

**Parte primera**

**Indicadores económicos  
del sector**



**DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL**



## Capítulo 1

# El marco económico de la distribución comercial

### 1.1. El sector servicios durante el año 2005

Una de las actividades económicas incluidas en el marco del sector servicios es la distribución comercial, junto con otras como el turismo, los transportes, las comunicaciones, las tecnologías de la información, la intermediación financiera, las actividades inmobiliarias, los servicios a empresas o los servicios personales.

El sector servicios contribuye al empleo en los países más desarrollados en más del 60 por 100, alcanzando también cifras similares en cuanto al Producto Interior Bruto de los mismos. El sector terciario es por tanto una de las actividades claves en las economías desarrolladas.

La economía española depende en buena medida del sector terciario, que es el de mayor peso relativo dentro del conjunto de los sectores productivos. De acuerdo con los datos facilitados por el Instituto Nacional de Estadística (INE), en el año 2004 el sector servicios representaba en España más del 70 por 100 del valor añadido bruto nacional.

Dada la especial relevancia del comercio dentro del sector servicios, en las líneas siguientes se refleja cómo han evolucionado durante el año 2005 los indicadores de actividad del sector servicios elaborados por el INE, que tienen como objetivo medir la evolución a corto plazo de la actividad de las empresas que operan en este sector a través de la cifra de negocios y del empleo.

- *La cifra de negocios del sector servicios de mercado* aumentó un 6,6 por 100 en el año 2005 respecto a 2004. Todos los sectores contribuyen a este crecimiento, así se observa que las tecnologías de la información y la comunicación presentan el mayor incremento con un 9,0 por 100, seguidas de los servicios prestados a las empresas con un 7,7 por 100, comercio con el 6,7 por 100, transporte con el 5,8 por 100 y las actividades turísticas con el 3,4 por 100.

En el caso del sector de tecnologías de la información y la comunicación, las actividades de telecomunicaciones y los servicios informáticos experimentan crecimientos interanuales del 9,6 por 100 y del 7,5 por 100, respectivamente.

Las actividades más dinámicas del sector de los servicios prestados a las empresas son las actividades jurídicas y de contabilidad (13,7 por 100), selección y colocación de personal (12,2 por 100), investigación y seguridad (8,4 por 100) y arquitectura y ensayos técnicos (7,7 por 100).

- *El empleo en el sector servicios* registró en el año 2005 un crecimiento interanual del 2,0 por 100. Todos los sectores contribuyen a este crecimiento, siendo los servicios prestados a las empresas y las tecnologías de la información y la comunicación los que más aportan a la creación de empleo, con aumentos interanuales del 3,5 por 100 y del 2,8 por 100, respectivamente.

En cuanto al sector de los servicios prestados a las empresas cabe destacar los incrementos interanuales de selección y colo-



DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL

cación de personal con un 8,6 por 100, e investigación y seguridad con un 4,3 por 100.

La subida del empleo en el sector de las tecnologías de la información y la comunicación se debe a los servicios informáticos, con un incremento del 3,8 por 100, ya que la tasa interanual del empleo en las telecomunicaciones varía muy poco, el 0,6 por 100.

El personal ocupado en los sectores de transporte, comercio y actividades turísticas presenta tasas del 2,1 por 100, 1,5 por 100 y 1,2 por 100, respectivamente.

## 1.2. Evolución del consumo en los hogares

El consumo privado en España ha seguido manteniendo un buen ritmo de crecimiento en el último año. El gasto total en consumo de los hogares creció un 6,6 por 100 en el año 2005 respecto al año 2004, lo que supone el mayor aumento de los últimos cinco años. De hecho, se detecta una tendencia continuada al aumento del consumo, ya que el crecimiento anual del consumo total de los hogares alcanzó el 1,3 por 100 en 2002, el 2,0 por 100 en 2003 y el 4,9 por 100 en 2004.

