

Noviembre-Diciembre

2024

ANGED Datos

# Barómetro del comercio

Resumen  
Ejecutivo

## Claves del mes

---

### ➤ El sector de la distribución comercial en la Comunidad Valenciana

- ✓ El sector de comercio minorista emplea a más de **218 mil personas en la Comunidad Valenciana**, concentra el 9,4% del empleo total de la comunidad.
- ✓ El **peso del empleo** de las empresas de comercio minorista valencianas es del **10,7% sobre el total** del sector en España.
- ✓ En la Comunidad Valenciana se ubican más de **43 mil empresas de comercio minorista**, un 11% del total nacional.
- ✓ Las empresas de comercio minorista valencianas **facturan casi 30 mil millones de euros** y generan el 10,6% del Valor añadido bruto (VAB) del sector en España.
- ✓ El **10% de la superficie comercial** de las empresas de ANGED se localiza en la Comunidad Valenciana y se concentra el **8,9% del empleo**.

# Claves del mes

## ➤ Actividad

Las previsiones de crecimiento del PIB anticipan un avance anual cercano al 3% en 2024 y una moderación hasta el 2,1% el próximo ejercicio.

La resiliencia de la economía española se explica por el **dinamismo de las exportaciones de servicios**, el consumo privado y en la parte final del año el consumo privado. En contraste, la **inversión privada** sigue sin recuperar niveles prepandemia en un contexto de incertidumbre geopolítica y regulatoria.

## ➤ Márgenes

Los **márgenes sobre ventas del comercio de alimentos se mantienen relativamente estables** en niveles del 4% en los tres últimos ejercicios.

En otros sectores de la cadena alimentaria lo márgenes siguen repuntando en el primer semestre de 2024, **recuperándose de las severas caídas registradas durante la crisis inflacionaria.**

En todo, caso los márgenes sobre ventas siguen **situados por debajo de los máximos alcanzados antes de la crisis energética.**

## ➤ Precios

El **deflactor del comercio sigue su senda descendente** de forma que la tasa interanual se situó en octubre en el 1,1%, tras el 0,9% anterior.

En **todas las CCAA se observa la moderación de los precios** y en la mayoría el deflactor marca un mínimo en tasa anual desde 2021.

Según dos datos del Panel de Hogares del MAPA, el **precio de la cesta media de la compra retrocedió levemente** en agosto, por primera vez desde que en 2022 se iniciara la escala inflacionista.

# Sumario

---

- 1. Contexto económico**
  - 2. Indicadores de Consumo privado**
  - 3. Comercio minorista (Actividad)**
  - 4. Comercio minorista (Precios y Márgenes)**
  - 5. Comercio minorista (Empleo)**
-

# 1. Contexto económico

- ✓ Las previsiones del Fondo Monetario Internacional (FMI) anticipan un crecimiento del **2,9% del PIB español** este año, la mayor tasa contemplada para las economías avanzadas.
- ✓ En la zona euro el **peor comportamiento previsto** corresponde a la **economía alemana** que, tras el retroceso del PIB del pasado año, se mantendrá estancada en 2024.
- ✓ Como estaba previsto, **la inflación repuntó en los meses finales del año** (hasta el 1,8% en octubre y el 2,4% en noviembre). Este repunte se explica, entre otros factores, por la subida del tipo aplicable del IVA de los alimentos básicos hasta el 2% desde el 0% y por el efecto escalón en los precios de los productos energéticos.

