



Los analistas creen que Dia aún tiene margen para poder bajar los precios.

El sector de la distribución está en ebullición. Mientras las grandes superficies –integradas en Anged– sellan su nuevo convenio después de duras negociaciones, los supermercados, integrados en Asedas, han hecho movimientos para reforzarse como interlocutores ante la Administración. Dia acaba de unirse a la patronal que

pivota en torno a Mercadona, dos de las empresas del sector que mejores resultados están dando, y mejores previsiones les auguran los analistas, lo que, según los expertos del sector, ha provocado un vuelco en la relación de fuerzas. El quién es quién en el sector, con permiso de El Corte Inglés y Carrefour, está cambiado.

Dia y Mercadona refuerzan la patronal de los súper, Asedas, para ganar poder de interlocución con la Administración, frente a los híper de Anged

Pulso en el ‘lobby’ de la gran distribución

■ Nuria Díaz

Hace sólo unos días, la cadena de supermercados DIA decidía unirse a Asedas, el lobby de los supermercados, capitaneado por Mercadona. Con este movimiento, la cadena presidida por Ana María Llopis, señala que pretende “contribuir al refuerzo de la representatividad empresarial del sector de la alimentación”. Y es que la suma de Mercadona y DIA, aunando intereses comunes y poder de interlocución ante la administración, ante los muchos temas que están en discusión en el sector del comercio, y frente a las tradicionales integrantes de ANGED –con El Corte Inglés y Carrefour a la cabeza-, es “muy significativo”, señala un analista. “Tanto Mercadona como DIA están ganando mucha cuota de mercado”-señala un analista de Inversis. “En parte esta ganancia se debe a que tienen mayor capacidad para ajustar precios para el área de alimentación que afecta a los 4.500 productos más demandados en la cesta de la compra. El grupo reconocía que quería quitarse la fama de ‘caros’ y emular a Mercadona. E iba más allá.

Bajada de precios

Es más, no solo han bajado los precios, sino que han obligado al resto a hacerlo. En este sentido se entiende la operación que anunciaba el pasado año El Corte Inglés, cuando puso en marcha una nueva política de precios para el área de alimentación que afecta a los 4.500 productos más demandados en la cesta de la compra. El grupo reconocía que quería quitarse la fama de ‘caros’ y emular a Mercadona. E iba más allá.

Además, decidía potenciar los establecimientos “de cercanía” a través de nuevos supermercados en detrimento de los centros de mayor tamaño y, en este sentido, abogó por seguir extendiendo el formato de tienda Supercor Exprés que inauguró en 2011 con buenos resultados.

Y todo indica que esta tendencia a que sean ellas las que marquen la pauta en el mercado, va a seguir. “Si

La suma de Mercadona y Dia, aunando intereses comunes y poder de interlocución ante la Administración, es “muy significativo”, señalan los analistas

bien es cierto que DIA en Francia tiene ya márgenes muy estrechos, que no le permiten bajar más los precios, en España, aún hay mucho margen”.

Los analistas creen en esta suma de fuerzas. DIA presente en siete países, España, Portugal, Francia, Turquía, China, Argentina y Brasil. En 2011, las ventas brutas bajo enseña alcanzaron los 11.124 millones de euros y contaba con 6.833 establecimientos en los países en los que opera. El año pasado la cadena de supermercados compraba al grupo alemán Schleker el negocio en España y Portugal de la cadena de productos de hogar y belleza por 70,5 millones de euros. Desde julio de 2011, DIA cotiza en la Bolsa de Madrid y forma parte del Ibex 35.

Por su parte, Mercadona superó

el año pasado por primera vez al grupo El Corte Inglés en ventas en el ejercicio 2011, en el que registró una cifra de negocios de 16.448 millones de euros, 670 millones por encima de la facturación del grupo de grandes almacenes.