Este aumento del gasto total de los hogares es debido, por una parte, al incremento constante del número de hogares y, por otra, al aumento del consumo medio de cada hogar, que registró durante 2005 una tasa de crecimiento del 4,2 por 100 en términos reales.

Los principales indicadores de consumo de los hogares aparecen recogidos en los datos suministrados por la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares (ECPF) del Instituto Nacional de Estadística. Otros datos relevantes que se refieren al consumo privado son los procedentes del Panel de consumo alimentario, que realiza anualmente el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

### 1.2.1. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares

Los datos más representativos recogidos en el cuarto trimestre de 2005 por el Instituto Nacional de Estadística son:

#### 1. Gasto anual

- *El gasto total de los hogares* en consumo de bienes y servicios, medido en precios constantes, experimentó un crecimiento del 6,6 por 100 en 2005 respecto al año anterior. Este aumento del gasto total se debe principalmente al grupo resto de gastos, que tuvo un incremento del 7,8 por 100. En cambio, el gasto en alimentos, bebidas y tabaco consumidos en el hogar creció únicamente el 1,5 por 100. Se aprecia claramente por tanto el estancamiento del gasto en términos reales en alimentación y productos de gran consumo y el aumento de otros gastos.

- *El gasto medio por hogar* registró un aumento del 4,2 por 100 en 2005 en términos constantes. El grupo alimentos, bebidas y tabaco tuvo una variación interanual negativa del 0,8 por 100, mientras que el grupo resto de gastos presentó un aumento por hogar del 5,4 por 100.

#### 2. Gasto trimestral

- *El gasto total de los hogares* en bienes y servicios en el cuarto trimestre de 2005, medido en términos constantes, ha experimentado un crecimiento interanual del 6,4 por 100. Se observa que el consumo sigue manteniéndose a niveles altos, ya que en los trimestres anteriores se registraron crecimientos del 6,8; 7,3 y 5,8 por 100, respectivamente.

Atendiendo a los grupos, el gasto trimestral total en alimentos, bebidas y tabaco consumidos en el hogar muestra una variación interanual negativa del 1,0 por 100.



DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL

Para el resto de gastos la tasa se sitúa en un crecimiento del 8,3 por 100. Se observa que este grupo sigue siendo el que determina el crecimiento del gasto total.

- *El gasto medio por hogar* ascendió a 6.242 euros en el cuarto trimestre de 2005. De esta cantidad, 1.219 euros se destinan a alimentos, es decir, el 19,5 por 100, mientras que el restante 80,5 por 100, 5.023 euros, se dedica al resto de bienes y servicios.

La tasa de variación interanual una vez eliminado el efecto de la inflación, se sitúa en 4,1 por 100, siendo este valor superior al alcanzado en el tercer trimestre (3,4 por 100), pero inferior al valor del primer y segundo trimestre (4,7 y 4,5 por 100, respectivamente).

Por grupos, el gasto en alimentos, bebidas y tabaco registra una variación del -3,1 por 100 respecto al mismo periodo del año anterior, por lo que el crecimiento del gasto por hogar se debe al resto de gastos, para el que se observa una tasa del 6,0 por 100.

- *El gasto medio por persona* para el conjunto nacional asciende a 2.165 euros en el cuarto trimestre de 2005.

Por Comunidades Autónomas los valores más elevados corresponden a Madrid con 2.699 euros, Baleares con 2.541 euros y País Vasco con 2.423 euros. Por el contrario Extremadura con 1.489 euros, Murcia con 1.818 euros y Galicia con 1.878 euros, registran los gastos por persona más reducidos, como puede observarse en el Cuadro 1.1.

