

# Estructura del comercio minorista

Las actividades de distribución comercial cuentan con la finalidad última de asegurar el abastecimiento de productos, especialmente los alimentarios, a los consumidores. Durante los últimos años, caracterizados por los efectos de la pandemia, la guerra de Rusia y Ucrania y los incrementos de costes y precios, el comercio y las actividades distributivas han sido consideradas como esenciales para la sociedad.

Con carácter general, en el conjunto de la estructura distributiva se advierte una significativa participación de las actividades minoristas de alimentación. Sobre el total de empresas dedicadas al comercio detallista, un 19,4% se asocia al comercio de alimentos y bebidas en establecimientos especializados conforme a los datos del DIRCE que elabora el INE; revisando el número de locales, se estima que existen en torno a 98.426 vinculados al comercio especializado de alimentación y bebidas.

Atendiendo al conjunto de la población, se calcula que existen en España 2,0 locales comerciales especializados en comercio de alimentación y bebida por cada 1.000 habitantes. En cuanto a las comunidades autónomas, destaca una dotación por encima de la media en los casos, por ejemplo, de País Vasco (2,7 locales/1.000 habitantes), Castilla y León (2,4 locales/1.000 habitantes) y Andalucía, Cataluña, Navarra y La Rioja (2,3 locales/1.000 habitantes en los cuatro casos).

Los establecimientos de libre servicio han aumentado su cuota de mercado durante los últimos años incre-

## PRINCIPALES MAGNITUDES DEL COMERCIO AL POR MENOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN ESTABLECIMIENTOS ESPECIALIZADOS

Nº EMPRESAS	95.450
CIFRA DE NEGOCIOS (Miles euros)	26.177.550
VALOR DE LA PRODUCCIÓN (Miles euros)	6.804.725
INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES (Miles euros)	144.156
PERSONAL OCUPADO (Media anual)	241.043
PERSONAL REMUNERADO (Media anual)	152.222

Fuente: Elaboración propia con datos de INE (2023).

mentando el número de establecimientos y la superficie de venta. En 2023, se contabilizaron 24.129 establecimientos de libre servicio (512 hipermercados y 23.617 supermercados); la superficie comercial de estos establecimientos asciende a 14.820.682 m<sup>2</sup>.

Por comunidades autónomas, destaca la concentración de la superficie de establecimientos de libre servicio en Andalucía (18,0%), Cataluña (16,5%), Comunidad Valenciana (12,2%) y Comunidad de Madrid (11,5%). Atendiendo a la población, la mayor dotación se localiza en Asturias (375,5 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), Cantabria (364,8 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), Galicia (358,9 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), La Rioja (339,5 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes) y Comunidad Valenciana (339,1 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes) mientras que la menor está en la Comunidad de Madrid (244,3 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), País Vasco (291,5 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), Murcia (292,1 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes), y Aragón (294,1 m<sup>2</sup>/1.000 habitantes). ■

## ESTABLECIMIENTOS EN RÉGIMEN DE LIBRESERVICIO

	Número	Superficie total		Superficie de alimentación (*)	
		m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup>	%
HIPERMERCADOS	512	1.857.522	12,5	928.761	8,2
Hipermercado pequeño	212	445.737	3,0	222.869	2,0
Hipermercado grande	300	1.411.785	9,5	705.893	6,2
SUPERMERCADOS	23.617	12.963.160	87,5	10.370.528	91,8
Hasta 399 m <sup>2</sup>	13.050	2.467.849	16,7	1.974.279	17,5
De 400 m <sup>2</sup> a 999 m <sup>2</sup>	5.731	3.601.475	24,3	2.881.180	25,5
Mas de 1.000 m <sup>2</sup>	4.836	6.893.836	46,5	5.515.069	48,8
TOTAL	24.129	14.820.682	100,0	11.299.289	100,0

(\*) Se ha considerado la superficie que, según el tipo de establecimiento, se dedica a productos de alimentación y bebida (hipermercados: 50% y supermercados: 80%).

Fuente: Elaboración propia con datos de Alimarket (2024).

