

El Corte Inglés
factura
14.000 MEUR

any: 9
número: 85
setembre de 2004

INFORMATIU COMERCÇ



Targetes
de crèdit:
els comerciants
reclamen
transparència

El Govern Zapatero aprova
la nova Llei d'horaris



Consell General de Cambres
de Catalunya

Barcelona
Tel. 902 448 448

Girona
Tel. 972 418 500

Lleida
Tel. 973 236 161

Madrid
Tel. 916 724 222

Palma
Tel. 972 314 077

Ben
Tel. 977 338 080

Subadell
Tel. 937 451 233

Sant Feliu de Guírdols
Tel. 972 320 884

Tarragona
Tel. 977 219 674

Tarrega
Tel. 973 314 327

Terrassa
Tel. 977 239 833

Tortosa
Tel. 977 441 537

Valls
Tel. 977 600 908



SUMARI

6 Targetes de crèdit:
a la recerca d'un model
transparent



10 El Govern Zapatero
aprova la nova
Llei d'horaris

16 Comerç just:
comprar justícia és fàcil

24 Fires, motor històric
de l'economia

27 Galeria:
Depaso, de Barcelona

PASSOS ENDAVANT

L'aprovació pel Consell de Ministres del Projecte de llei dels horaris comercials confirma la línia oberta pel nou Govern espanyol respecte del tema comercial. Els 12 festius mínims i les 72 hores d'obertura setmanal signifiquen el triomf de Montilla respecte de Solbes, el qual volia una legislació lleument més laxa. Ara només cal que comenci a córrer el procés, per procediment d'urgència a les Corts, i que pel gener del 2005 tinguem una nova Llei, en què el model català es trobarà francament bé, tot desplegant-se en un marc amic i no de confrontació com en el passat. S'ha imposat el seny. La reflexió feta a Catalunya i l'esforç de consens dels últims anys serà la primera experiència que exportem a Espanya. El sector comercial pot estar d'enhonorada.

Que un grup de distribució autòcton facturi com els més grans d'Europa, més de 14.000 MEUR, ja és una bona notícia; però que millori els seus beneficis en prop de 600 MEUR, tot incrementant la seva rendibilitat el 4,09 % és una excepció en el sector. Només cal comparar els resultats d'El Corte Inglés i els problemes de la majoria dels grans de la distribució europea. Als factors d'èxit d'aquesta companyia espanyola (ja coneguts: qualitat, servei, assortiment, especialització i garantia, com va dir a la junta d'accionistes el seu president, Isidoro Álvarez), cal afegir les noves línies de negoci, com ara els supermercats Supercor, Opencor i Sfera, i la penetració en productes precisos, com els cotxes, l'òptica i d'altres.

La Comissió Europea ha obligat VISA a fer públiques les comissions obtingudes per la gestió de les targetes de crèdit. La Comissió cerca la transparència, de la mateixa manera que el Tribunal de Defensa de la Competència espanyol ho va demanar fa uns anys. No és bo que un instrument de pagament creï inflació en els preus; ni tampoc seria just que l'augment indiscriminat de preus fos pagat pels comerciants i pels consumidors i se'n beneficiessin els bancs o les gestores de les targetes.

PER TU, MILERS DE NOSALTRES.

És bo saber que sempre hi ha algú pendent de tu. Per això, a Fecsa Endesa posem a la teva disposició més de 150 Punts de Servei, 7 Oficines Comercials, un telèfon d'atenció permanent i una pàgina web. Perquè a Fecsa Endesa volem oferir-te tota l'atenció que et mereixes.



LLUM I GAS.

Per tu, milers de nosaltres

Edició:



Difusió controlada per:



Consell Editorial:

Director:
Cap de redacció:
Redacció:
Col·laboradors:
Fotografies i il·lustracions:
Correcció:
Supervisió lingüística:
Realització:
Direcció comercial:
Disseny i impressió:
Publicitat:
Dipòsit legal:

Narcís Bosch, Joan Josep Sardà, Rafel Castells, Santiago Pagès i Josep Alegret
Josep-Francesc Valls
Pelayo Corella
Sira Abenozza, Maribel Tejada, Judit Permanyer, Núria Valls.
Raimon Serret, Santi Meifré, Anna Viñals, Alba Fité, Josep Olivé, Xavier Sanz
J.L. Carrasco i Daniel H. Agostini
Francesc X. Navarro
Servei Lingüístic de la Cambra de Barcelona
Media Europa, S.L. Tel. 932 848 911 / Fax 932 848 192 a/e: informatiu@cambrescat.es / Sardanya 542-544, 1er 4a. Barcelona
Susan Ruiz
Gràfics94
Bitmap S.L. Ricard Piqué Tel. 93 459 33 30
B-10841/96

Col·laboració:



COMERÇ URBÀ

Llegeixo amb atenció a l'*Informatiu* el que es va dir en el Congrés de Comerç Urbà celebrat el mes passat a Barcelona. Queda molt bé reivindicar la ciutat, les seves cantonades i el comerç urbà. I tots els comerciants que es van involucrar en aquest projecte mereixen la meua gratitud i el meu reconeixement, però malauradament són l'excepció que confirma la norma.

M'explico. De res no serveix que uns quants plantin cara als grans operadors, facin pressió per retornar a les 72 hores i els 8 festius si la resta del sector se'n desentén i fa la guerra pel seu compte. El problema del comerç urbà no és Carrefour, és la manca d'associacionisme, és l'individualisme crònic que identifica la majoria de petits comerciants que poblen el carrers dels pobles i les ciutats de Catalunya, d'Espanya i de la resta del món.

Jaume Sáenz. Barcelona

ÉS LA NOSTRA RESPONSABILITAT

Recordo que quan va arribar l'euro tots els comerciants negàvem amb molta insistència que no havíem apujat els preus, que els arrodoniments eren perfectes i que la inflació, si pujava, no era culpa nostra. Passat el temps, és hora de fer autocrítica. I escric aquestes línies després de llegir a *El Periódico de Catalunya* com s'han apujat els preus de la restauració als carrers més turístics de Barcelona.

Si finalment marxen els turistes, si aquests vénen i no consumeixen, crec que la responsabilitat està clara. És evident que l'Administració aquí no té res a fer i que la culpa només serà d'aquells desaprensus que han volgut, amb una escassa perspectiva de futur, enriquir-se en 4 dies. Potser ho aconseguiran, però no sense matar la gallina dels ous d'or, no sense arruïnar el futur d'ells i de la resta de comerciants.

Clara González. Sitges

Podeu fer arribar els vostres escrits a: Informatiu Comerç, Sardenya, 542-544, 1r 4a. 08024 Barcelona. a/e: informatiu@cambrescat.es

NOTÍCIA

LA CAMBRA DE TERRASSA APOSTA FORT PER LA DINAMITZACIÓ

La Cambra de Terrassa, en el marc del projecte engegat per la Generalitat i el Consell General de Cambres de Catalunya d'impulsar el model comercial de Catalunya, tutelarà els plans de dinamització del comerç urbà de les associacions de comerciants de Sant Cugat del Vallès, Olesa de Montserrat, Castellbisbal i de Ca n'Aurell de Terrassa. Aquesta tutela es va assignar en el marc d'una reunió mantinguda ahir entre el director de l'Oficina de Comerç de la Generalitat, Jordi Carbonell, el representant del Consell General de Cambres de Catalunya, Josep Alegret, i el tècnic de

comerç de la Cambra de Terrassa, Antoni Munuera. La Cambra de Terrassa farà un seguiment acurat del programa de treball i orientarà les associacions en les actuacions que hauran de desenvolupar per assolir els resultats previstos en el pla d'actuació. Dins del Pla de dinamització es poden desenvolupar actuacions, entre d'altres, com campanyes de promoció o la contractació, per les associacions de comerciants, d'un dinamitzador que organitzi actuacions com ara generar activitats al carrer per atraure el públic als comerços, unificar criteris a l'hora

d'instal·lar els llums de Nadal al carrer o posar signes distintius per donar una nova imatge als comerços d'una mateixa associació.

Aquesta tutela dels plans de dinamització del comerç urbà, que es durà a terme el 2004, és conseqüència de l'acord signat el passat mes de maig entre el conseller de Comerç, Turisme i Consum de la Generalitat, Pere Esteve, i el president del Consell de Cambres de Catalunya, Miquel Valls, i permet desenvolupar actuacions conjuntes per millorar la competitivitat de les petites i mitjanes empreses comercials.

A P U N T S

UNA XIFRA PREOCUPANT

Un estudi de la Cambra i de la Diputació de Barcelona posa en relleu les dificultats que pateixen molts comerciants d'aquesta província. Una situació que es repeteix a la resta de les comarques catalanes i, de ben segur, a la resta d'Espanya. L'estudi conclou que, els darrers 15 anys, del 1987 al 2002, el petit comerç ha perdut prop del 46 % de quota de mercat en benefici dels hipermercats i dels supermercats. Aquests nous formats han envaït un espai fins fa dues dècades reservats als comerços de proximitat. I ho han fet perquè han apostat per preus competitius, de vegades difícils d'igualar, amb la modernització dels lineals de venda, de l'operativa logística i amb una imatge de modernitat que

molts establiments petits i mitjans ara volen imitar. De fet, aquestes dades demostren que la legislació en contra de les grans superfícies no ha donat tots els fruits desitjats. Entre altres coses, perquè els grans grups, vist que no podien obrir nous hipermercats, han apostat per expandir les seves ensenyes de supermercats, que fan tant o més mal que els grans centres situats a l'extraradi de les ciutats, atès que se situen al costat del comerç tradicional, però emprant les mateixes eines (en publicitat i preus) que els seus germans grans. Així doncs, caldria analitzar si les polítiques de dinamització haurien de ser revisades per augmentar la seva eficàcia i evitar que aquest percentatge continuï creixent.

LA IMAGINACIÓ AL PODER

Hi ha dues maneres de lluitar contra les adversitats i les dificultats: resignar-se a deixar morir el negoci per manca de voluntat o innovar i imaginar noves fórmules que sedueixin els consumidors. Si a més, aquestes fórmules s'apliquen en associació amb altres comerciants, si estan pensades per cohesionar l'oferta comercial d'una ciutat o un barri, l'èxit té més probabilitats d'arribar.

I això és precisament el que ha fet Gasteiz On, una dinàmica associació de comerciants de Vitòria que aquest mes de setembre celebra la segona fira de rebaixes. La primera la van organitzar el mes de febrer i hi van assistir més de

14.000 persones. Consisteix a concentrar l'oferta dels diversos establiments adherits a aquesta iniciativa (la majoria del tèxtil i del calçat, però també alguns d'electrodomèstics i de parament de la llar) en un recinte tancat on els clients puguin passejar i comprar les darreres gangues de temporada. Una manera diferent de plantar cara als 2 nous centres comercials que aquests darrers anys s'han oberts a la ciutat. Ja veuen, davant de l'adversitat, organització i col·laboració, noves idees i ganes de tirar-les endavant.

ACABEN LES REBAIXES AMB UN INCREMENT DE LES VENDES

A Catalunya, tot i que no s'han organitzat fires com la de Vitòria, la campanya de rebaixes, que tot just ha acabat, s'ha tancat amb un increment de les vendes interessant: al voltant del 4-6 %. Diverses raons ajuden a explicar aquest increment: d'entrada, al final del primer semestre d'enguany, el consum va recular al Principat, l'alt endeutament de les famílies catalanes va contraure les ganes o les possibilitats de comprar i això va provocar que pel juliol, quan va començar la campanya de rebaixes, els comerciants es trobessin amb més gènere del que és normal. Per poder desfer-se'n no va quedar més remei que començar amb descomptes molt elevats, alguns fins i tot del 50 %. I això, òbviament, va animar, i molt, les vendes.



Si voleu subscriure-us gratuïtament a l'*Informatiu Comerç*, envieu-nos les vostres dades per fax: 932 848 192/ tel. 932 848 911 / a/e: informatiu@cambrescat.es

Noms i cognoms _____ Empresa _____

Adreça _____

Població _____ Codi postal _____ Telèfon _____

Fax _____ Adreça electrònica _____

Les dades registrades en aquest formulari són confidencials. Teniu dret a sol·licitar que us consultin, per actualitzar-les o eliminar-les. També teniu dret a negar-vos a rebre més ofertes per correu o altres mitjans; si és així, poseu una creu a la casella següent

OBJECTIU: ACONSEGUIR UN MODEL TRANSPARENT

Si hi ha un problema en què tot el sector comercial va a l'una és el de les comissions de les targetes de crèdit. La majoria dels comerciants, per no dir tots, consideren que les comissions que cobren les entitats financeres són elevades i que darrere hi ha una manca d'informació interessada.

