

*Juan Enrique Gradolph Cadierno\**

## EL COMERCIO MINORISTA ANTE 2024

El comercio minorista mantuvo durante 2023 una senda expansiva y presenta buenas perspectivas para el año 2024. El crecimiento de la actividad y la contribución a la generación de empleo son generalizados en los distintos formatos comerciales y más intensos en aquellos en los que hay mayor presencia de empresas de gran tamaño.

El sector avanza hacia la transformación de su estructura empresarial, la mejora de su competitividad y la transición hacia un modelo de omnicanalidad que aproveche las ventajas del comercio electrónico. Las acciones públicas puestas en marcha en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia son claves para que pueda afrontar estos desafíos y reforzar su contribución a la cohesión social y territorial.

**Palabras clave:** digitalización, comercio minorista, consumo, políticas públicas, Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, comercio conectado.

**Clasificación JEL:** L81, L88.

### 1. Introducción

Durante el año 2023, el comercio minorista se ha mantenido en una senda de expansión y las perspectivas en los primeros meses de 2024 parecen, igualmente favorables. Aunque el crecimiento de la actividad y del empleo está siendo generalizado para los distintos formatos comerciales, es más intenso en aquellos en los que dominan las empresas de mayor tamaño.

Este comportamiento, junto con el creciente grado de asalarización en el sector, apunta a una evolución del tejido empresarial del sector hacia empresas de mayor tamaño. En paralelo,

está aumentando también la importancia del comercio electrónico.

La transformación de la estructura empresarial del sector, su modernización, la mejora de su competitividad y la transición hacia la omnicanalidad merecen una valoración positiva. Es necesario que estos retos se aborden desde una perspectiva inclusiva, facilitando el tránsito a las pymes, el tipo de empresa dominante en el sector, y garantizando que este sigue desempeñando su papel clave como vector de cohesión social y territorial. Las políticas públicas deben acompañar al sector en este camino.

En este artículo se resumen los principales rasgos de la actividad del sector del comercio minorista durante 2023, así como sus resultados en términos de creación de empleo. Se analiza también la evolución del comercio digital que, en el caso del comercio minorista, ▷

---

\* Técnico Comercial y Economista del Estado.  
Versión de marzo de 2024.  
<https://doi.org/10.32796/bice.2024.3168.7729>

ha conocido un impulso notable como resultado de la pandemia. Asimismo, se estudia la evolución de los indicadores de confianza del sector y de los consumidores en los primeros meses de 2024, que apuntan a una evolución favorable en este ejercicio. Del análisis se desprende que el sector, en un contexto de evolución positiva, está afrontando retos de transformación y digitalización. El artículo incluye también un epígrafe dedicado a estudiar los principales resultados de las acciones del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia que tienen por objetivo específico el apoyo al comercio minorista y a su papel vertebrador en la economía española. En un último apartado, se resumen las principales conclusiones.

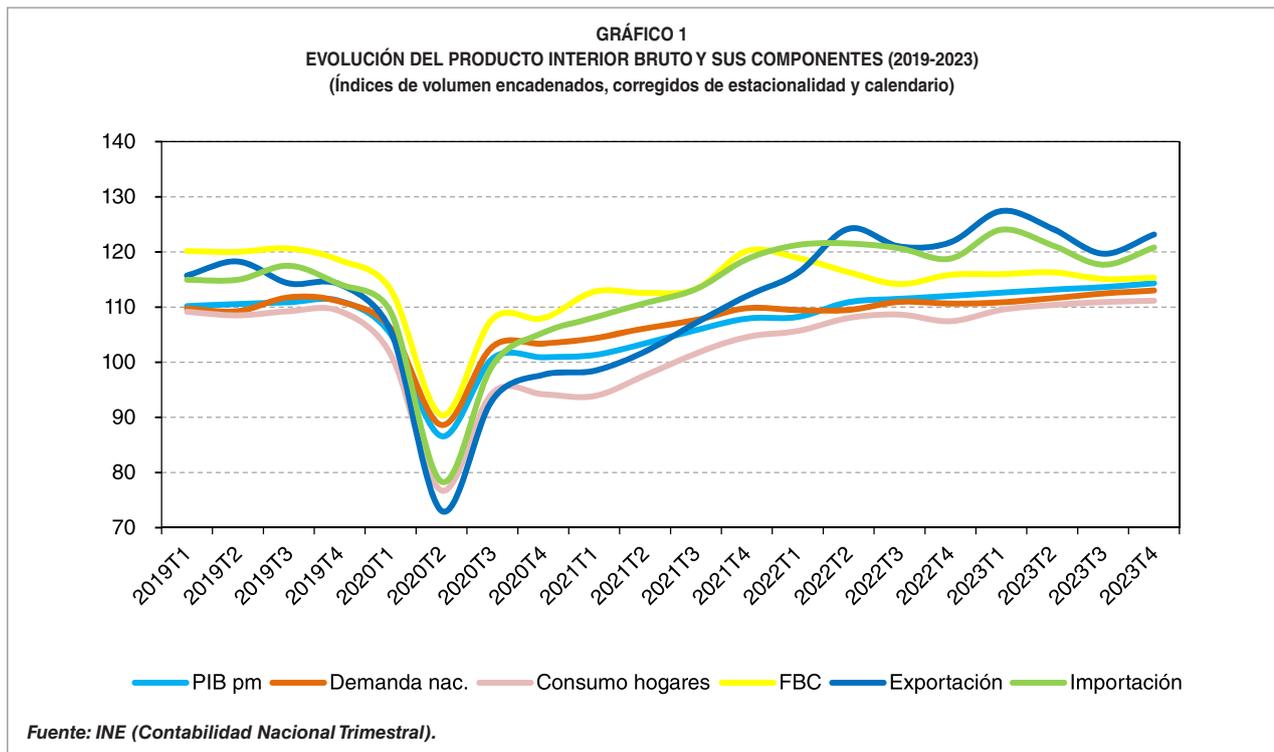
## 2. Evolución de la actividad

En el año 2023, la actividad del comercio minorista se ha mantenido en una senda de crecimiento. Este dinamismo se ha apoyado en

una expansión de la economía española sostenida, principalmente, por la demanda interna y, en particular, por el consumo de los hogares.

Esta evolución se ha enmarcado en un entorno internacional caracterizado por fuertes tensiones geopolíticas, el mantenimiento de políticas monetarias de tono restrictivo y una cierta atenuación de las presiones inflacionarias, incluso más intensa de la prevista en algunas regiones (Banco de España, 2024). Dicho entorno ha moderado el crecimiento de las exportaciones españolas, en especial, el de las dirigidas a los mercados comunitarios. La demanda interna y, en particular, el consumo de los hogares, han desempeñado un papel compensador a lo largo de todo el ejercicio, a pesar de que el endurecimiento de las condiciones financieras podría estar incidiendo en su evolución, en especial, en lo que se refiere a bienes de consumo duradero (Gráfico 1).

Así, en el conjunto del ejercicio 2023, el PIB aumentó en un 2,5 %, en términos reales, ▷



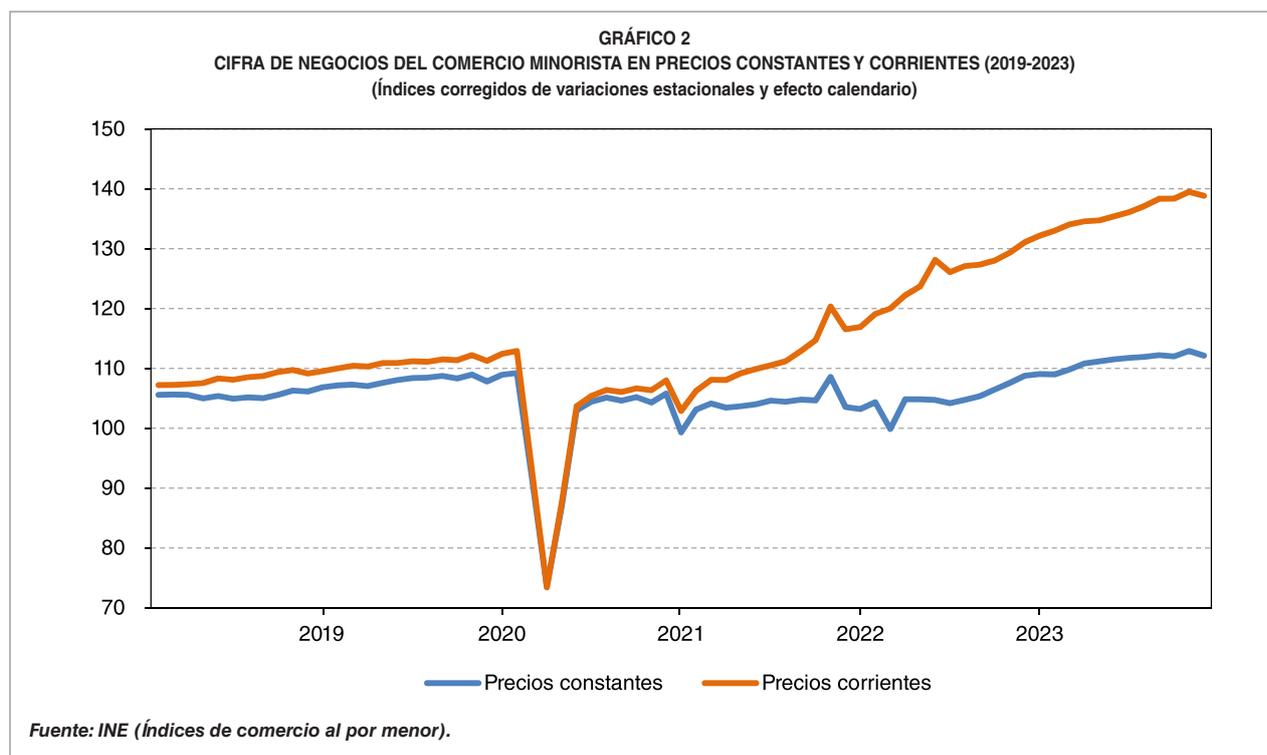
frente al crecimiento del 5,8 % registrado en 2022. El consumo de los hogares creció a una tasa anual del 2,8 %, también inferior a la registrada en 2022 (8,1 %), pero aún por encima de la del conjunto de la economía. Esta recuperación ha permitido que el consumo de los hogares superara en 2023 en un 2,8 % el nivel que alcanzó en 2019, el año previo a la crisis sanitaria.

