

NOSOTROS

DIGITAL

REVISTA OFICIAL DE LA CORPORACIÓN
DEL COMERCIO, INDUSTRIA
Y SERVICIOS DE BAHÍA BLANCA
DICIEMBRE 2019



Corporación del Comercio,
Industria y Servicios
de Bahía Blanca
100 AÑOS



Un festejo del centenario a todo color

Empresario del año: Luis A. Gallego. Lago S.A.



www.profertil.com.ar



PROFERTIL

Vida para nuestra tierra

SOMOS DE LA

TIERRA

DEL

alimento

Y EN ESE

Origen

ESTÁ TODO

¡BUSCA EL PUNTO PROFERTIL!

Llevate tu **kit para creadores de alimento.**



SEMILLAS + UREA



VERDEO

ACELGA



UN FESTEJO DEL CENTENARIO A TODO COLOR

Y la noche tan esperada al fin llegó, el pasado 16 de noviembre se llevó a cabo la destacada y reconocida GALA DE LOS PREMIOS CORPORACION, la cual este año tenía un significado muy especial ya que también representaba la celebración del CENTENARIO DE LA CORPORACION DEL COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE BAHIA BLANCA.

Los premios Corporación son un evento que organiza la institución como un reconocimiento a aquellas empresas locales, y fundamentalmente a las personas que con su trabajo y sacrificio diario llevan adelante sus emprendimientos contribuyendo así al desarrollo socioeconómico de la ciudad y la región. Tanto los ganadores como los finales y el resto de los participantes, son en realidad un ejemplo; un ejemplo de gestión, de responsabilidad y esfuerzo continuo por superarse y encontrar la excelencia. Todos esos valores merecen ser premiados y fundamentalmente merecen ser difundidos, especialmente para que las futuras generaciones de profesionales y emprendedores logren incorporar esos valores. Este año marcó la DECIMA EDICION de los mencionados premios.

GANADORES DE LAS DISTINTAS CATEGORIAS



Trayectoria empresarial : Lago S.A



Empresa innovadora: Inova Diagnóstico por imágenes



Empresa joven : Raffaello Almacén Gourmet



Impacto empresarial : Cervecería Bronx



Empresa de servicios destacada : Aguila Restaurante



Comercio destacado: Pescadería Moby Dick



Sucesión familiar . Complejo Punto Aparte



Industria destacada : Basani

EL CENTENARIO:

La gran noche, además de los premios y distinciones, tenía un motivo de fondo: El festejo de los 100 años de vida de la Corporación del Comercio, Industria y servicios de Bahía Blanca.

La gala fue la coronación de un año cargado de grandes emociones. Y dichas emociones no solo se dan por los logros obtenidos a lo largo de este siglo, sino fundamentalmente por la excelente proyección a futuro que la institución tiene.

Se reconoció la trayectoria de importes dirigentes que a lo largo de todos estos años aportaron su experiencia, su esfuerzo y compromiso en pos del crecimiento de la entidad y el bien de la comunidad. Fundamentalmente, y eso quedó evidenciado en el festejo y saludo final a través de las palabras de Jorge Bonacorsi, actual presidente de CCIS, se celebró que todo el trabajo a lo largo del tiempo dio sus frutos, y hoy tanto en el directorio como en los equipos de trabajo, se puede apreciar la convivencia y trabajo mancomunado entre dirigentes de gran trayectoria junto a una excelente camada de jóvenes, lo cual, como expresáramos anteriormente, asegura una gran proyección a futuro de la institución.



EN ZAPATILLAS, TODO LO QUE BUSCAS...



TENI! GO!

Zapatilandia



LUIS GALLEGO

UN PREMIO A UNA GRAN TRAYECTORIA

Luis Angel Gallego, presidente de Lago S.A. (concesionario oficial Chevrolet) fue distinguido como "Empresario del año" en la tradicional gala de los "premios Corporación", organizada por la Corporación del Comercio, Industria y servicios de Bahía Blanca. Este galardón tiene como objetivo reconocer los logros de los empresarios, así como también los valores que los impulsan a llevar adelante sus emprendimientos, y el aporte que generan al desarrollo socio-económico de la ciudad y la región.

Más allá de su empresa, Gallego también se destaca como dirigente empresarial aportando toda su experiencia en la búsqueda del bien común tanto en el sector automotriz como en la comunidad empresarial en general. Así recientemente fue nominado como Vicepresidente primero en la Asociación de Concesionarios de Automotores de la República Argentina (ACARA)

Muchos años de intenso trabajo, esfuerzo, dedicación y permanente búsqueda de la excelencia al servicio del cliente forjaron la extensa trayectoria de Luis Gallego; y estos mismos valores llevaron a Lago S.A. a posicionarse como una de las mejores concesionarias de la marca en todo el país.

