



MANUEL CHAVES
Presidente de la Junta de Andalucía

EL FUTURO DE LA DISTRIBUCION COMERCIAL EN ANDALUCIA

El sector de distribución comercial es uno de los principales pilares económicos de Andalucía, no sólo por su aportación a las macromagnitudes básicas de la economía regional, sino también por su labor de conexión entre la producción y el consumo.

La distribución comercial, como el resto de los sectores económicos, está inmersa en

un profundo proceso de internacionalización debido a nuestra incorporación en 1986 a la Comunidad Europea, hoy Unión Europea, que se ha visto acelerado por los cambios producidos desde el 1 de Enero de 1993.

La consecuencia más inmediata de este proceso es la tendencia a la convergencia con los modelos comerciales de los países de nuestro entorno económico, tanto desde el punto de vista de la oferta como en lo relativo a las pautas de consumo.

Por el lado de la oferta, la globalización de los mercados ha provocado una mayor concentración empresarial, la externalización de funciones en favor de los especialistas, el desarrollo de nuevas formas de venta, etc... Por el lado de la demanda, la masiva incorporación de la mujer al mercado de trabajo, el mayor nivel de renta y la reducción del tiempo disponible explican en buena medida los cambios habidos en los hábitos de compra de nuestros consumidores.

En Andalucía, los cambios ocasionados por este proceso han configurado una estructura dual del sector caracterizada por la cohabitación del comercio tradicional y las grandes superficies, especialmente en el subsector de la alimentación.

El pequeño comercio tradicional, que forma parte de nuestra cultura y que impregna todos los niveles de la vida cotidiana, jugará un papel insustituible.

No obstante, las PYMEs comerciales deben adaptarse a las nuevas condiciones de mercado, acometiendo las reformas pertinentes que les posibiliten incrementar su competitividad en una relación calidad/precio.

La cooperación empresarial, la asociación de comerciantes, los servicios añadidos a la pura actividad comercial, la incorporación de tecnologías, etc..., pueden y deben ser utilizados por las empresas del sector para defender e incrementar sus cuotas de mercado.

En este sentido, la Junta de Andalucía es consciente del esfuerzo que las pequeñas y medianas empresas comerciales han de llevar a cabo para renovarse y modernizarse.

Para impulsar este objetivo, el Gobierno Regional andaluz ha considerado necesario presentar de forma unificada el conjunto de las acciones que viene desarrollando en el sector de la distribución comercial, así como incrementar sus esfuerzos en este campo mediante la configuración de un Plan de Fomento del Sector Comercio 1994-1997 con el que se pretende la reducción, y en último extremo la eliminación, de los desequilibrios que el comercio andaluz manifiesta.