

Resumen Ejecutivo

Barómetro del comercio

Inteligencia Económica

3T
2026

Claves

La economía española mantiene un crecimiento superior al de la zona euro, apoyado en la demanda interna, pero el pulso del consumo y del **comercio** pierde intensidad al cierre del verano. El **gasto turístico** continúa aportando dinamismo, mientras la confianza permanece débil. La actividad minorista avanza de forma desigual por **sectores** y **canales**: las grandes cadenas y las ventas de bienes no alimentarios muestran mayor resistencia.

- 1 **Contexto económico**
- 2 **Indicadores de consumo privado**
- 3 **Comercio minorista: actividad**
- 4 **Comercio minorista: precios**
- 5 **Comercio minorista: empleo**
- 6 **Monitor Gran Consumo Worldpanel by Numerator**

1 / CONTEXTO ECONÓMICO

Perspectivas de crecimiento

Previsiones Variación Anual del PIB

Actualización de Perspectivas de la Economía Mundial, julio 2026 - (p) = previsión

País/Región	2025	2026 (p)	2027 (p)
España	2,8	2,1	1,8
Estados Unidos	2,1	2,3	2,2
Zona del euro	1,5	0,9	1,2
Alemania	0,2	0,7	1
Francia	0,8	0,6	0,9
Italia	0,5	0,5	0,5
Japón	1,2	0,6	0,7
Reino Unido	1,4	1	1,3

Tabla: La Distribución ANGED • Fuente: FMI • Creado con Datawrapper

España mantiene un **diferencial positivo** de crecimiento frente a la **zona euro**, aunque el PIB pierde impulso.

Las previsiones para 2027 anticipan una **desaceleración** hasta el 1,8%, lo que reduciría el diferencial de crecimiento frente a la zona euro hasta unas seis décimas, en un contexto de tibia recuperación de las principales economías.

