

1. INTRODUCCIÓN

- **Definición de Distribución Comercial:** Conjunto de actividades que conectan la producción y el consumo, permitiendo el movimiento de mercancías hacia donde son más necesarias.
- **Clasificación Económica:** Actividad del sector Servicios (Sección G CNAE-2009). Incluye vehículos, combustibles, comercio al por mayor y al por menor.
- **Factores de Transformación:**
 - **Sociales/Económicos:** Aumento del poder adquisitivo, incorporación de la mujer al trabajo, familias reducidas, cultura del ocio, crecimiento de periferias urbanas, aumento del parque automovilístico y mejora del equipamiento del hogar (nevera/congelador).
 - **Tecnológicos:** TIC, e-commerce, avances en transporte, técnicas de conservación/empaquetado y nuevas estrategias comerciales.
- **Magnitudes Económicas (Datos INE 2023):**
 - **Sector Comercio:** 12,5% del PIB y VAB.
 - **Comercio Minorista:** 5,0% del PIB (frente al 5,2% en 2019).
 - **Empresas y Locales:** 646.339 empresas comerciales (20,2% del total). 822.542 locales (22% del total), de los cuales 507.591 son minoristas.
 - **Empleo (EPA 3T 2024):** 3.154.300 ocupados en comercio total; 2.031.900 en comercio minorista (9,3% de la población ocupada).
- **Tendencias Recientes:**
 - Pérdida de peso del trabajo autónomo frente al trabajo por cuenta ajena.
 - Incremento de cuota de mercado de grandes empresas frente al pequeño comercio tradicional.
 - Desplazamiento de la actividad a zonas peri-urbanas, afectando a los centros urbanos.
- **Normativa Destacada:**
 - Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista (modificada por Ley 1/2010 - Directiva Bolkestein).

TEMA 20 - Instrumentos de apoyo al comercio minorista. Planes estatales de apoyo al sector. Líneas de financiación del ICO. Programas autonómicos de apoyo.

- Ley 1/2004 de Horarios Comerciales.
- Ley 3/2004 contra la morosidad en operaciones comerciales.
- **Evolución del Mercado:** Tras la crisis de 2008, hubo una recuperación (2015-2019). La crisis COVID-19 (2020) provocó caídas de facturación del 35-40%, no recuperándose el terreno hasta finales de 2024.
- **Comercio Electrónico (2023):** Récord de facturación de 99.257 M€ (crecimiento del 16,3% respecto a 2022). España es el 4º país europeo en facturación B2C.

2. PLANES ESTATALES DE APOYO AL SECTOR

Surgieron como respuesta al retraimiento del consumo desde finales de 2007. Se conciben como instrumentos integrales y coordinados.

2.1. Estructura General de los Planes (2013-2017)

Basados en 10 líneas de acción:

1. Innovación y competitividad del pequeño comercio.
2. Fomento de centros comerciales abiertos y mercados municipales.
3. Apoyo financiero.
4. Promoción comercial y reactivación de la demanda.
5. Relevo generacional y emprendedores.
6. Sinergias comercio-turismo.
7. Seguridad comercial.
8. Medidas legislativas y eliminación de barreras.
9. Internacionalización.
10. Formación y empleo.

2.2. Evolución Cronológica

- **Plan 2013:** 30 medidas iniciales.
- **Plan 2014:** 32 medidas. Incorporó novedades de Red.es (TIC), apoyo a la segunda oportunidad para emprendedores, y potenciación de España como destino de compras (Turespaña).
- **Plan 2015:** 34 medidas. Liderado por la Secretaría de Estado de Comercio con colaboración de múltiples ministerios, CCAA, Ayuntamientos y Cámaras de Comercio.

TEMA 20 - Instrumentos de apoyo al comercio minorista. Planes estatales de apoyo al sector. Líneas de financiación del ICO. Programas autonómicos de apoyo.

- **Plan 2016:** 24 medidas. Resultados destacados: 1,6 M€ para modernización en Zonas de Gran Afluencia Turística (ZGAT); 40 M€ de Red.es para asesoramiento e-commerce; 427 M€ en créditos ICO.
- **Plan 2017:** 41 medidas. Foco en la transformación digital y combinación de tienda física con estrategia online.