Això es desprèn també d'una resolució del Tribunal de Defensa de la Competència (TDC), que l'any 1999 va fer públic un dictamen pel qual considerava que "els sistemes de targetes de crèdit que operen a Espanya exigeixen certes modificacions perquè quedi garantida la lliure competència". És per això que el TDC considerava que calia reformar 3 aspectes de com funcionen (vegeu requadre adjunt).

El problema, però, és que aquest Tribunal és un òrgan administratiu que no té capacitat executiva i, a diferència d'un tribunal ordinari, les seves resolucions són orientatives i han d'anar acompanyades d'una voluntat política del Govern i de la resta d'instàncies involucrades que, fins ara, no s'ha produït com perquè les seves resolucions es posin en pràctica.

Així les coses, el quid de la qüestió, diuen els comerciants, és la manca de transparència en el funcionament d'aquest sistema de pagament universal. El que voldrien saber els botiguers és com es calcula la taxa de descompte, que és aquella que el banc reté per cada operació que es fa amb pagament electrònic. De fet, aquesta taxa és la suma del que es coneix com a taxa d'intercanvi, que és la que es cobren entre les entitats financeres més un marge que marca el banc o la caixa de l'operador.

En definitiva, és com si un comerciant

demanés un crèdit: els interessos vénen determinats per l'euríbor més un percentatge addicional, que és el benefici amb què treballa l'entitat bancària. L'objectiu amb les targetes de crèdit és el mateix. Els comerciants volen saber clarament quins percentatges corresponen a la taxa d'intercanvi i quins són els marges que el banc o la caixa es marca com a benefici.

Els comerciants volen saber clarament quins percentatges corresponen a la taxa d'intercanvi i quins són els marges que el banc o la caixa es marca com a benefici

Aquesta claredat en les xifres podria facilitar que els comerciants negociessin amb més força una rebaixa. Tot i que l'última cosa que farien les entitats bancàries seria entrar en una guerra oberta entre si per aconseguir més clients. De fet, moltes associacions de comerciants, tant sectorials com territorials, han intentat negociar infructuosament de manera conjunta unes condi-

cions més favorables per als seus clients sense gaire èxit.

El futur dels datàfons

De fet, la Cambra de Barcelona va crear fa un temps un grup de treball sobre sistemes de pagament electrònic amb un doble objectiu: d'una banda, fer un seguiment del grau de competència i transparència existent al mercat de les targetes de crèdit entre les entitats financeres i el sector comercial i, de l'altra, analitzar solucions de futur per al tema dels datàfons.

Lluís Sans, president d'aquest grup de treball i gerent de Santa Eulàlia, creu que s'ha de lluitar per aconseguir "un sistema més racional, objectiu i transparent". Però no vol oblidar que, mentre s'espera que arribi aquesta desitjada transparència, els comerciants poden millorar la seva operativa pel que fa a les targetes de crèdit.

I posa un exemple. Avui dia, els datàfons són propietat del banc, que els instal·la als establiments comercials que contracten el seu servei. Sans recorda que hi ha establiments que en tenen instal·lat més d'un, "i això suposa un problema logístic, per la manca d'espai, i operatiu, els dependents han de recordar quina targeta han de passar per cada datàfon en funció de les condicions de pagament negociades amb els diversos bancs i caixes". Però a més, Sans afirma que el sistema



actual està desfasat: és analògic i, per això, lent i obsolet. "Cada operació costa 11 cèntims d'euro i pot trigar un temps valuós en cas d'aglomeracions i sobrecàrrega del sistema". Per això, diu el president del grup de treball, "la Cambra ha volgut treballar per aconseguir solucions globals". I una seria apostar per la tecnologia digital.

O dit d'una altra manera. Que cada establiment tingués el seu propi datàfon, connectat amb ADSL amb l'entitat o les entitats que considerés escaients i que, en funció de la targeta que es passi, aquesta es dirigís a l'entitat que li garantís un millor tracte. O sia, "portar al petit i mitjà establiment, la logística de què ja disposen les grans superfícies i les

grans cadenes de supermercats en matèria de pagament electrònic". Aquest seria un pas important, que comportaria un estalvi de temps i diners i

Sans és optimista i creu que al final, "per lògica", s'acabarà imposant "un sistema més objectiu"

que beneficiaria tothom: comerciants i entitats financeres. Ja que mantenir 3 o 4 datàfons en alguns establiments no

surt rendible per a ningú. Per als comerciants, per l'espai que perden i per l'alerta permanent de passar la targeta corresponent pel datàfon més adequat, i per a les entitats, perquè veuen com, tot i deixar un d'aquests terminals, el volum d'operacions no és elevat, atès que l'han de compartir amb les altres entitats que també n'han instal·lat un en la mateixa botiga.

Per això, el grup de treball de la Cambra va demanar i analitzar diverses solucions tècniques per aconseguir un model més modern, racional i ajustat als temps que corren. Si s'aconseguís, suposaria un salt qualitatiu important. S'estalviarien temps i diners i, de retruc, suposaria una modernització sense tornada per a molts

L'OPINIÓ DEL TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETÈNCIA

La resolució de 1999 del TDC deia textualment en l'apartat setè que "els sistemes de targetes de crèdit que operen a Espanya exigeixen certes modificacions perquè quedi garantida la lliure competència. En aquest sentit, el Tribunal considera necessari:

Primer. Que per a cada marca de targetes de crèdit bancàries, les societats de mitjans de pagament sotmetin a autorització singular del Tribunal de Defensa de la Competència el corresponent sistema d'acords per establir les taxes d'intercanvi i les seves successives modificacions. D'acord amb aquest criteri, el Tribunal s'ha dirigit al Servei de Defensa de la Competència, tot interessant-lo perquè insti les societats de mitjans de pagament a sotmetre el règim d'autorització singular als acords per establir i variar les taxes d'intercanvi.

Segon. Que el sistema de classificació per establir els nivells de taxa d'intercanvi s'ajusti a criteris més objectius de cost i risc, per a la qual cosa cal tenir en compte els diversos tipus de transaccions que es realitzin amb targetes de crèdit i no només el sector a què pertanyin els establiments comercials amb els quals es realitza l'operació.

Tercer. Que les clàusules per virtut de les quals s'impedeix als comerciants que discriminin el preu d'acord amb el mitjà de pagament podrien plantejar dubtes des del punt de vista de l'aplicació del dret especial de la competència. En conseqüència, el Tribunal de Defensa de la Competència ha sol·licitat al Servei la investigació dels eventuais efectes negatius per a la competència que hagi pogut ocasionar la imposició de les clàusules esmentades.

establiments comercials encara divorciats amb la informàtica i les noves tecnologies (vegeu requadre adjunt amb les empreses que han presentat solucions tècniques per aconseguir aquesta fita del datàfon únic).

El paper de la Comissió

Però mentre aquestes solucions no s'implanten, la lluita contra la transparència continua. Si el 1999 va ser el TDC qui va donar un toc d'atenció, enguany, per la primavera es va donar un altre pas important. La Comissió Europea va obligar Visa a fer públiques les comissions inherents a l'ús de les targetes de crèdit en les transaccions transnacionals. Tal com va reconèixer el passat mes de maig, aquesta decisió "és un gran pas vers un increment de transparència de les taxes d'intercanvi multilateral (TMI) vers els minoristes en les seves negociacions amb el mercat bancari".

De fet, la mateixa Comissió reconeixia que continuaria "comprovant com Visa compleix els seus compromisos" adquirits davant dels responsables de la Competència europea. Sans entén que

aquesta decisió "obre un camí" i que, tot i que els tribunals de la Competència dels diversos països tenen competències pròpies i poden aprovar les resolucions que considerin oportunes, "no seria lògic que anessin en contra de la filosofia d'aquesta primera resolució".

De fet, en la situació actual, mentre s'espera que s'aclareixi el panorama en l'àmbit espanyol, Sans és optimista i creu que al final, "per lògica", s'acabarà imposant "un sistema més objectiu". Aquesta esperança també és compartida per la resta de comerciants europeus. Uns comerciants que van acollir "de bon grat" l'anunci fet per la Comissió. Tot i així, el camí per recórrer és molt llarg i queda pendent una reducció de les comissions per intercanvi, tot assegurant-se que aquestes comissions "són basades en costos reals i no sols un augment dels beneficis a expenses dels botiguers", afirmen des d'EuroCommerce, l'associació de comerciants europeus que va denunciar la posició dominant i d'abús de Visa i MasterCard.

Pelayo Corella

EL FUTUR DELS DATÀFONS

Un dels objectius del grup de treball de la Cambra de Barcelona sobre el pagament electrònic és aconseguir solucions tecnològiques per a aquest nou segle que facilitin la tasca dels comerciants pel que fa al pagament amb targeta de crèdit. Aquest grup va estudiar diversos projectes i, mentre s'esperen les conclusions, els qui ho desitgin poden posar-se en contacte amb els seus responsables.

Projecte IECISA

Informàtica El Corte Inglés
Gran Via de les Corts Catalanes, 613
Tel. 932 162 100

Projecte Espaciopyme

Espacio Pyme, S.A.
Av. Diagonal 452, 4ª planta
Tel. 934 169 560

Projecte Flash10

Flash10, SAU
Pol. Ind. Can Salvatella
Node Barberà-Mogoda, 1-5
08210 Barberà del Vallès
Tel. 909 202 610

Projecte Dyssa

Dyssa
Comte Borrell, 201, entl.
Tel. 934 948 530

TAXES QUE NO BAIXEN

Segons l'Enquesta d'activitat del sector del comerç i la distribució del primer trimestre de l'any passat, realitzada per la Cambra de Barcelona, la meitat dels comerciants pagaven la mateixa taxa de descompte des de 1999 (la que els cobren els bancs), mentre que només havia disminuït mig punt per al 13 % i més d'1 punt per al 5 %. I això, després que el TDC en la seva resolució de 1999 dictaminés que la taxa d'intercanvi s'hauria de reduir progressivament fins al 2,75 %.

EL CAS EUROPEU, RESOLT A FAVOR DELS COMERCIANTS

Després de la intervenció de Mario Monti, l'anterior comissari de la Competència de la Comissió presidida per Romano Prodi, a Visa no li va quedar més remei que fer públiques les dades de les taxes d'intercanvi. Unes dades que fins a aquesta primavera passada eren un dels secrets més ben guardats, ara són públics i permeten que els comerciants negociïn amb més força amb les seves entitats financeres quines comissions han de pagar en les operacions de transacció.

VISA EUROPA. TAXA MULTILATERAL D'INTERCANVI - 4 D'ABRIL DE 2004

Taxa d'intercanvi	Crèdit i dèbit ajornat	Dèbit
Taxa d'autorització electrònica	0,75%	- 0,27
Preu transacció segura		
Procés d'autenticació	0,75%	- 0,27
Preu transacció segura		
No autorització de transacció segura	0,75%	- 0,27
Taxa captura data electrònica	0,90%	- 0,27
Taxa targeta no presencial	0,90%	- 0,29
Targeta no presencial	0,80%	- 0,29
Taxa reemborsament	1,00%	n/a
No electrònic	1,20%	- 0,30

PRESENTADA LA MEMÒRIA ECONÒMICA DE CATALUNYA

Com cada any des de 1967, les cambres catalanes han presentat la darrera edició de la *Memòria econòmica de Catalunya*. Un ampli estudi "exhaustiu i objectiu", tal com va afirmar el president del Consell General de Cambres de Catalunya, Miquel Valls, en el qual destaquen les anàlisis de prestigiosos catedràtics sobre l'evolució de l'economia catalana els darrers 12 mesos.

De fet, de la *Memòria* es desprenen dues dades no gens menyspreables: la primera, que tot i que Catalunya encara és la Comunitat Autònoma amb una economia més sòlida, creix per sota de la mitjana espanyola. La segona dada: tot i aquest alentiment del creixement econòmic, Espanya i Catalunya estan molt per sobre de la mitjana europea i, especialment, del creixement de les economies dels països més importants, com França i Alemanya.

En una petita presentació del que ens espera, el catedràtic de l'IESE i membre del Consell Assessor de la *Memòria*, Antoni Argandoña, va assenyalar que la situació actual és relativament bona. Bé, de fet, va dir que "no era dolenta, tot i que al carrer no hi ha optimisme". Argandoña va explicar que el que ha pas-



El president del Consell General de Cambres de Catalunya, Miquel Valls, i el president de la Cambra de Valls, Marcel·lí Morera, amb el conseller d'Economia i Finances, Antoni Castells, durant la presentació de la *Memòria*

Pel que fa al sector comercial, l'estudi reconeix que l'any passat "l'evolució de les vendes del comerç minorista va ser negativa", segons el que es desprèn de les enquestes de conjuntura de les cambres

sat aquests darrers anys és que s'ha perdut l'impuls agafat durant la dècada dels noranta, bàsicament per 3 factors. El primer és que, feta la transició de la pesseta a l'euro, els beneficis inicials d'un tipus de canvi molt beneficiós es perden en el temps; segon, ara, a diferència del que va passar durant la dècada passada, els tipus d'interès no poden continuar baixant i, tercer, les reduccions d'impostos, tot i no ser molt grans, van ser "engrescadores per a les famílies", ja que aquestes es van animar a consumir més.

