

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Concepto y Clasificación

- **Definición de Distribución Comercial:** Conjunto de actividades que salvan el bache entre producción y consumo, conectando oferta y demanda.
- **Sector económico:** Pertenece al sector Servicios (junto a turismo, transporte, etc.) según el INE.
- **Clasificación CNAE:** Incluye venta de vehículos y combustibles, comercio al por mayor y comercio al por menor.

1.2. Factores de Transformación

- **Factores socioeconómicos:** Aumento del poder adquisitivo, incorporación de la mujer al trabajo, reducción del tamaño familiar, cultura del ocio, crecimiento de periferias urbanas y mejora del equipamiento del hogar (nevera/congelador).
- **Avances tecnológicos:** Desarrollo de las TIC, e-commerce, transporte, mejoras en conservación/empaquetado y estrategias comerciales.

1.3. Importancia Económica (Datos INE y EPA)

- **PIB y VAB (2023):** El comercio supone el 12,5%, siendo un sector estratégico, aunque inferior a la Industria (15,2%) y Servicios (68,5%).
- **Comercio minorista:** Representó un 5,0% del PIB en 2023 (caída respecto al 5,2% de 2019).
- **Tejido empresarial:**
 - 646.339 empresas (20,2% del total).
 - 822.542 locales activos (22,0% del total).
- **Empleo (3T 2024):**
 - Total sector Comercio: 3.154.300 ocupados.
 - Comercio minorista: 2.031.900 ocupados (9,3% del total nacional).
- **Tendencias:** Pérdida de peso del trabajo autónomo en favor del trabajo por cuenta ajena y aumento de cuota de mercado de grandes empresas frente al pequeño comercio.

TEMA 23 - Otras formas comerciales emergentes: Franquicias, venta a distancia, venta automática. Características y regulación.

1.4. Marco Normativo General

- **Ley 7/1996:** De Ordenación del Comercio Minorista (modificada por Ley 1/2010).
- **Ley 1/2004:** De Horarios Comerciales.
- **Ley 3/2004:** Medidas de lucha contra la morosidad.
- **Planes de Apoyo:** Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista (desde 2013).

1.5. Nuevas Formas de Venta

- **Concepto:** Realización del acto de compra fuera del establecimiento convencional.
- **Tipología:** Venta directa (franquicia), venta a distancia, venta automática (vending) y venta electrónica.
- **Regulación específica:** Título III de la Ley 7/1996.

2. VENTAS EN RÉGIMEN DE FRANQUICIA

2.1. Definición y Regulación

- **Definición (Art. 62.1 Ley 7/1996):** Contrato por el cual la empresa franquiciadora cede a la franquiciada el derecho a explotar un sistema propio de comercialización de productos o servicios.
- **Modificaciones recientes (RDL 20/2018):**
 - Supresión del Registro de Franquiciadores por ineficiencia y duplicidad de datos con la Oficina de Patentes y Marcas.
 - Eliminación de la obligación de comunicar el inicio de actividad en 3 meses.

2.2. Medidas de Liberalización

- **Licencias municipales:** Sustitución de licencia previa por declaración responsable para locales de hasta 750 m²(Ley 20/2013).
- **Horarios comerciales (RDL 20/2012):**
 - Mínimo de domingos/festivos de apertura: 16 (CCAA pueden reducir a 10).
 - Horario semanal mínimo: 90 horas.

TEMA 23 - Otras formas comerciales emergentes: Franquicias, venta a distancia, venta automática. Características y regulación.

2.3. Características del Sistema

- **Elementos clave:**
 - Exclusividad: Franquiciador cede zona exclusiva; franquiciado se dedica en exclusiva al producto.
 - Diversidad: Puede ser de producción, distribución o servicios (know-how).
- **Motivaciones:**
 - Franquiciado: Menor riesgo, apoyo de marca prestigiosa.
 - Franquiciador: Aumento de negocio con menor inversión.

2.4. Modalidades y Pagos

- **Tipos de franquicia:**
 - Asociativa (participación económica cruzada).
 - Master franquicia (explotación de grandes territorios/países).
 - Franquicia de esquina (parte de un establecimiento mayor).
- **Cánones:**
 - Derecho de entrada: Por uso de marca y formación (aprox. 2/3 lo cobran).
 - Royalty/Mantenimiento: Pago periódico por soporte. En franquicias de producto suele incluirse en el margen de compra (aprox. 70% lo cobran).
 - Publicidad: Fondo de marketing común (aprox. 60% lo cobran).

2.5. Datos del Sector (Cierre 2023)

- **Enseñas:** 1.384 marcas (+0,6%). Predominio nacional (82,7%) frente a extranjeras (17,3% - Francia, EEUU, Italia).
- **Facturación:** 27.623 M€. Crecimiento estancado desde 2008. Sectores líderes: Alimentación y Hostelería/Fast food.
- **Establecimientos:** 78.255 locales (21.075 propios y 57.180 franquiciados).
- **Empleo:** 318.313 personas. Sectores principales: Alimentación y Hostelería.