## Evolución de las ventas minoristas

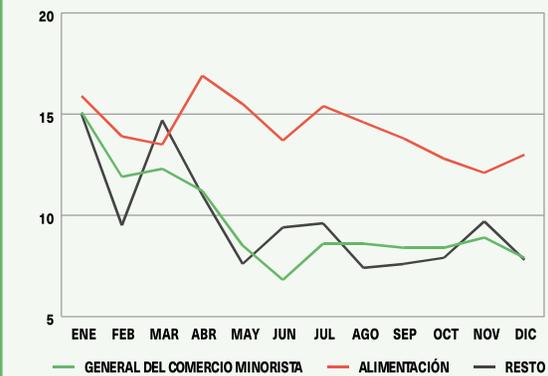
El comercio al por menor, considerando la serie corregida de efectos estacionales y de calendario, registró en el conjunto del año 2023 un incremento interanual en sus ventas del 7,9%. Todavía con incertidumbre, comienzan a superarse los efectos negativos de la pandemia, los conflictos de Rusia y Ucrania aunque distorsionan las notables elevaciones de costes y precios en las actividades de distribución. De forma más precisa, los productos de alimentación se incrementan un 13,0%, se aumenta un 14,7% los productos de equipamiento personal, un 7,8% otros bienes. También se registra un ascenso del 6,1% en productos de equipamiento del hogar.

La desagregación del *Índice de comercio al por menor*, según los distintos modos de distribución y considerando también las series corregidas, muestra variaciones positivas de las ventas en las distintas fórmulas comerciales respecto al año anterior (por ejemplo, las grandes cadenas ganan un 16,6% en su volumen de ventas mientras que las pequeñas cadenas aumentan un 11,4% en esa misma variable).

Por otra parte, en el conjunto del año 2023 y teniendo en cuenta la información de las series originales, todas las comunidades autónomas aumentan sus



EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA (Tasas de variación con respecto al mismo mes del año anterior)



Fuente: Elaboración propia con datos de INE (2024).

ventas respecto al año anterior. Las que presentan los mayores ascensos, por encima de la media nacional, son Castilla-La Mancha (11,9%), Canarias (11,1%), Baleares (9,7%), Andalucía (8,9%), Cantabria (8,5), Cataluña (8,3%) y Región de Murcia (8,1%)

El análisis de la evolución de las ventas del comercio minorista, comparando los valores alcanzados en cada uno de los meses del año 2023 con los valores obtenidos en ese mismo mes durante el año anterior, refleja una tendencia alcista aunque con notables variaciones de distinta intensidad en función de los meses y las familias de productos. El *Índice de Alimentación* ha evolucionado con tasas positivas de dos dígitos en todos los meses con variaciones más elevadas en la primera parte del año. En cuanto al *Índice de General* también se observa una evolución favorable con todas las tasas de variación positivas y elevadas aunque con una tendencia descendente conforme avanzaba el año. ■

EVOLUCIÓN ÍNDICES DEL COMERCIO AL POR MENOR POR TIPO DE DISTRIBUCIÓN (%)

	Variación índice de ventas 22/21	Variación índice ocupación 22/21
Empresas unilocalizadas	8,3	1,2
Pequeñas cadenas	11,4	2,0
Grandes cadenas	16,6	3,5
Grandes superficies	4,3	3,9
Índice General	5,3	--

Fuente: INE (2024).

## Hostelería y restauración

La demanda de alimentos y bebidas se vertebra en una doble dirección. Por una parte, los consumidores adquieren los alimentos y bebidas en los distintos establecimientos comerciales para, posteriormente, consumirlos en sus hogares. Por otra parte, los consumidores también acuden a establecimientos de restauración para cubrir sus necesidades de alimentación y, por tanto, el fenómeno de la demanda extradoméstica de alimentos y bebidas está integrado en los gastos de los hogares: *restauración comercial* (cafeterías, bares, restaurantes independientes, restauración organizada, hoteles y consumo nocturno) y *restauración colectiva y social* (comedores de empresa, colegios, hospitales, cuarteles, residencias,...).

Conforme a la información ofrecida por la consultora CIRCANA (resultante de la fusión de NPD Group con IRI), en 2023, el gasto de los españoles en restauración -bares, restaurantes, establecimientos de comida rápida y otros canales como venta automática, gasolineras o comedores de empresa- sumó 41.650 millones de euros, lo que representa un aumento cercano al 11% respecto al año anterior. Este buen resultado se fundamenta tanto en la progresiva recuperación de las visitas a los establecimientos como en la subida de precios al consumidor final, derivada del encarecimiento de costes.

