

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Ejercicio de supervisión del mercado del comercio y de la distribución «Hacia un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz en la perspectiva de 2020»

COM(2010) 355 final

(2011/C 84/04)

Ponente: **Pedro Augusto ALMEIDA FREIRE**

El 5 de julio de 2010, de conformidad con el artículo 262 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, la Comisión Europea decidió consultar al Comité Económico y Social Europeo sobre el

«Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: Ejercicio de supervisión del mercado del comercio y de la distribución “Hacia un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz en la perspectiva de 2020”»

COM(2010) 355 final.

La Sección Especializada de Mercado Único, Producción y Consumo, encargada de preparar los trabajos del Comité en este asunto, aprobó su dictamen el 6 de enero de 2011.

En su 468º Pleno de los días 19 y 20 de enero de 2011 (sesión del 20 de enero de 2011), el Comité Económico y Social Europeo ha aprobado por 192 votos a favor, 4 en contra y 4 abstenciones el presente Dictamen.

1. Conclusiones y recomendaciones

1.1 El CESE reconoce la importancia del sector del comercio y la distribución en el mercado interior, así como su contribución a la economía europea en general. Dada la naturaleza específica del comercio y la distribución, el CESE acoge positivamente el enfoque global seguido por la Comisión Europea en el ejercicio de supervisión del mercado del comercio y de la distribución y está de acuerdo en que es necesario no centrarse en los distintos subsectores.

1.2 El CESE lamenta que se haya prestado tan poca atención a las pymes, a las que corresponde un papel esencial en cuanto al empleo, la creación de valor y la vida de las zonas rurales y los centros urbanos. De acuerdo con la Small Business Act, debería darse más prioridad a las pymes y a las medidas para animarlas a desarrollarse y crear empleo.

1.3 En toda Europa se registra una concentración de grandes operadores en el mercado del comercio y la distribución, que están atrayendo a más clientes gracias a la fuerza de su oferta (los cinco principales distribuidores del sector de la alimentación supusieron más del 70 % del mercado en 2005). Del mismo modo, existe una alta concentración en una serie de mercados de productos, sobre todo para tener los productos que los minoristas no pueden dejar de ofrecer en sus tiendas.

1.4 El poder de negociación es una práctica habitual en una economía de mercado que ejerce cualquier grupo, incluidos agricultores, quienes recogen y procesan sus productos, proveedores y comerciantes. El CESE señala su inquietud por las medidas con las que algunos países pretenden controlar el nivel de

los precios o los márgenes, pues son contrarias a los principios de la libre competencia y al buen funcionamiento del mercado único.

1.4.1 Debido a importantes motivos sociopolíticos, por ejemplo, en los ámbitos social o medioambiental, tales medidas pueden ser necesarias para garantizar la cohesión social o la protección del medio ambiente.

1.5 Dentro del mercado interior se han observado considerables diferencias de precios en los distintos Estados miembros para productos similares. El CESE recomienda que todo estudio de los precios se centre en la transmisión de precios y márgenes a lo largo de toda la cadena de suministro.

1.6 El CESE recuerda que el comercio y la distribución –y las relaciones contractuales del comercio y la distribución– son nacionales por definición, con diferencias jurídicas, económicas, políticas y culturales. El CESE, que reconoce la importancia de la cadena alimentaria, pide que se analicen las prácticas manifiestamente desleales que se producen en toda la cadena alimentaria y se actúe en consecuencia.

1.7 Más concretamente, el CESE pide a la Comisión que estudie cómo se afrontan las «relaciones contractuales desleales» a escala nacional, incluido el cumplimiento de la legislación. Asimismo, el CESE recuerda la importancia, en tiempos de crisis, de garantizar el debido cumplimiento de la legislación vigente y que se trata de una responsabilidad de los Estados miembros, y subraya dónde es necesaria la acción y cuál sería el nivel más apropiado de acuerdo con los principios de subsidiariedad y proporcionalidad.

