

Asamblea Anual 2014

Discurso de Alfonso Merry del Val, Presidente de ANGED

Quiero compartir, muy brevemente, con vosotros mi reconocimiento por el trabajo y la perseverancia de las empresas de nuestra asociación en unos ejercicios muy duros para la economía en general y para el sector de la distribución en particular.

Los resultados de este esfuerzo son ya palpables y de ahí mi sensación de que emprendemos ya un buen camino de recuperación. El éxito de este nuevo periodo dependerá sin duda de la capacidad de todos, empresarios, trabajadores y Administraciones, para tomar decisiones valientes y afrontar las reformas que aún necesita nuestra economía.

1

Para las empresas de ANGED es un orgullo dar servicio todos los días a más de tres millones de clientes, gracias a la labor de sus más de 215.000 empleados. El esfuerzo de todas estas personas que trabajan con nosotros y la confianza depositada por los hogares en nuestras empresas son nuestra razón de ser. Un estrechísimo vínculo económico y social que nos exige mejorar día a día para responder a los cambios presentes y futuros.

Los 11.000 millones invertidos por las compañías de ANGED en los últimos seis años certifican este compromiso con el progreso de todos y cada uno de los municipios en los que tienen una puerta abierta al público.

1

Mantener la inversión y el empleo estructural del sector durante los últimos seis años de crisis no ha sido nada fácil. Nuestras empresas han tenido que emprender profundos cambios internos, ajustar sus costes y optimizar todos los procesos para ser más competitivos, para responder a una situación económica diametralmente opuesta a la anterior.

Como decía, el esfuerzo colectivo de los últimos años ha ayudado a recomponer las bases del crecimiento y por fin podemos hablar de un cambio de tendencia en nuestra economía. El PIB ha iniciado una senda de crecimiento gracias al impulso exportador, la extraordinaria llegada de turistas y el tímido despegue del gasto de los hogares. La confianza de los consumidores españoles ha vuelto a niveles anteriores a la crisis e incluso supera, por primera vez en mucho tiempo, a la de nuestros socios del euro.

Todo ello está teniendo reflejo en las ventas del sector. Si bien, no podemos hablar todavía de un gran repunte del comercio, sí se está produciendo un cambio de tendencia que esperamos que se consolide en los próximos meses.

2

Estamos, por tanto, en un entorno más favorable para la inversión y el empleo. Pero como ya dije hace justo un año, no podemos caer en la complacencia y dejar de lado nuestras obligaciones como país. Nuestro principal desafío social y económico sigue siendo el paro y el único camino para resolver este drama es el de las grandes reformas.

En lo que concierne a nuestro sector, quiero dar mi sincero agradecimiento a D. Jaime García-Legaz, D. Enrique Ossorio y sus magníficos equipos (particularmente a sus Directores Generales D^a. Carmen Cárdeno y D. Ángel Luis Martín), por el ingente esfuerzo que han dedicado al desarrollo y la modernización del comercio en España.

2

Gracias a su trabajo se han producido avances significativos, tanto a nivel estatal como autonómico.

Entre otras, es necesario destacar la importancia de medidas recientes como la reducción de las tasas de intercambio al pago con tarjetas, que permitirá al comercio, y a sus clientes, ahorrar hasta 400 millones de euros en los próximos dos años. Esta legislación, pionera en Europa, se ha convertido en referente y modelo para todos los comerciantes europeos.

Tenemos también esperanzas en que las iniciativas del Gobierno en materia de unidad de mercado sirvan para eliminar barreras a la inversión en nuevos establecimientos y contribuyan a aliviar la prolija y asfixiante legislación comercial autonómica.

3

En efecto, la regulación puede llegar a condicionar nuestro futuro si en lugar de facilitar soluciones innovadoras genera más problemas. En este sentido animo a los responsables de las Administraciones Públicas a enfocar la regulación comercial pensando en el futuro y en las nuevas demandas de los consumidores y la sociedad que cambia a una velocidad vertiginosa en todos los sectores y, particularmente, en el nuestro.

El marco normativo tiene que promover un Comercio más eficiente y competitivo, en lugar de perpetuar los enfoques proteccionistas que han dañado seriamente a nuestro sector mediante la imposición de obstáculo a la inversión, la modernización y la creación de empleo. Una política caduca que ha perjudicado a los consumidores.

3

Un buen ejemplo que deseo remarcar: la Comunidad de Madrid se encuentra hoy a la vanguardia europea en lo que se refiere a libertad comercial. Lejos de producirse las catástrofes que algunos auguraban, la libertad de comercio ha creado empleo, riqueza, un mejor servicio y un índice de precios más competitivo para los consumidores.

