

AECOC

Trabajando por la competitividad del país

Julio de 2023



ÍNDICE

CONTEXTO	3
-----------------	----------

CONSIDERACIONES GENERALES

Empresas: motor de crecimiento económico y social	5
La cadena de valor del gran consumo: sector esencial	5
Competitividad: administrativa, normativa, fiscal	6
Sostenibilidad: económica, social, medioambiental	11

PROPUESTAS CONCRETAS DE ACTUACIÓN

Gobernanza del dato	13
Logística y transporte	13
Sostenibilidad y salud	15
Educación y empleo	17
Administración comercial	19
Hurto comercial	21

CONCLUSIONES	23
---------------------	-----------

Contexto

El próximo 23 de julio de 2023, se celebran elecciones al Congreso y al Senado y, como consecuencia de ello, se formará un nuevo Gobierno.

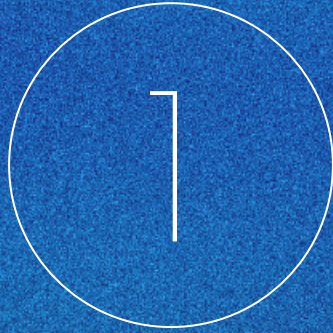
En este contexto, AECOC ha elaborado un documento de propuestas y prioridades económicas que son compartidas por todos los actores de la cadena de valor, esto es, fabricantes y distribuidores del gran consumo y de otros sectores integrados en la organización como los de ferretería, bricolaje, salud o restauración, entre otros.

De acuerdo con nuestra misión, las propuestas aquí recogidas comparten un objetivo común: contribuir a la mejora de la competitividad, eficiencia y sostenibilidad de la cadena, aportando mayor valor al consumidor. Las propuestas se han estructurado en los siguientes apartados:

1) Consideraciones generales

- Empresas, motor de crecimiento económico y social
- La cadena de valor del gran consumo: sector esencial
 - Competitividad: administrativa, normativa, fiscal
 - Sostenibilidad: económica, social, medioambiental

2) Propuestas concretas de actuación



Consideraciones Generales

Empresas: motor de crecimiento económico y social

El tejido empresarial, con independencia de cuál sea su tamaño o sector, juega un papel clave en el crecimiento económico y social de un país.

Según datos del DIRCE (Directorio Central de Empresas), en 2022 nuestro país tenía 3.430.663 empresas activas, un 1,9% más que en el año anterior.

Las empresas son las principales generadoras de empleo y, por tanto, contribuyen de manera notable al bienestar y cohesión de la sociedad.

Es importante promover, desde el Gobierno, una cultura de respeto institucional hacia las empresas y el papel que desempeñan, poniendo en valor su importante labor al servicio del conjunto de la sociedad. Además, deben activarse los mecanismos y las líneas de acción necesarias para incentivar el aumento del tejido empresarial y el crecimiento y buen gobierno de las ya existentes.

La cadena de valor del gran consumo: sector esencial

La cadena de valor del gran consumo constituye uno de los principales motores económicos y sociales del país: aglutina al 25% del PIB nacional y proporciona 4,5 millones de puesto de trabajo. Se trata de un sector vertebrador de nuestra economía y uno de los mayores contribuyentes a las exportaciones españolas.

Como consecuencia de esta impronta social y de su músculo económico, la cadena de valor ha tenido un papel muy relevante para combatir la inestabilidad de estos últimos años, apoyando a los consumidores, a la sociedad y a todos los actores de la cadena.



Conviene destacar que:

- Durante los momentos más complicados de la pandemia de la COVID-19, el gran consumo hizo un gran esfuerzo para evitar situaciones de desabastecimiento, garantizando el suministro al conjunto de la sociedad. Fue un ejemplo del modelo de colaboración entre todos los actores de la cadena de valor (sector primario, industria, distribución, transportistas...) que AECOC promueve y desarrolla.
- En segundo lugar, desde hace años, nos encontramos inmersos en la mayor inflación de costes de las últimas décadas como consecuencia del COVID-19, así como del encarecimiento de la energía, agravada, esta última, por la Guerra de Ucrania. Esta coyuntura global ha elevado el precio de los alimentos en todos los países de nuestro entorno.

