



Confederación Española de Comercio

# 2016 INFORME ANUAL

Memoria de actividades





Confederación Española de Comercio

# 20 16

Págs	Índice
<b>4-5</b>	<b>Carta del presidente</b>
<b>6-8</b>	<b>Balance del año</b>
<b>9-17</b>	<b>Estructura de la organización</b>
	La organización
	Organigrama
<b>18-35</b>	<b>Ejes de trabajo prioritarios</b>
	El comercio en la agenda política e institucional
	Impulsamos el diálogo. Acuerdo Marco de Comercio
	Comprometidos con la formación profesional
	Una organización al servicio de sus entidades miembro
	Abordamos retos inminentes para el comercio
	Actividad interna
	Convenios
	Comunicación
<b>36-39</b>	<b>El comercio en cifras</b>



Manuel García-Izquierdo Parralo  
Presidente Confederación Española de Comercio

**La inestabilidad que ha definido 2016 nos ha permitido constatar, una vez más, que nuestro comercio prevalece frente a cualquier adversidad**

# CARTA DEL PRESIDENTE

Manuel García-Izquierdo

**Hemos demostrado el valor de la CEC como garante del comercio de proximidad**

Si algo nos ha enseñado el año 2016 es que la **extraordinaria capacidad de superación** de los pequeños y medianos comerciantes de España prevalece frente a cualquier adversidad. Una lección sobradamente conocida por quienes representamos al comercio de proximidad, pero que no por ello deja de llenarnos de **orgullo y admiración**.

2016 iba a ser el año en el que, por fin, íbamos a dar carpetazo a la crisis económica. En el que continuaríamos la recuperación iniciada en 2015 y alcanzaríamos la plena reactivación del consumo.

Lamentablemente, la **inestabilidad sociopolítica** que ha marcado casi todo el año, con diez meses de Ejecutivo en funciones y el consecuente desplome en la confianza de los consumidores, nos ha dejado con una **recuperación a medio gas**. Una recuperación plasmada en datos macroeconómicos pero que, de momento, ni llega a todo nuestro comercio ni basta para compensar tantos años de nadar contracorriente, marcados por el sacrificio de innumerables pymes y autónomos de comercio.

Tal vez otro sector se hubiese conformado con superar los vaivenes del 2016, pero no nuestro comercio. No unos comerciantes acostumbrados a vivir una situación de cambio constante; afrontando siempre nuevos retos, nuevos competidores, nuevas oportunidades.

Es gracias a este buen hacer, a la ilusión y la cercanía de los cientos de miles de empresarios y trabajadores que dan forma a nuestro sector por lo que, en 2016, el comercio de proximidad se ha mantenido como la **principal fuente**

**de empleo** de la economía española... Así como la principal fuente de **autónomos**, de **emprendedores**, de **jóvenes emprendedores**, de **mujeres empresarias**... Unos logros que nos enseñan, de nuevo, que nuestro comercio tiene razón de ser, que cuenta con una identidad propia. Que se trata de un formato diferenciado y arraigado en las costumbres del país, que seguirá existiendo y prevalecerá frente a cualquier dificultad.

Ahora bien, nos queda muchísimo trabajo por delante si queremos recuperar lo perdido. Un objetivo en el que debe participar la Administración pública, actuando con responsabilidad y estableciendo reglas de juego justas y garantías legislativas que nos permitan desarrollar nuestra labor empresarial y social con tranquilidad. Un escenario opuesto al que hemos tenido en 2016, año que también será recordado por las oportunidades perdidas.

La inestabilidad que ha definido este periodo también nos ha permitido constatar, una vez más, que nuestra organización y las más de 1.500 asociaciones que la integran juegan un papel fundamental a la hora de **preservar los derechos** del comercio urbano y de proximidad. Un comercio que, no lo olvidemos, puede ser débil cuando está solo, pero se vuelve invencible cuando actúa con una única voz.

Es nuestro deber apoyar a las pymes y autónomos de comercio ante los nuevos retos, **situándonos a la vanguardia** de las tendencias que marcarán el futuro del sector. Debemos liderar el imprescindible proceso hacia la **digitalización** y la **omnicanalidad**, aunando las fortalezas

de la tienda física con las posibilidades que ofrece la tienda virtual. Debemos demostrar que, en España, el auténtico potencial del comercio electrónico reside en el comercio de proximidad.

Debemos resolver las cuestiones que quedaron pendientes en la anterior legislatura. Temas tan importantes para el futuro de nuestro formato comercial como pueden ser la recuperación de un modelo de **rebajas** que cumpla con las necesidades de comerciantes y consumidores; la eliminación de las **barreras administrativas** que se inmiscuyen entre el turismo de compras y las pymes; el refuerzo de la **formación** y la **calificación profesional** del sector o la facilitación del acceso a la **financiación bancaria**.

Para lograr estos y otros muchos objetivos, es fundamental contar con la solvencia y la capacidad de nuestra Confederación. Un hecho solo posible gracias al apoyo de nuestras organizaciones miembro. Por ello, cierro estas palabras **agradeciendo de todo corazón** el esfuerzo diario y el compromiso de todos los que creéis en la **grandeza del pequeño y mediano comercio**. Gracias a nuestras organizaciones y a sus empleados y directivos. Gracias al equipo y a los integrantes de los órganos de Gobierno de la CEC. Gracias a los empresarios y trabajadores del comercio de proximidad. **Gracias a todos por acompañarnos este 2016.**

# BALANCE DEL AÑO 2016

**El comercio de proximidad ha logrado mantenerse como una pieza clave de la economía española**

## Inestabilidad política

La presencia de un **Ejecutivo en funciones** durante la mayor parte del año y la consecuente **inestabilidad sociopolítica** y **caída de la confianza** de los consumidores han frustrado las expectativas de nuestro comercio, imposibilitando la **reactivación plena del consumo**. Pese a esto, el comercio de proximidad ha vuelto a demostrar la fortaleza que le caracteriza, registrando un crecimiento en las ventas de casi cuatro puntos porcentuales y confirmando su papel como motor de la economía española.

Nuestro sector ha dejado atrás lo peor de la crisis económica, pero aún queda mucho camino por recorrer si queremos garantizar la **recuperación** de un comercio que sigue muy debilitado tras tantos años de sacrificios y pérdidas. Para ello, resulta imprescindible poder contar con un Gobierno estable que trabaje desde la **responsabilidad** y el **consenso**, aunando los intereses de los consumidores y de los distintos formatos comerciales.

## Administración

Pese a la falta de Gobierno estable, este último año hemos reforzado nuestra interlocución con la Administración pública en todos los foros y grupos de trabajo que han seguido activos, garantizando así la **representatividad** del comercio de proximidad y visibilizando las **reivindicaciones** de nuestras organizaciones miembro.

En este sentido, resultó especialmente significativa la primera toma de contacto con la nueva secretaria de Estado de Comercio, María Luisa Poncela, con quien

esperamos mantener un diálogo fluido y cercano que nos permita resolver los grandes retos que afronta el sector.

## Defensa del modelo de comercio

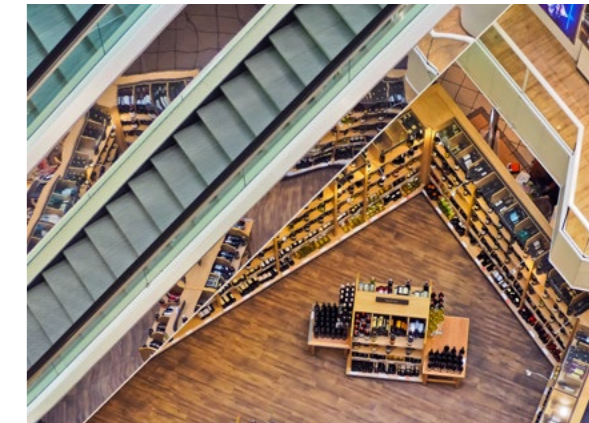
Hemos reivindicado los **derechos del comercio** a todos los niveles y frente a todos los interlocutores posibles, reforzando la visibilidad mediática de nuestra organización y estableciendo nuevas **alianzas estratégicas** con agentes sociales y formaciones políticas. Esto nos ha permitido detener o modificar varias cuestiones que habrían perjudicado los intereses y la imagen del sector, demostrando a su vez el valor de la CEC y de las organizaciones miembro como garantes del comercio de proximidad.

## Nueva normativa y legislación

En 2016 hemos llevado a cabo un importante trabajo de seguimiento, análisis, generación de enmiendas e interlocución

**Nuestro sector ha dejado atrás lo peor de la crisis económica, pero aún nos queda mucho camino por recorrer para alcanzar la reactivación plena del consumo**

permanente con las Administraciones públicas; lo que nos ha permitido introducir nuestros argumentos en aquellos temas que afectan a nuestro sector y garantizar una mejora de los mismos.



En esta línea de trabajo ha destacado la elaboración de un documento con **100 propuestas** para la mejora del comercio de proximidad, y que entregamos a todas las formaciones políticas en la antesala de las Elecciones Generales.

## Formación profesional

Por lo que se refiere a la formación, hemos hecho especial énfasis en la **resolución de las principales carencias del sector**, como por ejemplo el uso de las tecnologías emergentes, el salto a la venta online o la cualificación profesional de los jóvenes. Respecto a este último tema, nos unimos a la Alianza para la For-

mación Profesional Dual, una importante red estatal de empresas, centros y organizaciones comprometidas con la formación de calidad.

Este 2016 también ha sido el primer año en el que se ha aplicado un nuevo modelo de formación basado en la 'Ley de Reforma del Sistema Profesional para el Empleo en el ámbito laboral'. Un modelo ante el que habíamos mostrado nuestro rechazo por no ajustarse a las necesidades formativas del sector.

## Negociación colectiva

Respecto a la negociación colectiva, en 2016 se han logrado importantes avances por lo que se refiere a la elaboración del **II Acuerdo Marco de Comercio** (AMAC). Más concretamente, los integrantes de la Mesa Negociadora mantuvimos una intensa agenda de reuniones plenarias y técnicas en las que se detallaron varios ejes de trabajo que definirán el próximo AMAC: igualdad y gestión de la diversidad, responsabilidad social empresarial, disposiciones mínimas en seguridad y salud en el trabajo, y régimen de faltas y sanciones.



## Asociaciones

Nuestro afán por promover los intereses del sector vino acompañado por la estrecha colaboración con nuestras organizaciones miembro, a las que hemos ofrecido una **estructura transparente, eficaz y útil** mediante la que plasmar sus inquietudes y reivindicaciones. Además, hemos reforzado la agenda de encuentros y actividades conjuntas con nuestras asociaciones, lo que nos ha permitido llevar a cabo varios proyectos con, por ejemplo, COCEM en Madrid, CBC en Illes Balears, CEMCA en Aragón o CECA en Andalucía.

*Hemos reivindicado el papel del comercio a todos los niveles y frente a todos los interlocutores posibles, reforzando la visibilidad mediática de nuestra organización y estableciendo nuevas alianzas estratégicas con agentes sociales y formaciones políticas*

## Calidad y compromiso empresarial

Este año hemos avanzado en el refuerzo de la **calidad** y la **excelencia profesional** del tejido comercial español, desarrollando varias líneas de trabajo entre las que destacan la elaboración de un estudio sobre los riesgos psicosociales en el sector del comercio al por mayor y la difusión de guías sobre responsabilidad empresarial.

Así mismo, hemos mejorado y ampliado las áreas de nuestra web dedicadas a la Prevención de los Riesgos Laborales, con las últimas novedades al respecto; el Observatorio de la Negociación Colectiva, donde se recopilan los convenios de comercio estatales y autonómicos; y la Oficina de Asuntos Europeos, con los temas de comercio acordados en el marco de la Unión Europea.

## Competitividad del comercio

Hemos analizado la situación del sector, estudiando las nuevas tendencias y creando herramientas que faciliten la resolución de los **grandes retos** que nuestro comercio debe afrontar; como por ejemplo la brecha digital, la irrupción de las **nuevas tecnologías** y la **globalización del mercado**.

Con este fin organizamos la segunda edición de **Madrid Retail Congress**, un evento que se posiciona como el mayor punto de encuentro del comercio en España; colaboramos con las ferias Futurizz y Mobile Commerce Congress acercando dichos actos a nuestros asociados; y desarrollamos varias campañas mediáticas que visibilizaron la labor del comercio de proximidad durante el Black Friday y 'la vuelta al cole'.

## Opinión pública

Por último, hemos redefinido el modelo de comunicación de la CEC, aplicando nuevos protocolos con los que **mejorar la notoriedad y reputación** de nuestra organización ante la opinión pública, lo que a su vez ha supuesto un importante refuerzo de la defensa y promoción del comercio de proximidad.

