

---

## EMPLEO EN DISTRIBUCION COMERCIAL

---

# POLITICAS SECTORIALES EN ESPAÑA Y EN OTROS PAISES

---

■ JAVIER CASARES RIPOL. MARIA ISABEL BONILLA DELGADO

---



La política de comercio interior ha venido adoleciendo tradicionalmente, tanto en España como en la mayor parte de los países, de una falta de tratamiento sistemático por parte de las autoridades económicas. Es más frecuente el desarrollo de medidas dispersas y coyunturales para hacer frente a problemas concretos, o bien que algunas medidas de carácter general incidan de forma indirecta en este sector de actividad. El escaso interés político respecto al sector y la falta de innovaciones relevantes en el mismo, que era considerado un sector "reflejo" de la producción, favorecían un planteamiento de la política pública deslavado y reglamentista.

Los cambios "sísmicos" operados en el sector en los últimos años, la revolución emergente y las propias modificaciones en las prioridades de política económica en relación con la inflación, el desempleo y la calidad de vida, entre otros aspectos, requieren la revisión de la política económica desarrollada, tarea que abordamos con entusiasmo en el presente trabajo.

Para una mejor estructuración del análisis se ha dividido el mismo en dos

grandes apartados, el primero de ellos recoge, bajo el título Política de Comercio Interior en España, un análisis de las medidas llevadas a cabo tanto por la Administración central como por las autonómicas, las principales normativas y reglamentaciones que regulan el sector, así como las actuaciones de las empresas públicas y aquellas medidas de política no estrictamente comercial, pero que inciden sobre la distribución comercial.

El segundo apartado está dedicado a la política de comercio interior en el seno de la Unión Europea y queda estructurado en dos bloques que recogen, por un lado, aquellas medidas llevadas a cabo por los diferentes Estados miembros y, por otro, aquellas otras medidas elaboradas en el seno de las instituciones comunitarias.

### POLITICA DE COMERCIO INTERIOR EN ESPAÑA

El estudio de la política de comercio interior en España se articula en torno a las acciones públicas de modernización de las estructuras comerciales, concediendo especial importancia al

marco determinado por el Estado de las Autonomías, la política de reglamentación y ordenación comercial y la política de defensa de los consumidores.

### • POLITICA DE LA ADMINISTRACION CENTRAL PARA LA MODERNIZACION DEL COMERCIO INTERIOR

Dentro de la política llevada a cabo por la Administración Central, nos centraremos, principalmente, en las siguientes actuaciones: El plan de reforma de 1978, las actuaciones de la Administración en el periodo 1982-1995, y el Plan Marco de Modernización del Comercio Interior (1995-2000).

• *El Programa de Reforma y Modernización de las Estructuras Comerciales de 1978*, basado en las directrices establecidas en los Pactos de la Moncloa en octubre de 1977, ha marcado la política de comercio interior de las Administraciones Públicas durante casi dos décadas.

El Programa de 1978 se centró en la elaboración de unos planes de actuación y una normativa comercial, planteándose diversos objetivos en términos



CUADRO Nº 1

## PLAN MARCO DE MODERNIZACION DEL COMERCIO INTERIOR (1)

### 1.- OBJETIVOS GENERALES

- DISMINUCION DEL COSTE GENERAL DE LA DISTRIBUCION COMERCIAL.
- INCREMENTAR EL GRADO DE COMPETENCIA, EN PRECIOS, SERVICIOS Y CALIDAD DEL SECTOR.
- ASEGURAR UN NIVEL SATISFACTORIO DE OFERTA MINORISTA.

### 2.- OBJETIVOS ESPECIFICOS

- AUMENTAR LA COMPETENCIA EN LOS MERCADOS MINORISTAS.
- AUMENTAR LA DIMENSION ECONOMICA DE LAS EMPRESAS.
- DIFUNDIR LAS INNOVACIONES TECNOLOGICAS.
- MEJORAR LA DISTRIBUCION ESPACIAL DE LA OFERTA COMERCIAL.

### 3.- INSTRUMENTOS

#### 3.1.- PROGRAMAS DE FORMACION, INFORMACION Y DIFUSION DE LA INNOVACION

##### ACTUACIONES PREVISTAS

- CURSOS
  - FORMACION DE FORMADORES.
  - ESPECIALIZACION.
  - FORMACION A DISTANCIA.
- CREACION DE UN OBSERVATORIO DE LA DISTRIBUCION COMERCIAL.
- REALIZACION DE JORNADAS, CONGRESOS, MESAS REDONDAS...
- CREACION DE CENTROS DE INNOVACION EN TECNOLOGIA COMERCIAL.

##### PRESUPUESTO

- CRECIENTE DESDE 279 MILLONES EN 1995 A 347 EN EL AÑO 2000.
- EL PRESUPUESTO PARA EL SEXENIO ES DE 1.867 MILLONES DE PESETAS.

#### 3.2.- PROGRAMAS DE COOPERACION EMPRESARIAL Y DE AYUDA A COMERCIANTES INDEPENDIENTES

##### ACTUACIONES PREVISTAS

- SUBVENCIONES PARA INVERSIONES EN REDES INFORMATICAS, REFORMA DE ESTABLECIMIENTOS, DE ASOCIACIONES COMERCIALES Y REMODELACION DE PEQUEÑOS COMERCIANTES INDEPENDIENTES.
- SUBVENCIONES PARA FORMACION Y ASESORAMIENTO.

##### PRESUPUESTO

- COMERCIANTES INDEPENDIENTES: 3.373 MILLONES PARA EL SEXENIO COMPLETADOS CON 7.870 DE LAS CC AA.
- COOPERACION EMPRESARIAL: 12.760 MILLONES PARA EL SEXENIO COMPLETADOS CON 29.773 MILLONES DE LAS CC AA.

#### 3.3.- PROGRAMA DE ORDENACION TERRITORIAL DEL COMERCIO

##### ACTUACIONES PREVISTAS

- SUBVENCIONES DE HASTA EL 70% DE LOS ESTUDIOS NECESARIOS PARA LA ELABORACION DE PLANES DE VIABILIDAD ESPACIAL.

##### PRESUPUESTO

- 843 MILLONES EN EL SEXENIO QUE DEBEN VERSE ACOMPAÑADOS DE 1.967 MILLONES DE LAS CC AA PARA ALCANZAR UN TOTAL DE FINANCIACION PUBLICA DE 2.810 MILLONES DE PESETAS.

1.- Plan Marco 1995-2000.

FUENTE: CASARES, J.; REBOLLO, A. (1996): *Distribución Comercial*. Editorial CIVITAS, Madrid.

de inversión sectorial, equipamientos comerciales y cualificación profesional, que dieron paso al establecimiento de una serie de medidas instrumentales en torno a cinco planes: financiero, formativo, legislativo, actuaciones de Merca-sa, y equipamientos comerciales.

• *Actuaciones de la Administración Central en el periodo 1982-1995.* Una

vez comenzado el proceso de transferencia de competencias a las Comunidades Autónomas –al que posteriormente nos referiremos–, la Administración Central prosiguió realizando diversas actuaciones. Hay que destacar la realización de estudios e investigaciones sobre el comercio (hábitos de compra, venta no sedentaria, centros

comerciales, electrodomésticos, etc.), así como la puesta en práctica del Plan Estadístico Nacional 1993-1999 (1) (Ministerio de Economía y Hacienda, 1993), y la formación y la asistencia técnica a los empresarios y empleados del sector, habiéndose desarrollado diversos cursos de formación comercial colaborando con el Centro de Estudios



CUADRO Nº 2

## NORMATIVA AUTONOMICA PARA LA MODERNIZACION DEL COMERCIO

CC AA	AYUDAS, SUBVENCIONES Y MODERNIZACION	CC AA	AYUDAS, SUBVENCIONES Y MODERNIZACION
<b>ANDALUCIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ACUERDO DEL 6 DE FEBRERO DE 1996, DEL CONSEJO DE GOBIERNO, QUE AUTORIZA LA CELEBRACION DE UN CONVENIO DE COLABORACION ENTRE LA JUNTA DE ANDALUCIA Y ENTIDADES FINANCIERAS PARA CANALIZAR LA FINANCIACION PRIVILEGIADA A LA ADMINISTRACION DE LA COMUNIDAD, ENTES LOCALES Y PYMES EN 1996.</li> </ul>	<b>MADRID</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ORDEN 3742/95 DE 21 DE DICIEMBRE, DE AYUDAS PARA LA INFORMACION Y ADQUISICION DE EQUIPAMIENTO ESPECIALIZADO PARA PYMES COMERCIALES.</li> <li>• ORDEN 3743/95 DE 27 DE DICIEMBRE, DE AYUDAS FINANCIERAS A LAS PYMES COMERCIALES PARA LA MODERNIZACION A TRAVES DE ENTIDADES FINANCIERAS.</li> <li>• ORDEN 3744/95 DE 27 DE DICIEMBRE, DE SUBVENCIONES A MUNICIPIOS PARA RECONVERSION Y MODERNIZACION DE MERCADILLOS MUNICIPALES.</li> <li>• ORDEN 3745/95 DE 27 DE DICIEMBRE, DE AYUDAS ECONOMICAS Y SUBVENCIONES PARA CESE DE ACTIVIDAD Y TRASLADO DE COMERCIANTES ESTABLECIDOS EN EQUIPAMIENTOS COLECTIVOS INVIABLES.</li> <li>• ORDEN 2468/96 DE 28 DE MARZO, DE AYUDAS A PYMES PARA PROMOVER ASISTENCIA A FERIAS COMERCIALES.</li> <li>• ORDEN 2466/96 DE 28 DE MARZO, DE REGULACION DE CONCESION DE AYUDAS A INSTITUCIONES, ASOCIACIONES Y AGRUPACIONES EMPRESARIALES PARA ORGANIZACION O ASISTENCIA A FERIAS COMERCIALES.</li> <li>• ORDEN 3611/96 DE 16 DE MAYO, DE SUBVENCIONES A EMPRESAS COMERCIALES PARA LA CONTRATACION DE TITULADOS PARA LA FORMACION DEL SECTOR COMERCIO.</li> </ul>
<b>ARAGON</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DECRETO 152/96 DE 26 DE JULIO, DE CONCESION DE AYUDAS PARA LA MODERNIZACION DE ESTRUCTURAS COMERCIALES.</li> </ul>	<b>MURCIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ORDEN 9 DE FEBRERO DE 1996, DE AYUDAS ECONOMICAS EN SECTORES COMERCIAL Y ARTESANAL.</li> <li>• ORDEN 16 DE SEPTIEMBRE DE 1996, DE ESTABLECIMIENTO DE FASES QUE REGULAN LAS AYUDAS ECONOMICAS EN SECTORES COMERCIAL Y ARTESANAL.</li> </ul>
<b>ASTURIAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RESOLUCIONES DE 31 DE ENERO DE 1996, DE CONCESION DE SUBVENCIONES A CORPORACIONES LOCALES Y ASOCIACIONES DE COMERCIANTES.</li> </ul>	<b>NAVARRA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DECRETO FORAL 4/95 DE 16 DE ENERO, DE AYUDAS PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES.</li> <li>• ORDEN FORAL DE 18 DE ABRIL DE 1995, DE AYUDAS DIRECTAS A FONDO PERDIDO PARA LA INFORMATIZACION DE PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES.</li> <li>• ORDEN FORAL DE 20 DE MARZO DE 1996, QUE REGULA EL PROCEDIMIENTO PARA LA CONCESION DE AYUDAS PREVISTAS EN EL DECRETO FORAL 4/95 DE 16 DE ENERO.</li> </ul>
<b>CANTABRIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ORDEN DE 29 DE JULIO DE 1996, DE INCENTIVOS AL SECTOR DE DISTRIBUCION COMERCIAL.</li> </ul>	<b>PAIS VASCO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DECRETO 87/96 DE 23 DE ABRIL, SOBRE EL PROGRAMA DE APOYO A LA INVERSION EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCION COMERCIAL.</li> <li>• DECRETO 41/96 DE 20 DE FEBRERO, DE DIVERSAS AYUDAS.</li> <li>• DECRETO 166/96 DE 2 DE JULIO, DE AYUDAS A LOS PLANES ESPECIALES DE REVITALIZACION COMERCIAL.</li> <li>• ORDEN DE 27 DE FEBRERO DE 1996, QUE DESARROLLA EL DECRETO 184/92 DE 30 DE JUNIO.</li> <li>• ORDEN DE 17 DE ABRIL DE 1996, DE GABINETES DE ASISTENCIA TECNICA AL COMERCIO.</li> <li>• ORDEN DE 24 DE ABRIL DE 1996, DE DESARROLLO DEL DECRETO 87/96 DE 23 DE ABRIL.</li> <li>• ORDEN DE 10 DE MAYO DE 1996, DE BECAS PARA LA FORMACION DE ASESORES TECNICOS EN COMERCIO INTERIOR.</li> <li>• ORDEN DE 4 DE JULIO DE 1996, QUE DESARROLLA EL DECRETO 166/96 DE 2 DE JUNIO.</li> </ul>
<b>CAST.- LA MANCHA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ORDEN DE 1 DE JULIO DE 1996, DE PROCEDIMIENTOS DE GESTION DEL DECRETO 13/95 DE 28 DE FEBRERO.</li> </ul>		
<b>CASTILLA Y LEON</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ORDENES DE 30 DE ENERO DE 1996, DE APOYO A PROYECTOS DE INNOVACION, APOYO A PROYECTOS DE INVERSION PARA EL DESARROLLO DE PYMES COMERCIALES, FOMENTO DEL ASOCIACIONISMO COMERCIAL, AYUDAS PARA ACTIVIDADES DE FORMACION COMERCIAL, ETCETERA.</li> </ul>		
<b>CATALUÑA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DECRETO 344/89, DE AYUDAS PARA LA MODERNIZACION.</li> <li>• ORDEN DE 13 DE ABRIL DE 1994, DE SUBVENCIONES PARA ORIENTACION Y ASISTENCIA TECNICA.</li> <li>• ORDEN DE 22 DE ABRIL DE 1994, DE FUNCIONAMIENTO DE LAS ENTIDADES DE COMERCIO.</li> <li>• ORDEN DE 12 DE ENERO DE 1995, DE SUBVENCIONES A ENTIDADES LOCALES.</li> <li>• ORDEN DE 9 DE JULIO DE 1995, QUE MODIFICA LA ORDEN DE 22 DE JUNIO DE 1995.</li> </ul>		
<b>C. VALENCIANA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ORDEN DE 1 DE MARZO DE 1996, DE AYUDAS A LA MODERNIZACION.</li> <li>• RESOLUCION DE 22 DE JULIO DE 1996, SOBRE CONVENIO MARCO DE COLABORACION ENTRE LA GENERALIDAD Y LA DIPUTACION DE ALICANTE Y CASTELLON.</li> </ul>		
<b>EXTREMADURA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DECRETO 93/1996 DE 4 DE JUNIO, DE AYUDAS PARA LA MODERNIZACION DEL PEQUEÑO Y MEDIANO COMERCIO.</li> </ul>		
<b>LA RIOJA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ORDEN 5/92 DE 16 DE JULIO, QUE MODIFICA LA ORDEN DE 29 DE AGOSTO DE 1990.</li> <li>• ORDEN DE 13 DE MAYO DE 1994, DE SUBVENCIONES PARA REFINANCIAR PASIVO.</li> <li>• ORDEN DE 28 DE DICIEMBRE DE 1995, DE SUBVENCIONES AL TIPO DE INTERES DE DETERMINADOS CREDITOS.</li> <li>• ORDEN DE 24 JULIO DE 1996, DE SUBVENCIONES A ASOCIACIONES Y PYMES.</li> <li>• ORDEN DE 18 DE AGOSTO DE 1996, DE MODERNIZACION DEL SECTOR.</li> </ul>		

FUENTE: Ministerio de Economía y Hacienda. Subdirección General de Comercio Interior (1997): La Distribución Comercial en España, 1996. Madrid.





