

El pequeño comercio y su incierto futuro

Ibiza Melián
17 junio, 2010



Categoría: Política económica

Si ya el panorama general se presenta complicado, en lo que atañe a multitud de tiendas podría equivaler al cese definitivo de su actividad. Porque a pesar de la tan cacareada inyección de liquidez prometida por el Estado, a través de créditos bancarios de fácil acceso y un interés porcentual moderado, la realidad es bien distinta. Endureciendo cada vez más las entidades financieras las condiciones para obtener un préstamo.

No obstante, no sólo la crisis ha puesto a estas empresas al borde del precipicio. Muchos gurús anunciaban desde hace años que en los entornos cambiantes y de alto riesgo como los vigentes, sólo sobrevivirían los más competitivos, aquellos que practicaran una gestión fundamentada en la Investigación, Desarrollo e

Innovación (I + D + i). Para subsistir resultaría igualmente obligatorio encaminar la dirección hacia la excelencia. **Las Administraciones Públicas, en pro de contribuir a la modernización del pequeño comercio, destinaron cuantiosas partidas presupuestarias mediante subvenciones para la consecución de diversos objetivos que creían básicos, entre los que se encontraban:**

- **Reducción de costes.** Pudiéndose lograr **con la creación de “Centrales de Compra”**. Entendiendo que al unirse diversos comercios para adquirir sus productos, el volumen reduciría el precio, posibilitando ofertar al consumidor un importe similar al de las grandes cadenas.
- **Mayor atractivo. Aglutinando las tiendas de una misma calle o área en los denominados “Centros Comerciales Abiertos”**, confiriendo a la zona igual aliciente a ojos de los compradores que una gran superficie. Posicionando una marca homogénea, con un marketing elaborado, apoyado en campañas periódicas: rebajas, navidades, temporadas (otoño, invierno, primavera, verano), vuelta al cole,...Un espacio al aire libre donde el viandante puede disfrutar además de actividades lúdicas.
- **Formación. Reforzando aquellos temas que resultan de imprescindible conocimiento por los propietarios o sus empleados:** contabilidad; fiscalidad; escarparatismo; calidad; protocolo; cómo obtener ayudas de organismos públicos y cómo elaborar el proyecto a adjuntar; uso de las telecomunicaciones; mejorar la presencia en la red; diversificar canales de comercialización,...

Siendo los Ayuntamientos, por su proximidad, el cauce óptimo para transmitir a este tipo de negocios la estrategia diseñada. Sin embargo, quizás por desinformación, dejadez o incredulidad en el proyecto, muchos no supieron liderarlo. Como dice el dicho: *“de aquellos barros vienen estos lodos”*. Y como, lamentable y habitualmente pasa, la falta de visión de ciertos gobernantes locales **puede abocar a una considerable proporción del tejido empresarial, sustancial generador de empleo, a poner el cartel de cierre.** Con lo que la pérdida en la calidad de vida de los residentes de ese determinado municipio estaría garantizada.