En 2023, se registraron un total de 7.210 millones de visitas, un 3,2% más que el año pasado. Respecto a los precios, mientras que el IPC en restauración se incrementa considerablemente, el gasto promedio por ocasión crece en menor medida. En consecuencia, los españoles están aplicando diversas medidas de ajuste para mantener las ocasiones de consumo fuera del hogar sin incrementar en exceso el gasto; se advierten algunos cambios como, por ejemplo, acudir a establecimientos de menor precio, sustituir los platos y bebidas con precio más elevado por



opciones más económicas, reducir el consumo de bebidas alcohólicas o buscar menús con precio cerrado.

CIRCANA señala que el año 2023 todavía estuvo influenciado por la recuperación post-pandemia. Tras una fase inicial de relanzamiento de las ocasiones perdidas, durante el verano el consumidor empezó a estabilizar sus hábitos y frecuencia de consumo en restauración, tendencia que se mantuvo hasta el final del año.

Durante el año 2023, un 83% del gasto en alimentación fuera del hogar se hace en algún establecimiento de restauración, ya sea un local de restauración organizada o de restauración independiente. El 17% restante se destina a otros puntos de venta que con nuevos desarrollos, ofertas e innovación, ofrecen alternativas directas a los consumidores. Destacan, entre las mismas, el desarrollo que han tenido canales como hoteles o el continuo avance de la oferta de comida caliente de los supermercados (en este segundo caso se alcanza ya una facturación anual superior a 860 millones de euros).

Según CIRCANA, el año 2023 también se cierra con la consolidación de los establecimientos de comida rápida, crecen un 13% respecto al año anterior, impulsados por todas sus variedades (hamburgueserías, pizzerías, étnico, poke, ensaladas individuales ...) y ya alcanzan el 12,7% del gasto total realizado en este mercado. Al mismo tiempo, la consultora indica que el food delivery cierra el año con una facturación anual superior a los 2.925 millones de euros anuales en el mercado español. El consumidor lo ha incluido en su rutina habitual y 1 de cada 2 usuarios del servicio afirman que mantienen o incluso han incrementado su uso respecto al año anterior.

Por otra parte, un informe elaborado por Alimarket evalúa la actividad realizada por las principales compañías y grupos de restauración organizada, *Informe 2024 de Grupos de Restauración Organizada en España*. En concreto, los 783 grupos y cadenas de restauración organizada aumentaron durante el año 2023 el parque de locales operativos en un 4,7% en el último año, superando los 15.400 establecimientos. Aunque los grandes grupos continúan presentando un saludable ritmo de crecimiento, una buena parte de la expansión del sector corresponde a la actividad de cadenas de pequeño y mediano tamaño, así como a la incesante incorporación de nuevos actores al mercado.

Por otra parte, el Observatorio Sectorial DBK indica que el valor del mercado de comida rápida se situó en

## DATOS BÁSICOS SOBRE EL SECTOR DE RESTAURACIÓN, 2023

	EMPRESAS		LOCALES	
	Nº	%	Nº	%
Restaurantes y puestos de comidas	69.410	29,9	81.080	30,8
Provisión de comidas preparadas para eventos y otros servicios de comidas	14.218	6,1	18.937	7,2
Establecimientos de bebidas	148.200	63,9	163.491	62,0
Total servicios de comidas y bebidas	231.828	100,0	263.508	100,0

Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Central de Empresas (INE, 2024).

5.330 millones de euros en 2023, lo que representa un crecimiento del 10,9% respecto al ejercicio anterior (en 2022 había aumentado un 22% y en 2021 un 27%). La prolongación del crecimiento de los pedidos para llevar y entregar a domicilio, la superación de los niveles de consumo en establecimiento previos a la pandemia y el incremento de los precios permitieron que la facturación mantuviera esta evolución tan positiva.

Las ventas en mostrador generaron 3.930 millones de euros, lo que supuso un 11,6% más que en 2022. Por su parte, el servicio delivery moderó su crecimiento en 2023 respecto a los ejercicios precedentes, incrementándose un 8,9%, hasta los 1.400 millones de euros (el 26% del negocio total).