1.8 El empleo en el comercio y la distribución es importante y muchas veces es la puerta de entrada al mercado laboral para muchos trabajadores jóvenes, escasamente cualificados o sin cualificación. Además, el comercio y la distribución ofrecen grandes oportunidades a los emprendedores.

1.9 El CESE pide a la Comisión que respalde la promoción del empleo autónomo, el espíritu empresarial y el desarrollo de capacidades como forma de hacer frente a la crisis y facilitar el acceso o el retorno al mercado laboral.

1.10 La Comisión identifica acertadamente diversas áreas de acción prioritaria. Por otra parte, el CESE aboga por que las propuestas se adopten a su debido tiempo, e insta a la Comisión Europea a que acelere su proceso decisorio en un ámbito que requiere una intervención urgente, práctica y tangible. En particular, el renovado Foro sobre la cadena de suministro alimentaria debería ser el eje de nuevas y emergentes políticas agroalimentarias, con relaciones más equilibradas entre la industria y el sector del comercio y la distribución.

1.11 Además, el CESE pide a la Comisión que estudie la aplicación de la Directiva sobre servicios y tome las medidas oportunas en los Estados miembros que corresponda. El CESE también insta a la Comisión a que tome medidas respecto de las tasas de intercambio, que actúan como impuesto oculto que se cobra a los consumidores.

2. Introducción

2.1 La Comisión Europea reconoce el importante papel del sector del comercio y la distribución en el mercado único. De hecho, su significación económica para la Unión Europea (4,2 % del PIB de la UE; 17,4 millones de trabajadores y 20 % de las pymes europeas, además de estrechos vínculos con infinitud de mercados) explica por qué se eligió el sector del comercio y la distribución para un ejercicio de supervisión del mercado.

2.2 El informe de supervisión del mercado del comercio y la distribución y el documento de los servicios de la Comisión que lo acompaña proporcionan un análisis de cuestiones que afectan a los resultados económicos, sociales y medioambientales del sector del comercio y la distribución desde el punto de vista del mercado único y estudian sus resultados, las tendencias recientes y el impacto de la modernización en sus competidores. Detectan los problemas que afectan al trabajo de los comerciantes también desde la perspectiva de sus interlocutores de los mercados situados al principio y al final de la cadena.

2.3 El análisis del sector que se realiza en este informe se basa en un análisis de las interacciones de los comerciantes con sus proveedores (principio de la cadena) y sus clientes (final de la cadena). De este modo, la Comisión reconoce la complejidad de las interacciones que establecen los comerciantes para garantizar que los consumidores encuentren el producto adecuado en el lugar adecuado, en el momento adecuado y al mejor precio.

2.4 El informe anuncia que la Comisión definirá medidas para mejorar el buen funcionamiento del mercado interior del

comercio y la distribución basándose en una consulta con la idea de ayudar a los comerciantes a sacar todo el beneficio posible del mercado único y a mejorar su rendimiento económico, social y medioambiental.

3. Observaciones generales

3.1 Con este informe la Comisión Europea reconoce la importancia del sector del comercio y la distribución en el mercado único y su contribución al crecimiento, el empleo y la sostenibilidad. Puesto que la percepción del sector suele basarse en una visión simplista de los comerciantes que compran a los agricultores y venden a los consumidores, el enfoque que ha adoptado este informe pone de relieve la complejidad de la cadena de suministro y de las interacciones de los comerciantes con sus interlocutores. También ayuda a explicar cómo cumplen los comerciantes su misión de proporcionar a los consumidores el producto adecuado en el lugar adecuado, en el momento adecuado y al mejor precio, además de todos los retos que se les plantean.

3.2 El informe reconoce la importancia de la modernización en el sector del comercio y la distribución, pues ha contribuido a combatir la inflación en los últimos 50 años y a aumentar la oferta a los consumidores. El aumento de la competencia y la consolidación en el sector del comercio y la distribución ha hecho que se reduzcan los precios, ha aumentado la oferta a los consumidores y ha dado lugar a unos márgenes relativamente reducidos (en comparación con otros sectores, incluido el manufacturero), lo que ha repercutido en los competidores, los entes locales, los agricultores, los proveedores, los trabajadores, etc.

