



## 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. El sector servicios durante el año 2008

20 1.2. Evolución del consumo en los hogares

20 1.2.1. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares

22 1.2.2. El consumo de alimentos en los hogares durante 2008

23 1.3. Evolución del comportamiento de compra de los consumidores

23 1.3.1. Cambios en los consumidores

25 1.3.2. Cambios en los hábitos de compra

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

27 2.1. El peso de la distribución comercial en la economía española

27 2.1.1. Participación del comercio en el valor añadido bruto (VAB) total

28 2.1.2. Evolución del comercio minorista

29 2.2. Evolución del número de empresas

29 2.2.1. Distribución de las empresas por sectores

30 2.2.2. Distribución de las empresas por ramas del comercio

31 2.3. Evolución del número de locales

31 2.3.1. Número de locales de comercio y de comercio minorista

33 2.3.2. Distribución del número de locales por ramas del comercio

33 2.4. Demografía de las empresas de comercio

33 2.4.1. Altas de las empresas de comercio

36 2.4.2. Bajas de las empresas de comercio

38 2.4.3. Permanencias de las empresas de comercio

40 2.4.4. Tipología mayoritaria de las empresas según condición jurídica y asalariados

41	2.4.5. Función de riesgo y supervivencia
45	2.4.6. Saldos
46	2.5. Análisis del número de empresas y de locales por comunidades autónomas
46	2.5.1. Evolución del número de locales de comercio minorista
47	2.5.2. Evolución de la densidad comercial
48	2.5.3. Número de actividades comerciales por 1.000 habitantes
48	2.6. Otras magnitudes del sector
<b>51</b>	<b>CAPÍTULO 3. EL EMPLEO EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL</b>
51	3.1. Evolución del empleo según la Encuesta de Población Activa
51	3.1.1. Activos
52	3.1.2. Ocupados
52	3.1.3. Asalariados
54	3.1.4. Empleo según situación profesional
55	3.1.5. Empleo femenino
56	3.1.6. Empleo temporal
57	3.1.7. Empleo a tiempo parcial
58	3.2. Evolución de las afiliaciones a la Seguridad Social
59	3.3. Evolución de los contratos registrados por el Instituto Nacional de Empleo
60	3.4. Análisis por comunidades autónomas
60	3.4.1. Índice de ocupación en el comercio minorista
60	3.4.2. Densidad de empleo comercial
61	3.4.3. Densidad de empleo autónomo en el comercio
<b>63</b>	<b>CAPÍTULO 4. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL</b>
63	4.1. Evolución de las ventas del comercio al por menor
63	4.1.1. Índice general de comercio al por menor
64	4.1.2. Índice de ventas de grandes superficies
64	4.1.3. Índices de comercio al por menor según el tipo de distribución del comercio
65	4.1.4. Evolución del índice general de comercio al por menor y del índice de grandes superficies
66	4.2. Análisis de los balances de las empresas de distribución
66	4.2.1. Información referida a empresas españolas
71	4.2.2. Información de otros países europeos
72	4.3. Principales ratios de las empresas de distribución alimentaria
76	4.4. Los aplazamientos de pago en el sector de la distribución comercial
79	4.4.1. Comparación con otros Estados de la Unión Europea
81	4.5. La productividad en el sector de la distribución comercial
81	4.5.1. Evolución de la productividad por formatos comerciales

82	4.5.2. Productividad España/Unión Europea
83	4.5.3. Causas de la evolución de la productividad en la distribución comercial
<b>85</b>	<b>CAPÍTULO 5. PRECIOS Y MÁRGENES EN EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN</b>
85	5.1. Evolución de los precios de alimentación
85	5.1.1. Productos perecederos
87	5.1.2. Productos no perecederos
88	5.2. Comparación de precios por niveles
90	5.3. Índice de tendencia de márgenes comerciales en productos frescos de alimentación
90	5.3.1. Evolución del índice de tendencia de márgenes en el periodo 2004 - 2008
94	5.4. El Observatorio de Precios del Comercio Minorista
95	5.4.1. Comparativa entre ciudades
96	5.4.2. Comparativa entre formatos comerciales
98	5.4.3. Comparativa entre enseñas de la distribución
<b>99</b>	<b>CAPÍTULO 6. ANÁLISIS POR FORMATOS Y SUBSECTORES</b>
100	6.1. La distribución alimentaria
101	6.1.1. La concentración en la distribución alimentaria
103	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
114	6.4. Modalidades especiales de venta
114	6.4.1. Ventas a distancia
116	6.4.2. Comercio electrónico
120	6.4.3. La franquicia
<b>127</b>	<b>CAPÍTULO 7. LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EL ENTORNO INTERNACIONAL</b>
127	7.1. Principales indicadores del sector en la Unión Europea
127	7.1.1. Comercio minorista
131	7.1.2. Comercio mayorista
132	7.1.3. Niveles comparativos de precios de alimentación y bebidas en la Unión Europea
133	7.2. Principales grupos de distribución europeos

