

“Se ha puesto de manifiesto que algunos electrodomésticos son de primera necesidad”

La crisis vivida desde el 2008 ha supuesto una transformación enorme de la distribución de electrodomésticos, pero evidentemente el Covid-19 ha supuesto un paso más, y de forma inesperada ha distorsionado absolutamente el panorama.

En este momento, después de que las tiendas de electrodomésticos estuviesen cerradas durante varias semanas, el mercado se está regulando, y está canalizando una parte de esa demanda que se quedó contenida. *“Una distorsión que ha provocado roturas de stocks en algunas familias de producto. Sin duda, la pandemia marca este año y marcará los próximos, hay un antes y un después del coronavirus”.* Esta es la opinión de **Joan Carles Calbet Carreras**, director general de Calbet Electrodomèstics, una cadena con más de 65 años de historia.

Calbet nació en Viladecans, un municipio cercano a Barcelona, donde todavía tienen la sede. Su zona básica de influencia siempre ha sido Barcelona y su área metropolitana, pero hoy en día dan cobertura a toda Cataluña y Baleares, con 37 puntos de venta propios, repartidos en las cuatro provincias catalanas y las islas. *“Creemos que tenemos un formato de tienda y una política comercial que tiene buena aceptación por parte de los clientes, y por ahora no tenemos intención de ampliar este ámbito geográfico. Aunque nunca se sabe...”*, afirma el director general. Se trata de tiendas urbanas y de proximidad, y les compran los hijos y los nietos de sus clientes de toda la vida. *“Este es uno de nuestros avales”*, afirma el director general, *“somos gente seria, que hace las cosas bien. Intentamos ser fieles a nuestros valores: confianza, honestidad, vocación de servicio, ética empresarial, responsabilidad medioambiental y compromiso social”.*

Desde su punto de vista, el sector de la alimentación y todos los relacionados con el hogar se han visto un poco menos perjudicados que el resto, porque *“durante el confinamiento la gente hizo un uso intensivo de los productos, y se dedicó más a reformar y mejorar sus hogares. La demanda de bienes duraderos, como son los electrodomésticos, no se ha visto tan afectada, porque quien necesitaba una lavadora o un frigorífico se lo ha acabado comprado igualmente. Se ha puesto de manifiesto, más que nunca, que algunos de los productos que vendemos en nuestras tiendas son productos de primera necesidad”.*



JOAN CARLES CALBET

Categorías

Calbet no tiene ninguna duda acerca de cuáles son las categorías que más han crecido. *“Los congeladores y lavavajillas han sido dos de las familias que han tenido un mayor aumento de demanda. Normalmente no son de las más vendidas, pero dadas las circunstancias han tenido un fuerte incremento”*. Además, son las familias de las que generalmente los fabricantes y distribuidores tienen menos existencias en sus almacenes, por lo que la mayoría han roto stocks. También han crecido todos los artículos ligados al teletrabajo, como son los ordenadores portátiles.

Por otro lado, la situación de confinamiento ha supuesto un empuje para la venta online porque los clientes no tenían otra alternativa para comprar. En su caso era un canal que ya tenían activo, y esta situación ha servido para consolidarlo y reforzarlo. *“Pero nos hemos dado cuenta de que no solo hablamos de venta online, sino de un concepto más amplio, que es la venta asistida no presencial, donde el soporte no sólo es la venta a través de la web. La facturación por este canal empieza a ser relevante y hay que prestarle cada vez más atención”*, manifiesta el director general.

A pesar de la situación, Calbet Electrodomèstics mantiene el mismo número de tiendas que tenía antes de la pandemia. No han cerrado ningún punto de venta. Es más, están en pleno proceso de reforma de sus tiendas para adaptarlas a las nuevas tendencias, e identificándolas con la nueva imagen corporativa que lanzaron hace unos meses, mucho más moderna y actualizada. Además, añade Calbet, *“como la mayoría de empresas del retail, con el confinamiento del mes de marzo nos acogimos a los ERTE mientras nos obligaron a cerrar los puntos de venta. A día de hoy, tenemos prácticamente todos los empleados reincorporados a sus puestos habituales de trabajo”*.

Retos

En Calbet miran al futuro con optimismo, y desde su dilatada experiencia, afirman que el gran reto de la distribución de electrodomésticos es la regulación del canal de venta online. *“Es un canal que será cada vez mayor, y es necesario que los operadores que tenemos tiendas físicas también seamos actores relevantes en él. Las tiendas físicas han de modernizarse y adaptarse a los nuevos tiempos, por supuesto. Pero hace falta una mayor regulación y control del canal online, porque actualmente se permite que algunos operadores actúen impunemente sin cumplir con sus obligaciones, comerciales y tributarias, y esto supone una competencia desleal para el comercio físico. Es un reto para las administraciones, los fabricantes y los distribuidores”*. El comercio minorista tiene que adaptarse a las nuevas exigencias del mercado porque no le queda más remedio. El mundo evoluciona y los mercados cambian, y como afirma Calbet, *“en el mercado solo subsisten los que se saben adaptar con rapidez. Creo*

que este año, con el confinamiento, hemos podido ver la capacidad de adaptación de muchos comercios de diferentes sectores, que han tenido que reinventarse. Nuestro navegador tiene que estar recalculando la ruta constantemente”.

Asociacionismo

Joan Carles Calbet es bastante activo en el mundo asociativo, formando parte de organizaciones como Comertia o RETAILcat, de la que actualmente es presidente. Y eso es algo que, en su opinión, está en el ADN de la sociedad catalana. *“Las asociaciones son un activo para las empresas y para los empresarios. En un año como este ha sido importantísimo contar con su apoyo. Las empresas*



que forman parte de alguna de ellas han recibido toda la información de primera mano, prácticamente al momento, han podido compartir sus preocupaciones, cómo afrontarlas, o los cambios legislativos que se iban produciendo, en definitiva, se han sentido acompañadas en un momento complicadísimo. Igualmente, la voz del conjunto siempre es más potente que la de uno individualmente. Frente a las administraciones, los proveedores o las entidades financieras, nos da mucha más fuerza estar unidos a la hora de defender los intereses que tenemos en común”. Antes de despedirse, y como presidente de l'Associació de Comerciants d'Electrodomèstics de Catalunya (ACE), no quiso dejar pasar la ocasión de reclamar, una vez más, la aplicación de un Plan Renove de electrodomésticos para Cataluña. *“Hace prácticamente 10 años del último, y creo que de cara al año que viene, que se presenta complicado, sería una buena fórmula para reactivar el consumo, además de ayudarnos a cumplir los objetivos de sostenibilidad que nos pide la UE”*. ▀