

Informe *Económico* del Comercio 2024



Reservados todos los derechos.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

© ANGED, Madrid, 2024
Dirección: C/ Velázquez, 2
4. 5º Dcha.
28001 Madrid
Teléfono: (+34) 915 223 004
E-mail: anged@anged.es

Dirección editorial: ANGED

ÍNDICE

Sobre ANGED	4-5
1. Carta de la presidenta	6-9
2. ANGED en Cifras	10-17
3. Aportación de ANGED al Comercio	18-21
4. La distribución Comercial en España	22-38
<i>4.1. Una comparativa con los países de la UE</i>	<i>23-25</i>
<i>4.2. Contexto económico en España</i>	<i>26</i>
<i>4.3. Empleo en el comercio</i>	<i>27-29</i>
<i>4.4. Evolución de la inflación</i>	<i>30-31</i>
<i>4.5. Categorías y cuotas de mercado</i>	<i>32-36</i>
<i>4.6. Evolución del comercio electrónico</i>	<i>37-38</i>

Sobre ANGED

Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución

El compromiso de la distribución con la economía y la sociedad española

La Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED) es la organización más representativa del comercio en España. Con 7.400 establecimientos, sus 22 empresas asociadas ofrecen la más amplia y completa variedad de canales, formatos comerciales, productos y marcas en todas las categorías: alimentación, moda, hogar, muebles, bricolaje, electrónica, cultura, juguetes, bazar, accesorios de taller y servicios. Todos los días visitan nuestras tiendas 4,5 millones de consumidores.

ANGED cuenta con el convenio colectivo más importante de España y el único de ámbito nacional en el comercio, alcanzando a 235.800 personas, lo que sitúa a nuestras empresas a la cabeza del empleo y la inversión, con una enorme influencia sobre otras actividades como la industria, los servicios, la restauración, el ocio o la logística.

Somos un motor para la economía nacional, con una facturación de 48.000 M€; unas compras a proveedores españoles de 35.400 M€; una quinta parte de la inversión total del comercio; y una aportación social y tributaria de 13.000 M€.



Junta Directiva



PRESIDENTA

Matilde García Duarte

VICEPRESIDENTES

Alfonso Gordon

Luis Florencio Santa-María

Julien Veyrier

Iñigo Pérez

Américo Ribeiro

TESORERO

Carlos Pedreira

VOCALES

Mikel Larrea

David Martín

Cristiano Flamigni

José Manuel González

Carlos García

Ignacio Sierra

Nurettin Acar

Nuestro Equipo



Director General

Pablo De La Cruz



Secretario General

Marcos Casado



Asuntos Jurídicos

Teresa Herrero



Comunicación

David Gracia Josa



Economista Jefe

Yolanda Fernández



Medio Ambiente, Calidad y Seguridad Alimentaria

Idoia Marquiegui



Administración y Secretaría

Mª Antonia Regueiro



Administración y Secretaría

Marta Vallejo

01.

Carta de la Presidenta



Presidenta ANGED

Matilde García Duarte



Asociación Nacional
de Grandes Empresas
de Distribución

01. Carta de la Presidenta

Los datos son una base sólida sobre la que construir los grandes debates económicos y plantear reformas que nos permitan avanzar. Conscientes de la aportación de valor económico y social de nuestras empresas, a lo largo de este 2024 hemos trabajado precisamente para impulsar el área de estudios y análisis de la coyuntura.

En julio lanzamos el Barómetro del Comercio de ANGED, que analiza todos los meses el entorno económico y la evolución del consumo en España. En octubre, en colaboración con Manpower y con la aportación de nuestras empresas asociadas, lanzamos el informe Tendencias del Talento en el Retail, donde se profundiza en el desajuste del mercado laboral y las carencias de la formación. Ahora presentamos el Informe Económico del Comercio 2024, un estudio de referencia en el sector que cumple ya 24 ediciones y que nos ayuda a entender mejor la contribución económica de nuestras empresas y las grandes tendencias del consumo.

En el último ejercicio nuestras firmas asociadas continuaron con un intenso proceso de renovación y mejora de su red comercial, sumando 171 nuevas tiendas más en España. La inversión ascendió a 1.246 millones de euros, con un peso cada vez más importante de la digitalización y la sostenibilidad. Este esfuerzo inversor unido al crecimiento de los puntos de ventas favoreció que la plantilla total de ANGED creciera en 6.900 personas, hasta alcanzar los 236.000 empleos en toda España. Gracias a la recuperación del consumo, la facturación global repuntó un 5,2%, hasta rozar los 48.000 millones de euros.

Son cifras positivas y con un enorme impacto en el resto de la economía. Por cada 100 empleos directos en nuestro sector,

se generan 59 indirectos en actividades como el sector primario, la industria, la logística o los proveedores de servicios. Y por cada euro que aumenta la demanda en nuestras empresas, la producción final de la economía crece 2,5 euros, gracias a la actividad generada en sectores como la energía, construcción, transporte, financiero, inmobiliario, seguridad o consultoría, entre mucho otros. Además, las 22 empresas asociadas de ANGED han aportado en la última década 101.000 millones de euros a las arcas públicas (pago de impuestos directos e indirectos), a las cotizaciones a la Seguridad Social y los salarios.

En 2025 vamos a seguir mejorando la producción de datos y el análisis de las grandes tendencias del consumo. Queremos contar con los mejores y, sobre todo, crear vínculos e intereses comunes con la extraordinaria comunidad de profesionales que conforman hoy el comercio en España.

2024

Informe económico

02.

ANGED

en cifras



02. ANGED en cifras

7.409 tiendas configuran la oferta comercial más amplia en productos, marcas, formatos y canales

Las empresas de ANGED sumaron 171 nuevos establecimientos netos en 2023, hasta alcanzar 7.409 tiendas en España, tanto propias como de sociedades participadas. Esta red comercial supone la más amplia oferta de productos, marcas, canales y formatos: desde alimentación, textil, bricolaje, electrónica y electrodomésticos a hogar, juguetes, deportes, libros y productos culturales y reparación de vehículos.

Estructura de Establecimientos ANGED en España. 2023 (A). Por tipologías

Tipología	ANGED Nº Establecimientos	Superficie M ²
Hipermercados	317	2.511.597
Grandes Almacenes (*)	344	2.067.209
Supermercados + Autoservicios	3.920	1.801.452
Textil	822	2.677.035
Agencias de Viajes	840	
Estaciones de Servicio	241	
Grandes Superficies Especializadas	343	
Otros (Electrónica, Bazar, Duty Free, accesorios automóviles ..)	582	
TOTAL ANGED	7.409	9.057.293

Fuente: Anged. (A) Avance (*) En el formato gran almacén se incluyen centros de oportunidades

Por categorías, los supermercados y autoservicios, tanto propios como franquiciados; y los formatos especialistas de la no alimentación fueron los más dinámicos, confirmando la tendencia de años anteriores.

Variación de Establecimientos en España. 2023(A) ANGED. Por tipologías

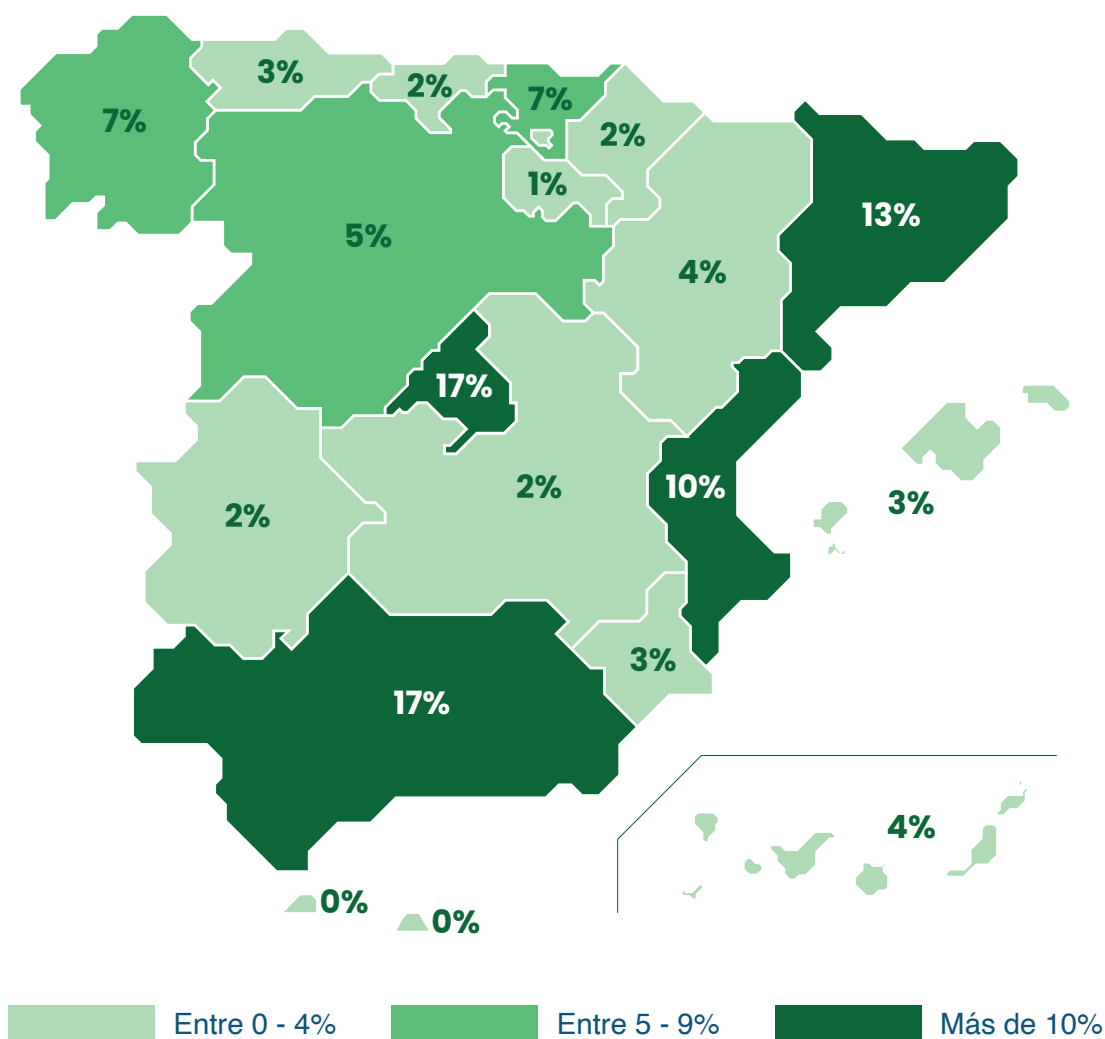
Tipología	ANGED Nº Diferencia Establ. 2023
Establecimientos no especialistas dominio alimentación	92
Establecimientos no especialistas dominio no alimentación	270
Agencias de viaje	-191
TOTAL ANGED	171

Fuente: ANGED. (A) Avance

02. ANGED en cifras

Distribución de la superficie comercial de ANGED por CC.AA.

