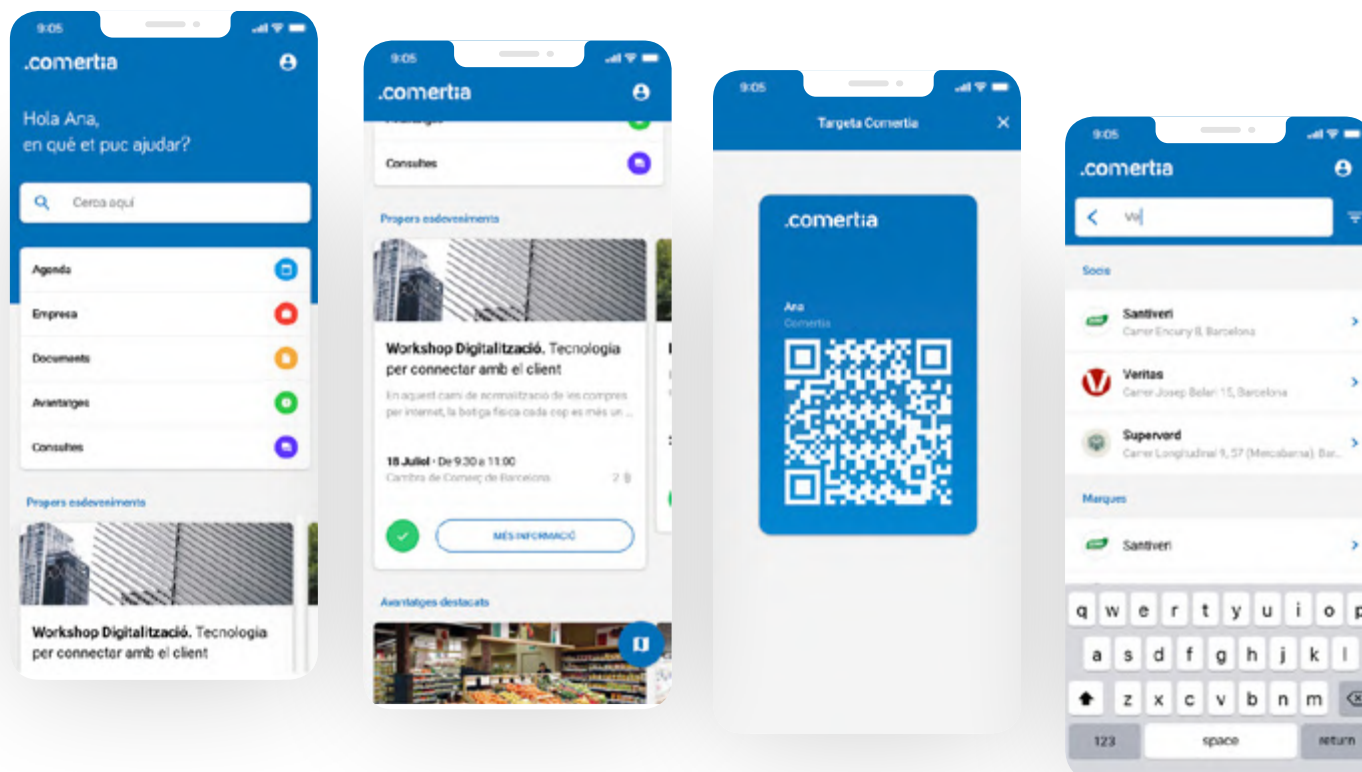
- 1 / Visió general de l'ecosistema digital i la transformació digital
- 2 / Negoci
- 3 / Tendències tecnològiques
- 4 / Gestió del canvi

3.3. Projecte de digitalització Comertia

Comertia ha dut a terme al llarg de 2019 un **projecte de digitalització**. Dins d'aquest projecte, l'entitat ha treballat en una plataforma per gestionar la informació i poder tenir un directori amb accés des de qualsevol punt i disponible per totes les empreses. Alhora és un espai virtual on poder interactuar entre les empreses: enquestes, debats, etc.

Els **objectius** de la nova *App Comertia* són:

- **Agilització en la difusió de la informació i socialització:** la nova eina permet la comunicació entre Comertia i els socis.
- **Gestió del coneixement:** accés a la base documental de Comertia a tots els usuaris segons diferents rols.
- **Optimització de processos interns:** captació de dades, formularis, convocatòries, notificacions, etc.
- **Millora de l'experiència de l'usuari final.**
- Implementació de **sistema de mètriques** i KPI's per a l'avaluació de l'efectivitat.



3.4. OTEC

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, plantejar dubtes, de com exportar? Què fer?, etc.
- Plantejar fòrums de debat
- Treballar projectes conjunts
- Informació sobre ajuts a la internacionalització



4.

ACTES I CELEBRACIONS

4.1. Assemblea General de Socis

L'Associació Catalana de l'Empresa Familiar del Retail, Comertia, va celebrar la 17ª edició de l'Assemblea General de Socis el dimecres 19 de juny, amb la ratificació de l'entrada de 8 nous socis des de juny de 2018, arribant a la massa crítica de 67 empreses membre. Les noves insígnies de retail adherides a Comertia van ser: Panet, Fishhh, ISP Grup, Família Torres, Biba, Cuyllás, Sauleda Pastissers i Reserva Natural. Totes elles són cadenes familiars amb seu a Catalunya.

En la celebració de l'Assemblea General anual, Comertia va aprovar els comptes de l'any anterior i pressupostos, i va presentar el pla d'actuació per a 2019-2020. El president de Comertia, German Cid, es va mostrar crític en el seu discurs respecte la situació del comerç i va alertar

que **“és primordial aconseguir canviar la situació de greuge fiscal entre les plataformes online i les empreses que operen majoritàriament en l'economia física”**. En l'àmbit municipal, va destacar també que **“cal posar ordre en la distribució del producte al consumidor; s'hauria d'analitzar si cal aplicar una taxa a les plataformes d'internet pel repartiment logístic a les nostres ciutats, ja que són les que fan més ús de les infraestructures sense pagar ni IBI ni IAE ni contribuir de cap manera a les nostres ciutats.”**

En l'Assemblea es va aprovar una modificació de reglament intern que permet l'ampliació de la Junta Directiva dels deu membres que tenia fins ara a tretze, amb l'objectiu de comptar amb la màxima representativitat d'empresaris dels diferents sectors d'activitat de Comertia. La nova Junta Directiva de Comertia quedaria representada per:

| | | |
|---------------------------------------|---------------------------|---|
| PRESIDENT | German Cid | Conseller Delegat Grup Gerplex |
| SOTSPRESIDENTS | Benito García | Administrador de Benitosports |
| | Joan Carles Calbet | Director General d'Electrodomèstics Calbet |
| | Ignasi Pietx | Director General d'Artyplan |
| SECRETARI | David Sánchez | Director General de Dormity.com |
| TRESORER | Lluís Vendrell | Director General d'Unión Suiza |
| VOCALS | Jordi Querol | Propietari i coordinador de botigues Unipreus |
| | Sergi Martín | Director General de Perfumeries Facial |
| | Silvio Elias | Co-fundador i Conseller Delegat de Veritas |
| | Mónica Algás | Directora General de Boboli |
| | Lluís de Buen | Director General de Fishhh |
| | Josep Ametller | Director General de Casa Ametller |
| | Domingo Obradors | Director General de Macson |
| DIRECTORA GENERAL | Elisabet Vilalta | |
| ECONOMISTA I ASSESSOR COMERTIA | Santi Pagés | |

Durant la reunió també es van lliurar reconeixements als socis que celebren 10 anys a Comertia: Bon Preu, Unión Suiza, Raffel Pages i Superverd.

En aquesta línia, Comertia va convidar al doctor en economia i professor Josep Maria Gay de Liébana, qui va fer una conferència sobre la situació econòmica del consum, i on entre les moltes dades que va compartir, va posar de manifest que **“l'elevat índex d'atur d'Espanya, -la taxa més alta d'Europa juntament amb Grècia- i la baixada de salaris dels últims deu anys, ha portat com a conseqüència la tendència al consum low cost de la població.”**

Per acabar, es va celebrar un dinar d'empresaris de Comertia, al mateix restaurant de celebració de l'assemblea, a la terrassa del Marítim d'AN Grup.



4.2. XVII Jornada Retail Comertia: Valors per competir

El 6 de novembre, Comertia va celebrar a l'Auditori del Cosmocaixa la jornada de retail anual sota el títol **“Retailer Re-Generation”** per tractar la transformació digital des del punt de vista dels individus.

La jornada de Comertia centra en les persones el motor de la transformació del retail.

A la celebració de la jornada empresarial de retail anual, Comertia va comptar amb els parlaments inaugurals de la directora general de Comerç de la Generalitat, Muntxa Vilalta, i la regidora de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona, Montserrat Ballarín.

En el seu discurs de benvinguda, el president de Comertia, German Cid, va traslladar a l'Administració la preocupació del sector pel creixement de la competència deslleial en un moment de desacceleració del consum, i va assenyalar aspectes concrets com la manca de regulació fiscal del món online, la manca de seguretat en els comerços i la no regulació de la distribució física a causa de l'augment del repartiment a domicili. El president de





Comertia, va condemnar també la violència i va demanar a l'Administració que garanteixi un clima d'estabilitat.

Comertia va encarregar un anàlisi del context del sector retail a la consultora d'innovació i lideratge Lead To Change, fundada per Xavier Marcet, per ajudar als empresaris a aprendre a gestionar la complexitat, o com resa el títol del llibre a "Viure en transició." Segons Marcet, els vectors que emergeixen claus per a la gestió es basen en les persones: clients, treballadors i empresaris capaços d'adaptar-se als canvis, d'arriscar i de no tenir por a equivocar-se. L'expert en innovació i lideratge va esperar als empresaris a aprendre però també, i més difícil, a desaprendre, a deixar anar tot allò que ja no funciona. Segons Marcet, per molta tecnologia i intel·ligència artificial, **"el futur continua estant en la suma de les màquines i les persones. La tecnologia fa augmentar la capacitat de les persones, però la intel·ligència artificial el que intenta és imitar la forma com pensem les persones."**

La jornada va comptar amb l'assistència de més de dues-centes-cinquanta persones i, a partir de les experièn-



La directora general de Comerç de la Generalitat de Catalunya, Muntsa Vilalta, ha apel·lat a la co-creació públic-privada per afrontar la transformació de les empreses i ha assenyalat el model dels BIDs com a l'eina ideal.

cies de Telefónica, Caixabank, Tendam, Carrefour, Enrique Tomás i Raima, es va reflexionar al llarg de tot el matí sobre com el context actual, en mans de consumidors i impulsat per les noves tecnologies, afecta i condiona l'organització de les estructures empresarials.

En aquesta autèntica revolució de canals de compra, cada cop més diversos i personalitzats, **els ponents van coincidir en què el comerç presencial guanya terreny amb l'experiència de compra**, i les marques, cada cop més, aposten per garantir una transacció única, genuïna i singular.

També tots van coincidir en la necessitat de seleccionar bé el talent, i en la creació de nous perfils professionals. En aquest procés és clau la reformulació de departaments i estructures organitzatives d'acord a les necessitats del mercat i també als nous hàbits i estils de vida de les persones. I finalment, la selecció de la tecnologia com a instrument per ajudar a gestionar i adaptar l'organització a aquesta realitat canviant, mai per a substituir a les persones.

Per acabar, la presidenta d'Atrevia, Núria Vilanova, va fer una ponència on va abordar les claus de la comunicació actual com la importància cabdal d'escoltar al client, participar de l'actualitat o de la llicència social de les marques per implicar-se en aspectes socials. Aquestes idees ajuden als empresaris a crear els seus relats de marca.

La gran conclusió de la jornada de retail de Comertia va ser que la transformació a les organitzacions la fan les persones: **els clients**, perquè són necessàriament el focus d'una





El president de Comertia, German Cid, va clamar a les Administracions a exercir responsabilitats en ordenació i regulació comercial, i a generar tranquil·litat i estabilitat política.

