

## Grupo 7

### Sector Comercio y Servicios

**Portavoz: Manuel Luna. Presidente Comerciantes San Fernando ACOSAFE**

Analizando los datos y repasando la Convención 2014, veníamos en aquellas fechas de un descenso importantísimo del consumo interno. Este descenso, que aun siendo generalizado, no ha afectado a todos los operadores por igual.

Mientras en las grandes superficies, han descendido las ventas, el comercio tradicional ha bajado mucho más. Las cadenas de comercios agrupados se han mantenido, en una zona intermedia, gracias a esta unión.

Todos nos dedicamos a lo mismo y a todos nos ha afectado la crisis. Nuestro cliente es el mismo y solo nos diferenciamos en la manera en que gestionamos las diferentes tipologías de tiendas.

Esta situación provoca una disparidad de resultados y la necesidad de análisis profundo de datos y situaciones diversas para poder llevar a cabo una profunda reflexión sobre este tema.

Hay otros dos elementos a señalar, si bien es verdad que con mayor y menor incidencia en los distintos operadores: la ausencia de financiación y la actitud de las administraciones públicas durante este periodo.

En nuestro sector, la financiación es necesaria por supuesto, como en todos, pero no se trataba tanto para financiar nuevas inversiones, sino para atender y contemplar el crédito al consumo. Es fundamental que los clientes noten una mayor alegría en el acceso a créditos, uso de tarjetas y otros medios de pagos aplazados.

Para todo el sector comercio y servicios, este elemento, junto con la inquietud y el miedo a la situación en general ha contribuido en gran manera al descenso de ventas producido.

Igual que no hemos podido contar con las entidades financieras en general, tampoco hemos podido contar con las administraciones públicas.

Un desmesurado número de procesos electorales y la situación de campaña electoral continua no han contribuido bajo ningún concepto a una situación de estabilidad y tranquilidad que favoreciera las compras, y ha impedido que se tomaran decisiones necesarias y valientes para el sector.

Estos elementos han condicionado sobre manera la situación actual.

Lo primero que se observa en esta nueva época, es el profundo cambio que ha experimentado

#### Patrocinan

el consumidor.

El consumidor actual ha cambiado radicalmente. Está mucho más informado, es mucho más exigente y además no tiene ningún inconveniente en comprar on-line.

Aquí conviene destacar que ante un nuevo consumidor hay que responder con un nuevo comercio. Ante la presencia del comercio electrónico bien como oferta o bien como elemento de información, el comercio debe responder igualmente con una mayor presencia en la red.

Estar en la red es barato, asequible a todo el mundo. No estar en las redes sociales es convertirse en habitante de un “gueto” al margen del resto de los habitantes del mundo.

Y como siempre donde estemos, hay que vender, con la imagen, con la implicación, llegando hasta nuestros clientes y el resto de posibles consumidores. Esto que se ha puesto de moda y que responde a una tendencia cada vez más extendida. La OMNISCANALIDAD.

Hay que vender con la tienda, con el escaparate, con el correo electrónico con el WhatsApp, con la web, con el Facebook, con todo, eso es la omniscanalidad que se está imponiendo en todos los sectores.

El elemento más importante de todos, pero sobre todo de la actividad de retail, es el cliente. Es la figura central de nuestra actividad y sin él está claro que no existiríamos.

Sus posibilidades económicas y su tranquilidad son fundamentales para el desarrollo de nuestras empresas.

Debemos manifestar que sí se ha notado la recuperación, que hay elementos e indicadores que nos hacen deducir que algo ha cambiado, que se producen tímidas (algunas no tan tímidas), reacciones de cara a mirar a otros tiempos mejores.

El desempleo sigue siendo la primera causa de preocupación de los españoles y no hay ni que decirlo, el principal problema para el desarrollo de cualquier actividad económica, comercial.

La creación de empleo habida en este país en los últimos tiempos ha provocado, al menos coyunturalmente, un aumento de las ventas en las recientes grandes campañas, como la de navidad por ejemplo.

Debemos solicitar un mayor flujo del crédito, con más rapidez y seguridad en la concesión. Ante un aumento del consumo es necesario incentivarlo y mantenerlo, mediante unas líneas constantes de apoyo. Ahora es el momento.

Es fundamental que las Administraciones sigan apoyando al sector en el desarrollo de la modernización de las ofertas comerciales, como por ejemplo facilitando la existencia de una normativa eficaz que reconozca a los Centros Comerciales Abiertos, como proyectos de ciudad,

#### Patrocinan

en el que se tienen que implicar, administraciones locales, autonómicas y comerciantes.

Es básico seguir en la línea de simplificar los procesos administrativos, los trámites para poner en marcha cualquier inversión siguen siendo enmarañados y complicados.

Hay que reivindicar un menor intervencionismo público y apoyo al desarrollo de proyectos empresariales que son los que producen riqueza y puestos de trabajo.

Y a los comerciantes, a nuestros compañeros, mayor profesionalización y modernización en la gestión de nuestros negocios.

Si hay un sector que ha demostrado formas y ha conseguido atravesar la crisis con el menor coste posible, ha sido el turismo. El turismo debe ser un referente para el comercio, para instalar sinergias y promover todo tipo de implicaciones entre ambos sectores.

Hay que estar en la RED, hay que vender a través de todos los medios a nuestro alcance, inventar cada día y poner a disposición de nuestros clientes lo mejor que tenemos: estar cerca y apelar a ese valor que es el trato personalizado, importante para los operadores de comercio tradicional pero también para todos.

En conclusión, se abre un nuevo tiempo en el que está justificado el optimismo, pero también el trabajo continuo para responder a las expectativas que nuestros clientes, eso es exactamente, CALIDAD que es lo único que hará avanzar nuestro sector en estos nuevos tiempos.

Patrocinan