

SECTOR COMERCIO

Dña. Violeta Gutiérrez García
Gerente de Confort Cantabria SA “Artespaña”

Hola, buenas tardes.

Queridas amigas y queridos amigos,

Señoras y señores,

Al comenzar, me gustaría agradecer a los responsables de la Cámara de Comercio y al Centro Montañés de Investigación y Desarrollo Empresarial, la invitación para participar en este acto como representante de un sector tan importante en la economía como es el comercio minorista.

Es evidente que mi intervención no puede ceñirse a la opinión que tengo sobre el comercio que dirijo, sino a la evolución esperada de este importante sector en nuestra región. Son muchos los años que vengo dedicando con ilusión y cariño a la empresa comercial y puedo anticiparos que, a pesar de que, como es lógico, el futuro del comercio minorista está estrechamente vinculado a la situación del resto de los sectores, os anticipo que en mi comercio 2005 debe ser mejor que el ejercicio precedente, no porque la situación esperada de la economía en general se presente muy halagüeña, sino porque muchos empresarios del sector estamos dispuestos a seguir luchando intentando mejorar los resultados de este 2005 en relación al período económico anterior.

He repasado con atención las publicaciones que recogen las opiniones sobre las expectativas del sector que me ocupa, referidas a los últimos ejercicios, y también los informes que sobre la Coyuntura Comercial Minorista de Cantabria presenta periódicamente la Cámara, así como otras instituciones. En resumen, sólo voy a destacar que las expectativas para el próximo futuro no son muy optimistas ya que el 92,8% de los establecimientos sólo espera mantenerse y en cuanto a la evolución de las plantillas el 96,4% también opina que no sufrirán variación. Tengo una opinión personal sobre este asunto en el sentido de que “empresa que no crece con el tiempo desaparece”.

Como indicaba al principio, la evolución del comercio, evidentemente está vinculada de forma estrecha a la de otros sectores. Así, y sin ánimo de extenderme en estas consideraciones que serán tratadas por los ponentes que, en representación de otras

actividades, me acompañan, en relación con la evolución del sector industrial, en mi opinión el más importante para evaluar el desarrollo económico de una región, en el último número de la Revista de la CEOE-CEPYME se expresa así: *“Situación general: Se observa entre los empresarios, la percepción de un retroceso en la situación general de la economía cántabra, extrapolando así la negativa percepción de la situación del sector industrial. Así mismo, prevén que esta situación continuará en el 2005, aunque de manera más moderada”*. En resumen, que el comercio pudiera estar conforme con que este año no sea peor que el anterior, lo que yo llamaría: falta de ilusión.

Para superar estas expectativas no tan buenas como desearíamos debemos de procurar los comerciantes, instituciones y autoridades en general, poner atención, entre otras cuestiones, a las siguientes:

- * El vendedor debe ser un profesional conocedor del oficio y, para ello, bien formado, porque nuestras tiendas además de ser bonitas por fuera y tener un escaparate muy bien montado, tienen que ser más bonitas por dentro. Esto se consigue cuando el cliente es atendido por buenos profesionales que le hagan realizar una compra y estar encantados con ella. Tenemos que estar enamorados de nuestras tiendas, de esta forma y con ilusión las ideas bullen solas. Tenemos que pensar y conseguir que nuestro comercio sea más bonito que ninguno, de esta manera la motivación a la hora de vender será óptima y nuestro cliente se contagiará con nuestro entusiasmo, comprará y, cuando nos diga adiós, se sentirá como un rey y se irá feliz. Todo un éxito hemos conseguido un nuevo cliente.

Tenemos que desechar, de una vez para siempre, la idea de una imagen poco favorable para el desarrollo de nuestro comercio, de un despotismo y mal trato al cliente. En mi opinión, afortunadamente en este sentido, considero que la situación ha mejorado notablemente.

Aunque no sea siempre cierto, no hay que olvidar que “el cliente siempre tiene razón”, sobre todo si compra y vuelve.

- * Los comercios no siempre se encuentran en un entorno que nos guste demasiado. Es muy difícil aunar criterios, pero si quien otorga las licencias para hacer las reformas mantuviese un criterio homogéneo haciendo respetar la arquitectura del lugar, no consintiendo que haya en una misma fachada cinco tiendas, por ejemplo, una de cada color, proyectando una imagen muy poco agradable a la vista, sobre todo, si se

encuentran ubicadas en una zona noble de la ciudad, conseguiríamos no romper la estética de los edificios y mejorar además el aspecto exterior de nuestros comercios.

- * En cuanto a la publicidad, sería muy importante ofrecer información de nuestros comercios a través de las oficinas de información turística. Mi experiencia me dice que, sobre todo, nuestros vecinos del País Vasco, con mayor poder adquisitivo que el nuestro, pudieran incrementar sus compras en los comercios de nuestra región.

En mi opinión, se ha perdido una gran oportunidad en el Mercado del Este para haber ubicado un comercio de prestigio con el que se hubiera conseguido un importante reclamo para los numerosos visitantes de nuestra ciudad.

En definitiva, que nuestras tiendas debieran ser los museos de la moda para que, con una buena publicidad en las distintas provincias limítrofes con Cantabria, se consiguiera que, en vez de desplazarnos nosotros a comprar en ellas, vengan ellas a comprarnos a nosotros.

Muchas gracias a todos.