## Proyecciones de crecimiento de Perspectivas de la economía mundial

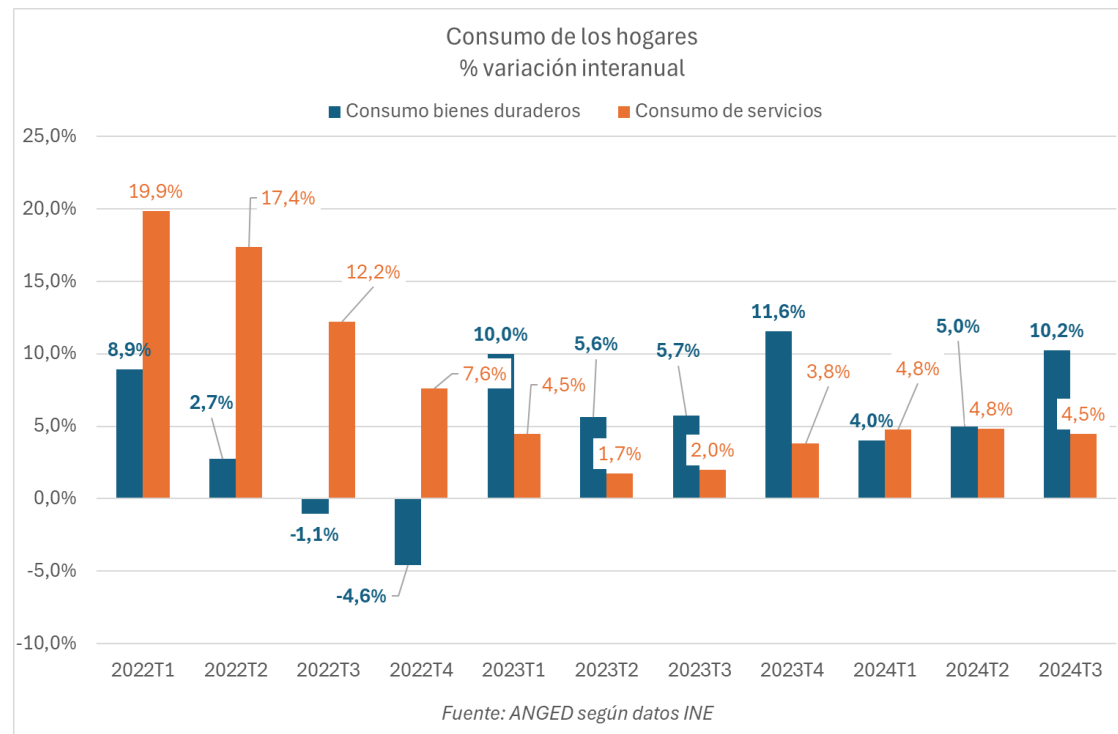
(PIB real, variación porcentual anual)	PROYECCIONES		
	2023	2024	2025
<b>Producto mundial</b>	<b>3,3</b>	<b>3,2</b>	<b>3,2</b>
<b>Economías avanzadas</b>	<b>1,7</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>
Estados Unidos	2,9	2,8	2,2
Zona del euro	0,4	0,8	1,2
Alemania	-0,3	0,0	0,8
Francia	1,1	1,1	1,1
Italia	0,7	0,7	0,8
España	2,7	2,9	2,1
Japón	1,7	0,3	1,1
Reino Unido	0,3	1,1	1,5
Canadá	1,2	1,3	2,4
Otras economías avanzadas	1,8	2,1	2,2

Fuente: FMI-octubre 2024

## 2. Indicadores de consumo privado

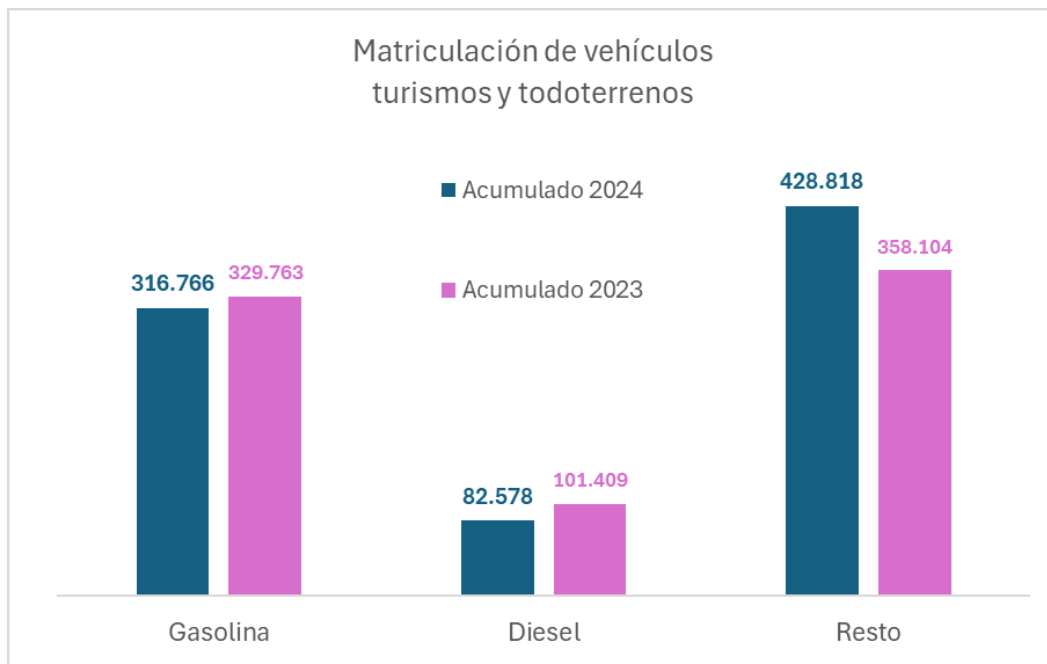
- ✓ Las exportaciones de servicios, especialmente el turismo, están impulsando la economía española. La llegada de turistas internacionales y el índice de gasto turístico continúan la tendencia al alza. En los nueve primeros meses de 2024 el **gasto de los turistas internacionales creció un 17%** hasta rebasar los 99 mil millones de euros.
- ✓ Según la EPA, la **ocupación sigue creciendo a buen ritmo en el tercer trimestre**, manteniendo una tasa de crecimiento trimestral del 0,4% y logrando una nueva cifra récord de 21,82 millones de trabajadores.
- ✓ En el tercer trimestre **también se recupera el consumo de bienes duraderos** que avanza un 10,2% interanual, más del doble que el trimestre anterior.