Internet ha tomado un papel protagonista en este eje de trabajo, con el desarrollo de campañas que aprovechan el alcance y viralidad de la Red a fin de impulsar proyectos de gran calado para el sector, como puedan ser 'la vuelta al cole', el Black Friday, la evolución de las rebajas y de la campaña de Navidad o la apuesta por los mercados de abastos durante el periodo navideño.

# ESTRUCTURA ORGANIZACIÓN 2016

**CEC representa a más de 1.500 organizaciones sectoriales y territoriales**

La Confederación Española de Comercio (CEC), constituida en 1984, es la organización empresarial para la defensa, la representación y el fomento de los intereses del comercio urbano y de proximidad.

## La organización

Nuestra organización integra a **19 confederaciones** y **49 federaciones** de ámbito autonómico y provincial de autónomos y empresarios; así como a organizaciones sectoriales de ámbito nacional, representando en su conjunto a cerca de **450.000 comerciantes**.

La Confederación Española de Comercio es miembro de pleno derecho de la **Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa** (CEPYME), organización más representativa de las pymes en España; y de la **Confederación Española de Organizaciones Empresariales** (CEOE). Igualmente, la CEC está **integrada** en la **patronal europea EUROCOMMERCE**. Nuestra entidad goza además de una amplia presencia institucional en diversos organismos, comisiones y grupos de trabajo vinculados con el sector comercio.

La amplia y probada experiencia de la que dispone nuestra organización, junto

**Como entidad más representativa del pequeño y mediano comercio, damos cabida al 25% de los autónomos del país y a cerca de medio millón de empresas**

a su gran representatividad y carácter estratégico, convierten a la Confederación Española de Comercio en una **entidad** con una **fuerte capacidad de influencia**. Así mismo, su estructura organizativa le permite hacer fluir la información con gran eficacia hacia todos sus agentes, tanto a nivel territorial como a nivel sectorial.

Finalmente, la totalidad de los más de **250 convenios colectivos** de ámbito provincial, autonómico y nacional que se negocian en España son firmados por las entidades integradas en la CEC, siendo por ello la organización que representa al sector en los Planes Nacionales de Formación Continua y en el diálogo social con las organizaciones sindicales del ramo.

## Qué hacemos

**Actuar en defensa** de los intereses de los comerciantes autónomos, de la pequeña y mediana empresa de comercio y del comercio en general.

**Servir como órgano de unión** y coordinación de las organizaciones miembro, fomentando la unidad empresarial y representando a los asociados ante los órganos de consulta en los términos que prevea la correspondiente legislación.

**Postular un modelo económico** en el que la empresa comercial tenga los medios necesarios para desempeñar el importante papel económico y social que le corresponde.

**Atender** las **necesidades** de información, formación, investigación y perfeccionamiento de las empresas comerciales, estudiando y divulgando cuantos temas puedan promover la potenciación de la empresa de comercio.

**Desarrollar el diálogo** con los poderes públicos sobre aquellas materias económicas y sociales que incidan en la actividad empresarial comercial, así como participar en el proceso de adopción de medidas que afecten a los empresarios del sector comercio.

**Colaborar** para que se instituyan los canales de comercialización más adecuados entre el producto de origen y el consumidor.

**Cooperar** con la **Administración pública** y los sindicatos de trabajadores con el fin de conseguir un crecimiento basado en la paz social.

**Canalizar la participación** de la empresa comercial en los órganos de conciliación, negociación o arbitraje que puedan condicionar su futuro, tanto a nivel nacional como internacional.

**Proyectar la imagen del empresario** de comercio en los medios de comunicación y en la opinión pública.

**Fomentar** las **relaciones**, contactos e intercambios con otras organizaciones de análoga naturaleza y finalidad.

## Nuestros valores

### Compromiso

Con el comercio de proximidad, con nuestras ciudades, con los consumidores y con nuestro tiempo. Compromiso con el servicio al consumidor encaminado hacia la excelencia, donde la calidad sea una constante. Compromiso con nuestros comerciantes, con su presente y futuro, con su capacitación y cualificación.

### Honestidad

Ofreciendo una información fluida y transparente. Aplicando el sentido común y la lógica a la operativa diaria.

### Responsabilidad

Responsables para con todos nuestros interlocutores y por todo lo que representamos. Responsabilidad ante el presente y futuro de nuestro sector. Exigentes y críticos con nosotros mismos, lo que nos ha permitido avanzar cada día en los más de 30 años de trayectoria de la CEC.

### Esfuerzo y Dedicación

En todos nuestros proyectos y para alcanzar todos los objetivos propuestos. Fundamentales en las tareas de informar, formar y representar al comercio de proximidad.

### Gestión del Talento e Innovación

Aprovechando y potenciando los recursos humanos disponibles. Apostando por la implementación de nuevas tecnologías para mejorar nuestra eficacia y eficiencia.

## Organigrama

### Una organización creada por y para los comerciantes

#### PRESIDENTE:

Manuel García-Izquierdo Parralo

#### VICEPRESIDENTES:

Pedro Campo Iglesias  
José María Seijas López  
Manuel Muñoz Macías  
Rodolfo Bernad Alaiz  
M<sup>a</sup> Rosa Eritja Casadella  
Isabel Cosme Rodríguez  
Luis Pacheco Torres  
Alberto Arranz Llorente  
Joan Estapé i Mir

#### SECRETARIO GENERAL:

José Guerrero Huesca

#### EQUIPO TÉCNICO:

**Secretaría General:**  
Manoly Hernández Esteban  
Elena Solórzano Martínez

#### Administración:

Begoña López González

#### Formación:

Beatriz Andrade Gil  
Esther Sánchez Ochovo

#### Comunicación:

Ainhoa García López  
Cristóbal Ripoll Santandreu

#### COMITÉ EJECUTIVO:

##### Andalucía:

Rafael Bados Moreno

##### Aragón:

Rodolfo Bernad Alaiz

##### Asturias:

Emilio Pérez Caicoya

##### Canarias:

Jesús Francisco Gómez Méndez

##### Cantabria:

Miguel Ángel Cuerno

##### Castilla y La Mancha:

Lorena Gutiérrez Franco

##### Castilla y León:

Juan Manuel Muñoz Macías

##### Cataluña:

M<sup>a</sup> Rosa Eritja Casadella

##### Extremadura:

José María Reino Amador

#### Galicia:

José María Seijas López

#### La Rioja:

Miguel Pascual Fernández

#### Madrid:

Luis Pacheco Torres

#### Murcia:

Pedro Fernández Duque

#### Navarra:

Jesús Lorenzo Morales

#### País Vasco:

Pedro Campo Iglesias

#### Valencia:

Isabel Cosme Rodríguez

#### ANDIMAC:

Antonio Ballester López

#### CEDECARNE:

Joan Estapé i Mir

#### FEDAFE:

Enrique Gil Fernández

#### ASENDIS:

Alberto Arranz Llorente

#### FECE:

José Prat Jiménez

## Organigrama aprobado en la Asamblea General de abril de 2016

### Junta directiva

GARCÍA NEBREA	VÍCTOR	AGRUPACION ESPAÑOLA DE VENDEDORES AL POR MENOR DE CARBURANTES Y COMBUSTIBLES	AEEVECAR
PIZARRO CRESPO	RAFAEL	AGRUPACION ESPAÑOLA DE VENDEDORES AL POR MENOR DE CARBURANTES Y COMBUSTIBLES	AEEVECAR
ARRANZ LLORENTE	ALBERTO	ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN	ASENDIS
SANCHO HERRERO	MARIANO	ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ENTIDADES DE DISTRIBUCIÓN	ASENDIS
LLISO MARTÍN	ALEJANDRO	ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FLORISTAS	AEFI
ZARZUELA GARRIDO	OLGA	ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FLORISTAS	AEFI
BALLESTER LÓPEZ	ANTONIO	ASOCIACION NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE CERÁMICA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ANDIMAC
MOLINERO REDIN	SEBASTIAN	ASOCIACION NACIONAL DE DISTRIBUIDORES DE CERÁMICA Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN	ANDIMAC
CAJUSO BARBAZÁN	VICENTE	CONFEDERACION BALEAR DE COMERCIO	CBC
COLL I FIOL	BERNAT	CONFEDERACION BALEAR DE COMERCIO	CBC
MARÍ NOGUERA	JOSÉ JAVIER	CONFEDERACION BALEAR DE COMERCIO	CBC
ALFARO MORENO	HILARIO	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
CORAZÓN MARTÍNEZ	FRANCISCO	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
GARCÍA SANZ	JUAN JOSÉ	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
GONZÁLEZ JIMÉNEZ	GUILLERMO	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
GONZÁLEZ PUENTE	GONZALO	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
HERNANZ DE ANTONIO	ROSA MARÍA	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
MARTÍN MANZANARES	JOSÉ MIGUEL	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
MÉNDEZ CORRAL	ÓSCAR	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
MUÑOZ BENITO	ANTONIO	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
PACHECO TORRES	LUIS	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
RODRÍGUEZ OCAÑA	ARMANDO	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
SÁNCHEZ DE ALARCOS	MARCELO	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
VALLEJO GARCÍA	JULIO	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
VEGA -PENICHER ARRARTE	EDUARDO	CONFEDERACIÓN COMERCIO DE MADRID	COCEM
CORCHERO SÁNCHEZ	RUTH	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO CASTILLA-LA MANCHA	CECAM
ESCRIBANO BLANCO	ÁNGEL	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO CASTILLA-LA MANCHA	CECAM
EVANGELIO SAIZ	PEDRO JOSÉ	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO CASTILLA-LA MANCHA	CECAM
GONZÁLEZ LAINA	ANTONIO	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO CASTILLA-LA MANCHA	CECAM
GUTIERREZ FRANCO	LORENA	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO CASTILLA-LA MANCHA	CECAM
GUTIÉRREZ FRANCO	MARÍA LORENA	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO CASTILLA-LA MANCHA	CECAM
MALDONADO MARTÍN	ALBERTO	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO CASTILLA-LA MANCHA	CECAM
MORAGA EXPÓSITO	JUAN MARIANO	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO CASTILLA-LA MANCHA	CECAM
PUEBLA COELLO	AGUSTÍN	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO CASTILLA-LA MANCHA	CECAM
CREU VIVAS	AGUSTINA	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
ALBARRAN NADAL	SERGI	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC

ALKHATIB BARADI	OSAMA	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
ARMENGOL AUGUETS	MARÍA ROSA	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
BASCOMPTE CORBELLA	JAUME	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
CALVO REGATERO	ORIO	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
CASTELLS CARRASCO	CÀNDID	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
CHACÓN SÁNCHEZ	PASCUAL	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
CREUS CATOT	RAMÓN	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
ERITJA CASADILLA	MARIA ROSA	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
ESCUDERO MAIRAL	MARIANO	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
FERRÚS ANDREU	MIGUEL	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
FIGUERAS SIMÓ	AGUSTÍ	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
FRAILE VILLAGRASA	MIGUEL ÁNGEL	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
MAROTO REBOLLO	EMILIANO	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
MARTÍNEZ SEUBA	JORDI	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
MÀS BEL	JAVIER	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
MILA ROSELL	FERNANDO	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
MORA I ESTEVE	FAUSTINO	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
SERRANO SALLERAS	ROSA MARÍA	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
TURÓN SÁNCHEZ	GUSTAVO	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
VILAPRINYO PARELLADA	JORDI	CONFEDERACIÓN DE COMERCIO DE CATALUNYA	CCC
BELTRÁN LÓPEZ	JOSÉ LUIS	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO VALENCIANO	CECOVAL
CARRION LLONGAS	JUAN	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO VALENCIANO	CECOVAL
COSME RODRÍGUEZ	ISABEL	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO VALENCIANO	CECOVAL
GIL ÁLVAREZ	JOSÉ ANDRÉS	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO VALENCIANO	CECOVAL
GUTIÉRREZ ALGUACIL	PEDRO	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO VALENCIANO	CECOVAL
LUENGO AGUILAR	TERESA	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO VALENCIANO	CECOVAL
RODRIGO CARRERAS	LIGIA	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO VALENCIANO	CECOVAL
TORRES GARCÍA	RAFAEL	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO VALENCIANO	CECOVAL
VAELLO CAMPOS	RAFAEL	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO VALENCIANO	CECOVAL
VICENTE MUÑOZ	BALTASAR	CONFEDERACION DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO VALENCIANO	CECOVAL
BALLARÍN DE LUIS	MARGARITA	"CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE COMERCIO DE ARAGÓN"	CEMCA
BENAJES LAFUENTE	SERGIO	"CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE COMERCIO DE ARAGÓN"	CEMCA
BERNAD ALAIZ	RODOLFO	"CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE COMERCIO DE ARAGÓN"	CEMCA
GRACIA FORCEN	IGNACIO	"CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE COMERCIO DE ARAGÓN"	CEMCA
PRADO LADOMEGA	JOSÉ JUAN	"CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE COMERCIO DE ARAGÓN"	CEMCA
PUEYO GONZÁLEZ	JOSÉ ANTONIO	"CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE COMERCIO DE ARAGÓN"	CEMCA
ALARCON LÓPEZ	ROSARIO	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
BADOS MORENO	RAFAEL	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
BEJARANO GONZÁLEZ	CARLOS	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
BENÍTEZ FERNÁNDEZ	ALMUDENA	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
BUSTAMANTE BUENDÍA	JUAN LORENZO	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
CALDENTEY RAYA	DANIEL	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
CASTILLO OLMO	MARÍA	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
CRUZ NIETO	ARTURO	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
DÍEZ VERGARA	JOSÉ IGNACIO	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
ESCÁMEZ MARTÍN	LUIS	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA

ESPINOSA HERRERA	LIDIA	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
GARCÍA CARRASCO	FERNANDO	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
GARCÍA- IZQUIERDO PARRALO	MANUEL	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
GARCÍA PÉREZ	BRUNO	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
GIL FERNÁNDEZ	ENRIQUE	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
GONZÁLEZ RODRÍGUEZ	TOMÁS	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
MÉNDEZ CABEZUDO	JAVIER	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
MORENO LHOMME	PEDRO	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
NÚÑEZ ARCOS	LUIS MANUEL	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
PARIENTE JIMÉNEZ	Mª JESÚS	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
PRIETO DOMÍNGUEZ	JOSÉ DOMINGO	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
RAYA COMAS	MIGUEL	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
ROMERO MATUTE	CARMEN	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
SAEZ MALPESA	FRANSCISCA	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
TEJUMAL DEL CAMPO	MÓNICA	CONFEDERACION EMPRESARIAL DE COMERCIO DE ANDALUCIA	CECA
ESTAPÉ I MIR	JOAN	CONFEDERACION ESPAÑOLA DE DETALLISTAS DE LA CARNE	CEDECARNE
MOYA AGUDO	JOSÉ	CONFEDERACION ESPAÑOLA DE DETALLISTAS DE LA CARNE	CEDECARNE
PÉREZ BONMATI	GUILLERMO	CONFEDERACION ESPAÑOLA DEL MUEBLE	CECOMU
SANZ CEZÓN	JAVIER	CONFEDERACION ESPAÑOLA DEL MUEBLE	CECOMU
DE PERALTA HURTADO	RAMÓN	CONFEDERACION EXTREMEÑA DE COMERCIO	CONFECO
GARRIDO VERA	JOSÉ ANTONIO	CONFEDERACION EXTREMEÑA DE COMERCIO	CONFECO
REINO AMADOR	JOSÉ MARÍA	CONFEDERACION EXTREMEÑA DE COMERCIO	CONFECO
GÓMEZ MÉNDEZ	JESÚS FCO.	C. PROVINCIAL DE EMPRESARIOS DE SANTA CRUZ DE TENERIFE	CEOE-TENERIFE
GONZÁLEZ NUÑEZ	ANTONIO LUIS	C. PROVINCIAL DE EMPRESARIOS DE SANTA CRUZ DE TENERIFE	CEOE-TENERIFE
MOUJIR HEGEIGE	ABBAS	C. PROVINCIAL DE EMPRESARIOS DE SANTA CRUZ DE TENERIFE	CEOE-TENERIFE
APARICIO JIMÉNEZ	SANTIAGO	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
CASADO DE PABLOS	JUAN FCO.	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
CHECA DOMÍNGUEZ	EMILIO	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
CRESPO ANDRÉS	BENJAMÍN	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
DEL HOYO GOMEZ	LUIS	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
DÍEZ GONZÁLEZ	ÁLVARO	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO



ESBEC HERNÁNDEZ	JOSÉ MARÍA	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
HERNÁNDEZ MATA	ÁNGEL	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
MARFULL ROBLEDO	JAVIER	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
MARTÍN MARTÍN	NIEVES	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
MARTÍNEZ PÉREZ	ALFREDO	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
MUÑOZ MACÍAS	JUAN MANUEL	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
SÁNCHEZ HERNÁNDEZ	ANDRÉS	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
SANZ MARTINEZ	Mª ROSARIO	CONFEDERACIÓN REGIONAL DE COMERCIO DE CASTILLA Y LEÓN	CONFERCO
ARAMBERRI ELIZBURU	ANA	CONFEDERACION VASCA DE COMERCIO	EUSKOMER
ASPURU ORIBE	JON ANDONI	CONFEDERACION VASCA DE COMERCIO	EUSKOMER
CAMPO IGLESIAS	PEDRO	CONFEDERACION VASCA DE COMERCIO	EUSKOMER
MARTÍNEZ POYO	JOSÉ RAMON	CONFEDERACION VASCA DE COMERCIO	EUSKOMER
MONASTERIO HERNÁNDEZ	ANTONIO	CONFEDERACION VASCA DE COMERCIO	EUSKOMER
PARRO GARCÍA	EDURNE	CONFEDERACION VASCA DE COMERCIO	EUSKOMER
RUIZ GUTIÉRREZ	JULIÁN	CONFEDERACION VASCA DE COMERCIO	EUSKOMER
VALMASEDA MOCOROA	MAITE	CONFEDERACION VASCA DE COMERCIO	EUSKOMER
CAYÓN CABALLERO	GONZALO	FED. COMERCIO CANTABRIA	COERCAN
CUERNO ESTÉBANEZ	MIGUEL ÁNGEL	FED. COMERCIO CANTABRIA	COERCAN
BLANCO CANGA	IGNACIO M	FEDERACION ASTURIANA DE COMERCIO	FAC
HUELGA FERNANDEZ	Mª MAGDALENA	FEDERACION ASTURIANA DE COMERCIO	FAC
PEREZ CAICOYA	EMILIO	FEDERACION ASTURIANA DE COMERCIO	FAC
AZCARATE EZPELETA	ISABEL	FEDERACION COMERCIOS NAVARRA	FCN
ROURA CALLS	JAUME	FEDERACION DE ASOCIACIONES DE CONCESIONARIOS DE AUTOMOCION	FACONAUTO
VIVES SOTO	BLAS	FEDERACION DE ASOCIACIONES DE CONCESIONARIOS DE AUTOMOCION	FACONAUTO
PASCUAL FERNÁNDEZ	MIGUEL	FEDERACION DE EMPRESARIOS DE COMERCIO DE LA RIOJA	FER
RUIZ BACAICOA	DAVID	FEDERACION DE EMPRESARIOS DE COMERCIO DE LA RIOJA	FER
ANDREO TUDELA	FRANCISCO	F. DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO DE LA REGION DE MURCIA	FECOM
DEL CAMPO GONZÁLEZ	JOSE JOAQUÍN	F. DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO DE LA REGION DE MURCIA	FECOM
FERNÁNDEZ DUQUE	PEDRO	F. DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO DE LA REGION DE MURCIA	FECOM
OÑATE BELTRÁN	JOSÉ	F. DE EMPRESARIOS DEL COMERCIO DE LA REGION DE MURCIA	FECOM
ROSADO ALCÁNTARA	PEDRO	FEDERACIÓN EMPRESARIAL CACEREÑA	FEC
FERNÁNDEZ GÓMEZ	MANUEL	FEDERACION ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE FERRETERIA	FEDAFE
GIL FERNÁNDEZ	ENRIQUE	FEDERACION ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE FERRETERIA	FEDAFE
PÉREZ DORAO	MARTA	FEDERACION ESPAÑOLA DE COMERCIANTES DE ELECTRODOMÉSTICOS	FECE
PRAT JIMÉNEZ	JOSÉ	FEDERACION ESPAÑOLA DE COMERCIANTES DE ELECTRODOMÉSTICOS	FECE
AGROMAYOR VÁZQUEZ	MIGUEL	FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO	FGC
BLANCO FERNÁNDEZ	FRANCISCO	FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO	FGC
FAJARDO FERNÁNDEZ	FRANCISCO	FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO	FGC
FERNÁNDEZ DÍAZ	LUIS SERAFÍN	FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO	FGC
FERNÁNDEZ DÍAZ	LUIS SERAFÍN	FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO	FGC
GARCÍA BRAGA	CARMEN MARÍA	FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO	FGC
GÓMEZ VILLAR	AURELIO	FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO	FGC
REIJA FERREIRO	MANUELA	FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO	FGC
SÁNCHEZ BERGANTIÑOS	JOSÉ	FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO	FGC
SEIJAS LÓPEZ	JOSÉ MARÍA	FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO	FGC
SEIJAS LÓPEZ	JOSÉ MARÍA	FEDERACIÓN GALLEGA DE COMERCIO	FGC



# Organizaciones Miembro

## ORGANIZACIONES TERRITORIALES

### ANDALUCÍA

#### Confederación Empresarial de Comercio de Andalucía (CECA)

Federación de Comercio de Málaga (FECOMA)  
 Federación Provincial de Comercio y Servicios de Sevilla (APROCOM)  
 Federación de Comercio de Almería (ASEMPAL)  
 Federación Provincial de Empresarios y Autónomos de Comercio de Granada  
 Federación Provincial de Comercio de Córdoba (Comercio Córdoba)  
 Federación de Comercio de Cádiz  
 Federación Empresarial Jiennense de Comercio y Servicios (Comercio Jaén)  
 Federación de Empresarios de Comercio de Huelva (CECA Comercio-Huelva)

### ARAGÓN

#### Confederación de Empresarios de Comercio de Aragón (CEMCA)

Federación de empresarios de comercio y servicios de Zaragoza y Provincia (ECOS)  
 Asociación Interempresarial Provincial de Comercio de Teruel  
 Federación de Empresarios de Comercio y Servicios de la provincia de Huesca (FECOS)

### ASTURIAS

#### Federación Asturiana de Comercio (FAC)

### BALEARES

#### Confederación Balear de Comercio (CBC)

### CANTABRIA

#### Federación del Comercio de Cantabria (COERCAN)

### CANARIAS

#### Confederación Provincial de Empresarios de Santa Cruz de Tenerife

### CASTILLA LA MANCHA

#### Confederación de Comercio de Castilla la Mancha (CECAM)

Federación de Comercio de Albacete (FEDA)  
 Asociación Provincial del Comercio de Cuenca  
 Federación de Asociaciones de Pymes y Autónomos del Comercio de la Provincia de Guadalajara (FEDECO GUADALAJARA)  
 Federación Empresarial Toledana (FEDETO)

### CASTILLA Y LEÓN

#### Confederación Empresarial Regional de Comercio de Castilla y León (CONFERCO)

Federación Abulense de Empresarios de Comercio (CONFAE)  
 Federación Leonesa de Empresarios (FELE)  
 Confederación Palentina de Organizaciones Empresariales (CPOE)  
 Federación de Empresarios de Comercio de Soria (FEC SORIA)  
 Agrupación Vallisoletana de Empresarios de Comercio (AVADECO)  
 Asociación Zamorana de Empresarios de Comercio (AZECO)  
 Federación de Empresarios de Comercio de Burgos (FEC BURGOS)  
 Asociación de Empresarios Salmantinos de Comercio (AESCO)  
 Agrupación de Comerciantes Segovianos (ACS)

### CATALUNYA

#### Confederació de Comerç de Catalunya (CCC)

Agrupament de Botiguers i Comerciants de Catalunya  
 Consell de Gremis de Comerç, Serveis i Turisme de Barcelona  
 Federació Provincial d'empresaris de Comerç de Lleida  
 Confederació d'empresaris de Comerç i de Serveis de les Comarques Tarragonines  
 Federació de Comerç de les Comarques Gironines  
 Confederació de Comerç de les Terres de l'Ebre  
 Associació de Mercats Municipals de Catalunya

### EXTREMADURA

#### Confederación Extremeña de Comercio (CONFECO)

Federación de Comercio, Servicios e Industria de la Provincia de Badajoz (FECOBABA)  
 Federación Empresarial Placentina (FEP)  
 Federación Empresarial Cacereña (FEC)

### GALICIA

#### Federación Galega de Comercio (FGC)

Federación de Entidades Empresariales de Comercio de la Provincia de A Coruña  
 Federación de Comercio de Lugo  
 Federación de Comercio de Ourense  
 Federación de Empresarios de Baixo Miño e Provincia de Pontevedra

*Una estructura vertebrada que nos permite conocer de primera mano la realidad y necesidades de nuestro comercio en cada comunidad autónoma, provincia y localidad*

### COMUNIDAD DE MADRID

#### Confederación de Comercio de la Comunidad de Madrid (COCEM)

### MURCIA

#### Federación de Empresarios de Comercio de la Región de Murcia (FECOM)

### NAVARRA

#### Federación de Comercios de Navarra (FCN)

### EUSKADI

#### Confederación Vasca de Comercio (EUSKOMER)

Confederación Empresarial de Comercio de Bizkaia (CECOBI)  
 Federación Mercantil de Gipuzkoa (FMG)  
 Federación Alavesa de Comercio y Servicios

### LA RIOJA

#### Federación de Empresarios de Comercio de La Rioja (FER)

### COMUNIDAD VALENCIANA

#### Confederación de Empresarios de comercio Valenciano (CECOVAL)



*El apoyo de las organizaciones miembro nos permite ejercer nuestra influencia frente a las Administraciones públicas*

## ORGANIZACIONES SECTORIALES

### FACONAUTO

Federación de Asociaciones de Concesionarios de la Automoción

### ANDIMAC

Asociación Nacional de Distribuidores de Cerámica y Materiales de la Construcción

### ASENDIS

Asociación Española de Entidades de Distribución

### FECE

Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos

### FEDAFE

Federación Española de Asociaciones de Ferretería

### AEFI

Asociación Española de Floristas

### CECOMU

Confederación Española de Comerciantes de Muebles

### CEDECARNE

Confederación Española de Detallistas de la Carne

### AEVECAR

Agrupación Española de Vendedores al por Menor de Combustibles y Carburantes

### CECOTEX

Confederación Española de Comercio Textil y Moda (Miembro adherido)

# EJES DE TRABAJO PRIORITARIOS 2016

Una organización cercana  
e innovadora, siempre al  
servicio de su sector

## EL COMERCIO EN LA AGENDA POLÍTICA E INSTITUCIONAL

El año 2016 ha supuesto la consolidación de la tendencia positiva que el comercio minorista inició en 2015, en tanto en cuanto ha mantenido la misma tasa de mejora interanual de las ventas (3,6%) y se ha producido un claro salto cualitativo en la creación de empleo (1,7% en 2016 frente a 1,1% en 2015).

