



JORNADAS DE ESTUDIO SOBRE: "IMPLICACIONES PARA EL SEC-  
TOR COMERCIO DE LA INTEGRACION DE ESPAÑA EN EL MERCADO  
COMUN" .

# jornadas de estudio

## INDICE

# ■ ■ ■ jornadas de estudio

I

## I N D I C E

	<u>Págs.</u>
Inauguración de las Jornadas por el Excmo. Sr. D. Leopoldo Calvo Sotelo y Bustelo .....	1
La problemática sectorial en la estrategia de la integración en el Mercado Común, por D. Daniel de Busturia Jimeno .....	12
Enfoque y planteamiento técnico de las Jornadas, por D. Vidal Díez Tascón .....	20
1ª Ponencia: "Marco estructural del sector comercio en la Comunidad y en sus países miembros", por D. Jacques Besnard .....	25
Coloquio. Moderador D. José Santolalla Arbones	37
2ª Ponencia: "El problema de la armonización legislativa en relación con la competencia en el proceso de integración comunitaria", por D. Paul Schmitt .....	50
Coloquio. Moderador D. Juan Antonio Cremades Sanz-Pastor .....	73
3ª Ponencia: "Algunos aspectos de la armonización del derecho mercantil", por D. John Devine	80
Coloquio. Moderador D. Antonio Urcelay Alonso	95

4ª Ponencia: "La comercialización de productos agrarios en el Mercado Común", por Dª Rosa Mª Marengo .....	100
Coloquio. Moderador D. Luis Font de Mora .....	119
Mesa redonda y conclusiones de la Jornada. Moderador. D. Carlos Fernández Lega .....	124
5ª Ponencia: "Las estructuras de distribución en Alemania y la organización institucional del comercio", por D. Heinrich Gewandt .....	149
Coloquio. Moderador D. Eduardo García Cerrada .....	157
6ª Ponencia: "Los principales desequilibrios en el sector distribución italiano, ante el proceso de integración", por D. Silvano Ferrareto .....	171
Coloquio. Moderador D. Benjamín Alberola Albert .....	191
7ª Ponencia: "Las políticas gubernamentales de distribución en el Mercado Común, con especial referencia a la experiencia francesa", por D. Serge Lacrampre .....	202
Coloquio. Moderador D. Angel Esteban Fernández .....	223
8ª Ponencia: "La problemática comercial de las empresas exportadoras españolas en la distribución intracomunitaria de sus productos", por D. Antonio Pont Amenós, D. Rafael Cerezo Enriquez y D. Joaquín Saez Merino .....	228

# ■ ■ ■ jornadas de estudio

III

Coloquio. Moderador D. Pedro Carbonell Fita ...	247
Mesa redonda y conclusiones. Moderador D. Vidal Díez Tascón .....	269
Palabras de clausura, por D. Agustín Hidalgo de la Quintana .....	289

# jornadas de estudio

## PONENCIAS Y COLOQUIOS

# ■ ■ ■ jornadas de estudio

## INAUGURACION DE LAS JORNADAS

EXMO. SR. D. LEOPOLDO CALVO SOTELO Y BUSTELO

Ministro de Relaciones con las Comunidades Europeas

Quiero en primer lugar, recordar a Manuel de Hermenegildo Rodríguez, anterior Director General del IRESCO, al que conocí cuando yo estuve en el Ministerio de Comercio en el año 76; entonces aprendí a apreciar en él su inteligencia, su capacidad y sobre todo, su entusiasmo. Creo que su sucesor Juan Ignacio Comin recogerá, y no es fácil recoger, la herencia que le deja Hermenegildo y espero que sea capaz como él de mantener el espíritu siempre optimista frente a las dificultades, sin duda muy graves, que él tuvo que afrontar y que tendrá que afrontar su sucesor.

Quiero agradecer aquí la presencia de los representantes de las distintas ramas del comercio, de los representantes de la Administración y muy especialmente de los representantes de la Comisión Europea.

Normalmente cuando se habla del ingreso de España en el Mercado Común o de la adhesión de España a los tratados de París y de Roma, para decirlo en términos más técnicos, se suele contemplar preferentemente el aspecto exterior de esa negociación o de esa relación y sin embargo, como Vds. saben muy bien, si esa negociación hacia el exterior, si esas relaciones exteriores con la Comunidad no están apoyadas por un diálogo interior no tienen o no alcanzan su verdadero sentido.

Desde que me hice cargo de esta responsabilidad - en el mes de febrero he pensado siempre que el diálogo interior tenía, por lo menos, tanta importancia como el diálogo exterior. Y ese diálogo interior hará que todos participen directa o indirectamente en esta aventura europea que España decidió en el mes de julio del año 77; ese diálogo interior exige una información previa, la información sobre las Comunidades no es fácil, las Comunidades son un conjunto de instituciones complejo cuyo conocimiento exacto no es fácil llegar a todos aquellos que, sin embargo, en un plano no muy lejano, van a ser sujetos pasivos de decisiones que se tomen en aquellas instituciones.

Creo que cualquier esfuerzo que se haga, y no sólo el Ministerio para las Relaciones con las Comunidades, - cualquier esfuerzo que se haga para acercar a los españoles esta realidad complicada de las Comunidades Europeas, requiere un esfuerzo previo necesario.

Se ha hablado mucho, desde hace muchos años, sobre todo desde el año pasado, del ingreso de España en el Mercado Común. Existe la impresión de que el tema es familiar. - Las gentes se encuentran en la prensa, gracias a Dios, espacios crecientemente grandes dedicados al tema comunitario. Y no sólo ya a lo que España se refiere sino a la propia vida de la Comunidad. Sin embargo todavía esa realidad compleja de la Comisión del Consejo de Ministros, del Parlamento, de la Corte de Justicia, del Comité Económico y Social, esa realidad compleja de las Instituciones Comunitarias es poco conocida en España incluso en medios profesionales, industriales, agrícolas, y tal vez en medios comerciales. Y creo

que el conocimiento es necesario para que el proceso de integración se lleve reflexivamente. Para atender a esa necesidad previa de información, sobre la que montar después el diálogo, el Ministerio decidió comenzar en el mes de septiembre unas Jornadas de Información por toda España, llevando directamente a las principales capitales españolas la presencia de personas expertas en estos temas, para que la exposición, que podría haberse hecho con más economía de medios a través de la televisión, fuera una exposición más viva, permitir, además, un diálogo, permitir no solo contar lo que la Comunidad es, sino recoger la impresión y la opinión pública, todavía no formada pero muy interesada en el tema comunitario, opinión que, sobre los temas comunitarios, empieza a estarse formando ya a lo largo y a lo ancho del país.

Dentro de esta iniciativa de Jornadas de Información se insertó en su día la idea, la idea conjunta del IRESCO, Ministerio de Comercio y del Ministerio para las Relaciones con las Comunidades, de estas Jornadas de Estudio y es en este marco en el que yo creo que deben entenderse los trabajos que van Vds. a hacer a partir de hoy.

Ciertamente no existe una política común comercial, como existe una política común agrícola, como comienza a existir una política común energética, sin embargo el comercio va a resultar, el comercio entendido en su sentido más amplio, protagonista de las transformaciones que España sufrirá sin duda a lo largo de su proceso de integración en las comunidades. A última hora, no nos engañemos, cuando en el lenguaje ordinario aludimos a las Comunidades con un solo nombre muy concreto muy comercial, el nombre de Mercado

Común. Ante todo, lo que se está haciendo en Europa, lo que se ha hecho ya en buena parte es un Mercado Común. Es un ámbito grande para la libre circulación de las mercancías. - Es, por supuesto bastante más que todo esto.

Creo que esa ambigüedad de la propia terminolo---gía, existe entre el Mercado Común, por una parte, como denominación corriente, el lenguaje corriente de la realidad europea que se está haciendo en Bruselas, en Luxemburgo, en Estrasburgo y, por otro lado, en término Comunidad que apunta a niveles políticos, que apunta a ambiciones políticas - más amplias, esa ambigüedad es una de las razones de la profundidad de Europa.

No podemos, sin embargo, olvidar que sin una base comercial, sin una base mercantil, económica, sin una base de mercado común, todo ideal de comunidad política sería un ideal no encarnado, sería un ideal insuficiente.

El comercio, por tanto, es la esencia en estos momentos, es la vida económica de la comunidad; el comercio interior no está estrictamente reglamentado, directamente - reglamentado por la Comunidad, pero hay una serie de reglamentaciones indirectas que sin duda van Vds. a estudiar y que le afectan, que le afectan en su conjunto favorablemente. La esencia del comercio es la libertad, en la medida en que en un ámbito grande, como el ámbito europeo, se esta---blezca progresivamente una libertad de tránsito de mercan---cías, de personas, de capitales, de servicios, el comercio, el comercio español se encontrará en condiciones mejores para su función.

Por supuesto el comercio en cuanto sea un comercio de exportación va a resultar directísimamente afectado. Pero también comercio interior se va a encontrar un aprovisionamiento más amplio y por lo tanto más fácil, se va a encontrar una posibilidad de seleccionar la oferta al dirigirse a un ámbito mayor, que va a sentir la presión de las normas comunitarias, en cuanto a la política de los consumidores, política iniciada en España, pero que no ha alcanzado en nuestro país el desarrollo que sin duda tiene en otros países comunitarios.

Todas estas influencias directas o indirectas va a hacer que el comercio en sus distintas ramas en España - sufra una transformación profunda a lo largo de los próximos años. La transformación creo que será beneficiosa para el sector en su conjunto y que se producirá sin traumatismos especiales, sin complicaciones especiales. El calendario para la adhesión de España, al que, supongo, se referirá con más detalle alguno de los ponentes en el día de hoy, tiene en este momento las siguientes coordenadas con las que podría yo cerrar esta intervención para situar en su marco temporal la negociación con la comunidad y por tanto las consecuencias de los distintos aspectos que Vds. van a estudiar de esa integración sobre el comercio.

Saben Vds. que estamos a punto de terminar la primera fase de las tres en que puede distinguirse el camino hasta la adhesión de pleno derecho.

La primera fase es la del dictamen en los términos de los tratados el Consejo de Ministros al recibir la

solicitud de adhesión del país candidato, debe pronunciarse sobre ella después de haber escuchado un dictamen de la Comisión. La Comisión está a punto de terminar su dictamen y esperamos que en una de las próximas reuniones, tal vez dentro de este mes de noviembre, en todo caso a principios de diciembre, pueda el dictamen de la Comisión ser elevado al Consejo de Ministros. Tal vez en la última reunión de este año, la última reunión del Consejo de Ministros de la Comunidad, bajo presidencia alemana, que tendrá lugar el 19 de diciembre, el Consejo pueda recibir el dictado de la Comisión y pueda pronunciarse sobre la adhesión de España en los términos previstos en los tratados.

Habremos finalizado así la primera de las tres etapas del camino de la integración en las Comunidades. Si se cumple esta predicción, como en este momento parece probable que se cumpla, habrá que decir tanto por parte comunitaria como por parte española, se ha mostrado una diligencia en el cumplimiento de este trámite previo de entrada.

Cuando en el mes de febrero el presidente de la Comisión encargado de la ampliación de la Comunidad, encargado, por lo tanto, formalmente de las relaciones con España, visitó Madrid, anunció que esperaba un dictamen de la Comisión para la primavera del año 79. Esa manera ciertamente literaria, pero poco precisa, de señalar la fecha nos hacía pensar que no había aún, en la propia Comisión, una idea muy clara sobre cuanto tiempo debía tomar la redacción del dictamen. Se pensaba en los meses de marzo, abril o mayo del 79 como fecha para que la comisión tuviera terminado su trabajo.

De ahí que la respuesta de la Administración española a la serie de preguntas sobre los distintos aspectos de la situación económica y social de nuestro país, fue una respuesta muy diligente. Yo que antes de estar en la política tres años, he estado en la empresa veinticinco años y que por lo tanto estoy acostumbrado a la pereza de la Administración y he criticado muchas veces la lentitud de los procesos administrativos, tengo que decir que quedé muy agradablemente sorprendido al comprobar en los meses de marzo, abril y mayo, como la Administración española solicitada desde nuestro Ministerio respondía diligentemente a las cuestiones, muchas y algunas, de difícil respuesta que nos había hecho la Comisión.

La Comisión apreció el esfuerzo español y respondió con un esfuerzo idéntico y yo quiero aquí también reconocer y agradecer. Sobre la Comisión habían llovido en el año 78 responsabilidades extraordinarias y especiales. La Comisión tiene también sus propios problemas de organización como los tiene toda administración pública y sin duda los medios le llegan a veces con retraso con respecto de sus propias necesidades. La Comisión estaba negociando con Grecia estaba terminando su dictamen sobre Portugal, y tuvo que abordar antes de terminar aquellas dos tareas el estudio del dictamen con España. Y hay que decir que lo ha hecho y que lo ha hecho también diligentemente puesto que aquellas fecha vagamente señalada en torno a la primavera del 79 se ha ido luego concretando hasta tener ya un día y un mes, probablemente el 29 de noviembre, fecha en que la Comisión pueda dar una primera lectura al dictamen y tal vez decidir su elevación al Consejo de Ministros.

Esta es la primera etapa. La segunda etapa es la negociación propiamente dicha. Esta segunda etapa comenzará a continuación, comenzará, por tanto, a principios de 1979. No es fácil y no quiero yo aquí arriesgar una profecía en cuanto a la prolongación de las negociaciones. Si quiero decir a Vds. que si hemos manifestado un cierto deseo de cumplir diligentemente el trámite previo del dictamen, no es por que tengamos una prisa especial en cuanto al ritmo de las negociaciones, las negociaciones serán, sin duda, largas, se trata de negociaciones importantes, importantes para España, importantes para la Comunidad y habrán de ser llevadas al ritmo que convenga más a la defensa de los intereses españoles, en nuestro caso, comunitarios por parte de la Comunidad.

En el caso inglés la negociación duró algo más de año y medio. En el caso español debemos prepararnos a negociar a lo largo del año 79 y del año 80. A partir de la firma del tratado de adhesión se abre la tercera y última etapa hasta la integración de pleno derecho en las Comunidades que es la ratificación de estos tratados de adhesión por los distintos parlamentos de los países miembros y naturalmente, también, por el parlamento español.

Esa etapa, puede llevar varios meses, se inserta además en un calendario electoral de los distintos países miembros, puede llevar, tal vez, un año. De ahí que una fecha a partir de la cual empiece a ser probable la presencia de España como miembro de pleno derecho en los órganos comunitarios, se sitúa en torno a 1982. Como el proceso es largo, como puede haber dificultades, dificultades técni-

cas de negociación, pueden cruzarse dificultades políticas según los calendarios electorales de los países miembros e incluso de la propia España, una fecha más probable sería quizás 1983. A partir de ese momento España podrá ser miembro de pleno derecho en las comunidades y empezar a contar el período o los períodos de transición a lo largo de los cuales España y la Comunidad vayamos asumiendo productivamente las distintas obligaciones que se deducen lo mismo - de los tratados que del llamado "article comunitaire" cuya aceptación es la base previa de toda negociación. Porque, y este es un punto importante que yo quisiera desarrollar aquí, no se negocian tanto unos contenidos, unos textos - que ahí están y a los cuales el país candidato debe prestar su adhesión sin más modificaciones que las técnicamente necesarias para que donde se hablaba de una Comunidad - de nueve se hable de una Comunidad de diez o de once o de doce miembros. Se negocian esencialmente unos plazos, unos plazos para la puesta en vigor de las distintas obligaciones mutuas en cuanto se refiere a ese objetivo final de la libre circulación de las mercancías, de los capitales o de las personas.

Este es el marco en el que se sitúan estas jornadas. El marco temporal. Cualquier ajuste que haya de hacerse, y seguramente que hay que hacer muchos, la Comunidad - es especialmente celosa en materia de conciencia un mercado tan amplio tiene que estar necesariamente fundado en - una competencia transparente. Cualquier ajuste que haya - que hacerse de normas interiores tiene tiempo para ser estudiado y tiene tiempo para ser hecho y tiene tiempo para ser aceptado por el propio sector.

Repito que no es la impaciencia ni la precipitación la norma que ha de presidir nuestro proceso de integración, hay tiempo lo que hace falta es no perderlo utilizarlo desde ahora, para que el calendario interno de cada uno de los sectores, en el caso de estas jornadas del sector comercio, se ajuste de una manera suave, de una manera cómoda, armónica, al calendario de la Comunidad y en definitiva al calendario de la negociación. No habrá, por tanto, grandes traumatismos, si debe haber desde ahora la disposición de todos hacia esa nueva situación de España como miembro de las Comunidades.

En la medida en que estas jornadas afectan a un sector que tiene una estructura de capilar a lo largo y lo ancho del país, estas jornadas pueden servir también para que los representantes del comercio, a través de sus organizaciones profesionales, hagan llegar la información que aquí reciban a sus compañeros de oficio y a través de --- ellos se contribuya a que la información sobre Europa sea una información crecientemente completa en toda la opinión pública española.

Término como comencé diciendo que la negociación exterior tiene que apoyarse en un diálogo interior y que - el diálogo interior necesita como base previa una información compleja, una información suficiente y que pienso que pueden Vds. y sus compañeros ser un vehículo adecuado para canalizar la información, para ayudar en esa tarea en la - que nos ha parecido necesario tomar la iniciativa pero en la que de ninguna manera queremos estar solos y hemos invitado ya a todas las fuerzas económicas, sociales y polí-

ticas a que participen en la tarea de divulgación de información de la realidad comunitaria en nuestro país.

Pienso que no debo extenderme más, les doy nuevamente las gracias por haber venido aquí, les vuelvo a pedir perdón y disculpas por haberles hecho esperar y declaro formalmente inauguradas estas Jornadas de Estudio sobre las implicaciones para el sector comercio de la integración de España en el Mercado Común. Muchas gracias.

## LA PROBLEMÁTICA SECTORIAL EN LA ESTRATEGIA DE LA INTEGRACION EN EL MERCADO COMUN.

D. Daniel de Busturia Jimeno.

Asesor del Ministro para las Relaciones  
con las Comunidades Europeas.

Excmo. Sr. Ministro, Sras y Sres.:

Dentro del contexto de calendarios que el Ministro para las Relaciones con las Comunidades Europeas nos acaba de describir, podemos deducir una frase que creo que se ha convertido ya en expresión consagrada para determinar el horizonte de la adhesión de España a la Comunidad, es decir, no antes del 1 de enero de 1.981, no después del 1 de enero de 1.983. Habida cuenta de este contexto de calendarios, - que constituyen una hipótesis de trabajo razonable, podemos y debemos interrogarnos sobre la aproximación sectorial de las negociaciones.

La problemática sectorial de la estrategia de la - integración de España en al Comunidad Europea, requiere que definamos en primer lugar, que se negocia y cuál es el contexto en el que el comercio se va a desenvolver en ese futuro integrador.

En función de este análisis podemos trazar las grandes líneas de la doble estrategia que será preciso seguir - en el curso de los próximos años, tanto por parte de la Administración como por parte de los responsables directos - del ejercicio del comercio que son la mayor parte de Vds.

La Comunidad Europea podríamos identificarla con un tren que se puso en marcha hace más de un cuarto de siglo y que inspirado como puntos básicos en sus objetivos iniciales establecidos por los Tratados de París y Roma, ha venido recorriendo una serie de Km. en sus años de existencia. Al adherirse, por consiguiente España a la Comunidad, no comienza a construir una comunidad con los actuales miembros que la componen sino que se suma a un proceso que está en marcha y al que debemos adaptarnos, la negociación en este sentido no consiste en modificar los objetivos que ya fueron definidos en su día ni modifican los logros y normas que en función de los Tratados de París y Roma la Comunidad ha ido alcanzando y emitiendo. La negociación consiste en decidir los plazos de tiempo necesarios para que tanto España como la Comunidad se adecuen mutuamente, nosotros a su normativa y ellos a aquellas consecuencias que podrían derivar fundamentalmente de la capacidad competitiva de un nuevo país que decide integrarse en el conjunto comunitario.

Desde un punto de vista comercial, por consiguiente, la negociación consistirá en establecer los calendarios oportunos para que vayamos asumiendo progresivamente en el interior y sin consecuencias traumáticas, el principio de la libre circulación de mercancías.

Ahora bien, al no ser la comunidad un intento meramente mercantil, entendiéndose por tal la existencia de una zona en la que lo único que se hubiese hecho fuese suprimir las aduanas entre los países que la componen, el ejercicio del comercio se encuentra en el núcleo mismo del proceso de integración ya que todo producto está hecho para ser comer-

cializado y que, en consecuencia, el consumidor de los mismos, es el árbitro último de la actividad productiva y comercializadora.

Teniendo la Comunidad por objetivo la integración de las economías de los países que la componen, durante sus años de existencia, la Comunidad, además de sentar las bases para que el producto pueda circular libremente mediante la creación de una unión aduanera ha venido ahondando en otro tipo de circunstancias y medidas que de forma directa o indirecta inciden sobre la función comercial.

El conjunto de estas medidas, es lo que podríamos entender como problemática de las negociaciones y son la serie de temas que el comercio deberá tener muy en cuenta para preparar sus propias estrategias de penetración en otros mercados, sus propias estrategias de adecuación a la nueva dimensión de la oferta de la que van a disfrutar y sus propias estrategias para asumir, allí dónde las hubiera, las normas jurídicas puestas en vigor por la Comunidad Europea.

¿Cuál es este nuevo contexto hacia el que España camina?. Siendo el comercio, como hemos dicho el lazo de unión entre la producción y el consumo, siendo el comercio una importante actividad económica que se ejerce bajo normas jurídicas diversas pero que se insertan dentro de un ámbito jurídico y social más amplio, siendo el comercio en su doble dimensión de interior y de exterior el artífice de la presencia del producto español en mercados exteriores y del producto exterior en el mercado interno, es evidente que toda modificación del contexto y del marco en que se desenvuel

ve le afecta negativa o positivamente de forma viva. La adhesión de España a la Comunidad supone dotar al comercio de un nuevo entorno cuyas características esenciales podríamos definir en los puntos siguientes:

- Una nueva dimensión del Mercado, la Comunidad de 12 países está constituida por un conjunto de más de 300 millones de consumidores que buscan la calidad del producto - que se les ofrece, que buscan un aprovisionamiento estable y continuo y que buscan la garantía de la salvaguardia de los intereses íntimos y legítimos del consumidor.

- Es también una zona en la que las mercancías, ya sean agrícolas o industriales, circulan libremente sin obstáculos de tipo arancelario o de tipo extra-arancelario.

- Es también un área en la que precisamente para garantizar la efectiva circulación de los productos, el legislador comunitario se viene preocupando por armonizar aquellas disposiciones que por vía indirecta fueran susceptibles de impedir la libre circulación real de las mercancías.

Por ello la Comunidad ha establecido o está estableciendo una serie de exposiciones que consoliden y afiancen este principio; pensemos, por ejemplo, en la armonización de los sistemas fiscales mediante la generalización del impuesto sobre el valor añadido, que en materia de comercio exterior reemplazará al impuesto de compensación de gravámenes interiores y a la desgravación fiscal o la exportación, en materia de comercio interior este sistema sustituirá al actual de tráfico de empresas, pensemos también en la armo-

nización de normas técnicas para impedir que la existencia de una norma nacional determinada pueda evitar la adquisición de un producto determinado. Pensemos, por ejemplo, de que en Italia las disposiciones en materia de los parabrisas de los automóviles son de un carácter determinado y en Alemania de un signo distinto: un automóvil italiano o alemán no podrían, a pesar de desaparecer las aduanas, circular libremente por un mercado único. Por consiguiente he ahí el programa de armonización de normas técnicas. Pensemos también en todas aquellas disposiciones de etiquetado o presentación de productos igualmente en las disposiciones derivadas de la política de protección hacia los consumidores tales como directiva de crédito al consumo, responsabilidad de los productos defectuosos, publicidad engañosa, etc... y pensemos también en la reglamentación que pretende preservar el principio de la libre competencia para cuyo logro se han instrumentado mecanismos tendientes a modificar los monopolios de carácter comercial, a impedir los abusos de posición dominante en los mercados, a imposibilitar las prácticas concertadas entre empresas que provoquen un daño y afecten al comercio y pensamos como otro elemento más, en la creación de una zona de estabilidad monetaria mediante la creación próxima de un sistema monetario europeo cuyo objetivo, además de otros de índole internacional, es el de impedir que las fluctuaciones monetarias nacionales provoquen distorsiones competitivas en un mercado que por definición debería ser único. Igualmente el comercio debe tener en cuenta todas aquellas normas de libre establecimiento y de libre prestación de servicios.

No quisiera adentrarme en un terreno que será abundantemente explorado por los representantes de la Comisión Europea que tenemos hoy entre nosotros. Mi pretensión no es otra que la de esbozar un marco necesariamente genérico dentro del que podamos insertar la estrategia de negociación y de integración.

La situación presente y las perspectivas inmediatas exigen que nos planteemos la estrategia de integración, tanto bajo la óptica de los responsables de la Administración española, como de la propia empresa.

No se puede ni debe, en efecto, esperar que la Administración de soluciones providencialistas que nos eximan de nuestra propia responsabilidad como empresarios.

La aproximación de la Administración a la problemática de la adhesión se está efectuando bajo un doble frente:

- El frente interior consistente en detectar los problemas y ver en consecuencia que medidas de adecuación interior será preciso instrumentar durante esta etapa de negociación y durante el periodo transitorio y

- El frente exterior consistente en preparar la negociación de unos calendarios de transición, susceptibles de darnos un margen de tiempo razonable para que la asunción de nuestros derechos y obligaciones se efectúe de forma no traumática.

Ambas tareas, la interior y la exterior, es lo que podríamos entender como aproximación a la problemática sec-

torial dando al término sector un contenido mucho más amplio.

Podríamos, en efecto, entender por sector una rama determinada de la actividad productiva. Imaginemos, por ejemplo, la problemática del sector textil tanto en su dimensión de producción como comercial.

Creo, sin embargo, que sin descuidar el problema concreto de un producto determinado, la aproximación que se está haciendo tiene un carácter global, contemplándose de forma simultánea los diversos factores que pueden afectar al conjunto de la economía.

Centrándonos en los aspectos específicamente comerciales, se están teniendo en cuenta los aspectos del comercio exterior tales como la importación y exportación libres procedentes y hacia los nueve, las importaciones y exportaciones a Grecia y Portugal, el comercio con aquellos países con los que la Comunidad ha concluido acuerdos específicos tales como los países de la cuenca sur del Mediterráneo, los países americanos del Caribe y del Pacífico, el sistema de preferencias generalizadas y los acuerdos de libre comercio industrial concluidos por la Comunidad con los antiguos países de la EFTA, pero se está contemplando también los aspectos de comercio interior tanto resultantes de la nueva competencia internacional que introduciremos en nuestro mercado, como de la aplicación interior del derecho derivado que deberemos asumir y que será objeto de estudio a lo largo de estas Jornadas.

Para el cumplimiento de este doble objetivo tienen especial importancia reuniones como la presente que nos per

mite por un lado informar y por otro ser informados de los problemas e inquietudes que surgen del conocimiento de sus deberes futuros por parte de un sector determinado. Ahora bien, de poco serviría el análisis y buena voluntad de la Administración si los otros sectores y en este caso específico el comercial, no recorriesen también una parte del camino elaborando sus propias estrategias de información y adecuación, de información para completar y profundizar unos datos básicos, necesariamente limitados que permiten unas Jornadas como las que iniciamos.

De información también a la Administración de las preocupaciones e inquietudes que percibe el sector comercial a la luz de los datos objetivos y del nuevo contexto en el que el ejercicio de su profesión se va a desarrollar, de adecuación y preparación a la nueva dimensión del mercado, de selectividad de la oferta, de normativa a veces distinta y a veces similar en los diversos aspectos que inciden sobre el comercio.

Para ello, la perspectiva de la adhesión al Mercado Común requiere una gran dosis de análisis, de colaboración y de preparación. La conjunción de estos tres factores permitirá conducir una negociación conforme con los intereses generales del País y lo que es más importante, que los propios sectores preparen una estrategia que les permita obtener el máximo beneficio del marco que les ofrece una Europa integrada y una España dentro de ella.

Muchas gracias.

## ENFOQUE Y PLANTEAMIENTO TECNICO DE LAS JORNADAS

D. Vidal Díez Tascón

Subdirector General del IRESCO.

Excmo. Sr. Ministro, Sras. y Sres.:

Establecida la necesidad de centrar la problemática que cada uno de los Sectores económicos puede encontrar al vincularse España en el Mercado Común, dentro del Programa del Ministerio de Relaciones con la Comunidad, como ya - ha señalado el Sr. Ministro, se tomó contacto con el IRESCO para plantear conjuntamente la estrategia a seguir con objeto de dar un máximo de concreción y eficacia a estas Jornadas.

Inmediatamente vimos una relación obligada entre esa idea y el muy reciente Programa de Reforma de las Estructuras Comerciales aprobadas por el Gobierno.

Pensamos que para articular el planteamiento de estas Jornadas era importante el realizar la elección de los temas, de los ponentes, etc., con la presencia viva de los representantes del sector con los que inmediatamente se tomó contacto para recoger sus preocupaciones.

En consecuencia, en el momento de la planificación de las Jornadas se buscó en el sector, de una parte, una orientación y, por otra parte, una selección de temas que - respondiendo a este marco y a esta estrategia de integración en la Comunidad, registrara la problemática que el propio -

Gobierno, el Ministerio de Comercio y el propio IRESCO, ya habían puesto de manifiesto en el Plan de Reforma recientemente aprobado Plan de REforma.

Conforme con estas ideas básicas, inicialmente concebimos dos vertientes claras a la hora de plantear las Jornadas:

- Por una parte, la temática de tipo general que debía ser objeto de debate, de preocupación y de desarrollo permanente dentro de la propia Comunidad en el proceso de armonización; no solo ya de políticas sino también en la propia orientación del proceso vivo de derrumbe de fronteras, de libre circulación de los factores de producción, mercancías, capitales, etc.

- Por otra parte, los aspectos ya más específicos de lo que para nosotros puede representar la Comunidad en el sentido de plantear aquellos temas que pueden servir de referencia al sector español en este proceso de los próximos años, a medida que se vaya cumpliendo el programa previsto para la integración.

Especialmente, en esta segunda vertiente, hemos tenido muy en cuenta las experiencias de aquellos países dentro de la Comunidad que están más desarrollados y que por sus específicas circunstancias pueden representar el modelo a seguir para la realidad española. Me refiero concretamente a la ponencia relativa al comercio en Alemania cuyo planteamiento en profundidad de toda la problemática de la integración y la asociación del comercio será de sumo interés.

No hay que olvidar que en el sector comercial español hay 600.000 empresas y que esa es una realidad que condiciona toda política de reforma y toda política de integración. Sería una utopía pensar que es válido para España un modelo consistente en grandes empresas tipo americano, haciendo abstracción de esa realidad de los 600.000 comerciantes.

Por consiguiente, el horizonte para nosotros es el de ayudar y apoyar a todo el movimiento de asociación, integración y cooperación, que vaya permitiendo gradualmente el aprovechamiento de las economías de escala, de las rentas de la situación y en último término de los beneficios económicos y sociales que se derivan de una mayor dimensión o de una mayor capacidad empresarial.

Dentro de esta segunda vertiente hemos prestado también un especial interés a los problemas de los desequilibrios característicos del sector comercial en España y que tienen reflejo a nivel comunitario. Un país como Italia, ya integrado en la Comunidad desde el principio, constituye para nosotros también una buena experiencia ya que si la sabemos asimilar, tanto en sentido positivo y más aún en sentido negativo, podremos evitar el incurrir, probablemente, en determinados costos que Italia habrá tenido sencillamente por haber avanzado antes que nosotros en un camino difícil y arriesgado como es el de la integración: una integración competitiva al abrirse libremente hacia unos países más avanzados y tecnológicamente más desarrollados.

Finalmente, no deberíamos dejar de lado el tema de la propia problemática de las políticas gubernamentales. Una

vez más insistimos dentro de la nueva vertiente vista por el Programa de Reformas de las Estructuras Comerciales, el protagonista de la Reforma es el comerciante, pero la Administración debe decidir el marco. Ese marco ha de tener claramente unas coordenadas, ha de tener unos objetivos perfectamente definidos y ha de instrumentar de una manera coherente los medios, que sin ser demasiado abundantes han experimentado un sustancioso aumento durante dicho Programa.

El objetivo fundamental para la Administración, para el Ministerio de Comercio y para el IRESCO, es llegar, o hacer llegar y ayudar a que el sector en España se asimile cada vez más al Sector Comercial en Europa, es decir, superar las tremendas barreras que supone el minifundismo, la disgregación, la descapitalización, etc. Es indudable que el modelo para el sector comercial en España, dentro de una gran flexibilidad, es el comercio más desarrollado, más evolucionado, más integrado, más eficiente y productivo de la Comunidad Económica Europea.

En consecuencia, y concluyo ya con ello, perfilada de esta manera la elección de los temas y los aspectos esenciales, cabría señalar que evidentemente no son los únicos temas ni probablemente están todos los aspectos fundamentales incluidos; pero no hay que olvidar tampoco que las Jornadas son una primera toma de contacto con el sector y que probablemente habrá que seguir profundizando tanto en los aspectos sectoriales como en los geográficos, habrá otras ocasiones, y debemos propugnarlas, en las que finalmente se vaya concretando el planteamiento a fondo de todos los aspectos esenciales que condicionan la actividad comercial.

En cuanto a la elección de los ponentes solo hay - que decir que hemos solicitado su apoyo y se han brindado a colaborar, especialistas altamente cualificados de la Comunidad Económica Europea y que hoy contamos con ellos para dar precisamente un planteamiento profundo y riguroso de toda esta temática de suma importancia para el sector comercial.

Hemos elegido como moderadores, a la hora de orientar las discusiones, la polémica, los debates, etc. a profesionales del comercio, huyendo en lo posible de que sea la - Administración la que de alguna manera pusiera de relieve - los problemas, queriendo por el contrario, que sean los propios comerciantes los que sentados aquí, y después de las Ponencias, quienes centren y graduel la importancia relativa - de los temas a debatir. Y de esta forma, puedan acercar a su propia problemática como empresarios y como protagonistas de la actividad comercial, todo el desarrollo de las Jornadas.

Reitero por el Ministerio de Comercio el agradeci - miento a todos los aquí presentes, en el sentido de que será una contribución de suma importancia y que, evidentemente, - para nosotros como Administración, va a representar un acerbo de criterios, de aportaciones, de puntos de vista y de - ideas esenciales que van a perfilar con mayor rigor nuestra práctica administrativa.

Muchas gracias.

## 1ª PONENCIA

MARCO ESTRUCTURAL DEL SECTOR COMERCIO EN LA COMUNIDAD Y EN SUS PAISES MIEMBROS.

D. Jacques Besnard

Jefe de División de Comercio y Distribución y Legislación de precios de la Comisión de las Comunidades Europeas.

Sras. y Sres.:

Yo quisiera, en el marco de estas Jornadas, recordar en esta ocasión que la Comunidad Económica Europea es la principal zona comercial del mundo.

En 1976, la Comunidad ha realizado el 23% de las importaciones de todo el mundo, seguida de los Estados Unidos con el 15,5%, el Japón con el 8,9% y Rusia con el 4,9%.

Del mismo modo, la Comunidad ha realizado el 31% de las exportaciones mundiales, los Estados Unidos el 15%, el Japón el 8,8% y Rusia el 4,9%.

Después de haber fijado este concepto, veamos, si les parece bien, el lugar ocupado por el Comercio dentro de la Economía de la Europa comunitaria de los 9: Muchas veces se olvida que el comercio constituye el segundo sector económico de la Comunidad, detrás de la Industria pero delante de la Agricultura, con unos trece millones de población activa y, sobre todo, con el 12% del producto interior bruto comunitario. En consecuencia, se trata en conjunto de un sector de la máxima importancia.

Podemos afirmar y la experiencia lo confirma, que no se puede hablar de un Comercio europeo sino de Comercios europeos, en fun-

ción de su forma, de su estructura, de la región y del contexto económico en el cual se desarrolla. El comercio no es el mismo en Copenhague que en Génova, en Berlín que en Marsella.

La evolución comercial es distinta en cada país, aún cuando desaparezcan las diferencias en las fronteras. Comparando los distintos comercios de Europa, no se les puede aplicar las mismas definiciones, los mismos sistemas de venta y las mismas fechas de referencia.

Esto puede parecer raro pero es aún muy difícil hoy, después de casi 20 años de vida comunitaria, el obtener estadísticas homogéneas y en consecuencia comparables, para el conjunto de la C. E. E. en el sector de la Distribución.

Debo precisar, de todas formas, que está en marcha una encuesta común en los 9 países miembros. Esta encuesta tendrá como año de referencia el 1978 y esperamos que así desaparecerán considerablemente las diferencias que se observan.

Examinaremos ahora el sector comercial de dos formas: Primero por la forma de la actividad comercial y por su influencia en las economías nacionales, es decir, por su participación en el producto interior bruto y después por el número de personas empleadas en cada sector.

Dado que el comercio europeo representa el 12% del producto interior bruto, es evidente la conveniencia de conocer ese porcentaje separando país por país y se observa que las diferencias son muy pequeñas, lo que significa que la importancia relativa de ese sector económico en las economías nacionales es casi idéntico. Es en Dinamarca donde el porcentaje del sector en el producto interior bruto es mayor, el -

15%, seguido de Bélgica con el 14%. La importancia más débil es en el Reino Unido e Irlanda con el 11%. Alemania, Francia, Italia, los Países Bajos y Luxemburgo se sitúan entre el 11 y el 13%.

Resumiendo, el producto interior bruto de la Comunidad, está prácticamente constituido de la siguiente forma: Alrededor del 4% para la Agricultura, el 44% para la Industria y el 51 al 51, 5% para el sector servicios, entre el cuál se encuentra el Sector Comercio con el 12% del total.

En cuánto a la situación del Comercio respecto a la población activa, los porcentajes de la actividad económica en el empleo total comunitario se pueden resumir del siguiente modo: un 8% para la Agricultura, un 39% para la Industria y un 53% para el sector servicios, con el 13% para el sector comercial.

Los 13 millones de población activa en el comercio se pueden dividir así: 54,6% de hombres y 45,4% de mujeres.

Ahora bien diferenciando entre comercio mayorista y detallista estos porcentajes cambian: en efecto, en el comercio mayorista el empleo es esencialmente masculino, mientras que existe una mayoría femenina en el comercio detallista, siendo este predominio femenino aún más notable en la gran empresa comercial y en el comercio integrado.

Hasta 1970 e incluso hasta 1973, el comercio, como todo el sector terciario era un creador de trabajo y es posible que aún lo sea más en los próximos años. La crisis no es la única y sola razón sino que influyen muy acusadamente la propia evolución del sector y de los métodos de venta en la modificación de esta situación.

Veamos ahora la interacción del Comercio en Europa, utilizando la tradicional clasificación de las Empresas en comercio mayorista y detallista. Se puede constatar que para el comercio mayorista la transformación de estructuras ha sido muy importante en casi todos los países de la C. E. E. Apesar de esa evolución continua para adecuarse a las diferentes exigencias de cada mercado, el comercio mayorista deberá continuar modificándose considerablemente y afrontar mayores transformaciones si quiere consolidar su posición en la distribución.

Algunas condiciones fundamentales se incluyen en el marco de una política de adaptación empresarial y de formación de grandes estructuras. Así en el nivel de una empresa adaptada al mercado, se tendrá claramente que tender hacia un incremento de las superficies actuales. Conociendo a la mayor parte de las empresas existentes, sus dimensiones no son suficientes para el nivel futuro.

La creación de unidades empresariales regionales o suprarregionales mayores, así como el mejoramiento de las técnicas y la racionalización de las organizaciones y del funcionamiento de las Empresas es indispensable para asegurarse el Mercado a largo plazo.

La dirección de las empresas mayoristas tiene la obligación de integrar poco a poco en su organización a equipos de especialistas cualificados siguiendo una política de surtido. El comercio mayorista tendrá también que crear, adquirir o incorporar, por medio de la asociación, comercios detallistas en función de su capacidad y si esto no es posible deberá proceder a especializarse, consistiendo esa especialización en concretarse en un grupo de compradores especializado y si es posible homogéneo.

Esa especialización basada en la constitución de un surtido más reducido debe de satisfacer al cliente. La política respecto a redes de distribución y la orientación de la demanda del comercio detallista está también íntimamente ligada a este problema. El Marketing del Comercio Mayorista no obtendrá éxito a largo plazo sin una relación estrecha con sus compradores. El éxito del comercio mayorista depende de esto, de la necesidad de afianzar y adecuar su política de Empresa con la marcha de la empresa del comprador.

La evolución de las exigencias del antiguo mercado permite - constatar que, en el futuro, el comercio mayorista deberá desarrollar considerablemente sus condiciones de servicio. La cooperación a nivel local de las empresas mayoristas con los centros comerciales a su nivel de distribución constituye una experiencia interesante que en el curso de los próximos años contribuirá a solucionar problemas de espacio, comodidad, etc.

La intervención de estas reacciones y medidas de política de - empresa adoptados por unos y otros, correspondiendo a la situación específica de cada caso, puede abrir nuevas e interesantes perspectivas.

Con lo que se refiere al comercio detallista, desde el año -- 1960 se ha transformado notablemente en la totalidad de sus estamentos en la C. E. E. En la mayoría, la característica esencial de esta trans - formación reside en el empuje persistente de las nuevas formas de la Distribución, en particular de los hipermercados y de otras grandes - superficies.

A consecuencia de esto, en casi todos los comercios esa si - tuación estructural se traduce por una acentuación de la competencia que incide especialmente en la pequeña y mediana empresa. Se ha producido un proceso de selección y los movimientos de concentración co -

mercial se han intensificado particularmente.

Los grandes almacenes, los almacenes populares y la venta por correspondencia, dentro de una definición global de comercio integrado han pasado desde 1962 a 1975 de un 23,4% de cifra total de negocios en el comercio detallista de Alemania en 1962 al 35,3 en 1975. Durante el mismo periodo en Francia han pasado del 19,4% al 31,2%, en Italia del 4,8% al 11,3%, en los Países Bajos del 24,2% al 31%, en Bélgica del 15,6% al 22,4%, en el Reino Unido del 45,5% al 56,2%, en Irlanda del 12,7% al 24% y en Dinamarca del 17% al 23,3%. Como se puede comprobar, excepto en Italia, el comercio integrado representa casi siempre más del 25% de la cifra total de negocios.

En 1976 había en Alemania 68 supermercados por cada millón de habitantes, 75 en Bélgica, 110 en Dinamarca, 62 en Francia, 50 en el Reino Unido, 17 en Italia, y 77 en los Países Bajos.

En cuánto a hipermercados, las cifras eran del 12,6 en Alemania, 7,7 en Bélgica, 7 en Francia, 1,8 en el Reino Unido, 0,2 en Italia y 2,9 en los Países Bajos, siempre referidos a un millón de habitantes.

Pero al respecto se puede comprobar que la parte correspondiente no parece poder sobrepasar el 5% de la cifra total de negocios del comercio ya que, en efecto, parece existir un cierto paralelismo en esta revolución estructural que no permite hablar de diferencia de tendencias en el conjunto de la comunidad.

En efecto, ciertas diferencias han aparecido entre los distintos países europeos. Así, en Italia la estructura del comercio detallista no se ha modificado grandemente en los últimos años. Por el contra

rio, en la mayoría del resto de los países miembros se ha observado una tendencia más marcada hacia la racionalización y hacia la formación de mayores empresas de distribución. Esta evolución hacia formas de explotación mayores es particularmente notable en el sector de la Alimentación.

En este sector, el número de empresas continúa disminuyendo. Por otra parte se observa una mejora de la situación de competencia en el mercado exterior muy sensible especialmente en Bélgica, Francia, Alemania y el Reino Unido.

Es notable que las grandes firmas de compras contribuyen a continuar, asegurar y promover la competitividad de las pequeñas y medianas empresas del comercio y es bueno remarcar que el 70% de la cifra de negocios total del comercio en Europa está asegurada por las pequeñas y medianas empresas comerciales.

Cuáles son esas empresas? Su importancia ha sido siempre grande y continúa siendo grande después de 1975, último año de referencia homogénea en la Comunidad, dado que su parte de mercado ha aumentado desde el 43,8% en el Reino Unido hasta el 95% del comercio independiente. Según los datos la parte de productos vendidos por las pequeñas y medianas empresas varían en cada país. Así, por ejemplo, para Bélgica, tomando siempre como referencia el año 1975, las pequeñas y medianas empresas tienen el 77,6% del mercado total, (el 90% en los productos del hogar, el 80% en tejidos y no mucho menos en las instalaciones de sonido y en la perfumería). En Francia, la parte del mercado correspondiente a la pequeña y mediana empresa es el 68,8%, con cerca del 80% del mercado de muebles, el 70% de la confección y una cifra semejante en los mercados de calzado y tejidos. En

Alemania, el 75% del mercado está en manos de la pequeña y mediana empresa comercial, con el 82% del mercado de bienes de consumo, el 60% en lo que se refiere a instalaciones de sonido seguidos por los productos para el hogar y la alimentación. En los Países Bajos la parte de mercado que corresponde a la pequeña y mediana empresa es el 69% con el 70% del mercado de muebles, los productos para el hogar y la alimentación. En el Reino Unido la pequeña y mediana empresa detente el 43% del total del mercado, con el 50% del mercado de productos para el hogar, el textil y los muebles. En Italia en 1975 la pequeña y mediana empresa dominaba el 90% del mercado total siendo muy difícil poder disgregar ese porcentaje.

A la vista de los anteriores ejemplos podemos constatar que ciertos sectores de la Distribución están caracterizados por la importancia de la pequeña y mediana Empresa detallista.

También podemos decir en contrapartida que la intensificación de la competencia que se constata en todos los estamentos para el conjunto de las empresas detallistas y en particular para el sector de la Alimentación, ha tendido igualmente hacia movimientos de concentración a nivel de la gran distribución.

Podemos preguntarnos cuales son las características esenciales de esta evolución del sector comercial en la Comunidad y es evidente que tanto en el comercio mayorista como en el detallista existe una fuerte concentración y una especialización caracterizada por la dimensión de los establecimientos.

La especialización se ha puesto de manifiesto tanto en el comercio mayorista como en el detallista y, en este último caso, sobre todo en el nivel de la pequeña y mediana empresa.

Todo esto tiene una gran importancia económica pero también tiene una importancia política considerable. Por otra parte se pueden establecer diferencias en la evolución de las formas de Comercio en Europa entre los países del norte y los países del sur, en donde las densidades de población son distintas y los hábitos comerciales son diferentes. Pensemos simplemente en un país en el cuál el comercio ambulante y los mercados trashumantes sean muy importantes.

Por qué no podemos hablar de un comercio europeo, aunque existan esas diferencias?

Es necesario igualmente modular la diferencia en la evolución entre zonas urbanas y zonas rurales. La desaparición del comercio en las zonas rurales y en las zonas cercanas a los grandes núcleos de población es un problema importante en Europa, puesto que necesitamos unas zonas rurales vivas, bien equipadas y cualificadas, en las que se aseguren condiciones de vida dignas de nuestro tiempo.

También he de hablar de la formación profesional y de la tecnología en el comercio.

Sin duda que la función comercial exigirá cada vez más una formación en los que desarrollen el comercio superior a la que antes se tenía. El comerciante necesita una formación técnica que será cada vez más indispensable, no solamente para la gestión de la empresa sino también teniendo en cuenta las obligaciones que le imponen los cuadros de decisión pública a las empresas.

Las escuelas de comercio han evolucionado considerablemente en 15 años. La tecnología ha seguido este proceso de evolución y se desarrolla más cada día.

Se ve claramente la necesidad de disponer de escuelas comerciales y también la necesidad de disponer de una población activa comercial apta, teniendo en cuenta que para el futuro hay que formar nuevos especialistas.

Habrà en los próximos 20 años, nuevas formas de distribución y comercialización, a las cuáles habrá que adaptarse. Y para ello hay que tener en cuenta ciertos oficios nuevos de gran importancia como los derivados de la informática aplicada al comercio, partiendo de las estadísticas y datos de ventas tomados al nivel de las cajas de salida y de la lectura óptica de los códigos de base de los productos.

Cuál es la influencia comunitaria en esta temática? Ante todo representa la creación de un mercado único que dota de nuevas escalas económicas al mercado y a la empresa y que hace que el dinamismo de un país sea el dinamismo de todos. La competencia es más directa, -- más dura, más continua y esto es constructivo, incluso teniendo en -- cuenta que es fatal para algunos.

Se entiende bien que la concepción de los distintos Mercados Nacionales es diferente ahora y ese es un problema que necesita mucha paciencia por la necesidad existente de armonizar las legislaciones de cada país sobre el comercio y sobre su desarrollo. Estamos intentando en la actualidad establecer un cuadro sinóptico que reúna las -- diferentes reglamentaciones nacionales concernientes al comercio. Así pues, ya saben Vds. que estamos trabajando sobre este tema, sobre el cuál el Sr. Devine y el Sr. Smith tratarán a continuación y lo harán -- mucho mejor de lo que yo podría hacerlo.

Quisiera ahora también tocar el tema del empleo y la incidencia en el del Comercio pero desgraciadamente solo puedo hacer algunas

enumeraciones no muy válidas y bastante inconcretas.

Las preocupaciones de la empresa comercial al respecto - son inevitables. Para el futuro es evidente la necesidad de un personal más preparado especialmente si nos referimos al personal técnico, jurídico y de relaciones públicas que necesitará el comercio detallista.

Esto es especialmente válido para el comercio del campo de la Alimentación y para el comercio multiespecializado con predominio de la alimentación, al asistir a un desarrollo de las agrupaciones nacionales e internacionales muy importante.

El pequeño comercio aislado de alimentación tendrá menos -- perspectivas favorables para tener un personal adecuado de alto nivel y quizás se vea la posible excepción del incremento del trabajo femenino.

En los sectores no alimentarios creo que las perspectivas son bastante parecidas. Se detecta sobre todo la necesidad de un personal - cualificado, entre otras razones porque se seguirá desarrollando la -- mecanización de las actividades.

Todo ese razonamiento me lleva a decir que la contribución - del sector comercial a la retracción del paro y al crecimiento del empleo no será probablemente muy importante. Por supuesto que así piensan también en el Instituto Nacional de Estadística y en la Escuela de - económicas de Francia y se sigue la misma tendencia en Bélgica en la Comisión Especial de la Distribución y en el Consejo Central de Economía.

Desde 1970 a 1976 el desarrollo del Comercio integrado e in-

dependiente no ha contribuido en la misma medida que los otros subsectores del terciario a la creación del empleo.

En mi opinión es razonable el ser prudentes sobre las posibilidades de la participación del sector terciario para resolver el paro y absorber a la nueva población activa sin especializar. Para el periodo de 1970 a 1975 la media de creación de empleo en el sector terciario de los 9 países de la Comunidad ha sido del 1,7% por año mientras que en el comercio sólo ha sido el 1,2%.

Creo que pueden Vds. reflexionar sobre todas estas cifras y todas estas consideraciones generales que yo he planteado alrededor de este importante tema.

Muchas Gracias.