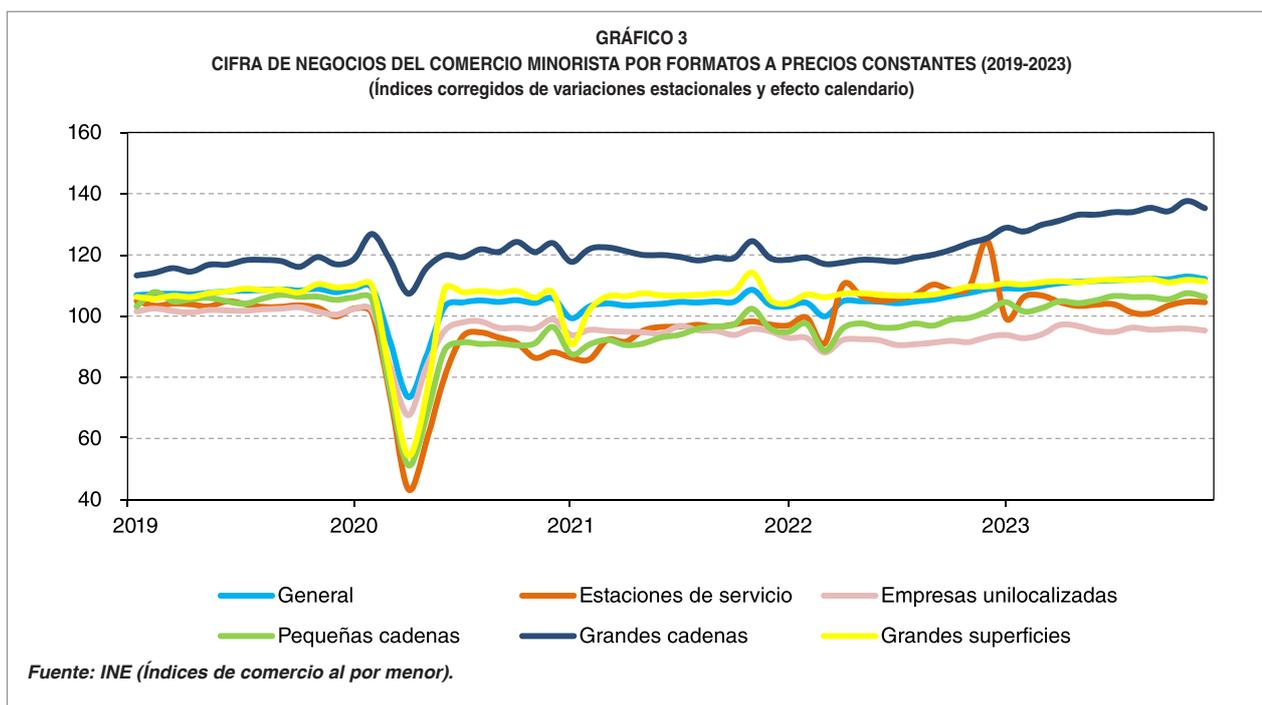
La evolución favorable del consumo de los hogares ha impulsado el crecimiento de la actividad del comercio minorista. La moderación de las expectativas sobre la inflación que se percibía a principios del ejercicio (Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, 2023) es uno de los factores que han contribuido a sostener el consumo de los hogares y la actividad del sector. En este sentido, puede constatar que se ha producido una moderación del ritmo de crecimiento de los precios en el sector del comercio minorista, que se refleja en una

reducción de la diferencia entre la evolución de la actividad sector medida en términos reales y nominales (Gráfico 2).

Así, en 2023 la cifra de negocios del comercio minorista aumentó, en términos reales, en un 6,0 %, frente al crecimiento del 0,9 % del año anterior. En términos nominales, las tasas de variación de esta variable fueron del 8,9 % en 2023 y del 12,7 % en 2022. Se observa, por lo tanto, que la diferencia entre el crecimiento nominal y real de la cifra de negocios del comercio minorista se redujo, desde los 11,8 puntos porcentuales registrados en 2022 a sólo 2,9 puntos porcentuales en 2023.

El crecimiento de la actividad ha sido generalizado en los distintos formatos comerciales, con la excepción del de estaciones de servicio (Gráfico 3). No obstante, se han observado diferencias de intensidad, con crecimientos especialmente elevados en las grandes cadenas comerciales y más moderados en las grandes superficies y empresas unilocalizadas. ▷





En efecto, en 2023 las grandes cadenas comerciales registraron un crecimiento real de su cifra de negocios del 11,0 %, las pequeñas cadenas del 8,6 %, las empresas unilocalizadas del 3,8 % y las grandes superficies del 3,8 %. La cifra de negocios de las estaciones de servicio descendió un 2,5 %, también en términos reales.

Agregadamente, el sector del comercio minorista ya ha superado el nivel de actividad, aproximada por la cifra de negocios a precios constantes, previo a la crisis sanitaria. La cifra de negocios del sector fue en 2023 un 2,3 % superior a la del año 2019.

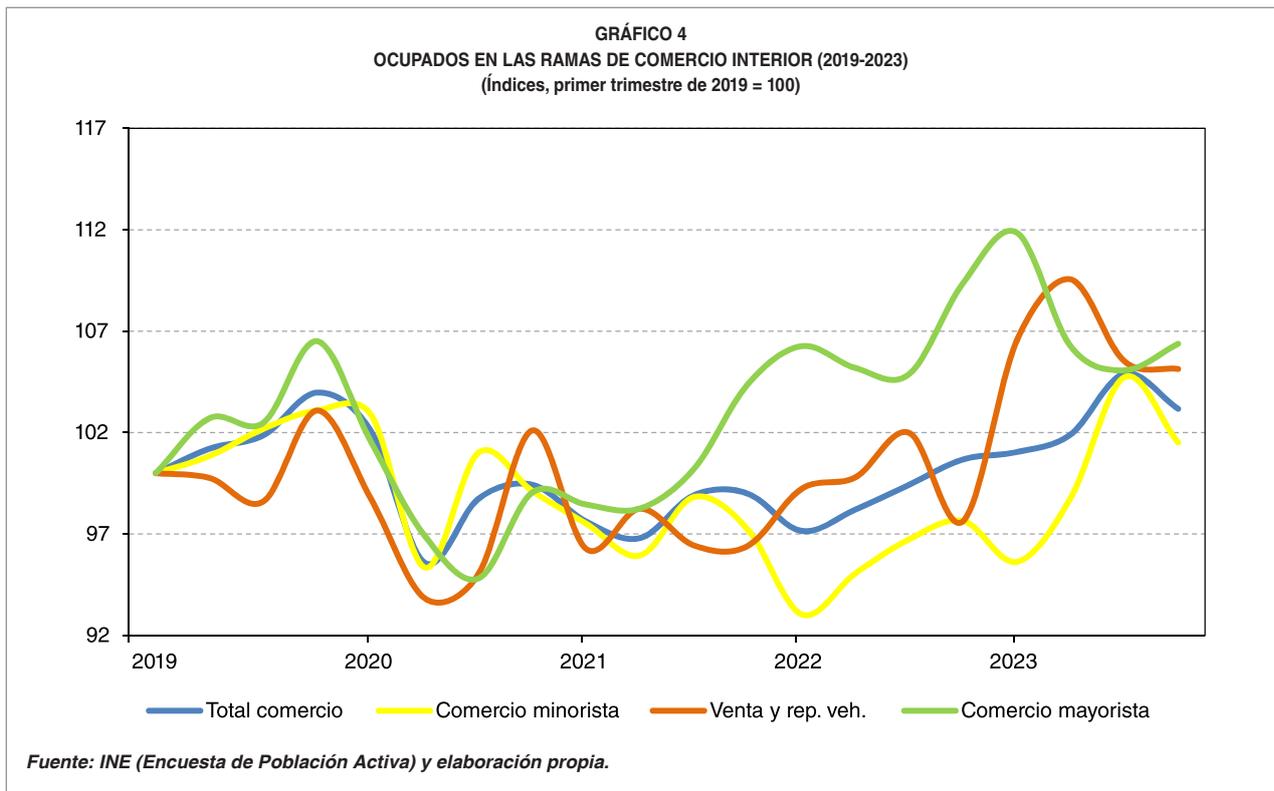
Sin embargo, por formatos comerciales las pequeñas cadenas y, sobre todo, las empresas unilocalizadas, se encuentran aún por debajo de dicho nivel. En concreto, las cifras de negocios a precios constantes de las pequeñas cadenas y de las empresas unilocalizadas fueron en 2023 aún un 0,5 % y un 6,4 % inferiores, respectivamente, a las registradas en 2019.