2023 (A). En% sobre total ANGED



Fuente: ANGED. (A) Avance

La superficie de nuestra red comercial creció 2,7% y suma 9,1 millones de metros cuadrados. Madrid retoma el liderazgo en superficie comercial, con más de un millón y medio de metros cuadrados, seguida de la Andalucía y Cataluña. De hecho, Madrid triplica el crecimiento de la media de ANGED en términos relativos, mientras que Castilla y León, Aragón y Asturias crecieron también con fuerza.

02. ANGED en cifras

Las ventas crecen un 5,2%, hasta los 47.946 M€

El crecimiento de la población, la inflación y el turismo dinamizaron el comercio minorista. En este contexto, la facturación de las empresas de ANGED creció un 5,2%, hasta los 47.946 millones de euros.

La afluencia a nuestras tiendas creció a doble dígito: 4,5 millones de clientes nos visitan a diario, que equivalen al 23% de los hogares españoles. Al mismo tiempo, el comercio electrónico ha consolidado su peso en la actividad y el número de clientes que compra online se ha multiplicado por 2,6 respecto a 2019.

Evolución de las Ventas en España. ANGED. 2017-2023(A)

Año	Millones de €
2017	41.085
2018*	40.773
2019	40.985
2020	36.516
2021	39.947
2022	45.556
2023 (A)	47.946

Fuente: ANGED (A)= Avance.* Cifras comparables al perímetro de actividades de 2019

La inversión repunta un 34% hasta los 1.246 M€

La inversión de las empresas de ANGED repunta con fuerza un 34%, hasta alcanzar 1.246 millones de euros en 2023. Tres factores explican este dinamismo: en primer lugar, la renovación y adaptación de la red comercial a los nuevos hábitos de consumo; en segundo lugar, la transformación digital que concentra 1 de cada 5 euros de inversión; por último, la transición hacia una economía sostenible. En caso de la distribución está requiriendo fuertes inversiones en áreas como la economía circular, movilidad sostenible, envases, reducción del desperdicio y del consumo energético.

Evolución de las Inversiones Anuales en España. ANGED. 2017-2023(A) (Mill. €)

Año	Millones de €
2017	1.016
2018*	990
2019	885
2020	706
2021	734
2022	930
2023 (A)	1.246

Fuente: ANGED (A)= Avance

02. ANGED en cifras

Fuente de empleo directo para 235.800 personas

El empleo en las empresas de ANGED retoma el crecimiento (2,9%) hasta sumar 235.785 personas (sin contar las redes de franquicias). De esta forma, tras el ajuste que en 2022 provocó la reforma laboral, el sector vuelve a recuperar empleo gracias a la flexibilidad introducida por el convenio de grandes almacenes firmado en 2023.

Evolución del Empleo en las Empresas de ANGED. España. 2017-2023(A)

Año	Millones de €
2017	232.178
2018	235.689
2019	233.103
2020	226.263
2021	234.828
2022	228.909
2023 (A)	235.785

Fuente: ANGED (A)= Avance

Impacto laboral positivo en todo el territorio

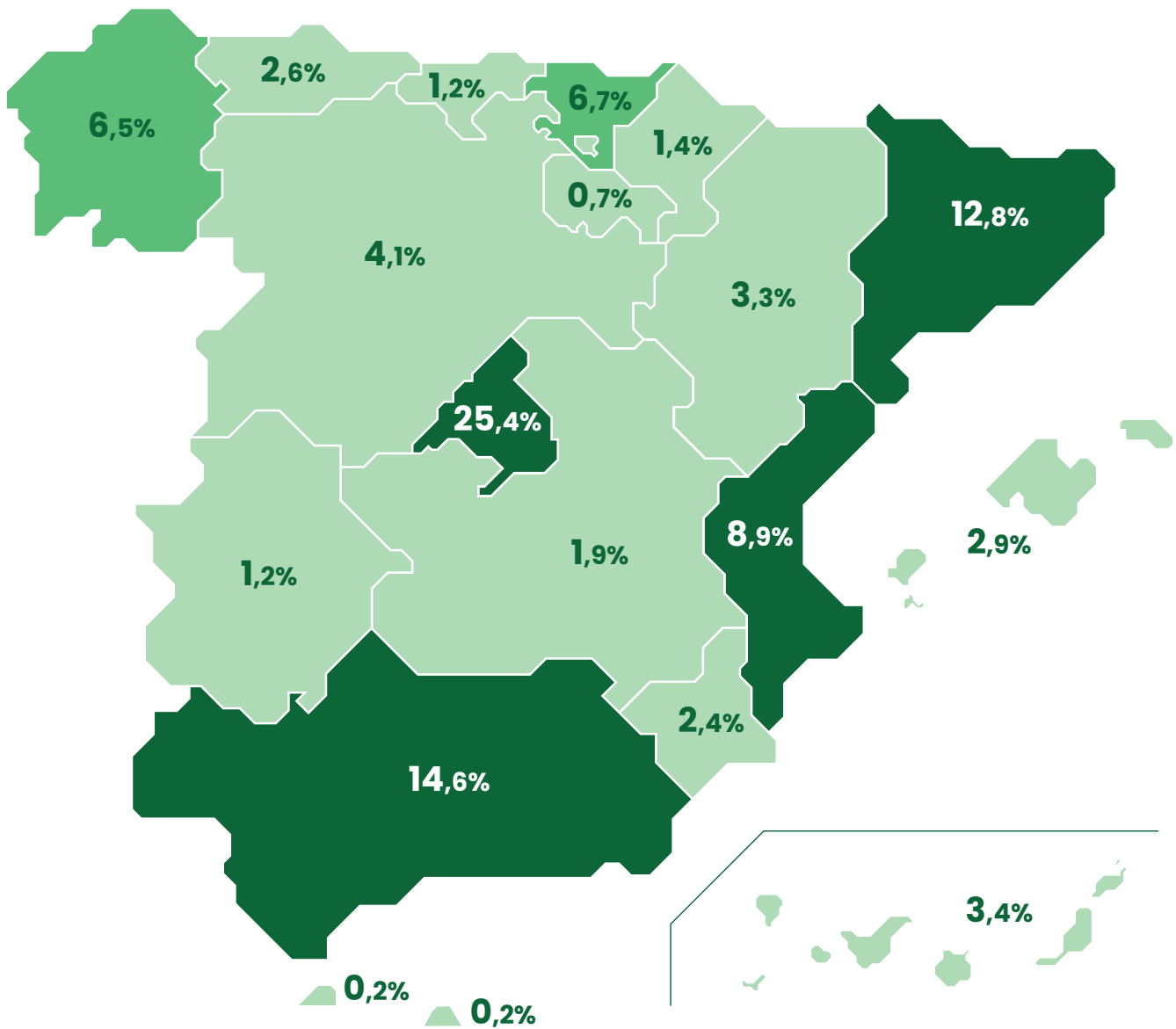
La Comunidad de Madrid lidera en número de empleados, con más de 60.000 (26%), gracias la presencia de gran parte de los servicios centrales y digitales. Le siguen en importancia Andalucía (15%), Cataluña (13%) y Comunidad Valenciana (9%). Todas las comunidades crecen en empleados excepto Extremadura, La Rioja, País Vasco y Canarias.

Número de ocupados en ANGED por CCAA (Año 2023)

CC.AA.	Nº Empleados
Madrid	59.868
Andalucía	34.485
Cataluña	30.192
Valencia	21.003
País Vasco	15.762
Galicia	15.332
Castilla y León	9.646
Canarias	7.910
Aragón	7.789
Islas Baleares	6.762
Asturias	6.108
Murcia	5.546
Castilla-La Mancha	4.411
Navarra	3.283
Cantabria	2.834
Extremadura	2.724
La Rioja	1.631
Ceuta y Melilla	497
Total	235.785

El empleo de ANGED por CC.AA.

2023 (A). En% sobre total ANGED



Fuente: ANGED. (A) Avance

02. ANGED en cifras

Un sector que ofrece más estabilidad en el trabajo

El 88,8% de los empleados de las empresas de ANGED tiene contrato indefinido (209.290 trabajadores), mientras el 11,2% de los contratos son de carácter temporal (26.495 trabajadores). La contratación indefinida en nuestras asociadas creció un 5,5% y se sitúa 6 puntos por encima de la media nacional. La reforma laboral ha impulsado ocho puntos el peso de la contratación indefinida. Además, los contratos a tiempo completo representan el 54% del total.

Un síntoma de la estabilidad laboral es la permanencia en el puesto de trabajo: el 58,5% de los empleados lleva más de 4 años trabajando en su empresa, 7 puntos más que la media nacional.

Por último, es un sector con una importante representación femenina: el 65,7% de la plantilla de ANGED son mujeres, tres puntos más que la media del comercio minorista, hasta sumar más de 154.695 mujeres.

Contratación y empleo en ANGED

Porcentaje sobre el total. 2023 (A)

Comparación Tipos de Contratos Laborales. 2023(A).%

ANGED		Media de España	
88,8 % Indefinido	11,2 % Temporal	82,8 % Indefinido	17,2 % Temporal

Fuente: Elaboración de ANGED con datos INE / EPA

Tiempo de Permanencia del Empleo Comparado. %. 2023(A)

ANGED	> 4 años en la empresa	Media de España
58,2 %		51,9 %

Fuente: Elaboración de ANGED con datos INE EPA 2018

Comparación de Empleo Minorista, según sexo. 2023. %

ANGED		Media de España	
34,3 % Masculino	65,7 % Femenino	36,7 % Masculino	63,3 % Femenino

Fuente: ANGED a partir de los datos del INE. CNAE 47

02. ANGED en cifras

Un puntal para la industria y los servicios: 35.400 millones € en compras a empresas españolas

Las empresas de ANGED son locomotoras de la actividad de miles de empresas de la industria y los servicios en todo el territorio nacional. Las compras a proveedores españoles repuntaron en 2.000 millones de euros hasta alcanzar los 35.378 millones de euros, con un peso sobre las ventas total del 74%.

Compras proveedores españoles. 2017-2023(A) (Mill. €)

Año	Millones de €
2017	28.760
2018	28.267
2019	29.194
2020	27.325
2021	28.720
2022	33.818
2023 (A)	35.378

Fuente: Elaboración de ANGED. (A)= Avance

La aportación social y tributaria de las empresas de ANGED supera los 101.000 M€ en la última década

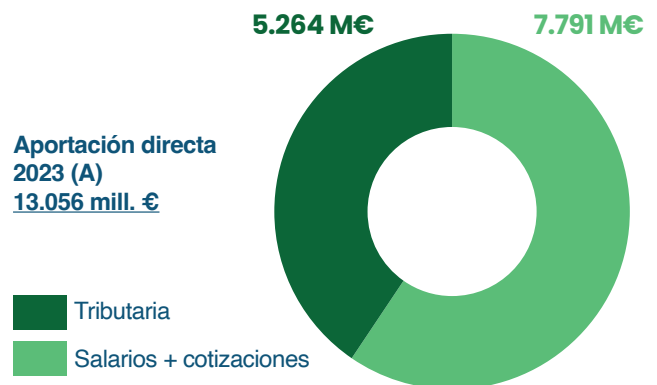
La aportación retributiva y el pago de impuestos de las empresas de ANGED creció un 8% hasta los 13.056 millones de euros. En perspectiva, en los últimos diez años las empresas de ANGED han aportado más de 101.195 millones de euros.