A su vez, en los mencionados premios Lago S.A. resultó elegida como ganadora en la categoría "trayectoria empresarial". Luis Gallego y Orlando Parizia, gerente general de la empresa, recibieron la distinción



CINCUENTA
AÑOS

9.700.000 DE PARQUE
AUTOMOTOR ATENDIDO

160 COLABORADORES INTERNOS

1.000.000
DE KILÓMETROS
RECORRIDOS POR AÑO

185 LÍNEAS DE
PRODUCTOS

+ 80 COLABORADORES EXTERNOS

100.000 APLICACIONES
DE VEHÍCULOS

185.000 DESPACHOS ON TIME ANUALES

Y SEGUIMOS **EVOLUCIONANDO**



auto náutica sur

Siendo parte de tu movimiento

1969/2019

Auto Náutica Sur. Distribuidor Nacional de Autopartes.

Sede Central Chiclana 915/917. Bahía Blanca +54 291 4597777 ☎ 291-155708527

Rosario +54 341 4388383 Mendoza +54 261 4313480 Mar del Plata +54 223 4755999 Bs.As. 0800 333 1743

📘 autonauticasur1969 🐦 AutoNauticaSur 📷 autonauticasur 📺 autonauticasur 🌐 www.autonauticasur.com.ar

HOMENAJES Y RECONOCIMIENTOS

Durante la noche se realizaron distintos homenajes, distinciones y reconocimientos.

Como hombre del año fue reconocido Emanuel Ginóbili. En 2019 puso punto final a una larga e impecable carrera deportiva llena de éxitos y logros, entre ellos la inolvidable medalla de Oro con la selección Argentina de básquet en los juegos Olímpicos de Atenas en 2004. Su talento, habilidad y fundamentalmente esfuerzo y compromiso, llevaron al deporte argentino a lo más alto en el mundo. En la gala su hermano Leandro recibió la distinción en su nombre, y su vez Emanuel envió una emotiva salutación a través de un video.

También se realizó un reconocimiento y homenaje especial a otro excelente embajador de la ciudad y el deporte nacional en el mundo: Guido Pella.

El zurdo surgido en las canchas del club Liniers transita hoy el mejor momento de su carrera posicionándose entre los 20 mejores tenistas del mundo. También fue protagonista central de la conquista argentina de la Copa Davis en 2016 junto a Juan Martín del Potro entre otros. Sus padres recibieron la distinción en su nombre.

También se entregó un reconocimiento al proyecto ,ya convertido en una realidad, liderado por Juan Ignacio "Pepe" Sanchez: el Dow Center. Un centro deportivo con una infraestructura del mejor nivel mundial, que cuenta con un estadio de básquet, canchas de entrenamiento, gimnasio, centro de salud, alojamiento, oficinas, restaurante, salas de creatividad, etc. Un aporte más que significativo para el deporte nacional y fundamentalmente para Bahía Blanca.

El club Villa Mitre también recibió un reconocimiento especial por su arduo y continuo trabajo en pos del desarrollo del deporte bahiense.

