

## **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. Relevos 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 Avals COVID-19 (2020-2021):** 100.000 M€ para liquidez y 40.000 M€ para inversión.
- **Línea de Avals 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.