3.3 El CESE lamenta que el informe se centre excesivamente en el comercio y la distribución de alimentos, lo que le impide reflejar la importancia de las pymes (más del 95 % de las empresas dedicadas al comercio y la distribución y once millones de trabajadores), sus necesidades y dificultades particulares, incluidos los servicios posventa, su papel en la vida de los centros urbanos, las zonas rurales y suburbanas, su dependencia de los grandes fabricantes y la competencia con los proveedores que crean sus propias redes de distribución.

3.4 El informe tampoco reconoce la importancia del modelo económico de las cooperativas, especialmente en el comercio y la distribución de alimentos a través de las cooperativas de consumidores.

3.5 El informe analiza los resultados del sector del comercio y la distribución y los compara con los objetivos de las políticas públicas: la accesibilidad y la asequibilidad. En la práctica, sin embargo, los comerciantes trabajan en un entorno muy competitivo en el que las empresas luchan por atraer a los clientes y ofrecerles una buena relación calidad-precio. En consecuencia, las decisiones de los comerciantes en cuanto al establecimiento y sus servicios responden a las dinámicas de los mercados, no a los objetivos de las políticas públicas. Si se compara el rendimiento de los comerciantes con los objetivos de las políticas públicas, se deja de lado el hecho de que el comercio y la distribución son actividades comerciales que deben seguir siendo rentables para poder sobrevivir en una economía de mercado. Las conclusiones serían similares para cualquier otra actividad de mercado.

3.6 Las demandas de los consumidores se han hecho más sofisticadas con el paso del tiempo y no pueden considerarse homogéneas. Esto, unido a la importancia de la competencia en el comercio, explica la complejidad de las fuerzas de mercado y por qué coexisten distintos formatos de comercio y distribución con distintos servicios posventa. Esto significa que los formatos más pequeños pueden tener éxito si ofrecen un servicio determinado a unos clientes determinados. Más de once millones de europeos trabajan en las pymes del sector del comercio y la distribución. Por eso es fundamental fomentar más el desarrollo de pymes, en particular mediante un mejor marco regulador y la reducción de las cargas administrativas.

4. Observaciones específicas

4.1 *Un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz a favor de los consumidores*

4.1.1 La actividad principal de los comerciantes es ofrecer a los consumidores una amplia gama de productos que cumplan los requisitos de calidad y seguridad al mejor precio. La modernización en el sector del comercio y la distribución a lo largo de los últimos veinte años se ha caracterizado por un rápido proceso de concentración en grandes cadenas multinacionales de comercio y distribución que operan en diferentes países de la UE y en terceros países, produciendo una saturación de los mercados de la UE, la integración de las tecnologías de la información y la comunicación y la globalización, incluida la expansión hacia otros mercados y el acceso a una gama más amplia de productos que se ofrecen a precios más bajos a los consumidores (asequibilidad).

4.1.2 El CESE y la Comisión coinciden en que los desequilibrios en el acceso a los comercios y la necesidad de mantener vivas las zonas rurales son problemas que es preciso abordar. Los comerciantes tienden a establecerse en el centro de las ciudades y en los centros comerciales de las afueras de las ciudades, por lo que es necesario garantizar que el centro de las ciudades siga siendo accesible para el suministro. Cada vez son más las personas que viven en el medio rural que recurren al automóvil: sus compras diarias tienen, pues, un impacto medioambiental. Esto significa que quienes no pueden permitirse tener un coche o no saben conducir ven limitado su acceso al comercio y la distribución.

4.1.3 Las decisiones de los comerciantes a la hora de establecerse dependen de una serie de factores: uno de los más importantes es la necesidad de maximizar el paso de personas. Este factor explica por sí solo que en las zonas escasamente pobladas se establezcan menos comerciantes, a diferencia del centro de las ciudades o los centros comerciales contruidos expresamente en las afueras de las ciudades. Por tanto, es preciso abordar las cuestiones de accesibilidad partiendo de una perfecta comprensión del entorno en el que operan los comerciantes.

