



Publicación informativa de la Asociación local de Comerciantes Textiles de Elche

Asociación de Comerciantes Textiles de Elche

Diciembre de 2007 periodicidad trimestral

Nº 4

4

Boletín del comercio asociado

TEXTIL DE ELCHE



ARTÍCULO DE OPINIÓN

Memoria histórica

Das palabras que actualmente están en boca de los españoles, que incluso quieren tener el rango de Ley pero.....quizá al empezar a leer alguien se preguntará, ¿cómo si la Asociación no entra en temas políticos, porque respeta las opiniones de sus componentes, va emitir una opinión al respecto...? La contestación es muy simple, el atributo de estas dos palabras no se ciñe a un aspecto meramente político, y en el cual seguimos respetando la opinión de los demás, sino que tiene otros significados aplicables al resto de

situaciones y en concreto al aspecto comercial.

Repasando la MEMORIA HISTÓRICA, leemos que nuestros antepasados en la EDAD MEDIA se agrupaban por especialidades o GREMIOS y los cuales se centraban todos juntos en una misma calle o todo lo más una zona, y así veíamos que en una calle o plaza estaban instalados todos los comerciantes de vinos, trigo o harinas, plateros y joyeros, vendedores de especias, vendedores de sedas y textiles etc. Formando un conjunto variopinto de comercio de ciudad, ¿podríamos pensar en un ger-

men de asociacionismo? ... Creo que sí pues ante los ataques externos defendían sus negocios y por supuesto que cada uno era especialista en su profesión.

Seguimos repasando LA MEMORIA HISTÓRICA y nos trasladamos ya al SIGLO XX, aparecen unos GRUPOS ECONÓMICOS SINDICALES (ALGUNOS LOCALES) que acomodados al sistema vigente de fiscalidad defendían los intereses de los componentes de los distintos tipos de comerciantes. Estos son los predecesores del movimiento asociacionista como tal.

Volvemos a insistir en LA MEMORIA HISTÓRICA, y hurgando en los años setenta (más bien largos) encontramos la conversión de estos GRUPOS ECONÓMICOS en ASOCIACIONES algunas de carácter provincial y otras de carácter local dependiendo de la cantidad de comercios que estuviesen censados en las poblaciones, pues es lógico pensar que en los pueblos pequeños que no podían crear estas Asociaciones tenían la posibilidad de estar agrupados provincialmente.

Sin salirnos de la MEMORIA HISTÓRICA, sería ingrato el no hacer referencia a la ASOCIACIÓN LOCAL DE COMERCIANTES TEXTILES DE ELCHE, que junto con otras fueron pioneros en su creación. Mas tarde aparecerían otras Asociaciones e incluso FEDERACIONES Y CONFEDERACIONES, con legítimo orgullo ostentamos que después de treinta años seguimos estando ahí, cumpliendo ese mandato de nuestros ESTATUTOS "LA DEFENSA Y FOMENTO DE LOS INTERESES DE NUESTROS ASOCIADOS" y por prolongación del comercio textil de Elche.

Para terminar en LA MEMORIA HISTÓRICA MAS RECIENTE comprobamos la evolución del

Asociacionismo que se dirige mas a la creación de núcleos asociativos minoritarios comprendidos en calles o zonas, que en las grandes asociaciones que no conocen su idiosincrasia y como quieren enfocar su atractivo comercial, quedando estas para la información comercial y asesoramiento. Prueba de ello es la creación de Asociaciones zonales que están en la mente de todos. La creación de un órgano que las aglutine a nivel local tipo federativo o de agrupación, en el que cada uno exprese sus proyectos sin la ingerencia de otros, salvo por que le gusta el proyecto y desean adherirse. ¿Sería una solución a tener en cuenta?

Como decía un amigo "FULLETES DE CALENDARI (HOJITAS DE CALENDARIO)" o tiempo al tiempo y en adelante LA MEMORIA HISTÓRICA se encargará de desvelarnos su resolución.

José Mª Peral.
Presidente Alcotelx



Polo Ralph Lauren
Tommy Hilfiger
La Martina
Fornarina
Miss Sixty
Belstaf
Energie
Nolita
DKNY
Guru



Cambio climático

Parece ser que otra de las frases que mas se oye últimamente es la del **Cambio climático** y su impacto negativo en el próximo futuro.

Quizá sea por deformación profesional pero no me resisto a hacer un estudio comparativo con otro tipo de Cambio climático.

Se anuncian grandes situaciones problemáticas, si no empezamos a poner remedio y esfuerzo de nuestra parte para evitarlos.