### 3. Percepción subjetiva del momento económico

De los datos obtenidos en la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares se obtienen algunas percepciones subjetivas. En el cuarto trimestre de 2005 se observa una evolución positiva para los siguientes tres indicadores:

	Total	Alimentos, bebidas y tabaco	Resto
Andalucía .....	1.922	40	11.521
Aragón.....	2.129	448	1.681
Asturias .....	2.026	333	1.693
Baleares .....	2.541	358	2.183
Canarias.....	2.006	329	1.677
Cantabria.....	2.190	504	1.686
Castilla y León.....	1.963	443	1.520
Castilla-La Mancha.....	1.907	407	1.500
Cataluña.....	2.275	457	1.818
Comunidad Valenciana...	2.256	418	1.838
Extremadura.....	1.489	388	1.101
Galicia .....	1.878	443	1.436
Madrid .....	2.699	432	2.268
Murcia.....	1.818	409	1.409
Navarra.....	2.259	392	1.866
País Vasco .....	2.423	490	1.933
La Rioja .....	2.149	426	1.723
Ceuta y Melilla.....	2.153	579	1.573
Total .....	2.165	423	1.742

*Fuente: INE. Encuesta Continua de Presupuestos Familiares 4º trimestre 2005.*

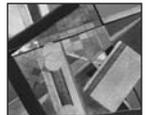
- El porcentaje de hogares que ha podido dedicar algún dinero al ahorro durante este periodo se sitúa en el 39,5 por 100 y supera en 0,9 puntos al observado hace un año.

País Vasco, La Rioja y la Comunidad Valenciana son las comunidades con mayores porcentajes de hogares que pueden ahorrar. Por su parte, Canarias y Madrid siguen presentando los menores porcentajes de hogares ahorradores.

- El 48,4 por 100 de hogares considera que el momento actual es adecuado o no es malo para realizar compras importantes, excluyendo la compra de vivienda. Esta variable registra un notable ascenso respecto al mismo periodo el año anterior, situándose el correspondiente indicador de evolución 4,0 puntos por encima.

Las Comunidades Autónomas que proporcionan porcentajes más elevados de hogares que declaran que el momento es adecuado o no es malo para realizar compras importantes son Cantabria, Castilla-La Mancha y Madrid.

Por su parte Galicia, Islas Baleares, y la Comunidad Valenciana son las que



DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL

muestran mayores porcentajes de hogares para los que el momento es inadecuado. No obstante, esta última comunidad es, junto con Canarias y Madrid, la que presenta indicadores de evolución más favorables.

— Finalmente, el 45 por 100 de los hogares declara algún grado de facilidad para llegar a fin de mes, lo que supone un porcentaje similar al observado hace un año, situándose el indicador de evolución 0,7 puntos por encima.

Aragón, Cantabria, Andalucía y la Comunidad Valenciana son las comunidades que mejor evolucionan respecto de este indicador, mientras que Extremadura, País Vasco y Murcia son las que presentan los menores valores.

### 1.2.2. El consumo de alimentos en España durante 2005

Del análisis pormenorizado del Panel de Consumo Alimentario, que con carácter anual realiza el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, podemos destacar los siguientes aspectos concernientes al año 2005:

#### 1. Gasto total en la compra de alimentos y bebidas

El gasto total en la compra de alimentos y bebidas durante 2005 ascendió a 77.810 millones de euros, lo que representa un aumento del 4,1 por 100, respecto de 2004, que en moneda constante se traduce en un incremento del 0,4 por 100.

Este dato refleja una ruptura con la tendencia de años anteriores de un crecimiento mayor, que fue en términos constantes entre 2002 y 2003 de un 1,0 por 100 y entre 2003 y 2004 de un 4,0 por 100.

En esta cifra se incluye el gasto de los hogares (que supuso el 72,2 por 100 del total en 2005), el de los establecimientos de hostelería y restauración (el 25,9 por 100 del total) y el consumo institucional, compuesto por hospitales, colegios, comedores de empresa, ejército, residencias de ancianos, centros penitenciarios, ectétera (el 1,9 por 100 del total).

En cuanto al volumen de consumo, la cantidad de alimentos consumidos experimentó un aumento del 0,8 por 100. En años anteriores el aumento del consumo fue 3,5 por 100 en 2004 y 2,1 por 100 en 2003. Este crecimiento se debe en buena medida al crecimiento de la población y no tanto a un aumento del consumo por persona.