El importe de salarios directos más las cuotas a cargo de las empresas pagadas a la Seguridad Social suman una aportación retributiva total superior a los 7.791 millones de euros. Mientras que la suma de los tributos directos e indirectos pagados en concepto de Impuesto de Sociedades, las tasas locales, los tributos autonómicos, IVA, la seguridad social e IRPF de los empleados supone una contribución tributaria cercana a los 5.264 millones.

El efecto arrastre (directo, indirecto e inducido) de nuestras empresas sobre la economía es mucho mayor. CEOE estima un efecto multiplicador de 2,5 para el Comercio. Es decir, por cada euro que aumenta la demanda en nuestras empresas, la producción final de la economía crece 2,5 euros, gracias a la actividad generada en sectores

como energía, construcción, logística, financiero, inmobiliario, seguridad, consultoría, marketing, entre muchos otros. A ello, hay que añadir el efecto sobre el consumo de las rentas generadas por el empleo. En suma, el efecto arrastre de las empresas de ANGED se aproxima a los 32.791 millones de euros.

Aportación social y tributaria 2023. (A) (Mill. €)



Fuente: Elaboración de ANGED. 2023(A)= Ava

03.

Aportación de ANGED al comercio

03. Aportación de ANGED al comercio en España

El 12% del empleo

El sector minorista ocupó a 1.919.639 empleados en 2023, según los datos de afiliación media mensual a la Seguridad Social, creciendo un 0,9% anual. Las compañías de ANGED, con 235.785 trabajadores, recuperan con el 12,3% su peso relativo en el empleo del conjunto del comercio (sin tener en cuenta el empleo generado por las franquicias).

Empleo comparado. Empleados en número y % sobre total.

Concepto	2023 (A)
ANGED	235.785
Comercio Minorista Afiliación S.Social	1.919.639
% s/Empleo minorista	12,3%

Fuente: Elaboración ANGED a partir del Ministerio de Trabajo, afiliación media mensual. (A) Avance

El 15% de las ventas

La estimación de ventas en 2023 del comercio minorista es de 313.827 millones de euros corrientes, un 9,4% más que en 2022 (incluyendo estaciones de servicio cuya facturación cayó el 5,5%).

La facturación de los bienes de no alimentación creció un 9,6%, gracias a la recuperación del gasto en equipamiento personal, textil moda y perfumería, y del crecimiento del gasto en turismo. Por su parte, la facturación de alimentación creció un 14%, por la persistencia de las tensiones de costes y la ligera recuperación de la demanda a finales del año. Las compañías de ANGED facturaron un 15,3 % de las ventas totales del comercio por el menor peso de la alimentación en su oferta de productos.

Ventas Comparadas. (Mill. €)

Concepto	2023 (A)
ANGED	47.946
SECTOR MINORISTA (*)	313.827**
% ANGED s/ MINORISTA	15,3%

Fuente: Elaboración de ANGED con datos del INE CNAE 47, incluido combustible

(*) INE Nueva encuesta anual comercio minorista 2022(**) Dato Estimado por ANGED (A)= Avanc

03. Aportación de ANGED al comercio en España

El 21,5% de la inversión

Los datos disponibles hacen prever que en 2023 se mantuvo la inversión del comercio minorista en los niveles de 2022 (cuando alcanzó los 5.755 millones de euros). Las empresas de ANGED aportaron 1.246 millones de euros (21,5% del total), con un peso cada vez mayor de la transformación digital, la renovación de la red comercial y la sostenibilidad.

Las empresas de ANGED han mantenido un firme compromiso con el futuro de la economía española: han invertido 20.400 millones de euros en 15 años (sin contar redes de franquicias), representando el 28% de la inversión total del comercio minorista.

Inversión Comparada. (Mill. €)

Concepto	2023 (A)
ANGED	1.246
SECTOR MINORISTA (*)	5.800**
% ANGED s/ MINORISTA	21,5%

Fuente: Elaboración de ANGED con datos del INE. (*) CNAE 47. (**) Dato Estimado por ANGED. (A)= Avance

El 12,7% de la superficie comercial

En 2023 estimamos que la superficie total minorista ascienda a 71,5 millones de m² (incluyendo establecimientos de venta de combustible). Con 9,1 millones de m², ANGED representa el 12,7 % del total.

Superficie comparada. Millones de m²

Concepto	2023 (A)
ANGED	9,1
SECTOR MINORISTA (*)	71,5
% ANGED s/ MINORISTA	12,7%

Fuente: Elaboración Anged con datos del INE. Incluido Combustible (*) CNAE 47. (**) Dato Estimado por ANGED. (A)= Avance

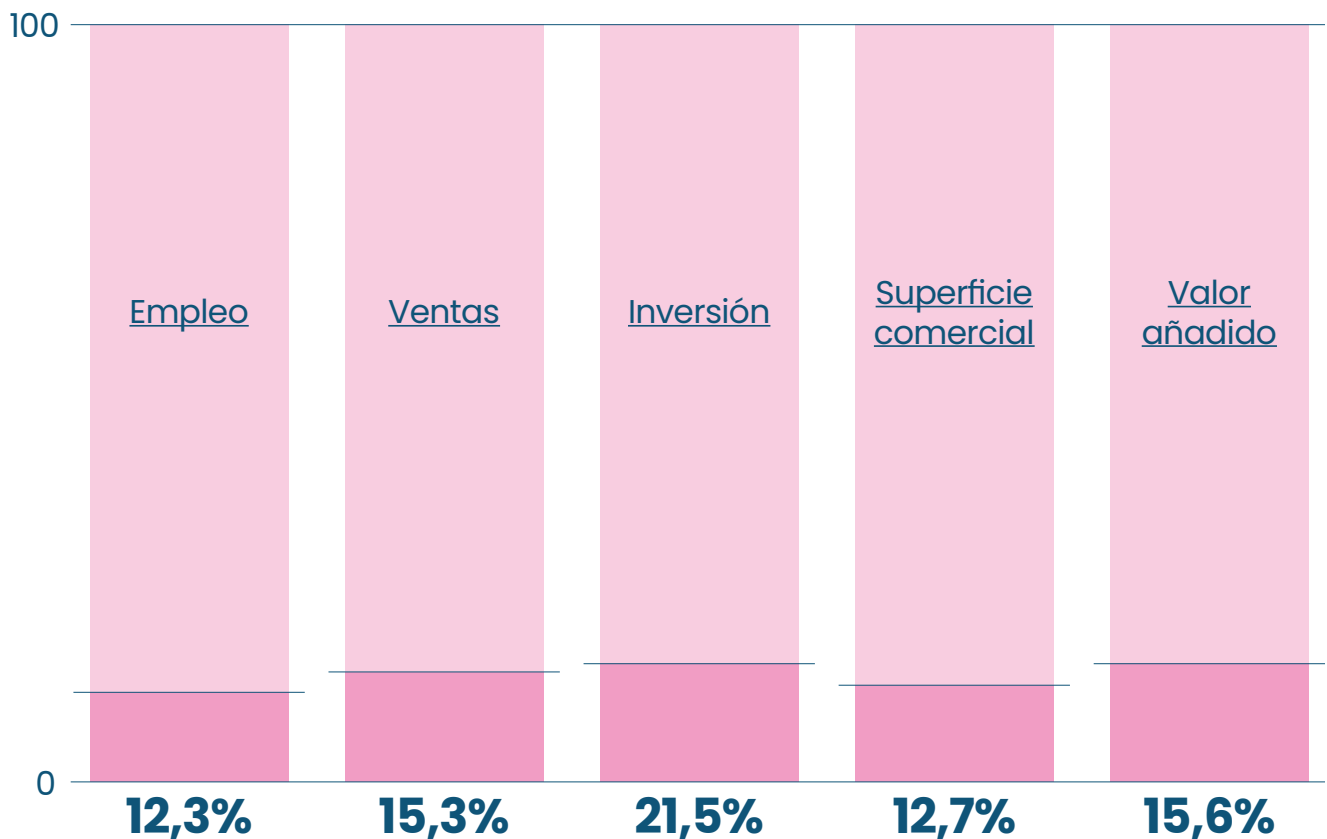
El 15,6% del Valor Añadido

El Valor Añadido Bruto (VAB) del sector minorista se estima en torno a 59.313 millones de euros en 2023, con nueva base anual comercio minorista del INE de 2022 . El VAB de ANGED podría crecer un 5,2% hasta los 9.275 millones de euros. Así, las firmas asociadas a ANGED aportan el 15,6% del VAB de todo el sector minorista.

Valor Añadido Bruto Comparado. (Mill. €)

Concepto	2023 (A)
ANGED VAB	9.275
Sector Minorista VAB (*)	59.313
% s/VAB Comercial	15,6%

Fuente: Elaboración de ANGED con datos del INE. (*) CNAE 47. (**) Dato Estimado por ANGED a partir del INE.



04.

La distribución Comercial en España



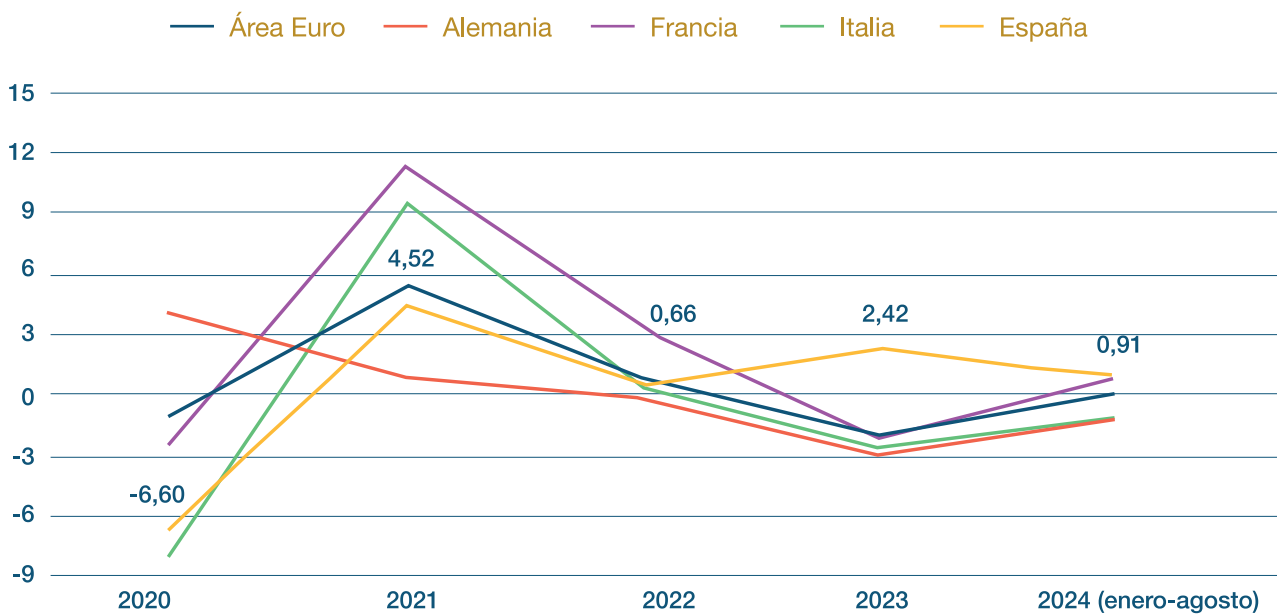
04. La distribución comercial en España

4.1. Una comparativa con los países de la UE

En 2024 las ventas minoristas muestran una tibia recuperación en el Área Euro, tras el retroceso de los dos años anteriores. En el conjunto del área el volumen de comercio registrará un ligero avance anual mientras que en alguno de los principales mercados como Alemania seguirá acumulando caídas, por tercer año consecutivo. Es destacable la evolución más favorable que está mostrando el comercio minorista en España, que puede finalizar el año 2024 con un avance anual superior al 1%, en línea con la tasa prevista también para el mercado francés.