Ante esta situación, el gran consumo ha reducido sus márgenes para tratar de no “castigar” más a un consumidor muy penalizado por el incremento de todo tipo de productos y servicios. El esfuerzo y ejercicio de responsabilidad de la cadena de valor agroalimentaria ha quedado constatado en el Observatorio de Márgenes Empresariales que ha hecho público recientemente el Ministerio de Economía.

De lo expuesto, podemos concluir que

la cadena de valor del gran consumo, sobre todo, la cadena agroalimentaria, ha actuado como un dique de contención de la inflación, y como un canal de suministro muy fiable ante situaciones extremas; por todo ello, consideramos imprescindible que se destaque su carácter de sector esencial.

Competitividad: administrativa, normativa, fiscal

La competitividad de toda la cadena de valor constituye el eje principal de la misión de AECOC. Por este motivo, nuestra actividad está enfocada a mejorarla, ya sea a través del impulso de estándares tecnológicos, buenas prácticas de gestión, formación a las empresas, estudios o unidad de acción.

No obstante, no es posible garantizar o incrementar la competitividad real de toda la cadena de valor sin la colaboración de la administración.

Por ello, hay que fomentar un modelo facilitador que permita agilizar los trámites empresariales y que vele por un marco normativo y una fiscalidad que no sea un freno a la gestión eficiente y sostenible de la actividad empresarial.

Con el fin de agilizar la regulación de los diferentes sectores profesionales, facilitando así la actividad empresarial, desde AECOC consideramos que se debe trabajar en 3 ejes fundamentales:



Competitividad administrativa:

Es importante fomentar un modelo que rebaje la sobrecarga que suponen los trámites administrativos, especialmente aquellos que no contribuyen a aportar valor ni a la industria, ni a la distribución, ni al consumidor final.

Por solo poner algunos ejemplos, medidas tales como el registro de contratos alimentarios; la consignación en factura por línea de producto del número de Registro de Productores de Producto; o los aspectos de gestión del impuesto sobre envases de plástico de un solo uso; constituyen una carga completamente desproporcionada para las empresas, en especial para las de menor tamaño y menos recursos.

Desde AECOC estimamos que las medidas deberían estar encaminadas a agilizar los trámites administrativos y facilitar las declaraciones responsables sujetas a inspección. Por ejemplo, en los casos citados deberían ser:

- Declarar que se compra por encima de los costes de producción y/o firmar los contratos electrónicamente, como sustitución a la creación de un registro de contratos alimentarios, el cual es completamente desproporcionado para la finalidad de control de precios y perfectamente sustituible por mecanismos alternativos (por ejemplo, la firma digital).
- Declarar que los productos comprados se han adquirido a productores registrados en el Registro de Productores de Producto, como sustitución a la consignación del número de registro en factura o línea de producto, lo cual es completamente ineficaz.
- Declarar la cantidad de plástico reciclado, evitando tener que acreditar la cantidad de plástico mediante certificado, lo cual, aparte de costoso, es inviable.

Aunque no todos los trámites administrativos pueden ser sustituidos por declaraciones responsables sería preceptivo desarrollar otras soluciones que contribuyesen a reducir la elevada carga administrativa que soportan las empresas y que acaba lastrando su productividad y competitividad.



Competitividad normativa:

En relación con el punto anterior, juega un papel importante la competitividad normativa, lo cual tiene una triple vertiente: disponer de un ordenamiento jurídico competitivo en relación con otros territorios vecinos o que comparten mercado con España; promulgar normas que promuevan la competitividad; y regular teniendo en cuenta principios como seguridad jurídica, armonización normativa, unidad de mercado y proporcionalidad, entre otros aspectos.

1. Ordenamiento jurídico competitivo

Nuestro ordenamiento jurídico está cada vez más condicionado por el derecho de la Unión Europea, tanto en materia de reglamentos como de directivas.

