

JORNADA PARA LA DINAMIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE PYMES DE "COMERCIO VERDE, COMERCIO LOCAL" EN ANDALUCÍA

CAMPAÑA
2025

FECHA
21 de NOVIEMBRE 2025

LUGAR
**CASA DE LOS MORA
LUCENA (CÓRDOBA)**

HORA
9:00



Cámaras
Andalucía
#EuropaSeSiente

Apoyo al Comercio Minorista



Cofinanciado por
la Unión Europea

COLABORA:



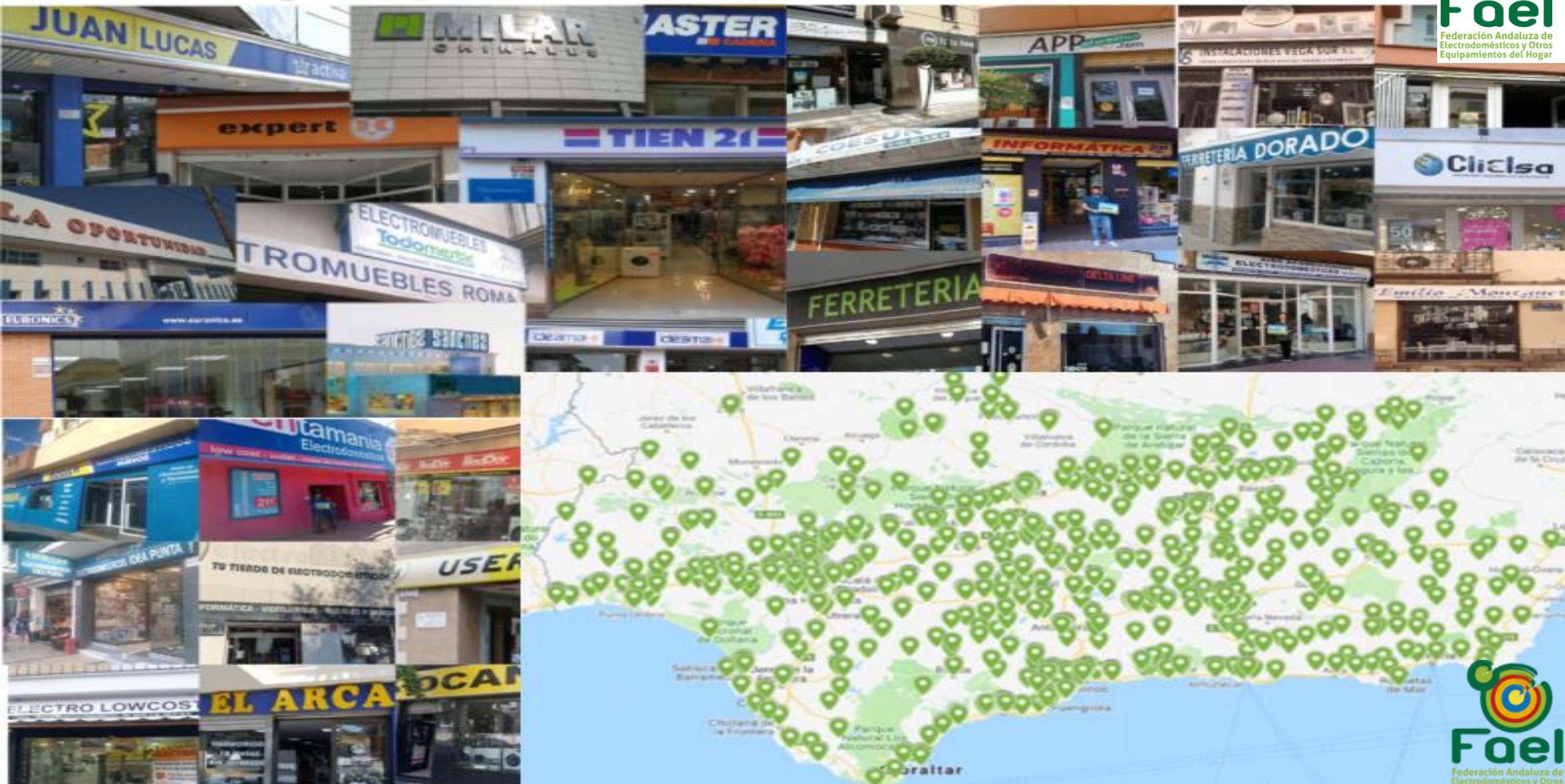
Cámara
de Comercio de España



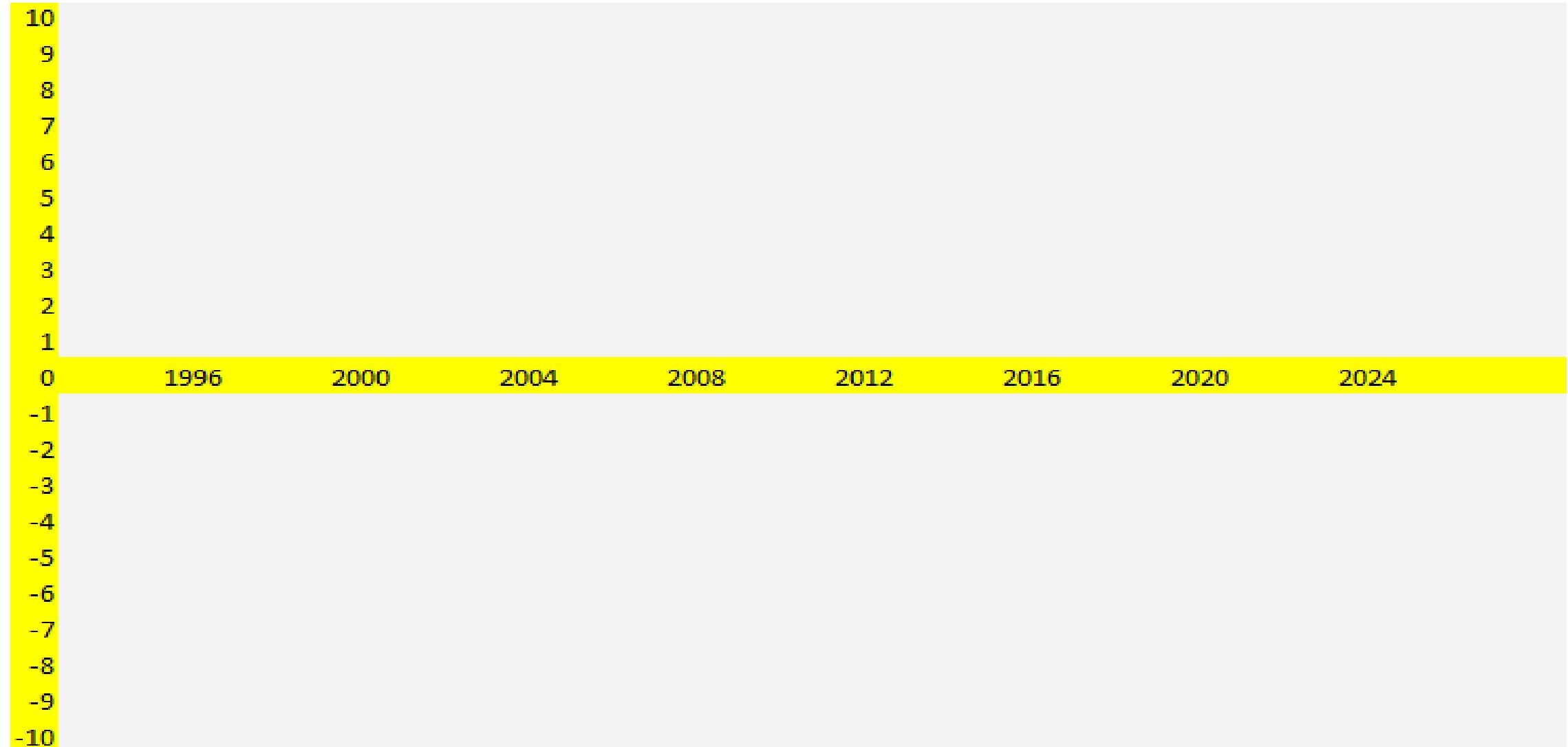
Gobierno
de España
MINISTERIO
DE ECONOMÍA, COMERCIO
Y EMPRESA