4.1.4 La dificultad de los consumidores para acceder a una gama más amplia de comercios depende de factores económicos y no económicos, como el marco regulador, incluida la planificación urbana y el acceso de los comerciantes al mercado inmobiliario. Puede haber una relación con unas reglamentacio-

nes locales que interpongan obstáculos a la entrada de ciertos tipos de actividad o ciertos tipos de locales, y los procedimientos de autorización pueden ser excesivamente complejos y discrecionales, a pesar de la Directiva de servicios. Por otra parte, los reglamentos que reservan la venta de productos sin receta a determinados monopolios limitan la competencia y, en consecuencia, el acceso de los consumidores a unos productos farmacéuticos a precios razonables.

4.1.5 A lo largo de los últimos veinte años los ciudadanos con ingresos más bajos se han beneficiado en buena medida del acceso a una gama más amplia de productos y a unos precios más ajustados gracias a la modernización, el aumento de la competencia y la globalización. La aparición de las marcas privadas, que por término medio son un 30 % más baratas que los productos de marca, ha sido decisiva en este proceso.

4.1.6 Debido al modelo económico del sector del comercio y la distribución, los precios del comercio y la distribución reflejan los costes operativos con un margen relativamente reducido en comparación con otros sectores en los que se emplean márgenes superiores. El CESE señala su preocupación por las medidas con las que ciertos países pretenden controlar los precios o los márgenes. Dada la importancia de este ámbito político y social, tales medidas pueden ser necesarias para garantizar la cohesión social y evitar la pobreza.

4.1.7 Dentro del mercado interior se han observado considerables diferencias de precios en los distintos Estados miembros para productos similares. El CESE recomienda que todo estudio de los precios se centre en la transmisión de precios y márgenes a lo largo de toda la cadena de suministro. El CESE coincide igualmente con la Comisión en que existen varios factores que influyen en la fijación de un precio. Además de los costes operativos, estos factores son, entre otros, las rentas medias de las familias, el IVA, los costes de transporte, los costes de alquiler, los costes salariales, el marco regulador, el grado de competencia o prácticas comerciales tales como la imposición de límites territoriales a la oferta y las prácticas abusivas que tienen lugar a lo largo de toda la cadena de suministro. El CESE pide a la Comisión que estudie el impacto de estas prácticas y tome medidas para garantizar que la contratación pública es posible en otros Estados miembros, a fin de que los consumidores puedan beneficiarse de unos precios más bajos, una mayor variedad, una mejor calidad, productos alternativos, etc.

4.1.8 El CESE señala que las encuestas a los consumidores han determinado la necesidad de desarrollar fuentes de información comparativa independiente sobre las ofertas comerciales.

4.1.9 El CESE está de acuerdo en que el comercio electrónico podría incrementar la competencia en ciertas zonas, lo que ayudaría a reducir los precios, aunque le preocupa su lenta implantación, en particular para las transacciones transfronterizas. El CESE observa que uno de los grandes obstáculos al desarrollo de las transacciones transfronterizas a través del comercio electrónico, especialmente para las pymes, es la falta de normas para la protección del consumidor comunes para toda

Europa, e insta a las instituciones europeas a adoptar rápidamente una Directiva sobre derechos digitales de los consumidores basada en la «plena armonización específica» en la forma más avanzada posible. Tal directiva no impedirá que ningún Estado miembro pueda mantener o introducir medidas más estrictas para la protección de los consumidores, de acuerdo con el artículo 169(4) del TFUE.

4.2 *Un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz a favor de los comerciantes*

4.2.1 El CESE está de acuerdo con la afirmación de que «un mercado interior del comercio y la distribución [...] es aquel que permite a los comerciantes competitivos, independientemente de su tamaño, coexistir en el mercado y desarrollar sus actividades».

