

CONSUMO LOS OCHENTA PROBLEMAS DEL PEQUEÑO COMERCIO

Abarcan desde los humanos individuales a los de organización profesional ● Sin olvidar los relativos a los consumidores, administración, competencia del mercado, ordenamiento jurídico, económicos y financieros específicos y otros

El pequeño y mediano comercio se encuentra en una encrucijada vital con dos opciones: o renovarse y unirse o morir. Esta circunstancia tan crítica está siendo proclamada y revisada desde la Administración y desde el propio sector.

La revista "Distribución Actualidad", que dirige don Miguel de Haro Serrano tan magistralmente, ha dedicado su último número, casi monográficamente, a los problemas del pequeño y mediano comercio. En un ágil y didáctico cuadro se establecen los problemas del pequeño comercio, en diferentes capítulos. La suma de todos arroja la cifra de 85 problemas importantes, que el pequeño y mediano comercio tiene que afrontar. La labor de "Distribución Actualidad" no se limita a enumerarlos, sino que ofrece también 85 soluciones para los 85 problemas.

Aquí resumimos algunos de los aspectos más importantes de los 85 problemas y sus soluciones.

Individuales, de tipo humano

Son nueve problemas: individualismo, inmovilismo, rutina, aislamiento anárquico, desconfianza, falta de conocimientos, mimetismo, incertidumbre ante el futuro, falta de seguridad social.

Las soluciones a estos problemas son: integracionismo, general iniciativa, agruparse profesionalmente, formarse y ponerse al día mediante cursos, seminarios y publicaciones, generar nuevas orientaciones y nuevos comerciantes.

Estas soluciones están a cargo, es decir, puede y debe propiciarlas el propio comerciante y la Administración, las nuevas agrupa-

ciones y la nueva escuela de formación del comerciante.

Frente a los consumidores

En este campo, el comerciante tiene siete problemas: su desconocimiento, la aparición de nuevos consumidores, el cambio en los hábitos de compra, los desplazamientos hacia áreas periféricas de viviendas, no tener respuesta a la contestación del consumidor, formación al consumidor para una elección de su oferta y su punto de venta y formación al consumidor para conseguir su fidelidad.

La solución de tales problemas sólo se conseguirán con un nuevo replanteamiento de lo que desea el consumidor en su nueva concepción, que por lo general el comerciante desconoce o no tiene medios para superarlos. No puede continuar el enfrentamiento, debe dar paso a la cooperación y al entendimiento.

En este caso, además de venir las soluciones del propio comerciante, de la Administración y de la escuela de formación de comerciantes, hace falta una elaboración con las asociaciones de consumidores.

Económicos y financieros

Aquí los nueve problemas son: insuficiencia de capital, escasa rentabilidad, dificultades de crédito, dificultades de expansión, renovación de equipamiento y de instalaciones, falta de tesorería, falta de acciones coordinadas de financiación, falta de cobertura de todo tipo de riesgos, fiscalidad adecuada.

Para estas cuestiones, la solución está: en la creación de un banco oficial de comercio, creación de una sociedad de caución, mutua general del comerciante, establecimiento de un plan general de reconversión del comercio.

Conseguir estas soluciones es cosa de las agrupaciones profesionales y de la Administración.

Organización interna

Once son los problemas del comerciante en este ámbito: Desconocimiento práctico de las nuevas formas de gobierno, mal aprovechamiento de los locales, desfase en las técnicas de venta, inadecuación en las instalaciones, faltas de medios de seguridad, selección, formación y promoción del personal; gestión de "stocks", actualización del sistema contable, control de gestión, política de compras y abastecimiento, promoción y "merchandising".

La solución está en el integracionismo, generar iniciativa, agruparse profesionalmente, formarse y ponerse al día mediante cursos, seminarios y publicaciones, crear nuevas orientaciones y nuevos comerciantes.

El propio comerciante, las nuevas agrupaciones profesionales, la administración y una escuela profesional son quienes pueden conseguir poner en marcha las soluciones dadas.

Organizaciones profesionales

En este campo los problemas van así: falta de agrupaciones minisectoriales, inexistencia de federaciones exclusivas para comerciantes, falta de protección profesional y de política de desarrollo conjunto, falta de acciones conjuntas interprofesionales con los consumidores, los industriales y la Administración y falta de subvenciones que fomenten la formación profesional y que fomenten el cierre de los que no desean continuar.

Otra serie de problemas que complementan los 85 enunciados están en los campos de competencia del mercado: proveedores, ordenamiento jurídico, sociedad y administración. Pero para todos ellos, como para casi la mayoría de los expuestos, la solución debe ser arbitrada por el propio comerciante, las agrupaciones profesionales y la Administración.