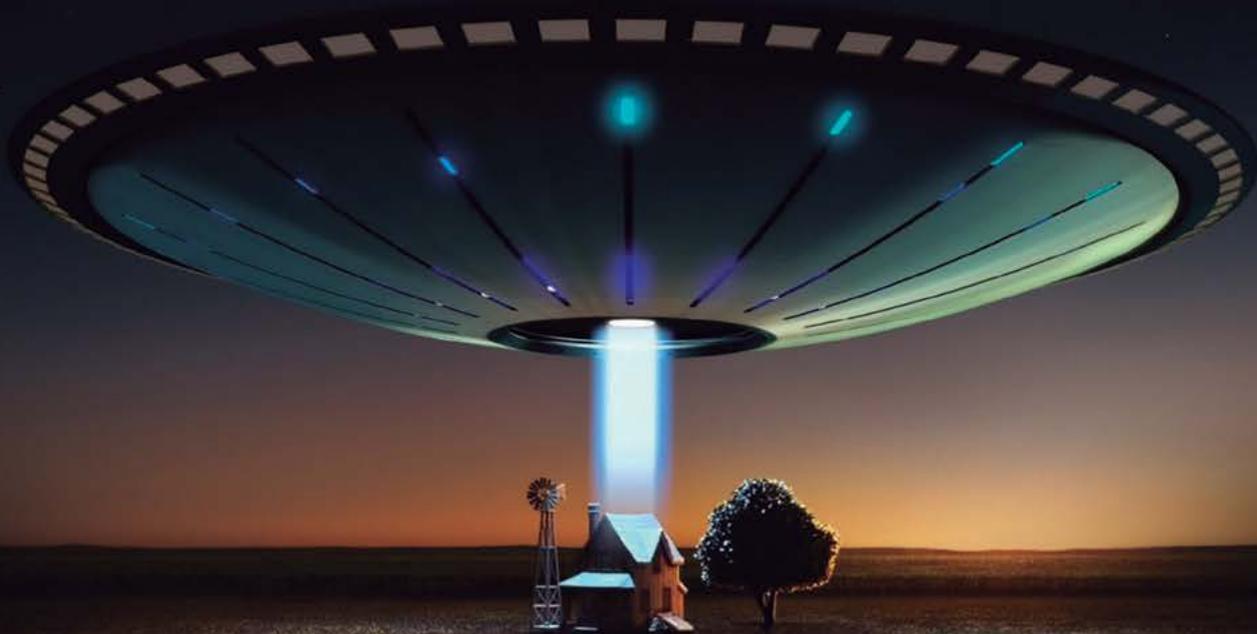
Asimismo se entregó una distinción a la empresa Pampa Energía. Cabe recordar que la empresa lleva adelante una importante apuesta al desarrollo de la región a través de una importante inversión en dos parques eólicos. Pampa Energía expresa fuertemente su compromiso con el desarrollo de la ciudad y la región no solo a través de sus inversiones, sino también a través del continuo apoyo a distintas acciones y expresiones productivas de la ciudad como FISA y premios Corporación.

Un momento muy emotivo de la noche fue cuando se realizó el reconocimiento a Stella Vedovaldi, quien lo largo de los más de 30 años de trabajo en la CCIS, se ha convertido en el motor fundamental para el desarrollo de la entidad y en todo un ejemplo de compromiso y responsabilidad, valores a través de los cuales lleva adelante su trabajo día a día.

Por último se entregó un reconocimiento al equipo del Museo y Archivo Histórico de nuestra ciudad, representado por Ana Luisa Dozo, por su colaboración y destacado trabajo en la edición del libro de los 100 de CCIS.



**CUANDO UNA ORGANIZACIÓN ES SOLIDA,
TU TRANQUILIDAD QUEDA ASEGURADA
ANTE CUALQUIER "SORPRESA"**



**Extensa y probada trayectoria en la prestación
de servicios integrales de seguros.**

Seguros de automotores, Seguros de vida, Seguros para el hogar, ART,
Responsabilidad civil, Seguros de viaje, Seguros de retiro, Accidentes Personales
Y MUCHO MAS



Santa Fe 102 - Bahía Blanca - (0291) 4553332 - ☎ 291-4029634
organizacionsf@gmail.com - www.storti-faggiano.com.ar  Storti-Faggiano

Jorge Faggiano - Productor de Seguros . Mat. N° 51301
SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION- Tel: 0800-666-8400 - www.ssn.gob.ar

IMPORTANTE VISITA DE DIRIGENTES DE CAME Y FEBA.

En el Marco de los festejos por el centenario de nuestra institución, se llevó a cabo el descubrimiento de la placa conmemorativa que nos entregara FEBA - Federación Económica de la provincia de Buenos Aires

En el evento estuvieron presentes: Alberto Kahale, presidente de FEBA; Genaro Garcia Vicepresidente FEBA; Leonardo Tasca Prosecretario FEBA; Jose Bereciartua Secretario General CAME - Confederación Argentina de la Mediana Empresa.

Los anfitriones del evento: Jorge Bonacorsi Presidente de la CCIS, los directores Luis Farina y Jose Matoso y nuestro Gerente Juan Carlos Starobinsky.



DESDE HACE 75 AÑOS...

Viaje por donde viaje, de Bambi el equipaje



Bambi

CHICLANA 140

QUERÉS SER PARTE *del* **Club CORPORACIÓN**



Es un programa mediante el cual los socios activos acceden a múltiples beneficios en comercios de diversos rubros.