4.2.2 La ubicación es determinante a la hora de abrir un nuevo comercio, y ocurre que los comerciantes tengan que esperar varios años hasta poder abrir su local en una zona determinada y crear empleo. La dificultad para entrar en el mercado y el acceso al mercado inmobiliario, que se señalan como posibles impedimentos al desarrollo del comercio y la distribución, deberían analizarse con más detalle. Este análisis podría basarse en la información ya existente, teniendo en cuenta la perspectiva del consumidor (elección de ubicación para sus compras), aspectos de la política de competencia, la subsidiariedad y la proporcionalidad.

4.2.3 La Directiva de servicios, que debían aplicar todos los Estados miembros de la UE antes del 31 de diciembre de 2009, pretendía acabar con una serie de prácticas discriminatorias vinculadas a la concesión de autorizaciones para el establecimiento de un comercio. En la práctica, sin embargo, están apareciendo distintos obstáculos nuevos y existen casos de reglamentos sobre planificación urbana que están aplicándose indebidamente para controlar la competencia y favorecer el establecimiento de determinados tipos de comercios o empresas. El CESE pide a la Comisión que estudie la aplicación de la Directiva sobre servicios y tome las medidas oportunas en los Estados miembros que corresponda.

4.2.4 Otro problema que encuentran los comerciantes es la falta de un mercado interno transparente y competitivo para los pagos. Las prácticas actuales, en las que se utilizan tarjetas, son contrarias a la competencia y suponen el incumplimiento de un principio fundamental del mercado interior. Las tasas de intercambio representan un impuesto oculto para los comerciantes, sobre todo los más pequeños. Con estas tasas de intercambio que se encuentran en el corazón del sistema, la SEPA conducirá a la desaparición de los sistemas nacionales de tarjetas de débito económicos y eficientes. El resultado será que el mercado de las tarjetas quedará reducido a un duopolio que dará lugar a tasas de intercambio más altas en perjuicio de los consumidores. El CESE pide a la Comisión que tome medidas respecto de las tasas de intercambio, que actúan como impuesto oculto que se cobra a los consumidores.

4.3 *Un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz a favor de los proveedores*

4.3.1 Como prestadores de servicios, los comerciantes ofrecen a sus proveedores acceso a su red de distribución, ya sea un único local o toda la UE. Los servicios incluyen, por ejemplo, una colocación determinada en los estantes, actividades de mercadotecnia y logística, etc. Cada uno de ellos tiene un precio que a menudo se cobra en forma de tasa.

4.3.2 El comercio es tan sólo uno de los distintos canales de distribución que pueden utilizar los proveedores. Sin los comerciantes, sólo unos pocos proveedores podrían crear grandes redes de distribución, y los consumidores tendrían menos variedad y precios más altos. No obstante, todos los elementos son importantes en la cadena de suministro, ya que sin materia prima no habría transformación de productos y sin transformación no habría comercialización posible. Por ello el CESE considera que la UE debería establecer los mecanismos necesarios para que haya un verdadero equilibrio en la cadena del comercio y distribución de productos.

4.3.3 En toda Europa se registra una concentración de grandes operadores en el mercado del comercio y la distribución, que están atrayendo a más clientes gracias a la fuerza de su oferta (los cinco principales distribuidores del sector de la alimentación supusieron más del 70 % del mercado en 2005). Del mismo modo, existe una alta concentración en una serie de mercados de productos, sobre todo para tener los productos que los minoristas no pueden dejar de ofrecer en sus tiendas. La elevada competencia entre los comerciantes produce tensiones en la cadena de suministro para reducir los precios y los márgenes. El poder de negociación es una práctica habitual en una economía de mercado abierta que ejerce cualquier grupo, incluidos tanto los comerciantes como sus proveedores, pero cuando esa práctica se convierte en abuso, debe desterrarse en cualquier caso. Los comerciantes, también los más grandes, no tienen ningún poder de negociación ante los fabricantes de productos «imprescindibles», sean grandes o pequeños. Del mismo modo, los pequeños y medianos proveedores no tienen ningún poder de negociación ante los grandes comerciantes cuando se trata de determinadas categorías de productos. Se ha señalado que quienes operan en la cadena de suministro no pueden quejarse por temor a las represalias. El CESE anima a los pequeños comerciantes a unirse para formar grupos de compra, para así incrementar su poder de negociación ante sus proveedores, obtener mejores condiciones y atender mejor a sus clientes. Es preciso condenar los casos de abuso del poder de negociación y el CESE solicita una adecuada aplicación de las normas de competencia a todos los eslabones de la cadena de suministro.