Però, malauradament, per al professor Argandoña, a hores d'ara Catalunya i Espanya perden competitivitat pel diferencial d'inflació amb Europa, tot i que entén que aquest diferencial serà "transitori". En qualsevol cas, es va mostrar contundent

quan va assenyalar una cosa que moltes vegades s'ha repetit els darrers mesos: "cal canviar el nostre model de creixement". Evitar que depengui tant del sector de la construcció i apostar per l'augment de la competitivitat de les empreses. Però, per a això, aquestes han d'invertir més en recerca i desenvolupament i han de renovar els seus equips de producció.

El comerç, regular

Pel que fa al sector comercial, i deixant de banda els discursos i les conferències de presentació de la *Memòria*, l'estudi de les cambres reconeix que l'any passat "l'evolució de les vendes del comerç minorista va ser negativa", segons el que es desprèn de les enquestes de conjuntura de les cambres. A diferència del comerç urbà, les grans superfícies sí van mantenir "l'evolució positiva dels darrers anys" i van enregistrar durant el 2003 "un increment acumulat interanual del 2,9 %".

L'altre indicador clar que hi ha sobre l'evolució del consum, però, va ser molt més positiu: les vendes de cotxes es van disparar al Principat fins a les 231.000 unitats, o el que és el mateix, el 8 % més que l'any 2002.

Pelayo Corella

UN CONTE D'ESTIU

Sempre s'ha dit que els estius són, informativament parlant, un obligat parèntesi entre la primavera i la tardor. Un moment en què tothom es pren un descans per carregar les piles i tornar pel setembre amb força. Però enguany l'actualitat ha demostrat que sempre hi ha excepcions. I aquest estiu, si bé la canícula ens ha recordat que a l'agost sempre fa calor, les notícies no han deixat de fluir.

Primer va ser Brussel·les qui va abocar una galleda d'aigua freda a les intencions de la Generalitat de mantenir el model comercial català. Després va arribar l'acord entre les autonomies i el Govern central per pactar la nova legislació d'horaris i, per últim, va aparèixer un informe del BBVA en el qual es deia, entre moltes altres coses, que a Catalunya la manca de competitivitat en el sector comercial, fruit de la reducció dels horaris i dels festius, provocava una inflació no desitjada.

Però anem per parts. L'acord entre les autonomies i el Govern central va facilitar que el ministre Montilla portés al Consell de Ministres un nou Projecte de Llei sobre els horaris comercials. El pols que va mantenir Montilla amb el vicepresident econòmic Pedro Solbes sembla que s'ha decantat a favor de l'excalcalde de Cornellà. Finalment seran 12 festius i 72 hores. Però amb una certa flexibilitat. Les autonomies podran ampliar o reduir aquestes xifres sempre que no prohibeixin obrir un mínim de 8 festius.

És evident que aquesta decisió ha provocat ja certa polèmica, però per sobre de tot el que es vol és superar l'enfrontament anterior: el Reial decret aprovat pel Govern d'Aznar quan Rodrigo Rato era ministre d'Economia ha acabat al Constitucional amb 12 recursos.

Ara, tot esperant que les Corts el ratifiquin per la via d'urgència abans que finalitzi l'any, una cosa sembla clara: el model català s'ha imposat. O millor dit, ha quedat reforçat. Perquè aquest acord salomònic permetrà a les autonomies que ho desitgin, com ara Madrid, continuar endavant amb la política de liberalització.

Però no tot són bones notícies per als comerciants catalans. De Brussel·les va caure aquest estiu una galleda d'aigua

El pols que va mantenir Montilla amb el vicepresident econòmic Pedro Solbes sembla que s'ha decantat a favor de l'excalcalde de Cornellà

freda. Què és exactament el que ha dit o ha fet la Comissió Europea? Ha enviat al

Govern espanyol, i no al català –com s'ha dit– una carta d'explicacions en relació amb dos temes de total actualitat i importància per al model català de comerç ara vigent. D'una banda, la Comissió Europea vol més informació sobre el Pla territorial i sectorial d'equipaments comercials, que és el que estableix la possibilitat o no per a les grans superfícies de poder instal·lar-se en qual-sevol població catalana. De l'altra, el Govern comunitari vol tenir més informació sobre com funciona la famosa Llei de l'impost a les grans superfícies.

Aquesta carta d'explicacions, tot s'ha de dir, suposa un procés burocràtic que s'allargarà en el temps. D'entrada, el Govern espanyol té 2 mesos per donar

MÉS RESTRICCIONS AL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓ?

Amb aquest títol, a la plana 12 de l'*Informe de situació a Catalunya* del mes de juliol passat, que elabora regularment el BBVA, es pot llegir el següent:

"Així, l'índex de vendes minoristes va tenir una recuperació lleu des dels nivells mínims de juliol de 2003, la qual cosa, juntament amb l'augment del nombre de visitants i turistes, va permetre que entre el primer trimestre de 2003 i el de 2004 l'ocupació en comerç, hoteleria i reparacions augmentés en 36.000 persones, un 40 % del total de l'increment de l'ocupació en els serveis.

En aquest sentit cal tenir presents els resultats que s'obtenen d'algunes anàlisis sobre l'impacte de les restriccions en el sector de la distribució comercial sobre l'ocupació en serveis. El Fons Monetari Internacional ha avaluat l'impacte de les restriccions al sector en el 10 % de l'ocupació a llarg termini, amb un impacte superior a les regions més restrictives (Catalunya, Balears, Navarra i País Basc). Addicionalment, hom pot trobar una relació negativa entre el nivell de regulació del sector i el creixement de l'ocupació dels serveis. Aquests dos resultats posen en qüestió, com a mínim, l'impacte sobre el benestar de la societat i sobre l'ocupació, a llarg termini, que es podria derivar d'una reducció dels horaris d'obertura i d'un augment de les dificultats per a la implantació de nous comerços a Catalunya".

resposta a les demandes d'informació. Un cop passat aquest període, la Comissió estudiarà la documentació presentada i prendrà una decisió. Atès que els posicionaments entre les parts són oposats, podria dur la Comissió a aprovar un dictamen que instés a canviar la Llei.

Satisfacció a l'ANGED

Aquesta notícia, que satisfà plenament l'ANGED (ja que va ser aquesta associació de grans superfícies qui la va recórrer a Brussel·les), en el Govern català ha causat una profunda preocupació. Si de portes enfora parla de discriminació i formula en veu alta la pregunta de per què Europa actua contra el comerç i no fa res per liberalitzar els horaris de la banca o

liberalitzar altres sectors estratègics com els de les comunicacions, de portes endintre s'és conscient que un dictamen

Amb la jugada de l'ANGED a Brussel·les, ha quedat clara una cosa: la patronal té un lobby poderós, mentre que el Govern català no

contrari llençaria per terra molts anys de feina.

A partir d'ara queden moltes coses per fer. De fet, el mateix conseller Esteve i el

director general de Comerç, Raimon Serret, ja s'han mobilitzat i han viatjat a la capital comunitària per explicar, alt i clar, que el model català "no va contra la lliure competència, sinó que busca l'equilibri".

De la mateixa manera, el Govern català busca altres aliats. Recentment va visitar Barcelona el ministre delegat de Petites i Mitjanes Empreses, Comerç, Artesania, Professions Liberals i Consum del Govern francès, Christian Jacob, i, segons la Generalitat, "es va poder constatar la sintonia entre tots dos governs pel que fa a la política de distribució comercial, i en concret de les grans superfícies".

El conseller Esteve va dir davant de Jacob que "la legislació catalana és oberta i

LES CAMBRES DE COMERÇ ES RATIFIQUEN EN EL SEU SUPORT AL MODEL CATALÀ DE COMERÇ



Les cambres catalanes estan a favor de l'equilibri comercial i consideren que la inflació no ha de ser l'únic factor per jutjar el nostre model de comerç. Així ho ha manifestat el Consell General de Cambres de Catalunya.

Les cambres de comerç catalanes consideren que el comerç a Catalunya té un paper destacat en la revitalització i sostenibilitat de les ciutats, i incideix en el mercat de treball, tant pel que fa a l'ocupació que genera, com pel tipus d'ocupació. Així mateix, és un sector que està estretament relacionat amb altres sectors econòmics, com el turisme i la indústria agroalimentària, i resulta estratègic a l'hora de ser un instrument de redistribució de la renda familiar disponible.

Per aquests motius, el Consell General de Cambres de Catalunya considera que no es pot valorar un model de comerç com el nostre, només amb els diferencials d'inflació que puntualment es donen, sinó tenint en compte totes les variables i els efectes socials que hi incideixen, tal com ja va manifestar en el posicionament programàtic sobre el model

de comerç català, que va fer públic el passat mes d'octubre.

Segons aquest posicionament, el consum els darrers anys és el motor del creixement econòmic de l'Estat espanyol i de Catalunya. En aquest sentit, l'aportació del comerç al PIB el converteix en un sector clau. La cambres catalanes consideren que el nostre teixit comercial és una de les claus essencials d'una economia espacial, en la qual és prioritària la distribució de la riquesa arreu del territori i el manteniment d'un model social basat en una estructura econòmica equilibrada i ordenada.

L'ordenació de l'activitat econòmica sobre aquest territori és, per tant, l'eina indispensable per garantir l'equilibri entre els diversos formats de distribució i l'única salvaguarda del model català de comerç, urbà i integrat, majoritàriament, per empreses locals i familiars, que està en la base de la nostra forma de vida mediterrània. Aquesta ordenació no es pot fer sotmesa a les directrius d'altres models comercials de l'Estat, indiscutiblement legítims, però que cada dia estan més allunyats del nostre model propi.

No es pot valorar un model de comerç com el nostre, només amb els diferencials d'inflació que puntualment es donen, sinó tenint en compte totes les variables i els efectes socials que hi incideixen

LA REGULACIÓ COMERCIAL NO GENERA INFLACIÓ

Contràriament al que manifesta l'informe de situació econòmica del juliol de 2004 del BBVA, la regulació comercial no genera inflació com es vol fer creure a l'opinió pública.

L'ordenació comercial no genera inflació. L'anàlisi de les dades de conjuntura econòmica mostren una relació inversament proporcional entre inflació i taxa d'atur, és a dir, en comunitats autònomes (CA) amb una taxa d'IPC alta, la taxa d'atur és més baixa. I això no té cap relació directa amb el nivell de regulació comercial a les CA.

Així, per exemple, en el cas de la Rioja, una CA amb els requisits mínims per a la concessió de la segona llicència, tal com manifesta l'estudi *Comercio al por menor, restricciones al por mayor* (Maig de 2004), elaborat pels Servei d'Estudis del BBVA, és una de les CA amb una taxa d'IPC més elevada.

L'ordenació comercial no impedeix l'augment d'ocupació. Un exemple clar és el de la ciutat de Barcelona, inclosa en una de les CA més regulades, que ha viscut un increment d'ocupació en l'àmbit del comerç al voltant del 20 % en 5 anys. Això posa en relleu la capacitat d'expansió dels diversos formats comercials, i no únicament dels grans. L'ordenació comercial no implica la desaparició de cap tipologia de comerç, sinó que busca la convivència de diversos formats comercials adaptats a cada territori.

L'ordenació comercial vetlla pel nostre model de societat. Un model de societat centrat en el dinamisme de les ciutats, però que alhora ha de garantir la pluralitat, la diversitat i la llibertat d'elecció per als ciutadans consumidors. Cal recordar que el comerç, principalment en trama urbana, assumeix una doble funció, l'econòmica, és a dir, la d'apropament de productes en forma d'assortiment al ciutadà i, sobretot, la

funció social-urbana, és a dir, enllumenar, decorar, donar vida a la ciutat, contribuir a garantir la seguretat i la neteja de la ciutat...; en definitiva, el comerç urbà es converteix en un centre de relació, en un lloc de trobada i, per tant, és l'element fonamental del model de societat convivencial característic del nostre país. I aquesta és la funció de l'ordenació comercial: garantir l'elecció del consumidor i garantir la convivència i el benestar a les nostres ciutats.

L'informe del BBVA pretén generar una polèmica entorn d'un aspecte sensible en l'àmbit comercial i la població; i en canvi, no esmenta un dels temes clau del sector de la distribució, com són les comissions del cobrament amb targeta.

Actualment a Espanya més del 40 % de les vendes anuals en la distribució es cobren mitjançant targetes de dèbit i crèdit, fet que suposa un pagament en concepte de comissions d'uns 1.350 MEUR anuals. Unes xifres que augmenten any rere any per l'increment de l'ús d'aquest sistema de pagament.