Fondos Europeos

¿A quiénes representamos?



Coaching Retail – 1: Línea del Tiempo



¿Cuál será el Futuro del Comercio Local?

ANTECEDENTES



C E R T I F I C A D O



OCA Instituto de Certificación, S.L.U.

Certifica la calidad del comercio



Fecha certificado de inicio: 30 de Octubre de 2012

Fecha de emisión: 30 de Noviembre de 2012

Fecha de caducidad: 30 de Octubre de 2015

El Consejero Delegado



Este certificado no tiene validez sin
Cuaderno actuación adicional relativo tanto al alcance de su
De los requisitos de la norma se pueden obtener con
Avda. de las Gaunas, 46 - Parc Empresarial El Mirón II - E



www.fael.es

¿Cuál será el Futuro del Comercio Local? I



 **OBSERVATORY for CITY CENTERS**

HOME PAGE EVENT CITY NEWS

European Observatory for City Centers
The 6 Dates Of The European Observatories By Videoconference



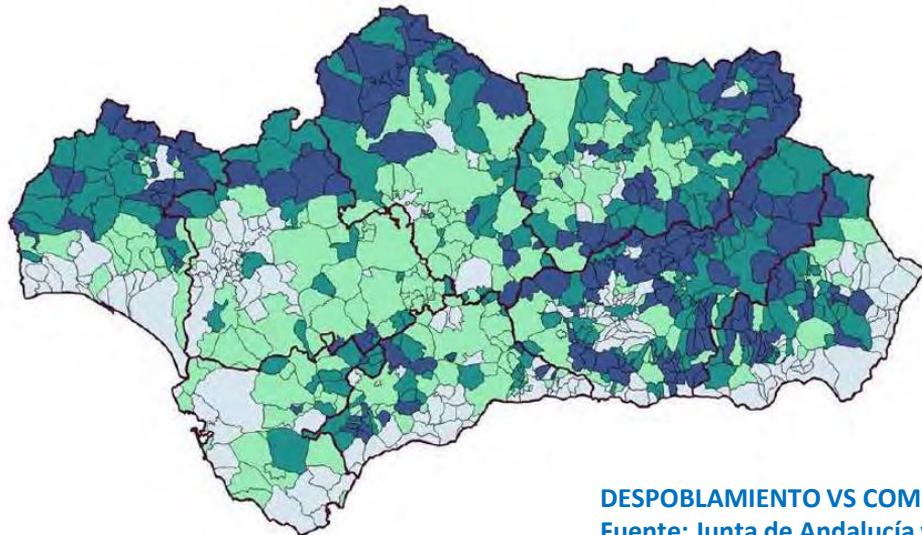
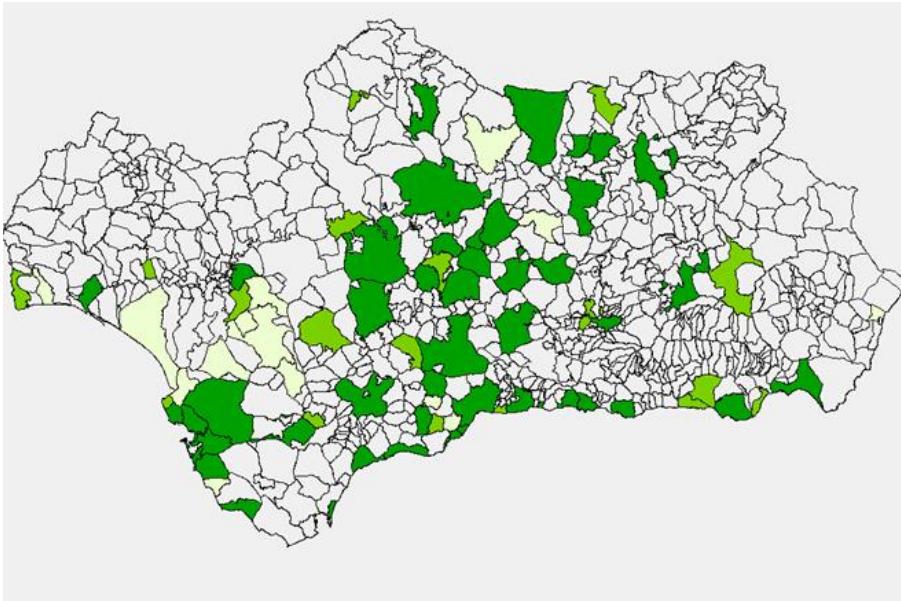
MARDI 26 MARS 14H - 16H MERREDI 3 AVRIL 15H - 17H JEUDI 4 AVRIL 14H30 - 16H30 LUNDI 8 AVRIL 15H - 17H MARDI 9 AVRIL 15H - 17H LUNDI 15 AVRIL 14H30 - 16H30

click on each logo to register at the different observatories



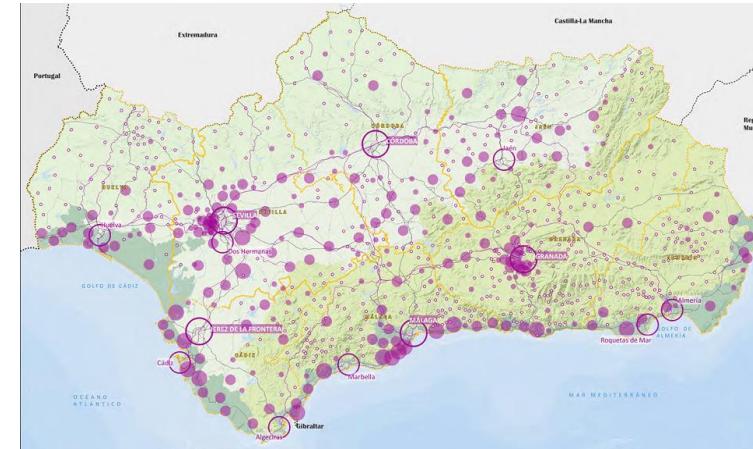
**NECESIDAD DE AVANZAR HACIA UNA
ECONOMÍA CIRCULAR Y UN MODELO DE
CIUDAD SOSTENIBLE**

