



La distribución comercial en España en 2008

Unidades que han colaborado en la elaboración de La distribución comercial en España en 2008

Dirección General de Política Comercial

- Subdirección General de Comercio Interior
- Subdirección General de Estudios y Modernización del Comercio Interior
- Subdirección General de Canales de Comercialización y Relaciones Institucionales
- Unidad de Apoyo
- División de Análisis Estratégico de la Distribución Comercial

Las opiniones expresadas en el BICE son de exclusiva responsabilidad de los autores y no reflejan, necesariamente, los puntos de vista de Información Comercial Española.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

NÚMERO 2969

Directora

Matilde Madrid Juan

Directora Adjunta

Mónica Vázquez García

Jefa de Redacción

Pilar Buzarra Villalobos

Coordinadora de Redacción: M^a Dolores Artaiz. **Redacción:** Carmen Fernández de la Mora, Isabel Gómez Espinosa. **Consejo de Redacción:** Antonio M^a Ávila, Antonio Carrascosa, Rafael Coloma, Begoña Cristeto, José M^a Fernández, Luis Fuentes, Rafael Fuentes, José C. García de Quevedo, Rafael Gómez Pascual, Francesc Granell, Silvia Iranzo, Nicolás López, Alicia Montalvo, Vicente Montes Gan, María Naranjo, Ódón Pálla, Fco. Javier Parra, Eva Povedano, Remedios Romeo, Darío Sáez, Francisco Javier Sansa, Cristina Serrano, Juan Varela. **Logo y diseño general:** Manuel A. Junco. **Portada:** Aurelio del Pino. **Edición:** Paseo de la Castellana, 162, planta 12. **Redacción:** Teléfonos: 91 349 39 65/ 349 35 57 Fax: 91 349 38 93. **Suscripciones:** Paseo de la Castellana, 160, planta 0. 28071 Madrid. Teléfono: 91 349 51 29/50 04. Fax: 91 349 44 85. **Información y Venta:** Paseo de la Castellana, 162-vestíbulo, 28071 Madrid. Teléfono: 91 349 36 47.

Precio por ejemplar: 4,70 € (+ IVA)

Permitida la reproducción de los artículos contenidos en este Boletín, previo permiso por escrito de la Redacción.
Depósito Legal: M-30-1958. ISSN: 0214-8307. NIPO: 701-09-002-X. Imprime: DAYTON, S.A.



www.revistasICE.com

**LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
EN ESPAÑA EN 2008**



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
51	CAPÍTULO 3. EL EMPLEO EN EL SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL
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
63	CAPÍTULO 4. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL
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
85	CAPÍTULO 5. PRECIOS Y MÁRGENES EN EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN
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
99	CAPÍTULO 6. ANÁLISIS POR FORMATOS Y SUBSECTORES
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
127	CAPÍTULO 7. LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL EN EL ENTORNO INTERNACIONAL
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

SUMARIO

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