**139 CAPÍTULO 8. TARJETAS DE PAGO**

- 139 8.1. Evolución del mercado de tarjetas en España

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

**145 CAPÍTULO 9. PLAN DE MEJORA DE LA CALIDAD EN EL COMERCIO**

- 145 9.1. Introducción  
 145 9.2. Ejecución del Plan en 2008  
 150 9.3. Información y formación  
 151 9.3.1. Premios Nacionales de Comercio Interior  
 152 9.4. Resumen de Ejecución del Plan 2005-2008

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

- 155 10.1. Ayudas del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio  
 155 10.1.1. Programa InnoEmpresa de apoyo a la innovación de las pequeñas y medianas empresas 2007-2013.  
 157 10.1.2. Programa Avanza Pyme  
 157 10.2. Ayudas del Ministerio de Trabajo e Inmigración  
 157 10.3. Instituto de Crédito Oficial (ICO)

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

- 159 11.1. Programa de ayudas al pequeño comercio  
 159 11.1.1. Andalucía  
 159 11.1.2. Aragón  
 159 11.1.3. Asturias  
 160 11.1.4. Baleares  
 161 11.1.5. Canarias  
 161 11.1.6. Cantabria  
 162 11.1.7. Castilla-La Mancha  
 163 11.1.8. Castilla y León  
 163 11.1.9. Cataluña  
 164 11.1.10. Ceuta  
 164 11.1.11. Extremadura  
 165 11.1.12. Galicia  
 167 11.1.13. La Rioja



167	11.1.14. Madrid
168	11.1.15. Melilla
169	11.1.16. Murcia
170	11.1.17. Navarra
170	11.1.18. País Vasco
171	11.1.19. Comunidad Valenciana
172	11.2. Dotación presupuestaria

## PARTE TERCERA. MARCO NORMATIVO

### 175 CAPÍTULO 12. NORMATIVA EUROPEA

175	12.1. Actividades de la Unión Europea relativas al comercio
175	12.2. Directiva de servicios
175	12.2.1. Objetivos
176	12.2.2. Contenido
178	12.2.3. Proceso de transposición
181	12.3. Directiva sobre Prácticas Comerciales Desleales
181	12.3.1. Objeto y ámbito de aplicación
181	12.3.2. Proceso de transposición
181	12.4. Directiva sobre contratos de aprovechamiento por turno de bienes de uso turístico, de adquisición de productos vacacionales de larga duración, de reventa y de intercambio
182	12.4.1. Objeto y ámbito de aplicación
182	12.4.2. Contenido
183	12.5. Propuesta de la Comisión al Parlamento europeo y al Consejo de Directiva sobre los derechos de los consumidores
183	12.5.1. Objetivo y ámbito de aplicación
183	12.5.2. Contenido
185	12.5.3. Comparación con el actual marco normativo en España
186	12.6. Libro Verde sobre el recurso colectivo de los consumidores
188	12.7. Plan de acción europeo sobre consumo y producción sostenibles
188	12.7.1. Contenido
188	12.7.2. Acciones previstas por el Plan
189	12.7.3. Instrumentos

### 191 CAPÍTULO 13. LEGISLACIÓN ESTATAL

191	13.1. Introducción
191	13.2. Aprobación del Texto Refundido de la Ley de Evaluación de Impacto Ambiental de Proyectos, a través del Real Decreto Legislativo 1/2008, de 11 de enero
191	13.3. Aprobación del Texto Refundido de la Ley del Suelo, mediante Real Decreto Legislativo 2/2008, de 20 de junio

- 192 13.4. RD 103/2008, de 1 de febrero, modifica el RD 225/2006, que regula determinados aspectos de las ventas a distancia y la inscripción en el Registro de ventas a distancia
- 193 13.5. Aprobación del Reglamento de Defensa de la Competencia, mediante el Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero
- 193 13.6. RD 2063/2008 de 12 de diciembre, desarrolla la Ley 10/2007, de la Lectura, del Libro y de las Bibliotecas en lo relativo al ISBN
- 193 13.7. Otras normas con incidencia en el ámbito de la distribución comercial
- 194 13.8. Transposición de la Directiva sobre prácticas comerciales desleales
- 196 13.9. Avance de la modificación de la Ley Concursal y del Procedimiento Monitorio

## 197 **CAPÍTULO 14. LEGISLACIÓN AUTONÓMICA**

- 197 14.1. Introducción
- 197 14.2. La legislación autonómica en materia de comercio interior: principales contenidos
- 203 14.3. La licencia comercial específica en los grandes establecimientos comerciales
- 207 14.4. La tasa por servicios de reordenación comercial
- 209 14.5. Horarios comerciales
- 210 14.6. Régimen de rebajas y ventas promocionales
- 213 14.7. El régimen sancionador de las comunidades autónomas