2 / INDICADORES DE CONSUMO PRIVADO

Confianza de los consumidores

Índice de Confianza del Consumidor en el Área Euro

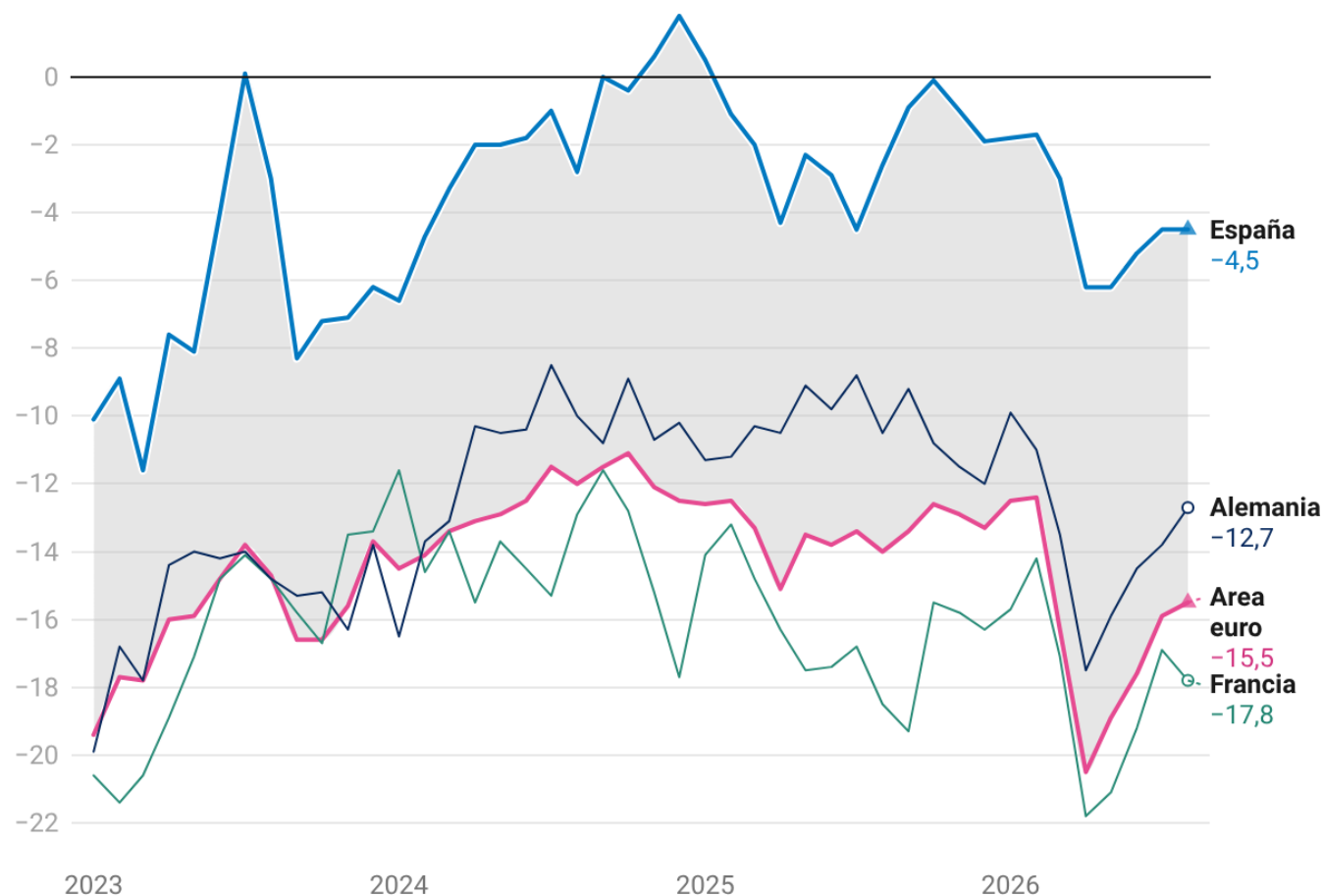


Gráfico: La Distribución ANGED • Fuente: Eurostat • Creado con Datawrapper

La confianza del consumidor mejora tras el deterioro de esta primavera, pero no supera el nivel de comienzos de año. En todo caso, **España** mantiene un **diferencial positivo** de 11 puntos frente a la media europea.

Alemania y **Francia** registran niveles muy negativos en el índice de confianza del consumidor con registros del -12,7 y -17,8, respectivamente.