CUADRO Nº 3  
**NORMATIVA AUTONOMICA DE COMERCIO INTERIOR**  
 POSTERIOR AL REAL DECRETO LEY DE 29 DE DICIEMBRE DE 1993

CC AA	HORARIOS COMERCIALES	NORMATIVA GENERAL	EQUIPAMIENTO COMERCIAL
ANDALUCIA	DECRETO 66/1994 DE 22 DE MARZO.	LEY 1/1996 DE 10 DE ENERO, DE COMERCIO INTERIOR.	
ARAGON	ORDEN DE 30 DE NOVIEMBRE DE 1995.	LEY 9/1989 DE 5 DE OCTUBRE, DE ORDENACION DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.	DECRETO 124/1994 DE 7 DE JUNIO, DEL PLAN GENERAL PARA EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE ARAGON.
BALEARES	DECRETO 35/95 DE 28 DE MARZO; LEY 2/94 DE 18 DE MAYO, DE INFRACCIONES Y SANCIONES EN MATERIA DE HORARIOS COMERCIALES.		
CANARIAS	DECRETO 24/1994 DE 4 DE MARZO.	LEY 4/1994 DE 25 DE ABRIL, DE ORDENACION DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL.	DECRETO 219/94 DE 28 DE DICIEMBRE, DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.
CANTABRIA	DECRETO 58/94 DE 16 DE DICIEMBRE, DE REGULACION DE HORARIOS COMERCIALES; ORDEN DE 22 DE DICIEMBRE DE 1995, DE APERTURA EN DOMINGOS Y FESTIVOS.		
CASTILLA-LA MANCHA	DECRETO 19/1994 DE 1 DE MARZO.		
CASTILLA Y LEON	DECRETO 293/1994 DE 22 DE DICIEMBRE; LEY 11/1994 DE 18 DE JULIO, DE INFRACCIONES Y SANCIONES EN MATERIA DE HORARIOS COMERCIALES; DECRETO 275/1995 DE 28 DE JULIO, DE HORARIOS COMERCIALES.		
CATALUÑA	DECRETO 41/1994 DE 22 DE FEBRERO.	DECRETO LEGISLATIVO 1/1993 DE 9 DE MARZO, TEXTO REFUNDIDO SOBRE COMERCIO INTERIOR (T.R. DE LA LEY 1/1983 DE 18 DE FEBRERO Y LEY 23/1991 DE 29 DE NOVIEMBRE); ORDEN DE 25 DE ABRIL DE 1994, POR LA QUE SE CREA LA MESA DE COMERCIO.	LEY 3/1987 DE 4 DE MARZO, DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES; DECRETO 97/1993 DE 23 DE FEBRERO, DE LAS COMISIONES TERRITORIALES DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.
C. VALENCIANA	DECRETO 42/1994 DE 21 DE FEBRERO.		
EXTREMADURA	DECRETO 2/1994 DE 25 DE ENERO.		
GALICIA	DECRETO 20/1994 DE 4 DE FEBRERO.		
LA RIOJA	DECRETO 2/94; LEY 1/1995 DE 2 DE FEBRERO, DE INFRACCIONES Y SANCIONES EN MATERIA DE HORARIOS DE APERTURA Y CIERRE DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.		
MADRID	LEY 4/94 DE 6 DE JUNIO, DE CALENDARIO DE HORARIOS COMERCIALES; DECRETO 70/94 DE 7 DE JULIO, DE HORARIOS EN REGIMENES ESPECIALES; DECRETO 285/95 DE 23 DE NOVIEMBRE, DE APERTURA EN DOMINGOS Y FESTIVOS;		
MURCIA	DECRETO 32/1994; ORDEN DE 13 DE NOVIEMBRE DE 1995, DE CALENDARIO DE APERTURA EN DOMINGOS Y FESTIVOS PARA 1996.		
NAVARRA	EXISTENCIA DE LIBERTAD TOTAL DE HORARIOS COMERCIALES.		
PAIS VASCO		LEY 7/94 DE 27 DE MAYO, DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL; DECRETO 177/95 DE 28 DE FEBRERO, DE LA COMISION CONSULTIVA DE COMERCIO; DECRETO 475/95 DE 7 DE NOVIEMBRE, SOBRE FIANZA CAUCIONAL PARA LA VENTA A DOMICILIO.	DECRETO FORAL 154/93 DE 10 DE MAYO, QUE REGULA LA IMPLANTACION TERRITORIAL Y URBANISTICA DE GRANDES SUPERFICIES.  DECRETO 82/1995 DE 31 DE ENERO, QUE REGULA LA AUTORIZACION PARA LA IMPLANTACION DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES CON SUPERFICIE DE VENTA > A 2.000 M <sup>2</sup> .



FUENTE: Elaboración propia.

Comerciales (CECO) y del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, entre otras instituciones.

• El Plan Marco de Modernización del Comercio Interior (1995-2000) que fue presentado y adoptado en la Conferencia Sectorial de Comercio Interior el

8 de mayo de 1995, y aprobado por el Consejo de Ministros el 12 de mayo, articula las actuaciones previstas por el Gobierno encaminadas al fomento de la actividad de la distribución comercial. Este conjunto de medidas pretenden asegurar al sector la capacidad de

adaptarse a las nuevas posibilidades que exigen las actuales circunstancias económicas, no sólo en orden a garantizar su supervivencia, sino para posibilitar que el comercio siga asegurando a la sociedad los servicios de abastecimiento, proximidad, diversificación de

la oferta y mantenimiento de los conjuntos urbanos, entre otros.

El Plan Marco se extiende a todas las empresas comerciales sean de titularidad individual o social, mayoristas o minoristas, es decir, contemplando la totalidad del comercio interior pero,

principalmente, dirigido a aquellas empresas de tamaño medio y pequeño. (Ministerio de Comercio y Turismo, 1995).

Las medidas adoptadas en el Plan Marco de Comercio Interior se resumen según el siguiente esquema:

1.- Actuaciones de mejora del entorno de la actividad de la distribución comercial:

- a) Ámbito laboral.
- b) Fiscalidad.
- c) Regulación del comercio.
- d) Información y difusión de las actuaciones de la U.E.

2. Programas Generales:

- a) Formación.
  - b) Información sobre distribución comercial.
  - d) Difusión de la innovación.
3. Programas Específicos:
- a) Programas de cooperación.
  - b) Programa de ordenación territorial del comercio.
  - c) Programa de ayuda a comerciantes independientes: especialización y mejora de la gestión.

Cuando el Plan Marco contaba con aproximadamente un año de vigencia, se acometió su reforma, acordada por la Administración de Estado y las CC.AA. en la reunión de Directores Generales que tuvo lugar el 26 de junio de 1996. Dicha reforma procura que en los Programas Generales de Formación, Información e Innovación se dote de una mayor participación a las CC.AA. en cuanto a la selección de contenidos y destinatarios de los mismos, así como que se dé una amplia difusión a las acciones que se realicen, de forma que los profesionales del sector puedan beneficiarse de ellos.

Dentro de los Programas Específicos se pretenden impulsar principalmente aquellos referentes al asociacionismo y al urbanismo comercial; y fomentar la participación de las Administraciones locales mediante convenios entre las Comunidades Autónomas y los Ayuntamientos, y otros entes de Derecho Público y Privado, esencialmente en acciones de urbanismo comercial o de mejora de mercados municipales y centros históricos.

La reforma busca dar más flexibilidad a la forma de actuación de las CC.AA. en sus programas de ayuda, eliminando las menciones a los tipos de incentivos (subvenciones de tipos de interés, subvenciones directas...), que anteriormente se recogían en el Plan. (Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa; 1996).

El esquema de objetos generales y específicos, e instrumentos del Plan se resume en el cuadro nº 1.

**¥POLITICA DE REFORMA DE LAS ESTRUCTURAS COMERCIALES EN LAS ADMINISTRACIONES AUTONOMICAS**

La transferencia de competencias a las Comunidades Autónomas supuso un giro importante en la política de modernización en términos de descentralización de las actuaciones, aunque los objetivos e instrumentos planteados experimentaron escasos cambios. En todo caso, señalaremos los principales aspectos de la política autonómica:

– El proceso de transferencia de competencias se fue realizando desde 1980 a 1984 y, de acuerdo con el mismo, había cuatro CC.AA. con competencias exclusivas en materia de reforma de las estructuras comerciales (País Vasco, Cataluña, Galicia y Andalucía). A partir de 1982 se acelera el proceso de traspaso de competencias a las CC.AA. que, en la práctica, asumen las funciones ejecutivas y legislativas en relación con la programación de la reforma de las estructuras comerciales.

La Administración del Estado se reserva competencias de carácter general sobre la ordenación de la actividad económica, la política monetaria y la política de precios y concurre en algunas competencias relativas a la programación general del Estado. En realidad, las CC.AA. comienzan por desarrollar los mismos programas del IRESCO, aunque posteriormente se observan diferentes líneas de actuación en determinadas materias.

– Política de modernización del comercio emprendidas por las Comunidades Autónomas. Dentro de las políti-

CUADRO Nº 4

## LEY 7/1996 DE ORDENACION DEL COMERCIO MINORISTA

TEMAS OBJETO DE REGULACION	RESUMEN DE LO REGULADO
<b>INSTALACION DE GRANDES SUPERFICIES</b> (SUPERFICIE DE EXPOSICION Y VENTA SUPERIOR A 2.500 M <sup>2</sup> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LICENCIA COMERCIAL ESPECIFICA DE LA COMUNIDAD AUTONOMA.</li> <li>• POSIBLE CREACION DE COMISIONES TERRITORIALES DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES.</li> <li>• APLAZAMIENTOS DE PAGO SUPERIORES A 60 DIAS DEBEN QUEDAR INSTRUMENTADOS EN DOCUMENTOS QUE LLEVEN APAREJADA ACCION CAMBIARIA CON MENCION EXPRESA DE LA FECHA DE PAGO.</li> <li>• PARA LA CONCESION DE APLAZAMIENTO DE PAGOS SUPERIORES A 120 DIAS EL VENDEDOR PODRA EXIGIR AVALES BANCARIOS O SEGURO DE CREDITO Y CAUCION.</li> </ul>
<b>PAGOS A PROVEEDORES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DEVENGO DE INTERESES MORATORIOS A PARTIR DEL DIA SIGUIENTE AL SEÑALADO PARA EL PAGO.</li> <li>• PROHIBICION DE VENTAS EN PIRAMIDE.</li> <li>• REGULACION DE LAS REBAJAS (DOS PERIODOS ANUALES DE ENTRE 1 SEMANA Y DOS MESES).</li> </ul>
<b>ACTIVIDADES DE PROMOCION DE VENTAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• REGULACION DE VENTA DE SALDO, LIQUIDACION Y CON OBSEQUIOS.</li> <li>• REGISTRO DE EMPRESAS DE VENTA A DISTANCIA.</li> <li>• HOMOLOGACION DE MAQUINAS PARA LA VENTA AUTOMATICA.</li> </ul>
<b>VENTAS ESPECIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AUTORIZACION MUNICIPAL PARA LA VENTA AMBULANTE.</li> <li>• APERTURA DE, AL MENOS, 8 DOMINGOS Y FESTIVOS AL AÑO (NUMERO DEFINITIVO MAXIMO Y HORARIO FIJADO POR LAS CC AA).</li> <li>• EXCEPCIONES EN VENTA DE PASTELERIAS, PAN, PRENSA, FLORISTERIA, TIENDA DE CONVENIENCIA, TIENDAS EN ZONAS TURISTICAS...</li> </ul>
<b>HORARIOS COMERCIALES (HASTA EL AÑO 2001)</b>	

FUENTE: CASARES, J.; REBOLLO, A. (1996); *Distribución Comercial*. Editorial CIVITAS, Madrid.

cas de modernización se consideran cuatro vertientes de actuación:

1) *Financiación de inversiones físicas*: La normativa de carácter nacional en la que se apoyan las CC.AA. es la Orden de 13 de octubre de 1989 por la que se establece el procedimiento y características de financiación para la modernización del comercio.

La financiación privilegiada de inversiones físicas en el sector comercial se ha desarrollado con grandes dificultades debido a la heterogeneidad y proliferación de instrumentos utilizados (desde diferentes organismos, con diversas prioridades y criterios de evaluación de proyectos, distintos niveles de participación de las entidades financieras...). A todo ello se ha superpuesto la crisis conceptual de la financiación preferencial de sectores, en el marco de la tendencia hacia la desregulación.

2) *Formación y asistencia técnica*: Destacan algunos cambios de instrumentación por parte de determinadas CC.AA. que han recurrido, por ejemplo, a la contratación directa de activi-

dades (Cataluña) o al desarrollo de nuevas formas educativas (como el sistema a distancia, con vídeo y manuales, de la Comunidad de Madrid, y el Plan Informático para el Comercio (PIC) del Gobierno Vasco (2), o a un sistema de subvenciones a fondo perdido a las asociaciones para la promoción del personal de la empresa comercial (País Vasco).

3) *Equipamientos comerciales*: En esta materia se produjeron algunos cambios relevantes en diversas CC.AA. (además de tener en cuenta el impacto de MERCASA), como ejemplo se cita el proceso de reconversión, adecuación y remodelación de los mercados municipales de abastos, que ha seguido una notable tendencia creciente pasando de 6 mercados por año entre 1970/80, a cifras superiores a 40-50 mercados por año en 1980/90, donde debe valorarse la incidencia de la actuación llevada a cabo por MERCASA, que, a su ya habitual función de construcción de mercados mayoristas, une la remodelación y promoción de los minoristas (3).

Debemos destacar, de igual modo, la existencia de normas, en determinadas Comunidades, que regulan la política de equipamientos comerciales, como por ejemplo, en Cataluña, la Ley 3/1987, de 9 de marzo, de Equipamientos Comerciales; en Aragón, el Decreto de septiembre de 1993 y el Decreto 124/1994 que regulan el Plan General para el Equipamiento Comercial de Aragón; en Canarias, el Decreto 219/1994, de 28 de octubre, por el que se aprueban los criterios generales del Equipamiento Comercial de Canarias; en Galicia, la Ley 10/1988, de 20 de julio de Ordenación del Comercio Interior; en la C. Valenciana, la Ley 8/1986, de 29 de diciembre, de Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales y en Navarra, el Decreto Foral 154/1993, de 10 de mayo, de Implantación de Grandes Superficies Comerciales.

4) *Estudios y otras actividades*: Diversas CC.AA. han realizado estudios de carácter local y sectorial. Destaca principalmente la realización de censos comerciales (Madrid, País Vasco,





Comunidad Valenciana...) que han permitido obtener una visión más exacta de la realidad comercial de estas Comunidades.

5) Por otra parte se plantean nuevas actividades de modernización del comercio, como los programas integrados de actuación, que pretenden la integración de las acciones de reconversión del comercio en planes de actuación. Como ejemplos relevantes citamos los programas integrados de acción comercial de Andalucía, los planes de promoción comercial de Aragón, y algunas otras acciones integradas desde el punto de vista del urbanismo (Madrid), o la actuación conjunta de empresas (Murcia). Y la promoción comercial y asistencia a ferias, ya que en algunas CC.AA. (Andalucía, Galicia, Extremadura, Castilla y León, Aragón...) se ha vinculado la modernización de las estructuras comerciales con las actuaciones de promoción regional de

productos y de apoyo a las ferias comerciales.

Estas actuaciones, así como la concesión de ayudas, subvenciones, los planes de modernización, etc...vienen regulados por las principales normas de ámbito autonómico que recogemos en el cuadro nº 2.

### • ORDENACION Y REGLAMENTACION COMERCIAL

Con el objetivo de sistematizar las ideas sobre la ordenación comercial en España, vamos a considerar dos "esferas" de actividad legislativa: normativa general y normativa específica.

**Normativa General:** Al no existir una Ley general de Comercio, a nivel estatal, hasta la reciente aprobación de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, diversas CC.AA. habían desarrollado normas en sus ámbitos geográficos, en

las que han intentado establecer "las reglas del juego" de la actividad comercial en los mismos.