Esta evolución responde, posiblemente, a una tendencia de cambio en la estructura empresarial del sector, intensificado durante la

crisis sanitaria, que se refleja en una pérdida de peso relativo de los formatos comerciales donde predominan las empresas de tamaño más reducido. La evolución de otros indicadores, en particular los relativos al empleo, apunta en el mismo sentido.

### 3. Evolución del empleo

En paralelo al crecimiento de la actividad, el comercio minorista se ha mantenido en una senda de generación de empleo durante el año 2023, en el que registró un aumento del número de ocupados del 4,7 %, según la Encuesta de Población Activa (EPA). Tras el fuerte impacto en la actividad y el empleo de la crisis sanitaria, a mediados de 2021 los indicadores de empleo en el sector comenzaron a recuperarse. No obstante, de acuerdo con los datos de la EPA, en el último trimestre de 2023 el nivel de empleo en el comercio minorista era aún un 1,5 % inferior al del último trimestre de 2019 (Gráfico 4 y Cuadro 1). ▷



**CUADRO 1**  
**INDICADORES DE MERCADO DE TRABAJO EN LAS ACTIVIDADES DE COMERCIO INTERIOR**

	Último dato		Media anual*		Año corriente**		
			Año -2	Año -1	Acumulado	Anterior	Último
	Personas	Período	Tasas de variación anual				
<b>Ocupados. Encuesta de Población Activa</b>							
Total economía .....	21.246.900	2023T4	3,0	3,1	3,0	3,5	3,8
Total comercio .....	3.115.900	2023T4	-0,9	0,8	3,9	5,5	2,5
Venta y reparación de vehículos .....	354.200	2023T4	-0,6	2,9	7,1	3,5	7,7
Comercio al por mayor .....	830.500	2023T4	2,3	6,1	0,9	0,2	-2,7
Comercio al por menor .....	1.931.200	2023T4	-2,2	-1,8	4,7	8,3	4,0
<b>Afiliados medios mensuales. G7</b>							
Total sistema .....	20.708.382	feb-24	3,9	2,7	2,6	2,6	2,7
Total comercio (RG+RETA) .....	3.283.737	feb-24	1,9	1,3	1,4	1,3	1,5
Venta y reparación de vehículos (RG+RETA)	346.543	feb-24	1,0	1,8	2,6	2,6	2,7
Comercio al por mayor (RG+RETA) .....	1.047.192	feb-24	3,0	1,6	1,5	1,4	1,7
Comercio al por menor (RG+RETA) .....	1.890.002	feb-24	1,6	0,9	1,1	1,1	1,1
Comercio al por menor (RG, régimen general)	1.413.706	feb-24	2,6	2,3	2,2	2,2	2,2
Comercio al por menor (RE trabaj. autóno.) ..	476.296	feb-24	-1,2	-2,8	-1,9	-2,0	-1,8

\* Media del año inmediatamente anterior y del previo a este, referidos a la fecha del último dato.  
 \*\* Año al que se refiere el último dato. El acumulado recoge la media del período transcurrido del año. Último, el último período disponible y anterior, el precedente.

*Fuente: INE (Encuesta de Población Activa) y Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.*

La recuperación del empleo en el comercio minorista está siendo más lenta que en otras ramas de actividad del comercio. Así, de acuerdo

con la EPA, en la rama de venta y reparación de vehículos, el nivel de empleo en el último trimestre de 2023 superó en un 2,0 % al registrado ▷

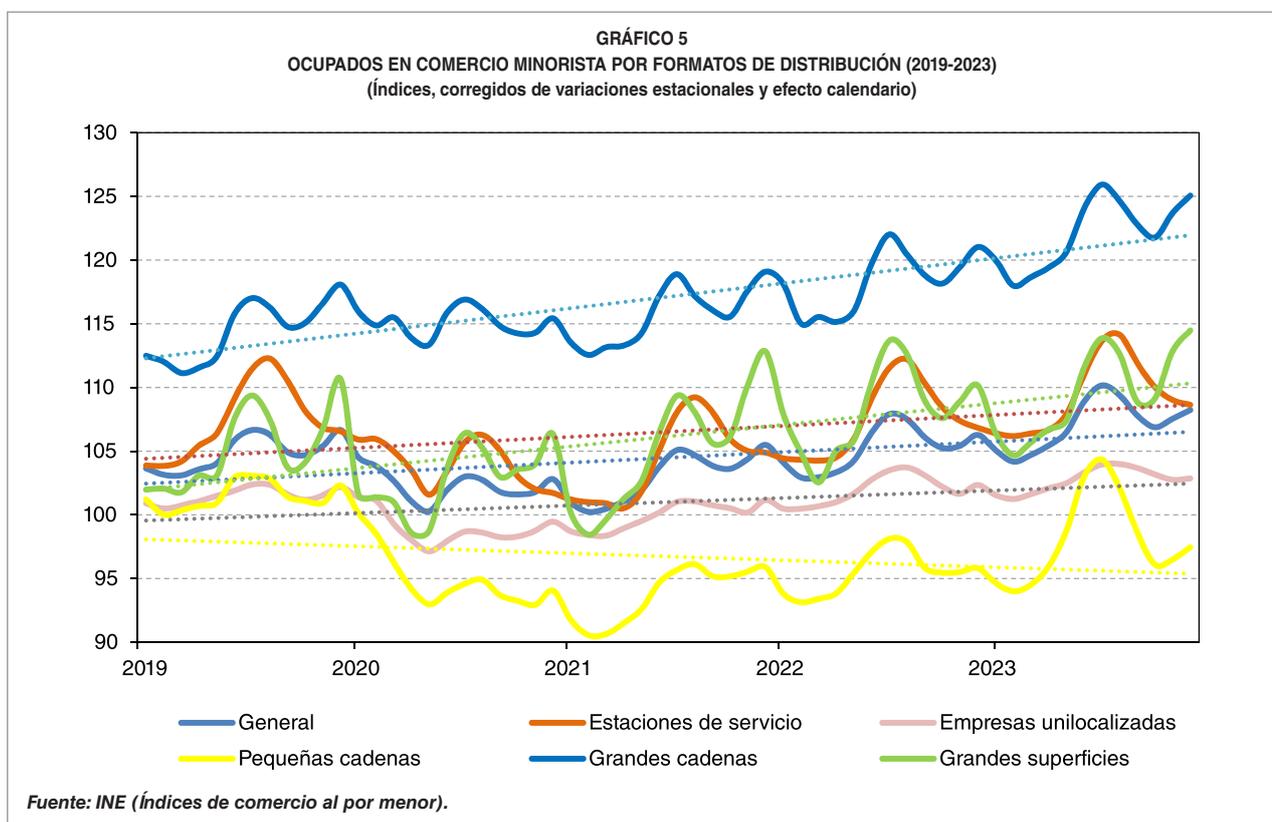
en el último trimestre de 2019. En la rama de comercio mayorista, alcanzó prácticamente el mismo nivel en los dos períodos considerados, con un descenso de tan sólo el 0,1 %.

Los datos de afiliación a la Seguridad Social y los índices de comercio al por menor referidos a ocupación ofrecen una imagen más positiva de la evolución del empleo en el sector en los últimos años. Su análisis desagregado por tipo de cotizante y por formatos de comercialización refuerza la idea de que el comercio minorista está registrando un cambio en su tejido empresarial, orientándose hacia empresas de mayor tamaño, con un mayor peso del trabajo por cuenta ajena. Esta evolución, en un contexto de recuperación de la actividad, sugiere que el sector está afrontando cambios estructurales que afectan a la composición de su tejido empresarial y a la naturaleza del empleo en el sector.

Así, los datos de la Seguridad Social revelan una creciente asalarización del empleo en el

comercio minorista. El número de trabajadores autónomos en el sector descendió en un 2,0 % en 2023, manteniendo la tendencia negativa de los ejercicios precedentes. Sin embargo, el número de cotizantes al régimen general, principalmente trabajadores asalariados, aumentó en un 2,2 %, siguiendo la tendencia de crecimiento de los años 2022 y 2021, en los que registró tasas de variación del 2,3 % y 2,6 %, respectivamente.

