

SUMARIO

Presentación	9
Introducción	13

PARTE PRIMERA: Indicadores económicos del sector

Capítulo 1. El marco económico de la distribución comercial.....	25
1.1. El sector servicios durante el año 2006	25
1.2. Evolución del consumo de los hogares.....	26
1.2.1. <i>El consumo de alimentos en España durante 2006</i>	27
1.3. Evolución del comportamiento de compra de los consumidores.....	29
1.3.1. <i>Cambios en los consumidores</i>	29
1.3.2. <i>Cambios en los hábitos de compra</i>	32



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

Capítulo 2. Estructura del sector de la distribución comercial.....	35
2.1. El peso de la distribución comercial en la economía española	35
2.1.1. <i>Participación del comercio en el valor añadido bruto (VAB) total</i>	35
2.1.2. <i>Evolución del comercio minorista</i>	37
2.2. Evolución del número de empresas.....	38
2.2.1. <i>Distribución de las empresas por sectores</i>	38
2.2.2. <i>Distribución de las empresas por ramas del comercio</i>	39
2.3. Evolución del número de locales.....	39
2.3.1. <i>Número de locales de comercio y de comercio minorista</i>	39
2.3.2. <i>Distribución del número de locales por ramas del comercio</i>	41
2.4. Demografía de las empresas de comercio	42
2.4.1. <i>Altas de las empresas de comercio</i>	42
2.4.2. <i>Bajas de las empresas de comercio</i>	45
2.4.3. <i>Permanencias de las empresas de comercio</i>	46
2.4.4. <i>Tipología mayoritaria de las empresas según condición jurídica y asalariados</i>	49
2.4.5. <i>Función de riesgo y supervivencia</i>	49
2.4.6. <i>Saldos</i>	53

2.5. Análisis del número de empresas y de locales por comunidades autónomas	53
2.5.1. Evolución del número de locales de comercio minorista	53
2.5.2. Evolución de la densidad comercial	55
2.5.3. Número de actividades comerciales por 1.000 habitantes	55
2.6. Otras magnitudes del sector	56

Capítulo 3. El empleo en el sector de la distribución comercial 59

3.1. Evolución del empleo según la Encuesta de Población Activa	59
3.1.1. Activos	59
3.1.2. Ocupados	60
3.1.3. Asalariados	61
3.1.4. Empleo según situación profesional	64
3.1.5. Empleo femenino	65
3.1.6. Empleo temporal	66
3.1.7. Empleo a tiempo parcial	67
3.2. Evolución de las afiliaciones a la Seguridad Social	68
3.3. Evolución de los contratos registrados por el Instituto Nacional de Empleo	70
3.4. Análisis por comunidades autónomas	71
3.4.1. Índice de ocupación en el comercio minorista	71
3.4.2. Densidad de empleo comercial	72
3.4.3. Densidad de empleo autónomo en el comercio	73



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

Capítulo 4. Evolución de la actividad comercial 75

4.1. Evolución de las ventas del comercio al por menor	75
4.2. Análisis de los balances de las empresas de distribución	77
4.2.1. Información referida a empresas españolas	77
4.2.2. Información de otros países europeos	82
4.3. Principales ratios de las empresas de distribución alimentaria	83
4.4. Análisis de las microempresas y pequeñas empresas de comercio	87
4.4.1. Explicación de las ratios	90
4.4.2. Comercio al por menor en establecimientos especializados	91
4.4.3. Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	92
4.5. Los aplazamientos de pago en el sector de la distribución comercial	93
4.5.1. Los aplazamientos de pago en el comercio en relación con el conjunto de la economía	94
4.5.2. Comparación con la Unión Europea	95
4.5.3. Análisis de los balances de las principales empresas de distribución	96
4.5.4. Causas explicativas de los aplazamientos	98
4.5.5. Conclusiones	99

4.6	La productividad en el sector de la distribución comercial.....	100
4.6.1.	<i>Evolución de la productividad por formatos comerciales</i>	101
4.6.2.	<i>Productividad España/UE</i>	102
4.6.3.	<i>Causas de la evolución de la productividad en la distribución comercial</i>	102
4.7.	Incidencia del mercado inmobiliario en la distribución comercial	103

Capítulo 5. El Precios y márgenes en el canal de distribución..... 107

5.1.	Evolución de los precios de alimentación	107
5.1.1.	<i>Productos perecederos</i>	108
5.1.2.	<i>Productos no perecederos</i>	111
5.2.	Comparación de precios por niveles.....	112
5.3.	Evolución de los márgenes comerciales brutos.....	114
5.4.	Índice de tendencia de márgenes comerciales en productos frescos de alimentación	115
5.4.1.	<i>Introducción</i>	115
5.4.2.	<i>Definición</i>	117
5.4.3.	<i>Fórmulas empleadas</i>	117
5.4.4.	<i>Período base</i>	117
5.4.5.	<i>Muestra</i>	118
5.4.6.	<i>Márgenes</i>	118
5.4.7.	<i>Índices</i>	119
5.4.8.	<i>Evolución del índice de tendencia de márgenes relativos en el periodo 2004-2006</i>	120
5.5.	Análisis de los precios por formatos	123