- *Cataluña:* Ley 1/1983, de 18 de febrero, de "Regulación Administrativa de determinadas Estructuras Comerciales y ventas especiales". Ley 1/1990, de 8 de enero, sobre "Disciplina de mercado y Defensa de los consumidores y usuarios". Ley 23/1991, de 29 de noviembre, de "Comercio Interior".

- *C. Valenciana:* Ley 8/1986, de 29 de diciembre, de "Ordenación del Comercio y Superficies Comerciales". Ley 2/1987, de 9 de abril, "Estatuto de consumidores y usuarios".

- *País Vasco:* Ley 9/1983, de 19 de mayo, de "Ordenación de la Actividad Comercial". Ley 10/1981, de 18 de noviembre, "Estatuto del consumidor para el País Vasco".

- *Galicia:* Ley 10/1988, de 20 de julio, de "Ordenación del Comercio Interior de Galicia".



**CATALANA  
de  
CARNES, S.A.**

Comercio al detalle y al mayor de carnes frescas refrigeradas de bovino

•  
Salas de despiece y envasado

Exportación, importación

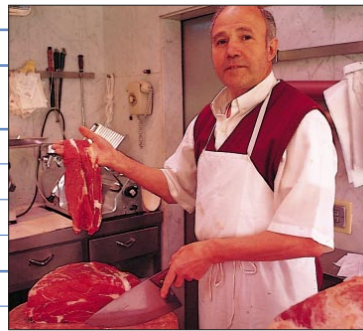
**ESCORXADOR MERCABARNA**

Zona Franca, sector C  
Galeria Ramaders, despatx 12  
08040 BARCELONA  
Tel.: (93) 335 72 53  
Fax: (93) 336 00 51



CUADRO Nº 5  
NORMATIVA AUTONOMICA POSTERIOR A LA LEY 7/1996

CC AA	COMPETENCIA	NORMATIVA GENERAL	REGULACION DE HORARIOS
ANDALUCIA	EXCLUSIVA		TITULO III DE LA LEY 1/96 DE 10 DE ENERO; BOE DEL 16.
ARAGON	EXCLUSIVA	DECRETO 103/96 DE 11 DE JUNIO, DE REGULACION DE VENTA EN REBAJAS.	DECRETO 24/95 DE 21 DE FEBRERO; BOA Nº 23 DEL 24.
ASTURIAS	EJECUTIVA	DECRETO 56/96 DE 29 DE AGOSTO, DE INSTALACION DE GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.	NO EXISTE.
BALEARES	EJECUTIVA	ORDEN DE 2 DE ABRIL, QUE DESARROLLA DIVERSOS ASPECTOS DE LA LEY 7/96.	DECRETO 171/96 DE 6 DE SEPTIEMBRE; BOIB Nº 32 DE 17 DE SEPTIEMBRE.
CANARIAS	EXCLUSIVA	DECRETO 183/9 DE 18 DE JULIO, DE TEMPORADA DE REBAJAS.	DECRETO 24/94 DE 4 DE MARZO; BOC Nº 32 DEL 14.
CANTABRIA	EJECUTIVA	DECRETO 47/96 DE 30 DE MAYO, DE VENTA EN PERIODO DE REBAJAS.	ART. 7, 8, Y 9 DEL DECRETO 121/96 DE 29 DE NOVIEMBRE; BOC DEL 5 DE DICIEMBRE.
CASTILLA-LA MANCHA	EJECUTIVA	DECRETO 79/96 DE 1 DE JUNIO, DE COMPETENCIAS SANCIONADORAS. DECRETO 105/9, DE 9 DE JULIO, DE COMPETENCIAS SANCIONADORAS. ORDEN DE 14 DE JUNIO DE 1996, DE TEMPORADA DE REBAJAS. ORDEN DE 26 DE AGOSTO DE 1996, DE APERTURA EN DOMINGOS Y FESTIVOS.	DECRETO 114/96 DE 23 DE JULIO; BOCLM Nº 33 DE 28 DE JULIO.
CASTILLA Y LEON	EJECUTIVA	ORDEN DE 27 DE MAYO DE 1996, DE VENTA EN REBAJAS. LEY 2/96 DE 18 DE JUNIO, DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES. DECRETO 192/96 DE 1 DE AGOSTO, DEL CONSEJO CASTELLANO-LEONES. DECRETO 60/1997 DE 13 DE MARZO, POR EL QUE SE APRUEBA EL PLAN GENERAL DEL EQUIPAMIENTO COMERCIAL DE CASTILLA Y LEON.	DECRETO 285/96 DE 19 DE DICIEMBRE; BOCYL Nº 247 DE 23 DE DICIEMBRE.
CATALUÑA	EXCLUSIVA	ORDEN DEL 12 DE ENERO DE 1996, DEL PLAN TERRITORIAL SECTORIAL DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES. ORDEN DE 12 DE FEBRERO DE 1996, DEL COMITE DIRECTOR.	DECRETO 41/94 DL 22 DE FEBRERO; BOGC Nº 1869 DE 4 DE MARZO.
CEUTA	EJECUTIVA		DECRETO 42/94 DE 21 DE FEBRERO; DOCV Nº 2215 DE 25 DE FEBRERO.
C. VALENCIANA	EXCLUSIVA	ORDEN DE 7 DE FEBRERO, DE DIAS FESTIVOS Y DOMINGOS HABLES.	NO EXISTE.
EXTREMADURA	EJECUTIVA	DECRETO 68/96 DE 21 DE MAYO, DE REGIMEN SANCIONADOR. DECRETO 102/96, DE 17 DE JUNIO, DE TEMPORADA DE REBAJAS. ORDEN DE 1 DE AGOSTO DE 1996, DE LICENCIA ESPECIAL ESPECIFICA DE GRANDES SUPERFICIES.	DECRETO 170/96 DE 11 DE DICIEMBRE; DOE Nº 146 DE 17 DE DICIEMBRE.
GALICIA	EXCLUSIVA	DECRETO 254/96 DE 14 DE JUNIO, DETERMINA EL ORGANO COMPETENTE PARA FIJAR LA TEMPORADA DE REBAJAS. DECRETO 341/96 DE 13 DE SEPTIEMBRE, CREA LA COMISION CONSULTIVA DE EQUIPAMIENTOS COMERCIALES Y REGULA LA IMPLANTACION DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES.	DECRETO 365/96 DE 26 DE SEPTIEMBRE; DOG Nº 197 DE 8 DE OCTUBRE.
LA RIOJA	EJECUTIVA	DECRETO 5/96 DE 16 DE FEBRERO, DE REGULACION DE HORARIOS Y PERIODOS DE REBAJAS.	LEY 4/94 DE 6 DE JUNIO; BOCM Nº141 DE 16 DE JUNIO.
MADRID	EJECUTIVA *	DECRETO 55/96 DE 18 DE ABRIL, DE ZONAS DE GRAN AFLUENCIA TURISTICA. DECRETO 102/96 DE 4 DE JULIO, QUE FIJA LOS ORGANOS COMPETENTES PARA IMPONER LAS SANCIONES ESTABLECIDAS EN LA LEY 7/96. ORDEN 1709/96 DE 4 DE MARZO, DE CREACION DE UN REGISTRO GENERAL DE COMERCIANTES AMBULANTES. ORDEN 1712/96 DE 4 DE MARZO, DE CREACION DE UN REGISTRO GENERAL DE ASOCIACIONES DE EMPRESAS. ORDEN 3323/96 DE 16 DE ABRIL, QUE REGULA EL PROCEDIMIENTO PARA LA SOLICITUD DE LICENCIA DE APERTURA DE GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES. ORDEN 3349/96 DE 22 DE ABRIL, DE REGULACION TEMPORADA DE REBAJAS Y VENTA DE PRODUCTOS CULTURALES EN DOMINGOS Y FESTIVOS. ORDEN 4671/96 DE 30 DE JULIO, MODIFICA LA COMISION EVALUADORA PARA LA CONCESION DE LICENCIA DE APERTURA DE GRANDES ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES.	DECRETO 32/94 DE 4 DE MARZO; BORM Nº 57 DE 10 DE MARZO.
MELILLA	EJECUTIVA		NO EXISTE.
MURCIA	EJECUTIVA	ORDEN DE 30 DE MAYO DE 1996, ESTABLECE LA TEMPORADA DE VERANO DE REBAJAS.	NO EXISTE.
NAVARRA	EXCLUSIVA	ORDEN FORAL DE 17 DE JUNIO DE 1996, DE TEMPORADA DE REBAJAS.	NO EXISTE.
PAIS VASCO	EXCLUSIVA	DECRETO 135/1996 DE 5 DE JUNIO, DE TEMPORADA DE REBAJAS.	DECRETO 58/96 DE 18 DE DICIEMBRE; BOLR Nº 156 DE 24 DE DICIEMBRE.



\*.- Ejecutiva en comercio interior, legislativa en fomento del desarrollo económico.

FUENTE: Ministerio de Economía y Hacienda. Subdirección General de Comercio Interior (1997); La Distribución Comercial en España, 1996. Madrid.

• Aragón: Ley 9/1989, de 5 de octubre, de "Ordenación de la Actividad Comercial en Aragón".

Hay que advertir que las materias "comercio interior" o "defensa de los consumidores" no son conceptos totalmente nítidos, así como tampoco lo son "las condiciones básicas (artículo. 149.1.C.E.) que garanticen la igualdad de todos los españoles"; de ahí la frecuencia con la que se han suscitado conflictos de competencia y recursos de inconstitucionalidad entre el Estado y las Comunidades Autónomas; pues si bien la Administración Central no había dictado una Ley General de Comercio hasta enero de 1996, sí había regulado aspectos destacados del mismo, como son el R.D. Ley 2/1985, de 30 de abril, sobre medidas de Política Económica, cuyo artículo 5º estableció la libertad de horario y calendario para todos los locales comerciales, en todo el territorio del Estado; la Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios -Ley 26/1984, de 19 de julio-; el R.D. 1945/1983, de 22 de junio, por el que se regulan las infracciones y sanciones en materia de Defensa del Consumidor y de la Producción Agroalimentaria o el Real Decreto 2.651/83, de 23 de septiembre sobre Ferias Comerciales Internacionales.

A causa del citado conflicto de competencias las Leyes de Comercio Interior elaboradas por las autoridades autonómicas fueron sometidas a juicio de constitucionalidad del Tribunal Constitucional, que en Sentencias de 8, 9 y 22 de julio y 30 de septiembre de 1993 declaró nulos los preceptos de las mismas sobre horarios comerciales por estimar que el R D Ley, de 30 de abril de 1985, contenía una norma básica de ordenación general de la Economía de obligada aplicación en todo el territorio nacional.

Además, también declaró nulas las normas autonómicas que establecían límites temporales para la realización de ofertas específicas (rebajas, saldos...) por considerar que tales cuestiones afectaban al sistema de defensa de la competencia que es materia que le corresponde regular al Estado.

Esta crisis de la legislación autonómica dio paso a una nueva regulación estatal en busca de un punto de equilibrio entre el régimen de libertad implantado por el Real Decreto Ley de 1985 y las posiciones de los legisladores autonómicos disconformes con el mismo. De esta forma se dicta el Real Decreto Ley, de 29 de diciembre de 1993, el cual reconoce en su artículo 1 que es competencia de las CC.AA. la regulación de los horarios comerciales dentro de los límites que el propio Estado fije en el ejercicio de sus competencias sobre ordenación general de la economía. (Fernández, T. R.; 1996).

El R.D. Ley de 1993, al mantener lo dispuesto por su antecesor "en defecto de disposiciones autonómicas", dio lugar, naturalmente, a la aparición de nuevas legislaciones territoriales que regulaban los horarios comerciales, los equipamientos comerciales, así como otras normativas de carácter general (ver cuadro nº 3).

La Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista y Ley Orgánica 2/1996, de 15 de enero, vio la luz en diciembre de 1995 después de un larguísimo proceso de gestación, porque no hay que olvidar los primeros proyectos de mediados de los años 70, el avanzado proyecto sobre normativa comercial que quedó truncado por el llamado "Decreto Boyer" de abril de 1985, y otros planteamientos que no se consiguieron elaborar con carácter definitivo por la proximidad de elecciones, o la falta de acuerdo entre los interlocutores sociales.

Entre los motivos "oficiales" que impulsan la elaboración de la Ley de Comercio destacan los cambios sufridos por la distribución comercial minorista en España, la incorporación de nuevas tecnologías y formas de venta, los retos marcados por la Unión Europea y la evidente dispersión de la normativa existente en materia de distribución comercial.

Por otro lado, pueden señalarse como principales objetivos perseguidos por la nueva legislación comercial la depuración de aspectos competenciales en el debate nacional y autonómico, la

CUADRO Nº 6

## RECOMENDACIONES DE LA PONENCIA SOBRE LOS PLAZOS DE PAGO

OBJETIVO	MEDIDAS RECOMENDADAS
ESTABLECER CAUTELAS SOBRE LOS COMPROMISOS DE PAGO	• CUANDO LOS PLAZOS DE PAGO SUPEREN LOS 60 DIAS DEBEN ESTABLECERSE CAUTELAS (LEY DE COMERCIO).
	• CUANDO SE INCUMPLAN LOS PAGOS EN EL PLAZO ACORDADO LAS DEMORAS DEVENGARAN AUTOMATICAMENTE INTERESES (LEY DE COMERCIO).
AUMENTAR LA INFORMACION DE GRANDES EMPRESAS COMERCIALES, CENTRALES DE COMPRA Y COOPERATIVAS DE CONSUMO	• REGULACION MAS COMPLETA DEL ALBARAN (LEY DE COMERCIO).
	• LAS CENTRALES DE COMPRA Y COOPERATIVAS DE CONSUMO DEBERAN PRESENTAR CUENTAS ANUALES Y EL INFORME DE GESTION Y SOMETERSE AL REGIMEN LEGAL DE AUDITORIAS.
GARANTIZAR LAS OPERACIONES MERCANTILES	• ESTABLECER REQUISITOS ESPECIFICOS DE SOLVENCIA Y ELEVAR LAS SANCIONES POR INCUMPLIMIENTO DE LA PRESENTACION DE LOS ESTADOS CONTABLES EN EL REGISTRO MERCANTIL.
	• ESTABLECER EN EL ORDENAMIENTO JURIDICO EL DERECHO A LA FORMALIZACION DE UN AVAL EN LOS CASOS EN QUE LA ENTIDAD DEUDORA TENGA UNA CIFRA EN LA CUENTA DE PROVEEDORES SUPERIOR A 10.000 MILLONES DE PESETAS O QUE LOS PLAZOS DE PAGO SUPEREN LOS 120 DIAS.
AUMENTAR LA COMPETENCIA	• INCLUIR COMO PRACTICAS CONTRARIAS A LA LIBRE COMPETENCIA EL ABUSO DE LA DEPENDENCIA ECONOMICA Y EL PODER DE MERCADO.
	• OFRECER MAYOR CANTIDAD DE SUELO COMERCIAL.

FUENTE: *Elaboración propia.*

regulación de nuevas modalidades de venta al público, y la modernización de las estructuras comerciales, de tal forma que se facilite la consecución de un sistema de distribución eficiente.

Desde un punto de vista descriptivo el cuadro nº 4 recoge los principales temas tratados por la Ley de Ordenación del Comercio Minorista.

El 15 de enero entró también en vigor la Ley Orgánica 2/1996, complementaria de la Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista, la cual faculta a las CC.AA. para regular los horarios de apertura y cierre de los locales comerciales, la determinación de los domingos y festivos en que se podrá abrir los establecimientos comerciales, la declaración de zonas de interés turístico, la definición de tiendas de conveniencia y la regulación de los horarios comerciales de los establecimientos dedicados exclusivamente a la venta de productos culturales. (Ministerio de Comercio y Turismo; 1996i).

