

Reptes del comerç d'Andorra

Pilar Escaler i Penella



Abans de parlar pròpiament dels reptes del comerç, voldria fer quatre pinzellades sobre l'evolució del comerç a Andorra i també sobre l'entorn comercial que avui trobem.

En una primera època, als anys seixanta, el comerç d'Andorra estava orientat al producte: els clients disposaven d'una gran varietat de productes que no trobaven al seu lloc d'origen i a un preu molt competitiu. El producte es venia sol i hi havia més demanda que oferta.

Això va anar evolucionant cap a una orientació a la venda, s'obrien més botigues i amb més productes. Els clients continuaven venint sols, de manera que s'havia creat una inèrcia habitual de venir a comprar a Andorra. La demanda era equivalent a l'oferta.

Actualment ens trobem en un nou marc general; d'una banda, és difícil obtenir novetats, ja que amb la globalització tots els productes arriben a tots els mercats, tot es troba a tot arreu, i, d'altra banda, el preu ha desaparegut com a element clau de la compra. El client ha canviat: és una persona més formada i informada, es preocupa pel medi ambient, valora la qualitat, el servei i altres variables, a més del preu. Així, el que trobem avui dia és una oferta més elevada que la demanda.

Per tot això, l'empresa comercial andorrana ha de començar a pensar a donar solucions a una societat molt més exigent, i ha d'adaptar el servei i el producte al que demana aquest nou tipus de client. Cal mantenir uns preus competitius, però només amb això no n'hi ha prou. El preu no és el valor únic, sinó que s'ha de posar amb relació a la qualitat que s'ofereix. L'economia dels nostres clients ha evolucionat molt, i també l'espanyola, de la qual provenen la major part dels nostres clients. Per tant, la competència és cada cop més gran i més ferotge.

Les infraestructures que acompanyen l'activitat de venda han millorat i s'han

desenvolupat molt ràpidament, amb zones per a vianants i pàrquings propers, i centres comercials on és molt agradable comprar i on generalment també es pot trobar oci complementari. Veiem com al nostre país no s'ha invertit prou en aquest sentit i l'urbanisme comercial ha estat obviat, tot i que el comerç ha estat i continua sent un dels principals motors de la nostra economia i el principal finançador de l'Estat.

Les infraestructures no són les adequades: els accessos, els aparcaments, les avingudes, la senyalització... I això ens ho manifesten contínuament els nostres visitants. La Cambra elabora un índex de satisfacció del comerç d'Andorra, i el que observem és que, per als nostres visitants, l'element més mal valorat no és el comerç, sinó l'entorn, que obté una valoració de 5,27 punts en una escala de l'1 al 10, i el desplaçament amb vehicle, que obté la valoració més baixa, amb 2,30 punts sobre 10. Amb això només vull remarcar que la millora de l'entorn comercial és el repte principal del nostre comerç, ja que la compra està cada vegada més integrada en una activitat d'oci.

La Cambra, amb l'actual president però també amb els anteriors, ha demanat sempre més protecció del sector per part de les autoritats administratives, així com una planificació de l'urbanisme que tingui en compte l'entorn del comerç i que faciliti una percepció empàtica per a la compra. A les avingudes hi ha obres permanentment obertes, i el desenvolupament caòtic del sector immobiliari tampoc no hi ha ajudat gaire, ja que la circulació contínua de camions per les avingudes no fa del nostre país una destinació turística de compres gaire agradable. El sector de la neu possiblement ha suavitzat aquest fet, ja que ha aportat un nombre important de clients al comerç. Caldea també ha estat un motor important per al turisme, però ens calen més productes i complements d'oci. És a l'estiu i en les temporades baixes quan realment ens adonem de la pèrdua d'atractiu.

El president de la Cambra m'ha demanat que remarqués que el principal motiu d'insatisfacció dels clients del comerç és l'entorn: si no el millorem, el país se'n ressentirà, i ens en ressentirem tots. I és aquí on les administracions han d'actuar i on el comerç demana l'ajut de les administracions.

Quant a l'anàlisi dels comerços, la percepció dels nostres clients és força correcta. Tot i que sempre cal millorar-la, en l'índex de satisfacció del comerç esmentat anteriorment, els espais comercials són valorats amb un 7,5 sobre 10, l'atenció al client amb un 8,33 sobre 10 –molt diferent de com la valorem des de dins del país– i, finalment, el producte amb un 8,33 sobre 10.

Si ens centrem en quins són els reptes del comerç, a banda de la millora de les infraestructures i l'entorn comercial, trobem la gestió dels recursos humans, és a dir, de les persones. Hem de qualificar més el nostre personal. Des de la Cambra ajudem a facilitar la formació, però calen esforços i accions més contundents a l'interior de les empreses.

També cal adequar més els horaris comercials a les necessitats del sector. En aquest aspecte demanem a l'administració que no confongui recursos humans amb horaris comercials, dos temes totalment diferents tot i que són complementaris. En un país turístic com el nostre cal una adaptació dels horaris a la demanda. Les tendències van cap a una liberalització d'horaris, i l'adaptació d'aquests horaris a la demanda dels consumidors. En aquest sentit cal destacar l'exemple de la legislació comercial alemanya, que tot i ser tradicionalment molt restrictiva en aquest àmbit, acaba d'aprovar una normativa amb la qual els comerços podran obrir les 24 hores del dia. Des de la Cambra, les demandes que es fan són molt prudentes, i el que es demana és una extensió horària en les temporades de més aflluència turística per donar més facilitats al client.

Els nostres preus (en contra del que alguns manifesten) són competitius, però no cal que ens hi obsessionem. Tot i tenir-los millors que els nostres veïns, no hem crescut com ells, i la valoració del preu s'ha de posar en relació amb la qualitat del producte i el servei que oferim actualment. Tenim un consumidor més format i informat que, en les seves decisions de compra, valora la qualitat i altres variables a més del preu.

Un altre dels reptes és la millora de l'adaptació de les tècniques de venda dins la gestió empresarial, i em refereixo sobretot als petits i mitjans comerços. La Cambra convocarà properament un concurs per a un servei d'assessorament individualitzat per a petites i mitjanes empreses comercials amb la finalitat d'ajudar-les a millorar la gestió dels negocis, i així poder oferir un millor servei als clients i optimitzar les inversions. Sobre la base del pla de qualitat del comerç del ministeri d'Economia destinat a les petites i mitjanes empreses, aquest programa rebrà una subvenció del ministeri d'Economia amb la finalitat que el preu d'aquest servei no sigui un obstacle per a la inscripció de tots els comerços que hi estiguin interessats.

Un altre repte del nostre país és la comunicació: no es comunica correctament a l'exterior, ni es creen o desenvolupen productes destinats a l'atracció del turisme comercial.

Segurament, la internacionalització de l'empresa també és un repte de l'empresa comercial andorrana, i tot i que n'hi ha que han començat la seva internacionalització amb èxit, cal que això s'estengui pel teixit empresarial i es creixi a l'exterior.

Possiblement no és un repte propi del sector del comerç, però calen més equipaments turístics si considerem que la compra està cada cop més integrada al producte del país com una activitat d'oci.

Per acabar, crec que cal donar un impuls a la llei de comerç, que ha de donar un marc legal i ha de garantir la qualitat del sector.

Pilar Escaler i Penella

Advocada i directora de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis d'Andorra