Como bien es sabido, los reglamentos son de aplicación directa y, en cambio, las directivas constituyen un marco general que los estados miembros deben adaptar.

Sin embargo, tanto unos como otros, permiten que los estados intensifiquen o amplíen los requisitos u objetivos impuestos por el derecho europeo, como podrían ser los porcentajes de reutilización o reciclado en materia de envases.

Desde AECOC consideramos que, tanto las leyes y reales decretos que desarrollan o complementan reglamentos europeos como los que trasponen directivas, no deben incrementar los objetivos o requisitos del derecho de la Unión Europea, sino adaptarse a la idiosincrasia y situación de cada Estado Miembro.

2. Normativas que promuevan la competitividad

Hay normativas que facilitan la actividad empresarial y un funcionamiento del mercado ágil y dinámico, como puede ser la Ley de Creación y Crecimiento de Empresas.

Esta ley, a la que acompaña un reglamento de desarrollo de factura electrónica, facilita el incremento y desarrollo de empresas en España, contribuyendo así a la mejora competitiva de nuestra economía, además de aligerar los trámites entre los actores de la cadena.

Igualmente, todas aquellas normativas que faciliten la incorporación de herramientas tecnológicas basadas en estándares internacionales constituyen una solución eficaz para los fabricantes y distribuidores.

3. Regulación de acuerdo con principios del derecho

Los principios que, bajo la perspectiva de AECOC, potencian la competitividad del ordenamiento jurídico son: la proporcionalidad, la seguridad jurídica y la armonización normativa.

Proporcionalidad: consideramos indispensable que tanto el Gobierno como el Parlamento velen por unas normas adecuadas y armónicas en relación al objetivo y la finalidad de las mismas.

Seguridad jurídica: se trata de un elemento indispensable para que las empresas puedan operar con comodidad en el mercado, se adapten a los cambios normativos y cumplan con las obligaciones que emanen de la regulación. Además, la seguridad jurídica favorece claramente la inversión en un territorio, elemento imprescindible de crecimiento.

Armonización normativa: que permita a las empresas poder operar en todo el Estado con unas mínimas reglas comunes, sin entrar en duplicidades y costes innecesarios, garantizándose así la unidad de mercado.



Competitividad fiscal:

Finalmente, el último elemento de la competitividad reivindicable ante las administraciones es la competitividad fiscal, la cual, consiste en:

- Disponer de un sistema tributario ágil para las empresas que no condicione su política empresarial en función de los impuestos.
- Minimizar las tensiones territoriales derivadas de las políticas tributarias, ya sea de España frente a otro Estado Miembro de la Unión Europea, como de una Comunidad Autónoma frente a otra.
- Adaptar la fiscalidad de tal forma que no se penalice a las empresas con establecimientos físicos, puesto que, de momento, constituye el parámetro principal sobre el cual recae la carga fiscal.
- Basar los tributos, sobre todo, los de nueva implantación, en estudios y criterios completos sobre los hechos que se pretenden grabar.

En conclusión, una economía competitiva favorece el crecimiento de las empresas y las robustece, lo que implica un beneficio para todos los eslabones de la cadena, incluyendo al consumidor, que obtiene un producto o servicio de mayor calidad por el mismo precio o, incluso, por un precio menor.

De igual modo, el modelo propuesto permitiría situar a nuestra cadena de valor en una situación preponderante frente a economías de nuestros países vecinos, lo que supondría más inversión en España, más empleo y más bienestar social.

Sostenibilidad: económica, social, medioambiental

AECOC reivindica una sostenibilidad global en tres aspectos indisociables: sostenibilidad económica, sostenibilidad social y sostenibilidad medioambiental.

En el marco de la Agenda 2030, los Objetivos de Desarrollo sostenible (ODS) han servido para marcar una hoja de ruta global que, desde entonces, se ha ido ampliando con iniciativas comunitarias como El Pacto Verde Europeo (2019) y buen número de legislaciones y compromisos nacionales, autonómicos y locales.