3 / COMERCIO MINORISTA: ACTIVIDAD

Actividad comercial por sectores

Variación del Índice del Comercio Minorista

Variación interanual (%) de la media Enero-Julio

ene-jul 25 ene-jul 26

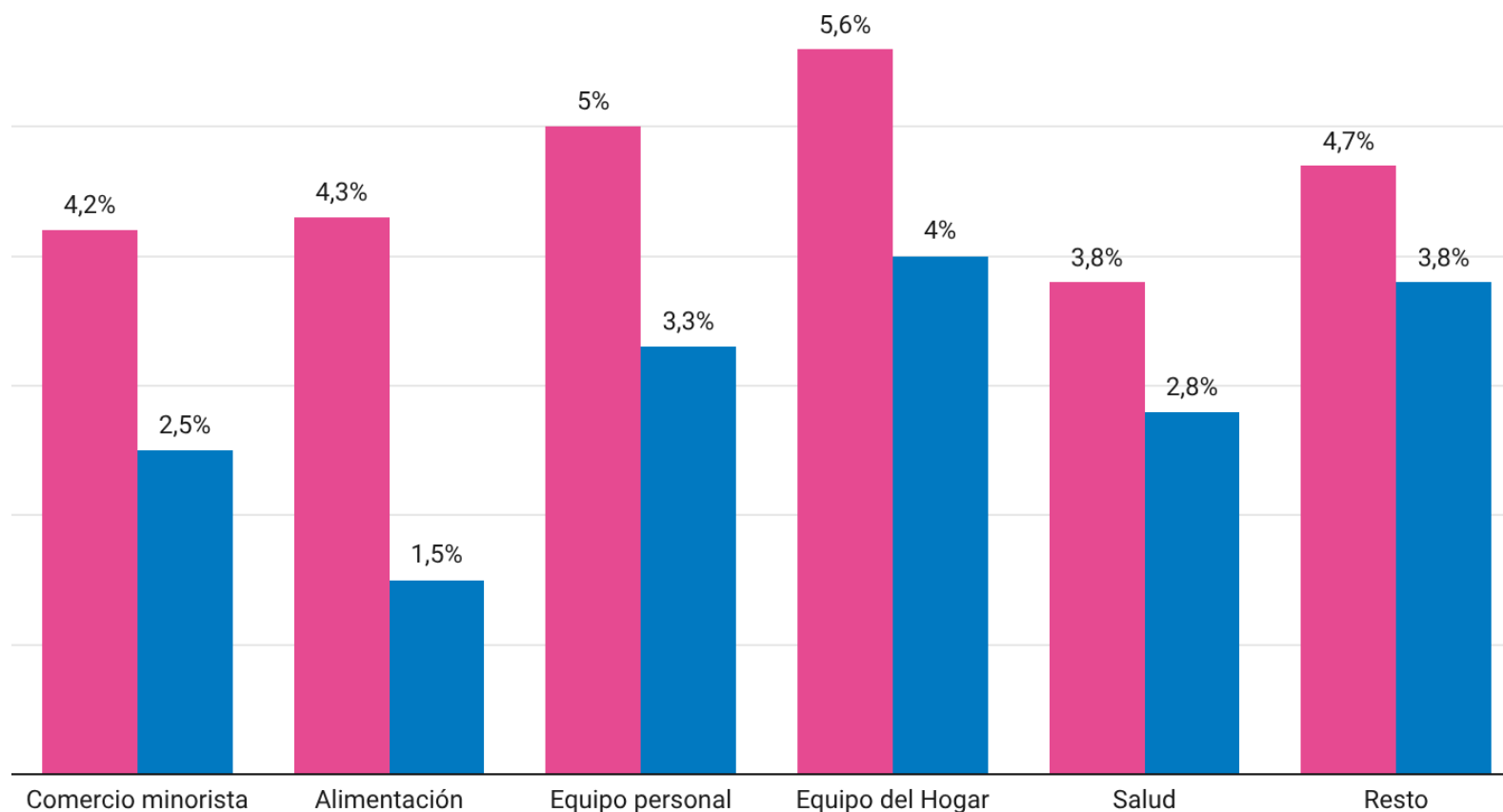


Gráfico: La Distribución ANGED • Fuente: INE/MINECO • Creado con Datawrapper