La cadena de supermercados elevó sus ventas un 7,9%, en tanto que la cifra de El Corte Inglés descendió un 3,9%, hasta 15.778 millo-

Las grandes acaban de firmar su convenio colectivo, tras semanas de discusión. Unos 230.000 trabajadores de grandes almacenes verán congelados sus sueldos hasta 2016

El sector de las mil y una patronales

■ EL de la gran distribución no es precisamente un sector muy unificado. Anged, la más conocida, representa los intereses de las superficies más grandes, aunque con el tiempo, sus socios se han ido haciendo más heterogéneos, de manera que conviven desde las tradicionales El Corte Inglés, Carrefour o

Eroski, con varias multinacionales del bricolaje, con IKEA o con la FNAC. Por su parte, la segunda patronal Asedas, incluye el formato supermercado, pivotando alrededor de Mercadona, y ahora también DIA, con otras tiendas más pequeñas como Consum, Condis o Ahorra Mas. Para terminar de rizar el

rizo, una tercera patronal, ACES, que engloba los formatos de proximidad de las grandes, es decir Supercor, Sabeco, City, y de la que formaba parte hasta hace sólo unos días DIA. Además en los últimos días se ha producido el desembarco de las tiendas Makro -retail para mayoristas-, del

grupo alemán METRO, en el centro de Madrid. METRO pertenece a una cuarta patronal, la Asociación Española de Empresas de Cash&Carry (Aesecc), formada además por Gros Mercat (de Miquel Alimentació Grup), PuntoCash (del grupo Carrefour) y la división mayorista de Dialsur (grupo Musgrave).

nes. Así las cosas, su unión en ASE-DAS -que lleva operando desde finales de los 90, aglutina a 400 empresas del sector con más de 9.000 puntos de venta y 220.000 empleados sólo en España- no ha pasado desapercibida.

Y es que el sector, antes controlado por El Corte Inglés y Carrefour, se ha llenado de nuevos actores. La propia Anged, con la incorporación a lo largo del tiempo de multinacionales como IKEA o Leroy Merlin, que han cambiado el perfil de la asociación. Ahora mismo, la patronal de las grandes superficies está integrada por Aki Bricolage; Alcampo; Apple; Bricomart; C&A; Carrefour; Conforama; Cortefiel; El Corte Inglés; Erosmer; Fnac; Hipercor; Ikea; LeRoy Merlin; Media Markt; Toys R Us; y World Duty Free.

Las grandes cerraban al cierre de esta edición su convenio colectivo, después de muchas semanas de discusión. Según recoge el recién firmado convenio, unos 230.000 trabajadores de grandes almacenes verán congelados sus sueldos hasta 2016, salvo que registre una evolución positiva del consumo, y bajarán los domingos y festivos sin compensación, aunque no verán eliminadas las pagas extras.

En concreto, dicho convenio, que ha sido suscrito por Fetico y Fasga, sin el apoyo de CC.OO., UGT, LAB y CIG, señala que las tablas salariales permanecerán inalteradas durante entre 2013 y 2016, sin perjuicio de una retribución adicional en el caso de mejora del consumo.

Del texto definitivo se ha caído la controvertida propuesta de Anged de ligar el salario a la ventas en pleno desplome del consumo.

Peticiones

Quiénten tenga más o menos fuerza para negociar ciertos temas con la administración no es baladí.

Encima de la mesa están temas como la reforma del comercio, los horarios o los nuevos impuestos. Tradicionalmente, ANGED ha defendido con mucho mayor ímpetu la libertad de horarios y aperturas comerciales que ASEDAS, la patronal de los supermercados. El apodo mes de octubre, la patronal ANGED cargaba contra las reformas del comercio emprendidas por el Gobierno proque en su opinión, no son los suficientemente profundas. Ellas piden una reforma integral del comercio.

En el mes de julio, el Gobierno acordó permitir a los comercios realizar rebajas todo el año, elevó de 8 a 10 los festivos y domingos al año que pueden abrir y liberalizó los horarios en las zonas de mayor afluencia turística en varias ciudades, entre otras medidas, unas reformas que para Anged son “insuficientes”.

El director general de Anged, Javier Millán-Astray criticaba en la Asamblea General de la patronal pasado mes de octubre la “presión fiscal injustificada y creciente” que sufren las empresas de Anged y aseguró que los nuevos impuestos autonómicos a las grandes superficies “son anacrónicos, regresivos y discriminatorios” y “atentan contra la viabilidad de muchos establecimientos y, por tanto, del empleo”.

Además, la “poca ambición” con la que se ha aplicado en España la Directiva de Servicios ha mantenido un exceso regulatorio que tiene paralizados 2.500 millones de inversión de las empresas de Anged.

Según datos de la memoria anual de la patronal, en 2011, las empresas de Anged abrieron 276 establecimientos con una inversión de 2.383 millones de euros (el 45 % del total invertido por el comercio minorista) y facturaron cerca de 39.000 millones.