¿Cuál será el Futuro del Comercio Local? II

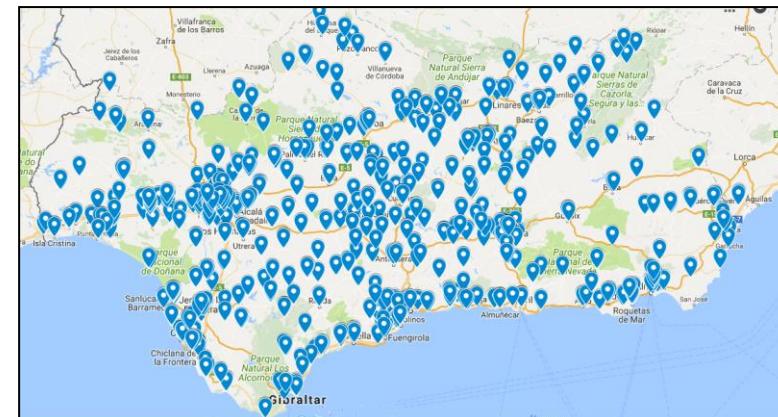


DESPOBLAMIENTO VS COMERCIO LOCAL

Fuente: Junta de Andalucía y elaboración propia.



LA SOSTENIBILIDAD DE LOS MUNICIPIOS REQUIERE LA SOSTENIBILIDAD DE LOS COMERCIOS Y VICEVERSA



¿Cuál será el Futuro del Comercio Local?



¿Qué objetivos nos establecemos para esta sesión?

Propuesta de Futuro



Conocimientos esenciales de normativa comercial



Escanea este código QR para más información de este concepto.



Viabilidad del modelo de negocio



Escanea este código QR para más información de este concepto.



Omnicanalidad y digitalización



Escanea este código QR para más información de este concepto.



Otros elementos jurídicos esenciales



Escanea este código QR para más información de este concepto.



CLAVES
05

Las 3R y la Economía Circular



Escanea este código QR para más información de este concepto.



CLAVES
06

Sostenibilidad en Compras y proceso comercial



Escanea este código QR para más información de este concepto.



CLAVES
07

Servitización: Sostenibilidad en ventas y servicios postventas



Escanea este código QR para más información de este concepto.



CLAVES
08

Sostenibilidad en las instalaciones



Escanea este código QR para más información de este concepto.



Sostenibilidad en la logística y transporte



Escanea este código QR para más información de este concepto.



CLAVES
10

Gestión de residuos sostenibles



Escanea este código QR para más información de este concepto.

Coaching Retail – 2: G.R.O.W

Goal

Reality

Options

What / Wrap up

¿QUÉ PUEDES LLEVARTE DE ESTA SESIÓN?	¿CÓMO VE LA SITUACIÓN DE SU NEGOCIO?	¿CÓMO QUIERE VER SU NEGOCIO EN EL FUTURO?	¿QUÉ VA A HACER PARA CONSEGUIRLO?

CLAVE 01

Conocimientos esenciales de normativa comercial



1. Horario de apertura



Conocimientos esenciales de normativa comercial

información básica y esencial para los empresario/as y dependiente/as que trabajan en establecimientos comerciales en Andalucía



1. Horario de apertura

En todos los establecimientos comerciales deberá figurar la información de los horarios de apertura y clara, expanderlos en el exterior del establecimiento, de modo permanente y visible como en el exterior, mediante cuadro si el local esté cerrado.

2. Políticas de Devoluciones

No hay ninguna obligación legal en el establecimiento comercial (exterior física) o devolver el dinero una vez realizada la devolución.

En consecuencia, la devolución sólo será obligatoria en los casos en los que figure en el contrato o en la publicidad establecida por el comercio.

Situación distinta es cuando el producto esté en las deficiencias o sea mal estado, así como en las ventas que se realizan en establecimientos comerciales que no cumplen con las obligaciones legales de devolver el dinero dentro del periodo de 14 días, tras producirse la alegación sin necesidad de que sea de un hecho causal, es decir, el cliente no tiene que demostrar que ha sufrido daños ni perjuicios por parte del comercio.

En todos los circunstancias anteriores, el tipo o la fórmula de lo comprado será un elemento clave a efectos probatorios y de comprobación de plazos.

3. Etiquetado con precio y características principales de los productos

3. Etiquetado con precio y características principales de los productos

ETIQUETADO

Los datos obligatorios del etiquetado deben aparecer con caracteres claros, bien visibles, indelebles y fácilmente legibles por el consumidor.

Se indicará el precio de venta en todos los productos ofrecidos por los comerciantes o al consumidor final incluidos los del ecommerce.

El precio de venta deberá ser expresados en euros, además de:

- inequívocos, fácilmente identificables y legibles, situándose en el mismo campo visual.
- visibles para el consumidor sin necesidad de que éste tenga que solicitar dicha información.



5. Horarios comerciales

4. Hoja de Reclamaciones

En todos los establecimientos existirá, de modo permanente y perfectamente visible y legible, un cartel en el que se anuncie que existen hojas de quejas y reclamaciones a disposición de quienes las soliciten.

5. Horarios comerciales

Con carácter general, el horario de apertura y clara entre los dos establecimientos de la semana será establecido por el establecimiento de comercio, respetando siempre al limite mínimo de 90 horas, salvo los supuestos de plena libertad horaria.

6. Apertura comercial en domingos y festivos

El número de domingos y días festivos en los que los comercios podrán permanecer abiertos al público en la Comunidad Autónoma de Andalucía será de 10.

7. Zonas de gran Afluencia Turística

En las zonas de gran afluencia turística se permitirá la actividad de comercio en los días festivos y domingos, respetando las horas establecidas en el establecimiento en su dependencia de consumo.

8. Actividad de promoción de ventas

8. Actividad de promoción de ventas

8. Actividad de promoción de ventas

Tendrá la consideración de actividades de promoción de ventas las siguientes casuísticas: rebajas, ofertas o promociones, ventas de los sábados, ventas en liquidación, ventas con obsequio y ofertas de venta.