Y es que la necesidad y urgencia de implementar medidas globales para frenar el cambio climático, reducir la generación de residuos, usar mejor los recursos naturales o reducir la desigualdad social, entre otras, es algo que ya no admite discusión.

Por ello, las empresas de la cadena de valor del gran consumo y otros sectores integrados en AECOC (hostelería, ferretería y bricolaje, electrónica de consumo...) han intensificado en los últimos años sus iniciativas destinadas a hacer un buen uso de los recursos naturales, mitigar su impacto en el cambio climático y reducir y revalorizar sus residuos, desde un modelo de economía circular.

Sin embargo, consideramos que los pilares de ese modelo de crecimiento más sostenible deben darse con paso firme, evitando la improvisación o aceleración normativa, y, sobre todo, teniendo en cuenta aspectos coyunturales que puedan ser determinantes.

De igual modo, conviene hacer un análisis global del verdadero impacto de las medidas y acciones propuestas, lo que requiere de gran conocimiento técnico y de la colaboración de expertos en las diferentes materias.

Es importante considerar que, en muchos casos, las empresas trabajan con “vasos comunicantes”, de modo que puede cometerse el error de aprobar medidas que contribuyendo positivamente a un objetivo lo hagan de forma negativa a otro igual de deseable. Por ejemplo, podría pensarse que utilizar envases con menor cantidad de producto, que faciliten la conservación de los alimentos, redundará en un menor desperdicio alimentario, sin considerar el impacto medioambiental que presenta ese incremento de material de envasado.



Propuestas
concretas de actuación

Gobernanza del dato

La transformación digital ha convertido la gobernanza del dato en uno de los grandes motores de cambio para empresas y administraciones. La gestión de los datos, aparte de compleja, comporta importantes desafíos en materia de privacidad, ciberseguridad, etc.

Por ello, la Unión Europea ha desarrollado estrategias y promulgado normativas para que la gestión de los datos pueda llevarse a cabo con las máximas garantías para las administraciones, empresas y consumidores.

En ese marco global, también el nuevo Gobierno deberá trabajar en proyectos e iniciativas que ayuden a las empresas a hacer del dato uno de sus principales activos de cara a mejorar la transparencia de la cadena de valor, las relaciones entre empresas y administraciones o la comunicación con el consumidor, entre otras áreas.

Logística y transporte

Los acontecimientos vividos durante los últimos años (COVID-19, Filomena, el paro del transporte...) han puesto de manifiesto el destacado papel que la logística y el transporte desempeñan para el buen funcionamiento de toda la cadena de valor. Por ello, resulta imprescindible trabajar en la implementación de medidas que contribuyan a hacerla más competitiva, eficiente y sostenible y, sobre todo, descartar aquellas propuestas que constituyan un importante freno a la misma.

Con ese fin, sería recomendable reforzar la colaboración público-privada y establecer los mecanismos necesarios para que las políticas de transporte de mercancías y distribución urbana de mercancías se hagan desde el conocimiento de la realidad empresarial, así como de las casuísticas y necesidades de las compañías que operan en este ámbito.



Las principales líneas de trabajo en este ámbito son las siguientes:



1. Aprobación de las 44 toneladas de carga

En los vehículos de transporte terrestre de mercancías; una medida que aumentaría la eficiencia y sostenibilidad de las operaciones.



2. Puesta en marcha del Corredor Mediterráneo

Un paso esencial para conectar el arco mediterráneo (que va de Algeciras hasta la frontera con Francia), una zona de gran concentración empresarial y clave tanto para las exportaciones como para el tráfico marítimo.



3. Zonas de Bajas Emisiones (ZBE)

La ley de cambio climático impuso la obligación de que las ciudades con más de 50.000 habitantes tuviesen una ZBE y, para ello, se aprobó el Real Decreto por el que se regulan las zonas de bajas emisiones.

Estas normativas dejan la puerta abierta a regulaciones dispares de las ZBE, lo cual dificulta enormemente la actividad a las empresas contratantes de transporte que operan en diversos territorios, así como a las empresas transportistas, a las que añade costes adicionales de adaptación.