4.3.4 El Comité Económico y Social Europeo ha aprobado dos dictámenes relativos al funcionamiento de la cadena alimentaria⁽¹⁾ y ha recomendado un código de buenas prácticas de

⁽¹⁾ NAT/460: «Mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria en Europa», Sr. Narro y Sr. Kapuvari; CCMI/050 «La evolución de la gran distribución y su impacto en proveedores y consumidores», Sra. Sharma.

aplicación en cada Estado miembro, así como el nombramiento de un mediador que intervenga en caso de necesidad. El Parlamento Europeo, la Presidencia española de la Unión Europea y la Comisión Europea ⁽²⁾ también han aprobado una serie de recomendaciones para un mejor funcionamiento de la cadena alimentaria. Asimismo, el CESE acoge positivamente el lanzamiento del Foro de Alto Nivel ⁽³⁾ para la mejora del funcionamiento de la cadena alimentaria en virtud del cual se establece una plataforma de partes interesadas en las prácticas contractuales entre empresas en toda la cadena alimentaria.

4.3.5 El CESE recuerda que el comercio y la distribución –y las relaciones contractuales del comercio y la distribución– son nacionales por definición, con diferencias jurídicas, económicas, políticas y culturales. Las relaciones comerciales suelen regularse a nivel nacional a través de una reglamentación, la jurisprudencia o un código de buenas prácticas. Muchos Estados miembros han tratado de regular algunas prácticas, aunque en numerosos casos ello ha conducido a la aparición de nuevas barreras por haber limitado la capacidad de las empresas extranjeras para establecerse en un país determinado, lo que supone un incumplimiento de los principios del mercado interior. El CESE pide que se analicen y resuelvan adecuadamente los casos de prácticas manifiestamente desleales que se producen en toda la cadena de suministro. Más concretamente, el CESE pide a la Comisión que estudie cómo se afrontan las «relaciones contractuales desleales» a escala nacional, incluido el cumplimiento de la legislación. En tal estudio se presentaría la eficacia de las prácticas nacionales, se subrayarían las acciones necesarias y se determinaría el ámbito más apropiado, de acuerdo con los principios de subsidiariedad y proporcionalidad. Asimismo, el CESE recuerda la importancia, en tiempos de crisis, de garantizar el debido cumplimiento de la legislación vigente y que se trata de una responsabilidad de los Estados miembros.

4.3.6 Para garantizar la libertad de elección de los consumidores, preservar su individualidad y reforzar su imagen local, los comerciantes han desarrollado productos de marcas privadas de los que son responsables como productores. El éxito de estos productos se basa en una gran acogida entre los consumidores, ya que casi el 80 % de los consumidores europeos ⁽⁴⁾ considera que las marcas de los supermercados son una buena alternativa a otras marcas.

4.3.7 Las gamas de las marcas privadas se desarrollan en asociación con sus proveedores, que en su gran mayoría son pymes. La Comisión Europea reconoce que estas asociaciones, basadas en una relación de subcontratación, muchas veces constituyen las relaciones más estables y duraderas. Los proveedores se benefician de la información sobre los consumidores, de los incentivos para seguir innovando y del acceso a un mercado más grande. Sin embargo, se ha expresado preocupación por su impacto en la innovación, la competencia, el desarrollo de las

pymes y la libertad de elección de los consumidores. El CESE pide a la Comisión que estudie el impacto de los productos de marcas privadas en los proveedores, la competencia, la innovación y la libertad de elección de los consumidores.