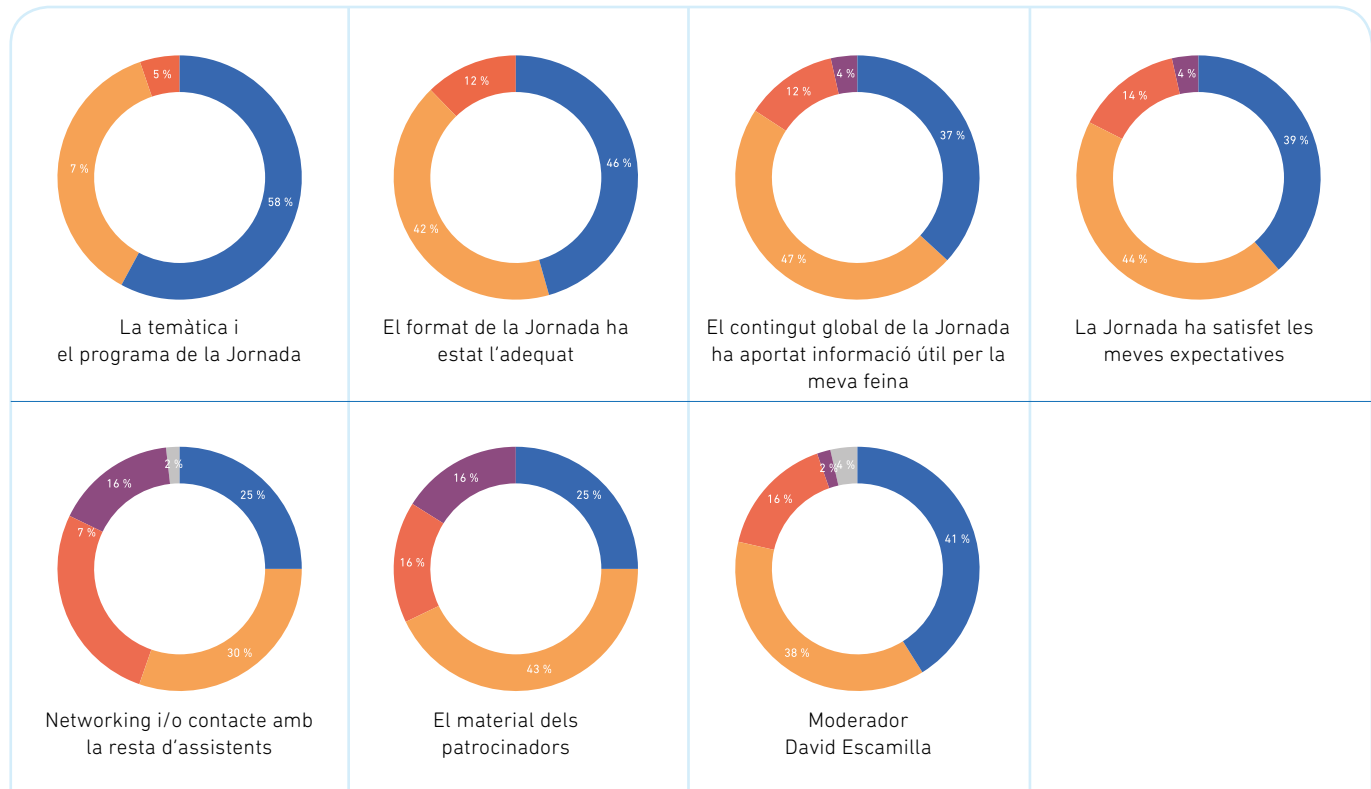
empresa, el centre de tota decisió de negoci i els motivadors del canvi; **els empresaris**, perquè són els qui prenen les decisions, planifiquen i trien les palanques del canvi; i **els treballadors**, perquè són els que activen, executen i fan possible que es produeixi aquesta transformació.

La jornada de Comertia va comptar amb quatre global partners: Factor Energia, Telefónica Empresas, Salesforce i Splio.

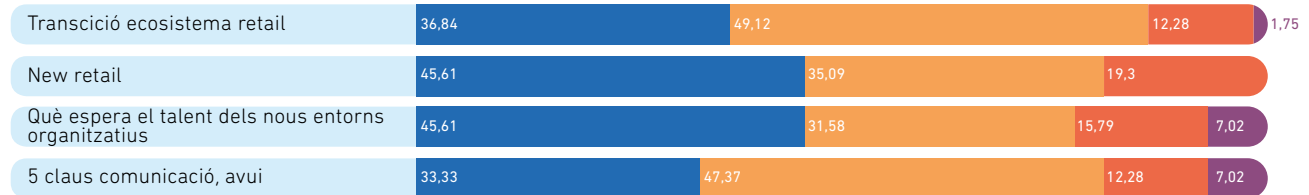
Més informació o dades concretes:
XVII Jornada Retail Comertia.

Valoració de la XVII Jornada

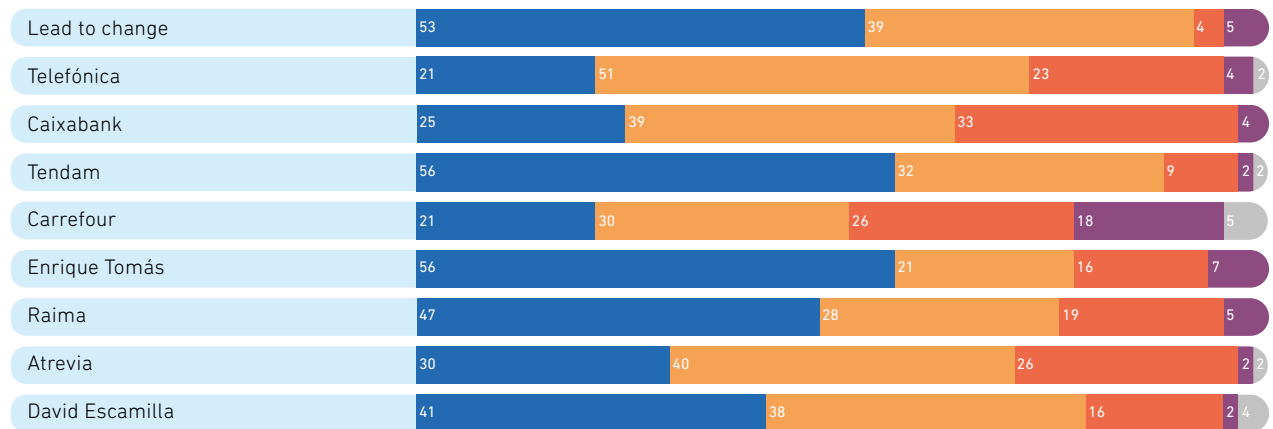
Comertia envia una enquesta als assistents per recollir la valoració de l'acte i conèixer l'opinió sobre aspectes generals d'organització, l'interès en els diferents blocs temàtics, i la satisfacció amb les ponències presentades. La valoració general de la jornada va ser molt satisfactòria per part dels assistents i l'opinió global molt favorable, tal i com es mostra en els següents gràfics:



Blocs



Ponències



● Molt interessant ● Interessant ● Normal ● Poc interessant ● Gens interessant

4.3. Sopar de Nadal Famílies Comertia

El sopar de Nadal de les famílies Comertia va tenir lloc al restaurant Principal de l'Eixample, el dimecres 11 de desembre. Els assistents van poder gaudir d'un aperitiu de benvinguda a la terrassa del restaurant abans d'entrar a la sala a sopar.

Per segon any consecutiu, i amb la creació de Comertia Joves, una de les taules va estar reservada per a les generacions noves i futures de les empreses associades.

El president, German Cid, va fer un petit discurs sobre les activitats en curs de l'associació i va aprofitar també per anunciar les pròximes. A la cloenda del sopar Comertia va sortejar un regal entre les empreses assistents. La guanyadora d'un fantàstic pernil d'Enrique Tomás, per segon any consecutiu, va ser la Teresa Llordés, propietària de Ros Bombón.

La celebració va finalitzar amb un brindis per a desitjar a tots els presents Bones Vendes i Bones Festes de Nadal.





5.

INFORMES, ESTUDIS I PUBLICACIONS

5.1. Indicador de retail Comertia

L'associació realitza des de l'any 2010, una enquesta mensual directament als empresaris per a disposar de dades reals, principalment sobre l'evolució de vendes de les empreses membre, amb anterioritat a la publicació de les dades de l'INE o l'IDESCAT.

L'objectiu de l'indicador és que els resultats ofereixin un diagnòstic a curt, mig i llarg termini, sobre la salut de les empreses, a partir de tres factors mesurables: vendes, nombre d'establiments mes a mes, i nombre de treballadors en plantilla, principalment.

Així, la sistemàtica és que cada mes, els socis de Comertia reben un qüestionari per correu electrònic que l'omplen amb les dades de la seva empresa i l'envien de forma àgil.

Els resultats d'aquesta enquesta mensual s'envien als socis en forma d'informe, incorporant totes les dades de vendes totals i de superfície comparable i tendència; obertures i tancaments d'establiments, evolució en la contractació o reducció de plantilla, i dades de vendes sectorials, així com informació extra en relació al context d'aquell mes, des de períodes de rebaixes fins a afectacions a les vendes per causes climatològiques o externes. Les vendes agrupades per sectors d'activitat permeten comparar els resultats entre les diferents empreses del mateix sector i també observar l'estacionalitat en alguns casos. Periòdicament, l'indicador recull també dades de marges comercials, i vendes quadrimestrals.

Les conclusions de l'indicador de vendes mensuals es recullen en una nota de premsa i es donen a conèixer a l'opinió pública a través dels mitjans de comunicació per anar informant de l'evolució del consum i les vendes a les empreses catalanes de retail.

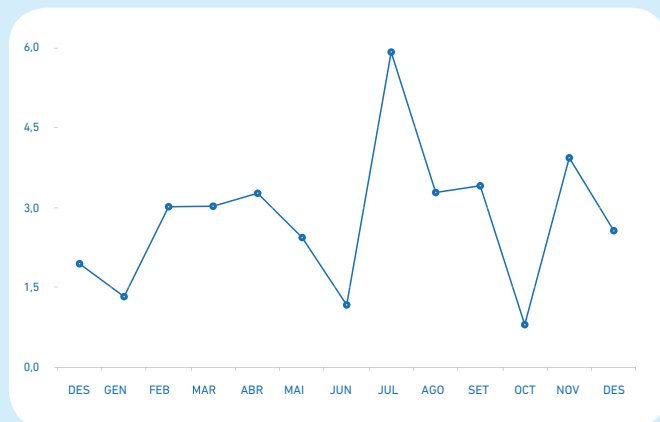
L'històric d'aquesta eina l'ha convertit en un indicador econòmic de referència, tant per a mitjans de comunicació com per economistes i articulistes de comerç.

L'indicador de retail Comertia permet:

Oferir als socis dades reals i un mes abans que les fonts tradicionals (INE o IDESCAT) sobre el comerç minorista, fet que els permet avançar decisions de millora dels negocis.

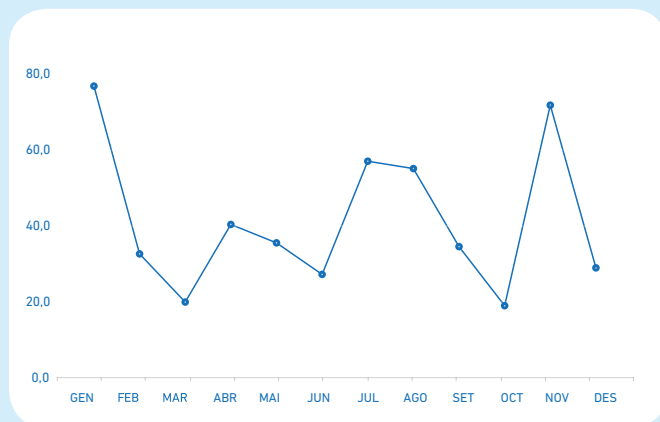
Recollir informació mensual sobre com afecten certs aspectes de l'actualitat a l'activitat econòmica: conjuntura externa -política i econòmica-, rebaixes, Black Friday, canvis de normativa, crisis d'alguns sectors, etc.

Ser una font d'informació econòmica de referència per a mitjans de comunicació.



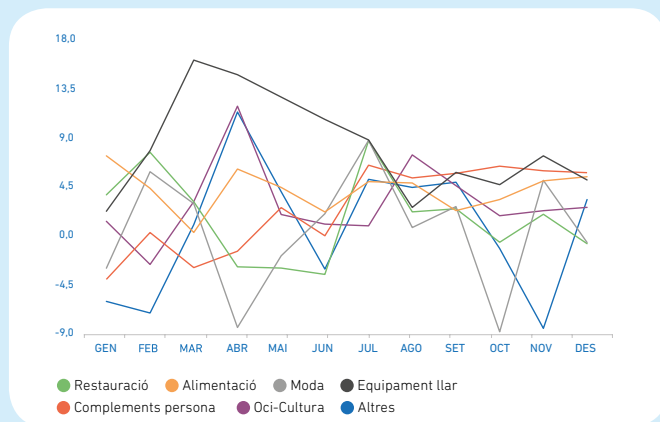
Vendes totals 2019

Les vendes durant l'any 2019 han estat positives tots els mesos, destacant especialment el juliol com el mes amb més vendes de l'any, amb un augment del 6% respecte l'any anterior. Els mesos que va registrar menys creixement va ser l'octubre, quan van tenir lloc mobilitzacions de caire polític als carrers del centre de la ciutat que van tenir un impacte negatiu en les vendes. La mitjana de vendes de l'any se situaria al voltant del 3% d'increment. Les millors vendes s'han situat en la campanya de rebaixes d'estiu i en el Black Friday, desplaçant fins i tot al novembre les vendes de la campanya de Nadal.



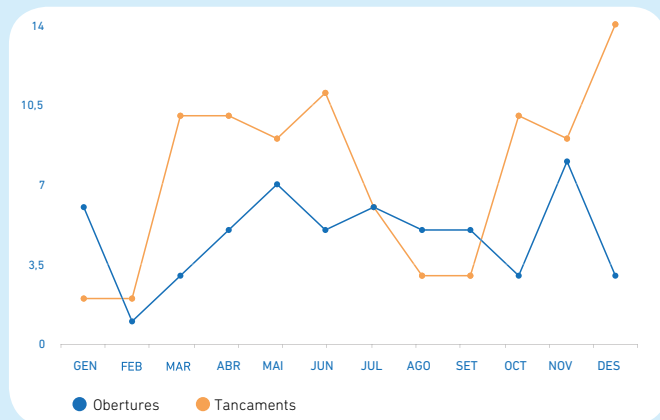
Vendes online 2019

Les vendes online a Comertia van experimentar un bon pronòstic, amb una tendència força paral·lela al canal físic. Els mesos de gener, juliol i novembre han estat els que han registrat més vendes de l'any a través del canal online, si bé hi ha hagut més vendes al gener i novembre que al juliol, mes rècord en les vendes a establiments físics.



Vendes sectorials

Tenint en compte les vendes per sector d'activitat comercial s'observa que durant l'any 2019 Restauració, Alimentació i Oci i Cultura són els tres sectors que han donat signes més saludables, amb increments tots els mesos. La resta de sectors han patit decrements de vendes alguns mesos de l'any. Per altra banda, els sectors amb un comportament del consum més inestable han estat Moda, Equipament per a la llar i Complementes de la persona. Moda va patir la davallada més forta de vendes els mesos d'octubre (-8,8%) i d'abril (-8,4%). Excepcionalment també, el sector etiquetat com a Altres (Automoció, assegurances i telefonia), va patir també un fort decrement de vendes del (-8,5%) el mes de novembre.