4. Distribución Urbana de Mercancías

También en este ámbito es importante armonizar geográficamente las medidas a implementar y evitar regulaciones que exijan a las empresas inversiones o cambios de claro impacto económico, por ejemplo, en materia de flotas en un momento de máxima incertidumbre sobre el futuro energético o los desafíos en el ámbito del desarrollo sostenible.

Sostenibilidad y salud

Impulsar un modelo de crecimiento más sostenible desde el punto de vista económico, social y medioambiental exige también promover un estilo de vida saludable, en el que la alimentación juega un papel fundamental.

En ese marco de actuación, convendría trabajar en los siguientes ejes:

1. Información al consumidor

Nuestro país tiene una oferta gastronómica y de alimentación de las más ricas y variadas del mundo. Por ello, es importante trabajar en campañas de educación y sensibilización destinadas a poner en valor la importancia y los beneficios de cuidar la alimentación, como eje esencial de salud. No obstante, es importante optar por un modelo de comunicación en positivo que no criminalice productos ni sectores y que deje a los consumidores libertad para tomar decisiones bien informadas.

2. Fiscalidad

Tampoco la fiscalidad debe utilizarse como instrumento para tratar de cambiar hábitos alimenticios o estilos de vida, ya que los intentos llevados a cabo hasta el momento se han demostrado ineficaces con este fin.

Reducir, por ejemplo, los niveles de obesidad, en especial de obesidad infantil, con el que tanto administraciones como empresas están comprometidas, exige trabajar desde la colaboración público-privada y desde una visión multidisciplinar de la problemática.

3. Desperdicio alimentario

Combatir el desperdicio de alimentos es imprescindible para impulsar un sistema alimentario eficiente y sostenible. En los últimos años las campañas de información lideradas por las administraciones, las empresas y las organizaciones no gubernamentales han permitido reducir nuestros niveles de desperdicio en empresas y hogares.

Las empresas del sector agroalimentario siguen trabajando de forma voluntaria, a falta de un marco legal, en la adopción de buenas prácticas destinadas a prevenir la generación de desperdicios y la redistribución de los excedentes, desde un modelo de economía circular.

En caso de que se avance en la aprobación de una ley nacional, que contaba con el apoyo de todos los partidos, será fundamental disponer de los mecanismos de ayuda y asesoramiento a las empresas (en especial a las pymes) para cumplir con los requisitos que exige (disponer de un plan, tener indicadores...) y también armonizar con posibles reglamentos autonómicos para evitar disparidades territoriales en las exigencias.

4. Envases y residuos de envases

Siendo la productividad una asignatura pendiente de la economía española el nuevo Gobierno debería replantearse la idoneidad del Real decreto de envases y residuos de envases, puesto que establece objetivos y requisitos más exigentes que los exigidos, hoy en día, por la Unión Europea, como podrían ser los de reutilización y reciclado.

Además, dicho reglamento agrava sustancialmente las cargas administrativas de las empresas, incluyendo, por ejemplo, la obligación de consignar el número de registro de productores de productos en todas las facturas hasta el último eslabón de la cadena.

Esto significa que los eslabones intermediarios y finales de la cadena deberán adoptar un mecanismo interno que les permita identificar en las facturas de sus proveedores el número de registro y reflejarlo en las propias facturas por línea de producto, lo que resulta completamente ineficiente y, además, no se deriva de ninguna prescripción europea.

5. Impuesto al plástico

El impuesto sobre los envases de plástico de un solo uso (impuesto al plástico) es un tributo que se deriva de una contribución europea. Sin embargo, nada impide cumplir dicha obligación a través de otros mecanismos, como están haciendo el resto de los estados de la Unión Europea.