4.4 *Un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz a favor de los asalariados*

4.4.1 El empleo en el comercio y la distribución es importante y muchas veces es la puerta de entrada al mercado laboral para muchos trabajadores jóvenes, escasamente cualificados o sin cualificación. El sector del comercio y la distribución depende mucho de unas pautas laborales flexibles para poder adaptarse a la demanda de los consumidores a lo largo del día, la semana o la temporada. La gran competencia sobre los precios es fuente de presiones para flexibilizar el horario laboral de los empleados, lo que ha llegado a ser incompatible con la organización de su vida personal. Por consiguiente, la legislación y los convenios colectivos deberían determinar las pautas laborales flexibles que sean compatibles tanto con las necesidades organizativas de la empresa como con las necesidades de los trabajadores, a fin de permitirles compaginar verdaderamente mejor su vida privada y su vida profesional. En este sentido, la presencia de la mujer en el comercio es superior a la de cualquier otro sector, y el trabajo a tiempo parcial también es importante. El comercio ofrece también grandes oportunidades a los empresarios.

4.4.2 El CESE pide a la Comisión que respalde la promoción del empleo autónomo, el espíritu empresarial y el desarrollo de capacidades como forma de hacer frente a la crisis y facilitar el acceso o el retorno al mercado laboral. El CESE insta a las empresas del sector a que apliquen las normas nacionales y comunitarias en materia de igualdad de oportunidades e igualdad de género para apoyar el desarrollo cualitativo y cuantitativo del empleo femenino en el sector.

4.4.3 La actual crisis financiera y la contención del consumo se ha saldado en todos los países europeos con procesos de cierres, reorganizaciones, fusiones y adquisiciones de las actividades comerciales. Por lo tanto, sigue siendo elevado el riesgo de que las personas permanezcan desempleadas durante largos períodos. El CESE invita a la Comisión a que apoye el fomento del empleo autónomo y el desarrollo de las competencias profesionales de los empleados como instrumento para afrontar la crisis y permitir la reinserción de las personas en el mercado de trabajo.

4.4.4 Existe una larga tradición de convenios colectivos en el comercio, tanto a nivel europeo como nacional. Las diferencias entre los países se deben a las distintas culturas y tradiciones en las relaciones industriales: cualquier medida que se proponga en este ámbito debería estar sometida al principio de subsidiariedad. El CESE invita a los Estados miembros y a los países candidatos a que desarrollen el diálogo social entre los interlocutores sociales y un sistema de relaciones industriales en el sector.

⁽²⁾ COM(2009) 591: Comunicación de la Comisión «Mejorar el funcionamiento de la cadena alimentaria en Europa».

⁽³⁾ Decisión de la Comisión de 30 de julio de 2010 por la que se instituye el Foro de Alto Nivel sobre la Mejora del Funcionamiento de la Cadena Alimentaria (2010/C 210/03).

⁽⁴⁾ Estudio de ACNielsen, «Consumer Attitudes Towards Private Labels», 2005.

4.4.5 El trabajo no declarado y la economía sumergida son graves problemas que han de afrontarse con urgencia, porque generan competencia desleal entre las empresas a causa de la evasión fiscal y contributiva, al tiempo que tienen consecuencias negativas para las condiciones laborales de los trabajadores, sobre todo por lo que respecta a la protección de la salud y seguridad en el lugar de trabajo. El CESE pide a la Comisión y a los Estados miembros que tomen medidas para simplificar y reducir las cargas administrativas, en particular a las pequeñas empresas y a las microempresas, y que se conciencie más sobre las ventajas del trabajo declarado.

4.4.6 El CESE solicita un debate abierto con los interlocutores sociales sobre la cuestión de las franquicias e insta a los Estados miembros a reforzar las medidas para luchar contra la economía sumergida, puesto que aumenta la discriminación y la competencia desleal en detrimento de las pymes.