CUÁLES SON ESOS **BENEFICIOS**

En la web de la Corporación vas a encontrar toda la oferta actualizada mes a mes.

www.ccis.org.ar/club-corporacion



TODAS LAS SEMANAS SUMAMOS **NUEVOS DESCUENTOS**

SI SOS SOCIO Y NO TE LLEGÓ

PEDILA YA!

SI NO SOS SOCIO PERO

QUERES SERLO

TE ESPERAMOS EN ALSINA 19, 2do PISO
LUNES A VIERNES, DE 8 A 17 HS



BENEFICIOS

Entre esta edición y las siguientes te iremos presentando los múltiples beneficios en diversos rubros que CLUB CORPORACION tiene para los asociados.



Club CORPORACIÓN

LA SOCIEDAD DE CHICOS

10% DESCUENTO



Club CORPORACIÓN

QUESUR MAYORISTA

10% DESCUENTO



Club CORPORACIÓN

HOTEL VISTA DE SAN LUIS

20% DESCUENTO



Club CORPORACIÓN

HOTEL TOWER DE SAN RAFAEL

25% DESCUENTO



Club CORPORACIÓN

HOTEL DALLAS DE TUCUMAN

20% DESCUENTO



Club CORPORACIÓN

HOTEL CENTRO NAVAL DE CABA

20% DESCUENTO



Club CORPORACIÓN

HOTEL ALCOR DE MENDOZA

20% DESCUENTO



Club CORPORACIÓN

CENTER EL BUEN DORMIR

Hasta **30% DESCUENTO**



Service Now

Todos los rubros en un solo lugar

Club CORPORACIÓN

SERVICE NOW

15% DESCUENTO

ALDEA DEL ESTE

URBANIZACION MONTE HERMOSO DEL ESTE

UN ESTILO DE VIDA DIFERENTE EN LA MEJOR PLAYA ARGENTINA.

Conjunto Urbano Integrado, donde interactúan viviendas particulares, cabañas, hoteles, apart hoteles y edificios para vivienda multifamiliar con actividad comercial en planta baja. Una perfecta armonía con el paisaje y espacios comunes recreativos a una cuadra del mar.



PINAR DEL GOLF

Lotes de 500 a 1300 mts., dentro del único bosque natural de Monte Hermoso. A metros del mar y de la renovada cancha de golf.



FINANCIACION EN PESOS. ANTICIPO Y 36 CUOTAS

MONTE HERMOSO DEL ESTE



OBRASUR S.A.

COMERCIALIZAN:

Macagno - Tel. (0291) 4554440 / Atlantic Inmobiliaria - Tel. (02921) 481105
H. Rusconi Propiedades - Tel. (02921) 481334



UNA ACCIÓN
DEL COMERCIO
BAHIENSE Y
LA CORPORACIÓN

EL **20** **TODOS**
X EL VEINTE

TODOS LOS **20 DE CADA MES** *el Comercio*

TE REGALA UN 20% DE DESCUENTO EN TODOS SUS PRODUCTOS Y CON
TODOS LOS MEDIOS DE PAGO (promoción no acumulable).

Conocé los comercios adheridos en  CCIS Bahía Blanca y www.ccis.org.ar



Corporación del Comercio,
Industria y Servicios
de Bahía Blanca

100 AÑOS
JUNTO A LAS PYMES

SER PARTE es NEGOCIO

Reducí tus gastos fijos con estos beneficios



25%

DESCUENTO en ART

info@ccis.org.ar /  +54 9 291 405-3710

Actualización de montos de facturación para ser MiPyme

La Secretaría de Emprendedores y de la Pequeña y Mediana Empresa, mediante la Resolución 563/2019, actualizó los montos de facturación por categoría y sector utilizados para definir a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MiPymes)

De esta manera se reconoce el impacto del aumento sostenido y generalizado de precios que implicaba que muchas MiPymes dejen de ser incluidas dentro del Registro de Empresas MiPymes y las facilidades que ese Registro prevé.

Recordamos que, con fecha 6/12/2019, mediante la Resolución General Conjunta (AFIP-SEPYME) 4642/2019 se estableció la renovación automática de la vigencia del "Certificado MiPyme" y, por lo tanto, la reinscripción de la empresa en el "Registro de Empresas MiPymes".

Para el caso en que por la evolución de la facturación se la hubiese excluido, la Empresa deberá presentar la información actualizada de los campos del Formulario (AFIP) N° 1272 denominado "Pymes/Solicitud de categorización y/o beneficios" actualizando la información de facturación para ser reincorporado al Registro y el acceso a los beneficios que éste prevé.

