

Opinión

Un paso clave para digitalizar la empresa

La lucha contra la morosidad en la economía española es una vieja -y, de momento, todavía no ganada- batalla. Ni multas ni normas ni pedagogía empresarial han conseguido meter en cintura los plazos de pago, tanto del sector privado como del público, un lastre que se ha agravado de forma exponencial con la llegada de la crisis económica. Como medio para atajar el problema -que ha provocado la defunción de miles de pequeñas empresas en los últimos años- el Gobierno estableció en 2015 el derecho de cualquier proveedor de la Administración a presentar sus facturas de forma telemática. El medio es a través del sistema FACe (Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas de la Administración General del Estado), una modalidad obligatoria en aquellos recibos cuyo montante supera los 5.000 euros. Con la posibilidad de extender la facturación electrónica a cualquier cantidad, el proveedor puede seguir paso a paso todo el proceso de facturación. Ello supone un plus de transparencia y una mayor dificultad -desde Hacienda aseguran que imposi-

bilidad- para esconder facturas en el cajón. Las ventajas del sistema -al que se han adherido casi todas las comunidades autónomas y casi 8.000 municipios- son también económicas: un ahorro de 3,48 euros por factura. Todo ello hace inevitable plantearse la necesidad de extrapolar el sistema al sector privado, particularmente en las relaciones entre grandes empresas y pequeños proveedores, dañadas también por la morosidad. Desde la Plataforma Multisectorial contra la Morosidad se propone realizar una experiencia piloto, que comenzaría en las empresas del Ibex 35, y para la cual podría utilizarse inicialmente el propio FACe. La elección de las grandes cotizadas para este experimento piloto tiene una razón de ser. Paradójicamente, los datos sobre facturación digital en España apuntan a que son las pymes y no las grandes compañías el tipo de empresa que está implantando con mayor rapidez este modelo de gestión de pagos. Distintos estudios del sector apuntan a que las empresas españolas intercambiaron más de 77,7 millones de facturas electrónicas en el primer semestre de 2015, lo que supone un 15,8% más que en el mismo periodo del año anterior. Ello se explica porque España fue uno de los primeros países europeos en promulgar una regulación legal sobre la facturación electrónica, posición de liderazgo que hemos ido perdiendo paulatinamente. La digitalización de la facturación empresarial es, por tanto, un proyecto cuyos cimientos están ya establecidos y que cuenta con beneficios que van más allá de la reducción de la morosidad y del ahorro económico logrado por cada factura. La verdadera naturaleza de ese reto es transformar el perfil de negocio del tejido empresarial español, desde la facturación hasta los servicios, y llevarlo hacia un entorno digital que no está en el futuro, sino que es ya una realidad.

Otra comisión sobre los clientes

La era de los tipos negativos está repercutiendo en toda la industria financiera europea como una suerte de efecto dominó. La acuciante necesidad de la banca de compensar sus cada vez más estrechos márgenes está impulsando a las entidades a buscar ingresos a toda costa. Una de esas vías es el cobro -con una comisión de hasta un 1,3%- a las gestoras de fondos por depositar determinados niveles de liquidez, un umbral que suele estar entre los 10 y los 15 millones de euros. Se trata de una penalización que se puede esquivar con dos herramientas: hacer uso de fondos monetarios o de renta a muy corto plazo como colchón de liquidez u optar por la negociación. La liquidez de los fondos de inversión españoles asciende a 18.000 millones de euros, unos recursos que las gestoras depositan en las entidades a la espera de buenas oportunidades de inversión. Dado que la facilidad de depósito que el BCE cobra a la banca es actualmente del -0,4%, algunas entidades están cobrando el triple por ser depositarias de la liquidez de los fondos, lo que a todas luces parece un exceso. Ese sobre coste será repercutido finalmente en los bolsillos de los partícipes de estos instrumentos y dificultará todavía más lo que ya apunta a convertirse en el gran reto de cualquier inversor: obtener algo de rentabilidad.

Fabricante y distribuidor: ¿aliados o adversarios?



DIEGO CRESPO

ESPECIALISTA EN DERECHO DE LA COMPETENCIA DE MARIMÓN ABOGADOS

A buen seguro, la segunda mitad de 2016 nos traerá noticias relevantes respecto de la disputa que, casi en secreto, libran desde hace meses fabricantes y distribuidores sobre el marco que debe regular sus relaciones. Como se recordará, Día y Eroski anunciaron en junio 2015 un acuerdo de cooperación para mejorar sus condiciones de negociación con los grandes fabricantes de productos de consumo. El anuncio causó gran preocupación entre los proveedores afectados, no solo por la mayor presión que las cadenas podrían ejercer sobre sus cuentas de resultados, que también, sino sobre todo por el miedo a que estas prácticas se extendieran entre el resto de distribuidores, en una carrera por ganar, o no perder, competitividad y evitar quedar relegados en las preferencias de los consumidores.

