

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Definición y Clasificación

- **Distribución Comercial:** Conjunto de actividades que permiten conectar producción y consumo, moviendo mercancías a donde son más necesarias.
- **Sector:** Pertenece al sector Servicios según clasificación del INE.
- **CNAE (Sector Comercio):** Incluye vehículos a motor, comercio al por mayor y comercio al por menor.

1.2. Transformación del Sector

- **Factores sociales:** Aumento de poder adquisitivo, incorporación de la mujer al trabajo, reducción del tamaño familiar, cultura del ocio, crecimiento de periferias y mejora de equipamiento (nevera/congelador).
- **Avances tecnológicos:** TIC, e-commerce, transporte, técnicas de conservación y empaquetado.

1.3. Datos Económicos en España (2023)

- **Peso económico:**
 - Comercio total: 12,5% del PIB y VAB (inferior a Industria con 15,2% y Servicios con 68,5%).
 - Comercio minorista: 5,0% del PIB.
- **Tejido empresarial:**
 - 646.339 empresas (20,2% del total). Desglose: Minorista (393.287), Mayorista (183.963), Vehículos (69.089).
 - Locales activos: 822.542 (22% del total nacional).
- **Empleo (EPA 3T 2024):**
 - Sector Comercio: 3.154.300 ocupados.
 - Comercio minorista: 2.031.900 ocupados (9,3% del total ocupados).
- **Tendencias:** Pérdida de peso del trabajo autónomo frente al trabajo por cuenta ajena y aumento de cuota de mercado de grandes empresas.

1.4. Normativa Básica

1. Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista (y modificaciones como Ley 1/2010).
2. Ley 1/2004 de Horarios Comerciales.
3. Ley 3/2004 de lucha contra la morosidad.

1.5. Evolución Reciente

- **Recuperación:** Periodo 2014-2019 de crecimiento estable tras crisis 2008.
- **Impacto COVID-19:** Caída sin parangón en 2020 (descensos 35-40% facturación anual; caída PIB sectorial 25,7%).
- **Actualidad:** 2021 y 2022 positivos, pero recuperación total del terreno perdido prevista para finales de 2024.
- **Apoyo:** Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista (2013-2024).

2. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

2.1. Concepto y Origen

- **Definición:** Fase de desarrollo social basada en la capacidad de obtener y compartir información instantáneamente desde cualquier lugar mediante las TIC.
- **Factores de cambio:**
 1. Revolución tecnológica: Digitalización y velocidad de transmisión.
 2. Globalización económica.
- **Rasgos:** Velocidad de innovaciones, desarrollo no lineal y ausencia de modelos a seguir.

2.2. Desarrollo en España

2.2.1. Impulso de las TIC:

- Inicios años 80: Proyectos Atenea y Mercurio (Educación).
- Investigación: I Plan Nacional de I+D (1988). Ley vigente: Ley 14/2011 de la Ciencia.

2.2.2. Liberalización de las Telecomunicaciones:

- Origen: Monopolio natural estatal (Art. 149.1.21 CE).
- Vigente: Ley 11/2022 General de Telecomunicaciones.

2.2.3. Regulación SI y Comercio Electrónico:

- **Ley 34/2002 (LSSI):** Transpone Directiva 2000/31/CE.
 - **Ámbito:** Actividades comerciales por medios electrónicos. No requiere autorización previa.
 - **Obligaciones:** Información visible (datos, precios, trámites) y colaboración con órganos competentes.

TEMA 22 - Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico. Nuevas formas de venta. Nuevas formas de pago.

- Spam: Prohibido sin solicitud previa.
- Sanciones: Hasta 600.000€.
- **Ley 6/2020:** Servicios electrónicos de confianza.

2.3. Instrumentos e Iniciativas

2.3.1. Nacionales (Histórico y Actual):

- Comisión "Soto" y Plan España.es (2003).
- Programa Ingenio 2010 y Plan Avanza (2005).
- Agenda Digital para España (2013): 6 objetivos y 106 líneas. Plan TIC en PYME y comercio electrónico.
- Red.es: Entidad pública para gestión de dominios .es y programas como Empresas en Red.

2.3.2. Unión Europea:

- **Mercado Único Digital:** Eliminar barreras nacionales a transacciones online.
- **Estrategia Mercado Único Digital (2015):** 3 Pilares (Acceso bienes/servicios, Condiciones redes/servicios, Crecimiento economía digital).
 - Logros: Fin del roaming (2017) y portabilidad de contenidos (2018).
- **Programa Europa Digital 2021-2027:** Presupuesto 7.588 M€ para 5 ámbitos (Informática alto rendimiento, IA, Ciberseguridad, Capacidades digitales, Despliegue/Interoperabilidad).
- **Declaración de Berlín (2020):** Sociedad digital basada en valores con 7 principios (derechos fundamentales, inclusión, empoderamiento, confianza, soberanía, IA centrada en humanos, resiliencia).