Este hecho está provocando una enorme desventaja competitiva a España, por lo que AECOC solicita, en primer lugar, la derogación del impuesto y su desaparición del ordenamiento jurídico. Además, abogamos por las siguientes medidas, las cuales son complementarias entre sí:

- Posponer la entrada en vigor, hasta que todos los estados de la UE tengan un tributo equivalente.
- Agilizar las cargas administrativas y contables del impuesto, de tal modo que se defina con mucho más detalle cómo se debe proceder, con la finalidad de reducir los costes, así como la falta de seguridad jurídica.
- Eliminar el embalaje del ámbito objetivo del impuesto, y definir con más detalle los envases objetos del tributo.
- Eliminar la obligación de certificar la cantidad de plástico mediante un certificado de una entidad acreditada por la ENAC y, por tanto, que se pueda acreditar el plástico tal y como se está realizando actualmente, a través de declaraciones responsables, más allá del 30 de diciembre del 2023.

Educación y empleo

La educación y el empleo son ejes vertebrales para la eficiencia y competitividad de cualquier país y, además, están estrechamente relacionados, ya que sin un buen modelo educativo difícilmente se puede impulsar empleo estable y de calidad.

Con ese fin, es imprescindible garantizar la estabilidad del sistema educativo y favorecer las conexiones entre el mundo académico y empresarial. También hay que potenciar en nuestro país la formación profesional, en especial en modalidad dual.

Fomentar un modelo que favorezca, desde una visión práctica, el desarrollo de determinadas profesiones es la base de una producción e industria fortalecida y capaz de operar con éxito en la nueva economía.

Conviene, con ese fin, tener en cuenta los siguientes aspectos:



1. Formación Dual como palanca de empleabilidad

Para que la formación dual constituya un elemento atractivo para la persona que se plantea este camino y, consecuentemente, atraiga talento, debe de disponer de ciertas facilidades, tales como:

- Bonificaciones para las empresas con alumnos en formación dual.
- Unificar criterios entre comunidades autónomas en materia de FP Dual.
- Mayor flexibilidad para la adaptación de los currículos formativos por parte de los Centros en función de las necesidades del tejido empresarial de su territorio.



2. Acreditación de la experiencia profesional/competencias profesionales de los trabajadores

El modelo actual dificulta que la experiencia y las competencias profesionales se rijan por el mismo criterio en las diferentes CCAA, lo que dificulta la acreditación de las mismas.

Por ello sería conveniente:

- Unificar criterios entre Comunidades Autónomas en materia de acreditación de la experiencia profesional.
- Creación de una plataforma única y ágil para la realización de los procesos de acreditación de los trabajadores.
- Aumentar el apoyo y soporte a las empresas en los procesos de acreditación de sus trabajadores.
- Incentivar a las empresas que ayuden a sus trabajadores en la acreditación de su experiencia / competencias profesionales.



3. Estatuto del becario

AECOC comparte el objetivo principal de velar porque el tejido empresarial, opere en el sector que opere, haga un buen uso de los programas de prácticas; así como de contar con los mecanismos necesarios para evitar un uso fraudulento de las mismas.

No obstante, es importante que cualquier avance en este ámbito se lleve a cabo con el consenso de las organizaciones empresariales y los sindicatos.

En relación a la propuesta del nuevo Estatuto del becario, AECOC desea realizar las siguientes consideraciones:

- Es importante regular las prácticas formativas en la empresa desde el ámbito educativo y también desde el ámbito empresarial y laboral, pero no exclusivamente desde este último.
- Se debe incentivar a las empresas para que acojan a estudiantes en la realización de sus prácticas formativas, con el fin de aumentar el número de empresas que se acogen a estos programas y la calidad de los mismos.

Administración comercial

Como Asociación que reúne a los diferentes eslabones de la cadena de valor (fabricantes, distribuidores, operadores de transporte...) y que promueve la colaboración entre las partes, AECOC trabaja desde hace décadas en la mejora de las relaciones y transacciones entre proveedores y clientes.

En este ámbito, los principales retos u oportunidades de mejora son los siguientes:



1. Registro de Contratos Alimentarios

Si bien el registro de contratos alimentarios se crea por un real decreto, su génesis está en el artículo 11 bis de la Ley de medidas para mejorar el funcionamiento de de Cadena Alimentaria, el cual establece que los contratos con el sector primario se deberán inscribir en un registro.