El temor era comprensible, dado lo sucedido en Francia a finales de 2014, cuando se anunciaron sucesivamente tres alianzas entre los principales grupos de minoristas (Système U y Auchan; Casino e Intermarché, y Carrefour y Cora), lo que condujo a la autoidentificación de la competencia gala a publi-

car en marzo de 2015, a petición del Ejecutivo y del Parlamento, un estudio bastante ilustrativo sobre los eventuales perjuicios de tales acuerdos sobre la competencia en la cadena de distribución, aunque no muy efectivo al situarse fuera del marco de un procedimiento sancionador. De hecho, volviendo a España, en estos meses hemos conocido varios movimientos en la misma línea entre distribuidores, como los acuerdos entre Alcampo, Simply y Euromadi de febrero 2016.

De momento, poco ha trascendido sobre el impacto real del acuerdo en los fabricantes, si bien cabe asegurar que estos no quedarán muy contentos, a juzgar por la reacción de la Federación de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB), que el pasado noviembre interpuso sendas denuncias contra Día y Eroski ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y la Agencia de Información y Control Alimentaria (AICA).

Ante la CNMC, por entender que el acuerdo vulnera la legislación de competencia sobre acuerdos horizontales restrictivos, abuso de posición de dominio y actos de competencia desleal -abuso de una situación de dependen-

cia económica- que afectan al interés público. Y ante la AICA, porque considera que Día y Eroski incumplen la Ley 12/2013 de medidas para mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria (LCA) respecto de las modificaciones unilaterales de los contratos, la exigencia de pagos imprevistos y el intercambio de información comercial confidencial sobre otros operadores.

Tales denuncias revisten una singular importancia. En primer lugar, por su carácter excepcional, dado el temor de los fabricantes a posibles represalias de quienes son, y esperan que sigan siendo, sus socios comerciales (se cita el factor miedo como uno de los principales obstáculos a la aplicación efectiva de la normativa de competencia y competencia desleal en las relaciones de la cadena). En segundo lugar, porque permiten abordar en el marco de un procedimiento sancionador el creciente poder de compra de la distribución moderna y su repercusión en las estrategias de negociación con los fabricantes, cuestión que es objeto de un encendido debate en toda Europa (ahí están los casos de Italia, Alemania o las posturas, a veces

incluso enfrentadas, de las Direcciones Generales de Competencia y de Comercio Interior de la Comisión Europea). Y finalmente, las denuncias permitirán conocer la interpretación de la AICA sobre el alcance de las reglas sustantivas de la ley de la cadena alimentaria, y, en definitiva, atisbar al menos su posicionamiento sobre el equilibrio, o desequilibrio, de fuerzas entre fabricantes y distribuidores.

Ciertamente, no es el momento ni el lugar adecuado para dar una valoración sobre el fondo de un asunto que, en cualquiera de sus vertientes, resulta de una extraordinaria complejidad. Y sin embargo, o precisamente por este motivo, consideramos que, en este caso concreto, sí que se dan las condiciones para justificar una decisión de incoación formal de los dos expedientes sancionadores. Esto permitiría la realización de un estudio en profundidad de las implicaciones del acuerdo por ambas autoridades, en el marco de un procedimiento administrativo con todas las garantías para las partes implicadas. Todo ello, lógicamente, sin prejuzgar el resultado final de la investigación, como siempre nos recuerda la CNMC en sus comunicados.

Se cita el factor miedo como uno de los principales obstáculos a la aplicación de la normativa de competencia”

CincoDías

Deposito legal M-7903-1973. Distribución controlada. Edita Estrutura, Grupo de Estudios Económicos

Director Ricardo de Querol
Adjunto al Director José Antonio Vega
Subdirector Juan José Morodo

Jefes de redacción Fernando Sanz y Nuño Rodríguez
Áreas Angeles González (Mercados y Finanzas), Rafaela Perea (Diseño), Cecilia Castelló (Digital), Marimar Jiménez (Empresas), Raquel Díaz Gujarran (Economía), Natalia Sanmartín (Opinión), Nuria Salobral (Edición fin de semana), Paz Álvarez (Directivos), Begoña Barba (Suplementos) y Bernardo de Miguel (Europa)

Director Gerente José Luis Gómez Mosquera
Operaciones Loreto Moreno
Marketing y Comunicación Judith Utrilla
Comercial Alberto Alcantarilla

Printed and distributed by PressReader
PressReader.com +1 604 278 4604
COPYRIGHT AND PROTECTED BY APPLICABLE LAW