Aquest sistema de pagament amb comissions abusives de les entitats bancàries repercuteix directament sobre el marge del comerciant i això acaba repercutint inevitablement en l'interès del consumidor final.

En comptes de desviar l'atenció en un debat ideològic poc apropiat per a una entitat financera, potser caldria posar fil a l'agulla a resoldre el problema de les comissions de targetes, no?

Aquest sí que és un problema real i sobre el qual les entitats financeres tenen molt a dir.

Laura López - Gerent d'ANCECO
Muntsa Vilalta - Gerent de COMERTIA

equilibrada com ho pot ser la de França, i un exemple és que coincidim en temes com la segona llicència per a l'obertura de grans superfícies o la limitació d'horaris i festius". Per la seva banda, el polític francès va voler donar suport al conseller català tot assegurant que "la reglamentació a França de la distribució de les grans superfícies preveu la necessitat d'una doble autorització per obrir establiments de més de 300 m², una autorització que atorga una comissió amb representants de l'Estat, de les administracions locals i del sector comercial". Però el que és evident és que Brussel·les només ha actuat contra la legislació catalana.

Però a aquest seguit de notícies, una tercera ha aixecat una polseguera considerable. Segons un estudi fet públic pel Banc

El BBVA creu que les restriccions comercials fan pujar la inflació a Catalunya. Una opinió que no comparteixen ni Generalitat, ni cambres ni comerciants

Bilbao Vizcaya Argentaria, la culpa que la inflació a Catalunya sigui més alta que a la resta de l'Estat és de les restriccions del model comercial. Però aquest informe va més enllà i diu que si es mantenen aquestes restriccions, no només la inflació seria més elevada que a la resta de l'Estat, sinó que també ho seria l'atur, ja que aquest proteccionisme pot acabar perjudicant molt la creació de nous llocs de treball en el sector serveis, especialment en el de la distribució comercial.

Les reaccions no han trigat (vegeu requadres adjunts) i tant el Govern català com les cambres catalanes i altres associacions han rebut amb contundència la veracitat d'aquestes afirmacions.

Pelayo Corella

EL CORTE INGLÉS

UN CREIXEMENT IMPARABLE

El ritme de creixement d'El Corte Inglés sembla ja gairebé una llegenda. El 2003, el primer grup de distribució a Espanya va facturar 14.056 MEUR (2 bilions de pessetes), amb 575 MEUR de benefici, el 8,1 % més que l'exercici anterior. Aquests resultats es traduiran en projectes d'expansió de les cadenes d'Opencor i Supercor.

A més, "el grup està decidit a continuar amb aquest ritme ascendent i continuar augmentant l'oferta cada dia més atractiva per als seus clients". Aquestes van ser les paraules d'Isidoro Álvarez, el president del grup, en la darrera junta d'accionistes. Els resultats de l'exercici anterior han enfortit encara més els ànims de la directiva. No n'hi ha per a menys. El grup ha guanyat 575 MEUR de benefici, una xifra que permet continuar sense problemes amb la seva política expansiva.

La bona gestió, la diversificació del negoci i l'augment del consum de les famílies espanyoles durant l'any passat han fet que el grup registrés novament unes xifres astronòmiques. Entre els integrants del grup que han donat més beneficis, en primer lloc cal situar els centres comercials El Corte Inglés, amb una xifra de 358 MEUR de guanys, l'11,7 % més que el 2002; en segon lloc, Hipercor, que ha crescut el 10 %, fins a 164 MEUR de beneficis, i en tercer lloc, Viajes El Corte Inglés, amb 30 MEUR de guanys, el 8 % més que l'exercici anterior.

El 2004, sembla que la conjuntura també bufarà a favor. El primer trimestre la despesa de les famílies a Espanya va créixer el 3,3 % i les previsions per al segon trimestre també són opti-

mistes arran de l'augment de la renda disponible i a una percepció positiva de l'evolució de l'economia.

Tot sembla que contribueix perquè El Corte Inglés continuï expandint-se. La direcció té clars els seus plans de futur. D'una banda, vol créixer mitjançant les marques Opencor i Supercor, que ja han començat a multiplicar-se fa uns mesos. De l'altra, vol potenciar la seva internacionalització, tot obrint el segon centre comercial a Portugal, en aquest cas a Vila Nova de Gaia, a prop de Porto. I, a més, El Corte Inglés ha creat la seva pròpia cadena d'òptiques i començarà a posar-les en marxa dins dels seus centres comercials.

Quant al balanç d'actuacions de l'exercici anterior, en destaca sobretot l'obertura del centre comercial Sanchinarro, amb una inversió de 200 MEUR. Amb tot, el grup de distribució també va obrir altres centres i va reformar-ne alguns dels ja existents. En total, va invertir 940 MEUR, 60 MEUR menys que el 2001, i va aconseguir crear 4.834 llocs de treball. Actualment la seva plantilla mitjana és de 84.465 empleats.

Sira Abenoza

EL CORTE INGLÉS DE MERIDIANA, EN MARXA

L'entrada de Barcelona per la Meridiana va canviar considerablement en el moment en què es va inaugurar Heron City. Però, ben aviat els llums de neó de gust dubtós quedaran en part eclipsats per la construcció al seu costat d'un nou Corte Inglés. De moment, tal com es pot veure a la fotografia, només hi ha el que serà el forat per als fonaments i el pàrquing. Però mentalment un ja es pot dibuixar la grandiositat de la que serà, de moment, la darrera gran superfície que es construirà a Barcelona: 18.000 m² dedicats a la venda que, units a la resta de dependències, arribaran als 24.000 m². Per ara no hi ha data fixa per a la inauguració. En tot cas, no serà abans de la darrera del 2005 o inici del 2006.



"EL PERSONAL DE LA BOTIGA POT MARCAR LA DIFERÈNCIA"

enguany se celebra el 25è aniversari de la primera edició del Curs d'assessors tècnics comercials (ATC). Per les seves aules han passat moltes persones que ara ocupen càrrecs professionals importants en empreses comercials. Josep Maria Bonmatí n'és un exemple.

CURS		
ASSESSORS TÈCNICS COMERCIALS		
INICI	DURADA DEL CURS	PREU
2 de NOVEMBRE de 2004	200 HORES	1.300 €
FINALITZACIÓ	ORGANITZAT PER	
19 de MAIG de 2005	 Cambra de Comerç de Barcelona	
LLOC DE REALITZACIÓ		
Cambra de Comerç de Barcelona av. Diagonal, 452 Barcelona		
 0 91083 15309 7		

Director general de l'AECCO (Asociación Española de Codificación Comercial), aquest llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresariales ocupa un càrrec cabdal en el sector comercial. L'AECCO és una organització que agrupa més de 20.000 empreses de la fabricació i distribució de productes de gran consum i treballa per desenvolupar mecanismes que millorin i agilitin les relacions entre els productors i els distribuïdors.

Quan va fer el curs d'ATC?
Crec que va ser l'any 86 o 87.

Què recorda d'aquells anys?
Recordo un curs molt interessant amb un grup molt divers d'alumnes, però tots amb un gran interès. El nivell del professorat era molt alt, molt proper a la realitat del comerç, i l'organització era molt bona.

Com era el pla d'estudis? Quines eren les matèries en les quals es posava un èmfasi especial?

El pla d'estudis tractava de totes les matèries, des dels temes més generals (finances, etc.) fins als més específics (compres, marxandatge, etc.). Sempre tracten d'aplicar aquestes matèries al món del comerç i a la realitat de les empreses comercials. Vaig tenir la sort de conèixer professors de gran nivell amb els quals he pogut mantenir el contacte, a més del paper de Ramon Serret i Santi Pagès, veritables ànimes del curs. D'una forma molt especial recordo un dels empresaris convidats, Antonio Cancelo, aleshores director del Grup Eroski, tot un luxe.

Què és el més important que hi va aprendre?

La necessitat d'un canvi del comerciant

cap a un concepte d'empresa comercial, la necessitat d'un tipus d'assessorament proper i pràctic al comerciant i la força que poden tenir les accions conjuntes i el treballar plegats per convertir zones comercials en veritables centres comercials.

Com ha canviat el comerç des de llavors?

Crec que els canvis han estat importants i encara ho seran més. Hem vist un gran procés de concentració els darrers anys i l'aparició de nous operadors que reproduïxen en altres sectors les tècniques i pràctiques utilitzades en el gran consum. Afortunadament, també hem vist sorgir nous empresaris comercials amb fórmules innovadores i de gran èxit.

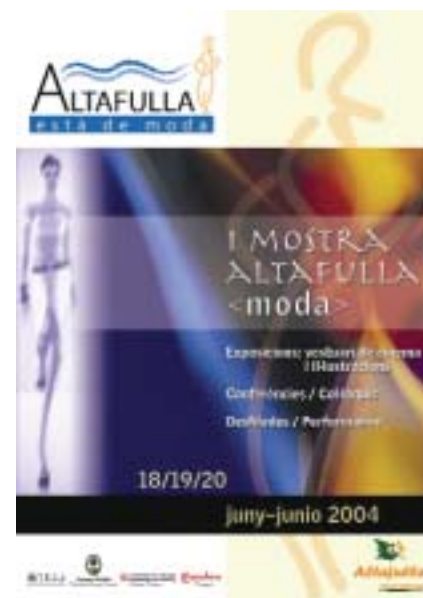
"És necessari que el comerciant opti per un concepte d'empresa comercial"

Què s'hauria d'ensenyar ara pensant en el futur del comerç?

Crec que el client cada vegada més és el rei i pot triar. Per tant, tots els aspectes lligats a la satisfacció del client, aconseguir que torni i que sigui al més fidel possible, conjuntament amb els aspectes lligats al personal i les persones són l'eix fonamental del comerç, ja que són les que estan en contacte amb el client. El personal de la botiga pot marcar la diferència i aquest tema ha de ser una prioritat per a l'empresari de comerç.

ALTAFULLA, DE MODA

A Altafulla, el comerç i el turisme es donen la mà per dinamitzar la ciutat. Conjuntament, no paren d'endegar iniciatives per preservar i consolidar el perfil de qualitat d'aquest racó de la Costa Daurada. La seva darrera iniciativa: la I Mostra Altafulla Moda. Un nou referent per al món de la moda i el comerç.



El Pla de dinamització d'Altafulla ha permès que aquesta població disposi d'un programa anual que vincula comerç i turisme, tot oferint un seguit d'actuacions que ajuden a captar nous consumidors i fidelitzen els clients estables; es tracta d'un conjunt d'iniciatives que incrementen les vendes en temporades d'aflluència i conjuguen el protagonisme dels dos sectors. Dins d'aquest Pla, la I Mostra Altafulla Moda, celebrada el darrer mes de juny, ha pres una rellevància singular. La iniciativa va aconseguir, amb escreix, l'objectiu plantejat: jugar el comerç amb les ubicacions turístiques, apropar els comerços al consumidors residents i als turistes d'Altafulla i consolidar una imatge de qualitat del poble. Amb un programa de 3 dies que va incloure desfilades, concursos, conferències, taules rodones, exposicions i una performance de moda i art, la Mostra "ja

s'ha convertit en un referent per al món de la moda", asseguren els organitzadors. La varietat temàtica i de propostes va ser una de les claus de l'èxit que van permetre que des del primer dia les activitats apleguessin una gran quantitat de públic interessat i expectant. A més, també cal tenir en compte que gràcies a la Mostra es va aconseguir unir els esforços del sector privat i el sector públic per promoure la població des del vessant de la moda. Una de les propostes de la Mostra va ser la I Convocatòria del Concurs per a Joves Dissenyadors, una oportunitat perquè els joves que inicien el seu camí en el món del disseny mostressin les seves propostes. D'altra banda, les dues exposicions realitzades al Fòrum van mostrar l'íntima relació entre la moda i el món del cinema: les il·lustracions de la dissenyadora Marga Badia inspirades en el cinema, i els vestits i complements més espectaculars de la pel·lícula d'època inspirada en l'obra de Mercè Rodoreda, *Mirall trencat*. Les conferències van deixar sentir la veu de professionals de la moda, com el dissenyador Jaume Roca, la model internacional M. José Serra o el director de cinema Jesús Monllaó, que van atreure un gran nombre de públic i van plantejar molts temes per a futures trobades. En conclusió, es pot afirmar que la I Mostra Altafulla Moda va permetre obrir la porta a un nou concepte de promoció, i que el Pla de dinamització d'Altafulla es converteixi en un referent genèric per a tota una població. Altafulla, municipi de menys de 5.000 habitants, és un dels pocs racons turístics de la costa de Tarragona que manté les característiques pròpies de les destinacions de vacances familiars. Amb un

turisme de qualitat, interessat per la cultura, la gastronomia i les tradicions, el municipi vol preservar aquest posicionament que el separa de les destinacions més massives de la Costa Daurada. Des de les seves platges, fins als bonics racons de la Vila Closa, el castell o les places i els carrers empedrats, a Altafulla es respira encara una atmosfera única que agrada i dona vida a aquesta petita població.