COLOQUIO

Moderador: José Ramón Santolalla Arbones

Vicepresidente de CETED

Muchas gracias por esta Ponencia expuesta magistralmente por el señor Besnard, en una nueva demostración de su capacidad de síntesis tan conocida por toda Europa.

Creo que deberíamos centrar los puntos que se han tocado respecto a cuales pueden ser los problemas con los que nos vamos a enfrentar los comerciantes españoles ante este programa de integración en la Europa comunitaria.

Entonces yo he recogido diez puntos y no por lo del decalogo, que voy a resumir muy brevemente.

El primer punto es que España va hacia el primer mercado del mundo; este es un punto importante, por todo lo que entraña de posibilidades y de competencias.

El segundo punto es que el sector comercio es el segundo dentro del producto interior bruto, después de la industria y antes de la agricultura; este es un aspecto, nuestro país es completamente distinto, pero hay que afrontar esta realidad por cuanto es lo que se le exige o se le piensa exigir al comercio.

El tercer punto es que en este primer mercado del mundo son más importantes y más heterogéneas las características y motivaciones del consumidor que los propios comportamientos estructurales del comercio.

La forma del comercio de la Europa comunitaria más o menos son las mismas, pero las costumbres y hábitos del consumidor son distintos.

El cuarto punto es que las estadísticas y las informaciones de la Europa comunitaria son y deben de ser homogéneas, con lo cual debemos incorporar a nuestras propias estadísticas las mismas metodologías que utilizan en Europa; realmente no habrá ninguna posibilidad de utilizar o de ser originales en este aspecto, como no sea aportando nuevas posibles estructuras que adoptará previamente o posteriormente Europa. Esto va a representar un fuerte cambio y necesidad de una información clara y diafona, cosa que no tenemos en estos momentos en el sector comercio.

El quinto punto es el que se refiere al estudio de las estructuras de tipo numérico de los ratios que el Sr. Besnard ha dado con una profusión realmente importante; es necesario que esos ratios que se dan en los distintos países europeos sean comprados con nuestros ratios y veamos donde debemos evolucionar hacia donde debemos evolucionar si queremos tener unos equilibrios con respecto al comercio europeo.

El sexto punto ha tratado sobre las estructuras mayoristas y detallistas. De las mayoristas ha afirmado que todavía están en período de transformación de estructuras, que hay a mercados regionales y de zonas más amplias, que se necesitan especialistas cualificados en el sector mayorista, que hay que ir a buscar los grupos de compradores especializados, que hay que desarrollar la función de servi--

cio del mayorista hacia el detallista y que hay que ir a -  
asociaciones locales o que al menos hacia ahí va Europa.

El el sector detallista ha habido una transforma-  
ción total desde 1950 hasta ahora, una acentuación de la com  
petencia; una intensificación de las integraciones que hoy  
suponen más del 25% de la cifra de venta; la posibilidad y  
las limitaciones de la venta por correspondencias, etc.

Además, el aumento de la competencia ha creado la  
necesidad de nuevas formas de integración y de concentracio  
nes de los comerciantes, y después ha señalado los proble--  
mas de comercio rural.

En el séptimo punto ha hablado de la necesidad de  
la formación técnica del comerciante.

El octavo punto, analiza las formas del comercio,  
su evolución y la aparición de nuevas formas, que necesitan  
una formación técnica, la utilización de la informática, la  
codificación del producto con el sistema barras, etc.

En el noveno punto ha hablado de cual, a su crit  
rio, va a ser la evolución comunitaria con una competencia  
más dura que hacen necesario nuevas evoluciones en las es--  
tructuras y formas de comercio y la necesidad imperiosa que  
ha llevado a la Comunidad a la reglamentación del comercio  
comunitario.

Por último, la política de personal, en términos  
generales, no nos afecta excesivamente, aunque si hay que -  
tener en cuenta lo referente a la creación de más puestos -

de trabajo. Evidentemente en la creación de nuevos puestos de trabajo se debe procurar mantener el sistema equilibrado, dada la utilización de la productividad, formas de venta más automatizada, etc.

Pasando ya al coloquio, podemos agrupar los cinco primeros temas tratados, en torno a la estructura comercial del Mercado Común, y a continuación pasaremos al resto de los temas: estructuras mayoristas, detallistas, formación de personal, etc. Se abre el coloquio:

P.- ¿En los países que componen el Mercado Común hay normas para la apertura de establecimientos de minoristas, normas que puedan garantizar los conocimientos de la persona que abre un establecimiento?.

R.- Si se trata del pequeño comercio no hay normas o mejor dicho no son homogéneas, pueden haberlas; si por el contrario se trata del gran comercio minorista hay toda una serie de legislaciones en los diferentes países: Bélgica, Alemania, o Francia que condicionan las implantaciones, pero estas legislaciones están más relacionadas con el urbanismo comercial, es decir con la implantación comercial que con los conocimientos poseidos por los comerciantes. De todas formas dadas las reglas de competencia, la intensidad de la competencia existente entre las formas de comercio en Europa, exige un nivel de formación importante. Así, por ejemplo, el "Frangchising" exige cada vez más conocimientos. Por lo tanto es necesario un cierto hábito en el comercio, no diría yo un diploma pero casi. Para concluir afirmaremos que por el momento no hay una legislación que implique la necesidad de estos conocimientos.

Muchas gracias, ¿alguna otra pregunta sobre el aspecto tratado de calificación comerciante o de la estructura?.

Seños Ortiz de Zárate.

P.- ¿Hay algún plan de reconversión del pequeño - comerciante que ha llegado a cierta edad, a los 45 años o - 50, y que tengan negocios no rentables en el sentido de que puedan retirarse antes y acogerse a un sistema social o algo por el estilo?.

R.- No a nivel europeo. Mis colegas pensarán probablemente que a mi no me gusta demasiado el término plan, si se quiere ser liberal. La planificación es un concepto - que se emplea mucho en Francia y en otros países. Pero a nivel europeo no se habla de él, aunque se llegue a lo mismo pero sin nombrarlo. A nivel europeo no tenemos reconversión sistemática, aunque si existe en ciertos países. Así por - ejemplo, en Francia, la ley Roger permite una reconversión, más bien jubilación, no me atrevo a llamarla anticipada pero casi, para los comerciantes. Junto a esto hay que mencionar otro problema: la definición del Estatuto del comerciante y sobre todo en el pequeño y mediano comercio, la definición del estatuto de la esposa del comerciante.

Generalmente, es el hombre quien está inscrito en el registro de comerciantes, y su mujer se haya en el comercio. Desde el punto de vista de la Seguridad Social, esto - es muy grave, basta con que el marido muriese para que no - hubiese garantías para la esposa. Este problema, deberá ser

estudiado en el plano comunitario. Ciertos países lo han estudiado y lo han requerido ya. Ahora está en nuestro programa de estudios. Pero para responderles claramente a nivel - europeo no hay nada.

P.- Con frecuencia se afirma que el costo de la - distribución es claro y que su incidencia en el índice del coste de la vida es excesiva. Quería saber si esta misma impresión existe en Europa. Como segunda cuestión, ¿a nivel - comunitario se ha planteado seriamente el problema de la productividad dentro de la distribución, lo mismo que la productividad se plantea dentro de la industria?. ¿Existe al--gún plan de financiación de la Empresa Comercial?.

R.- En cierto modo la pregunta ya ha sido contestada. Por el momento puedo decir que existe en todos los paí- ses, aunque con variaciones importantes, abordando ciertos temas paralelos al suyo y que tal vez nos permitan una solución a su pregunta. Se podría decir que la Comisión ha tar- dado casi 20 años en llegar a preocuparse por el comercio. Es cierto que ha tenido muchas dificultades, incluso para - tener un contacto válido con los mismos comerciantes. La situación era tal que nos hemos visto obligados a crear (y esta es una primicia) un Comité del Comercio y de la Distribu- ción, cuya primera reunión tendrá lugar el primero de diciem- bre de 1978, que está esencialmente constituido por jefes - de empresas o de personas de mucha responsabilidad en las - empresas de su país. Este Comité de 36 miembros representa aproximadamente todas las facetas, diré regulares y norma--les de nuestra Europa y todas las formas de comercio. En dicho Comité vamos a tratar de la financiación ya que el pro- blema es importante en la competencia transfrontera y tam--

bién importante, evidentemente, para el conjunto del comercio.

La financiación interesa generalmente más a las pequeñas y medianas empresas que a las grandes. En efecto, el comercio integrado resuelve por si mismo sus problemas de financiación. Las pequeñas y medianas empresas por el contrario tropiezan en sus problemas de financiación con la edad media de su población activa y esto creo es un descubrimiento reciente y también creo que es interesante poder obtener este dato en un país: "¿Cuál es la edad media de la población activa en el pequeño y mediano comercio?".

Se habla frecuentemente de reciclaje, pero la realidad decepciona a muchas personas y tal vez a mí mismo, al constatar la imposibilidad de reciclaje a partir de 50 años. El reciclaje puede hacerse dentro de los límites de 40 a 45 años, y debe hacerse antes, pero nunca después. Sin embargo, se ha comprobado que en la mayor parte de nuestros países, la población activa de las pequeñas y medianas empresas, tienen una entre 50 y 60 años.

No se trata por lo tanto de un problema de reciclaje, ni de un problema de financiación porque no se conceden préstamos a personas de 55 años. Tal vez es injusto pero así es.

Aquí nuevamente volvemos al tema de la necesidad de un buen conocimiento del sector, conocimiento de la población activa lo que permite el planteamiento de las políticas, es decir sobre si se debe controlar más o menos los

conocimientos de los individuos que se destinaron al comercio, les debemos indicar que es absolutamente indispensable tener unos buenos conocimientos, técnicas de gestión de empresa, sin que ello quiera decir siempre niveles universitarios.

Hoy en día, hay una idea dominante en Europa: la de la libre empresa, es decir la idea de libertad, dejando a cada uno que haga lo que quiera.

Y en cuanto a su pregunta referente a la financiación, creo que su incidencia en la pequeña y mediana empresa tendrá una importancia fundamental.

P.- A mí me gustaría que el Sr. Besnard nos comentara un poco dentro de este campo de la reglamentación del comercio comunitario, no las normas concretas pero si la filosofía que marca las relaciones entre el productor, el industrial, el comerciante y el consumidor, sobre todo frente a las asociaciones o las nuevas peticiones de los consumidores. Esto podría darnos una pequeña referencia sobre como pueden ser o como están siendo reglamentadas, o por lo menos ordenadas, dichas relaciones.

R.- La historia nos indica que antaño era la industria la que daba órdenes al comercio. El comercio sólo tenía una misión: el vender la producción. Cuando digo antaño me refiero a varias décadas, sólo se podía vender lo que se producía. La relación de fuerzas era tal que la industria era más fuerte que el comerciante. Desde hace años, digamos en Europa desde la última década, desde esa evolución de la que les he hablado, desde esa fuerza del comercio integrado,

el equilibrio de fuerzas ha cambiado, y las interacciones - están evolucionando considerablemente.

a) Entre comercio y consumidores: Los consumidores han tenido importantes reacciones, sin embargo en el - plano nacional existe un campo grande donde actuar; en el - plano comunitario tenemos una Dirección General que se ocupa de estos problemas. Se ha creado un Comité para el Comercio y la Distribución.

Hace años se creó en la Comisión un Comité Consultivo de Consumidores donde el conjunto de las Organizaciones de Consumidores europeos pueden hacerse con algunos temas que consideren útiles e interesantes para los consumidores. Es decir se cuenta con la opinión de los consumidores. Todo esto está muy bien en el plano económico. Me pregunto solo una cosa: si la relación consumidor-comercio no se está convirtiendo en la "tarta de crema" para los periodistas. Esto es fácil: para un consumidor la primera crítica será - frente al comerciante; no puede criticar al industrial a - quien no conoce. La crítica, al primero, es fácil y directa. En consecuencia existe una situación ventajosa para el comerciante frente al industrial a quien le puede decir: - "se critican sus productos, son malos, ya no los quiero". - Esto es una postura que el comerciante ahora tiene y que se la ha dado el consumidor.

En las grandes empresas e incluso en las pequeñas se ha cambiado de slogan: todos con el consumerismo, todos estamos al servicio del consumidor. Esto no ha hecho más - que reemplazar un antiguo slogan que decía que "el cliente es el Rey". Creo que estas relaciones son normales, son afi

nidades psicológicas y éticas. En resumen, en Bruselas, a través del Comité de Consumidores se tiene en cuenta la opinión de los consumidores. Con el nuevo Comité se considera la de los comerciantes.

P.- Con frecuencia se afirma que el coste de la distribución es caro y que en el proceso del costo de la vida y de la inflación incluso, tiene una incidencia decisiva. Quería saber si esta misma impresión existe en Europa. Como segunda cuestión, ¿se ha planteado seriamente, a nivel comunitario, el problema de la productividad dentro de la distribución, lo mismo que la productividad se plantea dentro de la industria como medio para reducción de costos y lograr una mayor eficacia?.

Puedo responder efectivamente en los dos casos.

R.- Si, es frecuente escuchar que el coste de distribución es muy elevado en Europa. Nos hemos preguntado incluso si teníamos un comercio por encima de nuestros medios. Es verdad, ciertas formas de comercio están desapareciendo en Europa, pero nos cuestan demasiado caras. Es el problema de los comerciantes de los Shopping Centers: el marmol. La fuente de agua, las plantas verdes, la música, todo ello influye en el precio del metro cuadrado. El alquiler es caro. Es tal vez un signo exterior de riqueza. Queda por saber si nos lo podemos permitir. Se han hecho encuestas sobre estos puntos y (el origen de estas está en la C.E.C.A.) sobre precios.

Tenemos actualmente un sistema de estadística de precios en todas las capitales europeas, sistema de estadís

ticas que elaboramos anualmente en otoño, en septiembre -- exactamente.

Los equipos de encuestadores no están formados - por nativos en el país donde se elaboran las estadísticas, - es decir, en Inglaterra no son ingleses, en Francia no son franceses y en Alemania no son alemanes. En función de una clave de reparto de las formas comerciales, comercio inte-- grado y comercio no integrado, encuestamos un número bastan-- te elevado de productos, aproximadamente unos 200. Y cada - año se publican estos precios, convertidos en unidades de - cuenta, lo que permite tener precios comparables entre las distintas capitales. Y esto fue la apocalipsis, fue terri-- ble. Desgraciadamente heredé del Sr. Devine el tema "legis-- lación sobre precios"; heredé, ya que hay cosas que se bus-- can mientras que hay otras que nos caen encima como en este caso. Evidentemente sobre este tema se plantearon cuestio-- nes importantes; intentábamos encontrar cuales eran las di-- ferencias, diferencias que sobrepasaban alegremente el 100 por 100, el 200 por 100, el 300 por 100. Estas diferencias parecían excesivas. Evidentemente la comparación es difi-- cil; no hay un Comercio, sino unos comercios, las formas de distribución no son las mismas: si en el norte de Europa se prefiere comprar directamente en una gran superficie sin te-- ner mucha conversación, se busca una buena compra, o un ne-- gocio rentable. En mi país a unos les gusta mucho ir a char-- lar con el pequeño comerciante; esto se paga, es un servi-- cio. Además de estas y otras diferencias entre el comercio en el norte y en el sur de Europa, existen otros motivos - que dificultan las comparaciones. Se puede citar en concre-- to el tema de la T.U.A.

Por ejemplo, en el caso de automóviles el impuesto sobre el valor añadido (T.V.A.) es: 11% en Alemania; 25% en Bélgica; 33% en Francia para el mismo coche. Aquí tenemos en cuenta que el circuito de distribución de automóviles es bastante racional y no funciona mal.

Además en Alemania existe un tipo uniforme de T.V.A., Francia tiene tres. Se aplican diferentes tipos de T.V.A. sobre el precio pagado en fábrica, pero, ¿qué precio?, ¿el precio corriente?. Este es un problema importante, porque, por ejemplo, una gran superficie puede aplicar un descuento del 5%; o las formas de integración, industria-comercio, pueden aplicar a veces descuentos impuestos por la industria, etc.

En resumen, se ha dicho que el Comercio es un factor de inflación. Vuelvo a hablar de la tarta con crema. Mi colega en la dirección general de agricultura les hablará de la actuación comunitaria en materia de precios agrícolas, donde han hecho grandes esfuerzos, por el momento nos ocupamos aquí de comparar los diferentes precios. Es bastante difícil de captar. Tenemos un Grupo de Trabajo que está presidido por la Oficina de Estadísticas de las Comunidades Europeas que va a intentar orientar esos trabajos, cuantificarlos con un poco de más exactitud de lo que hasta ahora se ha hecho. Esto precisamente me ha llevado a decirles que hay varios comercios. Si coge usted en un mercado a un comerciante ambulante se debe saber que circuito ha seguido el producto si es un circuito directo, si es un circuito largo, etc.

Esas diferencias existen también a nivel de comerci

cio integrado. Ejemplo, tome usted un producto en oferta, los cinco kilos de detergente para ropa vendidos tal vez - por debajo del precio de coste, hoy será la oferta de detergente, otro día la de un producto de belleza. Este último caso es menos frecuente.

Finalmente, es necesario destacar la existencia de claras diferenciaciones, no creo que sea positivo normalizar todo porque se coharta la libertad de actuación del comerciante. Se ha hecho esa crítica y de ella nos ocupamos.

## 2ª PONENCIA

EL PROBLEMA DE LA ARMONIZACION LEGISLATIVA EN RELACION CON LA COMPETENCIA EN EL PROCESO DE INTEGRACION COMUNITARIA.

D. Paul Schmitt

Jefe de División de Asuntos Generales de la Competencia. Comisión de las Comunidades Europeas.

Sras. y Srs.:

El hablarles de la aplicación de las reglas de - competencia comunitarias equivale a hablarles de principios generales y también de puntos concretos. Como introducción quisiera recordarles que en lo que se refiere a las reglas de competencia comunitarias, veáanse los art. 85 y 86, se - trata de un derecho directamente aplicable. El tratado por el que se crea la Comunidad Económica Europea es considerado en general un tratado marco, cuyas políticas se desarrollan poco a poco. En lo que se refiere a las reglas de competencia se trata de disposiciones que están registradas - en el Tratado de Roma, al igual que en el Tratado de París, es decir el Tratado de la CECA. Es, en cierto modo, la única política común efectivamente registrada en el Tratado - desde el principio. En cuanto a la adhesión de España, si sólo existieran los artículos 85 y 86 España podría adherir se mañana mismo. Por otra parte estas reglas son desde ahora aplicables tanto a las empresas españolas que actúan en el territorio comunitario bien porque están establecidas - en el Mercado Común o porque concluyan contratos con empresas comunitarias, de producción o de distribución estable- ciedad ya en la C.E.E.

Mi ponencia tendrá dos partes. Una primera - tratará las cuestiones de principio, es decir, los aspectos generales de las reglas de competencia. Una segunda parte que tratará de su aplicación y de las reglas específicas.

Entrando ya en la primera parte de la ponencia, la aplicación de los artículos 85 y 86 trata de crear y mantener la unidad del Mercado Común, que debe, en cualquier circunstancia, seguir siendo un mercado abierto. El Tratado de la Comunidad Económica Europea se basa en la Economía de Mercado abarcando en este conjunto ampliado, las economías nacionales de inspiración liberal o de inspiración más intervencionista y las empresas individualmente consideradas.

Con este objetivo para asegurar la apertura y la unidad del Mercado Común el apartado f del artículo 3, que trata de las reglas fundamentales, insta un sistema de competencia leal, es decir, no desvirtuada ni por las empresas, ni por los Estados, que por medio de ayudas podrían falsear o incluso viciar la competencia, favoreciendo a las empresas nacionales frente a las demás empresas comunitarias. Se trata en cierto modo de proteger el desarrollo o la evolución del libre juego de la competencia en el interior del Mercado Común.

De este principio de base del apartado f del artículo 3 se derivan las prescripciones del artículo 85, que, en su párrafo primero, prohíben los acuerdos restrictivos de la competencia y que prevé en el párra-

fo 2 la nulidad de pleno derecho en el caso de acuerdos prohibidos y, en el 3º, la posibilidad de autorizar acuerdos que en principio estaban prohibidos.

El artículo 86 por su parte, prohíbe el uso abusivo de una posición dominante, no estando prohibida en el Tratado. Se entiende como posición dominante, la posición de fuerza en una parte sustancial del Mercado Común, por parte de una empresa.

A título indicativo también cito el párrafo primero del artículo 90 que asimila las empresas públicas a las empresas privadas en lo que se refiere a la aplicación de las Reglas de Competencia. El párrafo 2º de este mismo artículo trata de las empresas públicas que deben ofrecer un servicio público. Por lo tanto, las empresas implicadas son: públicas y privadas, sobre todo las empresas públicas que se comportan comercial y económicamente como empresas privadas. Se trata principalmente de empresas controladas por capitales estatales.

Estos artículos se aplican también a las sociedades europeas, a las sociedades europeas multinacionales y a las sociedades multinacionales extranjeras, en la medida en que su sede principal se encuentra fuera del territorio del Mercado Común.

El artículo 85 tiene como objetivo principal es hacer respetar la unidad del Mercado Común, en el cual las empresas no pueden por medio de acuerdos res-

trictivos privados establecer barreras equivalentes a la protección que daban los derechos de aduana o los contingentes abolidos en el tráfico intracomunitario. Para los seis primeros miembros, esta abolición de los derechos de aduana y de los contingentes fue definitiva a partir del primero de julio de 1968.

Sin embargo, esta unidad del Mercado Común puede ser puesta en tela de juicio por empresas que concurren entre ellas y que aplican acuerdos de repartos de mercado en virtud del famoso principio: "cada uno en su país", es decir, no se hacen competencia en el territorio del competidor ya sea por medio de contratos entre productores y distribuidores que prevean prohibiciones de exportar a otros países, de importar de otro país o de reimportar al país de origen.

En cuanto al artículo 86 permite abolir los efectos nocivos del comportamiento abusivo ligado a la posición dominante que puede alterar el juego de la competencia. Tiene como efecto primario el hacer respetar la apertura permanente del Mercado Común que no puede ser asegurada sino por el mantenimiento de una competencia efectiva y eficaz, por ejemplo, evitando el que los abusos de las empresas en posición dominante fijen precios excesivos o precios diferentes o discriminatorios, en el interior del Mercado Común, según la región donde sean entregados los productos.

La aplicación de las Reglas de Competencia no excluye, sin embargo, el que los derechos naciona--

les continúen aplicándose en lo que se refiere a la Competencia.

En España tienen Vds. un derecho sobre la competencia. Todos los estados miembros excepto Italia conocen el derecho. Se constata que incluso desde la creación de la Comunidad ciertos derechos nacionales han sido reforzados, de 1973 a 1977 por ej. el Reino Unido, - la República Federal Alemana, Francia, se han dotado de un poder de control sobre las concentraciones no exis---tentes anteriormente. Sin embargo, no hay aún a nivel - comunitario un poder de control sistemático de las grandes concentraciones. Pero las Autoridades, ya se trata de Oficinas Especilizadas, como en Alemania el "Office - del Karterl" o de Direcciones Generales de un Ministe---rio de Economía, o de Tribunales Nacionales, tienen también competencia en la aplicación del Derecho Comunita---rio siempre que la Comisión no intervenga.

Si la Comisión interviene sólo a ella le in---cumbe la competencia para solucionar los problemas que también o que sólo caen bajo el ámbito del derecho comunitario. Pero la competencia compartida que puede exis---tir entre las Autoridades Nacionales competentes y la - Comunidad en relación con un hecho, a un comportamien---to, que sea objeto al mismo tiempo del Derecho Comunita---rio y del Derecho Nacional. Por ej. hablemos de un ---acuerdo internacional que también estuviera sujeto al - Derecho Nacional. Esta aplicación paralela de dos dere---chos no debe sin embargo, evitar el que la Comisión -- aplique el Derecho Comunitario en este contexto supra---nacional. La aplicación nacional de un Derecho Nacional

no debe impedir la del Comunitario, por lo tanto hay una prioridad del Derecho Comunitario, por lo tanto hay una prioridad del Derecho Comunitario frente a los Derechos Nacionales en la medida en que hay una competencia compartida. Otro elemento importante, es que cuando se trate de restricciones a la competencia previstas por el artículo 85 siempre recaeran bajo el ámbito de aplicación de dicho artículo.

Hemos intentado en la Comisión, cuantificar esa sensibilidad. Estimamos que una competencia no es "sensible" cuando las empresas que participan en un acuerdo no sobrepasan el 5% del mercado en una parte sustancial del Mercado Común, normalmente un Estado Miembro y, cuando la suma de los volúmenes de venta de todo los participantes en el acuerdo no sobrepasa cincuenta millones de unidades de cuenta. Para caer bajo el Derecho de la Competencia, es necesario que esta restricción de competencia "sensible", afecte al comercio de los Estados Miembros. La "afectación" del comercio entre Estados Miembros es, en el fondo la cláusula de competencia que determina si hay o no Competencia Comunitaria. Si el comercio entre Estados Miembros no se halla afectado puede aplicarse el derecho nacional.

Este Derecho se aplica concretamente en virtud del Reglamento número 17 de 1.962 que regula los problemas de procedimientos, de verificación. La Comisión dispone de un derecho supranacional de verificación, pudiéndose dirigir sus inspectores a cualquier lugar en el territorio de la Comunidad para hacer verificaciones

cuando hay sospechas de restricciones de competencia no autorizadas. Pueden también hacer ejecutar sus tareas - de verificación por funcionarios nacionales del país o pueden hacerse acompañar en su misión por dichos funcionarios.

Existe un derecho de información nacional de la Comisión sobre todas las empresas del Mercado Común. La Comisión puede infringir multas y hay normas de publicidad.

El procedimiento de decisión comunitaria hace intervenir antes de la decisión final de autorización o de prohibición por parte de la Comisión un Comité Consultivo de los Estados Miembros en el cual todos ellos delegan dos personas que dan su opinión, opinión ésta, que está asociada a la decisión que debe ser tomada en última instancia por la misma Comisión. Hasta ahora la Comisión ha tomado 135 decisiones y hemos conocido igualmente unas 50 sentencias de la Corte de Justicia en Luxemburgo, la cual ejerce un papel jurisdiccional sobre la práctica administrativa de la Comisión. Existen por otra parte unos Reglamentos globales de exención según los cuales, si los acuerdos respetan las condiciones generales fijadas en ellos se benefician de la exención - del artículo 83 por categoría completa, sin tener por ello, que notificar dicho acuerdo a la Comisión. Existen igualmente "avis" que la Comisión da de una forma general pero que no tienen el mismo valor coactivo de un Reglamento de exención.

El Consejo de Ministros no interviene prácticamente en la aplicación de la Reglas de Competencia y la competencia de la Comisión es casi absoluta excepto en el caso de que el Consejo de Ministros ponga en vigor, de acuerdo con el artículo 87, Reglamentos específicos para sectores industriales y que pueda igualmente fijar normas más generales de comportamiento tales como las que se discuten, ya desde hace cuatro años y que introducirían un control más sistemático de las grandes operaciones de concentración en el interior del Mercado Común. Añadiré algo más sobre la competencia desleal en los Derechos Nacionales puesto que me lo han solicitado. No conocemos aún, ni creo en un futuro próximo, una ley comunitaria sobre competencia desleal. Las leyes sobre competencia desleal de cada país siguen siendo aplicadas pero no pueden servir cuando se trata de acuerdos entre empresas para evitar importaciones paralelas por el único motivo de que un producto es puesto en circulación en otro país e importado paralelamente en ese país donde podría entonces intervenir el Derecho Nacional sobre Competencia Deleal.

Una palabra más en cuanto al problema general que se plantea: los precios impuestos. Las reglas de competencia europea no ponen en tela de juicio las Legislaciones que admiten la posibilidad de imponer precios de venta. Esto existía al principio en Alemania, y existe aún en otros países, pero con una condición: las empresas que impongan un precio de venta ya sea por medio de acuerdos verticales de distribución o por medio de acuerdos entre competidores, no incluyan el precio de los productos similares importados o

no impongan precios de venta fuera de las fronteras del territorio nacional. Por lo tanto, en esas condiciones, los precios impuestos pueden ser aplicados pero hemos constatado que, por ejemplo la apertura de la Comunidad hizo desaparecer en Alemania el sistema de precios impuestos, ya que, el mismo producto que en Alemania tenía un precio impuesto por el productor alemán podía ser importado de los Países Bajos o de Francia a un precio inferior y todo el sistema alemán de precios fijados se desmorone.

En lo que se refiere a la futura adhesión de España les he dicho que no había ningún problema en las conversaciones que se han de llevar a cabo con el Gobierno a propósito de los artículos 85 y 86. Para la adhesión de Inglaterra simplemente previmos un período transitorio de seis meses que contaría desde la fecha de adhesión efectiva durante el cual las empresas podían notificar los acuerdos que ellas creyesen ser restrictivos de la competencia y que pudiesen caer bajo el artículo 25. Al final de este período de 6 meses la Comisión junto con los interesados analizaron si los acuerdos eran o no compatibles y podían ser autorizados de acuerdo con el artículo 85, si no lo fueran los interesados podían notificar sus acuerdos para, por ejemplo, suprimir las prohibiciones de exportar que figuraban aún.

Pasamos ahora a la segunda parte: la aplicación de los principios. La aplicación de estos principios nos lleva a buscar cuales son las reglas de comportamiento particulares que se derivan. En primer lugar -

les recordaré que estas Reglas de Competencia se refieren tanto a los acuerdos llamados horizontales entre competidores: productores de una parte, distribuidores de otra como a los verticales entre productores y distribuidores o entre distribuidores exclusivos y vendedores.

Entramos así en la zona más concreta de la aplicación del Derecho de la Competencia y en lo que se refiere a los acuerdos horizontales citaré algunos ejemplos que no plantean ningún problema. Por ejemplo, en lo que se refiere a los acuerdos entre empresas competidoras, se puede practicar (sin caer por ello bajo las limitaciones del Derecho de la Competencia) acuerdos comunes de investigación e incluso de desarrollo común, porque ella se sitúa antes de la etapa de explotación comercial con la condición de que cada uno siga, en teoría, siendo libre de realizar su propia investigación. No vemos tampoco dificultad en aplicar el Derecho de la Competencia a las pequeñas y medianas empresas que crean y ofrecen un servicio común de exportación incluso en otro país del Mercado Común, (tienen Vds. las reglas del 5%). Tampoco vemos problema alguno en que las pequeñas y medianas empresas hagan prospecciones en común en el extranjero para encontrar posibilidades favorables de compra. Tampoco vemos problema en los "comptors" de ventas naciones que sólo venden en territorio nacional o a la "gran exportación", es decir fuera del Mercado Común. No vemos tampoco problema en los acuerdos eventualmente restrictivos que pueden ser concluidos entre una sociedad matriz y su filial controlada de forma se-

ria, es decir, al menos con el 51% de capital, ni en los de fabricación y venta respectivos por los cuales dos grandes productores de neumáticos han producido y vendido por cuenta uno del otro sus neumáticos en Francia por una parte y en Italia por otra. No vemos dificultad para los acuerdos de publicidad de una marca común, tampoco cuando dos empresas competidoras crean una filial común con la condición de que esa filial pueda considerarse como una concentración.

Los problemas nacen cuando estimamos que -- hay una restricción "sensible" de la competencia y aquí tenemos el artículo 85-3 que permite otorgar una exención a la prohibición y así hemos autorizado por esta razón acuerdos de cooperación técnica entre diferentes productores de pinturas marinas que debían garantizar un cierto grado de calidad entre ellas y que no podían utilizar otras marcas, otros productos. Se autorizan también acuerdos de especialización y de concesión recíproca, de exclusividad de venta entre competidores que se especializan en un producto y confían la distribución del producto que ya no producen al oponente que sí sigue produciéndolo. Acuerdos que se refieren a la reglamentación de las ferias y de las exposiciones internacionales que contienen a veces restricciones y que no permiten al expositor participar en ferias nacionales durante el año anterior o posterior al de la feria internacional, tal como es el caso del material textil, de los constructores de automóviles, de las máquinas e instrumentos del material dental. Finalmente hemos autorizado empresas comunes entre competidores --

que no podían considerarse como concentraciones ya que las empresas que habían creado una común siguen operando en el mismo sector que ésta e independientemente en otros países del Mercado Común. Se trataba en el fondo de una racionalización regional, ya que las empresas - que han creado una nueva siguen con su actividad en el Mercado Común, pero en otra región.

Por fin vienen las grandes categorías de -- prohibiciones decididas por la Comisión en virtud del artículo 85-1 y que se refiere de forma general a todos los acuerdos de fijación de precio, de fijación de cuotas, de producción o de venta, de reparto de mercado.

Hemos tenido casos de esta naturaleza en el campo de la quinina producto farmacéutico, de colorantes, del cemento, del azúcar, de las conservas de champiñón.

Prohibimos también, las "Comunidades de interés" entre productores que aplican a sus compradores - descuentos agregados que, sólo tienen en cuenta las - compras hechas por los clientes a esos productores sin hacer entrar en el descuento total las realizadas a - competidores. Tal fue el caso de los productores alemanes de azulejos de cerámica que excluían del descuento cuantitativo que realizaban, las compras hechas a los productores italianos del mismo producto.

Prohibimos igualmente los acuerdos nacionales como los acuerdos colectivos entre fabricantes na-

cionales por un lado, e instaladores y distribuidores - por otro, acuerdos colectivos recíprocos por los cuales los primeros se comprometen a vender única y exclusivamente a los segundos y los segundos, a su vez a comprar sólo a los primeros porque esto no permite a un producto extranjero penetrar en el mercado nacional.

Prohibimos también los acuerdos de autolimitación por los cuales empresas de terceros países (sobre todo las japonesas), y/o de la Comunidad limitan la importación al Mercado Común de productos tales como los rodamientos japoneses.

Por último prohibimos lo que se llaman reglas de competencia "leales" que las empresas aplican entre si para evitar que el competidor disminuya su precio. - Estas reglas de competencia denominadas "leales" entre competidores se complementan también por un acuerdo que obliga a cada participante a manifestar con antelación, a los competidores que altera su precio, en qué medida lo altera, y a partir de cuando lo hará. Esto permite - que se aplique el principio "cada uno en su territorio", ya que las empresas han convenido no hacerse la competencia entre ellas. El artículo 85 se aplica igualmente a los acuerdos verticales entre productores y distribuidores, y entramos en un tema que nos interesa aún más - aunque los Principios y las Reglas de Aplicación que acabo de enunciar se aplican igualmente en el ámbito de los acuerdos verticales. En éstos no hay problema por ejemplo para la concesión de la distribución de un producto sin protección territorial y sin exclusividad. Nadie está obligado a seguir una relación mercantil sino

con la parte contractual, por lo tanto, libertad absoluta, no hay restricción de la competencia. Tampoco la hay cuando un productor cede la explotación de su patente a título no exclusivo porque es libre de cederla a otras empresas que quieran explotarla también.

Tampoco hay problemas para las concesiones exclusivas otorgadas en un país tercero a una empresa, incluso con una protección territorial absoluta que comporte la prohibición de no expedir hacia el Mercado Común la mercancía producida con dicha patente, por ejemplo el Japón. Estimamos que la competencia ya no es "sensible" a esa distancia.

No existen dificultades para las condiciones generales de venta, basadas sobre criterios objetivos y no discriminatorios. Se entiende por criterios objetivos aquellos que exigen del distribuidor, que disponga, por ejemplo, de personal cualificado, de locales adecuados, que tenga una superficie comercial suficiente.

Tenemos un caso interesante aquí: las condiciones de venta de Kodak en Europa; Kodak, para sus cinco filiales en la antigua Europa de los Seis, había preparado condiciones generales de venta, pero preveía que, por ejemplo, si se compraba una película en Alemania, pero no en la filial alemana sino en la francesa, se pagaba el precio alemán, lo que resulta que, en la medida que el precio francés fuera más bajo, no se tendría interés alguno en importar películas de Francia, ya que de todas formas se tendría que pagar el precio

alemán. Esta cláusula ha sido modificada después de lo cual, la Comisión ha podido hacer un atestado en sentido negativo, un certificado de buena conducta a Kodak en relación con sus condiciones de venta en Europa. - Tampoco se plantean problemas en las prohibiciones de exportar hacia mercados lejanos porque estimamos que no puede haber restricciones de competencia importantes. Esto varía en el caso de que tengamos Acuerdos de Asociación o de Libre Cambio con los países vecinos tales como Suiza, Finlandia y Portugal, porque en este caso, dado que con estos países desde el mes de julio último ya no hay derechos de aduanas ni contingente, - exceptuando algunos productos, por lo tanto la prohibición de exportar y de reimportar puede tener entonces un efecto sensible sobre el Mercado Común.

En cuanto a las pequeñas y medianas empresas tampoco existen grandes problemas en lo que se refiere a patentes exclusivas, de fabricación en la medida en que tal patente es poseída por una empresa diferente.

Otro punto interesante es lo que llamamos o empezamos a llamar la "garantía europea". Las normas técnicas varían de un país a otro, estas deben ser armonizadas pero ello es una labor a largo plazo. Para aplicar el Derecho de la Competencia, desde luego, no podemos esperar a que todo esté armonizado, ya que serían necesarios unos 20 años. Las empresas que tomen como pretexto el hecho de que las normas técnicas que se refieren a la utilización de los aparatos eléctricos, por ejemplo, aparatos electrodomésticos, sean diferen-

tes de un país a otro para no ofrecer una garantía. Por ejemplo, una lavadora es importada de Italia a Francia, no habiendo sido adquirida en el representante oficial francés sino en Italia ya sea al vendedor italiano directamente, o a otro vendedor, en este caso la misma empresa en Francia no garantiza este aparato porque el aparato importado así paralelamente no corresponde a las normas técnicas francesas. Hemos obtenido por una parte de x y por otra parte de z que, independientemente de estas normas técnicas cuando un aparato electrodoméstico es importado a un país legalmente, la garantía debe estar asegurada en la medida en que la adaptación a las normas técnicas nacionales no plantea ningún problema, lo que es en general el caso.

Restricciones autorizables según el artículo 85, párrafo uno.

En los contratos verticales de distribución, insistimos en que incluso en un sistema de distribución vertical entre un productor y varios vendedores existe lo que llamamos la competencia "Intra-Brand", es decir la competencia para los productos que están vendidos por distribuidores en el interior de un sistema de distribución constituido por un productor y varios concesionarios. Los concesionarios deben poder intercambiar los productos entre ellos, y no únicamente obtenerlos por medio del productor. Por ello, hemos autorizado los contratos de exclusividad para la distribución sin protección territorial completa, para una parte del Mercado Común, Sin protección territorial completa significa que las importaciones paralelas pueden ser posi

bles. La protección territorial es completa y absoluta, cuando los productores designan para dos países diferentes dos vendedores exclusivos diferentes y les imponen no exportar, ni importar, ni reimportar, y al mismo tiempo añaden quizás "el juego del derecho de marca" ofreciéndoles así un elemento suplementario que se opone a la importación paralela del producto. La Comisión ha intervenido siempre decididamente en lo que se refiere a estas prohibiciones de exportar y de importar en el interior de un sistema de distribución exclusivo.

Además de la exclusividad conocemos los acuerdos de distribución selectiva que preveen, por ejemplo, que el número de vendedores debe ser limitado cuantitativamente. Es el caso de Omega que limita el número de sus vendedores de relojes a 4 ó 5 por ciudad para mantener el prestigio de la marca al nivel conseguido.

La distribución selectiva es también autorizada y aplicada por la Comisión, para los sectores automovilísticos: decisión BMW que hace la ley en este campo que es ejemplar donde reconocemos al fabricante de coches en su derecho a no estar obligado, en razón del alto valor técnico y del preligro que puede representar a que sus coches sean vendidos por un cualquiera. Por lo tanto puede exigir que sus concesionarios atiendan a criterios de cualificación especial, y entre los eventuales que respondan a estos criterios, elegir unos cuantos únicamente. Debemos reconocer que hay muchas empresas que podrían vender varias marcas y que sin embargo están excluidas por el productor. En un sistema de "distribución selectiva" queremos que el concesionario una

vez que tiene la prioridad para vender, por ejemplo, coches B.M.W. en la región que le ha sido concedida, que éste pueda reexportar coches en el territorio de otro - incluso en el interior del país o bien en otro país vecino dentro del Mercado Común. La misma postura ha sido tomada en el caso de los aparatos de televisión de marca.

Igualmente hemos autorizado en empresas mas - importantes, patentes de fabricación exclusiva.

## Prohibiciones del artículo 85.

Llegamos a las prohibiciones según el artículo 85 que se refieren todas a exclusividades con protección territorial absoluta de las que ya he hablado anteriormente.

El primer asunto fue el de "Grunding-Z" para la distribución de los aparatos Grunding en Francia y Alemania. Por lo tanto protección absoluta, es decir - que Francia y Alemania eran territorios que no tenían - ningún contacto el uno con el otro como consecuencia - de las restricciones a la competencia y de la prohibición de exportar, impuesta por el fabricante Grunding.

Existen también en las prohibiciones las que se refieren a las condiciones de precios discriminatorios y aquí citaría el ejemplo de "Piltzburg-Coming-Europe" que produce un material de aislamiento para la construcción. "Piltzburg-Coming-Europe" vendía este material a un concesionario belga y a otro holandés en un

40% más barato que el mismo material de su filial alemana. Hubo importaciones paralelas ya que la diferencia de precios era importante y entonces "Piltzburg-Coming-Europe" prohibió las exportaciones belgas y holandesas hacia Alemania incrementando el precio de su material belga y holandés a nivel del alemán, concediendo sólo descuentos y rebajas en el caso de que se demostrara que el material iba a ser utilizado en Bélgica o en Holanda y por lo tanto impedía nuevas exportaciones hacia Alemania. Esta es una práctica interesante que conocimos por una queja y que desde luego hemos prohibido.

Otra práctica bastante corriente se da en el campo de los discos donde la diferencia de precios entre un país y otro es muy importante y sobre todo la venta de música pop que en Francia es un treintaitanto por ciento más barata que en Alemania, así una empresa americana había impuesto a sus vendedores franceses la prohibición de exportar estos discos a Alemania.

El último ejemplo que daré está siendo tratado por la Comisión, se trata de "Distillers Company" importante empresa inglesa productora de whisky, ginebra y vodka representada en el Mercado Común por concesionarios exclusivos en Francia, Alemania y en otros países, y que en Inglaterra vende directamente a detallistas. Desde luego, entre el precio inglés que tal vez sea un precio político, por razones de consumo nacional, y los practicado en los demás países del Mercado Común puede haber una diferencia hasta de un 90%, además los compradores británicos pueden beneficiarse de un descuento por grandes compras, de este modo una empresa podía com

prar gran cantidad de whisky en Inglaterra y volverlo a vender en los demás países del Mercado Común. "Distillers", habiendo constatado este hecho impuso la prohibición de exportar whisky de Inglaterra hacia los demás países del Mercado Común, por lo tanto esto es un ejemplo de práctica que impide que, en el caso de grandes diferencias de precio entre un país y otro, haya importaciones y exportaciones paralelas del producto a que nos referimos. Este asunto está siendo tratado ante la Corte de Justicia.

Toda esta experiencia administrativa basada en casos individuales da finalmente lugar a una globalización en las Comunicaciones de alcance general y sobre todo en los Reglamentos realizados por la comisión. Citaré tres en relación con este tema:

1.- En lo que se refiere a los representantes de comercio, o más bien representantes comerciales consideramos que un acuerdo de exclusividad concluido entre un productor y un representante comercial en otro país no cae bajo el Derecho de la Competencia porque el representante de comercio no ejerce una actividad económica independiente, por tanto no plantea problema el designar una persona como representante de comercio que actúe en nombre y por cuenta del productor.

2.- Según el Reglamento de 1976, hemos fijado las Reglas Generales que se han de observar en relación con los acuerdos de distribución exclusiva de los que ya les he citado unos ejemplos anteriormente. La Comisión se había enfrentado en 1962 con 36.000 solicitudes

de autorización para poder beneficiarse del artículo 85, párrafo 3. La Comisión observó que de las 36.000 notificaciones, 30.000 se referían a contratos de exclusividad internacional. Después de tomar decisiones individuales, pudo hacer un Reglamento General que exceptúa toda esta categoría de acuerdos de exclusividad internacional con la condición de que estos acuerdos no impidan importaciones paralelas. Esto significa que el que una empresa, por ejemplo, española designe un representante exclusivo en Francia, no debe impedir que habiendo designado otro representante en Alemania, el consumidor francés pueda importar ese producto de Alemania, en la medida que éste sea más barato en Alemania que en Francia. Siempre ha de ser posible que incluso aunque se haya designado un distribuidor exclusivo en un país, importar de otro Estado miembro en la medida en que sea interesante hacerlo, ni el productor exclusivo ni el distribuidor pueden impedir lo que se llaman importaciones paralelas.

3.- En lo que se refiere a patentes se plantean graves problemas porque estamos en la zona conflictiva de los Derechos Nacionales sobre patentes que se basan en la aplicación territorial de un monopolio de derecho y de hecho y las Reglas de Competencia que son necesariamente antimonopolísticas.

Estamos preparando un Reglamento de exenciones por categorías que exceptuarían los acuerdos de exclusividad de fabricación y en cierta medida los acuerdos de patentes exclusivas de distribución. Este Reglamento está en vías de preparación pero en razón de la

importancia y de la dificultad de este contexto no debería entrar en vigor antes de un año y medio, es decir más tarde de la fecha fijada por el Ministro.

El Principio es que en la medida en que las importaciones paralelas se dan, se puede efectivamente otorgar patentes exclusivas de fabricación, de distribución o de venta, porque de hecho existe a nivel del comercio en general la posibilidad de comercializar los productos patentados.

Y para terminar, algunas referencias al artículo 86 que de alguna forma está destinado a proteger a los distribuidores, compradores y vendedores ya que son ellos las víctimas de los abusos de la empresa con una posición dominante. Así hemos prohibido en varias ocasiones las prácticas de negativa de ventas por parte de una empresa en esa situación que, incluso, habiendo estado en relación comercial con una segunda ha roto ésta, porque, o bien quería ella misma distribuir su producto, o porque quería actuar reaccionando frente a un comportamiento que juzgaba inadmisibles por parte del comprador-vendedor, tal ha sido el caso del asunto Chiquita de plátanos en Dinamarca.

Por otro lado también atacamos las prácticas de precios discriminatorios, sobre todo por parte de una empresa dominante que consiste principalmente en facturar a un precio a un distribuidor partiendo desde un punto único en el Mercado Común, y, a facturar a un precio distinto según el destino de los productos. Por ejemplo si se vende en Alemania, se factura a 100, y -

si se vende en Francia se factura a 50. Es una práctica discriminatoria que prohibimos igualmente.

Y por último hemos prohibido, pero esto está ante la Corte de Justicia, la ruptura de las relaciones comerciales de un fabricante de cajas registradoras con un vendedor de sus cajas, complementada también por la negación de vender piezas de recambio para las cajas registradoras que anteriormente vendía.

En conclusión lo que se ha de retener de forma general es que la Comisión avanza pragmáticamente en este campo porque cada asunto es distinto del otro. No es dogmático, el proceder de la Comisión, sino que por el contrario, amplía su experiencia caso por caso, y una vez que éste último es suficiente, intenta globalizar y generalizar las Reglas resultantes.

COLOQUIO

Moderador: Juan Antonio Cremades Sanz-Pastor

Presidente de la Cámara Oficial de Comercio de España en París.

Muchas gracias Sr. Schmitt por esta brillante exposición sobre el derecho de la competencia de las Comunidades Europeas.

Creo que podría resumir la impresión general de esta conferencia, diciendo que a pesar de la enorme semejanza que tiene la Legislación española y la Legislación europea en el tema de la competencia, enorme semejanza que se debe a que el legislador español ha tenido en cuenta las disposiciones del Tratado de Roma para preparar su propia legislación nacional y esto no es un secreto ni un comentario mal intencionado sino que viene indicado en la propia exposición de motivos de la Ley española. Sin embargo, a pesar de esta gran semejanza de las dos legislaciones, el espíritu que las anima es totalmente distinto, se trata, me parece a mí, en España de evitar las prácticas abusivas de la competencia en general, mientras que el Mercado Común lo que quiere es evitar que por medio de la competencia se vuelvan a crear mercados distintos en cada país, es decir que por reglas abusivas de la competencia se pueda hacer que el mercado francés siga siendo el mercado francés, y el mercado alemán, el mercado alemán, creo que es esta la gran conclusión que podríamos sacar de esta conferencia.

Partiendo de este principio, que me parece que es fundamental para las empresas españolas que abordan el

Mercado Común, puesto que a menudo, un empresario español que quiere exportar hacia Europa, no piensa en el Mercado Común sino que piensa en Francia, piensa en Alemania, piensa en Bélgica, y puede cometer un buen número de errores sancionados por la Legislación comunitaria, como nos lo acababa de recordar el Sr. Schmitt, partiendo de este principio de inmediata aplicación a los exportadores españoles como nos lo ha indicado el Sr. Schmitt al principio de su conferencia.

Creo que podríamos analizar los diferentes problemas que se plantean en este terreno, y me permitirán ustedes que abuse de mi posición de moderador haciendo una primera pregunta al Sr. Schmitt, independientemente de que después puedan hacer ustedes todas las que deseen.

P.- Esta primera pregunta es la siguiente: nos ha citado el señor Schmitt, que la Comisión no se opone a las prohibiciones de exportar desde países lejanos, puesto que considera que cuando, por ejemplo, hay una prohibición que no puede tener eficacia práctica en el Mercado Común. Yo voy a ir más lejos, en el caso de España creo que podemos tener grandes consecuencias de estas prohibiciones de exportar o de importar con el Mercado Común. Yo veo muchas empresas españolas que tienen firmados contratos de asistencia técnica, de cesión de marcas con empresas europeas y que estos contratos contienen cláusulas por las que se prohíbe la exportación hacia el Mercado Común o hacia el país del Mercado Común en el que radican las empresas que han concedido la licencia. Y yo lo que me pregunto es: ¿estos acuerdos de licencia van a ser afectados por esta disposición comunitaria, y si son afectados ¿es toda la licencia la que es afectada, o va a ser única

mente la prohibición de exportar?. Es decir, la firma española va a poder seguir fabricando y además exportando el Mercado Común o se va a poner en causa la validez misma de contrato de licencia y por lo tanto la posibilidad de la firma española para seguir fabricando?.

R.- De forma general es necesario conocer la importancia que tiene el tema de exportación. Si las partes contratantes estiman que es capital para la concesión de la licencia, son ellas las que tienen que decidir el qué hacer. Por su parte la intervención de la comisión depende de cada caso concreto. Así por ejemplo, si entre España y el Mercado Cumún existen derechos de aduana, la reimportación sería difícil en la práctica, ya que no sería interesante reimportar pagando el derecho correspondiente. Pero en la medida que tal posible exportación hacia el Mercado se considere "sensible" por la Comisión será prohibida, pero única y exclusivamente ésta, y el acuerdo de Concesión de licencia, en cuanto tal, no será afectado en lo que se refiere a la Comisión. Es una cláusula accesoria a lo principal, que es la concesión de la licencia.

