

# PRESENTACIÓN

*Luis Gámir\**  
*Javier Casares\*\**

Este número de *Información Comercial Española* está dedicado a un tema de efervescente actualidad en el que, en ocasiones, priman los análisis emocionales e interesados con el consiguiente alejamiento de la perspectiva científica. Los artículos seleccionados generan nuevas ideas y enfoques con los que se aborda la política de regulación comercial. Desde orientaciones y atalayas científicas diferentes se abren nuevos surcos de análisis de la normativa y de la política económica en relación con el comercio interior.

El pecado congénito al intelectual es la delectación morosa en el problema como tal y no la mera solución práctica. Estas palabras, de notable hermosura dialéctica, de Ortega y Gasset, sobrevuelan el análisis de los diversos artículos presentados en este número monográfico de ICE. Las bandadas de pensamientos sobre la política de regulación del comercio interior iluminan el desenvolvimiento de los diversos trabajos que intentan encontrar variantes científicas que abran nuevos surcos para la delectación morosa y para la solución práctica.

La distribución comercial supone el movimiento socialmente deseable de los bienes de donde son menos necesarios a los lugares en los que se necesitan más. En consecuencia, el aparato distributivo produce servicios vinculados con las funciones materiales, económicas y sociales del mismo. Ahora bien, los poderes públicos tienden a intervenir en los procesos de comercialización para asegurar la distribución de productos básicos —ya en las Cortes de Cádiz se hablaba de la «distribución de subsistencias»— o para establecer infraestructuras competitivas o para señalar las reglas del juego en el funcionamiento de los mercados.

En función de lo antedicho surgen diversas cuestiones en disputa como los horarios de apertura y cierre de los establecimientos comerciales minoristas, las condiciones requeridas para la apertura de nuevos establecimientos y las barreras de entrada, las estrategias y prácticas comerciales y el desenvolvimiento de los grandes centros competenciales. Todas estas cuestiones se enmarcan en amplios debates multidisciplinarios que hincan sus raíces en aspectos políticos, como la pugna entre el pequeño comercio y las grandes organizaciones, la cuestión centro-periferia y el problema básico de la confrontación entre la regulación y la liberaliza-

---

\* Presidente del Consejo Consultivo de Privatizaciones.

\*\* Catedrático de Economía Aplicada. Universidad Complutense de Madrid

ción. Todas estas cuestiones presentan aristas y recovecos, desde la perspectiva científica, que constituyen el principal objeto de análisis de los artículos presentados a continuación.

En el primer artículo, **Luis Gámir** analiza la posibilidad de aplicar la conceptualización de la teoría de la protección efectiva a la protección del pequeño comercio *versus* el hiper.

La teoría de la protección efectiva nace de algo muy simple: la comprensión de que en el análisis de la protección de un producto había que tener también en cuenta los aranceles de sus materias primas. Así, se desarrolla la idea de que lo importante no es el incremento del precio que permite el arancel, sino la modificación en su valor añadido debida a toda la estructura arancelaria.

Este enfoque ha sido aplicado a muy diversas medidas no arancelarias: desde el Comercio de Estado a la planificación indicativa. Su conceptualización se puede utilizar también para el comercio minorista. Los horarios comerciales, las segundas licencias, etcétera, serán la protección del pequeño comercio frente al hiper, mientras que «sus propios aranceles» estarían compuestos por el diferencial en precio en la compra de sus productos para vender, los distintos costes financieros y la diversidad en otras partes de su valor añadido y de su función de producción.

En la situación actual española, una decisión de liberalización parcial es una medida positiva y adecuada, que puede ir acompañada por políticas de incremento de la competitividad y de reducción de costes del pequeño comercio.

El artículo de **Javier Casares** y **Víctor Martín**, sobre el *horror vacui* y la liberalización del comercio interior, analiza el proceso de cambio desde un sector profundamente intervenido por un complejo mosaico legislativo hacia un modelo de mayor liberalización. El artículo estudia diversos aspectos vinculados con la política comercial en España.

En primer lugar, el trabajo considera el proceso de elaboración de la política de comercio interior en el marco de la economía artística. Se escribe acerca de las fases de elaboración de las medidas y de la relevancia de los diversos actores que participan en las mismas. Se analiza el mercado político-económico, concediendo especial relevancia a la vertiente de la demanda, en la que surgen diversos grupos organizados que se desenvuelven en un tablero multipolar, en el que pequeños comerciantes, grandes superficies, fabricantes y productores agrarios, asociaciones de consumidores, cadenas de descuento duro, etcétera, pugnan por una mayor participación en las políticas públicas que puedan favorecer sus intereses. Se presentan diversas cuestiones relevantes en relación con la captura del regulador y, de forma inversa en el mercado de ejecución de la política, de captura del regulado.