4.4.7 La modernización, el desarrollo tecnológico y una mayor utilización de las TIC en el comercio han dado lugar a una creciente inadecuación entre las necesidades de cualificación de las empresas y las de los trabajadores del sector del comercio. El CESE recuerda a la Comisión la necesidad de equipar mejor a los trabajadores con mejores cualificaciones a lo largo de todo su recorrido profesional/vida laboral. En este sentido, el CESE pide también a los interlocutores sociales del comercio que profundicen en la actual cooperación para afrontar la inadecuación entre las necesidades de cualificación de las empresas y las de los trabajadores buscando soluciones sectoriales y formas de anticiparse al impacto de las nuevas tecnologías en las cualificaciones y el empleo y anular sus efectos.

4.4.8 En el sector del comercio existe una larga tradición de responsabilidad social de las empresas. De hecho, durante muchos años las empresas dedicadas al comercio han puesto en marcha y han llevado a cabo numerosas prácticas responsables que no sólo se refieren a cuestiones sociales y medioambientales, sino también a otros ámbitos como salud, seguridad de los productos y asuntos relacionados con la cadena de suministro o con el compromiso local.

4.4.9 El CESE está de acuerdo con la Comisión en que es indispensable afrontar la cuestión de la competencia sobre los precios que genera una gran presión sobre los costes salariales y el horario laboral de los empleados. A este fin el CESE propone a la Comisión que lleve a cabo un estudio específico sobre el impacto de los horarios de apertura de los comercios, incluidos los domingos, en el desarrollo económico y social local, en el nivel del servicio prestado a los consumidores y en la calidad de vida de los trabajadores.

4.4.10 En el sector se siguen registrando fenómenos importantes de competencia desleal y «dumping» social entre empresas comerciales, independientemente de sus dimensiones, en cuanto al Derecho laboral y los convenios colectivos que difieren de un país a otro, generando diversas políticas de inversión y diferentes modelos económicos y de desarrollo. El CESE invita a los interlocutores sociales a llevar a cabo, en el marco del diálogo social europeo, un análisis comparativo para identificar qué políticas habría que seguir para contribuir a la cohesión económica, social y territorial y eliminar aquellos obstáculos que impiden un desarrollo armonioso y una competencia leal del sector en Europa. A tal fin la Comisión debería ofrecer su apoyo a esta iniciativa y adoptar las medidas más apropiadas para eliminar los comportamientos que impiden la realización y el buen funcionamiento de un mercado interior equitativo, eficaz y promotor del desarrollo.

4.4.11 La participación financiera de los asalariados está desempeñando un papel cada vez más importante en el sector del comercio y la distribución, sobre todo en las más grandes empresas europeas de la distribución, al permitir a los asalariados tener más voz y voto en lo que respecta a la calidad del empleo, la motivación y las condiciones laborales. La Comisión debería revisar este instrumento como parte de su ejercicio de supervisión del sector.

4.5 *Un mercado interior del comercio y de la distribución más justo y eficaz a favor de las generaciones futuras*

4.5.1 El CESE reconoce la importancia del comercio y la distribución a la hora de fomentar unas pautas más sostenibles de consumo y producción en la UE. Recuerda que se ha sobrestimado el impacto directo de las operaciones de comercio y distribución como tales, pero que indirectamente, por ser el vínculo más estrecho entre consumidores y fabricantes, el comercio y la distribución pueden hacer mucho. El CESE acoge con agrado el Foro de la Distribución, en el que se compartirán buenas prácticas entre los comerciantes y también entre el comercio y la distribución y las partes interesadas sobre cuestiones específicas. El CESE reconoce igualmente el trabajo de la Mesa Redonda sobre consumo y protección sostenibles.

4.5.2 El CESE llama la atención de la Comisión hacia la necesidad de garantizar la coherencia política entre los objetivos medioambientales y otros objetivos políticos, como el mercado interior. A lo largo de los últimos años han surgido conflictos y se ha hecho cada vez más frecuente invalidar los principios del mercado interior alegando la protección medioambiental. Por otra parte, el CESE advierte de un posible traspaso de la responsabilidad del productor al comerciante.

Bruselas, 20 de enero de 2011.

El Presidente
del Comité Económico y Social Europeo
Staffan NILSSON