



JOAN LERMA
Presidente de la
Generalitat Valenciana.

LA DISTRIBUCION COMERCIAL VALENCIANA

La globalización de los mercados, la progresiva terciarización de la economía, así como la homogeneización de las costumbres y hábitos de consumo, hace que ya no haya espacios cerrados, y cualquier cambio repercute de forma más o menos mediata en todos los ámbitos geográficos y en todos los sectores.

En este sentido, el sector de la distribución comercial, suele ser uno de los primeros en reflejar los cambios y las tendencias

de funcionamiento de los cada día más rápidos procesos económicos de carácter mundial.

Para poder adecuarse a estas nuevas tendencias, uno de los factores clave es la convergencia con los modelos de distribución más avanzados, a los que debe aproximarse el comercio valenciano y que conlleva la transformación de su estructura, la enfatización de la capacitación y uso del trabajo y la introducción del concepto de calidad total.

El comercio valenciano parece capacitado para afrontar este reto, pues no en vano se ha configurado en los últimos años como uno de los más dinámicos del Estado, siendo dicho dinamismo reflejo de su capacidad de innovación y respuesta frente a la creciente competencia internacional.

Y así podemos asegurarlo, pues este sector, además de caracterizarse por la coexistencia de fórmulas tradicionales, fuertemente arraigadas en nuestro tejido nacional, con otras que se presentan como el concepto más avanzando dentro de la revolución registrada en los formatos y técnicas de gestión y ventas, ha sido capaz de asimilar, desarrollar y hasta hacer propias algu-

nas de las más novedosas fórmulas comerciales, como la franquicia, el sucursalismo y la utilización de espacios urbanos como centros comerciales abiertos.

En este contexto, los objetivos que se plantean desde la Administración, tienen que pasar necesariamente por una adecuada ordenación comercial, así como por la aplicación de programas eficaces de formación, de cooperación económica entre las empresas del sector, de fomento del asociacionismo y de financiación de las reformas de las estructuras comerciales, de forma que adquieran una especial relevancia como mecanismos susceptibles de racionalizar y atemperar estos procesos de transformación.

Por ello la Generalitat Valenciana, se plantea como objetivo, la consecución de un aparato distributivo ágil y eficaz, que se caracterice por la inexistencia de desequilibrios especiales y sectoriales, por la racionalización de los canales de comercialización, la cooperación empresarial y la mejora de profesionalización de sus gentes.

Si tratáramos de dibujar un escenario de referencia para la Distribución Comercial en los próximos años en la Comunidad Valenciana, sin duda éste habría de seguir caracterizándose por la coexistencia de los diversos formatos comerciales, primando los acuerdos de cooperación, así como la agrupación física o funcional.

Estos son aspectos que debe asumir el pequeño comercio, aún a costa de aplicar mayores esfuerzos en su implementación, de cara a asegurar su posición competitiva en factores clave como son el precio y el servicio.

La actuación de los poderes públicos deberá pues continuar incidiendo en las líneas desarrolladas hasta el momento en aras a conseguir un sector eficiente que satisfaga tanto las exigencias de los consumidores como las del propio aparato productivo y que avance en la línea de consolidar la pervivencia de las distintas fórmulas comerciales, de forma que mantengan una razonable cohesión con los sistemas productivo y económico en general. □