Consecuentemente, es prioritario modificar dicho artículo 11 bis. En este sentido, el posicionamiento de AECOC es claro: hay otros mecanismos, como la firma digital, que permitirían cumplir con la misma finalidad que el registro, que no es otra que controlar los precios de compraventa en el primer eslabón de la cadena alimentaria.

Subsidiariamente, si no se aboga por otro mecanismo de control, es necesario que se exceptúen, de la obligación de registro, la modificación de precios, puesto que los mismos pueden variar cada día de la semana y, por lo tanto, este hecho dificulta enormemente su inscripción.



2. Factura electrónica

La Ley de creación y crecimiento de empresas ha sido una aportación favorable a la digitalización y a la eficiencia de la cadena de valor. Está previsto el desarrollo de un reglamento sobre factura electrónica, lo que supone, también, un hito importante en la competitividad de las empresas. Desde AECOC se aboga para que el modelo de factura electrónica propuesta se base en estándares internacionales.



3. Número de Registro de Productores de Producto

Este punto se ha desarrollado en el apartado del Real Decreto de envases y residuos de envases y, fundamentalmente, se indica que consignar el número de Registro de Productores de Producto (RPP) por línea de producto implica una carga administrativa inasumible para los operadores intermedios y finales, puesto que deberán implementar un sistema que les permita identificar el número de RPP de sus proveedores e introducirlo en sus facturas por línea de producto. Esta obligación resulta del todo inviable, por lo que no debería resultar de aplicación.



4. Favorecer la adopción de desarrollos tecnológicos como complemento al etiquetado (ESCAN QR)

Ante el nuevo paradigma de transformación digital, las soluciones basadas en herramientas tecnológicas se erigen como el mecanismo idóneo para, de forma eficiente, abordar retos enquistados pendientes de resolver.

Es el caso del etiquetado de los productos, en el que una solución tecnológica, como un código QR, te permite:

- Aportar más información al consumidor.
- Ser más accesible a través de: traducciones instantáneas a cualquier idioma; o locutando la información para personas con discapacidad visual.
- Ser más sostenible, puesto que la información del packaging y del etiquetado podría estar accesible a través de una herramienta tecnológica, permitiendo así reducir los envases.

En un momento en el que, en España, hay más smartphones que habitantes, implementar, aunque sea de forma voluntaria, soluciones basadas en herramientas tecnológicas beneficia a los consumidores finales y a toda la cadena de valor en general.

Hurto comercial

Los comercios españoles pierden anualmente unos 1.800 millones de euros como consecuencia de los errores administrativos y los hurtos comerciales que padecen, pérdidas que restan notablemente su competitividad y su capacidad de generar empleo.

Según los datos del sector, la mayoría de los hurtos corren a cargo de profesionales y/o bandas organizadas y el motivo principal de estos actos delictivos es derivar la mercancía a canales ilícitos de venta.

Trabajar en una modificación del tipo penal de estos delitos puede resultar de gran utilidad para prevenir y reducir los hurtos comerciales y la ciberdelincuencia.

A continuación, detallamos las reformas que AECOC estima oportunas acometer:



1. Código penal: delito de hurto

Si bien el delito de hurto ha sido objeto de numerables reformas, no se ha abordado la cuestión más apremiante: eliminar el límite de 400 euros en los hurtos multi reincidentes.

De no ser así, las dificultades procesales y judiciales se agravan y se desvirtúa la finalidad de la penalización del hurto multi reincidente, que es la multireincidencia en sí y no la cantidad o valía económica de lo hurtado.

Con dicha reforma, muchas empresas en general, y comercios que están expuestas a hurtos prácticamente a diario, verían como la impunidad, hasta ahora generalizada, disminuiría y podrían llevar a cabo su actividad en un marco de mayor seguridad.



2. Ciberseguridad

La evolución de las nuevas tecnologías ha cambiado el comercio y la actividad mercantil, evolucionando hacia la omnicanalidad y, de igual modo que la fiscalidad debe evolucionar hacia nuevos horizontes, la fiscalización de determinadas conductas, desde una perspectiva administrativa y penal, también, puesto que la seguridad de empresas y consumidores ya no es, estrictamente, física.