### Consumo de bienes duraderos y de servicios



## 2. Indicadores de consumo privado

- ✓ En octubre la **confianza del consumidor** se mantiene en niveles similares al del mes anterior en el conjunto del **área euro**, mientras que los principales países muestran cierta mejora, a excepción de Francia.
- ✓ El *indicador mensual de consumo de CaixaBank* muestra un repunte del gasto corriente total, hasta el 5,4%, correspondiendo una tasa superior al comercio minorista (5,7%).
- ✓ La **matriculación de turismos y todoterrenos** avanzó un 4,9% acumulado hasta octubre gracias a las ventas de vehículos híbridos, eléctricos y de gas natural. En contraste, la matriculación de vehículos de gasolina retrocede un 3,9% y las ventas de los de diesel caen un 18,6% respecto al mismo período de 2023.

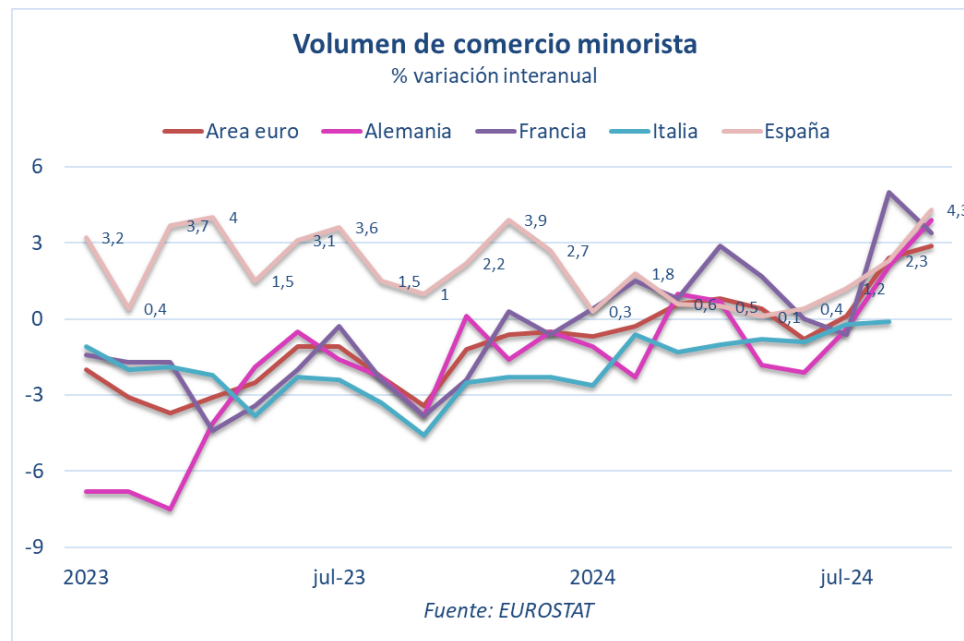


Fuente: ANGED según datos ANFAC

### 3. Comercio minorista (Actividad: comparativa UE)

- ✓ En septiembre se amplía el diferencial positivo de la tasa de crecimiento del comercio minorista española respecto al Area euro. En concreto, el comercio repuntó hasta el 4,3% en términos de volumen, frente al 2,9% de la media de la eurozona, en un contexto de mejora generalizada de las expectativas de consumo en la recta final de 2024.
- ✓ Entre los estados miembros de los que se dispone de datos, los **mayores aumentos anuales** del volumen de comercio minorista se registraron en Luxemburgo (+13,1%), Rumanía (+10,3%) y Croacia (+7,1%). En contraste, las mayores caídas se observaron en Estonia (-4,4%), Polonia y Eslovenia (ambos -3,0%) y Finlandia (-2,1%).