Teniendo en cuenta esta situación, diversas comunidades autónomas han iniciado ya la reglamentación de competencias que les atribuye tanto la Ley 7/1996, como la Ley Orgánica 2/1996 (cuadro nº 5)

**Normativa específica.** Entre las principales reglamentaciones específicas que regulan aspectos básicos para la distribución comercial podemos destacar: la normativa referente a las ferias de muestras y exposiciones, la legislación sobre venta ambulante, la normalización de productos y reglamentación técnico-sanitaria, y la regulación sobre plazos de pago. Siendo ésta última en la que nos centramos a continuación.

La regulación de los plazos de pago no había sido nunca la principal preocupación, respecto al sector comercio. Sin embargo, recientemente se llevó a cabo un análisis de la situación que soportan, especialmente, los pequeños y medianos empresarios –obligados a aceptar unas fuertes inversiones en deudores comerciales–.

Así, el Boletín Oficial de las Cortes Generales publicó, el 6 de febrero de 1995, el informe de la Ponencia nombrada para analizar la problemática de los plazos de pago, en el cual plantea las recomendaciones que se resumen en el cuadro nº 6.

Posteriormente la Ley de Ordenación del Comercio Minorista ha regulado algunos extremos relativos a los plazos de pago, en su artículo 17, el cual

contiene una obligación taxativa, que deberán seguir los comerciantes, y se concreta en la utilización prescriptiva de documento cambiario aceptado, si el plazo de pago pactado excede de los 60 días tras la entrega de la mercancía.

### • ACTUACIONES DE LAS EMPRESAS PUBLICAS

Entre las principales actuaciones de las empresas públicas españolas en el sector distributivo pueden señalarse, como más relevantes, las siguientes:

– La actividad de MERCASA como promotor de mercados minoristas, centros comerciales de barrio y otras infraestructuras detallistas, así como la continuación de su política tradicional de mercados mayoristas.

– Las actuaciones en régimen de monopolio de Aldeasa en la comercialización de productos libres de impuestos en aeropuertos internacionales, y tiendas de museos y palacios.

– Las intervenciones que Mercasa y Tabacalera realizaron en la compra directa de empresas comerciales para desarrollar su propia línea de supermercados, incluyendo la comercialización directa de productos.







– Es también destacable en este terreno la actividad desarrollada en su momento por la empresa pública Mercados en Origen (MERCO), que constituía uno de los ejes fundamentales de la política agroalimentaria en España en los años 70 y 80.

En cualquier caso, los principales campos de actuación de la empresa pública en España en relación con el comercio interior pueden ser:

- Creación y reconversión de centros comerciales y mercados de barrio.
- Modernización de las Unidades Alimentarias Mayoristas y adaptación continua de sus instalaciones y servicios a los nuevos requerimientos de la producción y el consumo.
- Proyección internacional de su tecnología y el "saber cómo" (4).

### • MEDIDAS DE POLÍTICA ECONOMICA "NO COMERCIAL"

Son numerosas las actuaciones de la política económica que condicionan en gran medida la reforma comercial y las posibilidades de la política sectorial. Sin embargo, no se ha tratado suficientemente el impacto que estas actuaciones de política económica tienen sobre el sector del comercio a través de medidas de carácter indirecto. Dentro de las medidas de actuación pública en relación con el sector distributivo pueden destacarse, entre otras, la política de estabilidad, con sus principales vertientes: la política de empleo y la política de estabilidad de precios; la política de calidad de vida; la política urbanística; la política de educación y formación....

Una de las claves del proceso de modernización del comercio es la toma

de decisiones urbanístico-comerciales. Así pues, la transformación comercial debe imbricarse en la modernización de las ciudades, ya que la localización de actividades comerciales es, en la actualidad, un factor determinante en la estructuración de éstas.

Por tanto, el comercio ha de ser tenido en cuenta y tratado de forma adecuada en los distintos escalones del planeamiento urbanístico.

Es evidente que el subsector "comercio urbano" (principalmente las empresas minoristas de barrio o tradicionales) se encuentra atravesando una importante crisis y su relanzamiento depende, en gran medida, de la revitalización de las tradicionales zonas comerciales de los centros históricos de las ciudades.

En consecuencia, la política comercial debe vincularse con la urbanística en muchos aspectos de interés tales como el análisis de la oferta de suelo comercial y la elaboración de pautas sobre la ubicación de los diversos tipos de establecimientos en la trama urbana, la remodelación de los cascos antiguos de las ciudades, el desarrollo de islas peatonales, la configuración de centros de "servicios" ...

Diversas corporaciones municipales han puesto en marcha proyectos de reconversión comercial de zonas históricas, como las interesantes iniciativas que se han llevado a cabo en Vigo, Bilbao, Valencia... Entre las actuaciones urbanísticas de carácter pretendidamente integral merece destacarse el Plan Especial de Equipamientos Comerciales Alimentarios de Barcelona (PECAB) que establece directrices relativas a los mercados municipales y a la

disposición espacial de los establecimientos comerciales.

En el ámbito de las interrelaciones entre urbanismo y distribución comercial se encuentra el artículo 6 de la Ley 7/1996, por el que se impone una licencia comercial específica, distinta de la licencia municipal, para la apertura de grandes establecimientos, cuyo otorgamiento corresponde a la Administración Autonómica.

Dicha norma propone algunos mecanismos para que las CC.AA. establezcan los criterios mediante los que autorizarán o denegarán la nueva licencia de implantación (ponderando la existencia de un equipamiento comercial adecuado en la zona afectada por el nuevo establecimiento, y los efectos que éste pudiera ejercer sobre su estructura comercial).

Además, la Ley se refiere a la posibilidad de crear Comisiones Territoriales de Equipamientos Comerciales (con antecedentes en algunas CC. AA. (5) para informar sobre la instalación de grandes establecimientos de acuerdo con lo que establezcan las normas autonómicas y podrán participar en la redacción de un Plan Director Regional de Equipamientos Comerciales que ayude a racionalizar y optimizar la posible localización de grandes establecimientos u otra clase de equipamiento comercial en beneficio de la comunidad (Fernández Rodríguez, TR; 1996).

• En cuanto a la política de cualificación y educación en relación con el sector comercial se presentan problemas de coordinación entre el Ministerio de Educación y Cultura, Ministerio de Economía y Hacienda, INEM y Comunidades Autónomas.





La Enseñanza profesional, como parte integrante del sistema educativo estatal, ha sido reformada en profundidad con la aprobación de la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo (LOGSE), a partir de la cual la enseñanza profesional se organiza en módulos, de los cuales una parte estará constituida por una formación práctica en la empresa. En algunas ciudades ya existen módulos pilotos sobre distribución comercial, abriéndose de este modo el camino para una enseñanza profesional del comercio al por menor en el sistema de educación público.

En el ámbito de la formación profesional del comercio el certificado de profesionalidad (6) correspondiente a la ocupación de Dependiente (familia profesional del comercio) ha sido regulado por el R D 1983/1995, de 4 de agosto, que recoge las características configuradoras de dicha ocupación, así como el perfil profesional, y contenidos mínimos de formación, necesarios para la adquisición de la competencia profesional en la misma.

Del mismo modo, y con carácter complementario, se han llevado a cabo diversas actividades formativas de carácter ocupacional para trabajadores parados con el objetivo de conseguir su reinserción laboral. Entre éstas se incluye el Plan Nacional de Formación e Integración Profesional (PNFIP) (R.D. 631/1993), éste comprende un conjunto de acciones de formación profesional ocupacional dirigidas a los trabajadores desempleados. Para 1997 se ha convocado la participación de entida-

des y centros colaboradores del INEM en la programación anual de cursos del PNFIP, a través de la Resolución de 26 de septiembre de 1996 (BOE de 23 de octubre), según se establece en el Real Decreto 631/1993 (7).

Dentro de la formación específica y de reciclaje, destaca el Acuerdo Nacional de Formación Continua (ANFC, 1993-1997), firmado en diciembre de 1992 por las organizaciones empresariales CEOE y CEPYME, y las centrales sindicales CC.OO., UGT y CIG. Entre las principales actuaciones previstas en el Acuerdo se encuentran los planes de formación de empresas, planes agrupados, planes intersectoriales, y permisos individuales de formación.

Otros organismos que, aunque en menor medida, también imparten formación relacionada con el sector distributivo son las Cámaras de Comercio, las escuelas de negocios, algunas entidades como el Centro de Estudios Comerciales (CECO) y las Universidades (programas de postgrado, tesis doctorales...).

### **POLITICA DE COMERCIO INTERIOR EN LA UNION EUROPEA**

El comercio europeo, muy dinámico ya desde los primeros momentos del Mercado Común, recibió un fuerte impulso con la firma del Acta Unica, propiciado por las perspectivas que se les ofrece a las empresas de compensar la posible estrechez y saturación de sus mercados nacionales mediante el acceso a nuevos espacios comerciales. El objetivo deseable es que los distribuidores puedan operar en cualquier país de la Unión como si fuera el suyo propio (Puyol y Vinuesa, 1995).

Sin embargo, dentro del Mercado Unico existen multitud de situaciones diferentes, en base a normativas y prácticas nacionales, e incluso regionales, que vienen en muchas ocasiones determinadas por las grandes diferencias geográficas, sociales, económicas, climáticas... de los diversos países, que dificultan a los minoristas a desarrollar su actividad en el conjunto de la UE.



### **•MEDIDAS DE POLITICA DE COMERCIO INTERIOR EN LOS PAISES DE LA UNION EUROPEA**

La regulación de las actividades comerciales es competencia de los Estados miembros, y ha de cumplir la legislación comunitaria tal y como ésta figura en los Tratados, especialmente en lo referido a la competencia, libertad de establecimiento y libre circulación de mercancías y servicios. (Comisión Europea, 1996)

La política de defensa de la competencia ha aumentado considerablemente su importancia en los últimos años, aunque se ha visto sometida, desde sus inicios, a la tensión dialéctica entre concentración y competencia. En todos los países existe legislación que regula las prácticas restrictivas a la competencia, pero con diferencias notables. Por ejemplo, la venta con pérdida está prohibida, con carácter general, en Francia, en Bélgica, Luxemburgo y España; en Alemania y Holanda no existe legislación particular al respecto, y en Gran Bretaña no está prohibida, e incluso es generalmente aceptada la discriminación en precios.

En cuanto a la actuación política con el objeto de regular el marco de actuación del sector distributivo, destacan las actuaciones llevadas a cabo a través de la regulación de las ventas especiales, la planificación urbanística, la implantación de nuevos establecimientos... Por ejemplo, en cuanto a las normativas que regulan las actividades de promoción de ventas, en Bélgica, donde existe una completa legislación



NO TODOS  
LOS TURRONES DUROS  
PUEDEN LLAMARSE **ALICANTE**  
NI TODOS  
LOS BLANDOS  
**JIJONA**



Turrones duros hay muchos. Pero no todos pueden llamarse Alicante.

Turrones blandos hay muchos. Pero no todos pueden llamarse Jijona.

Sólo pueden llamarse Jijona o Alicante aquellos turrones realmente elaborados en Jijona  
y cuya calidad está controlada por su CONSEJO REGULADOR.

Los demás pueden llamarse duros o blandos, pero nunca Jijona ni Alicante.

Y es que cinco siglos de tradición artesana deben respetarse.

**Jijona**  
*La cuna del turrón*



CUADRO Nº 7

## MEDIDAS DE POLITICA DE COMERCIO INTERIOR EN BELGICA

REGLAS DE COMPETENCIA	HORARIOS COMERCIALES	MEDIDAS DE APOYO A LAS EMPRESAS COMERCIALES	AYUDAS SOCIALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• PROHIBICION DE LA VENTA CON PERDIDA AL CONSUMIDOR (LEY 14-7-1971).</li> <li>• PROHIBICION DE LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA (LEY 14-7-1971).</li> <li>• LEY DE 29 DE JUNIO DE 1975, SOBRE EL ESTABLECIMIENTO DE FIRMAS COMERCIALES Y LA EXPANSION DE LAS YA EXISTENTES.</li> <li>• CONTROL DE NUEVAS IMPLANTACIONES DE SUPERFICIE CONSTRUIDA SUPERIORES A 1.000 M<sup>2</sup>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DE LUNES A JUEVES Y SABADOS, CIERRE A LAS 20:00 HORAS. EL VIERNES, A LAS 21:00 HORAS. CIERRE EL DOMINGO, SALVO EXCEPCIONES. MAXIMO SEMANAL DE 40 HORAS. DESCANSO SEMANAL DE 24 HORAS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PRESTAMOS A EMPRESAS COMERCIALES CON MENOS DE 40 EMPLEADOS PARA LA CREACION, RECONVERSION O EQUIPAMIENTO DE LAS MISMAS.</li> <li>• FORMACION PROFESIONAL (REFORMA DE 1990):             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ENSEÑANZA TECNICA SECUNDARIA DE COMERCIO (INCLUYE PERIODOS DE FORMACION PRACTICA).</li> <li>- FORMACION POSTESCOLAR CON CONTRATOS DE APRENDIZAJE Y DOCENCIA EN LOS CENTROS PERMANENTES VINCULADOS CON LA FORMACION DE LAS CLASES MEDIAS.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• INDEMNIZACIONES DE PROMOCION SOCIAL PARA LOS COMERCIANTES QUE SIGAN CURSOS DE FORMACION INTELECTUAL Y SOCIAL.</li> </ul>

FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO Nº 8

## MEDIDAS DE POLITICA DE COMERCIO INTERIOR EN ALEMANIA

REGLAS DE COMPETENCIA	HORARIOS COMERCIALES	MEDIDAS DE APOYO A LAS EMPRESAS COMERCIALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LAS VENTAS ESPECIALES (REBAJAS, LIQUIDACIONES...) ESTAN REGULADAS POR LA LEY DE COMPETENCIA DESLEAL.</li> <li>• SISTEMA DE PROTECCION A LOS DERECHOS DE LOS PROVEEDORES, PARA LA RECUPERACION RAPIDA DE LOS PRODUCTOS VENDIDOS Y NO COBRADOS, AL TIEMPO QUE SE LIMITA LA POSIBILIDAD DE REVENDER LOS BIENES COMPRADOS Y NO PAGADOS (CONTRIBUYE A ACORTAR LOS PLAZOS DE PAGO).</li> <li>• REGULADO POR LEY (PREISENGEBENVERURDNUMG) LA INCLUSION DEL PRECIO FINAL, MAS IVA, EN EL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS.</li> <li>• AUTORIZACION PARA LA IMPLANTACION DE SUPERFICIES SUPERIORES A 1.200 M<sup>2</sup> (LEGISLACION DE 1986).</li> <li>• LEY CONTRA PRACTICAS RESTRICTIVAS DE LA COMPETENCIA (GESTEZ GEGEN WETTBEWERBSBESDERANKUGEN) QUE REGULA LAS FUSIONES DE EMPRESAS, ESTABLECIENDO LA OBLIGACION DE INFORMAR A LA COMISION FEDERAL DE MONOPOLIOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LOS HORARIOS DE APERTURA Y CIERRE DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES SE ENCONTRABAN REGULADOS POR LA LEY DE 1956, QUE HA SIDO REFORMADA EN EL OTOÑO DE 1996 QUEDANDO, EN LA ACTUALIDAD, LOS HORARIOS COMERCIALES COMO SIGUE:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- DE LUNES A VIERNES, CIERRE A LAS 20:00 HORAS. SABADO, CIERRE A LAS 18:00 HORAS.</li> <li>- SUPRESION DE LOS ANTERIORES "JUEVES LARGO" Y "SABADO LARGO".</li> <li>- NO APERTURA DE DOMINGOS Y FESTIVOS, CON LA EXCEPCION DE LAS PANADERIAS, QUE PODRAN ABRIR DURANTE TRES HORAS POR LA MAÑANA.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EL ESTADO FEDERAL CONCEDE PRESTAMOS A LAS PEQUEÑAS EMPRESAS SITUADAS EN ZONAS DE DESARROLLO REGIONAL, A LAS PERSONAS QUE QUIEREN INSTALARSE POR SU CUENTA Y A LAS EMPRESAS QUE REALIZAN INVERSIONES EN ZONAS NUEVAS.</li> <li>• LOS LÁNDER CONCEDE PRESTAMOS PARA LA CREACION DE EMPRESAS COMERCIALES Y PARA LA INVERSION EN ZONAS ECONOMICAMENTE DEBILES (ALGUNOS DE ELLOS TIENEN LINEAS ESPECIFICAS EN RELACION CON LA CREACION DE EMPLEO, EL APOYO A LOS JOVENES...).</li> <li>• EN MATERIA DE ASISTENCIA TECNICA Y FORMACION DESTACAN LAS SUBVENCIONES PARA "CONSULTAS INTENSIVAS" DE LAS PYMES COMERCIALES. TAMBIEN SE SUBVENCIONAN LOS ESTUDIOS COMPARATIVOS DE EMPRESAS COMERCIALES REALIZADOS POR EL INSTITUTO DE INVESTIGACIONES COMERCIALES DE LA UNIVERSIDAD DE COLONIA Y EL CENTRO DE INVESTIGACIONES COMERCIALES DE BERLIN.</li> <li>• SISTEMA FORMATIVO PARA EL COMERCIO MINORISTA DE CARACTER "DUAL" (BERUFBILDUNGSGESETZ, 1969), EN VIRTUD DEL CUAL LOS JOVENES POSEEN CONTRATO DE APRENDIZ EN UNA EMPRESA Y ADEMAS ASISTEN A CLASES DE FORMACION PROFESIONAL OBLIGATORIAS.</li> <li>• EXISTE UN SISTEMA DE FORMACION CONTINUA OFICIAL PARA LOS PUESTOS DE DIRECCION EN EL SECTOR, AUNQUE NO EXISTE REGULACION SOBRE LA MISMA, NI SISTEMA OFICIAL DE FINANCIACION.</li> </ul>

FUENTE: Elaboración propia.

sobre el tema (Ley de 14 de julio de 1991), no se permite vender bajo coste; en Italia sí está autorizado, pero las liquidaciones por cese del negocio y rebajas están estrictamente reguladas; en el Reino Unido y Francia existe la obligación de indicar tanto el precio

antiguo como el nuevo, y en Alemania no existe reglamentación al respecto.