Por otro lado, aunque la recuperación de la ocupación en 2023 ha sido generalizada, se observa que los formatos de comercialización donde predominan empresas de mayor tamaño son los que están contribuyendo en mayor medida a la creación de empleo. En efecto, de acuerdo con la tendencia observada en los últimos años son las grandes cadenas las que están registrando una evolución más favorable de esta variable (Gráfico 5). ▷



En el año 2023 han sido también las grandes cadenas las que han registrado un mayor dinamismo del empleo, con un crecimiento anual del 3,2 %, y superan ya en un 6,7 % el nivel de empleo que registraron en 2019. El empleo en las grandes superficies aumentó en 2023 en un 1,2 % y se sitúa un 4,2 % por encima del correspondiente a 2019. Las pequeñas cadenas, a pesar de haber registrado un aumento del 2,7 % en 2023, mantienen un nivel de empleo que es inferior en un 3,4 % al contabilizado en 2019. Las empresas unilocalizadas contabilizaron un aumento del 0,7 % del empleo en 2023, que les permite situarse un 1,2 % por encima del registrado en 2019. Finalmente, el empleo en las estaciones de servicio aumentó en un 1,8 % y es superior también en un 1,8 % al correspondiente a 2019.

#### 4. Comercio electrónico

El comercio electrónico es uno de los principales vectores de transformación del comercio

minorista. La tendencia de desarrollo del canal de ventas digital que viene observándose en los últimos años recibió un fuerte impulso durante la pandemia COVID-19. Los indicadores disponibles sugieren que, aunque tras la crisis sanitaria se registró una cierta corrección en las cifras de ventas por este canal, el cambio de hábitos de los consumidores y la adaptación de las empresas tienen efectos permanentes y el comercio minorista digital se está intensificando y extendiéndose a una amplia variedad de productos.

Las cifras de comercio electrónico total, que incluyen no sólo el comercio minorista, sino también el de otros productos, como servicios hoteleros o de transporte, presentan una tendencia de crecimiento sostenido (Gráfico 6). Este crecimiento es elevado, tanto en las transacciones realizadas dentro de España, como en las compras realizadas desde el exterior a España.

Entre los años 2014 y 2022 el comercio electrónico dentro de España ha crecido a un ritmo anual acumulativo del 16,9 %, frente ▷

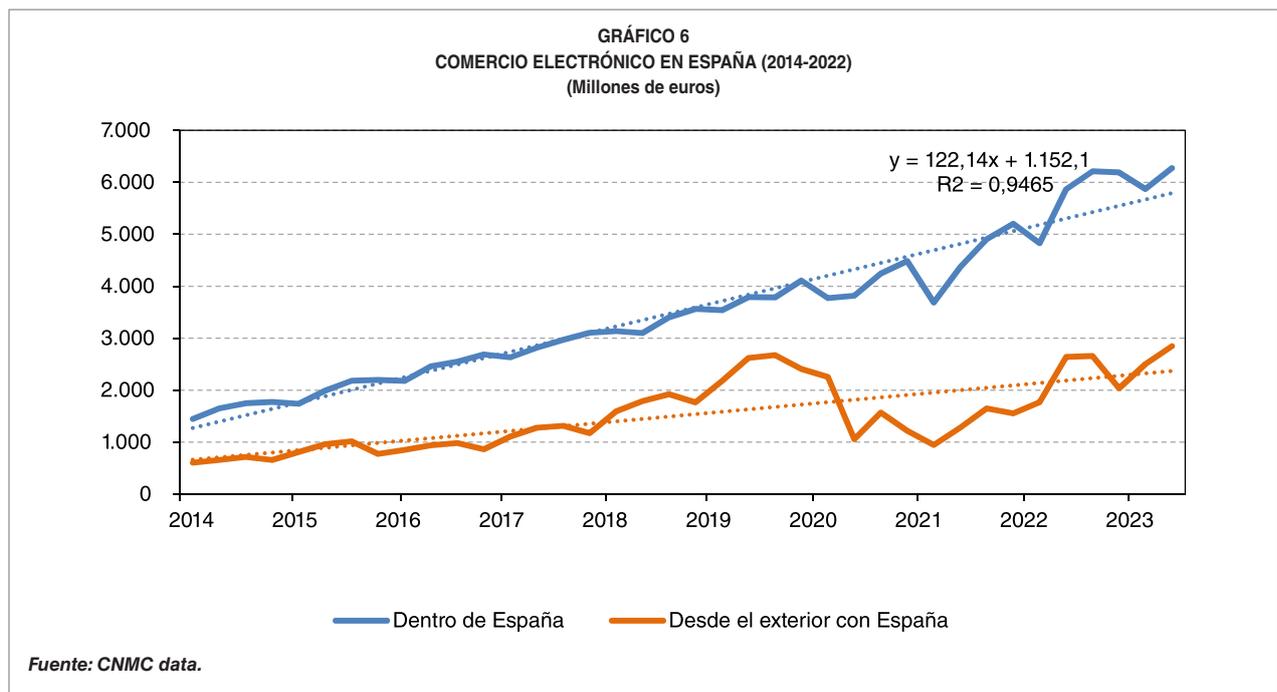
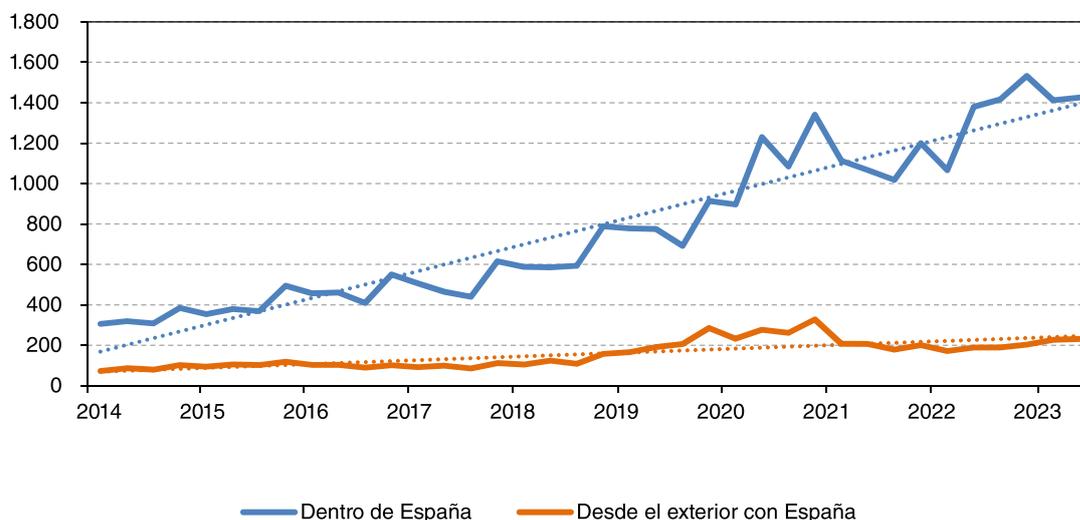


GRÁFICO 7  
COMERCIO ELECTRÓNICO MINORISTA EN ESPAÑA (2014-2022)  
(Millones de euros)



Fuente: CNMC data.

al aumento del 16,7 % correspondiente a las compras realizadas desde el exterior. En el primer semestre de 2023, estas variables han continuado aumentando a tasas anuales del 13,5 % y 21,4 %, respectivamente.

El perfil temporal de estas series muestra un descenso sobre la línea de tendencia en los años de mayor intensidad de la crisis sanitaria, 2020 y 2021. Este descenso está vinculado al impacto de las restricciones a la movilidad y el comportamiento de los ciudadanos en ámbitos relacionados con el turismo, como el transporte o el alojamiento que, lógicamente, incidieron en sus ventas por el canal digital. No obstante, puede apreciarse que, una vez superada esta fase, el comercio electrónico ha recuperado su anterior senda de crecimiento.

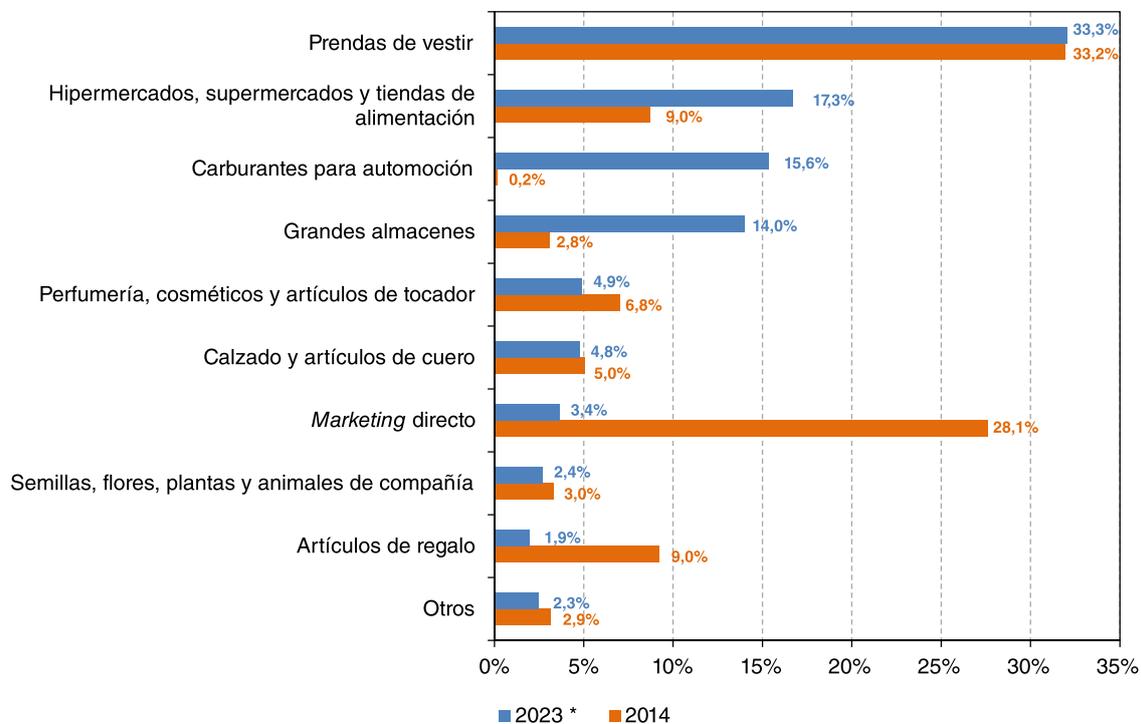
Si el análisis se centra en el comercio electrónico minorista, se observa que la tendencia es también de fuerte crecimiento para las ventas realizadas por el canal digital dentro de España y sensiblemente más moderada para las compras realizadas desde el exterior a España (Gráfico 7). Así, entre 2014 y 2022 el comercio

electrónico minorista dentro de España ha crecido a una tasa anual acumulativa del 19,3 %, mientras que las compras desde el exterior a España lo han hecho a un ritmo del 10,4 %.