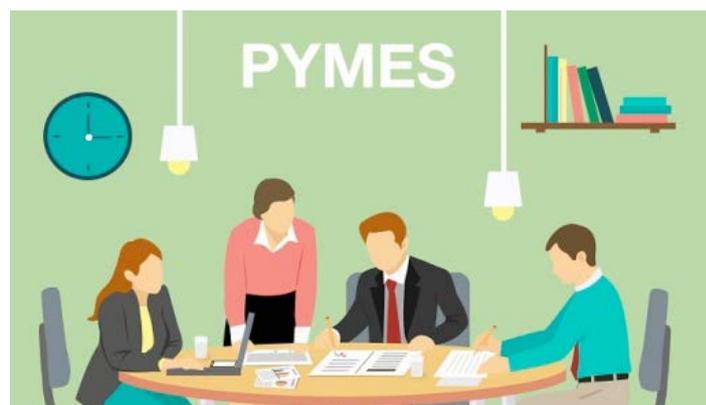
A continuación, detallamos los nuevos valores:

Resolución MTP-SEPYME 563/2019 -diciembre 2019					
Categoría	ACTIVIDAD				
	Construcción	Servicio	Comercio	Industria y Minería	Agropecuario
Micro	15.230.000	8.500.000	29.740.000	26.540.000	12.890.000
Pequeña	90.310.000	50.950.000	178.860.000	190.410.000	48.480.000
Mediana tramo 1	503.880.000	425.170.000	1.502.750.000	1.190.330.000	345.430.000
Mediana tramo 2	755.740.000	607.210.000	2.146.810.000	1.739.590.000	547.890.000

AFIP extendió la suspensión de embargos a MiPymes

La Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) informa que la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP), a través de la Resolución General 4638/2019, otorgó una nueva extensión de la suspensión de embargos a las micro, pequeñas y medianas empresas que se encuentran inscriptas en el "Registro MiPyme" hasta el 31 de diciembre del corriente inclusive.

Es importante destacar que este beneficio también incluye a los contribuyentes que se encuentran categorizados como "Potencial Micro, Pequeña y Mediana Empresa – Tramo I y II dentro del sistema Registral de la AFIP.





LLEVÁ A TU CASA

- CALIDAD
- SEGURIDAD
- CONFIANZA
- PESO EXACTO
- DURABILIDAD



ENVÍOS A DOMICILIO
de **LUNES** a **SÁBADOS**
0800-222-2222

AHORA HACÉ TU PEDIDO TAMBIÉN POR WHATSAPP



LUNES A VIERNES 8HS A 17HS | SÁBADOS 8HS A 13HS



ARTIGAS (CASA CENTRAL)
Inglaterra 1750 | Bahía Blanca
(0291) 451-2254 | 454-6019

ARTIGAS (SUCURSAL)
Ruta 33 km 134.5 | Pigüé
(02923) 47-5797 | 47-4403

www.artigas.com.ar

SEGUINOS  

CAME se reunió con la CGT, CGERA y CGE para poner en marcha a las Pymes



CAME, CGE, CGERA y CGT unidas por las pymes y los trabajadores

Durante más de dos horas, la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME), junto a la Confederación General Económica (CGE) y la Confederación General Empresaria de la República Argentina (CGERA), mantuvieron un encuentro con los secretarios generales de la Confederación General del Trabajo (CGT) para evaluar la situación de las pequeñas y medianas empresas, que movilizan el 70% del empleo privado del país, en el marco de un "acuerdo económico y social". "Valoramos el gesto de la CGT de recibir a las entidades que representan a las pequeñas y medianas empresas. El sector obrero y el empresario pyme no pueden estar ajenos en la reconstrucción del país", destacó el presidente de CAME, Gerardo Díaz Beltrán.

Este mediodía la CGT recibió en su sede a la unidad confederativa pyme, alcanzada por CAME y CGERA que permitió el resurgimiento de la CGE. "Para nosotros es importante que el sector empresario haya dado este gran paso en la búsqueda de objetivos comunes", expresó el secretario general de la central obrera, Héctor Daer, que destacó la "grandeza" de los dirigentes para llegar a esta decisión. "Hay que capitalizar regiones, actividades, trabajadores y empresarios. Nada de esto será fácil, se necesita generar consensos".

En ese mismo sentido, el presidente de CAME, Díaz Beltrán, aseguró que "si no hay empresas no hay trabajo y si no hay trabajadores no hay consumo, y por ende no hay empresas, así que no nos queda otro camino que trabajar juntos",

dijo y agregó: "Con un índice de pobreza del 40%, caída de ventas minoristas, de la industria pyme y la capacidad ociosa instalada, llegó el momento de deponer mezquinidades sectoriales".