2.3. Programas de Apoyo a la Competitividad (2018-2024)

Desarrollados mediante convenios con la Cámara de Comercio de España y financiados parcialmente por fondos FEDER.

- **Ejes prioritarios:** Innovación, digitalización (omnicanalidad), capacitación, dinamización de zonas comerciales y recuperación de la confianza del consumidor.
- **Financiación:**
 - **2018-2022:** Aportaciones de la Dirección General de Política Comercial (fondos propios) de aprox. 2 M€ anuales, multiplicados por fondos FEDER (entre 2 M€ y 4 M€ adicionales).
 - **2023-2024:** Presupuesto de 2,12 M€ (fondos propios) + 2,12 M€ (FEDER 2021-2027 en el caso de 2024).

3. LÍNEAS ESTATALES DE AYUDA: LÍNEAS ICO

El ICO actúa aportando fondos a través de entidades de crédito colaboradoras.

3.1. Líneas Principales para 2025

1. **ICO Empresas y Emprendedores:** Para inversión y liquidez de autónomos, empresas y administraciones públicas. También para rehabilitación de viviendas.
2. **ICO SGR/SAECA:** Requiere aval de Sociedades de Garantía Recíproca o SAECA.
3. **ICO Crédito Comercial:** Anticipo de facturas para ventas en España.
4. **ICO Red.es Acelera:** Hasta 31/03/2028. Financia hasta el 100% de la ayuda concedida por Red.es.
5. **ICO Internacional:** Para empresas españolas o con interés español domiciliadas en el extranjero.
6. **ICO Exportadores:** Anticipo de facturas de ventas al exterior.
7. **ICO Red.es Kit Digital:** Para beneficiarios y agentes digitalizadores del programa Kit Digital.

TEMA 20 - Instrumentos de apoyo al comercio minorista. Planes estatales de apoyo al sector. Líneas de financiación del ICO. Programas autonómicos de apoyo.

- 8. **ICO MRR:** Incluye líneas específicas verdes y para empresas (hasta 31/08/2026).

3.2. Medidas Extraordinarias

- **Líneas Avales COVID-19 (2020-2021):** 100.000 M€ para liquidez y 40.000 M€ para inversión.
- **Línea de Avales DANA (2024):** 5.000 M€ para facilitar liquidez a hogares, autónomos y empresas afectados, con aval gratuito.
- **Fondos Next Generation EU (Plan de Recuperación):** 415 M€ (2021-2023) para mercados en zonas urbanas, zonas rurales y zonas turísticas.

4. PROGRAMAS AUTONÓMICOS DE APOYO

Subvenciones gestionadas por las CCAA para modernización y competitividad.
(Desactualizado y poca info)

- **Andalucía:** Ayudas a la solvencia y reducción de endeudamiento.
- **Aragón:** Inversión, mejora y digitalización del pequeño comercio.
- **Asturias:** Modernización del comercio rural.
- **Baleares:** "Baleares bonos de comercio" para estímulo del consumo.
- **Cantabria:** Inversiones en obras y equipamiento.
- **Castilla-La Mancha:** Seguridad COVID-19, nuevas tecnologías y e-commerce.
- **Cataluña:** Programa "AIXEQUEM PERSIANES" (Girona) para implantación de actividades.
- **Extremadura:** Proyectos de animación comercial.
- **Galicia:** Estrategia digital y modernización del sector artesanal.
- **Navarra:** Digitalización y fomento del emprendimiento comercial.

5. CONCLUSIÓN

- La superación de la crisis del comercio tradicional debe basarse en la especialización, modernización y asociacionismo, no en la limitación de horarios o nuevas formas comerciales.
- Los Planes Integrales han sido el instrumento clave para esta transformación.
- **Nuevos Retos:** El desembarco de operadores globales (ej. **Amazon "Prime Now"** desde 2016) está modificando estructuralmente los hábitos de consumo y la cuota de mercado del sector.