¿Qué tal si aplicamos las situaciones haciendo un parangón con el comercio?

Se nos habla de deshielo en grandes masas y que su aumento en masa líquida va a afectar a la tierra ganándole espacio, ¿Que pasaría con el comercio si la economía presenta aspectos negativos y las familias tienen que considerar otros temas como prioritarios? Que

ese deshielo económico afectaría al comercio sepultándolo poco a poco bajo sus aguas y ahogándolo, sino total parcialmente, indiscutiblemente "el agua" cuando actúa no hace distinción ni de grandes ni de pequeños. Cuando decimos que queremos un futuro mejor para nuestros hijos estamos pensando también que el comercio es como una gran familia que debe velar por sus continuadores.

Se nos habla de grandes emisiones de CO², que contamina nuestra atmósfera produciendo daños en nuestro equilibrio ecológico, y quiero resaltar lo de grandes emisiones, porque una situación controlada no es perjudicial para el ecosistema. Supongo que ya se habrá adivinado que me estoy refiriendo al impacto de las grandes superficies en el comercio. ¡Es cierto que hay libertad de mercado! Pero por eso mismo debe

haber un buen control para que no se envenene el ecosistema del comercio tradicional de las ciudades. ¡Todos tenemos derecho a supervivir! ¿o no?.

Se nos habla del descontrol que se puede producir mediante desastres como desertización, inundaciones y cambios radicales climáticos, cada uno que aplique estos términos a su concepción como comerciante-empresario. Pienso que debemos evitar la desertización de nuestros comercios en las ciudades, hay espacio para todos, debemos evitar esas inundaciones desastrosas que producen la desolación por falta de negocio en tantas familias que ganan honrada y dignamente su pan con el ejercicio de su comercio. Debemos evitar esos cambios climáticos que elevan la temperatura o la descienden incontroladamente como son la manipulación de las Rebajas en

tiempo inadecuado, y que hacen que algunos pasen del frío de la ira al calor de la indignación. Seamos todos un poco coherentes.

Al terminar este artículo no he querido ser ni trágico ni optimista pero sí que quiero transmitir un mensaje de que si todos ponemos un poco de nuestra parte conseguiremos y dejaremos a aquellos que nos sustituyan un comercio mejor y equilibrado.

Con mis mejores deseos para todos ¡adelante!



Feliz Navidad



Quisiera que los primeros caracteres que quedasen impresos en este escrito fuesen la expresión de nuestros mejores deseos para estas próximas fiestas que se avecinan, por no decir que ya las tenemos ahí.

NAVIDAD palabra internacional que en el lugar del mundo

que se pronuncie tiene un significado muy propio. No importa que haga frío o calor, que el ambiente sea pobre o rico, que se sea mayor o joven, todos anhelan estar dentro del llamado ESPIRITU DE LA NAVIDAD .

La pluralidad de los que ponemos la sociedad hace que

para algunos estas fechas sean conmemorativas del Nacimiento de Jesús Hijo de Dios, para otros las Fiestas de Invierno, uno de los períodos vacacionales que corresponden anualmente, pero aparece un componente básico que lo hace especial y que por sus características es difícil de explicar aunque que todos lo saben y conocen.

Sin saber porque, en estos días afloran los mejores sentimientos y vemos que existen puntos de encuentro con quien no pensábamos nunca que pudiesen existir, en estos días los hijos vuelven a la casa eliminándose si hubiesen rencillas o desavenencias, y si están muy lejos siempre encontrarán el medio para integrarse en el ambiente familiar de la NAVIDAD, en estos días vemos como

las personas mas enteras, mas fuertes incluso con el carácter mas recio se emocionan y enternecen aflorando toda su humanidad, en estos días nacen sin-ceros los mejores deseos de PAZ, FRATERNIDAD, Y FELICIDAD y... porque no decirlo también PROSPERIDAD ECONÓMICA, al fin y al cabo somos comerciantes.

Quiero terminar como he empezado, a todos, sin distinción, ¡¡FELIZ NAVIDAD!! y que se cumplan vuestras legítimas aspiraciones siempre.

En nombre propio y de la ASOCIACIÓN LOCAL DE COMERCIANTES TEXTILES DE ELCHE, que como Presidente me honro en representar os expresamos nuestros mejores deseos

Atentamente
José M^a Peral.