P.- En relación con los artículos que han estado comentando en esta ponencia y la realidad que se está estudiando a nivel de las Comisiones del Mercado Común en cuanto al grado de concentración de las empresas del mercado comunitario, que allí operan. A través de los estudios existentes sobre el grado de concentración de cada empresa por familia de productos, me constan que existen empresas con cuotas de mercado que superan en cada país más del 75%, en alguna familia de producto, incluso en Dinamarca el 80%. - ¿Cuál es la filosofía dentro del Mercado Común que intenta conciliar los artículos comentados con las posiciones domi

nantes?. Si consideramos el grado de penetración en el mercado de una empresa poderrosa, multinacional, parece que hay una posición oligopólica ¿cuál es el concepto que tiene la Comunidad sobre posición dominante?.

R.- Es una pregunta muy amplia cuya contestación trataré de resumir. He dicho en mi ponencia que el Tratado no prohíbe la posición dominante, ni tampoco la creación de una posición dominante por crecimiento interno. Este es un fenómeno que puede ser considerado como normal y económicamente válido. La eficacia de una empresa lleva consigo el que incremente su parte del mercado. Entonces esta posición dominante, en cuanto a tal, no es atacable pero puede plantear problemas en cuanto al mantenimiento de una competencia efectiva por medio de una estructura competitiva. A raíz de una conocida sentencia de la Corte de Justicia sobre el asunto de la sociedad Z, hemos introducido un proyecto de Reglamento ante el Consejo que permite un cierto control de las grandes operaciones de concentración, sin por ello atacar el crecimiento propio de una empresa, sino únicamente la creación o el incremento de las posiciones dominantes conseguido por la vía de la concentración ¿por qué?, por qué esta clase de concentración puede cambiar la estructura de la empresa, y por qué una empresa que tiene una posición dominante y adquiere una segunda que tiene la segunda posición en el mercado, rápidamente éste queda cuasi monopolizado. Este Reglamento no ha sido todavía puesto en vigor porque ya saben ustedes que controlar las concentraciones se convierte en un acto político, en un acto casi de concepción de la Sociedad.

Dicho esto, hemos considerado, en general, que - hay una posición dominante en el mercado, cuando en primer lugar una empresa detenta una parte importante del mercado en cuestión. En un primer asunto que fue llevado ante la - Corte de Justicia se trataba de un fabricante de cajas metálicas que controlaba en Alemania una empresa que, representaba dicho país una parte del mercado equivalente al - 80%. Esta misma empresa o la filial europea de la sociedad Z, compró la única fábrica de cajas metálicas de los Paí - ses Bajos, ello hace que como las cajas metálicas no son - transportadas a más de 150 ó 200 km. de distancia por ser voluminosas y pesadas la conjunción de la filial alemana - con 80% del mercado y de la nueva filial holandesa, hacia que todo el norte de Alemania y en general de Europa, estu - viesen minados por las filiales de la compañía Z. En esta ocasión la Corte reconoció que incrementar por vía de con - centración una posición dominante podía ser un abuso según el artículo 86, por lo tanto este último prohíbe igualmen - te los comprobantes estructurales, pero la posición dominan - te no se define únicamente por la cuota de mercado porque también se debe tener la potencia financiera y capacidad - de defender y de incrementar esta cuota de mercado. Así la potencia financiera de una empresa tiene que ser tenida en cuenta.

Otros elementos también intervienen para definir la posición dominante. Es diferente según los casos. Por - ejemplo en el asunto Chiquita United Brands, y la Corte lo reconoció, se tuvo en cuenta para la definición de posición dominante, no sólo la cuota de mercado que era del 45% de los plátanos de Alemania, en el norte de Europa, sino tam - bién el hecho de que disponía de plantaciones en Nicaragua y otros países del mundo, y también una flota mercante que

le pertenecía y que aseguraba el transporte con la marca Chiquita.

En el asunto de las vitaminas "Hofman-La Rache" igualmente ante la Corte, las proporciones de vitaminas en bruto de Hofman-La Rache van del 45% al 90% según los grupos A,B,C, de vitaminas. Hofman-La Rache vende estas vitaminas a empresas multinacionales (como Nestle) y a farmacéuticas, elaborando estos alimentos para el ganado o productos farmacéuticos y aquí consideramos que esta posición dominante era debida a los conocimientos tecnológicos, a la cuota de mercado, a la implantación multinacional en distintos países.

Por lo tanto hay muchos elementos que entran en la definición de posición dominante y que cambian según los casos. Lo que es interesante en el asunto United Brands es que la Corte reconoce que, se puede incluso integrar en la apreciación de la posición dominante comportamientos que por otra parte, se consideran abusivos en la medida en que éstos demuestran que, hay sin duda, posición dominante porque la empresa puede ejercer durante un largo período, una acción que restringe la competencia de los demás. Tanto se cuenta también la "performauce" los resultados obtenidos en el mercado para juzgar si hay posición dominante o no.

En lo que se refiere a los mark-ups, los estudios tienen por el momento objetivo de análisis. Se trata de examinar, de ver cuales pueden ser las relaciones entre la concentración en la producción y en la distribución y el precio de venta. Esto es el objeto del estudio ya citado. No sacamos, por el momento, otras consecuencias al igual

que de los estudios generales que se hacen todos los años sobre las estructuras de los sectores, sólo tienen un objetivo: en principio, fotografiar la situación tal y como es, y en segundo lugar, seguir su evolución en el tiempo. Se constata, de hecho, que algunos sectores conocen un grado de concentración cada vez más elevado.

## 3ª PONENCIA

### ALGUNOS ASPECTOS DE LA ARMONIZACION DEL DERECHO MERCANTIL

D. John Devine

Director General del Comercio, Pequeñas y Medianas Empresas. Legislación sobre los Precios. Comisión de las Comunidades Europeas.

En mi conferencia voy a exponer en primer lugar la competencia en la Comunidad para armonizar las legislaciones, correspondientes a los países miembros, para pasar después a analizar la política de la Comisión en materia de armonización y por último entrar en el tema de la armonización del Derecho Mercantil.

Entrando ya en el primero de los temas, en el Tratado de Roma hay un cierto número de artículos por los que se permite a la Comunidad armonizar las leyes de los estados miembros. Sin embargo, no voy a tratar de todas y cada una de las posibles bases legales para la armonización. Voy a ser extremadamente selectivo y voy a elegir una de esas bases legales, para discutirla por la gran importancia que tiene en el ámbito del derecho mercantil:

El artículo 100 prevé la posibilidad de que el Consejo pueda emitir directivas para homologar las previsiones legales de los estados miembros.

Me gustaría dedicar algunos minutos a las condiciones que implican que el funcionamiento del Mercado Co

mún puede ser afectado por las diferencias entre legislaciones nacionales. Esto plantea a su vez la siguiente cuestión: ¿qué entendemos por Mercado Común, y cuándo está -- afectado su funcionamiento?.

Considerando solo lo esencial, el Mercado Común es una entidad en la que se dan las siguientes condiciones: las mercancías deben circular libremente, al igual que las personas, los servicios y el capital. Además, la competencia dentro del Mercado Común, al igual que la existente entre competidores, no debe distorsionarse. La Legislación nacional puede constituir un obstáculo al libre movimiento de las mercancías, etc.; en dicho caso, los obstáculos al libre movimiento pueden ser eliminados por la armonización, es decir, asemejando las leyes en cuestión. Los derechos nacionales, las leyes de cada país, pueden distorsionar la competencia en los diferentes estados miembros entre los concurrentes, que están compitiendo en los mismos mercados. En este caso se puede llegar también a una armonización que elimine la citada distorsión.

Estas son las ideas subyacentes en el artículo 100 para las que ruego su atención:

1º.- El poder de armonizar es facultativo. La Comisión no tiene obligación de hacer propuestas en todos los casos en que se den las condiciones del artículo 100. El Consejo de Ministros no tiene obligación de emitir una directiva, incluso si se dan esas condiciones. La Comisión puede hacer propuestas cuando se cumplen esas condiciones y el Consejo de Ministros puede emitir directivas en las mismas circunstancias.

2ª.- Las condiciones para la aplicación del artículo 100 son flexibles. El efecto directo sobre el funcionamiento del Mercado Común, da una idea vaga y algo amplia, por lo tanto, el hecho de que una legislación afecte o no directamente al funcionamiento del Mercado Común, es cuestión de opiniones. Aquí existe por lo tanto, un margen de apreciación, y es dentro de este margen donde las instituciones comunitarias pueden operar.

Se puede deducir, por tanto, primero, el hecho - de que la Comisión no está obligada a hacer propuesta y segundo, ésta posee un margen de apreciación en cuanto a que se den o no las condiciones del artículo 100. En conclusión, la Comisión puede tener una política referente a la armonización. Dentro de estos límites, la Comisión puede - decidir el hacer o no propuestas, el hacerlas ahora o proponerlas, el establecer prioridades al hacerlas, y el especificar las circunstancias en las cuales hará estas pro-uestas.

Paso ahora a exponer la política de la Comisión en materia de armonización. En general, la Comisión no recurrirá a hacer propuestas basándose en el artículo 100, - sin antes meditarlo. Desde hace ya tiempo han tenido que - existir razones sustanciales antes de hacer las propuestas, se ha prestado la debida atención a las consideraciones - económicas en el momento de decidir si se debe o no actuar.

La política de la Comisión en materia de armonización fue expresada por el presidente Jenkins, el 18 de - septiembre de 1978, en una conferencia de prensa; ésta era una consecuencia de la reunión de la Comisión de 16 y 17 -

de septiembre. Este postulado es de gran importancia ya -  
que probablemente guiará las actuaciones de la Comisión, -  
al enfocar la armonización en un futuro. Vale, entonces, -  
la pena repetir los requisitos del Comunicado:

"Deberíamos aplicar criterios más estrictos que  
antes en cuanto a las condiciones en las que la Comisión -  
hará su propuesta legislativa. Las condiciones básicas, -  
aceptadas por acuerdo, para saber si las propuestas de ar-  
monización son o no necesarias, eran las siguientes: promo-  
verán el comercio dentro de la comunidad; reforzarán las -  
bases para una unión económica y monetaria; dentro de es--  
tos márgenes la Comisión puede actuar de forma óptima o me  
jor que otros; puede justificarse, en términos de equipos  
de personal requerido, dentro de nuestra capacidad limita-  
da.

En toda esta discusión hemos sido guiados por la  
conciencia de que existe, actualmente, en todo el mundo -  
Occidental una fuerte reacción contra la interferencia in-  
necesaria o contra el Gobierno supranacional. La Comisión,  
sin un mandato democrático convencional, es tal vez muy -  
vulnerable a esta sobrecarga burocrática. Pero, aunque no  
hayamos sido tal vez elegidos para tal puesto, nuestro en-  
foque y nuestra respuesta han de ser políticas.

Como ejemplo, citaré el reciente debate sobre -  
las máquinas de cortar el césped. Estamos convencidos, al  
igual que los fabricantes de cortar céspedes, que debe lle-  
varse a cabo una acción en beneficio de la fabricación; pe  
ro resulta absurdo añadir a estas propuestas fundamentales  
aquellas que regulan el tiempo de utilización de las máqui-  
nas, puesto que sugieren regular si han de utilizarse o no

por las tardes, o los domingos, En otras palabras, cuando el punto no es fundamental en relación con los criterios mencionados, dejémosle a las naciones el derecho de ejercer sus diferencias, y no pretendamos que es sensato llevar a cabo propuestas que no atiendan a los criterios que acabo de mencionar.

Esta es la expresión más reciente de la política de la Comisión. Dentro del cuadro de esta política, pasaré a discutir algunos proyectos de ley mercantil. Entramos por tanto en la tercera parte de la conferencia que trata de la armonización del Derecho Mercantil en el contexto de los criterios del comunicado de Comblain la Tour.

Aquí también la penuria de tiempo me obliga a ser selectivo y a elegir algunos de los criterios mencionados en Comblain la Tour. He decidido, por lo tanto, limitarme a dos criterios que justifican la armonización al promover el comercio intracomunitario y al reforzar las bases de la unión monetaria Europea. Utilizaré proyectos elegidos en el ámbito de esos dos amplios criterios.

En primer lugar veamos la promoción de comercio intracomunitario como justificación de la armonización.

Si examinamos los distintos proyectos que he seleccionado, se pueden extraer ciertos medios bien definidos de promover el comercio, a los que estos proyectos dan expresión. Me contentaré con citar cuatro medios y dar, también, un ejemplo para cada uno.

a) Facilitar y estimular la concesión de créditos (especialmente el crédito a través de fronteras), reforzando la seguridad de los acreedores. Un importante estímulo al comercio es la posibilidad de obtener un crédito. Muchos de los proyectos de ley referentes a comercio, que he seleccionado para mencionar aquí, han sido ideados para facilitar exclusivamente esto.

Se ha hecho un intento para reforzar la seguridad de los acreedores frente a sus deudores en otros países comunitarios, bajo unas leyes nacionales y derechos puramente nacionales.

Los acreedores pueden no gozar de un grado suficiente de seguridad frente a sus deudores de los demás países miembros. Por lo tanto, los acreedores están menos inclinados a conceder facilidades de crédito y, por lo tanto, más inclinados a limitar su comercio a su propio país. De aquí que la seguridad de los acreedores en las transacciones, dentro de las fronteras comunitarias, debería ser fortalecida para que se disponga de crédito.

Ciertos proyectos, en el ámbito legislativo, han sido elaborados con estas ideas en la mente.

1º) Acuerdo sobre juicio. Concluido en 1968, entre Los Seis, hoy en vía de ratificación.

Un acuerdo ha sido recientemente concluido por el cual los tres acceden al acuerdo de 1968. Ha sido recientemente firmado. Sin embargo, ha de ser aún ratificado.

Esta convención hace posible que las sentencias en materia civil y comercial habidas en un Estado miembro, pueden ser aplicadas en otro Estado miembro. La ventaja para los comerciantes es obvia. Un acreedor cuyo deudor ha sido insolvente puede obtener una sentencia. Esta sentencia puede ser aplicada, en particular, donde el deudor reside o donde posee activos.

Esto incrementa la seguridad del acreedor residente en otro país miembro. Un aumento de la seguridad de los acreedores llevará consigo una apertura hacia la concesión de crédito, dentro de las fronteras comunitarias, y ello, a su vez, estimulará el movimiento de las mercancías, de los servicios y, en otras palabras, del comercio.

2º) Acuerdo sobre quiebra. Un proyecto de ley fue negociado entre Los Seis. Con la entrada de los tres nuevos miembros el asunto fue, de nuevo, puesto a debate. Este nuevo reexamen está en su última etapa.

El Proyecto de Ley sobre quiebra es, en esencia, un aspecto específico de la aplicación recíproca de las sentencias. Sin embargo, por su especial complejidad, se excluyó del ámbito de aplicación del convenio sobre sentencias.

Las ideas básicas subyacentes en el proyecto sobre quiebra son la unidad y la universalidad de la quiebra. Por "unidad" queremos decir que una declaración de quiebra en un Estado miembro debe ser suficiente; por "universalidad" queremos significar que la quiebra debe tener vigencia en todos los países miembros. El resultado concre

to será que todos los activos de un deudor existentes en el territorio comunitario deben estar a disposición de sus acreedores.

Las ventajas para los acreedores serán:

a) Que puedan empezar con los procedimientos de quiebra en un estado miembro y, sin embargo, la quiebra es considerada a nivel comunitario. Sin tal proyecto, sería necesario recurrir a nueve procedimientos distintos de quiebra, si el deudor tiene activos en los 9 Estados miembros.

b) Que el deudor no tiene la posibilidad de evitar a sus acreedores, porque sus activos estén en otro Estado miembro.

c) Que el deudor no tiene la posibilidad de trasladar sus activos a través de la Comunidad, para evitar a sus acreedores. Estas etapas refuerzan, más aún, la seguridad de los acreedores. Facilitan así la concesión de crédito "interfronteras". Esto, a su vez, estimula el movimiento de bienes y servicios a través de las fronteras: el comercio intracomunitario.

3º) Reconocimiento mutuo de "security interests" (garantía). De nuevo estamos interesados en la cuestión: crédito. Una forma muy importante de seguridad para el crédito que se concede para facilitar las compras lo constituyen los bienes que se venden. Sin embargo, surgen problemas cuando los bienes, base de la seguridad, se venden a través de las fronteras o se venden y posteriormente se

trasladan por una frontera. El problema radica en la pregunta ¿está el "security interest" del vendedor en los bienes como salieron de su lugar de origen?

El "security interest" se ha creado en un país, pero los bienes ya no están en este país. Se trata de establecer si este "security interest" se ha reconocido en el otro país ya que sino es así el valor de tal tipo de seguridad desaparece. Eso es una gran desventaja para aquellos que venden productos a través de frontera bajo la garantía de las mercancías que se venden. La desventaja es tal que podría hacer de esto un modo muy práctico de conceder créditos supérfluos en el caso de aquellos que venden mercancías a través de la frontera.

Por lo tanto, se están estudiando las condiciones bajo las cuales se puede reconocer mutuamente el "security interest".

El objetivo último de la operación sería el facilitar la concesión de crédito a través de las fronteras basándose en la garantía que esto aportaría como ventaja consiguiente la estimulación del comercio de mercancías y servicios a través de las fronteras.

4º) Seguridad. Se trata aquí de crear reglas uniformes en relación con los contratos de garantía. El borrador de la directiva fue entregado para examen a los expertos gubernamentales. El proceso de consulta de dichos expertos está por finalizar.

El propósito es facilitar la creación de garantías para las deudas, en particular deudas "transfronterizas". Esto, a su vez, promoverá la concesión de crédito.

a) Creación de la seguridad legal para las transacciones comerciales a través de las fronteras.

Para ilustrar este punto podemos referirnos al borrador del convenio sobre Derecho Privado Internacional para las obligaciones contractuales. Los expertos gubernamentales están por finalizar la fase de preparación de este convenio. En ausencia del convenio, la situación sería la siguiente: desde Francia un señor X concluye un contrato comercial y se encuentra en Alemania. Surge una disputa con respecto al contrato. Si la disputa se lleva frente a un tribunal francés, éste puede decidir que el Derecho francés rige tal contrato. De esta forma el señor X puede ganar el litigio. Si el mismo caso se lleva ante un Tribunal alemán, éste podría decidir que el Derecho alemán rige el contrato y muy probablemente ganaría el litigio y por lo tanto, en este tipo de disputas, la elección del fuero puede, si no existe un convenio internacional de por medio, alterar completamente los derechos de las partes del contrato. Constituye éste un elemento de inestabilidad legal, al cual no deberán de estar sujetos los contratos comerciales transnacionales (sobre todo los contratos intracomunitarios).

El borrador mencionado persigue la eliminación de este elemento de inseguridad. Establece reglas uniformes de Derecho Privado Internacional relacionadas con los contratos. El resultado será que un mismo contrato será -

tratado de igual forma por cualquier Tribunal de la Comunidad; carecerá por lo tanto de importancia la elección del fuero en que se lleve a cabo el litigio.

b) El facilitar la operación de las agencias a través de las fronteras.

La relación entre la sociedad y su agente es, desde luego, fundamentalmente importante en el mundo comercial. En los distintos Estados miembros hay diferentes leyes que gobiernan esta relación. En algunos Estados el agente es protegido por leyes en ciertos aspectos; por ejemplo, puede tener lugar una indemnización sustancial en caso de disolución del contrato del agente por la agencia. Esto, probablemente, refleja su participación anterior en la elaboración del negocio para el empresario. Por otra parte, en otros países, el agente no recibe protección por parte de la legislación.

Existe total libertad en este contrato y el agente debe negociar desde una base o posición de debilidad. Las mejores condiciones a su alcance, frente a los resultados, son como sigue: los empresarios en algunos países, pueden tener mayores cargas financieras en relación con sus agentes que sus competidores en otros países donde el régimen de agente es menos exigente.

Los empresarios probablemente alquilarán los servicios de agentes en países donde éstos no estén tan bien protegidos por la legislación, donde una elección es posible. Esto pondrá a los agentes en una posición desigual en su demanda frente a las agencias.

Las disparidades también crean obstáculos a la libre actuación de los servicios de una agencia a través de las fronteras.

El proyecto de directiva es diseñado para asegurar el estatuto del agente a través de la Comunidad. El resultado es facilitar la creación de agencias en todos los países sobre una misma base, siendo las condiciones las mismas. Esto, a su vez, estimulará no sólo el comercio de mercancías a través de tales agencias, sino que también facilitará la disponibilidad de los servicios de los agentes.

c) Eliminación de obstáculos al movimiento de materias.

En tanto en cuanto existan distintos requerimientos legales en los diferentes Estados miembros que se refieran a la comercialización o fabricación de las mercancías, esos requerimientos constituyen obstáculos al libre movimiento de las mercancías en cuestión. Consecuentemente, hay obstáculos al comercio comunitario en los productos de que se trate. Estos obstáculos pueden ser eliminados por la armonización. Hay muchas directivas que hacen homologar ciertos productos y, por lo tanto, hacen posible su libre circulación. Posiblemente no podré entrar en detalles acerca de esas directivas, pero me gustaría comentar en este contexto específico, las directivas sobre productos farmacéuticos y, en general, el proyecto de directiva sobre fiabilidad de productos. Fácilmente estarán todos de acuerdo de que la industria farmacéutica es de gran magnitud y dinamismo. Es por lo tanto, extremadamente deseable el que

haya un Mercado Común en estos productos y que los obstáculos nacionales a la movilidad deben ser eliminados siempre que ello sea posible. Uno de los principales obstáculos a la libre circulación de los productos farmacéuticos es el requerimiento de una autorización nacional.

No sólo había anteriormente la dificultad de autorizaciones múltiples, sino también la dificultad de que los criterios pudiesen variar de país a país.

¿Hasta qué punto las directivas existentes eliminaron estos obstáculos?. ¿Hasta qué punto se ha conseguido un Mercado Común de productos farmacéuticos?. Las directivas han logrado establecer criterios comunes para la comercialización de licencias. La aplicación de esos criterios comunes sigue, sin embargo, correspondiendo en último término a cada autoridad nacional. Para coordinar la aplicación de los criterios comunes se ha establecido un comité. Este comité puede dar consejos sobre la concesión de licencias de comercialización. Se puede ver, por lo tanto, que las Comunidades actualmente se encuentran en una etapa intermedia, en cuanto a conseguir un verdadero Mercado Común.

El segundo de los criterios mencionados en el comunicado de Comblain la Tour busca el refuerzo de las bases de la U.M.E. como justificación de la armonización.

El entusiasmo por la U.M.E. y, sobre todo, el futuro cambio del S.M.E., justifican el diseño de proyecto de armonización que preparen y refuercen una base sólida -

para éstos. Resulta, por supuesto, imposible mencionar la totalidad de los proyectos relevantes y me conformaré con hablar de uno de ellos. Es un proyecto que conozco particularmente y que creo despierta un interés particular en los círculos comerciales.

Es un borrador que establece directivas para el etiquetaje de precios. El borrador fue examinado por expertos gubernamentales y se encuentra en una fase avanzada - de preparación, gracias a los servicios de la Comisión. - El tema del etiquetaje de precios es de suma importancia en el contexto de la política económica. El borrador intenta esclarecer el problema de los precios y esto será - de gran utilidad, tanto para las autoridades como para los comerciantes y los consumidores. El proyecto puede producir un efecto secundario igualando las condiciones de competencia comercial en zonas fronterizas donde se aplican legislaciones sobre precios de distintos grados de severidad. Salvo algunas excepciones importantes, el proyecto - impone la obligación de poner a la vista los precios, por medio del etiquetaje o por otro medio, tanto para las mercancías como para los servicios. Los principios que han - de regir la exposición de los precios, tales como visibilidad y legitimidad, serán establecidos de antemano. El - borrador puede servir como marco de referencias para futuras y más detalladas directivas en relación con temas específicos.

Espero haber llegado a establecer un esquema - apropiado de lo que es la política comunitaria en materia de armonización y de sus conexiones con el mundo del co--

mercio; no creo haber sido exhaustivo puesto que he dejado de lado un gran número de temas, por ejemplo el Derecho de Sociedades, aunque éste pudiera ser de gran importancia.

Espero, sin embargo, que los temas particulares que he elegido hayan servido de ilustración de los principios generales y que haya quedado satisfecho el auditorio.

COLOQUIO

Moderador: Antonio Urcelay Alonso

Abogado

Bueno, creo que procede en primer lugar felicitar al Sr. Devine por su exposición brillante, nos ha puesto al día en lo que se refiere a la actual filosofía de las Comunidades Europeas en lo relativo a armonización de legislaciones. Y digo que nos ha puesto al día porque desde luego creo que se ha producido un cambio bastante radical en lo que antes era la política de la Comunidad Europea en lo relativo a este tema. Cuando el Mercado Común se inició por los seis países miembros fundadores, se tendía a una unificación prácticamente absoluta de las normas de estos países para llegar, en un futuro más o menos remoto, a la pérdida de su individualidad. En la actualidad, vemos que se ha dado un giro de 90 grados, que se tiende a evitar esta pérdida de individualización, que se tiende simplemente a armonizar detalles muy concretos y aspectos muy determinados que pueden resultar favorecedores para el comercio dentro de la Comunidad. Creo que esta nueva corriente que, en su momento, será aplicable al ingreso de España en las Comunidades Europeas, nos permite ver desde otra perspectiva nuestra propia situación. En este contexto no perderíamos todos los rasgos definitorios de nuestra Legislación, sino simplemente nos tendríamos que adaptar a la Legislación Comunitaria en aquellos aspectos concretos que favorecen el comercio intracomunitario.

Creo además que se han tratado temas de máximo interés no sólo para el futuro de España en su ingreso sino -

también desde ahora. Como ejemplo recordemos el tema de la etiqueta del producto; cualquiera que desee exportar al Mercado Común, tendrá que someterse a estas normas en el momento en que la directiva sobre este aspecto entre en vigor. Creo que podemos empezar el coloquio con aquellas preguntas que hagan referencia a los aspectos concretos de la armonización legislativa.

P.- ¿Existe alguna posibilidad de que estas normas sobre etiquetado del producto, sobre precio de productos vayan a llevar un poco más lejos a normas generales sobre precios de productos tal y como ocurre en el sector agrario?

R.- Respondiendo en primer lugar al moderador estoy completamente de acuerdo con él, en lo relativo a la variación de la política económica comunitaria.

Cuando la Comunidad se creo hace unos 20 años, se pensaba que se podía establecer una Europa armonizando las legislaciones. Ahora la situación ha cambiado. Este cambio se inició, hace 5 ó 6 años, con la adhesión de los tres nuevos Miembros de la Comunidad. El presidente de la Comisión Sr. Godelar, poco después de la "accesión" de los tres nuevos miembros, hizo unas declaraciones sobre el tema de la armonización; su enfoque y el de la Comisión eran mucho más limitativos. Tal vez antes, la armonización era un medio de lograr la integración y ahora nos enfrentamos con una nueva evolución en la política de la Comisión que es más restrictiva en lo que concierne a su enfoque sobre la armonización, concretándose a lo que es estrictamente necesario para promover el comercio intracomunitario y fortalecer las bases de una Unión Económica y Monetaria. -

Esto es por lo que se refiere a la política económica.

En lo que concierne a la otra cuestión que plantea usted sobre la planificación de los precios en el sentido de la política agrícola comunitaria, yo no preveo una evolución similar.

Es verdad que en el ámbito agrícola, existen precios de intervención. Mi colega de la Dirección General de Agricultura estará mucho más al corriente de este punto particular. Es también verdad que en el sector siderúrgico, han existido últimamente algunas intervenciones sobre precios, pero si consideramos el sector del acero este está actualmente en crisis dentro del amplio ámbito comunitario, y la cuestión de intervenir de alguna manera en los precios, es realmente, a mi parecer, una intervención temporal más bien que una solución permanente.

Con excepción de los productos agrícolas, siderúrgicos los países Miembros tienen competencia para fijar su propia política de precios. Cada Estado puede decidir intervenir en los productos que estimen convenientes dentro de unos límites que luego señalaré. Por tanto, es posible dentro de la Comunidad, que un país fije los precios para determinados productos seleccionados, mientras que otro no tenga una política de precios fijos para ningún producto. Por ejemplo, en relación con los productos farmacéuticos, ciertos estados fijan unos precios máximos para cada producto. El tema que se plantea es el de la determinación de los límites dentro de los cuales cada Estado miembro pueda establecer una política propia de precios. En primer lugar tengamos en cuenta el artículo 30 del Tra-

tado de Roma. Dicho artículo prohíbe a los estados miembros restricciones cuantitativas en la importación de productos o medidas que tengan un afecto equivalente a esas restricciones.

Puede ser que si un Estado miembro fija un precio para determinados productos, que el precio así fijado prohíba de hecho la importación de dicho producto. En ese caso se cae en una condición restrictiva y entonces el Estado miembro infringe el artículo 30 y la Comisión investigará el caso, pero exceptuando el artículo 30, la política de precios es incumbencia del Estado miembro.

No veo ningún cambio en este punto a nivel de la Comisión, ya que cada uno de los 9 mercados tiene sus características en relación con los canales de distribución.

P.- Mi pregunta se refiere a las sociedades europeas, ¿qué influencia puede tener sobre la estructura de precios y la estructura de impuestos en el Mercado Común, la existencia de un tipo común de sociedad europea?.

R.- De momento existen cuatro directivas que rigen el Derecho de sociedades en la Comunidad y se están elaborando varias más. Además existen otros proyectos colaterales como el Código moral para las empresas multinacionales, que la Comunidad está llevando a nivel de las Naciones Unidas y otros relacionados con una Sociedad Europea.

El objeto naturalmente de armonizar la Ley de Sociedades, es aquí en primer lugar, el de facilitar la movilidad de las Sociedades dentro de la Comunidad Europea, es

decir la libertad de establecimiento de sociedades en la misma forma que existe para las personas físicas.

El armonizar la estructura de las sociedades facilita las fusiones y su movilidad dentro de los distintos países; dentro de este marco existente de libre establecimiento de empresas, la Comunidad va ahora a armonizar el derecho de sociedades. La armonización debe asegurar un nivel mínimo de protección para los accionistas, los empresarios y para el público en general. Y dentro de estos determinados parámetros encontramos los proyectos específicos relacionados con el derecho de sociedades. Con respecto a su pregunta sobre el impuesto de sociedades, hay varios proyectos específicos referentes al Derecho de Sociedades, pero en el futuro inmediato no creo que se vaya a promover un sistema armonizado de impuestos sobre sociedades ni veo la creación de un sistema armonizado de impuestos sobre la renta de las personas físicas tampoco. La cuestión del impuesto del valor añadido, que es un impuesto comunitario, es harina de otro costal. Siempre tenemos que avanzar hacia una racionalización del papel del V.A.T. entre los varios estados miembros, y esto no tiene necesariamente nada que ver con su pregunta que se refiere a sociedades. Contestaría negativamente en este caso, pero en el futuro previsible no veo ningún cambio en este sentido, las tendencias son hacia una libre implantación de compañías y la protección de accionistas, trabajadores y terceras personas.

# ■ ■ ■ jornadas de estudio

## 4ª PONENCIA

LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS AGRARIOS EN EL MERCADO -  
COMUN.

D<sup>a</sup> Rosa M<sup>a</sup> Marengo.

Administradora encargada de las cuestiones de es  
estructuras de mercados agrícolas. Comisión de las  
Comunidades Europeas.

Voy a tratar en esta ponencia de trazar las lí -  
neas de acción que la Comunidad lleva a cabo en el campo  
de las estructuras de transformación y de comercialización  
de productos agrícolas.

La política agrícola comunitaria, particularmente  
en su aspecto estructural, da, en efecto, gran importancia a  
a la situación de las salidas de la producción agrícola,  
ya que ésta condiciona grandemente la productividad de la  
agricultura y tiene una incidencia cierta en la situación  
global de este sector.

Además, estimo que estos aspectos estructurales  
han de revestir una importancia fundamental para España,  
país donde podrían plantearse problemas estructurales. La  
Política Comunitaria en materia de Estructura de Mercado  
se centra en dos acciones fundamentales: la primera se re  
fiere a las agrupaciones de productores y sus asociacio -  
nes; la segunda a la acción comunitaria para la mejora de  
las condiciones de transformación y de comercialización  
de productos agrícolas.

Dividiré mi ponencia en tres partes:

- En la primera estudiaré las agrupaciones de pro  
ductores.

- En la segunda, la acción común para la mejora -  
de las condiciones de transformación y de comercialización  
de productos agrícolas.

- En la tercera, describiré las demás actuaciones  
consideradas por la política comunitaria que aún no están  
vigentes pero a las cuales la comisión continua dedicando  
su trabajo y sus estudios.

Veamos la primera parte: las agrupaciones de pro  
ductores y sus uniones. La acción comunitaria en este cam-  
po ha seguido tres líneas fundamentales:

- La primera se situa históricamente en el marco  
de las Reglas de Competencia, aplicables a las empresas de  
las que el Sr. Schmitt tuvo la ocasión de hablar esta maña  
na. Estas Reglas han sido aplicadas de forma más benévola  
a las empresas agrícolas y particularmente a las cooperati  
vas agrícolas desde el año 1962, año en el que las disposi  
ciones sobre Competencia del Tratado de Roma han comenzado  
a aplicarse a la producción y al comercio de productos agrí  
colas.

- Una segunda línea de acción consiste en el estí  
mulo de las organizaciones de productores de ciertos secto  
res. Esta se inició en 1966 en el sector de frutas y horta  
lizas, donde la creación y el funcionamiento de las organi

zaciones de productores se han estimulado. Esta acción se ha extendido en 1970 a los productos de la pesca, en 1971 al lúpulo, en 1975 a los gusanos de seda, y aproximadamente en junio del 78 al aceite de oliva.

En esta línea de acción, la Comunidad Económica Europea no se limita a conceder a estas organizaciones de productores un régimen favorable de competencia, sino que interviene con medios financieros al objeto de estimular su constitución y funcionamiento. Los objetivos perseguidos por otra parte no son estrictamente estructurales, ya que se concede a las organizaciones de productores de este sector gran parte de las tareas consistentes en sostener el mercado. De hecho, a través de ellas se retiran productos pesqueros y frutas y hortalizas del mercado y además por medio de ellas se conceden gran parte de la ayuda a la producción del aceite de oliva. Las retiradas de productos agrícolas del mercado se efectúan en el sector de la pesca y en el de frutas y hortalizas con el fin de evitar una caída demasiado fuerte de las cotizaciones. Este cometido lo han realizado tan eficazmente que hace cada vez menos necesaria la intervención pública, hasta ahora muy importante y permanente.

- La tercera línea de acción en favor de las organizaciones de productores ha sido finalmente aprobada por el Consejo de Ministros en junio de este año, después de once años de discusiones, durante los cuales la Comisión presentó cuatro Propuestas al Consejo. Esta nueva regla - mentación presenta las características siguientes:

1.- Horizontal ya que se aplica a varios productos agrícola

las, no sector por sector como la precedente.

2.- Regional, ya que está destinada únicamente a las regiones de la Comunidad donde las deficiencias estructurales - de la oferta agrícola son particularmente graves.

Estos largos años de debate y de estudios han permitido identificar cuales son las verdaderas carencias en la estructura de la oferta de productos agrícolas y donde están situadas. También han permitido constatar dentro de la incomparable diversidad de situaciones existentes en la Comunidad diversidad acentuada por la adhesión en 1.973 de nuevos Estados Miembros, que no tenía sentido quedarse únicamente en el análisis de los datos globales relativos a - la estructura de la oferta dentro de la Comunidad, sino que se debía recurrir a un análisis más preciso y localizado.

Estos datos demuestran que dentro de la Comunidad 5 millones de agricultores ofrecen su producción a un número infinitamente inferior de comerciantes e industriales, no tengo estadísticas en relación con esto, pero según informes yo diría obsoletos ya que datan de 1.970 frente a - cinco millones de agricultores, probablemente había 30.000 industriales agroalimenticios y 180.000 comerciantes.

Estos datos globales demuestran que las cooperativas agrícolas que ya han asumido en gran parte la función de concentración de la oferta no han alcanzado un nivel de desarrollo suficiente y sobre todo no aseguran una disciplina adecuada de la producción y de su oferta. Estos datos - globales, incluso si a primera vista parecen significati -

vos, sin embargo tienen una significación distinta si se analizan a la luz de las diversas situaciones existentes en los países miembros.

De hecho, más del 40% de los 5 millones de agricultores, mejor dicho, de las explotaciones agrícolas se encuentra en Italia. Este país se caracteriza por pequeñas explotaciones, cuya dimensión media es inferior en un 50% a la media en la Comunidad.

La estructura de la agricultura italiana no es comparable a la situación extrema de Inglaterra con 270.000 explotaciones agrícolas cuya dimensión media es igual a ocho veces la dimensión media de las explotaciones italianas. Igualmente la situación de Italia y de algunas regiones mediterráneas francesas y algunas zonas de Bélgica no son realmente comparables con la situación de Dinamarca o de los Países Bajos en lo que concierne al grado de organización de productores agrícolas, mientras que en el primer grupo de países es decir Italia y el sur de Francia y algunas regiones de Bélgica menos de un 16% se unen en agrupaciones de productores que controlan un máximo del 15% de la producción agrícola, constatamos en Dinamarca y en los Países Bajos la situación inversa. Como ejemplo pondremos Dinamarca donde el 72% de las explotaciones forman parte de las organizaciones de productores controlando éstas aproximadamente un 80% de la producción agrícola en los sectores fundamentales de su economía: porcino y lechero. Son por tanto estas diferencias las que han dado lugar a la orientación regional adoptada por el Consejo en su último Reglamento relativo a las Agrupaciones de productores y a su unión. Este Reglamento se aplica únicamente en Italia para la totalidad de su producción, producción agrícola de

base y para ciertos productos transformados. Se aplica además en las regiones mediterráneas francesas y a los departamentos de ultramar franceses, así como en Bélgica únicamente para ciertos productos donde se han constatado deficiencias análogas a las de Francia e Italia.

Este Reglamento no está limitado a estas únicas regiones, sino que se podría aplicar a otras regiones de la Comunidad que demostraran análogas deficiencias.

En las regiones que acabo de citar, las organizaciones de productores de primer y segundo grado se benefician de la aplicación de las Reglas de Competencia y de las ayudas financieras comunitarias y reciben en particular otras procedentes de los Estados Miembros. Estas están destinadas a facilitar la constitución y el funcionamiento de las organizaciones de productores de las que la Comunidad se responsabiliza en un 25%. Este porcentaje puede ser incrementado a un 50%, en algunas regiones con problemas aún más graves que en el resto de la Comunidad.

Las ayudas para las organizaciones de primer grado son en los tres primeros años iguales respectivamente a 3, 2 y 1% del valor de la producción comercializada a través de estas organizaciones y tienen como techo el 60, 40 y 30% respectivamente de los gastos reales de constitución y funcionamiento. Las ayudas a las organizaciones de segundo grado tienen un techo de 50.000 unidades de cuenta, siendo proporcionales a los gastos reales de constitución y funcionamiento.

Naturalmente para poderse beneficiar de estas - ventajas las organizaciones de productores deben cumplir - ciertos tipos de condiciones verificadas a través de un - sistema de inspección practicado por los Estados Miembros implicados. Estas condiciones vienen únicamente fijadas en función de su eficacia económica en función de los objetivos que les asigna: concentrar la oferta y conceder a los agricultores un poder económico que les permita ser socios válidos de la industria y del comercio.

Estas condiciones hacen abstracción en consecuencia de la fórmula jurídica, de la fórmula cooperativa o de cualquier otra para acceder a los beneficios comunitarios. Pero se exige una disciplina seria de la producción y el control total de la oferta de productos, control que podrá ser ejercido por medio de la aportación total de la producción de sus miembros como por la venta efectuada por cada uno de ellos pero ejercida bajo control de la organización de productores y seguir sus reglas. Se trata de esta forma de evitar las desventajas graves que se han podido observar a nivel de cooperativas, es decir desventaja o inconveniente que existe en el hecho de que los miembros se inclinan a llevar a las cooperativas la peor parte de su producción y a dar salida en el mercado a su producción de mejor calidad.

Se exige además de esas organizaciones de productores una actividad económica mínima expresada en volumen de producción o en superficie según los sectores o en volumen de ventas así como llegado el caso en un número mínimo de miembros.

Estas reglas relativas a la actividad económica mínima, no están aún determinadas, están en curso de elaboración. Deberían ser en principio aprobadas antes de fin de año por la Comisión asesorada por el Comité Permanente de Estructuras, es decir con la colaboración de los Estados Miembros.

En cuanto a la composición de las organizaciones de productores, se admite que no sólo pueden formar parte de ella los productores agrícolas sino también los industriales y comerciantes en minoría, con la condición de que la Legislación Nacional lo permita.

Lo fundamental reside en el hecho de que los productores agrícolas continúen teniendo el control de la organización, así como de todas y cada una de sus decisiones.

Respecto a las organizaciones de segundo grado - están constituidas exclusivamente por agrupaciones de primer grado reconocidas por los Estados Miembros.

Mi ponencia no sería completa en el aspecto referente a las organización de productores si yo no hiciera mención de que las agrupaciones y sus asociaciones se estimulan solo en su actividad consistente en dar salida a la producción agrícola del mercado y en las operaciones relacionadas con la puesta en el mercado de la producción agrícola. En las fases del circuito económico que van más allá de la primera puesta en el mercado y en la mayor parte del sector de la transformación, las agrupaciones de productores y sus uniones podrán desde luego penetrar y lo harán en las mismas condiciones que cualquier agente económico,

por lo tanto sin beneficiarse de ninguna subvención ni de ninguna ventaja en particular.

En el sector de la transformación, las organizaciones de productores son estimuladas únicamente en el caso de que se trate de transformaciones dispensables para incrementar el valor de los productos de base. Se trata en particular de la transformación de la uva en vino, de la transformación de las aceitunas en aceite de oliva de la transformación de la leche en matequilla, o mejor dicho en queso o en leche pasteurizada, por lo tanto de operaciones que son por si mismas indispensables para la comercialización del producto de base ya que no hay casi comercialización de aceitunas sin transformación, ni de leche sin tratamiento, y apenas de uva sin transformación.

Para concluir quiero añadir que esta acción según el punto de vista de la Comisión debe comportar ventajas no sólo para los productores agrícolas que son los principales destinatarios sino también para la industria y para el comercio que se encontrarán frente a un organismo que será capaz de asegurar una oferta constante en cantidad y en calidad.

He terminado con la primera parte de mi ponencia, ahora paso a hablar de la segunda que trata de la acción Comunitaria para la mejora de las condiciones de transformación y de comercialización de productos agrícolas.

Esta actuación fue adoptada por el Consejo en -

febrero de 1977. En junio del corriente año ha sido modificada por primera vez en razón de la situación particular de las regiones mediterráneas de la Comunidad para las cuales se han previsto ayudas suplementarias. A diferencia de las actuaciones en favor de las organizaciones de productores de las cuales ya he hablado anteriormente, no se limita a tomar en consideración la situación de los que ofrecen la producción agrícola sino que también tiene en cuenta a los compradores de esta producción, es decir la industria agroalimentaria y el comercio.

En efecto, a la industria agroalimentaria se destina aproximadamente un 70% de la producción agrícola de la Comunidad y a través del comercio pasará tanto la parte no transformada como la transformada. Esta actuación se fundamenta en la consideración de que una estructura eficaz de los sectores situados en destino tendrá repercusiones favorables en el comercio y en la distribución como en origen, es decir en la agricultura.

Así la agricultura se beneficiará de mejores salidas para sus productos resultantes de un más alto valor y de una mejor presentación de sus productos así como en determinados casos de una mayor diversificación de la producción. La agricultura debería en teoría favorecerse de los precios más altos percibidos en el marco de unas estructuras eficaces, y debería aprovechar las ventajas resultantes de una mejora de los circuitos de comercialización. A través de esta actuación común se estimulan las inversiones en el sector comercio y en el de transformación de productos agrícolas, por lo tanto según este pun-

to de vista, esta actuación no es completamente nueva, ya que en efecto se basa en una larga y positiva experiencia adquirida por la Comunidad en el marco de una financiación de proyectos individuales de inversiones a través del Fondo Europeo de Orientación de Garantía Agrícola, sección - orientación (F.E.O.G.A.).

Esta experiencia se ha iniciado en 1964. La Comunidad ha destinado al sector de la comercialización y - transformación en este marco, una cantidad de aproximadamente 900 millones de unidades de cuenta (100.000 millones de pesetas más o menos).

La nueva actuación al mismo tiempo que refrenda ciertos principios que han guiado esta experiencia, añade elementos nuevos de importancia fundamental. Se inspira - en particular en el principio de que el desarrollo y la racionalización del sector de la transformación y comercialización de productos agrícolas, deben ser proseguidos en el cuadro de una programación seria susceptible de asegurar la indispensable coordinación entre las distintas inversiones previstas.

Única y exclusivamente las inversiones que se - insertan en los programas nacionales elaborados por los Estados Miembros y aprobados por la Comisión, podrán progresivamente y al término de un período transitorio de tres años beneficiarse de la financiación comunitaria.

El señor Besnard ha dicho esta mañana que en los medios comunitarios no gusta la palabra planificación. Es desde luego verdad que en el marco de la política agrícola-

la común utilizamos la palabra programación en vez de plnificación pero seguimos, sin embargo, la óptica según la cual sólo en un marco coordinado y orgánico puede darse - un desarrollo racional de esta actividad.

Esta programación desde luego no debe asustar a nadie. Citaré las características fundamentales, lejos de revestir un carácter rígido e imperativo, tiene como objeto conciliar las exigencias de un análisis profundo de la situación y de las necesidades, teniendo en cuenta los requisitos de flexibilidad indispensables en este campo. Esta programación es desde luego de naturaleza indicativa, la única que está conforme con el carácter cambiante del sector tanto desde el punto de vista geográfico como desde el punto de vista de la tecnología. Esta programación tiene una duración a medio plazo, en principio de tres a cinco años. Es de naturaleza específica, es decir que cubre o se aplica a uno o varios sectores productivos a una o varias regiones de la Comunidad. Esto no significa que los programas no puedan cubrir en ciertos casos varios - sectores sin ninguna relación entre ellos sino que significa únicamente que los programas tienen que tener una indicación suficientemente precisa para permitir apreciar - las necesidades, sector por sector, actividad por actividad que deben satisfacer. Esta programación debe englobar un análisis profundo de la situación del o de los sectores geográficos implicados, análisis hecho a la luz de la economía general, debe además comprender una descripción detallada de los objetivos y de los efectos previstos tanto a nivel del sector de transformación y de comercialización como a nivel de la agricultura.

Finalmente esta programación es por iniciativa nacional.

Los Estados o las Autoridades Locales o Regionales que, en el orden interno son competentes en esta materia se ocuparán de elaborar el programa. Las Instituciones Comunitarias, es decir, la Comisión con la colaboración del Comité Permanente de Estructuras Agrícolas, programa compuesto por Representantes de Estados Miembros se limitarán solo a demostrar que los programas, en su forma y contenido en sus objetivos, responden a las exigencias de la política agrícola común.

El enfoque así seguido es mucho menos ambicioso que el previsto en etapas anteriores de la política agrícola común pero en cierto modo más realista. Así mientras que antes se preveía o se pensaba en una visión centralizada, desde Bruselas se pasa ahora a un sistema de programación regional, local, de iniciativa nacional desde la óptica de que los organismos más próximos a las realidades económicas podrían valorar con mayor precisión las exigencias y las necesidades. Desde el momento en que se encuadran en programas aprobados por la comisión según el procedimiento citado, los proyectos de inversiones podrán ser presentados a la Comisión a través del Estado Miembro en cuyo territorio deben ser realizados. Estos proyectos pueden referirse particularmente al almacenaje, acondicionamiento, conservación, el tratamiento y la transformación de los productos agrícolas así como la mejora de los circuitos de comercialización y la transparencia de los mercados. Pueden referirse a todos los productos que en el Anexo del Tratado de Roma, se citan como agrícolas y no a otros, a

menos que lo estipule una decisión del Consejo. No existe distinción alguna en cuanto a los beneficiados por las subvenciones comunitarias. Toda empresa que se ocupa de la transformación y comercialización de productos agrícolas, ya sea pública o privada, cooperativa o no, podía beneficiarse de las ayudas previstas con la condición de que pueda demostrar adecuadamente que los productores participan de las ventajas que resultan del proyecto. Esta última condición es enteramente fundamental en el marco de una acción cuyos objetivos son esencialmente objetivos agrícolas.

Se puede demostrar por diferentes medios y particularmente por la existencia de contratos a largo plazo concertados con los productores agrícolas en condiciones equitativas para esto. La reglamentación determina además los criterios de elección de proyectos dentro de la masa enorme de los presentados anualmente a la Comisión. Habrá que hacer efectivamente una elección, dado que las sumas de dinero disponible, aunque importantes no son infinitas y estos criterios son establecidos sobre exigencias de la política agrícola común. Por lo tanto se tendrán en cuenta las exigencias del mercado, se será prudente en la financiación de proyectos lecheros se será menos en dos sectores donde el riesgo de excedentes es menor, no tendrá en cuenta la necesidad de racionalización en las actividades implicadas y también se tendrá en cuenta ciertamente las consideraciones regionales. Se han previsto ayudas de cuantía relativamente elevadas en favor de las inversiones que responden a las condiciones requeridas. Estas ayudas deberán ser concedidas conjuntamente por la Comunidad y el Estado Miembro interesado. Son iguales en relación al

valor de la inversión realizada en el conjunto de la Comunidad a 50%, es decir a cargo de la Comunidad como máximo un 25%, un 30%, o un 50% en algunas particularidades difíciles. En el Mezzogiorno italiano estas ayudas alcanzan un 75% del coste de la inversión del que un máximo del 50% es a cargo de la Comunidad.

En el Languedoc y Roussillón, en el sector del vino, en algunos departamentos franceses mediterráneos las ayudas alcanzan un 65%, por lo tanto un máximo del 35% corre a cargo de la Comunidad. La Intervención Comunitaria no tendrá lugar sin una intervención a nivel nacional. Se da aquí el principio de Intervención conjunta Comunidad-Estado Miembro y la ayuda nacional debe alcanzar al menos un 50% del valor de la inversión. La Comunidad ha declarado por otro lado la intención de mantener una relación entre la Intervención Comunitaria y la Intervención Nacional, relación que se situará en general a 2'5. Por lo tanto la Comunidad financiará como máximo con una suma igual a 2'5 la intervención del Estado Miembro, excepción hecha de ciertos niveles en los que esta proporción podrá ser más flexible. En cuanto a la concesión de la Participación Comunitaria que por otra parte será pagada directamente al beneficiario y no a través de un sistema de reembolso a los Estados Miembros como se hace en general en el cuadro de la política de estructuras agrícolas. Una suma de 610 millones de unidades de cuenta ha sido prevista para los 5 primeros años. Esta suma es bastante importante sino en términos absolutos si en relación con las disposiciones financieras de la sección orientación del F.E.O.G.A. Ello muestra la importancia que la Comunidad otorga a esta acción en el ámbito de la comercialización y de la transformación. Esta

suma representa más o menos un 35% de la dotación actual - de la sección orientación del F.E.O.G.A. que es de 350 millones de unidades de cuenta. Es, según unos cálculos aproximados efectuados en la época de la proposición hecha por la Comisión, es decir en el año 1975, susceptible de abarcar más o menos el 10% de las inversiones del sector. Finalmente estudiaremos el estado de aplicación de esta acción comunitaria siendo su primer año de vigencia 1978.