La I Mostra Altafulla Moda va permetre obrir la porta a un nou concepte de promoció

Aquest aspecte turístic que marca el perfil d'Altafulla ha promogut la implantació d'un ampli sector comercial emergent que aprofita l'arribada de turistes i visitants per assolir el seu posicionament i assentar-se com un dels sectors econòmics fonamentals de la població juntament amb el turístic.

El sector comercial, conscient de la seva incidència en el conjunt d'agents econòmics del municipi, ha orientat la seva trajectòria envers la complementarietat amb el turisme, és a dir, ha valorat quin tipus de comerç necessita el consumidor d'Altafulla i així ha aconseguit convertir-se en un atractiu complementari dels aspectes lúdics i turístics que ja de per si ofereix la població. Avui dia, comerç i serveis han passat a obtenir una plaça en el perfil municipal, un lloc preferent entre les entitats municipals que generen aflluència de visitants i absorbeixen les rendes del turisme.

COMPRAR JUSTÍCIA ÉS FÀCIL

El Fòrum ja s'acaba i la botiga de comerç just més gran del món també és a punt de tancar les seves portes. Aquests són els darrers dies per passejar pels seus 280 m². Per tocar i remenar el miler de productes exposats als seus prestatges. Per comprar objectes d'artesanía i alimentació que han estat fabricats amb dignitat.

Comprar pot ser un gest compromès, una activitat plena de responsabilitat social. Darrere de cada producte hi ha sempre l'esforç d'una persona, o diverses. Però, quina mena d'esforç? Quantes hores i per quants diners han treballat les persones que han fabricat cada objecte en qüestió? El comerç just neix a partir d'aquestes preguntes, de la voluntat de garantir unes condicions laborals dignes per a tothom.

El Fòrum 2004 s'acaba i l'*Informatiu Comerç* no pot deixar escapar l'avinentsa de dedicar unes paraules de respecte a les ONG que han estat durant aquests 5 mesos al recinte explicant què és el comerç just i per què val la pena preocupar-se de practicar un consum compromès.

A Occident ja fa segles que els governs s'encarreguen de garantir els drets dels seus ciutadans. Però aquesta no és la realitat per a molts altres ciutadans del món. A la Terra, no tothom té garantida una vida digna. Iniciatives com la del comerç just són fruit de la voluntat de canviar aquesta injustícia, de les ganes de poder estendre els drets humans a tot el planeta.

El sistema actual de comerç internacional sovint només ajuda a accentuar aquestes diferències entre els països rics i

els països pobres. Però sortosament hi ha gent que dedica la seva vida a intentar canviar aquesta situació. Sota el sostre de la *haima*, al Fòrum, des de fa 5 mesos n'hi ha uns quants exemples: els voluntaris d'Intermón Oxfam, Alternativa 3 i Setem. La seva tasca ha consistit a ampliar la informació que recull l'exposició sobre el comerç just a fi d'aconseguir que els visitants, en arribar a la botiga que hi ha al costat, entenguin la importància de l'existència d'establiments que vinguin productes de comerç just.

Tenint en compte els resultats de les vendes, sembla que els voluntaris han dut a terme una bona tasca pedagògica. Francesc Mateu, director del projecte Comerç Just Fòrum 2004 d'Intermón Oxfam, explica que "les vendes han anat molt bé" i es dol "que no es puguin assegurar totes aquestes vendes una vegada acabat el Fòrum". El producte estrella ha estat el cafè, però, com en totes les botigues de comerç just, també s'hi han venut: xocolata, melmelades, cuscús, te, roba, ceràmica, objectes de decoració...

Intermón Oxfam, Setem i Alternativa 3, entre d'altres, es dediquen des de ja fa anys a promoure el comerç just. El comerç just és una eina de cooperació amb els països en vies de desenvolupa-

ment. El seu objectiu és eliminar la pobresa i la situació de dependència d'Occident que pateix el Tercer Món. I per assolir aquesta fita, aquestes organitzacions estableixen un sistema comercial alternatiu que facilita l'accés als mercats del Primer Món en condicions igualitàries. Això és, garanteix als productors del Sud la venda d'aliments i objectes d'artesanía fabricats amb unes condicions laborals dignes, sense discriminacions de gènere, i amb uns salaris que permeten als treballadors que els elaboren viure de manera no precària.

Però, com es tradueix aquest objectiu a la pràctica? Tot i que els principis que cal respectar són els mateixos per a totes les organitzacions de comerç just, cada ONG té les seves normes de funcionament. Francesc Mateu ha explicat a l'*Informatiu* la manera de treballar d'Intermón Oxfam: "Cada any fem una planificació de vendes i, quan ja la tenim, busquem els productors que poden fabricar aquests productes. Quan els trobem, els paguem el 50 % de la factura per avançat perquè puguin començar a produir. A banda, ens comprometem a augmentar un 10 % cada any el volum de les nostres compres i assessorem els productors en el disseny i la selecció de productes".

Per ara Intermón compra a grups de productors de països de l'Amèrica de Sud: Xile, Perú i Equador; d'Àsia: Bangladesh, Sri Lanka, Nepal, Tailàndia, Indonèsia, Índia i Filipines; i de l'Àfrica: Kenya i Uganda.

Com neix el comerç just?

La primera botiga de comerç just es va obrir el 1969 a Holanda. Però com que les bones idees es venen per si soles, el moviment es va estendre ràpidament als Països Baixos, Alemanya, Suïssa, Àustria, França, Suècia, Gran Bretanya i Bèlgica. Així, 21 anys més tard, el 1990 es va constituir la primera associació formal de comerç just, l'European Fair Trade Association (EFTA o Associació Europea de Comerç Just). Actualment, l'organització consta de 12 membres i representa el 60 % de les importacions de comerç just a Europa.

A Europa, però, també existeix la NEWS, la coordinadora de botigues de comerç just. Aquesta organització funciona com a representant del moviment del comerç just a l'hora de fer pressió política a la UE. En l'àmbit internacional hi ha l'organització IFAT (International Federation of Alternative Trade), que aplega 148 organitzacions de comerç just d'Àfrica, Àsia, Austràlia, Amèrica del Sud, Amèrica del Nord i Europa. La IFAT és un autèntic fòrum de debat entre els dos mons, entre els importadors i els productors.

Des de la seva primera definició seriosa, el comerç just s'ha organitzat entorn de 5 principis. I aquests principis es corresponen amb 5 característiques de la realitat laboral als països en vies de desenvolupament que s'han de canviar:

Salaris dignes: els sous que reben els treballadors dels països pobres els condemnen a perpetuar la pobresa, no els permeten viure dignament.

El comerç just vol garantir uns salaris dignes.

No a l'explotació infantil: als països en vies de desenvolupament la majoria de nens treballen com adults per augmentar els ingressos de la família i assegurar el menjar fins a final de mes.

El comerç just vol que els nens vagin a l'escola.

No discriminació de gènere: les dones, com els nens, són ciutadans de segona a gran part de l'hemisferi Sud. Cobren menys per la mateixa feina i pateixen abusos físics i psíquics.

El comerç just vol que homes i dones rebin el mateix tracte.

Respecte al medi ambient: al Tercer Món s'utilitzen de manera descontrolada 400.000 tones de pesticides l'any. Aquests productes afecten la salut del camperol i degraden el sòl i el medi ambient en general.

El comerç just vol una agricultura que respecti el medi ambient.

Respecte als drets laborals: als països en vies de desenvolupament molts temporers viuen en allotjaments precaris, sense serveis sanitaris ni dret a l'associació per a la lluita pels seus propis drets.

El comerç just vol que totes les persones tinguin els mateixos drets.

Sira Abenzoza

ON PUC COMPRAR PRODUCTES DE COMERÇ JUST?

Intermón Oxfam disposa de 9 botigues a Catalunya. I per a aquells que no en tinguin cap a la vora, sempre hi ha l'opció de comprar per Internet. <http://www.intermonoxfam.org/tienda>

Badalona
C/ Sant Miquel, 53
08911 Badalona

Barcelona
C/ Roger de Llúria, 15
08010 Barcelona

C/ Provença, 247
08008 Barcelona

Girona
Pl. del Vi, 4
17004 Girona

Lleida
C/ Roca Labrador, 7
25003 Lleida

Palma de Mallorca
C/ Victòria, 4
07001 Palma de Mallorca

Sabadell
C/Sant Pere, 51
08201 Sabadell

Tarragona
C/ Sant Francesc, 6, baixos
43003 Tarragona

Terrassa
Pl. Comte d'Egara, 2-4
08221 Terrassa

Vilanova i la Geltrú
C/ Havana, 8
08800 Vilanova i la Geltrú



LA NOVA BORSA DE TREBALL DELS COMERCIANTS

La manca de mà d'obra qualificada és un llast que ja fa massa temps que s'arrossega. Els botiguers no deixen de doldre-se'n. I Comertia ha decidit posar fil a l'agulla. Amb la creació d'una borsa de treball per als seus membres, l'Associació vol acabar amb aquesta situació tan perjudicial per al món comercial.

A fi d'alleujar el problema de l'escassetat de personal qualificat en les feines d'atenció al públic, Comertia ha iniciat un nou servei per als seus associats. Juntament amb l'empresa especialitzada en recursos humans INTAC, l'associació catalana de l'empresa familiar ha posat a la disposició dels seus membres una borsa de treball que centralitza la informació sobre ofertes i demandes que arriben als 1.800 establiments que agrupa l'organització.

Com és obvi, aquesta iniciativa no només beneficia els comerciants, sinó que també resulta molt interessant per a aquelles persones que vulguin trobar feina en el sector comercial. A partir d'ara, qui vulgui fer arribar el seu *curriculum vitae* a tots els socis de Comertia només caldrà que l'envii per fax (934 179 695) o correu electrònic (comertia@comertia.net). Automàticament, Comertia el farà públic a tots els responsables de Recursos Humans de les 32 empreses associades. D'aquesta manera, la persona que busca feina, amb només una gestió fa arribar el seu currículum a 32 empreses consolidades i amb marques reconegudes en el mercat. Alhora, per captar més persones, Comertia també publicarà de manera periòdica en la premsa i en portals d'Internet anuncis amb ofertes laborals.

Les empreses associades a Comertia, empreses que facturen més de 3 MEUR, amb un mínim de 3 establiments i una plantilla de 25 treballadors, tenen totes una vocació clara d'expansió i de continuïtat en el temps. I això fa que cada vegada més necessitin agilitar tots els seus processos, entre els quals la selecció de personal.

Comertia defensa un model d'empreses d'èxit dins de la distribució, empreses autòctones amb marques comercials que tenen personalitat pròpia i que estructuraren el teixit econòmic social i urbanístic del país. I l'associació entén que la capacitat competitiva d'aquest perfil empresarial passa per l'expansió pel territori de les seves marques i per la millora de la productivitat de l'empresa mitjançant la digitalització i la implantació de processos de qualitat, la formació i la creació de sinergies en serveis comuns.

Tot plegat fa que treballar en empreses Comertia presenti un atractiu tant pel que fa al desenvolupament professional com pel que fa a l'estabilitat personal. Les empreses pertanyents a

Comertia reconeixen que per ser competitives i mantenir el seu nivell de lideratge han de comptar clarament amb un bon nivell de professionalitat en tots els membres de la seva plantilla, i això es tradueix en unes condicions econòmiques i laborals adequades.

El primer *Informe de retribucions del comerç català* realitzat per Comertia ho deixava ben clar: els càrrecs de responsabilitat en l'estratègia d'expansió d'aquests negocis tenen millor retribució que càrrecs homònims en empreses industrials. Així doncs, al contrari del que es creu, el sector de la distribució és un bon lloc per poder fer carrera professional amb èxit, especialment si es disposa d'una bona preparació acadèmica.



Un dels grans problemes dels comerciants és trobar gent disposada a treballar amb uns horaris tan amplis

NOTÍCIES

L'ANCECO, A LES ENVISTES DEL SEU CONGRÉS ANUAL, APOSTA PER LA REGULACIÓ DEL SECTOR COMERCIAL

Dèiem en el darrer *Informatiu* que s'acostava el Congrés de l'ANCECO i que, a més de la primera edició dels premis per fomentar les centrals de compra, en aquesta trobada anual, enguany, es debatiria com afecta l'optimització de les compres, la verticalització dels grups horitzontals o les sinergies entre les centrals i els seus associats. Però abans d'aquesta cita, l'Asociación Nacional de Centrales de Compra y Servicios, i vista la polèmica perenne sobre els horaris comercials, ha volgut pronunciar-se sobre aquest tema espinós.

