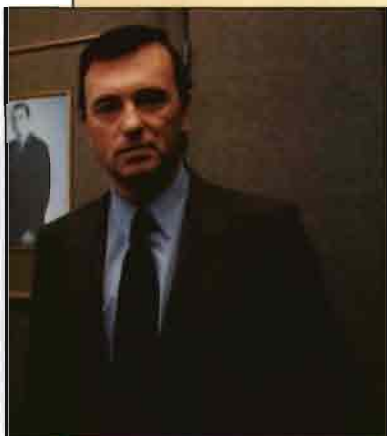




ANTONIO CASTAÑEDA.
Director General de Comercio
Interior. Ministerio de Industria,
Comercio y Turismo.

FORMACION Y DISTRIBUCION

El tema elegido para este número de "Distribución y Consumo", la formación profesional, es una de las líneas de actuación, quizás la más importante, que debe abordar el sector de la distribución para superar el reto que plantea la vertiginosa evolución de la estructura del comercio, en la que inciden de manera decisiva fenómenos tales como las nuevas tecnologías, las grandes superficies de venta, una alta competitividad, una com-

petencia creciente y un consumidor cada día más exigente en cuanto a especialización, calidad, servicio y precio.

Concebida la formación profesional como el conjunto de actuaciones destinadas a capacitar a una persona para ocupar un puesto de trabajo en las condiciones óptimas para desempeñar su tarea, esta preparación determina, como señaló Marshall al acuñar el término de "economías internas en el trabajador", una mayor productividad del mismo utilizando mejor y de manera más intensa los medios de producción de que dispone, con un creciente componente tecnológico, viéndose reflejada en un aumento de los ingresos del trabajador y una mayor integración personal de éste en la empresa.

Esta realidad es cierta a nivel individual y también empresarial y social, constituyéndose, por ello, el nivel educativo y la formación profesional en uno de los factores determinantes del crecimiento económico y, por tanto, del grado de bienestar de una comunidad.

Si bien hay que decir que hasta el presente la formación profesional en España, pese a algunos loables esfuerzos, no ha sido, en absoluto, adecuada a la realidad de un sector de la trascendental importancia que tiene el comercio, tanto por su aportación al PIB -el segundo en importancia tras la industria- como al empleo, también es cierto que esa situación está evo-

lucionando con el apoyo de todas las partes implicadas: Administración, Cámaras de Comercio, Asociaciones de Comerciantes y agentes sociales, hacia una mejor adecuación de la oferta formativa.

No obstante, el camino a recorrer es largo. Es necesario estimular a unos trabajadores para formarse robando tiempo de un ocio bien ganado tras una larga jornada laboral, fomentar la promoción individual y social, vencer las suspicacias de pequeños y grandes y un largo etcétera de obstáculos a salvar en tan importante reto.

Esta evolución que menciono no es solo cierta a nivel nacional, sino también en el seno de la Comunidad Europea, en donde la preocupación por el problema está determinando la realización de estudios y proyectos como el Programa FORCE para promover la formación continua del sector.

Por nuestra parte, consideramos que una manera de salvar el escollo que puede suponer el imponer una formación profesional a un colectivo preexistente tan extenso como el del sector comercio, configurado en su mayoría por pequeños comerciantes que dedican prácticamente todo su tiempo a su negocio, sería la creación de una formación adecuada a las posibilidades reales de dichos comerciantes, poniendo a su disposición, mediante la elaboración de los correspondientes instrumentos y medios escritos o audiovisuales, aquellos conocimientos que les son indispensables para el desarrollo y mejora de su actividad, capacitándoles para la asimilación y puesta en práctica de nuevas técnicas y métodos de gestión.

Es lo que podríamos denominar Orientación Comercial, existiendo de ella muchas interesantes experiencias, que podrían erigirse en el gran auxiliar de la formación profesional.

No me queda sino destacar que sólo la voluntad conjunta de toda la sociedad y, en particular, de todos los profesionales implicados en este área, tanto del sector público como del privado, permitirán salvar el gran desafío que supone la necesidad de un cambio de actitud hacia la formación profesional dirigida a la permanente evolución del sector de la distribución comercial.

□