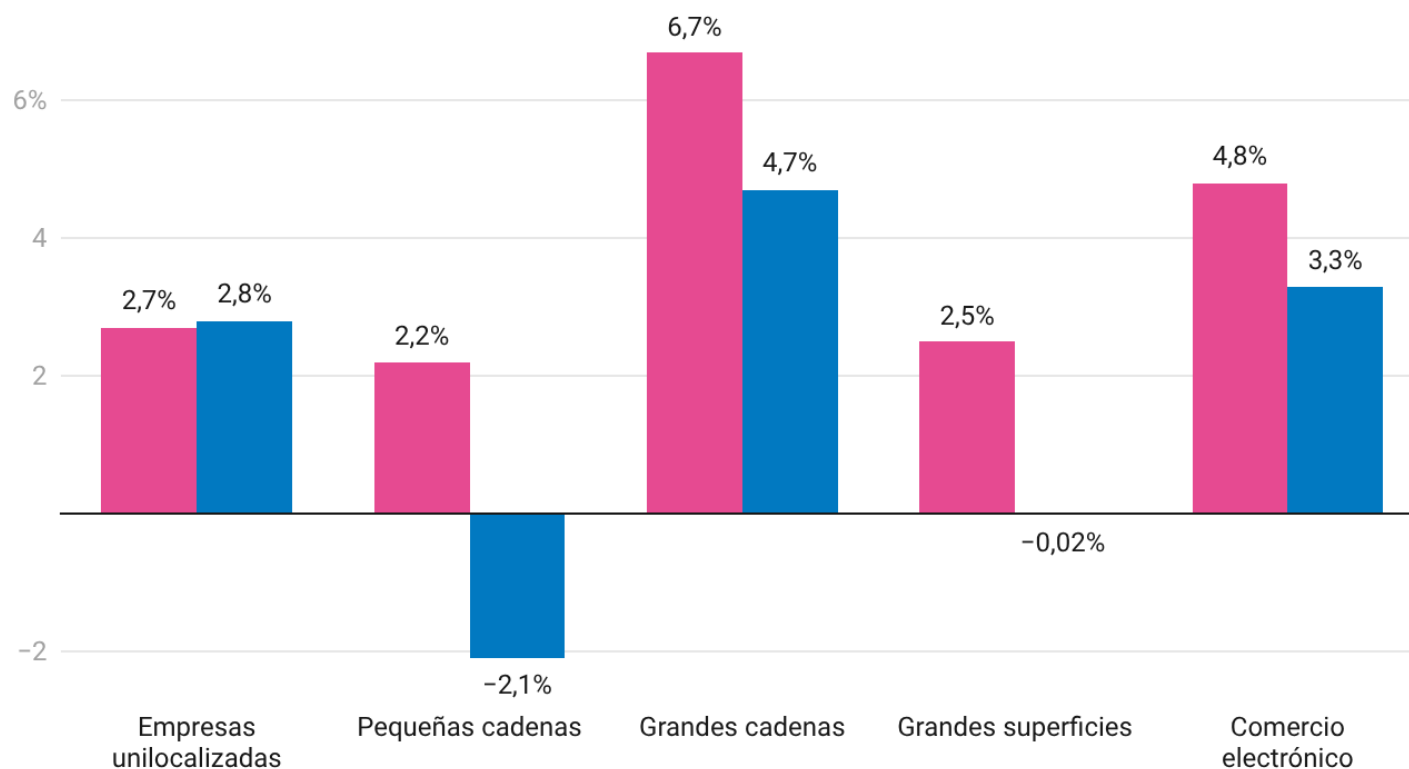
3 / COMERCIO MINORISTA: ACTIVIDAD

Actividad comercial por canales

Ventas Comercio Minorista en Volumen

Variación anual (%)

ene-julio 2025 ene-julio 2026



Las **grandes cadenas lideran el crecimiento** de las ventas hasta julio, aunque pierden dos puntos respecto al mismo periodo de 2025.