TEMA 23 - Otras formas comerciales emergentes: Franquicias, venta a distancia, venta automática. Características y regulación.

3. VENTAS A DISTANCIA

3.1. Concepto y Normativa

- **Definición (Art. 92 RDL 1/2007):** Ventas celebradas sin presencia física simultánea, utilizando exclusivamente técnicas de comunicación a distancia (correo, internet, teléfono, fax).
- **Regulación:** Ley 7/1996 y RDL 1/2007.

3.2. Supresión del Registro

- **RDL 20/2018:** Eliminó el Registro de Empresas de Ventas a Distancia y la obligación de comunicar inicio de actividad.
- **Causas:** Ineficacia para proteger al consumidor, costes elevados y supresión de trabas administrativas.

3.3. Información Precontractual (Art. 97 RDL 1/2007)

El empresario debe facilitar de forma clara antes de la contratación:

- Características principales de bienes/servicios y precio total.
- Identidad, dirección completa, teléfono y email del empresario.
- Procedimientos de pago, entrega y fecha de ejecución.
- Derecho de desistimiento: Condiciones, plazo, procedimiento y costes de devolución.
- Garantías legales y servicios posventa.
- Duración del contrato y condiciones de resolución.

3.4. Derechos y Garantías Adicionales

- **Consentimiento expreso (Art. 101):** La falta de respuesta no es aceptación. Prohibido el envío de suministros no solicitados con pretensión de pago.
- **Irrenunciabilidad:** Nulidad de la renuncia a los derechos reconocidos por la ley.
- **Sanciones:** Competencia de la CCAA del domicilio social de la empresa.

4. VENTA POR CORRESPONDENCIA

4.1. Características

- **Definición:** Venta inmediata usando correo en al menos 2 fases, sin que el comprador vea antes el producto.

TEMA 23 - Otras formas comerciales emergentes: Franquicias, venta a distancia, venta automática. Características y regulación.

- **Evolución:** Apoyo actual en nuevas tecnologías. Modalidades: clubes de libros, venta directa de fábrica, catálogos.

4.2. Situación en España

- **Difusión:** Escasa comparada con Europa o EEUU.
- **Destinatario:** 90% consumidores finales, 10% empresas.
- **Productos:** Principalmente ediciones/discos, hogar y textiles.

5. VENTA POR TELÉFONO Y TELEVISIÓN

5.1. Venta por Teléfono

- **Uso:** Canal de distribución adicional o diversificación. Minimiza costes y ofrece atención personalizada.
- **Crecimiento:** Impulsado por la telefonía móvil y acceso a internet.

5.2. Venta por Televisión

- **Funcionamiento:** Presentación en TV, pedido por teléfono/internet y entrega a domicilio.
- **Ventajas:** Comodidad, precio, facilidades de pago y devolución.
- **Implantación:** Poco arraigo en España. Existencia de canales TDT específicos con éxito moderado.

6. VENTA AUTOMÁTICA O VENDING

6.1. Definición y Requisitos

- **Definición (Art. 49 Ley 7/1996):** Puesta a disposición del producto mediante accionamiento de mecanismo y previo pago.
- **Requisitos obligatorios:**
 - Cumplimiento de normativa técnica.
 - Información visible: producto, precio, monedas, instrucciones, identificación del oferente y teléfono de reclamaciones.
 - Recuperación del importe si no se facilita el artículo.

6.2. Tipología

- **Componentes:** Dispositivo expendedor + sistema de pago.

TEMA 23 - Otras formas comerciales emergentes: Franquicias, venta a distancia, venta automática. Características y regulación.

- **Clasificación:**

- **Vending Cautivo:** Ubicación cerrada (empresas), usuarios estables.
- **Vending Público:** Sitios de paso, acceso libre.

6.3. Datos del Sector (ANEDA)

- **Parque de máquinas:** Más de 615.000 unidades.
 - 40% Vending de productos (estricto).
 - 21% Máquinas recreativas.
- **Productos vendidos:** 70% bebidas calientes, 15% bebidas frías, resto sólidos.
- **Estructura empresarial:** Unas 3.050 operadoras. Sector muy atomizado (70% son pequeñas empresas).

7. CONCLUSIÓN

7.1. Políticas Públicas

- **Planes de Apoyo:** Desde 2013 se ejecutan Planes Integrales de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista.
- **Ejes 2020-2024:** Modernización, adaptación tecnológica, preservación de núcleos comerciales y potenciación de áreas urbanas.

7.2. Nuevos Competidores

- **Amazon Prime Now (2016):** Entrada en la distribución de productos de gran consumo (frescos/congelados) con entrega rápida.
- **Impacto:** Modificación del sector tradicional pese a su cuota de mercado aún en desarrollo.