



# → RADIOGRAFÍA DEL COMERCIO MINORISTA EN ESPAÑA

Informe 2024

0

# → Índice

<b>1 Contexto e introducción.....</b>	<b>3</b>
<b>2 ¿Qué opinan los comercios españoles? .....</b>	<b>4</b>
<b>3 Conclusiones.....</b>	<b>7</b>
<b>4 Metodología .....</b>	<b>7</b>



# 1

## → Contexto e introducción

[Square](#) presenta la segunda edición de su estudio Radiografía del sector del comercio minorista en España. El presente informe analiza cómo las empresas del sector se están adaptando al actual contexto económico, así como a las tendencias que prometen ser cruciales durante el nuevo año.

En 2023 los comercios minoristas en España continuaron recuperándose del impacto económico que dejó la pandemia, lo que ha supuesto una vuelta gradual hacia la normalidad, con un crecimiento del PIB del 2,5%, según los [datos](#) adelantados de la contabilidad nacional del Instituto Nacional de Estadística (INE). Además, la [Comisión Europea](#) prevé un crecimiento moderado (1,7%) de la economía española en 2024. Sin embargo, a pesar de lo positivo de estas cifras, el escenario para las pequeñas y medianas empresas (pymes) españolas no deja de ser desafiante. Y es que, según los últimos [datos](#) del Indicador CEPYME sobre la Situación de las Pymes Españolas, la productividad de este tipo de negocios registró una caída durante tres trimestres consecutivos en 2023, lo que se traduce en mayores costes y menor rentabilidad. De hecho, el esfuerzo financiero de las pymes se multiplicó por 2,5 en tan solo un año y los costes laborales encadenaron nueve trimestres consecutivos con incrementos interanuales de al menos el 5%, lo que no sucedía desde hace casi 30 años.

Hay que ser precavidos por tanto al valorar la situación del sector, si bien es cierto que el comercio minorista en España cerró 2023 al alza. Durante todo el año, las ventas minoristas registraron un incremento del 6,1%, mientras que la ocupación creció un 1,8%, según los [datos](#) publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE). En este contexto, el comercio electrónico sigue adquiriendo cada vez más relevancia y se presenta como una oportunidad de crecimiento. Es más, según los últimos [datos](#) de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), en España el comercio electrónico alcanzó los 20.492 millones de euros en el segundo trimestre de 2023, lo que supone un 12,7 % más que el año anterior.

Así pues, la tecnología sigue posicionándose como un aliado fundamental para que los comercios minoristas se consoliden y puedan seguir creciendo. La capacidad de adaptarse a las nuevas demandas de los clientes, mientras se establece una presencia sólida en el entorno digital, será crucial para mejorar la experiencia del consumidor y promover su fidelización.

2

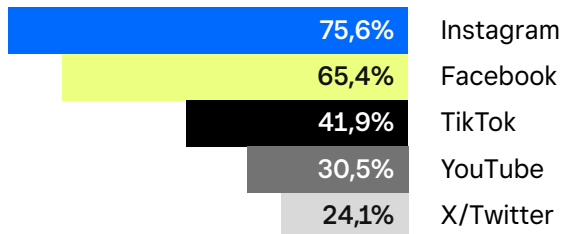
## → ¿Qué opinan los comercios españoles?

El 38,1% de los *retailers* españoles que vende sus productos en línea asegura que las ventas por Internet suponen más de la mitad de su facturación anual, lo que significa un incremento de 15,4 puntos porcentuales respecto a 2022.

Entre los negocios que afirman vender sus productos a través de las redes sociales, Instagram (75,6%) se posiciona como el más empleado por las empresas para este fin, seguido de cerca por Facebook (65,4%). Ambas plataformas han experimentado crecimientos significativos en cuanto a su uso para las ventas en el último año y medio, incrementándose 19,6 y 9 puntos porcentuales respectivamente. Sin embargo, TikTok ha sido la plataforma cuyo uso para ventas ha crecido más desde 2022, alcanzando un 41,9%, lo que supone un aumento de popularidad de 22,8 puntos porcentuales.