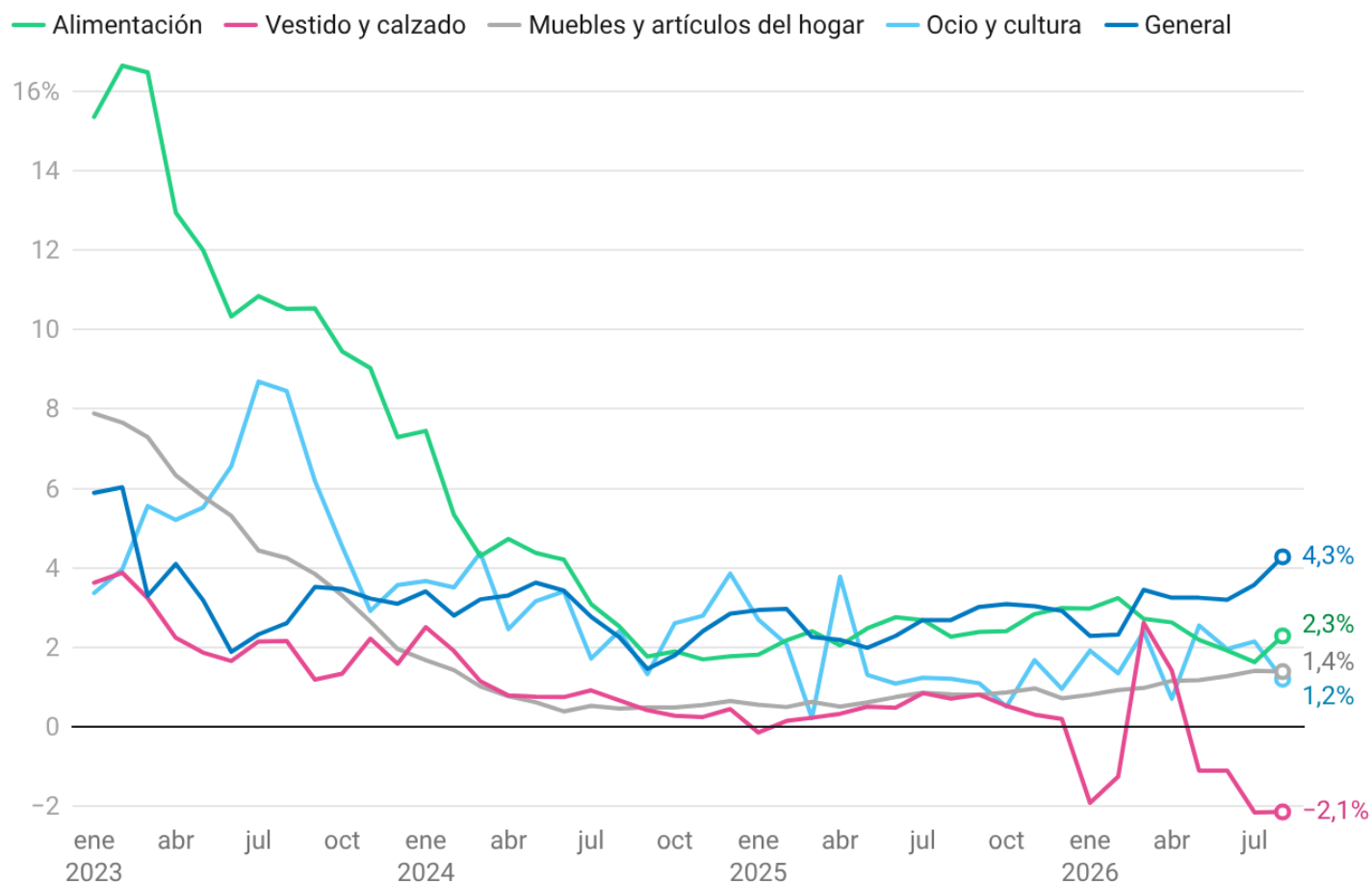
Las ventas en **pequeñas cadenas** pasan a registros negativos y el comercio en **grandes superficies** se estanca. El comercio en las empresas **unilocalizadas** mantiene el ritmo respecto al pasado año en tasas cerca del 3%.