Obertures i tancaments 2019

Per segon any consecutiu, els tancaments han superat a les obertures. Els socis de Comertia han obert conjuntament 57 nous establiments i han tancat 89 durant tot l'any 2019. Si fins ara s'havia observat una tendència a l'expansió en els mesos de març i durant el segon i últim trimestre de l'any, aquest any s'observa un diagnòstic completament nou, amb un gener, agost i setembre amb més obertures, però la resta dels mesos de l'any, han registrat més tancaments que obertures.

5.2. Col·lecció Management Comertia Retail

La Col·lecció Management Comertia Retail incorpora per ara els següents títols:



01/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
Segona edició gener de 2004



02/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



03/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



04/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



05/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



06/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



07/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



08/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



09/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

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.

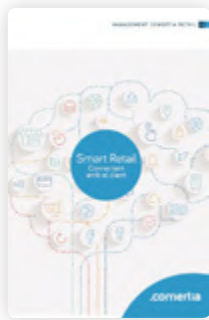
[Editat al 2013](#)



12/La nova era del retail

Recull de punts de vista al voltant de 'la nova era del retail' que ajuden a reflexionar sobre com innovar en comerç, davant l'evolució constant i imparabile de les noves tecnologies que condiciona els hàbits de compra dels consumidors.

[Editat al 2014](#)



13/Smart retail

Aquest volum recull la visió de diferents experts sobre les principals àrees d'especialització que interfereixen en Smart retail, per tal d'acompanyarvos en la reflexió de nous camins i noves oportunitats de millora dels negocis i de connexió amb els clients.

[Editat al 2015](#)



14/Retail i Economia Circular

Aquest nou llibre de la col·lecció Management Comertia Retail té per objectiu formar al lector en el nou model d'economia circular i la seva aplicació a les empreses de retail.

[Editat al 2016](#)



15/Un nou retail

Aquest llibre recull la publicació d'un estudi elaborat per la consultora Hamilton Global, amb la voluntat d'obtenir una aproximació de les macros tendències que perduraran en el retail en un horitzó temporal de 5-8 anys.

[Editat al 2017](#)



16/Retail i Valors

Aquest volum conté una selecció de 40 casos de marques de retail rellevants d'Europa i del món, que fan bandera dels seus "Valors com a factor de competitivitat".

[Editat al 2018](#)

.comertia

RETAILER RE-GENERATION

Vivint en transició



17/ Vivint en Transició

La consultora fundada per Xavier Marcet, Lead to Change, especialitzada en innovació estratègica, ha estat l'autora d'aquest llibre. El contingut parteix de la reflexió sobre quins vectors de la gestió empresarial actual cal canviar i quins han de romandre igual per aprendre a "Vivint en transició", a partir de l'exemplificació de casos reals d'empreses de retail.

Editat al 2019

5.4. 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.

ACTIVITATS DE PROSPECCIÓ I APRENTATGE

6.1. Visita a la Fira Big Show de Nova York

Comertia amb la col·laboració de Fira de Barcelona va organitzar el viatge d'un comitè d'empresaris per anar a visitar la fira de retail més gran del món, la NRF 2019 Retail's Big Show que va tenir lloc els dies 13, 14 i 15 de gener a la ciutat de Nova York.

Aquest viatge va suposar pels socis de Comertia una oportunitat magnífica de conèixer la Fira del Retail a Nova York, les tendències del present i futur a escala mundial. Segons algun soci assistent, "és una fira de visita obligada". A més a més, els grup d'empresaris que hi va anar va poder gaudir de la ciutat, visitar empreses i fer shopping turístic. Les visites a Amazon i Google van ser impressionants, així com l'experiència de "compartir per competir" opinions i experiències entre els empresaris.

El grup d'empresaris de Comertia i un grup de retailers d'EEUU van assistir també a la Presentació del Retail and Brand Experience World Congress, que es va celebrar a Barcelona, amb retailers i brands, venedors i media partners. I després van compartir un afterwork amb la delegació de Fira de Barcelona per avaluar la jornada.

Els empresaris van assistir també a una jornada a la seu de l'IESE a Nova York, on una professora especialitzada en retail va explicar les darreres tendències i innovacions a EEUU, i va compartir un tour per la ciutat.

Sobre el NRF 2019 Retail's Big Show

Reuneix 37.000 professionals del sector minorista i venedors de més de 99 països per abordar les últimes tendències, innovacions i estratègies de transformació. Compta amb sessions especials que abasten una àmplia gamma de temes com la sostenibilitat, el merchandising visual i l'economia global; expositors que també ofereixen les seves pròpies sessions amb demostracions de productes i estudis; i un laboratori d'innovació que mostra les tecnologies del futur i com estan transformant la manera en què els minoristes comercialitzen, connecten i serveixen als seus clients en demostracions immersives i interactives.



6.2. BRE Comertia Xangai-Seül

Del 14 al 19 d'octubre, un grup d'empresaris de Comertia va participar del viatge de prospecció a Xangai-Seül. Aquest viatge va tenir com a objectius, en primer lloc, conèixer empreses que estan desenvolupant solucions innovadores en retail a la Xina i a Corea del Sud, per ajudar a les empreses de Comertia a ser més competitives, així com a descobrir noves tendències per a millorar l'experiència de compra i del client en el món físic i digital.

Tanmateix, permet aprendre altres cultures i valors d'empreses que serveixen com a inspiració per a les empreses catalanes. També permet aprendre i comprendre les últimes tendències i avenços tecnològics en matèries de retail: què està marcant el futur del sector, la digitalització del comerç físic, i experiències d'omnicanalitat.

I per últim, va oferir la possibilitat de connectar amb professionals rellevants tant de Xangai-Seül, i conèixer com funciona aquest innovador ecosistema.

Durant l'estada, es va combinar un Retail Experience, amb visites a diferents punts de venda i, per altra banda, la visita a empreses tecnològiques com Deep Blue, Haitao, Global Harbor, Freshippo (Hema), Baozun (a Shanghai) i LG Innotek, CPRO Electronics, 12cm, Lotte Homeshopping, Coupang, (a Seül), entre d'altres.

El Business Retail Experience (BRE) Comertia té com a objectiu:

- Analitzar aquest laboratori de noves tendències, conceptes i formats de punt de venda.
- Conèixer de primera mà innovacions que permeten connectar i comprometre's amb el client.
- Visitar les millors botigues experiència.
- Mantenir reunions amb retailers per conèixer la seva experiència.
- Visitar els principals centres comercials per conèixer funcionament, posicionament i rendibilitat.
- Compartir diferents visions entre els empresaris assistents.
- Cercar inspiració per al seu negoci.





RELACIONES INSTITUCIONALS

7. Relacions Institucionals

Per dur a terme la funció de lobby i defensa del sector retail, Comertia es reuneix al llarg de l'any amb representants d'entitats públiques i privades, per construir aliances i col·laborar en els diferents temes del decàleg de l'entitat.

A través d'aquesta xarxa de relacions institucionals que s'amplia any rere any, Comertia augmenta la seva notorietat i visibilitat, i fa extensiu el coneixement de l'entitat a molts públics. A continuació fem un recull de les activitats institucionals de Comertia més destacades d'aquest 2019.

7.1. Reunions Comertia

9 DE GENER

Reunió de treball de Comertia amb el CCAM

Comertia es reuneix amb la Direcció General del Consorci de Comerç Artesania i Moda de la Generalitat de Catalunya (CCAM), per compartir els temes importants que ens ocupen al comerç i treballar conjuntament per tirar endavant grans reptes com:

- L'evolució de les línies de treball presentades en el Consell Assessor de Comerç i formes de col·laboració sectorial.
- Presentació de l'esborrany de la Llei de BIDs.
- Propostes per a la Setmana del Comerç 2019, que aquest any es va celebrar entre el 25 i el 31 de març de 2019.

7 DE FEBRER

Reunió amb Consell Ciutat Comerç

Comertia participa en el Consell Ciutat Comerç de l'Ajuntament de Barcelona.

DEL 12 AL 25 DE FEBRER

Sis empreses de Comertia es presenten a les eleccions de la Cambra de Comerç

Comertia ha impulsat la candidatura de sis empreses familiars catalanes de retail associades que s'han presentat a formar part del nou Ple de la Cambra de Comerç, per participar activament en la configuració del model de comerç de ciutat i de país "que volem". Bon Preu, Calbet Electrodomèstics, Farga, Ferrer&Ojeda, La Mallorquina i Unió Suïza es van presentar com a candidates al Ple elegit per sufragi lliure, en els grups de Comerç i Reparacions (8), Hostaleria (9) i Mediació Financera).

10 DE MARÇ

Reunió amb la Regidora de Comerç, Consum, Mercats, Règim Intern i Hisenda a Terra Veritas



Comertia es reuneix amb la Il·lma. Sra. Montserrat Ballarín per exposar-li les necessitats i problemàtiques en matèria de comerç en l'àrea metropolitana de Barcelona.

Esmorzars amb els caps de llista a l'Alcaldia municipal de Barcelona.

Comertia ha organitzat esmorzars amb els caps de llista a l'Alcaldia de Barcelona, per conèixer els seus programes electorals en matèria de comerç, així com exposar les principals necessitats del sector.



16 D'ABRIL / Sra. Elsa Artadi, Junts x Catalunya

La reunió es va celebrar a l'espai Terra Veritas per a conèixer quines són les propostes que l'alcaldeable de Junts per Catalunya té pel sector. A l'esmorzar es va debatre principalment sobre fiscalitat, e-commerce, gestió del turisme, seguretat i top manta, implementació dels BIDs i manca de promoció de la ciutat.



29 D'ABRIL / Sr. Ernest Maragall, ERC

En la trobada entre empresaris de Comertia i el candidat d'ERC a l'Alcaldia, Ernest Maragall, es van presentar els reptes i problemàtiques del sector:

- Avantatges de fiscalitat per part de multinacionals (IVA, impost de societats i IAE).
- Les externalitats negatives que causa el comerç en línia.
- Com afecta l'augment de distribució a l'ocupació dels carrils de càrrega i descàrrega, obstaculitzant l'activitat normal dels comerciants.



30 D'ABRIL / Sr. Jaume Collboni, PSC

El president de Comertia, German Cid, va centrar la reunió plantejant al candidat socialista la necessitat més urgent de l'empresariat: la manca d'igualtat en la regulació fiscal. Per la seva banda, Collboni va presentar les quatre verticals del seu programa electoral aturant-se especialment a explicar als empresaris assistents, com el seu partit té previst abordar reformes que millorin les discrepàncies fiscals entre les empreses. Collboni va anunciar la taxa Ballarín, per gravar un 1,5% la facturació de les empreses de comerç en línia que no tinguin establiment físic.



6 DE MAIG / Sr. Manuel Valls, VALLS BCN

La trobada celebrada entre empresaris de Comertia i el candidat Manuel Valls, candidat al seu mateix partit, Valls BCN en representació de Ciutadans, va posar de manifest, un cop més, la pèrdua d'atractiu de la ciutat durant el darrer mandat, i la necessitat de remuntar en imatge i prestigi.

15 DE MARÇ

Reunió amb l'Agència Catalana de Consum

Membres de la Junta Directiva de Comertia (Sr. German Cid i Sr. Manuel Hernández) juntament amb la directora Elisabet Vilalta, es van reunir amb la directora de l'ACC, la Sra. Elisabeth Abad, i els subdirectors generals, el Sr. Albert Melià i el Sr. Josep Maria Recasens per conèixer procediments d'actuació i inspeccions en el consum.

21 DE MARÇ

Reunió amb Presidència de la Generalitat de Catalunya

La reunió amb el President de la Generalitat, el M. Hble. Sr. Quim Torra, va tenir lloc al Parlament els dies previs a la celebració de la Setmana del Comerç, i van assistir el president de RETAILcat, el Sr. Joan Carles Calbet, el president de Comertia, el Sr. German Cid, el president de Barcelona Comerç, el Sr. Salva Vendrell, la Directora General de Comerç, la Sra. Muntsa Vilalta, la gerent de RETAILcat, la Sra. Laura López, i en representació de la CECOT, la Sra. Cristina Escudé i el Sr. David Gallofré.

23 D'ABRIL

Reunió amb EADA

Comertia es reuneix amb el Sr. Pau Roig, director de relacions institucionals d'EADA per establir línies de col·laboració en matèria de formació en retail.

25 D'ABRIL

Reunió amb el Col·legi d'Economistes

Comertia es reuneix amb el gerent del Col·legi d'Economistes, el Sr. Maurici Olivé per acordar vies de col·laboració.

30 D'ABRIL

Compareixença de Comertia al Parlament per proposar horari únic d'obertura comercial

El president i la directora general de Comertia van compareixer al Parlament per proposar una modificació de l'Article 36.2 de la Llei 18/2017 de l'1 d'agost de Comerç, Serveis i Fires, demanant que els establiments comercials no puguin romandre oberts ni portar a terme cap activitat de venda entre les 21.30 h i les 6.30h.



2 DE MAIG

Presentació subvencions CCAM

Comertia assisteix a la presentació del CCAM sobre subvencions per al comerç.

11 DE JULIOL

Reunió Comertia amb Foment del Treball

Reunió entre el president de Comertia, Sr. German Cid, i el president de Foment, Sr. Josep Sánchez Llibre, per establir línies de col·laboració entre entitats.

15 DE JULIOL

Reunió Comertia amb Barcelona Global

Reunió per establir línies de col·laboració entre les diferents entitats.

22 DE JULIOL

Reunió Comertia amb la Cambra de Comerç

Primera reunió de Comertia amb el nou responsable de Comerç, el Sr. Àngel Lázaro i els membres del Comitè Executiu de la Cambra.