D'entrada, l'ANCECO "valora positivament" la suspensió temporal de determinats creixements de grans i mitjanes superfícies comercials duta a terme pel Govern de la Generalitat de Catalunya, ja que considera "necessari" garantir la pluralitat de sistemes de distribució i "evitar la implantació d'un únic model" que, a llarg termini, "limitaria l'oferta i la varietat per al consumidor".

De fet, segons un estudi de l'ANCECO, el 81 % de les centrals de compra i serveis "no és favorable a la liberalització d'obertura en festius" i el 13 % "no està segur del seu benefici o perjudici" en els

negocis dels seus associats. Tanmateix, el 88 % dels comerciants associats amb botigues a les ciutats "no" considera profitosa l'obertura de festius. Entre els comerciants associats amb establiments dintre d'un centre comercial, el 65 % "tampoc consideren rendible l'obertura en festius". Per això, l'ANCECO des de sempre "ha expressat la necessitat d'una regulació en el sector comercial".

Tot esperant que els nous governs, tant el central com el de la plaça de Sant Jaume, concretin la nova legislació, l'organització presidida per Benito García afirma que la majoria de comerciants "consideren suficients" l'obertura de festius en les campanyes nadalenca i de rebaixes i que, encara que no ho sembli, l'obertura indiscriminada "tampoc és rendible per a les grans superfícies". Tot i així, "som conscients que ells estan més preparats per «resistir la batalla», mentre que les pimes", majoritàriament empreses familiars, "poden tenir certes dificultats per mantenir l'obertura de negocis els 365 dies l'any".

Per a l'ANCECO, la liberalització total que ara es vol replantejar hauria produït "el caos, no només econòmic, sinó també

social i familiar" i hauria posat en perill "el model de societat actual, tot dificultant la combinació de la vida familiar amb la professional". Per últim, aquesta important associació de centrals de compres i serveis afirma que cal posar el punt sobre les is i desemmascarar una fallàcia segons la qual els consumidors volen més llibertat d'horaris. Per a l'ANCECO, i segons "moltes enquestes", el consumidor es mostra "àmpliament satisfet" amb el comerç, amb a referència a "horaris, oferta o qualitat del servei".

En definitiva, "apel·lant a una llibertat total per afavorir el consumidor, s'està encobrint una estratègia que portarà a una debilitació del petit i mitjà comerç". I això implicaria "una reducció de la llibertat d'elecció per al consumidor, una disminució de la pluralitat d'oferta i una situació d'oligopoli que permetria als operadors una pujada dels preus". D'altra banda, si pensem únicament en el benefici del consumidor, els dirigents de l'ANCECO llancen una pregunta: "per què no plantejem una obertura els 365 dies de l'Administració, la banca i tots els serveis?".

SIGNAT UN ACORD PER GARANTIR LA INFORMACIÓ NUTRICIONAL I ADVERTIR DE LA PRESENCIA DE GLUTEN EN L'ETIQUETATGE

La Generalitat i 9 empreses de distribució d'aliments han fet un pas més per a la millora de la qualitat de vida dels més de 340.000 afectats per la diabetis i la malaltia celíaca a Catalunya. El conseller de Comerç, Turisme i Consum, Pere Esteve, juntament amb el responsable de Consum, Enric Aloy, ha signat un conveni d'adhesió al Pacte pel Celíac i Diabètic amb els principals responsables de Caprabo; Condis Supermercats; Mercadona; Bon Preu; Indústries Rodríguez; Productora Alimentícia General Española; Trias, néts de Joaquim; Antonijoan, i

Bombons Blasi.

El Pacte pel Celíac i Diabètic ha estat impulsat pel Departament de Comerç, Turisme i Consum en col·laboració amb les associacions de celíacs i diabètics de Catalunya. Amb aquest conveni es millorarà la informació nutricional dels seus productes i marques blanques. En el cas dels diabètics, la comprovació de la quantitat de substàncies nutritives és fonamental per a la seva dieta. Pel que fa als celíacs, la dieta sense gluten és el tractament més efectiu per controlar la malaltia. En aquest sentit, el distintiu és una

referència visual que facilita l'acte de compra dels celíacs i diabètics, i afavoreix el control d'una dieta variada i equilibrada. Més de 50 línies de productes incorporaran el nou distintiu nutricional. En total, les 9 empreses adherides utilitzaran el distintiu en més de 50 línies diferents de les seves marques comercials. Es tracta de productes susceptibles de tenir gluten, com les conserves, els embotits, les galetes i la pastisseria, melmelades, patés, postres lactis i derivats, precuinats, salses, sopes, xocolata, torrons i caramels, entre altres aliments.

IMMOBILIÀRIA

UNA ROTACIÓ MOLT CARA

Un dels signes d'identitat del comerç urbà és el seu dinamisme. No només pel que fa a les estratègies pròpies de cada establiment relacionades amb el màrqueting i la publicitat, en què el comerç tradicional cada cop aposta més fort, sinó també en el nombre de botigues que es tanquen i que es creen.

Obrir un negoci és, de vegades, una aventura que pot convertir-se en un malson o en un èxit empresarial en funció de moltes variables. Una no deixa de ser la sort, malgrat que el sector comercial no és una loteria. No seria la primera vegada que una operació ben dissenyada, amb un producte diferenciat i una estètica innovadora no aconseguix el favor del gran públic. De casos així, n'hi ha hagut

Les marques del grup Inditex aposten per "una política comercial de gran presència per eliminar quota de mercat de la competència"

molts. Potser per això, el comerç és una assignatura que molta gent encara suspèn.

Tot i així, hi ha un aspecte que sol ser fonamental: la localització. Trobar un local adequat per a les teves necessitats és un preàmbul que no tothom aconseguix complir. Al centre de les grans ciutats, la competència ferotge de les grans marques ha provocat una inflació de preus que, o bé un hereta el negoci de la família, i el local, o és empès a entrar en una

puja de la qual queda ràpidament arraconat per la voracitat de les grans marques nacionals i internacionals.

L'informe de mercat de locals comercials del primer semestre d'enguany elaborat per la immobiliària Jordà & Guasch posa l'accent en aquest tema, cada cop més preocupant. De fet, vista la manca de locals lliures que hi ha al centre de la Ciutat Comtal i dels seus 17 eixos comercials, una de les fórmules més utilitzades per les franquícies és el traspàs.

El primer pas és interessar-se per un local concret i el segon temptejar el propietari. Si aquest no té assegurada, amb els seus fills, la continuïtat del negoci, perquè aquests consideren que volen estudiar una carrera universitària i iniciar una via professional allunyada dels aparadors, els franquiciadors ja tenen un punt a favor. El pas següent és fer una oferta temptadora. No totes arribaran a les xifres que va pagar Inditex pel local de Vehils al Portal de l'Àngel (la més cara de la història a Espanya), ni tampoc s'acostarà als 1,2 MEUR que va pagar Capuccino a Cafè di Roma per aconseguir el seu local al passeig de Gràcia, però de ben segur serà una xifra que, si parléssim en les antigues pessetes, es diria allò de "té molts zeros".

En qualsevol cas, tal com recorda l'informe, "és el possible destinatari final, qui potencialment millor s'adequa al local, qui determinarà què està disposat a pagar". I aquest pagament estarà directa-

ment relacionat amb 3 variables: la singularitat de la zona, la singularitat del producte que pretén vendre i l'amortització que pugui fer d'aquest pagament en funció del que tingui previst facturar.

Jubilació daurada

Una de les persones més conegudes d'aquests temes a la ciutat de Barcelona reconeixia no fa gaire a l'*Informatiu*

Vista la manca de locals lliures que hi ha al centre de la Ciutat Comtal i dels seus 17 eixos comercials, una de les fórmules més utilitzades per les franquícies és el traspàs

Comerç que són molts els comerciants que, després d'una dilatada carrera professional i acostant-se a l'edat de la jubilació, decideixen traspasar el negoci i, d'una tacada, "guanyar més diners que en tots els seus anys de professió".

Aquest fenomen denota aquest dinamisme del qual parlàvem, però fa surar un tema molt preocupant: els centres urbans estan expulsant una gran part del

CARRER O ZONA	MÍNIM	MÀXIM
PRIMERA LÍNIA		
Passeig de Gràcia	900€/m²/any	1.400€/m²/any
Avinguda Diagonal (Francesc Macià i Passeig de Gràcia)	432€/m²/any	720€/m²/any
Rambla Catalunya	900€/m²/any	1.010€/m²/any
MOLT TRANSITADA		
Pelai	1.800€/m²/any	2.040€/m²/any
Portal de l'Àngel	2.100€/m²/any	3.030€/m²/any
Plaça Catalunya	710€/m²/any	1.200€/m²/any
Portaferrissa	1.040€/m²/any	1.660€/m²/any
La Rambla (fins a Portaferrissa)	720€/m²/any	1.450€/m²/any
Cucurulla	1.160€/m²/any	1.360€/m²/any
BARNACENTRE		
Barna Centre	432€/m²/any	720€/m²/any
TRAVESSERES		
Travesseres convergents a Passeig de Gràcia	324€/m²/any	660€/m²/any
SEGONA LÍNIA		
Gran de Gràcia	324€/m²/any	468€/m²/any
Sants (des de Plaça de Sants al Mercat)	420€/m²/any	504€/m²/any

comerç tradicional de la zona per la incessant inflació dels preus tant de venda com de lloguer. En el cas del Portal de l'Àngel, l'informe de Jordà & Guasch ho diu molt clarament: les marques del grup Inditex aposten per "una política comercial de gran presència per eliminar quota de mercat de la competència".

En qualsevol cas, i deixant de banda els traspàsos, ara per ara la situació de disponibilitat de locals a la capital catalana és molt diferent en funció de les zones de què parlem. L'informe de Jordà & Guasch ha fet una divisió de la Ciutat Comtal en 3 àrees. La primera, integrada pel passeig de Gràcia, Portal de l'Àngel, plaça de Catalunya, Pelai, les Rambles,

rambla de Catalunya, Diagonal i Barnacentre, segons la qual, la disponibilitat és "escassa" perquè és "la zona més sol·licitada" i això provoca una puja constant de les rendes per pagar.

La segona línia és la que formen totes les travessies que hi ha a l'Eixample, Sant Antoni, el Born, Turó Parc, Calvet i travessera de Gràcia. La rodalía del passeig de Gràcia i la rambla de Catalunya són, per raons òbvies, les que tenen més demanda.

Per últim, la tercera línia, també anomenada comerç de proximitat, és -tal com reconeix l'estudi- "difícil de delimitar, però és la que presenta més disponibilitat, ja que la seva àrea d'influència comercial està entorn de mercats o zones

comercials de barri on la quota de mercat té rendibilitats inferiors a les altres línies".

Així les coses, amb vista a aquesta segona meitat de l'any, l'estudi preveu que, pel que fa al pagament de rendes de lloguer dels locals comercials, aquestes augmentaran però moderadament en les zones més transitades i de primera línia, amb puntes importants a les dues "joies de la Corona": Portal de l'Àngel i passeig de Gràcia. Les travessies i la segona línia "es mantindran estables", mentre que la tercera línia o comerç de proximitat, a causa de la important disponibilitat i rotació, tindrà "rendes estables amb descensos esporàdics".

Pelayo Corella

GIRONA CONVOCA LA XXV EDICIÓ DE LES DISTINCIONS A ESTABLIMENTS ANTICS

La Cambra de Girona ha convocat una nova edició per distingir els establiments antics de la demarcació tot fomentant la continuïtat de les empreses i com a reconeixement públic als qui, mitjançant el treball continuat de successives generacions, han aconseguit que la seva empresa s'hagi mantingut viva malgrat el decurs del temps i les vicissituds econòmiques i familiars que són normals en la vida de cada dia.

Com que hi ha empreses gironines que superen amb escreix la centúria, s'han creat 2 noves distincions, les del 125è i 150è aniversari. La Cambra vol, així, donar a l'edició d'enguany una rellevància especial, pel fet que aquesta serà la vint-i-cinquena vegada sense interrupció que es convoquen els premis. Les distincions es lliuraran durant les Fires de Sant Narcís de Girona. Les persones interessades a participar en aquesta convocatòria han de presentar la seva candidatura a les dependències camerals abans del 30 de setembre de 2004, d'acord amb les bases de la convocatòria:

1. Seran distingides amb un diploma totes les empreses comercials, industrials o de serveis establertes a la demarcació de la Cambra de Comerç de Girona que estiguin al corrent de pagament de la quota i que acreditin que en el decurs de l'any 2004 compleixen 50, 75, 100, 125 o 150 anys des de l'inici de la seva activitat mercantil.
2. També es distingiran les empreses que acreditin més de 50

anys d'existència i que no hagin obtingut la distinció amb motiu dels aniversaris esmentats.

