

1. Introducción y Definición

- **Definición de Distribución Comercial:**
 - Conjunto de actividades que permiten salvar el bache entre producción y consumo.
 - Movimiento de mercancías desde donde son menos necesarias a donde son más necesarias, conectando oferta y demanda.
- **Clasificación Sectorial (INE/CNAE):**
 - Actividad perteneciente al sector Servicios.
 - Incluye: vehículos a motor y motocicletas, combustibles, comercio al por mayor y comercio al por menor.
- **Factores de transformación del sector:**
 - **Factores socioeconómicos:** Aumento del poder adquisitivo, incorporación de la mujer al trabajo, reducción del tamaño de las familias, cultura del ocio, crecimiento de periferias urbanas, aumento del parque automovilístico y mejora del equipamiento de los hogares.
 - **Avances tecnológicos:** Desarrollo de las TIC, e-commerce, transporte, técnicas de conservación/empaquetado y estrategias comerciales.

1.1. Importancia Económica (Datos España)

- **Peso en la economía (2023):**
 - Sector Comercio: **12,5% del PIB y del VAB** (inferior a Industria y muy inferior a Servicios global).
 - Comercio Minorista: **5,0% del PIB**.
- **Tejido empresarial (2023):**
 - **646.339 empresas** (20,2% del total).
 - Locales activos: 822.542 (22,0% del total nacional).
 - Desglose locales: Minorista (13,6%), Mayorista (6,1%), Vehículos (2,3%).
- **Empleo (EPA 3T 2024):**
 - Sector Comercio total: 3.154.300 ocupados.
 - Comercio Minorista: 2.031.900 ocupados (representa el 9,3% de la población ocupada total).

TEMA 16 - El marco económico de la distribución comercial. Estructura del sector. Cambios en la distribución comercial.

- **Tendencia:** Pérdida de peso del trabajo autónomo frente al asalariado y aumento de cuota de grandes empresas frente al pequeño comercio.

1.2. Normativa Básica

- **Leyes principales:**

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

- **Licencias y liberalización:**

- Regla general: No sujeción a autorización previa.
- Excepciones: Razones imperiosas de interés general
- **Supresión de barreras:**
 - Sustitución de licencia por declaración responsable/comunicación previa para locales hasta 300 m² (Ley 12/2012), ampliado a 500 m² y 750 m² posteriormente.
 - Eliminación de registros de Franquiciadores y Ventas a Distancia (2018).

1.3. Organismos: Observatorios

- **Observatorio de la Distribución Comercial (1996):** Seguimiento de la evolución del sistema comercial.
- **Observatorio del Comercio 4.0 (2018):**
 - **Objetivo:** Analizar la transformación digital y adaptación del comercio minorista.
 - **Estructura:** Presidente, Vicepresidente, 20 vocales, Secretario.
 - **Grupos de trabajo:** Información, Análisis del marco regulatorio, Ayudas al comercio, Formación y capacitación digital.
 - **Composición:** Ministerios, CNMC, INE, Organizaciones (CEC, ANGED, ADIGITAL, FEMP) y expertos.

2. El Marco Económico de la Distribución Comercial

2.1. Evolución del Consumo en Hogares (INE 2023)

- **Gasto general:**

- Gasto medio por hogar: 32.617€ (+3,8% vs 2022).

TEMA 16 - El marco económico de la distribución comercial. Estructura del sector. Cambios en la distribución comercial.

- Sectores en alza: Restaurantes/Hoteles (+13,2%), Ocio/Cultura y Vestido/Calzado.
- Sectores a la baja: Bebidas alcohólicas y Comunicaciones.
- **Distribución del presupuesto:**
 1. Vivienda y suministros: 31,8%.
 2. Alimentos y bebidas no alcohólicas: 16,4%.
 3. Transporte: 11,6%.
- **Geografía:** Mayor gasto en País Vasco, Baleares y Madrid; menor en Extremadura y Canarias.