29 D'AGOST

Reunió amb el Conseller de Territori i Sostenibilitat

Comertia es reuneix amb l'Hble. Sr. Damià Calvet, Conseller de Territori i Sostenibilitat, per dialogar sobre l'impacte medi ambiental de les vendes en línia.

9 DE SETEMBRE

Reunió amb ATM

Comertia es reuneix amb el Sr. Pere Torres, director general de l'ATM, per tractar sobre la distribució urbana de mercaderies (DUM) i el pla director de mobilitat 2020-2025. També es va abordar la directiva de plataformes electròniques.

1 D'OCTUBRE

Reunió Comertia amb el Secretari General Polítiques Digitals

Reunió amb el secretari de la Conselleria de Polítiques Digitals i Administració Pública, el Sr. David Ferrer i Canosa, i el Sr. Daniel Marco Pàrraga, Director General d'Innovació i Economia Digital per presentar l'activitat de Comertia i conèixer l'àmbit d'actuació de la seva conselleria en relació als negocis digitals.

30 D'OCTUBRE

Reunió de Comertia amb la Direcció de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona

Comertia manté reunions periòdiques amb el departament de Comerç de l'Ajuntament de Barcelona.

12 NOVEMBRE

Reunió Comertia i Cambra de Comerç

Presentació de les dues entitats, Comertia i president Joan Canadell Cambra de Comerç

19 DE NOVEMBRE

Presentació APEUs

La directora general del CCAM, la Sra. Muntxa Vilalta, va presentar a les empreses de Comertia la futura llei de les Àrees de Promoció Econòmica i Urbana (APEUs).

7.2. Assistència i Presència Comertia

30 DE GENER

RETAILcat presenta les conclusions del Think Tank



Durant el 2018 RETAILcat conjuntament amb EADA van dur a terme el Think Tank RETAILcat per treballar en el paper del retail a la ciutat del 2030. Es van realitzar 4 sessions amb experts sobre els següents àmbits: geopolítica, transformació de l'entorn, smartcities i el retail, i nous models de negoci. Les conclusions es van presentar en una sessió de desing thinking per a poder identificar el paper del retail a la ciutat del 2030.

31 DE GENER

Comertia col·labora en l'organització i difusió de la jornada CTecno

El Cercle Tecnològic de Catalunya (CTecno) va organitzar les IV Jornades CTecno al voltant de "La innovació en el món del retail: experiència de compra i transformació del negoci". L'acte, conduït i presentat per la Sra. Eva Arderius, periodista i directora del programa 'Bàsics' de Betevé, va omplir l'Auditori del Hub Barcelona.

25 AL 31 DE MARÇ

Setmana del Comerç

Del 25 al 31 de març va tenir lloc la tercera edició de la Setmana del Comerç, una iniciativa impulsada pel Consorci de Comerç, Artesania i Moda (CCAM) que té com a objectiu impulsar la competitivitat i també esdevenir un espai de debat i intercanvi de coneixement.

4 D'ABRIL

Retail Revolution d'ESADE CREAPOLIS

Creació d'experiències, omnicanalitat, el valor del barri o personalització del producte o servei van ser només algunes de les moltes idees que es van compartir el dijous 4 d'abril a les ponències de la Retail Revolution Conference.

27-29 DE MAIG

Congrés Retail & Brand Experience

Comertia col·labora en la difusió de la primera edició del congrés de retail a Barcelona. Retail & Brand Experience World Congress tanca una primera edició en la que s'ha posat de manifest la necessitat del sector d'adaptar-se a la transformació tecnològica actual, i en la que han destacat les ponències de grans experts del sector i les innovacions presentades per les empreses participants.

23 DE JUNY

Reunió del sector comercial de Barcelona amb la ministra d'Indústria, Comerç i Turisme del govern espanyol

Comertia va assistir a la reunió amb l'Excma. Sra. Reyes Maroto, ministra d'Indústria, Comerç i Turisme del govern espanyol, amb els màxims representants del sector turístic, restauració, hotelier i comercial de Barcelona per traslladar-li les seves inquietuds.



9 DE JULIOL

Requeriment de la Plataforma d'Afectats pel Top Manta a l'Ajuntament de Barcelona

La Plataforma d'Afectats pel Top Manta va demanar a l'Ajuntament de Barcelona la celebració d'una reunió amb caràcter d'urgència en relació a l'escript de Denúncia i Requeriment (1-2018-0345577-1) signat per 29 associacions de la ciutat amb el següent assumpte: "Denúncia contra la venda no sedentària il·legal coneguda popularment com a "Top Manta" i "Llauners" i requeriment d'adopció de mesures urgents per a exigir el compliment de les ordenances municipals, reglaments i lleis d'aplicació".

10 DE JULIOL

Masterclass d'Ernesto Beibe amb la col·laboració d'Unión Suiza



El Sr. Ernesto Beibe, gràcies a la col·laboració d'UNION SUIZA va fer una masterclass per mostrar la importància de no posar les solucions abans de les preguntes. Ernesto Beibe a través de la seva trajectòria professional treballant amb empreses i empreses familiars i amb el seu mètode del Genograma, ens va mostrar com comprendre i resoldre dificultats que es repeteixen diàriament sense entendre el per què.

19 DE JULIOL

Estudi Agència Catalana de Consum



Assistència a la presentació de l'estudi "Canvis de comportament social i noves formes de consum", impulsat per l'Agència Catalana de Consum (ACC). Els nous comportaments de consum, més ètics i socialment més responsables, fan preveure un canvi en el model actual i indica que els futurs consumidors exigiran ètica, transparència, honestat i coherència a les empreses i una aposta per l'activisme social.

12 DE NOVEMBRE

Comertia s'incorpora com a soci a Foment del Treball



L'adhesió de Comertia a Foment del Treball respon a la voluntat d'unir esforços per garantir la representativitat del sector retail en el sistema econòmic del país.

15 DE NOVEMBRE

Comertia participa com a ponent a la Jornada de marques de consumidors d'ESADE



El president de Comertia, el Sr. German Cid, va participar com a moderador a la jornada organitzada per ESADE, on van participar també dos socis més, el Sr. Gabriel Jené (La Mallorquina) i la Sra. Sandra Sauleda (Sauleda Pastissers).

22 DE NOVIEMBRE

Comertia assisteix a la presentació de l'Agenda de Comerç 2020/21

La Generalitat destinarà 12 milions d'euros -sis cada any- en el desplegament de l'Agenda Comerç 20/21, el full de ruta per afrontar els reptes del comerç català en els propers dos anys elaborada per la Generalitat en col·laboració amb 79 persones entre entitats i experts. La presentació de l'agenda va tenir lloc al Born CCM de Barcelona en un acte inaugurat per l'Hble. Sra. Àngels Chacón, consellera d'Empresa i Coneixement de la Generalitat.

27 DE NOVEMBRE

Raima rep el Premi Nacional de Comerç



El passat 27 de novembre es va guardonar a RAIMA amb El Premi Nacional de Comerç. Un reconeixement important tant per a Raima, com per al comerç local de Barcelona. Un guardó que arriba en un moment determinant per a la botiga, ja que aquest premi destaca en primera instància, la trajectòria i constància d'una empresa familiar que es va fundar l'any 1986.

27 DE NOVEMBRE

V Summit Barcelona Oberta

Comertia assisteix al V Summit de Barcelona Oberta celebrat a El Molino, on es va analitzar l'estat del comerç a la ciutat.



28 DE NOVEMBRE

Encesa de llums de Nadal

Comertia assisteix a l'acte d'encesa de llums de Nadal organitzat per l'Ajuntament de Barcelona.

3 DE DESEMBRE

Comertia rep el premi IEF a l'excel·lència financera en comunicació

Els reconeixements de l'Institut d'Estudis Financers (IEF) a l'Excel·lència Financera arriben a la XII edició amb la mateixa voluntat que a l'inici: lloar aquells que fan la feina ben feta. German Cid, president de Comertia, va afirmar que "el gran valor de la seva associació era haver creat l'indicador mensual de l'estat del retail i va ressaltar la transparència, atribut que trobava a faltar en les grans corporacions, de les que veia opacitat pel que fa als seus beneficis i pagaments d'impostos".



3 DE DESEMBRE

Acte organitzat pel Gremi de Restauració Club Capítol

Acte conjunt de protesta sobre la política de terrasses de l'Ajuntament de Barcelona celebrat al Club Capítol.

4 DE DESEMBRE

Jornada de Transformació Digital organitzada per Telefónica Empresas

Fruit de la col·laboració de Telefónica Empresas com a global partner de Comertia, els socis van poder participar d'aquesta jornada que va tenir lloc a l'Auditori de La Pedrera de Barcelona, on es va donar a conèixer com Telefónica Empresas dona suport a la pime en matèria TIC en el seu procés de transformació digital. L'objectiu va ser aprofundir en com es pot accelerar el canvi en les organitzacions i estar al dia sobre les últimes tendències tecnològiques.





COMUNICACIÓ COMERTIA

8. Comunicació Comertia

Comertia disposa d'un pla de comunicació interna i externa que contempla diverses eines i tècniques de comunicació amb els seus públics. En la comunicació interna situaríem a treballadors i als socis adherits a l'entitat i, a l'externa, la resta de públics amb qui té contacte Comertia, des de polítics, administració pública, escoles i universitats, empreses proveïdores, socis col·laboradors, o mitjans de comunicació, entre d'altres.

Les diferents tècniques de comunicació que disposa l'entitat permeten establir un diàleg en funció de cada tipologia de públic.

Des de la vessant interna, Comertia gestiona un volum important d'informació. Amb la voluntat de potenciar i fer arribar d'una forma ordenada i sistematitzada aquesta informació als socis, l'entitat va elaborar al 2018 un pla estratègic de digitalització i millora de la comunicació amb els seus públics, que s'ha mantingut vigent al 2019.

8.1. Comunicació Interna

Objectius

Informar i promoure la participació activa dels socis

- Informar als socis de tota l'activitat que es genera a Comertia.
- Establir un diàleg continuat amb els membres.
- Generar sentiment de pertinença al grup i augmentar la satisfacció.

Funcions

- Aportar informació d'interès i a temps als socis.
- Fer extensives consultes i peticions dels socis.

- Enviament de convocatòries i activitats de Comertia, seguiment de recepció i confirmació d'assistència.
- Canalitzar adequadament la informació que arriba a Comertia.

Resultats / Avaluació

- Incrementar el coneixement de l'activitat de Comertia.
- Incrementar la satisfacció del soci a Comertia.
- Incrementar l'assistència i participació dels socis als diferents actes organitzats per Comertia.

En funció de la informació a transmetre als socis, classifiquem la comunicació en els següents apartats:

- COMERTIA ACTES: convocatòria dels tallers, dinars i actes organitzats per Comertia, així com els resums de cada activitat celebrada.
- COMERTIA AGENDA: informació sobre actes de Comertia i del sector retail (jornades, seminaris, congressos nacionals i internacionals...), així com propostes de Formació. Enviament setmanal.
- COMERTIA COMUNICACIÓ: resum de premsa, peticions de mitjans de comunicació, convocatòria de participació a ponències.
- COMERTIA ESTUDIS I PUBLICACIONS: informació sobre estudis i informes d'interès sobre retail (consum, ecommerce, digitalització, màrqueting). Recopilació i enviament mensual.
- COMERTIA INFORMACIÓ: informació sobre ajuts, subvencions, consultes entre socis, comunicació de canvis en la legislació, etc.

A continuació compartim alguns exemples d'elements de comunicació.

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.

L'objectiu és que els empresaris de Comertia puguin estar informats diàriament dels temes d'actualitat que afecten al sector retail (normatives, canvis de llei, nous projectes comercials, tractament de rebaixes o promocions, etc.) així com notícies sobre l'activitat empresarial i expansió de les grans marques.

Aquest recull inclou també temàtiques més orientades a màrqueting, com ara notícies d'anàlisi del comportament de consumidors, empresa familiar, noves tendències i eines de màrqueting i articles d'opinió de prescriptors i influencers en matèria de finances, economia i retail.

El resum de premsa és un servei exclusiu per als socis de Comertia que reben diàriament per correu electrònic abans de les 9 h del matí.

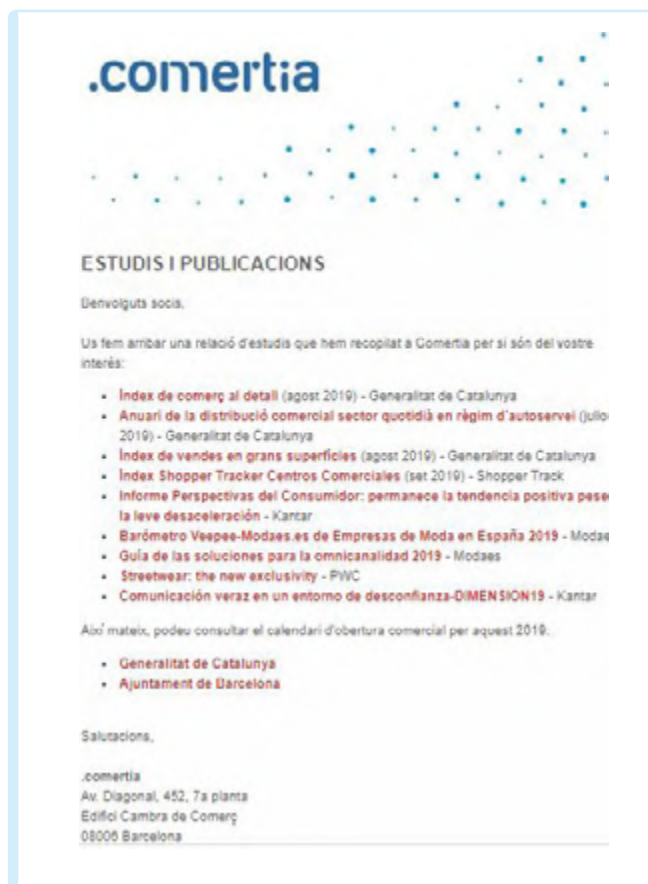


Agenda de Retail i Formació

Cada divendres, Comertia envia als socis un correu electrònic amb les activitats de l'Associació previstes pels pròxims quinze dies, així com d'altres que considera poden ser d'interès pels socis. Aquest correu el reben empresaris, directors generals i els responsables i caps d'àrea de Comertia (finances, RRHH, ecommerce, màrqueting, expansió, etc.). Després de cada sessió de treball, Comertia envia per correu electrònic un informe resum a tots els socis.

