

No debemos caer en la falsa idea de que la recuperación va a ser fácil. Tenemos por delante tiempos muy complicados.

## Diez ideas para la reconstrucción



**Antonio Garrigues Walker**

El mundo de la empresa tiene la misión de contribuir a recuperar y mejorar las bases de una sociedad que, como enseñanza de la crisis sanitaria, sabemos que deberá ser más constructiva, positiva e igualitaria. El esfuerzo por la unidad y por el diálogo entre toda la sociedad española –agentes sociales, representantes políticos y empresas– es hoy más urgente que nunca ante el gran riesgo de que la pandemia genere una crisis económica y social sin precedentes. Para ello, las empresas tienen un gran compromiso social hacia el conjunto de los ciudadanos.

Como presidente de ASEDAS, una organización de empresas de distribución alimentaria muy diferentes, pero unidas por los valores del comercio de proximidad, he visto que entender la actividad empresarial como una forma de servir a la sociedad es una de las mejores maneras de contribuir a su desarrollo. Este sector ha tenido la fortuna de no parar, pero lo ha hecho gracias a un enorme esfuerzo. El compromiso de los 260.000 trabajadores, que ha sido ejemplar, y el liderazgo de los empresarios, que tuvieron que adoptar medidas valientes de manera muy rápida, han sido claves del éxito y deberían ser algunas de las guías en el mundo empresarial de cara al futuro.

No debemos caer en la falsa idea de que la recuperación va a ser fácil. Tenemos por delante tiempos muy complicados y, por eso, hay que hacer las cosas bien. Voy a enumerar una serie de propuestas concretas que me parecen importantes para lograr un repunte de que la economía lo más rápido posible.

1. En primer lugar, creo necesario seguir considerando al sector de la alimentación en general y de la distribución, en particular, como esencial para la sociedad española. Esta consideración ha permitido a los empresarios actuar rápida y eficazmente en circunstancias extraordinarias.

2. En segundo lugar, es necesario volver a la "normalidad normativa". Según datos de la Comisión de Comercio de CEOE, el incremento del número de nuevas normas durante el Estado de Alarma alcanza un 572%. La sociedad española necesita menos y mejor regulación, eliminar normas innecesarias, limitar la burocracia... para avanzar con decisión y sin dificultades y costes extraordinarios que frenen el crecimiento.

3. En tercer lugar, es necesario no incrementar la presión fiscal ni sobre los consumidores ni sobre las empresas. Somos conscientes de que esta crisis ha exigido y va a exigir más recursos públicos para asegurar los servicios básicos y la protección de los grupos sociales más vulnerables. Pero el consumo se encuentra en un momento muy frágil y de él depende, en gran medida, la recuperación económica. De hecho, ya hemos tenido experiencias de cómo la presión fiscal directa o indirecta supone un freno muy importante al consumo y, por ende, a la economía en su conjunto.

4. En cuarto lugar, debo mencionar el extraordinario trabajo conjunto que ha desarrollado la cadena agroalimentaria. Ahora que hemos demostrado lo que somos capaces de hacer juntos, nada menos que alimentar y ofrecer tranquilidad a una población confinada y angustiada, tenemos que superar debates estériles y lograr la sostenibilidad de las



producciones agrarias, su competitividad, su capacidad de exportar y de ofrecer a nuestros ciudadanos alimentos seguros, de gran calidad y a precios competitivos. En definitiva, tenemos que fortalecer la cadena alimentaria.

5. En quinto lugar, las reformas laborales para ser eficientes deben basarse en el diálogo entre sindicatos y empresarios. E, iré más allá, deben tomar en cuenta las necesidades concretas de empresas muy diferen-

### Es necesario reducir la burocracia, no subir la presión fiscal y reducir el absentismo laboral

tes –grandes, medianas, pequeñas; que operan en todo el territorio o solo regiones concretas... En este sentido, y desde la experiencia de las empresas a las que represento, las actuales normas de prevalencia de los convenios colectivos en el sector, un modelo basado en el diálogo que ha demostrado que funciona bien, deben permanecer inalteradas.