Por su parte, el titular de CGERA, Marcelo Fernández, realizó un pedido de acompañamiento de la CGT a los reclamos de las pymes. "Un comercio exterior administrado que no cierre fronteras pero que no destruya al entramado pyme nacional; baja de tasas de interés, y que la AFIP nos saque el pie de encima", reclamó. Además, habló de recomposición salarial. "Diciembre es el mes más problemático para nosotros porque tenemos que pagar medio aguinaldo, vacaciones y tres impuestos, pero queremos hablar de recomposición salarial, por eso nece-

sitamos que el nuevo gobierno nos ayude a diferir cargas sociales", indicó Fernández. Al respecto, recordó la deuda por \$ 780 mil millones que las pequeñas y medianas empresas tienen en impuestos y con entidades financieras.

En respuesta, Daer habló de "segmentar" de acuerdo a las posibilidades de las firmas y de la necesidad de una amplia moratoria.

Para finalizar, como muestra de unión entre empresarios y trabajadores, el presidente de CAME invitó a los integrantes de la CGT al relanzamiento oficial de la CGE que se realizará el miércoles 18 de este mes en Parque Norte.

CAME se reunió con FEHGRA para tratar temas de la actividad hotelera, gastronómica y comercial

Dirigentes de la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) se reunieron junto a representantes de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA) encabezados por el vicepresidente Paulo Lunzevich, el secretario, Marcelo Barsuglia, el prosecretario Gustavo Fernández

Capiet, y la prosecretaria, Ana María Miñones, a fin de tratar temas comunes a la actividad hotelera, gastronómica y comercial tal como los aportes obligatorios a entidades representativas de los sectores actorales.

Además, se discutió al respecto de la actividad ilegal y clandestina adquirió relevancia a partir del crecimiento

del mercado electrónico que compite en forma desleal con las actividades legalmente establecidas.

Finalmente, se acordó trabajar en conjunto en ambos temas y en todos aquellos que involucren la actividad turística, comercial y de servicios.

Cabe destacar que los directivos de CAME presentes en el encuentro fueron el secretario

de Relaciones Institucionales, Fabián Castillo, el vicepresidente del sector Comercial, Fabián Tarrío, el vicepresidente del sector Turismo, Fabricio Di Giambattista, el secretario de Asuntos Legales, Laborales y Sociales, Francisco Matilla, y el Consejero Titular e integrante de la Comisión de Asuntos Tributarios, Salvador Femenía



GRUPO EMPRESARIO
BONACORSI
Líder en Seguridad Social



Arboles de la Memoria

Forestando la ciudad con afectos

Es un homenaje que pueden ofrecer los familiares o amigos de las personas fallecidas.

Un recordatorio que colabora con la ecología y el medio ambiente que se mantiene a través del tiempo. Los árboles se plantarán en función de las necesidades de forestación y embellecimiento de la ciudad.



Solicite mayor información al: 0291 - 4552222
www.grupobonacorsi.com.ar

Porqué asociamos los colores rojo y verde a la Navidad y cómo son utilizados por las marcas

Más allá de ser colores asociados a la naturaleza de temporada, las marcas los han asentado como las tonalidades navideñas

El buen uso de los colores es una de las piezas clave en el trabajo en marketing. Los colores logran transmitir mucha información a los consumidores, sin que estos tengan que hacer un esfuerzo extra para acceder a ella.

Los colores dan información además que se ha asentado por influencia de la cultura pero también otra que funciona a un nivel subconsciente y que añade capas de significado a las cosas. Gracias a un buen uso de los colores, las marcas consiguen transmitir a los consumidores valores, características y percepciones sobre sus productos y servicios y también consiguen empujarlos a que los compren.

Además, los colores son una llave para posicionar a los consumidores en el entorno en el que los vendedores quieren tenerlos. Por ejemplo, en los supermercados, funcionan como una especie de codificación que transmite valores y que lleva a los compradores a zonas y espacios. El color verde se usa para transmitir la sensación de fresco y para llevar al consumidor a la zona de frutería y verduras. En cierto modo, los lleva al campo.

Igualmente, los colores logran crear la atmósfera festiva adecuada y ponernos en el momento del calendario más ajustado a lo que las compañías nos quieren vender. Los tonos anaranjados, por mostrar uno de esos movimientos, transportan rápidamente al consumidor a Halloween. Los verdes, los rojos y los dorados lo hacen a la campaña de Navidad.

