Camer News

El boletín de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de Badajoz

N º 7– Enero

La Cámara de Badajoz presente, un año más, en la Feria Internacional AGROEXPO

La Cámara de Comercio de Badajoz ha estado presente, un año más, en la Feria Internacional en AGROEXPO 2018 -que se ha desarrollado en la localidad de Don Benito entre el 24 y el 27 de enero-, donde ha contado con un stand informativo en el que los visitantes pudieron acceder a toda la información sobre los servicios que ofrece al empresariado la Corporación.

Aprovechando esta cita tan señalada, representantes de la Cámara de Badajoz se desplazaron hasta la localidad para asistir al acto inaugural de la Feria.

Agroexpo, que en 2018 ha cumplido 30 años de historia, es una de los encuentros del sector agroindustrial y agroganadero más importante de Extremadura. Este año han participado trescientas empresas de muy diversa procedencia – Rusia, Portugal, Marruecos, Italia o Irlanda - y la feria ha recibido un total de 70.000 visitantes

Clausurada la II edición del Curso Internacional de Sommelier Profesional

El día 16 de enero, en las instalaciones del Vivero de Empresas NaveCu4tro, se desarrolló el acto de clausura y entrega de diplomas de la II Edición del exitoso curso de Sommelier Profesional que desarrollan la Cámara de Badajoz y la Escuela Europea del Vino.

Este curso, que resulta ser pionero en Extremadura por las oportunidades profesionales que ofrece a sus alumnos, consta de 400 horas en las que se combinan la formación presencial y el desarrollo del proyecto final. Además, cuenta con importantes profesionales procedentes del mundo de la enología y viticultura que forman a los participantes en todos los ámbitos vinculados al apasionante mundo del vino. El éxito obtenido en las dos experiencias pasadas ha hecho que ya se estén ultimando los detalles de una nueva edición que podría iniciarse próximamente.

La Cámara de Badajoz se anticipa a la normativa en materia de información no financiera de las empresas

La Cámara de Comercio de Badajoz, consciente de las necesidades futuras de las empresas en dicha materia, viene desarrollando desde el pasado año el proyecto #PMIR , financiado por el programa ERASMUS+, que busca promover y desarrollar metodologías para la gestión empresarial integrada que permitirá proporcionar información pública en torno a una triple vertiente, económica, social y medioambiental.

En las próximas semanas, la Cámara realizará un análisis a través de encuestas a las empresas extremeñas y profesionales expertos en relación a esta cuestión.

Si está interesado en colaborar con el programa, o conocer más información sobre el mismo, puede dirigirse a euprojects@camarabadjaoz.es.

Digitalización, turismo de compras e internacionalización, prioridades del Plan de Competitividad del Comercio Minorista en 2018

La digitalización, el turismo de compras y la internacionalización serán los ejes prioritarios del Plan de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista en 2018, según se ha anunciado el director general de Política Comercial y Competitividad, Antonio García Rebollar, en la Comisión de Comercio de la Cámara de España.

El Plan de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista es el resultado de la labor conjunta de la Secretaría de Estado de Comercio, la Cámara de Comercio de España, la red de Cámaras Territoriales, las Comunidades Autónomas, los Ayuntamientos y las asociaciones de comerciantes. El Plan cuenta además con la cofinanciación de los fondos FEDER.

Desde 2013, año en el que se inició el programa, las acciones llevadas a cabo conjuntamente con las Cámaras de Comercio han supuesto un total de 22, 6 millones de euros, que han permitido apoyar a un total de 145.000 pequeños comercios para incrementar sus ventas y aumentar su nivel de competitividad. Durante el pasado año se destinaron 4,9 millones de euros que beneficiaron a más de 40.000 comercios.

Durante los últimos cinco años, el Plan de Competitividad del Comercio Minorista ha puesto en marcha, entre otras, las siguientes acciones:

1. **Diagnósticos de innovación comercial:** 5.501 asesoramientos en 5 años. Expertos de las Cámaras de Comercio visitan los comercios y realizan diagnósticos individualizados sobre el estado de modernización. Posteriormente entregan un informe completo con recomendaciones puntuales de mejora. En 2017, el número de diagnósticos ascendieron a 913.