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

Capítulo 6. Análisis por formatos y subsectores..... 131

6.1.	Los grandes grupos de distribución	131
6.2.	La distribución alimentaria.....	133
6.2.1.	<i>La concentración en la distribución alimentaria</i>	135
6.2.2.	<i>Principales movimientos en la distribución alimentaria en 2006</i>	138
6.2.3.	<i>Evolución de algunos indicadores en la distribución alimentaria</i>	139
6.2.4.	<i>Las marcas del distribuidor</i>	142
6.3.	Características de los principales formatos de la distribución alimentaria...	146
6.3.1.	<i>Hipermercados</i>	146
6.3.2.	<i>Supermercados</i>	150
6.3.3.	<i>Establecimientos de descuento</i>	152
6.4.	La distribución no alimentaria.....	155
6.4.1.	<i>Centros comerciales</i>	155
6.4.2.	<i>Los grandes equipamientos comerciales no alimentarios</i>	162
6.4.3.	<i>La distribución textil</i>	169
6.4.4.	<i>La comercialización de juguetes</i>	173
6.4.5.	<i>La distribución de cerámica y materiales de construcción</i>	175

6.5. Modalidades especiales de venta.....	181
6.5.1. Ventas a distancia.....	181
6.5.2. Comercio electrónico	183
6.5.3. La franquicia.....	192

Capítulo 7. La distribución comercial en el entorno internacional 201

7.1. Principales indicadores del sector en la Unión Europea	201
7.1.1. Comercio minorista	201
7.1.2. Comercio mayorista	206
7.2. Principales grupos de distribución europeos	209
7.3. Internacionalización de la distribución alimentaria española.....	224

Capítulo 8. Tarjetas de pago..... 235

8.1. Evolución del mercado de tarjetas en España	235
8.2. Observatorio de pagos con tarjeta electrónica	238
8.3. Estudio sobre evolución de tasas de descuento en el pequeño comercio .	239



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

PARTE SEGUNDA: Líneas de apoyo al comercio

Capítulo 9. Plan de Mejora de la Calidad en el Comercio 245

9.1. Introducción.....	245
9.2. Ejecución del Plan en el año 2006	246
9.3. Información y formación.....	252
9.3.1. Premios Nacionales de Comercio Interior 2006	253

Capítulo 10. Desarrollo del Plan de Actuación en el Comercio Interior en 2006 255

10.1. Medidas de transparencia en los mercados	255
10.2. Medidas de incremento de la competencia	257
10.3. Medidas de incremento de la eficiencia.....	259

Capítulo 11. Otras líneas estatales de ayudas al comercio 267

11.1. Ayudas del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.....	267
11.1.1. Plan de Consolidación y Competitividad de la Pequeña y Mediana Empresa	267
11.1.2. Programa Arte Pyme II.....	270
11.2. Ayudas del Ministerio de Cultura	272

11.3. Ayudas del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales	272
11.3.1. Ayudas para el apoyo a la creación de empleo.....	272
11.4. Ayudas a la formación continua.....	275
11.5. Instituto de Crédito Oficial (ICO)	276

Capítulo 12. Líneas de ayuda de las comunidades autónomas 279

12.1. Programas de ayudas al pequeño comercio	279
12.2. Dotación presupuestaria	304

PARTE TERCERA: Marco normativo

Capítulo 13. Normativa europea 307

13.1. Actividades de la Unión Europea relativas al comercio.....	307
13.2. Directiva de servicios	308
13.2.1. Objetivo y ámbito de aplicación.....	308
13.2.2. Contenido.....	309
13.2.3. Proceso de transposición.....	312
13.3. Directiva sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa	313
13.3.1. Objetivo y ámbito de aplicación.....	313
13.3.2. Contenido.....	313
13.4. Directiva sobre crédito al consumo.....	314
13.4.1. Estado de tramitación	315
13.4.2. Objetivo y ámbito de aplicación.....	315
13.4.3. Contenido.....	317
13.5. Libro Verde sobre la revisión del acervo comunitario en materia de consumo.....	319



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**

Capítulo 14. Legislación estatal 321

14.1. Introducción.....	321
14.2. Modificación de la Ley 1/2004, de 21 de diciembre, de horarios comerciales	321
14.3. Ley 44/2006, de 29 de diciembre, de mejora de la protección de los consumidores y usuarios	322
14.4. Modificación de la ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco	323
14.5. Modificación del 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	324
14.6. Otras normas con incidencia en el ámbito de la distribución comercial.....	325

Capítulo 15. Legislación autonómica	327
15.1. Introducción.....	327
15.2. Principales contenidos de la normativa autonómica de comercio interior...	327
15.2.1. <i>Los grandes establecimientos comerciales y establecimientos de descuento duro</i>	<i>327</i>
15.2.2. <i>La licencia comercial específica en grandes establecimientos comerciales</i>	<i>330</i>
15.2.3. <i>Algunos aspectos significativos del procedimiento de tramitación de la licencia comercial específica.....</i>	<i>335</i>
15.2.4. <i>Horarios comerciales</i>	<i>338</i>
15.2.5. <i>Planificación de las estructuras comerciales dentro de las comunidades autónomas.....</i>	<i>341</i>
15.2.6. <i>Régimen de rebajas y promociones</i>	<i>342</i>
15.2.7. <i>Modificaciones que afectan a las leyes autonómicas genéricas de comercio interior.....</i>	<i>344</i>
Anexo del capítulo 5	351



**DISTRIBUCIÓN
COMERCIAL**