Dicho esto, la **inestabilidad política** y la consecuente **zozobra social** han condicionado buena parte del año, **estancando la recuperación del comercio** y provocando un **desplome** en la **confianza** de los consumidores. Esta situación, sumada a la subida del IPC en los últimos meses del año (1,6% en diciembre), preocupa a un sector que sigue muy debilitado tras siete años de crisis económica.

En el 2016 también se ha demostrado, una vez más, que el comercio minorista es un pilar inquebrantable de la economía española, tanto por su contribución al PIB como por su contribución a de la creación del empleo. De hecho, el conjunto del comercio minorista cerró 2016 con 36.203 afiliados más a la Seguridad Social que en 2015 y se posicionó como la principal fuente de empleo estable del país.

Con todo ello, nuestro comercio ha hecho gala de su **gran dinamismo** y **capacidad de reacción**, siendo capaz de adaptarse a cualquier situación y de aprovechar las oportunidades que se le presentan. Valores que hemos trasladado de manera constante ante a la Administración pública y a los agentes sociales, con los que hemos trabajado en

aquellos temas que han seguido activos a lo largo del 2016.

En un año en el que se ha dado un fuerte bajón de la actividad del Gobierno, ha destacado la labor de nuestra Confederación con tal de evitar que el comercio cayese en una situación de desamparo normativo y legislativo. Por ello, hemos **redoblado nuestros esfuerzos** en todos los foros y canales de interlocución posibles, en los que hemos **reivindicado las demandas** de nuestras organizaciones y del comercio en general.

### Algunos hitos en esta labor

#### Digitalización de las pymes y brecha digital

2016 ha sido el año del **comercio electrónico**. De la irrupción de las campañas digitales y de la consolidación en nuestro país de empresas como Amazon. Un año

adaptarse a las nuevas tecnologías y resolver las necesidades del consumidor digital.

Es por ello que, desde la CEC, hemos puesto este tema en el **centro del debate institucional**, no solo con la celebración de numerosas reuniones y encuentros con profesionales y especialistas que nos han permitido conocer las nuevas herramientas y tendencias, sino muy especialmente con la Administración, a través de la Secretaría de Estado de Comercio, la Dirección General de Comercio Interior y Red.es, entre otros.

#### Propuestas en pro del comercio de proximidad

A mediados de 2016, en el marco de las Elecciones Generales, presentamos un compendio de propuestas prioritarias para el sector comercio, con **100 medidas estratégicas** que apostaban por un modelo competitivo de equilibrio comercial y de gestión público-privada del

100 PROPUESTAS DEL SECTOR COMERCIO  
ELECCIONES GENERALES EN ESPAÑA  
26 DE JUNIO DE 2016

EL COMERCIO COMO  
PRIORIDAD DE FUTURO

**Con motivo de las Elecciones Generales presentamos un compendio de 100 medidas para la mejora del sector comercio**

en el que el concepto de **omnicanalidad** invade el sector del retail, y en el que la **digitalización** y la consecuente superación de la **brecha digital** ya no son una opción, sino una obligación. En el que las pymes y autónomos de comercio deben

comercio/ciudad; por la superación de la brecha digital y la consolidación de un comercio innovador; por la cualificación profesional del sector; por la mejora del acceso al crédito bancario, entre otros temas. Este documento se entregó a los principales partidos políticos que se pre-

sentaron a las Elecciones Generales y, tras la formación de Gobierno estable a finales de año, esperamos que nuestras propuestas se apliquen en 2017.

Así mismo, la conformación del nuevo Ejecutivo nacional trajo consigo un importante cambio de interlocutores, con la marcha del secretario de Estado de Comercio, Jaime García-Legaz, a CESCE y su sustitución por María Luisa Poncela.

### Un sistema de Formación que no satisface las necesidades del sector

A finales de agosto el Boletín Oficial del Estado publicó el extracto de la Resolución de la convocatoria Estatal de 2016 para la ejecución de **planes de forma-**

**formativo del sector**, como por ejemplo la presencia de los agentes sociales en los organismos de diseño y de gobernanza de la formación en el empleo; que las empresas de menos de 100 trabajadores puedan agruparse para facilitar su acceso a la formación y las de menos de 50 trabajadores puedan acumular su crédito de formación durante dos años; o que las empresas de menos de 5 trabajadores queden exentas de la cofinanciación.

### Refuerzo al Plan de Comercio Seguro

A lo largo del año 2016 hemos mantenido una estrecha colaboración con la Dirección General de Policía en el marco del Plan de Seguro. En una interlocu-

### Rechazo del actual modelo de rebajas

Los defectos del modelo de rebajas liberalizadas que se aprobó en el año 2012 alcanzaron su máxima expresión a finales de 2016, con el **adelanto** de las rebajas a **plena campaña de Navidad**. Este cambio en las tendencias de consumo redujo la rentabilidad de las ventas navideñas y malogró la posterior campaña de rebajas de invierno, provocando un gran rechazo entre las pymes de comercio. Por ello, desde la CEC intensificamos nuestra oposición al actual modelo, exigiendo la **recuperación** de los **periodos de rebajas** marcados en el calendario.

Así mismo, se produjo una importante modificación del Real Decreto Ley que

## Su Majestad el Rey recibe al Comité de la CEC con motivo del 30 aniversario de la organización



**ción** dirigidos prioritariamente a trabajadores ocupados.

Se trata de la primera convocatoria supeditada a la 'Ley de Reforma del Sistema de Formación Profesional para el Empleo en el ámbito laboral', y en la que se impide que los agentes sociales puedan gestionar los fondos de formación o participar en el órgano colegiado que evalúa a los centros formativos. Un modelo ante el que hemos mostrado nuestro rechazo absoluto, ya que dificulta el cumplimiento de las necesidades de formación de nuestro sector.

Pese a esto, el texto de la Ley cuenta con algunas **modificaciones defendidas por la CEC** y que mejoran el **panorama**

de la formación, que es directa y fluida, hemos trasladado las propuestas e inquietudes del sector, asumidas muchas de ellas, y hemos conocido de primera mano los resultados de las acciones realizadas.

En este sentido, a finales de año acompañamos al ministro del Interior, Juan Ignacio Zoido, a la presentación de la campaña navideña de 'Comercio Seguro', consistente en el despliegue de un dispositivo especial a nivel nacional con el que prevenir la comisión de hurtos, timos, estafas, robos y otros delitos durante la Navidad.



regula las rebajas, con la anulación por parte del Tribunal Constitucional de los artículos que permitían la venta en rebajas de productos que no formasen parte del stock previo del comercio y de productos que recientemente hubiesen sido objeto de alguna promoción. La anulación de estos artículos dio cumplimiento a parte de las exigencias de nuestra organización, permitiendo que las rebajas recuperasen parte de su esencia.

### Consolidación del Black Friday entre las pymes de comercio

Por primera vez en nuestro país, el comercio de proximidad ha sido uno de los grandes **protagonistas** del Black Friday, campaña tradicionalmente acotada a las grandes superficies y al comercio electrónico. Con una participación media del 25%, nuestras pymes y autónomos de comercio han convertido un evento enfocado a la venta online en un acontecimiento a pie de calle, llenando los núcleos urbanos de actividades lúdicas y comerciales.

### Proyecto DIVA para la devolución del IVA

La Agencia Tributaria y la Secretaría de Estado de Comercio presentaron el Proyecto DIVA para la devolución del IVA a los turistas extra comunitarios. Un nuevo sistema que se implantará a mediados de 2017 y mediante el que se impulsará la digitalización del sellado de facturas para el retorno del IVA.

Nuestra organización manifestó su apoyo al Proyecto DIVA por los beneficios que reportará al pequeño y mediano comercio, como por ejemplo la mejora de la seguridad y la rapidez a la hora de gestionar la devolución del IVA. Además, remarkamos la necesidad de que se instruya a los comerciantes en el uso de esta herramienta, optimizando el proceso de manera que se reduzcan los plazos de devolución y se pueda reducir el importe de compra mínimo requerido.

### Reglamento europeo de protección de datos

**Eurocommerce**, organización de representación del sector comercio en la Unión Europea a la que pertenecemos, consiguió que el nuevo Reglamento General de Protección de Datos incluyese la mayor parte de las demandas del sector. De esta forma, el nuevo reglamento garantiza los intereses de los consumidores **sin imponer cargas innecesarias** a las empresas.

## Presencia institucional

Pese a la falta de Gobierno estable, hemos **consolidado la representatividad** del comercio en aquellos foros y órganos que la Administración Pública convocó durante el año 2016. Así mismo, hemos mantenido nuestra participación en numerosos **grupos de trabajo** con agentes sociales y entidades de representación empresarial de otros sectores, garantizando con ello nuestra visibilidad frente a la opinión pública y el acceso a **nuevas vías de diálogo** sobre temas de gran trascendencia para el comercio de proximidad. Paralelamente, hemos mantenido una intensa agenda de actos institucionales y reuniones de trabajo con, entre otras autoridades, el **Rey Felipe VI**; el **ministro del Interior**, Juan Ignacio Zoido; el **ex secretario de Estado de Comercio**, Jaime García-Legaz; la actual **secretaria de Estado de Comercio**, María Luisa Poncela; la **presidenta del Govern balear**, Francina Armengol; y el **presidente de la junta de Extremadura**, Guillermo Fernández.



Además de los temas de actualidad que hemos tratado con la Administración Pública en representación de nuestros comerciantes, existen una serie de foros estables de **debate** y de **acción institucional** en los que hemos mantenido nuestra labor de garantes de los intereses del pequeño y mediano comercio.

### Observatorio de la distribución comercial

Agrupa al conjunto de Administraciones competentes (central, autonómica y local), a expertos en el ámbito del comercio interior y de la distribución comercial, y a representantes de las principales entidades e instituciones del sector.

### Comisión paritaria sectorial de comercio

Gestionada por la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo, donde trabajamos con el fin de fortalecer la profesionalidad de los trabajadores y aumentar la competitividad de las empresas a través de la formación profesional. Entre otras funciones, la Comisión establece los criterios de orientación y las prioridades de la oferta de formación en nuestro sector y participa en la realización de estudios sectoriales.

## La representatividad de la CEC garantiza la visibilidad del comercio de proximidad

### Observatorio de pago con tarjeta electrónica

Trabajando junto al Ministerio de Economía y Competitividad para el fomento de la tarjeta electrónica como medio de pago y para la reducción de las tasas que soportan nuestros comerciantes por el uso de la tarjeta.

### Observatorio para la migración a SEPA - Banco de España

Mantenemos nuestra presencia en este foro en el que colaboramos junto a entidades financieras y administraciones con el fin de impulsar la migración al sistema único de pago en euros.

**Se ha llevado a cabo un intenso trabajo de estudio y mejora de los temas que afectan al sector**

o el Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista, no vieron la luz durante el 2016, mientras que la negociación de temas como por ejemplo el modelo de rebajas quedaron estancados.