En el curso de este año, 900 proyectos fueron - presentados a la Comisión para un concurso de 300 millones de unidades de cuenta. La Comisión en dos ocasiones, en junio y agosto, concedió un concurso de 47 millones de unidades de cuenta a 287 proyectos. Estos han podido beneficiarse además de los programas de la contribución financiera - de la Comunidad solamente porque nos encontramos en el período de transición, que debe permitir asegurar el establecimiento de los programas por parte de los Estados miembros. Al mismo tiempo han llegado a Bruselas más de una - veintena de programas que provienen de 4 Estados Miembros, U.R.S.S., Irlanda, Dinamarca y Alemania. A partir del año próximo se concederá prioridad a los proyectos que se inserten dentro del marco de los programas aprobados. A partir del año siguiente habrá una reducción de la contribución financiera de la Comunidad a los proyectos que no se insertan en los programas. A partir de 1981 no habrá financiación para los proyectos que no se insertan en esos programas.

3ª parte de la ponencia: Otras acciones previstas por la Política Agrícola Comunitaria y sobre todo por el plan Mansholt que sigue siendo fundamental en el ámbito

de las estructuras agrícolas, que todavía no han sido aplicadas pero a las que continuaremos prestando mucha atención. Se trata en particular de la promoción de contratos a largo plazo entre agricultores e industria transformadora o el comercio y la creación de estructuras interprofesionales destinadas a asegurar en el marco de una estructura única la integración de los intereses de la agricultura y de las categorías económicas que se sitúan en destino del producto agrícola. Estas iniciativas no han podido encontrar aplicación general pues se han encontrado con dificultades. Una dificultad común a ambas iniciativas es la necesidad de basar la economía contractual como la "interprofesión" en una posición relativamente fuerte de los agricultores que les permita presentarse como socios válidos de las otras categorías profesionales y evitar que sus intereses esten en segundo plano. Además de esta dificultad general ha habido dificultades específicas en cada iniciativa citada.

En el ámbito de los contratos ha sido difícil determinar las cláusulas de forma general, y sobre todo las cláusulas relativas a precios que sean capaces de garantizar a los agricultores un precio superior o al menos un precio más justo del resultante de la evolución normal del mercado.

Se ha podido llevar a cabo una política contractual, sectorialmente sobre todo en los sectores de agrrios destinados a la transformación, en los sectores del tomate de la remolacha es decir en donde al menos en lo que se refiere a la cuestión de precios no hay grandes problemas ya que existe un precio mínimo que constituye tal vez la

contrapartida de la ayuda a la conclusión del contrato. La idea de fomentar los contratos está presente en el Reglamento sobre la comercialización y transformación de los productos agrícolas ya que los contratos a largo plazo entre la industria transformadora, los comerciantes y los agricultores se consideran en el marco de este Reglamento como prueba fehaciente del interés por la agricultura, de ciertas inversiones.

Estas son las dificultades existentes en el ámbito de contratos y otras no menos importantes han sido halladas en cada intento comunitario de plasmar la idea "interprofesional". Estas dificultades están ligadas a una serie de problemas de los que sólo citaré los principales: - la necesidad de basar llegado el caso, la "interprofesión" europea, o bien en "interprofesiones" ya existentes a nivel nacional, o bien en organizaciones profesionales muy representativas en los distintos Estados. Ahora bien, las organizaciones "interprofesionales" no existen en todos los Países Miembros de la Comunidad y las organizaciones profesionales no son siempre representativas a nivel general.

Otras dificultades existen en el marco institucional donde la Comunidad opera, marco que hace difícil de legar en otros órganos diferentes de los comunitarios las tareas de gestión del mercado.

Sin embargo, esas dificultades no han desanimado a la Comisión que en la primavera del 77 presentó una Proposición al Consejo sobre la creación de un organismo "interprofesional" en el sector del vino, Proposición que no fue aceptada por el Consejo.

La Comisión, además, continúa estudiando el problema "interprofesional" en el marco del sector avícola, sector caracterizado por una inestabilidad creciente del mercado y por inversiones nacionales destinadas a hacer frente a ella.

Creo haber descrito en grandes líneas la política de la Comisión en materia de estructuras de mercado.

Muchas gracias.

COLOQUIO

Moderador: Luis Font de Mora

Presidente de UTECO

Quisiera agradecer a la señorita Marengo estas palabras, que creo que a todos nos interesan enormemente, tanto por lo que significa el Mercado Común por nuestra realidad actual y por esa posibilidad de integración futura.

Voy a resumir muy brevemente y desde luego creo que va a haber muchas preguntas porque el tema es muy importante e interesante para ciertas regiones españolas.

La señorita Marengo ha hablado de una estructura agrícola dando cifras en Europa y nos ha recordado la diversidad o la disparidad regional. Y en este sentido recordamos que a nivel del Estado español somos también como una pequeña Comunidad Económica Europea tan diversa, tan distinta con grandes contrastes también regionales a nivel de España.

En su primera parte, hablando de las agrupaciones de productores nos ha refrescado un poco la política del Gobierno español en relación con el tema, una política que no voy ahora a juzgar demasiado pero para mí, fracasada en lo que se refiere a agrupación de productores agrarios que es un intento parecido al europeo, incluso en cifras relativas a subvenciones en el primero, segundo y tercer año, ayudas, y realmente en su disertación nos ha estado aludiendo constantemente yo creo, o interpreto,

a un tema muy importante para nuestra producción hortofrutícola: la idea de servicio, constante en toda la actitud de la Comunidad Económica Europea respecto a Reglamentaciones, contratos, prioridad de servicio, que algunas empresas españolas están ya acogiendo y que también contrasta con esta idea de especulación, nuestra idea tradicional de especulación de nuestros productos agrícolas.

También nos viene a recordar que el marco de la Comunidad es de economía liberal. Por lo tanto las ayudas son indiscriminadas, ayudas para cooperativas de cualquier forma jurídica. Soy cooperativista, pero en este caso -- apruebo perfectamente que las ideas deben ser perfectamente indiscriminadas, estamos en una economía liberal y -- ello es muy importante.

Ha hablado de la experiencia relativa a la actuación en favor de toda mejora relativa a la transformación y comercialización de productos agrícolas, y nos ha indicado las características de flexibilidad para constituir programas indicativos y muy especialmente esa responsabilidad de los Países Miembros o incluso de las Regiones en presentar programas y en financiar aproximadamente un 50% de lo financiado por la Comunidad Económica Europea.

Es importante la cifra que nos ha dado relativa a lo que suponen estos programas de transformación y a estos intentos de coordinación de los agricultores, de fijación de contratos de permanencia en los mercados, de las relaciones estables, y en su tercera parte ha hablado de este fomento de contratos a largo plazo, creando una estructura interprofesional que también iría ligada a la -

idea de servicio, a la idea de permanencia, al huir de todo lo que sea especulativo. Creo que en el diálogo se van a pedir matizaciones y yo lo iniciaría respecto a la primera parte con algo que aquí nos preocupa muchas veces y que no conozco lo suficiente. Siempre podemos tener ideas del Mercado Común, pero no tan a fondo como la señorita - Marengo.

En el Mercado Común no se trata de trasladar - los problemas de producción a la comercialización. En España, insisto, existen problemas productivos más acusados que en la Comunidad Económica Europea donde también los - hay de estructura de producción, problemas de ordenación de cultivos, etc. Y en España somos muy dados a trasladar los problemas productivos al comercio que también tiene - por supuesto sus propias dificultades de posible solución.

Se abre el coloquio.

P.- Yo quisiera que la señorita Marengo nos dijera hasta qué punto el Mercado Común será o no un problema.

R.- Digamos que en este sentido no es un problema, sino varios.

Está claro que los problemas que se plantean a nivel de la producción repercuten a nivel de la comercialización. Y por otra parte, se da lo inverso. Evidentemente, en el circuito, cualquier fallo termina por abarcar - el conjunto. La intención no es trasladar los problemas - de la producción a nivel de la comercialización sino de -

intentar resolverlos, de intentar contribuir por medio de la comercialización a la solución de los problemas que se planteen a nivel de la producción. Usted ha citado los - problemas en España como situación grave a nivel de producción, por mi parte he cogido el ejemplo de Italia como situación grave tanto a nivel de producción como a nivel de comercialización pero en la óptica de que el intento - de resolver el problema de la comercialización pueda tener una solución favorable a nivel de la producción.

En lo que se refiere más específicamente a este aspecto de agrupación de productores, al menos lógicamente, se debería instituir un medio para hacer frente al - problema de las deficiencias de la estructura de la producción. Cuando más seccionada está ésta, tanto más necesario será reagrupar la oferta de productos agrícolas.

P.- Me ha llamado la atención, el minifundismo agrícola existente en Italia. ¿Tiene la C.E.E. datos comparativos con relación a España y a otros países europeos?, me explico. ¿Existen datos comparativos de la agricultura española en relación con otros mercados europeos?.

R.- Está claro que la comercialización es un - elemento fundamental de las organizaciones del mercado de frutas y hortalizas. En ese sector, el comercio intracomunitario y el comercio con países terceros se rigen por - ciertas disposiciones relativas a las marcas de comercialización seguidas en función de la calidad, del calibre - de la presentación del producto, etc.

P.- Una pregunta que no se exactamente si se di

rige a la señora Marengo o si se dirige al representante - del Ministerio de Relaciones con las Comunidades Europeas. Creo que hay una diferencia entre el aspecto industrial y el agrícola en el sentido de que, según hemos dicho esta - mañana, el aspecto agrícola cubre el industrial en cuanto al derecho europeo que organiza el liberalismo, de modo - que me da la sensación que en el aspecto agrícola en vez - de liberalizar organizan el dirigismo, no lo se muy bien. Pensando en una eventual adhesión de España a las Comunida - des Europeas, creo que en este cambio de estructura agríco - la del que nos hablaba la señora Marengo, la importancia - de una participación española puede ser grande en dos sen - tidos: en primer lugar porque va a permitir que España se - pa qué estructuras agrícolas va a encontrar dentro de la - evolución; y en segundo lugar porque la propia Comunidad - va adaptando sus estructuras agrícolas. ¿Existe alguna po - sibilidad de que dentro de este programa de reforma de es - tructuras agrícolas esté presente España?.

R.- No tengo informaciones muy precisas sobre la agricultura española, supongo que la mitad de las explota - ciones tiene menos de cinco hectáreas, que es una dimen - sión muy pequeña pero no tengo ninguna información sobre - su organización.

# jornadas de estudio

## MESA REDONDA Y CONCLUSIONES DE LA JORNADA

Moderador: Carlos Fernández Lega

Vocal Asesor del Ministro para las -  
Relaciones con las Comunidades Euro-  
peas

Vamos a delimitar de alguna manera la mecánica del funcionamiento de esta mesa redonda.

Pienso que más que conclusiones deberíamos hacer una refundición del planteamiento de los problemas, puesto que, creo que no es el momento de llegar a conclusiones sino de plantearnos los problemas que nos han sido expuestos por los miembros de la Comisión de las Comunidades Europeas. A partir de los conocimientos que hemos adquirido sobre la realidad comunitaria, se tratará de que nosotros analicemos nuestras propias soluciones en España de cara a las posibles repercusiones que nuestra adhesión va a suponer. Es decir, tenemos que hacer una reflexión, y estas Jornadas no son más que el comienzo de ese análisis en profundidad de todas las posibles repercusiones.

Creo que sintetizar las ponencias que han sido expuestas esta mañana sería un error porque siempre la síntesis puede dejar fuera aspectos importantes, y por otra parte la concreción y la claridad con que han sido expuestas hace inútil esta síntesis.

Por otra parte, los moderadores aquí presentes han realizado ya un esfuerzo de síntesis. Yo creo que se trataría de hacer un encuadramiento general de los problemas.

mas que se han planteado a lo largo de toda la Jornada para que efectivamente nosotros podamos hacer un debate más fructífero con una visión más generalizada.

En cada una de las ponencias se ha tratado un tema específico, quizás ahora sea el momento de globalizar de alguna manera los aspectos que se han tocado hoy con el fin de poder comparar nuestra situación y la comunitaria, y analizar, prever y evaluar las medidas que serán necesarias para nuestra adaptación en el momento del ingreso en la Comunidad y los posibles efectos e implicaciones que ello pueda tener..

El señor Besnard nos ha hecho básicamente una exposición, en primer lugar, de cómo está la estructura del sector comercial en la Comunidad indicándonos su importancia económica, su participación en el Producto Interior Bruto, el nivel que representa en la población activa; también nos ha explicado la variación sensible que se ha observado en cuanto a la estructura del propio sector comercial y las futuras orientaciones, que será necesario tener en cuenta en la ampliación del Mercado Común.

Hemos visto que, tanto en el sector mayorista como en el sector minorista, hay una serie de nuevas tendencias que van desde la especialización a la tecnificación en la gestión, pasando por un mayor conocimiento de determinados procedimientos de comercialización o de venta. Esto, evidentemente, nos tiene que hacer reflexionar sobre nuestra propia situación referente a la estructura de nuestro comercio para ver en qué medida estamos o estaremos, y si somos capaces de competir con unas estructu--

ras comerciales ya existentes en la Comunidad que tienen una cierta tradición y que están de alguna manera enfocadas hacia las nuevas orientaciones.

Una vez visto este primer punto relativo a la situación estructural del sector comercio, en la Comunidad nosotros deberíamos analizar nuestra situación comercial. Ha habido dos ponencias que han explicado de alguna manera el marco al que se dirige la regulación comunitaria, la práctica comercial y económica tanto en las empresas de producción como de distribución.

Hemos analizado, por una parte, con la clara exposición del señor Schmitt, las Reglas básicas de Competencia que orientan las relaciones entre empresas; es decir, la explicación de los artículos 85 y 86. Se ha suscitado de alguna manera el tema de la participación de las empresas públicas y la Reglamentación derivada de la aplicación de los Tratados. De alguna manera, más que un Derecho de Competencia podíamos decir que es una Política de Competencia, en la medida en que se define un marco genérico, como se decía antes, que pretende, de alguna manera, liberalizar y reglamentar el liberalismo. Este proceso lo defino yo como una política más que como un derecho, en tanto en cuanto ese cuadro general de referencia está constituido por normas difusas de aplicación constante a los casos especiales y que, de alguna manera, sirven para controlar la marcha de las relaciones económicas en el ámbito comunitario.

Por ello, la Comisión tiene un poder de vigilancia sobre la inclusión de estas normas comunitarias,

siempre sometidas a un control por parte del Tribunal de Justicia, produciéndose así una cierta relación o diálogo entre las necesidades que, por una parte, supone la ampliación de mercado con la ventaja o difusión que eso tiene para la competencia y, por otra parte, la restricción de prácticas que puedan anular precisamente esa comperencia tanto en cuanto interfiera el comercio de los Estados Miembros.

El señor Devine nos ha hecho una descripción - tanto de medidas como de la supresión de obstáculos a la libre circulación de mercancías, servicios, etc. como de la creación de una política o de unos mecanismos de impulsión o de control de este tipo de competencia. Existen - además un tipo de medidas relativas a las diferencias de las Legislaciones nacionales pueden suponer, de hecho, - unas dificultades reales a esta libertad de circulación. Por ello es necesario la armonización de una serie de medas de coordinación legislativa basadas en el artículo 100, se tomen por parte de la Comunidad.

Nos ha explicado, el señor Devine la diferen--cia de criterio que se ha producido, contándonos la rueda de prensa y las aclaraciones del señor Jenkins, en - las que ha habido básicamente una inversión de la orientación de la política de organización. Quizás, en un primer momento, existía en la Comunidad una tendencia globalizadora de la armonización difundiéndose hacia una uniformidad de derechos por sectores, mientras que ahora, - parece que se va a los mínimos imprescindibles para que precisamente no se produzcan esas dificultades a la li--bre circulación de productos, servicios, etc. Esta nece-

saría armonización legislativa, por supuesto, tendrá también una incidencia con relación a nuestra propia legislación, en tanto en cuanto exista una capacidad de legislación autónoma nacional, pero habrá cierto tipo de actividades o de campos legislativos en los cuales se tendrá que armonizar nuestra legislación con la comunitaria, para que la ampliación de esa zona económica pueda producirse en el momento del ingreso de España. Por otra parte, - la señorita Marengo nos ha explicado muy clara y brillantemente alguna situación específica que quizás nos afecte, dado nuestro tipo de estructura productiva; a saber, la relación concreta de algunas de estas normas, ya positivas, de cara a la comercialización, las del sector agrícola que han suscitado un debate realmente vivo.

Creo que a través de estos cuatro puntos, que - constituyen el marco genérico de las relaciones comerciales, los ponentes nos han delineado claramente cuales son los logros y realizaciones de la vida comunitaria. Ahora nos toca a nosotros de alguna manera reflexionar sobre lo que la comunidad hace y compararlo con nuestra realidad - para prepararnos así a nuestro ingreso, y conseguir que - de esta manera los beneficios que todos esperamos. Sugiero que ahora podemos debatir estas cuestiones, en presencia de los Ponentes, quienes podrán explicitarnos cualquier duda que tengamos sobre la Reglamentación Comunitaria. Queda abierto el debate.

P.- Más que una pregunta, yo quiero hacer una reflexión en voz alta. Por lo que respecta a la ponencia primera del señor Besnard, han quedado claras con respecto a nuestra realidad cinco acciones, que deberíamos de

imponernos para llegar en lo que se refiere a las estructuras a un "aterrizaje" suave en la Comunidad.

Estos cinco aspectos, eminentemente prácticos, son los siguientes: 1) Debemos de imponer la necesidad de estudiar, mucho más a fondo, el comportamiento del consumidor español. Todas aquellas empresas que quieran ir - al Mercado Común han de analizar al consumidor comunitario.

2) Debemos de adaptar y adoptar el plan de estadística y de información comunitario a nuestra realidad y empezar a implantarse en nuestro país lo más pronto posible, al objeto de que en ese período de tiempo, que hablaba el Ministro esta mañana, podamos hacer rodar la estadística y la información y adecuarla a la realidad para que cuando seamos Miembros de pleno derecho podamos ofrecer una información estadística correcta como los demás - países.

3) Debemos de forzar, dado que así lo está haciendo la Comunidad, la mejora de las estructuras mayoristas implantando algunas que hoy no existen y por supuesto mejorando las actualmente existentes, en esta línea permanente de mejor servicio. A nivel detallista, acelerar la transformación del minifundio y anárquico y atomizado el detallista se debe dar cuenta de que tiene que ir a una - reestructuración de su propia función comercial lo antes posible, y a lo largo de este período de los próximos cinco o seis años que pudieramos tener antes del eventual ingreso de nuestro país.

4) Debemos de intensificar la hoy prácticamente inexistente formación profesional, no mediante conferencias, cursillos, sino mediante la formación de especialistas; es decir, debemos dejar un poco de lado esta política de formación informativa para pasar a la formación especializada. Y en esto la Universidad tiene un cometido importante a realizar.

5) La quinta conclusión práctica con referencia al área comunitaria, es la adopción por parte de nuestro mercado de las formas de comercio comunitarias, el ir a esas estructuras que hoy en día decimos que las tenemos, pero realmente no las tenemos, ni por definición, ni por infraestructura, ni por composición, ni por formación de los especialistas, etc.

6) Y por último, debemos pensar que, si la Comunidad, que evidentemente ya ha hecho su reforma de las estructuras comerciales, no prevee en el futuro la creación de puestos de trabajo en el sector comercio, nosotros, que todavía no hemos hecho esta reestructuración y que estamos de acuerdo con la excesiva atomización del sector, es decir que sobra personal, si hacemos una reestructuración como Dios manda, automáticamente nos encontraríamos con que la mayor productividad y la adopción de los métodos de las estructuras modernas, tampoco podemos darle al país la seguridad de que el sector comercio podrá crear nuevos puestos de trabajo. Ello plantea la necesidad de una reconversión de comerciantes que hoy están en situaciones inadecuadas, manteniéndolos en la misma actividad comercial, pero permitiéndoles un mayor nivel de vida y un mayor nivel de renta. Estas son apreciaciones concre-

tas con respecto a lo que es nuestra realidad y lo que es la realidad comunitaria.

Si se quiere añadir alguna cosa más, adelante.

P.- En relación con lo expuesto por el Sr. Santolalla, quiero referirme a la comercialización de productos agrícolas en el mercado interior para ponernos a tono con el Mercado Común; lo que tenemos que hacer es cumplir lo que ya está legislado, que, actualmente, se incumple. Es decir, que hay una normalización de gran parte de productos agrícolas por supuesto con esa categoría tercera - de la que se ha hablado en la cuarta ponencia; esa categoría tercera del Mercado Común que también está y que se incumple totalmente y podemos verlo en estos momentos en los mercados de frutas y hortalizas, como hay productos - que no encajan, ni muy de lejos, en esa categoría tercera y tenemos nuestro principal mercado en el interior, incluso para esos productos de exportación.

Creo que hay que ir a una profesionalidad del - sector porque actualmente en la comercialización de productos agrícolas priva todavía el oportunismo, el especulador que abre la tienda en un momento determinado, es decir que está totalmente ajeno, y esto es muy importante - para que todos ustedes conozcan el tema, y estarán de -- acuerdo en que son perturbadores para el auténtico profesional, para esa idea que hemos dicho antes de servicio - que está privando cada vez más en el Mercado Común. Y en esta línea ha actuado también el Ministerio de Comercio; este es un tema muy delicado, puesto que creemos que apli- cado a veces de una forma excesivamente rígida tiende en

todo caso al monopolismo. Yo no estoy totalmente de acuerdo con la política del Ministerio de Comercio, pero es una cuestión importante ir a la profesionalización de los comerciantes, del comercio, de las empresas, pero procurando no caer entonces en el extremo de una monopolización o de cumpliendo ciertas normas de profesionalidad o de teórica, profesionalización; a lo mejor o a lo peor, una eliminación de profesionales modestos que también cumplen su cometido aunque tengan unos volúmenes de comercio pequeños.

P.- Yo querría, únicamente, añadir algo a lo que han indicado los dos oradores precedentes. Efectivamente, creo que una conclusión que se puede sacar de las reuniones de hoy y más especialmente de las relacionadas con el derecho de la competencia, es la necesidad de hacer que el comerciante español sea consciente de lo que la entrada en el Mercado Común representa.

El Mercado Común, hasta ahora, es una especie de objetivo mítico que se persigue como ideal, pero que muy pocos se dan cuenta de lo que realmente representa. Y el no darse cuenta, el no tener especialistas formados que le puedan indicar al comerciante lo que implica la entrada en el Mercado Común, puede tener muchas consecuencias y muy graves existentes ya, y de gran importancia dentro de poco.

Dentro de los ejemplos que se pueden dar en este sentido, yo mencionaría el de la salida al exterior del comerciante español. Yo veo llegar, efectivamente, a mi despacho comerciantes que están firmando convenios de re-

presentación, convenios concediendo la agencia y la exclusiva de sus productos en Europa, haciendo un esfuerzo -- enorme para sacar los productos españoles hacia el Mercado Común, y que muchas veces, por simple negligencia, por no tener en cuenta las prescripciones comunitarias, están creando "revés de venta", pudiéndose venir abajo sin dificultad. Cuando una persona de la competencia se dirija al señor Paul Schmitt, este puede poner de manifiesto la -- existencia de una serie de acuerdos prohibidos que caen -- bajo la prohibición del Tratado de Roma y que por tanto -- son nulos de pleno derecho y que se exponen a ser sancionados, por la Comisión.

Esto es grave porque en el fondo, todo el es--- fuerzo exportador español actual, que es muy importante, puede sufrir efectivamente las consecuencias por falta de orientación en este sentido.

Pero creo que también la inversa es cierta. Europa tiene gran importancia en España. Las firmas españolas están cada vez más en contacto con firmas europeas y los comerciantes españoles que tienen la representación -- de productos europeos son numerosísimos.

Mi experiencia profesional, esta vez no de Pa--- rís sino de Madrid, me permite indicar que en muchos contratos de representación hay una protección absoluta del territorio español. Entonces, nos encontramos con comer--- ciantes españoles que están montando una infraestructura para vender en España productos del Mercado Común con una total protección territorial. Porque dicen "tengo España para mí y por lo tanto, sobre todo si entramos en el Mer-

cado Común, me voy a hinchar a vender estos productos por que desaparecerán los derechos de aduana y yo voy a ser - la persona que aquí va a poder hacerlo".

Esta protección territorial absoluta va en contra de las disposiciones del Mercado Común, pudiendo hacer que el contrato sea nulo y puede, además, tener como consecuencia que, aunque el contrato no sea nulo, la cláusula en si lo sea y por lo tanto este comerciante, después de haber preparado su infraestructura dentro de tres o cuatro años, que pasan enseguida, se va a encontrar con que pueden existir importaciones paralelas que le van a llegar y sobre las que no va a cobrar la comisión o al margen que está actualmente convenido.

Creo que esto es un problema muy serio, que se plantea a tres o cuatro años vista, plazo muy corto y por lo tanto, sería muy importante la formación de especialistas, el avisar a los interesados de que va el tema para que cuando vayan firmando convenios de esta naturaleza sepan hasta qué punto, dentro de tres o cuatro años, estos convenios serán válidos y hasta que punto serán nulos. Me parece que una gran cantidad de energías que se están desarrollando hoy, precisamente con vistas ya a la apertura del Mercado Común, podrían ser mejor utilizadas si reuniones como las de hoy de información, permitieran hacer ver hasta qué punto el Mercado Común tiene exigencias que no son puramente de apertura de mercados, sino también jurídicas específicas, puesto que el cuerpo de Derecho del Mercado Común, me parece que es un cuerpo de derecho muy interesante, pero al mismo tiempo, complejo y con sus condicionamientos particulares.

P.- Yo quería abundar en la opinión de Juan Antonio Cremades y me siento optimista al pensar, aunque parece paradójico, que todavía nos quedan una serie de -- años para entrar en el Mercado Común.

Pienso que sería auténticamente desastroso que en la situación actual española pudieramos entrar, fundamentalmente, por la falta de información casi absoluta - que tenemos sobre lo que ello implica.

Creo que para muchas personas, no a un nivel mediamente de comerciante interesado en la exportación, pero sí a nivel popular, el Mercado Común es poco menos que la facilidad para traerse un Mercedes de Alemania.

El Mercado Común es muchísimo más que eso, es - una serie de ventajas pero también es una serie de inconvenientes y es desde luego, en todo caso, una situación - distinta a la que ahora tenemos.

Si pretendemos entrar en la Comunidad con la - mentalidad de que con eso hemos conseguido todo, desde - luego vamos al desastre.

Si conseguimos entrar en el Mercado Común pensemos que vamos a tener que reestructurar nuestra economía en todos sus sectores, comercio, industria, agricultura, servicios, cualquier otro. Y pensemos que teniendo el - tiempo del que disfrutamos, podemos irnos preparando para que nuestra entrada sea no traumática sino simplemente un acto protocolario de una firma sin que ello tenga mayores

consecuencias. Podemos entrar de una forma más correcta, de una forma mucho más suave y desde luego mucho más interesante para un país cuya economía interna no está ni siquiera preparada para sostenerse por si misma. Es decir, pienso que muchas de las reestructuraciones de las que hablamos cuando pensamos en el Mercado Común serían necesarias aún sin Mercado Común.

El hecho de que el comercio esté atomizado, de que existan tiendas de 13 m<sup>2</sup>, de que no haya ni un mínimo sistema para agilizar las compras por los proveedores, etc., etc., no es un problema de incorporación a un Mercado Común, es un problema actual de España. Y ese problema, no es necesario el estar envuelto en unas negociaciones con las Comunidades, para afrontarlo desde ahora. Y si lo agrontáramos desde ahora, cuando lo tengamos que resolver con las Comunidades ya estará, por lo menos en estado de que se pueda encontrar una solución.

P.- Yo quería hacer una pequeña precisión en cuanto al plazo de tiempo que media hasta la adhesión, etc., etc. Como Vds. saben, presumiblemente, en un período relativamente breve, es decir en el primer trimestre del año que viene, se comenzarán formalmente las negociaciones de España con la Comunidad Económica Europea.

La negociación, dado el precedente de la anterior ampliación de la Comunidad, puede suponer un plazo de tiempo entre un año y medio a dos años. Posteriormente existe un periodo en el cual, tanto los Parlamentos de los Países Miembros de la Comunidad como el propio Parlamento Español, deberán ratificar el Acta de adhesión que se haya firmado.

A partir de ese momento, empieza a tener efecto el Acta de Adhesión. El Acta de Adhesión en definitiva es el resultado obtenido de la negociación; no es más que la explicitación de una serie de calendarios o de mecanismos de adaptación de nuestro sistema jurídico-económico al sistema jurídico-económico de la Comunidad, partiendo de la base de que España o cualquier país candidato debe aceptar tanto los Tratados de Roma, es decir la reglamentación existente de los Tratados, como todo el derecho derivado que se haya producido por la existencia y la vida que la propia Comunidad haya tenido. En consecuencia a este plazo de tiempo que supone la firma del Acta de Adhesión, hay que adicionar los calendarios previstos para los diferentes sectores o los mecanismos que se hayan previsto de adaptación lo cual, nos amplía el margen.

Esta ampliación del margen que puede y debe ser beneficiosa en tanto en cuanto lleve consigo una reflexión sobre los mecanismos que, ya internamente, deberemos utilizar para adaptarnos a una situación que ofrece muchas expectativas y muchas ventajas, dentro de su propio marco de regulación, a través del Derecho de Competencia o del sistema de armonización de legislación. No cabe duda de que hay también inconvenientes en tanto en cuanto situaciones de competitividad, mejoras de tecnología, errores de distribución que pueden afectar muy directamente a cualquiera de nuestros sectores y más concretamente, al sector del comercio del que hoy estamos hablando.

En consecuencia, es importante que el sector -

del comercio reflexione, partiendo de un conocimiento de los datos de la realidad comunitaria que han sido explicados por los ponentes hoy, se plantee en qué forma debe irse generando esa dinámica de adaptación para que el "aterrizaje sea suave" y pueda obtener el óptimo de beneficios de nuestra adhesión al Mercado Común.

P.- A mi se me plantea una duda respecto a la libre circulación de personas, capitales, etc. Si comparamos la distribución existente entre dos países comunitarios, como Alemania e Italia, vemos que las diferencias son bastante grandes. Ante esta situación yo me pregunto: ¿hay alguna dificultad para que el capital, las personas y la técnica alemana se introduzcan en Italia para hacer una distribución más moderna?. ¿Hay alguna Ley interior dentro de Italia que prohíba o dificulte la introducción de dichos factores?.

R.- Bueno, no sé si quizás son los comunitarios quienes debieran responder. Voy a intentar dar una respuesta, si ellos no están de acuerdo con la misma que me corrijan.

El principio básico del Mercado Común supone la abolición de cualquier tipo de barreras de cualquier estilo y ahí aparece incluso la armonización de las legislaciones de orden técnico, cuantitativo, tarifario, arancelario, etc., para la libre circulación de personas, servicios, mercancías o capitales.

Es cierto, que dentro de estas cuatro libertades hay unas que están más desarrolladas que otras. En

principio, pudiera decirse que la libertad de circulación de mercancías es total, salvo dificultades que pueden -- plantearse en determinados momentos de orden técnico; así existen cláusulas de salvaguardia que un Estado puede solicitar para determinado sector.

La libertad de circulación de personas, en principio, está también garantizada. El problema de la libertad de establecimiento o libertad de circulación de personas, en lo que se refiere a profesiones liberales, no está completamente desarrollada, hay sectores que sí. Hay un problema de armonización de diplomas; por ejemplo en el ejercicio de la medicina, tendrán que cambiar las condiciones que se exigen para la práctica de la medicina a nivel nacional para conseguir una cierta armonización de los estudios, de forma que cualquier médico pudiera ejercer en cualquiera de los Países Miembros.

El tema de los capitales no está totalmente liberalizado porque hay problemas de índole monetario que son importantes en virtud de la nueva orientación del sistema monetario europeo, quizás se puedan solucionar.

Sin embargo, hay una liberalización para las inversiones directas, para las transferencias de pagos, etc. etc. En consecuencia, en principio no hay obstáculos a la libre circulación de la tecnología, de la implantación y de la explotación, por ejemplo, en un país miembro, de una planta fabril alemana. El hecho de que existan Derechos nacionales implica que estos se aplican a los otros ciudadanos de países comunitarios que vayan a otro Estado Miembro sin ninguna discriminación. Es decir, no puede --

existir en virtud del principio de la condición de extranjero, discriminaciones para el ejercicio o la implantación, por ejemplo, de plantas industriales.

Las condiciones que pudieran, eventualmente, exigirse a los nacionales de un país (por ejemplo: la creación de tal número de puestos de trabajo o de tal inversión en cantidad, en fin una serie de condiciones de orden técnico) serán las mismas para los extranjeros. Es decir no tiene que haber ninguna discriminación por razón de nacionalidad.

Suponiendo que se ampliara más el desarrollo de la libertad de circulación de capitales, aunque para el caso que nos atañe en este momento de implantación, está conseguido, no existe ninguna dificultad. Yo no sé si los miembros de la Comisión quieren hacer alguna precisión al respecto.

Muchas gracias, Sr. Presidente, creo que ha explicado Vd. muy bien la situación. En efecto, la libre circulación de mercancías es casi absoluta, y lo mismo ocurre en relación con las personas. No es posible la discriminación basada en la nacionalidad. En lo que se refiere a las inversiones de capital es también una cuestión de derecho de establecimiento. No tengo realmente que añadir nada a lo que Vd. ha explicado.

Yo quisiera añadir algo a lo dicho por los Sres. Cremades y Devine. Estoy un poco sorprendido de que se haga alusión sistemáticamente a un comercio comunitario, más que a otro, sobre todo al alemán que desde luego tie-

ne mucho mérito, pero que no constituye la ecuación matemática que da la solución a todos los países. Pienso que toda la vida económica de un país, y el comercio en especial, depende de su nivel y de su "modus vivendi". Para Italia el Sr. Ferrareto les explicará mañana cuales son los problemas. También puedo resumirlos en dos puntos. - 1º. Las condiciones geográficas de Italia, su forma, el predominio de zonas montañosas, la atomización del comercio, etc. 2º. El hecho de que esta zona es Sur y no Norte y que en mi opinión no habrá nunca una identidad total entre el comercio italiano y el alemán. Además la Ley 426, de la que sin duda el Sr. Ferrareto les hablará y que tiene dificultades para definirse, no ha favorecido el desarrollo de las grandes superficies. Esto es evidente, en cierta forma me congratulo de ello y a mi vez, quisiera hacer una pregunta. ¿Qué pasaría si todas las mujeres se pareciesen?. Creo que la vida sería bastante monótona, y pienso que se ha de dejar que en Europa siga existiendo esta diversificación y ese aspecto sui géneris de cada una de nuestras regiones.

Muchas gracias Sr. Besnard creo que la precisión que ha hecho me parece importante porque efectivamente si bien es cierto que la estructura del comercio, es decir la implicación que para el comercio puede suponer la adhesión de España al Mercado Común, requiere ciertas adaptaciones no por ello es necesario un mecanismo, un paradigma, que pudiera ser universalmente válido. Es cierto que existen especificidades en cuanto a nuestros propios patrones de consumo, mecanismos de distribución, etc. que deberan ser tomados en consideración aún siendo miembros de la Comunidad Económica Europea, pero siempre teniendo

presente esa necesidad de tecnificación, de racionalización y de utilización de la distribución. Muchas gracias.

Si les parece yo añadiría una experiencia que va en este mismo sentido que es la experiencia francesa. Se trata de un convenio en relación con la libertad de establecimiento y de manera especial la libertad de circulación de personal y de establecimiento en el terreno comercial. Es un convenio hispano francés más que centenario, puesto que se firmó ante su Majestad, la Reina de España y su Majestad el Emperador de los franceses en 1862, en virtud del cual los franceses pueden ejercer libremente el comercio en España y los españoles pueden ejercer libremente el comercio en Francia. Lo dice textualmente el convenio así, lo que pasa es que este convenio que está en vigor, es interpretado por las autoridades francesas como un convenio que les obliga a expedir la tarjeta de comerciante extranjero al español que se la solicita, pero el español no puede ejercer el comercio sin la tarjeta de comerciante extranjero en cuestión. Entonces ¿qué es lo que pasa?, que cuando un español solicita la tarjeta de comerciante extranjero se la conceden, pero se la conceden generalmente al cabo de 12 ó 24 meses porque la tarjeta de comerciante extranjero se pasea desde el Ministerio de Asuntos Exteriores al Ministerio de la Gobernación, pasando por el de Comercio y por la Cámara de Comercio, por Industria, por el Prefecto de Policía, y en cada uno de estos organismos tienen la facultad de perder el expediente en cuestión de tal manera que hay que volverlo a presentar y además si no se sigue continuamente, en vez de estar encima de la pila se vuelve a encontrar abajo y en el fondo es un expediente cuya

tramitación puede no acabar nunca. Entonces esta libertad teórica de ejercicio del comercio se podría pensar -- que quizás sucediera lo mismo con la libertad teórica -- del ejercicio para alguien del Mercado Común, y ahí no, es totalmente, radicalmente distinto, el extranjero del Mercado Común, el italiano, el inglés, el alemán que viene a Francia no necesita ni siquiera de esta tarjeta de comerciante extranjero y por lo tanto abre su comercio -- sin necesidad de ningún papel previo que pueda pasarse por diferentes organismos administrativos. Esto creo yo que es significativo, porque en el fondo si el comercio francés tiene sus caracteres específicos no es porque el italiano o el alemán no puedan venir a instalarse en -- Francia, es sencillamente porque el consumidor francés -- tiene sus gustos especiales, tiene sus características -- particulares y que a lo mejor un alemán que venga a vender un producto determinado no lo hará con la habilidad que lo puede hacer alguien que conoce mejor el producto en cuestión.

Por eso, creo yo que la especificidad se conservará a pesar de que pueda efectivamente aplicarse la libre circulación y la libertad de establecimiento de las personas.

Sr. Presidente, no quería tomar la palabra -- puesto que he de desarrollar la ponencia sobre Italia mañana, pero pienso que en este momento he sido un poco -- provocado por la pregunta que ha hecho su amigo español y me siento en condiciones de contestar, en lo que se refiere, por ejemplo, a la financiación de las grandes empresas de distribución en Italia.

El Sr. Besnard tiene toda la razón, en lo que concierne a la ley 426, que ha limitado mucho la implantación de las grandes superficies, pero de todas formas les diré que el capital extranjero está presente en Italia. Les puedo citar en primer lugar, el caso de la cadena de supermercados ubicados en Milán y Florencia (son aproximadamente 90).

Estos supermercados se financian directamente y su capital es de Rockefeller de USA. He de añadir otro punto en lo que atañe a la Standa, (Organización italiana de grandes superficies) una parte de su capital, conseguido a través de la Bolsa italiana, es alemán. Además hubo una tentativa hace 3 años de Carrefour (Francia y Bélgica) de implantarse en Italia, de acuerdo con la Standa y la Rinaceta. Se financió en parte el proyecto de un centro comercial muy cerca de Milán, más por no llegar a un acuerdo, por ambas partes y sobre la cuestión de los horarios de establecimientos y el problema de la mano de obra, hicieron que Carrefour se retirara.

En principio existe siempre la posibilidad de que capitales de otros Países Miembros y de terceros se inviertan en implantaciones comerciales en Italia.

Mañana les explicaré la génesis histórica, social y económica de la ley 426 que regula en Italia toda implantación de grandes superficies y más o menos la de pequeños establecimientos tradicionales.

P.- Un tema que me preocupa es el de la implantación de empresas españolas en Europa. Según se despre-

de de lo que hemos oído hoy, el hecho de crear una empresa española en cualquier país del Mercado Común sería suficiente sin necesidad de crear otras empresas o sociedades anónimas en el resto de los países, bastando tan solo la creación de sucursales o de almacenes de depósito o de algo por el estilo. En la actualidad existen empresas españolas que tienen varias empresas establecidas en Europa: en Inglaterra, Francia, Dinamarca, Alemania, etc.; me pregunto si no será un poco absurdo la creación de todas estas empresas que en definitiva cada una de ellas como sociedad anónima independiente debe de cotizar en cada uno de estos países una serie de impuestos, mientras que tal vez con la creación de una sola en uno de ellos y la creación de sucursales en los demás ahorraría muchos impuestos.

R.- Bueno, yo quería responder a esta pregunta. Afortunadamente se ha planteado ya el tema, no solo de España como país eventualmente receptor de todo el impacto que supone la adhesión, sino también España como país que puede tener una influencia en el área que se nos abre por, precisamente, el ingreso en el Mercado Común. Efectivamente, ahí hay un problema como usted acaba de plantear, es cierto que una empresa radicada en cualquiera de los países miembros de la Comunidad tiene una capacidad de acción, en la totalidad del espacio económico de la Comunidad, en consecuencia en el momento eventual del ingreso de España en la Comunidad no será necesario ni siquiera la implantación en otro país eventualmente de la Comunidad, eso es rigurosamente cierto. Quiero pasar ahora la palabra a D. Antonio Cremades para responder a ese problema digamos técnico.

Bien, yo iría mucho más lejos de la pregunta - que ha sido hecha, porque creo que la pregunta llevada a último término presenta varias inexactitudes. La primera inexactitud, y digo exagerando la pregunta, es el pensar que sea necesario para implantarse en Europa, para tener una implantación, el crear una sociedad en Europa. Existen bastantes casos de empresas españolas que lo que tienen en Europa no es una sociedad filial sino una sucursal de la empresa europea y esa sucursal es un establecimiento permanente dentro del Mercado Común de la empresa española y asimilada en todo a las disposiciones de la legislación del Mercado Común, puesto que ya es un establecimiento sito dentro del Mercado Común.

¿Por qué las empresas constituyen una filial y por qué después van constituyendo, a lo mejor, en algunos casos otras filiales en otro lado?. Porque efectivamente las mentalidades siguen siendo distintas, el francés sigue siendo francés, el español sigue siendo español, y el alemán sigue siendo alemán por mucho que se vayan unificando mentalidades con el Mercado Común. Personalmente considero que lo que lleva hacia el fracaso comercial consiste en querer meterse en un país y querer vender en un país y no adaptarse a la mentalidad de este país. Generalmente la creación de una sucursal facilita al menos la adaptación a la mentalidad local que la implantación por medio de una filial que tiene poderes propios y que tiene unos directivos locales que a lo mejor conocen mucho mejor la realidad concreta a la que ellos tocan.

Que esto tenga incidencias fiscales tampoco es cierto, porque desde el punto de vista fiscal lo que cuenta no es el domicilio social sino los establecimientos permanentes donde se desarrollan las diferentes actividades. Una empresa española que tenga una sucursal en el Mercado Común tributará en el Mercado Común por los beneficios que se puedan imputar a esta sucursal, así lo dicen los convenios firmados entre España y los países del Mercado Común para evitar la doble imposición fiscal; y dentro del Mercado Común sucederá lo mismo, si una empresa tiene establecimientos, aunque sea la misma empresa, en Francia, en Alemania y en Bélgica, se aplicarán los diferentes convenios para evitar la doble tributación y tributarán por los beneficios obtenidos o que deberían ser obtenidos si hubiera circunstancias normales en cada uno de estos países. Por lo tanto, de hecho, no resulta más caro, lo que resulta más caro es que haya establecimientos permanentes, porque al haber establecimientos permanentes afectan los beneficios fiscales a cada uno de esos establecimientos. Tampoco esto es más caro, ya que se reparten los beneficios en cada uno de estos establecimientos, generalmente esto no representa una carga fiscal mayor.

Por lo tanto, creo que lo que es efectivamente importante es darse cuenta que cuando uno quiere penetrar en un mercado lo que tiene que hacer es empaparse de la mentalidad de ese mercado y que la utilización de una sucursal o una filial es a mi entender el mejor medio de empaparse de esa mentalidad y de utilizar otros medios secundarios como puede ser tener un almacén, que se puede tener sin establecimiento permanente, como pueden te-

ner representantes sin establecimiento permanente, como pueden tener una red de ventas que también podría pertenecer a un agente independiente. Creo que todo esto es únicamente técnicas utilizadas precisamente para la implantación real con una mentalización en el mercado local, no se si quizás es una visión un poco idealista pero creo que en la práctica sucede a menudo así.

¿Hay alguna pregunta más?. Bueno pues justo hemos terminado a tiempo, según la hora prevista para cancelar esta reunión, cosa verdaderamente extraña. Yo quisiera agradecer a los ponentes por el esfuerzo que ha supuesto para ellos el desplazarse a Madrid, el contarnos con tanta claridad y precisión los aspectos que se les habían asignado, tanto la estructura comercial, las normas de competencia, el problema de armonización de legislaciones que afecta de una manera muy directa a esa supresión de dificultades a esas libertades de circulación de las que hablábamos y las medidas tomadas dentro del sector agrícola tanto para la promoción de la comercialización como la reagrupación. Así mismo quiero agradecer a los moderadores de cada una de las ponencias que han ejercido con brillantez su capacidad de síntesis, que han planteado muy claramente los problemas y a todos ustedes por su asistencia y el interés con que han seguido estos debates. Hasta mañana, en que ya entraremos en los problemas más técnicos a nivel de cada una de las naciones de los países miembros de la Comunidad. Muchas gracias y buenas tardes.

5ª PONENCIA

LAS ESTRUCTURAS DE DISTRIBUCION EN ALEMANIA Y LA ORGANIZA  
CION INSTITUCIONAL DEL COMERCIO.

Heinrich Gewandt

Vicepresidente de la Confederación de comercio  
de la Comunidad Económica Europea.

En este segundo día de trabajo dentro del Programa de las Jornadas, comenzamos hoy con la quinta ponencia, a cargo del Vicepresidente de la Confederación de Comercio de las Comunidades Económicas Europeas, doctor Heinrich Gewandt que va a hablar sobre las estructuras de distribución en Alemania y la Organización Institucional del comercio, actuará de moderador D. Eduardo García Cerrada, Director - General de U.D.A. (Unión de detallistas de alimentación). Tiene la palabra el doctor Heinrich Gewandt.

El proceso de desarrollo que ha tenido lugar en las estructuras de la distribución alemana debe analizarse más que como una evolución del comercio, como una revolución dentro del mismo.

El nivel de competencia alcanzado se traduce, en la práctica, en una dura lucha entre los diversos sistemas y formas de distribución a nivel de precios y márgenes reducidos. Junto a ello, se produce un elevado grado de concentración en los diferentes circuitos que va acompañado de la desaparición de un gran número de empresas.

Por su parte, el mercado ha sufrido cambios importantes relacionados con las variaciones en el comportamiento de los consumidores. El mayor conocimiento de los productos de consumo, la preferencia del consumidor en cuanto a elección del lugar y frecuencia de compra, etc. son factores que han obligado a que la distribución sea más eficiente y más diversificada.

Entrando ya en las características del sector mayorista, quiero resaltar que los cambios que se han producido en el comercio y la influencia de grupos y grandes empresas de distribución, han alterado de forma sustancial las relaciones de poder entre la industria y el comercio en beneficio de éste último.

La introducción del autoservicio produjo un primer cambio importante en la estructura del sector mayorista. Otros factores a destacar son: el peso adquirido por el comercio especializado y el desarrollo de las vinculaciones tanto a nivel vertical como horizontal.

En términos cuantitativos se observa un continuo descenso del número de empresas mayoristas. Así, mientras en 1.962 existían 129.983 empresas, estas pasan a ser 123.225 en 1.968 y 116.299 en 1.974. Es decir en doce años han desaparecido 13.682 empresas que suponen un 10,5% del total.

Junto a esta reducción, se ha producido un crecimiento en el volumen total de ventas que pasa de 189.721 millones de marcos en 1.962 a 445.241 en 1.974, es decir un 134,7%.

Si bien las cifras anteriores reflejan las tendencias de la evolución del sector en su conjunto, los cambios cualitativos requieren una mayor profundización en el análisis. Así, teniendo en cuenta el volumen de ventas del sector mayorista en función de diferentes estratos, se observa que la desaparición de las pequeñas empresas y la pérdida de su importancia relativa ha sido mucho más acusada de lo que se reflejaba en las cifras globales del sector.

Las empresas con un volumen de ventas inferior a 250.000 marcos suponían en 1.962 el 49,2% del total de empresas y el 3,4% en volumen de ventas, pasando a representar en 1.974 el 24,6% y el 0,9% respectivamente. Para las empresas con un volumen de ventas comprendido entre 250.000 y 1.000.000 de marcos los porcentajes respectivos son 30,4% y 10,7% en 1.962 y 30,0% y 4,3% en 1.974.

Es decir, que entre 1.962 y 1.974 han desaparecido 28.321 pequeñas y medianas empresas, desaparición que ha sido compensada en parte por la introducción de grandes empresas. Este proceso se pone de manifiesto en las siguientes olas: mientras en 1.962 el número de empresas con un volumen de ventas superior a 10 millones de marcos eran 2.325, es decir 1,8% del total, alcanzan en 1.974 un total de 6.368, absorbiendo respectivamente un 1,8% y 5,5% del volumen total de ventas.

Por ramas de actividad se pueden distinguir claramente los llamados centros de gravedad del proceso de selección. Frente a una reducción global del número de empresas del 10,5% entre 1.962 y 1.974 y un incremento del volumen de ventas del 134,7%, el comercio mayorista de

alimentación disminuye en un 22,9% respecto al número de - empresas y su incremento en el volumen de ventas es comparativamente menos que proporcional: 132,8%. Dentro del comercio no alimentario hay que mencionar la rama correspondiente a Farmacia y Cosmética que ha visto reducir el número de empresas en un 14,4% mientras que el volumen de ventas ha crecido en un 195%.

Una causa básica del movimiento regresivo en el desarrollo del comercio mayorista es el progresivo crecimiento de los costes. Aquí los centros de gravedad son: - los costes de personal cuya participación porcentual en el volumen total de ventas creció del 9,5% al 9,9% entre 1973 y 1975, alcanzando el 10% en 1977. Otro factor con fuerte incidencia ha sido los costes del local. En conjunto los gastos totales de explotación han crecido del 18,7% al 19,4% entre 1973 y 1975.

Pasando ya al sector detallista hay que destacar su importancia, ya que el 95% de las ventas al consumidor se realizan a través de minoristas; el resto está constituido por ventas por correo, por catálogo, a domicilio, etc. Las ventas a domicilio presentan ciertas dificultades, pues aunque existan firmas serias, el consumidor no ha adoptado dicha fórmula como uso común. En relación con las ventas por catálogo se observa un progresivo aumento.

Dentro del sector detallista hay que hacer referencia tanto a las tiendas tradicionales como a las nuevas formas de comercio, dentro de estas últimas hay que distinguir: el autoservicio, cuya superficie de venta se sitúa entre 250 y 400 m<sup>2</sup>; el supermercado, desde 400 hasta 1.000 m<sup>2</sup>;

el centro de autoservicio, algo nuevo, desde 1.500 m<sup>2</sup> hasta 3.050 m<sup>2</sup>, y el hipermercado a partir de 5.000 m<sup>2</sup>.