3. La prova s'haurà de fer mitjançant l'aportació de documents referents a l'inici de la vida de l'empresa. Els documents no hauran d'oferir dubte quant a autenticitat.

4. L'activitat de l'empresa haurà de continuar essent actualment la mateixa de l'inici o una de similar dintre del mateix sector d'acord amb els canvis motivats per l'evolució del temps.

5. No influirà en la decisió el fet d'haver-se traslladat l'establiment a un lloc diferent de l'inicial, sempre que ambdós estiguin dintre dels límits de la demarcació territorial de la Cambra.

6. Les documentacions, acompanyades del NIF de l'empresa i d'una breu explicació escrita sobre la seva història i vicissituds, hauran de ser aportades a la Cambra de Comerç de Girona, Gran Via de Jaume I, 46, fins al dia 30 de setembre de 2004.

7. La decisió sobre els establiments per distingir serà presa per un jurat format per directius de la Cambra i experts en documents històrics. Qualsevol circumstància no prevista serà resolta inapel·lablement pel jurat.

8. El lliurament de les distincions tindrà lloc durant les Fires de Sant Narcís de 2004 a Girona.

Per a més informació, els interessats poden trucar al 972 418 500 o bé consultar la pàgina web www.cambra.gi.

TARRAGONA SUBVENCIONA LA MODERNITZACIÓ DE LES XARXES INFORMÀTIQUES



Per aconseguir-ho, la Cambra de Tarragona subvenciona amb 300 EUR la compra d'ordinadors i perifèrics, com també de programes informàtics. Aquests ajuts van adreçats a negocis adscrits a la demarcació de la Cambra, exemptes de l'IAE i al corrent de pagament de les taxes camerals.

L'import mínim d'inversió que es considera acceptable per poder demanar l'ajut és de 1.503 EUR. L'ajut per negoci és de 300,541 EUR. Des del Departament de Comerç Interior de la Cambra de Tarragona expliquen que "el sector de la distribució comercial no està endarrerit en la incorporació de les noves tecnologies, però la millora de les innovacions constants de les qualitats tecnològiques dels equipaments i les infraestructures exigeixen una constant inversió en actualització a fi de garantir el nivell de competitivitat, millora en la gestió i, en definitiva, qualitat en el servei".

D'aquesta manera la Cambra de Tarragona incideix en el seu objectiu de contribuir a la modernització i l'impuls del comerç urbà, una iniciativa que també rep suport amb l'acceptació del portal comercial de la corporació: www.comtgn.com, en el qual mig centenar de negocis ja han penjat la seva oferta en línia.

La Cambra de Tarragona ha engegat un pla per ajudar a modernitzar les xarxes informàtiques i prop de 60 comerços de la demarcació s'han adherit al Pla d'innovació al comerç, impulsat des de la corporació i que no pretén altra cosa que contribuir a la modernització de la xarxa informàtica d'aquests negocis.

54 MEUR PER ALS TREBALLADORS PROPIETARIS D'EROSKI

Els 10.868 treballadors propietaris de la cooperativa Eroski, participen igualment en els resultats i en la gestió de l'empresa, estan d'enhorabona, ja que es repartiran uns 54 MEUR, la meitat dels beneficis generats per Eroski l'any 2003. Xifra que s'ha decidit destinar a les inversions en curs, operacions que poden arribar a més de 500 MEUR. Els treballadors podran disposar en metàl·lic de la quantitat que els correspon quan marxin de l'empresa o es jubilin.

D'altra banda, anualment cada treballador decideix si vol cobrar en efectiu els interessos que li pertoquen, generats pel capital que tots ells han decidit reinvertir en l'empresa, o bé si prefereix sumar aquests diners a les reserves d'Eroski. El total dels interessos correspon al 40 % dels resultats del 2003.

L'altre 10 % dels beneficis es destina a la comunitat per mitjà de l'acció de responsabilitat social que du a terme la Fundació Grupo Eroski.

La participació dels treballadors en els beneficis depèn del càrrec i la funció dins l'empresa. Aquest darrer any els resultats van fer que cada treballador guanyés una mitjana de 6 salaris més. El Grup Eroski destaca per la seva vocació d'integrar els interessos dels treballadors i els de l'empresa mitjançant la participació en la propietat.

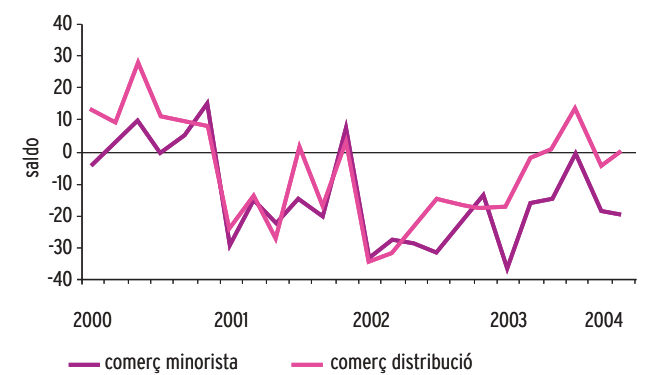
També es preocupa molt per la formació dels seus treballadors. L'any passat gairebé tots ells van rebre algun tipus de formació i més de 6.500 van participar en els cursos de prevenció i seguretat de la salut.

INFORME DE CONJUNTURA

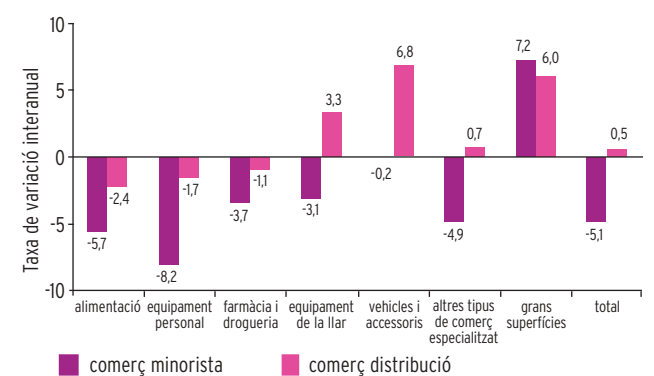
LES VENDES CAUEN EN EL COMERÇ MINORISTA I MILLOREN EN EL SEGMENT DEL COMERÇ DE MÉS DIMENSIÓ

Les opinions del comerç minorista sobre la marxa dels negocis del segon trimestre de 2004 han estat molt similars a les del trimestre precedent i les vendes per establiment han caigut a un ritme molt semblant (-5 % interanual). Persisteix la dualitat de les respostes de les empreses, molt més positives en les grans superfícies que en la resta del comerç. El clima del segment de comerç distribució (el de més dimensió) és més positiu que el del conjunt del comerç minorista; les respostes d'aquest segment d'empreses mostren un lleu increment interanual de les vendes per establiment (0,5 %). La variació de les vendes del sector de comerç distribució ha estat bastant diferent segons les branques, amb augmentos significatius en les de grans superfícies (6 %) i en el comerç de vehicles i accessoris (prop del 5 %); augmentos més moderats en les d'equipament de la llar (3,3 %) i de comerç d'articles diversos (0,7%) i un petit descens en la resta del comerç. En el conjunt del comerç minorista, el nivell d'estocs es considera relativament normal, les inversions han millorat molt poc, l'ocupació s'ha mantingut bastant estable i el creixement dels preus de venda s'ha accelerat una mica. Les perspectives de les empreses per al tercer trimestre acusen, com és habitual, el descens estacional de l'activitat propi dels mesos d'estiu. Destaquen, pel seu to positiu, les perspectives de les grans superfícies i de les branques de vehicles i accessoris i de parament de la llar. La debilitat de la demanda i l'augment de la competència són els dos grans obstacles per a la millora dels negocis, i el segon té gairebé tanta importància com el primer a parer de les empreses.

Marxa dels negocis del comerç



Variació de la xifra de facturació del comerç 2on trimestre del 2004



Teresa Ollé

FIRES, MOTOR HISTÒRIC DE L'ECONOMIA

Les fires del Principat van generar més de 1.000 MEUR d'impacte econòmic global a tot el territori el 2002. Així ho va avançar Pere Esteve, conseller de Comerç, Turisme i Consum, en la presentació del llibre *Història econòmica de les fires a Catalunya*, document que repassa la importància de les fires des del segle XI.

La presentació del llibre, obra del catedràtic d'Història i Institucions Econòmiques de la Universitat Pompeu Fabra Albert Carreras, i Lídia Torra, va tenir lloc a la seu de la Universitat Pompeu Fabra (UPF). Durant l'acte el conseller Esteve va avançar que l'impacte global de les fires a Catalunya l'any 2002 –darrera dada coneguda– va ser de més de 1.000 MEUR i va aprofitar l'ocasió per demanar la “col·laboració de les universitats per afavorir el futur desenvolupament de les fires”.

També van assistir a la presentació, el director general de Comerç, Raimon Serret; el degà de la Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales, Xavier Freixas, i el vicerector de Relacions Institucionals i secretari general de la Universitat Pompeu Fabra, Tomàs de Montagut.

L'activitat firal representa un gran motor de l'economia pel seu efecte multiplicador, que incideix directament en les economies locals. Segons un estudi elaborat per la Direcció General de Comerç, l'impacte global de les fires en l'economia va ser de 1.096,10 MEUR l'any 2002. Any en què l'activitat firal a Catalunya va generar una despesa directa en béns i serveis superior

als 700 MEUR, el 18 % més que l'any 2000.

La despesa generada en sectors com la restauració i l'hoteleria, el transport i la construcció, entre d'altres, va ser de 383,42 MEUR. Xifra que constata el gran dinamisme del sector firal, que se situa entre les activitats econòmiques amb més capacitat d'induir increments en la producció en els sectors abans esmentats.

La primera anàlisi de l'evolució de les fires a Catalunya

El llibre *Història econòmica de les fires a Catalunya*, editat pel Departament de Comerç, Turisme i Consum, és el resultat d'un treball de recerca que té com a objectiu documentar la importància de les fires en el desenvolupament econòmic de Catalunya, mitjançant l'estudi de l'evolució de l'activitat firal des dels seus orígens al segle XI. L'obra introdueix els esdeveniments històrics que més influència han tingut en l'expansió econòmica dels municipis i les comarques.

D'altra banda, el llibre detalla les etapes de l'activitat firal i el seu origen, com ara

l'aparició de la primera fira documentada a la Seu d'Urgell; el naixement de Fira de Barcelona, la de Vilafranca o la de Girona; les connexions mercantils a través dels Pirineus; el desenvolupament firal a Europa, i les fires de la Catalunya medieval, entre altres documents. El treball incorpora també dades estadístiques que constaten l'evolució en les tendències d'aquest sector a Catalunya des de l'any 1853.

Entre les principals conclusions de l'obra, hi destaca, sobretot, la importància de la celebració de fires per al desenvolupament econòmic de Catalunya. També s'hi assenyalava l'activitat firal com a motor permanent de progrés econòmic i de dinamització dels municipis. Segons el que s'exposa en les conclusions, les fires representen un factor important de competitivitat per a les ciutats. En aquest sentit, les fires han constituït el millor aparador de les novetats del mercat, amb una gran capacitat d'adaptació als canvis econòmics. També s'apunta la contribució de les fires en l'impuls del comerç a Catalunya, en la creació de nous mercats i una millor assignació dels recursos.

DESPESA DIRECTA DE L'ACTIVITAT FIRAL A CATALUNYA (MEUR)							
	1997		2000		2002		VARIACIÓ
Barcelona (ciutat)	401,32	75,3%	393,03	65,1%	500,45	70,2%	65,1%
Resta Catalunya	131,32	24,7%	210,71	34,9%	212,24	29,8%	0,7%
Barcelona	66,21	12,45%	113,18	18,7%	110,12	15,5%	-2,7%
Girona	17,47	3,3%	31,00	5,1%	30,28	4,2%	-2,3%
Tarragona	21,47	4,0%	35,37	5,9%	40,97	5,7%	15,8%
Lleida	26,16	4,9%	31,16	5,2%	30,86	4,3%	-1,0%
TOTAL	532,64	100%	603,75	100%	712,68	100%	18,0%

S'HAN ACABAT LES EXCUSES PER NO INVERTIR

Una nova botiga en un carrer comercial, una reforma de la façana, un equip informàtic... Qualsevol inversió al seu local comercial ja és més a prop gràcies a l'arribada d'Avalis, una societat de garantia recíproca creada per facilitar l'accés de les pimes catalanes a avals financers, crèdits i hipoteques.

