



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

21 1.2. Evolución del consumo en los hogares

21 1.2.1. Encuesta de Presupuestos Familiares

23 1.2.2. El consumo de alimentos en los hogares durante 2010

25 1.3. Evolución del comportamiento de compra de los consumidores

25 1.3.1. Cambios en los consumidores

26 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 2.2. Evolución del número de empresas

29 2.2.1. Distribución de las empresas por sectores

31 2.2.2. Distribución de las empresas por divisiones del comercio

31 2.2.3. Distribución de las empresas de comercio por actividad principal

33 2.2.4. Distribución de las empresas de comercio por estrato de asalariados

33 2.2.5. Distribución de las empresas de comercio por condición jurídica

33 2.3. Evolución del número de locales

33 2.3.1. Número de locales de comercio y de comercio minorista

35 2.3.2. Distribución de los locales de comercio por actividad principal

36 2.3.3. Distribución de los locales de comercio por estrato de asalariados

36 2.3.4. Evolución del número de locales por empresa

37 2.4. Demografía de las empresas de comercio

37 2.4.1. Altas de las empresas de comercio

38	2.4.2. Bajas de las empresas de comercio
40	2.4.3. Permanencias de las empresas de comercio
42	2.5. Análisis del número de empresas y de locales por comunidades autónomas
42	2.5.1. Evolución del número de locales de comercio minorista
42	2.5.2. Evolución de la densidad comercial
44	2.5.3. Número de actividades comerciales por 1.000 habitantes
44	2.6. Filiales de empresas extranjeras en el comercio
45	2.7. Otras magnitudes del sector
49	CAPÍTULO 3. EL EMPLEO EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
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
54	3.1.7. Empleo a tiempo parcial
56	3.1.8. Empleo por grupos de comercio (3 dígitos CNAE-2009)
58	3.2. Evolución de las afiliaciones a la Seguridad Social
59	3.3. Evolución de los contratos registrados por el 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
62	3.5.2. Densidad del empleo en el comercio minorista
63	3.5.3. Densidad del empleo autónomo en el comercio minorista
65	CAPÍTULO 4. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
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
67	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
68	4.2.1. Información referida a empresas españolas
73	4.2.2. Información de otros países europeos
75	4.3. Los aplazamientos de pago en el sector de la distribución comercial
81	4.3.1. Comparación con otros Estados de la Unión Europea

83	CAPÍTULO 5. PRECIOS Y MÁRGENES EN EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN
83	5.1. Evolución de los precios de alimentación
83	5.1.1. Productos perecederos
85	5.1.2. Productos no perecederos
86	5.2. Comparación de precios por niveles
87	5.3. Índice de tendencia de márgenes comerciales en productos frescos de alimentación
88	5.3.1. Evolución del índice de tendencia de márgenes en el periodo 2004-2010
93	5.4. El Observatorio de Precios del Comercio Minorista
94	5.4.1. Comparativa entre ciudades
95	5.4.2. Comparativa entre formatos comerciales
98	5.4.3. Comparativa entre enseñas de la distribución
99	CAPÍTULO 6. ANÁLISIS POR FORMATOS Y SUBSECTORES
99	6.1. La distribución alimentaria
100	6.1.1. La concentración en la distribución alimentaria
102	6.1.2. Evolución de algunos indicadores en la distribución alimentaria
104	6.1.3. Las marcas del distribuidor
106	6.2. Características de los principales formatos de la distribución alimentaria
106	6.2.1. Hipermercados
108	6.2.2. Supermercados
110	6.3. La distribución no alimentaria
110	6.3.1. Centros comerciales
113	6.3.2. La distribución textil
115	6.4. Modalidades especiales de venta
115	6.4.1. Ventas a distancia
116	6.4.2. Comercio electrónico
121	6.4.3. La franquicia
127	CAPÍTULO 7. LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EL ENTORNO INTERNACIONAL
127	7.1. Principales indicadores del sector en la Unión Europea
128	7.1.1. Comercio minorista
131	7.1.2. Comercio mayorista
133	7.1.3. Venta y reparación de vehículos a motor
135	7.1.4. Niveles comparativos de precios de alimentación y bebidas en los principales países europeos
136	7.1.5. Concentración empresarial en la distribución alimentaria de los países de la Unión Europea
137	7.1.6. Participación extranjera en la distribución comercial minorista de los países de la Unión Europea

139 CAPÍTULO 8. TARJETAS DE PAGO

139 8.1. Evolución del mercado de tarjetas en España

PARTE SEGUNDA. LÍNEAS DE APOYO AL COMERCIO

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

147 9.1. Introducción

147 9.2. Ejecución del Plan en 2010

158 9.3. Información y formación

159 9.3.1. Premios Nacionales de Comercio Interior 2010

160 9.4. Resumen periodo certificaciones del año 2010 (correspondientes a ayudas de 2008)

161 9.4.1. Información financiera

161 9.4.2. Plan Financiero por Programas Operativos

163 CAPÍTULO 10. OTRAS LÍNEAS ESTATALES DE AYUDA AL COMERCIO

163 10.1. Ayudas del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio

163 10.1.1. Programa InnoEmpresa de apoyo a la innovación de las pequeñas y medianas empresas 2007-2013.