Gráfico: La Distribución ANGED • Fuente: INE • Creado con Datawrapper

4 / COMERCIO MINORISTA: PRECIOS

IPC por sectores

Inflación por grupo de productos



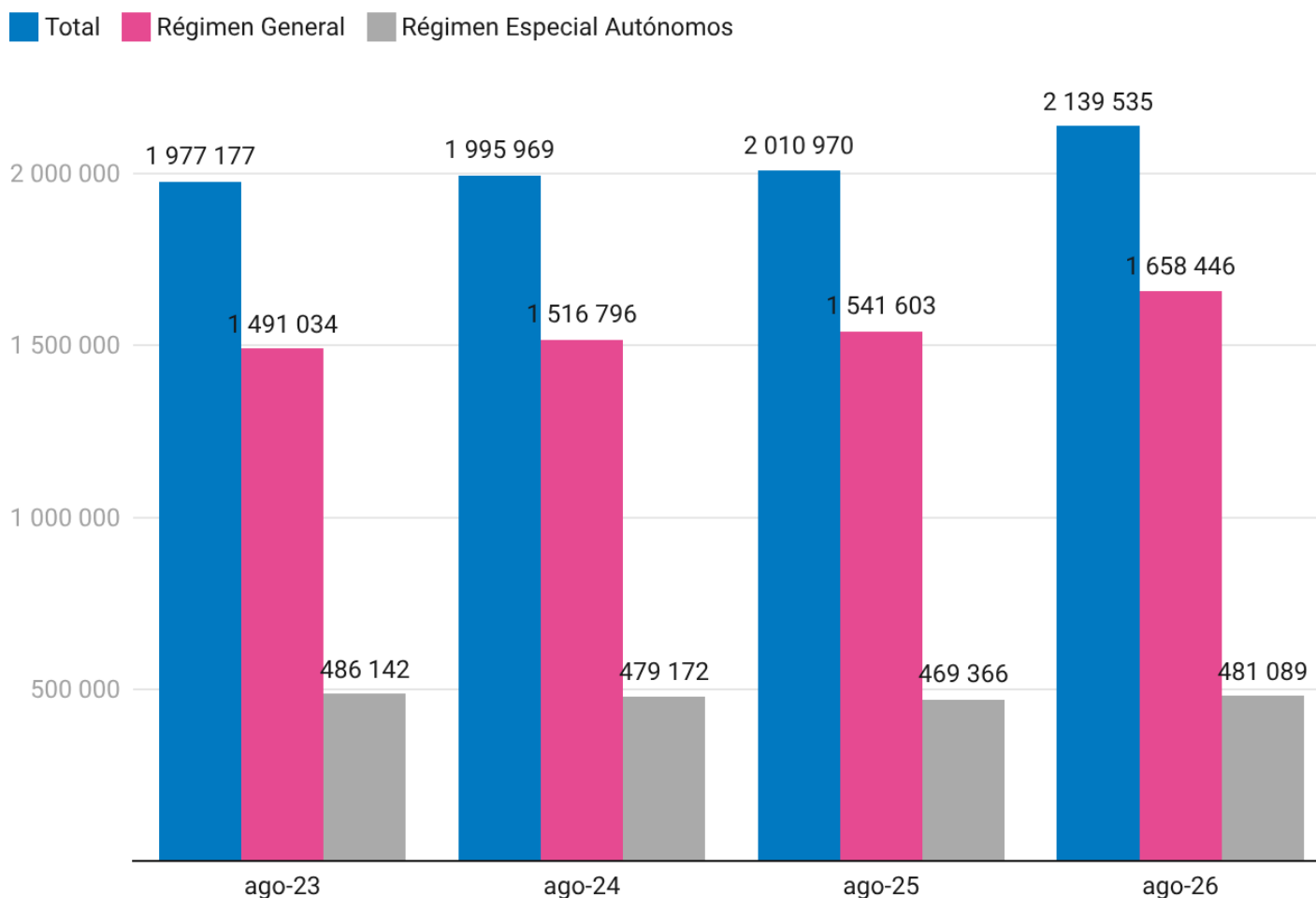
En agosto la **inflación general** alcanzó el 4,3%, frente al 2,3% de la **alimentación**. Electricidad, gas y otros combustibles repuntaron hasta el 10,6%; el **transporte** subió un 9,5%, su tasa más alta desde agosto de 2022.

La **inflación subyacente** (sin precios de energía) descendió una décima, hasta el 2,9%. Esta divergencia es consistente con una **presión** principalmente **energética y externa**.