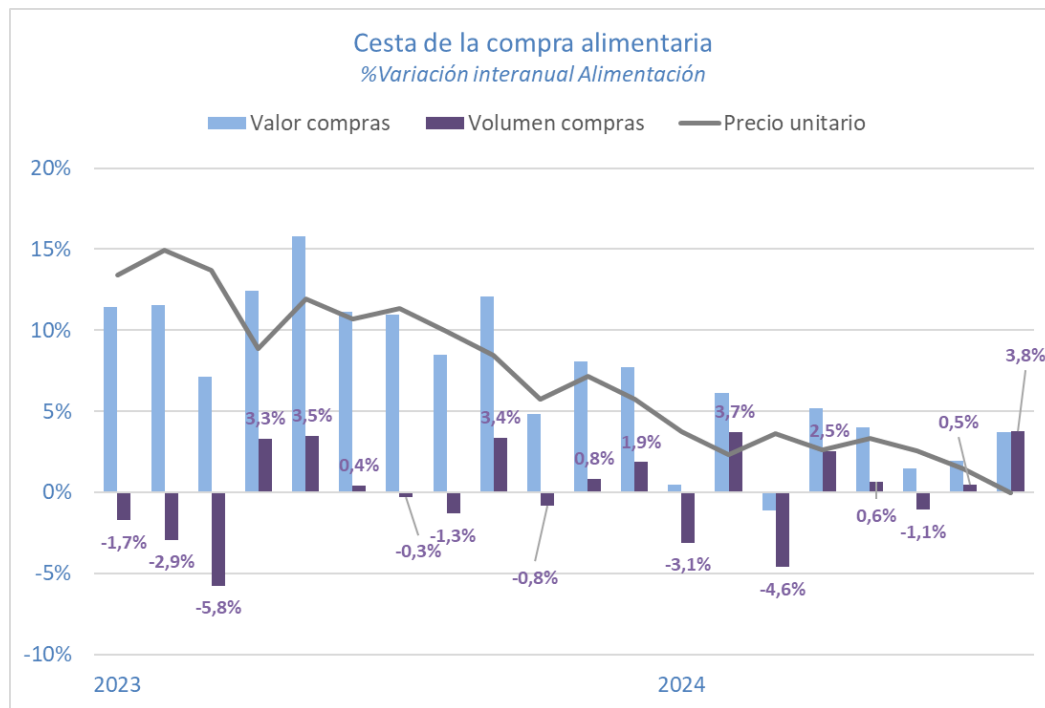
Evolución del volumen de comercio minorista en Area Euro





### 3. Comercio minorista (Actividad: sectores)

#### Valor y volumen de compras alimentarias



- ✓ Según los datos del Panel de Hogares del MAPA, el **consumo de alimentos repuntó en agosto** hasta le 3,8% en tasa interanual tras el 0,5% del mes anterior.
- ✓ Este avance de las compras alimentarias en volumen es similar el registrado por la facturación ya que **los precios registran una ligera caída** en el mes de agosto, por primera vez en los últimos tres años.
- ✓ Por tanto, se acelera la **senda descendente de los precios** alimentarios, que moderan el ritmo de avance hasta el 1,7% en el período julio-agosto respecto al mismo bimestre del año anterior.

Fuente: Panel de Hogares del M<sup>o</sup> de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA)

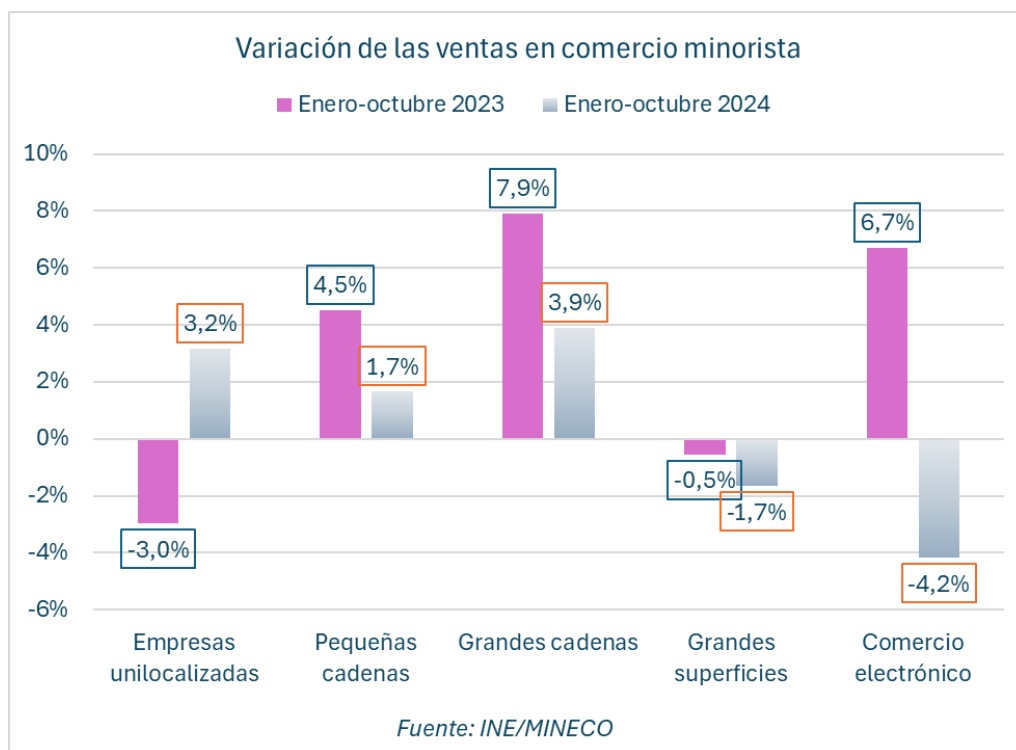
### 3. Comercio minorista (Actividad: FMCG y T&D\*)