Entre 1.962 y 1.974 desaparecieron cerca de -- 100.000 empresas minoristas, es decir 22%, pasando de -- 445.186 a 345.963. El volumen de ventas del sector ha experimentado por el contrario un crecimiento de 122,6% para el mismo período.

Este proceso ha afectado directamente a la pequeña empresa. Así entre 1.962 y 1.974 desaparecen 138.125 empresas cuyo volumen de ventas es inferior a 100.000 marcos, pasando dicho estrato a representar un 29,4% del número total de empresas detallistas existentes en 1.974 frente a un 53,9% en 1.962; en relación con su participación en el volumen de ventas del sector el proceso ha sido regresivo pasando de 11,4% en 1.962 a un 2,3% para 1.974.

Las empresas con un volumen de ventas comprendido entre 100.000 y 250.000 marcos han registrado asimismo este proceso, desapareciendo 31.426 comercios y perdiendo importancia relativa (30,4% en 1.962 y 30,1% en 1.974) - que se acusa de forma más notable en su participación en el volumen total de ventas del sector que pasa de un 20,0% en 1.962 a un 7,3% en 1.974.

Las empresas con un volumen de ventas superior a 250.000 marcos han experimentado una evolución positiva a lo largo del período analizado. Así aquellas empresas - cuyo volumen de ventas se sitúa entre 250.000 y 1.000.000

marcos que aumentan en número y pasan a representar un 31,7% en 1.974 frente a 13,7% en 1.962 mientras que reducen su participación relativa en el volumen total de ventas (24,1% a 1.962 y 22,5% 1.974).

El proceso de concentración en el sector detallista se desarrolla incluso en mayor grado que en el comercio mayorista. Esta tendencia se manifiesta con gran intensidad en aquellas empresas cuyo volumen de ventas es superior a 100 millones de marcos, de las que en 1.962 existían 33 empresas y 109 en 1.974, apenas un 0,3% en este último año, mientras que en volumen de ventas absorben respectivamente el 14,8% y el 27,8%.

Por ramas de actividad es el sector alimentación quien ve desaparecer mayor número de empresas. Así, entre 1.968 y 1.974 pierde 53.500 empresas y, en consecuencia, su participación relativa en el comercio detallista de ciende tanto en relación al número de empresas (pasando del 42,9% al 34,4%) como respecto al volumen de ventas, 32,3% y 28,3% para dichos años.

El análisis de la evolución del comercio mino rista por formas de comercio muestra que, en los cuatro años comprendidos entre 1.974 y 1.977, las empresas sucur salistas han experimentado un crecimiento del volumen de ventas más que proporcional en relación al resto del sector, con un porcentaje medio del 10%. Igualmente las ventas por correspondencia y las cooperativas de consumo registran crecimientos positivos.

Los grandes almacenes han experimentado un descenso en el volumen de ventas debido a una equivocada política de sentido y precio. En cualquier caso la evolución del volumen de ventas del comercio especializado experimenta un crecimiento menos que proporcional que el volumen total de ventas del comercio minorista.

Esta evolución del comercio especializado es consecuencia de diversas razones: el mayor impulso de la publicidad que discrimina los deseos del consumidor; el aumento de los costes de explotación, especialmente el coste de personal. En este sentido se observa que desde 1.973 se ha producido una mayor utilización de la mano de obra, con un aumento del número de ocupaciones del 0,4%. En parte, esta mayor utilización de la mano de obra se ha basado en la introducción de personal ocupado a tiempo parcial (2%).

Tras este breve análisis de la evolución del comercio trataré de enumerar cuales han sido, en mi opinión, los principales factores que explican, al menos en parte, dicha evolución.

Hemos visto como se ha producido una reducción importante en el número de mayoristas; ello se ha debido a que el aumento de los costes ha dejado a muchos de ellos fuera de competencia. En relación con la función mayorista de ofrecer los productos a un precio mínimo y añadir la prestación de servicios tiene muchos problemas debido a los costes y a la competencia. La formación del Mercado Común y el principio de libre competencia ha in-

fluido en el desarrollo del comercio, obligándole a éste a adaptarse a una mayor competencia a través de sistemas más eficientes.

El sector detallista tiene los mismos problemas que el mayorista, a los que hay que añadir el tema de la fijación de precios por el productor que hasta 1.972 estaba permitido, hoy sin embargo las leyes lo prohíben y nadie puede trabajar con precio fijo.

En relación con la evolución de las grandes superficies la legislación vigente ha tenido cierta influencia. La Ley Federal relativa a la construcción, publicada en 1.976 y el correspondiente Reglamento, exigen autorizaciones para aquellas implantaciones con superficie de venta superior a los 1.500 m<sup>2</sup>.

En cuanto a las posibles tendencias es pedecible que continúe la desaparición de aquellos mayoristas y minoristas que aún quedan individualizados. El comercio organizado, en sus deferentes formas, es el más eficaz y continuará desarrollándose. Los grandes almacenes tendrán que adoptar nuevas transformaciones y las ventas por catálogo aumentarán sus posibilidades.

En resumen el comercio en Alemania es una cosa muy viva que está en plena transformación debido al alto grado y desarrollo de la competencia. Muchas gracias.

## COLOQUIO

Moderador: Eduardo García Cerrada

Presidente de U.D.A.

Muchas gracias a Heinrich Gewandt por su exposición y por el esfuerzo de haberla hecho en castellano. - Aquí me he anotado algunas cosas, no se si responderé o - estaré de acuerdo con sus puntos de vista. Como primera - idea que podemos tener en cuenta, es que el comercio, la distribución, parece que en Alemania ya no se limita a ser comercio detall, comercio mayor, sino que realmente lo - que está haciendo es intentar tener un abanico de posibilidades y llegar al consumidor a través de diferentes canales distributivos.

En este sentido, las dos figuras clásicas de la distribución mayorista y detallista han ido ampliando sus funciones; el resultado es que en la actualidad el detallista cumple a veces funciones del mayorista y a su vez éste puede llegar a realizar tareas que antes correspondían al detallista, definiéndose nuevos canales de distribución y nuevos sistemas de venta.

También anoté una segunda idea, y que alguna vez la escuché por ahí: sí, existen nuevos canales, nuevas técnicas de distribución, pero es que en España somos diferentes. Por lo visto hace poco tiempo también en Alemania decían que eran diferentes, y que el sistema de autoservicio no iba a encajar. Lo aplico a autoservicio como si lo aplicasa a cualquier otra idea. Vemos que casi nadie es diferente, lo cual nos puede realmente alagar.

Otra cosa que he anotado y que a los que trabajamos en alimentación nos debe preocupar, o por lo menos no debemos olvidar, es que efectivamente el comercio detallista entre 1.968 y 1.974 dio un bajón en el número de establecimientos de venta que se cifra en un 15%. Naturalmente no nos dicen la composición de este 15%, pero casi uno podría deducir, a pesar de no haberlo visto, que esta desaparición va ni más ni menos dirigida aquellos establecimientos que tienen una dimensión económica realmente pequeña y que no pueden competir con un incremento real de gastos a través de las exigencias laborales, etc., con una dimensión supongo yo, que no da más de sí. A parte, probablemente, de que el gestor de la tienda tampoco tiene mucha más capacidad.

Otro punto que quizás debemos de tener en cuenta es el tamaño de establecimientos que ya existen en Alemania. Fijense que la línea de autoservicios que parece que es normal, con una venta masiva, cuenta con una superficie de venta comprendida entre unos 250 y 400 m<sup>2</sup>. Esto significa que aquel país ya exige este tipo de dimensión para hacer un establecimiento medianamente rentable.

Esto no nos debe preocupar al 100%, porque a lo mejor nuestro país está en otros niveles de dimensión. lo que allí son 250 a lo mejor en España podemos empezar por 100, no lo se. Pero quizás las cifras alemanas no debemos traspolarlas totalmente a nuestro país, si la tendencia mostrase que con una superficie más grande existe el peligro de desaparecer.

Otra consideración que quizás se debería tener en cuenta, ya no solo nosotros sino nuestro propio Gobierno, es que, nos ha dicho de una forma graciosa, que efectivamente hay una ley que limita la posibilidad de establecer en Alemania establecimientos de tamaño superior a 1.500 m<sup>2</sup>, pero esta ley, dice el Sr. Gewandt, realmente llegó un poco tarde. Esto creo que debe de ser una experiencia que nuestros dirigentes a nivel Administración deben de tener para saber realmente que es lo que van a hacer, si en el país va entrar todo el que quiera y dentro de cualquier sector que quiera establecer la ley, como en Alemania no se -- si por una forma pensada o por que se les pasó, o realmente debería ya nuestro Gobierno de legislar hacia donde queremos ir, estableciendo las limitaciones que hay que establecer o impulsando aquello que haya que impulsar. Es decir, tenemos que ganar etapas, espero que nuestra Administración aprenda de Europa que dirija de acuerdo a como -- crean que el comercio español debe de ir enfocado.

Por último, lo que si se ve es que la distribución alemana va en la línea de la gran concentración, es decir, se ve que la distribución de los productos masivos paulatinamente se está quedando en muy pocas manos, de tal manera que pudiera llegar casi a un oligopolio. Tan malo -- puede ser un monopolio, un oligopolio, en la distribución como un excesivo minifundismo. Yo creo que incluso legalmente pudiera haber algunas limitaciones en este campo sobre la concentración, impidiendo que en nuestro país a lo mejor cinco personas decidiesen el 70% de la distribución. Creo que esto sería negativo.

Entonces, yo calculo que la tendencia a la concentración es necesaria, desde un punto de vista económico, aunque desde un punto de vista humano, desde un punto de vista del consumidor posiblemente no es tan deseable; yo creo que aquí nuestra Administración, nuestros tribunales sabran encontrar un punto de equilibrio en este campo.

No se que más puedo decir, porque probablemente sean Vds. quienes puedan decir mucho más que yo. Creo que con esto he hecho o he intentado hacer un resumen de aquellas cosas que a mi me han parecido un poquito más importantes y se abre el coloquio esperando ampliar y matizar con sus preguntas al Sr. Gewandt los temas aquí tratados.

P.- Se ha dicho que quizás el motor de la revolución comercial en Alemania ha sido la libre competencia. Entonces yo querría saber en este proceso de revolución comercial, aunque algo de esto se ha dicho ya, ha habido altos costes sociales en términos de pérdidas de empleos o bien no ha habido demasiados costes sociales porque ha tenido lugar esta revolución en medio de un período de auge económico. Y en caso de que haya habido elevados costes sociales qué medidas ha adoptado el Gobierno u otros organismos para atenuarla.

R.- En tiempos de una coyuntura depresiva el comercio detallista se ve afectado negativamente planteando junto a los problemas económicos, problemas sociales. En este sentido y como ejemplo, hemos abierto la puerta para el seguro social también para los independientes. Esto es una conclusión de ese desarrollo. Naturalmente esas pérdidas son graves pero en una coyuntura no tienen un papel -

tan importante, hay que decir una cosa, muchos comerciantes que pueden continuar están considerando si no sería mejor ser empleado de los grandes y no correr riesgos: tienen vacaciones, etc., es decir la situación social del pequeño comerciante en Alemania es peor que la de los obreros y que la de los empleados.

P.- Cuando contemplamos el panorama del comercio alemán podemos caer en una especie de fetichismo de la gran superficie, creer que lo que salva al comercio es la gran superficie, cuando vemos en muchos sitios que una gran superficie ha sustituido a otra gran superficie, porque aquella gran superficie no había acertado en su surtido. Es decir, creo que sería muy importante centrar el tema. Lo importante seguramente es la gestión, y en el terreno práctico se observa que los detallistas se salvan, precisamente, cuando se les da la posibilidad de llevar a cabo una gestión que independientes y solos no podían realizar.

R.- De acuerdo, yo creo que es un fetichismo. Hay muchos comerciantes que dicen estar de acuerdo en que aquí haya una gran superficie. ¿Por qué?. Porque hay espacio para los coches, porque es una gran atracción que el comerciante tenga un surtido elevado. Yo conozco a muchos que disputan con las grandes superficies, porque no entran en una competencia de precios, con los mismos productos, eso sería una tontería, pero que ofrecen otras cosas para el consumidor que puede y quiere gastar más y además que quiere servicio. Ya sondeos reflejan el cambio en la mentalidad de los consumidores, muchos no quieren entrar en

estas superficies, estériles con autoservicios, sino que -  
prefieren un ambiente, es decir un comerciante que sabe -  
ejercer su negocio también tiene posibilidades a horas de  
tiendas especializadas. Eso es muy peligroso, no es en to-  
do caso una competencia mortal, solamente lo es si el peque-  
ño entra con los mismos productos; en una competencia con  
precios esto sería una tontería, pero con otros surtidos -  
tiene grandes ventajas.

P.- Dentro del análisis de nuevas formas de co -  
mercio que Vd. ha analizado, las ha calificado como las -  
más fuertes. A mi me ha alarmado la aparición, con una im-  
portante participación de la venta un 10%, y en el número  
de empresas, de las cooperativas de consumidores.

Pienso que consumidores somos todos, si todos -  
nos las vamos arreglando para en régimen de cooperativa ad-  
quirir los artículos que no vendemos ¿no será esto una pun-  
tilla para el comercio tradicional?.

R.- Creo que el tema del consumidor también es -  
un fetichismo. Todos los partidos hablan en favor del con-  
sumidor, Vd. es un consumidor de sus productos, todos lo -  
somos. Por otra parte la filosofía de las cooperativas de  
consumidores ha cambiado, quiere ciertos privilegios, por  
ejemplo, dar en fin de año una participación en los benefi-  
cios, pero hoy en día renuncia a ello, por lo tanto son ne-  
gocios como todos los otros. Han cambiado la estructura, -  
es decir, esto fue antes distinto pero ahora no se ve si -  
es una cooperativa de consumidor; si Vd. conoce el nombre  
y sabe lo que es entonces si, peor trabajan cada uno por

entrar y han cambiado por completo la filosofía. Como las cadenas voluntarias, las cooperativas de los minoristas - también han cambiado, el único punto es que el minorista dentro de una organización tan grande como su cooperativa tiene derecho, o sea más que derecho corre el riesgo de - quebrar. Es un tema que tienen todas estas juntas de vigilancia de comerciantes pequeños en una empresa que tiene millones o miles de millones de venta, se ven en frente de una administración, es un problema complicado. Y sobre este problema llama la atención esta concesión de cierta independencia; lo mismo con las cadenas voluntarias, - pero hasta ahora ¿donde está la alternativa?

P.- Ahora estamos en España trabajando mucho sobre la idea de la libertad de mercado, el comercio alemán, por las características alemanas, ha sido siempre el más liberal y sin embargo nos hemos visto sorprendidos en el aspecto comercial con la famosa ley, que Vd. dice restrictiva, de las grandes superficies. Desconocemos totalmente las características de esa ley y yo quisiera preguntarle sus similitudes con la ley Royer francesa. Mi segunda pregunta es que no nos ha mencionado nada en cuanto a las - tiendas de descuento, ¿Cómo van?. ¿Cómo no van? y si eso ha sido quizás una reacción ante las nuevas características del Mercado Común.

R.- Esta nueva ley es distinta de la ley francesa. Lo que pretende es ordenar el comercio en los diferentes estados y regiones.

En relación con la segunda pregunta debo decir que casi no hay ningún sector sin tiendas que tengan des-

cuentos. Ahora también con artículos deportivos ya comienza, estos tienen un surtido muy limitado, una rotación - muy grande y trabajan con precios bajísimos. Los hay en - el sector de la droguería, de la alimentación o de toda - clase, y parecen experimentar una gran expansión. Ese des- cuenta existe pero no solamente es cuestión de superficie, algunos la hacen en una superficie muy pequeña; creo que la técnica del descuento es una nueva forma que tal vez - tiene mayor esperanza con respecto al futuro. Yo quiero - decir a Vds. que hasta el año 75 hemos tenido en Alemania 1.400 puntos de venta de este tipo con un volumen de ven- ta de treinta y un mil de millones de marcos. Y ahora se presenta la tienda de descuento combinado con un determi- nado surtido y servicio.

P.- Quisiera, no tanto hacer una pregunta direc- ta al señor Gewandt, sino una reflexión en voz alta.

Ayer a las siete de la tarde yo regresaba de Ale- mania, y es la catorceava o la quinceava vez que he esta- do en Alemania para estudiar el mercado alemán; lo he es- tudiado en estancias de una semana, de un mes y de dos meses. Es decir, conozco, lo digo esto como preludio, profun- damente la estructura del mercado alemán. Y lo he estudia- do por que creo que es el espejo del mercado más liberal y más eficiente de Europa en el cual los españoles, aun - que no podamos asimilar directamente, por características de rentabilidad y de número de habitantes, etc., podemos aprender mucho de caracter positivo.

Quiero, como conozco la ley alemana también, - tranquilizar al auditorio en relación con las preguntas,

y Vd. me corregirá si no fuera así, que han hecho acerca - del alcance de la ley sobre el comercio alemán. No es una ley contra sino una ley como.

Es decir, la ley no tiene prescripciones que impidan el desarrollo e implantación de ningún tipo de superficie sino que únicamente establece las reglas del juego - para que todo el mundo tenga en cierto modo el máximo de - igualdad de oportunidades y diga cómo se tienen que hacer las cosas no es una ley contra nada.

Hago esta observación porque en las palabras de resumen que nos ha dirigido el señor García Cerrada, yo he sentido un poco de temor y no es en esta ocasión sino en - otras muchas, cuando se dice que la ley llega en Alemania un poco tarde y que nuestros organismos oficiales, nuestro gobierno debe quizás invitarsele a que actúe antes de que aquí suceda lo que existe ahora en Alemania, pero señores, en Alemania existen 760 hipermercados; existen las organizaciones de comercio integrado y asociado en sus diversas formas, más poderosas de Europa. Hay evidentemente una gran concentración de la actividad comercial, pero esa concentración no está motivada en intenciones o posibilidades que no serían posibles, porque el propio mercado las eliminaría de creación de monopolios ni de oligopolios.

Señores, además de que existan esas grandes estructuras en Alemania no existen ni monopolios, ni oligopolios. Y en España estamos muy lejos de alcanzar una posición de esa naturaleza. No existe ningún riesgo de creación de monopolios ni de oligopolios en España, porque entre - otras razones no hay capitales, ni entidades, que pudieran

afrontar esa idea nefasta. Y hay que evitar lo que todos -  
Vds. pueden leer de crear conciencias equívocas como en el  
último número de la revista Interviu, para que se vea la -  
exageración con que a veces se produce en España, hay un ar-  
tículo en el que se dice la siguiente catastrófica burrada  
como elemento de información, que en España cincuenta mayo-  
ristas fachas, fascistas, los califica, son capaces de para-  
lizar la nación, el avastecimiento de la nación. Yo, seño -  
res, que vivo en la alimentación y en la distribución desde  
que tenía seis años de edad no conozco ni a un solo mayoris-  
ta de esa naturaleza pero sobre todo, como español, sabemos  
todos, que es imposible poner en España a cincuenta personas  
de acuerdo.

Entonces, última reflexión y esto va conducido a  
que aquí se encuentran representantes de un organismo es-  
tructural del Estado, que puede, sino legislar por si mismo,  
causar el peligro de dejarse influir, lo digo como reflexión  
acerca de esa pretendida legislación. Si precisamente lo que  
hace falta en España no es legislar sino desmontar la legis-  
lación existente para que el comercio pueda desarrollarse,  
porque con independencia, o sin necesidad de que exista esa  
ley restrictiva, yo hago también otra segunda reflexión a -  
todos nuestros colegas a todo el auditorio. Si alguien es -  
capaz, sin existir esa ley, de abrir hoy un supermercado -  
que sobrepase los mil metros cuadrados, en la ciudad de Ma-  
drid, en la capital de la nación que levante el dedo y que  
lo intente, porque tropezará con el monstruo burocrático de  
unas prescripciones y de unas exigencias increíblemente pe-  
nosas y absurdas del Ayuntamiento de Madrid; tendrá que de-  
sistir de su esfuerzo cualquiera que sea el capital y los -  
medios que tenga porque no podrá abrir el supermercado.

Entonces nos encontramos que una ciudad de casi cuatro millones de habitantes está infradotada de estructuras de distribución modernas porque unas ordenanzas municipales anticuadas y unos criterios de los técnicos contra el espíritu comercial impiden que el comercio en la capital de España pueda desarrollarse.

Esto es la reflexión principal y me quedarían - otras muchas que hacer pero no quiero abusar del auditorio y ruego me excusen lo largo, quizá de la intervención. No estoy completamente de acuerdo con Vd. Yo tengo más con-fianza en el mercado que en el Estado y en leyes.

R.- Nuestras leyes son contralimitaciones de - competencia. Estoy de acuerdo con Vd. y dentro de nuestra constitución no podemos hacer otras cosas, porque eso es parte de la constitución. Pero también tenemos leyes contra monopolio, por lo tanto no tenemos monopolios ni oligopolios, de acuerdo, y también con respecto a las superficies en todo caso es una restricción se necesita un permisó. También se habla de un desarrollo y de muchos que - desaparecieron, claro que alguien puede sentir temor. Sin embargo creo que eso no es necesario, porque el comerciante que conoce su negocio no necesita temor. Un mercado más - grande y más eficaz naturalmente tiene más posibilidades. Claro que sí, hay riesgo. Pero si alguien no quiere correr un riesgo entonces puede ir a la administración o sea a - otra parte, pero que no es comerciante. Es contra la re-gra de los comerciantes.

P.- Vd. ha dicho que en Alemania es necesario - un permiso especial para montar grandes unidades de venta.

Yo quisiera preguntarle, ¿quién otorga el permiso? y si se consulta a las agrupaciones patronales de comercio a la hora de conceder ese permiso.

R.- Sí, a todos. ¿Quién otorga el permiso?. Bueno depende de una ley razón de los estados. Somos una federación. En Francia sería un prefecto. Hay una Administración y tienen que preguntar a todo el mundo, incluso el comercio, etc., etc.; además, es muy importante, ese que decide tiene la responsabilidad de cara al parlamento, sea de Ayuntamiento o sea de Estado. Es decir, el tema es transparente y se pueden considerar todos los factores. No tenemos hasta a hora experiencia, porque es una ley nueva, pero la decisión está muy descentralizada, todo muy abierto y cada uno puede intervenir y en fin los responsables tienen que contestar, si es necesario, al parlamento de municipio o del estado, donde dan este permiso.

P.- Yo quería reincidir de nuevo sobre la cooperativa de consumidores. Yo no se si esto la Administración, aquí en España, lo tendrá regulado. Ahora, yo aquí si que veo un peligro para el comercio. Las cooperativas de consumidores en España todos sabemos que existen no como tal cooperativas sino que son unos negocios montados por unos señores con más o menos dinero, pero que de hecho lo disfrazan como el establecimiento de la gran familia, podemos llamarle así. Entonces si la Administración no regula en España este tipo de establecimientos yo veo un gran caos en el detallista. Porque con una cuota irrisoria, cualquier consumidor puede comprar en estos establecimientos los productos con un margen reducido. Y eso si que supone un gran problema para todo el comercio detallista pequeño. Muchas

gracias. Nada más.

R.- Bueno, yo evidentemente no quisiera responder a esta pregunta. Lo que si quisiera es recogerla para el coloquio final, lo mismo que el debate anterior sobre ley si, ley no, el caracter de la ley, me parece que es fundamental la posición que finalmente vaya adoptando la Administración. Recogiendo quizás algunas de las cosas que se han dicho aquí, yo señalaría que la Administración no podría - por si misma, en ningún caso, elaborar una norma, menos con caracter de ley. Lo que si de alguna manera viene en el sentido de simplificación de las normas de la prolifera, abundante y a veces contradictoria alternativa en que se mueve el sector.

Bien en el sentido de establecer una claridad mayor en las reglas del juego. Parece evidente que haya que evolucionar hacia algún tipo de normas. Este por tanto, me parece que es un tema desde mi punto de vista, en mi opinión personal, importante, que se ha debatido en este coloquio. Y que al final de las sesiones de hoy en el coloquio último de moderadores y ponentes, donde queremos de alguna manera reflejar las conclusiones de estas jornadas. Yo lo plantearé como un tema importante y por consiguiente tenemos la opción y la posibilidad de volver a debatirlo, a concretarlo y a discutirlo al final de esta tarde.

## 6ª PONENCIA

LOS PRINCIPALES DESEQUILIBRIOS EN EL SECTOR DISTRIBUCION ITALIANO, ANTE EL PROCESO DE INTEGRACION.

D. Silvano Ferrareto  
Confederación General de Comercio y Turismo  
Italiano.

Hablar del comercio italiano no significa únicamente afrontar un problema de carácter estrictamente económico, como podría ser si nos refirieramos a Alemania, - sino que se trata de un fenómeno que implica características económicas por una parte y características sociopolíticas por otra. Por tanto es un fenómeno más bien complejo que depende no sólo de factores estrictamente económicos y mercantiles sino también de parámetros de carácter político y regional.

Debo señalar antes de nada, algo de fundamental importancia. Existe una enorme diferencia entre la Italia del norte, en la cual las formas comerciales se corresponden o menos con las formas comerciales, incluso con las más evolucionadas, de Alemania y el centro sur de Italia; y, simplemente por citar un ejemplo, puede decir que la ciudad de Milán tiene una densidad de supermercados semejantes a la de Hamburgo; que el mayor centro comercial europeo no está en Alemania, sino en Bolonia. Señalo esto - para indicar de antemano las dificultades que tiene hablar de comercio italiano como un todo.

Mi exposición tiene dos partes fundamentales: - una parte técnica y una parte política. En la parte técnica analizo estos tres capítulos fundamentales: primero, - el comercio mayorista, cómo se ha desarrollado en Italia, con referencia particular al sector "Cash and Carry"; segundo, el comercio organizado, es decir, supermercados - por una parte y pequeño comercio ambulante -el pequeño comercio tradicional- por otra; tercero, y este quizá es el sector más importante en la evolución del comercio italiano, el denominado comercio asociado, es decir las uniones voluntarias y las agrupaciones de compra. Naturalmente, en la exposición de la parte técnica trataré de poner en evidencia cuatro cosas: primero, la estructura y la evolución de las estructuras del comercio, distinguiendo sus diversos componentes; segundo, relaciones entre las estructuras del comercio italiano y las estructuras del comercio francés y alemán, a fin de poder disponer de puntos de referencia; tercero, la distribución geográfica; - cuarto, las perspectivas de desarrollo del comercio. Esto por lo que toca a la primera parte.

La segunda parte es de carácter directamente política, y me gustaría examinar, si el tiempo me lo permite, antes de nada los presupuestos socioeconómicos a través de los cuales se ha llegado a la actual situación del comercio italiano; en segundo lugar, la famosa ley 426, - que data de antes incluso que la famosa Ley "Royer" de Francia, que condiciona las implantaciones del comercio italiano; tercero, fenómeno muy interesante, el peso inflacionista en Italia, a base de comparaciones muy precisas entre la gran distribución, por una parte, y el pequeño comercio tradicional por otra; cuarto, las perspecti--

vas de reestructuración del comercio italiano.

Dicho esto, paso directamente a examinar la primera parte, es decir, la estructura del comercio en Italia.

La característica fundamental de la evolución del sistema distributivo italiano ha sido el avance en tres direcciones. Primero, los comerciantes independientes; segundo, la gran distribución; tercero, las formas asociativas. Cada uno de ellos, sin embargo, con comportamientos y contactos muy limitados y, según los momentos, más o menos acentuados. Por ejemplo, ahora estamos en el momento de las grandes formas de asociación, uniones voluntarias y agrupaciones de compras.

Pasemos al comercio mayorista. La evolución del comercio mayorista resulta evidente a través de algunos datos. Estos datos ponen en evidencia que las unidades en términos de locales, es decir, los almacenes, han aumentado su número de 1971 respecto a 1961 en casi el 22%, mientras que los empleados en este sector han aumentado durante el mismo período un 70%. El análisis por grupos de mercancías, siempre dentro del comercio mayorista, pone en evidencia la dinámica interna de la que puede subrayarse, primero, un aumento muy sensible, del orden del 95%, de las unidades en términos de locales que tratan productos industriales dentro del comercio mayorista, mientras se registra una situación de relativo estacionamiento, con aumento del orden de sólo el 6%, para los productos alimenticios.

Comparando el crecimiento del número de locales con el de los empleados se comprueba cómo en este período 1961-71 han aumentado las dimensiones de las empresas mayoristas. Estas pautas vienen también confirmadas por los datos del período 1971-77. Se da una acentuación de las tendencias de fondo, especialmente para los productos industriales.

En cualquier caso, la dinámica del comercio mayorista resulta todavía más significativa comparándola con la del comercio minorista, y esto reviste especial importancia desde el punto de vista de las consecuencias para el empleo. Por ejemplo entre 1951 y 1971, el empleo en el sector mayorista aumentó el 61%. De 1971 a 1977, el aumento en el sector mayorista ha sido de 138%, mientras en el sector minorista ha sido solamente del 72%.

Obviamente -y aquí dejaré de lado las comparaciones- estas tendencias observadas en el comercio mayorista italiano se encuentran de manera aún más pronunciada en la Alemania Federal y en Francia. En Alemania, por ejemplo, existen más empresas mayoristas que en Italia. Concretamente, en Alemania, con datos de 1976, 114.800 - contra 102.000 en Italia. Pero el tanto por ciento de empresas mayoristas que trabajan en el sector alimenticio en Alemania (el 34% es inferior al de Italia 43%).

En Francia se puede encontrar una situación análoga a la descrita, aunque menos acentuada. Por lo que toca a las perspectivas a medio y largo plazo del comercio mayorista en Italia, es evidente la tendencia al aumento y a la diversificación de las funciones mayoris-

tas, tendencia que conducirá a cada una de las empresas a transformarse progresivamente de empresas de compra y venta a centrales de servicios.

Las empresas mayoristas tendrán que irse adecuando a las transformaciones tanto del mercado interno como del mercado internacional, así como a los cambios en los propios canales de distribución. En lo concerniente a la distribución geográfica del comercio mayorista, debe señalarse lo que sigue: cerca del 80% del comercio mayorista se sitúa en la zona norte de Italia, especialmente en la región de Lombardia. Sin embargo, son interesantes algunos datos evolutivos de estos últimos tiempos. Este crecimiento general del comercio mayorista en Italia ha tenido una consistencia mayor, en los últimos años, en el Merzogiorno, es decir, en el centro-sur de Italia, respecto al norte y demuestra, probablemente, una evolución del sector hacia un crecimiento más racional y equilibrado, en relación también con la red comercial nacional.

La tendencia del comercio a equilibrarse en cuanto a la localización geográfica de las unidades de venta debe, pues, considerarse como un hecho de la mayor importancia, si se tiene en cuenta que en el sector del comercio mayorista no alimenticio, e incluso en el alimenticio, las diferencias entre la zona centro, norte y sur resultan en cualquier caso particularmente pronunciadas. Mientras que en Lombardia (región de Milán), hay 26 centros de comercio mayorista no alimenticios por cada 100 habitantes, 21 en el Trentino-Alto Adige, y 18 en el Piamonte, estas medias bajan en las regiones

centrales a los 17 de la Toscana (Florencia), 13 de Las Marcas (Ancona), y a 11 de Umbría y el Lacio (Perugia y Roma).

En el Mezzogiorno, finalmente, se registran - los valores más bajos, con una diferenciación muy clara respecto a las regiones del norte y de Italia central. Por ejemplo, en Calabria, cerca ya de Sicilia, aquella relación es de 6 por cada 100, y en Basilicata, incluso al 5 por 100.

El desarrollo del comercio mayorista no ha sido únicamente, sin embargo, de carácter cuantitativo en Italia, sino que ha presenciado también, y este es un fenómeno muy bien pronunciado, la consolidación de las propias estructuras del sector. Del examen del creci-miento del número de empleados se puede poner en eviden-cia, aparte de su crecimiento cuantitativo sostenido, - el progresivo incremento del número de empleados por ca-da unidad de establecimiento. Tal número, con un valor de 3,3 empleados en 1951, subió a 4,6 en 1961, 4'9 en - 1971 y 5'7 en 1977. Si consideramos además las tres cla-ses fundamentales de empresas mayoristas (productos agrí- cola-alimentarios, materias primas auxiliares no alimen- tarias, productos industriales no alimentarios), se pue- de observar cómo ha sido la última categoría, los pro- ductos industriales no alimenticios, la que ha presenta- do la mayor expansión. Respecto a la media de empleados por unidad de venta, ha pasado de 4'1 en el 51, a 6'4 - en el 71, a 7'3 en el 77.

Una vez expuesto lo anterior en el sector mayorista voy a detenerme algo más en el sector "Cash & Carry".

Creo que todos conocen lo que es el Cash & Carry, y antes de nada les facilitaré tres datos fundamentales. En 1976 existían en Alemania 511 Cash & Carry, en Francia 349, y en Italia 264. Hay una distancia muy pronunciada, pues, pero en fase de recuperación.

En Italia, el sector del Cash & Carry ha demostrado en los últimos años una notable vitalidad, favorecido en su expansión por la presencia de gran número de pequeñas empresas comerciales. Se puede afirmar, por lo tanto, que a pesar de un incremento durante este último año levemente inferior a lo que se había previsto, la forma distributiva del Cash & Carry está alcanzando ya en Italia, al menos en algunas regiones, especialmente en el norte, la fase más madura de desarrollo. En efecto, considerando los datos sobre los Cash & Carry de los últimos 12 años se registra un continuo crecimiento a ritmos muy notables.

Frente a los 10 establecimientos que existían en 1966, existen 267 en 1977, con un crecimiento en la superficie de Cash & Carry de 26.050 metros cuadrados a 911.970 metros cuadrados.

De todas maneras, el tipo de Cash & Carry más representado en Italia tiene dimensiones medias y un surtido prevalentemente compuesto por productos alimenticios y asimilados. Por tanto, quedan todavía por ocupar amplios espacios en la sección de no alimenticios. Pero

es bien sabido que el Cash & Carry "no food" para establecerse sólidamente, debe ofrecer un surtido muy especializado y muy diversificado, superando con mucho la actual orientación hacia productos de amplio consumo.

En lo que concierne, y con esto termino con el Cash & Carry, a la distribución geográfica, la presencia en las diversas regiones italianas es muy desigual. Frente a la presencia de 189 unidades -sobre un total de -- 267- en el norte de Italia, sólo hay 61 establecimientos en la región central, Roma y Nápoles, y 17 en la región sur.

Esto, por lo que toca al comercio mayorista. - Paso ahora al comercio minorista denominado organizado, deteniéndome en dos problemas fundamentales: los supermercados, por una parte, y el comercio ambulante por -- otra.

Puede verse que el sistema distributivo italia no está atomizado, retrasado y es deficiente, realizando una sumaria verificación cuantitativa sobre la situación del comercio minorista alimentario tradicional en relación con el comercio minorista alimenticio estructurado en autoservicio. Puede observarse, en efecto, como frente a la existencia de unas 400.000 unidades alimenticias tradiciones existentes en Italia le correspondían estos últimos años 194.000 en Francia y casi 14.000 en la Alemania Federal. Es decir, igualando a uno la cifra de Alemania Federal relativa a las tiendas tradicionales, resultan unos multiplicadores con valor de 13'9 para Fran-

cia, y 28 para Italia. Por el contrario, en el caso de las unidades de autoservicio, estos multiplicadores, si se iguala a uno la cifra de Italia, resultan ser 3'8 para Alemania Federal y 1'3 para Francia. En cualquier caso, para completar el cuadro del comercio minorista tradicional, es interesante examinar algunos datos del denominado comercio ambulante. Comparándolo con el tamaño de Alemania Federal, su dimensión es de 9'6 veces superior en Italia y de 1'8 veces mayor en Francia. Sin embargo, en el período 1961-71 la tasa de reducción de este tipo de comercio en Italia se ha situado en torno al 19%, y de hecho se ha apreciado un descenso en las unidades de venta desde las 308.000 existentes en 1961 a las alrededor de 250.000 en 1975. Sin embargo, debemos introducir ahora una serie de consideraciones en este problema con mi país debe ponerse de relieve el papel positivo que ha desarrollado el comercio ambulante a diversos niveles. - En primer lugar, por la contención del subempleo agrícola en los años 50 ha tenido lugar un trasvase de casi 2.300.000 agricultores hacia el sector de servicios; segundo por la integración inicial de la mano de obra rural en los tejidos urbanos donde se ha abierto esta clase de pequeñas tiendas. En tercer lugar, por la acentuación de la competencia, especialmente en relación con los productos de origen agrícola. En efecto, en Italia el comercio ambulante comercializa más del 70% de los productos hortofrutícolas frescos y en parte también los transformados.

Paso brevemente al sector del comercio minorista organizado, es decir, los grandes almacenes.

En Italia, la situación de los grandes almacenes en comparación con la de Alemania y Francia, es muy inferior, como consecuencia, primero, de una falta de inversiones; en segundo lugar, de una ley administrativa - que regula la implantación de grandes almacenes y en tercer lugar por la índole misma del consumidor italiano, - al que no le gustan excesivamente los grandes almacenes y prefiere más bien la tienda tradicional.

En cualquier caso, si nos referimos a los su-  
permercados, puede observarse que en Italia, entre 1970 y 1976, se ha registrado un buen desarrollo del sector: el 90% en el número de establecimientos y el 105% de incremento en la superficie, inferior sin embargo en este quinquenio, es decir, después de la aprobación de la Ley 426 sobre el comercio, al quinquenio anterior. Bajo el perfil de las dimensiones los comerciantes se han dirigido preferentemente hacia la creación de supermercados - con superficie comprendida entre los 400 y los 600 me-  
tros cuadrados, debido también a que la Ley otorga para este tipo de dimensiones una serie de ventajas particulares. De hecho, dentro de este tipo de dimensiones quedan comprendidos 484 supermercados, de un total de 1.022 existentes en Italia, es decir el 47'3% de los supermercados existentes en Italia.

Para darles una idea, les diré que en Alemania, en 1976, el número de supermercados era de 4.606, naturalmente con unas dimensiones mucho mayores que en Italia. En Francia 3.368, en Italia 1.022.

La media anual de nuevas aperturas de supermer

cados era en Alemania hasta 1976 de 272 unidades, en Francia 205, y en Italia solamente 62.

También se da aquí una distribución geográfica diferente de región a región. El 65'8% del total de supermercados están en el norte de Italia, con una especial densidad en Milán ciudad y Milán provincia; el 21% en el centro de Italia, especialmente en Roma y en las grandes áreas urbanas y solamente el 15'5% en el sur de Italia. - Esto, en líneas generales.

Hablaré después, si me lo permite el tiempo, - del por qué no se llega a construir grandes supermercados en Italia.

En cuanto al fenómeno del comercio ambulante, - que representa un total de 250.500 unidades en todo el territorio, se da la proporción inversa; es decir, la mayor parte se encuentra en el Mezzogiorno de Italia, con el 35'8%, seguido por las regiones centrales con el 25'6%, y un 30% en el norte de Italia.

Sobre el sector del comercio ambulante desearía anticiparles algo muy interesante y es lo siguiente: de una serie de estudios realizados por el Gobierno italiano y aprobados por algunas universidades como la universidad Bocconi de Milán, resulta que en estos últimos 10 años, - especialmente en el últimos 5, el sector que ha generado menos impulsos inflacionistas al proceso socioeconómico italiano ha resultado ser, extrañamente, el comercio; pero no sólo esto, sino, lo que es mucho más interesante, - cuando se habla, al menos en nuestro país como experien--

cia, acerca de que el supermercado permite una reducción en los precios de venta, resulta que esta no llega a tener lugar. Si bien es cierto que el supermercado gracias a la amplitud de sus compras disfruta en sus adquisiciones de precios especiales, también es cierto que el coste de la mano de obra es gravoso, hasta tal punto que la diferencia máxima de precios está contenida entre unos límites máximos que van del 5 al 6%, ya que mientras que el comercio tradicional compra a un precio normal, no tiene que recargar luego sus precios con los costes de la mano de obra y del servicio. Estas afirmaciones están bien comprobadas en base a datos oficiales del Gobierno italiano, y por lo tanto, teniendo en cuenta el comportamiento restrictivo y miope del Gobierno, yo diría que es tos datos se atienen a la realidad.

De todas maneras, por encima de esta anticipación de carácter político y económico, hay un sector que está experimentando enormes desarrollos y tiene grandísi mas perspectivas en Italia, y es el denominado comercio minorista asociado. El comercio minorista asociado se in serta en un contexto en el que, por una parte, el ordena miento político administrativo impide la creación de nue vas grandes superficies de venta, grandes supermercados; y, por otra parte, el pequeño comercio tradicional es dé bil a la hora de abastecerse tanto de la agricultura como de la industria. Por tanto, se siente la exigencia de integrarse a través de dos formas voluntarias, es decir dos formas asociativas: las uniones voluntarias, por una parte, y las agrupaciones de compra por otra. Sobre las uniones voluntarias les proporcionaré solamente algunas cifras, como, por ejemplo, que en 1977 los puntos de ven

ta ascendían a 12.637. Es poco, pero las perspectivas de desarrollo están continuamente abiertas.

En cuanto a las agrupaciones de compra en el sector alimentario, en cambio, se ha pasado a un número de 33.630 minoristas asociados y se trata de un fenómeno que está en plena expansión, por lo que, de un año a otro, se pueden experimentar modificaciones enormes en las cifras. ¿A qué se debe esto?. Simplemente, a que de este modo, el denominado comercio asociado ha demostrado, por una parte, que tiene la posibilidad de obtener de la agricultura y de la industria precios especialmente favorables sobre el tipo de los obtenidos por los grandes supermercados, y, por otra parte, que no tiene esos costes de gestión, costes de personal, de la mano de obra, del servicio, que en cambio sí tiene el supermercado. Por tanto, se trata de una figura típica del comercio italiano que está adquiriendo un gran desarrollo. Esto en líneas generales, por lo que toca a la parte dijéramos técnica. Lo he agrupado todo sumariamente porque, como les decía antes, pueden consultar los datos relativos a las cooperativas, al discount, las grandes cooperativas, la cooperación de consumo, las cooperativas integradas entre agricultores y distribuidores, las implicaciones incluso de carácter político que pueden existir detrás de todo esto. La Coop-Italia, por ejemplo, es una emanación directa más o menos de la izquierda italiana, particularmente del Partido Comunista, con fondos de financiación autónomos y con integración de las cooperativas para producción, la distribución y el consumo. En cualquier caso, se trata de datos que pueden encontrar parcialmente en las fuentes que les he indicado, pero

que nos llevaría demasiado lejos discutirlo.

Desearía ahora centrarme, si me conceden algo más de tiempo, en la parte que podríamos denominar política. Es decir, por qué en un país como el mío se ha dado tal proliferación de establecimientos, de puntos de venta, de comercios pequeños.

Italia, al final de la segunda guerra mundial, inició un proceso de desarrollo industrial que privilegió sobre todo a la industria en el sector de las inversiones, de los créditos en condiciones privilegiadas, de los incentivos estatales, con el consiguiente trastorno en la distribución de la población italiana. Una fortísima inmigración desde el sur hacia las regiones industrializadas del norte y, simultáneamente, un trasvase de la mano de obra desde el sector agrícola hacia otros sectores.

Al final de la segunda guerra mundial, los empleados en la agricultura italiana ascendían alrededor del 40%, el 30-35% en la industria, y el resto en el sector de servicios. En 10 años la población rural italiana ha descendido del 40% de los trabajadores empleados al 16%, y actualmente al 12%. La mayor parte de estas personas se dirigió hacia la industria y hacia el comercio. - Hacia la industria, en las zonas del norte; hacia el comercio en todos los sectores, especialmente en las grandes concentraciones urbanas, debido también al hecho de que no existía por aquel entonces ninguna Ley que dificultase la obtención de una licencia de venta al comerciante. La consecuencia ha sido de carácter social y eco

nómico, pero también, y aquí entramos en las consideraciones de tipo estrictamente político, de carácter electoral. La Democracia Cristiana, favoreciendo este éxodo desde el campo, se ha visto ante una masa de potenciales electores que comprendía entre tres y cuatro millones. - En consecuencia, la Democracia Cristiana, que era entonces el Gobierno, concedió las máximas facilidades posibles a la implantación de nuevos pequeños establecimientos tradicionales con el fin de absorber parte de la mano de obra que estaba cambiando de sector. Esta práctica ha proseguido con bastante tranquilidad hasta, digamos, el final de los años 60.

Con la crisis que ha embestido a la economía italiana y un poco a todas las economías mundiales, el comercio ha sentido la necesidad de defenderse contra la proliferación excesiva de los establecimientos, de modo especial en el sector alimentario, y aquí tenemos la famosa Ley 426. Se trata de una Ley que persigue objetivos reales de desarrollo y de cualificación del comercio, pero que, de hecho, ha detenido en parte el desarrollo de las grandes formas de distribución. La Ley 426 quería, por una parte, garantizar un bloque de licencias que se concedieran fácilmente a los recién llegados y, por tanto, defender una situación estática creada de antemano, garantizando así a un cierto partido un apoyo electoral y político.

Por otra parte, quería garantizar una formación para los nuevos que hubieran de recibir la licencia y en este caso, desgraciadamente, pese a los buenos propósitos de la Ley, se ha registrado un fracaso completo,

porque el Estado no ha financiado -o a lo sumo en una mínima parte- las grandes escuelas de formación profesional para empleados en el comercio. En compensación, organizaciones como la mía han creado centros de formación profesional, de modo que accedan fácilmente al comercio personas cualificadas sectorialmente. Me refiero particularmente a dos centros: el Politécnico del comercio de Milán y el Politécnico del comercio de Nápoles. En el Politécnico del comercio en Milán se dan 60 cursos anuales en base a especializaciones sectoriales, con una duración que varía entre algunos meses y años enteros, tras los cuales es fácil que la persona que ha seguido estos cursos pueda obtener una licencia comercial en sectores altamente especializados.

Desde el año de promulgación de la Ley, 1971, hasta hoy, han salido del Politécnico de Milán alrededor de más de 2.000 personas altamente cualificadas en diversos sectores, desde la perfumería hasta la heladería, desde el sector de las pieles hasta el sector tradicional alimenticio y otros.

Otro problema que ha provocado la Ley 426 dentro de sus buenas intenciones, pero que después no han sido alcanzadas en la realidad, era un fondo de crédito privilegiado o de subsidios por parte del Estado para la transformación de los establecimientos, la modernización de las estructuras comerciales y, de hecho, se promulgó una Ley que fue después refinanciada sucesivamente dos veces más, la Ley 1061, con la que el Gobierno italiano, a través del Ministerio de Industria y Comercio, concedía porcentajes de cobertura a obras de rees-

tructuración y de modernización de los pequeños y medianos comercios, tanto para minoristas como para mayoristas, por un valor de varios miles de millones de liras. Estos fondos se agotaron y hubo que refinanciarlos por dos veces sucesivas. Sin embargo, pese a las protestas de los comerciantes y de nuestra confederación en particular, los fondos han sido siempre muy limitados y más bien muy restringidos. En cualquier caso, ahora, en la perspectiva actual, frente al "plan Pandolfi", que me imagino conocerán aunque sea a través de la prensa española, cabe la posibilidad de que fluyan al comercio del orden de 3 a 4 billones de liras en el plazo de pocos años para este fenómeno de reestructuración.

Simultáneamente, como decía, la Ley 426, en su aplicación concreta, ha bloqueado la creación de nuevos grandes almacenes, de nuevas grandes superficies, y ello porque la estructura administrativa de la concesión de licencias a grandes superficies, a grandes almacenes, está estructurada regionalmente, región por región y consiste en una comisión que se reúne y en la cual se encuentran presentes los administradores municipales, los sindicatos de trabajadores, el comercio tradicional y el comercio de la gran distribución. Esto significa que, a la hora de las votaciones, la gran distribución se encuentra en minoría de uno contra cinco. Ha de añadirse otro hecho muy positivo en la intención del legislador, pero en realidad con enormes consecuencias para la reestructuración del comercio italiano de gran superficie. Se trata de que todos los ayuntamientos deberían presentar (y, de hecho, sólo la mitad de ellos lo han presentado hasta el momento), un plan de urbanismo comercial. En

las grandes áreas, al igual que en los pequeños ayuntamientos y en los consorcios de ayuntamientos, había que prever el número de grandes supermercados, el número de áreas, la amplitud de estas áreas. De hecho, sólo pocos ayuntamientos disponen en la actualidad de este plan de urbanismo y ello ha impedido hasta ahora la posibilidad de crear nuevos grandes centros.

Puede decirles que hay ahora una presión frontal de los grupos y del gran capital tanto italiano como extranjero en pro de una modificación de estos obstáculos de tipo administrativo, así como a favor de una modificación de los horarios de los establecimientos, de modo que se autoricen las creaciones de grandes superficies.

Termino brevemente leyéndoles media página mía sobre esto: "en este proceso no se da sólo una componente socioeconómica, sino que entra también un componente industrial que, en los años 60 y 50 ha favorecido en todos los aspectos la creación del gran y pequeño comercio italiano. Me explico: la ineficiencia del comercio italiano ha sido impuesta al sector desde fuera, a través de una política comercial restrictiva que ha obstaculizado gravemente el desarrollo de nuevas formas distributivas y ha favorecido la situación de colusión oligopolística.

Afrontando el tema de la ineficacia del comercio con referencia al papel que este sector ha desempeñado en el proceso de acumulación se comprende el fundamento económico de una política comercial que en los años -

50 y 60 ha sustraído al sector del desarrollo capitalista. De hecho, prescindiendo del mercado en este sector, se han mantenido más altos los niveles de empleo, sosteniendo así la demanda y contribuyendo a la paz social - necesaria para el desarrollo de la producción.

Una política comercial como la de los años 50 y 60, inspirada por la lógica del "sector refugio", era conveniente para la industria, la cual, aunque debiera renunciar, por este motivo, a parte de su incremento físico en la producción, se aseguraba con ello la necesaria paz social en un período en que los salarios tenían todavía niveles relativamente bajos. Por otra parte, para los sindicatos de trabajadores, congelar el exceso de fuerza de trabajo en sectores residuales era funcional para la estrategia que deseaba reducir la presión de la oferta sobre la demanda de trabajo para conseguir conquistas significativas en ciertos sectores considerados, "de arrastre", como la industria. Por desgracia, hacia el final de los años 60, el mercado del trabajo en Italia experimenta una fuerte segmentación, subdivisión. - Las conquistas de los trabajadores hacen impracticable una estrategia de tipo deflacionista y la paz social ya no puede garantizarse recurriendo a los "sectores refugio", como el comercio. Hay ahora un pequeño margen en el componente económico y en el componente social para llegar a una reestructuración, especialmente en el sector del comercio minorista de alimentación.

Aquí se inserta también una propuesta elevada por nosotros como Confederación General Italiana del Co

mercio en relación con la jubilación anticipada, y ello porque hay que tener presente que en Italia algo más - del 60% de los empleados en el comercio son trabajado-- res independientes, con una media de edad relativamente muy avanzada; es decir, el 27% supera los 50 años, mientras que más del 10% supera los 60 años de trabajo.