165 10.1.2. Subprograma Avanza Pyme. Plan Avanza2 (2009-2012)

166 10.2. Ayudas del Ministerio de Trabajo e Inmigración

166 10.3. Instituto de Crédito Oficial (ICO)

167 CAPÍTULO 11. LÍNEAS DE AYUDA DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS

167 11.1. Programa de ayudas al pequeño comercio

167 11.1.1. Andalucía

167 11.1.2. Aragón

167 11.1.3. Asturias

167 11.1.4. Baleares

168 11.1.5. Canarias

168 11.1.6. Cantabria

168 11.1.7. Castilla-La Mancha

169 11.1.8. Castilla y León

170 11.1.9. Cataluña

170 11.1.10. Extremadura

170	11.1.11. Galicia
171	11.1.12. La Rioja
171	11.1.13. Madrid
172	11.1.14. Murcia
172	11.1.15. Navarra
173	11.1.16. País Vasco
174	11.1.17. Comunidad Valenciana
174	11.2. Dotación presupuestaria

PARTE TERCERA. MARCO NORMATIVO

177 CAPÍTULO 12. NORMATIVA EUROPEA

177	12.1. Actividades de la Unión Europea relativas al comercio
177	12.2. Propuesta de Directiva de medidas de lucha contra la morosidad en operaciones comerciales
177	12.2.1. Gestación y objetivos
178	12.2.2. Principales novedades
178	12.3. Propuesta de Directiva sobre los derechos de los consumidores
178	12.3.1. Tramitación
179	12.3.2. Objetivos
179	12.3.3. Ámbito de aplicación
179	12.3.4. Obligaciones de información
179	12.3.5. Derecho de desistimiento
179	12.3.6. Momento de la transferencia del riesgo
180	12.4. Una nueva estrategia para el mercado único al servicio de la economía y la sociedad europea. Informe al Presidente de la Comisión europea, por Mario Monti (9 de mayo de 2010)
180	12.4.1. Gestación del informe
180	12.4.2. Principales retos a los que se enfrenta el mercado único
180	12.4.3. Una nueva estrategia global
181	12.4.4. Lograr el impulso político
182	12.5. Informe de la Comisión al Parlamento europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social, y al Comité de las Regiones, sobre el 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 (5 de julio de 2010)
183	12.5.1. Principales problemas
183	12.5.2. Conclusiones
184	12.6. Comunicación de la Comisión al Parlamento europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones: hacia un Acta de Mercado Único. Por una economía social de mercado altamente competitiva. Cincuenta propuestas para trabajar, emprender y comerciar mejor juntos (27 de octubre de 2010)
184	12.6.1. Razones para impulsar el mercado único
184	12.6.2. Proceso para elaborar el Acta
185	12.6.3. Principales medidas
186	12.6.4. Conclusiones
186	12.7. Estado de situación de la Red IMI

186	12.7.1. Informe Anual 2010
186	12.7.2. La Red IMI y la Directiva de Servicios
187	12.7.3. De cara al futuro
189	CAPÍTULO 13. LEGISLACIÓN ESTATAL
189	13.1. Introducción
189	13.2. Ley 1/2010, de 1 de marzo, de reforma de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista
190	13.3. Desarrollos reglamentarios como consecuencia de la transposición de la Directiva de Servicios
191	13.3.1. Real Decreto 199/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la venta ambulante o no sedentaria
191	13.3.2. Real Decreto 200/2010, de 26 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 1882/1978, de 26 de julio, sobre canales de comercialización de productos agropecuarios y pesqueros para la alimentación y el Real Decreto 225/2006, de 24 de febrero, por el que se regulan determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el Registro de empresas de ventas a distancia, para su adaptación a la Directiva 2006/123/CE del Parlamento europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior
192	13.3.3. Real Decreto 201/2010, de 26 de febrero, por el que se regula el ejercicio de la actividad comercial en régimen de franquicia y la comunicación de datos al Registro de Franquiciadores
192	13.4. Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales
193	13.5. Ley 42/2010, de 30 de diciembre, por la que se modifica la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, suministro, consumo y publicidad de los productos del tabaco
194	13.6. Real Decreto 1826/2009, de 27 de noviembre, por el que se modifica el Reglamento de instalaciones térmicas en los edificios, aprobado por Real Decreto 1027/2007 de 20 de julio
194	13.7. Otras normas con incidencia en el ámbito de la distribución comercial
197	CAPÍTULO 14. LEGISLACIÓN AUTONÓMICA
197	14.1. Introducción
197	14.2. La legislación autonómica en materia de comercio interior: principales contenidos
197	14.2.1. Normas genéricas de ordenación del comercio
199	14.2.2. El comercio no sedentario o ambulante
205	14.3. Régimen de instalación de los grandes establecimientos comerciales.
209	14.4. Las tasas por servicios de ordenación comercial
211	14.5. La planificación comercial autonómica
213	14.6. Horarios comerciales
217	14.7. Régimen de rebajas
219	14.8. El régimen sancionador de las comunidades autónomas