

Índice

NÚM. 2842, 2005

Parte Primera: Indicadores económicos del sector

1.1. El sector servicios durante el año 2004	19
1.2. Evolución del consumo de los hogares	20
1.2.1. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares	21
1.2.2. El consumo de alimentos en España durante 2004	22
2.1. El peso de la distribución comercial en la economía española	25
2.1.1. Participación del comercio en el valor añadido bruto (VAB) total	25
2.1.2. Evolución del comercio minorista	27
2.1.3. Productividad aparente	27
2.2. Evolución del número de empresas	29
2.2.1. Distribución de las empresas por sectores	29
2.2.2. Distribución de las empresas por ramas del comercio	30
2.3. Evolución del número de locales	31
2.3.1. Número de locales de comercio y de comercio minorista	31
2.3.2. Distribución del número de locales por ramas del comercio	32
2.4. Análisis del número de empresas y de locales por Comunidades Autónomas	32
2.4.1. Evolución del número de locales de comercio minorista	32
2.4.2. Evolución de la densidad comercial	33
2.4.3. Número de actividades comerciales por 1.000 habitantes	33
2.5. Otras magnitudes del sector	35
3.1. Evolución del empleo según la Encuesta de Población Activa	39
3.1.1. Activos	39
3.1.2. Ocupados	40
3.1.3. Asalariados	41
3.1.4. Empleo según situación profesional	43
3.1.5. Empleo femenino	44
3.1.6. Empleo temporal	45
3.2. Evolución de las afiliaciones a la Seguridad Social	47
3.3. Evolución de los contratos registrados por el Instituto Nacional de Empleo	48
3.4. Análisis por Comunidades Autónomas	49
3.4.1. Índice de ocupación en el comercio minorista	50

DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL

3.4.2. Densidad de empleo comercial.....	50
3.4.3. Densidad de empleo autónomo en el comercio.....	51

4.1. Evolución de las ventas del comercio al por menor	53
4.2. Análisis de los balances de las empresas de distribución	54
4.2.1. Información procedente de la Central de Balances del Banco de España	55
4.2.2. Análisis económico-financiero de las grandes empresas de comercio minorista en establecimiento no especializado	57
4.2.3. Comparación internacional	64

5.1. Evolución de los precios de alimentación	79
5.1.1. Productos perecederos	80
5.1.2. Productos no perecederos	83
5.2. Comparación de precios por niveles	84
5.3. Evolución de los márgenes comerciales brutos	85
5.4. Análisis de los precios por formatos.....	86
5.5. Evolución de las tasas por el uso de tarjetas como medio de pago	92
5.5.1. Informe del Banco de España	93
5.5.2. Estudio de la Dirección General de Política Comercial	94

**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

6.1. Los grandes grupos de distribución	137
6.2. La distribución alimentaria	139
6.2.1. Principales movimientos en la distribución alimentaria 2003-2004.....	141
6.2.2. Evolución de algunos indicadores en la distribución alimentaria	143
6.3. Características de los principales formatos de la distribución alimentaria.....	145
6.3.1. Hipermercados	145
6.3.2. Supermercados	148
6.3.3. Establecimientos de descuento.....	150
6.4. Centros comerciales	151
6.5. Modalidades especiales de venta	154
6.5.1. Venta a distancia	154
6.5.2. Comercio electrónico.....	156
6.5.3. La franquicia	160

7.1. Principales indicadores del sector en la Unión Europea	169
7.1.1. Comercio minorista	169

7.1.2. Comercio del automóvil.....	171
7.1.3. Comercio mayorista.....	173
7.2. Equipamiento comercial en la Unión Europea.....	175
7.2.1. Análisis comparativo del equipamiento comercial de los 15 países de la UE antes de la ampliación.....	175
7.2.2. Principales características del equipamiento comercial en los 10 países europeos de la ampliación de mayo de 2004.....	181
7.3. Principales grupos de distribución europeos.....	182
7.4. Régimen de apertura de grandes establecimientos comerciales en los 15 países de la UE.....	192
7.5. Regímenes de los horarios comerciales y de apertura en domingos y festivos en el ámbito de la Unión Europea.....	202

Parte Segunda: Líneas de apoyo al comercio

8.1. Ejecución del Plan en el año 2004.....	209
8.1.1. Fondos territorializados.....	209
8.1.2. Actuaciones singulares.....	212
8.1.3. Premios Nacionales de Comercio Interior 2004.....	214
8.2. Balance global del Plan Marco de Modernización del Comercio Interior 1995-2004.....	215
8.2.1. Premios Nacionales de Comercio Interior 1997-2004.....	219

9.1. Introducción.....	221
9.2. Programas.....	222
9.2.1. Fomento del comercio urbano.....	223
9.2.2. Mejora del comercio rural.....	225
9.2.3. Fomento de la cooperación empresarial.....	226
9.2.4. Calidad de los establecimientos comerciales.....	227
9.2.5. Información y formación.....	228
9.3. Financiación y procedimiento.....	229
9.4. Previsión de recursos.....	230
9.4.1. Estimación de distribución de fondos por programa.....	230
9.4.2. Recursos para el programa de información y formación.....	231
9.4.3. Recursos comunitarios: Programa de Desarrollo Regional 2000-2006... ..	232

10.1. Ayudas del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.....	235
10.1.1. Plan de Consolidación y Competitividad de la Pequeña y Mediana Empresa.....	235

10.3. Ayudas del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales	239
10.3.1. Ayudas para el apoyo a la creación de empleo.....	239
10.3.2. Ayudas a trabajadores afectados por procesos de reestructuración de empresas.....	241
10.4. FORCEM: ayudas a la formación continua	241
10.4.1. Planes de formación.....	242
10.5. Instituto de Crédito Oficial (ICO)	244

11.1. Programas de ayudas al pequeño comercio	247
11.2. Dotación presupuestaria	254

Parte Tercera: Marco normativo

12.1. Actividades de la Unión Europea relativas al comercio	259
12.2. Reglamento de promoción de ventas.....	260
12.2.1. Base jurídica y contenido	260
12.2.2. Estado de tramitación.....	261
12.3. Directiva relativa a los servicios en el Mercado Interior	261
12.3.1. Base jurídica y contenido	261
12.3.2. Estado de tramitación.....	263
12.4. Directiva sobre las prácticas comerciales desleales	263
12.4.1. Base jurídica y contenido	263
12.4.2. Estado de tramitación.....	264

13.1. Introducción.....	265
13.2. Marco competencial	265
13.3. Nueva regulación de los horarios comerciales.....	267
13.3.1. Antecedentes.....	267
13.3.2. Ley de horarios comerciales.....	268
13.4. Ley de lucha contra la morosidad	269

14.1. Introducción.....	271
14.2. Regulaciones específicas	271
14.2.1. La implantación de grandes establecimientos	272
14.2.2. Horarios comerciales	275
14.2.3. Planificación de las estructuras comerciales dentro de las Comunidades Autónomas	277
14.2.4. Régimen de rebajas y promociones.....	280
14.3. Modificaciones que afectan a las Leyes autonómicas genéricas de comercio interior	282

**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**