Por tipo de establecimiento, las hamburgueserías mantuvieron su evolución favorable (12,4%), hasta los 3.175 millones de euros. Las pizzerías, con unos ingresos de



## DATOS BÁSICOS SECTOR COMIDA RÁPIDA, 2023

TOTAL VALOR MERCADO (Mill. euros)	5.330
Mostrador	3.930
Delivery	1.400
Hamburgueserías	3.175
Pizzerías	840
Bocadillerías	545
Otros establecimientos	770
EVOLUCIÓN DEL MERCADO EN VALOR (% 2023 vs 2022)	10,9
Mostrador	11,6
Delivery	8,9
Hamburgueserías	12,4
Pizzerías	7,0
Bocadillerías	4,8
Otros establecimientos	14,1
CONCENTRACIÓN MERCADO (% sobre valor)	
CR 5	74,5
CR 10	84,4

Fuente: Elaboración propia con datos del Observatorio Sectorial DBK de INFORMACIÓN (2024).

840 millones, y las bocadillerías, con 545 millones, contabilizaron tasas de crecimiento más moderadas, situadas entre el 7% y el 4,8%, respectivamente. Por su parte, el grupo de otros establecimientos incrementó su facturación un 14,1%, cifrándose en 770 millones de euros.

Respecto a la oferta de establecimientos, a lo largo de 2023 continuó aumentando, hasta alcanzar los 5.820 locales al cierre del año, registrándose la apertura de puntos de venta por parte de cadenas ya operativas y la creación de nuevas enseñas.

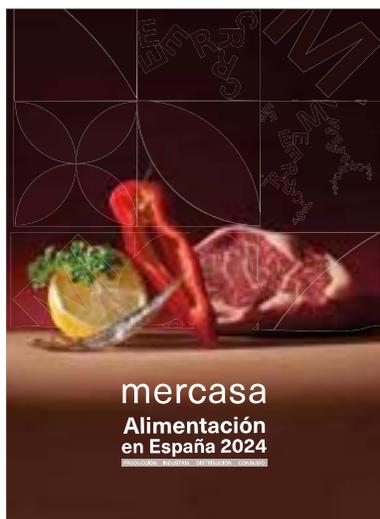
Finalmente, el Observatorio Sectorial DBK también señala que el sector presenta un alto grado de concentración en torno a un número reducido de grandes cadenas, las cuales cuentan con un amplio número de locales repartidos por toda la geografía española. De esta forma, las cinco primeras cadenas en función del número de locales reunieron en 2023 algo más del 50% de la oferta total de establecimientos, mientras que en términos de facturación las cinco primeras cadenas reunieron el 74,5% del mercado total. ■



mercasa

# Alimentación en España 2024

PRODUCCIÓN INDUSTRIA DISTRIBUCIÓN CONSUMO



## **ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA**

PRODUCCIÓN, INDUSTRIA, DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

27ª EDICIÓN 2024/2025

EDITA: MERCASA – DISTRIBUCIÓN Y CONSUMO

MERCASA

PRESIDENTE: JOSÉ MIÑONES CONDE

DIRECTORA DE DESARROLLO CORPORATIVO Y PERSONAS: MAYTE CASTILLO PASALODOS

DIRECTOR DE LA PUBLICACIÓN: ÁNGEL JUSTE MATA

REDACCIÓN: ATAÚLFO SANZ DE LA TORRE, VÍCTOR J. MARTÍN CERDEÑO Y JULIO FERNÁNDEZ ANGULO

EDICIÓN, DISEÑO, MAQUETACIÓN E IMPRESIÓN: EDITORIAL MIC

SECRETARÍA DE REDACCIÓN: LAURA ONCINA VÁZQUEZ

GESTIÓN DE PUBLICIDAD: SILVIA DE SANTOS ARRANZ

REDES SOCIALES: FELIPE GUIJARRO ALONSO

mercasa



D.L. M-35704-2012

ISBN: 84-695-6171-5

*Mercasa agradece la colaboración de todas aquellas personas, empresas e instituciones que han hecho posible la edición de este libro. La realización de las fotografías que ilustran este libro ha sido posible gracias a las facilidades prestadas por mercados municipales, tiendas de alimentación especializadas, hipermercados, supermercados, bares y restaurantes de toda España.*

*En esta edición, Mercasa agradece especialmente las facilidades para la realización de fotografías en el Mercado Municipal La Paz y el Mercado de Chamartín, ambos en Madrid, así como el hipermercado Alcampo en el Centro Comercial Getafe 3.*