



ANTONIO CARDOSO e CUNHA

Comisario de las
Comunidades Europeas

MERCADO UNICO Y DISTRIBUCION

gran escala. Este proceso no sólo continúa sino que en los últimos años estamos asistiendo a una aceleración del mismo. En cualquier caso, el modelo de desarrollo comercial varía mucho de unos sectores a otros y dentro de los distintos Estados miembros de la Comunidad.

El comercio mayorista muestra, en particular, una diversidad en sus modelos de desarrollo. La especialización y diversificación en las fases anteriores a la venta minorista es tan compleja que ya es difícil considerar el comercio mayorista como un sector único.

En todos los países y todos los sectores, las funciones tradicionales de almacenamiento y transporte de productos han quedado desfasadas, como consecuencia de esta revolución comercial. Consecuentemente, resulta cada vez más difícil distinguir la actividad mayorista de otras actividades comerciales afines como el "cash and carry", la logística o los servicios de intermediarios.

Los cambios demográficos, tecnológicos y los producidos en los hábitos del consumo han desempeñado un papel esencial en esta evolución. Sin embargo, no han sido los únicos. También la realización progresiva del mercado único ha acelerado el proceso. La constitución del mercado único, es decir, la libre circulación de mercancías, personas, ser-

El tema que ha sido elegido para este número de "DISTRIBUCION Y CONSUMO" nos permite hoy poner de manifiesto la importancia económica del sector de la distribución en Europa, situándose el comercio en segundo lugar tras la industria. En la economía comunitaria, alrededor del 13% del PIB y 14% del empleo se genera en el sector del comercio.

En los últimos cuarenta años, la estructura del comercio y los métodos comerciales han experimentado una serie de cambios sustanciales, siguiendo un proceso paralelo y complementario a la aparición de las industrias de producción a

vicios y capitales en un mercado a escala comunitaria sin fronteras entre los Estados miembros, permitirá ahorros importantes para las empresas y podrá, por ejemplo, favorecer el desarrollo de nuevos "super-hubs" de distribución como los de Aquisgrán, Estrasburgo, Lille, Grenoble, Barcelona y Leicester, lugares donde se concentran productores, clientes y depósitos.

En este ámbito, vale la pena destacar unas direcciones posibles para el comercio al por mayor para competir en este mercado: la especialización en ciertos productos o clientes, el aumento de los servicios ofrecidos a la clientela en materia de logística, técnica comercial, apoyo financiero, etc...

La proximidad del mercado único ha fomentado el aumento de iniciativas transfronterizas por parte de las mayores empresas comerciales. No obstante, en líneas generales, el comercio europeo sigue aún dividido por las fronteras nacionales. Por ello es fundamental que se constituya un mercado único de distribución en el que los comerciantes puedan ejercer su actividad en cualquier país con tanta facilidad como ahora lo hacen en su país de origen.

En este sentido, la Comunidad apoya toda una serie de proyectos dirigidos a modernizar e internacionalizar el sector comercial. Los fondos estructurales y los diversos programas comunitarios ofrecen una variada gama de intervenciones, especialmente en materia de formación profesional y de nuevas tecnologías. Además, la Comisión ha multiplicado las iniciativas en materia de cooperación transnacional, cooperación imprescindible para la modernización y la internalización del sector. Ya sea desde el punto de vista de la transferencia de innovación tecnológica, de la investigación, del desarrollo regional, de la cooperación entre empresas y de la información de los empresarios. Pero esta modernización e internalización del sector comercial depende en primer lugar de las empresas europeas.

La Comisión, por su parte, ha aportado su contribución a las reflexiones en curso sobre estos temas con la comunicación "Hacia un mercado único de la distribución" del 11 de marzo de 1991.

Estoy convencido de que la lectura de este número de "DISTRIBUCION Y CONSUMO", también permitirá lograr una mayor conciencia de los desafíos, así como de las oportunidades del mercado único.

* La Comisaría de la CE que gestiona Antonio Cardoso e Cunha incluye, entre otras competencias, las de distribución comercial y consumo.