Les societats de garantia recíproca (SGR) són entitats que neixen arran de la voluntat de les administracions públiques de potenciar la inversió de les pimes en R+D, ocupació, modernització, etc. En altres comunitats autònomes, les petites i mitjanes empreses ja fa temps que es beneficien de la possibilitat que ofereixen les SGR de superar les barreres al finançament que imposen la majoria de bancs i caixes. Algunes comunitats, com Euskadi, Andalusia i Galícia ja compten amb més d'una SGR. Catalunya finalment en té la seva. Avalis és una entitat financera mutual i sense finalitat lucrativa que compta amb el suport del Fons Europeu d'Inversions i el Ministeri d'Economia. El seu accionista principal és la Generalitat de Catalunya, però també en són socis protectors la llista de les 10 caixes catalanes, la majoria de bancs que operen a Catalunya, altres caixes de la resta de l'Estat, el Consell de Cambres de Catalunya, les 2 patronals i altres federacions i associacions.

La funció d'Avalis és oferir avals financers a les pimes i autònoms catalans amb unes condicions financeres més bones que les que obtenen normalment aquestes empreses. Això és possible gràcies als convenis de col·laboració que té amb els bancs i caixes del seu territori. Ocasionalment, també ofereix avals tècnics per a l'accés a concursos i licitacions públiques. I, a més, des del darrer 16 de juliol, gràcies a la Llei 7/2004, de mesures fiscals i administratives, aprovada per la Generalitat, els avals financers per a immobles obtinguts mitjançant una

SGR es beneficien d'un descompte del 70 % en les despeses notariales. Aquelles pimes i autònoms catalans que desitgin fer una inversió i necessitin un aval financer o bé una hipoteca del 100 % del valor de l'immoble, poden sol·licitar els serveis d'Avalis. Per fer-ho, tenen 2 opcions: si l'entitat financera amb la qual treballen té un conveni de col·laboració amb Avalis, l'SGR recomana a les empreses que vagin primer al seu banc o caixa i demanin que sigui Avalis qui s'encarregui d'avaluar el crèdit sol·licitat; si l'entitat financera de confiança de l'empresa no té cap acord amb Avalis, l'empresa pot acudir directament a les oficines de l'SGR. La documentació necessària per a l'obtenció d'un aval o una hipoteca d'Avalis és la mateixa que exigeixen les entitats financeres a l'hora de concedir línies de crèdit, el que canvia són els criteris d'acceptació. Mentre que els bancs o les caixes només financen aquelles empreses que tenen els comptes sanejats i són una garantia de cobrament, Avalis dona el

seu suport en funció dels projectes en si i del grau de confiança i credibilitat dels gestors de l'empresa.

Per rebre l'aval també és requisit indispensable que l'empresa sigui partícip d'Avalis, això és, que entri a formar part del capital d'Avalis. La participació requerida en els avals financers és del 4 % de l'import garantit (reemborsable al venciment i lliure de despeses) i per als avals tècnics cal una subscripció d'una participació social amb un valor nominal de 200 EUR.

Totes les pimes i autònoms que ja han sol·licitat els serveis d'Avalis n'estan molt satisfets. “El que sorprèn molta gent”, explica Olga Garcia, directora d'organització i sistemes, “és no haver sentit parlar d'una eina tan útil com aquesta; no entenem per què no s'ha fet més publicitat d'una iniciativa que pot beneficiar tant les empreses catalanes”. Per tot això, ara Avalis vol explicar al seu públic objectiu quines són les seves funcions.

S. A.

ENTITATS FINANCERES AMB QUÈ AVALIS TÉ CONVENIS DE COL·LABORACIÓ:

Banc Sabadell	Bancaja
Banco Atlántico	Banco Guipuzcoano
Banco Popular Español	Banesto
BBVA	Caixa d'Estalvis de Catalunya
Caixa d'Estalvis de Sabadell	Caixa d'Estalvis i Pensions
Caixa Tarragona	Caja Madrid
Deutsche Bank	ICF (Institut Català de Finances)
SCH Caixa Girona	Caja de Ahorros del Mediterráneo

Pàgina web d'Avalis: www.avalis-sgr.com

EL CORREO

HORARIS COMERCIALS

La plena liberalització dels horaris comercials prevista per l'últim Govern del Partit Popular per ser aplicada a l'inici del 2005, no arribarà a posar-se en pràctica per la política restrictiva impulsada pel nou ministre d'Indústria, José Montilla. La majoria de les comunitats autònomes sembla que coincideixen amb la política governamental i es mostren partidàries que es rebaixi el llindar mínim a 72 hores setmanals d'obertura i a 8 festius l'any (actualment, 90 hores i 12 festius). A partir d'aquest mínim, com que s'ha transferit la capacitat normativa, cada Autonomia podrà establir el seu propi pla d'horaris comercials.

En el fons d'aquesta tendència restrictiva s'amaga el propòsit de protegir el petit comerç davant les grans superfícies, en uns casos amb moratòries o limitacions que retardin la concessió de llicències per a nous centres, en d'altres amb la implantació d'impostos exclusius a les grans superfícies i, en la majoria, restringint la llibertat d'horaris per als hípers. Però no s'ha d'oblidar que l'efecte col·lateral d'aquesta política restrictiva afectarà l'oferta i la competència, que de ben segur viuran un cert col·lapse. No cal esperar que la retallada de llicències per a l'obertura de noves grans superfícies sigui substituïda per les noves inversions dels petits comerciants.

D'altra banda, l'augment progressiu en la llibertat d'horaris comercials, exercit durant els darrers 4 anys, no ha aconseguit,

No cal esperar que la retallada de llicències per a l'obertura de noves grans superfícies sigui substituïda per les noves inversions dels petits comerciants

però, els resultats esperats. El format d'hipermercat ha reduït la seva quota de mercat en favor dels supermercats urbans de "proximitat". L'obertura de comerços en festius, fins i tot incentivats, ha estat gairebé nul·la i amb escassos increments de venda. Quant a l'ocupació creada, s'ha limitat en un altíssim percentatge a contractes marginals a temps parcial i, en termes nets, negatius. Finalment, s'ha descobert fefaentment que l'arrel inflacionista prové gairebé exclusivament de la cadena de distribució i no tant del comerç final. Si prosperen aquestes propostes, es desenvoluparà un "model comercial, urbà i de ciutat" gràcies tan sols a les traves imposades al creixement de les grans superfícies allunyades dels centres urbans. Però perquè el nou model aconsegueixi ser positiu i eficient, caldrà incentivar la modernització del sector, incloent-hi les xarxes de comercialització, els horaris de repartiment i, especialment, els horaris de treball dels consumidors.

Expansión

L'ESTAFA DEL PETIT COMERÇ

(...) El ministre Montilla ha anunciat la seva intenció de reduir el nombre d'obertures de les grans superfícies en festius i diumenges, de 12 a 8, i el d'hores setmanals, de 90 a 72, i no ha passat res de res. (...) Zapatero i el seu conseller àulic, Miguel Sebastián, es van presentar davant de l'opinió pública denunciant el fals oberturisme d'Aznar, com a promotors de la llibertat econòmica, però no hi ha millor àmbit on provar aquest propòsit que en aquest sector. (...) Portem més d'una dècada patint la queixa del petit comerç, acumulant pal·liatius per evitar-ne el deteriorament sense cap resultat. El motiu ha estat sempre el mateix, l'intervencionisme i la protecció.

Quan me'n vaig cap a casa, després d'haver fet la compra a la botiga del meu barri, em cal un temps fins que m'abandona la sensació d'haver estat estafat entranyablement

Les dades desmenteixen que la liberalització i la flexibilitat estiguin destruint el sector. A Madrid, que ha permès a les grans superfícies més dies festius i més hores d'obertura, s'han creat 4.600 nous petits comerços els darrers 4 anys. A Catalunya, que manté la política comercial més restrictiva, han desaparegut gairebé 11.000 negocis durant el mateix període. (...) L'absència de risc genera una posició acomodaticia i molt perillosa. No només no hi ha cap incentiu per a la millora i el perfeccionament, sinó que la garantia de seguretat aparentment guanyada és falsa: tot i les restriccions legals, el petit comerç ha perdut 10 punts de quota de mercat entre 1995 i 2003.

(...) Vivint al costat d'un gran centre comercial, prefereixo les botigues de barri. Sé que pago més, però encara em compensa. No pel grau de convivència, que és molt circumstancial, i depèn de l'humor del propietari o del treballador en qüestió. Tampoc per les raons culturals de què parla Pere Esteve i abans Pujol, amb les quals van combregar Gómez Navarro i Felipe González. Simplement, detesto les aglomeracions, els espais tancats i les cues davant del caixer, en gran mesura provocades per les restriccions normatives actuals contra les grans superfícies. Tinc una situació familiar relativament privilegiada que em permet acceptar el sobrepreu. Però no sóc idiota. Quan me'n vaig cap a casa, després d'haver fet la compra a la botiga del meu barri, em cal un temps fins que m'abandona la sensació d'haver estat estafat entranyablement.

Miguel Àngel Beloso
Vicepresident del Consell Editorial d'*Expansión* i
Actualidad Económica

DEPASO, LA VIDA NOCTURNA DE LA CIUTAT

Sense aquesta mena de botigues, segurament, les ciutats no serien tan ciutats. El que es valora de les grans metròpolis, una de les coses que fa suportar la pila d'inconvenients que tenen, és la possibilitat de fer el que es vol quan es vol. Sense l'amplitud d'oferta cultural i de lleure, les urbs perdrien el seu encant. Depaso és la marca d'una franquícia estesa per tot l'Estat, en gran part a les gasolineres. Però nosaltres hem volgut visitar una de les 6 o 7 excepcions a tot el país. Un Depaso que està enmig d'una ciutat, Barcelona. Al bell mig d'una zona amb moviment diürn i nocturn. No podia ser altrament.

El Depaso de la Gran Via va néixer fa 15 anys, tot i que els primers 3 va estar mig moribunda. Per això la franquiciadora va decidir traspasar-lo a 3 germans que, aparentment, portaven més empenta. I no es van equivocar. Des del 1992 els germans Becerra, l'Àngel, el Carlos i el Manolo, tiren endavant aquesta botiga "tan dura i esclava de portar". Perquè, de fet, és com si es tractés de 3 botigues: cada dia fan 3 tornos, i només per 70 m² d'establiment necessiten un total de 9 o 10 persones.

Ben dura que deu ser, perquè a sobre no tanquen ni un dia de l'any! L'única treva és el sopar de Nadal, la nit del 24 de desembre. I sense allargar-ho gaire, el 25 a les 7 del matí, religiosament, any rere any, l'Àngel s'encarrega d'obrir les portes de la botiga. Déu n'hi do, el sacrifici. Amb tanta lluita pels horaris comercials i els drets dels comerciants no podem sinó treure'ns el barret davant d'un dels pocs negocis que sempre estan a punt per vendre. Per exemple, una barra de pa sortida del forn. I qui diu una barra de pa, diu una llauna de fabada asturiana, un llibre del camí de Santiago o un ambientador per al cotxe...

De menjar, s'hi troba una mica de tot; això sí, envasat. També ofereixen la premsa diària, un bon assortiment de revistes, algun llibre i CD, productes de drogueria i un forn que no para de treballar.

S'hi atansen tots aquells que viuen més de nit que de dia. Per tant, és a la llum de la lluna quan més treballen. "De dia no podem competir amb els supermercats", explica l'Àngel.

S'hi troben policies i mossos d'esquadra, metges, advocats, bàrmans... i una "fauna" una mica més sospitosa. Ja se sap, de nit tots els gats duen urpes. Sempre hi ha el típic que s'ha excedit amb la beguda i, per fer-se el graciós, roba una rajola de xocolata. "Nosaltres, de vegades, ni tan sols ens molestem a intimidar-lo, per 60 cèntims d'euro..."

L'Àngel en recorda un, però, que es va ficar menjar a la butxaca i que, després, quan li van demanar que pagués tot allò que havia agafat, va contestar: "Truca a la poli, si et dóna la gana". La sorpresa de tots va ser que el xicot que anava darrere seu va treure de la butxaca una placa de policia. "La policia ja és aquí, ja pots començar a treure tot allò que hagi agafat".

Segur que deuen estar distrets un parell de dies de la setmana. Si decideixen apropar-s'hi un dia d'aquests que els pugui agafar un antull a meitat de la nit, no s'espantin si se'l troben tancat. No és que estiguin de vaga o bé que hagin decidit canviar els horaris, és que s'han decidit a reformar la botiga de dalt a baix. Hauran d'esperar-se una miqueta.

Sira Abenoza



FITXA:

Depaso
Muntaner, 14
08011 - Barcelona

L'Àngel, un dels tres germans Becerra, a l'inici de la seva llarga jornada laboral

QUÈ?
NECESSITES

BARCELONA,
LA MILLOR BOTIGA DEL MÓN.

 comerç