



## S U M A R I O

- 9 **Presentación**
- 11 **Introducción**

### **PARTE PRIMERA. INDICADORES ECONÓMICOS DEL SECTOR**

#### **19 CAPÍTULO 1. EL MARCO ECONÓMICO DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL**

- 19 1.1. Panorámica actual del sector servicios
- 20 1.2. Evolución del consumo en los hogares
  - 21 1.2.1. Encuesta de Presupuestos Familiares
  - 22 1.2.2. El consumo de alimentos en los hogares durante 2009
- 24 1.3. Evolución del comportamiento de compra de los consumidores
  - 24 1.3.1. Cambios en los consumidores
  - 25 1.3.2. Cambios en los hábitos de compra

#### **29 CAPÍTULO 2. ESTRUCTURA DEL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL**

- 29 2.1. El peso de la distribución comercial en la economía española
  - 29 2.1.1. Participación del comercio en el valor añadido bruto (VAB) total
  - 29 2.1.2. Evolución del comercio minorista
- 31 2.2. Evolución del número de empresas
  - 31 2.2.1. Distribución de las empresas por sectores
  - 32 2.2.2. Distribución de las empresas por divisiones del comercio
  - 33 2.2.3. Distribución de las empresas de comercio por actividad principal
  - 34 2.2.4. Distribución de las empresas de comercio por estrato de asalariados
  - 35 2.2.5. Distribución de las empresas de comercio por condición jurídica
- 35 2.3. Evolución del número de locales
  - 35 2.3.1. Número de locales de comercio y de comercio minorista
  - 37 2.3.2. Distribución de los locales de comercio por actividad principal
  - 38 2.3.3. Distribución de los locales de comercio por estrato de asalariados
  - 39 2.3.4. Evolución del número de locales por empresa

39	2.4.	Demografía de las empresas de comercio
39	2.4.1.	Altas de las empresas de comercio
41	2.4.2.	Bajas de las empresas de comercio
43	2.4.3.	Permanencias de las empresas de comercio
44	2.5.	Análisis del número de empresas y de locales por comunidades autónomas
44	2.5.1.	Evolución del número de locales de comercio minorista
45	2.5.2.	Evolución de la densidad comercial
46	2.5.3.	Número de actividades comerciales por 1.000 habitantes
47	2.6.	Otras magnitudes del sector
49		<b>CAPÍTULO 3. EL EMPLEO EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL</b>
49	3.1.	Evolución del empleo según la Encuesta de Población Activa
49	3.1.1.	Activos
50	3.1.2.	Ocupados
51	3.1.3.	Asalariados
52	3.1.4.	Empleo según situación profesional
53	3.1.5.	Empleo femenino
54	3.1.6.	Empleo temporal
55	3.1.7.	Empleo a tiempo parcial
56	3.1.8.	Empleo por grupos de comercio
58	3.2.	Evolución de las afiliaciones a la Seguridad Social
59	3.3.	Evolución de los contratos registrados por Servicio Público de Empleo Estatal
60	3.4.	Análisis de los costes laborales
62	3.5.	Análisis por comunidades autónomas
62	3.5.1.	Evolución de la ocupación en el comercio minorista
63	3.5.2.	Densidad del empleo en el comercio minorista
63	3.5.3.	Densidad del empleo autónomo en el comercio minorista
65		<b>CAPÍTULO 4. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL</b>
65	4.1.	Evolución de las ventas del comercio al por menor
65	4.1.1.	Índice general de comercio al por menor
66	4.1.2.	Índice de ventas de grandes superficies
66	4.1.3.	Índices de comercio al por menor según el tipo de distribución del comercio
67	4.1.4.	Evolución del índice general de comercio al por menor y del índice de grandes superficies
68	4.2.	Análisis de los balances de las empresas de distribución
38	4.2.1.	Información referida a empresas españolas
73	4.2.2.	Información de otros países europeos
74	4.3.	Los aplazamientos de pago en el sector de la distribución comercial
79	4.3.1.	Comparación con otros Estados de la Unión Europea

81	4.4.	La productividad en el sector de la distribución comercial
82	4.4.1.	Evolución de la productividad por formatos comerciales
83	4.4.2.	Productividad España/Unión Europea
83	4.4.3.	Causas de la evolución de la productividad en la distribución comercial
87	<b>CAPÍTULO 5. PRECIOS Y MÁRGENES EN EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN</b>	
87	5.1.	Evolución de los precios de alimentación
87	5.1.1.	Productos perecederos
89	5.1.2.	Productos no perecederos
90	5.2.	Comparación de precios por niveles
92	5.3.	Índice de tendencia de márgenes comerciales en productos frescos de alimentación
92	5.3.1.	Evolución del índice de tendencia de márgenes en el periodo 2004 - 2009
97	5.4.	El Observatorio de Precios del Comercio Minorista
98	5.4.1.	Comparativa entre ciudades
99	5.4.2.	Comparativa entre formatos comerciales
102	5.4.3.	Comparativa entre enseñas de la distribución
103	<b>CAPÍTULO 6. ANÁLISIS POR FORMATOS Y SUBSECTORES</b>	
103	6.1.	La distribución alimentaria
104	6.1.1.	La concentración en la distribución alimentaria
106	6.1.2.	Evolución de algunos indicadores en la distribución alimentaria
108	6.1.3.	Las marcas del distribuidor
110	6.2.	Características de los principales formatos de la distribución alimentaria
110	6.2.1.	Hipermercados
112	6.2.2.	Supermercados
114	6.3.	La distribución no alimentaria
114	6.3.1.	Centros comerciales
118	6.3.2.	La distribución textil
120	6.4.	Modalidades especiales de venta
120	6.4.1.	Ventas a distancia
123	6.4.2.	Comercio electrónico
128	6.4.3.	La franquicia
133	<b>CAPÍTULO 7. LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EL ENTORNO INTERNACIONAL</b>	
133	7.1.	Principales indicadores del sector en la Unión Europea
133	7.1.1.	Comercio minorista
136	7.1.2.	Comercio mayorista
138	7.1.3.	Niveles comparativos de precios de alimentación y bebidas en la Unión Europea
139	7.1.4.	Concentración empresarial en la distribución comercial de los países de la Unión Europea