A través de una forma de jubilación anticipada financiada por el Estado y con la aportación de las agrupaciones comerciales, se podría retirar a gran parte de esta gente que tiene que trabajar en su negocio para poder sobrevivir y, por otra parte, se podría dar la posibilidad de reabsorber algunos de los establecimientos en unidades correspondientes a formas de distribución - más modernas, de manera que se posibilite de este modo un relanzamiento del comercio intaliano.

Voy a concluir con otro dato muy significativo. Es cierto que se habla de nuestros amigos los alemanes como del mercado más libre y más liberal existente, al menos en el sector comercial, en Europa y creo que, junto con Estados Unidos, en todo el mundo. Pero también es cierto que, si observamos las economías más -- abiertas, a través de los datos estadísticos internacionales, resulta lo siguiente: la relación entre importaciones y exportaciones y el producto interior bruto de cada país dan el siguiente resultado: Alemania está a - la cabeza mundial en esta relación con el 52'7%, seguida por Italia con una cifra que para mi está algo exagerada pero que es indicativa, del 52'9%; los Estados Unidos con 17'5%; el Canadá, con el 48%; el Japón, con el

28,2%. Ahora bien, en un proceso como el del Mercado Común, en el que existe una tendencia fundamental hacia una unión monetaria, aduanera antes que nada, agrícola y, se espera, política, es claro que las barreras que existen desde el punto de vista administrativo saltarán dentro de poco en Italia.

También es cierto lo siguiente: que la experiencia de dos administraciones restrictivas como son la italiana y la francesa en el sector comercio y de otra posición incluso excesivamente liberal, como es la de Alemania, conducirá sin falta a que el problema político del sector comercio deje de afrontarse en adelante a nivel nacional sino dentro del marco comunitario, y no es improbable que en un mañana y en el contexto comunitario se llegue a criterios y parámetros de elección que se impongan a todas las regiones de Europa, haciendo la salvedad de exigencias locales de tipo particular debidas a tradiciones, costumbres, influjos de carácter social y comportamientos más o menos diversificados por parte del consumidor europeo, que va desde el inglés de Escocia hasta el siciliano de Sicilia.

Les agradezco su atención a mi exposición sumaria y global. Para mayores detalles, de todos modos, me remito a la documentación complementaria a la que hice referencia al principio.

Gracias.

COLOQUIO

D. Benjamín Alberola Albert  
Presidente de Unión Gremial

En primer lugar yo creo que debo identificar-me puesto que soy un comerciante textil, osea, mi profesión es el comercio. Mi nombre es Benjamín Alberola y mi profesión como ya he dicho antes es de comerciante, comercio textil exactamente, para que ustedes puedan ver el tamaño de mi empresa son 42 personas las que firman la nómina.

Soy presidente de la Unión Gremial de Valencia. Esta Unión Gremial que nació en el año 1913, es una entidad de carácter corporativo de asociaciones o gremios siempre de comercio y cuyo ámbito de actuación es la región valenciana o el antiguo reino de Valencia.

Voy a dar mi enhorabuena al señor Ferrareto, ya que en un tiempo record nos ha informado con gran profundidad sobre lo que sucede en Italia, creo además por las notas que he podido ir tomando que la situación se parece bastante a los problemas que tenemos aquí en España.

El señor Ferrareto ha explicado una primera parte técnica de la que se deduce que el comercio mayoritario está más en la parte norte de Italia, debemos de calcular de que esto es debido a que es la zona más industrial, y algo así sucede también en España en las zonas más industriales se encuentra más este tipo de comercio.

Después ha hablado también de un problema de venta ambulante. En España existe mucha venta ambulante y creo que esto se debe en parte a la influencia que nos queda de los 6 ó 7 siglos de dominación árabe, todavía llevamos aquello de los mercados, es decir la aglomeración de mercados en España creo que data desde entonces.

Dentro del terreno político ha mencionado que el mismo puede tener sobre la configuración del comercio, sobre todo en época de elecciones.

Después de oír lo expuesto, se me ocurren hacer varias preguntas.

Un primer tema a tratar es la Ley 426 que habla por lo menos de regionalización o por lo menos yo he querido entender que según las regiones de Italia; este contexto es parecido a lo que nos está pasando a nosotros en la actualidad con nuestras regiones y nuestra regionalización o preautonomías, como queramos llamarlas.

Después me ha llamado mucho la atención, y sobre esto si que insisto por si acaso se suscitan más preguntas: las escuelas de comercio, ¿a qué nivel están estas escuelas? ¿tienen reconocimiento oficial de facultades?, etc. y ¿qué título de profesionalidad son los que pueden dar las mismas?.

Otro tema que interesa en la parte política, hace referencia al número de trabajadores en los esta--

blecimientos que nosotros llamamos autónomos, donde la edad de la gente oscila, en su mayoría, en más de 50 años. Otros temas importantes dentro del comercio italiano, hacen referencia a las uniones de comerciantes que se están creando, me atrevería a hacer otra pregunta que es ¿cómo se estructura bajo el punto de vista sindical, y creo que en esto todavía estamos nosotros un poco en mantillas, las agrupaciones de comercio en Italia?.

En fin, como no se trata de que hable yo, si no de dar una orientación general que permita que hablen ustedes y vayan preguntando, creo que es oportuno que empecemos ya el coloquio.

P.- ¿De cuándo data la Ley 4267?

R.- La Ley 426 data de 1971.

P.- Sr. Ferrareto, yo tengo entendido que la "Standa" a través de la Montecatini dependía en cierto modo del ENI y del Gobierno italiano. Nosotros también aquí en España tenemos una cierta incidencia de la actividad del propio Gobierno directamente en el campo de la distribución desde la entrada en el Mercado Común esto ha representado una evolución en más o en menos, ¿cómo se ha orientado esta presencia del Gobierno italiano directamente en la distribución?.

R.- El grupo Standa ha partido de la Montecatini, que era un grupo multinacional diversificado con especial dedicación al sector químico. Casi la mitad -

de las acciones de la Montecatini están en poder del - ENI, y de otros organismos paraestatales. Como la Standa forma parte del grupo, es claro que tiene una parte de capital estatal y una parte de capital privado. Por lo que respecta en particular a la evolución de la Standa, le puedo decir esto: en los últimos 5 años ha llevado una política que podría conducirla a la quiebra; por tres años consecutivos ha saldado sus balances con déficit debido al pago de sus adquisiciones y a la pésima - gestión del personal.

Ultimamente, concretamente hace 2 semanas, la Standa se ha dividido prácticamente en 2 tipos: por una parte, la "Standa-Ventas", que se interesa por cada uno de los puntos de venta regionales y locales; y la "Standa-Sociedad por Acciones" contizadas en la bolsa, que - recoge capitales para poderlos luego invertir según su política comercial. Puedo decirle que el ejemplo de la Standa ha sido el ejemplo clásico de capitales prácticamente mal invertidos; por otra parte, el ejemplo de una gestión del comercio que no ha tenido presente la evolución en los gustos de los consumidores italianos; el - ejemplo de un tipo de compras de productos realizados - en el mercado italiano e internacional que estaban, en el sector textil, pasados de moda y en el sector agríco la alimentario fuera muchas veces de la complacencia - del público. Querría añadir otra cosa: por lo que toca a la intervención eventual del sector público italiano en el área específica de la comercialización, existen - dos procesos, relacionados ambos con el Mezzogiorno: un proyecto de la "Cassa del Mezzogiorno", que sirve para financiar el desarrollo industrial y comercial del Mezzog

giorno, en el que se prevé la institución de una serie de establecimientos de ventas nuevos o englobando los tradicionales, frente a centrales de compra y de abastecimiento provistas de fondos provenientes de la "Cassa del Mezzogiorno".

Existe también un plan del "EFI", otro grupo multinacional del sector paraestatal italiano, que se proponía hace años absorber 5.000 establecimientos minoristas, especialmente en el sector de la carne, para poder suministrar toda la asistencia de carácter comercial, administrativo, técnico y de servicios.

Ambos proyectos fracasaron y, en compensación, existe todo un movimiento de redescubrimiento de las grandes uniones voluntarias, de las cadenas de compra que poco a poco, está adentrándose en el Mezzogiorno. Y en este sentido añadiré un último detalle: la Coop-Italia, es decir, esta organización productiva y agrícola, de origen partidista más que política, está buscando los primeros contactos en el sur de Italia, particularmente en Sicilia, a fin de organizar las ventas del comercio tradicional, por una parte, y crear--se, además, una serie de estructuras para las exportaciones, especialmente las hortofrutícolas, hacia los países europeos y de fuera de Europa.

P.- De la interesantísima y completa exposición del Sr. Ferrareto, podríamos extraer diversas conclusiones para reflexión. Puede decirse que en Italia se acusa una relevante circunstancia de dinamismo del sector mayorista en el comercio en general y particu--

larmente en el sector de la alimentación. Existe mayor crecimiento, una tendencia al aumento de la dimensión y a la diversificación pero de manera especial estas entidades formadas por agrupaciones de mayoristas asociadas, integradas y diversas formas adaptadas a las circunstancias de cada país tienden a transformarse no en entidades para las compras en común sino para la prestación de servicios, es decir tienden a potenciarse, ya lo son y cada día más en auténticas centrales de servicios con los que tratan de resolver los problemas de coordinación de las compras, la asistencia a la venta a la gestión, promoción y a la gestión del lineal a la selección de los surtidos básicos, etc. entonces hemos visto que en Alemania es el sector mayorista el que evoluciona, también hemos visto que no es igualmente en Italia, sabemos que no es igualmente en Francia y en otros países. Podemos concluir que las entidades de distribución al por mayor son el motor de la evolución de la transformación y del dinamismo del comercio en toda Europa, bien que la función mayorista se ejerza bajo distintas formas desde la integración de entidades cooperativistas de grandes estructuras y cooperativas que en el fondo son también unidades de gestión al por mayor. De nuevo atrae mi atención el hecho de que la atomización del comercio, la pulverización del comercio al nivel detallista del que nos ha hablado el señor Ferrareto provoca un interés relevante de los partidos políticos y de determinadas estructuras o personalidades del Gobierno. Seguramente no soy yo el único que sabe esto de los presentes aquí, que el Sr. Andreotti ha sido el abogado de los pequeños miles o in--

cluso millones si se engloban todos los establecimientos de ventas al por menor ha sido el abogado de los detallistas por quizás razones de humanismo de la Democracia Cristiana evidentemente por razones electorales. Y entonces la reflexión final es que en los países latinos, Francia, Italia, y ahora esta también España, es el comercio al igual que antes lo ha sido la agricultura un factor o un sector donde tiende a polarizarse la intervención del Estado de una manera directa o indirecta a través de la presión de los políticos en la sedicente reestructuración del comercio en la creación de leyes delimitaciones de esta y de otra naturaleza.

Y mi reflexión es que esto no existe en los países donde más dinámicamente se ha reestructurado el comercio, donde más se ha potenciado el ejemplo del que nos hablaba antes el Sr. Devine y que conocemos, y es que el elemento de reflexión, de formación, de creación y de difusión de nuevas técnicas, en Alemania lo hace un instituto de la universidad de Colonia o la del instituto IFO sobre el autoservicio y el Cash and Carry en Munich y otro cuyo nombre siento no recordar en este momento que existe en Amburgo, al igual que pasa en los Estados Unidos. Entonces nosotros en un país de estas características tenemos que reflexionar y decir si es que esta acabó en la vía de que cada día el comercio como antes ha pasado en la agricultura y sigue pasando, tienda a ser elemento de cultivo de choque de afrontamiento de diversos criterios y tendencias de credos políticos o el comercio debe ser lo más libre posible porque cuando el comercio es libre evolu

ciona por si mismo, se moderniza, perfecciona sus técnicas de gestión, elimina a los ineficaces y provoca el relajamiento los eficaces porque en el comercio, que es un servicio público casi que tiende a justificarse el método que sea con tal de que sea auténticamente eficaz. Nada más.

R.- Puedo responder brevemente a las tres consideraciones expuestas por este señor. Antes de nada, es cierto que el sector mayorista está redescubriendo una función que supera la de la compra y venta en común, dirigiéndose hacia un área de servicio. Está cualificándose cada vez más como central de servicios para el minorista. En segundo lugar, por lo que toca al aspecto político de la atomización del comercio, hay un fenómeno muy característico en Italia, que en parte se orienta desde el lado opuesto al famoso poujadismo francés; es decir, hasta el año pasado, la gran masa electoral del comercio se concentraba en la Democracia Cristiana. El año pasado, con las elecciones de 20 de junio, pienso que más del 70-80% del comercio pequeño y mediano se ha orientado hacia el Partido Comunista. ¿Por qué?. Porque el Partido Comunista italiano ha redescubierto, y lo subraya continuamente, la dimensión de la pequeña y mediana empresa. Por lo tanto, hay toda una presión política para favorecer, incluso desde el punto de vista financiero, además del administrativo, al pequeño y mediano comerciante. Ello puede tener una serie de repercusiones negativas en el sentido de una mayor evolución del comercio, pero es una realidad política que puede condicionar en gran parte la evolución ulterior del sector comercial en cuanto entidad económica.

En tercer lugar, por lo que toca al aspecto cultural, es cierto que en Alemania existe el "IFO" - de Munich, organismos en la universidad de Colonia, en Hamburgo, en Berlín y en Essen. Es también cierto que en Italia tenemos estos dos Politécnicos de Nápoles y Milán, por medio de los cuales se estudia el sector comercial en sus componentes no sólo económicas sino, - además, sociológicas, políticas y culturales. Y este - acuerdo de colaboración entre Munich y Milán están dando ya los primeros resultados en Italia. Esta experiencia se ha iniciado no hace más de 3 años, pero ya existe en la Universidad Bocconi de Milán un equipo de profesores que están redescubriendo, a instancias también de las fuerzas económicas y políticas de otros sectores, la función de arrastre, culturalmente hablando, - del comercio para una evolución de la sociedad italiana.

P.- A mí me ha sorprendido la cifra de vendedores ambulantes que ha dicho de Italia, o principalmente la cuota de mercado que se llevan en productos - agrícolas un 70% si no he entendido mal. Mi pregunta - es si como comercio ambulante se define lo que aquí entendemos como comercio ambulante, o si se trata de algún comercio que sea semisedentario quizá como unos - mercados más o menos fijos pero que cada día se monten y se desmonten. Me gustaría que me aclarara esto y también si el vendedor ambulante es el que se somete en - Italia a la legislación vigente cuanto a normas sanitarias, fiscales y de tipificación de los productos que expende y de la calidad que ofrece, o si por el contrara

rio es que Italia tiene una anarquía grande que tolera que un porcentaje como es un 70% de sus ventas de productos agrícolas se vendan de forma anárquica.

R.- Si, es cierto, quizás se ha producido un equívoco por mi parte. Cuando hablo de comercio ambulante me refiero a aquellos comerciantes que cada día montan y desmontan su tienda, pero me refiero también al pequeño o pequeñísimo establecimiento. Es cierto lo que decía de que en el sector hortofrutícola el 70% pasa a través de este tipo de comercio, en particular el comercio ambulante, más todavía que por las tiendas fijas.

En cuanto a esto existe una normativa comunitaria cualitativa sobre estos productos, en virtud de la cual todos los productos que se exporten hacia mercados exteriores deben someterse y estar controlados por aquella. Respecto al comercio interior, aún cuando teóricamente existe la misma normativa, de hecho no se aplica. Por tanto, ello implica que muchas veces en el mercado italiano el pequeño comercio no cualificado vende también productos o subproductos de no elevada calidad. Esto vale tanto para la normativa referente a la calidad como para la normativa sanitaria. Es cierto también otra cosa que se relaciona con un punto al que antes aludí: en gran parte, el pequeño comercio ambulante o incluso estable, evade una gran parte del "IVA", el impuesto sobre el vañor añadido. Y esto es uno de aquellos elementos por los que, hasta cierto punto, cuando se habla en Italia del costo de la gran distribución, la cual, naturalmente, debe pagar el im-

puesto sobre el valor añadido y las cargas sociales de sus propios empleados, resulta que al pagar por todos - estos conceptos la gran distribución tiene precios que aproximadamente se corresponden con los del comercio am bulante. Por tanto el análisis se traslada también ha-- cia otro punto de vista, hacia el sentido de una recupe ración de la fiscalidad evadida por el pequeño comercio. Recuperación, sin embargo, que, bajo otro punto de vis ta, no es muy del agrado de nuestros políticos, porque trae dos consecuencias: el partido que solicitara un - control fiscal estricto sobre el pequeño comercio se ena jendaría, ante todo, una posible base electoral, por una parte, por otra, se da el fenómeno de que si el pequeño comercio pagara íntegramente el IVA como la gran distri bución, se daría un aumento en sus precios y, por tan-- to, un alza en el coste de la vida, con enormes reper cusiones sociales. Por tanto, se da un círculo vicioso, pero como la última palabra la tienen, desgraciadamen-- te, los políticos, no se ha encontrado todavía un modo de escapar a este círculo vicioso de forma que se con-- tente a unos sin descontentar a los otros.

Por último, cuando les hablo de esta diferen cia en favor de la gran distribución, debo referirme - también a una entrevista con el Presidente de la gran - distribución italiana, en la que él señalaba que podrían reducirse los precios de la gran distribución en una - media del 10%, aunque, de hecho, por estos fenómenos de costes no de gestión, costes limitados desde el punto - de vista de la mano de obra, y evasión del IVA, los pre cios de la gran distribución y los de las tiendas tradi cionales son prácticamente iguales.

## 7ª PONENCIA

LAS POLITICAS GUBERNAMENTALES DE DISTRIBUCION EN EL MERCADO COMUN, CON ESPECIAL REFERENCIA A LA EXPERIENCIA FRANCESA.

D. Serge Lacrampe

Profesor de la Escuela de Altos Estudios Comerciales de París.

Para conocer la política que los gobiernos de los países de la C.E.E. practican en materia de distribución, es necesario tener en cuenta las tendencias profundas que marcan la evolución de las economías liberales y resaltar las contradicciones que puedan surgir de esta evolución entre la teoría liberal y la realidad. Para interpretar esta política, es también necesario evocar los antecedentes sociales y el "pasado" de cada país.

El liberalismo en materia económica se basa en el mecanismo de los mercados. Cada agente económico puede actuar, puesto que la existencia de esos mecanismos garantiza:

- Un control de sus actuaciones que serán sancionadas o recompensadas por el mercado.
- Una armonización entre las actuaciones de diferentes agentes económicos, basada especialmente en el papel que desempeña la disuasión o, al contrario, el interés que despierte el precio practicado en el mercado, en un determinado momento.

A pesar de las experiencias de planificación y de las numerosas reglamentaciones, la importancia de los mercados como factores de equilibrio económico, sigue siendo considerable. Sin embargo, si un mercado no funciona correctamente, no podrá garantizar su actuación de equilibrio; éste exige: libre concurrencia, libertad de acceso a cualquier mercado y difusión de la información.

La aplicación de estos principios de la economía de mercado, está sin embargo amenazada por varios factores. Puede decirse que está amenazada en su estructura porque la tendencia a la concentración es inevitable. ¿Acaso el éxito de un mercado no conduce a una expansión y por consiguiente, a una posición dominante y destructora de la competencia?.

Está también amenazada por razones sociales y políticas. La economía de mercado, por la fluidez en los intercambios que la caracterizan, es eminentemente dinámica. Este dinamismo acarrea dos consecuencias básicas: la primera se relaciona con el aumento de bienes y servicios puestos a disposición del consumidor, ¿quién podrá quejarse de tales ventajas?. La segunda consecuencia es, sin embargo, menos apreciada; este mismo dinamismo, fuente de desarrollo económico, obliga a una adaptación constante de las estructuras. Toda adaptación supone unos costes, en primer lugar de carácter social, puesto que representa cambios de empleos, de lugar de trabajo, etc.; en segundo lugar, económicos, ya que obligan a reconvertirse o reconversiones de fábricas, a cierres de empresas. En el período actual, marcado por un desempleo muy elevado, estos costes pueden parecer exorbitantes y no es de extrañar que se produzcan

presiones políticas y sociales considerables, que frenan las adaptaciones necesarias.

Dentro de este contexto, los gobiernos deben -- plantearse las decisiones a adoptar. Si se cuenta con los medios de ser racional y responsable, el gobierno se esforzará en conservar el dinamismo que aporta la economía de mercado. Deberá, pues, defender y acentuar la competencia, eje esencial del desarrollo técnico y económico; salvaguardar el principio de libre acceso a los mercados; fomentar la difusión de información. Para todo ello deberá oponerse a concentraciones y alianzas que puedan poner en peligro el buen funcionamiento de los mercados; luchar contra procedimientos que tiendan a obstaculizar la libre competencia, prácticas aplicadas, sobre todo, en materia de fijación de precios. Al mismo tiempo, se esforzará también en atenuar los costes, tanto sociales como económicos, originado por el dinamismo de la economía de mercado. Su actuación tendrá como objetivo facilitar las reconversiones necesarias de las empresas y contribuir a la capacitación de valores humanos.

Las dos condiciones necesarias de una política económica, que en teoría sería perfectamente racional, son la defensa del dinamismo de la economía de mercado y la disminución de los costes que esta conlleva. Desgraciadamente, la realidad se aleja a veces de la teoría y la racionalidad varía según la persona que la interpreta.

Por eso, los gobiernos de los países de la C.E.E. y particularmente el Gobierno francés, se hallan frente a numerosas presiones, eficaces a veces, de los que no pue--

den soportar el costo de la transformación de las estructuras. Esta presión puede expresarse incluso en términos políticos. Tomemos por ejemplo Francia, donde el movimiento "poujadista", encabezado por Pierre Poujade y apoyado por los comerciantes y pequeños empresarios, consiguió, - después de las elecciones de 1954, contar en el Congreso con unos 50 diputados favorables a este movimiento. Actualmente, esta presión ha cambiado de orientación política, pero continúa siendo importante. Bajo tales presiones, - los gobiernos interesados podrían verse obligados a tomar medidas conservadoras, que pueden ir, incluso, en contra de los principios de la economía de mercado.

Frente a tales orientaciones, la Comunidad Europea tiene un papel importante que cumplir: unir el dinamismo de una economía de mercado a la reducción de costes de mutación, esta es la meta que se fijan la mayoría de los gobiernos de la C.E.E. en el terreno de la distribución. En este contexto nos limitaremos primeramente a recordar las acciones realizadas para salvaguardar el dinamismo de competencia y, después, examinaremos las medidas destinadas a la reducción de costos.

En relación con el primer tema analizamos a continuación los objetivos e instrumentos de la política gubernamental en favor del desarrollo de la competencia.

Todos los países de la comunidad europea han podido observar que el movimiento de concentración de empresas que ha marcado el mundo económico, ha afectado también al sector de la distribución.

El desarrollo de las grandes superficies que practican la venta en autoservicio, y que venden con márgenes reducidos los productos de gran consumo, ha sido espectacular. Fue la causa de la disminución de los circuitos de distribución de la fuerza de las centrales de compra y de la reducción del número de los puntos de venta. Frente a esto, el pequeño comercio, cuyas estructuras resultaban demasiado tradicionales, ha conocido varias dificultades.

Pero si esta competencia fue ampliamente provechosa para los consumidores, contribuyendo a bajar los márgenes comerciales, crear la infraestructura casi inexistente en la periferia de las grandes ciudades y particularmente en la región parisina y facilitar los abastecimientos con la fórmula de "todo bajo un mismo techo", del autoservicio y la disponibilidad de los aparcamientos de coches. Podemos, sin embargo, temer que si esta concentración prosiguiese, ciertas sociedades del comercio integrado llegarían a tener una posición oligoprolística peligrosa para el cliente.

Los poderes públicos de varios países son unánimes en reconocer la necesidad de mantener un equilibrio satisfactorio entre las diferentes formas de distribución con la preocupación de satisfacer a los consumidores, tanto a nivel de precios como al de la calidad de los productos y de los servicios ofrecidos. Además la estructura del aparato comercial debe contribuir a mejorar la calidad de vida, y responder de manera satisfactoria tanto a las necesidades de las poblaciones de las zonas urbanas, como rurales. Salvaguardar una competencia clara y leal -

evitando el hundimiento de la pequeña empresa y el despilfarro de los equipamientos comerciales, tales son los objetivos de la política gubernamental en Francia, en materia de competencia dentro del sector comercial.

La actuación gubernamental se ha realizado con las siguientes normas: a) implantación de procedimientos de concentración en materia de implantaciones comerciales; b) mejora de las condiciones de la competencia por la reglamentación de las prácticas comerciales; c) contribución a la transferencia de mercado y d) ley sobre la exposición de precios, información de los consumidores.

a) Los procedimientos de concentración en materia de urbanismo comercial.

La Ley de 1973, se esfuerza en proteger la igualdad de posibilidades entre las formas de comercio en medios desproporcionados.

Para la implantación de una política concertada en materia de urbanismo comercial, la participación de las Cámaras de Comercio y de Industria, ha sido requerida a la vez durante los estudios previos, y en el momento de tomar la decisión, junto a las colectividades locales durante la elaboración de los documentos de base (esquema director de ordenación y de urbanismo, planos de ocupación de los sueldos, etc.) que servirán para localizar los equipamientos colectivos, distribuir las diferentes formas de actividad dentro de las zonas urbanas. Pero la medida más notable fue la creación de comisiones departamentales de urbanismo comercial requerida para estatuar

sobre todo proyecto de implantación de una superficie de venta superior a 1.500 metros cuadrados (1.000 metros cuadrados para los municipios de menos de 40.000 habitantes). Para unir a todos los interesados en esta decisión y crear una institución responsables, esta comisión está compuesta por representantes de las colectividades locales, representantes de las actividades comerciales y artesanales, designados por la C.C.I. y representantes de las asociaciones de consumidores; ninguna categoría es mayoritaria. Unas fichas analíticas detalladas, destinadas a los miembros de la comisión, antes de la reunión, deben darles todos los miembros de información necesarios, para permitirles apreciar el interés del proyecto dentro de la perspectiva de una conciliación entre consideraciones a veces contradictorias: satisfacción de las necesidades de las zonas urbanas y rurales, satisfacción de las necesidades del centro de las ciudades y de las zonas periféricas, equilibrio del equipamiento en el plano regional, intereses puestos, a veces puestos en oposición, de las diferentes colectividades locales.

Cualquiera que sea la decisión tomada, es posible presentar recurso al Ministerio de Comercio: o bien por el peticionario (responsable del proyecto), o bien por el tercio de miembros de la Comisión.

b) Mejora de las condiciones de competencia por la reglamentación de las prácticas comerciales.

La concentración en el sector de la distribución, causa de relaciones de fuerza desproporcionadas entre los

diferentes afiliados de la actividad económica, ha originado en ciertos casos prácticas discriminatorias en las relaciones de comercialización entre proveedores y distribuidores.

En efecto, ciertos distribuidores por su capacidad de compra, están en condiciones de conseguir de sus proveedores precios surtidos, generalmente en condiciones de venta preferenciales. La Ley prescribe que las condiciones de venta deben ser objetivas, es decir, fundadas sobre las cantidades vendidas o sobre los servicios prestados por el comerciante al proveedor en el marco de los acuerdos de cooperaciones comerciales. Para que todo comprador pueda beneficiarse de estas condiciones, el baremo de los precios y condiciones de venta (también los descuentos y plazo de moratoria) debe ser comunicado a todo el revendedor que lo pida. En el cuadro de la política comercial de las empresas de venta al detalle, ciertas prácticas como el "precio de oferta" sistemático, se consideran engañosas, perjudica a los comerciantes pequeños, incapaces de soportar esta competencia desleal que conducirá a su eliminación.

- libertad de fijación de precios de venta
- mejora del servicio prestado a los consumidores, en aplicación del contrato (por ejemplo, exigencia de calificación técnica del vendedor, de un servicio "post-venta", etc.

Esta prohibición de relación de venta está generalizada en el seno de la C.E.E. y es objeto de una vigilancia estricta por parte de la Comisión Europea.

## c) Mejora de la transparencia del mercado.

La limitación de estas trabas al juego de la competencia, tendría una eficacia limitada si los consumido--res no dispusiesen de una libertad de selección.

Por otra parte es necesario proteger al consumi-dor contra ciertos abusos que traten de engañarle y de im-pedir que pueda escoger con libertad:

- A esta preocupación responde el hecho de prohi-bir los precios de oferta que engañan al consumidor hacién-dole creer que todos los precios de almacén son sistemáti-camente bajos.

- A esta preocupación corresponde también el he-cho de prohibir ventas con regalo que encarecen el precio del producto y crean una confusión en la mente del consumi-dor, el cual, en este caso no elige en función de la cali-dad y precio, sino en el aspecto atractivo del regalo.

- A esta preocupación responde también la actua-ción de las actividades contra la publicidad engañosa.

- A esta preocupación responde igualmente, la -práctica de concertación entre productores, consumidores y autoridades, elaborada para encontrar en común soluciones flexibles y realistas. Este acuerdo se hace particularmen-te en el cuadro de los trabajos de la Junta Nacional del -consumo.

Un servicio local compuesto de representantes -de productores, de comerciantes, de consumidores y de la -

Administración, responde a las peticiones de información - de los consumidores y se esfuerza en solucionar amistosa-- mente los casos de litigio.

La acción gubernamental favorece el desarrollo - de las asociaciones de consumidores mediante subvenciones directas a las organizaciones de consumidores; con crédi-- tos otorgados para asegurar la formación profesional de - los miembros; y a través de la autorización que les ha si-- do concedida de demandar judicialmente a los autores de in fracciones, que causen un perjuicio directo o indirecto al conjunto de los consumidores. Esta última disposición re-- fuerza el carácter disuasivo de la legislación.

Una mejora en la información de los consumidores, es la más válida garantía para poder escoger libremente. - Esta información se refiere a los productos y servicios - ofrecidos para que el consumidor escoja, según sus necesi-- dades, de ahí las reglas en materia de etiquetaje y las re comendaciones concernientes a un etiquetaje informativo.

También es necesario para aumentar la transparen cia del mercado, que el consumidor conozca sus derechos; - por eso el Estado ha realizado emisiones de televisión so-- bre estos temas con el apoyo de las asociaciones de consu-- midores. El Instituto Nacional del Consumo aporta también una ayuda en este sentido: asistencia técnica, jurídica, - económica para la difusión de una revista destinada a in-- formar a los consumidores.

A pesar de estas acciones queda mucho por hacer sobre este tema.

Tras la exposición de objetivos e instrumentos de la política gubernamental en favor del desarrollo de la competencia pasamos a analizar las medidas tendentes a reducir los costes de dicha política y más en concreto, las medidas en favor de la especialización y modernización de la pequeña y mediana empresa comercial.

No hay que olvidar que frente a la amenaza de la multiplicación de las grandes superficies, el comercio independientemente ha demostrado por su dinamismo que la ofensiva era la mejor estrategia. Así, se desarrollaron varias formas de comercio asociado, cuyo objetivo fue competir con el enemigo en su propio terreno: formando establecimientos tradicionales en auto-servicio, implantación de supermercados e hipermercados, obtención de precios de compra reducidos permitiendo bajar los márgenes comerciales pero también mejorar lo que era su punto fuerte: el servicio a la clientela particularmente en el marco del comercio especializado.

La Administración supo descubrir el interés de este movimiento espontáneo de reestructuración del comercio para los consumidores y para la economía nacional. Pues el legislador ha previsto estimular las agrupaciones de empresas comerciales y la creación de servicios comunes.

Ya hemos visto que en materia de financiación las intervenciones del F.D.E.S. y de las S.D.R. se destinaban particularmente a las distintas formas del comercio asociado y que la pertenencia a una agrupación constituía para los comerciantes una condición para poder beneficiarse de los préstamos especiales.

Las otras medidas que se derivan de esta preocupación son de naturaleza muy variada.

a) Estructuras jurídicas.

En el plano jurídico, el estatuto de las cooperativas fue modificado para responder de mejor manera a las necesidades de las centrales de compras de minorista. Los almacenes colectivos de independientes han sido también - objeto de una ley que precisa las diferentes formas jurídicas que deben revestir este tipo de operación así como ciertas modalidades de funcionamiento. La fórmula de agrupar el interés económico ha conocido un gran éxito.

Dicha fórmula creada en 1967 con el fin de que las empresas que deseaban conservar su autonomía pudieran sin embargo, tener en común algunas de sus actividades o medios destinados a facilitar o a desarrollar la actividad económica de sus miembros y a mejorar los resultados de esta actividad, la agrupación no tiene por meta la consecución de beneficios, pero se admite esta eventualidad. Esta agrupación puede constituirse sin capital, pero goza de la personalidad jurídica y por lo tanto, puede obtener préstamos, poseer bienes, etc... Puede ser formada por regiones, por mercado, por producto, por profesión, por función, pero lo importante es que tengan una meta precisa y bien definida.

La flexibilidad y la simplicidad de esta estructura jurídica que preserva la individualidad de los socios, han hecho de los G.I.E. (Agrupación de interés económico), un buen marco para todas las formas de coopera--

ción. Pero hay que resolver muchos problemas psicológicos para conseguir la cooperación de personas cuyos intereses son a veces opuestos, se necesita mucha imaginación y mucha experiencia práctica de los negocios y de los hombres para llevar a realizaciones satisfactorias: las primeras experiencias lo han demostrado. Pues es importante que la cantidad de los miembros de G.I.E. sea limitada.

b) El papel indirecto de las comisiones del urbanismo y de las cámaras de comercio e industria.

Sabemos que las disposiciones de ley de orientación del comercio de 1973 se esfuerzan en restablecer una cierta igualdad de las posibilidades entre formas de actividad cuyos medios son muy desproporcionados. El resultado innegable de esta actuación ha sido frenar la implantación libre de superficies grandes de venta.

Pero es también importante observar que las comisiones del urbanismo no se contentan con una actitud negativa de realzar proyectos. En efecto, desde hace 3 años los proyectos aceptados se refieren casi siempre a la implantación de una gran superficie asociada a una galería comercial. A veces se da prioridad a los comerciantes locales para que tengan la posibilidad de intervenir en estas operaciones. Así, el comercio independiente está llevando a participar de manera activa en las nuevas formas de comercio.

Finalmente las Cámaras de Comercio y de Industria participan en la elaboración de los planos de urba--

nismo (tal como los esquemas rectores y de urbanismo) en lo que se refiere a la implantación de equipamientos comerciales. Han sido autorizadas para crear de acuerdo con las colectividades locales implicadas, cualquier clase de equipamiento comercial con el fin de permitir el acceso de los comerciantes a la propiedad de los fondos o locales sin aportación inicial en capital.

c) Actuaciones que favorecen la realización de estudios de mercado, de ambientación o de promoción por parte de asociaciones o agrupaciones de comerciantes.

El objetivo es siempre incitar a los comerciantes independientes a racionalizar su gestión. Para ello se han empleado distintos medios:

En 1974 por iniciativa del Ministerio de Comercio y de algunos comerciantes se creó una asociación que agrupa todas las asociaciones de comerciantes, sean locales, regionales o nacionales. Su objeto es coordinar las actuaciones previstas por diferentes agrupaciones, informar a los comerciantes sobre las posibles formas de colaboración, aconsejar a los comerciantes deseosos a realizar acciones comunes, por ejemplo, en el plano de la promoción comercial o de la ambientación de zonas.

Se ha establecido también en las capitales de provincia juntas de estudios técnicos del comercio, al servicio de los comerciantes para realizar estudios de mercado para llevar a cabo todos los estudios previos a la realización de agrupaciones, asociaciones, acciones comunes, centros de gestión, etc.

También el Ministerio subvenciona agrupaciones - para una realización concreta para la mejora de la competividad o de los servicios prestados a los consumidores. Organiza también con la colaboración de los centros de estudios un concurso entre los comerciantes y concede dos tipos de premios: el mercurio de oro, otorgado al ganador - del concurso de los comerciantes y el rótulo de plata: -- otorgado a una asociación de comerciantes por una opera---ción de ambientación o de promoción.

Son estos, estímulos distintos que tienden a desarrollar la idea de que la cooperación es un factor dinámico que permite realizar acciones difíciles y a veces ineficaces a nivel individual.

#### d) Centros de Gestión.

Los centros de gestión son asociaciones creadas a la iniciativa de peritos contables y de Cámaras de Comercio y de Industria, compuestas por organizaciones profesionales industriales, comerciantes, artesanos o agricultores.

La finalidad de estos centros no es el llevar la contabilidad de los afiliados, sino de facilitarles los - servicios en materia de gestión, particularmente en los - campos de la asistencia técnica y de la formación. Los afiliados pueden también, bajo ciertas condiciones beneficiarse de las ventajas fiscales.

Los comerciantes tienen total libertad para afiliarse al centro de gestión que elijan, cualquiera que sea su forma jurídica y el modo de imposición o la categoría -

de impuestos de los cuales dependen. En contrapartida se exigen ciertas obligaciones: la de producir los elementos necesarios al establecimiento de una contabilidad real, la de hacer revisar las declaraciones de resultado por el representante de los peritos contables que se ocupa o solamente vigila la contabilidad y la de proveer al centro de los documentos contables de síntesis (cuentos de explotación y balance).

El comerciante recibe del centro un análisis de su situación financiera y económica en forma de ratios, comentarios y estudios comparativos de los balances.

Pero la ayuda del centro se traduce también en la organización de sesiones informativas para sensibilizar a los afiliados ante los problemas de gestión y aportarles un mejor conocimiento o puesta al día de las reglamentaciones fiscales y a veces asistencia en caso de inspección fiscal.

Además, las empresas que no han optado por la aplicación del impuesto sobre las sociedades y cuyo volumen de negocios sea inferior a 1.500.000 F. podrán obtener ventajas fiscales substanciales. En 1978 exoneraciones del 20% sobre el beneficio (si es inferior o igual a 150.000) y de 10% sobre el grupo situado entre 150.000 y 360.000 F. de beneficios.

e) Ayuda para favorecer el cierre de las empresas no rentables.

Muchos de los comerciantes deciden cesar su ac--

tividad y no encuentran comprador para su fondo de comercio. Cuando los recursos comerciales y no comerciales de estas personas no exceden ciertos límites está prevista una ayuda especial compensadora en su favor. Las condiciones se basan en la edad, en la duración de la actividad en calidad de jefe de empresa, en el cese de toda actividad de dirección de una empresa, en la puesta en venta del fondo de comercio. El importe de la ayuda depende de la renta media profesional de los cinco últimos años de actividad y eventualmente del precio de venta del fondo, y del nivel total de los recursos disponibles. Se ha previsto también el caso de los comerciantes afectados en su actividad profesional por operaciones de equipamiento colectivo no dándoles derecho a ninguna indemnización.

Si la situación está comprometida de manera irremediable, y como consecuencia el comerciante debe dejar su negocio, se le podrá conceder una ayuda, semejante a la destinada a los comerciantes de edad avanzada.

Este régimen constituye un elemento de la política social del Gobierno pero es positivo en el plano económico ya que se concibe para que los empresarios tengan una actividad profesional normal, teniendo en cuenta que en el caso de traslado de la empresa se aumenta la indemnización en un 50%.

Hemos abordado anteriormente las medidas tomadas por la Administración, concernientes al sector de la distribución, por una parte bajo el ángulo de la defensa de una competencia leal y bajo el ángulo de la productividad por servicios prestados a la colectividad. Pasamos

ahora a situar esta política francesa en el contexto del Mercado Común con el fin de hacer resaltar las afinidades y las diferencias que caracterizan las políticas gubernamentales de los diferentes países del Mercado Común en materia de distribución. Examinaremos la acción de la Administración primero en cuanto a la implantación de equipamientos comerciales y después en cuanto a la reglamentación de las prácticas comerciales. Finalmente veremos como los distintos países del Mercado Común han abordado el problema de la información y educación de los consumidores.

a) En materia de urbanismo comercial, un estudio realizado por la Comisión de las Comunidades Europeas en este campo puntualiza los objetivos perseguidos y las medidas tomadas por los Estados Miembros. Podemos destacar de este estudio que de un modo general las distintas políticas practicadas tienden a realizar un equilibrio entre las diferentes formas de comercialización y a mantener la diversidad de los circuitos de distribución. Es de notar que esta uniformidad de objetivos se observa a pesar de que existen diferencias muy importantes en cuanto a las estructuras comerciales.

En todos los países la Administración se preocupa también de adaptar el equipamiento comercial a las necesidades de todos los consumidores, tanto en las zonas urbanas como en las zonas rurales. A esta preocupación responden las operaciones de renovación de los antiguos centros urbanos y la creación de calles o zonas reservadas a los peatones.

En lo concerniente a los medios utilizados por la Administración para llevar a cabo estos objetivos, pueden distinguirse dos grupos de países: En Alemania, Holanda, Dinamarca, Inglaterra e Irlanda, las inversiones comerciales están controladas por las Leyes relativas a la construcción, al urbanismo y al equipamiento del territorio. En efecto, los equipamientos comerciales están programados o planificados y además las autoridades locales tienen el poder de autorizar o rechazar los proyectos de implantación comercial, según estos estén o no conformes con las orientaciones del plan.

Por el contrario, en Francia, Bélgica, Luxemburgo e Italia, se ha elaborado una legislación especial que restringe la libertad de crear o aumentar las superficies comerciales, cuando éstas son importantes. Las medidas tomadas en Bélgica y Luxemburgo en 1975, se inspiran en la Ley francesa; en efecto, estas medidas prevén la creación de organismos que reúnen el conjunto de los interesados.

En Italia, la legislación exige que toda persona que desee realizar una proyección comercial, posea las calificaciones suficientes; por otra parte es necesario - obtener una autorización a nivel regional cuando las superficies previstas sean importantes. La aplicación de estas disposiciones plantean algunos problemas derivados -- del funcionamiento de las estructuras administrativas.

b) En materia de competencia, los distintos países de la Comunidad Europea, están obligados a respetar - los artículos 65 y 86 del tratado. La Comisión Europea vi

gila la aplicación de estos artículos, y precisa algunos puntos en cuanto a su aplicación.

En todos los Estados miembros, se observa una acentuación en cuanto al cumplimiento de estas normas, - gracias a estos procedimientos, las leyes relativas a la salvaguardia de la competencia, pueden ser más precisas y eficaces.

De un modo general se prohíbe imponer precios mínimos a la venta; Dinamarca, sin embargo, atenúa estas disposiciones para evitar que empresas eficientes desaparezcan. También todos los países prohíben ciertas prácticas de rebajas o ciertas condiciones de venta, salvo si un acuerdo de exclusiva, aportan a los consumidores ventajas efectivas.

Alemania y Holanda, lo mismo que Francia, fomentan acuerdos de cooperación entre pequeñas y medianas empresas con la finalidad de contrarrestar a las empresas dominantes o con la idea de mejorar los servicios prestados al consumidor.

c) En materia de información, en cuanto al consumidor, también varios países han realizado esfuerzos - importantes. Estos esfuerzos se han concretado a veces - en cuanto a la presentación de las etiquetas; en otros - casos se ha llegado a establecer una política global del consumidor, cuyo objetivo es ofrecer la posibilidad de - comparar eficazmente las distintas ofertas. Estas condiciones son necesarias para que el principio de transpa--

rencia del mercado sea una realidad. En Inglaterra y en Francia las medidas relativas a la protección del consumidor forman parte de una política global que tiende a fomentar la competencia.

Muchas gracias.

COLOQUIO

D. Angel Esteban Fernández

Director de Comercio de Productos Agropecuarios  
con la CEE y EFTA. Ministerio de Comercio.

Agradeciendo al Sr. Lacampre las aportaciones -  
realizadas en su disertación y el esfuerzo que ha efectua  
do al hacerlo en castellano, pasamos ahora al coloquio.

Vamos a hacerlo relativamente breve, porque pien  
so que lo que está flotando a lo largo de toda la mañana  
de hoy es, me parece, un coloquio, una discusión más am  
plia sobre la evolución del comercio, sobre la base de la  
libertad y de la propia iniciativa y la contrapartida en  
el doble o triple nivel, en que se pueda situar, del Esta  
do a través de la Ley, a través de la acción directa, etc.  
Y más bien pienso que el coloquio de última hora de la -  
tarde, vamos a asistir, de alguna manera, a una profundi  
zación de esta polémica. No obstante hay aspectos muy con  
cretos importantes que se derivan de esta ponencia y lo -  
mismo que hemos hecho anteriormente, lo vamos a intentar  
resumir al máximo en este coloquio breve.

Como reflexión de esta ponencia hay que destacar  
las características actuales de la distribución española  
situadas a la luz del momento actual francés. Creo que el  
momento de ambos países es muy parecido. Francia nos lle  
va por delante todas las ventajas de unos años; pero creo  
que las medidas gubernamentales que se están tomando en -  
los dos países, sobre todo en el campo de la asistencia -

financiera, van paralelas. Sí existe una evolución imprevisible, para mí muy importante, y es que la Comunidad hasta ahora ha caminado muy lentamente y ha dado muy pocos pasos en la dirección de una armonización de las políticas en este campo.

Creo que la Comunidad, como ya ha apuntado alguien, caminará muy rápidamente en este sector, dado los problemas que presenta y entonces, cuando nosotros entremos en la Comunidad, ya se habrán hecho realidades bastante importantes en este campo. Pienso que de alguna forma deberíamos participar también pues cara a estas posibles modificaciones de la política comunitaria.

Creo que ya podemos pasar al coloquio, por mi parte no tengo nada más que añadir.

P.- Tengo entendido, viendo las políticas gubernamentales en favor de la modernización y racionalización del comercio, que en Francia se creó la figura del asesor comercial. Quisiera saber exactamente como ha respondido el comercio francés ante la figura del asesor comercial que se creó ya hace varios años. Si realmente ha sido efectiva la labor del asesor y de este profesional en el comercio francés. Si realmente ha incidido de una manera positiva en la estructura comercial francesa.

R.- Me parece que se puede decir que ha mejorado la situación de los comerciantes. Sin embargo, de una manera general las pequeñas empresas, los dirigentes de las pequeñas empresas no son muy favorables para ir a preguntar

informes, a pedir ayuda a los Consejeros de las Cámaras de Comercio. Por otra parte hay, estos centros agregados normalmente presentan sobre papel una ventaja considerable, - puesto que si el comerciante lleva su contabilidad a estos centros, se benefician con un 20% de rebaja sobre sus beneficios de origen fiscal; sin embargo, aquí igualmente se constata un cierto miedo por parte del comerciante que piensa que estos centros están controlados por la justicia.

P.- Esto es solo un pequeño punto con respecto a estos centros de gestión que usted acaba de mencionar, ¿ese 20% de beneficio fiscal es solo del primer año o es siempre?

R.- En realidad tampoco es de una manera fija, de pende de la cifra, el 20% es el máximo cuando la cifra de venta es de 150.000 ptas. por año, también aquí hay un poco lo que se puede llamar una táctica de "privateur".

P.- Mi pregunta se encuadra dentro de esta reglamentación teórica de la comunidad en el que por el artículo 85 y 86 hay que defender la libertad absoluta. Digo teórica porque algunos países después han hecho reglamentaciones bastante limitativas, como por ejemplo hemos visto Italia y la misma Ley Royer de Francia. Yo le haría una pregunta a Vd. como hombre teórico y práctico. ¿Hacia dónde cree Vd. que va Francia?, ¿hacia el acrecentamiento de esas limitaciones, siempre dentro de este campo en el que no se enfrente a la Comunidad Económica Europea o bien hacia una mayor liberalización, en la total puesta en práctica o puesta en marcha de los nuevos puntos de venta?

R.- De una manera general me parece que Francia irá, como todos los países de la Comunidad, hacia una más grande libertad. Lo que pasa es que seguramente irá hacia esa libertad con algunos problemas del tipo sindicales o políticos como lo marca la última huelga de la semana pasada, por ejemplo de las gasolineras. Lo que es característico de Francia es desde hace ya mucho tiempo la interacción del Estado. En Francia en cuanto una empresa tiene una dificultad y el comercio se encuentra afectado, mientras que los alemanes o los ingleses prueban de arreglarse por ellos mismos, ahy una especie de mentalidad que se ha creado con los siglos se va a ver al Estado para que arregle las cosas.

Bueno, damos por finalizadas las intervenciones de esta primera parte de la mañana, para reanudar las sesiones a las cuatro y media.

8ª PONENCIA

LA PROBLEMATICA COMERCIAL DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS ES  
PAÑOLAS EN LA DISTRIBUCION INTRACOMUNITARIA DE SUS PRODUC  
TOS.

Antonio Pont Amenós

Consejero Delegado de Almendras de Lérida S.A.

Rafael Cerezo Enriquez

Director Gerente de ETASA UK Limited

Joaquín Saez Merino

Gerente de Textiles y Confecciones Europeas

Entramos ya en la última de las ponencias y que consiste en el análisis de la problemática comercial de las empresas exportadoras españolas dentro del Mercado Común se han seleccionado tres sectores y empresas que están ya distribuyendo sus productos en la Comunidad Económica Europea, con el fin de que se conozca su experiencia práctica de varios años distribuyendo sus productos en la Comunidad y como ven ellos el problema una vez que España lleguemos a formar parte de esta Comunidad. En primer lugar va a hablar Antonio Pont que es consejero delegado de Almendras de Lérida. En segundo lugar Rafael Cerezo que es Director Gerente de ETASA y después Joaquín Saez Merino, Gerente de Textiles y Confecciones de Europa. Actuará como moderador Pedro Carbonell Fita. Cedo ya la palabra a D. Antonio Pont.

Buenas tardes. Sean mis primeras palabras para indicar que el contenido de mi intervención será expuesto solamente a título personal, sin representatividad de ningún sector exportador en concreto y son solamente las reflexiones de un profesional del mercado exterior que pretende aportar un sentido pragmático al desarrollo de estas jornadas.

La actividad de la empresa que dirijo, está centrada en la exportación de almendras y avellanas y pertenece a un grupo familiar dedicado también a la importación y distribución en el mercado nacional de toda clase de frutos secos, así como la industria, comercio y exportación de aceites.