**CALENDARIO
LABORAL
2007**

| L | M | M | J | V | S | D |
|----|----|----|----|----|----|----|
| | | | | | 1 | 2 |
| 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| 31 | | | | | | |

FIESTA DE LA CONSTITUCIÓN

INDEPENDENCIA

FIESTA LOCAL DE EL CHE

FIESTA LOCAL VENTA DE LA VIRGEN

DOMINGOS FESTIVOS

1-3-8-15-22-24-29-31 "NO SACAR BASURA"

DÍA 29 FIESTA LOCAL DE ELCHE VENTA DE LA VIRGEN

¡ESTAR ASOCIADO TIENE MUCHAS VENTAJAS!

Si estás interesado en pertenecer a la Asociación Local de Comerciantes Textiles de Elche por favor póngase en contacto en:

C/ Salvador, 12. 03203 Elche
Telf. y fax: **965 45 10 86**
Email: alcotelx@alcotelx.com

NUESTROS COMERCIOS

Nuevo Cisne
Tejidos a metros
C/. Cristóbal Sanz, 22
Tfno. 965 463 670

Marengo Sport Wear s.l.
Moda hombre y mujer
C/. Dr. Ferran, 6
Tfnos. 965 431 824 -
965 436 170

C/ Vicente Andrés Estévez, 12
ALTAIBX - 03203 ELCHE Tel: 96 661 14 79

Lencería y Moda Mery
M^a Dolores Millán Rodríguez

Tejidos Corrin
Milagros Hdez. Navarro
C/. Diagonal, 51
Tfno: 965 460 897

Andrés Navarro
C/ Alvaro, 23
Elche

Fabricantes
Isabel Valero Pérez
Confección caballero
C/. Alfonso XII, 30

Mercedes Ruiz
Moda Infantil
C/. Salvador, 11
Tfno. 965 455 250

EDITORIAL

Las rebajas a debate



FACPYME elevó a principios de este año una petición a la Conselleria de Industria, Comercio e Innovación, para cambiar los períodos marcados, tanto de las Rebajas de invierno como las de verano, proponiendo que el inicio sea el 15 de febrero y el 15 de julio respectivamente, esto es, retrasarlas al menos en invierno 35 días y en verano 20 días.

Esta propuesta fue fruto de la iniciativa que desde FACPYME adoptamos, a finales del año 2006, tras consultar a sus 58 asociaciones miembro y que recogimos para presentarla a la administración autonómica, que es la que tiene las competencias para modificar los períodos de rebajas.

Básicamente nuestra propuesta está sustentada por los siguientes argumentos:

En primer lugar consideramos que la norma, Orden de 15 de junio de 1998, por la que se

delimitan las temporadas de rebajas en el ámbito de la Comunidad Valenciana, se ha quedado obsoleta por haber transcurrido más de 9 años, habiendo evolucionado el sector y siendo en la actualidad la realidad comercial muy distinta en nuestra comunidad autónoma.

El retrasar el comienzo de las rebajas de invierno facilita al sector comercial en general y especialmente al sector textil, del calzado y complementos, que supone más del 60% de los establecimientos registrados en la Comunidad Valenciana, el poder disponer de una temporada de invierno lo suficientemente amplia para poder desarrollar las ventas de productos sin tener que depender de factores exógenos como pueda ser la climatología adversa.

El retrasar las rebajas de verano viene motivado porque aquellos municipios turísticos, que son la gran mayoría de nuestra Comunidad, que a primeros de

julio es cuando comienzan a recibir masivamente visitantes / clientes, se ven arrastrados en su inicio de campaña estival a realizar rebajas en sus establecimientos. Aquellos comerciantes que decidan no hacerlas quedarían fuera del mercado por la feroz competencia.

Al retrasar los períodos, marcamos claramente las dos temporadas, tanto las de otoño – invierno como las de primavera-verano.

También consideramos que ambos períodos de rebajas deberían reducirse, dado que queda demostrado que el fuerte de las campañas de rebajas son los primeros 15 días, diluyéndose posteriormente y provocando en muchas de las ocasiones confusión entre los consumidores.

Proponemos como máximo un mes de duración, manteniendo, como está actualmente regulado, el mínimo de una semana.

Así mismo entendemos que

del comienzo de los períodos de rebajas deben de ser para todos los establecimientos a la vez, independientemente de su tamaño y de los productos ofertados, tal y como sucede ahora.

Y por último consideramos vital, para el éxito de nuestra propuesta, que el sector industrial, proveedores del sector comercial, acompañen ajustando su producción a las campañas descritas con el fin de servir los productos en el tiempo adecuado.