En este trabajo también se plantea la evidencia empírica sobre el proceso de regulación comercial en el mercado español. Se presentan los principales indicadores disponibles, que permiten clasificar a las Comunidades Autónomas en función de

su grado de regulación. Con carácter general se observa una reducción del nivel de restricción a la actividad comercial en los años comprendidos entre 2007 y 2011, lo que parece apuntalar la tesis de la progresiva liberalización experimentada por la política sectorial. En cualquier caso hay que resaltar el papel de la Directiva de Servicios como motor de la desregulación y la evolución heterogénea en las diversas regiones analizadas.

**Evangelina Aranda y Jesús Santos** presentan en su artículo una aproximación analítica y empírica a la regulación de los horarios comerciales. En primer lugar realizan un repaso de la legislación española y europea en esta materia, observándose el proceso multiplicativo de regulaciones en las diversas Comunidades Autónomas. En el ámbito europeo también se puede comprobar la existencia de un amplio mosaico de legislaciones de origen estatal, regional o local.

En segundo lugar, el artículo estudia el factor tiempo como elemento a considerar en la toma de decisiones de compra. Concretamente se analiza el tiempo dedicado a la compra, el tiempo de desplazamiento y el tiempo dedicado a la obtención de información. Estos perfiles del tiempo se concretan para los distintos tipos de compra: cotidiana, periódica y esporádica. En función de estas consideraciones, el artículo realiza una segmentación de los consumidores para poder realizar un análisis de clases latentes. Este análisis se aplica a la base de datos del Barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas, de abril de 2011. Se presentan cinco grupos de consumidores con distintas posiciones favorables o desfavorables a la regulación de los horarios comerciales.

La parte final del artículo de Aranda y Santos se dedica a analizar la vinculación entre los horarios comerciales y la eficiencia del sector distributivo. Se consideran diversas investigaciones nacionales e internacionales que analizan los efectos de la liberalización de los horarios comerciales sobre el volumen de ventas, el empleo y los precios fundamentalmente.

El artículo de **Fernando Fernández Méndez de Andés** presenta una visión favorable a la liberalización comercial, y especialmente de los horarios comerciales, teniendo en cuenta diversos estudios nacionales e internacionales.

El trabajo comienza con un análisis de los patrones de consumo sometidos a continuos cambios. Se considera la globalización del consumidor, la individualización del proceso de consumo, la fragmentación social, la transformación demográfica, los niveles de formación, etcétera. Todos estos aspectos dejan una profunda huella en la estructura del consumo. Fernando Fernández realiza un análisis territorial estableciendo diversos *clusters* (grupos) por Comunidades Autónomas

El artículo analiza diversas experiencias internacionales y nacionales que le permiten sustentar sus tesis favorables al proceso de liberalización. También presenta un apunte final sobre las conexiones entre el desenvolvimiento del comercio minorista y el del sector turístico, analizando diversas sinergias en materia de ventas y empleo.

**Aurelio del Pino** plantea que la regulación del comercio en España ha estado sometida a fuertes movimientos pendulares. El artículo comienza con una revisión del marco jurídico de la libertad de actividad comercial, con un breve apunte histórico y una consideración más amplia del período determinado por el marco constitucional vigente.

Posteriormente, del Pino estudia las bases jurídicas para la regulación del comercio teniendo en cuenta criterios vinculados con la ordenación económica, las razones higiénico-sanitarias, las cuestiones medioambientales, la protección del consumidor y la defensa de la competencia.

En la parte final de este trabajo se discute el marco regulatorio vigente del comercio minorista, dedicando especial atención a las restricciones de las actividades entre empresarios y a las existentes en las prácticas comerciales de venta a los consumidores. El autor se manifiesta favorable a un proceso de revisión que favorezca el desarrollo empresarial y económico.

**Helena Villarejo** centra la mirada de su artículo en la Directiva de Servicios y en la persistencia del sistema de licencias comerciales autonómicas después de su entrada en vigor. La transposición de la citada Directiva ha supuesto que la apertura de establecimientos comerciales de menos de 300 m<sup>2</sup> de superficie de venta no pueda someterse a autorización previa. No obstante, la regulación de prácticamente todas las Comunidades Autónomas sigue manteniendo un régimen de autorizaciones para los grandes establecimientos comerciales. La autora realiza una comparación con el cuadro onírico de Dalí «La persistencia de la memoria» (1931). De la misma manera que los relojes derretidos dalinianos, las normativas autonómicas se han reblandecido por el paso del tiempo y los efectos de la Directiva, aunque todavía persisten.