De entrada es fácil exponer que la integración de España en el Mercado Común ha de reportar sustanciales beneficios o ventajas al sector exportador o agrícola, ya que al equiparar las condiciones arancelarias y las actualmente existentes para los actuales países miembros, ha de significar sin duda, una mejora competitiva notable. Pero creo que vale la pena aprovechar la oportunidad para reflexionar un poco más acerca de la problemática actual - con que se enfrenta la exportación española, las dificultades de la exportación de artículos con mayor valor añadido, la discriminación que en este período transitorio - de negociaciones y a su vez posibles soluciones y mejoras por las que habría que luchar antes de nuestra integración. A modo de ejemplo tomemos las trabas arancelarias. Las almendras españolas tienen que pagar al entrar al Mercado Común un 7%, mientras que las almendras italianas no tienen que soportar ningún gravamen arancelario. A su vez

las avellanas españolas tienen que soportar un 4% en comparación a las avellanas italianas que no pagan nada y tienen que competir con las avellanas turcas que se benefician de pagar un 2'5%, dentro de un contingente bastante generoso que les evita así prácticamente el tener que tributar el 4% extracomunitario. No hablemos del aceite de oliva y toda su problemática de "prevelement" y medidas discriminatorias, pero sí hagamos énfasis en un hecho: el que la actual diferencia arancelaria no es solo con alguno de los nueve actuales países miembros, sino que se manifiesta también con aquellos que tienen un cierto grado de adhesión. Y sigamos con los ejemplos, los piñones españoles tributan un 4%, los griegos sólo 1,20% y los turcos están exentos. Los higos españoles pagan el 10%, los griegos sólo el 6,5%. Estos botones de muestra adquieren mayor significatividad en el momento que contemplamos artículos sujetos a un tremendo proteccionismo. Así Francia protege sus ciruelas con un 16% y hace completamente prohibitivo intentar venderles alguna clase de aceite vegetal envasado a parte del de oliva que ya hemos comentado. Más datos. La ilusión de todo exportador español es el enviar al exterior artículos con mayor valor añadido, artículos más sofisticados con mano de obra incorporada y en adecuadas presentaciones para el consumidor final extranjero. Aquí ya nos encontramos con trabas aún más elevadas, con descarada protección a la industria local. Y sigamos con los ejemplos para mejor ilustrar la cuestión. El exportador español que pretende exportar sus almendras y avellanas más elaboradas sea tostadas, fritas o saladas, tendrá que tributar el 17% discriminatorio si lo envía en envases de menos de un kilo de capacidad, y de un 15% si el envase en que lo presenta es superior al kilo. Mientras que el expor

tador italiano no paga absolutamente nada y el griego o turco no llegan al 7%. O sea que de entrada, el exportador español de productos agroalimentarios no solo se ve discriminado respecto a sus homónimos productores, miembros de un país comunitario, sino que se ve discriminado respecto a Grecia y Turquía y, en todo caso, prácticamente de una manera prohibitiva en relación con productos acabados y envasados en bolsitas, latas o tarros.

Contemplemos ahora la problemática interna de nuestras empresas, su situación, perspectivas y necesidades. Sigamos con casos concretos. Los exportadores de almendras y avellanas pertenecemos a un sector ordenado al que en su día le fue concedida la carta sectorial. - Reconozcamos que fue una clara anticipación de acontecimientos y ha sido un instrumento que ha dado sus frutos y ha evitado un minifundio exportador que, en el pasado, había deteriorado la oferta exterior. Ha permitido tener a la Administración un interlocutor válido y, a través de las comisiones reguladoras, se ha podido ir desplegando una cierta política comercial y ningún año se han presentado problemas de mercancía invendida. Pero, prácticamente, ¿de qué consta una ordenación sectorial?. Desde un punto de vista pragmático consta de tres pilares o tres instrumentos principales: registro especial, desgravación fiscal y crédito a la exportación. - Hagamos notar que los últimos están desfasados, del 7% de desgravación fiscal que con más o menos retraso genera o contabiliza, el exportador solamente recibe completamente liberado el 1'5%, ya que el resto está mediatizado por la propia ordenación sectorial y si pensamos por un momento el incremento de las cargas de seguridad

social y toda la nueva problemática fiscal, llegaremos a la conclusión que para una agresiva política comercial, el tipo de desgravación fiscal es bajo y absolutamente insuficiente, cuando hablamos de artículos de mayor valor añadido y con las altas barreras arancelarias en el club del Mercado Común. Decimos que también es desfasado el crédito a la exportación, y vamos a demostrarlo numéricamente. La filosofía del crédito para capital circulante es clara pues pretende la financiación de la producción exportable de determinado artículo, durante el año sin los agobios o prisas que las necesidades monetarias incidirían o mejor deteriorarían el precio de un producto. Pues bien, hace un año aproximadamente la almendra valía unas 150 ptas. el kilo. Si calculamos que el crédito a la exportación, en este artículo es del 30% significa que para igualdad de tonelaje el exportador financiado con el crédito a la exportación del 30%, o sea unas 45 ptas./kilo, luego con sus recursos propios financiaba el resto, o sea 105 ptas. Pero desde el momento que la inflación y las alternativas de cosecha ha doblado prácticamente el precio significa que las 300 ptas./kilo, sólo podrán financiar con crédito a la exportación, de capital circulante el 30% o sea 90 ptas./kilo quedando en la necesidad de financiar el resto con sus propios fondos. Dicho resto que se eleva a 210 ptas. y que en valores absolutos es el doble del capital propio que anteriormente destinaba a este negocio. Es decir, se impone una revisión o actualización de los criterios respecto a la desfinanciación a través del crédito a la exportación.

Estamos hablando de los problemas de las empresas exportadoras españolas en su vía de acercamiento al

Mercado Común, y aunque estos problemas son comunes a to dos los países a los que se exporta, teniendo en cuenta el volumen mayoritario de la exportación española a los países de la Comunidad europea, estas dificultades o problemas se acrecientan al exportar a los nueve países europeos.

Hablemos de otro problema importante, el del - cambio de las divisas, o mejor dicho, las estrechas medidas operativas que para asegurar el cambio se permiten a las empresas españolas. De una situación inicial en la - que se actuaba con una cierta fluidez, se ha pasado a - una reglamentación casuística en la que en vez de facilitarse se entorpece la actuación del exportador.

Pensamos que el legislador ha tenido como meta el impedir situaciones especulativas y, así, se establece que en el caso de no cumplimiento de la operación, si se ha producido un beneficio, se revierte al Banco de España, pero si ha habido una pérdida, es el exportador quien tiene que soportarla. Esto es a todas luces injusto o discriminatorio.

Sin pretender entrar en polémica sobre el hecho especulativo, hemos de convenir que la exportación de - productos agrícolas conlleva muchas veces una toma de posición respecto al futuro y a la evolución de los precios. Cuando un fabricante de chocolates extranjero nos pide - oferta de almendras para su programa de fabricación se--mestral o incluso anual, si queremos competir con la -- oferta de los Estados Unidos o de Italia o de Turquía tenemos que correr el riesgo de venderle una mercancía que

no podemos adquirir hasta dentro de unos meses y cuyo -  
precio será el que rija en aquel momento.

A su vez, si preveemos que el mercado, por las circunstancias que sean va a tener una tendencia alcista con demanda creciente, nuestra decisión lógica será hacer acopio de mercancía. En definitiva, la dinámica del mercado, de la ley de la oferta y la demanda nos obliga a la toma de posición, que en argot bolsístico se denomina "posiciones de toro" "posiciones de oso", "the bull" o "the bear".

Entonces, ¿por qué no podemos tomar decisiones sobre las monedas, teniendo en cuenta que nuestros competidores americanos, italianos o turcos son libres de contratar y asumir el riesgo de las fluctuaciones de las cotizaciones de las divisas sin cortapisas ni problemas?. Que no se nos diga que se quiere evitar la especulación de los no profesionales, ya que sería muy fácil discriminar o clasificar los habituales exportadores de aquellos no habituales del comercio exterior. El establecimiento de una especie de carnet de empresa exportadora responsable o la adscripción a las cartas de exportador de una mayor libertad operativa, habría de representar un mejoramiento de las libertades competitivas y siempre le ca---bría a la Administración un control del buen uso de esta facultad delegada.

Entendemos que todo lo que sea ayuda a la exportación, ayuda a nuestro acercamiento a Europa. Mencionemos también un aspecto psicológico importante cual es el de la actitud: actitud de la Administración respecto

del exportador y actitud del exportador respecto a la conquista de mercados de Europa. La actitud de la Administración se manifiesta decidida a ayudar a la exportación y se legisla para fomentar este objetivo pero, nos preguntamos, ¿se ha producido esta actitud en un diálogo con los verdaderos interesados, acerca de cuales son sus verdaderos problemas?, ¿se ha preguntado cuales son las sugerencias o iniciativas de los administrados para mejorar la situación?. Creemos, sinceramente que esto es un aspecto muy mejorable. Y respecto a la actitud del exportador para incorporar sus productos al circuito comunitario ¿tiene suficiente información el exportador de cuáles son los adecuados canales de distribución?, ¿de cuáles son las normativas de calidad, etiquetaje, incluso de gustos de presentación de sus productos?, ¿conoce el exportador todos los incentivos e instrumentos de ayuda a la exportación?, ¿conoce la Administración, en definitiva, cuáles son los verdaderos problemas del exportador?. Acabemos con unas pequeñas anécdotas, que si bien intrascendentes tienen su matiz.

El que les habla ha participado como expositor la semana pasada en el S.I.A.L., Salón Industrial de la Alimentación de París. La asistencia española fue prácticamente el doble que en el anterior certamen. Organización y atenciones por parte de la oficina comercial impecables. Mi deformación, digamos, profesional como director de la Feria de Muestras de Exporeus, me ha dado la experiencia de la gran importancia, de la fácil comunicación entre expositor y visitante, entre comprador y vendedor. Pues bien, el pabellón español era un recinto bastante cerrado, en el que había que subir

un peldaño, un elevado peldaño para llegar hasta los módulos expositores. En realidad, no siempre valoramos debidamente el contraste entre que te tengan que subir a comprar y el que vayamos a vender nuestra mercancía. -- Otra anécdota, estando en un viaje de negocios en Holanda, y después de visitar Rotterdam y Amsterdam, verdaderos centros comerciales, decidí, a fin de ampliar mi trabajo, requerir la colaboración de la Oficina Comercial Española. El Sr. Servet estaba en La Haya y allí me dirigí. Llegué a las doce cuarente y cinco, pues no fue muy fácil su hallazgo, ya que no está muy céntrica. Mi sorpresa fue que al llegar a su puerta, un letrero me indicaba que el horario era solo de nueve treinta a dos treinta, de lunes y viernes y sin ninguna otra indicación o teléfono a donde dirigirse. Así es que había perdido el viaje. Probablemente quince horas semanales no sean un tiempo suficiente para ayudar a los exportadores.

En estos deshilvanados apuntes e intentando aportar algunas ideas acerca de los problemas del exportador español ante la futura vinculación al Mercado Común y algunas ideas o soluciones a los mismos.

Como resumen podemos indicar, que, primero, actualmente la exportación española se halla discriminada arancelariamente, no sólo con los nueve países miembros, sino también con Grecia y Turquía. Segundo, creemos que una mejor aplicación de los instrumentos de promoción de las exportaciones, pueden mejorar la competitividad española; concretemos hasta el fin la desgravación fiscal, el crédito a la exportación, y la mejor operatividad de las divisas. Tercero, la entrada de España en el Mercado

Común ha de significar una mayor agresividad vendedora, y una modificación de las estructuras comerciales.

Para terminar utilizaremos un simbolismo. Casualmente cuando se firmó el tratado de Roma, me encontraba en una reunión de estudiantes en esta ciudad, y hacía un día gris de negros nubarrones; a su vez cuando don Gregorio López Bravo firmó en Luxemburgo el acuerdo español, tuve ocasión de soportar en Flandes una lluvia muy pertinaz. Confiamos en que el día en que España entre definitivamente en el Mercado Común haga un sol brillante, un sol espléndido. Muchas gracias.

Pasamos la palabra a don Rafael Cerezo, Director Gerente de ETASA.

Señores, antes de empezar les quiero indicar a ustedes cual es mi profesión, en primer lugar, porque lo de ETASA es un anagrama de difícil apreciación, puede ser una compañía de seguros o una compañía de alquiler de coches. Tengo que explicar exactamente lo que es ETASA. El señor Pons, que me ha antecedido en la descripción de su ponencia, ha recogido una serie de puntos que no son necesarios que recoja yo, y que hacen referencia a la discriminación para el negocio hortofrutícola respecto a la Comunidad Europea. También hay que tener en cuenta que la diferenciación de fruto percedero, a fruto seco hay bastante notabilidad; es decir, esos problemas operacionales, en cuanto a divisa que se pierden por Norteamérica y que los ha expuesto en fruto fresco, afortunada o desgraciadamente no existen. Por otra parte, y no es que quiera ser Don Quijote ahora, pero a su alusión -

de lo que le ocurrió en la Haya, yo debo de decirle que la Oficina Comercial de Londres está abierta desde las 9 de la mañana hasta las 6 de la tarde, y los Consejeros Comerciales que son tres, y un ingeniero del SOIVRE, que está de agregado, nos atienden perfectamente a todos los demás exportadores. En la Haya pasa eso pero también, la otra parte de la balanza es que Londres, país muy importante para el comercio hispano-británico, no pasa esto; quiero dejar un poco en equilibrio el que las Oficinas Comerciales en algún caso como en Londres, funcionan muy bien y, supongo, en París pasará lo mismo.

Y ahora, aprovechando un poco los pocos minutos que tenemos concedidos para los tres ponentes en esta ponencia, ya que es la primera ocasión donde en estas maravillosas Jornadas de Estudio, tenemos ocasión, los representantes del sector privado de decirles algo, quiero explicarles quien soy yo y qué es mi empresa. Mi empresa se llama ETASA; en España es una de las más importantes empresas agricultoras y como consecuencia de ser agricultora es exportadora. Nuestros principales sectores son las hortalizas, tomates y verduras y ocupamos con otra firma uno de los primeros puestos en la exportación de dichos productos. Nuestra empresa es principalmente agricultora, y, por tanto, es exportadora y como consecuencia de ser exportadora tiene establecida una filial en el Reino Unido, de la que yo soy Director-gerente que se llama ETASA U.K. Limited, que importa y comercializa productos españoles con alguna incidencia en el hemisferio Sur, como Nueva Zelanda, fruta muy fresca como espárragos y fresas, pero muy principalmente en un 80 u 85% de fruta de procedencia española tanto -

de Canarias como de la Península.

En el montaje de nuestro volumen de ventas, el 35% afecta a lo que es nuestra empresa madre, nuestra empresa matriz, el otro 65% corresponden a otros exportadores principalmente en cooperativas, tanto de Canarias, - de la zona Andaluza, como de Valencia; lo cual quiere indicar que la exposición que yo voy a hacer ahora, es muy simple, tiene una radicación muy notable en nuestra condición agrícola, y esta exposición de mis antecedentes, función presente y profesionalidad lo es en razón de que el auditorio y en el momento del coloquio, sepa cuales - son los temas a los que puedo contestar.

Por otra parte y aprovecho esta ocasión para - agradecer al IRESCO el que me haya invitado a estas Jornadas de Estudio de las que tanto estoy aprendiendo sobre el sector comercial; los problemas de las estructu--ras comerciales de las que hemos estado hablando hasta - ahora son muy distintos de los correspondientes al sector del que el Sr. Pons hablaba, y me supongo que el Sr. Saez va a hablar también. Estamos aprendiendo, desde mi punto de vista, para mi han sido una formación extraordinaria y yo creo muy firmemente que hay una diferencia---ción muy notable entre los temas tratados y los que son privativos del comercio de exportación hortofrutícola. - Estoy refiriéndome al hortofrutícola percedero, tanto - nuestros distinguidos oradores como los que ayer nos dieron magistrales lecciones como altos funcionarios de la Comunidad y que nos orientaron sobre las regulaciones comunitarias, en cuanto al comercio entre los 9 países co-

munitarios, como los que esta mañana nos han estado hablando sobre las organizaciones comerciales dentro de sus propios países, ha habido un tema que han tocado muy poco porque realmente no era el tema de las Jornadas de Estudio: me refiero al tema productivo. Lo mencionó D<sup>a</sup> Rosa María Marengo ayer cuando habló de la estructura productiva en Italia, que desafortunadamente puede ser tan mala como la nuestra, yo creo que un poco peor. Yo, un poco en mi inocencia respecto a lo que puede ser la Comunidad Europea para el sector hortofrutícola español, me vuelvo a referir al sector hortofrutícola de exportación; confiábamos en que las regulaciones comunitarias tuvieran tendencia a reducir ese minifundio, esa multiplicidad de pequeña oferta que, como inmediata y lógica consecuencia, da un deterioro de precios al agricultor. Yo creo que si un comercio hortofrutícola tiene razón de existir es porque tiene que defender los precios del agricultor.

Se ha hablado en estas reuniones de temas que eran inherentes a las Jornadas de Estudio pero sin embargo no se ha tocado el tema de productividad, perdón el sector productivo. El sector productivo como tema de las Jornadas de Estudio era el sector comercial. Sin embargo, en el sector de exportación hortofrutícola de fresca, el sector productivo tiene una incidencia extraordinaria y sin unas reformas no drásticas, porque en una economía de libre mercado es muy difícil de hablar de medidas drásticas, pero unas reformas tendentes a que el sector productivo en los países productivos es España, tenga unas modificaciones que puedan tender a una especie de concentración de oferta a través de grandes

empresas agrícolas, a través de cooperativas, a través de distintos organismos que existen ya creados en este país como son MERCORSA y como son las Asociaciones de Productores Agrarios; mientras esta concentración del sector productivo no se consiga, el sector explotador, el sector de servicios, utilizó esta palabra con razón de ser para que esta productividad agrícola pueda seguir adelante, será muy difícil de poder avanzar. También conviene hacer constar que, en España, los índices de profesionalización de nuestros agricultores y exportadores son claramente progresivos y nos debe enorgullecer que nuestros productos sean altamente competitivos, a pesar de las discriminaciones comunitarias, en los Mercados de Consumo europeos. Por otra parte también hemos de reconocer que la Agrupación de productores, cooperativas, MERCOSAS, APAS, etc. y la creación de grandes políticas exportadoras llevan un índice tremendamente ascendente.

Consecuentemente, todo lo que sea hablar de sistemas de comercialización sin reformas básicas en la estructura productiva será, y este es precisamente el tremendo problema de mi ponencia, puramente una exposición de sistemas de distribución y venta de los productos hortofrutícolas de procedencia española en los países comunitarios y, especialmente, en el Reino Unido que es donde resido.

Por ello pido perdón a todos ustedes acostumbrados a escuchar unas Ponencias muy interesantes para su montaje profesional, en relación con lo simple de mi Ponencia que se reduce a lo siguiente:

Para poder estudiar la problemática comercial de las empresas exportadoras españolas en la distribución intercomunitaria de frutas y hortalizas, y para que sirva de base de reflexión conviene especificar, aunque sea someramente, los sistemas actuales imperantes en este tipo de comercio.

El comercio de exportación de frutas y hortalizas españolas está condicionado, y consecuentemente afectado, por las estructuras de producción y comercio utilizados en España, y consecuentemente cualquier modificación, que por razones comunitarias pudiera establecerse, tendría que estar basada en las estructuras citadas, pero como este no es el tema de mi ponencia a continuación indico muy someramente los sistemas actuales de exportación:

1) Ventas f.o.b. o f.o.r. a compradores extranjeros que se ocupan, consecuentemente, de la distribución y venta de productos que adquieren. En este caso la oferta y la demanda como base de formación de precio se traslada a los lugares de origen.

2) Acuerdos con importadores extranjeros que pueden ser: a) cuentas y mitad, b) mínimos garantizados y c) cualquier otro sistema como variante de los que anteceden que sea consecuencia entre un acuerdo entre compradores extranjeros y exportadores españoles.

En estos casos los exportadores españoles, y a requerimiento del comprador, pueden empaquetar sus frutas y hortalizas con las marcas que el comprador solicite, previa autorización de los Organismos españoles.

3) Exportación en consignación con destino a - los mercados consumidores a través de: agentes, también utilizados para los dos apartados anteriores, o bien a través de firmas importadoras que pueden ser compañías - españolas organizadas en el extranjero, o compañías im-- portadoras originarias de los países de los que se tra-- te. En este último caso el sistema de fijación de pre--- cios, conforme a la oferta y la demanda, se realiza en - los mercados de destino.

Los sistemas a utilizar en ambos casos, son -- los siguientes:

a) Distribución y venta en mercados mayoristas a través de firmas establecidas como tales que venden a comisión los productos que se les entregan. En este caso es fundamental el control y vigilancia constante de precios y stocks, y además orientar a los vendedores en -- cuanto a la cotización general de la mercancía de que se trate en los mercados de destino.

b) Ventas directas a cadenas de supermercados. Los compradores de estos supermercados son tantactados - por los importadores de que se trate, y generalmente se fijan programas de suministro con fijación de precios - por períodos, que principalmente son de una semana.

c) Ventas directas a agrupaciones o cooperati-- vas de detallistas.

d) Venta directa a amayoristas de mercados que originariamente se suministraban en los grandes mercados mayoristas.

Esto es en líneas generales el sistema que se utiliza con frutas y hortalizas procedentes de España, y creemos que con pocas variaciones es también el sistema utilizado por los países comunitarios productores.

Naturalmente hay que hacer la salvedad de -- aquellos terceros países cuya exportación está controlada por Organismos estatales o paraestatales con su lógica repercusión en sus organizaciones en los mercados de consumo.

La explotación agrícola española está profundamente afectada por la discriminación existente en razón de no ser país comunitario. Consecuentemente, y previendo la posibilidad de ingreso de España en las Comunidades Europeas, y al desaparecer en los plazos previstos las cortapisas arancelarias y reglamentarias, España estará en perfectas condiciones para competir con los países productores comunitarios, y es de suponer que dentro de las regulaciones de la Comunidad figurarán algunas que modifiquen las actuales en cuanto a producciones agrícolas, en razón de la adhesión de tres nuevos miembros, y que, como consecuencia inmediata, tendrán la reestructuración de la producción para no sobreabastecer los mercados de consumo con el deterioro lógico en los precios que debe percibir el agricultor.

Nada más señores. Muchas gracias.

Por último, tiene la palabra D. Joaquín Sanz Merino que es gerente de textiles y confecciones.

Ante todo decir que yo, por un error, venía - preparado para hablar quizá a otro público ya que en mi ponencia voy a hablar de nuestra problemática y lo que pensamos sobre el Mercado Común.

Nosotros somos exportadores de pantalones, es decir que no tiene nada que ver con la cuestión agrícola y por lo tanto nuestros problemas son diferentes.

En la actualidad, nuestro mayor problema con la Comunidad Económica Europea, hace referencia a las - cuotas que en determinados momentos nos imponene. En - cierto modo esta imposición es arbitraria, porque parece ser que no es posible por el Tratado que tiene España con la Comunidad, en algún caso, concretamente con - Francia, nos han retenido muchas veces mercancías, a veces incluso casi trescientos y cuatrocientas mil pantalones, en la aduana sin poder entrar. Si bien, en este momento no existe ninguna imposición de este tipo, si hay mucho temor de que vuelva a ocurrir, pues existen - amenazas por parte de algunos países como comerciante - que compra y vende y transforma y no entiende de muchas cosas más, tenemos siempre la espada de Democles encima, precisamente hace poco tiempo, esto es una anécdota, teníamos un problema con Holanda, que es el país junto con Bélgica y Luxemburgo a quien nosotros más exporta-- mos, nos estaban amenazando con imposición de cuotas, y precisamente la Oficina Comercial en la Haya, que la - verdad es que se portó maravillosamente bien, se preocu

ó por el tema hasta su resolución, llegando incluso a llamar por teléfono a Valencia diciendo que parecía que los problemas ya estaban solucionados y que estaba muy

contento y que daban la enhorabuena.

En relación con la problemática de la futura integración de España y la situación actual, diré que - para nosotros lo más importante es poder conocer la realidad y la práctica legal en dichos mercados.

Para nuestro lector, como ya he dicho antes - es fundamental el problema de las cuotas. Para nosotros si desapareciera dicho problema estar dentro o fuera no nos preocupa gran cosa, porque si bien es verdad que desaparecerán las barreras aduaneras, también es verdad - que han de desaparecer asimismo, la desgravación fiscal que el Gobierno español nos concede. Por tanto, nuestra entrada en el Mercado Común significa fundamentalmente una mayor tranquilidad y la posibilidad de que nuestros artículos puedan comercializarse libremente en todos - los países de dicho mercado.

El artículo que nosotros vendemos, no es fá-- cil ni venderle a mayoristas ni a distribuidores, por-- que son artículos difíciles y son artículos que no se - compran a veces por vestirse sino por presumir. Todos - sabemos que cuando vamos a comprar un pantalón, un tra-- je o una corbata, no siempre nos preocupamos sólo del - precio, aunque este sea muy importante, nos preocupamos mucho de si nos gusta o si nos entra por el ojo derecho. Entonces teniendo en cuenta que es una cuestión total y puramente comercial, no tenemos más remedio que montar nuestras propias redes de distribución en los diferen-- tes países. Casi en cada país de Europa tenemos una red de distribución, nuestra o dependiente de las tres que

tenemos totalmente nuestras para las que el Gobierno es pañol nos autorizó, en su día.

Por consiguiente, nuestros artículos se ven--den directamente al detallista de cada uno de los paí--ses. Nuestros compradores son comerciantes que se relacionan directamente con nosotros a través de nuestras -empresas.

Finalmente, como empresa exportadora nos ve--mos afectados por los problemas económicos generales de la economía española. Yo creo que un problema grande - que empezamos a tener en España con relación al Mercado Común es la inflación, y este para nosotros si que es - un grave problema, puesto que nos lleva a una fuerte - pérdida de competitividad en los mercados europeos. En este sentido el control de la inflación española es fundamental de cara a las empresas exportadoras.

Otro tema importante, es el deterioro del mundo del trabajo, ya que la pérdida de productividad in--fluye decisivamente en nuestra competitividad.

Junto con estos problemas, también está el de la devaluación de la peseta. El Gobierno español, y para mi muy acertadamente, hizo una devaluación bastante en su punto, por lo menos según mi empresa. Desgraciadamente la peseta se está revaluando con lo cual su efecto negativo viene a sumarse al efecto de la inflación - que antes comentamos.

Finalmente, después de mencionar los principal

les problemas que afectan básicamente a la exportación y distribución de nuestros productos en el Mercado Común, quiero destacar que soy partidario de la entrada de España en la Comunidad Económica Europea.

Creo que no tengo nada más que decir. Muchas gracias.

COLOQUIO

Pedro Carbonell Fita

Director General de DYMA

Yo quiero agradecer, antes de pasar al diálogo, la presencia de estos tres empresarios que están ya en el Mercado Común, creo que es importante su presencia aquí por dos cuestiones: en primer lugar porque -- ellos conocen los problemas que ya tienen en el Mercado Común, en cada uno de los tres sectores que hemos elegido: dentro del sector agrario el de productos alimenticios no perecederos, y el de productos perecederos y un sector industrial que es el textil; en este sentido -- creo Joaquín que tu presencia aquí está totalmente justificada como conocedor de la problemática de productos textiles. Estamos ante un sector que es el sector comercio, donde aquí espero que haya comerciantes, industriales, organizaciones de comerciantes, etc.

La segunda cosa que quería resaltar y creo -- que es importante, es que cuando tratamos los problemas de un solo sector, en este caso de la distribución, como tema general de estas jornadas, es fácil imputar en parte su problemática a los otros sectores con que se relaciona. No cabe duda que en toda la cadena que va -- desde la producción al consumo, la problemática de cada una de las etapas tienen una gran influencia tanto hacia delante como hacia atrás. Analizando cada sector de forma específica, es cierto que el sector exportador es un sector con problemas, que sector comercial es un sector con problemas, y que el sector productor es un sec-

tor con problemas. Por ello creo que la presencia aquí del sector comercial y del sector exportador es importante; la posibilidad de diálogo sobre ambos tipos de problemas, sus influencias, etc. puede permitir posibles soluciones que se planteen en común.

Por supuesto como decía Rafael, aquí falta un tercer sector, que es el sector productor, cuya presencia podría enriquecer tanto el planteamiento de problemas como la búsqueda de soluciones. Soluciones que deben estudiarse por cada uno de los sectores y por el conjunto de los tres sectores o de toda la cadena desde que va desde la producción hasta el consumidor.

A pesar de esta ausencia, no creo que nuestra experiencia de estas jornadas pueden ser muy importante; también creo que todos nosotros tenemos preguntas que plantear y doy paso al moderador D. Pedro Carbonell, para comenzar el coloquio.

Queridos amigos, en realidad mi papel me lo ha pisado brillantemente nuestra amiga Nieves Esteve, después de la intervención de nuestros amigos exportadores.

Creo que no solamente es interesante su presencia hoy aquí, sino que teniendo en cuenta que nos hemos reunido aquí para estudiar la incidencia de la entrada en España en la Comunidad Económica Europea, nosotros, los hombres de la distribución, deberíamos empezar a pensar en levantar al exportador desconocido español, que realmente ha hecho una labor formidable no siempre debidamente reconocida.

Para centrar lo que puede ser este coloquio, yo diría que lo que han expuesto los ponentes hace referencia a tres facetas o tres escalones. En primer lugar, la situación de la empresa exportadora en España, con todos los problemas de su entorno a que se ha referido nuestro amigo Saez; la influencia de la conflictividad laboral y de la inflación sobre su competitividad en el exterior. Junto a ello hay que destacar como ha dicho Rafael Cerezo a la estrecha relación que mantienen con la producción.

Después se han referido a la repercusión que tendrá la entrada de España en la Comunidad Económica Europea, en relación con las estructuras empresariales y su necesidad de adaptarse a las nuevas circunstancias.

El tercer aspecto se refiere a la presencia de esas empresas en los mercados extranjeros. Yo creo que es éste, precisamente, el aspecto que a nosotros nos interesa más por cuanto nos pueden aportar su experiencia, su conocimiento de sus mercados. A través de estas Jornadas se ha venido contemplando como se desenvuelve la distribución de toda la Comunidad, y nos lo han dicho los hombres de fuera; por tanto, las aportaciones por parte de nuestros empresarios comportan la visión de conjunto.

Sería interesante que en coloquio preguntaseis a estos amigos experimentados, que piensan de los canales de esos países en los cuales están concurriendo directamente o indirectamente con empresas extranjeras.

Asimismo, se han referido a un aspecto que se relaciona con la Administración. Desde luego nosotros no podemos aquí, ni nos corresponde, entrar en el fondo de los problemas a los que os habeis referido. No profundizar en temas como el registro, el crédito a la exportación, al cambio de divisas, etc. Pero si hemos de recoger un punto que nos es común, y es a la necesidad de diálogo entre la Administración y los exportadores. Esto es muy importante, y yo me pregunto: ¿cómo no va a ser difícil el diálogo de la Administración en materia de Comercio Interior, si en el Comercio Exterior que ha sido fundamental, hasta el punto que algunas veces nuestros Ministros han aparecido como los promotores del Comercio Exterior de España, como los primeros vendedores de los productos españoles, no ha habido ese diálogo?. ¿Cómo no va a ser difícil que dicho diálogo se produzca en Comercio Interior cuando, hasta ahora, el Ministerio de Comercio apenas ha tenido en cuenta el Comercio Interior?. Por tanto hay una preocupación común, y creo que en común hay que actuar para lograr dicho diálogo.

Después os habeis referido a la falta de información, problema también común, naturalmente desde aspectos totalmente distintos. Vosotros habeis hablado o por lo menos os habeis referido, por ejemplo, a los problemas de los contingentes; no se si con una mayor información se podría evitar que se le acumulase la mercancías en aduanas. Creo, que la falta de información al exportador, puede ser un problema grave como la falta de información comercial, porque muchos problemas de los que aquí se han planteado, incluso esta

mañana respecto a la implantación de nuevas tiendas, a la transformación de tiendas, muchas veces hay problemas porque falta información al que va a montar las nuevas tiendas, al que va a transformarlas.

Ahora bien, creo mis queridos amigos que el diálogo debería centrarse en el aspecto de la presencia de esas empresas en los mercados exteriores, es decir, que pensais vosotros de los canales que se dan en esos mercados exteriores, ya que ello es el complemento de lo que se va diciendo hoy. Por lo tanto, creo que a esto deberíais dirigir vuestras preguntas, y por lo tanto ¿quién desea hacer una pregunta, formular alguna pregunta a los tres ponentes de esta materia?.

P.- Yo me atrevería a complementar un poco lo que ha dicho Pedro y los demás ponentes y con un exceso de humildad, quizás no han puesto de manifiesto una serie de aspectos que creo que nos interesa a nosotros considerar. Nosotros los comerciantes españoles, los que no salimos fuera, sabemos que el Tratado de Roma, en el artículo 85 y 86, establece la libertad de circulación de mercancías. Mucho me temo, y esta es un poco la pregunta a los tres y a todos los demás que estamos aquí debajo de la tarima, que en cuanto España empiece con sus calendarios de desarme arancelario les ofrezcamos, con un entusiasmo realmente importante y yo añadiría imprecendente, nuestras redes de distribución a los industriales de la Comunidad Económica Europea y que estos tres señores más todos los exportadores españoles continúen estando con los mismos o mayores inconvenientes para entrar en las estructuras y en los

canales de distribución europeos. Esta es un poco la - reflexión que nos tenemos que hacer, porque me temo - que en el año 1983, cuando los calendarios de desarme empiecen a funcionar, la entrada de productos extranjeros en nuestro país va a ser poco más o menos una marcha triunfal y por el contrario, nuestros exportadores se encuentren con las mismas o peores circunstancias de colocar los productos españoles en las redes de distribución de los mercados europeos. Yo sé, porque sigo de cerca por una rara coincidencia, los esfuerzos que está haciendo la empresa de Saez Merino, que vende directamente, que promociona directamente, que hace campañas de publicidad directas, que actúa directamente y que realmente los esfuerzos y sacrificios que tiene para colocar sus productos. Y lo mismo diría, con los productos perecederos, en los que en la entrada en los - mercados europeos, por ejemplo en Londres con la patata temprana, que es la primera que sale en Europa, o - de la almendra fresca, etc., son enormemente complicados frente a otras áreas de países que con discriminación ostensible ha estado hablando Antonio Pons de Menors.

Entonces creo que deberíamos estar muy vinculados los unos a los otros, y desarmándonos nosotros a medida en que se fuesen desarmando los elementos, y - los canales de distribución de la comunidad. En fin, - esta es la pregunta que creo que debe quedar flotando. Quizá, la Administración debería de establecer precisamente ese desarme en paralelo, para hacer que a medida que nosotros podamos incorporar productos extranjeros, nuestros productos puedan colocarse en las áreas comunitarias. Nada más.

R.- Toda su exposición ha sido perfecta, y es uno de los problemas gordos que va a tener España - en la entrada de la Comunidad, para el sector hortofrutícola de la exportación: la desaparición de las cortapisas arancelarias y de las cortapisas reglamentarias; también tenemos que preocuparnos de la desaparición de nuestras cortapisas arancelarias ya no reglamentarias sino prohibitivas, que tenemos para productos que vienen o podrían venir de otros países por ejemplo la manzana de Francia.

De todas formas, yo volvería a insistir que hay características que diferencian mucho los sectores. Así, la problemática de la hortofruticultura es muy diferente de la que se plantea el sector siderometalúrgico: todos sabemos que una de las dificultades negociadoras que tiene España, desde el punto de vista negativo, son las cortapisas de nuestra entrada desde el punto de vista de producción agrícola y consecuentemente de exportación por sus efectos en las zonas productoras italianas y francesas.

El sector hortofrutícola español debe estar preparado para esto; por otra parte, preveo que las reglamentaciones agrícolas comunitarias, producirán modificaciones drásticas. Me olvido quizá un poco de Grecia y de Portugal que, aunque son muy importantes, no tienen la incidencia que por ejemplo tiene el sureste español, pero que las reglamentaciones agrícolas que se deberán de producir en la Comunidad deberán de tener en cuenta la nueva situación de las estructuras productivas en razón de la ampliación "nueve" a "doce".

Igualmente sucederá en otros sectores, y estoy hablando de un tema que casi desconozco, en relación con los costos industriales y los costos manufactureros, que al ser distintos por países, quizá se llegue a establecer plantas manufactureras en España, o establecer plantas manufactureras en Alemania. En cuanto al sector que en este momento represento privadamente puede que sea mucho más cómodo para la Comunidad, salvando todos los problemas de intereses privados y organizativos que tienen los agricultores franceses e italianos principalmente y también los agricultores holandeses. Dichos problemas podrán salvar con regulaciones Comunitarias que puedan equilibrar una producción con otra para acudir, en las temporadas donde esa función sea posible, al mercado consumidor con un precio adecuado para el consumidor y que sea rentable para el productor, ello supone contar con unos canales de distribución eficientes.

En este sentido, estoy muy de acuerdo, entre otras cosas, con lo que expuso ayer Luis Font de Mora en relación con el nuevo concepto que puede tener la agricultura de exportación de España y de su carácter de servicio. Siento mucho extenderme en este punto pero estoy defendiendo a mi sector, no olvidemos que la profesionalidad dentro del sector hortofrutícola español ha cambiado dramáticamente y en una dirección positiva, en estos últimos diez años. Las viejas generaciones que exportábamos, digo esportábamos porque yo casi estoy en la vieja generación, con unos márgenes precisos nos preocupaba poco las redes de comercialización porque no había competencia, ni de Kenia ni de Norteamérica que existe hoy. En Europa ha cambiado todo notablemente y

el sector agrícola exportador español está profesionalizándose muy fuertemente; esta profesionalización unida a unas regulaciones de la Comunidad Europea que yo me supongo que serán sensatas, afectarán directamente al comercio comunitario.

Como ejemplo podemos señalar el caso de los plátanos de Canarias. Los plátanos de Canarias, que es un comercio de Estado o paraestatal, no tienen posibilidad de venderse en ningún país europeo porque ninguna ama de casa ni en Inglaterra, ni en Alemania, ni en Francia paga el dinero que está pagando un ama de casa española. La resolución de este problema exige una serie de reestructuraciones económicas para los agricultores canarios que han jugado su vida, que han jugado su dinero contando con esos precios. Ante este provenir del sector hortofrutícola español no debemos olvidar que aunque su importancia relativa esté decreciendo en nuestra cuenta corriente de pagos, en razón del incremento, muy bueno para nuestro país, de la exportación industrial, es evidente que en valores absolutos está subiendo, y es evidente que sólo por nuestra climatología tiene un puesto muy importante en la España comunitaria; pero todos esos daños que pueda sufrir, usted ha aludido muy claramente a la importación de otras mercancías, a la nivelación de los precios, medios hay en la Comunidad Europea y medios habrá en España como miembro de la Comunidad Europea para poderlo solucionar, en eso confío.

Finalmente hay que plantearse de forma muy concreta el tema de los desarmes y los calendarios de

desarme que se programen de acuerdo con los importadores y los exportadores, con el fin de reducir al mínimo sus efectos negativos sobre los intercambios comunitarios.

Antes de pasar a otra pregunta, yo como coponente quisiera añadir algo.

A mi como exportador no me preocupa la entrada de España en la Comunidad en relación con los canales de distribución porque yo ya cuento actualmente con ellos, pero el resto si que tiene que preocuparse mucho. En relación con la industria textil, teniendo en cuenta que la Comunidad Económica Europea le tiene mucho miedo a la industria textil, yo diría que si en estos momentos se abrieran las aduanas de forma total, realmente nos veríamos inundados rápidamente de productos comunitarios porque nosotros no estamos preparados para ello. En algunos sectores es posible que el problema sea menor, pero estoy hablando de mi industria que es la que conozco.

Mi empresa que tiene un carácter vertical, recibe las balas de algodón y manda los pantalones. Si yo compro tejido de España, no puedo exportar nada de nada, no tengo más remedio que importar tejidos de ellos y exportar los pantalones. Quiero decir que esto es un problema grave y el Gobierno Español debe tenerlo en cuenta.

P.- Yo quisiera hacer una consideración respecto a la reciprocidad de trato en el desarme parale-

lo ya que es indudable que esto no afecta tan sólo al sector comercial y al sector industrial, sino que afecta al sector producción como el señor Cerezo manifestaba. Es decir, él en el caso concreto de las avellanas españolas nos puede decir que este año ha habido mala cosecha, que no se exportan y que están a un precio de 30 ó 40 ptas. más caras que en el mercado internacional. Teóricamente están liberalizadas, por lo que sea no dan licencia de importación, pero es que el día que entremos en el Mercado Común entrarán aquí los productos de avellanas. Los productores de otros artículos tienen que estar preparados cuando se produzca esta invasión. Entonces en el aspecto de reflexiones ¿estamos nosotros, realmente, preparados para entrar en el Mercado Común?. ¿Tenemos nosotros la experiencia en la distribución, en las travas arancelarias y en las dificultades que tenemos en el exterior?. No olvidemos que durante muchos años se ha dicho que el no entrar en el Mercado Común era un tema político, cuando en realidad ahora se ve claramente que es un problema económico, se observa que en realidad el Mercado Común es un club que protege sus intereses; por ello hay que plantearse también la protección de nuestros propios intereses.

R.- Bueno, yo insistiría un poco en puntos -- que se han tocado ayer y ha tocado Rafael Cerezo. Evidentemente la entrada en el Mercado Común o ante la entrada no estamos suficientemente preparados en el sector productor hortofrutícola, porque sin duda la integración va a suponer, por nuestra renta de situación, -- el sol, la luminosidad, la cercanía, el transporte terrestre, etc., una exaltación de la agricultura intensi

va del litoral mediterráneo. Estas posibilidades que - los holandeses, tan tecnificados, observan con cierto desapasionamiento porque nos suministran técnica o nos pueden suministrar toda clase de servicios agrícolas.

Nosotros no estamos realmente preparados ni en la técnica, ni en la producción, ni en la comercialización, por lo menos en el grado suficiente aún reconociendo ese esfuerzo que decía Rafael Cerezo que se está haciendo en profesionalidad. Pero nuestra estructura es realmente insuficiente; en estos momentos una parte de la tierra está en manos absentistas en el País Valenciano, y en otras regiones del estado español, hay un 50% o más de propiedades agrícolas en manos de profesionales, rentistas, etc., que tienen perfecto derecho a mantener esas propiedades en una economía liberal, pero que fácilmente juegan a la especulación porque no dependen vitalmente sus economías de los ingresos que proporcionan las explotaciones agrarias, que juegan negativamente a la especulación.

Hasta cierto punto, hay que ser optimistas - puesto que si no nos organizamos nos van a organizar y en este sentido estaríamos un poco, un poco sólo, de acuerdo con el señor Sataolalla puesto que nos van a organizar en la técnica, porque hay más técnica en el Mercado Común. Sería un poco el desafío europeo en España. Por ello es oportuno en estos momentos hacer un esfuerzo de organización, de técnica, de producción. Y habría que hacer fuerza, y en ese sentido se puede hacer mucho, desde varios ministerios, Agricultura fundamentalmente, en toda esa agricultura o en ese coope-

rativismo de producción que es prácticamente inexistente en estos momentos. No tenemos cooperativas de producción más que en las zonas amplias de Castilla, pero no en las zonas del litoral. Es decir, existe todo un enorme programa que realizar para que los interesados se organicen, y que se organicen para estar, digamos, en un equilibrio de igualdad con los compañeros del Mercado Común para poder ofertar, para poder estar de túa a tú y no que vengan exclusivamente a organizarnos y demos la imagen de un país subdesarrollado.

P.- Yo quiero hacer una pregunta muy concreta, y es: para nosotros tenía mucho interés contar con una serie de empresarios que venden sus productos en el mercado exterior, que viven la eficacia de las re-des de distribución exterior y que al mismo tiempo venden sus productos en el mercado interior y viven la eficacia de las redes de distribución interior. Es evidente que aquí hay dos cuestiones muy concretas que yo quisiera plantear a los ponentes: una ¿cuál es el contraste que ellos observan en ese grado de eficacia en cuanto a agilidad, productividad, etc.? y dos ¿cuál es el grado de diferencia en los costos de distribución respecto de sus productos finales en Europa y aquí, por supuesto en porcentaje habida cuenta de las diferencias absolutas, lo importante es el valor relativo?, creo que es una forma indirecta, aproximativa, si se quiere, pero clara, de ver en que medida este sector de la distribución que queremos analizar y que va a estar sometido a la tensión de la entrada en Europa, realmente es menos eficaz, realmente es más costoso, en cuanto a una mayor incidencia sobre los precios, y a

resultas de esa diferencia real nacerá el grado de -- transformación, de evolución y de cambio que habrá que experimentar en más o menos plazo.

R.- La cuestión planteada puede resumirse en el contraste existente entre la organización de la distribución en el exterior, en los mercados europeos respecto a la distribución en España. Humildemente, debo reconocer que no tengo mucha experiencia en la distribución de productos acabados que vayan al consumidor - directo. La exportación de almendras y avellanas, de - frutos secos, a pesar de que adquiere un volumen de - unos cinco mil millones de pesetas al año, normalmen--te va por canales de distribución a través de importa--dores, consumidores industriales, es decir fabricantes de chocolate, fabricantes de peladillas, etc. Todos - los esfuerzos para llegar a una distribución de tipo - alimentario a través de cadenas de supermercados, etc., encuentra las pegas y las trabas que le explicaba an--tes de la gran barrera arancelaria que hace práctica--mente imposible; junto a ello está el problema de que al ofrecer los frutos secos hay que presentar toda la gama de frutos secos, que no todos se producen en Espa--ña. En los contactos a través de ferias, exposiciones, etc. con los compradores extranjeros se observa que la distribución alimenticia, estos últimos años, se ha - adelantado muchísimo: la llegada de las grandes super--ficies, las cadenas, las organizaciones que se han de--sarrollado están a un nivel, a un cierto paralelismo - de lo que nos encontramos en el exterior.

Respecto a los costos, lo que he observado, modestamente, es que los márgenes en que se mueven las organizaciones de venta en el exterior, creo que son - más elevados de los que estamos habituados aquí en España. Quizás porque ha llegado a unas organizaciones - estructurales del mercado, es el caso que me encontré en Suecia, que prácticamente tres o cuatro cooperati-- vas controlan el 70% del comercio alimentario sueco, - los márgenes que trabajan son mucho más elevados que - los márgenes que estamos habituados aquí. Esta semana pasada he contrastado que en Francia que los márgenes, son muy elevados; he visto que en los supermercados di cho margen puede alcanzar un 43%, en otros casos, me - decían, el importador cobra un 30% y el distribuidor - final a veces el 20%, 25%. En resumen, desde el punto de vista de margen yo creo que son más elevados.

Yo como exportador de productos hortofrutíco las planteadas, pero antes quiero decir a Luis Font de Mora que estoy totalmente de acuerdo con él, en rela-- ción con la comercialización de frutos y los problemas estructurales que estamos teniendo ahora; me alegra mu cho que él reconozca, como yo, que los índices de in-- cremento, en cuanto a profesionalización se van notan-- do muy acusadamente. Nuestras mercancías en los merca-- dos de consumo, llamense melocotones, llamense tomates, llamense naranjas, tienen la misma presentación y las mismas posibilidades de competencia y a veces con cali-- dades mucho mayores que las de otros países comunita-- rios productores.

En cuanto a las preguntas planteadas la eficaca

cia de los sistemas distributivos, me vuelvo a referir a nuestra tipificación sectorial que no es análoga a otras, ni incluso a la de frutos secos, es tan buena como las mejores comunitarias y tan mala como las peores comunitarias. No tenemos nada que envidiar y nada que aprender. Hay que tener en cuenta que el comercio hortofrutícola español es uno de los sectores que tradicionalmente ha sido exportador y, en consecuencia, sus contactos con todas las firmas compradoras y firmas exportadoras son muy estrechos. Es difícil, perdonen la incidencia, encontrar en Canarias, encontrar en la zona de Valencia, Alicante, Murcia y ahora ya en la zona de Andalucía, cualquier agricultor medianamente importante que no conozca de nombre a sus compradores ingleses, alemanes y franceses. La estructura de comercialización de la hortofruticultura española es muy tradicional, pero muy tradicional no en el sentido peyorativo sino que ha aprovechado esa tradición para ir mejorando sus sistemas.

Y ahora contestando muy directamente a las preguntas, nosotros, como firma establecida en el Reino Unido, de una relativa y bastante importancia en el volumen de ventas, como firma que conoce muy a fondo todos los países europeos continentales, incluyendo Escandinavia, aunque no esté dentro de la comunidad, los canales de distribución, los canales de venta, los contactos con organizaciones de detallistas de supermercados pueden ser tan buenas o mejores como las existentes en los países comunitarios; desgraciadamente y por nuestra estructura, a veces minimizada, productora y exportadora, son tan malos como también los de los países comunitarios. O sea que, realmente, nuestra entra-

da en la Comunidad nos traerá las dificultades que el señor Sataolalla apuntaba, pero no un perfeccionamiento de nuestros canales de distribución que por razones de tradición, por razones de años en contacto con los países consumidores son buenos, no se pueden decir perfectos porque en ese tipo de comercio hortofrutícola no hay nada perfecto, pero que están a un nivel verdaderamente apreciable dentro de la Comunidad europea. - Muchas gracias.

P.- Las exportaciones españolas tienen planteados unos problemas estructurales importantes. ¿Qué piensan los ponentes de ello y cómo influye la pérdida de productividad, competitividad, financiación, etc. - en la situación exportadora de la empresa y en el propio empresario?.

R.- Yo creo que las pegas de la exportación española son endógenas y exógenas. Endógenas en el sentido que somos culpables los empresarios de no apurar todas las facilidades que existen actualmente en el comercio desde el punto de vista de ayudas de la Administración, de tráfico de perfeccionamiento, etc. etc., - que nos facilitarían la cuestión y son exógenas en el sentido de exteriores, es decir, son pegas por ejemplo los aranceles; son pegas de otro tipo que también podría ayudar la Administración, y antes les indicaba - que si la política de la Administración fuese más ágil, conociese más las necesidades de los exportadores, en el sentido de ayuda crediticia concreta a la exportación, de una interpretación más adecuada del instrumen

to de desgravación e incluso, y permitan que insista, toda la cuestión monetaria de las divisas, del cambio de las divisas para darle una mayor fluidez. Todo -- ello son ayudas, que sin duda, nos permitirían irnos acercando a este hecho concreto que a dos o tres años vista se nos va a plantear.

P.- Últimamente estoy escuchando mucho que se hecha bastante en falta o se habla mucho de que la Administración tiene que hacer algo para salvaguardar a los distribuidores españoles o a los agricultores -- españoles o a los productores españoles. Yo me pregunto si no hay una falta de iniciativa por parte de los empresarios españoles en salir fuera. Efectivamente, muchas veces he hablado de este tema con mucha gente y hemos quedado de acuerdo en que la liberalización -- de la peseta en relación con el dolar se produce en -- el año 59 y durante veinte años estuvimos encerrados en casa; parece como si muchas veces los españoles hu biéramos perdido las ganas de salir fuera. Pienso entonces que ha habido una falta de contacto y de ganas de montar empresas fuera. Siempre estamos pensando en que yo desde aquí quiero exportar y yo desde aquí -- quiero organizarlo todo pero sin moverme de aquí. Pien so que saliendo al exterior, como estas tres empresas que están montando, que tienen sus redes ya montadas fuera, es la única manera de lograr introducir nues-- tros productos fuera. Si seguimos en manos de importa dores extranjeros y seguimos en manos de agentes exte riores, hoy me compran a mí y mañana le compran al ex portador italiano, no lograremos estar presentes en -- los mercados exteriores. ¿Por qué?. Porque al fin y -

al cabo ese señor compra a quien más barato le venda - dentro de un sistema de calidad. Ahora bien, creo que estamos constantemente diciendo que la Administración española en ese calendario nos tiene que dar facilidades para ... ¿para qué?. Lo que nos tiene que dar es - medios para montarnos fuera, pero no continuar con unas travas constantemente para que los españoles desde -- aquí estemos siempre diciendo que el italiano va a vender su producto en España y va a hacernos la competencia, etc. Tal vez lo que hace falta es que la Administración nos dé un crédito para montarnos fuera, es posible; pero constantemente decir que la Administración nos tiene que salvaguardar, a mi me parece un error.

