

**AURELIO DEL PINO**

**PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE CADENAS ESPAÑOLAS DE SUPERMERCADOS (ACES)**

# “Nuestro sector no convive bien con la volatilidad”

Tras calificar los últimos diez años como los más intensos vividos por la distribución comercial en España, el presidente de ACES enumera cinco desafíos a los que se debe enfrentar el sector. “Aunque hemos visto que somos capaces de superar las pruebas más duras, necesitamos un marco normativo estable y previsible, en el que las empresas puedan adoptar decisiones de inversión ambiciosas”, reclama el directivo.

**Balance de la última década**

La última década ha sido históricamente la más intensa para el conjunto de la economía y de la sociedad españolas y, muy especialmente, para el sector de la distribución comercial. En esta década hemos tenido que superar muchos problemas debidos a factores de carácter externo, como la crisis económica de 2008, los cambios internacionales en las cadenas de suministro, los cambios regulatorios a nivel europeo, la pandemia del covid-19, el paro de transportes y las tensiones de la cadena logística, y recientemente las fuertes tensiones inflacionistas a las que está sujeta nuestra economía. A estos factores se han sumado cambios de mucha profundidad en lo que se refiere al comportamiento del consumidor, el crecimiento exponencial del comercio electrónico e importantes transformaciones en la estructura empresarial de los grandes operadores comerciales. Ante ello, las empresas han tenido que actuar de forma clara y decidida, pero ante todas estas circunstancias el sector ha salido reforzado.

**Desafíos futuros**

Existen cinco cuestiones determinantes. En primer lugar, en el marco de nuestra actividad, debemos avanzar en la liberalización del sector. Segundo, necesitamos un marco laboral que incentive la contratación y la formación de los trabajadores. Tercero, habrá que replantear el enfoque de las medidas normativas de carácter medioambiental, para que puedan ser nuestras compañías las que puedan ir promoviendo iniciativas de mejora. Cuarto, necesitamos un marco fiscal que favorezca el crecimiento haciendo que la estabilidad presupuestaria venga de la ampliación de las bases de recaudación y no del incremento de las cargas tributarias. Y, por último, entendemos que la unidad de mercado, la libertad económica y la libre y leal competencia es la mejor receta para mejorar la competitividad de nuestra economía y promover la innovación.

**Claves de la gestión**

Si queremos una recuperación y estabilidad económica y social es preciso reforzar las instituciones y mejorar su coordinación y mecanismos de cooperación. Necesitamos un marco normativo estable y previsible, en el que las empresas puedan adoptar decisiones de inversión ambiciosas e implementar procesos cada vez más eficientes. Aunque hemos visto que somos capaces de superar las pruebas más duras, nuestro sector no convive bien con la volatilidad de los mercados de las materias primas y de los productos agroalimentarios, ni con incertidumbres energéticas ni riesgos geoestratégicos que escapan de nuestra capacidad de acción.

**Relevancia del factor humano**

No debemos olvidar que las tiendas físicas siguen siendo la entrada y el punto de encuentro de los productos de innovación. Si bien es cierto que el confinamiento provocó una reacción de los consumidores que se vieron en la necesidad de comprar *online* y quienes, con el paso de los meses, se han habituado a comprar en web cierto tipo de productos, el consumidor mixto ha afianzado su presencia mostrando la importancia que tiene el factor humano en la práctica de la oferta y la demanda de los diferentes productos que se encuentran en nuestros lineales.

**Conceptos esenciales**

Desde ACES siempre hemos defendido los principios de libertad de empresa y de una libre y leal competencia. Nuestro sector es ya muy competitivo y esta es sin duda la principal ventaja para el consumidor español y para el conjunto de la economía. Sin embargo, siguen existiendo muchas restricciones legales al ejercicio de nuestra actividad. Entendemos que sigue siendo necesario reformar muchos de estos aspectos, para que el mercado se configure con criterios de competencia y oferta empresarial.