2.2. Consumo Alimentario (Informe MAPA 2023)

- **Datos globales:**
 - Gasto total: +7,5% (por aumento de precios).
 - Volumen consumido: -0,7%.
- **Tipología:**
 - Frescos: Aumentan importancia (37,6% volumen).
 - Resto alimentación: Pierden intensidad de compra.
 - Destaca la subida de consumo de aceite de girasol (+24,6%) frente a la bajada del de oliva.
- **Cuota por Canales (2023):**
 1. **Supermercados y autoservicios:** 50,7% (Líderes).
 2. **Tienda descuento:** 14,1% (Mejor evolución).
 3. **Hipermercado:** 12,9%.
 4. **Tienda tradicional:** 11,9% (Perdedora).
 5. **Online:** 2,2% (Descenso en 2023).
- **Comportamiento:**
 - Factores de elección: Calidad > Proximidad > Precio.
 - Hábitos: Menos visitas, cesta más llena y ticket medio mayor.
 - Lugar: 87,4% consumo en casa vs 12,6% fuera.

TEMA 16 - El marco económico de la distribución comercial. Estructura del sector. Cambios en la distribución comercial.

2.3. Comportamiento de Compra por Sectores (Observatorio Cetelem 2023)

- **Sectores Top:** Deporte (85%), Viajes (74%), Electrodomésticos/Tecnología (67%).
- **Detalle Sectorial:**
 - **Electrodomésticos (Gama Blanca):** Perfil mujer 45-54 años. Compra en Gran superficie especializada (25%).
 - **Tecnología:** Perfil joven 18-24 años. Compra Online mayoritaria (42%).
 - **Muebles y Cocinas:** Recuperación del sector. Inconveniente principal: plazos de entrega (5 meses).
 - **Viajes:** Aumento del gasto (+16,8%). Canal líder: Agencias online y comparadores.

3. Estructura Comercial del Sector

3.1. Estructura Empresarial (DIRCE 2024)

- **Stock de empresas:** 3.255.276 activas (-1,5%, primer descenso en 6 años).
- **Por sectores:** Resto Servicios (63,3%), Comercio (19,5%), Construcción (11,8%), Industria (5,4%).
- **Tamaño:**
 - Predominio de microempresas: 81,3% tienen 2 o menos asalariados.
 - Sin asalariados: 52,0%.
- **Edad y Forma Jurídica:**
 - Alta rotación (19,1% <2 años). En Comercio hay un 23,6% de empresas veteranas (>20 años).
 - 56,5% son Personas Físicas.

3.2. Resultados Económicos (Encuesta Anual 2022)

- **Cifra de negocios:** Aumento del 13,6%.
- **Distribución por subsector:**
 - **Mayorista:** 60,2% facturación / 35,9% personal.
 - **Minorista:** 30,3% facturación / 54,6% personal.
 - **Vehículos:** 9,6% facturación.

TEMA 16 - El marco económico de la distribución comercial. Estructura del sector. Cambios en la distribución comercial.

- **Productividad:** Más alta en mayoristas y empresas medianas. Más baja en venta ambulante y alimentación especializada.
- **Mercado:** 87,4% ventas dentro de España.
- **Concentración:** Las grandes empresas (0,1% del total) facturan el 33,9% del sector; en minorista no especializado dominan con >85%.

4. Cambios en la Distribución Comercial

4.1. Enfoque en el Consumidor

- **Cambio de paradigma:** Del enfoque de producto al enfoque de consumidor.
- **Tendencias clave:**
 1. Salud: Envejecimiento poblacional y prevención.
 2. Responsabilidad: Sostenibilidad social y ambiental como condición necesaria.
 3. Personalización: Adaptación a hogares unipersonales e individuales.
 4. Tiempo: Optimización por concentración urbana
- **Concepto clave:** El Valor Percibido (beneficio menos coste total de tiempo/esfuerzo) es más importante que el valor entregado.

4.2. Estrategias de Adaptación

- **Fabricantes:**
 - Diversificación de canales y mercados.
 - Marketing relacional con distribución (Trade Marketing).
 - Integración hacia delante (venta directa/e-commerce).
- **Distribuidores:**
 - Rol innovador: Marca de distribuidor (marca blanca) entra en segmentos de valor (ej. ecológicos).
 - Auge Online: Impulsado por nuevas generaciones (Millennials, Z).
 - Omnicanalidad: Integración sin fricción del mundo físico (experiencia) y online (conveniencia).
- **Nuevos Actores:**
 - Entrada de Amazon (frescos, entrega rápida) transformando el sector.

TEMA 16 - El marco económico de la distribución comercial. Estructura del sector. Cambios en la distribución comercial.

5. Apoyo Institucional y Conclusión

Planes de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista (2013-2024)