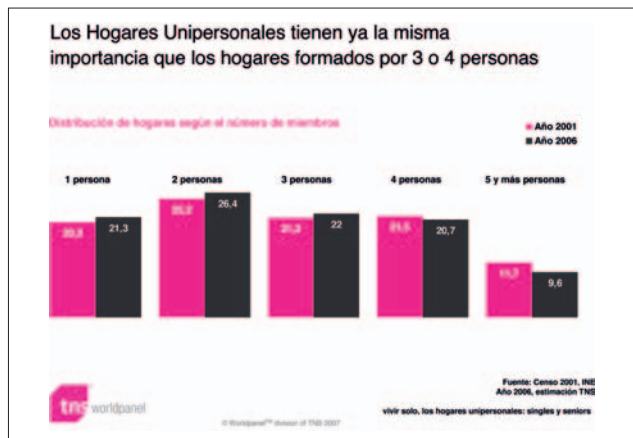
Esta propuesta con los argumentos expuestos la planteó FACPYME en la reunión del Pleno

del Observatorio del Comercio del pasado día 26 de noviembre, ya que es este Organismo consultivo de la administración, donde se encuentran representados todos los agentes que intervienen en el sector comercial, y donde se puede discutir este importante asunto para intentar llegar a un consenso entre todos los implicados.

Desde luego esta es una propuesta abierta al diálogo y consenso entre todas las partes, buscando la mejora de las condiciones para todos los agentes implicados en sector de la distribución comercial.



Jornada sobre Tendencias de Consumo



El pasado mes de noviembre, la Cámara de Comercio de Valencia organizó una jornada sobre tendencias en Consumo y nuevas oportunidades de negocio, con el fin de conocer a los

nuevos consumidores. El objetivo era generar un espacio para el debate y la reflexión sobre cómo evoluciona la sociedad y de qué forma factores como las nuevas tecnolo-

gías, la movilidad, la globalización o la sostenibilidad inciden en los hábitos de consumo y el comportamiento de compra.

Profesionales de la investigación de mercados, directores de marketing y comunicación, técnicos de asociaciones empresariales y de FACPYME, nos reunimos para escuchar y debatir ocho interesantes ponencias impartidas por prestigiosos profesionales.



Reunión de COVACO

Representantes de las distintas Federaciones de Comercio miembros de COVACO se reunieron para debatir entre otros asuntos, el calendario de aperturas de domingos y festivos para el año 2008, cuestión que por unanimidad se acordó man-

tener la postura de 8 días como máximo. Así mismo, se analizaron las desafortunadas declaraciones del Presidente de la Comisión Nacional de la Competencia, Luis Berenguer, sobre la supresión de la Leyes de Comercio autonómicas.



11.590 comercios...
Somos muchos para ofrecerte más

Facpyme les desea
la mejor navidad

Debate sobre la regulación y modelos comerciales



El pasado mes de noviembre, el Club diario Levante, organizó una jornada sobre la experiencia en la Comunidad Valenciana de la regulación y los distintos modelos comerciales, en la que participaron Javier García Margazo en representación de los Supermercados (ASEDAS), Isabel Cosme de CECOVAL, Fernando Moner de AVACU, Agustín Rovira de la Oficina Pateco y nuestro Presidente Pedro Reig.

Las declaraciones del Presidente de la Comisión de la Competencia, Luis Berenguer, en las que abogaba por la derogación

de la ley que restringe la apertura de los comercios, situaba esta jornada en un punto de total actualidad. Representantes del comercio valenciano señalaron el sector como estratégico, hablaron de su viabilidad, aún con carencias, y reclamaron apoyo de la Administración para que los intereses de unas pocas compañías no condicionen todo un sector.

La jornada fue inaugurada por la Consellera de Industria, Comercio e Innovación, Belén Juste, en la que manifestó "la política del gobierno valenciano es conseguir un sistema comercial armónico con el medio urbano, equilibrado con el territorio y equitativo entre las distintas formas de atención al consumidor" para proseguir afirmando en lo que respecta a la adaptación de la Ley de Comercio valenciana a la Directiva de Ser-

vicios que "la modificación de esta Ley se hará con el máximo consenso entre empresarios, distribuidores, asociaciones, trabajadores y consumidores". Según Juste, el cambio del marco normativo se hará en el horizonte de dos años y caminará por dos líneas. "Por un lado, regulación de los horarios, ventas especiales y promocionales. Por otro, la regularización de la autorización para la implantación de grandes establecimientos".