Además, puede constatarse que el efecto de la crisis sanitaria fue el opuesto al registrado en el comercio electrónico agregado. En la fase de confinamiento y mayores restricciones a la movilidad, el comercio minorista registra un fuerte impulso. Una vez superada esa fase se observa una cierta corrección y, finalmente, una recuperación del ritmo de crecimiento.

Adicionalmente, puede constatarse que el comercio electrónico minorista se está expandiendo a una amplia diversidad de sectores (Gráfico 8). Comparando los datos del primer semestre de 2023 con los del conjunto de 2014, se observa que el peso sobre el total de las ventas electrónicas de las empresas dedicadas a prendas de vestir se mantiene, pero el de las empresas dedicadas a venta a distancia (*marketing directo*) ha disminuido, dando lugar a una presencia de productos más variada, entre los que destacan los de alimentación, los ▷

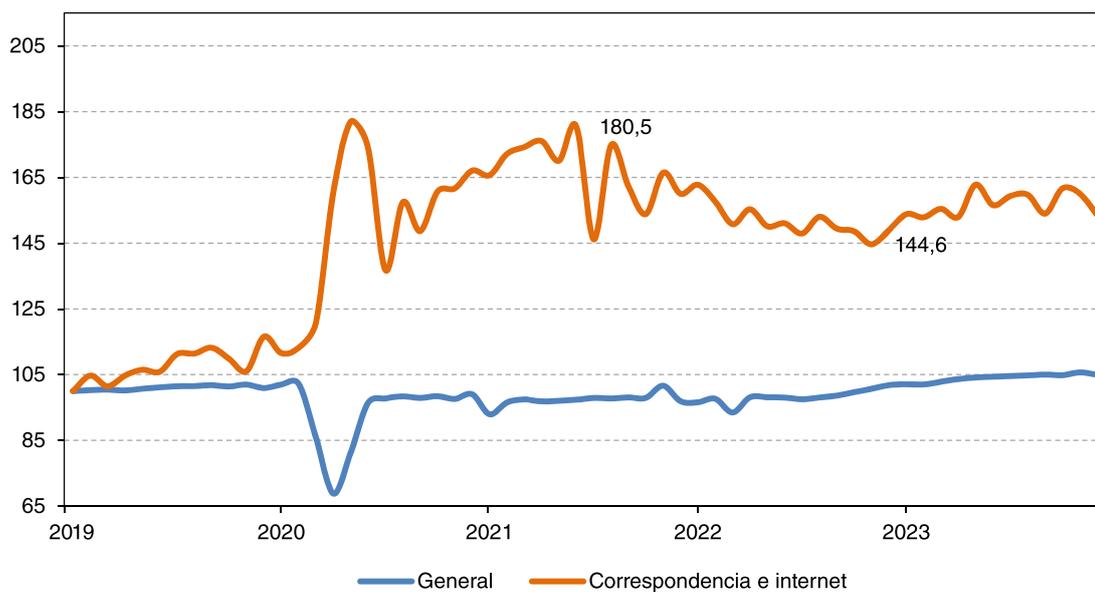
**GRÁFICO 8**  
**COMERCIO ELECTRÓNICO MINORISTA EN ESPAÑA. COMPARATIVA SECTORIAL (2023-2014)**  
 (Porcentaje del sector sobre el total en el período)



\* Datos referidos a los dos primeros trimestres.

Fuente: CNMC data.

**GRÁFICO 9**  
**CIFRA DE NEGOCIOS EN EL COMERCIO MINORISTA Y EN LA VENTA POR CORRESPONDENCIA E INTERNET (2019-2023)**  
 (Índices a precios constantes, enero de 2019=100, corregidos de variaciones estacionales y efecto calendario)



Fuente: INE (Índices de comercio al por menor).

### RECUADRO 1 LAS ESTADÍSTICAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO DE LA COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA

Se entiende por comercio electrónico toda compra realizada por internet, cualquiera que sea el medio de pago utilizado. Su característica básica es que la orden de compraventa se realiza a través de un medio electrónico.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) elabora estadísticas trimestrales de comercio electrónico a partir de un censo de todas las transacciones comerciales electrónicas realizadas a través de terminales virtuales que tengan España como punto de origen o destino y que empleen medios de pago adheridos al Sistema de Tarjetas y Medios de Pago, S.A. Este sistema incluye todos los medios de pago (tarjetas, terminales de punto de venta, etc.) de las tarjetas bancarias que se emplean en España.

Las estadísticas de la CNMC, por lo tanto, infraestiman en alguna medida la cifra real de comercio electrónico, ya que no recogen las transacciones pagadas por medio distinto de tarjetas de pago bancarias, por ejemplo, por transferencia o contrarrembolso. No obstante, dada la preponderancia del pago con tarjeta para las compras que se efectúan a través de internet, constituyen una muy buena aproximación a las cifras totales de comercio electrónico.

Las estadísticas de la CNMC permiten clasificar las transacciones según su origen y destino geográfico. Así, pueden distinguirse transacciones:

- *De España con el exterior*: operaciones de compra efectuadas con tarjetas de pago españolas (adheridas al sistema), en sitios web de comercio electrónico de otro país.
- *Del exterior con España*: son operaciones de compra realizadas desde el extranjero en sitios web de comercio electrónico que emplean terminales de punto de venta virtuales españoles (de entidades adheridas al sistema).
- *Dentro de España*: son operaciones de compra efectuadas con tarjetas de pago españolas (adheridas al sistema), en sitios web de comercio electrónico que emplean terminales de punto de venta virtuales españoles (de entidades adheridas al sistema).

Además, a partir de los datos suministrados por la entidad de medios de pago, la CNMC realiza una distribución sectorial empleando la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de 2009 y la Clasificación de Productos por Actividades de 2008. Esta sectorización permite seguir la evolución de las actividades o productos más relevantes para el comercio electrónico.

Fuente: CNMC (2023).

carburantes para automoción y los ofrecidos por grandes almacenes.

La evolución del índice de comercio al por menor relativo a la cifra de negocios, a precios constantes, del sector de venta por correspondencia e internet confirma el dinamismo del canal de ventas digital (Gráfico 9). Es preciso recordar que en este sector se incluyen las empresas de comercio minorista cuya actividad principal es la venta por internet, por lo que no es representativo del conjunto de comercio electrónico realizado por el comercio minorista.

En todo caso la evolución de la cifra de negocios de este sector confirma el fuerte impulso que recibió el canal digital durante la crisis sanitaria, la moderada corrección al suavizarse las restricciones a la movilidad y el hecho de que el impulso recibido parece tener un cierto

efecto permanente. Así, desde principios de 2019 hasta finales de 2023, la cifra de negocios del sector ha crecido, en términos reales, un 53,5 %, frente al aumento del 5,0 % correspondiente a la cifra de negocios del conjunto del comercio minorista.

## 5. Perspectivas para 2024

Las perspectivas para el sector del comercio minorista en 2024 son favorables. Las principales instituciones económicas, nacionales e internacionales, prevén una moderada desaceleración del ritmo de crecimiento de la economía española, con relación al registrado en 2023. No obstante, todas anticipan que la actividad económica continuará en una senda ▷

de expansión y que se apoyará, principalmente, en la contribución de la demanda nacional (Cuadro 2).

Este contexto, de mantenimiento de la expansión sustentada por la demanda interna, es favorable para el comercio minorista. La evolución positiva del empleo y la mejora en las perspectivas de inflación pueden ser factores que refuercen la evolución del sector. Las previsiones sobre los precios de la mayor parte de las principales instituciones económicas apuntan en ese sentido.

Así, las previsiones del Escenario Económico 2023-2026, de la Comisión Europea, las más recientes de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y las del Banco de España indican una moderación en el ritmo de crecimiento de los precios (aproximados por el deflactor del PIB o por el índice armonizado de precios de consumo), aunque las del Fondo Monetario Internacional son menos optimistas.