En estos casos, también se deberá informar del precio anterior, siendo ésta la cifra que se indica en la oferta o promoción, así como el precio final que se paga al cliente, aplicando sobre productos idénticos o similares.

9. Venta a distancia

10. Garantía y servicios postventa

11. Garantía y servicios postventa

Los establecimientos comerciales establecidos en las zonas de gran afluencia turística que se declaran, a efectos de horarios comerciales, tendrán plena libertad para determinar los días y horas de apertura y cierre.

12. Hoja de Quejas y Reclamaciones

https://www.juntadeandalucia.es/organismos/empleoempresas/empresaelectronica/area/comercio/interior/paginas/zonas-afluencia.html

13. Sistema arbitral

14. Bolsas de plástico

15. Sistemas de pago

16. Sistemas de pago

17. Sistemas de pago

18. Sistemas de pago

19. Sistemas de pago

20. Sistemas de pago

21. Sistemas de pago

22. Sistemas de pago

23. Sistemas de pago

24. Sistemas de pago

25. Sistemas de pago

26. Sistemas de pago

27. Sistemas de pago

28. Sistemas de pago

29. Sistemas de pago

30. Sistemas de pago

31. Sistemas de pago

32. Sistemas de pago

33. Sistemas de pago

34. Sistemas de pago

35. Sistemas de pago

36. Sistemas de pago

37. Sistemas de pago

38. Sistemas de pago

39. Sistemas de pago

40. Sistemas de pago

41. Sistemas de pago

42. Sistemas de pago

43. Sistemas de pago

44. Sistemas de pago

45. Sistemas de pago

46. Sistemas de pago

47. Sistemas de pago

48. Sistemas de pago

49. Sistemas de pago

50. Sistemas de pago

51. Sistemas de pago

52. Sistemas de pago

53. Sistemas de pago

54. Sistemas de pago

55. Sistemas de pago

56. Sistemas de pago

57. Sistemas de pago

58. Sistemas de pago

59. Sistemas de pago

60. Sistemas de pago

61. Sistemas de pago

62. Sistemas de pago

63. Sistemas de pago

64. Sistemas de pago

65. Sistemas de pago

66. Sistemas de pago

67. Sistemas de pago

68. Sistemas de pago

69. Sistemas de pago

70. Sistemas de pago

71. Sistemas de pago

72. Sistemas de pago

73. Sistemas de pago

74. Sistemas de pago

75. Sistemas de pago

76. Sistemas de pago

77. Sistemas de pago

78. Sistemas de pago

79. Sistemas de pago

80. Sistemas de pago

81. Sistemas de pago

82. Sistemas de pago

83. Sistemas de pago

84. Sistemas de pago

85. Sistemas de pago

86. Sistemas de pago

87. Sistemas de pago

88. Sistemas de pago

89. Sistemas de pago

90. Sistemas de pago

91. Sistemas de pago

92. Sistemas de pago

93. Sistemas de pago

94. Sistemas de pago

95. Sistemas de pago

96. Sistemas de pago

97. Sistemas de pago

98. Sistemas de pago

99. Sistemas de pago

100. Sistemas de pago

101. Sistemas de pago

102. Sistemas de pago

103. Sistemas de pago

104. Sistemas de pago

105. Sistemas de pago

106. Sistemas de pago

107. Sistemas de pago

108. Sistemas de pago

109. Sistemas de pago

110. Sistemas de pago

111. Sistemas de pago

112. Sistemas de pago

113. Sistemas de pago

114. Sistemas de pago

115. Sistemas de pago

116. Sistemas de pago

117. Sistemas de pago

118. Sistemas de pago

119. Sistemas de pago

120. Sistemas de pago

121. Sistemas de pago

122. Sistemas de pago

123. Sistemas de pago

124. Sistemas de pago

125. Sistemas de pago

126. Sistemas de pago

127. Sistemas de pago

128. Sistemas de pago

129. Sistemas de pago

130. Sistemas de pago

131. Sistemas de pago

132. Sistemas de pago

133. Sistemas de pago

134. Sistemas de pago

135. Sistemas de pago

136. Sistemas de pago

137. Sistemas de pago

138. Sistemas de pago

139. Sistemas de pago

140. Sistemas de pago

141. Sistemas de pago

142. Sistemas de pago

143. Sistemas de pago

144. Sistemas de pago

145. Sistemas de pago

146. Sistemas de pago

147. Sistemas de pago

148. Sistemas de pago

149. Sistemas de pago

150. Sistemas de pago

151. Sistemas de pago

152. Sistemas de pago

153. Sistemas de pago

154. Sistemas de pago

155. Sistemas de pago

156. Sistemas de pago

157. Sistemas de pago

158. Sistemas de pago

159. Sistemas de pago

160. Sistemas de pago

161. Sistemas de pago

162. Sistemas de pago

163. Sistemas de pago

164. Sistemas de pago

165. Sistemas de pago

166. Sistemas de pago

167. Sistemas de pago

168. Sistemas de pago

169. Sistemas de pago

170. Sistemas de pago

171. Sistemas de pago

172. Sistemas de pago

173. Sistemas de pago

174. Sistemas de pago

175. Sistemas de pago

176. Sistemas de pago

177. Sistemas de pago

178. Sistemas de pago

179. Sistemas de pago

180. Sistemas de pago

181. Sistemas de pago

182. Sistemas de pago

183. Sistemas de pago

184. Sistemas de pago

185. Sistemas de pago

186. Sistemas de pago

187. Sistemas de pago

188. Sistemas de pago

189. Sistemas de pago

190. Sistemas de pago

191. Sistemas de pago

192. Sistemas de pago

193. Sistemas de pago

194. Sistemas de pago

195. Sistemas de pago

196. Sistemas de pago

197. Sistemas de pago

198. Sistemas de pago

199. Sistemas de pago

200. Sistemas de pago

201. Sistemas de pago

202. Sistemas de pago

203. Sistemas de pago

204. Sistemas de pago

205. Sistemas de pago

206. Sistemas de pago

207. Sistemas de pago

208. Sistemas de pago

209. Sistemas de pago

CLAVE **02**

Viabilidad del modelo de negocio



1. Rentabilidad:

Lo que supone que los ingresos sean superiores a los gastos.

2. Solvencia:

Lo que implica que la corriente de cobros siempre sea suficiente para satisfacer la corriente de pagos.

El primer requisito de la sostenibilidad de la pyme comercial es la propia supervivencia de la empresa



Para la sostenibilidad de una empresa es esencial la propia sostenibilidad del modelo de negocio de la misma, es decir, que la empresa sea **viable**.

