



Asamblea Anual 2016

Discurso Alfonso Merry del Val

Señoras y señores, permítanme que comience agradeciendo a Rafael Arias, vicepresidente de ANGED y presidente de nuestra Comisión de Asuntos Jurídicos, la inestimable labor que ha desempeñado en la Asociación todos estos años.

Es un orgullo para mí aprovechar esta Asamblea anual de ANGED para poner en valor la indiscutible aportación a la sociedad española de un grupo de empresas que nunca, ni siquiera en los momentos más duros, ha perdido la confianza en España.

Todavía tenemos muy próxima la crisis económica de mayor intensidad que ha padecido nuestro sector en su historia reciente. Con las graves y lógicas complicaciones que para cualquier actividad empresarial tiene un hundimiento semejante del consumo y las ventas, nuestro sector no ha dejado de luchar y buscar soluciones a un entorno tan adverso y nuevo para todos.

La inversión es la mejor manera que tienen las empresas para demostrar la confianza en un país. Porque creemos en el futuro, nuestras empresas han invertido más de 13.000 millones desde 2008 para renovar y ampliar su red de tiendas, adaptarse a las nuevas tecnologías y competir con la oferta más amplia y atractiva posible. Y porque creemos en el futuro, nuestras empresas han contratado 11.600 personas más los dos últimos años, destacando como un sólido motor del empleo para cerca de 230.000 mujeres y hombres que hoy trabajan en nuestras compañías.

Además, no hemos dejado de trabajar codo con codo con nuestros proveedores, realizando unas compras de más de 28.000 millones de euros anuales a miles de pequeñas y grandes empresas españolas.

Gracias a esta colaboración de toda la cadena productiva, hemos sido capaces de ayudar a la parte más desfavorecida de la sociedad, buscando mayores dosis de eficiencia en aras de unos precios más ajustados a las necesidades de todos los hogares.

Los 4 millones de clientes que todos los días visitan nuestras tiendas nos demandan, además, una respuesta digital. Con ellos estamos co-creando el comercio del mañana, porque nunca antes hemos tenido que abordar tantos y tan rápidos cambios sociales, económicos y tecnológicos. Lejos de generar más problemas, nuestra determinación es aportar soluciones a este futuro inmediato.

A la vuelta de la esquina, dentro de cinco años, se prevé que cada persona disponga, de media, de siete aparatos conectados a Internet. Cuando algunos empezamos a digerir la era digital, otros ya se adentran en la nueva era cognitiva, donde las máquinas se adaptan al lenguaje humano y aprenden de él.

En definitiva, la tecnología está introduciendo vectores de productividad y ahorro de tiempo sorprendentes en todos los procesos y operaciones. Pero de forma paralela, está revolucionando la relación con nuestros clientes, los modelos de compra y los estilos de vida.

Pese a todo, considero que el factor humano y la experiencia física son irremplazables, sobre todo en el comercio. En nuestra era digital, las tiendas seguirán siendo grandes espacios de socialización, puntos de encuentro que vertebran las ciudades y hacen crecer las comunidades locales.

Para llegar a descubrir las tiendas del futuro tenemos que emprender un camino nunca antes transitado y eso nos exige carácter y valor en la toma de decisiones. Tengo sobradas razones para constatar que nuestras empresas ya están librando esta batalla en muchos campos.

Entre otros, han avanzado en la relación omnicanal con sus clientes para ofrecer una experiencia de compra totalmente nueva, en una gran variedad de formatos, canales y categorías de productos. Por otro lado, las

empresas están preparando sus equipos humanos para la transformación digital y la gestión del cambio. También han tenido que reducir sus márgenes y aun así han mejorado la productividad. Además, están trabajando en una cadena de valor más sostenible desde el punto de vista social, económico y medioambiental.

Nuestras empresas se encuentran, de hecho, en la vanguardia de la sostenibilidad y responsabilidad social. Les animo a leer con detenimiento el primer Informe de Sostenibilidad sobre el sector que incluye nuestra Memoria Anual. En él se recogen por primera vez una cuarentena de indicadores sobre medio ambiente y la sostenibilidad; el buen gobierno corporativo; la acción social y la apuesta por la igualdad y la integración en nuestras empresas.

Nuestras empresas están consiguiendo, por ejemplo, valorizar el 88% de los residuos de papel, cartón, plástico y madera. El 100% de las tiendas han aplicado medidas de ahorro energético en el último año y ocho de cada diez han invertido en la protección y mejora del medio ambiente. En el ámbito social, las empresas están impulsando acciones de apoyo a la infancia, la educación, la mujer, el deporte y los colectivos en riesgo de exclusión. El 90% de las empresas realizan donaciones de productos y alimentos para los más necesitados. Sin olvidar, las medidas que están aplicando para integrar la RSE en la gestión interna y la relación con sus proveedores.

Como ven, independientemente de su tamaño y especialización, el comercio de hoy compite contra sí mismo. Eso es excelente. Las tendencias del consumo y la transformación tecnológica están imprimiendo un rápido proceso de modernización. Por eso, necesitamos una regulación acorde a nuestro tiempo, que no imponga barreras innecesarias a la inversión, que no se afane en discriminar unas propuestas comerciales sobre otras y que sea capaz de facilitar la creación de nuevos negocios y empleos.

Desde ANGED creemos que un entorno normativo favorable a la libertad de empresa ayudará a la modernización de nuestro sector e impulsará el crecimiento de todo el comercio.