Evolución Anual Ventas Minoristas UE. (2019/2024)

Volumen en %



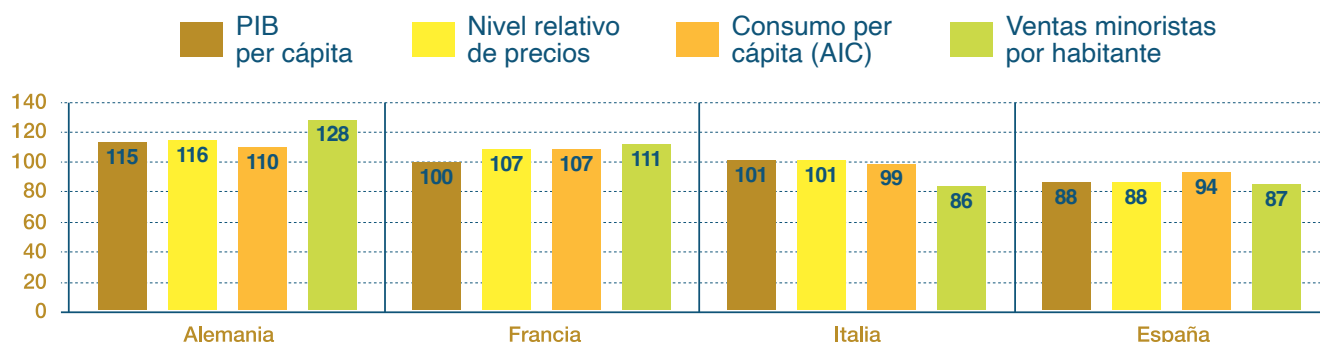
Fuente: ANGED según datos EUROSTAT

España recupera los niveles de actividad comercial de prepandemia y reduce el diferencial frente a nuestros homólogos europeos. En todo caso, desde una perspectiva más estructural se mantienen diferencias significativas. Así, el índice de ventas por habitante en España tiene un nivel de 87 puntos respecto a la media europea, a gran distancia de Alemania (con un índice de 128) y Francia (111 puntos), y en niveles similares a los de la economía italiana. Este índice de nivel de gasto comercializable también es inferior al índice de Consumo per cápita efectivo que se sitúa en un nivel de 101 puntos (AIC, en sus siglas en inglés, que mide el bienestar de los hogares) y al PIB per cápita, que alcanza ese mismo nivel. En la última década, entre los años 2013 y 2023, el PIB per cápita en España creció ligeramente por encima del promedio de la Unión Europea (16,1% frente al 15,7%), si bien con un comportamiento diferencial entre el primer lustro, cuando la evolución de la economía española fue sensiblemente mejor que la de la media comunitaria, frente a los últimos cinco años, cuando el PIB per cápita de España creció muy por debajo del promedio de la UE. El nivel relativo de precios de España es inferior al de los principales países de referencia, aunque sigue siendo superior a su nivel de consumo. En Alemania es al revés: con una capacidad de consumo de 116 puntos, su nivel de precios se sitúa en 110.

04. La distribución comercial en España

Nivel de actividad, consumo y ventas minoristas per cápita en la UE 2023

Niveles relativos per cápita • 2023
EU 27 = 100



Fuente: Elaboración ANGED con datos Eurostat, corregido por las diferencias de precios y se expresan relación a la media de la Unión Europea (UE-27 = 100)

El sector de la distribución comercial en España destaca por la elevada densidad comercial y el reducido tamaño empresarial. El número de compañías dedicadas al comercio minorista por cada 10.000 habitantes se acerca a las 90 empresas, frente a las 74 que se registran en media de la UE. En cuanto al reducido tamaño de nuestro tejido empresarial, es una característica general de todos los sectores debido a la elevada presencia de empresas micro (de menos de 10 empleados) y la reducida dimensión de las empresas pequeñas y medianas en comparación con sus homólogas europeas. Las empresas del sector de comercio tienen una media de 4 empleados, frente a los 11,9 de las empresas alemanas. Sin embargo, las grandes empresas españolas (de más de 250 empleados) tienen un tamaño superior a las de la UE, especialmente en el sector del comercio al por menor. En concreto, las empresas españolas grandes de comercio tienen una dimensión de 2.755 empleados por compañía, frente a los 1.870 que corresponden en media a las empresas de similar tamaño de la UE.

Esta atomización del sector de la distribución comercial lastra los niveles de productividad. El déficit crónico de productividad laboral entre España y la UE se ha ampliado en los últimos años, de forma que todos los sectores no agrarios exhiben niveles de productividad inferiores en nuestro país. En el caso del comercio minorista, la facturación por empleado alcanza casi los 200.000 euros en media de la UE y se superan ampliamente en Francia mientras que en España la ratio es de 165.500 euros por empleado. El predominio de empresas de reducida dimensión en España también se refleja en los escasos niveles de concentración sectorial. En Reino Unido, Francia y Alemania, los diez primeros distribuidores minoristas concentran alrededor del 40% del mercado, más de diez puntos porcentuales por encima del porcentaje de España y del de Italia.

04. La distribución comercial en España

	Alemania	Francia	Italia	España	EU-27
Densidad Comercial en los Principales países Europeos Número de empresas /100.000 hab	36,5	66,5	90,9	89,7	74
Tamaño empresarial minorista UE. 2022* Principales Países Número empleados por empresa	11,9	4,5	3,5	4,0	5
Facturación por Empleo en las empresas minoristas UE* Miles de €	218,6	268,0	200,6	165,6	197
Inversión Neta por Empresa en las empresas minoristas UE Miles de €	60,2	29,8	13,6	8,5	20,9

Fuente: ANGED con datos de Eurostat .European Business: Annual detailed enterprise statistics on Trade. (*) CNAE 47

	Reino Unido	Alemania	Francia	Italia	España	TOP 5
Peso de los diez primeros minoristas en Europa 2021 (% y volumen)	42%	36%	40%	27%	27%	36%

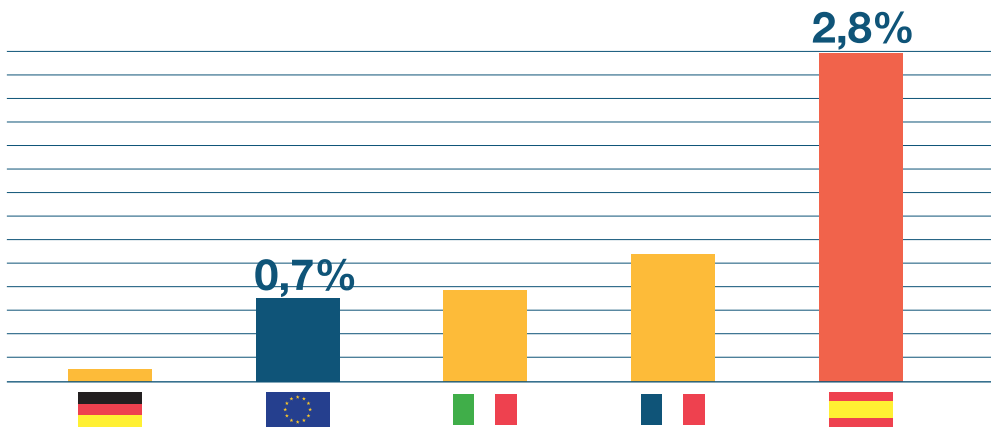
Fuente: Elaboración ANGED con datos Eurostat y Retail Index

04. La distribución comercial en España

4.2. Contexto económico en España

Las expectativas de crecimiento del PIB se siguen revisando al alza, tanto para el cierre de 2024 como del próximo año. La revisión al alza llevada a cabo por el INE confirma que el dinamismo de nuestra economía supera significativamente al de la media europea y al de la Eurozona, cuyo crecimiento previsiblemente no superará el 1% este año. El último organismo en sumarse a la mejora de las previsiones de la economía española ha sido la OCDE, que estima un 2,8% en 2024 y un 2,2% en 2025.

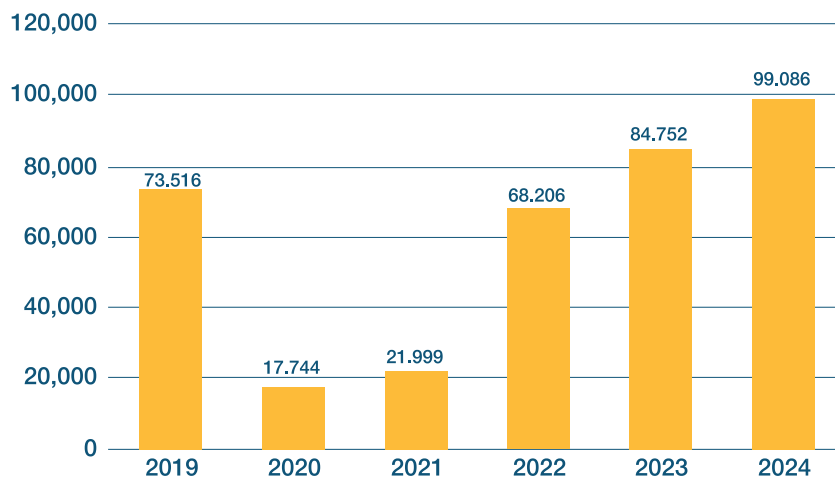
Previsiones crecimiento OCDE 2024



Las nuevas estimaciones del INE señalan una mayor recuperación del consumo privado, a pesar de que la tasa de ahorro es elevada respecto a su media histórica. Sin embargo, no acaba de recuperarse la inversión productiva a pesar de los fondos europeos. 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.