2.3.3. Agenda España Digital 2026:

- Actualización de la Agenda 2025 con 10 ejes estratégicos:
 1. Conectividad 100% población (100 Mbps) para 2025.
 2. 5G: 100% espectro preparado para 2026.
 3. Competencias digitales: 80% población con básicas.
 4. Ciberseguridad: 20.000 nuevos especialistas.
 5. Digitalización AAPP: 50% servicios en app móvil.

TEMA 22 - Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico. Nuevas formas de venta. Nuevas formas de pago.

6. Digitalización empresas: e-commerce 25% volumen negocio PYME.
7. Modelo productivo: Reducción 10% emisiones CO2.
8. Hub audiovisual: Aumento 30% producción.
9. Economía del dato/IA: 25% empresas usando IA/Big Data.
10. Derechos digitales: Carta nacional.

3. COMERCIO ELECTRÓNICO

3.1. Definición y Tipos

- **Concepto:** Transacción comercial o intercambio de información mediante redes como Internet.
- **Modalidades:**
 1. **B2B:** Entre empresas.
 2. **B2C:** Empresa a consumidor.
 3. **B2A:** Empresa a Administración.
 4. **C2C:** Entre consumidores (ej. Wallapop).

3.2. Marco Jurídico en España

1. Ley 7/1996 de Ordenación del Comercio Minorista.
2. Ley 34/2002 (LSSI).
3. Ley 6/2020 (Servicios electrónicos de confianza).
4. RDL 1/2007 (Defensa de Consumidores) y Ley 47/2002 (Ventas a distancia).
5. Ley 19/2003 (Movimientos de capitales).

3.3. Ámbito Internacional

- **OCDE:** Plan de Acción Ottawa 1998 (confianza, infraestructura, reglas, desarrollo).
- **OMC:** Programa de trabajo 1998. Compromiso de no imponer aranceles a transmisiones electrónicas. Mayor repercusión por ser acuerdos vinculantes.
- **Tendencias regulatorias:** Autorregulación (EEUU) vs Intervención administrativa/Protección (UE).

3.4. Ventajas

- **Desarrollo regional:** Rompe aislamiento de zonas periféricas.

TEMA 22 - Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico. Nuevas formas de venta. Nuevas formas de pago.

- **Para PYMES:** Economías de escala (más clientes), economías de alcance y reducción de costes de transacción.
- **Consumidor:** Importancia del ambiente online (diseño, señales visibles y audibles).

3.5. Datos B2C en España (2023)

- **Fuente:** Estudio ONTSI (2024).
- **Volumen:** 99.257 M€ (+16,3% respecto a 2022).
- **Usuarios:** 30 millones de compradores (87% de internautas).
- **Perfil:**
 - Género: 50% hombres / 50% mujeres.
 - Edad: Predominio 25-34 años (90%).
 - Estudios: Mayoría con estudios superiores (92,8%).
- **Hábitos:**
 - Sitios: Marketplaces son líderes (64,8%).
 - Dispositivos: Smartphone (71,8%) y Ordenador (70%).
 - Categorías: Ropa/calzado (78,9%), eventos culturales, salud y comida a domicilio.

4. NUEVAS FORMAS DE VENTA

- **Showrooming:** Ver producto en tienda física y comprarlo online más barato.
- **Shoptimization:** Uso de apps para cupones, ofertas personalizadas y optimizar compra.
- **Mobile friendly:** Webs optimizadas para móviles y uso de geolocalización.
- **Tab-commerce:** Auge de compras mediante tabletas.
- **DOOH (Digital Out Of Home):** Interactividad en la calle mediante pantallas, QR y realidad aumentada.
- **Big Data:** Predicción de tendencias y personalización basada en datos reales.
- **Estrategia Fabricantes:** Diversificación de canales, Trade Marketing e integración hacia delante (venta directa online).

5. NUEVAS FORMAS DE PAGO

5.1. Panorama General

- Auge de *fintech* y pagos móviles, aunque el efectivo sigue siendo líder en España.

5.2. Clasificación por Uso

5.2.1. En tiendas físicas:

- Efectivo (más frecuente).
- Tarjetas de crédito/débito.
- Pago con móvil (contactless / wallets).

5.2.2. Envíos de dinero (Particulares/Empresas):

- Transferencias: Nacionales (1 día hábil) e Internacionales (hasta 5 días, códigos IBAN/BIC).
- Móvil (Apps): Bizum (instantáneo, gratuito, sin códigos bancarios), PayPal, Apple Pay.
- Adeudos: Solicitud directa de cobro (revocable).

5.2.3. Compras por Internet:

- Fintech y pasarelas que evitan dar datos bancarios al vendedor.

5.2.4. Tradicionales:

- Cheques y Pagaré (en descenso por incomodidad).

6. CONCLUSIÓN

- Importancia de la armonización legislativa en la UE.
- Aceleración del consumo online y teletrabajo debido a la pandemia COVID-19.