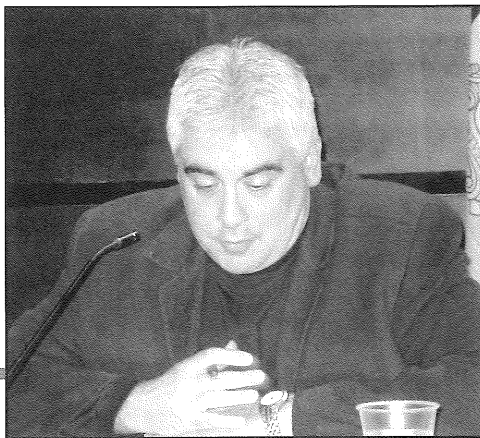


## El futur del comerç andorrà sota la perspectiva dels consumidors i usuaris

**Joan Antoni Sarmiento i Amaro**



En aquesta ponència intentaré exposar la visió del futur del comerç andorrà des de la perspectiva de l'ACU. Actualment tothom és conscient de la pèrdua de competitivitat d'aquest sector, històricament bàsic en l'economia del nostre país. Fa una dècada que associacions empresarials i la mateixa administració alerten d'aquest fet, sense que fins ara s'hagin aplicat mesures correctores.

La situació era previsible i s'apuntava ja cap a final dels anys 80, entre d'altres motius quan l'entrada d'Espanya en l'espai comunitari europeu va ser un fet i feia preveure que un dels atractius comercials del Principat per als visitants veïns del sud s'esvairia lentament i inexorable. Els motius d'aquesta situació han estat a bastament exposats en aquesta sala per altres conferencians, i no cal tornar a incidir en el mateix tema.

Sí, però seria interessant recordar que al seu moment no es va fer, o no es va saber fer, un plantejament global que permetés la reconversió del sector, per guanyar competitivitat i evitar la disminució de l'atractiu turístic. I tot això sense oblidar el potencial del sector: disposem d'uns dels espais comercials més importants del continent, que correctament administrat ha de ser un complement turístic de primer nivell. Però perquè aquest objectiu sigui real, cal modificar conductes, adaptar la mentalitat empresarial als nous temps i seguir una línia que de fet ja han iniciat moltes empreses per iniciativa pròpia, basada en la qualitat, l'especialització i el bon servei.

Aquesta mateixa setmana la premsa ens apropava un estudi elaborat pel ministeri de Finances que apunta en aquesta direcció: pèrdua de pes del sector en benefici d'altres que estan en plena expansió, com ara els serveis. Deia textualment el ministre titular que l'època dels basars s'ha acabat i que cal especialitzar-se. Alertava també sobre la pèrdua de competitivitat dels preus, tot i que és evident que aquesta valoració

comparativa es fa en funció de la procedència del grup més important de visitants que arriben al país, i que provenen del sud, ja que pel que fa als països del nord el diferencial de preus es manté.

Al marge d'aquestes valoracions, que ens han de fer reflexionar, des de l'ACU podem aportar una visió realista d'altres factors susceptibles de ser millorats, com ara el servei, ja sigui d'atenció en el moment de la venda o postvenda. Sobretot en un sector concret com és el comerç al detall. En aquest punt, és interessant analitzar les dades referents a queixes de consumidors tramitades des de la nostra oficina en el decurs del 2005 i durant els sis primers mesos del present exercici, sobretot dels sectors que generen més queixes, com per exemple l'electrònica, imatge i so, i informàtica.

Any 2005: 2.108 consultes tramitades, de les quals 372 es van convertir en expedient. D'aquests expedients, més de la meitat estaven generats pel sector de botigues d'imatge, so, informàtica, música, etc. I d'aquest 50%, la gran majoria de queixes provenien de quatre comerços de la capital, situats a primera línia, i d'una cadena de botigues.

En el primer semestre del 2006 el percentatge és, fins i tot, superior, cosa que ens fa pensar que el balanç final de l'any superarà el del 2005.

Estic parlant de situacions que no ajuden precisament a corregir conductes irregulars, on el consumidor final és objecte d'abusos, que en molts casos ratllen la estafa.

Exemples: any 2006 vam detectar venda d'aparells de segona mà que es comercialitzaven com nous; telèfons de sistemes incompatibles a Europa; empreses fantasma que venen a través de la xarxa; venda de mòbils espatllats com si fossin nous; gravadores espatllades....i això per no parlar de la venda sense garantia segellada, sense factura, o amb la factura incorrecta.....Aquesta forma de procedir, és clarament incompatible amb el concepte "comerç de qualitat". I el que és més greu: els comerços que apliquen aquest tipus de filosofia no semblen estar disposats a modificar conductes.

Tampoc ajuda el fet que la legislació no facilita l'agilitat en els processos que puguin encetar els afectats, o que els procediments de sancions són poc clars. L'usuari tant sols té dues vies: o anar directament a l'ACU, que en tant que associació l'únic que pot fer és una mediació i intentar un acord entre les dues parts, o emprar la via judicial, que ja sabem tots el que comporta: temps i despeses.

La realitat fa que molts afectats per aquestes pràctiques desisteixin i no reclamin. El 47% dels expedients tramitats davant l'ACU per situacions com les esmentades són de turistes o visitants, amb la repercussió negativa que això comporta per a la imatge del país. Amb un altre aspecte a afegir, i és que calculem que només el 20% dels clients afectats per aquestes pràctiques acaben presentant una queixa formal. La resta dona per fet que han estat objecte d'una estafa, i desisteixen.

En el pla de millora del comerç es poden incloure moltes iniciatives. Però sens dubte que una de les més importants ha de perseguir finalitzar amb aquestes pràctiques. Des de la nostra associació plantejem l'arbitratge de consum com una eina eficaç, ràpida i gratuïta per resoldre problemes. El sistema arbitral de consum, endegat per l'ACU amb el suport del ministeri d'Economia, ha de ser a curt termini una eina primordial per atendre i donar resposta a les queixes plantejades pels consumidors.

**Joan Antoni Sarmiento i Amaro**

*Director de l'ACU*