2. **Formación para más de 40.248 comerciantes**: Las Cámaras de Comercio han organizado talleres sobre aquellas materias estratégicas que afectan directamente al desarrollo del comercio, como comercio electrónico, turismo de compras, financiación, escapara ismo, técnicas de ventas o gestión de stocks. A lo largo de estos cinco años se ha organizado 1.807 jornadas y se han formado a un total de 40.248 comerciantes. En 2017, el número de jornadas fueron 601 que contaron con 11.214 asistentes.

3. Dinamización de centros comerciales abiertos: 89.807 comercios beneficiarios. Más 89.000 comercios situados en Centros Comerciales Abiertos o en ejes comerciales urbanos se han beneficiado del total de 288 campañas que se han realizado en los últimos cinco años para promover el consumo y favorecer la puesta en marcha de acciones innovadoras en la prestación de servicios. Durante el pasado año, se realizaron 96 campañas e involucraron a 26.964 comercios.

4. Competitividad de equipamientos comerciales en Zonas de Gran Afluencia Turística: Con el objetivo de modernizar y revitalizar áreas comerciales urbanas que cuentan con una elevada concentración de comercios minoristas, la Secretaría de Estado de Comercio y la Cámara de Comercio de España dan ayudas directas a los Ayuntamientos que presenten proyectos que cumplan los requisitos y los objetivos planteados. En los cinco años se han apoyado 47 proyectos y se han destinado 4,7 millones de euros, con una inversión inducida de más de 14,9 millones. Los comercios que se han beneficiado con este programa ascienden a 5.666. En 2017 se ha concedido ayudas por valor de 876.361 euros a 11 proyectos en seis Comunidades Autónomas, con una inversión inducida de 1,7 millones de euros.

Más del 5% del PIB español

El comercio minorista supone el 5,1% del PIB y genera en actualidad el 10,4% del total de ocupados que hay en España. El sector se compone de 458.169 empresas - 14% del total de empresas que existen en España- y 573.676 establecimientos-15,5% del total nacional.

En el sector comercial se da una alta atomización empresarial, ya que el 50,7% lo constituyen empresarios sin asalariados, el 47,7% son micro pymes y el 1,3% son pequeñas empresas.

ww.camara.es

El aumento de las ventas y el empleo del comercio minorista confirman la consolidación del crecimiento económico en 2017

- *Las ventas del comercio minorista, corregidas de efectos estacionales y de calendario, se incrementaron un 1,4% en promedio anual, mientras que la ocupación del sector se incrementó en un 1,7%*

- *Las previsiones para el año 2018 son favorables en un contexto de crecimiento estimado del PIB y el empleo de la economía española del 2,4% y 2,2%, respectivamente, lo que contribuirá positivamente a afianzar la confianza de los consumidores*

Las ventas del comercio minorista en España han concluido el año 2017 con un incremento medio del 1,4%, descontando los efectos estacionales y de calendario, según las series de los índices de comercio al por menor (ICM) publicados hoy por el Instituto Nacional de Estadística.

El crecimiento sostenido del comercio minorista durante cuatro años consecutivos evidencia la consolidación de la economía española y el afianzamiento de la confianza de los consumidores.

Por tipo de producto, destaca el vigor de las ventas de equipo del hogar y de equipo personal durante el año, con aumentos medios superiores al 3% (3,7% y 3,2%, respectivamente). En cuanto al modo de distribución, sobresale el dinamismo de las ventas en grandes cadenas, del orden del 3,0% en el promedio de 2017.

El perfil del conjunto de las ventas minoristas durante el ejercicio se ha caracterizado por un aumento sostenido hasta el mes de mayo, cuando se registró un avance anual máximo del 2,7% (corregido de efectos estacionales y de calendario). Desde entonces, el perfil ha sido suavemente descendente, concluyendo el mes de diciembre con un incremento interanual del 1,2%.