5 / COMERCIO MINORISTA: EMPLEO

Afiliación en el Comercio

Afiliados a la Seguridad Social en Comercio Minorista

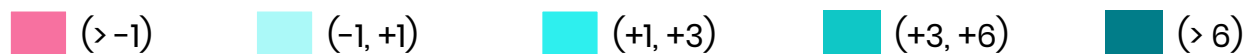
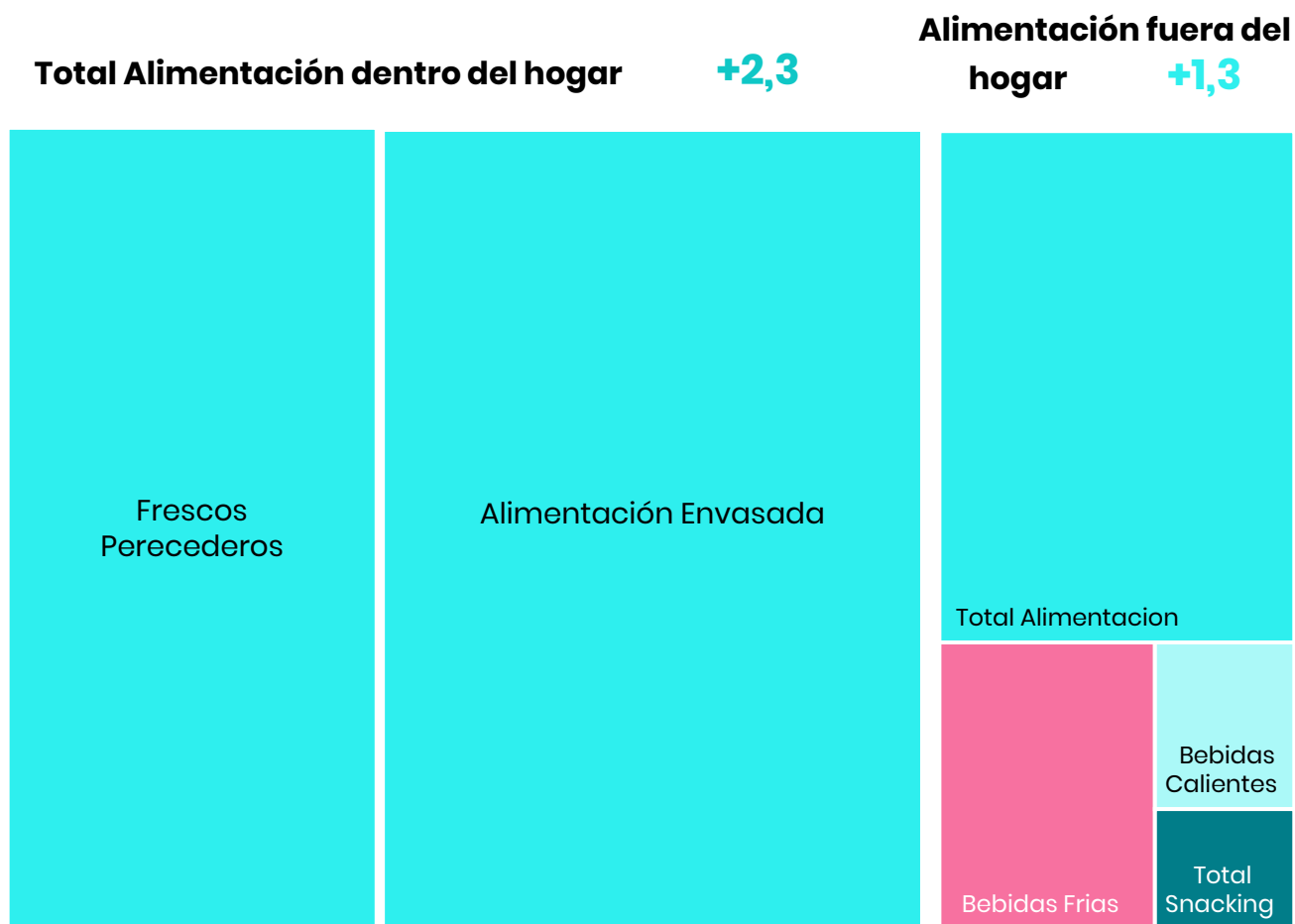


El número de afiliados en comercio minorista alcanza una cifra de 2.139.535 personas en agosto. El **régimen general concentra la mayor parte del incremento**.