- ✓ Según el *Barómetro del Gasto en Retail de NIQ\** los hogares españoles incrementaron el gasto en **gran consumo** en un 4,5% interanual durante el tercer trimestre de 2024. Según un estudio de *Circana* este dinamismo se centra, principalmente, en **alimentación** con un peso del 40% sobre la demanda total. España sigue siendo el país europeo con la **mayor cuota de mercado de MDD** con casi el 50% del total.
- ✓ Los artículos de **bienestar y cuidado personal** lideran los incrementos de las ventas, con tasas del 9,5%, destacando la evolución de las ventas de fragancias y maquillaje, de un 13,1%, seguidos del cuidado corporal con un avance del 10,6%.
- ✓ El gasto en bienes **duraderos y tecnología** creció un 4,2% en el tercer trimestre con lo que se alcanzaron los 38 mil millones de euros de gasto total, en un contexto de moderación de los precios. En el caso de los precios del gran consumo sitúan la variación por debajo del 2% anual.
- ✓ En cuanto a los **bienes duraderos** destaca la favorable evolución de las **ventas de libros** (10%), impulsadas por nuevos lanzamientos producidos en el tercer trimestre.
- ✓ El **consumo de los bienes tecnológicos** sigue su senda alcista por cuarto trimestre consecutivo con una fuerte aceleración del gasto en todas sus secciones. El área de tecnología para el hogar crece un 4,9% en el tercer trimestre.

\* Incluye artículos de consumo de rotación rápida, bienes tecnológicos y duraderos

### 3. Comercio minorista (Actividad: canales)

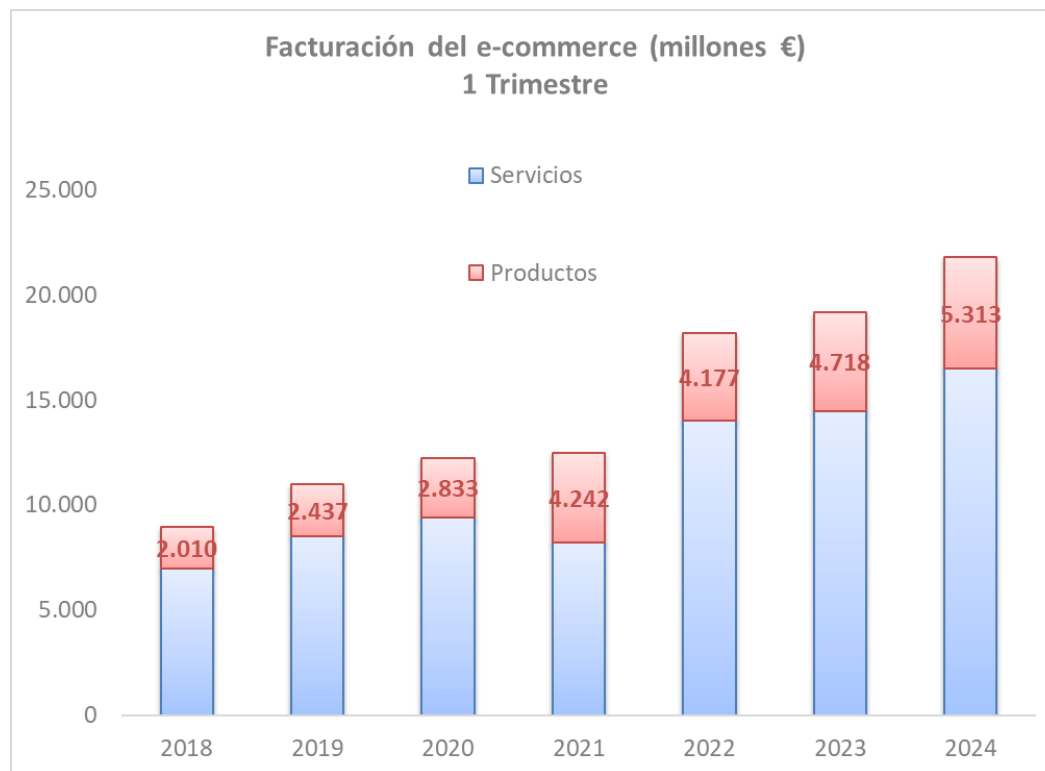
#### Evolución del comercio minorista: Modos de distribución comercial



- ✓ En el período enero-octubre destaca la **recuperación del comercio en empresas unilocalizadas**, con un incremento del volumen de demanda del 3,2% anual, en contraste con las grandes superficies (más de 2.500 metros cuadrados) donde el comercio retrocede un 1,7% durante este período.
- ✓ En los **sectores no alimentarios todos los canales recuperan** tasas de crecimiento positivas en el acumulado del año hasta octubre, excepto el comercio electrónico.
- ✓ En contraste, el **comercio online de alimentos** aumentó un 5,2% en los diez primeros meses del año. De forma que **este canal va aumentando su cuota de participación** en detrimento de las grandes cadenas (más de 25 locales y más de 50 asalariados) y grandes superficies físicas.