Gasto de turismo extranjero

Acumulado enero-septiembre en millones de euros



Fuente: ANGED según encuesta EGATUR del INE

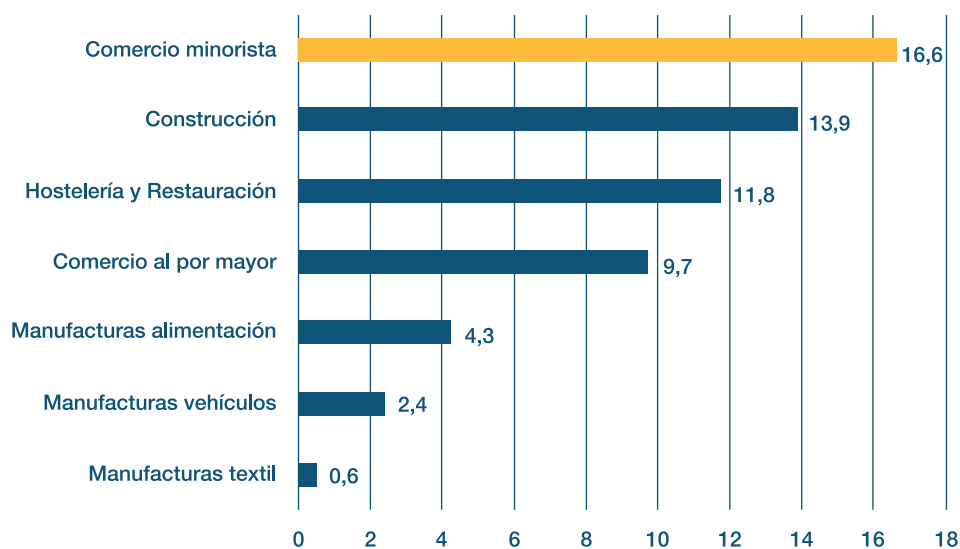
04. La distribución comercial en España

4.3. Empleo en el comercio

En 2024 el número de empresas dedicadas en la UE a la actividad económica de comercio al por menor (excluyendo el sector de automoción) se eleva a 3,44 millones de compañías, que ocupan a 16,6 millones de empleados y generan un valor añadido de 710,3 miles de millones de euros. Estas cifras posicionan al sector de la distribución comercial como líder en la generación de empleo, lo que evidencia la necesidad de ponerlo en el foco al analizar los desafíos de los mercados laborales de las economías europeas ante la doble transición Digital y Verde y el reto demográfico del envejecimiento de la población.

Empleo directo en la UE por sectores

Millones de personas en 2024



Fuente: ANGED según datos EUROSTAT

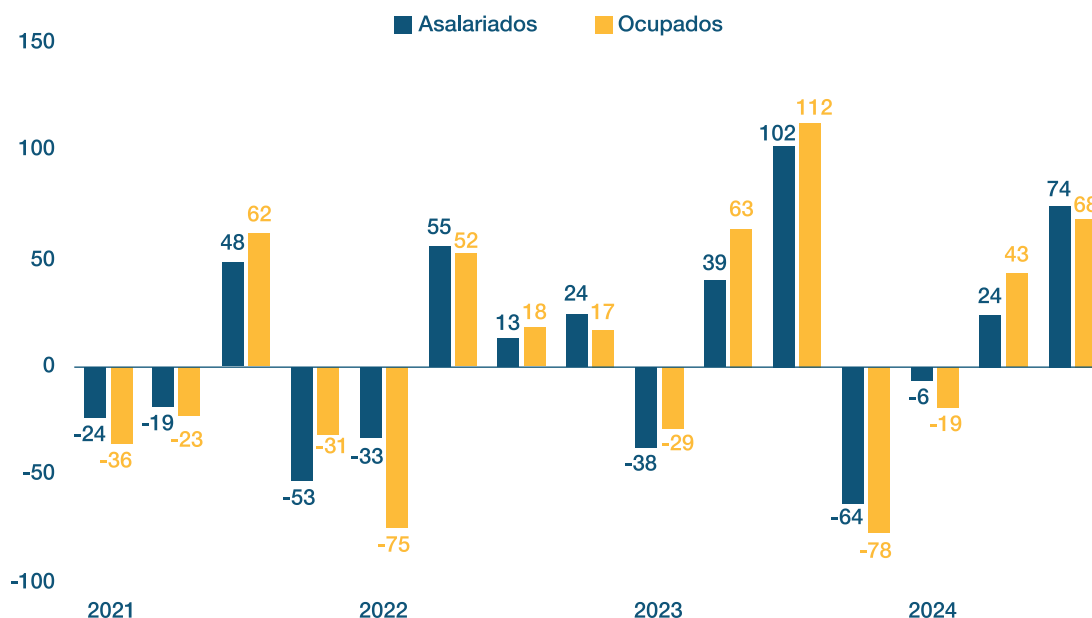
En el mercado español cabe destacar que el 14,5% del empleo generado en el conjunto de la economía derivó de alguna forma de la actividad de la distribución comercial, correspondiendo un 9,1% del empleo total a la generación de empleo directo. El año 2024 se cerrará con una cifra de afiliados a la Seguridad social en comercio minorista de 2 millones de personas de los que medio millón son autónomos. En línea con las transformaciones en las que está inmerso nuestro sector, la figura del profesional autónomo y del pequeño comercio, aunque siguen siendo muy relevantes, pierde protagonismo en los últimos años. El peso de los afiliados en régimen general en comercio (excluyendo automoción) alcanza el 76% del total, frente al 73,5% del año 2019. Así el número de afiliados en este régimen registra un máximo de la serie histórica superando 1,5 millones de personas.

En cuanto a los datos de la EPA (Encuesta de Población Activa) reflejan que en el tercer trimestre de 2024 los ocupados en comercio minorista superan la barrera de los 2 millones de personas con un peso creciente de los asalariados (76,1%). Sin embargo, la tasa de variación interanual se reduce hasta el 0,7%, mínimo desde el segundo trimestre de 2022. Esta moderación se explica por el favorable comportamiento del empleo durante el tercer trimestre de 2023 cuando se registró un aumento récord de más de 112 mil ocupados.

04. La distribución comercial en España

Variación trimestral de ocupados y asalariados en Comercio minorista

Miles de personas



Fuente: ANGED según datos EPA del INE

El desempeño del empleo muestra una elevada heterogeneidad por Comunidades Autónomas, así como la participación del comercio minorista en el mercado laboral. En aquellas comunidades más turísticas como es el caso de Canarias los empleados en el comercio minorista concentran el 14,7% del total de ocupación, casi seis puntos porcentuales por encima de la media española. En el vértice opuesto se localizan Aragón, País Vasco y La Rioja con un peso relativo de los empleados en comercio minorista en torno al 7% del empleo total.

La ocupación en el sector comercial está muy concentrada geográficamente como muestra que el 61% de los empleados se localicen en cuatro CCAA: Cataluña (18%), Andalucía (17,5%), Comunidad de Madrid (14,8%), y Comunidad valenciana, que aglutina el 10,7% del total. La evolución del empleo en estas zonas geográficas también ha sido muy dispar en el último año.

La estructura productiva de cada región condiciona el propio peso del empleo en el sector de distribución según las distintas ramas de actividad. En media de España el empleo en el comercio de alimentación en establecimientos especializados concentra el 17% del empleo en comercio minorista mientras que los empleados en establecimientos no especializados tienen una cuota media del 30%. Las cifras son muy dispares por comunidades como muestra que el peso de los empleados en establecimientos especializados de alimentos es de un 33% en La Rioja, frente al 9,5% de Canarias, donde la ocupación se concentra en los establecimientos no especializados.

04. La distribución comercial en España

Número de ocupados en comercio al por menor

Miles de personas en tercer trimestre 2024

	Total	Establecimientos no especializados	Alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	Alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	Resto
Total	2.032	608	343	593	488
Andalucía	356	103	61	107	86
Aragón	52	17	13	16	7
Asturias	49	22	7	12	9
Baleares	56	16	7	23	10
Canarias	142	56	14	44	29
Cantabria	24	10	4	6	4
Castilla y León	91	21	19	26	25
Castilla La Mancha	75	19	12	19	25
Cataluña	366	108	67	97	94
Valencia	218	69	24	57	69
Extremadura	39	12	7	10	11
Galicia	100	34	14	28	25
Madrid	300	74	68	100	59
Murcia	51	15	9	14	13
Navarra	25	10	4	6	4
País Vasco	73	22	11	26	15
La Rioja	10	2	3	2	3
Ceuta	7	1	1	3	2

Fuente: ANGED según datos EPA del INE

04. La distribución comercial en España

4.4. Evolución de la inflación

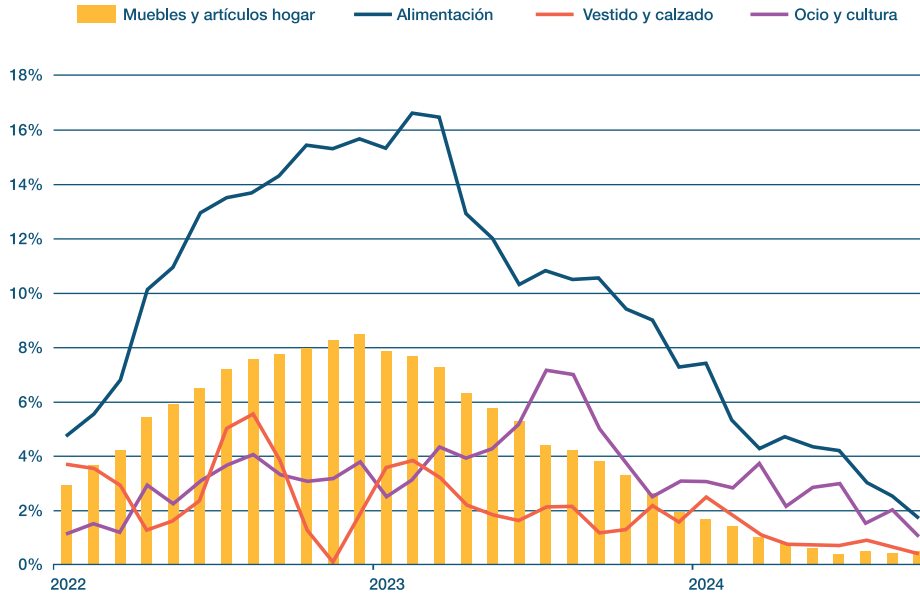
A lo largo de 2024 la inflación general ha continuado moderándose gracias a la desaceleración de los precios energéticos y alimenticios. En septiembre la inflación general se situó en el 1,5%, marcando un mínimo desde marzo de 2021, aunque las expectativas anuncian un ligero repunte hasta situarse en tasas superiores al 2% para cierre de 2024.

