



Nº 03/08
Septiembre, 2008

Contacto: Silvia Carulla/Irene Esteban
Tel. 93 412 00 32 – 609 73 29 67
Autorizada su publicación

Las centrales frente la primera crisis del modelo económico de la Globalización

En el marco del 7º Congreso Nacional de Centrales de Compras y Servicios organizado por ANCECO se proponen medidas para abordar la actual situación económica

El cambio de signo de la economía a finales del 2007 nos sitúa en un nuevo escenario donde la contención del consumo es la cara visible de los problemas que debe afrontar el sector de la distribución comercial. Estamos frente a la primera crisis del modelo económico nacido de la Globalización. Las Centrales de negocios pertenecen, en muchos casos, a sectores afectados por la crisis, pero que no están en crisis. Por ello, ANCECO apuesta por seguir innovando en su modelo de negocio y por el trabajo de todos los agentes económicos y sociales para que, sin olvidar la realidad, se genere un cambio de tendencia y recuperar la confianza del consumidor.

Las medidas que propone la Asociación Nacional de Centrales de Compras y Servicios para abordar la situación son: la adaptación a la nueva coyuntura económica, la prudencia al revisar los planes de expansión, la revisión del modelo de negocio, la necesidad de involucrar al equipo humano a través del liderazgo, la optimización de ingresos y gastos, conseguir el compromiso de la administración para apoyar al sector y, finalmente, la utilidad de estrechar lazos con la central ante situaciones de recesión.

Es precisamente en estos momentos de incertidumbre económica cuando se demuestra la fortaleza de las Centrales de Compra y Servicios. Gracias a la profesionalidad de sus estructuras, la experiencia adquirida y la capacidad de cambio, los comercios asociados a una CCS están preparados para adaptarse a nuevos tiempos, nuevos retos y a situaciones adversas como la coyuntura económica actual. Cambian las máximas, y ahora ya no podemos hablar de que el más grande se coma al pequeño, sino que el más innovador y proclive al cambio pasa por delante de los negocios de carácter estanco.

Desde antes de Navidad del año 2007 la distribución dejaba entrever en sus encuentros su preocupación ante el cambio de tendencia en las economías domésticas que podría afectar a sus negocios. En septiembre de 2008 esta situación es una certeza. La afectación de esta situación es muy diversa en función del sector, del posicionamiento, la localización y la situación particular de cada empresa.

Tras la caída de ventas iniciada las pasadas navidades y la progresiva recesión durante 2008, las pymes del sector de la distribución se han preparado para afrontar la temporada otoño-invierno adecuando todavía más su oferta para ilusionar al consumidor. La previsión es finalizar el ejercicio con una campaña de ventas similares a la anterior, desestimando las previsiones más alarmistas.

Implícito en su modelo de negocio el comercio se reajusta diariamente en función del pulso de la calle; por ello, defiende la tesis de que el consumo siempre pervive aunque se modifiquen los hábitos del consumidor o su capacidad de gasto; se trata de ejecutar el principio básico de adaptar la oferta a la demanda.

El modelo de las centrales goza de buena salud

Las cifras recogidas durante el estudio de ANCECO realizado en el año 2007 indican que existen 559 Centrales de Negocios cuya facturación total se ha estimado en 30.345 millones de euros con 509.611 personas empleadas, que representa el 27% del empleo en comercio.

Dentro de las 559 centrales se encuentran representados todos los sectores del comercio y la reparación de automóviles. Los establecimientos adheridos a CCS se estiman en más de 141.000 en España, es decir, el 18% de los establecimientos detallistas que existen.

En relación con el estudio de ANCECO del año 2003, ha aumentado tanto el número de establecimientos detallistas adheridos a centrales (del 16 al 18%), como su participación en el consumo (del 17 al 19%) y el número de personas ocupadas en establecimientos adheridos a centrales (sin datos en 2003 y 27% el año 2007), en detrimento de los establecimientos independientes.

Destaca la extensión del modelo de negocio de las centrales a sectores como farmacias, recambios de automoción, droguería y perfumería o agencias de viajes. Además, pone de manifiesto que, las centrales de negocios no sólo están presentes en todos los sectores del comercio y la reparación de automóviles y, servicios, sino que se ha acelerado –desde 2003- el proceso de colaboración. Respondiendo al proceso de globalización y de concentración en los mercados, las centrales establecen aún más alianzas, procesos de colaboración, y acuerdos internacionales.