La primera iniciativa que se adopta con objeto de proteger a los pequeños negocios de venta al por menor se llevó a cabo en Bélgica en 1937 (Ley Padlock). Sin embargo, no será hasta los

años setenta cuando en algunos países como Francia, Italia, Bélgica y Luxemburgo, se adoptaron legislaciones destinadas especialmente a limitar la expansión de las grandes superficies. En la mayoría de los casos se concedió a las autoridades locales el poder para auto-



CUADRO N° 9

## MEDIDAS DE POLITICA DE COMERCIO INTERIOR EN FRANCIA

NORMATIVA	HORARIOS COMERCIALES	MEDIDAS DE APOYO FINANCIERO A LAS EMPRESAS, A LA FORMACION Y A LA ASISTENCIA TECNICA	AYUDAS SOCIALES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LA LEY ROYER, 1973, PRETENDE CONTROLAR LAS IMPLANTACIONES DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES.</li> <li>• TAMBIEN SE REGULAN ALGUNAS VENTAS ESPECIALES, EL COMERCIO AMBULANTE Y LOS HORARIOS DE APERTURA Y CIERRE.</li> <li>• CONGELACION DE PERMISOS PARA LA IMPLANTACION DE GRANDES SUPERFICIES COMERCIALES (27 DE NOVIEMBRE DE 1995).</li> <li>• LA LEY SOBRE LEALTAD Y EQUILIBRIO DE LAS RELACIONES COMERCIALES (1996), REGULA LA VENTA CON PERDIDA E INSTAURA LAS FIGURAS DE "PRECIO ABUSIVAMENTE BAJO" Y EL "RECHAZO DE VENTA".</li> <li>• LA "LEY ROYER BIS" (1997) SOMETE A AUTORIZACION LA APERTURA DE SUPERFICIES COMERCIALES &gt; 300 M<sup>2</sup>, ASI COMO LA CREACION DE ESTACIONES DE SERVICIOS JUNTO A ESTABLECIMIENTOS O CENTROS COMERCIALES &gt; 300 M<sup>2</sup>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LIBERTAD DE HORA TOPE DE CIERRE EN EMPRESAS SIN ASALARIADOS. EN EL RESTO, LAS CONDICIONES SON DE INDOLE LABORAL. CIERRE EN DOMINGO, SALVO EXCEPCIONES AUTORIZADAS POR EL PERFECTO.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIVERSAS LINEAS DE PRESTAMOS GENERALES PARA LAS EMPRESAS DE LOS DISTINTOS SECTORES DE ACTIVIDAD.</li> <li>• EXISTE UNA LINEA ESPECIFICA PARA LA INSTALACION Y EL EQUIPAMIENTO COMERCIAL CON EL ESTABLECIMIENTO DE CONDICIONES PREFERENCIALES EN DURACION Y COSTE.</li> <li>• SE SUBVENCIONAN LOS CURSOS DE FORMACION DE LOS ASISTENTES TECNICOS AL COMERCIO (QUE LLEVAN A CABO EN LA CEFAC, CENTRO ESPECIALIZADO), ASI COMO OTROS CURSOS DE CUALIFICACION.</li> <li>• EL CECOD (CENTRO DE ESTUDIOS DEL COMERCIO Y LA DISTRIBUCION) REALIZA ESTUDIOS Y ESTADISTICAS DE CARACTER SECTORIAL Y SOBRE RATIOS EMPRESARIALES.</li> <li>• LA LEY DE 16 DE JULIO DE 1971, ESTABLECE EL SISTEMA DE FORMACION CONTINUA FINANCIADO MEDIANTE UNA CONTRIBUCION PATRONAL BASADA EN UN PORCENTAJE SOBRE LA MASA SALARIAL (INICIALMENTE EL 0,8% Y DESDE 1992 EL 1,4%).</li> <li>• REFORMA DE LA ENSEÑANZA PROFESIONAL CON LA CREACION DEL "BACCALAUREAT" (BACHILLERATO) PROFESIONAL, UNA DE CUYAS ESPECIALIDADES INCLUYE TEMAS COMERCIALES Y DE SERVICIOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SE HAN CONCEDIDO INDEMNIZACIONES DE SALIDA Y AYUDAS SOCIALES COMPENSATORIAS PARA AQUELLOS COMERCIANTES MAYORES DE 60 AÑOS CON EJERCICIO EN LA ACTIVIDAD SUPERIOR A 15 AÑOS, INGRESOS REDUCIDOS Y DIFICULTAD DE ADAPTACION AL CAMBIO.</li> </ul>



FUENTE: Elaboración propia.

CUADRO N° 10

## MEDIDAS DE POLITICA DE COMERCIO INTERIOR EN EL REINO UNIDO


NORMATIVA	HORARIOS COMERCIALES	MEDIDAS DE APOYO FINANCIERO A LAS EMPRESAS, A LA FORMACION Y A LA ASISTENCIA TECNICA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LA IMPLANTACION DE NUEVOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES ESTA SUJETA AL CONTROL LOCAL CON EL DESARROLLO DE PLANES DE URBANISMO COMERCIAL Y LA REGLAMENTACION SOBRE EL ALQUILER DE LOCALES COMERCIALES ESTABLECE LIBERTAD DE NEGOCIACION ENTRE LAS PARTES.</li> <li>• EN CUANTO A LA VENTA CON PERDIDA NO EXISTE NINGUNA DISPOSICION QUE IMPIDA UTILIZAR UN PRODUCTO COMO "ARTICULO GANCHO", SIENDO TAMBIEN LICITO REHUSAR LA VENTA. Y EN EL CASO DE DESCUENTOS ES OBLIGATORIO INDICAR TANTO EL PRECIO ANTIGUO COMO EL NUEVO.</li> <li>• LA LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR (1987), ESTABLECE RESPONSABILIDADES DE LOS FABRICANTES DE PRODUCTOS DEFECTUOSOS QUE PROVOQUEN DAÑOS A PERSONAS Y/O PROPIEDADES.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DESDE 1950 EL DERECHO A LA APERTURA DOMINICAL ESTABA RESTRINGIDO AL PEQUEÑO COMERCIO, PERO EN LA ACTUALIDAD LOS GRANDES ALMACENES BRITANICOS PUEDEN PERMANECER ABIERTOS EN DOMINGO.</li> <li>• EXISTE LIBERTAD TOTAL DE HORARIOS PARA EL COMERCIO TRADICIONAL Y HORARIO DE CIERRE A LAS 18:00 HORAS PARA GRANDES SUPERFICIES.</li> <li>• EL HORARIO DE CIERRE DE LUNES A SABADO ES A LAS 18:00 HORAS, PUDIENDO LOS PEQUEÑOS COMERCIANTES PERMANECER ABIERTOS HASTA LAS 20:00 HORAS UN DIA A LA SEMANA.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EN MATERIA DE REALIZACION DE ESTUDIOS ES DESTACABLE EL PAPEL REALIZADO POR EL "DISTRIBUTIVE TRADES".</li> <li>• EL "INNER URBAN AREAS ACT DE 1978" PERMITE LA CONCESION DE PRESTAMOS COMO AYUDA FINANCIERA A LA INVERSION.</li> <li>• EN 1988 SE ESTABLECE EN EL SECTOR DISTRIBUTIVO UNA NUEVA FORMA DE CUALIFICACION BASADA EN EL TRABAJO REALIZADO (RETAIL CERTIFICATE), PUDIENDOSE CONSEGUIR EL CERTIFICADO AL CABO DE UN PROCESO DE FORMACION ACUMULATIVO QUE COMPRENDE NO SOLO LA FORMACION INICIAL, SINO LA FORMACION CONTINUA DENTRO DE LA EMPRESA.</li> <li>• EL NATIONAL RETAIL TRAINING COUNCIL TIENE COMO OBJETIVO EL DESARROLLO Y FOMENTO DE PROGRAMAS Y PLANES DE FORMACION EN EL SECTOR COMERCIAL.</li> </ul>

FUENTE: Elaboración propia.



CUADRO Nº 11

## MEDIDAS DE POLITICA DE COMERCIO INTERIOR EN ITALIA

NORMATIVA	HORARIOS COMERCIALES	MEDIDAS DE APOYO A LA RENOVACION DEL COMERCIO
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LEY 125 DE 25 DE FEBRERO DE 1959, QUE INSTITUCIONALIZO LA ANTIGUA RED DE MERCADOS HORTOFRUTICOLAS.</li> <li>• LA LEY 426 DE 1971 REGULA EL ESTABLECIMIENTO DE NUEVOS COMERCIANTES Y EL DESARROLLO DE LAS GRANDES SUPERFICIES, EXIGIENDO ESTAR EN POSESION DE UN DIPLOMA O EXPERIENCIA PROFESIONAL.</li> <li>• ESTAN REGULADAS LAS VENTAS ESPECIALES (LEY 817 DE 1982) Y EL COMERCIO NO SEDENTARIO (LEY 398 DE 1978).</li> <li>• ESTA PERMITIDA LA VENTA POR DEBAJO DE COSTE (LEY 80 DE 19 DE MARZO DE 1980), PERO LAS LIQUIDACIONES POR CESE DE ACTIVIDAD Y REBAJAS SE ENCUENTRAN ESTRICTAMENTE REGULADAS.</li> <li>• LAS LEYES DE DESARROLLO URBANISTICO ESTABLECEN EL CONTROL DE NUEVAS IMPLANTACIONES COMERCIALES (CON ESPECIAL ATENCION A LAS DE SUPERFICIE &gt; 1.500 M<sup>2</sup>).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• HORA DE CIERRE TOPE FIJADA POR LAS REGIONES Y AYUNTAMIENTOS, GENERALMENTE:               <ul style="list-style-type: none"> <li>– DE MARTES A SABADO, CIERRE A LAS 19:30 HORAS.</li> <li>– LUNES:                   <ul style="list-style-type: none"> <li>- SECTOR ALIMENTACION, DE 9:00 A 13:00 HORAS.</li> <li>- RESTO DE SECTORES, DE 15:30 A 19:30 HORAS.</li> </ul> </li> <li>– DOMINGOS Y FIESTAS CERRADO.</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EXISTEN LINEAS DE PRESTAMOS PARA LA ADQUISICION Y CONSTRUCCION DE LOCALES Y PARA LA RENOVACION DEL EQUIPAMIENTO (CON LINEAS ESPECIALES PARA LAS COOPERATIVAS DE CONSUMO Y LAS AGRUPACIONES DE COMPRA).</li> <li>• SE SUBVENCIONAN ALGUNOS CURSOS DE FORMACION PROFESIONAL (CASI TODOS ELLOS DE CARACTER GENERAL).</li> <li>• SE SUBVENCIONAN LAS ACTIVIDADES DE ALGUNOS CONSEJOS TECNICOS QUE DESARROLLAN SUS ACTIVIDADES COMERCIALES EN EL MARCO DE ASOCIACIONES DE COMERCIANTES (AGRUPACIONES DE COMPRAS, COOPERATIVAS...).</li> <li>• SE LLEVA A CABO LA REFORMA DE LA DISTRIBUCION MAYORISTA ITALIANA A TRAVES DEL "PIANO MERCATI" QUE PREVE LA REALIZACION DE UNA RED INTEGRADA DE 76 MERCADOS Y LA CONSTITUCION DE UNA UNICA SOCIEDAD JURIDICA PARA SU GESTION.</li> <li>• LEY 41 DE 1986, QUE PROMUEVE LA CONSTITUCION DE SOCIEDADES DE CONSORCIO CON CAPITAL PUBLICO PARA CONSTITUIR "CENTROS AGROALIMENTARIOS MAYORISTAS".</li> <li>• EN EL NIVEL SUPERIOR DE LA ENSEÑANZA PUBLICA EXISTEN ESCUELAS COMERCIALES. Y CON RESPECTO A LA FORMACION EXTERNA ES REGULADA POR LA LEY DE 1978, EN VIRTUD DE LA CUAL LAS AUTORIDADES REGIONALES SON RESPONSABLES DE LA FORMACION PROFESIONAL.</li> </ul>
		