Pese a esta situación, nuestra Organización, y en especial el departamento de Secretaría General, llevaron a cabo una **intensa actividad** en la que destacó el seguimiento diario del Boletín

Oficial del Estado y de los boletines de las Cortes Generales; el estudio y análisis de proyectos normativos que afectasen nuestro sector; y la creación, argumentación y redacción de enmiendas, muchas de las cuales fueron asumidas en los textos finales.

Respecto al **Acuerdo Marco de Comercio (AMAC)**, a comienzos del 2016 los integrantes del Observatorio de Negociación Colectiva fijaron un **periodo de reflexión** en el que evaluar lo avanzado durante el 2015. A partir del mes de abril, las organizaciones empresariales y sindicales iniciaron un amplio análisis sobre el conjunto de materias a desarrollar.

Desde entonces se mantuvieron a buen ritmo **reuniones plenarias y técnicas**, avanzando fundamentalmente en cuatro

### Acuerdo Marco para el Comercio (AMAC)

Con un intenso trabajo de diálogo y negociación que ha permitido adelantar cuestiones clave para el sector y preparar el futuro II AMAC.

### Comisión de Comercio de Cámara España

Órgano de temática sectorial coordinado por nuestro presidente, Manuel García-Izquierdo, y presidido por Dimas Gimeno.

### Comisión de seguimiento del Plan Turismo de Compras

Bajo la coordinación de la Secretaría de Estado de Turismo, nuestra Confederación ha sido invitada a asistir a las últimas reuniones celebradas en 2016.

### Participación en la actividad normativa

La presencia de un Ejecutivo en funciones durante casi todo el año 2016 supuso una drástica caída tanto de la actividad legislativa como del desarrollo de proyectos y medidas sobre comercio de proximidad. Proyectos que se actualizaban cada año, como pueden ser los Premios Nacionales de Comercio Interior



**A fin de facilitar la consecución del II AMAC, las partes acordaron prorrogar el I AMAC hasta junio de 2017**

## IMPULSAMOS EL DIÁLOGO SOCIAL. SE PRORROGA LA VIGENCIA DEL ACUERDO MARCO DE COMERCIO (AMAC)

La **negociación colectiva** en el sector del comercio siguió pivotando, un año más, en los convenios sectoriales, provinciales, regionales y/o autonómicos. Por el contrario, la negociación de **convenios de empresa** fue, dado el número de trabajadores implicados, meramente testimonial.

En este sentido, la clarificación judicial respecto al alcance de ciertas materias introducidas en la **Reforma Laboral de 2012** facilitó el desbloqueo de algunos convenios y permitió avanzar en procesos de ámbito autonómico o provincial, como por ejemplo el convenio de supermercados de Cataluña o la unificación de convenios de Jaén.

materias: igualdad y gestión de la diversidad, responsabilidad social empresarial, disposiciones mínimas en seguridad y salud en el trabajo, y régimen de faltas y sanciones.

Dada la novedad de algunas de las propuestas presentadas, las partes acordaron formalmente la **prórroga del I AMAC** hasta el 30 de junio de 2017, quedando pendiente el posible acuerdo sobre los contenidos de las cuatro materias citadas y la discusión sobre los capítulos de clasificación profesional, empleo y estructura de la negociación colectiva en el sector.

## COMPROMETIDOS CON LA FORMACIÓN PROFESIONAL

El comercio, al igual que el resto de sectores económicos del país, se encuentra inmerso en un intenso proceso de transformación, adaptándose a los nuevos hábitos y necesidades de los consumidores. Un proceso en el que la **formación permanente**, la **mejora de las competencias** y el **reconocimiento de la experiencia profesional** son valores fundamentales de los que depende la competitividad de nuestros comercios.

Es por ello que, desde su constitución, la Confederación Española de Comercio viene colaborando con la Administración Pública y, particularmente, con el Servicio Público de Empleo, para dar respuesta a las **necesidades formativas** de las empresas del comercio de proximidad.

En este sentido, en 2016 nuestra organización ha hecho especial énfasis en aquellas líneas y planes que se enfocasen en las principales carencias formativas del sector, como por ejemplo la asimilación y correcto uso de las tecnologías emergentes o la cualificación profesional de los jóvenes.

Con estos objetivos, el departamento de formación ha trabajado en 2016 en los siguientes proyectos:

### Proyecto de Garantía Juvenil

En 2016 hemos comenzado a ejecutar el Plan de Formación con número de expediente F150423AA, otorgado por el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) con cargo al ejercicio presupuestario de 2015.

Este Plan contempla una batería de acciones y cursos mediante los que mejorar la **empleabilidad**, la **cualificación** y la **inserción profesional** de los jóvenes inscritos en el Fichero Nacional de Garantía Juvenil. Más concretamente, los participantes serán jóvenes adheridos al Fichero y que deseen mejorar sus competencias profesionales y aumentar sus posibilidades de inserción en el mercado de trabajo.

Gracias a este Plan (cuyo plazo de ejecución ha sido ampliado por el SEPE



hasta el 31 de mayo de 2017), la CEC y las entidades colaboradoras formarán a un total de 218 alumnos en modalidad presencial, impartiendo los siguientes certificados de profesionalidad:

- Gestión comercial de ventas.
- Actividades administrativas en relación con el cliente.
- Actividades de venta.
- Marketing y compraventa internacional.

Los certificados de profesionalidad llevarán asociado un módulo de formación práctica en empresas de entre 80 y 120 horas. Así mismo, los cursos se llevarán a cabo en aulas acreditadas en Madrid, Zaragoza, Lugo, Vizcaya y Sevilla.

**La formación de calidad resulta indispensable a la hora de garantizar la competitividad del comercio nacional**

## Formación Dual en el comercio

### Un modelo clave para el sector

La Formación Profesional Dual es una alternativa reconocida internacionalmente para la formación de profesionales. Su característica más importante es la **participación** de las empresas en el **desarrollo laboral** de los **jóvenes**, de tal modo que la formación se divide en dos áreas de aprendizaje, el aula y la empresa.

En este modelo metodológico la temática del aula y la formación en la empresa se alternan sistemáticamente, garantizando la adquisición de conocimientos prácticos por parte de los alumnos y

## Alianza para la FP Dual

ofreciendo a las empresas profesionales que se ajustan a sus necesidades y les ayudan a **innovar** y a **reinventarse**.

En un plano teórico, los beneficios de la formación dual se concretan en los siguientes impactos:

- Mejor preparación, mejor desarrollo profesional y mejor sociabilización en la empresa.
- Mayor posibilidad de acceso al trabajo y de prorrogar la duración de la experiencia laboral.
- Mayor autonomía de los alumnos gracias a un contacto temprano con el mundo laboral.
- Mayores ventajas para las empresas, las cuales tienen acceso a profesionales preparados.

## Apuesta por la Formación Dual

En nuestro compromiso por la implantación de la Formación Dual en el sector comercio, en 2016 nos hemos unido a la Alianza para la Formación Profesional Dual, una red estatal de empresas, centros y organizaciones comprometidas con la formación de calidad en España. Esta Alianza ha sido impulsada por la Fundación Bertelsmann, la CEOE y la Cámara de Comercio de España, y nuestra integración en la misma nos permitirá desarrollar **planes de Formación Dual** que se ajusten a las **necesidades concretas del comercio** de proximidad.



## Estrategia de emprendimiento y empleo joven

La Confederación Española de Comercio, animada a colaborar en la reducción de la tasa de desempleo entre los jóvenes, forma parte de la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven, iniciativa del Ministerio de Empleo y Seguridad Social.

Por ello, la Dirección General del Trabajo Autónomo, de la Economía Social y de la Responsabilidad Social de las Empresas resolvió concedernos el sello de "Entidad Adherida a la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016" en reconocimiento a nuestra **contribución** en favor del **empleo joven**.

## Certificado de Calidad ISO

La ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de la calidad con los que una empresa debe contar a fin de gestionar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Las administraciones se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación, pues supone una **garantía** de que la empresa seleccionada dispone de un **buen sistema de gestión de calidad**.

Nuestra Confederación es poseedora de la ISO:9001 desde el año 2008. Así mismo, en el año 2016 hemos obtenido la certificación 'UNE-EN ISO 9001:2008 para la gestión y ejecución de proyectos y planes formativos: formación continua y formación ocupacional'.

## Certificados de profesionalidad

Los Certificados de Profesionalidad son un título oficial que emite el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE), válido en todo el territorio estatal y que acredita al trabajador en una cualificación profesional incluida dentro del Catálogo Nacional de las Cualificaciones Profesionales.

## AL SERVICIO DE NUESTRAS ENTIDADES MIEMBRO

Este último año hemos profundizado en nuestro afán por ofrecer a las organizaciones miembro una estructura **transparente, eficaz y útil** que les permita plasmar sus inquietudes y reivindicaciones.

Para ello, hemos **maximizado la comunicación** interna sobre todos aquellos asuntos técnicos, normativos, jurídicos y de actualidad que pudieran resultar de interés; aumentando entre un 25% y un 50% la difusión de circulares, mails informativos y boletines.

También se ha reforzado la **agenda de encuentros y la actividad conjunta** con organizaciones miembro, lo que se ha traducido en un apoyo directo a las demandas, reivindicaciones y proyectos de nuestros asociados. En este sentido, a lo largo del 2016 nuestros presidente y vicepresidentes se han trasladado y han

## Agencia de colocación

La Confederación Española de Comercio, sensible a la situación actual del mercado laboral español y conocedora del **papel clave** que tiene el comercio urbano y de proximidad en la **generación** de empleo, cuenta en su página web con una **agencia virtual de colocación** en la que se ofrece un servicio integral de atención, orientación, asesoramiento, información y cualificación profesional. Este proyecto se incorpora dentro del concepto global de **'carrera profesional'**, entendida esta como el proceso permanente y continuo de mejora de las capacidades, habilidades y competencias del trabajador.



**Certificados en la modalidad de teleformación para los que hemos sido acreditados:**

- Actividades Auxiliares de Comercio
- Actividades de Venta
- Gestión Comercial de Ventas
- Actividades Auxiliares de Almacén
- Creación y Gestión de Micro Empresas



trabajado junto a, por ejemplo, la CBC en Illes Balears, CEMCA en Aragón o CECA en Andalucía.

Además, desde la CEC se han apoyado y visibilizado aquellos proyectos que, provenientes de alguna de las organizaciones miembro, fuesen de interés para el conjunto de la organización y del sector. Por ejemplo, la reivindicación de la **CBC** sobre un modelo comercial equilibrado y sostenible; las jornadas sobre reciclaje de envases de **CEMCA** y **CECA**; la jornada de innovación comercial 'Disruption Show' de **COCEM**; la campaña de descuentos 'Bono Denda' de **CECOBI**; las acciones informativas sobre eficiencia energética y de ahorro de agua de **FECE**; la creación por parte de **FEDECARNE** de la plataforma de formación online 'Educarne'; la colaboración de

**COERCAN** en la tarjeta de fidelización 'Santander Smart Citizen'; la campaña publicitaria de **CECOMU** para la renovación de muebles '¡Qué Cambio!'; o las reivindicaciones de **CECOVAL** en materia de horarios comerciales o de regulación de las rebajas.

Por último, en el boletín interno '**CEC Informa**' se ha mantenido el espacio dedicado a las buenas prácticas de nuestras organizaciones, fomentando así la difusión y el reconocimiento de aquellas iniciativas comerciales que aportan experiencias únicas y singulares, ideas innovadoras o acciones que, en definitiva, **engrandecen** y **prestigian** la labor de nuestra Confederación.

# ABORDAMOS RETOS INMINENTES PARA EL COMERCIO

En los últimos años hemos reforzado el desarrollo de aquellas acciones que nos permitan resolver los **grandes retos** que nuestro comercio debe afrontar en el actual panorama sociopolítico. Un escenario definido por la irrupción de las **nuevas tecnologías**, la **globalización del mercado** y la consolidación de un nuevo perfil de **consumidor digital**, sumamente informado y crítico. En este sentido, durante el 2016 nos hemos centrado en el refuerzo de la competitividad de nuestras empresas y en su adaptación a las nuevas demandas de los consumidores.

**zas y herramientas** con las que reducir la brecha digital en la que se encuentra parte del sector.

En este contexto, hemos **promovido la digitalización** del comercio en todos los escenarios posibles, desarrollado una extensa agenda de trabajo junto a la Secretaría de Estado de Comercio, la Dirección General de Comercio Interior, la entidad pública empresarial Red.es y la Cámara de Comercio de España, entre otros.

Así mismo, se ha mantenido abierta la habitual vía de diálogo con el Grupo de Trabajo de Innovación en el Comercio, de la Dirección General de Comercio, en el que participamos junto con otros interlocutores del ámbito de las TIC.