Estudis i Publicacions

Amb periodicitat mensual, Comertia envia per correu electrònic a empresaris i directius de Comertia la recopilació d'informes, estudis i publicacions d'interès per al retail: finances, màrqueting, ecommerce, tendències de retail, etc.



.comertia

ESTUDIS I PUBLICACIONS

Benvolguda soci,

Us fem arribar una relació d'estudis que hem recopilat a Comertia per si són del vostre interès:

- **Índex de comerç al detall** (agost 2019) - Generalitat de Catalunya
- **Anuari de la distribució comercial sector quotidià en règim d'autoservei** (juliol 2019) - Generalitat de Catalunya
- **Índex de vendes en grans superfícies** (agost 2019) - Generalitat de Catalunya
- **Índex Shopper Tracker Centros Comerciales** (set. 2019) - Shopper Track
- **Informe Perspectivas del Consumidor: permanece la tendencia positiva pese la leve desaceleración** - Kantar
- **Barómetro Veepee-Modaes.es de Empresas de Moda en España 2019** - Modaes
- **Guía de las soluciones para la omnicanalidad 2019** - Modaes
- **Streetwear: the new exclusivity** - PWC
- **Comunicación veraz en un entorno de desconfianza-DIMENSION19** - Kantar

Així mateix, podeu consultar el calendari d'obertura comercial per aquest 2019.

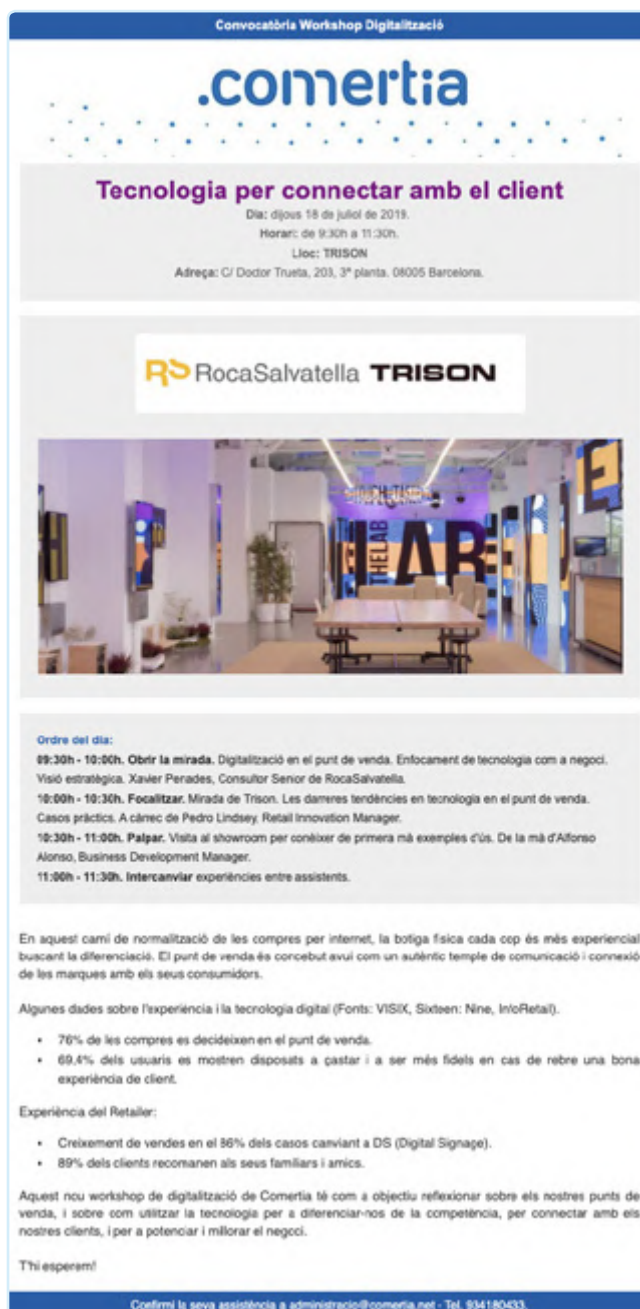
- **Generalitat de Catalunya**
- **Ajuntament de Barcelona**

Salutacions,

.comertia
Av. Diagonal, 452, 7a planta
Edifici Cambra de Comerç
08006 Barcelona

Convocatòria d'Actes

Comertia organitza prop de 40 activitats a l'any pels socis, entre tallers d'intercanvi, fòrums, dinars, workshops, visites, sopars, jornades, etc. Per a cada cas, elabora una convocatòria amb un breu resum d'explicació de la temàtica de l'activitat i les dades bàsiques de l'acte (data, hora i lloc de realització). Exemples de convocatòria de Dinar d'Empresaris i Taller de Màrqueting.



Convocatòria Workshop Digitalització

.comertia

Tecnologia per connectar amb el client

Dia: dijous 18 de juliol de 2019.
Horari: de 9:30h a 11:30h.
Lloc: TRISON
Adreça: C/ Doctor Trueta, 203, 3ª planta. 08005 Barcelona.

RS RocaSalvatella TRISON

Ordre del dia:

09:30h - 10:00h. Obrir la mirada. Digitalització en el punt de venda. Entocament de tecnologia com a negoci. Visió estratègica. Xavier Perades, Consultor Senior de RocaSalvatella.

10:00h - 10:30h. Focalitzar. Mirada de Trison. Les darreres tendències en tecnologia en el punt de venda. Casos pràctics. A càrrec de Pedro Lindsey, Retail Innovation Manager.

10:30h - 11:00h. Palpar. Visita al showroom per conèixer de primera mà exemples d'ús. De la mà d'Alfonso Alonso, Business Development Manager.

11:00h - 11:30h. Intercanviar experiències entre assistents.

En aquest camí de normalització de les compres per internet, la botiga física cada cop és més experiencial buscant la diferenciació. El punt de venda és concebut avui com un autèntic temple de comunicació i connexió de les marques amb els seus consumidors.

Algunes dades sobre l'experiència i la tecnologia digital (Fonts: VISIX, Sixteen Nine, InfoRetail).

- 76% de les compres es decideixen en el punt de venda.
- 69,4% dels usuaris es mostren disposats a gastar i a ser més fidels en cas de rebre una bona experiència de client.

Experiència del Retailer:

- Creixement de vendes en el 86% dels casos canviant a DS (Digital Signage).
- 89% dels clients recomanen als seus familiars i amics.

Aquest nou workshop de digitalització de Comertia té com a objectiu reflexionar sobre els nostres punts de venda, i sobre com utilitzar la tecnologia per a diferenciar-nos de la competència, per connectar amb els nostres clients, i per a potenciar i millorar el negoci.

Thi esperam!

Confirma la seva assistència a administracio@comertia.net - Tel. 934180433.

8.2. Comunicació Externa

Objectius

- Generar visibilitat i prestigi de Comertia a l'opinió pública.
- Augmentar i millorar la qualitat relacional (institucional i empresarial).
- Lobby en defensa dels interessos dels membres associats.

Funcions

- Desenvolupament d'accions que defineixen el pla en matèria de comunicació externa, en base als objectius per a cada àrea.
- Suport en la gestió de la política de Relacions Institucionals.
- Relació amb mitjans (premsa, ràdio, digital...).
- Suport en la captació de nous socis.

Resultats / Avaluació

- Obtenir una imatge de prestigi, notorietat i excel·lència per a Comertia.
- Ampliar nombre de socis.
- Gestionar la presència a mitjans de comunicació.

A continuació compartim les principals tècniques de comunicació externa que disposa Comertia.

8.2.1. eComertia

L'eComertia és el nom que rep el butlletí mensual de l'entitat, el qual va adreçat a tota la xarxa de contactes de Comertia, amb l'objectiu d'oferir coneixement i informació de l'activitat de Comertia, principalment les dades de vendes de l'indicador, la incorporació de nous socis o

altres notícies més corporatives. Les seccions d'aquesta revista interna per a l'any 2019 han estat:

Indicador, Compartir per Competir, Relacions Institucionals i l'Apunt Econòmic del Sr. Santi Pagés.



Objectius:

- Generar notorietat de Comertia i de la seva activitat a tots els públics, interns i externs.
- Informar de l'activitat i interessos de l'entitat a altres agents per a despertar possibles sinergies.
- Generar sentiment de pertinença al grup empresarial de retail.
- Donar a conèixer Comertia a socis potencials.

Ser una eina de cohesió entre els socis, que els permet estar al dia de tots els actes que organitza i l'activitat que realitza l'associació.

8.2.2. Xarxes socials

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

- Generar visibilitat de l'associació.
- Consolidar la xarxa actual física via online i incorporar nous contactes d'interès.
- Col·laborar a la captació de socis.
- Atorgar visibilitat a les marques dels associats a Comertia.
- Fer difusió del retail català arreu: marques singulars i diferenciadores.
- Difondre tendències i notícies interessants pels socis i seguidors.
- 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.

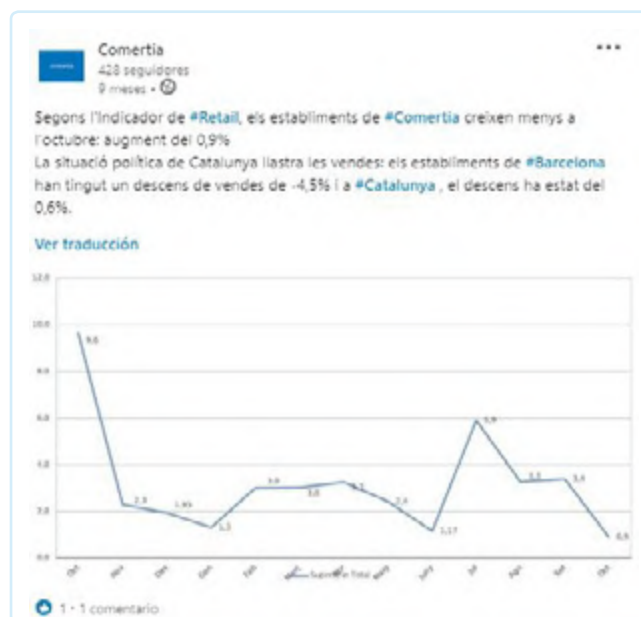
Les xarxes socials on té presència Comertia són:



Comertia disposa d'una pàgina corporativa on publica informació de l'entitat, des de trobades empresarials, a notes de premsa i fins i tot el butlletí digital. LinkedIn proporciona via directa amb el perfil professional de les empreses i amb perfil d'alts càrrecs en l'àmbit nacional i internacional.

430 SEGUIDORS

Ha experimentat un gran creixement al 2019.





@ComertiaRetail és la xarxa més activa i útil de Comertia, principalment perquè permet una gran connectivitat i visibilitat amb els seus públics.

1880 SEGUIDORS (un 14% més que al 2018)

Amb data desembre de 2019.

| | |
|--|--|
| | <p>Impresiones: 599</p> <p>Interacciones totales: 26</p> <p>Interacciones con el contenido multimedia: 19</p> <p>Clics en el perfil: 4</p> <p>Me gusta: 2</p> |
| | <p>Impresiones: 341</p> <p>Interacciones totales: 16</p> <p>Abrir el detalle: 7</p> <p>Interacciones con el contenido multimedia: 6</p> <p>Clics en el perfil: 2</p> <p>Me gusta: 1</p> |
| | <p>Impresiones: 5.153</p> <p>Interacciones totales: 28</p> <p>Interacciones con el contenido multimedia: 8</p> <p>Abrir el detalle: 7</p> <p>Me gusta: 5</p> <p>Clics en el perfil: 4</p> <p>Retweets: 2</p> |
| | <p>Impresiones: 1.070</p> <p>Interacciones totales: 57</p> <p>Interacciones con el contenido multimedia: 35</p> <p>Clics en el perfil: 8</p> <p>Me gusta: 7</p> <p>Retweets: 3</p> |
| | <p>Impresiones: 653</p> <p>Interacciones totales: 41</p> <p>Interacciones con el contenido multimedia: 32</p> <p>Me gusta: 7</p> <p>Retweets: 1</p> <p>Clics en el perfil: 1</p> |
| | <p>Impresiones: 5.153</p> <p>Interacciones totales: 28</p> <p>Interacciones con el contenido multimedia: 8</p> <p>Abrir el detalle: 7</p> <p>Me gusta: 5</p> <p>Clics en el perfil: 4</p> <p>Retweets: 2</p> |
| | <p>Impresiones: 541</p> <p>Interacciones totales: 20</p> <p>Interacciones con el contenido multimedia: 0</p> <p>Me gusta: 8</p> <p>Abrir el detalle: 2</p> <p>Retweets: 1</p> |



El canal de Comertia es fa servir com a canal corporatiu a mode de registre i arxiu dels diferents vídeos de l'entitat: Jornada Retail, vídeos de l'entitat, la qual cosa facilita la difusió d'actes de l'associació.

8.2.3. Mitjans de comunicació

L'Associació manté una relació propera amb periodistes d'economia, comerç i local dels principals mitjans generalistes i econòmics de Catalunya. Al llarg dels anys s'ha consolidat com la veu empresarial del retail català, i gràcies a la publicació mensual de l'indicador de vendes, acompanyada d'informació qualitativa, s'ha establert un diàleg consolidat i estable, sent aquest indicador, un referent pel sector econòmic i comercial.