CUADRO Nº 12

## NORMATIVA COMERCIAL SOBRE FORMACION EN OTROS PAISES DE LA UNION EUROPEA

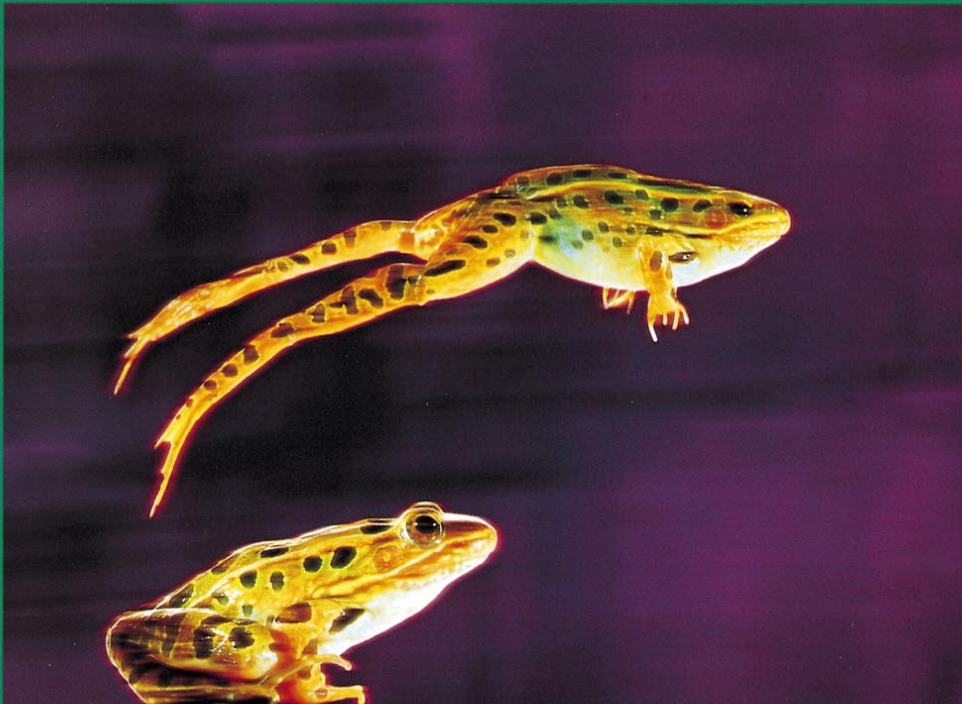
PAIS	FORMACION
<b>DINAMARCA</b>	<p>LA FORMACION INICIAL DEL SECTOR OFRECE DOS OPCIONES: LA ESCOLAR Y LA EMPRESARIAL, AMBOS CASOS COMPRENEN UNA MEZCLA DE FORMACION MEDIANTE APRENDIZAJE Y ENSEÑANZA PROFESIONAL.</p> <p>LA LEY DE 1991 SOBRE LA ENSEÑANZA PROFESIONAL, ESPECIFICA LOS CRITERIOS DE ADMISION, SU ESTRUCTURA GLOBAL, SU DURACION, ETCETERA, Y DEFINE TAMBIEN EL PAPEL DE LOS COMITES DE COMERCIO Y DE LAS ESCUELAS COMERCIALES.</p>
<b>GRECIA</b>	<p>EL SISTEMA EDUCATIVO NO INCLUYE CURSOS DE COMERCIO AL POR MENOR Y SOLO SE ENSEÑAN CIERTOS ASPECTOS EN EL NIVEL SUPERIOR. DIVERSAS ASOCIACIONES Y AGENCIAS GUBERNAMENTALES OFRECEN CURSOS DE FORMACION PROFESIONAL Y CONTINUA.</p>
<b>IRLANDA</b>	<p>NO EXISTE UNA FORMACION PROFESIONAL INICIAL PARA EL SECTOR DE LA DISTRIBUCION. EL GOBIERNO AUN NO HA INCITADO A LOS INTERLOCUTORES SOCIALES A QUE PARTICIPEN EN LA ORGANIZACION DE LA FORMACION CONTINUA. NO EXISTE REGULACION SOBRE LA FINANCIACION DE ESTA FORMACION, NI UN ORGANISMO INSTITUCIONAL PARA EL COMERCIO MINORISTA.</p>
<b>LUXEMBURGO</b>	<p>LA FORMACION PROFESIONAL FORMA PARTE DE LA ENSEÑANZA TECNICA. EXISTEN TRES MODALIDADES, CON UNA DURACION DE TRES AÑOS CADA UNA: ASISTENCIA PARCIAL A LA ESCUELA EN JORNADA COMBINADA CON UNA FORMACION PRACTICA EN LA EMPRESA, SISTEMA MIXTO CON PERIODOS DE ESCUELA A JORNADA COMPLETA Y ENSEÑANZA ESCOLAR DE JORNADA COMPLETA. AL FINALIZAR HAY UN EXAMEN TRAS EL QUE SE OBTIENE EL CERTIFICADO DE APTITUD TECNICA Y PROFESIONAL (CATP).</p>
<b>HOLANDA</b>	<p>EL ELEMENTO CENTRAL DE LA FORMACION PROFESIONAL INICIAL ESTA CONSTITUIDO POR EL SISTEMA DE APRENDIZAJE ORGANIZADO POR EL INSTITUTO DEL COMERCIO AL POR MENOR, LA FUNDACION OVD. COMPRENDE CURSOS DE FORMACION INICIAL, INTERMEDIA Y SUPERIOR DE APRENDIZAJE DEL COMERCIO.</p>
<b>PORTUGAL</b>	<p>EXISTE UNA ENSEÑANZA PROFESIONAL Y COMERCIAL. TRAS 9 AÑOS DE FORMACION SE PUEDE ELEGIR ENTRE: LA ENSEÑANZA SUPERIOR, UNA ENSEÑANZA TECNICA Y PROFESIONAL DE 3 AÑOS Y UNA ENSEÑANZA PROFESIONAL DE UN AÑO MAS 6 MESES DE FORMACION PRACTICA SOBRE COMERCIO. EN 1989 LA LEY FUNDAMENTAL SOBRE LA EDUCACION DIO LUGAR A LA CREACION DE ESCUELAS PROFESIONALES.</p>

FUENTE: Elaboración propia basada en datos del Ministerio de Comercio y Turismo (1996) y CEDEFOP (1994).





# No deje que el negocio se le escape de las manos



Para que su negocio de distribución crezca, es necesario que mejore la gestión de su establecimiento. Con las soluciones avanzadas para el comercio que le ofrece Informática El Corte Inglés podrá afrontar el futuro con garantía de éxito:

**Storeflow GV y PV.** Para controlar de manera eficaz el punto de venta y la gestión comercial "back-office", consiguiendo la máxima rentabilidad.

**Storeflow HQ y GDM.** Para resolver ágilmente la gestión de mercancías en una cadena de tiendas o en un centro de almacenamiento, ganando tiempo y calidad de servicio.

**Wareflow.** Para conseguir unos resultados rápidos y fiables en la gestión logística y de almacenamiento.

## **Sistemas antihurto por radiofrecuencia y circuitos cerrados de televisión.**

Para eliminar la pérdida desconocida. Lo notará en su tienda y sobre todo, en su bolsillo.

Además, disponemos de otras soluciones para el comercio: Data Warehouse, Outsourcing microinformático, sistemas de identificación automática, sistemas de gestión documental, telefonía y central de llamadas,... y por supuesto, un servicio especializado que incluye la implantación de la solución y un programa personalizado de formación.

**Llámenos, disponemos de soluciones para cada establecimiento y para cada actividad.**

**INFORMÁTICA**  
SOLUCIONES Y SERVICIOS  
*El Corte Inglés*

Tel.: 902 100 365. <http://www.ieci.es/distribucion>



CUADRO Nº 13

LEGISLACION COMERCIAL EN OTROS PAISES DE LA UNION EUROPEA

PAIS	IMPLANTACIONES COMERCIALES	HORARIOS DE APERTURA Y CIERRE	REGISTRO DE VENTA A DISTANCIA	VENTA EN FRANQUICIA
DINAMARCA	DELEGACION EN LOS PLANES LOCALES DE LOS MUNICIPIOS.	DE LUNES A VIERNES, HASTA LAS 20:00 HORAS. LOS SABADOS, HASTA LAS 14:00 HORAS (CON LA EXCEPCION DEL PRIMER SABADO DE CADA MES, QUE SE PERMITE ABRIR HASTA LAS 17:00). CIERRAN LOS DOMINGOS Y SABADOS POR LA TARDE (CON EXCEPCIONES NEGOCIADAS POR LOS CONSEJOS MUNICIPALES).	SE REGISTRAN EN EL REGISTRO MERCANTIL. NO REQUIERE AUTORIZACION ESPECIAL.	SE APLICA LA LEGISLACION COMUNITARIA. EXISTEN LEYES QUE SE PUEDEN APLICAR A CIERTOS ASPECTOS DE LA FRANQUICIA: LEY DE MERCADOTECNIA Y LEY DE LA COMPETENCIA.
GRECIA	NO HAY REGLAMENTACION SOBRE EL TEMA. AUTORIZACION DE LOS GOBIERNOS CIVILES.	NO REGULA HORA TOPE DE CIERRE, NI MAXIMO SEMANAL DE HORAS. CIERRE DOMINICAL, SALVO EXCEPCIONES (TURISMO, SERVICIOS...).	LEY 2251/94, ART. 4. NO EXISTE REGISTRO ESPECIFICO.	REGLAMENTO 4087/88 DE LA UE, EN COMBINACION CON DISPOSICIONES GENERALES DEL CODIGO CIVIL.
IRLANDA	CONTROL LOCAL DE LAS NUEVAS IMPLANTACIONES.	LIBERTAD DE HORARIO CON APERTURA EN DOMINGOS Y FESTIVOS.	NO EXISTE REGISTRO ESPECIAL.	"CATEGORY LICENCE FOR FRANCHISE AGREEMENTS".
SUECIA	NO DISPONIBLE.	LIBERTAD TOTAL CON APERTURA EN DOMINGOS Y FESTIVOS.	ESTAN REGULADOS EN VARIAS DISPOSICIONES: CONSUMER SALES ACT., CONSUMER SERVICES ACT., UNSOLLICITEL GOODS ACT., ANNUAL REPORTS ACT.	NO DISPONIBLE.
FINLANDIA	NO DISPONIBLE.	DE LUNES A VIERNES, HASTA LAS 20:00. LOS SABADOS HASTA LAS 18:00. CIERRE EL DOMINGO, SALVO EN ALGUNOS CASOS.	DEBEN INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO MERCANTIL. NO HAY OTROS REGISTROS OBLIGATORIOS.	NORMATIVA COMUNITARIA. LEYES GENERALES SOBRE LA COMPETENCIA Y ACUERDOS ENTRE ENTIDADES COMERCIALES.
LUXEMBURGO	REGLAMENTACION POR PARTE DEL MINISTERIO DE ECONOMIA (LEY DE 1988, RES-TRICTIVA RESPECTO A NUEVAS APERTURAS DE ESTABLECIMIENTOS DE MAS DE 400 M <sup>2</sup> ).	DEL 1/10 AL 1/04, DE LUNES A SABADO HASTA LAS 19:00 HORAS. DEL 1/04 AL 1/10, HASTA LAS 20:00. MAXIMO SEMANAL DE 40 HORAS.	NO DISPONIBLE.	NO DISPONIBLE.
HOLANDA	NO EXISTE LEGISLACION ESPECIFICA.	DE LUNES A VIERNES, HASTA LAS 18:30. SABADOS, HASTA LAS 18:00. UN DIA APERTURA HASTA LAS 21:00. CIERRE LOS DOMINGOS, SALVO CUATRO DOMINGOS ANUALES. MAXIMO SEMANAL DE 55 HORAS.	NO EXISTE REGISTRO ESPECIAL.	CODIGO DE FRANQUICIA EUROPEO.
PORTUGAL	CONTROL URBANISTICO MUNICIPAL. AUTORIZACION DEL MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO PARA SUPERFICIES > 3.000 M <sup>2</sup> .	LOS AYUNTAMIENTOS PUEDEN AUTORIZAR LA APERTURA DESDE LAS 6:00 HASTA LAS 24:00 HORAS. POSIBILIDAD DE APERTURA DOMINICAL CON AUTORIZACION DEL AYUNTAMIENTO.	D.L. Nº 272/87 DE 30 DE JULIO, MODIFICADO POR EL D.L. Nº 243/95 DE 13 DE SEPTIEMBRE. ESTAN SUJETAS A INSCRIPCION EN EL CATASTRO COMERCIAL DE LA DIRECCION GENERAL DE COMERCIO.	SE APLICAN NORMAS GENERALES SOBRE LIBERTAD CONTRACTUAL. NO EXISTEN NORMAS ESPECIFICAS.

FUENTE: Elaboración propia basada en datos del Ministerio de Comercio y Turismo (1996) y CEDEFOP (1994).

rizar dicha expansión, para lo que tendrían en cuenta las condiciones económicas, sociales y comerciales de la zona; en algunos países como el Reino Unido ello forma parte de la planificación de la ordenación del territorio. En este mismo sentido es destacable la legislación alemana, que aunque no regula de forma explícita la creación de nuevos comercios, sí limita la concentración de empresas, y son las normas de urbanismo las que determinan el uso de los edificios.

En algunos países se han desarrollado Políticas de Modernización del sec-

tor casi siempre de forma dispersa entre diversos organismos y Ministerios, –sobre todo por la vía del apoyo técnico y financiero a las pymes comerciales–, debiendo señalarse la fuerte heterogeneidad en los instrumentos utilizados. Al igual que en el caso español, parece observarse que estas medidas se han centrado en la mejora de la productividad con escaso impacto sobre el nivel de competencia.

El proceso de modernización también repercute en el capital humano de las empresas. La incorporación de nuevas tecnologías más eficientes, por

ejemplo, supone un cambio en las necesidades de personal, pasando de un trabajador del comercio tradicionalmente no especializado a la necesidad de una mayor cualificación.

En las directrices comunitarias relativas a la distribución comercial se recoge una mejora del cuadro social consistente en elaborar normas comunes en materia de formación que fomenten la homogeneización de los sistemas formativos existentes en los Estados miembros. Actualmente estos sistemas formativos pueden clasificarse en tres tipos:

- Francia, Grecia y Portugal, son ejemplos típicos del primer modelo: el modelo escolar. La formación tiene lugar en centros (escuelas) administradas o controladas por el Ministerio de Educación – hace hincapié en la educación formal y comprende materias generales –.

- Sistema basado en el aprendizaje, en éste la formación es básicamente práctica y tiene lugar en la empresa. Este planteamiento es la base del sistema formativo de Gran Bretaña.

- Sistema dual (Dinamarca, Luxemburgo y Alemania), una parte de la for-

mación se lleva a cabo en la empresa y otra en los centros de formación –normalmente un día a la semana en Alemania y durante periodos más largos y agrupados en Dinamarca–.

Además existen en numerosos países (v.g, España) escuelas y programas profesionales específicos de preparación a los empleados del sector del comercio al por menor. Estos programas son organizados por las agencias para el empleo, las Cámaras de Comercio o las organizaciones patronales.

Al analizar las medidas políticas de defensa del consumidor, podemos señalar que tanto la protección del consumidor como la defensa y protección del medio ambiente no alcanza el mismo grado de madurez en todos los Estados de la Unión. En la mayoría de los países del norte de Europa, especialmente en el Reino Unido, en los Países Bajos, en Dinamarca y Alemania existe una legislación eficaz, que somete a los productos de venta al público a una serie de exigencias estrictas. En el sur de Europa, en contraste, la protección al consumidor se presenta como un concepto relativamente nuevo, de desarrollo muy reciente.

El contexto social que nos encontramos en cada uno de los países miembros es también muy distinto dependiendo del país escogido; en algunos (8), tanto las empresas grandes como las pequeñas deben contar con un comité de empresa que pueda expresarse sobre los problemas del empleo y la formación. Sin embargo, los gobiernos de otros países (v.g. Gran Bretaña) han aplicado medidas de “desregulación”, haciendo especial hincapié en los esfuerzos voluntarios por parte de los empresarios, provocando una importante disminución del papel de los sindicatos.

En ciertos países europeos, como es el caso de Bélgica (9), las condiciones de empleo son objeto, en primer lugar, de negociaciones entre los interlocutores sociales, posteriormente los acuerdos se transforman en legislación. Sin embargo, en otros países, como Alemania, la relación entre los acuerdos establecidos por los interlocutores sociales

y la legislación no es tan directa. (CEDEFOP –European Centre for the Development of Vocational Training–(coord); 1994).

En los cuadros nº 7 al 13 quedan recogidas las principales medidas que sobre el comercio interior se han llevado a cabo en los diferentes Estados miembros.

¶LA POLITICA DE LA UNION EUROPEA

La filosofía del Tratado de Roma, gira en torno a la libre competencia entre países miembros, que implica no sólo la libre circulación de mercancías, sino también garantizar el bienestar de los consumidores europeos así como el uso óptimo de los bienes de producción. Uno de los principales factores con que ha contado la UE para la implantación y desarrollo del Mercado Unico ha sido el avance y modernización de la distribución comercial europea; aunque ello no ha entrañado medidas ad hoc aplicables directamente sobre el sector, sino las tendentes a favorecer la libre actividad comercial y de circulación de las mercancías en el territorio comunitario.

Para tratar de salvaguardar y respetar la diversidad existente no se prevé ninguna política sectorial propia de la distribución, sino más bien una revalorización de las actividades comerciales en el marco de las políticas comerciales existentes.

Las acciones comunitarias más importantes al respecto son de carácter indirecto y dependen esencialmente de la aplicación de tres directrices: liberalización de mercancías y transportes, uniformidad de normas y reglamentación sobre productos, y armonización en materia de impuesto sobre el Valor Añadido. Dentro de estas tres líneas de actuación se encuadran las principales medidas legislativas comunitarias que afectan al sector distributivo recogidas en los cuadros nº 14 y15.