El trabajo analiza ampliamente las repercusiones de la Directiva en la Normativa comercial estatal y autonómica. Distingue especialmente entre las Comunidades Autónomas que suprimen la licencia comercial, las que la suprimen pero mantienen el control autonómico condicionando las licencias municipales, las continuistas que mantienen la citada licencia y las que proceden a su sustitución por la autorización, mediante un instrumento de ordenación del territorio (el caso navarro).

El artículo plantea asimismo el relevante debate jurídico sobre la utilización de razones imperiosas de interés general como base legal para mantener el sistema de autorizaciones. Concretamente suscita la cuestión de la posible utilización de criterios urbanísticos y medioambientales para seguir interviniendo por razones económicas.

El artículo de **Antonio Castañeda** centra su atención en las conexiones entre la liberalización del comercio interior y la defensa de la competencia. Castañeda realiza un recorrido histórico por la defensa de la competencia en España en los 50 años transcurridos desde la Ley de Represión de Prácticas Restrictivas de la Competencia, de 20 de julio de 1963. Todos los aspectos competenciales y de control económico son analizados ampliamente.

El trabajo dedica especial atención al desenvolvimiento de la liberalización del comercio desde la perspectiva de la defensa de la competencia, analizando la legislación de las décadas de los años noventa y dos mil en el marco del desarrollo de la Unión Europea.

El autor defiende la política y los informes emitidos por el Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Comisión Nacional de la Competencia, cuya orientación es claramente favorable a la libre competencia y a la disminución de trabas y barreras de entrada, para el desenvolvimiento de la actividad comercial. El análisis de las operaciones de concentración en el comercio minorista y los 1.400 informes elaborados en 11 años a las Comunidades Autónomas ratifican el enfoque favorable a la ampliación de los vientos de la libre competencia por parte de los citados organismos. También se plantea, en la parte final del artículo, la intensificación de la promoción de la competencia originada por la vigente Ley de Defensa de la Competencia (15/2007) que está contribuyendo sensiblemente a incrementar la contestabilidad de los mercados.

El artículo de **Javier Casares y Víctor J. Martín** sobre los mercados mayoristas pretende abrir nuevos horizontes de análisis sobre las políticas públicas en esta materia. Los mercados centrales mayoristas se vinculan con los objetivos de la política económica, pudiéndose hablar de la aparición de un hexágono benigno cuyos vértices están ocupados por la estabilidad de precios, el crecimiento, el empleo, la seguridad de abastecimiento, la calidad de vida y la innovación creadora. La mano visible de la política económica debe contribuir para alcanzar estos objetivos.

En el trabajo también se trata una nueva teoría de los enlaces de producción, hacia delante y hacia atrás, de consumo, fiscales y sociales que ayuda a justificar el papel receptor-impulsor de los mercados mayoristas.

En la parte final del artículo se realiza un análisis comparativo del desenvolvimiento de los mercados mayoristas en diversos países del mundo y se estudian los principales datos de la Empresa Nacional Mercasa, que ha creado y está gestionando, en colaboración con las corporaciones locales, 23 unidades alimentarias mayoristas en España.

Nueva colección



# AMPLIAR LOS MERCADOS EXTERIORES



La obra es una guía para cualquier empresa y profesional que desee participar en los proyectos financiados por los organismos multilaterales de desarrollo (OMD).

Se detallan los mecanismos para la identificación de oportunidades, los sistemas de contratación para las diferentes vertientes (proyectos de asistencia técnica, suministros u obras) y la estrategia para acceder con éxito a este mercado especializado.

Con esta publicación se inicia la colección Manuales ICEX-CECO fruto de la colaboración editorial entre el Instituto Español de Comercio Exterior y el Centro de Estudios Económicos y Comerciales.

624 páginas

Formato: 210 x 250 mm

PVP: 32 € (IVA incluido)

ISBN: 978-84-7811-721-5

*Encuentre nuevas oportunidades en las instituciones multilaterales*

Puede adquirir la obra en las principales librerías y en el ICEX.

**Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)**

Pº. de la Castellana, 14 - 28046 MADRID - tel.: 91 349 1888

c.e.: [libreria@icex.es](mailto:libreria@icex.es) - [www.icex.es/publicacionesicex-libreria](http://www.icex.es/publicacionesicex-libreria)



*El mundo es tu mercado*