

Encuentros

CONGRESO AECOC, NUEVO CONSUMIDOR, NUEVAS OPORTUNIDADES

La asociación de empresas del gran consumo se reunió a finales de octubre en Valencia en la cita de referencia del sector, en la que se ha desgranado cómo evolucionará el mercado y las medidas que urge tomar para reactivar el consumo.

Los grandes del consumo miran al futuro con optimismo

El congreso Aecoc de Gran Consumo 2013 ha analizado el contexto y las perspectivas económicas del tejido empresarial español en general y del sector en particular. Francisco Javier Campo, presidente de esta asociación que agrupa a más de 25.000 compañías y del grupo de restauración Zena, fue el encargado de inaugurar en Valencia este punto de encuentro de referencia del sector.

Campo arrancó su intervención con una visión optimista sobre el actual escenario, a la que no faltó cierta dosis de realismo. Según dijo “la subida del IVA en septiembre del año pasado ha tenido consecuencias catastróficas y ha hundido el consumo”. No obstante, apuntó a que desde el pasado verano hay “indicios claros de una mejora de la economía”. En este sentido, indicó que “objetivamente es así y hay cifras que soportan esta apreciación”.

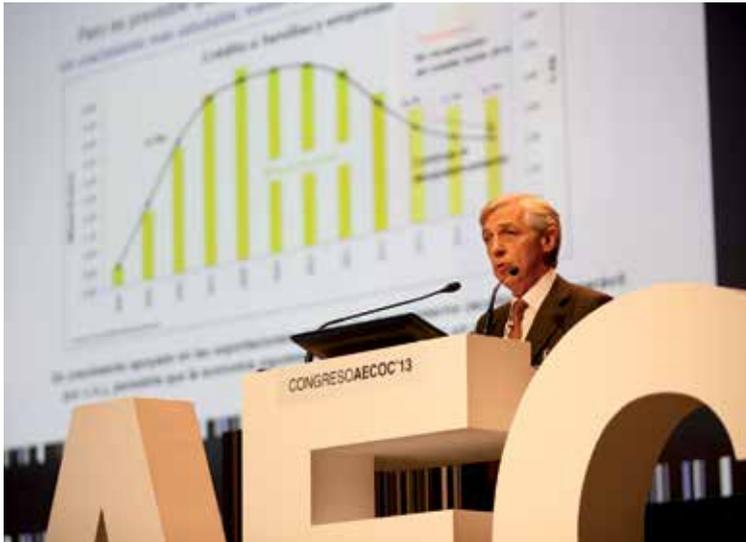
En concreto, el aumento de la inversión extranjera tras la bajada de la prima de riesgo a 240 puntos –frente a los más de 600 de hace un año– y el incremento de las exportaciones son, a su juicio, la piedra angular sobre la que pivota la recuperación de la economía española. Campo apuntó que “España es uno de los cinco países del mundo donde más están creciendo las exportaciones y eso,



La intervención de Juan Roig, presidente de Mercadona, fue una de la que más expectación generó

a pesar de que el crédito sigue cerrado, nos está permitiendo volver a crecer”.

Sin embargo, en su opinión, es necesario mejorar la competitividad de la economía española y reducir el déficit público. ¿La receta? “Hace falta seguir con las reformas” y aumentar los ingresos,



Campo, presidente de Aecoc, reclamó medidas que promuevan el consumo interno e incentivos como las pagas extra para la campaña de Navidad



Gay de Liébana debatió sobre las debilidades y fortalezas de la economía española

eso sí, sin recurrir al aumento de impuestos, recaló el presidente de esta agrupación.

En este sentido, valoró positivamente las reformas emprendidas hasta ahora en los ámbitos laboral y financiero, junto con los pasos que se están dando encaminados a “cambiar nuestro modelo de crecimiento económico, para basarlo en las exportaciones y la generación de ahorro interno”. Sin embargo, insistió en tomar nota de los errores cometidos en el pasado. Destacó que “reducir gasto es la manera correcta de disminuir el déficit”, frente a la subida de impuestos. Para Campo, la aplicación de estas medidas es la que permitirá que la demanda interna vuelva a crecer en septiembre u octubre del próximo año.

El presidente de Aecoc apuntó que, además de la continuidad de las reformas laboral y financiera, es necesaria una renovación profunda de las Administraciones Públicas y del sistema energético como ejes clave de actuación en un futuro inminente.