A pesar de los avances alcanzados, el comercio minorista sigue situándose como uno de los sectores más atrasados en el uso de las nuevas tecnologías, mostrando serias carencias en la incorporación de TIC básicas. Por ello, en 2017 nuestra organización intensificará sus esfuerzos en materia digitalización, lo que nos permitirá **abanderar la transformación** que nuestro comercio debe llevar a cabo.

## Brecha digital en el comercio

En 2016 finalizó la actividad de la Fundación para el Desarrollo Infotecnológico de Empresas y Sociedad (FUNDETEC). Una entidad clave por lo que se refiere al desarrollo de la 'Sociedad de la Información' y la implantación de las TIC, y que durante los últimos años colaboró con nuestra organización a fin de desarrollar los estudios anuales 'Informe e-Pyme'.

Tras la disolución de FUNDETEC, la CEC ha **redoblado** sus **esfuerzos** en materia de digitalización, creando **nuevas alian-**

## Defensa del modelo Comercio/Ciudad

También hemos defendido, a todos los niveles y ante todos los interlocutores posibles, las **virtudes del modelo de comercio urbano y de proximidad** que la CEC representa. Un comercio que destaca frente a otros formatos comer-

ciales por ser un vecino más, por crear empleo de calidad, por no destruir territorio y por reinvertir la riqueza que genera en la región en la que se ubica.

En paralelo, hemos compartido nuestras inquietudes con diferentes profesionales y especialistas para conocer de primera mano las tendencias y **nuevas herramientas** con los que solventar los retos que afronta la tienda física. Así, se han creado **nuevos espacios de análisis y de reflexión** que acercan, tanto a nuestras organizaciones como a los comerciantes en general, posibles soluciones a retos inminentes y casos de éxito.

Fruto del diálogo con los agentes sociales, en 2016 ha destacado la firma de un acuerdo marco con la Cámara de Comercio de España con el que se pretende dinamizar el **comercio urbano**, potenciar el **turismo de compras** y situar la **venta online** como canal complementario a la venta presencial.

Finalmente, en el contexto de las elecciones generales de España de junio de 2016, elaboramos el informe 'El comercio como prioridad de futuro, sumando esfuerzos para construir realidades'. Este documento, que hicimos llegar a todas las formaciones políticas que participaron en las elecciones, presentaba **100 propuestas** con las que mejorar la situación del comercio de proximidad. Algunas de las medidas más destacadas del documento, y que esperamos que se implanten en 2017, son: establecimiento de un modelo competitivo de equilibrio comercial entre formatos; revisión y actualización de la legislación comercial; impulsar la innovación, las nuevas tecnologías y el comercio electrónico; incidir en la formación y cualificación profesio-

nal del sector; y mejorar los medios de pago.

## Reivindicando los derechos del sector

Apostando siempre por el imprescindible **diálogo** y **consenso**, hemos defendido los intereses del comercio de proximidad en aquellas cuestiones que podían perjudicar su bienestar, estabilidad o imagen.

Por citar algunos ejemplos, reclamamos la implantación de un modelo de rebajas que se adecuase a las necesidades reales de comerciantes y consumidores, frenamos la imposición de un nuevo límite de 1.000 euros para las compras en efectivo, denunciamos e hicimos retirar un vídeo electoral en el que se denigraba la figura del pequeño comerciante y nos opusimos a una posible subida del IVA.

## Consolidación de Madrid Retail Congress

Bajo el lema '**EN-TIEND@ EL FUTURO**', la segunda edición del evento organizado por CEC, COCEM y EYE se posicionó como el **principal punto de encuentro de comercio español**, reuniendo a más de 2.000 profesionales y empresarios (presencialmente y vía streaming).

Madrid Retail Congress se dividió en dos **jornadas sumamente intensas**, en las que los asistentes pudieron descubrir, de la mano de ponentes de reconocido prestigio, los cambios que se están introduciendo en el sector y las herramientas con las que superar los retos del siglo XXI. Entre los temas que acogió el congreso, destacó el concepto de la **omnicanalidad** y su potencial para que las pymes superen la brecha digital y apro-

vechen las sinergias entre la venta física y la venta online.

En el programa de Madrid Retail Congress destacó una batería de nuevas actividades que complementaron el tradicional ciclo de conferencias y talleres: Varias acciones de 'networking' y de 'afterwork', una zona de expositores y una visita guiada por los escaparates más representativos del barrio madrileño de Salamanca.

Así mismo, el congreso contó con un amplio respaldo tanto institucional como del sector privado: 52 importantes entidades y empresas directa o indirectamente relacionadas con el retail apoyaron, participaron y/o patrocinaron el evento; sumándose así al apoyo del Gobierno de España, la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid y la Casa Real.

## Jornadas de comercio autonómico

Fruto de la **estrecha colaboración** con nuestras organizaciones miembro, en 2016 coordinamos varias jornadas en las que se abordaron temas de gran relevancia para el sector.

### Illes Balears

Bajo el título "Estrategias de futuro para el comercio de proximidad de les Illes Balears"; CEC, CBC y el Govern balear organizamos un evento dirigido al empresariado de las islas, y en el que se presentaron las **últimas tendencias del sector**, tanto a nivel autonómico como nacional.

*La estrecha colaboración con nuestra organizaciones miembro nos ha permitido participar y organizar numerosos actos dedicados al comercio autonómico y local*



Entre otros temas, los asistentes a la jornada analizaron la situación y la idiosincrasia del comercio balear, los nuevos hábitos del consumidor y del turismo de compras, la redefinición de las áreas comerciales urbanas y la situación de las micopymes. El evento también contó con una mesa redonda en la que participaron altos cargos de la Administración autonómica.

### Andalucía y Aragón

De la mano de la organización medioambiental sin ánimo de lucro Ecoembes y de nuestras organizaciones miembro de Aragón (CEMCA) y Andalucía (CECA), organizamos dos **almuerzos de trabajo** con empresarios y representantes de la Administración local.

En estos encuentros se debatió el actual sistema de reciclado en establecimientos y su posible sustitución por el sistema de depósito, devolución y retorno de envases (SDRR). Para ello, se presentaron y se analizaron distintos puntos de vista sobre la **gestión eficiente de los residuos y el papel de los comerciantes** como actores implicados en este proceso.

A modo de conclusión, tanto en Andalucía como en Aragón se destacaron las virtudes y buenos resultados del sistema vigente, a la par que se rechazó la implantación del SDRR por los costes que puede representar para el pequeño comercio.

### Otras actividades

En el marco del diálogo con los agentes sociales, en 2016 acudimos como invitados a numerosos actos organizados por otras entidades de representación empresarial, como por ejemplo la presentación de la nueva asociación de comerciantes de Navarra o las jornadas del sector de la distribución de CAEA. Además, colaboramos en distintas ferias y congresos, lo que nos permitió ofrecer a nuestros asociados descuentos en eventos como Futurizz o el Mobile Commerce Congress.



**Hemos guiado la agenda de encuentros y la actividad conjunta de nuestras organizaciones miembro, dando apoyo a sus demandas**

## ACTIVIDAD INTERNA

### Órganos de Gobierno

A lo largo de 2016 los Órganos de Gobierno de nuestra Confederación celebraron una serie de reuniones en las que se fijaron el posicionamiento y las actuaciones de la CEC. Más concretamente, se llevaron a cabo cinco reuniones del **Comité Ejecutivo**, cuatro **Juntas Directivas** y una **Asamblea General**.

### Asistencia técnica

En **nuestro papel de garantes** del correcto desarrollo y efectividad de las organizaciones miembro, hemos prestado **apoyo técnico e informativo** a todas las asociaciones que así lo han requerido. Además, hemos reforzado la comunicación interna sobre aquellos **proyectos normativos** que, impulsados desde las Administraciones públicas de ámbito

nacional o local, pudiesen condicionar el futuro de nuestro sector. En este sentido, hemos coordinado las actuaciones de las organizaciones miembro, presentando **alegaciones y/o planteamientos** en los que se clarificaba de forma inequívoca el posicionamiento del comercio de proximidad.

Así mismo, se ha informado regularmente sobre cualquier actividad relevante que llevasen a cabo las organizaciones empresariales **CEOE, CEPYME y EUROCOMMERCE** (de las que CEC es miembro de pleno derecho); así como de los actos, encuentros y publicaciones de interés para nuestro sector.

Para ello, se han empleado los soportes y canales internos habituales, como son las **54 circulares informativas** y las más de **150 comunicaciones** que se han enviado vía email, además de los cinco boletines '**CEC Informa**' que se publicaron.

Finalmente, se ha reforzado la coordina-

ción y la colaboración entre las distintas organizaciones que integran la CEC, fomentando así **las sinergias y la cohesión** entre los comerciantes de distintas regiones y sectores.

### Diálogo con los agentes sociales

Hemos mantenido una relación fluida y permanente tanto con **CEOE** y **CEPYME**, como con las principales **organizaciones sectoriales** y los representantes de **otros formatos comerciales**, como por ejemplo la asociación del gran comercio ANGED.

Fruto de este diálogo, hemos participado en los grupos de trabajo y los temas más relevantes para el sector, como pueden ser la negociación de los convenios colectivos, el desarrollo de guías empresariales o la alianza estratégica en temas que afectasen los intereses del sector en su conjunto.

### Trabajo con las organizaciones miembro

En 2016 hemos guiado la **agenda de encuentros** y la **actividad conjunta** de nuestras organizaciones miembro, dando apoyo a las **demandas** trasladadas por éstas. Así mismo, desde la CEC se ha apoyado y visibilizado todos aquellos **proyectos del comercio** de interés para el conjunto de la organización y del sector.

*Encontrarás más información al respecto en el eje de trabajo 'Al servicio de nuestras entidades miembro'.*

### Digitalización de pymes y autónomos

En el marco de nuestra Asamblea General, organizamos la presentación del 'Programa de Fomento de la demanda de soluciones de computación en la nube para pequeñas y medianas empresas'. Este proyecto, dirigido por la entidad pública empresarial Red.es, facilita el acceso de las pymes y autónomos a un amplio catálogo de **soluciones empresariales** vinculadas con la **digitalización**.

**Fomentamos la digitalización del sector**

**Prestamos apoyo técnico e informativo a todas las organizaciones que lo han requerido. Así mismo, hemos dado a conocer las acciones y campañas más destacadas de nuestro tejido comercial**



**Contamos con varias comisiones temáticas mediante las que abordamos los retos específicos del comercio**

## Promovemos la Prevención de Riesgos Laborales

La Confederación Española de Comercio, con la financiación de la Fundación para la **Prevención de Riesgos Laborales**, ha llevado a cabo el estudio 'Análisis de los Riesgos Psicosociales en el Sector del Comercio al por Mayor, propuestas de Mejora'. Así mismo, se han elaborado una serie de manuales sobre los puntos más destacado del estudio.

Con estos documentos, disponibles en nuestra web, hemos buscado ofrecer al comercio al por mayor el asesoramiento y las herramientas necesarias para mejorar su actividad empresarial en el ámbito de la Prevención de Riesgos Laborales. Todo ello dirigido a fomentar la aplicación de **medidas preventivas** en el ámbito laboral y la consecuente reducción de accidentes y enfermedades.

El contenido del estudio y de los manuales se ha centrado fundamentalmente en el **cumplimiento** de la **normativa preventiva** por parte de las pymes de comercio mayorista, la **asistencia técnica** en temas de seguridad laboral y la **orientación personalizada** sobre la gestión de la prevención.

De esta forma, la CEC mantiene su **compromiso** por la '**actitud preventiva**', entendida esta como la puesta en práctica de hábitos saludables que mejoren la calidad de vida y el clima laboral; lo que, a su vez, reduce costes empresariales, mejora la fidelización del trabajador y evita posibles sanciones.

## Comisiones de trabajo

Con el objetivo de avanzar en el desarrollo de aquellos temas de especial interés para el comercio de proximidad, en 2016 hemos mantenido la siguiente estructura de comisiones de trabajo:

- Comisión de Disciplina
- Comisión de Control Presupuestario y Financiero
- Comisión Seguimiento Plan Estratégico
- Comisión de Relaciones Laborales
- Comisión de Responsabilidad Social Empresarial
- Comisión de acuerdos de colaboración con terceros

Comisión de Nuevas Tecnologías e innovación

Comisión Energía, Medio Ambiente y Sostenibilidad

Comisión de Formación

Comisión de Alimentación

Comisión de Legislación

Comisión de Comercio Ciudad

Comisión de Seguridad



## CONVENIOS

Mantenemos una estrecha y permanente colaboración con las **Administraciones públicas**, destacando la relación con la **Dirección General de Comercio Interior del Ministerio de Economía y Competitividad**; que a su vez se desarrolla a través de un convenio de colaboración en el que se desarrollan medidas en distintos ámbitos (innovación, nuevas tecnologías, comercio/ ciudad, medios de pago, etc.) que redundan en el beneficio del sector y, en especial, de nuestros autónomos y pymes de comercio.