### 3. Comercio minorista (Actividad online)

- ✓ El comercio electrónico se integra como un canal más del comercio. Las **ventas online de productos han aumentado un 12%**, con lo que la cuota sobre el total de comercio minorista se eleva al 6,6% de la facturación total.
- ✓ Si se suman los servicios (entradas, viajes, etc.), España se posiciona en **tercera posición del ranking de la UE** con un peso del comercio online sobre PIB superior al 6%.
- ✓ El **consumidor muestra un comportamiento cada vez más híbrido** (combinando tienda física y online) incluso en los mayores tramos de edad. Según el barómetro “Golden Quarter” de KPMG y Appinio, el 50% de los consumidores utilizará ambos canales en las campañas de Navidad y rebajas.

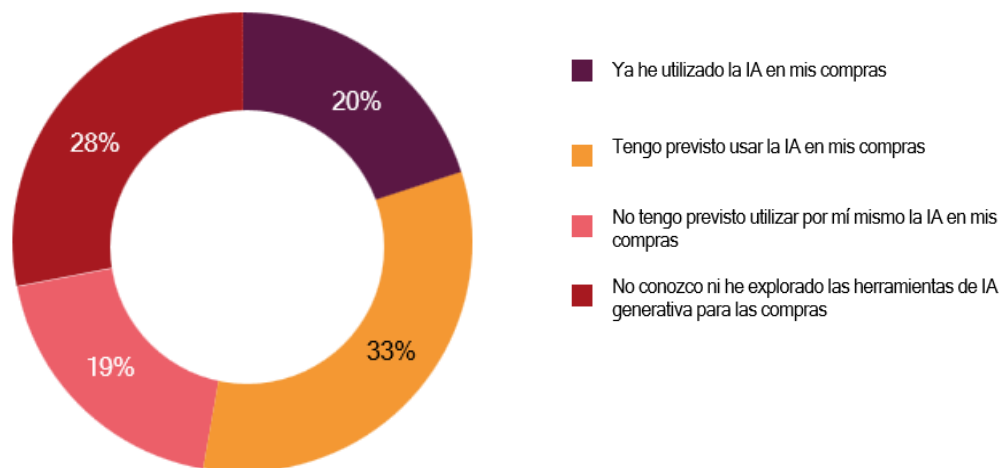


Fuente: ANGED según datos CNMC

### 3. Comercio minorista (Actividad online)

- ✓ El 72% de los consumidores encuestados conoce el uso de la IA generativa en las experiencias de compra y el 20% ya la ha utilizado. El 28% de los consumidores de la encuesta respondió que no conoce la IA generativa para las compras.
- ✓ Casi el 55 % de los consumidores de la **Generación Z** ha comprado productos recomendados por herramientas de IA generativa. Entre los consumidores que conocen el uso de la IA generativa en las experiencias de compra y ya la han utilizado, el 66 % está abierto a comprar nuevos productos o servicios recomendados por la IA generativa.
- ✓ Los consumidores de la **Generación Z** y los **Millennials** lideran el grupo, con un 56% y un 61%, respectivamente, que creen que las herramientas de IA generativa mejoran su experiencia de usuario, en comparación con el 52% de la **Generación X** y el 43% de los **consumidores Boomer**.