Por lo que respecta a la distribución del consumo en volumen, el crecimiento fue de un 0,9 por 100 en los hogares. La hostelería y restauración, por su parte, presentó un crecimiento más suave del 0,3 por 100 y finalmente las instituciones alcanzaron un 3,8 por 100 de crecimiento. El volumen total de alimentos consumidos se reparte de la siguiente manera en 2005: el 73,7 por 100 corresponde a los hogares, el 23,8 por 100 a la hostelería y restauración y el 2,5 por 100 a las instituciones.

En el Cuadro 1.2 puede observarse la evolución del gasto total en la compra de alimentos y bebidas y los incrementos por-



CUADRO 1.2  
EVOLUCIÓN DEL GASTO Y EL VOLUMEN CONSUMIDO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS  
(Millones de euros y porcentaje)

	2001	2002	2003	2004	2005
Gasto total en la compra de alimentos y bebidas.....	61.440	66.242	69.406	74.752	77.810
Incremento del gasto total respecto al año anterior .....	8,3	7,8	4,8	7,7	4,1
Incremento del volumen de alimentos consumidos respecto al año anterior.....	1,5	1,9	2,1	3,5	0,8

Fuente: Panel de Consumo Alimentario del MAPA.

**CUADRO 1.3**  
**EVOLUCIÓN DE LA ESTRUCTURA DEL GASTO EN ALIMENTACIÓN DE LOS HOGARES ENTRE 1990 Y 2005 (%)**

Productos	1990	2000	2005
Carnes .....	27,6	24,1	23,6
Productos de la pesca .....	11,9	13,7	14,1
Leche y productos lácteos .....	11,4	12,1	12,3
Frutas frescas y transformadas .....	10,2	9,5	11,0
Hortalizas frescas y transformadas ..	9,4	9,9	10,0
Pan, pastas y cereales .....	7,1	9,0	7,9
Azúcar y dulces .....	6,2	5,5	5,3
Vinos, cervezas y licores .....	3,2	4,1	3,4
Platos preparados .....	0,0	2,0	3,0
Bebidas no alcohólicas .....	1,8	2,7	2,9
Aceites y grasas .....	3,9	2,9	2,8
Huevos .....	2,4	1,5	1,2
Café y similares .....	1,1	1,2	0,9
Otros .....	3,8	1,8	1,6
Total .....	100,0	100,0	100,0

*Fuente: Panel de Consumo Alimentario del MAPA.*

centuales en el gasto y el volumen consumido durante el periodo 2001-2005.

## 2. Evolución del consumo de los hogares por productos

El Panel de Consumo Alimentario del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación analiza también el lugar de compra de los alimentos, lo que permite observar que los hogares se abastecen casi exclusivamente en el comercio minorista, mientras que en la hostelería y la restauración sólo el 27,3 por 100 de sus compras proceden del comercio minorista, fabricantes y *cash & carry* y el 72,7 por 100 restante proviene de empresas comercializadoras especializadas que entregan la mercancía en el propio establecimiento. Este apartado se centra en el estudio de la evolución del consumo de alimentos en los hogares únicamente, ya que es este consumo el que tiene verdadera influencia en las ventas de la distribución alimentaria al por menor.

En el Cuadro 1.3 se observa la evolución del gasto porcentual en alimentación de los hogares por productos en los años 1990, 2000 y 2005. Por otra parte, en el Cuadro 1.4 se recoge la evolución del consumo *per capita* de los principales alimen-

**CUADRO 1.4**  
**CONSUMO PER CAPITA DE ALGUNOS ALIMENTOS EN EL PERIODO 2003-2005 (Kg. o litros *per capita*)**

Productos	2003	2004	2005
Carnes .....	54,2	53,1	52,0
Productos de la pesca .....	27,8	28,6	28,4
Leche .....	91,3	90,4	87,3
Productos lácteos .....	28,9	32,0	32,5
Pan .....	47,3	46,9	45,9
Bollería y pastelería .....	11,7	12,1	12,1
Aceite de oliva .....	10,3	10,5	10,0
Frutas frescas .....	90,6	93,3	93,2
Hortalizas frescas .....	54,8	56,5	56,2
Frutas y hortalizas transformadas .....	13,1	13,5	13,5
Platos preparados .....	9,0	9,9	10,1
Vinos .....	12,2	11,5	11,0
Cerveza .....	15,0	15,6	15,1

*Fuente: Panel de Consumo Alimentario del MAPA.*

tos en los hogares en el periodo 2003-2005.