Durante el período estival los precios de los alimentos registraron la menor tasa de crecimiento anual desde noviembre de 2021. En concreto, la tasa inflación alimentaria disminuyó en septiembre hasta el 1,8% desde el 2,5% anterior. Este comportamiento fue debido, principalmente, a la bajada de los precios de los aceites y grasas y de las legumbres y hortalizas, frente a la subida del año anterior. En todo caso hay que recordar a partir del 1 de octubre y hasta el 31 de diciembre de 2024, sube el tipo aplicable del IVA de los alimentos básicos hasta el 2% desde el 0% (incluido el aceite de oliva).

Los precios en el sector de equipo del hogar encadenan moderadas caídas a lo largo de todo el año mientras que en el sector de equipo personal se prolonga la senda bajista. Así, el IPC de vestido y calzado sitúa en septiembre la tasa de variación interanual en el 0,4% en septiembre, similar al 0,5% que corresponde a los precios del mobiliario y de los artículos del hogar. En este contexto, las previsiones de inflación apuntan a un repunte para final de año hasta niveles en torno al 2,2% y por debajo del 2% para diciembre de 2025.

Evolución de la inflación por grupos de productos

Tasa anual en % sobre valor total



Fuente: ANGED según datos INE

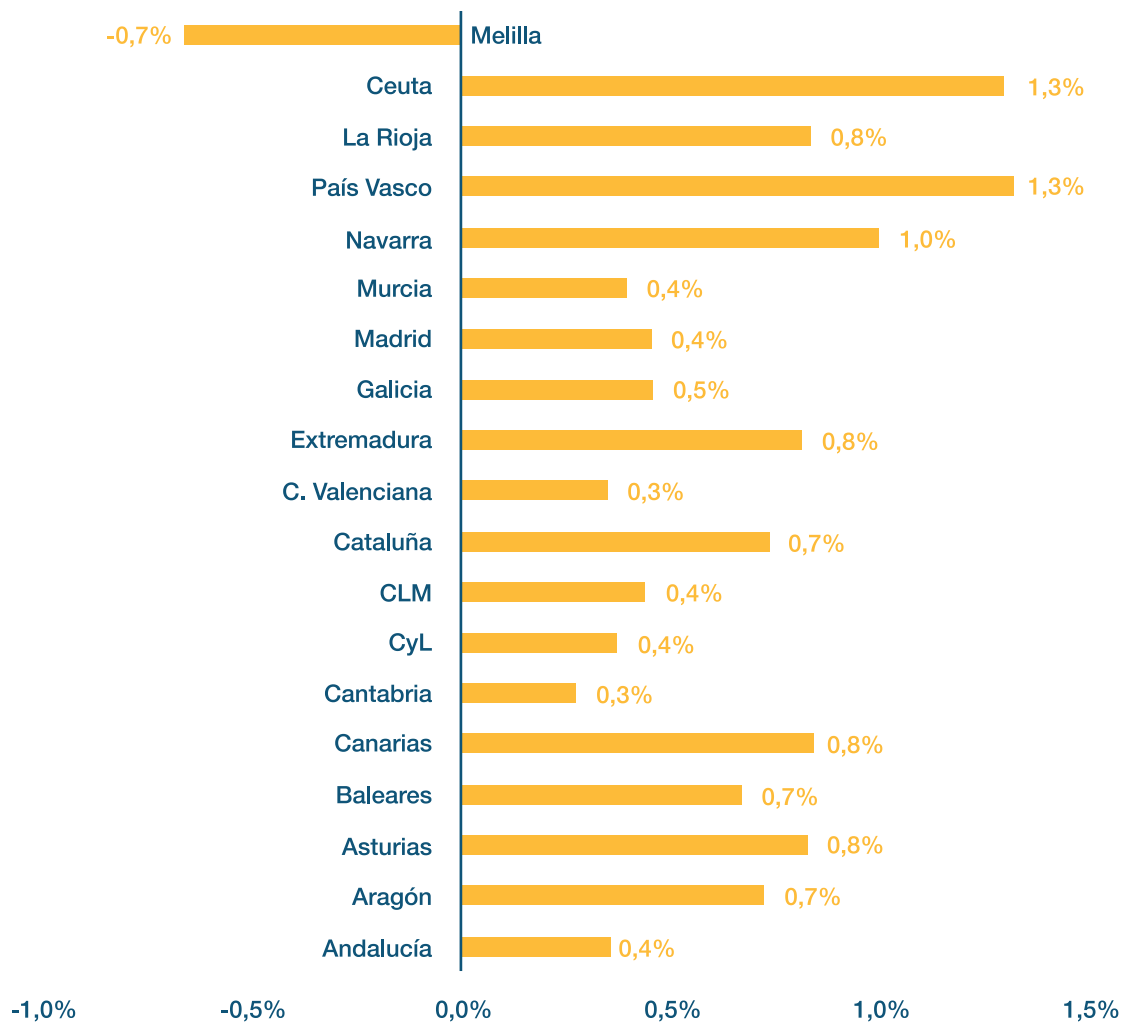
En el mes de septiembre los precios en el sector de equipo del hogar (muebles, electrodomésticos, equipos audiovisuales...) encadenan ocho meses de descensos consecutivos según el deflactor de comercio. En cuanto a los precios alimentarios, registran la menor tasa de crecimiento de los últimos tres años y las expectativas coinciden en señalar que se puede cerrar 2024 con caídas de precios. El sector agroalimentario español se está recuperando de los fuertes shocks que lastraron su producción en los dos últimos años. La incipiente mejora de la sequía prolongada que ha afectado a gran parte del campo español y una cierta moderación de los costes de producción se están traduciendo en unas estimaciones más positivas para la campaña 2024-2025.

04. La distribución comercial en España

El deflactor del comercio minorista se reduce de forma generalizada en todas las CCAA, de forma que la tasa acumulada desde enero hasta septiembre se sitúa en una horquilla de entre el 1,4% que corresponde a Melilla y el 2,9% de Ceuta. En el resto de las comunidades el recorte de la tasa de avance del deflactor del comercio respecto al pasado año también es muy significativa ya que supera los 7 puntos porcentuales en ocho de ellas. Durante el período estival de 2024 los precios del comercio minorista en España prácticamente se mantienen estancados (aumentan un 0,6% respecto al verano del pasado año). Las únicas comunidades que registran una tasa de aumento superior al 1% anual son Navarra, País Vasco y Ceuta.

Deflactor del comercio sin estaciones de servicio

Tasa de variación anual en tercer trimestre. En % sobre valor total



Fuente: ANGED según datos INE/MINECO

04. La distribución comercial en España

4.5. Categorías y cuotas de mercado

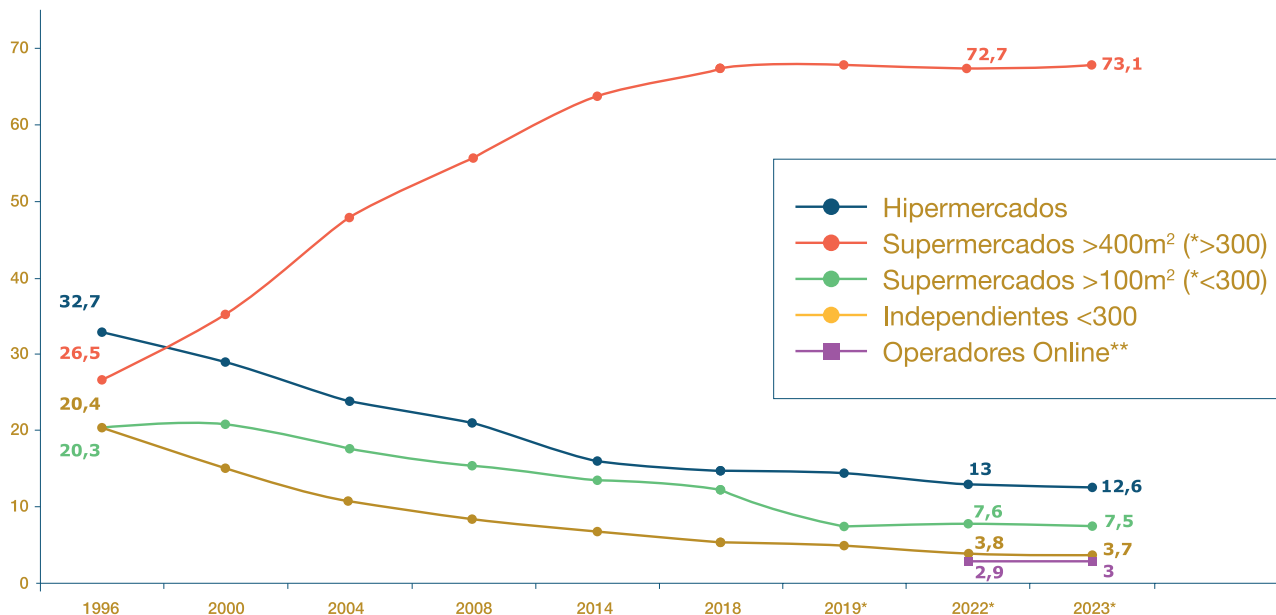
4.5.1 Gran consumo y alimentación

El gasto total en alimentos y bebidas en 2023 avanzó un 7,5% hasta los 115.917 millones de euros, debido al incremento de los precios, con un consumo estable. La alimentación fuera del hogar representa el 30,4% del total y su gasto creció un 3,1%, frente al 9,6% de la alimentación dentro de hogar, según datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. En el segundo trimestre de 2024 el volumen de gasto alimentario registra un avance anual del 0,7% mientras que los precios alimentarios continúan la senda descendente moderando la tasa anual hasta el 2,8% desde el 3,2% anterior.

Para el mercado de Gran Consumo, este escenario se tradujo en un crecimiento anual récord del 10,4% en 2023, impulsado por un alza de los precios del 9,4%. En volumen crece un 0,9%, las comunidades turísticas han contribuido en gran medida a este crecimiento, según datos de Nielsen IQ.

Los hipermercados y los comercios independientes pierden en esta coyuntura la cuota ganada en pandemia, en favor de los supermercados grandes, que ganan 0,4 puntos. En concreto, los hiper bajan cuatro décimas hasta el 12,6% y vuelve a crecer la venta online unas décimas hasta el 3% de cuota.

Evolución de las Cuotas de Mercado de la Alimentación. (1996/2023) %.



Fuente: ANGED con datos AC Nielsen

** incluye operadores físicos de hipermercados y supermercados + pure players + perfumerías

04. La distribución comercial en España

Entre 2008 y 2023 se abrieron casi 5.900 supermercados, lo que supone cerca 400 nuevos centros al año, frente a un saldo de 54 nuevos hipermercados en 15 años. Por su parte, los supermercados independientes y las droguerías continúan reduciéndose de media en casi 1.100 centros al año.

La superficie comercial de productos de gran consumo ha crecido desde el 2008 al 2023 el 22%. En ese periodo, el super grande ha doblado su superficie (+98%), frente a los hipermercados que han aumentado un 4%.