El dinamismo de las empresas y los ciudadanos no resulta nunca ajeno de su entorno institucional y político. La estabilidad es una fuente de crecimiento y confianza que necesitan imperiosamente las empresas y los ciudadanos para poder crecer y desarrollarse.

El ex secretario de Estado norteamericano y Nobel de la Paz, Henry Kissinger, advierte en su último libro sobre el Orden Mundial que “la Historia no da respiro a los países que olvidan sus compromisos o su sentido nacional en favor de un cambio aparentemente menos arduo”. La cita abre paso a reflexionar sobre la compleja situación política y social en la que nos encontramos, la cual me gustaría analizar desde un punto de vista empresarial.

La sociedad española se encuentra ante una encrucijada en la que debe dar soluciones urgentes a asuntos de un profundo calado. Sin exagerar, lo que está en juego es nuestra prosperidad y concordia, también para las próximas generaciones, porque desde el 78 la sociedad española no se ha enfrentado a cuestiones tan determinantes como algunas a las que me voy a referir:

La primera es la unidad territorial, que afecta decisivamente a los derechos y libertades de los ciudadanos, al futuro de nuestra economía y la pervivencia del Estado del bienestar.

La segunda es el modelo educativo, como un pilar fundamental para competir en el siglo XXI y avanzar hacia una sociedad más libre, moderna y avanzada. Tenemos que preparar a nuestros jóvenes para la transformación tecnológica, los nuevos perfiles y habilidades que requerirán las empresas en el futuro. Una escuela y una universidad de calidad es el mejor patrimonio que entre todos podemos construir para las generaciones futuras.

En tercer ámbito sobre el que construir grandes consensos es el internacional. Los grandes partidos deben acordar el papel de España en el mundo, nuestras grandes alianzas, las prioridades económicas en el exterior y, por supuesto, la aportación española a la resolución de las cuestiones que hoy atenazan la estabilidad de la Unión Europea. Entre ellas, la crisis financiera, el Brexit, la seguridad ciudadana y el terrorismo.

Un cuarto desafío tiene que ver con el inexorable envejecimiento de nuestra población. Más pronto que tarde va a requerir una profunda reforma de las pensiones y un esfuerzo intergeneracional, para que todos, jóvenes y mayores, puedan disfrutar de unos derechos y prestaciones razonables.

Por último, para que los mayores puedan alcanzar con garantías su jubilación, los jóvenes tienen que poder trabajar y formar una familia. En este sentido, no existe una política más social que la generación de empleo. Por eso, es perentorio que las fuerzas políticas acuerden un paquete global de reformas en el plano laboral, fiscal y regulatorio con el objetivo de garantizar un entorno estable, seguro y atractivo para la inversión empresarial, es decir, sobre todo, para fomentar la creación de empleo.

5

Estas y algunas otras materias como la reforma institucional, la lucha contra la corrupción y la respuesta a los compromisos presupuestarios asumidos con Bruselas son asuntos cuya resolución es urgente y requiere de manera inevitable alcanzar el mayor consenso social posible. Ningún partido político podría ni debería abordarlos en solitario.

Ante estas prioridades ineludibles de la sociedad española, que requieren soluciones del máximo consenso, nos encontramos con unos Partidos Políticos que tras dos elecciones y nueve meses de trasiego no consiguen conformar un Gobierno, casi ni se hablan.

....

ANGED forma parte de una mayoría de la sociedad civil española que demanda desbloquear cuanto antes esta situación. Por eso, permítanme hacer un llamamiento a la responsabilidad de los Partidos, para que de

forma generosa supediten sus legítimos intereses a la construcción de un consenso lo más amplio posible. Es perentorio alcanzar un clima de entendimiento, estabilidad y confianza con el que se pueda buscar soluciones eficaces a los enormes retos planteados. Frente a los inútiles y egoístas personalismos.

Sinceramente, sería desolador pedir a los ciudadanos un nuevo paso por las urnas sin ni siquiera haber intentado un diálogo sobre las grandes cuestiones que pueden estrangular nuestro porvenir como sociedad. Sin acuerdos amplios, sin una política que mire más allá de las filas de los partidos, únicamente puede crecer el descrédito de las instituciones.

Nuestra Historia nos ha demostrado que sobre la base de amplios consensos, hemos alcanzado grandes objetivos y unos niveles de prosperidad económica y social no cuestionables que sorprenden a cualquier observador internacional.

De hecho, en los últimos años hemos comprobado que España es uno de los países europeos con mayor potencial de crecimiento, ampliamente respetado en el entorno económico internacional y que, desde nuestra incorporación al Mercado Común europeo, siempre ha sabido superar los retos empresariales que se le han planteado. Pero para eso se necesita, de manera inexcusable, un entorno institucional y político que favorezca la estabilidad y la confianza en el futuro. Un entorno jurídico, equilibrado y permanente.

Desde luego, en todo este proceso de reformas no existen los atajos y las recetas milagrosas. Pero sin duda, merece la pena seguir luchando por un proyecto en común.

....

Les decía al inicio que nuestro sector nunca ha perdido la confianza en este país, porque forma parte de nuestro ADN. Las grandes empresas de la distribución de hoy nacieron en torno al trabajo de una familia, la visión de un tendero o el arrojo de muchos comerciantes que pusieron todo su

empeño en poner a disposición de sus clientes una oferta de productos y servicios más innovadora.

Estamos obligados a defender el espíritu de estos visionarios. Su esfuerzo, tenacidad, libertad y confianza son buenas bases sobre las que edificar nuestro modelo de convivencia para las próximas generaciones.

Muchas gracias.

Alfonso Merry del Val

Presidente de ANGED