La mejora de la actividad en el sector del comercio minorista en 2023 vino acompañada ▷

**CUADRO 2**  
**RESUMEN DE PREVISIONES ECONÓMICAS PARA ESPAÑA (2023-2025)**  
(% tasa de variación anual, salvo indicación en contrario)

Fuente	2023	2024	2025
<b>Gobierno de España (1)</b>			
Producto interior bruto .....	2,5	2,0	–
Contribución demanda nacional (2).....	1,7	2,2	–
Contribución sector exterior (2) .....	0,8	0,0	–
Deflactor del PIB.....	5,0	3,6	–
<b>Fondo Monetario Internacional (3)</b>			
Producto interior bruto .....	2,5 / 2,4	1,7 / 1,5	2,1 / 2,1
Contribución demanda nacional (2).....	2,0	1,7	–
Contribución sector exterior (2) .....	0,5	0,0	–
Inflación, precios de consumo .....	3,5	3,9	2,1
<b>Comisión Europea (4)</b>			
Producto interior bruto .....	2,4 / 2,5	1,7 / 1,7	2,0 / 2,0
Contribución demanda nacional (2).....	1,7	1,9	2,1
Contribución sector exterior (2) .....	0,7	-0,2	0,0
Índice armonizado de precios de consumo .....	3,6 / 3,4	3,4 / 3,2	2,1 / 2,1
<b>Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (5)</b>			
Producto interior bruto .....	2,4 / 2,5	1,4 / 1,5	2,0 / 2,0
Contribución demanda nacional (2).....	1,9	1,6	1,9
Contribución sector exterior (2) .....	0,6	-0,2	0,1
Índice armonizado de precios de consumo .....	3,5 / 3,4	3,7 / 3,3	2,3 / 2,5
<b>Banco de España (6)</b>			
Producto interior bruto .....	2,5	1,9	1,9
Contribución demanda nacional (2).....	1,7	2,0	1,9
Contribución sector exterior (2) .....	0,8	-0,1	0,0
Índice armonizado de precios de consumo .....	3,4	2,7	1,9

(1) Contabilidad Nacional Trimestral, para 2023, y Escenario Macroeconómico 2023-2026 (18/10/23).

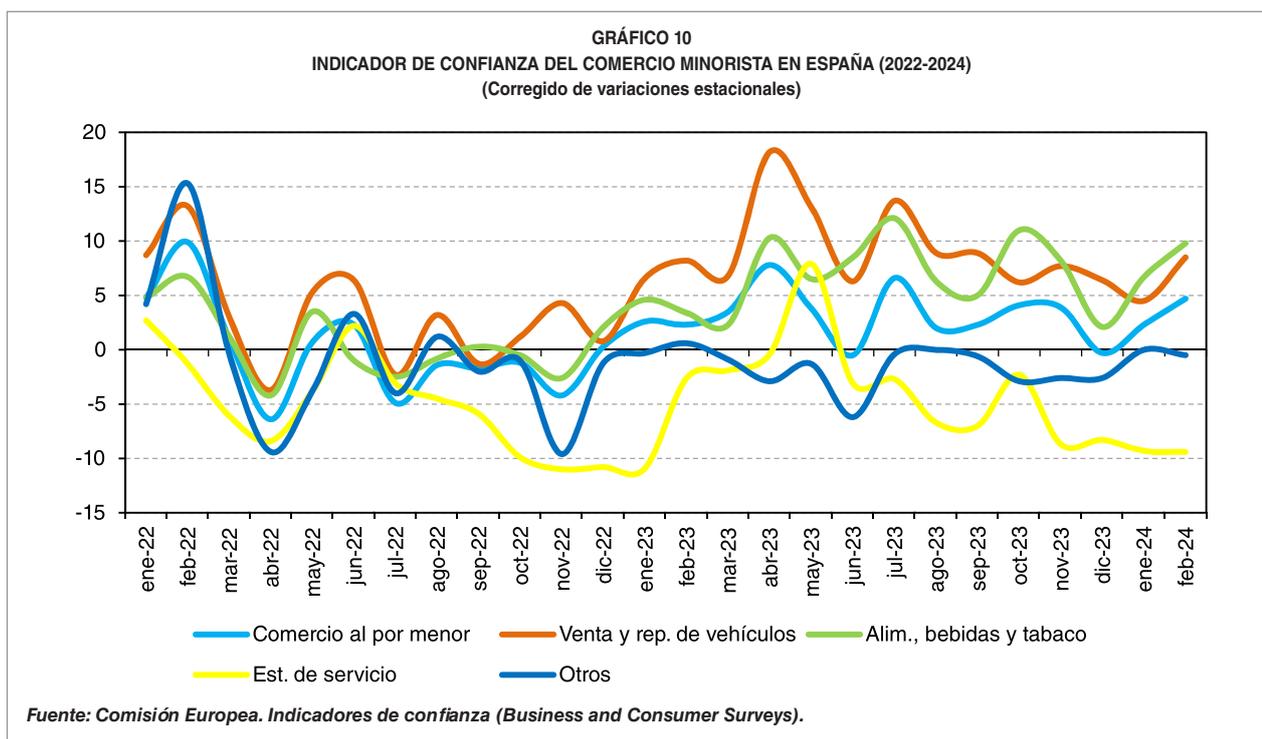
(2) Contribución al crecimiento interanual del PIB en volumen (puntos porcentuales).

(3) Fondo Monetario Internacional. World Economic Outlook, octubre de 2023 / PIB del World Economic Outlook Update, enero de 2024.

(4) European Economic Forecast, Autumn, nov-23 / PIB Winter, feb-24.

(5) OECD Economic Outlook 114, nov-23. / PIB Interim Report, feb-24.

(6) Proyecciones macroeconómicas para la economía española 2024-2026, marzo 2024.

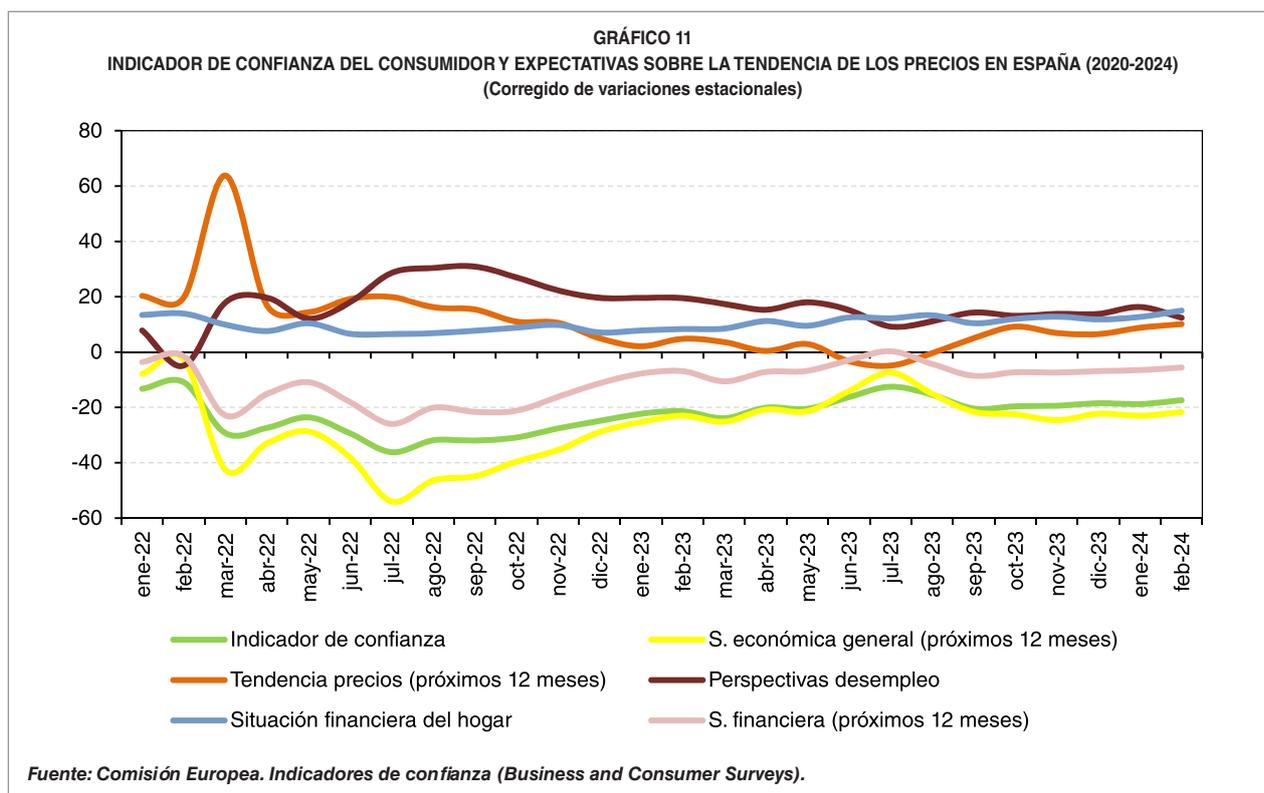


de una recuperación de la confianza en el sector (Gráfico 10). En promedio, en el año 2023, el indicador de confianza alcanzó un valor de 3,2 puntos, frente a los -0,1 puntos de 2022. Por sectores, la recuperación fue generalizada, con mejoras de 6,1 puntos en los de venta y reparación de vehículos y alimentación, bebidas y tabaco, y de 1,1 puntos en los de estaciones de servicio y otros.