Por todo ello, tenemos que escuchar al consumidor porque en el mundo de hoy es él quien está marcando las reglas del juego del comercio: demanda información, disponibilidad y servicio individualizado en cualquier lugar y momento, a través de cualquier canal o dispositivo y de la forma más rápida y cómoda.

El consumidor ha integrado la tecnología en su vida y con ella consume y genera información, compara precios, realiza todo tipo de operaciones financieras, compra bienes y servicios, los paga e incluso pone los suyos a la venta. Moldea el cuándo, cómo y con quién comparte su experiencia de compra.

4

La rapidez con la que los consumidores integran innovaciones en su vida cotidiana nos obliga a cambiar nuestro modelo de negocio y a repensar nuestro sector. Las empresas están destinando cada vez más recursos financieros y humanos para mejorar la gestión de la información, optimizar los procesos logísticos, mejorar la experiencia de compra y satisfacer las necesidades de interacción de los clientes. Todo ello, sin olvidarnos de que la esencia de nuestro negocio pasa por el control absoluto de los costes de explotación y los márgenes. En resumen, estamos en una época que exige más que nunca ser competitivos.

Este escenario, si bien puede parecer vertiginoso, en el fondo es apasionante. Nadie antes imaginó una revolución tecnológica de tal magnitud al servicio de los consumidores y del comercio.

4

El problema es que gran parte de la legislación comercial está pensada para un consumidor y unos hábitos de consumo que ya no existen o, al menos, ya no son mayoritarios. La regulación ha quedado anclada en unos axiomas proteccionistas de hace cuarenta años de difícil encaje en la era digital.

Frente a un consumidor cada vez más libre, el comercio padece un intervencionismo político que resulta completamente inútil, salvo para aquellos que desean alimentar discursos ideológicos y enfrentamientos estériles, trasnochados y de espaldas a la realidad cotidiana.

¿Qué sentido tiene restringir la apertura de una tienda en domingo cuando el comercio electrónico puede vender 24 horas durante 365 días? ¿Qué sentido tiene frenar la instalación de un gran establecimiento cuando más de la mitad de los productos que compran los españoles en Internet es a empresas radicadas en otro país? ¿Qué sentido tiene tratar de proteger a una parte del sector a costa de lastrar la competitividad del resto cuando el consumidor demanda una oferta más variada y competitiva?

Son muchas las preguntas y resulta desalentador que en estos momentos, el marco legal sea un freno a la inversión, a la creación de empleo y al aprovechamiento eficiente de los recursos que tenemos.

Hay dos ejemplos flagrantes de la incapacidad de nuestra legislación para responder al nuevo signo de los tiempos:

El primero de ellos tiene que ver con los horarios comerciales. ¿Se imaginan ustedes que el sector hotelero, los restaurantes o los cines tuvieran que cerrar por imperativo legal todos los domingos y festivos del año? Para un país turístico como el nuestro sería la ruina de muchos negocios, con la consecuente pérdida de empleos e ingresos. Imaginen ahora la frustración que miles comerciantes obligados a echar la reja con las calles repletas de turistas y consumidores dispuestos a comprar.

Las restricciones de horarios son un anacronismo que países mediterráneos con estructura comercial y turística similar a la nuestra, como Italia y Portugal, ya han superado.

El segundo ejemplo de inquietante mala regulación es el impuesto sobre grandes establecimientos comerciales que pagan nuestras empresas en varias comunidades. Su impacto sobre la inversión, el empleo y la unidad de mercado es tal, que la comisión de expertos liderada por Manuel Lagares para rediseñar el marco tributario ha pedido expresamente suprimir este tributo. En opinión de estos expertos, no está justificado “un tributo que discrimina a determinados medios de distribución y provoca un grave daño a la unidad de mercado y la eficiencia del comercio”.

6

Resolver estos y otros muchos problemas dependen principalmente de un factor: la voluntad política de aplicar reformas valientes y consistentes.

Las empresas de ANGED, con ahínco y visión de futuro, han hecho sus deberes de una manera modélica con el fin de recomponer sus bases de su crecimiento. Las Administraciones públicas deberían reconocer este esfuerzo y tomar parte de él con políticas que favorezcan la actividad privada.

La regeneración institucional de la que tanto se habla estos días requiere políticos capaces de emprender sin ambages una nueva senda de cambios estructurales. Las instituciones no pueden ser el talón de Aquiles de nuestra sociedad, sino todo lo contrario: deben ser la piedra angular que sostiene los grandes consensos de la nación y facilitan el progreso de las personas y las empresas.

Muchas gracias a todos.