En este sentido, la supervivencia de una empresa, en general, lo cual es también aplicable a las pymes del sector comercial, es fundamental al cumplimiento de los **2 requisitos básicos**:

1. Rentabilidad:

Lo que supone que los ingresos sean superiores a los gastos.

2. Solvencia:

Lo que implica que la corriente de cobros siempre sea suficiente para satisfacer la corriente de pagos.

El primer requisito de la sostenibilidad de la pyme comercial es la propia supervivencia de la empresa

De este modo, para alcanzar esta objetivo es muy importante medir y controlar la evolución del negocio desde el punto de vista económico-financiero.

Actualmente, vivimos en un era del dato y el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación nos permite disponer de una gran cantidad de datos que sirve, al adecuado y eficiente manejo de gestión que permiten aportar solvencia y rigor a la gestión empresarial de los negocios. En consecuencia, lo digitalizado cada vez tendrá un mayor peso en la toma de decisiones de los empresas y en el desarrollo de su actividad.

En este sentido, para mejorar la viabilidad de una empresa y, por ende, la sostenibilidad global de la misma, será preciso contar con sistema de medición y control de la actividad económica-financiera del negocio que permita la toma de decisiones más informadas y acertadas para la mejora de la actividad de las empresas.

De este modo, se deberá gestionar adecuadamente áreas como:

- Elaboración de estados financieros
- Dimensionamiento del Fondo de Manojo
- Determinación del margen de contribución
- Fijación de los márgenes por líneas de negocio/producto
- Control y seguimiento de la actividad
- Obtención de ratios clave para la gestión del negocio
- Establecimiento de estrategias de financiación
- Implementación de la cultura ejecutiva
- Etc.

Más info:
<https://www.fael.es/10-conceptos-clave-economico-financieros-2/>



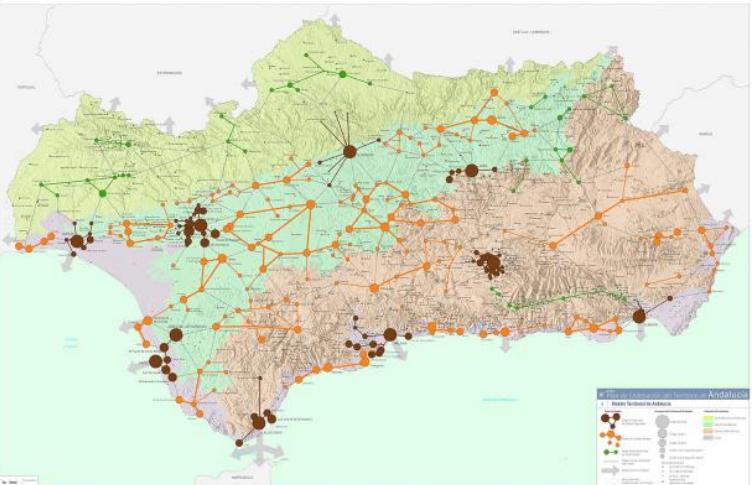


**CLAVE
03**

Omnicanalidad y Digitalización

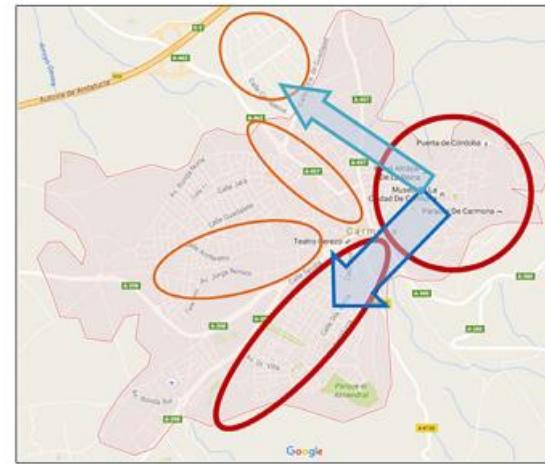


1. Localización Territorial



Mapa Modelo Territorial de Andalucía (POTA). Junta de Andalucía

2. Ubicación dentro del municipio



Desplazamiento de áreas de comercio denso dentro del término municipal. Elaboración propia. FAEL.

3. Canales de comunicación con los clientes y niveles de digitalización



CLAVE **04** Otros elementos jurídicos esenciales



CLAVE **04** Otros elementos jurídicos esenciales

Bases: otros elementos jurídicos con los cuales para aplicar criterios de sostenibilidad en la empresa a continuación se resumen 4 elementos de relevancia:

1. Forma jurídica del negocio

Cuando se inicia una actividad empresarial, se ha de elegir una forma jurídica autónoma (la persona física o la persona jurídica) que responda a las necesidades de la actividad (S.L., sociedad limitada unipersonal (S.U.), sociedad cooperativa, comunidad de bienes, entre otras).

Centrándonos en las pymes de comercio del sector de la distribución de "Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar", **destacarían mayoritariamente 2 formas jurídicas:**

- Persona individual (autónomo/a)

- **Entidad mercantil** (destacando las S.L.)

1. Forma jurídica del negocio

Centrándonos en las pymes de comercio del sector de la distribución de "Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar", **destacarían mayoritariamente 2 formas jurídicas:**

- Persona individual (autónomo/a)

- **Entidad mercantil** (destacando las S.L.)



2. Prevención de riesgos laborales

(a) Forma Jurídica Mercantil

- Responsabilidad limitada.
- Gestión presupuestal, la obligación de llevar un sistema contable, nota que un problema, es uno operativo.

- Desventajas fiscales, pueden venir por la diferencia entre el tipo IVA de gastos en el Impuesto sobre Sociedades y el tipo de IVA de los bienes de consumo.

Una empresa de comercio de sector de electrodomésticos y otros equipamientos del hogar, según su facturación y márgenes de beneficio, tendrá unos volúmenes de negocio a partir de los cuales, dentro de la legislación laboral, habrá que establecer una estructura jerárquica, que permita la responsabilidad empresarial y de gestión, también para ser más interesante la adquisición de una formación continua y actualizada. La conciliación familiar es una estrategia que se aplica tanto a la empresa, se recomienda contar con un asesoramiento profesional especializado para tener, de forma individualizada, la decisión más adecuada en cada caso.

- Prevención de riesgos laborales

La Prevención de Riesgos Laborales (PRI) obedece al conjunto de actividades o medidas adoptadas por la empresa en base de actividad de la empresa con el fin de evitar o disminuir los riesgos derivados del trabajo.

2. Riesgo laboral es la posibilidad de que un trabajador/a sufra un determinado daño derivado del trabajo. Los riesgos laborales son aquellos que afectan a la salud y bienestar de la persona que expone su salud a través de su trabajo.

3. La LRL (ley de Prevención de Riesgos Laborales) establece de forma expresa el derecho de los trabajadores a una protección efectiva contra los riesgos laborales y establece lo que impone un control efectivo del organismo de protección de sus trabajadores frente a los riesgos laborales.