En el escenario de perspectivas macroeconómicas ya descrito, la confianza en el sector del comercio minorista continúa evolucionando positivamente en los dos primeros meses de 2024. El indicador para el conjunto del sector ha mantenido el signo positivo y ha aumentado tres décimas con relación al conjunto de 2023, alcanzando un valor promedio de 3,5 puntos, frente a los 3,2 puntos del ejercicio anterior. Entre los principales productos, la mejora de la confianza es clara en el sector de alimentación, bebidas y tabaco (con un indicador de 8,3 puntos en la media enero-febrero de 2024, 1,6 puntos por encima del correspondiente a la

media de 2023), mientras que en el sector de venta y reparación de vehículos, aunque el indicador mantiene valores positivos (6,5 puntos en la media enero-febrero de 2024), es inferior al contabilizado en 2023 (9,3 puntos). El sector de estaciones de servicios es el que presenta índices de confianza más reducidos, con un valor de -9,4 puntos en los primeros meses de 2024, frente a -3,9 puntos en 2023. En el sector que agrupa a otros sectores del comercio minorista (otros, en el Gráfico 10), la confianza evoluciona positivamente, con un aumento de 1,4 puntos porcentuales en enero-febrero de 2024, frente al promedio de 2023, aunque el valor del indicador es ligeramente negativo (-0,3 puntos).

La mejora de la confianza en el sector es coherente con la evolución de los indicadores de confianza de los consumidores y de sus perspectivas respecto a las variables económicas que pueden incidir en su consumo (Gráfico 11). Así, el indicador de confianza de los consumidores viene siguiendo una senda ▷



de recuperación desde, aproximadamente, mediados de 2022. Esta recuperación se ha producido en un contexto de mejora de la percepción de los consumidores sobre la situación económica general y sobre la situación financiera general y la de los hogares, en particular, así como de mejora de las perspectivas sobre desempleo.

En lo que se refiere a las perspectivas sobre la evolución de los precios, tras corregir el fuerte repunte de inicios de 2022, coincidente con la invasión de Ucrania por Rusia que tuvo un elevado impacto en los precios de la energía, de alimentos y de materias primas, evolucionaron favorablemente hasta mediados de 2023. Desde entonces, se ha registrado un moderado deterioro que parece haber incidido, también negativamente, sobre la percepción de los consumidores respecto a la situación económica general. La contención de la inflación, por lo tanto, continúa siendo un elemento clave para

afianzar la recuperación de la confianza de los consumidores y el dinamismo del comercio minorista en 2024.

## 6. Medidas de apoyo al sector

El sector de comercio minorista está atravesando un proceso de transformación que se ha intensificado a raíz de la crisis sanitaria de la COVID-19. El análisis realizado en los epígrafes precedentes pone de manifiesto alguno de los elementos que caracterizan esta transformación: la evolución hacia formatos de comercialización donde dominan empresas de mayor tamaño, la asalarización del empleo en el sector y el auge del comercio electrónico.

Las políticas de apoyo al comercio minorista son claves para que el sector supere los retos que afronta y mantenga su papel de vector de cohesión social y territorial. El proceso de ▷

**CUADRO 3**  
**ACCIONES DEL PRTR PARA EL APOYO AL COMERCIO MINORISTA**

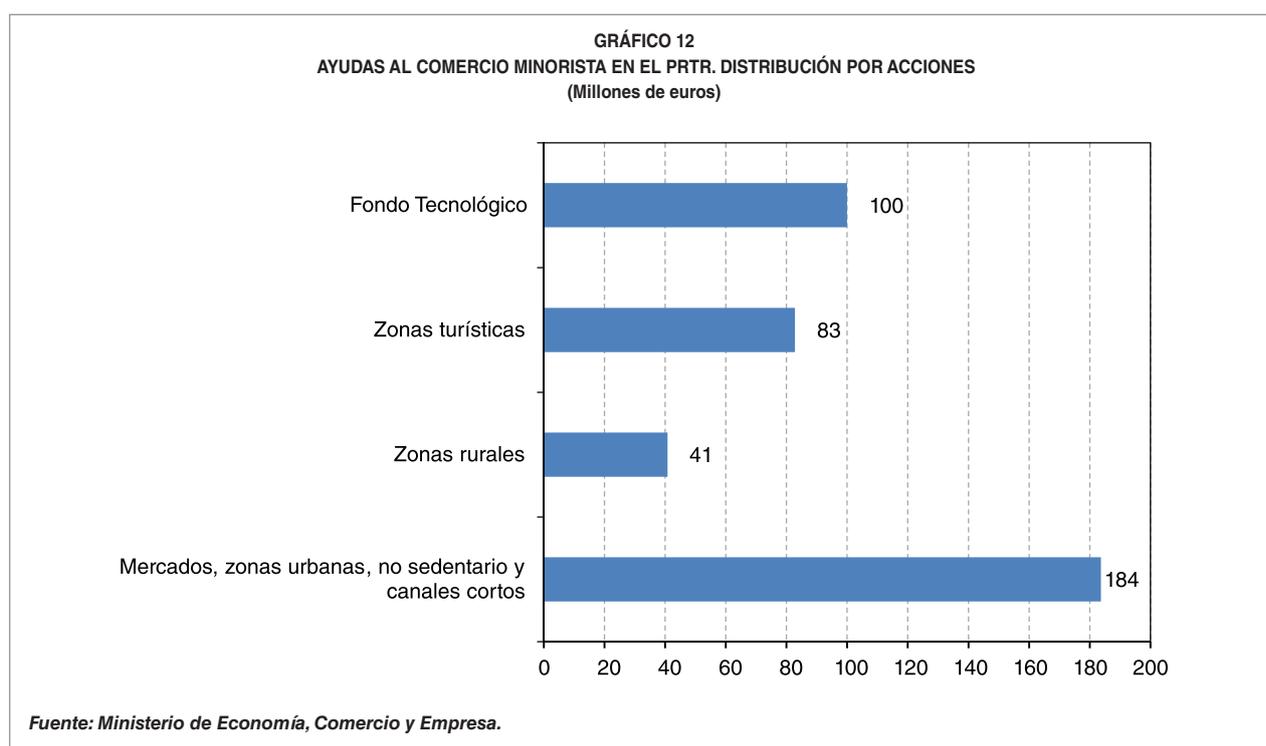
Dirigidas a entidades locales		
Componente	Acción	Objetivo
13	Ayudas para el apoyo a mercados, zonas urbanas comerciales, comercio no sedentario y canales cortos de comercialización.	Aumentar su capacidad de innovación y contribuir a diversificar sus cadenas de suministro a través de la transformación digital.
13	Ayudas para el apoyo de la actividad en zonas rurales	Financian proyectos de impulso a la competitividad, innovación y modernización de los canales de distribución en entidades locales de hasta 5.000 habitantes, y en especial de las situadas en zonas más despobladas o con menor densidad de población. Persiguen reforzar la distribución comercial mediante tecnologías actuales y fomentar la cohesión económica y social y la generación de empleo.
14	Ayudas al fortalecimiento de la actividad comercial en zonas turísticas	Inversiones, realizadas por entidades locales, para la introducción de mejoras en las zonas comerciales turísticas. Incluyen inversiones en nuevas tecnologías; aplicación de soluciones tecnológicas para mejorar la eficiencia energética; procesos eficientes desde el punto de vista ecológico y reciclado y reutilización de residuos; formación del personal; firma digital integrada adaptada a los visitantes extranjeros, y adaptación de los espacios públicos para mejorar la accesibilidad y la movilidad.
Dirigidas a las empresas		
Componente	Acción	Objetivo
13	Fondo Tecnológico	Impulsar la incorporación de nuevas tecnologías que permitan a las pymes del comercio local, ya sea de forma individual o a través de las asociaciones del sector, dar respuesta a los nuevos hábitos de consumo. Se persigue un fuerte impacto en su transformación digital y en la sostenibilidad del establecimiento.
13	Plataforma comercio conectado	Constituirse en referencia para el comercio minorista, los agentes y grupos de interés del sector. Ofrece servicios estructurados en torno a tres ejes: apoyo a la pyme; administración más cercana, y comunidades.

Fuente: *Ministerio de Economía, Comercio y Empresa.*

modernización y digitalización resulta especialmente complejo para las pymes, el tipo de empresa que domina su estructura productiva. Además, es intensivo en trabajo y aprovecha el talento femenino, contribuyendo al empleo de las mujeres y ofreciéndoles oportunidades de emprendimiento. Su amplia distribución en el territorio determina que también sea un factor importante para la cohesión territorial (Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial, 2021).

El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), aprobado por el Consejo de Ministros en su reunión de 27 de abril de

2021, es el vehículo para la aplicación en España del instrumento de recuperación Next Generation EU. Este instrumento, dotado con 750.000 millones de euros para todos los Estados miembros, 390.000 millones en subvenciones y 360.000 millones en préstamos, tiene por objeto impulsar la recuperación económica de los países y sectores afectados por la crisis sanitaria y orientarla hacia la doble transición, ecológica y digital, reforzando su resiliencia. España es uno de los países más beneficiados por el instrumento, con una previsión de absorción de unos 140.000 millones de euros, 72.700 millones en ayudas directas y 67.300 ▷



millones en préstamos (Subdirección General de Asuntos Económicos y Financieros, 2020).