Cuando empiezan a aparecer en tiendas, productos y packaging, el consumidor recibe claramente el mensaje de que ha llegado ya la temporada navideña y que debe comprar. De hecho, los colores del packaging navideño son habitualmente el rojo, el verde y el dorado, sea lo que sea que se vende y sea lo que sea lo que se está intentando posicionar.

Burger King empaquetó hace unos años sus hamburguesas en un papel rojizo y Starbucks, un claro caso de éxito de uso del packaging navideño, emplea habitualmente esas tonalidades o algunas relacionadas. No son las únicas marcas. Las marcas emplean de forma recurrente estos colores a la hora de presentar sus productos en sus ediciones navideñas.

También son los colores que predominan en la decoración, los escaparates, y por supuesto, en las promociones, campañas y anuncios publicitarios de navidad que lanzan durante estas fechas. De hecho, previamente y durante a este periodo navideño, las marcas suelen aumentar su apuesta publicitaria a través de todo tipo de medios, y es ya tradicional que la mayoría de sus anuncios, se desarrollen acentuando la utilización de sonidos, melodías y los colores que asociamos a este periodo festivo.





De dónde vienen los colores de la Navidad?

Los expertos creen que los colores de la Navidad son una mezcla de historia, colores "de temporada" y el impacto de las marcas. El color rojo y el verde habían estado ya presentes en las paletas navideñas de la Edad Media y el Renacimiento, al menos en los paneles que se recuperaban para celebrar estas fiestas y que por ello marcaban que habían llegado. La tradición habría ido, por tanto, en esa dirección. A eso hay que sumar cómo los movimientos de las marcas y la popularización de ciertos símbolos asentaron la paleta cromática.

La experta en colores Arielle Eckstut apuntaba que los colores de la Navidad han acabado siendo el consenso general partiendo de los colores de la naturaleza y del impacto de las prácticas comerciales. La combinación de rojo y verde como colores de la Navidad es, para esta experta, la suma de "la belleza de la naturaleza y la ignorancia del comercio".

Los elementos naturales asociados a la Navidad, desde el árbol navideño al acebo, muestran estas combinaciones de colores. El acebo es, en general en Europa, la planta vinculada a la Navidad y por tanto es lógico que sus colores se asocien a las fiestas.

Eso sí, aunque estos colores ya estuviesen marcando la agenda navideña, no eran en un primer momento los únicos. Eckstut recuerda que en las felicitaciones navideñas victorianas también aparecían de forma recurrente otras combinaciones de colores y colores, como el azul, que hoy asociamos menos la Navidad.

¿Qué cambió? La clave está en Coca-Cola. Ellos asentaron la imagen del Santa Claus vestido de rojo (su color corporativo) y con ello a esa tonalidad como el color de la Navidad. No lo inventaron ellos, pero sí lo popularizaron de un modo abrumador.



Negro y Dorados, la alternativa de lo premium

Aunque rojo y verde sean considerados los colores navideños más representativos de la Navidad, otras combinaciones también destacan entre los productos de todo tipo de marcas. Negros y dorados generalmente también son muy utilizados, sobre todo en los casos donde se pretende transmitir, el valor añadido de los productos premium. Es decir, aquellos que en teoría son de mayor calidad, exclusivos o elaborados de forma especial, tomando el concepto de "Black Label" o etiqueta negra.

Es por ello que el color negro suele ser asociado con el lujo. Es un color fuerte y ofrece elegancia y que siempre es bien combinado con elementos dorados, pero no es suficiente con el color. Si las marcas pretenden que sus productos tengan una "aparición premium", también debe transmitirse la misma calidad especial a su diseño.

El valor del color en el packaging es clave y su determinación debe ser parte esencial de una estrategia de diseño y de posicionamiento de producto que también puede adaptarse a un momento o época del año.



La Botella de champagne, un clásico

Aunque el principal factor que condiciona el color de la mayoría de botellas de champagne o de vino es la protección contra la luz, no es, ni mucho menos, el único motivo para decidir el color de la botella. De hecho, la principal razón real suele ser meramente comercial y más en un producto cuyo consumo suele aumentar considerablemente en todo tipo de fiestas. A pesar que el cristal verde suele ser el más barato del mercado, lo que reduce costes, algunos fabricantes prefieren usar colores más oscuros para que no se aprecie tan fácilmente el nivel de lo consumido. Otros sin embargo, optan por colores oscuros para dotar a su producto de un toque más premium y elegante.