Con objeto de iniciar el estudio sobre las principales medidas públicas que afectan a la distribución, planteamos las siguientes áreas de actuación comunitaria:





CUADRO Nº 14

## OTRAS MEDIDAS LEGISLATIVAS COMUNITARIAS

### LEGISLACION DIRECTAMENTE RELACIONADA CON EL COMERCIO

#### LIBERTAD DE ESTABLECIMIENTO Y LIBRE PRESTACION DE SERVICIOS

- DIRECTIVA 64/223/CEE SOBRE EL COMERCIO MAYORISTA.
- DIRECTIVA 68/363/CEE SOBRE EL COMERCIO MINORISTA.
- DIRECTIVA 64/224/CEE SOBRE ACTIVIDADES DE LOS INTERMEDIARIOS DEL COMERCIO, INDUSTRIA Y LA ARTESANIA.
- DIRECTIVA 75/369/CEE SOBRE VENTA AMBULANTE.
- DIRECTIVA 89/552/CEE SOBRE TELECOMPRA.
- DIRECTIVA 86/653/CEE SOBRE AGENTES COMERCIALES.

### ELIMINACION DE CONTROLES Y TRAMITES FRONTERIZOS

- REGLAMENTO SOBRE EL TRANSITO COMUNITARIO (3648/91).
- REGLAMENTO SOBRE LA ELIMINACION DE LOS CONTROLES PRACTICADOS EN LAS FRONTERAS (4060/89).
- REGLAMENTO SOBRE LA UTILIZACION EN LA COMUNIDAD DE LOS CUADERNOS TIR Y LOS CUADERNOS ATA COMO DOCUMENTOS DE TRANSITO (3237/96).

### TRIBUTACION INDIRECTA

#### IVA E IMPUESTOS ESPECIALES

- SEXTA DIRECTIVA DEL CONSEJO EN MATERIA DE ARMONIZACION DE LAS LEGISLACIONES DE LOS ESTADOS MIEMBROS RELATIVAS A LOS IMPUESTOS SOBRE EL VOLUMEN DE NEGOCIOS-SISTEMA COMUN DEL IVA: BASE IMPONIBLE UNIFORME (94/42/CEE).
- OCTAVA DIRECTIVA DEL CONSEJO EN MATERIA DE ARMONIZACION DE LAS LEGISLACIONES DE LOS ESTADOS MIEMBROS RELATIVAS A LOS IMPUESTOS SOBRE EL VOLUMEN DE NEGOCIOS-MODALIDADES DE DEVOLUCION DEL IVA A LOS SUJETOS NO ESTABLECIDOS EN EL INTERIOR DEL PAIS (79/1072/CEE).
- DECIMOTERCERA DIRECTIVA DEL CONSEJO EN MATERIA DE ARMONIZACION DE LAS LEGISLACIONES DE LOS ESTADOS MIEMBROS RELATIVAS A LOS IMPUESTOS SOBRE EL VOLUMEN DE NEGOCIOS-MODALIDADES DE DEVOLUCION DEL IVA A LOS SUJETOS NO ESTABLECIDOS EN EL TERRITORIO DE LA COMUNIDAD (86/560/CEE).
- DIRECTIVA RELATIVA AL REGIMEN GENERAL, TENENCIA, CIRCULACION Y CONTROL DE LOS PRODUCTOS OBJETO DE IMPUESTOS ESPECIALES (94/74/CEE).



FUENTE: Elaboración propia basada en datos de la Comisión de las Comunidades Europeas (1996): Libro Verde sobre el Comercio, 1996. Bruselas.

1.- *Los Fondos Estructurales.* El Fondo Social Europeo (FSE), el Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agraria (FEOGA) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), se pusieron en marcha en 1957 (Tratado de Roma), 1962 y 1975, respectivamente. La finalidad que persigue la Comisión con los Fondos Estructurales es la consecución del desarrollo territorial (cohesión económica y social), por lo tanto las actuaciones en favor del comercio, en el marco de los mismos, deben considerarse como elementos de una estrategia global de desarrollo.

La mayoría de las ayudas susceptibles de poder ser recibidas por el sector distributivo pueden vincularse al Fondo Social Europeo (FSE), éstas se han vinculado fundamentalmente con la formación profesional, así como la cualificación de jóvenes y, sobre todo, con

ayudas destinadas a zonas deprimidas; sin embargo, actualmente, se abren nuevas posibilidades para una mayor conexión de la modernización comercial con las actuaciones del FSE, un ejemplo en esta línea de actuación es la aplicación de políticas para la revitalización del comercio urbano, donde la cofinanciación proporcionada por el FSE es la más importante.

El FEDER también puede ser utilizado, en tanto que los proyectos conciernan a las regiones menos desarrolladas (objetivo 1) o a las zonas rurales en vías de diversificación (objetivo 5b).

Además, el reglamento del FEDER permite abordar la cofinanciación de proyectos piloto para la realización de infraestructuras y de inversiones en las empresas, así como el intercambio de experiencias y cooperación entre las mismas.

2.- *Programas de Iniciativa Comunitaria (PIC),* son la parte de los Fondos Estructurales que la Comisión gestiona por iniciativa propia para promover acciones de carácter transnacional, susceptibles de favorecer el funcionamiento del Mercado Interior. Los PIC permiten la cofinanciación de acciones propuestas por la Comisión para contribuir a la solución de problemas que tengan una incidencia particular a nivel europeo, completando las acciones de iniciativa nacional puestas en marcha en los Marcos Comunitarios de Apoyo.

Para el comercio son interesantes las medidas de estos programas que afecten a la formación profesional y a las nuevas tecnologías; existen numerosos PIC que inciden en estos aspectos y que pueden ser aplicados a la revitalización de la distribución comercial en la Unión. Por ejemplo, en materia de





CUADRO Nº 15

## ARMONIZACION TECNICA Y ELIMINACION DE BARRERAS DERIVADAS DE LAS DIFERENTES LEGISLACIONES NACIONALES

<b>DIRECTIVAS (HORIZONTALES) SOBRE LA COMPOSICION DE PRODUCTOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRECTIVA SOBRE LOS AROMAS (88/388/CEE).</li> <li>• DIRECTIVA SOBRE LOS ADITIVOS ALIMENTARIOS DISTINTOS DE LOS COLORANTES Y EDULCORANTES (81/712/CEE• 95/2/CE).</li> <li>• DIRECTIVA SOBRE LOS EDULCORANTES (94/36/CEE).</li> <li>• DIRECTIVA SOBRE LOS COLORANTES (94/36/EC).</li> </ul>
<b>DIRECTIVAS (VERTICALES) SOBRE PRODUCTOS ALIMENTICIOS ESPECIFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRECTIVA SOBRE CASEINAS Y CASEINATOS ALIMENTARIOS (85/503/CEE).</li> <li>• DIRECTIVAS SOBRE LOS EXTRACTOS DE CAFE Y DE ACHICORIA (85/59/CEE).</li> <li>• DIRECTIVAS SOBRE AGUAS MINERALES NATURALES (80/777/CEE).</li> <li>• DIRECTIVAS SOBRE LOS ZUMOS DE FRUTAS Y OTROS PRODUCTOS SIMILARES (93/77/CEE).</li> </ul>
<b>DIRECTIVAS SOBRE ENVASES Y MATERIALES EN CONTACTO CON LOS ALIMENTOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRECTIVA SOBRE EL CLORURO DE VINILO MONOMERO (78/142/CEE).</li> <li>• DIRECTIVA SOBRE LOS MATERIALES Y OBJETOS DE MATERIA PLASTICA (82/711/CEE).</li> <li>• DIRECTIVA SOBRE OBJETOS DE CERAMICA (84/7500/CEE).</li> <li>• DIRECTIVA SOBRE LOS MATERIALES Y OBJETOS DE PELICULA DE CELULOSA REGENERADA (93/378/CEE).</li> </ul>
<b>NORMATIVA SOBRE LA SEGURIDAD E HIGIENE DE LOS PRODUCTOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRECTIVA SOBRE LA HIGIENE DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS (93/43/CEE).</li> <li>• REGLAMENTO SOBRE LOS CONTAMINANTES PRESENTES EN LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS (93/315/CEE).</li> <li>• DIRECTIVA SOBRE EL RUIDO AEREO EMITIDO POR LOS APARATOS DOMESTICOS (86/594/CEE).</li> </ul>
<b>NORMATIVA SOBRE EL ETIQUETADO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRECTIVA SOBRE LA INDICACION DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS (79/581/CEE).</li> <li>• DIRECTIVA SOBRE EL ETIQUETADO DE LAS PROPIEDADES NUTRITIVAS DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS (90/581/CEE).</li> <li>• REGLAMENTO SOBRE LAS INDICACIONES GEOGRAFICAS Y LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN (REG (CEE) Nº 2081/92).</li> </ul>
<b>NORMATIVA SOBRE PRUEBAS, CERTIFICACION Y CONTROL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIRECTIVA SOBRE EL CONTROL OFICIAL DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS (93/99/CEE).</li> <li>• DIRECTIVA SOBRE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS DESTINADOS A UNA ALIMENTACION ESPECIAL (89/398/CEE).</li> <li>• DIRECTIVA SOBRE LOS METODOS DE ANALISIS COMUNITARIOS PARA EL CONTROL DE LOS CRITERIOS DE PUREZA DE DETERMINADOS ADITIVOS ALIMENTARIOS (87/712/CEE).</li> <li>• DECISION SOBRE EL COMITE PERMANENTE DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS (85/7/CEE).</li> </ul>
<b>NORMATIVA SOBRE TRANSPORTE POR CARRETERA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• REGLAMENTO SOBRE LA REGULACION DE LOS TRANSPORTES DE MERCANCIAS POR CARRETERA ENTRE ESTADOS MIEMBROS (88/92/CEE).</li> <li>• REGLAMENTO SOBRE LOS TRANSPORTES NACIONALES POR VIA NAVEGABLE (3921/91).</li> </ul>
<b>LEGISLACION RELATIVA AL MEDIO AMBIENTE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• REGLAMENTO RELATIVO A LA CONCESION DE ETIQUETA ECOLOGICA (880/92/CEE).</li> <li>• DIRECTIVA RELATIVA A LOS ENVASES Y RESIDUOS DE LOS ENVASES (94/62/CE).</li> <li>• DIRECTIVA RELATIVA A LAS PILAS Y LOS ACUMULADORES QUE CONTENGAN MATERIAS PELIGROSAS (91/157/CEE).</li> </ul>

FUENTE: Elaboración propia basada en datos de la Comisión de las Comunidades Europeas (1996); Libro Verde sobre el Comercio, 1996. Bruselas.

formación profesional: FORCE (formación profesional continua), PETRA (preparación de jóvenes para la vida profesional y adulta), EUROTECNET (promoción de innovación en la formación resultado del cambio tecnológico), DELTA (desarrollo del aprendizaje por el uso de tecnologías adelantadas), EUROFORM (movilidad profesional y geográfica de los trabajadores). En materia de nuevas tecnologías destacan los programas: SPRINT (innovación y transferencia de tecnologías), TEDIS

(uso de datos comerciales utilizando redes de telecomunicaciones), COM-MET (cooperación entre universidades y empresas). Otros programas de incidencia multisectorial pero que afectan en cierta medida al comercio son, entre otros, LEADER I, LEADER II, ADAPT, PYME y URBAN.

3.- *Medidas innovadoras.* La Comisión ha puesto en marcha una serie de acciones específicas, de magnitud financiera menos importante, con la finalidad de estimular el desarrollo

local y las redes de cooperación entre regiones, y entre las empresas, con el objetivo de establecer un sistema de intercambio de experiencias así como de cooperación interregional.

La UE desarrolla redes entre empresas de diversas regiones (INTERREG, INTERPRISE) y entre las propias empresas (EUROPARTENARIAT, Business Cooperation Network y la Oficina de Aproximación de Empresas -OAE- que ayudan a encontrar socios para actividades de cooperación transnacional.



Tiene un especial interés para el sector distributivo el desarrollo de los vínculos con proveedores, clientes e incluso entre las propias empresas comerciales. Para desarrollar este tipo de relaciones la Comisión estableció en 1991 una iniciativa piloto denominada "COMERCIO 2000", que pretende estimular la cooperación comercial por medio del uso de nuevas tecnologías. (Comisión de las Comunidades Europeas; 1995b).

En el contexto del programa de trabajo "Hacia un Mercado Unico de la Distribución" [COM (91) 41 final] y su programa de apoyo a las pymes, la Dirección General XXIII de la Comisión Europea lanzó una convocatoria de ofertas para la realización de una serie de proyectos piloto con el objetivo de establecer y aumentar la colaboración, horizontal y vertical, entre los sectores de la distribución, especialmente dirigido a pequeñas y medianas empresas comerciales y sus posibles socios económicos (proveedores, sectores asociados...). Configuran todas estas medidas el Programa Piloto "Comercio 2000". El inicio de este programa "Comercio 2000" fue en 1991.

La posibilidad de recibir apoyo financiero está abierta a todos aquellos proyectos que incluyan firmas comerciales, promuevan nuevas formas de cooperación entre empresas comerciales o entre éstas y sus posibles socios económicos, y/o fomenten la aplicación de nuevas tecnologías y modernos métodos de gestión en el sector.

Durante el desarrollo del Programa se recibieron un total de 83 aplicaciones. Después de que la Comisión y un grupo de expertos independientes examinaran las aplicaciones recibidas, 11 proyectos que contenían algunos modelos importantes de cooperación comercial moderna, fueron seleccionados para recibir fondos y apoyo cifrados en un total de 1,8 millones de ecus.

La buena acogida por parte del sector y la experiencia acumulada en base a los proyectos presentados animaron a la Comisión a continuar con el "Comercio 2000" y así, una segunda convocatoria fue presentada por la



Comisión en octubre de 1993. La nueva convocatoria consta de dos partes destinadas a estimular la ayuda a la creación de nuevas formas de cooperación entre las pymes comerciales. Además de la cofinanciación directa de los proyectos seleccionados, se estableció una oferta de ayudas que permite a los titulares seleccionados obtener financiación para realizar un estudio de viabilidad de su proyecto.

En la segunda fase fueron recibidos un total de 210 propuestas de proyectos, y de ellas se seleccionaron 75 estudios de viabilidad para recibir financiación comunitaria.

4.- *Programa de actuación comunitario sobre el comercio interior.* El Consejo de la CE aprobó la Resolución de 14 de noviembre de 1989 sobre comercio interior en el contexto del Mercado Unico. En esta Resolución se destaca la importancia socioeconómica que el Consejo otorga al comercio de bienes y servicios, cuando lo señala como el segundo sector de actividad en la CE e invita a la Comisión a profundizar en sus trabajos sobre el comercio y su fomento en el ámbito del Mercado Unico. Resultado de todo ello es la Comunicación presentada por la Comi-

sión en marzo de 1991 en Bruselas, examinando el problema del comercio intracomunitario en el marco del Mercado Unico de la distribución.

De este análisis se deriva la conveniencia de poner en práctica un programa de actuación comunitario en materia de distribución comercial. Las líneas maestras de este programa de acción no consisten tanto en crear una nueva legislación o programas de ayuda específica para la distribución, sino de encuadrar las actuaciones en programas ya existentes; además de enunciar acciones concretas concede especial atención a la realización de estudios dirigidos a mejorar el conocimiento del papel de la distribución en la economía europea. (Comisión de las Comunidades Europeas, 1991).

El objetivo esencial del programa es lograr una mayor conciencia y comprensión de los obstáculos a los que se enfrenta la distribución comercial europea, y en la medida de lo posible eliminarlos; así como garantizar que la importancia de la distribución quede convenientemente reflejada en toda una serie de políticas comunitarias: información, educación y formación, competencia, innovación, fondos estructurales y política de la empresa.

El documento se adhiere a la posición de que la función interventora de la Comunidad habrá de ser siempre subsidiaria, privilegiándose el nivel de información y limitando su actuación a velar porque el marco jurídico no suponga un freno a la internacionalización. (Perea, M; 1992).