El PRTR se estructura en cuatro ejes transversales: transición ecológica, transformación digital, cohesión social y territorial e igualdad de género. Estos cuatro ejes se concretan en diez políticas palanca, con capacidad de arrastre sobre la actividad y sobre el empleo, que, a su vez se estructuran en 31 componentes. Los componentes articulan el programa de reformas e inversiones, agrupando las que responden a cada reto u objetivo concreto (Gobierno de España, 2021).

En este marco, se han puesto en marcha diversas líneas de ayuda e iniciativas orientadas de forma específica al sector del comercio minorista. Estas acciones se encuadran en las componentes 13, de impulso a la pyme, y 14 de modernización y competitividad del sector turístico. Las acciones incluidas en la componente 13 se enmarcan en la inversión 4, que persigue el apoyo al sector del comercio en la economía local. La acción incluida en la

componente 14 se enmarca en la inversión 4.a., de actuaciones especiales en el ámbito de la competitividad y el fortalecimiento de la actividad en zonas de gran afluencia turística.

En concreto, se han puesto en marcha tres líneas de ayuda, dirigidas a entidades locales, una línea de ayuda, orientada a pymes y asociaciones comerciales (Subdirección General de Apoyo a la Competitividad del Pequeño Comercio, 2022), y una plataforma que ambiciona ser un referente para los distintos agentes y grupos de interés del comercio minorista, y que ofrece servicios y contenidos orientados a impulsar la competitividad y digitalización del sector. Los objetivos de estas acciones se resumen en el Cuadro 3.

Hasta febrero de 2024, se han llevado a cabo tres convocatorias de las tres líneas de ayuda dirigidas a entidades locales, correspondientes a los años 2021, 2022 y 2023. Adicionalmente, los créditos del Fondo Tecnológico han sido distribuidos a las comunidades y ciudades autónomas, que los gestionan en forma de subvenciones a pymes y asociaciones. ▷

El total de fondos movilizados supera los 407 millones de euros con la distribución por acciones que se recoge en el Gráfico 12. Las ayudas con cargo al Fondo Tecnológico suponen que más de 2.600 pymes y asociaciones han podido incorporar nuevas herramientas tecnológicas, facilitando su adaptación a los nuevos hábitos de consumo. El 97 % de estas pymes son microempresas, de menos de 10 trabajadores.

La plataforma de Comercio Conectado (<https://comercioconectado.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx>) se puso en marcha el 16 de febrero de 2024. Ofrece ya servicios, dirigidos a los comerciantes minoristas y las asociaciones del sector, que se estructuran en torno a tres ejes.

El primer eje es el de *Apoyo a la pyme*. Dentro de este eje, bajo la etiqueta «Pon a prueba tu competitividad», la plataforma ofrece herramientas de autodiagnóstico de competitividad e itinerarios a medida para avanzar en la digitalización. Tras el título «Impulsa tu negocio», se ofrecen contenidos como píldoras formativas, itinerarios formativos o testimonios de emprendedores. La sección «Encuentra tu apoyo» da acceso a catálogos de *marketplaces* y de proveedores, tanto del ámbito TIC, como de otros ámbitos. En «Financia tu proyecto» pueden encontrarse informaciones sobre recursos financieros y subvenciones a disposición de las empresas del sector. Y, finalmente, en la sección «Qué está pasando» puede accederse a informaciones como noticias de interés para el sector, nuevos programas o iniciativas, eventos, etc. En definitiva, un conjunto de informaciones y herramientas a medida de las necesidades de las pymes del comercio minorista, útiles para su competitividad y su transformación digital.

El segundo eje es el de *Administración más cercana*. Se trata de un canal de comunicación bidireccional mediante el que el pequeño comercio puede dirigirse a la Administración

planteando sus ideas o exponiendo sus necesidades, y la Administración puede acercarse al pequeño comercio para comunicar sus iniciativas, normativas, recursos a su disposición y otras novedades de interés.

Finalmente, a través del eje *Comunidades a tu servicio*, la plataforma ofrece un lugar de encuentro para que el sector interactúe, compartiendo, a través de foros de discusión, informaciones sobre temas, proyectos o actividades de interés común. El pequeño comerciante puede acceder a las comunidades que resulten de su interés y al catálogo de asociaciones activas en el sector.

En definitiva, a través el PRTR se están articulando un conjunto de acciones muy enfocadas a mejorar la capacidad de adaptación del comercio minorista. Estas acciones incluyen la facilitación de recursos y servicios a medida de las pymes, con especial incidencia en los aspectos tecnológicos que se requieren para su transición digital, y el fortalecimiento de estructuras y zonas comerciales, también con énfasis en la innovación y las mejoras tecnológicas. El objetivo de estas medidas es facilitar al sector su proceso de transformación y mejora preservando su papel cohesionador, que resulta esencial en ámbitos como los rurales, para preservar la calidad de vida de la población.

## 7. Conclusiones

Tras el fuerte impacto de la COVID-19, la actividad del comercio minorista ha entrado en una trayectoria de recuperación. El sector está también contribuyendo positivamente a la creación de empleo. Las perspectivas para el año 2024 son igualmente favorables, especialmente si la economía se mantiene en la actual senda de contención de la inflación. ▷

La evolución del sector en los últimos años revela que está afrontando un proceso de cambio estructural. La actividad y el empleo crecen especialmente en los formatos comerciales donde dominan las empresas de mayor tamaño y se observa también una tendencia a la asalarización del empleo. En paralelo, aumenta el comercio electrónico y se extiende a una amplia diversidad de productos.

Estos indicadores sugieren que el sector está inmerso en un proceso de transformación, con cambios en su tejido empresarial y una orientación creciente a la omnicanalidad. En particular, estudios recientes confirman el carácter prioritario de la digitalización para el sector en España y la importancia del papel que pueden desempeñar los fondos Next Generation (de la Ballina y Gavela Rivera, 2023). En este sentido, las acciones puestas en marcha por la Administración española en el marco del PRTR persiguen acompañar al sector en este proceso, preservando su papel esencial como vector de cohesión social y territorial.

## Bibliografía

Banco de España. (2024). Informe trimestral y proyecciones macroeconómicas de la economía española. *Boletín Económico-Banco de España*, (1). <https://doi.org/10.53479/36172>

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (2023). *Nota metodológica de las estadísticas de comercio electrónico*. <https://data.cnmc.es/sites/default/files/2023-01/Nota%20metodoI%C3%B3gica%20comercio%20electr%C3%B3nico.pdf>

de la Ballina, F. J., & Gavela Rivera, D. A. (2023). El sector del comercio español ante los Fondos Next Generation. *Boletín Económico de ICE*, (3156). <https://doi.org/10.32796/bice.2023.3156.7561>

Gobierno de España. (2021). *Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia*. <https://plan-derecuperacion.gob.es/documentos-y-enlaces>

Subdirección General de Apoyo a la Competitividad del Pequeño Comercio. (2022). Líneas de ayudas al sector del comercio en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y de los fondos Next Generation EU. *Boletín Económico de ICE*, (3144). <https://doi.org/10.32796/bice.2022.3144.7362>

Subdirección General de Asuntos Económicos y Financieros. (2020). Marco Financiero Plurianual 2021-2027 y Plan de Recuperación para Europa pos-COVID-19. *Boletín Económico de ICE*, (3127). <https://doi.org/10.32796/bice.2020.3127.7086>

Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial. (2021). Comercio minorista: recuperación, transformación y resiliencia. *Boletín Económico de ICE*, (3132). <https://doi.org/10.32796/bice.2021.3132.7161>

Subdirección General de Estudios y Evaluación de Instrumentos de Política Comercial. (2023). El comercio minorista ante 2023. *Boletín Económico de ICE*, (3158). <https://doi.org/10.32796/bice.2023.3158.7587>

## Páginas web

Comercio Conectado. Formación, comunidades y recursos para Pymes y comercios minoristas. <https://comercioconectado.gob.es/es-es/Paginas/index.aspx>

Comisión Europea. Economía y Finanzas. Encuestas a empresas y consumidores. [https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-forecast-and-surveys/business-and-consumer-surveys\\_en](https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-forecast-and-surveys/business-and-consumer-surveys_en)

Instituto Nacional de Estadística. Contabilidad nacional trimestral de España. [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736164439&menu=ultiDatos&idp=1254735576581](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736164439&menu=ultiDatos&idp=1254735576581) ▷

Juan Enrique Gradolph Cadierno

Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de población activa. [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176918&menu=ultiDatos&idp=1254735976595)

Instituto Nacional de Estadística. Índices de comercio al por menor. [https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_)

[C&cid=1254736176900&menu=ultiDatos&idp=1254735576799](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176900&menu=ultiDatos&idp=1254735576799)

Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. Estadísticas. <https://www.seg-social.es/wps/portal/wss/internet/EstadisticasPresupuestosEstudios/Estadisticas>