Esta evolución se ha trasladado con fuerza al empleo del sector, de modo que su ocupación en el conjunto del año 2017 ha crecido a un ritmo medio del 1,7%. En particular, sobresale el intenso ritmo de creación de empleo por parte de las grandes cadenas (4,0% en el promedio del año) y de las grandes superficies comerciales (2,8%).

Sin duda, el impulso de la demanda interna agregada y la intensidad de la creación de empleo en el conjunto de la economía española en 2017, han afianzado la confianza de los consumidores durante el ejercicio, con efectos positivos sobre las ventas del comercio al por menor.

Previsiones

La Cámara de Comercio de España prevé una suave ralentización del PIB en 2018, con un avance interanual del 2,4%. El componente más dinámico será la demanda interna y, en particular, del consumo final de los hogares.

Esta evolución permitiría a su vez alcanzar una tasa de crecimiento del número de ocupados de la economía española del 2,2% interanual.
En este escenario, las expectativas avalan la continuación de la tendencia del sector del comercio minorista en el año 2018, con un mantenimiento de las ventas del sector respaldadas por el dinamismo de la demanda interna y la prolongación de la creación de empleo.

Para cumplir esas expectativas el sector tiene que afrontar una mejora de su competitividad particularmente a través de la digitalización y la promoción del turismo de compras, como se puso de manifiesto en la última reunión de la Comisión de Comercio de la Cámara de España.

ww.camara.es

Cómo conseguir más conversiones en tu sitio web en 10 claves

Para que tu proceso sea más eficaz, hemos elaborado esta lista con 10 claves para obtener más conversiones:

1-. Conduce al usuario a la página web que ofrezca aquello que busca. Si llega a la página de inicio (*landing page*), las múltiples opciones pueden abrumarle por no encontrar lo que busca y provocar que salga del sitio.

2-. Plantea el tamaño de la página de inicio. No hay un tamaño mejor que otro, para ello, los especialistas de BlueCaribu recomiendan que hagas test y pruebes cuál es la mejor opción. Como norma general, suelen funcionar mejor las páginas largas con detalle sobre los productos que las más cortas.

3-. Utiliza vídeos. Los vídeos captan rápidamente la atención del usuario Deben ser breves, de una duración de entre 2-3 minutos y relacionados con el producto o servicio.

4-. Utiliza imágenes. Son otro elemento multimedia que capta la atención del usuario, aunque en menor medida que los vídeos, por lo que es recomendable combinar ambos elementos. Algunas características a tener en cuenta son que la imagen esté relacionada con el producto o servicio, que se pueda girar en 360 grados, que tenga un tono positivo y que en ella aparezcan personas.

5-. Cuida el botón del "CTA" (*call to action* o llamada a la acción). Es el elemento en el que el usuario pulsa para convertir. Es importante revisar que el CTA tenga una forma y contenido homogéneos y que el mensaje es claro y convincente.

6-. Inspira confianza al usuario. Algunas claves para ello, son incluir un número de teléfono de forma visible y que vaya a estar atendido, certificaciones que garanticen la calidad del producto o servicio e incluso de la empresa, testimonios de otros clientes y aportar datos y cifras reales.

7-. Mide y analiza qué funciona. Existe una gran variedad de herramientas con las que podrás obtener información sobre parámetros como los clics, el tiempo de estancia en la web, la tasa de conversión, la tasa de rebote, desde dónde proviene el tráfico a tu web, etc. Te ayudarán herramientas como Google Analytics o Google Adwords. Las propias herramientas tienen "videotutoriales" y cursos para que aprendas a utilizarlas.

8. Optimiza tu web Según los resultados obtenidos en tu analítica web intenta aplicar lo que mejor funciona a todas las fichas de tus productos. Un mapa de calor te ayudará a ver dónde hacen clic tus usuarios y qué es lo que mejor funciona.

9-. Convence al usuario. El precio es un factor fundamental en toda compra y hay que estudiarlo bien. Las promociones y los descuentos son también una forma de animar a que el usuario compre.