A banda d'aquestes dades sobre el sector, Comertia participa en temes d'actualitat pública que afecten directa o indirectament el desenvolupament de la seva activitat.

Alguns dels grans temes d'actualitat que ha participat Comertia aquest any són:

Petició al Govern central i autonòmic per igualar impostos entre el retail físic i plataformes

Informació sobre grans campanyes de vendes: Rebaixes, Black Friday i Nadal.

Columnes d'opinió sobre la situació de les empreses de retail.

Incorporació de noves empreses familiars de retail a l'associació.

Comunicació corporativa i institucional (adhesió de Comertia a Foment).

Demandar ordre a l'Administració davant d'aldarulls que afecten l'activitat comercial (vaga de taxis, manifestacions...).

Proporcionar informació real sobre evolució sector, tendències, valors, hàbits de consum de les empreses de Comertia.

Esmorzar roda de premsa a Terra Veritas:

Projectes de digitalització en retail de Comertia, amb Boboli, Bon Preu i Cottet.



Repercussió a mitjans de comunicació

L'aparició de Comertia a mitjans al llarg de 2019 ha estat força estable, amb una mitja de 30 impactes mensuals i amb pics de presència mediàtica davant de temes d'actualitat.

Si bé l'indicador de vendes de retail ha assolit gairebé un terç del volum d'impactes total, Comertia també s'ha fet ressò de temes corporatius com ara la celebració de la jornada, la incorporació de noves empreses associades, o pro-

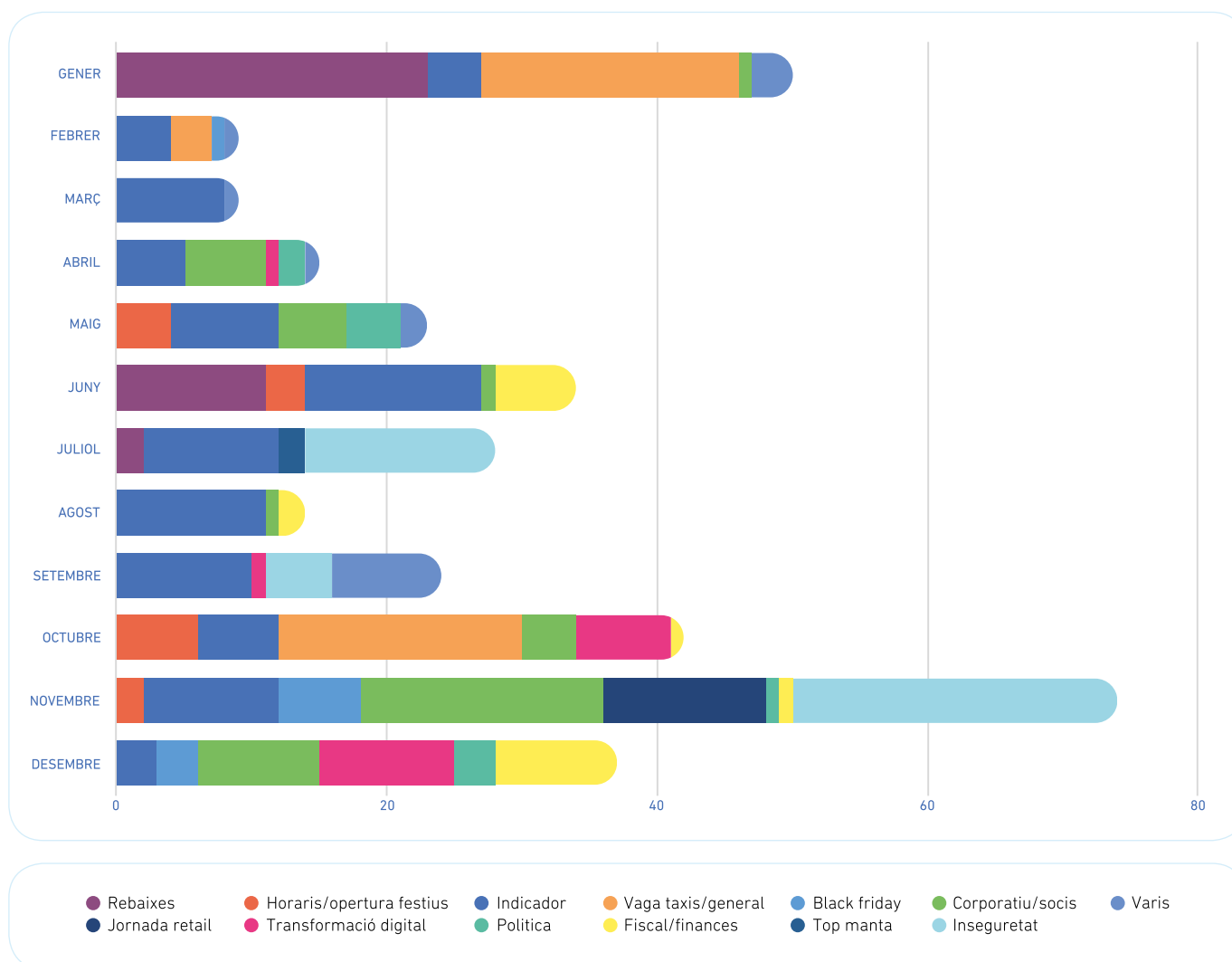
jectes de digitalització interessants d'empreses membre.

El sector comercial, a més a més dels seus aspectes noticiables (horaris comercials, rebaixes, Black Friday, top manta, inseguretat i robatoris) s'ha vist afectat aquest any per mobilitzacions al centre de la ciutat, principalment la vaga de taxis al gener i octubre, que va tenir afectació en les vendes dels establiments de les marques associades. I un tema cabdal de l'any ha estat el reclam constant i incessant de Comertia a totes les administracions públiques per denunciar la manca d'igualtat fiscal de les plataformes online respecte del

retail físic, situació que atorga grans avantatges a multinacionals que operen al país però que tributen fora. Les notícies sobre Comertia han aparegut a les principals capçaleres de la premsa catalana, generalista (La Vanguardia, El Punt Avui, El Periódico, Diari Ara), i econòmica (Expansión Catalunya i l'Econòmic). També és força estable l'aparició a diaris regionals i locals, com Diari de Terrassa, Diari de Girona, Diari de Sabadell o Regió 7.

En els últims dos anys, Comertia ha augmentat també la participació a les principals emissores de ràdio (Catalunya Ràdio, RAC1, Ràdio 4 i Cadena Ser).

Quadre d'impactes



Las asociaciones de 'botiguers' piden consensuar el inicio de las rebajas

POLÉMICA La liberalización del periodo de descuentos no convence a muchos comerciantes de la capital catalana. Forment estima un crecimiento de las ventas en la campaña de Navidad de entre el 3% y el 5%.

Exposición Barcelona

La liberalización de la temporada de rebajas ha hecho que las principales asociaciones que representan al comercio catalán, principalmente al pequeño, coincidieran en la sugerencia de consensuar una fecha de inicio de la campaña de rebajas de invierno, que tradicionalmente comenzaba el 7 de enero.

La modificación de la ley española de ordenación del comercio minorista, en 2012, que dejó en manos de cada botiguero decidir la duración de las promociones y el periodo de aplicación, así como el veto del Tribunal Constitucional a diversos aspectos de la normativa catalana sobre comercio, han hecho que esa fecha haya perdido tirón comercial.

El presidente de Barcelona Oberta, Gabriel Jové, dice que las rebajas se liberalizaron porque la ley sólo afectaba al



Imagen de una promoción durante la campaña de rebajas en Barcelona el año pasado.

comercio físico y, en paralelo, aparecieron nuevos canales de venta que no estaban sujetos a dicha regulación, como la venta a través de Internet.

"Lo que pasa es que la Administración se comprometió a seguir promocionando el día 7 de enero como día de inicio

de las rebajas y no lo está haciendo", denuncia Jové.

Por su parte, el presidente de RetailCat, Joan Carles Calbet, considera que si se volviera a consensuar el inicio de las rebajas, "el mensaje sería mucho más potente", informa Elé. "La falta de consenso entre

los comerciantes no ayuda y hace que el sentido de las rebajas se diluya", asegura Calbet, que precisa que el sector textil es el más afectado por la liberalización de las rebajas, aunque todavía hay grandes grupos, como Inditex o El Corte Inglés, que esperan al 7

Los vendedores se quejan de que con la actual ley el efecto de los descuentos queda diluido

de enero para anunciar oficialmente el periodo de descuentos.

Promociones adelantadas

El vicepresidente de Fundación Barcelona Comerç, Pròsper Puig, remarca que incluso miembros de esta asociación, que representa a veinte ejes comerciales de la ciudad, comienzan con las promociones el 21 de diciembre, sobre todo en el centro de Barcelona, con descuentos de hasta el 30% o el 40%. "Por eso pedimos al sector que se ponga de acuerdo con la fecha de inicio", insiste Puig.

"Cada uno hace la guerra por su cuenta y se pierde el

'BLACK FRIDAY'

Los comerciantes tachan el auge del Black Friday en los últimos años como un "desastre" porque afecta, para mal, a las ventas de Navidad.

paraguas comercial de las rebajas; sólo los más poderosos y el comercio online pueden sostener este ritmo", indica el vicepresidente de Comerçia, Benito García, que alerta de que, si no hay cambios en esta dinámica, la oferta comercial se empobrecerá y ganará en manos de los grandes grupos.

La efectividad de las rebajas está siendo cada vez más cuestionada, ya que si bien antes los comerciantes las usaban para vender las existencias sobrantes a buen precio, este esquema "pierde sentido" ahora, argumenta el presidente de RetailCat, que apunta que "es posible que haya que repensar el modelo".

El Consejo de Gremios, la patronal de comercio de Foment del Treball, también defiende el modelo clásico de rebajas y prevé que esta campaña se saldará con un crecimiento en las ventas de entre el 3% y el 5%.

GERMÁN CID

Presidente de Comerçia y de Casa Viva



"Igualdad de trato fiscal frente a las plataformas digitales"

"Dicen que se aviesnan tiempos difíciles para el consumo y por lo tanto, sufrimos un estancamiento de ventas en el sector de la distribución. Hoy todos sabemos que el mundo online avanza a gran ritmo y no conocemos cuál va a ser su hecho, pero, a la vez, observamos un trato fiscal discriminatorio entre las empresas comerciales del país y las plataformas meramente online, básicamente grandes empresas cuyos sedes fiscales radican fuera de nuestras fronteras", asegura Germán Cid, presidente de Comerçia y de Casa Viva. Lo que le pedimos al nuevo Gobierno es igualdad de trato fiscal para evitar la competencia desleal, el trato discriminatorio y las posiciones de dominio que se pudieran generar. Necesitamos también una normativa clara que permita la persecución sistemática, eficiente y eficaz de la economía legal para reducir la competencia desleal, así como nuevas medidas de promoción que estimulen iniciativas privadas y al empresario en su conjunto" añade el directivo.

Divendres de rebaixes

Las botigues del grup Inditex i El Corte Inglés comencen avui la campanya d'ofertes d'estiu. **Comerç** recomana també a les petites botigues començar els descomptes

JOSEP M. BENEJUNYER

BARCELONA

Els que esperen el tradicional 1 de juliol per anar de rebaixes d'estiu s'importarà avui una sorpresa. És que amb mitg sector ja oferirà descomptes des de fa uns dies, els dos tractora del retail que lideren, el grup Inditex (Zara, Bershka, Stradivarius...), i El Corte Inglés no esperant al primer dia de juliol per començar amb les ofertes, sinó que inicien la campanya de rebajas d'estiu aquest divendres als seus establiments físics (ahir a la nit ho van fer a internet). Com a conseqüència, la immensa majoria de les botigues avui ja estan de rebaixes.

En alguns anys que les rebajas "tant d'estiu com d'hivern" han deslocalitzat. La legislació estatal va acabar amb els períodes fixats per a aquestes campanyes de descomptes. I, malgrat que des del Govern es van intentar mantenir els dies 1 de gener i 1 de juliol com a dates d'inici a través de les normes catalanes, aquestes van ser sospesa pels tribunals. Amb les rebajas sense data d'inici oficial, les cadenes poden començar les rebajas quan volen, i és el que des de ja fa uns quants anys fan com Inditex a Mango, que les van iniciar fa uns quants dies.

Des del Govern sempre s'ha via reclamat mantenir l'1 de juliol per a l'inici dels descomptes estivals i tant el grup Indi-



►► Bosses ► Jornada de compra, ahir a Barcelona.

Divendres els comerços podran obrir a la majoria de les poblacions catalanes

Inditex com El Corte Inglés es van esperar a aquesta data en atenció exercicis. Aquest any, en canvi, han acabat amb aquesta tradició. I és que tant Inditex com El Corte Inglés comencen els descomptes aquest divendres. De fet, fins i tot des del Departament de Comerç de la Generalitat, es va assegurar aquest any que «el divendres 28

de juny comencen les rebajas d'estiu amb caràcter general als establiments comercials de Catalunya, d'acord amb la proposta del Consell Assessor de Comerç. En la reunió d'aquest any, format per representants del sector, es va consensuar que les rebajas d'estiu es realitzin en el període comprès entre el 28 de juny i el 31 d'agost, aquest any, Comerç, així, animava el petit comerç a avançar uns quants dies les ofertes.

Tres dies

El motiu està clar: «Aprofitar divendres, dissabte i diumenge, tres dies que s'aporten que siguin dia moltes vendes», apunten fonts del sector «els divendres 30 de juny i 7 de juliol les botigues podran obrir a la majoria de poblacions. De fet, ja fa dies que algunes petites botigues ofereixen descomptes, com asseguren fonts de Comerçia i de Comerçia, les cadenes dedicades a aquesta van començar les rebajas el divendres 21, i les marques de moda, la majoria, el 25, malgrat que una setmana abans o 10 dies ja oferien rebajas als clients».