### ¿SABÍAS QUÉ?

Según el informe Radiografía del consumo en España elaborado por Square: *“El 20,9% de los encuestados afirma realizar más de la mitad de sus compras mensuales por Internet. Una cifra que marca una clara inclinación hacia las compras online durante el último año y medio, ya que en 2022 tan solo el 11% de los consumidores españoles afirmó haber realizado más de la mitad de sus compras del último mes en línea. Además, tan solo un 4,4% de los encuestados afirma no hacer compras mensuales por Internet”*





“El retail en España sigue creciendo y esto es, en parte, gracias al impulso que supone el comercio electrónico. Sin embargo, no debemos olvidar los retos a los que se enfrenta el sector y para los que, una vez más, la tecnología podría ser la clave”, afirma **Gonzalo Sáenz, Director de ventas de Square en España.**

“En Square proporcionamos un ecosistema integrado de soluciones que permite optimizar la gestión del negocio para reducir tiempos y costes que afectan directamente a la rentabilidad del comercio, aparte de facilitar la entrada o la consolidación de la compañía en el entorno digital. Todo ello va a permitir a los retailers hacer crecer su empresa y aumentar los beneficios. Además, estudios como este nos permiten comprender todavía mejor la realidad de un sector complejo, así como las tendencias y las nuevas demandas de los consumidores, para poder asesorar y ayudar a los empresarios con su estrategia desde la mejor posición”.



# +50%

de los *retailers* españoles consideran que la mayor oportunidad para hacer crecer su negocio en los próximos 12 meses se encuentra en Internet

#### DATO CURIOSO

Según el informe Radiografía del consumo en España elaborado por Square: “Las redes sociales siguen consolidándose como un punto de venta efectivo. Pese a que todavía un 29,3% se resiste a hacer compras a través de las redes sociales con asiduidad, un 46,8% de encuestados dice haber realizado más de 3 compras en el último mes.”

Los propietarios de tiendas minoristas en España que todavía no venden sus productos *online* destacan entre las principales razones: el no saber si los clientes estarían interesados o aceptarían esta nueva tecnología (36,9%), el desconocimiento de las nuevas opciones tecnológicas (29,6%), el excesivo tiempo que llevaría la formación del personal en la nueva tecnología (25,8%) y el miedo a los fallos o problemas tecnológicos (22,7%).

Más de la mitad de los *retailers* españoles consideran que la mayor oportunidad para hacer crecer su negocio en los próximos 12 meses se encuentra en Internet, ya sea mediante una página web (33,8%) o las redes sociales (27,9%)

Más allá del pago en efectivo (74,4%), el pago a través de PayPal o Bizum es el método de pago más ofrecido por los comercios minoristas (68,5%), seguido del pago con tarjeta tradicional (62,5%) y el pago con tarjeta contactless (51,2%). Además, crece el número de establecimientos que aceptan el pago con apps de cartera digital como Apple Pay, Samsung Pay o Google Pay (43%), lo que supone un crecimiento de 11,4 puntos porcentuales respecto al año anterior. El comprar ahora y pagar después -pago fraccionado- (17,6%), los cheques (13,8%) y el pago con códigos QR (13,4%) completan la lista.





# 1/2

*retailers* españoles asegura que al menos la mitad de sus clientes opta por pagar mediante opciones sin contacto

Uno de cada dos *retailers* españoles asegura que al menos la mitad de sus clientes opta por pagar mediante opciones sin contacto, como pagos con tarjeta contactless, códigos QR o apps de cartera digital.

Al ser preguntados por si les preocupa la supervivencia de su negocio durante el próximo año, tan solo el 18,2% de los encuestados afirmó no estar preocupado, mientras que para el 32,1% es una gran preocupación.

Entre los principales retos que los comerciantes minoristas esperan afrontar durante los próximos 12 meses destacan: fidelizar a los clientes (57,7%), hacer frente a los costes de funcionamiento del comercio (50,7%), mantener el contacto con los consumidores (46,5%), estar al día de las tendencias del sector (44%) y conseguir proveedores fiables y de calidad (37,5%).