A continuación se destacan las principales cifras que aparecen en ambos Cuadros 1.3 y 1.4:

- *Carnes*: son el principal grupo de productos en cuanto a su porcentaje de participación del gasto total en alimentación en el hogar, con un 23,6 por 100 del total en el año 2005, tendiendo a descender. El consumo medio durante 2005 fue de 52,0 Kg. *per capita*, una décima menos que en 2004.

- *Productos de la pesca*: suponen el 14,1 por 100 del gasto total en alimentación, con tendencia ascendente. El consumo medio fue de 37,2 Kg. *per capita* en 2005, dos décimas porcentuales más que en 2004.

- *Leche y productos lácteos*: representan el 12,3 por 100 del gasto total en alimentación, con una ligera tendencia al alza. En 2005 se consumieron 87,3 litros de leche *per capita*, 3,1 puntos porcentuales menos que en 2004, y 32,5 Kg. de productos lácteos, cinco décimas porcentuales más que en 2004.

- *Frutas frescas y transformadas*: suponen el 11,0 por 100 del gasto total en alimentación, porcentaje que tiende a ascender. En 2005 se consumieron 93,2 Kg. de frutas frescas (una décima menos que en 2004) y 13,5 Kg. de frutas y hortalizas



transformadas, la misma cantidad que en el año anterior.

- *Hortalizas frescas y transformadas:* las hortalizas frescas y transformadas incluidas las patatas suponen el 10,0 por 100 del gasto total, y su tendencia es a ascender ligeramente. En 2005 el consumo *per capita* de hortalizas frescas fue de 56,2 Kg., con una bajada de tres décimas porcentuales sobre 2004, aunque la tendencia global es ascendente si se compara con el año 2003.

- *Pan, pastas y cereales:* representan el 7,9 por 100 del gasto total en alimentación, y su tendencia es a disminuir. El consumo de pan en 2005 fue de 45,9 Kg., un punto porcentual menos que el año 2004.

- *Azúcar y dulces:* suponen el 5,3 por 100 del gasto total de los hogares en alimentación, tendiendo a descender. En 2005 se consumieron 12,1 Kg. de bollería y pastelería *per capita*, igual cantidad que el año anterior.

- *Vinos, cervezas y licores:* su cuota en el gasto total es el 3,4 por 100, con un descenso de siete décimas porcentuales sobre 2004. El consumo *per capita* de vino

fue 11,0 litros en 2005, cinco décimas menos que en el año anterior. El consumo *per capita* de cerveza fue 15,1 litros, también cinco décimas inferior al de 2004.

- *Platos preparados:* el porcentaje de gasto en platos preparados aumenta año tras año, alcanzando el 3,0 por 100 del gasto total en alimentación de los hogares en 2005. En 2004 suponían el 2,0 por 100 del gasto, y en 1990 su cuota era prácticamente nula. En 2005 se alcanzaron los 10,1 Kg. de consumo *per capita* de platos preparados en los hogares, con un crecimiento de dos décimas porcentuales sobre el año anterior.

Como conclusión general, de estos datos se desprende la tendencia generalizada, ya apuntada en años anteriores, hacia el incremento del consumo de frutas y hortalizas frescas y pescado, así como productos bajos en grasas y azúcares. También se resalta el fuerte aumento del consumo de los platos preparados. En cambio, ha descendido el consumo de aceite de oliva en el año 2005, quizás influido por el fuerte aumento de precio que experimentó este producto.



DISTRIBUCIÓN  
COMERCIAL