10-. Y un último consejo, fíjate en las webs de producto de grandes marcas, ellas pueden ser tu referente para crear la tuya y conseguir resultados satisfactorios.

www.camara.es

Vive una experiencia de viaje digital

Si tú también eres de los que no puede vivir sin una aplicación concreta, pero además, te gustaría utilizar otras que te faciliten el viaje a tu destino, no puedes perderte la Guía de Aplicaciones Turistas 2018, elaborada por Segittur y la Cámara de Comercio de España, que reúne 236 apps nacionales e internacionales para ayudarte en la vida viajera y mejorar tu experiencia. ¿Qué vas a encontrar en la Guía de Aplicaciones Turistas 2018?

• **Transporte:** Cómo llegar a tu destino es fundamental para comenzar tu experiencia de viaje. Aquí encontrarás una selección de aplicaciones relacionadas con el transporte, entre las que se incluyen comparadores, líneas aéreas, aeropuertos, trenes, autobuses, ferries, taxis y seguimiento de vuelo. Pero también, apps que te facilitan llegar a tu destino rápido. Es el caso de Wazypark que permite encontrar plazas libres donde aparcar.

• **Alojamiento**: Hotel romántico, casa rural con amigos, camping…las opciones son infinitas. La guía te ofrece una selección de aplicaciones que te ayudan a buscar y reservar alojamiento, entre ellas se incluyen buscadores de hoteles, alojamientos rurales, camping, hostales y una representación de cadenas hoteleras nacionales e internacionales. También encontrarás ofertas de última hora. Es el caso de la app Very Last Room, con descuentos de habitaciones de hotel de hasta un 70% para reservar esa misma noche.

• **Ocio y restauración**: La guía incluye las aplicaciones más representativas para buscar y reservar un lugar donde comer en cualquier lugar del mundo. También aparecen apps que permiten reserva de entradas, disfrute de parques temáticos, descuentos, así como diversas propuestas de ocio. TUR4All por ejemplo es una app que ayuda a viajar a las personas con necesidades de accesibilidad para que disfruten de los destinos turísticos y participen en las actividades de ocio como cualquier turista.

• **Turismo activo**: ¿Eres de los que viaja para seguir haciendo deporte? En esta sección accederás a un gran número de aplicaciones vinculadas con el turismo activo y herramientas que mejorarán tu experiencia como turista en prácticas deportivas de submarinismo, deportes de vela, esquí, senderismo, trecking o golf.

• **Guía de destinos:** Aquí encontrarás apps para descubrir los atractivos turísticos de las distintas comunidades autónomas, los principales destinos nacionales, así como las ciudades internacionales más visitadas como Londres, París o Nueva York.

• **Utilidades:** Existe una gran variedad de aplicaciones que ayudan al turista en el destino. En esta sección, aparecen apps para convertir moneda, traducir, hacer fotografías, encontrar compañero de viaje, organizar la maleta, localizar wifi o controlar los gastos. TripSplitter, por ejemplo, es una herramienta útil para los viajes de amigos, ya que permite tener un cómputo global de todos los gastos que surgen en el viaje y qué cantidad debe pagar cada uno.

Por último, la guía ofrece la sección de Apps de Smartwatch, para aquellos que llevan sus *apps* encima en todo momento.

www.camara.es

La confianza económica de España escala en enero a máximos desde 2001

La confianza económica de España ha comenzado 2018 con el mayor incremento entre las grandes economías de la zona euro, según refleja el indicador de sentimiento económico (ESI) de la Comisión Europea, que sube en enero a 110,9 puntos desde los 110 del mes anterior, su nivel más alto desde marzo de 2001.

De este modo, con una subida mensual de nueve décimas, España ha encabezado junto a Países Bajos la mejora de la confianza económica entre las grandes economías de la zona euro, por delante del repunte de seis décimas en Alemania, mientras que el dato bajó con fuerza en Francia e Italia, con retrocesos de 2,4 y 1,7 puntos, respectivamente.

En su conjunto, el indicador de sentimiento económico de la zona euro se ha situado en enero en 114,7 puntos, por debajo de los 115,3 puntos del mes anterior, mientras que en el conjunto de la Unión Europea (UE) ha pasado desde los 115,1 puntos de diciembre a 114,7 puntos.