Evolución del número de establecimientos por formato y variación de centros y superficie comercial

Formatos	Nº Centros	M ²	
	2023	2023-2008	% 2023-2008
Hipermercados	495	54	4%
Supermercados (800-2.499m ²)	5.897	3.046	98%
Supermercados (300-799m ²)	6.947	2.116	5%
Supermercados (menos de 300m ²)	9.796	781	-23%
Independientes (menos de 300m ²)	25.600	-10.097	2%
Perf. Drog. Organizada*	3.198	-2.137	-30%
Drog. Perf. Tradicional*	4.104	-4.954	-33%
TOTAL ESTABLECIMIENTOS	55.542	-11.696	22%

Fuente: ANGED con datos AC Nielsen.
(* Península y Baleares)

¿Qué tendencias marcan el gran consumo?

El 93% de los hogares ha modificado su comportamiento de compra para el control de gasto, la elección de la marca de distribución casi supone la mitad del gasto de la cesta, un 48%. Además, se controla más el coste de la cesta, el consumidor que va más a la compra, con un incremento del 8% en los actos de compra, pero que deposita un 6,5% menos de unidades en la cesta y también compra formatos más pequeños, con una reducción del 1% en el volumen por unidad (Nielsen IQ, 2023)

¿Cuánto representa el ecommerce de gran consumo?

El peso del e-commerce difiere de unas categorías a otras en productos de gran consumo. El cuidado de la salud logra una cuota del 65%; un 35% en productos para mascotas y un 21% en cuidado personal. A continuación, se sitúan las referencias para bebé (15%), cuidados en el hogar (13%), bebidas no alcohólicas (5%), el doble que para las bebidas alcohólicas (2%) y alimentación (2%). No obstante, un 40% de los consumidores realiza compras híbridas, en tiendas físicas y online, el doble que antes de la pandemia (Nielsen IQ, 2023).

04. La distribución comercial en España

4.5. Categorías y cuotas de mercado

4.5.2. Bienes de consumo tecnológicos y línea blanca

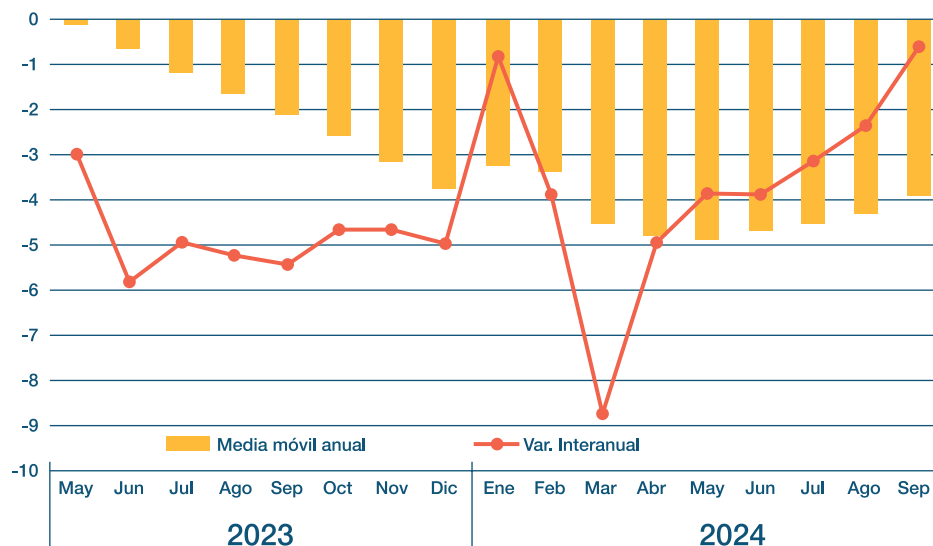
El mercado de bienes de consumo tecnológicos confirmó el cambio de ciclo con una caída del 1,4% en 2023, frenando el buen comportamiento de los años anteriores por la transformación de los hábitos de trabajo a distancia y la mejora del equipamiento de los hogares. La evolución sobre datos prepan demia sigue siendo positiva (+7,5%).

Las categorías más dinámicas fueron el Aire Acondicionado Doméstico (24,8%), la Fotografía Digital (6,7%), el PAE (5,4%) y los Videojuegos (2,2%). Los de evolución negativa fueron la Línea Blanca (-5%), la Línea Marrón (-9,2%), la Informática Doméstica (-6,3), Calefacción Eléctrica (-2,5%), Telecomunicaciones Domésticas (-1,6%) y Menaje (-0,8%), según datos de Electromarket.

Por su parte, las ventas de electrodomésticos cayeron en valor un 5%, pero con un descenso del 7,5% en volumen, en sintonía con la caída de compraventas de viviendas del 11,2%. A lo largo de 2024 se amortigua la tendencia bajista de las ventas y en el período enero-septiembre la caída acumulada se situó en el -0,5%, compatible con que las ventas de aparatos electrodomésticos cierren 2024 en el mismo nivel que el ejercicio anterior.

Evolución ventas valor Electrodomésticos línea Blanca

En %.



Fuente: APPLIA

¿Cuánto representa el ecommerce de productos tecnológicos?

Esta categoría es la más dinámica del comercio electrónico. Antes de la pandemia ya contaba con una cuota de mercado del 21,7%, alcanzando el 30% los tres últimos ejercicios, con una tendencia previsible de estancamiento tras el boom de 2020 (+60%). En el segmento de productos tecnológicos España tiene un comportamiento muy similar al de los grandes mercados europeos.

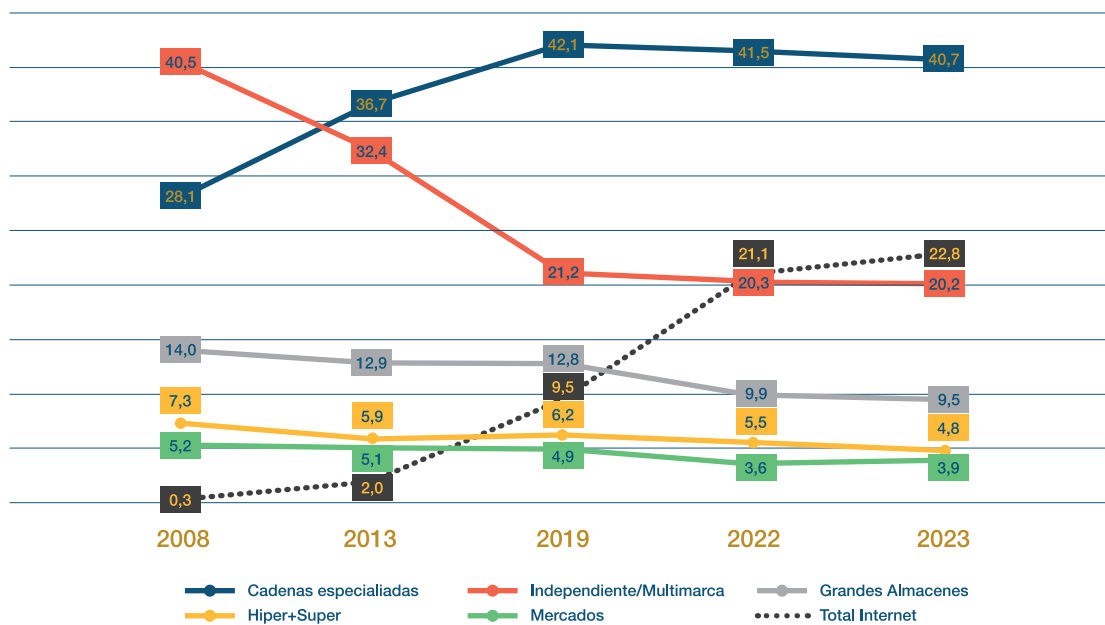
04. La distribución comercial en España

4.5. Categorías y cuotas de mercado

4.5.3. Textil y Moda

La moda ha sido la categoría del comercio más afectada por la inestabilidad de los últimos ejercicios y la que más lentamente se recuperó tras la pandemia. En 2023, el comercio textil facturó un 3,4% más, superando los 11 mil millones de euros, aunque desde 2019 ha perdido 7 mil millones de ingresos corrientes. De esta forma, según los datos que publica ACOTEX, el gasto dedicado a moda sigue estando un 27% por debajo de los niveles prepandemia. El reparto del mercado por tipo de formatos se mantiene sin grandes cambios, siguen cayendo las cadenas independientes y los grandes almacenes, aunque en menor medida que otros años al haber recuperado gran parte del turismo de compras, que concentraba el 10% de las ventas en 2019. El canal de compra online mantiene el crecimiento de las ventas por encima de la media de formatos.

Evolución de las Cuotas de Mercado de textil, moda y complementos. (2008/2023) %.

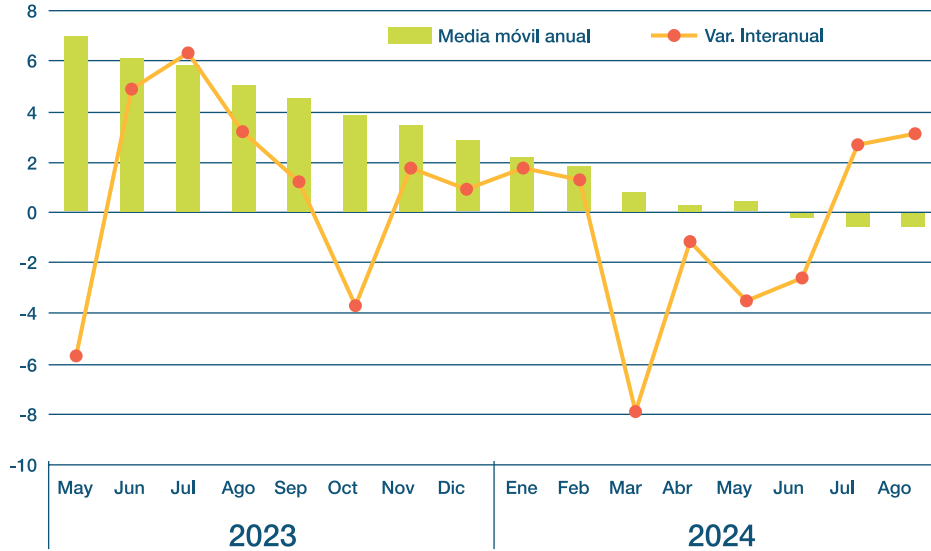


Fuente: ANGED con datos KANTAR

Los últimos datos del Barómetro de Asociación Nacional de Moda Retail ACOTEX muestran que durante el período estival de 2024 las ventas de textil crecieron menos de lo previsto. Las expectativas para el período de rebajas eran favorables ya que al no venderse el producto en temporada había mucho stock en las tiendas con precios muy atractivos. En los últimos doce meses hasta agosto las ventas se mantienen estancadas, aunque las expectativas apuntan a que el año 2024 podría cerrarse en positivo.