5.- *Política de protección al consumidor.* La relativa escasez legislativa referente al comercio interior en la Unión Europea tiene como contrapunto la abundante regulación legal en relación con la defensa de los consumidores. El sector distributivo se encuentra relacionado, en gran medida, con esta política, ya que son los comerciantes los que mantienen un contacto más directo con sus clientes-consumidores; Así, trataremos en este apartado las principales medidas de protección al consumidor que pueden incidir sobre la distribución comercial.



• *La política comunitaria de protección a los consumidores.* La Comunidad ha venido asumiendo la tarea de desarrollar una política de los consumidores desde 1961; sin embargo, hasta abril de 1975 no fue aprobado el primer programa de los consumidores y ya en 1983 tuvo lugar el primer Consejo de los Consumidores, conformándose esta política, desde entonces, como un aspecto esencial de las actividades comunitarias.

Se dio un importante paso adelante cuando en febrero de 1989 la Comisión creó el servicio de política de los consumidores, y desde 1990 se han puesto en marcha tres planes trienales de acción sobre la política de los consumidores (1990-92), (1993-95), (1996-98).

Sin embargo, es el Tratado de Maastricht el que eleva la protección de los consumidores al rango de auténtica política comunitaria; en su artículo 129 A se especifica que "la Comunidad contribuirá a que se alcance un alto nivel de protección de los consumidores mediante medidas que adopte en virtud del artículo 100 A en el marco de la realización del Mercado Interior y acciones concretas que apoyen y complementen la política llevada a cabo por los Estados miembros para proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores y de garantizar una información adecuada".

• *Responsabilidades de los distribuidores.* La Unión Europea ha desarrollado en todos los Estados miembros varias campañas de información general para alertar a los consumidores comunitarios sobre las normativas de la UE en materia de protección al consumo. Se abordó el tema de la seguridad de los productos legislando sobre algunos de ellos mediante normas específicas, tales como medicamentos, cosméticos, alimentos, vehículos, textiles...etc. Inevitablemente, se produjeron lagunas, por lo que se hizo patente la necesidad de adoptar disposiciones generales que abarquen los aspectos relacionados con la seguridad de todos los productos, entre las que destacan:

– Directiva 85/374/CEE del Consejo, de 25 de julio de 1985, relativa a la



aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos (10).

– Directiva 87/357/CEE del Consejo, de 25 de junio de 1987, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros sobre los productos de apariencia engañosa que ponen en peligro la salud o la seguridad de los consumidores (11).

– Directiva relativa a la responsabilidad sobre los productos defectuosos ("Directiva relativa a la responsabilidad sobre productos"), que entró en vigor el 25 de julio de 1988. Esta Directiva regula de manera uniforme, y en todo el ámbito de la Comunidad, las circunstancias bajo las cuales los fabricantes son responsables de cualquier daño provocado por su producto que pueda afectar al consumidor.

– Directiva 92/59/CEE, de 29 de junio de 1992, relativa a la seguridad general de los productos. Existían lagunas en la legislación y en la protección que dicha legislación proporcionaba. La Directiva relativa a la seguridad general de los productos pretende cubrir dichas lagunas y ofrecer a los

Estados miembros poderes para intervenir de forma eficaz siempre que sea necesario, y concretamente, el poder de retirar de forma efectiva e inmediata del mercado un producto, independientemente de la fase en la que se encuentre.

– Directiva relativa a la responsabilidad de los juguetes, adoptada en 1980, destinada a la defensa de uno de los grupos de consumidores más vulnerables del mercado: los niños.

Además de las citadas Directivas, la UE, para evitar riesgos derivados del consumo de determinados artículos, había creado el sistema de alerta rápida (12) como forma de intercambio rápido de información sobre los peligros derivados de la utilización de productos de consumo (13).

• El conocimiento de precios y el consumidor. Desde la perspectiva de la mejora de bienestar del consumidor las acciones en materia de precios se instrumentan en torno a tres grandes áreas de actuación: Minimizar la presencia de productos ineficientes, minimizar la dispersión de precios entre los establecimientos, controlar las dispersiones temporales a corto plazo (ventas especiales) para que produzcan efectos positivos.

La preocupación comunitaria sobre la información en materia de precios quedó manifestada en las orientaciones del segundo programa de la UE para una política de protección e información de los consumidores (Journal Oficial des Communautés Européennes N° C133, 3-06-1981).

6.- *Política de competencia y regulación de condiciones comerciales:*

• *Política de competencia.* En el marco genérico de un objetivo supremo que es la defensa de la libertad individual surgen una serie de objetivos parciales que configuran el "orden de competencia":

– Contribuir a realizar y mantener la unidad del Mercado Común en beneficio tanto de las empresas como de los consumidores.

– Impedir abusos de poder económico como resultado de una posición dominante a nivel empresarial.





– Obligar a las empresas a realizar una mayor racionalización de la producción, con vistas a propiciar su adaptación continuada al progreso técnico y científico.

– Contribuir a la lucha contra la inflación en cuanto trata de mantener la fluidez de los mercados y ejerce una presión a la baja sobre los precios mediante la confrontación entre las empresas.

En el plano operativo, la Comisión dispone de unos mecanismos de control sobre prácticas concertadas entre empresas y sobre abusos derivados del

ejercicio de posiciones dominantes:

- El Tratado Constitutivo de la CE en su artículo 85.1 declara incompatibles con el Mercado Único y nulos de pleno derecho los acuerdos y prácticas concertadas entre empresas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto, o por efecto, restringir o falsear el juego de la competencia en el ámbito comunitario.

- Y el artículo 86.1 del Tratado de la CE declara incompatible con el Mercado Común y prohibido el abuso de una posición dominante en el seno de

la Comunidad. Es decir, no está prohibida la posición dominante sino el abuso de la misma.

En los últimos años la política de defensa de la competencia se ha enfrentado con diversos problemas en el ámbito de la distribución comercial como consecuencia de los procesos de concentración e internacionalización. En algunos países, Francia y Alemania sobre todo, los grandes grupos y organizaciones de compras dominan el aparato distributivo, sobre todo en productos de gran consumo, con lo que la UE y los países miembros se han visto

### NOTAS

(1) La obtención rigurosa y homogénea de datos es esencial para el proceso de elaboración de estudios, por ello tiene gran importancia la puesta en práctica del Plan Estadístico Nacional 1993/99, aprobado por Real Decreto 136/1993 de 29 de enero.

(2) El Departamento de Comercio, Consumo y Turismo del Gobierno Vasco consciente de la importancia que poseen las nuevas tecnologías en la modernización del sector, ha puesto en marcha un conjunto de cursos específicamente definidos para cubrir las necesidades del sector (PIC). Y además, dentro de la línea de formación y asistencia técnica a la distribución comercial, posee un Gabinete de Asesoramiento Técnico al Comercio (GATC) que ofrece ayuda al empresario de la distribución (análisis de gestión, asesoramiento previo a la apertura, diagnósticos de la situación de los comercios), así como información, orientación y animación comercial, fomento del asociacionismo...

(3) El sistema utilizado por MERCASA se basa en la cooperación con los Ayuntamientos a los que ofrece todo tipo de servicios (estudios técnicos, ayuda en la gestión...) para llevar a cabo la remodelación del mercado. Además, en 1983, Mercasa firmó un convenio con la Administración Central para la rehabilitación de mercados situados en edificios de especial interés histórico-artístico. Actualmente, MERCASA ha iniciado un nuevo programa de remodelación que incluye un importante componente de gestión y organización interna de los mercados remodelados.

(4) Uno de los ejemplos más relevantes son los proyectos actuales de Mercasa en Rusia, otros países de Europa central y oriental, América Latina, etcétera. Mercasa colabora en el estudio y puesta en marcha de mercados mayoristas, actuando como firma consultora y de asesoramiento. La asistencia técnica de Mercasa incluye la colaboración en la organización y funcionamiento en los mercados mayoristas agroalimentarios, la realización de estudios de viabilidad económica, además del desarrollo por parte de la empresa pública española de programas para la formación de personal, colaboración comercial e intercambio de información.

(5) En esta línea de actuación destaca el papel desempeñado por la Ley de Equipamientos Comerciales en Cataluña y la creación de la Comisión Territorial de Equipamientos como adaptación catalana de las Comisiones de Urbanismo comercial creadas por la Ley Royer en Francia. Dicha Comisión pretende la participa-

ción de los diversos interlocutores sociales en la toma de decisiones urbanístico-comerciales y, muy especialmente, en la aceptación del desarrollo de las grandes superficies según pautas urbanísticas y comerciales.

(6) La certificación de profesionalidad como forma de acreditación de las competencias adquiridas a través de la formación profesional ocupacional y la experiencia laboral, fueron establecidas por el Real Decreto 797/1995, de 19 de mayo.

(7) El Real Decreto 631/1993 establece que la convocatoria a las entidades y centros colaboradores para participar en la programación de cursos debe realizarse en el trimestre anterior al comienzo del ejercicio anual en que hayan de celebrarse los cursos.

(8) Alemania, Países Bajos, España y Bélgica, entre otros.

(9) En Bélgica los acuerdos intersectoriales constituyen el nivel más elevado de la negociación colectiva. Estos definen las disposiciones generales aplicables a todos los trabajadores del sector privado y forman la base de los convenios colectivos nacionales celebrados en el seno del Consejo Nacional del Trabajo. Los convenios nacionales se traducen luego, en la práctica, mediante acuerdos específicos que se celebran cada año a escala de sector por Comisiones Paritarias (se entiende que los acuerdos a nivel inferior deben respetar siempre los que se firmaron a niveles superiores). Estos acuerdos se someten al Ministerio de Empleo y Trabajo para su ratificación, lo cual les confiere un carácter obligatorio para todo el sector.

(10) La presente Directiva ha sido incorporada al Derecho español por la Ley 22/1994, de 6 de julio, de responsabilidad civil por los daños causados por productos defectuosos.

(11) Esta Directiva fue introducida en el Derecho español por el Real Decreto 820/1990, de 22 de junio, que se prohíbe la fabricación y comercialización de productos de apariencia engañosa que pongan en peligro la salud y seguridad de los consumidores.

(12) Decisión del Consejo de 2 de marzo de 1984.

(13) Ya existían otros procedimientos de notificación de tipo equivalente para los productos farmacéuticos, contemplados en las Directivas 75/319/CEE y 81/851/CEE; para las enfermedades de los animales contempladas en la Directiva 82/894/CEE y en forma de intercambio rápido de información en las situaciones de emergencia radiológica prevista en la Decisión 87/600/Euratom.



obligados a plantear diversas medidas concretas para evitar los monopolios, acuerdos heterodoxos...

• *Política de regulación de las condiciones comerciales.* La Comisión ha prestado un especial interés a las políticas de pagos aplazados, y en el seno de la Unión Europea se han elaborado algunos informes y resoluciones, con carácter multisectorial, que afectan al aplazamiento de pagos en el sector distribuidor, entre las que destacamos:

– El 18 de noviembre de 1992 la Comisión presentó un documento de trabajo sobre los plazos de pago en las transacciones comerciales.

– El 7 y 8 de julio de 1993 la D.G. XXIII organizó unas jornadas sobre pagos aplazados, posteriormente elaboró un documento que recoge las opiniones de organizaciones independientes, investigadores, representantes de Instituciones Comunitarias, Parlamento Europeo, Comité Económico y Social, DG IV, DG XV, DG XXIII...

– El 13 de septiembre de 1993 se publicó en el DOCE el Dictamen de 30 de junio de 1993 del Comité Económico y Social (93/C, 249/09) sobre el

documento de trabajo de los servicios de la Comisión sobre los plazos de pago en las transacciones comerciales.

7.– *Medidas de desarrollo del comercio en países extracomunitarios.* Europa es considerada como uno de los espacios económicos más dinámicos del mundo debido, en gran parte, tanto a la puesta en funcionamiento del Tratado de Libre cambio entre la Unión y los países de la AELC (Asociación Europea de Libre Cambio), como por la apertura de los espacios económicos de Europa central y oriental.

Estos acontecimientos han abierto nuevas perspectivas a las empresas comerciales de dichas zonas, así como a las empresas de la Unión; incrementando tanto las posibilidades de aprovisionamiento como las de implantación. Por ejemplo, el Tratado de Libre Cambio significó la inclusión en el mercado comunitario de siete economías muy avanzadas que ofrecen un importante potencial de expansión para las empresas de la UE, debido a su sólido desarrollo comercial. En cuanto a los nuevos mercados de los países de Europa central y oriental, para fomentar su

integración económica es necesaria la modernización de sus estructuras comerciales, por ello la Comisión ofrece asistencia a la reestructuración económica de estas zonas a través de los programas PHARE y TACIS.

Estos programas incluyen varios aspectos financieros y técnicos cuya finalidad es la creación de las condiciones necesarias para el establecimiento de estructuras semejantes a las de una economía de mercado.

En esta misma línea de actuación, en 1995 y a propuesta del Comité de Comercio y Distribución (CCD) se crearon tres grupos de expertos formados por profesionales del sector que visitaron Rusia, Ucrania y Hungría, para determinar los problemas fundamentales con los que se encuentra el sector comercial en dichos países y definir en qué áreas los profesionales del sector y sus federaciones podrían prestar asistencia. □

**JAVIER CASARES RIPOL**

Universidad Complutense de Madrid

**MARIA ISABEL BONILLA DELGADO**

Universidad de Castilla-La Mancha

### BIBLIOGRAFIA

– BOLETIN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES (1995): Informe de la Ponencia para analizar los plazos de pago entre empresas en el sector de la Distribución y problemas que se derivan como consecuencia de la morosidad en el cumplimiento de las obligaciones comerciales. BOCG núm. 154/000002, de 6 de Febrero. Madrid.

– CASARES, J. y REBOLLO, A. (1996a): Distribución Comercial. Ed. Civitas. Madrid.

– CASARES, J. y REBOLLO, A. (1996b): "Ideas nuevas en Odres Viejos". Distribución y Consumo. Abril-Mayo. Madrid.

– CEDEFOP (coord) (1994): Comercio al por menor. Berlín.

– COMISION EUROPEA (1991): Comunicación de la Comisión: Vers un Marché Unifié de la Distribution. 04.03.91. Bruselas.

– COMISION EUROPEA. Eurostat (1994): El comercio al por menor en el Mercado Unico. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Luxemburgo.

– COMISION EUROPEA (1995a): "La distribución en la C.E.". Boletín de Información Comercial Española. núm. 2319. Madrid.

– COMISION EUROPEA. Dirección General XXIII. Unidad Comercio y Distribución. (1995b): "Programa para la promoción de nuevas tecnologías en el sector distributivo de la U.E. COMERCIO 2000". Enzyklopädie des Handels. Bruselas.

– COMISION EUROPEA (1996): Libro Verde del Comercio. COM (96) 530 final. Bruselas.

– FERNANDEZ, T. R. (1996): "Aplicación de la Ley del Comercio Minorista en diferentes comunidades Autónomas" Nueva ordenación del comercio minorista en España. Cámara de Comercio e Industria. Madrid.

– MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO (1995): Plan Marco de Modernización del Comercio Interior (1995-2000). Servicio de publicaciones del Ministerio de Comercio y Turismo. Madrid.

– MINISTERIO DE COMERCIO Y TURISMO (1996): Informe sobre el Comercio Interior y la Distribución en España. Estrategias empresariales y política económica en el comercio interior. Tomo II. Servicio de publicaciones del Ministerio de Comercio y Turismo. Madrid.

– MINISTERIO DE ECONOMIA (1993): Real Decreto 136/1993, de 29 de Enero, que aprueba el Plan Estadístico Nacional.

– MINISTERIO DE ECONOMIA Y HACIENDA (1997): La distribución comercial en España. Informe 1996. Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa. Madrid.

– PEREA, M. (1992): "Comunidad Europea. Hacia un Mercado Unico de la distribución". Centra-Market. Madrid.

– PUYOL, R. y VINUESA, J. (1995): La Unión Europea. Ed Síntesis. Madrid.

– SECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO (1996): Reforma del Plan Marco de Modernización del Comercio Interior. Servicio de publicaciones del Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid.