4. Incumplimiento de los deberes en PRL es parte del empresario puede conllevar:

INCUMPLIMIENTO DE DEBERES

SANCIONES. Las multas dinerarias pueden ser cuantiosas
RECARGO SOBRE LAS PRESTACIONES QUE PERCIBA EL TRABAJADOR POR SUS LESIONES (30-50%).
RECLAMACIONES DE INDEMNIZACIONES POR LAS LESIONES/ENFERMEDADES PRODUCIDAS.

La correcta gestión de la PRI es clave para la sostenibilidad de la empresa.

3) Protección de datos

Datos de Trabajadores, Clientes, Proveedores...

Se protegerán de forma especial cualquier información sobre las personas que contenga información de raza, color, inclinación sexual, religión e ideología política.

4) Conciliación de la vida laboral y familiar, dentro de la correcta gestión de las relaciones laborales

La conciliación familiar implica el poder alcanzar un equilibrio razonable entre la vida familiar/personal y laboral por parte de las personas trabajadoras.

5) Otros



[2] Protección de datos
La protección de los datos personales tiene en relación con el tratamiento de datos de carácter personal en el marco de la actividad económica, en particular en el sector de la distribución de electrodomésticos y otros equipamientos del hogar, en el cumplimiento de los principios fundamentales de la Unión Europea y del resto del tratado de funcionamiento de la Unión, pudiendo resultar de la ejecución de las competencias en materia de protección de datos de la Unión en las áreas:

MEJOR NIVEL DE PROTECCIÓN.
Se protegerán de forma especial cualquier información sobre las personas que contenga información de raza, color, inclinación sexual, religión e ideología política.

Elementos importantes a tener en cuenta en un comercio:

1.- trato de trabajadores, proveedores y clientes, en las oficinas de video vigilancia o similar (CCTV).

2.- datos de proveedores y clientes.

3.- datos de trabajadores.

La correcta gestión de la protección de datos, también es un elemento relevante para la sostenibilidad de la empresa.

[4] Conciliación de la vida laboral y familiar, dentro de la correcta gestión de las relaciones laborales

La conciliación familiar implica tener alcanzar un equilibrio razonable entre la vida familiar (personal y laboral) y familiar por parte de las personas trabajadoras.

En este tipo de supuestos podemos encontrar con supuestos tales como:

- maternidad-paternidad
 - lactancia
 - excedente por cuidado de hijo o familiar
 - conciliación vida laboral y personal, entre otras.

La correcta gestión de las relaciones laborales, en general, y de la conciliación familiar, tienen que ser una prioridad para las empresas, tanto para la mejora de la competitividad de la empresa.



MÁS INFO: <https://www.fael.es/10-conceptos-clave-juridico-laborales/>



Acuerdo sobre la igualdad de 2024

CLAVE

05

Las 3R y la economía circular



CLAVE
05 Las 3R y la economía circular

Según el Ministerio de Agricultura, la Economía Circular es un modelo de producción y consumo que promueve el uso de recursos de forma sostenible, buscando la optimización de los mismos y la creación de valor añadido. De este modo, el ciclo de vida de los productos se vuelve lo más corto posible para crear un valor añadido. De este modo, el ciclo de vida de los productos se vuelve lo más corto posible para crear un valor añadido.

Una vez que el producto cumple su función, las materias primas de las que está compuesto se pueden reciclar y pueden ser utilizadas nuevamente obteniendo así un valor añadido.

Este sistema difiere del modelo económico lineal que se ha utilizado tradicionalmente, que se basan en el consumo desmedido, generando residuos y contaminación, y consumiendo recursos de materias primas.

La Comisión Europea adoptó en marzo de 2020 el Plan de Acción para la Economía Circular (Pace).

Este plan, se centra en el ECO-diseño de los productos, promover los procesos de economía circular,

fortalecer las cadenas de valor y mejorar la gestión de residuos.

Los países miembros tienen que establecer estrategias nacionales para implementar las medidas.

La UE quiere conseguir una economía circular. Para ello, el Punto Verde Europeo es un espacio de

iniciativas políticas cuya objetivo es situar cada 16 en el centro hacia una transición ecológica, con el

objetivo de alcanzar la neutralidad climática en 2050.

En el Libro Blanco sobre las tendencias para la estrategia 2020 para el desarrollo sostenible

dice: «proponer 17 objetivos de mejora comunitaria con 100 metas de carácter integrado e

interrelacionadas entre sí».

Y entre las 17 metas:

Al menos un 30% de la energía procedente de fuentes de desarrollo sostenible,

al menos un 50% de los residuos, se siguen en Reutilizar + Reciclar + Reducir.

- **Reducir:** disminuir el consumo de materias primas, evitando el consumo indeterminado, siendo sustituido por un consumo moderado y responsable.

- **Reutilizar:** consiste en darle a un material, producto o subproducto la máxima vida útil. Antes de desecharlo hay que plantear maneras de utilizarlo ya sea como el producto sin modificaciones en caso de

que pueda seguir teniendo uso (ejemplo, juegos o ropa), o bien mediante la transformación del mismo

para que pueda recibir un uso diferente (ejemplo, productos reacondicionados o residuos alimentarios para elaborar material para compostaje).

- **Reciclar:** Procesar los materiales usados para que se puedan volver a utilizar como materias primas

en los procesos productivos. De este modo, un mismo material puede reintroducirse un número casi

ilimitado de veces en el proceso productivo (Ej. Metales, vidrio, plástico, cartón, etc.).



Vídeo explicativo:

<https://www.youtube.com/watch?v=mtPz0sLwmpU>

Avances en la economía circular

CLAVE

06

Sostenibilidad en compras y proceso comercial



CLAVE
06 Sostenibilidad en compras
y proceso comercial

La actividad comercial y la venta responden a un precio totalmente determinado, por ello es importante que el comprador y el proveedor se comprometan a respetar la descripción de los bienes o servicios, detallando los precios y requisitos a tener en cuenta o lo tiene en la realización de dicha actividad. Ejemplo de ello podrían ser:

1. Se realiza el efecto comercial y se envía al interesado.
2. Se recibe la respuesta de los clientes por parte del cliente.
3. El departamento de administración ejercida la actuación determinada del negocio.
4. Se realizan las modificaciones necesarias en la documentación de los clientes.
5. Se archiva el acuerdo de conformidad para su facturación.
6. Se envía la factura y se envía al cliente para su facturación.
7. Se recibe el pago y se procede a su liquidación.

Seguir estos pasos para cada uno de los procesos que se realizan es muy importante para obtener una imagen favorable de la empresa.

Para ello habría que realizar un análisis profundo de qué es lo que se podía mejorar en cada paso para poder aplicar los cambios.