HOGAR

DULCE **HOGAR**

Así te sentís en tu casa cuando acudís a un experto.



AIRE ACONDICIONADO Y CALEFACCIÓN



CLIMATIZACIÓN POR AGUA



**ABERTURAS Y DEKS DE PVC
SISTEMAS DE CALEFACCIÓN POR AGUA**

ASESORAMIENTO PROFESIONAL- SERVICIO TÉCNICO ESPECIALIZADO

CLIMATEC S.R.L.

Los impresionantes datos sobre las tendencias de consumo y compras que todo negocio y retailer debería conocer

Por primera vez en la historia, más de la mitad del tiempo invertido y de las compras realizadas han sido online

El auge de los móviles y la aparición de nuevas plataformas ha cambiado la forma de comprar de los consumidores. Estos quieren comprar los productos de las marcas que les ayudan a descubrir novedades, a encontrar lo que necesitan y a conseguir lo que quieren de la manera más sencilla, oportuna y personalizada posible. Ahora más que nunca, es importante que preparemos el terreno digital de antemano para triunfar en la temporada navideña del 2019.

El móvil ha sido el catalizador del crecimiento de los retailers. Los consumidores usan la tecnología para decidir dónde comprar. Y, cada vez más, compran con el móvil. Por primera vez en la historia, más de la mitad del tiempo invertido y de las compras realizadas han sido online, y para el periodo navideño la cosa no está siendo diferente.

Las fiestas navideñas pueden ser una época frenética, tanto para consumidores como vendedores y es por ello que Google, que recientemente acaba de lanzar su nueva guía para retailers de cara a las próximas navidades, nos presenta diferentes cifras y datos de diferentes estudios e informes que nos revelan como la tecnología, los móviles y los medios digitales están cambiando las pautas y tendencias de consumo.

Lista de Cifras y datos destacadas

- Las búsquedas de "dónde comprar" realizadas con dispositivos móviles aumentaron más del 85%.
- El 80% de los compradores afirman que alternan la búsqueda en internet y en videos cuando buscan qué productos comprar.
- Las búsquedas con dispositivos móviles que contienen la palabra "marcas" han aumentado en un 80 % en los dos últimos años.
- En los últimos dos años, las búsquedas en el móvil acerca de ideas para regalo aumentaron en España más de un 30%, por ejemplo, "ideas de regalos para navidad" o "ideas de regalos para amigos".
- Hemos visto un crecimiento del 65% en búsquedas en el móvil que contienen "marcas de ___" en España durante los dos últimos años.
- El 90% de los compradores de todo el mundo que visitaron una tienda la semana pasada afirman haber buscado en internet antes de ir a la tienda.
- En los últimos dos años, las búsquedas en móvil sobre reseñas de productos han aumentado más de un 40%.
- Las búsquedas de "regalos para" y "regalos de" aumentaron la última semana de octubre.
- Independientemente de si las compras navideñas se realizaron en una tienda u online, el 67% se planificaron de antemano.
- El 67% de los compradores afirman que tienen compras pendientes la semana antes de Navidad.
- La semana después de Navidad, el 86 % de los que seguían comprando realizaron búsquedas digitales relacionadas con las compras navideñas.
- El 90% de los compradores de todo el mundo que visitaron una tienda la semana pasada afirman haber buscado en internet antes de ir a la tienda.
- Al 42% de los compradores les gustaría que los comercios informasen del inventario online de manera más eficiente.
- El 75% de los consumidores esperan que los comercios informen sobre la disponibilidad del producto antes de visitar la tienda.
- El número de usuarios que ha buscado "compras online" en un móvil ha aumentado un 180% en los dos últimos años.
- Un retraso de un segundo en el tiempo de carga de un dispositivo móvil puede influir en la conversión móvil hasta en un 20%.
- El 48% de los compradores no descartan comprar en nuevos comercios durante las Navidades y, en las del 2018, el 30% ya lo hicieron.
- Más de la mitad de los compradores afirman que los vídeos online les han ayudado a decidir qué marca o producto comprar.
- Más del 90% de los compradores afirman que han descubierto nuevas marcas y nuevos productos gracias a plataformas como YouTube, y un 40% de los compradores afirman haber comprado productos que descubrieron a través de vídeos online.
- El 24 de diciembre es el día del año en que se producen más búsquedas de "horario de la tienda".
- El 77 % de los compradores afirman que a menudo u ocasionalmente abandonan el carrito cuando compran online.