Yo quisiera hacer unas reflexiones. Yo vivo fuera desde hace muchos años, he sido Presidente de la Cámara de Comercio Española en Londres durante tres - años, luego he sido Vicepresidente, o sea que mi carrera política como vereis va en consonancia con la edad. A lo largo de este período no he visto yo agresividad más fuerte, y perdonarme si no me estoy refiriendo al sector aquí representado, que a veces el analfabeto exportador español, ese hombre valiente que viene al Reino Unido a vender cualquier cosa, sin saber como tie--ne que vender. Es decir, el español, y esto es una cosa que nos debe enorgullecer, va a todos los lados. Yo me he sorprendido cuando a través de la Cámara me enteré que el nivel de ventas de chupa-chús en Inglaterra había adquirido un nivel tan elevado debido a la lucha e insistencia de un señor que fue allí con chupa-chús y los colocó.

El sector tiene planteado un problema estructural, debido a que la exportación ha sido un sector complementario, residual, en vez de ser un sector esencial. Existen empresas que coyunturalmente tratan de vender stoks que son invendibles en el mercado interior, aprovechando coyunturalmente la exportación; yo creo que es un error. Creo que siempre ha habido personas dispuestas a buscar mercados exteriores y muchos de ellos se han introducido con gran éxito y esto incluso antes del desarrollo industrial español, si bien, naturalmente, dicho proceso industrial ha incrementado y mejorado las posibilidades exportadoras de España - permitiendo una mayor competitividad y en todos los mercados de consumo. Por ejemplo, antes de que se produjese esa explosión industrial, el señor de Gijona se fue a Cuba y allí introdujo el turrón de Gijona.

La incidencia exportadora española es tremenda, en general, en productos industriales; en muebles hemos tenido un índice de incremento enorme en el Reino Unido y supongo que en los otros países muchos más. En zapatos hemos tenido un índice notable en dicho mercado, a pesar de las dificultades del idioma. El empresario español unas veces utilizando la Cámara o la Oficina Comercial y otras sin utilizarla, directamente, ha superado de una forma y otra las dificultades, los problemas de calidad, etc.

Yo sólo voy a aclarar una cosa y es que queda claro que cuando he formulado una petición concreta al Ministerio de Relaciones con la Comunidad no he pedido ayuda de ningún tipo. Se trata de algo que los de

más países comunitarios están practicando, y es que - cuando se pacten los desarmes y los calendarios participen los protagonistas y no sólo la Administración.

Yo voy a aclarar una cosa que creo que no - he dejado suficientemente clara. Antes he dicho que tenemos que tener mucho cuidado con la competencia extranjera. Pero no he dejado de decir que por eso hemos de tener miedo, porque los españoles tenemos nuestras ventajas y nuestros inconvenientes y una de nuestras ventajas es que reaccionamos con cierta rapidez; quizá somos poco trabajadores pero si muy agudos. Entonces, las empresas españolas sabrán reaccionar.

En cuanto a la petición que se acaba de mencionar, estoy en gran parte de acuerdo. Efectivamente aquí se habla mucho de que el Gobierno tiene que dar, de que el Gobierno no sabe dar. Pero, a parte de aquellos empresarios que han salido fuera para vender -- sus productos, los industriales han sido bastante menos activos; han esperado a que les vinieran a comprar. Hay muchos productos que uno piensa porqué se compran, porqué se venden puesto que ni están en condiciones de precio, ni están en condiciones de calidad, pero los clientes lo compran porque tienen ya la comodidad de que se les da un servicio; es decir, la venta se hace también por el servicio.

Si un país tiene que ser, o quiere ser exportador tiene que plantearse una verdadera política exportadora, tanto por parte de la Administración como por parte de los empresarios. Yo concretamente, mi

producto y yo tenemos que luchar a base de marca porque mi producto lo fabrican también en Hong-Kong y lo venden mucho más barato, yo tengo que agudizar el ingenio para ver como puedo vender mi producto más caro que el el Hong-Kong, siendo el mismo producto.

P.- Yo insistiría en el tema de montaje de empresas en el exterior. Insisto por una razón que me parece fundamental, cuando un exportador español va a vender sus productos fuera y se pone en manos de un importador extranjero o de un agente, que hoy le compra y mañana puede dejar de comprarle. Yo pregunto si estas tres empresas, ya establecidas fuera y por experiencia otras que hayan visto, creen que el mejor sistema es el montaje de empresas propias fuera que puedan distribuir los productos allí o si sigue siendo útil y bueno el sistema de "yo me voy fuera, yo lo vendo, tengo contactos y desde España exporto a unos importadores extranjeros que desde mi punto de vista hoy me compran a mi y mañana pueden comprar al vecino", y esto en la situación actual y cuando formemos parte del Mercado Común.

R.- La respuesta yo creo que depende del artículo, depende de la comisión de la empresa, y depende del mercado donde se quiera entrar. Podríamos quizás coger ejemplos de empresas ya que se han establecido en el exterior, que incluso han instalado plantas en el sur de Francia y en otros sitios, y que han tenido éxito. En cambio hay otras que han tenido que plegar velas, ha habido empresas españolas que compraron la casa madre del fabricante de mecheros, pongo por ejem-

plo, y que luego la han revendido al cabo de unos años. Claro está todo esto depende de cada empresa, depende de cada sector y depende de cada mercado. No cabe duda que el deporte nacional es recurrir siempre a la Administración para pedir cosas. Pero también es necesario que la Administración tengo un diálogo con los verdaderos interesados, profesionales de la exportación para saber cual es su opinión, lo cual muchas veces no sucede, algunas si.

La mentalidad española tiene que ser distinta respecto a la exportación; es decir, hay muchos exportadores que lo que hacían no es exportar, sino deportar sus excedentes o sus restos de mercancía. Yo creo que la óptica va cambiando, y lo que si tenemos que hacer es irnos preparando para lo que se nos viene encima, para entrar en el Mercado Común puesto que esto representará un cambio de las estructuras fenomenal y afectará a los productores, a los industriales y al comercio.

Para terminar deberíamos agradecer a los que han establecido este programa por haber terminado las ponencias con una estimulante intervención. Estos tres empresarios, esos verdaderos protagonistas de la exportación nos han dado una verdadera lección que creo que tiene que ser muy importante para nosotros para contemplar con mayor optimismo si cabe el ingreso en España en la Comunidad Económica Europea.

# ■■■■ jornadas de estudio

## MESA REDONDA Y CONCLUSIONES

Moderador: Vidal Díez Tascón

Subdirector General del IRESCO

Antes de empezar quisiera decirles que se encuentra entre nosotros, para presidir la clausura, el Subsecretario de Mercado Interior, D. Agustín Hidalgo Quintana, que en nombre del Ministro de Comercio va a pronunciar las palabras finales y clausurar estas Jornadas en su segundo y último día de desarrollo. Previamente, como estaba planteado en el programa, vamos a iniciar el coloquio final que sustituye de alguna manera a esa lectura casi formalizada, que en muchos casos se hace, de conclusiones redactadas de forma precipitada; pensamos que puede tener mucho más interés que estas conclusiones sean vivas, concretándolas, sintetizándolas al final en un coloquio final que resuma de alguna manera las posiciones, las preocupaciones y la importancia relativa de los diferentes problemas suscitados en estas Jornadas.

Con objeto de centrar este debate que va a servir de base para las conclusiones, yo quisiera sencillamente plantear los tres problemas que creemos de alguna manera han sido los más fundamentales, los que han estado presentes en las ponencias, en los debates a lo largo del día de hoy.

En primer lugar el tema de la competencia. Por la mañana se ha hablado de una evolución muy dinámica en las estructuras de distribución europea en pa-

labras del representante alemán; decía que no era una - evolución sino una revolución en el estricto sentido, - producto de un acelerado proceso de competencia tecnoló - gica que se plantea, entre formas de comercio. Se habla - ba de la importancia del sucursalismo, de la integra--- ción y cooperación, de las grandes superficies, inclusi - ve de las cooperativas de consumo; se hablaba también - de la pérdida relativa de la cuota de mercados de los - grandes almacenes, como fórmulas que han quedado o han venido quedando relegadas por no responder a este proce - so de competencia; se hablaba también de la competencia de empresas y me parece que se señalaba que una nueva - empresa normalmente accedía al mercado a costa de otra empresa que desaparecía del mismo. Todo ello permitía - deducir la existencia de un amplio campo en la presta-- ción del servicio comercial que, no obstante, sigue el juego de la competencia, y que la competencia se ha de abrir paso dentro del servicio de las empresas y de las formas de comercio existentes. Esta sería la primera - gran cuestión que yo creo que podría ser objeto de deba - te en esta fase final de las Jornadas, y de alguna mane - ra sugerir la cuestión de la incidencia para España de la integración en Europa y en qué medida este juego de la competencia va a ser posible en las formas dominan-- tes en el sector español y en las empresas españolas.

Un segundo aspecto que me parece importante - y que ha gravitado a lo largo de todo el día de hoy, es el tema de la libertad de comercio. La intervención, de alguna manera, de la Administración como forma o motor del proceso de cambio, incluso se señalaban algunos as-

pectos más concretos dentro de dicha intervención, por la vía de la Legislación; se ha hablado de las Leyes - Generales del Comercio tanto en Italia, Francia y la - más reciente de Alemania. En este sentido se puede -- plantear también una cuestión importante, en qué medida es o no es válido un excesivo o un concreto protagonismo de la Administración y en qué dirección debería orientarse dadas las estructuras comerciales en España.

Un tercer tema que se ha mencionado también a lo largo del día, aunque quizás no se haya perfilado en sus formulaciones de una manera explícita, pero -- creo que estaba en la mente de todos, es el problema - de como la competencia y la evolución o revolución comercial, lleva consigo o ha ido llevando consigo una - fuerte mejora en la productividad y en su efecto sobre los precios. Este tema se esbozó al hablar del caso - italiano señalándose que el sector comercio no había sido un sector generador de inflación. Bueno, en nuestro caso hay constancia, con los indicadores que tenemos de que en los últimos años, la evolución no ha sido excesivamente favorable tanto con respecto a la productividad como la incidencia sobre los precios; en un contexto en que, por una parte, hay una conciencia activa en toda Europa de unas políticas antiinfraccionistas en la medida que España forma parte del Mercado Común, tendrá de alguna manera que incorporar sus políticas las medidas antiinflacionistas, y nos encontramos con un sector de distribución que propende más que proporcionalmente que los demás sectores a generar inflación y sin embargo debe de adaptarse y aceptar las po-

líticas antiinfracionistas. Por otra parte estamos observando que son probablemente las ganancias en la productividad el elemento más fundamental que determina - en todo momento la competencia; si vamos a entrar en - ese mundo más competitivo y seguimos con un sector poco productivo aparece aquí también una contradicción, - por lo menos en el punto de partida. La cuestión que - yo querría plantear para enfocar ya el debate sería, - ¿cuál va a ser o hacia dónde va a evolucionar este conflicto entre una estructura poco productiva e incidente a la larga sobre los precios, con un marco europeo que vemos que señala estos objetivos, precisamente, como puntas de lanza u objetivos prioritarios sobre sus políticas?.

Tras este planteamiento de las tres cuestiones a debatir se abre el coloquio sobre el primer tema: el tema de la competencia, competencia entre formas, competencia entre empresas, cómo incide la integración y cuál es la perspectiva que se abre para el sector de la distribución en España.

P.- Yo quisiera exponer aquí la conversación que mantuve ayer durante el almuerzo con el Sr. Besnard. Hablamos sobre la competencia, competencia entre sectores y, en cierto modo, nos referíamos también a la competencia entre países. Normalmente se considera siempre la idea del Mercado Común formado por los nueve países comunitarios que existen en la actualidad. Cuando España entre en el Mercado Común no estaremos enfocando una Comunidad de nueve países, sino que estare-

mos ante una Comunidad de doce países, entre los cuales se encuentra uno muy vecino a nosotros que es Portugal cuya estructura es, quizás, más deficiente que la de España. El Sr. Bersnard me hablaba de que quizás los mayores problemas que podría tener España al entrar en el Mercado Común no se iban a producir con la Comunidad actual sino precisamente con Portugal. En este sentido, quizás el Sr. Besnard como hombre que conoce de cerca los problemas del pequeño comercio, podría decirnos si coincide o no con la idea del Sr. Besnard.

Hemos visto como después de veinte años de existencia del Mercado Común el Sr. Ferrareto ha dicho que debido a circunstancias políticas el cambio de estructuras en Italia no ha sido muy grande. Para el caso francés el Sr. Lacampre ha dicho que hay una línea de reforma que plantea incluso temas de planificación. Como alemán yo puedo decir que somos un país altamente industrializado, con un sector agropecuario que representa un 6% entonces queremos vender y por lo tanto necesitamos un intercambio. Estamos dentro de una Comunidad y hay que tomar en consideración que dentro de ella los franceses, los italianos, los holandeses, etc. tienen sus propios intereses por lo tanto el Consejo de Ministros Comunitario es quien manda y en base al Tratado de Roma, hay que encontrar un compromiso. Creo que estos problemas se van a plantear con respecto al ingreso de nuevos miembros.

En este sentido los problemas que pueda tener España tanto con Portugal como con Grecia y otros posibles miembros deberán resolverse dentro de las propias

Instituciones comunitarias mas que con compromisos de país a país.

Yo quisiera añadir a lo dicho por el Sr. Gewandt que hay que considerar dentro de la Unión distintos aspectos; está el aspecto de la integración política y ya dentro del plan económico hay una integración que permite el libre movimiento de los hombres, de los capitales y de las mercancías. En esta realidad y como fondo del movimiento de integración actual, la libertad de circulación de mercancías y de los hombres no me parece que el hecho de entrar o no entrar afecte mucho a las subestructuras comerciales de un país. El día que la integración afecte realmente a las estructuras comerciales será seguramente cuando los capitales se puedan mover libremente de un país a otro. Pero al considerar los cambios de las estructuras franceses en estos años, no se puede decir que se han producido debido a la entrada o no entrada de Francia en el Mercado Común; no tienen casi nada que ver con ello.

P.- Bien, para animar un poco el debate yo - quiero hacer notar que durante la sesión de trabajo de esta mañana hemos tenido un informe completo en grandes líneas de como se desarrolla el Comercio Interior en los tres principales países de la Comunidad Económica Europea, o al menos en el continente, para que no se molesten los ingleses. Hemos visto que Alemania practica una política de mercado, una política de libertad de mercado con estructuras muy flexibles que se adap--tan y se adecuan a las necesidades de la población, a los factores de competencia libre entre las empresas.

Se ha hablado de saturación y de cómo cuando una empresa menos eficaz es desplazada por otra nueva. Por tanto diríamos que Alemania tiene muy poco peso, los factores de política pura, de política de partidos, de política de sindicatos, etc. En Italia está un poco más -- acentuado el peso de las quejas, el eco que el Gobierno presta a las exigencias, a los clamores de los sindicatos y de los partidos y que eso de alguna manera condiciona un poco la legislación interior de ese país. En Francia diríamos que es una cosa mixta. Hay una cierta dosis de libertad de mercado en la práctica, a pesar de haber unas leyes restrictivas, sobre todo a partir de la Ley de Royer; pero también M. Lacambre nos ha explicado que una cosa es la legislación y otra cosa es la práctica, que hay ciertas leyes que sólo al cabo de -- seis, ocho o diez años, se han ido aplicando con exactitud o con mayor rigor. Yo diría que en mi criterio, es esta circunstancia la que ha permitido, quizás, un grado bastante acentuado de modernización del aparato comercial francés.

Nosotros en España no estamos en el Mercado Común y hasta ahora hemos tenido, por unas razones de post-guerra muy larga, por unas estructuras de intervencionismo, de preocupación gubernamental acerca de que el nivel de vida de los españoles no se viera perjudicado con un exceso de incremento de los precios, en fin -- sostener el mayor equilibrio posible y de ahí se trasluce esa preocupación, como acabamos de escuchar en las palabras del Sr. Díez Tascón del incremento de costos -- que significa el aparato distributivo español con res--

pecto a ciertos países de Europa. Yo que conozco como se va desarrollando en la realidad el comercio español tengo que decir que no sólo dudo sino que afirmo que el comercio español no es un factor definido, comprobable de añadir un mayor crecimiento a la inflación que hemos sufrido en los últimos años. Tenemos que en los productos de carácter industrial, la industria en España está concentrada en un cierto número de grandes empresas que han tenido una libertad de pacto para mover sus precios, yo creo que justificadamente, pero en cambio el comercio mayorista y especialmente el detallista, no podían seguir ese incremento de precios porque no está en sus manos provocarlo sino sufrirlo. Entrando ya en un tema concreto, considero que dentro de dos, tres, cuatro años España entrará en el Mercado Común y la primera circunstancia que debemos plantearnos los españoles es en cómo vamos a integrarnos, cual debe ser la actuación atemperadora de la Administración española para la adaptación a un mayor grado de libertad de desarrollo de iniciativas, del sentido de riesgo en las empresas españolas, pero también con un cierto proteccionismo temporal, racional, sensato que permita que las estructuras españolas de comercio no se vean arrolladas por el mayor potencial que tienen los restantes países europeos. Las grandes superficies que se han implantado en España son extranjeras. Y en conclusión creo que la situación económica y financiera de España por lo que concierne al comercio no permitiría que éste se desarrollase sino que en cierto modo, quedase en breve plazo de tiempo colonizado por formas extranjeras que en sus países están alcanzando el grado de saturación. En este caso España se podría ver desbordada sin dar

tiempo a una igualdad de oportunidades.

Mi criterio es que la Administración española debe vigilar la evolución y tendencias, posibilitando - un cierto grado de protección racional, circunstancial y temporal, y al mismo tiempo facilitando con un menor intervencionismo y flexibilizando la legislación no sólo a nivel de leyes sino también a nivel de órdenes y resoluciones ministeriales que han provocado el que muchas posibles acciones, en el mercado español, por comerciantes dinámicos no se puedan llevar a cabo con la facilidad y la oportunidad que las circunstancias españolas requieren. Esto es lo que me permito yo trasladar a la consideración de los ponentes y de los asistentes. Muchas gracias.

R.- El señor que ha hablado, más que formular una pregunta ha expuesto una serie de consideraciones. En cualquier caso, yo querría referirme a un hecho de gran importancia: el próximo año, tendrá lugar unas elecciones directas para el Parlamento Europeo. Se sabe de antemano que resultará una mayoría socialista, por tanto habrá seguramente una tendencia de este Parlamento europeo hacia la pequeña y mediana empresa, porque ésta es la postura común de los partidos socialistas europeos. Además, estamos asistiendo a un fenómeno de carácter extraordinario, es decir, que desde hace tres años la asociación de consumidores están luchando con mucha fuerza al nivel de la Comunidad Económica Europea creando precisamente una de las grandes direcciones de la misma y condicionando en muchos casos ciertas políti

cas, ya sea la política agrícola comunitaria como de otros sectores que hasta el momento funcionaban sin relación con los consumidores. Por tanto mis palabras no quieren ser una respuesta sino un gran interrogante, es decir: la situación que se está creando o que está ya creada en países como Francia, Bélgica, Luxemburgo e Italia, en los cuales existe un cierto tipo de legislación restrictiva relativa al libre acceso al comercio, ¿no será posible que mañana, por una parte bajo la presión política de los socialistas, que tendrán una mayoría casi absoluta en el parlamento europeo, y, por otra parte, bajo la presión de las propias asociaciones de consumidores, e incluso de los sindicatos, se llegue a imponer a nivel europeo una cierta normativa que, no digo que limite pero si que regule el libre acceso a la empresa y a la actividad comercial.

Generalmente nuestras preocupaciones y nuestra petición de ayuda de intervención de la Administración queremos que sea, por un lado, compatible con la libertad de mercado y por otro lado, deseamos se centre alrededor de la implantación de las grandes superficies. El peligro que vemos de colonización, le vemos en función de las grandes superficies, sin embargo, es posible que olvidemos, y esto nos lo pueden corroborar los ponentes de la Comunidad aquí presentes, que las grandes superficies tienen sus propios problemas, que las grandes superficies hoy, como hemos descubierto o ya sabíamos pero nos han insistido esta mañana, no se están implantando algunas veces por las limitaciones, sino además por los condicionamiento que supone la aper

tura de un hipermercado o de un supermercado: condicionamientos financieros, condicionamiento de personal, - de local etc.; entonces cabe preguntarse si se va a producir la reacción en favor del pequeño comercio, pen--sais en la posibilidad de que lo que nos colonialice - no sea la gran superficie sino un sucursalismo pequeño y medio de origen extranjero; habeis pensado, recordais la cantidad de tiendas sucursalistas que hay por esos mundos de Dios, que han copado los centros comerciales y que no hay calle comercial donde no esté representa--do; habeis pensado que ese sucursalismo de la Comuni--dad puede venir aquí estimulado por los propios indus--triales extranjeros que tienen interés en desarrollar su comercio en España y que estimulen a esta distribu--ción a que se establezca aquí, habeis pensado en esto que podría ser nuestra principal preocupación y el -- principal peligro.

P.- Habíamos señalado antes un segundo tema, que era el de la posible orientación de una legisla---ción. En alguna manera ya ha habido intervenciones en este sentido, pero deberíamos precisar con más concre--ción cual es el nivel de restricción o de libertad que dado el abanico amplísimo de la Ley italiana, la Ley - alemana por citar solo unos ejemplos y cuál es el po--sible alcance, los posibles efectos negativos y positi--vos tanto si se toman en la dirección claramente abier--ta y liberal como si fuera necesario ceñirse a una le--gislación más restrictiva de las nuevas formas de co--mercio. Sería importante profundizar en ello y ver el sentido un poco de la sala y de los representantes de las agrupaciones en este sentido.

Me van a permitir que hable un poco como empresario de comercio. Entiendo que la Comunidad Económica Europea cuando nació en el años 1957, apuntaba a una unión económica y política. Seguramente el pensamiento que tuvieron los industriales, los políticos y los directivos de Europa al encontrarse ante dos bloques económicos situados al este, la Unión de Repúblicas Socialistas Soviética y al oeste, Unión de Estados Americanos, fue el ver claro la necesidad de Europa de constituirse, de algún modo, en tercera potencia económica. Si es verdad que este es el objetivo fundamental del Mercado Común, entonces nos va a ser mucho más fácil poder resolver los problemas que se fueron planteando con respecto a nosotros, desde el Tratado Preferencial del año 70 y las siguientes solicitudes por parte de España de integración en el Mercado Común. Creo que necesitamos, en primer lugar, estar informados de como se resuelven las conversaciones a nivel de la integración de España en el Mercado Común, el calendario que nos sirva para ir acoplando o aplicando las modificaciones que debamos de hacer a las estructuras. Como directrices se me ocurre pensar que ante una libertad de movimiento migratorios, prever unos planes urbanísticos que nos permitan situar la ubicación de centros comerciales, sean del tamaño que sean, estudiar también y tener unas directrices determinadas sobre la profesionalidad del comerciante y estado de formación. Otra de las cosas que también se ha dicho esta mañana se refiere a los estados federados o las regiones existentes el Alemania e Italia. Nosotros estamos ante un problema de regiones, de preautonomías, en

fin de distribución regional, por ello los comerciantes debemos conocer las directrices que se adopten a este nivel. Además está el tema de los cambios de estructura; yo creo que es muy interesante el que tuviesemos unos estudios en aquellas ciudades o zonas donde se hayan de implantar centros comerciales, sobre el tamaño, sobre su superficie, sobre las proporciones de los artículos en función de las necesidades del consumidor y de la variedad de artículos de uso y consumo existentes. Creo que para ir poniéndonos al día debemos debatir todo este tipo de directrices que se me ocurren en este momento y que calculo que pueden existir muchas más, con el fin de que cuando llegue a ser un hecho real nuestra integración con el menor dolor posible.

Bueno yo me acojo a las palabras de mi compañero, no quisiera salirme del tema, vuelvo a reincidir con una sugerencia que he apuntado esta mañana y que no se me ha contestado y es el asunto de economatos o mejor dicho cooperativas de consumo. En España no hay legislado por ningún sitio si este sistema de ventas está legalmente establecido o no está legalmente establecido, nunca se me ha concretado. Existen en este país unos establecimientos que se crean bajo el prisma de cooperativas de consumidores, donde se vende a precios de costo al fabricante y donde tiene acceso todo consumidor y empresa que paga una cuota que exige este establecimiento para comprar. Creo que de alguna forma este tipo de comercio afecta negativamente a todo el comercio pequeño establecido. Si alguna provincia aquí presente tiene la desgracia de tener ya encla

vado dentro de su ámbito regional algún tipo de negocio de este tipo, sabrá de lo que yo estoy hablando, desde luego los que no lo tengan lo ignoran aún.

Finalmente yo le pido al Sr. Subsecretario que de alguna manera quede regulado con garantías suficientes estas formas de comercio; que no se eliminen indiscutiblemente, pero que los controles se pongan con arreglo a las necesidades de una ciudad. Nada más.

R.- A mi modo de ver lo que este señor acaba de exponer, son dos cosas diferentes y que deben quedar clarificadas puesto que lleva un ruego al Sr. Subsecretario de Comercio Interior. Existen establecimiento que prestan un servicio al personal de plantilla de empresas industriales, mediante un convenio con el establecimiento y la empresa industrial de que se abastezcan los trabajadores allí con un carnet de comprador. Esa es una forma negociada de vender a unos precios de costo o próximos a los precios de costo, mediante el pago de una cuota 100, 150 ó 200 pesetas. Quiero dejar advertido que ni yo soy comprador como asalariado en empresa, ni poseo ningún establecimiento de esta naturaleza; pero las cosas están evolucionando y creo que el problema se va a arreglar por sí sólo, porque hasta hace poco tiempo el señor que poseía un establecimiento de esta naturaleza, hacía lo que quería; pero ahora resulta que las empresas tienen formados los comités de empresa, con las subsecciones sindicales, que investigan y que vulgarmente hablando dan la lata y conozco a más de uno que poseen tiendas o establecimientos de este tipo que

están pensando en quitárselo de en medio.

Por otra parte yo estoy de acuerdo que el -  
economato de empresa que acabo de definir, debería -  
ser regulados y quizás desaparecer porque tengo mis -  
criterios a cerca del concepto moral que el empresario  
tiene acerca de sujetar a su plantilla con este tipo -  
de ventajas. Yo soy un hombre de mentalidad libre y -  
creo que el asalariado debe estar en función de su traba  
bajo, de su productividad y de su sueldo.

En relación con los economatos voluntarios,  
ECOS, en los que puede afiliarse cualquiera, mediante  
una cuota también de 100 ó 200 pesetas, compran igual-  
mente a precio reducido. A modo de ver nadie ha encon-  
trado una forma de decir que sean establecimiento ile-  
gales; yo tampoco poseo ninguno de ellos ni pienso te-  
nerlo, pero la puerta está abierta para que lo ponga -  
cualquiera. Ahora bien, cuál será la evolución posible  
de este tipo de establecimientos; yo creo que estos es-  
tablecimiento se convertirán en establecimientos de -  
puerta abierta para que entre a comprar toda la gente  
que quiera. La fuerza de la competencia obliga a desa-  
rrollar las actividades de forma dinámica e imiginati-  
va. En España se está comenzando a desarrollar un tipo  
de establecimientos llamados "discount", que a mi modo  
de ver es una respuesta efectiva y esos establecimientos  
acabarán convirtiéndose también en discount igual que  
los demás. Pero fuera de esas dos circunstancias de ca-  
rácter digamos muy concreto muy individualizado, la -  
pregunta que nos ha hecho usted es a cerca de cómo de-

bemos actuar de cara a esa posible legislación preparatoria de nuestro ingreso en el Mercado Común y nuestra adecuación legislativa con respecto a los restantes países. Sugiero que en su día, el organismo adecuado del Ministerio de Comercio, etc. nombre una comisión de 6 ó de 8 personas expertas que colaboren con la Administración a legislar lo que sea estrictamente necesario para el desarrollo y la protección correcta, y el adecuado nivel de evolución del mercado español. Ello evitará que nos encontremos, como ha sucedido durante tantísimos años, que quién únicamente legislaba era el Estado sin tomar prácticamente en cuenta las necesidades y la opinión de los expertos. Esta comisión a mi modo de ver no debe ser muy numerosa porque las grandes comisiones nunca llegan a nada positivo. Una Comisión de 8 ó 10 hombres con 4, 5 u 8 de la Administración en un trabajo sereno de largos meses, incluso de años, hasta llegar a legislar y a definir las estructuras del Comercio español en todos sus aspectos, por ejemplo la defensa de la competencia, la libertad de entrada en el mercado, la reglamentación de precios y la formación profesional, la fiscalidad, la financiación, las ayudas, la competencia desleal, la publicidad, etc. Esa comisión mixta deberá tener todas las facultades para recibir y reunirse con sectores más amplios del comercio, regionales, locales, sectoriales, para pulsar opiniones, afirmar criterios; no para que esas audiencias legislen por si mismas sino para que la comisión se informe, llene el vaso de ideas, de problemas, y después lo traduzcan en conclusiones que puedan configurar la futura legislación que el comercio español necesita.

La legislación en España está dispersa, atomizada en entes locales; los Ayuntamientos vigilan por su lado, legisla el Gobernador Civil "de facto" aunque no sea en una norma, decide. Legislan tales o cuales organismo, legisla la Dirección General de Comercio Interior, sigue legislando la C.A.T., la C.A.P., sigue legislando de una manera indirecta el IRESCO, la nueva Dirección de Ordenación Comercial que se ha formado. Hay tal multiplicidad de organismos que habría que re-fundirlos en uno sólo, pero seriamente, profundamente, después de tener en cuenta las opiniones de los expertos y a su vez estas comisiones bien formadas y bien documentas, traducirlo en decisiones en su momento. Muchas gracias.

A lo que se acaba de plantear yo quiero añadir algo. Yo creo que el papel del Estado es ofrecer un servicio. Por ejemplo, tiene que prestar servicios, como ha explicado esta mañana nuestro amigo francés, servicios para la capacitación de los empresarios. Naturalmente necesitamos leyes; para nosotros la ley es solamente una regla de juego, para evitar monopolios y limitaciones de competencia, nada más. Aunque en todos los países tenemos administraciones muy eficaces, yo creo que en el comercio tenemos más confianza en el mercado. Bueno, yo creo que eso es muy importante, naturalmente hay otras posibilidades.

En relación con las comisiones propuestas. De hecho todos los países de la Comunidad y todos los tres que quieren entrar tienen un sistema parlamentario. Y creo que no hay que olvidar que, en fin, eso es una

tarea de Parlamento y una decisión de Parlamento. Creo que básicamente la dirección del Comercio es tarea del Gobierno, naturalmente el Parlamento deberá discutir, proponer reformas oportunas, etc. No hay que olvidar - eso. Muchas gracias.

P.- Al sentirme directamente aludido quiero hacer unas aclaraciones. Soy Director General de una - empresa de Sevilla que se llama Ecovol y de otra de Valencia que se llama Nusico. Nusico significa Nuevo Sistema Comercial y no creo que me equivoque, mi distin-- guido compañero de asamblea ha aludido precisamente a estas empresas. Yo, sin quererme petulantemente adjudicar ningún invento del otro mundo, he sido en realidad el creador de esta forma que voy a tratar de explicar muy ligeramente, sintiendolo mucho porque, quizá, ha-- bría que matizar muchos puntos, porque no quiero que - quede, absolutamente, ninguna duda.

Durante el día de ayer y de hoy he visto que el tono de distintos ponentes ha defendido claramente la libertad de comercio, la iniciativa. Se ha pedido - al empresario español que tenga un arranque de fuerza y que se preocupe de crear los canales de distribución a una altura suficiente que provoque una economía en - el costo de la familia. Y no entiendo como, por otro - lado, cuando resulta que sale alguien que se cree es-- to, pero que no sólo se lo cree, ni lo discursa, sino que trata, modestamente, a lo mejor equivocadamente, - de pasarlo al hecho físico, entonces ya no interesa - tanto. Yo tengo un marchamo de ocho años de ejecutoria

en Sevilla, que ya significan una pauta de asentamiento y seriedad en la empresa, en donde tenemos varias decenas de miles de familias que voluntaria y libremente, por el ejercicio de nuestro escalón comercial se incorporan a nuestra empresa. Por lo tanto yo creo que ese es un marchamo importantísimo. Pero hay otro que es precisamente el combate noble, entiendo por lo menos hay va mi espíritu en ello, que nos dan nuestros competidores, nuestros dignos y respetados por nosotros competidores, porque cuando se preocupan tanto de esta al fin y a la postre, modesta empresa dentro del contexto nacional, significa que alguna mella hacemos. Yo soy hijo de comercio, he nacido en un tienda de ultramarinos en los altos de ella y he vivido mucho todas las incertidumbres que ha pasado el pequeño comerciante y lo soy y de ahí he nacido. Quizás el gran pecado de este modesto español sea ese: ser español. Si quizás esta fórmula hubiese venido lanzada de la Comunidad Europea o de Norteamérica o sabe Dios de qué país, tal vez nos estaríamos quitando el sombrero, diciendo: hay que ver que listos son esta gente.

En último término es problema es que el legislador va por detrás de los acontecimiento y de la inventiva del hombre; siempre ha sido así, un legislador no puede ser adivinador de todo lo que puede ocurrir. Pero, en fin, esa pregunta que hacía mi compañero sobre la legalidad o no de esta forma de comercio, le digo que es legal porque así está dictaminado por la propia Asesoría Jurídica del Ministerio y el Tribunal de la Libre Competencia.

Vamos a dar por finalizado el coloquio. Creo que es importante el aspecto general de este tipo de discusiones, y por supuesto no se trata de meterse con nadie a nivel de empresa, el tema habría que centrarlo sobre si hay formas que son legales o no desde el punto de vista de la competencia. Creo que este es el problema que nos preocupa a todos, pero no es este el lugar de entrar en la casuística personal de una empresa. Finalmente vamos a dar por terminado la discusión y el coloquio y va a tomar la palabra el Sr. Subsecretario de Mercado Interior D. Agustín Hidalgo de la Quintana para clausurar estas Jornadas.

# ■ ■ ■ jornadas de estudio

## PALABRAS DE CLAUSURA

Apertura: Hidalgo de la Quintana

Subsecretario de Mercado Interior del  
Ministerio de Comercio.

Señoras y señores, en ausencia del Ministro de Comercio y Turismo, que se encuentra actualmente con el Rey en Méjico, me cabe a mí el honor de clausurar estas jornadas que han tratado sobre las Implicaciones para el Sector Comercio de la Integración de España en la Comunidad Económica Europea.

Era mi intención hacer un pequeño discurso de clausura sobre algunos de los temas importantes que hay que tener en cuenta ante nuestra entrada en el Mercado - Común. Pero al haber querido venir antes para pulsar un poco el ambiente, he visto que a lo largo del coloquio - se han planteado algunos temas que no ha contestado na - die. No es que me vaya a referir a cada uno de los temas que aquí se han planteado, son numerosos, difíciles de - contestar en pocas palabras, todos ellos son complejos, pero quiero referirme a alguno de ellos.

Quiero dar las gracias a los señores ponentes que han venido del extranjero y han pasado su tiempo en explicar aquí, en unas jornadas apretadas de trabajo, - una serie de temas que creo muy importantes por la futu- ra integración de España en la Comunidad Económica Euro- pea, así como también a los moderadores españoles que han intervenido en todos los coloquios.

Creo que el tema de nuestra futura integración, respecto al sector de distribución, es sumamente importante y el IRESCO, como el Ministerio de Relaciones con la Comunidad, pretenden continuar profundizando en el tema. En estas jornadas ha habido un peso específico grande de los representantes de la Acción Comunitaria y quizás en otras ocasiones, y un poco espero de Vds. sus sugerencias, podamos ampliarlo también a empresarios de la Comunidad Económica Europea, empresarios de Alemania, de Italia, de Francia, etc. para tratar temas concretos que a Vds. les interesen sobre el desarrollo del comercio y del empresario comercial en aquellos países.

Yo creo, como ha dicho el representante francés, que la integración de España en el Mercado Común a corto plazo no tiene porque afectar de manera rotunda y rápida las estructuras del comercio. Por lo mismo que él ha dicho, Francia y los seis países originarios de la Comunidad han estado veinte años dentro de ella y el problema de sus estructuras comerciales ha sido un problema a resolver por ellos mismos.

Evidentemente que la Integración en la Comunidad tiene unos efectos indirectos sobre toda la economía del país importantísimos y, por lo tanto, los tiene que tener también sobre la propia estructura del comercio. - Hasta que no haya una plena libertad de movimientos de capitales, movimientos de tecnología, movimientos de servicios, movimientos de personas, evidentemente los países podrán todavía o pueden y de hecho lo han practicado un cierto proteccionismo o se han preocupado dentro de su esquema de política interior coordinada con las directri

ces y la legislación armónica de la Comunidad, en regular estas estructuras comerciales.

Sin embargo, es evidente que subsiste un reto - por las repercusiones que pueda tener nuestra entrada en el Mercado Común. Pero el hecho ~~que se~~ ha puesto de manifiesto en otras jornadas en que he estado y en reunio - nes con los comerciantes es que ante esta ocasión inminente o próxima de nuestra entrada en la Comunidad, el comercio o la distribución comercial en España tiene ante sí - un reto. Tiene ante sí un reto porque es un sector poco - evolucionado, no diré yo el menos evolucionado, evidente - mente, pero un sector menos evolucionado que otros secto - res de la economía española. Estos últimos años la prioridad de la política económica española, tanto de parte de la Administración, como director de esa política, como de las finanzas o el capital español, ha estado dirigido a - otros motores de la economía y se ha dado prioridad fundamentalmente a la industria. El comercio ha quedado un po - co abandonado, abandonado por el Estado y abandonado de - su propia iniciativa.

Nos encontramos hoy con estructuras que, como - digo no han evolucionado a la altura de otras estructuras económicas del país. Las cifras que todos Vds. conocen y que seguramente en estas jornadas se habrán puesto de manifiesto, el carácter minifundista, el empresario independiente, el carácter familiar, el dos empleados por esta - blecimiento comercial de promedio que existe en España, - ya son cifras que dan clara muestra de lo que puede ser la rentabilidad del sector para la sociedad española y para los propios protagonistas del sector. Esta preocupación -

la siente la Administración muy profundamente y a lo largo de este año hemos intentado establecer unas directrices básicas de lo que puede ser la actuación del Estado y unos puntos de partida para fijar claramente cuales - pueden ser las reglas del juego de una futura estructura ción de nuestro sector comercial.

Por supuesto esto no es una tarea rápida, ni se puede hacer a golpe de Decreto por el Estado; considero que como ha dicho nuestro ponente alemán, el Estado debe de marcar las líneas o las reglas del juego. No sólo eso, creo que el Estado, por lo menos en un país como España, también debe apoyar esa reestructuración y sobre todo debe de compensar los costes sociales que pueda suponer - una reestructuración demasiado rápida. Así mismo el esta do debe de preocuparse de tener siempre la prudencia de que en España no se produzca una revolución como en Alemania sino una evolución. Por supuesto no podemos permitir el estancamiento de estructuras anticuadas y poco ra cionales económicamente en el contexto de nuestra economía. Pero Alemania se ha podido permitir esa revolución de su comercio porque, precisamente, los diez años en - que ha transcurrido Alemania se encontraba en un boom - económico industrial donde ofrecía puestos de trabajo no sólo para los propios alemanes sino para emigrantes de - toda Europa. Por lo tanto en un país, además de la capa cidad financiera de Alemania era muy fácil reasimilar - las empresas marginales o los posibles costos sociales - que se producían.

En España no nos encontramos ni con la capacidad financiera de Alemania, ni además estamos, como todos sa

ben, en un momento de boom económico. Es decir, el Estado debe tener prudencia en este tema, y evidentemente, ya se buscará la manera, porque en todo este tema influye evidentemente razones políticas muy importantes; se debe buscar un cierto proteccionismo como el Sr. Aro, - me parece que señalaba antes, proteccionismo moderado - pero evidentemente las directrices básicas del Estado - español en materia de comercio están definidas por el - Gobierno muy recientemente y están en la mente de todos Vds.

No voy más que a leerlas rápidamente, porque al mismo tiempo que reflejan la ideología del Gobierno español, responden plenamente al de la Comunidad Económica Europea. Aquí habrá que reajustar la legislación, que como antes se ha dicho es dispersa, a veces contradictoria y procede de numerosos organismos de la Administración; pero en cuanto a directrices comulgamos plenamente con las europeas: aceptación clara del principio de libertad de mercado. Aceptación de la iniciativa privada como protagonista fundamental en el ejercicio de la actividad comercial. Establecimiento por parte de la Administración del marco normativo de la actividad comercial. Regulación y garantía de las reglas de juego de la competencia, y protección al consumidor, y, por último, acción compensatoria y apoyo de la Administración en el sector en razón a la descapitalización y graves limitaciones de una gran mayoría de las empresas comerciales establecidas para adaptarse a las nuevas formas de comercio.

En principio todos estamos de acuerdo con estas directrices; ustedes mismos lo han dicho ahora. Ahora bien, creo que todo esto requiere un gran esfuerzo - del Estado, y somos conscientes de ello, en dos sentidos: un esfuerzo normativo y un esfuerzo financiero y de apoyo en general.

En el esfuerzo normativo hay que simplificar las reglas del juego y no hay que variarlas como se han variado en España. La misma ofensa de nuestras normas comerciales desde algunos márgenes existentes para el comercio al detall a otro tipo de actuaciones está costando varias semanas el conseguirlo a través del propio Ministerio de Comercio. Es decir buscar las propias normas que nosotros hemos dado para ver cuales están vigentes y cuales no. Ustedes que son las víctimas de esta dispersión normativa saben incluso mejor que nosotros, que es propósito del Ministro De Comercio llevar a Consejo de Ministros un proyecto de Ley del Comercio en el cual se regulen o se trate de iniciar las bases para esta regulación y clarificación de las normas.

Esta Ley del Comercio pensamos hacerla evidentemente, en coordinación con todos los sectores implicados en el comercio. Se ha mencionado aquí la posibilidad de hacer una comisión de expertos y yo debo dar claramente mi opinión sobre la comisión de expertos. En esa comisión de expertos si va a tener una facultad importante de propuesta de ley tendrán que estar representantes de las Centrales Sindicales de trabajadores de España, representantes de los consumidores, representantes de la industria a cuales afecta mucho por supuesto

el sistema de distribución comercial, representantes del capital, del sistema financiero español, representantes dentro ya del propio comercio desde las grandes superficies, las cooperativas de detallistas, los representantes del sucursalismo, asociacionismos, cadenas, etc. hasta el representante del pequeño detallista individual. Las 6 u 8 personas que se han citado para que sea eficiente implica pues la imposibilidad de reunir a todas estas personas.

Pongo estos ejemplos porque las decisiones que se toman no se toman por el Gobierno, a veces parecen injustas o ignorantes de la materia y algún sector de los implicados en el tema piensa que las decisiones que se toman por el Gobierno se hacen con desconocimiento de las materias. Creo que toda decisión lleva inculcada unas decisiones políticas de extrema gravedad en muchos casos; todo lo que damos en algunos casos al comercio se lo estamos quitando a la industria; los intereses son contrapuestos incluso entre el propio sector comercio, no piensa lo mismo un director de una cadena sucursalista que un comerciante independiente, ni que un director de una gran superficie. Yo me temo mucho que simplemente el crear esa asamblea de expertos y la Administración podría dar lugar no a un diálogo sino a una verdadera querrela de intereses personales que haría totalmente inoperante el sistema.

Por otro lado, el sistema democrático que prevee nuestra Constitución, como elemento fundamental de la legislación en España, se basa en que la democracia -

elige o el pueblo elige a unos representantes que constituyen el sumo poder legislativo del Estado. No cabe la menor duda que no puede ser más que a través de ese Parlamento donde se discutan y se dictaminen los proyectos que el Estado presente.

Esto no quiere decir que vayamos a encerrarnos en nuestra torre de marfil a realizar esa ley del Comercio, es más, nuestra pretensión es llamar a todos los sectores implicados; pero creemos más operativo que sector por sector este cuando sea posible en el diálogo y la contraposición de posiciones reflejado delante de nosotros, será mejor y más ilustrativo. Pero todo el mundo, a través de sus representantes de asociación o de sectores, o de gremio tendrá voz para dar su punto de vista sobre esta Ley del Comercio. Ley del Comercio que nos por otro lado demasiado ambiciosa, no se puede regular de una sola vez todos los temas que afecten al comercio en España.

Viendo la Legislación comparada de los diferentes países se ve pues que las últimas legislaciones de todos ellos que datan desde el año 1973 - 74 hasta ahora, regulan algunos aspectos concretos, bien el establecimiento comercial, bien la competencia desleal o el fraude al consumidor, bien el problema de las grandes superficies u el urbanismo comercial.

La ley española evidentemente tiene que recuperar terreno y tendrá que ser un poco más amplia que que estos temas ya un poco concretos, pero trataremos de llenar las lagunas que parecen hoy más necesarias para

el tema. Todo ello evidentemente dentro de una posición política que en España, y tienen que ser ustedes conscientes de ello, hay que tratarla con suma prudencia, quí se habla por ejemplo de los economatos; hemos hecho una tímida regulación sobre los economatos laborales en el mes de agosto de este año, señalando simplemente la obligatoriedad para que los economatos laborales no puedan extender sus servicios a otras personas que los que tengan el carnet de la empresa a la cual están sirviendo; incluso hemos anunciado de alguna manera en el preambulo del Decreto, que nuestra intención es que a partir de determinada fecha, me parece que es desde primero de marzo o 31 de marzo de este año, el volumen de ventas de ese economato no podrá superar un porcentaje de la nómina salarial de esa empresa. ¿Qué quiere decir esto?, pues que en un economato los obreros no comprenden más que los productos que son naturales de la economía familiar, para que no sobrepasen los términos y, sobre todo, para que no entren ajenos amparados por los carnets de los economatos laborales.

Este tema, que ha sido muy tímido y que nuestro deseo era resolver problemas, ha promovido una tempestad de telegramas y una tempestad de protestas por parte de la población laboral de este país, cuyo peso en importancia, son ustedes totalmente conscientes, por que con ellos tienen un dialogo constante en sus empresas privadas; es un tema que hemos heredado del pasado, las dificultades de aprovisionamiento de la posguerra y un sentido patriarcal de las disposiciones de entonces con relación de los obreros, creó la obligación practicada en toda empresa de más de 500 obreros, de que tiene

que tener un economato laboral. Afortunadamente en esto las empresas ni el Estado lo exigen y los obreros, muchas veces, ante un comercio fácil etc. tampoco lo exigen y se va solventando la cuestión; es un tema que habrá que solventar, pero la prudencia política para hacerlo será grande. Evidentemente en España tendrán que existir y cabe dentro de nuestra Legislación las cooperativas de consumidores en su Legislación general que trataremos de hacer de manera que resulte más defensora de los intereses de los consumidores, y más defensora de la libre compe-tencia y no crear desleales competencias a través de privilegios de carácter fiscal para su instalación, etc.

Todos estos temas son conflictivos y hay que tratarlos con mucho cuidado; oiremos a todos ustedes como también habrá que oír evidentemente a los productores laborales.

Uno de los temas que evidentemente se han tratado con cierta importancia a lo largo de estas Jornadas es el urbanismo comercial y la regulación de las grandes superficies. Hablo naturalmente como Subsecretario de Mercado Interior, pero de modo más bien personal; no interpreten pues mis palabras como decisiones del Gobierno, ni una posición de éste, sino desde el punto de vista de mi experiencia personal en este tema.

Es evidente que existe en España un miedo al hipermercado y a la gran superficie comercial. En la regulación española sobre estos temas, existen importantes descoordinaciones pues mientras el intervencionismo por parte del Estado es muy grande para ciertas formas comer

ciales, paradójicamente existe una libertad muy grande. Es decir, mientras que un hiper necesita evidentemente cumplir ciertas condiciones de urbanismo comercial, no así un gran almacén porque comprar un gran edificio y tener el alta municipal y pagar su cuota fiscal está hecho; sin embargo, la repercusión comercial de esta forma es muy importante. En España es necesario regular de alguna manera este tipo de instalaciones y, de la misma manera, toda gran superficie. Como primer paso habrá que crear un registro de grandes superficies para que por lo menos el Estado se entere de lo que se va a hacer y no se encuentre de la noche a la mañana con un barrio transformado por unos problemas comerciales muy importantes. Sin embargo, yo quiero decirles que junto a un proteccionismo quizás moderado y prudente, las nuevas formas de comercio son esenciales en España y ningún administrador responsable dentro del Gobierno puede tratar de intentar que ese proteccionismo pueda convertirse en un anquilosamiento de nuestras estructuras comerciales. Ustedes son conscientes, y todo el mundo lo sabe, de que hasta ahora existen en España unos 20 hipermercados. En Alemania hay 700 u 800 y en Francia más de 400. Estos 20 establecimientos han creado una verdadera conciencia dentro del comercio, conciencia de protesta, de temor, pero conciencia también de examinar sus posibilidades y arrancar nuevas formas de comercio.

Se han mencionado algunos otros temas, a los que no me quiero referir ya en concreto; pero entre otras cosas se ha hablado del peligro que pueda suponer no ya las grandes superficies sino los sistemas del sucursalismo

mo extranjero. Yo creo que con o sin integración en el Mercado Común, se va a producir un desarrollo de estas formas, evidentemente cualquier innovación tecnológica, nueva forma de comercio, puede introducirse por cualquier tipo de capital exterior en cuanto el Estado autorice actualmente éste o bien en una inversión mixta con españoles; yo creo que esta situación debe incitar la capacidad de innovación de los españoles, porque digamos que la tecnología en materia de comercio no es una tecnología avanzadísima científicamente; los temas y ocurrencias de uno mismo o el copiar lo que se hace fuera tampoco es demasiado diferente, creo que en esos temas el Estado no puede amparar bajo sus alas toda nueva iniciativa de carácter comercial que venga del extranjero o incluso que surja de dentro de la península y que pueda crear evidentemente una reducción dentro del mundo del comercio, siempre que se mueva dentro del juego de la libre competencia.

No quiero extenderme más en este tema, solo eran unas breves palabras, creo que ya sobre el horario previsto llevamos un cierto retraso, pero quiero reiterarles una vez más la preocupación de la Administración no solo de mi mismo, sino de todo el Ministerio de Comercio y del propio Ministro que le hubiera interesado notablemente estar aquí en esta clausura de las Jornadas, pero otras ocasiones habrá de relacionarse con ustedes. Esta preocupación de la Administración la tendremos que trasladar a unas disposiciones normativas, y a lo que antes me he referido, a un apoyo al comercio, a la formación profesional que en España estamos prácticamente en mantilla. Los esfuerzos del IRESCO -

son muy recientes y no se pueden comparar a lo que se ha hecho en Francia, por ejemplo, ni en aspectos de financiación donde todavía el sector comercio debe de apoyarse en nosotros o nosotros apoyarnos en todos estos comercios para lograr de los mecanismos de la Administración una mayor atención en este campo. En relación con el "proteccionismo" creo que lo tienen ustedes garantizado porque la política de empleo va a ser en estos próximos años una de las preocupaciones prioritarias de cualquier programa económico del Gobierno.

Y nada más que acabar aquí, y esperando de ustedes, como he dicho antes, sus sugerencias para seguir profundizando en la problemática del Mercado Común y los países de la Comunidad con los cuales pronto podremos ser socios. Muchas gracias.