El aumento de la confianza económica española en enero refleja el fortalecimiento del sector de la construcción (-3 puntos), que alcanza su mejor lectura desde octubre de 2007, mientras el dato del sector minorista (11,3) subió a máximos desde junio de 2017.

Por su parte, la confianza de los consumidores españoles ha subido en enero a su nivel más alto desde julio de 2017, con 1,3 puntos, mientras que en el sector servicios se ha incrementado tres décimas, hasta 20,1 puntos, y en la industria bajó a 4,2 puntos desde los 4,8 de diciembre.

Fuente: EUROPA PRESS

El déficit público bajó al 2,06% del PIB hasta noviembre, un punto por debajo del objetivo anual

El déficit del conjunto de las administraciones públicas --excluidas las corporaciones locales-- alcanzó los 24.068 millones de euros entre enero y noviembre de 2017, lo que supone el 2,06% del PIB, un 36,4% menos que hace un año, cuando se situó en el 3,38% del PIB, según los datos de ejecución presupuestaria publicados este martes por el Ministerio de Hacienda. Este es el dato de déficit público registrado hasta noviembre a falta de un mes para conocer el dato definitivo de cierre del año 2017 y antes de incorporar el previsible superávit de las corporaciones locales, por lo que por ahora se sitúa más de un punto por debajo del objetivo de déficit del 3,1% para el conjunto del año comprometido con Bruselas.

Los intereses devengados se han reducido hasta noviembre un 6,1% respecto al año 2016, hasta los 26.555 millones. Si se descuenta su efecto, se obtiene un superávit primario de 2.045 millones frente al déficit primario de 11.936 millones obtenido en 2016. Asimismo, si se incluye en ambos periodos el saldo de la ayuda a las instituciones financieras, (2.354 millones menos en 2016 y 442 millones menos en 2017), el déficit sería del 2,10% del PIB en noviembre de 2017, con una reducción frente a 2016 de 1,49 puntos porcentuales de PIB.

El déficit de la Administración Central (excluida la ayuda financiera) ascendió en noviembre a 17.216 millones, el equivale al 1,48% del PIB, frente al 2,31% de noviembre de 2016. Sumando la ayuda a instituciones financieras el déficit de la Administración Central sería hasta noviembre del 1,51% del PIB. Así, el déficit del Estado ascendió al 1,52% del PIB, con una reducción interanual del 36,9%, por la bajada del 2,1% en gastos y el aumento del 4% en ingresos.

Fuente: EUROPA PRESS

Cuatro de cada diez empresas españolas esperan un crecimiento en su facturación en 2018, según Iberinform

El 43% de las empresas españolas espera que su facturación crezca este año, frente a un 5% que prevé un retroceso de sus ventas, según un estudio de Iberinform basado en 300.000 entrevistas realizadas a los equipos gestores de las compañías.

Por sectores, las empresas dedicadas al sector de la agricultura y la ganadería son más pesimistas, ya que solo el 30% espera crecimientos en el corto plazo.

Por el contrario, hasta el 48% de las sociedades pertenecientes al sector de la construcción es optimista en este aspecto.

Por regiones, aunque en todas las comunidades el número de empresas que espera un crecimiento en su facturación supera a las que prevén una contracción en sus resultados, en las ciudades autónomas de Ceuta y melilla, el 17% baraja un escenario pesimista para este año.

Por otro lado, las empresas más optimistas se encuentran en las Islas Baleares, ya que solo el 3% espera un comportamiento negativo en sus resultados, frente al 59% que prevé un crecimiento. Le siguen Canarias y Cantabria, con un 55% de optimistas, y La Rioja, con un 53% de empresas esperando ver un aumento en su facturación.

Fuente: EUROPA PRESS

Cámara Badajoz

¿HABLAMOS?

Tel. 924 23 46 00

www.camarabadajoz.es

CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE BADAJOZ
Avda. Europa, 4. Badajoz. info@camarabadajoz.es