



La directora general de Comercio y Consumo, María José Pérez Cejuela, participa en la jornada “Cómo hacer crecer tu negocio”

La Comunidad inicia un ciclo de jornadas para mejorar la gestión y competitividad del pequeño comercio

- El Programa de Diagnóstico del Pequeño Comercio incluirá este año al sector artesano y se implantará una versión “online” simplificada para la pyme comercial
- En 2016, el programa contó con la participación de 134 comercios madrileños
- El 62,5% de los comercios cuenta con programas para identificar a la clientela y potenciar la venta y el 60% dispone de lector de código de barras

7 de abril de 2017- La Comunidad de Madrid, a través de la Dirección General de Comercio y Consumo, ha organizado un ciclo de jornadas bajo el nombre “Cómo hacer crecer tu negocio”, dirigidas a mejorar la gestión y posicionamiento del pequeño comercio. La directora general de Comercio y Consumo, María José Pérez Cejuela, ha participado en la primera de estas jornadas, que ha tenido lugar en el Auditorio del Banco Sabadell, y que han contado con la participación del responsable de Amazon Marketplace España y el director de la Red Comercial de Dirección Territorial Centro del Banco Sabadell.

A lo largo de toda la jornada, se han abordado distintas cuestiones relacionadas con las posibilidades y soluciones con los que cuenta el pequeño comercio para mejorar su actividad y competitividad. En este sentido, Pérez Cejuela ha avanzado que la Comunidad de Madrid está ya trabajando en del Programa de Diagnóstico Global del Pequeño Comercio para 2017, tras el proyecto piloto que se ha realizado en 2016, con la participación de 134 comercios regionales.

Se trata de un programa de asesoramiento personalizado que analiza factores relativos tanto al comerciante como a las características del negocio comercial, para poder establecer un diagnóstico y ofrecer propuestas de mejora individualizadas relacionadas con su formación, gestión empresarial o adaptación a las TIC,s, entre otras.

La directora general de Comercio y Consumo ha señalado que también se han analizado las técnicas de escaparatismo, la gestión de la superficie y del lineal de ventas, así como la comunicación y promoción de los comercios que han participado en el proyecto piloto. Gracias a estos elementos, se ha podido



elaborar un Plan de Activación Comercial individualizado para cada comercio con el objetivo de mejorar su negocio y ser más competitivo.

NIVEL INNOVADOR EN EL COMERCIO DE LA COMUNIDAD DE MADRID

Pérez-Cejuela ha explicado los principales datos relativos al nivel innovador en el comercio de la Comunidad de Madrid. De este modo, ha señalado que un 78% dispone de ordenador y un 62,5% cuenta con un programa CRM (Costumer Relationship Management) utilizado para identificar y seleccionar a la clientela, realizar promociones y campañas, así como potenciar la venta no presencial y supervisar la recepción de pedidos, entre otras funciones.

En esta línea, casi el 60% de los comercios minoristas están equipados con lector de código de barras, la mitad de ellos tiene web y más del 50% afirman tener redes sociales activas con página sobre su comercio. Según Pérez Cejuela “la venta por internet es un complemento ideal para incrementar sus ventas, mejorar la comunicación y servicio al cliente acceder a nuevos clientes y mejorar la imagen de la empresa”.

Para 2017, el Programa de Diagnóstico Global del Pequeño Comercio incluirá al sector artesano y se implantará una versión “on line” simplificada para que la pyme comercial pueda realizar un auto diagnóstico básico de la marcha de su negocio.

PLAN DE COMERCIO 2017-2019

Por último, la directora general de Comercio y Consumo ha destacado que la Comunidad de Madrid está trabajando en la elaboración de un Plan de Comercio 2017-2019. Se trata de un proyecto que, además de medidas de financiación y apoyo a la inversión, incluirá acciones de promoción del sector, de formación de trabajadores y autónomos y de proyección internacional del comercio madrileño.