Los autónomos también aumentan ligeramente, tras los descensos registrados en los dos años anteriores, pero no alcanzan el nivel de 2023.

6 / MONITOR GRAN CONSUMO WORLDPANEL

Dinámica por categorías de gasto



Total FMCG
dentro y fuera
del hogar

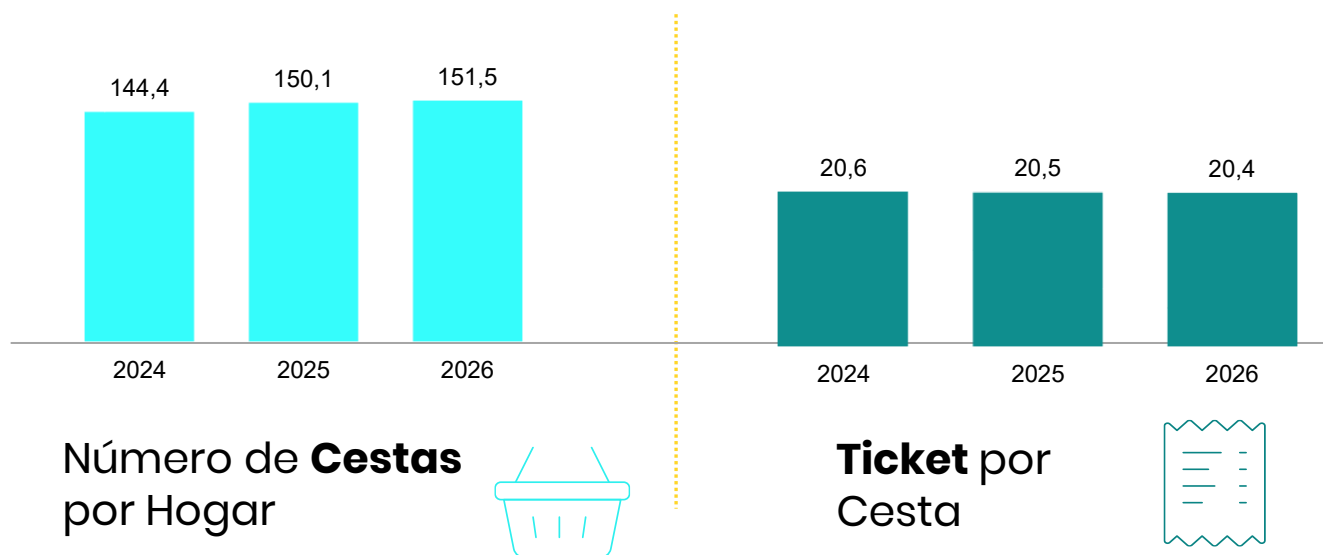


% Evolución Valor
YTD P8/2026

6 / MONITOR GRAN CONSUMO WORLD PANEL

Tendencias y hábitos de compra

Total FMCG dentro del hogar * YTD P8/2026



- Total FMCG: Alimentación (con frescos perecederos) + Droguería + Perfumería + Baby + Pet Food;

6 / MONITOR GRAN CONSUMO WORLD PANEL

Dinámica por canales de distribución

FMCG* Dentro del hogar



- Total FMCG: Alimentación (con frescos perecederos) + Droguería + Perfumería + Baby + Pet Food;



LA DISTRIBUCIÓN ANGED