Además, disponemos de un convenio con el **Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente**, mediante el que llevamos a cabo acciones encaminadas al desarrollo del sector agroalimentario.

En el año 2016 renovamos el convenio con el **Instituto de Crédito Oficial** que nos reconoce como 'agente colaborador' de la entidad, todo ello encaminado a favorecer la agilidad y difusión de las líneas de crédito y de financiación que se encuentren activas.

En 2016 firmamos un acuerdo de cola-

boración con la **Cámara de Comercio de España** con el fin de mejorar la competitividad del sector, mediante la promoción de actuaciones de dinamización del comercio urbano, la potenciación del turismo de compras y la reducción de la brecha digital en el sector. En este mismo año, nos adherimos a la **Alianza para la Formación Profesional Dual**, cuyo principal objetivo es la mejora de la empleabilidad de los jóvenes y que las empresas puedan obtener profesionales con una formación ajustada a sus necesidades reales.

Mantenemos nuestra colaboración con **Grupo Femxa** para la mejora de la formación de los comerciantes; con ANDEMA (Asociación Nacional para la Defensa de la Marca) por lo que se refiere a la lucha contra la falsificación de productos; con **ECOEMBES** en temas medioambientales; con la **Agencia de Residuos de Cataluña** para el "**pacto por la bolsa**"; y con la **Plataforma por la Sostenibilidad de los Envases** para sensibilizar a la sociedad sobre el ciclo de vida de los envases y embalajes, así como sobre su contribución social y económica.

Mantenemos un convenio de colaboración con **MERCASA** para facilitar asis-

**Nuestra cartera de convenios refuerza la estabilidad y la competitividad del comercio**

tencia técnica, servicios y herramientas a las organizaciones y comerciantes de la cadena de la distribución de alimentación fresca.

De igual modo, contamos con el apoyo de **Banco Santander**, entidad con la que hemos renovado e impulsado nuestra colaboración, manteniendo un completo programa de apoyo al comercio de proximidad que incluye una línea de financiación dotada con 1.000 millones de euros; y con **BBVA** y **Banco Sabadell**, entidades que ofrecen condiciones de financiación ventajosas a nuestros socios y que nos apoyan en el desarrollo de iniciativas vinculadas con el pequeño y mediano comercio. Por último, somos colaboradores **VODAFONE**, lo que nos permite disponer de ofertas especiales para nuestros asociados.





# COMUNICACIÓN

En 2016 hemos redefinido el **modelo de comunicación** de la CEC, aplicando nuevos protocolos con los que maximizar la difusión de las acciones emprendidas y el contacto con nuestro público; ya sea mediante los medios de comunicación, desde nuestra web corporativa y perfiles en redes sociales o directamente con las organizaciones miembro vía correo electrónico.

Estos cambios en el paradigma comunicativo de la CEC nos han permitido ser

una organización más **reactiva y cercana** ante la opinión pública, a la que hemos trasladado los grandes valores del comercio de proximidad. Paralelamente, el refuerzo en la comunicación nos ha garantizado **un papel predominante** en las noticias que directa o indirectamente afectasen al sector comercio.

Todo ello se ha traducido en una importante revaloración de nuestra comunicación.

**Mejoramos el volumen de apariciones en prensa escrita y medios digitales**

## Ejes de trabajo



### Atención a medios

Se ha reforzado la relación con los medios de comunicación, atendiendo a todas y cada una de las peticiones hechas por los periodistas; ya fuesen de ámbito nacional, internacional o regional, especializados o digitales. Para ello, se han racionalizado y minimizado los tiempos de respuesta y se ha modificado el estilo de las notas y comunicaciones. Esto nos ha permitido favorecer el trabajo de los periodistas, lo que a su vez ha supuesto una mejora de la relación con los medios y un aumento de nuestra cuota mediática en un año en el que la falta de Gobierno estable redujo el volumen de noticias dedicadas a comercio.



### Página web

A finales de 2016 llevamos a cabo una profunda remodelación de la página web; simplificando la estructura, reforzando las secciones principales, mejorando el diseño y aspecto visual y corrigiendo una serie de errores de índole técnica. Mediante esta transformación, hemos obtenido una web más atractiva y funcional sin que nos haya supuesto coste alguno. Así mismo, la mejora de la web ha supuesto una notable revaloración de la misma: En el último trimestre de 2016 las visitas y número de usuarios aumentaron un 115% y un 151% respecto al mismo periodo de 2015.



### Internet

Nuestra presencia en la Red ha tomado un gran impulso durante el 2016, gracias al desarrollo de campañas de gran alcance y viralidad. En este sentido, hemos llevado a cabo acciones que visibilizan la labor de nuestros comerciantes durante 'la vuelta al cole' y el Black Friday. Campañas de coste muy reducido, que han demostrado ser sumamente efectivas en términos de repercusión y notoriedad. Algunas de estas campañas han servido también para cohesionar el conjunto de la organización y hacerla más efectiva a la hora de trasladar sus mensajes en los diferentes territorios.

## Algunos resultados de estos ejes

La presencia de nuestra organización en los medios de comunicación ha experimentado un **importante salto cuantitativo y cualitativo**, con un **incremento**

**de apariciones** en los principales medios de comunicación impresos de carácter generalista y económicos de ámbito nacional, así como las principales cabeceras regionales. Destacar también la mayor extensión y protagonismo que han generado nuestras notas y declaraciones, lo que nos ha proporcionado una

mejora de la visibilidad, la reputación y la notoriedad de la CEC.

En términos cuantitativos, hemos cerrado el año 2016 con un total de 776 apariciones en medios impresos y 4.997 en medios digitales, superando así las cifras de 2015 y 2016.



**Los temas que más interés despertaron fueron los referidos a las campañas de comercio y la evolución de las rebajas**

### Repercusión en medios

Los temas que despertaron más interés en los medios de comunicación

La caída de la **confianza** de los consumidores.

Campaña de **Navidad**.

Modelo de **rebajas** y reivindicaciones al respecto.

**Black Friday**.

**Turismo** de Compras.

Evolución de las **ventas** y el **empleo** en el sector comercio.

Tasas de **descuento** y acceso a **crédito financiero**.

**Digitalización** y **brecha digital**.

### Medios de comunicación que reprodujeron nuestras actuaciones

Reuters, Agencia EFE, Europa Press, Colpisa, Servimedia, RTVE, La Sexta, Cuatro, Tele 5, Cadena Ser, La Cope, Gestiona Radio, Intereconomía, RNE, Onda Cero, El País, El Mundo, ABC, La Razón, Huffington Post, Expansión, El Economista, Cinco Días, La Vanguardia, El País, Revista Emprendedores, Capital, eldiario.es, InfoRetail, Ecommerce News, Voz Populi, Diario Financiero, Economía Digital, Diario Montañés, Alerta, El Heraldo de Aragón, El Correo, Diario Aragón, El Norte de Castilla, La Tribuna, Las Provincias, El Levante, Ideal, el Periódico, Deia, entre otros.



## Producción mediática

### Análisis y seguimiento comunicativo

Diariamente se ha elaborado el **resumen de prensa** con las noticias de la CEC recogidas por los medios de comunicación, y aquellas otras que hablaban de la CEC o de sus organizaciones miembro, así como las más importantes en materia de actualidad económica, laboral y política.

### Materiales informativos

Se han elaborado y trasladado a los medios de comunicación 23 **notas de prensa**, 3 **comunicados**, diferentes **piezas informativas** de contextualización para atender peticiones concretas de periodistas, 8 **discursos** y 5 ejemplares del boletín **CEC Informa**.



## Página web y redes sociales

Hemos remodelado y mejorado tanto nuestra página [www.cec-comercio.es](http://www.cec-comercio.es) como nuestros perfiles en **Facebook** y **Twitter**, aprovechando así el potencial de estos canales para difundir las reivindicaciones y acciones del comercio de proximidad. Con ello, se incrementaron progresivamente las visitas y el número de nuevos usuarios.

Esta mejora de la visibilidad también está teniendo su reflejo en nuestros canales en redes sociales, fundamentalmente en Twitter y Facebook, en los que hemos compartido noticias de interés para el sector; actos, eventos y entrevistas en las que hemos participado; campañas y proyectos impulsados por la CEC; así como otras acciones de nuestras organizaciones miembro.

**Hemos potenciado nuestra presencia en redes sociales**

### Hashtags principales

- #CEC
- #comercio
- #ecommerce
- #lavueltaalcole
- #MRC16
- #rebajas
- #BlackFriday
- #campañanavidad
- #digitalización

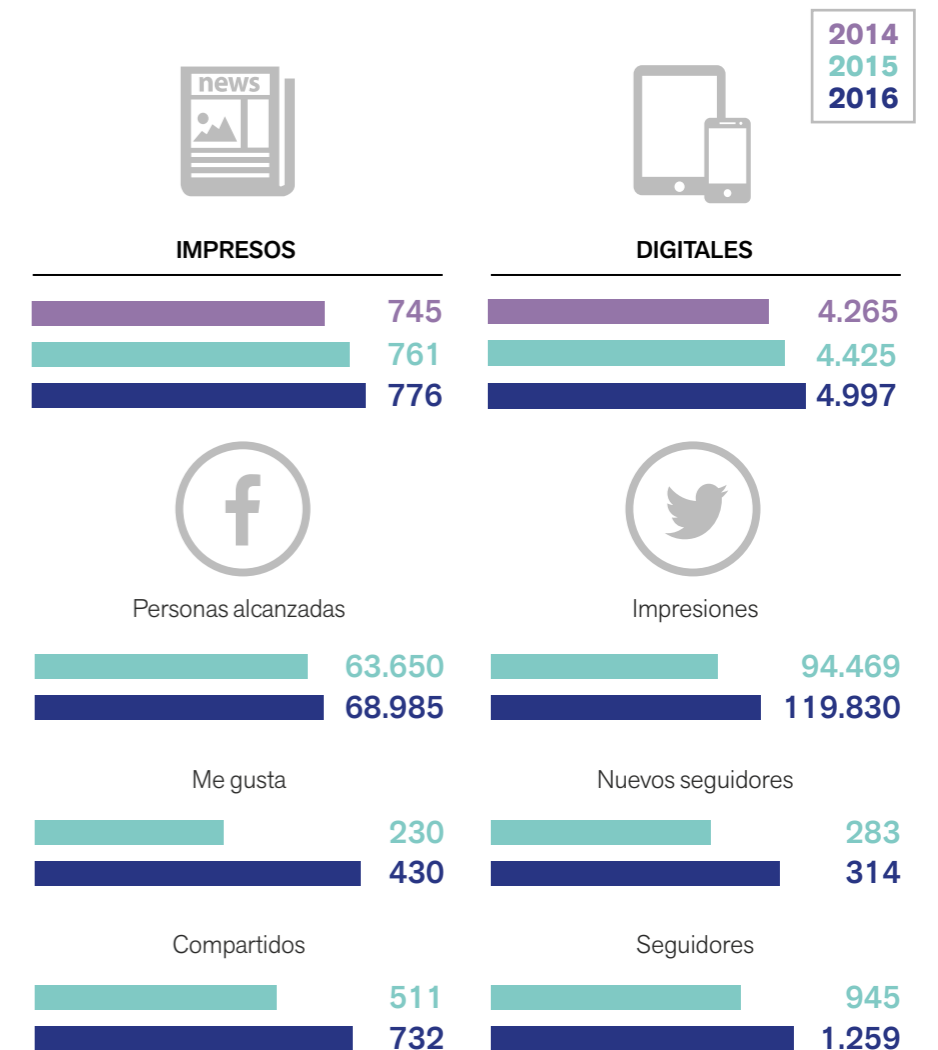
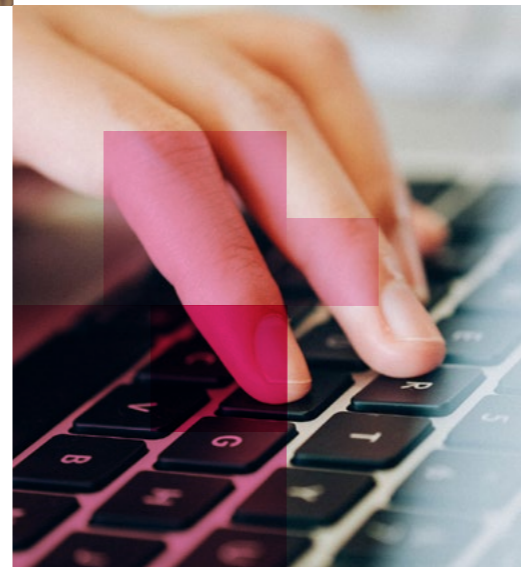


### La mejor vuelta al cole de la mano de tu comercio

Empieza el curso con nota  
El comercio de tu barrio te ofrece todo lo que necesitas, al mejor precio y con la mayor de las garantías. Porque somos el comercio de proximidad, el de siempre. **Te esperamos.**  
¿Vuelvas tu vuelta al cole? [www.cec.comercio.es](http://www.cec.comercio.es)



En 2016 el volumen mediático de la CEC ha experimentado un crecimiento anual del 2% por lo que se refiere a la prensa escrita y del 11% en medios digitales. Este incremento cuantitativo ha venido acompañado de una mejora cualitativa, lo que ha reforzado nuestra visibilidad, reputación y notoriedad



## Web 2016

**33.799 visitas**

10.003 personas

Promedio de la visita 2 minutos y 12 segundos

Visitas que en su mayoría provenían de Facebook

Las ciudades con más usuarios de nuestra web fueron Madrid, Barcelona y Valencia

El perfil medio de los usuarios eran hombres (59%) españoles de entre 18 y 34 años que buscan noticias sobre economía, negocios, política y emprendimiento

Las páginas más vistas de la web fueron 'home', 'noticias web', 'asociados', 'comunicación', 'contacto' y 'formación'

# EL COMERCIO EN CIFRAS 2016

**Crecimiento en ventas y empleo, frenado por inestabilidad y caída de la confianza**

**A continuación, hacemos un breve recorrido por las principales magnitudes macroeconómicas que afectan, influyen o se refieren a nuestro comercio y que nos ofrecen una panorámica del sector en el año 2016**

## Consumo de los hogares

En 2016 el PIB creció un 3,2% de media anual, igualando la cifra de 2015 y presentando el mejor dato desde el año 2007. En el último trimestre del año la economía española presentó un ritmo de crecimiento del 0,7%, una tasa por debajo de los seis trimestres anteriores, lo que deja entrever una leve ralentización durante el tramo final del año.