Algunos ejemplos pueden ser:

- **Digitalización de los procesos.** La aplicación de un software específico de gestión es imprescindible para optimizar los procesos de compra y venta. Los sistemas de gestión de la información del cliente permite operar la venta mediante firma electrónica, sin necesidad de impresión de la misma. Una vez recibida la oferta se rechaza de manera inmediata. Se revisa la confirmación de venta al cliente y se envía la factura. Una vez que el cliente ha aceptado la oferta se manda a realizar el envío de la compra indicada. Esta información puede ser tomada por email.

- **La incorporación de tecnología** agiliza los procesos de producción y la comunicación en las empresas. Una de las principales ventajas es la posibilidad de enviar y recibir información a través de dispositivos de tabletas o "smart phones" en su entorno de trabajo para la recepción de pedidos de compra y la realización de órdenes de abastecimiento o entrega o la confirmación de pago mediante pago con destino integrado.

- **Crear una política de residuos cero "Zero waste".** Este movimiento apoya la reducción de los productos de tal manera que vuelven a la naturaleza en forma de basura. Para ello, se deben informar y trabajar en la reducción de residuos.

- Apoyar la compra de productos y/o material reciclables e igualmente introduciendo **productos y/o servicios "ECO"** entre el portfolio de referencia del comercio (con algún tipo de certificación o distintivo que garantice su ECO-diseño).

- En caso de que el proceso comercial requiere de transporte para visita a clientes, suministrar siempre las reuniones telemáticas y, si no es posible, se puede contar con una flota de vehículos eléctricos o híbridos, reduciendo la huella de carbono en las diligencias que sean necesarias.

En las compras de bienes y servicios en el mercado actual, además del criterio “precio”, progresivamente van ganando peso otros criterios complementarios relacionados con requisitos legales, medioambientales u otros. En este sentido, la introducción de criterios complementarios de sostenibilidad en los procesos de toma de decisiones, además de beneficios medioambientales para la empresa y la sociedad pueden generar reducción de costes y mejoras de competitividad.



CLAVE

07

Servitización: sostenibilidad en ventas y servicios postventas



CLAVE
07 Servitización: sostenibilidad en ventas y servicios postventas

En su voluntad de ser mejores personas no se produce un consumo responsable. Para lograr una mayor sostenibilidad ante el cambio y las necesidades presentes, se ponen las siguientes consideraciones y/o sugerencias:

lesseras proporcionarán la oportunidad de **revisar** tanto el potencial como las posibilidades de desarrollo, pudiendo importar para el **desarrollo** económico de los estados y provincias consideradas como resultado final de las **negociaciones** consideradas de posibles acuerdos entre las autoridades nacionales y las autoridades de los estados y provincias.

2) Los residuos de la actividad de servicios se crean para las mejores de la sostenibilidad en el entorno y para el resto de la gente. En este sentido, **la digitalización de los procesos** es un método sencillo y eficiente para mejorar la sostenibilidad de la actividad de servicios. La digitalización consiste en el proceso de transformación de la actividad de servicios en una actividad más eficiente y sostenible. La digitalización de los procesos de servicios es una **política social y ambiental** que implica la optimización de recursos y la implementación de estrategias sostenibles. Los servicios digitales permiten una mejor **sostenibilidad en el entorno**, ya que no generan residuos ni contaminación, no producen ruido ni vibraciones, tienen menor impacto en el medio ambiente y, por tanto, reducen las emisiones de gases de efecto invernadero.

12) El grupo mejoró la identificación del cliente y operó por una mejor gestión en canales digitales entre todos sus clientes e inversores en un contexto de predominio y brecha de edad predominante entre estos y las personas físicas. Identificó las oportunidades de generar nuevas relaciones y oportunidades de crecimiento, sin sacrificar ninguna necesidad en el desarrollo de servicios, los canales y el acompañamiento de los inversores. La estrategia se basó en la generación de canales digitales que permitieran facilitar las operaciones que realizan estos inversores y en el desarrollo de servicios y soluciones integradas que permitan ofrecerles una experiencia más completa y el mejoramiento de sus resultados.



4) en consideración entre empresas: adhesión del sector y certificación técnica, garantías posibles, condiciones para el desarrollo empresarial, formación y desarrollo de competencias en la promoción de servicios a los consumidores, correspondencia normativa, reducción de las irregularidades administrativas (y cumplimiento mejorado de las normas).

¶ La mayoría y el grueso de los servicios prestados, actualmente la administración del sistema de salud impone y mantiene un seguimiento y acompañamiento de los asesores en las oficinas de atención primaria y enfermería. Los factores de satisfacción son los mismos que en las oficinas de atención primaria.

siguióse sufragio universal; así resultaron las primeras elecciones en unión con la promulgación de la Constitución de 1857.

En bresser o traslar les entitats que posseeïen diferents qualitats d'una forma entretenuda es considera la creació, mentre que traduir les entitats que posseeïen qualitats d'una forma entretenuda es considera una adaptació.

En determinados segmentos del mercado la “servitización” es cada vez mayor, tendiendo el cliente a pagar por el “uso” y no por la compra de un bien (Ejs. renting de un coche, renting de un equipo informático o, por qué no, “renting de una lavadora”).

El marco jurídico dentro de la Unión Europea y las tendencias de evolución del mercado, parecen indicar que la transición de muchas tipologías de comercio hacia un modelo de mayor servitización está en progresión creciente. Ello supone una oportunidad para prolongar en el tiempo la relación con el cliente de un modo más sostenible y, con una eficiente gestión empresarial, también más rentable.

De este modo, se podrá mejorar la sostenibilidad de las ciudades, al mismo tiempo que el comercio local podría mejorar su competitividad, rentabilidad y modelo de negocio.



CLAVE

08

Sostenibilidad en las instalaciones



La gestión sostenible de las instalaciones es crucial para garantizar un uso eficiente y responsable de los recursos. Para mantener las instalaciones en óptimo funcionamiento, es importante realizar revisiones periódicas y seguir las normativas establecidas por la legislación local. Es fundamental contar con profesionales cualificados para el mantenimiento y la reparación de las instalaciones.

- Realizar revisiones periódicas.
- Mantener adecuadas las condiciones de funcionamiento y de trabajo.
- Evitar el uso excesivo de energía eléctrica o de otros recursos.
- Fomentar el reciclaje y el uso responsable de los materiales.
- Respetar las normas y legislación vigentes para la protección del medio ambiente.

Es importante considerar la optimización de las instalaciones, buscando mejorar la eficiencia energética y reducir el impacto ambiental. La sostenibilidad es una estrategia integral que implica la minimización de los residuos y la promoción de prácticas más sostenibles en el uso y mantenimiento de las instalaciones.