Aciertos y errores de Mercadona

La comparecencia de Juan Roig había creado expectación y no defraudó. Sus reflexiones pasaron

Roig: “No hemos descubierto la pólvora, sólo buscamos la mayor calidad-ahorro para nuestro jefe, el cliente”.

por explicar algunos de los aciertos y errores de su empresa, verdadero emblema hoy en día del gran consumo. Así, matizó que considera que su compañía no es “una empresa distribuidora, somos *totalers*, es decir, prescriptores de productos”. También quiso poner en valor su política de marcas blancas o propias y las empresas que las fabrican. “Estaremos con los proveedores que puedan ofrecer la máxima calidad a un precio imbatible. No

hemos descubierto la pólvora sino que sólo nos planteamos nuestras estrategias teniendo en cuenta que buscamos el mayor valor-ahorro para nuestro ‘jefe’, es decir, el cliente”, recaló Roig.

Sin duda, uno de los titulares de los que se han hecho más eco los medios tras su intervención es el reconocimiento de dos errores durante el despegue de Mercadona. “Nos equivocamos en su día cuando apostamos por no vender frescos”, aseguró, para explicar a continuación cómo se ha dado un giro estratégico en este sentido.

Así, desde 2009, la cadena ha estado trabajando en la innovación y la transformación de sus tiendas para la venta de pescados, carne, charcutería, fruta y verdura. “Hemos vuelto a vender,

por ejemplo, carne al corte. Algunas cosas las hemos cambiado ya, otras estamos en ello”, señaló el ejecutivo valenciano, que insistió también en la necesidad de mantener una relación estrecha con el sector primario y crear una cadena alimentaria sostenible “que deberá estar totalmente integrada en 2020”.

Rodeado de directivos atentos a cada una de sus palabras, Roig admitió también otros errores en la gestión de su red de supermercados. “A veces nos hemos equivocado al priorizar el precio. Lo más importante es la seguridad alimentaria, luego la calidad, el servicio y después ya el precio”, aseguró el presidente de Mercadona.

No a la subida de impuestos

Tras el bloque inaugural, los más de mil ejecutivos asistentes pudieron conocer la visión del prestigioso economista José María Gay de Liébana. “Esta es una crisis sistémica en la que se han sumado la económica, contable y pública. De la que será difícil salir sin hacer profundos cambios en el modelo de crecimiento”, reconoció el mediático especialista.

Gay de Liébana insistió en la necesidad de que los empresarios aúnen esfuerzos y utilicen su fortaleza para exigir que los políticos corrijan “un rumbo que está muy torcido”. En su opinión, es difícil hablar de recuperación con un paro enquistado, ya estructural, un consumo privado muy debilitado y la no generación de empleo. Entre otras medidas, señaló la urgencia de evitar nuevas subidas de impuestos, hacer esfuerzos fiscales que ayuden no sólo a los emprendedores sino a las empresas que están soportando las actuales dificultades, reformar el sistema de seguridad social o adoptar las medidas necesarias para apostar por un modelo industrial largoplacista. También aseguró que “si no estuviéramos en el euro esto sería la debacle”.

Entre los indicadores positivos ha destacado la tranquilidad de los mercados financieros y su saneamiento, el sector exterior, el turismo o el atractivo de los activos españoles “baratos” para inversores extranjeros. De igual modo, ha señalado el déficit, la deuda pública, las restricciones del crédito, el exceso de regulación, la falta de estímulos al empresario o el mencionado paro estructural, como las principales debilidades.

Por su parte, el consejero delegado-director general de Condis, Enric Ezquerro, auguró que “en los próximos 12 o 18 meses asistiremos en España a un gran proceso de concentración del gran consumo en el que nuestra empresa desea participar”. Busca así ampliar su presencia en las zonas en

UN 63% ESPERA CERRAR EN POSITIVO

Consultados en sala mediante un sistema de votación interactiva, un 63% de los directivos presentes ha estimado que sus empresas cerrarán el año en positivo, con crecimientos de hasta el 2% (27%) o incluso por encima del 2% (36%). La mayoría de los asistentes al congreso del gran consumo (54%) también han considerado que el PIB crecerá el próximo año.

las que ya opera actualmente –Madrid y Cataluña– con el objetivo de conseguir ser “la tienda de referencia en nuestro entorno”. En su opinión, las principales opciones que se presentan son la diversificación de los negocios, la reinención del modelo o el reposicionamiento (básicamente de precio).

