



# TRANSCRIPCIÓN

## **INTERVENCIÓN DEL PRESIDENTE DEL GOBIERNO, DON MARIANO RAJOY, DESPUÉS DE LA INAUGURACIÓN DEL 'XII WORLD RETAIL CONGRESS'**

**Madrid, 17 de abril de 2018**



Bienvenidos a Madrid, bienvenidos de nuevo a España.

Este Congreso Mundial del Comercio Minorista (World Retail Congress) inició su andadura en Barcelona en el año 2007. Ahora, 11 años después, ustedes han elegido volver a España para su celebración. Les agradezco esta decisión. En estos días podrán comprobar que España ha cambiado mucho, y para mejor, desde aquel 2007 a este 2018.

Hemos atravesado –y superado– la peor crisis económica de nuestra historia reciente. Fue una crisis que destruyó muchos empleos y muchas empresas. Costó mucho esfuerzo poner de nuevo en marcha la economía, recuperar el PIB que la crisis había destruido, y devolver las oportunidades y la esperanza en un mejor futuro al conjunto de los españoles.

Señoras y señores,

A mí, me gusta hablar bien de España, y creo que haber conseguido transformar la recesión en recuperación, con el esfuerzo de todos los españoles y una buena política económica, da motivos para hacerlo.

España ha pasado de cinco años de recesión a cinco años -incluido este- de pujante crecimiento económico. En los últimos tres años –de 2015 a 2017– hemos crecido por encima del 3 por 100 y también, claramente, por encima de la media de la zona Euro.

Y, en este año, las perspectivas siguen siendo positivas. Las cosas siguen marchando bien para España, como demuestran las previsiones de crecimiento de la economía española para 2018, por encima del 2,5 por 100.

España confía en sí misma. Y el mundo se fía de España. Las cuatro principales agencias de rating, también y sin excepción.

El pasado viernes, la agencia Moody's mejoró la clasificación de la deuda española. A lo largo del año 2018 lo habían hecho las otras tres agencias. Estas agencias valoran nuestras reformas, consideran consolidada la situación de nuestra economía y destacan nuestra capacidad para crecer y crear empleo.



Los españoles lo hemos conseguido y hoy nuestro país está firmemente comprometido con el lema que han elegido ustedes para su congreso anual: “Innovar para ganar”.

Sabemos que innovar es la forma de ganar el futuro. Y, desde el Gobierno de España estamos comprometidos a facilitar e impulsar esa innovación que ayuda a las empresas a mejorar su competitividad y les abre nuevas oportunidades de negocio.

En España, el sector que ustedes representan, el de la distribución, aporta el 12 por 100 de nuestro PIB y, como decía hace un momento el presidente de El Corte Inglés, da empleo a más de tres millones de personas.

Es un sector en el que conviven de forma eficiente pequeñas, medianas y grandes superficies, con una amplia variedad de formatos comerciales, locales, regionales o de ámbito nacional.

Dos de esos tres millones de personas que emplea, corresponden al comercio minorista, que genera nada menos que un 5 por 100 del PIB.

Pero también hay grandes y pujantes empresas. Y tres de las mayores empresas españolas están entre las 25 primeras de Europa en distribución comercial, Inditex, El Corte Inglés y Mercadona. Son empresas que destacan dentro de su sector en moda, grandes almacenes y alimentación.

Y todos, desde el comercio más pequeño a las más grandes empresas, afrontan el reto de “innovar para ganar”, que les convoca en esta cita anual.

Innovar significa ser muy conscientes de, al menos, tres cosas:

Primero, que hay que adaptar, continuamente, la oferta a una demanda cada día más exigente. Segundo, que la calidad debe ser el objetivo. Y tercero, que hay que aprovechar al máximo las nuevas tecnologías, las nuevas plataformas, en las que Internet marca una ventaja competitiva indudable.

Me consta que, ante un entorno cada vez más cambiante, ustedes están realizando transformaciones intensas, rápidas y profundas, en los productos comercializados, en los servicios prestados y, en general, en toda la gestión



global de sus empresas, con el objetivo de adaptarse al mercado y a los cambios en los hábitos de compra y de consumo. Sé que trabajan con ahínco para atraer y retener a un consumidor cada vez más exigente, maduro e informado.

Señoras y señores,

La razón de proximidad que, durante tantos años, marcaba la elección de un lugar u otro para comprar ya no es –únicamente– una proximidad física. Es una proximidad de oportunidad. Porque hoy podemos comprar cualquier cosa en cualquier momento, y éste es un cambio imparable.

Los establecimientos físicos seguirán jugando un papel principal. Pero, para competir con las grandes plataformas, necesitarán buscar nuevas fórmulas para hacer más fácil y cómoda la vida de los clientes, ofrecer nuevos elementos de valor añadido y complementar el establecimiento tradicional, por ejemplo, con aplicaciones digitales.