PORCENTAJE DE CONSUMIDORES SEGÚN USO DE LA IA GENERATIVA EN SUS COMPRAS

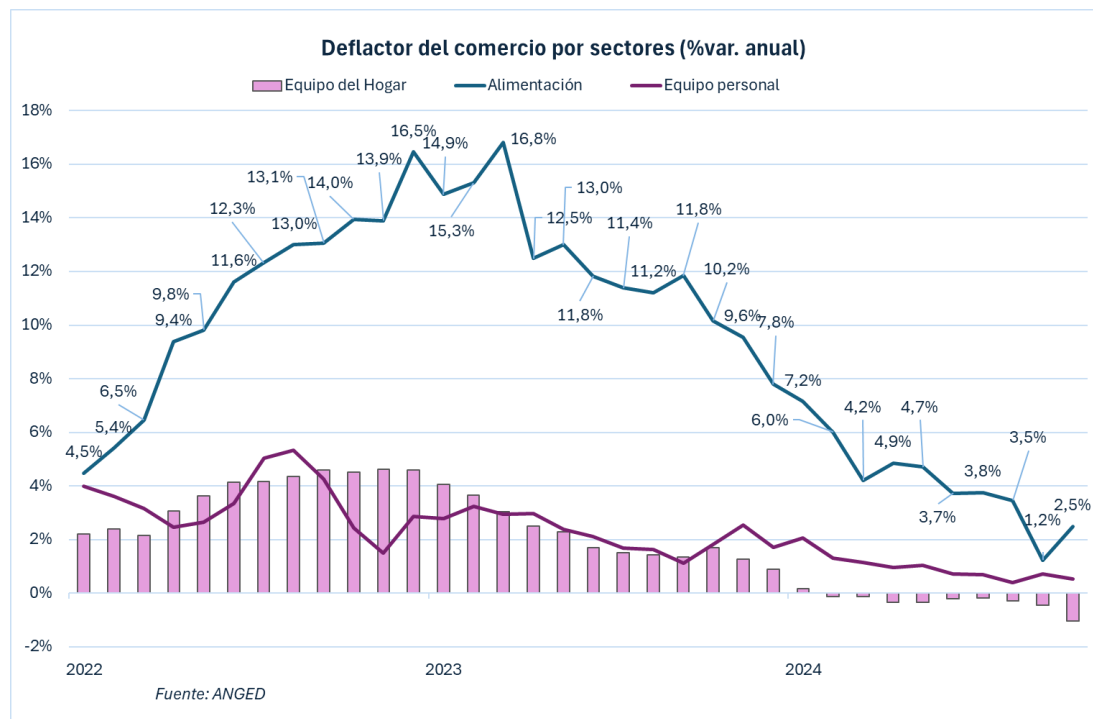


Fuente: Capgemini Research Institute, Consumer demand survey, 11.681 consumidores entrevistados en 11 países: Australia, Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Países Bajos, España, Suecia, Reino Unido y Estados Unidos.

## 4. Comercio minorista (Deflactor del comercio)

- ✓ El deflactor de comercio en octubre registró una tasa interanual del 1,1%, tras el 0,9% anterior. Este ligero repunte se centró en los **precios alimentarios**, que siguen mostrando una senda de moderación, pero aumentaron en tasa anual un 2,5%.
- ✓ Los precios de los bienes de **equipamiento del hogar** aceleran la senda bajista y retroceden un 1% respecto a octubre de 2023. El **mayor descenso** registrado en la etapa de **postpandemia**.
- ✓ En cuanto al sector de **equipo personal** (vestido, calzado...) la inflación sigue anclada por debajo del 1% desde el mes de abril. En sintonía con esta evolución el IPC de vestido y calzado moderó la tasa de crecimiento interanual hasta el 0,3% en octubre, marcando un mínimo cíclico de los dos últimos años.