Cuando se preguntó por las áreas de sus negocios en las que ya empleaban -o tenían previsión de implantar este año- la tecnología de automatización, los empresarios destacaron principalmente: la facturación (47,6%), los pagos de clientes (42,3%), el seguimiento de pedidos (39,6%), la gestión del inventario (39,2%), los informes sobre las ventas y la evolución del negocio (36,7%), la comunicación con los clientes (36,5%) y la gestión de los pagos a proveedores (36,3%).

El 68,1% de los comerciantes minoristas en España afirma que la sostenibilidad es un pilar muy importante para su negocio y asegura ofrecer productos responsables con el medioambiente.



Nueve de cada diez consumidores españoles afirman valorar el compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad a la hora de escoger tanto un comercio, como un centro de belleza y cuidado personal, o un restaurante. Además, el 11,5% de los encuestados solo acude a locales que cumplan con estas características.

## 3

# → Conclusiones

Un año más, Internet y las nuevas tecnologías siguen revolucionando el comercio minorista y las ventas *online* son, si cabe, cada día más esenciales para las tiendas, no solo para mantener e incrementar la rentabilidad del negocio sino a la hora de explorar nuevas vías de crecimiento. De hecho, en el último año y medio se ha mostrado una tendencia clara de los consumidores hacia las compras en línea. **Los españoles que hacen más de la mitad de sus compras mensuales por Internet ya representan el 20,9% de la población**, mientras que en 2022 esta cifra era del 11%. Este crecimiento subraya la necesidad de un compromiso por parte de los propietarios de tiendas minoristas por ofrecer opciones que se adapten a los intereses de los clientes. De hecho, para más del 38% de los *retailers* españoles hoy en día las ventas *online* suponen más de la mitad de su facturación anual.

Por otro lado, los propietarios españoles tienen claro que **la clave para crecer durante este año se encuentra en Internet** y reconocen la importancia de tener una presencia sólida en el ámbito digital para alcanzar a una audiencia más amplia y diversa. Además, los propietarios de comercios españoles han demostrado estar al día en cuanto a las demandas de sus clientes y han mejorado la accesibilidad de sus negocios en relación a los métodos de pago. **PayPal y Bizum ya se presentan como una opción consolidada en más de la mitad de los comercios**, mientras que otras opciones más modernas, como las apps de cartera digital siguen ganando fuerza.

No obstante, ante un contexto que plantea muchos retos, la preocupación por el futuro y la viabilidad de los negocios es común. De nuevo, **la digitalización se presenta como un proceso clave para superar los desafíos y adaptarse a una realidad cambiante**. Ante este escenario, los comercios españoles encontrarán un buen aliado en las herramientas de automatización, las cuales los ayudarán a gestionar de manera eficiente sus actividades y el tiempo de su personal, aumentando así la productividad, los beneficios y la satisfacción de los clientes.

## 4

# → Metodología

El estudio Radiografía del sector de la belleza y el cuidado personal en España ha sido realizado por Square con el soporte de Cint, la compañía líder a nivel mundial en software tecnológico de investigación de mercados, entre una muestra representativa de más de 500 propietarios españoles mayores de edad de negocios vinculados al sector de la belleza y el cuidado personal durante el primer trimestre de 2024.



## CONTACTO DE PRENSA

### ONA PR

Ana Mohamed | Marc Moreno

[square@onapr.es](mailto:square@onapr.es)

627 372 924

### SQUARE

Daniela Karthaus

Directora de comunicación de Square en Europa

[press@squareup.com](mailto:press@squareup.com)



Square facilita el comercio y los servicios financieros y los hace accesibles gracias a su ecosistema integrado de soluciones comerciales. Square ofrece un software específicamente diseñado para gestionar operaciones complejas en restaurantes, comercios y negocios de servicios profesionales; herramientas versátiles de comercio electrónico; servicios financieros y productos de banca integrados; pagos a plazos con Afterpay; funciones de gestión de personal y nóminas y mucho más – todo ello combinado para ahorrar tiempo y esfuerzo a los vendedores. Millones de empresarios y autónomos alrededor del mundo confían en la tecnología de Square para impulsar sus negocios y hacer crecer sus ingresos. Consulta más información en [www.squareup.com](http://www.squareup.com)

Squareup International Limited, operando bajo la marca Square, es una entidad autorizada y sujeta a la supervisión del Banco Central de Irlanda.