- 141 7.1.5. Participación extranjera en la distribución comercial de los países de la Unión Europea
- 142 7.1.6 Tipos impositivos del Impuesto sobre el Valor Añadido aplicados en los países de la Unión Europea
- 142 7.2. Principales grupos de distribución europeos

**149 CAPÍTULO 8. TARJETAS DE PAGO**

- 149 8.1. Evolución del mercado de tarjetas en España

**PARTE SEGUNDA. LÍNEAS DE APOYO AL COMERCIO**

**157 CAPÍTULO 9. PLAN DE MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL COMERCIO**

- 157 9.1. Introducción
- 157 9.2. Ejecución del Plan en 2009
- 164 9.3. Información y formación
  - 164 9.3.1. Premios Nacionales de Comercio Interior 2009
- 165 9.4. Resumen periodo certificaciones del año 2009 (correspondientes a ayudas de 2007)
  - 165 9.4.1. Información financiera
  - 166 9.4.2. Plan Financiero por Programas Operativo

**167 CAPÍTULO 10. OTRAS LÍNEAS ESTATALES DE AYUDA AL COMERCIO**

- 167 10.1. Ayudas del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
  - 167 10.1.1. Programa InnoEmpresa de apoyo a la innovación de las pequeñas y medianas empresas 2007-2013.
  - 169 10.1.2. Programa Avanza Pyme
- 169 10.2. Ayudas del Ministerio de Trabajo e Inmigración
- 169 10.3. Instituto de Crédito Oficial (ICO)

**171 CAPÍTULO 11. LÍNEAS DE AYUDA DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS**

- 171 11.1. Programa de ayudas al pequeño comercio
  - 171 11.1.1. Andalucía
  - 171 11.1.2. Aragón
  - 171 11.1.3. Asturias
  - 172 11.1.4. Baleares



172	11.1.5. Canarias
172	11.1.6. Cantabria
173	11.1.7. Castilla-La Mancha
173	11.1.8. Castilla y León
174	11.1.9. Cataluña
174	11.1.10. Ceuta
174	11.1.11. Extremadura
174	11.1.12. Galicia
175	11.1.13. La Rioja
175	11.1.14. Madrid
176	11.1.15. Melilla
177	11.1.16. Murcia
178	11.1.17. Navarra
178	11.1.18. País Vasco
178	11.1.19. Comunidad Valenciana
179	11.2. Dotación presupuestaria

## PARTE TERCERA. MARCO NORMATIVO

### 183 CAPÍTULO 12. NORMATIVA EUROPEA

183	12.1. Actividades de la Unión Europea relativas al comercio
183	12.2. El Tratado de Lisboa
185	12.3. Directiva de Servicios
	12.3.1. Objetivos
185	12.3.2. Contenido
186	12.3.3. Proceso de transposición
188	12.4. Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales
191	12.4.1. Objeto y ámbito de aplicación
191	12.4.2. Proceso de transposición
191	12.5. Propuesta de la Comisión al Parlamento Europeo y al Consejo de Directiva sobre los derechos de los consumidores
192	12.6. Directiva relativa a las acciones de cesación en materia de protección de los intereses de los consumidores

### 195 CAPÍTULO 13. LEGISLACIÓN ESTATAL

195	13.1. Introducción
195	13.2. Aprobación de la Ley de Servicios de Pago
196	13.3. Aprobación de la Ley de Libre Acceso a las Actividades de Servicios y su Ejercicio
197	13.4. Aprobación de la Ley Ómnibus

<b>197</b>	13.5. Aprobación de la Ley por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios
<b>199</b>	13.6. Real Decreto 898/2009, de 22 de mayo, por el que se regula la concesión directa de subvenciones para la adquisición de vehículos, Plan 2000 E de apoyo a la renovación del parque de vehículos
<b>200</b>	13.7. Real Decreto 1786/2009, de 20 de noviembre, por el que se regula la Iniciativa de apoyo financiero a la modernización y mejora del comercio interior
<b>200</b>	13.8. Otras normas con incidencia en el ámbito de la distribución comercial
<b>201</b>	<b>CAPÍTULO 14. LEGISLACIÓN AUTONÓMICA</b>
<b>201</b>	14.1. Introducción
<b>201</b>	14.2. La legislación autonómica en materia de comercio interior: principales contenidos
<b>201</b>	14.2.1. Normas genéricas de ordenación del comercio
<b>203</b>	14.2.2. El comercio no sedentario o ambulante
<b>208</b>	14.3. La licencia comercial específica en los grandes establecimientos comerciales
<b>212</b>	14.4. La tasa por servicios de reordenación comercial
<b>215</b>	14.5. La planificación comercial autonómica
<b>217</b>	14.6. Horarios comerciales
<b>220</b>	14.7. Régimen de rebajas y ventas promocionales
<b>222</b>	14.8. El régimen sancionador de las comunidades autónomas