“Es urgente que no suban los impuestos e incentivos fiscales para las empresas que aguantan el tirón”.

El poder de la clase media

George Plassat, CEO del Grupo Carrefour, analizó la realidad y perspectivas de la distribución, así como el panorama mundial del gran consumo. En su intervención, Plassat se mostró contundente en muchos de sus mensajes. “España va a salir antes que otros países de la crisis porque la solidaridad y los sacrificios realizados por la población son increíbles”.

Además, destacó que “las clases medias han sido desgastadas en provecho de la productividad de las empresas y su desaparición es el gran handicap para nuestra profesión”. La rebaja de salarios ha contribuido a “eliminar gran parte de nuestros mejores clientes”. En este sentido, el CEO de Carrefour recordó que es precisamente el impulso de las clases medias las que está permitiendo crecer a los países emergentes.

Por último, la segunda jornada se centró en analizar cómo las compañías pueden tener éxito a partir de la diferenciación e internacionalización. Diversos empresarios –el cocinero Quique Dacosta, el emprendedor y gerente de Llaolao, Pedro Espinosa, y Antonio Sarrión, de Bodegas Mustiguillo– explicaron las claves de su éxito y alentaron a los empresarios reunidos a “colonizar nuevos escenarios, más allá de nuestras fronteras”. **RA**

CONGRESO AECOC PREVENCIÓN DE PÉRDIDA

LOS PROFESIONALES DEBATEN SOBRE LA PREVENCIÓN DE PÉRDIDA Y EL DELITO DIGITAL

La asociación de empresas de gran consumo ha reunido en Madrid a más de un centenar de profesionales de las áreas de seguridad de destacadas compañías del sector. Así, el congreso Aecoc de Prevención de Pérdida ha analizado las últimas tendencias de los delincuentes online y las nuevas reformas que incluye el Código Penal para reforzar la protección del comercio.

Las tiendas y supermercados de España perdieron un 1,4% de su mercancía –2.617 millones de euros– de manera desconocida, en la mayoría de los casos por hurto. De esta cifra, la mitad corresponde a robos efectuados por clientes y el 27% desde la propia plantilla, según datos del barómetro mundial de hurto en la distribución 2012-2013, elaborado por Euromonitor International

Ante estas alarmantes cifras, el 92% de las empresas consultadas por Aecoc considera que la legislación actual no es suficientemente eficaz. Por ello, esta cita ha analizado las reformas penales en marcha y su incidencia en la protección del comercio con destacados profesionales como Jesús Zarzalejos, doctor en derecho y profesor de derecho procesal de la Universidad Complutense de Madrid; Antonio del Moral, magistrado de la sala 2ª del Tribunal Supremo y Manuel Foix, fiscal jefe del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad de Madrid. La inauguración corrió a cargo del secretario general de Justicia, Fernando Román García.

Los nuevos delitos digitales

Los comercios ya no sólo deben protegerse de los hurtos físicos, también en el entorno digital. Tanto es así, que España se sitúa a día de hoy como un país de vanguardia en la lucha contra el cibercrimen. El represen-



El 92% de las empresas considera que la legislación actual no es suficiente para luchar contra el hurto comercial

tante del grupo de Delitos Telemáticos de la Unidad Central Operativa de la Guardia Civil, el de la Unidad Central de Delitos Informáticos de los Mossos d'Esquadra y el de la Brigada de Investigación Tecnológica del Cuerpo Nacional de Policía han analizado las principales recomendaciones para las compañías del sector. Todos ellos han insistido que la colaboración entre todos los departamentos de las compañías es imprescindible para luchar contra el hurto.

En esta misma línea, el grupo Eroski ha presentado su plan integral de reducción de pérdida. Finalmente, se presentarán algunos casos de éxito como el de Weis Market, el detallista americano especializado en productos frescos, que ha aplicado una solución innovadora de análisis predictivo para identificar las oportunidades de mejora de la protección de sus activos.

EMBUTIDOS La Ribera
 San Isidro, 46
 09441 SOTILLO DE LA RIBERA (Burgos)
 Tels.: 947 532 353 / 616 907 320
 Fax: 947 546 707

Chistorra
 Chorizo Oscuro
 Ferronillos
 Picadillo
 Morcillas "La Picaña de Burgos" congelada y en raudales
 Morcilla de Burgos "La Ribera"
 Hasta 90 días Sin conservantes!

info@morcillasribera.com
 www.morcillasribera.com