El Presidente de la Confederación Valenciana del Comercio (Covaco), Pedro Reig, habló de la «función económica y social» del comercio urbano y señaló que «ayuda a potenciar la esencia de la ciudad como un espacio relacional frente a la globalización» y como forma de inversión local. Si bien admitía que la competencia da vivacidad al

debate, Reig señaló que «una cosa es defender la libertad de empresa y otra abogar por la creación de situaciones monopolistas excesivamente liberalizantes». Y citaba al director del FMI, Sr. Camdessus, asumiendo para COVACO sus palabras: «la economía tiene que encontrar una nueva vía entre la liberalización indiscriminada y el control absoluto».

Según Reig, «no podemos aceptar modelos externos que no sean complementarios a nuestros objetivos. Se pone en peligro un modelo que proporciona equilibrio, riqueza y calidad de vida». Y para ello, ofreció un contrato social que defienda el modelo mediterráneo y donde participen en el diseño todos los intereses que estén en juego. El Presidente de FACPYME y COVACO apoyaba sus argumentos en datos que

corroboran la importancia de las ciudades, ahora, en creciente competencia. «El comercio cohesionado y democratiza el consumo por la proximidad que ofrece», afirmaba hablando del equilibrio entre calidad de vida y riqueza. Para el Presidente de COVACO, los datos exitosos no surgen «por generación espontánea sino por el trabajo de los profesionales». Se refería al valor añadido de los servicios comerciales en la Comunitat, que representa el 11,5% del total nacional. Uno de tantos datos que hacen referencia a la importancia del comercio.

La jornada fue clausurada con una conferencia del Director General de Política Comercial del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, D. Ignacio Cruz Roche.

CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL

Campaña de calidad en el comercio



Cada vez la competencia es más agresiva y el cliente es más exigente.

Si quieres diferenciarte del resto, ofrece a tus clientes máxima calidad

¡La calidad vende!

El Reconocimiento de la Calidad del Comercio difunde públicamente el esfuerzo, la inversión, la iniciativa y la adecuada

planificación que hayan realizado los comercios, introduciendo factores de competitividad en su gestión: mejora continua, calidad del producto y del servicio y profesionalidad de sus empleados.

La Confederación Valenciana de Comercio (COVACO) y sus Federaciones miembro colaboran con la Fundación Valenciana de la Calidad con el objetivo de implantar el sistema de calidad en el comercio urbano asociado que cumpla los criterios de Calidad de servicio establecidos por la norma UNE 175.001, y se le reconozca con los sellos

El Sello Comercio Estrella

El Sello de Comercio Excelente de la FVQ

¿Qué es Comercio Estrella?

Comercio Estrella es la dis-

tinción que otorgan los consumidores a los comercios que cumplen con los criterios de calidad, garantía y servicios a los clientes.

¿Qué es Comercio Excelente?

Comercio Excelente es el Reconocimiento de la calidad otorgado por la Fundación Valenciana de la calidad-FVQ.

¿Cómo puedes conseguirlos?

AHORA puedes tramitar tu solicitud de los Sellos de Calidad a través del Departamento de Calidad FACPYME-COVACO.

Para más información LLAMA al número de teléfono 963532037; calidad@covaco.org.

DOBLE RECONOCIMIENTO PARA TU COMERCIO, MAYOR VALOR AÑADIDO PARA TUS CLIENTES.

BREVES

Domingos y festivos hábiles en Diciembre

Recordar que los próximos días 2, 8, 16 y 23 de este mes de diciembre están habilitados para la práctica comercial TODOS los establecimientos comerciales que así lo deseen hacer.

El horario correspondiente a cada domingo o festivo será libremente fijado por el titular del establecimiento comercial, sin que pueda exceder de 12 horas de apertura al público. Los establecimientos comerciales deberán de informar adecuadamente al público sobre su decisión de hacer uso de estas habilitaciones comerciales, y, en su caso, de las horas que permanecerán abiertos. (Orden de 31 de enero de 2007). El próximo día 13 de enero de 2008 también podrán hacerlo TODOS los establecimientos, según se fijó también como primer domingo de la rebajas de invierno.

A partir del 1 de enero de 2008 entrará en vigor la Reforma del nuevo Plan General Contable que afectará a más de 3 millones de Pymes que deberán actualizar el software y formar al personal encargado de llevar la contabilidad de la empresa.

Varias instituciones y organismos han organizado seminarios y charlas informativas para que el empresario esté al corriente de sus obligaciones y de cómo les va a afectar a su empresa.