6. En sexto lugar, y siguiendo con la realidad laboral de nuestro país, es hora de abordar un tema incómodo, pero que supone un gran problema: el absentismo. Hay personas –incluidos directivos– que hacen un mal uso de las bajas laborales en un comportamiento insolidario con el sistema sanitario –que hemos visto tan vulnerable–, con la empresa y con sus

compañeros. El problema se puede y se debe abordar aumentando el control de los servicios de salud, con el apoyo de las mutuas, de los sindicatos y, sobre todo, con concienciación social.

7. En séptimo lugar, un mensaje claro: modifíquese el nuevo Código Penal para que puedan aplicarse con eficacia medidas que eviten la actuación de bandas organizadas dedicadas al hurto. La Comisión de Comercio de CEOE también ha puesto cifras a este problema: 300 millones de euros al año cuesta a las arcas públicas el hurto "multirreincidente". No estamos en situación de despilfarrar ni de permitir que se siga haciendo un gran daño, especialmente a los comercios más pequeños, y la solución está al alcance de la mano.

8. En octavo lugar, quiero recordar que la protección del medio ambiente debe ser verde, circular y sostenible... o no será. La crisis es una oportunidad para construir un sistema productivo más sostenible. Las empresas de supermercados son conscientes de ello y lo único que piden es que se les deje alcanzar los objetivos fijados por las leyes con los métodos más adecuados, y por tanto eficaces, para sus modelos de negocio.

9. En penúltimo lugar, como adelantaba antes, el compromiso social de las empresas tiene, necesariamente, que ser parte de la recupera-

ción. Desde la distribución alimentaria lo más social es lo que se hace todos los días: asegurar el acceso de todos los ciudadanos a la alimentación y crear condiciones de crecimiento que permitan incrementar año tras año el empleo.

10. Por último, debo subrayar que estas medidas que propongo intentan ser constructivas en beneficio de todos. Para ello, de nada sirve intentar presionar a los representantes políticos con la petición de soluciones a medida de cada uno, sino que es imperativo pensar en el interés general. La búsqueda de lo que nos une, en lugar de poner de manifiesto lo que nos divide, es el primer paso de una reconstrucción efectiva. En definitiva, el diálogo y el consenso son los dos ideas que nos deben guiar en el futuro.

Puedo poner un ejemplo, en mi opinión bastante clarificador, que atañe al sector de la distribución con base alimentaria. Se trata del debate sobre los horarios comerciales. Deberíamos mostrar nuestra madurez como sector proponiendo soluciones consensuadas, que busquen el equilibrio entre los intereses de todos –grandes, medianos y pequeños– y a las que nos amáramos, necesariamente, a los sindicatos, ya que los intereses de consumidores, trabajadores y empresarios son perfectamente compatibles cuando de lo que se trata es de cumplir nuestra misión de servir a la sociedad, como el sector esencial, y además excelente, que hemos demostrado ser.

Por lo tanto, ahora, es el momento de la unidad, del diálogo y de la ética, un concepto también muy importante en las actuales circunstancias. Creo sinceramente que podemos trabajar más unidos y más centrados en el bien común. Lo que hemos vivido y la situación en que está el país después de la crisis sanitaria nos obliga a ello y, además, nos ofrecerá un futuro más sólido. La sociedad española ha demostrado en más de una ocasión su capacidad de reacción y de superación. Al mundo empresarial le toca estar a la altura ofreciendo confianza y colaboración para remontar cuanto antes y con los menores daños posibles.