04. La distribución comercial en España

Evolución ventas valor Textil Moda ACOTEX

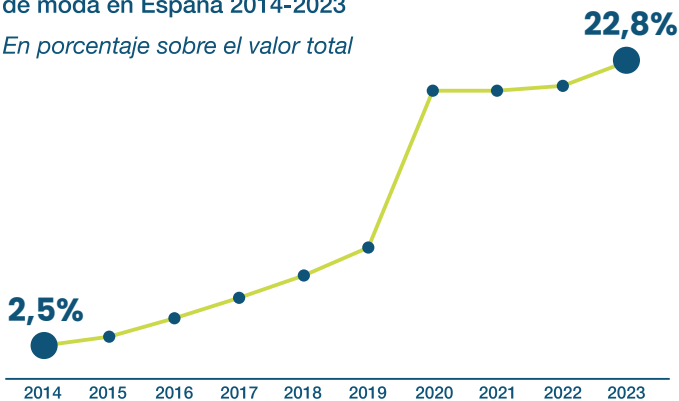


¿Cuánto representa el ecommerce en el textil?

El textil sigue avanzando rápido en la omnicanalidad con un peso del ecommerce del 22,8%, frente al 9,5% de 2019. Los distribuidores con tienda física mantienen la mayor parte de cuota ganada en la pandemia (60%) y copan más ventas de moda online que los pure players. En relación con nuestros homólogos europeos, en España el peso del comercio online supera ya la cuota de Francia y la de Italia. El ranking lo encabeza Reino Unido con un peso de las transacciones online del 41,6% sobre el total de moda, seguido de Alemania.

Peso del ecommerce sobre el total de ventas de moda en España 2014-2023

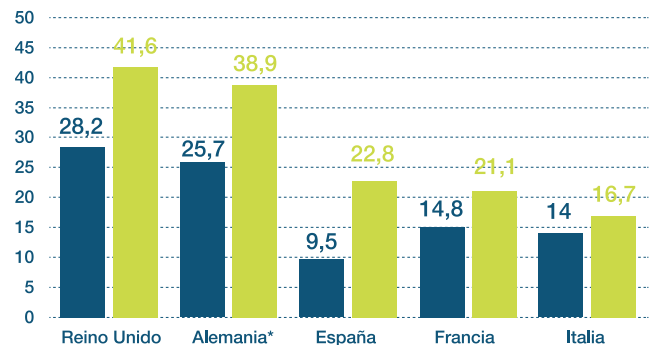
En porcentaje sobre el valor total



Fuente: KANTAR | Worldpanel Division

Peso del ecommerce en total de ventas de moda De 2019 a 2023

En porcentaje sobre el valor total



Fuente: ANGED con datos KANTAR
*Alemania datos de 202

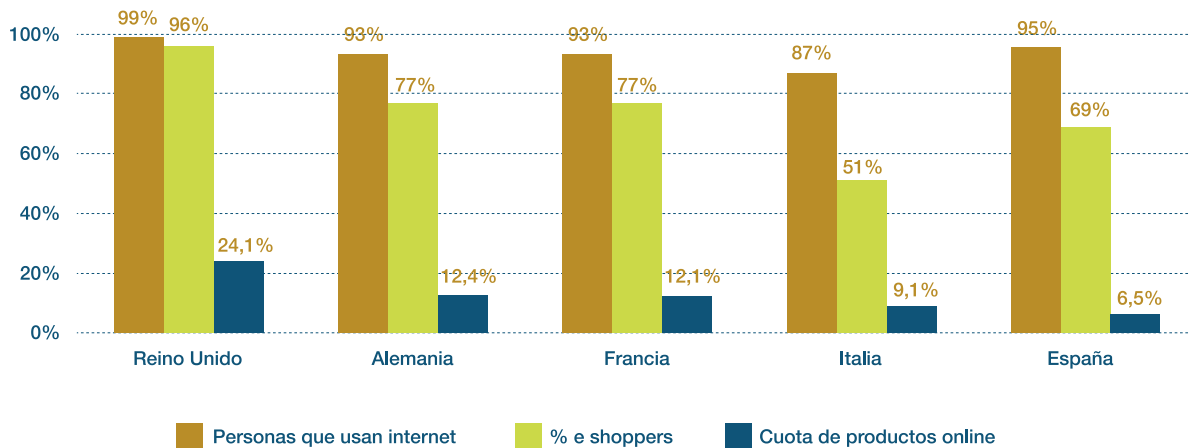
04. La distribución comercial en España

4.6. Evolución del comercio electrónico

El comercio electrónico en España alcanza su madurez, tras una década de fuerte crecimiento y el boom digital de la pandemia. La penetración de las compras online en España avanzó hasta alcanzar el 69%, a un punto de la media de la Unión Europea, según Eurostat. Respecto a países más digitalizados, España todavía está a 20 puntos de Dinamarca, Países Bajos, Suecia e Irlanda, pero supera en 18 puntos a un mercado muy similar como es Italia.

El canal online se integra como uno más del comercio, la compra híbrida se consolida como la opción preferida de 6 de cada 10 consumidores y destaca sobre todo como principal fuente de búsqueda de información para el 93% de los usuarios, manteniéndose en los dos últimos años. No obstante, la frecuencia media de compra online desciende a 2,5 veces/mes, la más baja desde 2019, y que el ticket medio por compra se reduzca a 69€ (IAB 2024). En los últimos 10 años, el ecommerce ha crecido de media anual del 22%, frente a tasas del 4% en el total del comercio.

E-commerce Europa 2023



Fuente: Elaboración ANGED con datos Eurostat y Ecommerce Europe

A cierre de 2023 el comercio electrónico de productos y servicios en España creció un 16,3% más que el año anterior, según el Informe de Comercio Electrónico de la Comisión Nacional de Mercados y Competencia (CNMC), que recoge los pagos online con tarjeta (en torno al 85% del total, ONTSI).

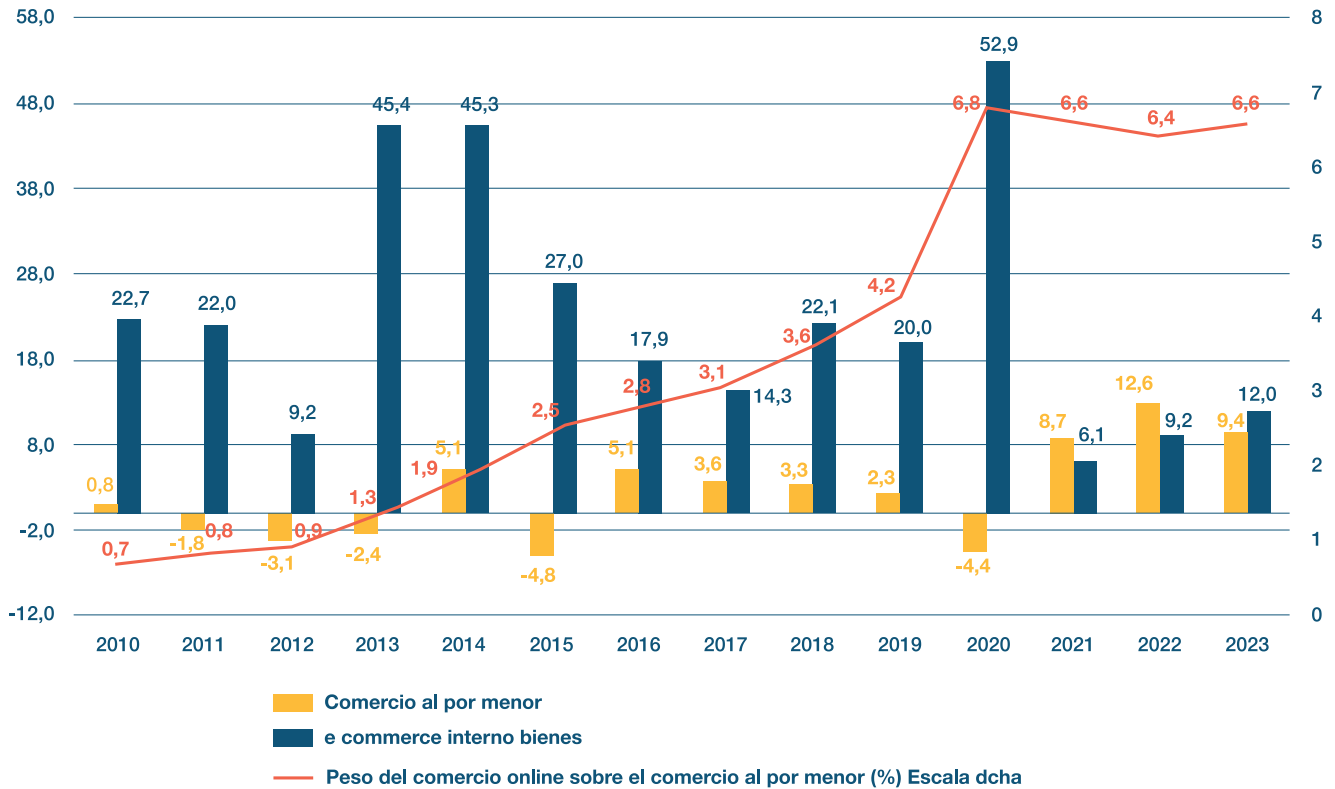
Considerando exclusivamente el e-commerce de productos las ventas aumentaron un 12% en 2023 y el crecimiento acumulado desde 2019 se acerca ya al 100% gracias al boom digital impulsado por la pandemia. En 2023 el porcentaje que representa el comercio online sobre el comercio minorista se elevó hasta el 6,6% desde el 6,4% del año anterior.

El ecommerce rompe las fronteras convencionales del comercio: El 58% de compras online que realizamos los españoles tienen su origen en empresas situadas en otros países, es decir, se importan. Un porcentaje que alcanza el 90% en categorías como el textil, calzado y ordenadores.

04. La distribución comercial en España

Comercio al por menor

% Tasa de Variación Anual (izquierda) y Peso del e-commerce (derecha)



El peso del comercio online sobre PIB en España supera el 6% en 2024, lo que posiciona a nuestro país en tercera posición en la UE, sólo por detrás de Grecia y Dinamarca. El primer puesto del ranking europeo corresponde a Reino Unido con un 8% del PIB este año. Para 2024 se estima que las ventas online alcanzarán los 92 mil millones de euros, lo que supone un incremento anual del 9%, tras el 16% registrado el pasado año. Esta evolución confirma al mercado español como uno de los más dinámicos en el contexto europeo.

Según los datos publicados por la CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia), el comercio electrónico superó en España los 21 mil millones de euros en el primer trimestre del año 2024. Esta cifra supone un 13,7% más que el año anterior y corresponde a más de 412 millones de transacciones. Estos datos son compatibles con el incremento anual previsto de la facturación online hasta 92 mil millones de euros este año.

ANGED

ASOCIACIÓN NACIONAL
DE GRANDES EMPRESAS DE
DISTRIBUCIÓN

Velázquez, 24 - 5º Dcha.
28001 Madrid (España)
915 223 004
anged@anged.es
@ANGED_es

anged.es