En qualsevol cas, el comerç preveu que, malgrat el març de dades per al consumidor, la campanya de rebajas aconseguirà «un lleuger augment de les vendes» que, així i no, no superarà el 3%, segons la Confederació Espanyola de Comerç (CEC).

Translate
24 agost 2020

EL PUNT AVUI+

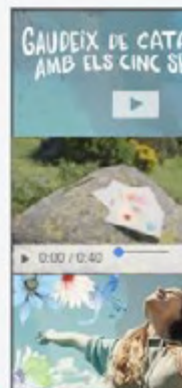
SECCIONS EDICIÓ IMPRESA MÉS

DA LOCAL SOCIETAT SUCCESORS POLÍTICA ECONOMIA CULTURA EUROPA MÓN COMUNICACIÓ OPINIÓ ESPORT

SOCIETAT 2 maig 2019 2.00 h

SOCIETAT

El comerç proposa un únic horari de tancament, a dos quarts de deu



Hoteleros y comerciantes alertan del daño económico de las protestas

R.B.-Barcelona

Hoteleros, comerciantes, restauradores y propietarios de apartamentos turísticos de Barcelona mostraron ayer su preocupación por la «sancionación de las protestas» en las calles de la capital catalana y alertaron de que, si no se reconduce la situación, ello tendrá «una importante afectación económica sobre las empresas».

Lanzan este mensaje de «alarma» el Gremio de Hoteles de Barcelona, la entidad Barcelona Oberta, el Gremio de Restauración de Barcelona, la organización Comerçia y la Asociación de Apartamentos Turísticos de Barcelona (Apartur). «Esta situación daña gravemente la imagen, la reputación y la confianza de la ciudad de Barcelona», advierten las citadas entidades en

un comunicado conjunto, en el que avisan también de que la incidencia económica de las protestas puede tener «derivadas negativas» en aspectos «como el ámbito laboral».

Las asociaciones empresariales alertan asimismo de «afectaciones sobre la propia sociedad», puesto que esta situación puede comportar «un freno en la llegada de inversiones y de talento a la ciudad y, por tanto, en la crea-

ción de oportunidades de desarrollo y dinamismo para estas».

Por ello, hoteleros, comerciantes, restauradores y propietarios de apartamentos turísticos piden a las administraciones que «muestren una actitud y una voluntad decidida y firme para tratar de tranquilizar esta situación en las calles, y que trabajen para reconducir el debate en el marco estrictamente político».

Todo ello debería servir «para enviar un mensaje claro de tranquilidad y estabilidad en todos los niveles (local, nacional e internacional)», concluyen las entidades en este comunicado, que titulan «Alarma en el sector empresarial de Barcelona por la sancionación de las protestas en la calle». La visita del rey Felipe VI, que ayer acompañará a la princesa Leonor en la entrega de los premios Princesa de Girona.

Panet, Fishhh, ISP Grup y Familia Torres se unen a

Expansión. Barcelona Comertia, la asociación catalana de empresa familiar del comercio, acaba de incorporar a nuevos socios. Se trata de la cadena de panaderías Panet, la cadena de restauración Fishhh, la empresa multiservicio ISP Grup y la bodega Familia Torres.

Con estas incorporaciones, Comertia, liderada por el empresario German Cid, suma 63 empresas asociadas, que cuentan con 4.000 puntos de venta, 35.000 empleados y unos ingresos agregados de 4.300 millones de euros.

Panet fue fundada en 1962 en Sant Boi de Llobregat, don-



El presidente de Comertia, German Cid.

de aún tiene su principal obrador de pan y productos de bollería. Actualmente, dispone de 26 establecimientos propios y 16 franquicias. En total tiene 185 empleados y factura 10,4 millones.

Fishh se fundó en 2005 y tiene siete establecimientos en Barcelona y Madrid con diferentes enfoques, pero siempre relacionados con pescado y el marisco.

ISP Grup, fundada en 1999, cuenta con un red de 23 establecimientos Orange en Catalunya. Completa su oferta, con servicios industriales, de seguridad y contra incendios orientados al sector comercial.

Familia Torres es una de las empresas de referencia del sector vitivinícola de Catalunya. Tiene 1.300 empleados y facturó el año pasado 258 millones de euros.

COMERTIA

Les vendes en línia ja suposen un 4,3% del total

La venda en línia comença a guanyar pes també entre les empreses de comerç local i ja representen, de mitjana, un 4,3% del total de la facturació de les marques de Comertia. L'indicador de Comertia sobre l'activitat mensual assenyalava un augment de vendes del 3% durant el mes de març i la previsió dels empresaris per al mes d'abril i preveu un augment de la facturació del 6,8%. / Redacció



Botiga de moda en línia

Valls urge a remontar la imatge de ciutat que deixa Ada Colau

El candidato promete priorizar la seguridad para ganarse la confianza del comercio

D. C. BARCELONA

El candidato a la alcaldía de Barcelona con el apoyo de Cs, Manuel Valls, apuesta por ordenar y organizar el espacio público para beneficiar al sector comercial de la capital catalana. Y es que, en su opinión, durante el mandato de Ada Colau la ciudad ha perdido atractivo, por lo que urge «remontar en imagen y prestigio».

Lo dijo ayer en un almuerzo de empresarios, a las puertas de la campaña electoral para los comicios municipales del próximo 26 de mayo. Valls manifestó que su partido quiere devolver el orden al espacio público con regulación y garantía de seguridad. «La seguridad de la ciudad es uno de mis puntos a resolver para restablecer la confianza social y empresarial», dijo Valls, según informa Comertia en un comunicado.

El ex primer ministro francés confía en promocionar el turismo de Barcelona «con hoteles de calidad y cultura», y también ha convenido en crear un consorcio de promoción comercial público-privada para cogerse y hacer frente a «los retos del comercio digital y a los nuevos modelos de distribución desde un pun-



Valls, en el acto de Comertia

to de vista competitivo», según explicó en el encuentro. También, en un mensaje claro a los comerciantes, el candidato ha apostado por eliminar la tasa de inicio de negocio, y tiene muy claro que acabará con el problema del top manta. Lo hará, según explicó ayer, con la búsqueda de una mayor coordinación entre la Guardia Urbana, los Mossos d'Esquadra y los cuerpos de seguridad estatales y portuarios.

Valls también subrayó la importancia de gobernar con «visión metropolitana» y apostar por el barrio de la Sagrera como un territorio estratégico para los próximos años.

LA VANGUARDIA GENT

viure

El nevísim Felipino López i la model Susanna Gagarin començ el setembre

diversos, 19 de juliol del 2019

Afectats pel 'top manta' esclaten i exigeixen solucions urgents

■ Mig centenar d'entitats molt representatives expressen el seu malestar creixent a l'Ajuntament

BARCELONA
El sí de Jordi de l'any passat, ja fa 11 mesos, 20 entrats de la ciutat adherits a la plataforma d'afectats pel Top Manta van presentar un requeriment formal a l'Ajuntament de Barcelona per exigir solucions concretes i urgents a la venda ambulants il·legal. En un moment sempre tan important com aquest, el dia de la plantada de la festa de la ciutat, els afectats van presentar un requeriment formal a l'Ajuntament de Barcelona, amb el que demanen que es resolgui el problema de la venda ambulants il·legal. Els afectats demanen que es resolgui el problema de la venda ambulants il·legal.

UNA REACCIÓ
L'assemblea de la falta de resposta al requeriment oficial presentat fa un any

UNA MESA REDONDA
Reclamen una resposta

El sector empresarial alerta de l'impacte negatiu de les protestes en l'economia de Barcelona

Comertia denuncia el greuge fiscal de les plataformes de comerç electrònic

A. GASTELI Barcelona

En un entorn de transformació digital del retail, el president de Comertia, German Cid, va carregar ahir en l'assemblea general de socis de l'organització contra la situació actual del sector comercial i va alertar que és "prioritari canviar la situació de greuge fiscal entre les plataformes de comerç electrònic i les empreses

minoristes que operin majoritàriament en l'economia física".

El discurs de clausura de Cid va dibuixar un entorn molt desfavorable per al sector del retail. "D'una banda, el moment polític marcat pels diferents processos electorals ha provocat una paral·lisme en l'administració i, de l'altra, el món en línia que avança imparablentment i sense control, sense ordre ni regulació, ha estat letal per

a les estructures del comerç local", va assenyalar.

En aquest context, va reivindicar la necessitat d'"aclarir la fiscalitat real del món en línia, tant respecte a l'IVA en les transaccions comercials, en els serveis logístics, la distribució i el transport del producte al consumidor final com respecte a l'impost de societats, ja que els beneficis obtinguts en un territori s'hauri-

en de gravar al mateix territori".

Així mateix, en l'àmbit municipal el president de Comertia va demanar "de posar ordre en la distribució del producte al consumidor; caldria analitzar si cal aplicar una taxa a les plataformes d'internet pel repartiment logístic a les ciutats, ja que són els que utilitzen més les infraestructures, els que més contaminen i congestionen les ciutats". Cid va lamentar que, a més, "aquestes plataformes no abonen impostos municipals com l'IBI o el IAE" i no contribueixen al desenvolupament urbà, basat en part en el teixit comercial de les ciutats. Comertia reivindica l'anortació

de les seves empreses a les arques municipals a través dels dos conceptes, que sumen més de 400 milions d'euros a l'any. A més, l'organització manté una croada contra la venda il·legal i de falsificacions.

En el marc de la celebració de la 17a edició de l'assemblea general de socis, Comertia, organització que integra 67 empreses familiars de retail, va incorporar vuit nous membres. Les empreses de Comertia van registrar un augment de vendes del 2,4% al maig. L'últim informe mensual va constatar que els increments de vendes en línia van ser molt superiors a les vendes físiques. ■

CATALUNYA

Comercio y restauración piden un plan de choque contra la inseguridad

● **Advierten de la gran dimensión que han adquirido en Barcelona los problemas de orden en el espacio público**
● **Confían en la gestión del teniente de alcalde Batlle pero precisan que debe gozar de capacidad de decisión y recursos**

BIBA TORRES CORDERO
La combinación de una inseguridad de acicalada específica para el área de Proximidad y Seguridad en el centro de Barcelona que el Ayuntamiento de Barcelona ha sido incapaz de resolver desde la creación del comercio y la restauración en los barrios de la ciudad, pero que se repite en otros barrios de la ciudad, es un problema que debe ser abordado con un plan de choque que sea capaz de dar respuesta a los problemas de orden en el espacio público y que sea capaz de dar respuesta a los problemas de orden en el espacio público y que sea capaz de dar respuesta a los problemas de orden en el espacio público.



Foto: Andrius Daga / La Jota del Barrio de la Barceloneta, con licencia

Comertia 'ficha' a Biba, Cuylás, Reserva Natural y Sauleda Pastissers

J.O. Barcelona
Comertia ensencha su base social con cuatro nuevos socios. La asociación catalana que agrupa a cadenas de tiendas y restaurantes de capital familiar anunció ayer la incorporación de las enseñas Biba, Cuylás, Reserva Natural y Sauleda Pastissers, lo que sitúa actualmente a la entidad presidida por German Cid con un total de 66 socios que aglutinan 400 puntos de venta, una facturación agregada anual de 4.000 millones de euros y unos 35.000 puestos de trabajo directo.



Quiénes son
Biba, la mayor entre las cuatro marcas adheridas a Comertia, es una cadena de moda y complementos nacida en Barcelona en 1990 que tiene una red de 36 tiendas propias, aunque sus prendas pueden encontrarse en 800 tiendas multimarca. Liderada por su fundador, Antoni Guàrdia, la enseña facturó 16 millones de euros en 2018, una cifra que prevé duplicar en 2020. Su plantilla está integrada por 360 personas.

Cuylás, cadena especializada en material para montaña y esquí -entre otros segmentos- se fundó en 1972 y dispone en la actualidad de una decena de establecimientos situados en Barcelona, Lleida y Madrid. El negocio de la enseña está en manos de la segunda generación familiar y su plantilla es de 22 personas.

Reserva Natural es una marca nacida en 1995 e implantada en Catalunya y Baleares. Entre las dos comunidades cuenta con una red de nueve tiendas de accesorios de decoración, textil para el hogar y artículos de moda y bienestar, entre otros productos. Sus planes pasan por crecer cada año con una nueva apertura. La empresa da empleo a cincuenta personas.

Finalmente, la firma Sauleda Pastissers, con actividades en pastelería y catering, fue fundada en 1968 en Sant Pol de Mar (Maresme) y ha ido creciendo progresivamente a lo largo de las últimas décadas hasta disponer actualmente de dos pastelerías, un restaurante y una nave de producción y logística para servir a sus clientes en toda Catalunya. La compañía registró el pasado año una cifra de negocio de 4,6 millones de euros y su plantilla es de 65 personas. En catering, Sauleda da servicio cada año a un millar de eventos.

Comertia explicó ayer que su intención es seguir ampliando el número de asociados para "sumar masa crítica en defensa de los intereses del sector".

La asociación cuenta ya con 66 socios que suman unos ingresos de 4.000 millones y 400 puntos de venta

German Cid, presidente de Comertia.

EMPRESA DIGITAL

El client, aquell tirà ètic i digital

Bon Preu, Cottet i Boboli expliquen els seus processos de digitalització per conèixer el client, entrar en nous mercats i millorar l'experiència de compra.