**Presidente ASEDAS**

## Expansión

**DIRECTORA ANA I. PEREDA**

**DIRECTORES ADJUNTOS:** Manuel del Pozo, Inaki Garay

**SUBDIRECTOR:** Pedro Blurrum

**Redactores Jefes:** Mayte A. Ayuso, Juan José Garrido, Tino Fernández, Estela S. Mazo, Javier Montalvo, Ermelia Vialá, José Orinuel (Cataluña), Roberto Casado (Londres) y Clara Ruiz de Gauna (Nueva York)

**Empresas:** Inaki de las Heras / Finanzas/Mercados Laura García / Economía Juan José Marcos / Investigación Miguel Ángel Patiño Jurídico Sergio Saz / Opinión Ricardo T. Lucas / Directivos Nerea Serrano / Comunidad Valenciana Julia Brines País Vasco Marian Fuentes / Galicia Abeta Chas / Diseño César Galera / Edición Elena Sacanella

MADRID: 28033, Avenida de San Luis, 25-27, 1.ª planta. Tel.: 91 443 50 00. Expansión.com 91 050 16 29. / BARCELONA: 08036, Avinguda Diagonal, 431 bis, 6.ª planta. Tel.: 93 496 24 00. Fax: 93 496 24 05. / BILBAO: 48009, Plaza Euskadi, 5, planta 15, sector 4. Tel.: 94 473 91 00. Fax: 94 473 91 58. / VALENCIA: 46004, Plaza de América, 2, 1.ª planta. Tel.: 96 337 93 20. Fax: 96 351 81 01. / SEVILLA: 41011, República Argentina, 25, 8.ª planta. Tel.: 95 499 14 40. Fax: 95 427 25 01. VIGO: 36202, López de Neira, 3, 3.ª Oficina 303. Tel.: 638 87 91 95. / BRUSELAS: Tel.: (32) 2201932. NUEVA YORK: Tel.: +1 303 5862461. Móvil: 639 86 52 02. / LONDRES: Tel.: 44 (0) 20 77629331.

DIFUSIÓN CONTROLADA POR



Depósito Legal M-15572-1986 ISSN 1576-3323



**PRESIDENTE ANTONIO FERNÁNDEZ-GALIANO**

**VICEPRESIDENTE GIAMPAOLO ZAMBELETTI**

**DIRECTOR GENERAL:** Nicola Speroni

**DIRECTOR GENERAL DE PUBLICACIONES:** Aurelio Fernández

**DIRECTOR GENERAL DE PUBLICIDAD:** Jesús Zaballa

**PUBLICIDAD:** DIRECCIÓN GENERAL DE PUBLICIDAD Tel: 91 443 55 09 / SECRETARÍA DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD Tel: 616 506 719 / COORDINACIÓN Tel: 91 443 52 58 / 91 443 52 80 Fax: 91 443 56 47 / INFORMACIÓN PUBLICIDAD marketingpublicitario@unidadeditorial.es / CATALUÑA Mar de Vicente, Avinguda Diagonal, 431 bis, 6.ª planta. 08036 Barcelona. Tel: 93 496 24 22 / ZONA NORTE María Meier, Plaza Euskadi, 5, planta 15, sector 4. 48009 Bilbao. Tel: 94 473 91 07 / LEVANTE Marcos de la Fuente, Plaza de América, 2, 1.ª planta. 46004 Valencia. Tel: 96 337 93 27 / ANDALUCÍA Y EXTREMADURA Rafael Marín, Avda. República Argentina, 25, 8.ª B. 41011 Sevilla. Tel: 95 499 07 21 / INTERNACIONAL Juan Jordán de Urrles, Avda. de San Luis, 25, 28033 Madrid. Tel: 91 443 55 24.

**COMERCIAL:** SUSCRIPCIONES Avenida de San Luis, 25-27, 1.ª planta. 28033 Madrid. Tel: 91 275 19 88. TELÉFONO PARA EJEMPLARES ATRASADOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE 91 050 16 23.

**DISTRIBUYE:** Logrintegral 2000, S.A.U. Tel: 91 443 50 00. www.logrintegral.com  
**RESÚMENES DE PRENSA:** Empresas autorizadas por EXPANSIÓN (artículo 32.1, Ley 23/2006). Acceso: TNS Sofres, My News y Factiva.  
**IMPRESIÓN:** BERMONT IMPRESIÓN, S.L. Tel: 91 670 71 50. Fax: 91 327 18 93.

Edita: Unidad Editorial, Información Económica S.L.U.