El PIB español sumó el tercer año consecutivo de crecimiento, recuperando en esos tres años cerca del 80% de todo lo perdido con la crisis económica. Si se obvia la inflación y por tanto solo se tiene

en cuenta la evolución de los precios, el PIB prácticamente recuperó el 95% de lo perdido durante los últimos ejercicios.

Un año más, el crecimiento de la economía se sustentó en su mayor parte en la demanda interna y el aumento del consumo de los hogares, todo ello impulsado por la generación de empleo y la persistencia de condiciones financieras favorables.

Este hecho se correspondió con una recuperación de las ventas minoristas del 3,6%.

A ello hubo que sumar, un año más, la mejora de las condiciones financieras respecto a ejercicios anteriores, lo que supuso un aumento de los créditos al consumo.

Así mismo, la fuerte subida de los precios al cierre del 2016 (IPC del 1,6% en diciembre, el mayor dato en tres años), muy condicionado por el alza del precio del crudo tras el acuerdo de los países petroleros en noviembre, supuso un encarecimiento de la cesta de la compra que condicionó la campaña de Navidad.

## Confianza del consumidor

La confianza de los consumidores cobra un papel muy relevante en la reactivación de la demanda y, por ello, de las ventas minoristas.

En 2016, año marcado en su mayor parte por la inestabilidad política y la presencia de un Ejecutivo nacional en funciones, se registró un importante desplome de la confianza de los consumidores, situán-

dose la media anual (95,7) a 7,2 puntos por debajo del dato de 2015 (102,9).

Esta tendencia negativa alcanzó su punto más bajo en mayo (90,7), momento a partir del cual se fue recuperando la confianza de los consumidores hasta situarse sobre los 100 puntos en diciembre (100,7). Pese a presentar peores resultados que 2015, el año 2016 mostró niveles de confianza muy superiores a los del resto de años de la crisis económica.

La media del indicador de expectativas (103,5 puntos) y la del indicador de la situación actual (87,9 puntos) se encuentran en una situación muy similar; ambos por debajo del año 2015, pero por encima de todos los años anteriores.

También cabe destacar que la distancia entre las expectativas y la situación actual (15,6 puntos) fue muy similar a la observada en los años previos al 2008 mientras que, en los años más duros de la crisis económica, esta diferencia llegó a situarse por encima de los 50 puntos.

INDICADOR	2015	2016											
	dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
Confianza consumidor	107,4	99,1	95,2	92,6	91,0	90,7	96,3	94,8	97,3	91,0	90,7	99,4	100,7
Situación actual	95,2	92,4	87,7	85,6	84,3	82,9	87,4	90,0	90,1	83,8	82,6	88,5	92,2
Expectativas	119,6	105,7	102,7	99,6	97,8	98,6	105,1	99,7	104,4	98,1	98,7	110,2	109,3

Fuente: CIS

## El peso del sector comercio

Un año más, el sector comercio (minorista y mayorista) se mantuvo como uno de los principales pilares de la economía española.

Según datos del Directorio Central de Empresas a 1 de enero de 2016, durante el año 2015 el sector comercio decreció un 0,8%, situándose en 757.537 empresas activas (de las cuales más de un 96% eran micropymes de menos de 10 trabajadores). El comercio engloba al 23,4% del tejido empresarial español, que a su vez aporta alrededor del 12% del PIB nacional.



Otra muestra del remarcable peso del sector comercio sobre el conjunto de la economía se encuentra en las cifras de empleo. Según, datos del Ministerio de

Empleo, el sector comercio, a cierre de 2016, contaba con un total de 3.156.853 trabajadores afiliados a la seguridad social, de los cuales 810.027 eran autónomos.

Finalmente, en 2016 el sector comercio ocupaba al 18% del total de afiliados a la seguridad social y al 25% del total de autónomos registrados en España.

## Evolución del empleo en el comercio minorista

El comercio minorista registraba en diciembre de 2016 un total de 1.886.007 afiliados a la seguridad social, de los cuales 540.862 eran autónomos (el 28,7%) y 1.345.144 pertenecían al Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA).

Los repuntes de creación de empleo en el sector coinciden con los habituales incrementos en las contrataciones propias

de la época estival (+42.866 en julio) y navideña (+32.064 en diciembre), periodos en los que tradicionalmente suele aumentar la actividad comercial. Al igual que ocurriera en 2015, se observan importantes caídas en los meses de enero y febrero y también en septiembre y octubre, evidenciando la temporalidad de las contrataciones en estas épocas clave para el sector.

El indicador de Ocupación del Índice de Comercio Minorista revela que el sector generó empleo de manera sostenida a lo largo de todo el año, manteniendo

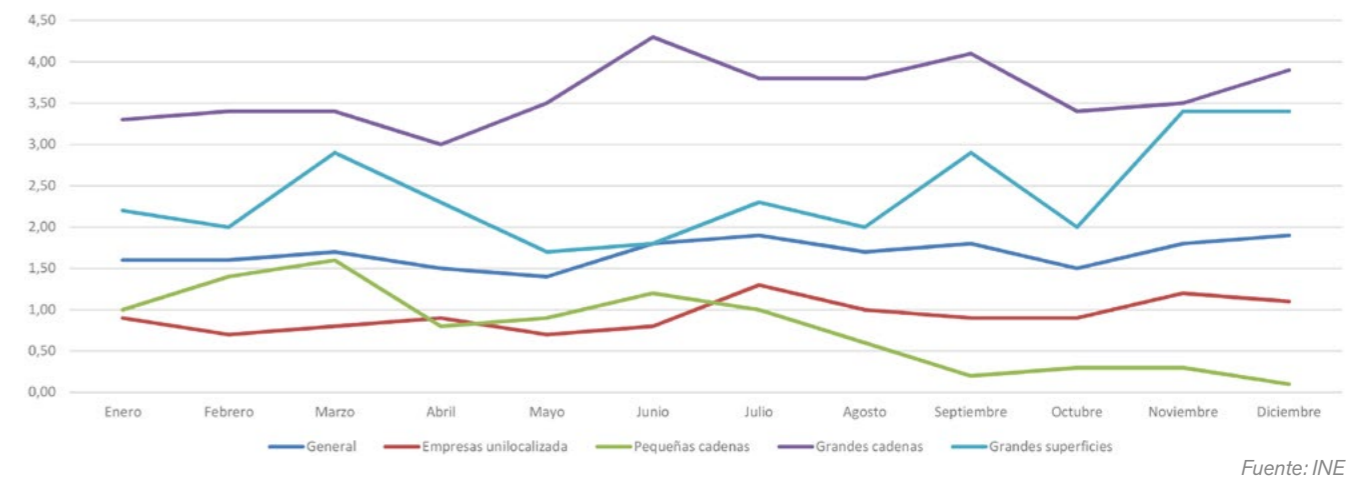
una tasa de mejora interanual del 1,7% (0,9% en empresas unilocalizadas). De hecho, el comercio minorista ha sido uno de los sectores que mejor se ha comportado en términos de empleo durante la crisis.

Según datos del Ministerio de Empleo, en 2015 y 2016 el comercio se consolidó como la mayor fuente de trabajo del país, aportando el 16% de todo el empleo asalariado.

### Evolución mensual total de afiliaciones SS 2016

mes	2016											
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic
<b>cifras</b>	-33.614	-15.352	+9.961	+11.568	+14.431	+26.467	+42.866	-1.824	-32.543	-21.164	+1.624	+32.064

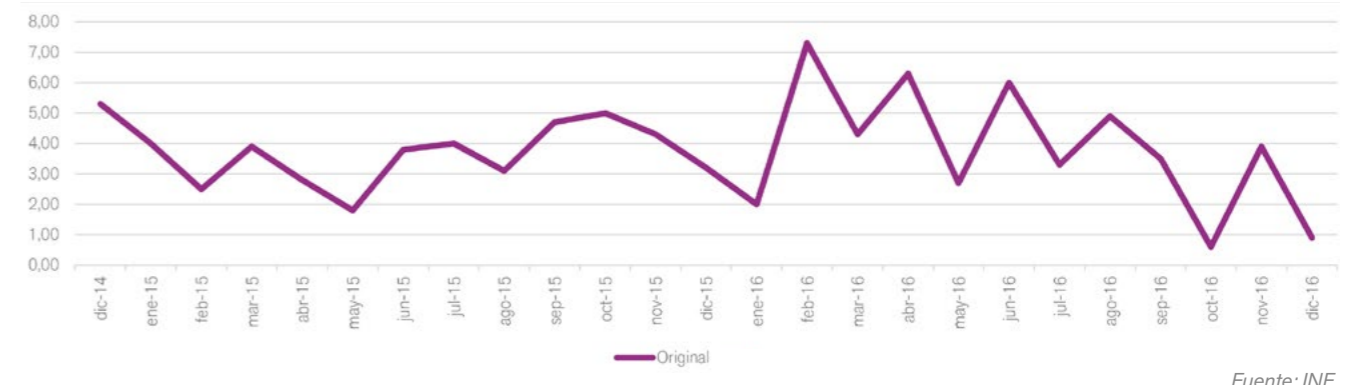
## Evolución ICM Año 2016 Ocupación Comercio Minorista



## Evolución de las ventas en el comercio minorista

En 2016, el comercio minorista presentó un crecimiento medio de las ventas del orden del 3,6%, manteniendo así el mismo porcentaje de mejora registrado en el año 2015 (+3,6%). El sector acumula dos años de crecimiento, rompiendo la racha negativa en la que se encontraba sumido desde el estallido de la crisis económica del año 2008. Esta tendencia

al alza empezó a mostrar síntomas de desaceleración en el último trimestre del año, siendo los meses de octubre y diciembre los que presentaron la peor tasa de crecimiento de los últimos dos años.



## Evolución de los precios

El IPC cerró 2016 con un crecimiento del 1,6%, subiendo nueve décimas respecto al mes de noviembre precedente. Se trata del dato más alto desde julio de 2013. Así, los precios se mantuvieron en terreno positivo durante el último cuatrimes-

tre del año, tras haber encadenado ocho meses consecutivos en valores negativos, con tasas que alcanzaron el -1,1% en abril.

El INE atribuyó el repunte interanual del IPC de diciembre al encarecimiento del crudo y el consecuente repunte los consumos relacionados con la energía. En este aspecto, los grupos que experimentaron mayor alza fueron los del transpor-

te (+4,7% por la subida de las gasolinas), la vivienda (+0,8% por la electricidad, calefacción y gas) y el ocio (+0,5%, empujado por la subida de precio de los viajes organizados).

Alimentos y bebidas no alcohólicas también subieron su precio (+0,8%), aunque su encarecimiento fue la mitad del reflejado un año antes (+1,7%).



Confederación Española de Comercio

**[www.cec-comercio.es](http://www.cec-comercio.es)**

[facebook.com/comerciocec](https://facebook.com/comerciocec)

[@CEC-comercio](https://twitter.com/CEC-comercio)