### Deflactor del comercio por sectores

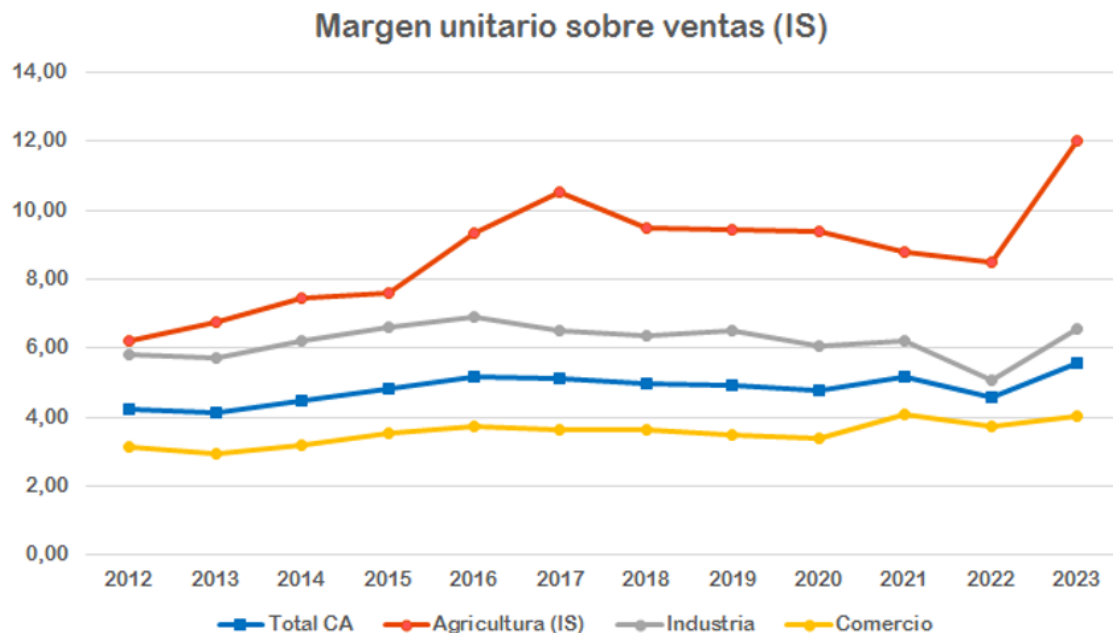


Fuente: ANGED según datos INE/MINECO

## 4. Comercio minorista (Márgenes empresariales)

### Márgenes empresariales en la cadena alimentaria

Anual Agencia Tributaria

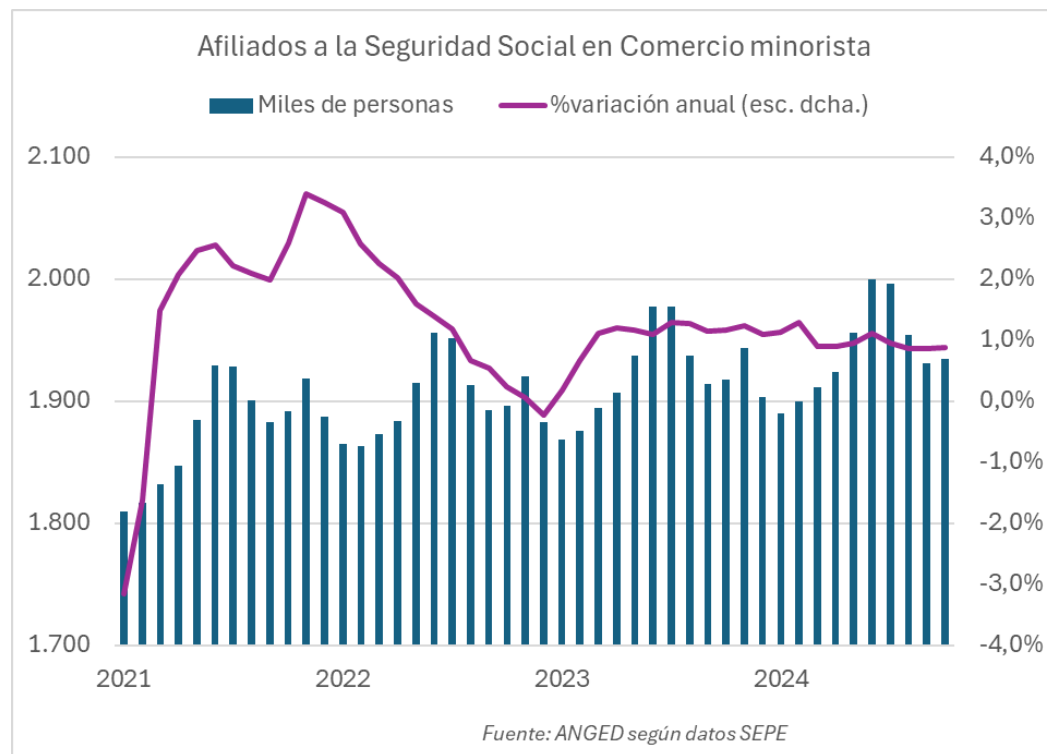


Fuente: Agencia Tributaria

- ✓ La Agencia Tributaria estima los **márgenes empresariales** como la ratio entre el Resultado Bruto de Explotación (saldo generado en las actividades de producción de la empresa, una vez remunerado el factor trabajo) y las ventas.
- ✓ El cierre de 2023 muestra que los márgenes sobre ventas en la cadena alimentaria repuntaron, especialmente en la **agricultura**. En la **industria alimentaria** el margen sobre ventas vuelve a rebasar la ratio del 6%.
- ✓ Sin embargo, los **márgenes en el comercio de alimentos se mantienen relativamente estables** en niveles del 4% en los tres últimos ejercicios.

## 5. Comercio minorista (Empleo España)

- ✓ En noviembre se mantiene en el 0,9% el **aumento de los afiliados a la Seguridad Social** en comercio minorista, de forma que alcanzan una cifra de 1.935.033 personas.
- ✓ El avance de los afiliados en Régimen general, del 1,7% respecto a noviembre del pasado año, contrasta con la **caída del 1,6% que siguen registrando los autónomos** en el sector de comercio.
- ✓ En línea con esta tendencia, los datos de la Encuesta de Población activa también muestran un **mejor comportamiento relativo de los asalariados** en el conjunto de la ocupación. En el tercer trimestre del año los ocupados en comercio minorista superan la barrera de los 2 millones de personas con un **peso creciente de los asalariados (76,1%)**.



Fuente: ANGED según datos SEPE





ASOCIACIÓN NACIONAL  
DE GRANDES EMPRESAS DE  
DISTRIBUCIÓN

Velázquez, 24 - 5º Dcha.  
28001 Madrid (España)  
915 223 004  
[anged@anged.es](mailto:anged@anged.es)  
[@ANGED\\_es](https://www.instagram.com/ANGED_es)