Consecuentemente, con la finalidad de proteger empresas y ciudadanos, es necesario que los poderes públicos potencien normas para prevenir infracciones y delitos que se puedan desarrollar en otros entornos, trascendiendo de los hasta ahora disponibles.



Conclusiones

Una vez superada la pandemia, y por tanto la excepcionalidad del marco de trabajo para administraciones y empresas, es momento de afrontar los desafíos que plantea el nuevo modelo económico y social.

Ejes como los de la sostenibilidad, movilidad, empleabilidad, educación, futuro de la alimentación, gobernanza del dato o ciberseguridad, deberán constituir pilares estratégicos del nuevo Gobierno de España, teniendo en cuenta, para ello, los siguientes principios rectores:

- Las empresas desempeñan una importante labor al servicio del conjunto de la sociedad que hay que poner en valor.
- El fin principal de cualquier empresa es contribuir al crecimiento económico y a la creación de empleo y, para ello, necesita un marco de seguridad jurídica que favorezca la inversión y el desarrollo de nuevos proyectos.
- Hay que impulsar un marco de trabajo basado en la competitividad administrativa, normativa y fiscal (que evite sobrecargas y trabas que frenen el crecimiento empresarial)
- Es esencial promover un marco regulatorio armonizado (que facilite operar bajo reglas comunes en el conjunto del Estado) y también evitar exceder las exigencias que marcan los reglamentos comunitarios para no perder competitividad frente a otros mercados de nuestro entorno.
- Hay que hacer de la educación una cuestión de Estado y acercar las propuestas formativas a las necesidades actuales y futuras del mundo del empleo.
- Impulsar campañas de información y sensibilización sobre la importancia de adoptar un estilo de vida saludable, evitando señalar productos o sectores; así como descartar la presión fiscal como instrumento para tratar de modificar hábitos de consumo.
- Aprovechar el potencial que los nuevos desarrollos tecnológicos ofrecen para la mejora de la información al consumidor, la transparencia de la cadena de valor o las relaciones entre empresas.
- Sentar las bases para la creación de un escenario de trabajo que favorezca la inversión, la innovación y la atracción y retención de talento en nuestro país.

Abordar con éxito todas estas áreas de transformación requiere de la colaboración público-privada y del acercamiento a sectores que, como los integrados en AECOC, tienen un gran peso en nuestra economía y sociedad.

Este documento no pretende, por ello, constituir una relación de reivindicaciones al Gobierno que salga de las urnas sino, sobre todo, trasladar el compromiso de AECOC y sus empresas asociadas de trabajar conjuntamente con el nuevo ejecutivo `por hacer realidad un futuro competitivo y sostenible.

Sobre AECOC

Con más de 33.000 empresas asociadas, AECOC es una de las mayores organizaciones empresariales del país y la única en la que la industria y la distribución del gran consumo trabajan conjuntamente para desarrollar buenas prácticas y estándares tecnológicos que ayuden a las empresas a ser más sostenibles, eficientes y competitivas, aportando mayor valor al consumidor.

AECOC engloba tanto a grandes compañías nacionales y multinacionales como a gran número de pequeñas y medianas empresas y representa a sectores tan diversos como los de la alimentación y bebidas, textil, electro, ferretería y bricolaje, salud y hostelería, entre otros.

La facturación de sus empresas asociadas aporta, en su conjunto, cerca del 25% del PIB nacional.

Los materiales contenidos en las páginas de este informe incluyendo el texto, diseño, presentación, logotipos, iconos, imágenes, fotografías y cualquier otro elemento gráfico son propiedad de la Asociación Española de Codificación Comercial ("AECOC"). AECOC se reserva el derecho de modificar alguno o

todos los elementos del informe.

© [Enero, 2023] AECOC. Todos los derechos reservados. Esta obra no puede ser utilizada, reproducida, distribuida, comunicada públicamente o alterada, en su totalidad o en parte, sin el permiso escrito de AECOC.