COPE

Barcelona Inicio Noticias Audios Secciones Frecuencias y contacto

Inquietud en el sector empresarial de Barcelona por la cronificación de las protestas en las calles

Las entidades alertan de las posibles consecuencias económicas y sociales que conllevan la actual situación en Barcelona



3 NOTÍCIES ESPORTS CULTURA EL TEMPS DIRECTES

Notícies ▶ Videos ◀ Àudios Seccions

L'associació de comerciants Retailcat condemna "rotundament" les accions "incíviques" i de "violència" als carrers

VIAempresa

COMERC

La revolució del 'retail': transició, suma d'intel·ligències i... estabilitat

La XVII Jornada Retail de Comertia posa el focus en la importància de prioritzar el client i fa una crida a les administracions perquè els donin seguretat

leECONOMIC

IMPRESSES GRAN ANGULAR EMPRENEDORS OPINIÓ BORSA EINES M

GRAN ANGULAR BARCELONA - 13 gener 2019 2:00 h

GERMAN CID PRESIDENT DE COMERTIA

"La diferència impositiva entre el comerç físic i el de la xarxa ens mata"





German Cid, de Comertia.

Comertia se incorpora como socio a Fomento del Trabajo

Expansión. Barcelona

Comertia se ha incorporado como socio a la patronal Fomento del Trabajo “con la voluntad de unir esfuerzos para garantizar la representatividad del sector *retail* en el sistema económico del país”.

El presidente de Fomento, Josep Sánchez Llibre, y el de Comertia, German Cid, firmaron ayer el acuerdo en virtud del cual la asociación de cadenas familiares de tiendas y restaurantes entra a formar parte de la organización como entidad asociada.

Cid sostuvo que la adhesión a la patronal “quiere reforzar el espíritu” de Comertia para actuar como grupo de presión sobre materias que les preocupan, como la equidad fiscal y la seguridad.

Por su parte, Sánchez Llibre defendió el compromiso de Fomento del Trabajo con el comercio, “un sector fundamental –dijo– para el progreso económico y social de Catalunya y más aún en momentos de desaceleración”, informa *Europa Press*.

“La incorporación de Comertia contribuirá indudablemente a reforzar nuestra acción de apoyo al comercio, un sector que además de crear riqueza es un elemento muy importante para garantizar la cohesión social y que genera innumerables puestos de trabajo”, resaltó.

Comertia agrupa a 66 empresas que suman unos 4.000 puntos de venta y que facturan en conjunto unos 4.000 millones de euros al año.

Comerç

Els establiments de Comertia augmenten les vendes un 6%

Els establiments de Comertia van augmentar les vendes un 6% durant el mes de juliol, respecte del mateix mes de l'any anterior. El creixement de la facturació ve motivat principalment per l'impuls del turisme i les rebaixes, segons va afirmar la patronal de comerç. Comertia també va publicar les principals preocupacions dels empresaris adherits, que són la manca de seguretat al comerç i al carrer, i que les plataformes de venda en línia tinguin la mateixa fiscalitat que la resta d'operadors. D'altra banda, durant el mes passat, tres de cada quatre empreses que formen part de Comertia van augmentar les vendes. Concretament, un 74% de les empreses van obtenir un augment de vendes respecte del mateix mes de l'any anterior, mentre que en un 25% van disminuir.



El comercio local, atrapado por el 'black friday'

• Los grandes operadores y la venta online concentran el gran negocio de la jornada



LA CUMBRE DEL SECTOR COMERCIAL

La asociación de cadenas familiares Comertia celebra el miércoles en CosmoCaixa su jornada anual, en la que intervendrán como ponentes, entre otros, directivos de Carrefour, CaixaBank o Enrique Tomás.

El sector comercial, el turístico i l'hoteleria, alarmats per les protestes

BARCELONA Redacció

El Gremi d'Hotels de Barcelona i el de Restauració, Associació d'aparadors turístics Anatur, la de comerciants Barcelona Oberta i la d'empreses familiars del *retail* Comertia van manifestar ahir en un comunicat conjunt l'"alarma" que s'ha instal·lat al sector empresarial de Barcelona per les contínues protestes de carrer de les últimes setmanes.

En aquest sentit, ahir el Gremi d'Hotels, el de Restauració, Comertia, Barcelona Oberta i Aparatur, que ja havien expressat públicament les seves preocupacions, però cadascú per la seva banda, van optar per un únic text acordat en què tots mostren "la seva preocupació per la situació actual que es viu a la ciutat, amb la cronificació de protestes diàries als carrers". Es tracta d'una inactivitat que consideren

que transcedeix les mateixes organitzacions o els seus representants.

Les entitats empresarials afirmen que la situació actual "deteriora greument la imatge, la reputació i la confiança de la ciutat de Barcelona". I també consideren que, si no es reconduïx, "comportarà una important afectació econòmica sobre les empreses de la capital catalana, amb les derivades negatives que

aquest fet pot provocar en diversos aspectes, com l'ambient laboral".

En aquesta línia, els dos gremis i les tres associacions alerten al seu comunicat conjunt de les "afectacions sobre la mateixa societat" que pot tenir la cronificació de les protestes. Consideren que suposarà un "fre a l'arribada d'inversions i talent a la ciutat i, per tant, a la creació d'oportunitats".

Les cinc entitats signants també criden al diàleg en el comunicat conjunt i reclamen a les administracions "competents" que mostrin una actitud i una voluntat decidides i fermes per intentar tranquil·litzar aquesta situació

als carrers i que treballin per reconduir el debat en el marc estricte i transparent polític".

El Gremi d'Hotels, el de Restauració, Comertia, Barcelona Oberta i Aparatur consideren que, de fet, la situació actual que es viu als carrers de la capital hauria de tenir una resposta que consistís a enviar un missatge de tranquil·litat i estabilitat a tots els àmbits local, nacional i també internacional.

Al llarg de les últimes setmanes les entitats que subscriuen aquest comunicat ja havien arribat a afirmar que l'ambient conuït que es trasllada de la ciutat és una ferida oberta que pot triar temes a curar-se. ■

German Cid

President de Comertia

Quo vadis, comerç?



En el sector del comerç, la situació que hem viscut aquest darrer any i en què estem actualment no és gens fàcil.

D'una banda, el moment polític marcat pel procés i unes eleccions que han causat una paral·lisi de l'Administració; de l'altra, l'avanç imparable de l'e-commerce sense cap control, ni ordre, ni regulació pot acabar sent letal per a les estructures comercials. Disposem d'una demanda interna feble, especialment per una renda familiar disponible que no creix, i el dèbil creixement del consum és a costa del desestímul o del creixement del crèdit al consum, com es diu col·loquialment, mal va qui no pensa per l'endemà.

En aquest context, cal conèixer la fiscalitat real del món online, tant pel que fa a l'IVA en les transaccions comercials i els serveis logístics –distribució i transport del producte al consumidor final– com pel que fa a l'impost de societats, ja que els beneficis obtinguts en un territori s'haurien de gravar al mateix territori. Per tant, és primordial aconseguir canviar la situació de greuge fiscal entre les plataformes online i les empreses que operen majoritàriament en l'economia física.

Com en altres països del nostre entorn, demanem l'exempció dels beneficis no distribuïts a fi d'afecte d'aconseguir més bon miscal financer per a les nostres empreses i no dependre tant de les entitats financeres, que és la manera que les petites i mitjanes empreses guanyin mida i siguin cada vegada més grans.

Crec que és urgent que la classe política i les nostres administracions entenguin i atenguin els problemes de les petites i mitjanes empreses, més enllà de veure-les com la vaca que han de munyir, perquè l'animal ja no dona més llet.

Impostos És important conèixer la fiscalitat real del món online, tant pel que fa a l'IVA com pel que fa a l'impost de societats

Veïem que els populismes agafen cada vegada més força, com les armilles grogues, que prenen els carrers de França. Seran moviments imparables com a conseqüència del càstig que estan rebent les nostres classes mitjanes; és insostenible que el finançament de l'Estat de benestar recaigui exclusivament sobre els treballadors, els autònoms i la petita i mitjana empresa.

Per tot plegat, hem d'exigir als nostres polítics i a les nostres administracions que proposin mesures de promoció de les iniciatives privades i a favor de l'empresariat en conjunt però sense cap tracte fiscal discriminatori més enllà d'ajudar les empreses a fer els seus primers passos.

En l'àmbit municipal, també cal posar ordre en la distribució del producte al consumidor; s'hauria d'analitzar si cal aplicar una taxa a les plataformes d'internet pel repartiment logístic a les nostres ciutats. Aquestes empreses són les que fan més ús de les infraestructures i, per tant, contaminen el medi ambient, congestionen la ciutat i ocupen, en el millor dels casos, les zones de càrrega i descàrrega per a les entregues a domicili, de manera que perjudiquen la feina de reposició del gènere a les nostres botigues. I tot plegat sense pagar ni IBI ni IAE ni contribuir de cap manera en l'economia local. ■

8.3. Decàleg de Comunicació

Comertia disposa d'un decàleg de comunicació que serveix per a perfilar el posicionament de l'entitat en ella mateixa i respecte dels diferents temes que preocupen al segment d'empreses que representa, la seva visió del comerç integrat en el territori, la seva actitud empresarial i l'activitat d'intercanvi.

Decàleg

- 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.

8.4. Peticions Comertia

En matèria de lobby, Comertia resumeix en deu punts les peticions en defensa dels seus interessos que el clúster fa a l'administració pública.

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 múscul 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.



***PARTNERS
I COL·LABORADORS***

9.1 Partners i col·laboradors

L'entitat disposa d'una línia d'esponsorització amb tres modalitats de col·laboració, per aquelles organitzacions interessades en donar a conèixer els seus serveis de valor a les empreses associades a través d'accions de branding, formació i reunions presencials, principalment.

RETAIL PARTNER

Per a empreses amb vocació de créixer en el mercat del retail.

La modalitat 'Retail Partner' de Comertia està plantejada per acompanyar l'activitat de l'associació en un any natural.

- Presentació per mail als socis presentant la nova empresa col·laboradora, serveis, condicions favorables i contacte.
- Difusió de la col·laboració a través de xarxes socials (Twitter i LinkedIn).
- Presència de marca a la web de Comertia vinculada a la web de l'empresa.
- Incorporació de l'empresa col·laboradora en el dossier de presentació de Comertia.
- Organització d'un dinar i/o taller anual amb els socis per presentar una temàtica d'interès pels associats.
- 2 invitacions per assistir a la Jornada anual de Retail Comertia (assistència 300 persones). Condició preferent de patrocini.
- Branding durant 1 setmana en el mailing diari del resum de premsa. S'envia a 180 directius de Comertia, 3.600 impactes mensuals.
- Branding en la newsletter mensual de Comertia (1 enviament). S'envia a 2.000 contactes. Possibilitat d'inserir una comunicació corporativa.

BRANDING PARTNER

Per a obtenir visibilitat i notorietat de marca

- Difusió de la col·laboració a través de xarxes socials (Twitter i LinkedIn).
- Presència de marca al web de Comertia vinculada al web de l'empresa col·laboradora.
- Incorporació de l'empresa col·laboradora en el dossier de presentació de Comertia.
- Branding en el mailing diari del resum de premsa (50% dels enviaments anuals). S'envia a 180 directius de Comertia, 3.600 impactes mensuals.
- Branding en la newsletter mensual de Comertia (50% dels enviaments anuals). S'envia a 2.000 contactes. Possibilitat d'inserir una comunicació corporativa.
- 2 invitacions per assistir a la Jornada anual de Retail Comertia (assistència 300 persones). Condició preferent de patrocini.
- Entrega de dossier d'impactes i difusió anual de la col·laboració.

GLOBAL PARTNER

Per a empreses líders en el seu sector d'activitat

La modalitat 'Global Partner' de Comertia està plantejada per acompanyar l'activitat de l'associació en un any natural.

- Presentació per mail als socis presentant la nova empresa col·laboradora, serveis, condicions favorables i contacte.
- Presència de marca o branding a dinars i tallers d'intercanvi entre associats.
- Difusió de la col·laboració a través de xarxes socials (Twitter i LinkedIn).
- Presència de marca a la web de Comertia vinculada a la web de l'empresa.
- Incorporació de l'empresa col·laboradora en el dossier de presentació de Comertia.
- Branding en el mailing diari del resum de premsa (50% dels enviaments anuals). S'envia a 180 directius de Comertia, 3.600 impactes mensuals.
- Branding en la newsletter mensual de Comertia (50% dels enviaments anuals). S'envia a 2.000 contactes. Possibilitat d'inserir una comunicació corporativa.
- Organització d'un dinar i/o un taller anual amb els socis per presentar una temàtica d'interès pels associats.
- Branding a la Jornada anual de Retail Comertia (assistència 300 persones). Possibilitat de repartir informació als assistents.
- Entrega de dossier d'impactes i difusió anual de la col·laboració.

Aquest 2019, Comertia ha comptat amb els següents Partners:



Centre d'Investigació Salarial.
Consultoria sobre remuneracions i Recursos Humans
ceinsa.com



Energia elèctrica
factorenergia.com



Follow Up
followup.es



Salesforce
salesforce.com



Plataforma de màrqueting omnicanal
splio.com



Telefónica Empresas
movistar.es/empresas

9.2 Altres associacions

Així mateix, Comertia manté una estreta col·laboració amb altres associacions vinculades al retail i amb entitats, públiques i privades, per al desenvolupament de la seva activitat.



Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya
ccam.cat



Ajuntament de Barcelona
barcelona.cat



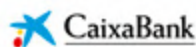
Cambra de Comerç de Barcelona
cambrabcn.cat



Diputació de Barcelona
diba.es



Competitivitat per l'empresa
acc10.cat



Entitat financera
lacaixa.es



Escola d'Alta Direcció i Administració
eada.edu



Formació per al sector del comerç
escodi.com



Escola Superior de Comerç Internacional
esci.es



.comertia

© Comertia, 2020

Av. Diagonal, 452, 7^a planta

Edifici Cambra de Comerç

08006 Barcelona

www.comertia.net

Direcció: Elisabet Vilalta

Coordinació: Elvira García

Disseny de coberta: Alejandra Yara

Disseny i maquetació: Natàlia Teira

Impressió: Artyplan



.comertia