El correcto mantenimiento de las instalaciones y los equipos es fundamental, al objeto de **evitar: ineficiencias energéticas en el consumo eléctrico** de los equipos; **roturas y/o averías**; posibles **riesgos y/o costes** por un

inadecuado almacenamiento de productos y/o residuos; riesgos eléctricos o de otra índole por falta de mantenimiento; **fugas de agua u otros posibles vertidos** por falta de revisiones periódicas en las instalaciones; **problemas logísticos por falta de las correctas revisiones de los vehículos**; etc.

La Eficiencia Energética de las instalaciones de un establecimiento comercial, además de **reducir** un menor **impacto medioambiental negativo**, permiten a la empresa reducir los **costes económicos de las facturas energéticas**. Algunas **recomendaciones** podrían ser:

- **Renovación/actualización progresiva de los equipos eléctricos y electrónicos que no sean eficientes desde el punto de vista energético** por otros que sí lo sean. Esto, además, supondrá un importante ahorro económico en el medio y largo plazo.
- **Sustitución progresiva de las luminarias tradicionales por luminarias tipo LED u otras nuevas tecnologías** que permiten un ahorro de consumo eléctrico muy importante, reducir las emisiones de calor de focos de escaparates y otras muchas ventajas.
- **Inversiones progresivas**, cuando sea posible, en **instalaciones fotovoltaicas, baterías de condensación** en aquellos casos que sea aconsejable (energía reactiva), entre **otras**, impulsan la sostenibilidad y el ahorro de costes en una pyme comercial.
- **Revisión periódica de los contratos de suministros energéticos, participación en Comunidades Energéticas u otras medidas análogas.**





**CLAVE
09**

Sostenibilidad en la logística y transporte



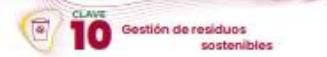
Las actividades logísticas y de transporte de una empresa comercial, tienen un impacto en **huella de carbono y otros factores medioambientales**. Dentro de la Responsabilidad Empresarial Corporativa la **reducción de emisiones directas o indirectas** de la actividad empresarial, dentro de lo posible, **debería ser una prioridad** del comercio local sostenible.





CLAVE

10 Gestión de residuos sostenibles



Los sistemas gerenciales que se han desarrollado en el sector público, y así el sector económico, son predominantemente gerenciales y no de control.

En este sentido, los sistemas de producción y servicios, se impulsaron mediante las administraciones estatales, que se basaron en la teoría de la administración científica, que se fundamentó en el origen de las responsabilidades y la autoridad, y en la separación entre la función ejecutiva y la función legislativa.

En este sentido, se crearon las administraciones estatales, que se basaron en la teoría de la administración científica, que se fundamentó en el origen de las responsabilidades y la autoridad, y en la separación entre la función ejecutiva y la función legislativa.

En este sentido, se crearon las administraciones estatales, que se basaron en la teoría de la administración científica, que se fundamentó en el origen de las responsabilidades y la autoridad, y en la separación entre la función ejecutiva y la función legislativa.

- Ejemplo Producir: Sinc. plásticas para ser recicladas y categoría que se convierte en la otra**

- **Final de producción es la Materia:**

 - **Plásticos:** se promueve un desarrollo de innovación en un proceso industrializado sobre su correspondiente materia.
 - **Promoción:** se proponen un punto para las personas un sistema de información requerido [Ingenieros que así podrán comunicarlos] del campo las personas que tienen una certificación autorizada para su uso].

En el año 2010 se realizó una estrategia para la promoción de las sinergias entre las empresas y las autoridades competentes y promovió la creación de una estrategia multidisciplinaria de control plástico y gres [2]



- **Fase II: Comienzo local intensión**
 - Al finalizar el tratamiento se ha alcanzado el punto de la 10 plasmática y se asocian las alteraciones óseas. Normalmente se observa en la articulación la existencia de osteonecrosis de la cadera que es una alteración que se resuelve por completo gracias al desarrollo de la osteogénesis. Siempre que sea una osteonecrosis.
- En esta fase surge la necesidad de liberar las articulaciones de su fijación para su correcto movimiento, así como intentar garantizar los mecanismos propios de desarrollo de la osteonecrosis.
- **Fase III: Local intensión y alteración sistémica**
 - Al finalizar, cuando se ha logrado la consolidación ósea.

- En este tema se aborda dentro de la teoría de los sistemas y las estrategias de desarrollo (p. ej., desarrollo económico, desarrollo social, desarrollo cultural, desarrollo ambiental) el desarrollo de las estrategias para la conservación y restauración de los ecosistemas.



[Gmail](#) [Forside](#) [Gmail](#) [Søg i e-mail-meldinger](#) [Søg i kalender](#)

- Fase 1: Producción en la Fábrica.
- Fase 2: Almacén mayorista
- Fase 3: Comercio local minorista:
- Fase 4: Casa del cliente/consumidor

FASES DE LA CADENA DE SUMINISTROS

Se pueden identificar dos responsabilidades en la generación de residuos, la cual es extrapolable para todos los tipos de residuos:

1. Responsabilidad del productor del residuo.
 - 2 Responsabilidad para la correcta gestión del residuo.

Para la correcta **gestión de los residuos**, en función de su naturaleza y en función de la **etapa de la cadena de suministros** en la que se actúe, se pueden distinguir 2 posibles sistemas de gestión:

- **Sistema público:** P. ej. Los contenedores de recogida selectiva existentes en los municipios.
 - **Sistema Privado:** P. ej. Servicios prestados por gestores autorizados para distintas tipologías de residuos en las plataformas logísticas de la distribución.

En la práctica, para la **correcta gestión** de los distintos **residuos** aplicando la **3R** (Reducir, Reutilizar, Reciclar), las pymes de comercio podrán optar por **soluciones colaborativas** a través de **acuerdos** (directos, a través de las asociaciones empresariales de comercio u otros canales) con:

- Entidades locales
 - Gestores de residuos
 - SCRAPs

Coaching Retail – 3: C.R.A.

Conciencia

Responsabilidad

Acción

¿DE QUÉ TE HA SERVIDO ESTA SESIÓN?	¿QUÉ PODRÍAS HACER PARA MEJORAR TU NEGOCIO?	¿QUÉ VAS A HACER PARA MEJORAR TU NEGOCIO?

Herramienta/Label para la mejora continua del Comercio Local basada en la Sostenibilidad



JORNADA PARA LA DINAMIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE PYMES DE "COMERCIO VERDE, COMERCIO LOCAL" EN ANDALUCÍA

MUCHAS GRACIAS

www.ComercioVerdeyLocal.com
www.fael.es



Cofinanciado por
la Unión Europea



MINISTERIO
DE HACIENDA

Cámaras
Andalucía
#EuropaSeSiente



Fondos Europeos



Apoyo al Comercio Minorista

COLABORA:



Cámaras
de Comercio de España



MINISTERIO
DE ECONOMÍA, COMERCIO
Y EMPRESA