Y en esta tarea todos jugamos un papel fundamental. Para el Gobierno de España es una excelente manera de trabajar para que haya más y mejores oportunidades para los españoles y cuidar su bienestar. Y esto incluye que seamos capaces de promover estrategias innovadoras, mejorar la logística de nuestro sector comercial, y coger a tiempo la revolución digital. Es la tercera gran revolución de nuestra historia reciente. Está transformando la economía y la forma en que vivimos.

Queridos amigos. España no fue capaz de estar en vanguardia de las dos grandes revoluciones industriales de los últimos dos siglos. Ni la de la máquina de vapor, de hace 200 años, ni la de la electricidad, de hace 100.

Y hoy no queremos quedar relegados en la revolución digital que está en marcha. Sabemos que la digitalización no es solo un factor de competitividad. Además, puede facilitarnos mucho la vida. Abre nuevas oportunidades y reduce las diferencias entre vivir en grandes ciudades o en núcleos de población más dispersos: nos permite vivir donde queramos sin renunciar a nada. Y eso es más libertad y más bienestar.



El compromiso del Gobierno que presido con la digitalización pasa por garantizar un acceso de calidad a Internet a todos los españoles, vivan donde vivan.

Y como estamos convencidos de que las tecnologías son uno de los principales motores de crecimiento y bienestar, hemos puesto en marcha un Grupo de Trabajo para impulsar la Transformación Digital de la Economía, con el propósito de mejorar las distintas acciones de Gobierno, para que la digitalización alcance a todos los sectores económicos. Se trata de impulsar y aprovechar todas las oportunidades de este nuevo marco tecnológico. Hoy el comercio electrónico crece ya en España a tasas del 26 por 100 y mueve cerca de 29.000 millones de euros anuales. Los consumidores ganan confianza en sus compras por Internet a pasos acelerados.

Se trata, también, de trabajar –en el seno de la Unión Europea y de la OCDE–, para generar un marco regulatorio eficaz y justo, que se adapte a la era digital. Por ello, nos hemos comprometido a trabajar conjuntamente para que todas las empresas compitan en igualdad de condiciones.

Señoras y señores. Desde el Gobierno trabajamos para ayudar al sector a redefinirse, a acoplarse a este nuevo entorno a través del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista, que pusimos en marcha en 2013, y que el año pasado rediseñamos pensando en la innovación y en la digitalización.

Es un Plan en el que participan 11 Ministerios y la Cámara de Comercio de España y se somete a la colaboración de las Comunidades Autónomas y la Federación Española de Municipios y Provincias y las Asociaciones del sector.

Desde 2013, la inversión en las medidas del Plan ha sido alta, ha beneficiado a más de cien mil comercios, y se articula sobre tres ejes principales: digitalización, internacionalización y formación. Contempla varias líneas de actuación, entre ellas, las dedicadas a innovación y nuevas tecnologías, financiación y avales, turismo de compras, una campaña de redes sociales para promocionar los mercados municipales y fórmulas para la devolución del IVA a los turistas no europeos.

Se trata, en definitiva, de apoyar al comercio tradicional en el reto de incorporarse a los nuevos escenarios de compras. Porque los nuevos usos de



los consumidores empiezan a cambiar incluso la forma de ocio en nuestras ciudades. Y tenemos que pensar, entre todos, cómo compatibilizar el crecimiento del comercio online con el mantenimiento de la pujante vida comercial que anima nuestras ciudades. Estas tienen en el turismo de compras un atractivo creciente y un motor de prosperidad que no debemos desaprovechar. Somos una potencia turística de primer orden. España es el país más competitivo del mundo en términos turísticos: lideramos ya en dos ocasiones consecutivas el Índice de Competitividad Turística del Foro Económico Mundial.

Somos el segundo país más visitado del mundo: casi 82 millones de turistas nos visitaron el pasado año. Y también, el segundo en gasto realizado por turistas internacionales: casi 87.000 millones de euros el año pasado, un 12 por 100 más que en 2016.

España es un destino turístico atractivo y competitivo, como ustedes mismos podrán comprobar en el tiempo libre que les deje este congreso.

Señoras y señores. Estoy convencido que, cuando termine este congreso, ustedes volverán a sus países con renovados motivos para hablar bien de España, y para volver muy pronto. A celebrar un nuevo congreso, a disfrutar de nuestro país o a comprar nuestros productos.

Les ofrecemos cultura, historia, paisaje, buen tiempo, gastronomía... y también un sector del comercio, especialmente atractivo para el turismo de compras.

Un sector que, gracias a empresarios como ustedes y a iniciativas tan importantes como las de este Congreso, estoy seguro que será capaz de innovar y de ganar el futuro.

Cuentan ustedes con nuestro apoyo en su importante tarea.

Muchas gracias.

(Transcripción editada por la Secretaría de Estado de Comunicación)

