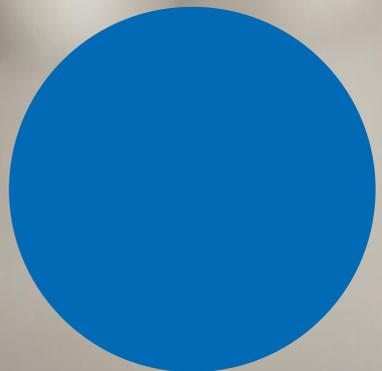


RESUMEN DE INDICADORES

NOVIEMBRE 2020



Resumen de Indicadores. Noviembre 2020

EL COMERCIO, EN CIFRAS



CONFIANZA CONSUMIDORES: Continúa en mínimos y afecta especialmente a las perspectivas sobre la realización de grandes compras. La distancia con la media europea se acentúa en 8 puntos en la media anual.

TURISMO: El gasto turístico cae de media un 76% en los nueve primeros meses, llegando a un desplome del 90% en septiembre.

EMPLEO: La afiliación a la Seguridad Social cae hasta octubre un 2,1%, con 439.600 menos que el mismo mes de 2019. Los ERTes medios afectaron a más de 633.195 trabajadores.

OTROS: Las matriculaciones caen un 37% hasta octubre. El crédito nuevo de consumo cae un 27%. El gasto total con tarjeta (BBVA) aumentó un 0,6% interanual en octubre, 3 puntos menos que en septiembre, afectando especialmente a Navarra y Cataluña donde las restricciones fueron más severas. La afluencia a centros comerciales acumula una caída del 33,4% hasta octubre. El índice PMI del sector servicios registra su mínimo en 5 meses debido a los rebotes, las nuevas restricciones y la preocupación de consumidores.

Los consumidores frenan sus expectativas de realizar grandes compras



Resumen de Indicadores. Noviembre 2020

EL COMERCIO, EN CIFRAS



CONSUMO (Volumen): Cae un 7,2% hasta septiembre. La alimentación baja ligeramente un 0,2% y el resto de productos cae un 12,7%.

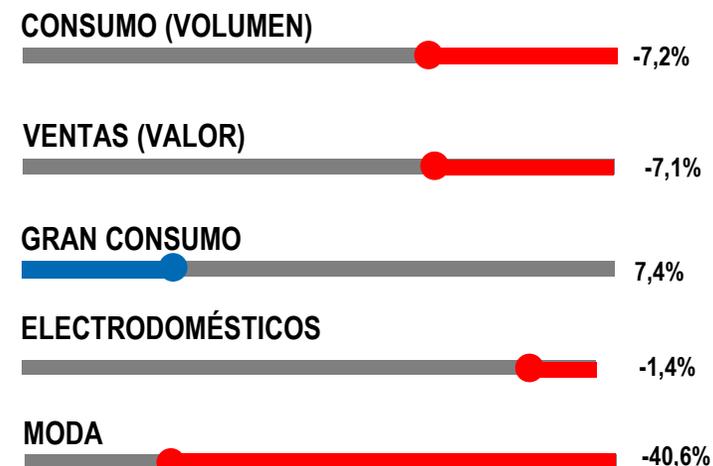
VENTAS (Valor): Retrocede un 7,1%. La alimentación sube un 2,4%, mientras que el resto de categorías pierde un 14,4%. Los grandes formatos comerciales retroceden un 10%, el repunte de la alimentación (8,9%) no compensa la fuerte caída (-18%) del resto de productos, que se ve afectada por la ausencia de turismo y los rebrotes.

POR CCAA: La evolución de la facturación de los últimos doce meses es negativa en todas las comunidades, especialmente en las islas y ciudades autónomas. Galicia, Castilla-La Mancha, País Vasco y Madrid muestran menores caídas.

GRAN CONSUMO: El gran consumo, sin frescos perecederos, crece un 7,4% hasta septiembre (Nielsen). En el periodo de COVID han crecido más los productos frescos y por formatos el hipermercado. El canal online ha crecido a un ritmo seis veces mayor que el físico, doblando su cuota de mercado.

OTROS PRODUCTOS: Las ventas de electrodomésticos recuperan terreno en verano y amortiguan su caída un 1,4% hasta octubre (Anfel). En los bienes tecnológicos del hogar se prevé una caída del 2%. Mientras que el textil pierde un 40,6% de las ventas hasta octubre (Acotex), lastrado por las nuevas restricciones impuestas en Comunidades como Cataluña.

Electrodomésticos y electrónica del hogar amortiguan la caída desde verano



Resumen de Indicadores. Noviembre 2020

EL COMERCIO, EN CIFRAS



EL COMERCIO, LA ACTIVIDAD MÁS GOLPEADA POR LAS RESTRICCIONES DURANTE EL COVID-19

Según la OCDE, durante el confinamiento y la vigencia del Estado de Alarma el comercio ha restado 9,5 puntos al PIB. Ninguna otra de las grandes economías de la OCDE ha sufrido un retroceso tan acusado del comercio. La contribución negativa del comercio al PIB durante este periodo multiplica por seis al de la industria, según datos de la OCDE.

Impacto directo del confinamiento y las medidas de alarma, por sectores

Contribución a la caída del PIB, en puntos.

	Otros servicios personales	Actividades profesionales	Hoteles, restaurantes y viajes	Comercio	Construcción	Industria	Total caída PIB
Canadá	-1,8	-5,9	-2,1	-8,3	-3,7	-1,4	-23,2
Media OCDE	-2,5	-7,3	-2,2	-8,8	-3,0	-1,5	-25,3
Estados Unidos	-2,4	-9,2	-2,3	-8,1	-1,8	-1,5	-25,3
Francia	-2,7	-8,6	-2,3	-8,2	-2,8	-1,4	-25,9
Italia	-3,0	-7,6	-2,9	-9,0	-2,1	-1,6	-26,3
Reino Unido	-3,6	-7,9	-2,6	-7,8	-3,0	-1,5	-26,4
España	-3,9	-6,2	-4,8	-9,5	-3,1	-1,6	-29,1
Alemania	-3,5	-9,2	-1,3	-7,4	-2,2	-5,5	-29,2

Fuente: OECD 2020a; OECD Annual National Accounts; and OECD calculations.

Resumen de Indicadores. Noviembre 2020

EL COMERCIO, EN CIFRAS



DISPARIDAD ENTRE
COMUNIDADES AUTÓNOMAS

-0,9% IPC octubre

Destaca la bajada de la
electricidad

CONSUMO EN VOLUMEN

Se reduce en todas las comunidades, especialmente en Canarias (-14,5%), Baleares (-16,4%) y ciudades autónomas (-21% en el caso de Melilla).

PRECIOS

Las diferencias van desde tasas ligeramente positivas de Canarias, Murcia y Melilla a la deflación del resto de comunidades, especialmente en La Rioja (-0,7%)

Fuentes: INE, Eurostat, ICM, Seguridad Social, Ministerio de Economía, Contabilidad Nacional, Nielsen, Foot Fall, PMI, GFK Temax, ANFEL, Acotex, Kanatar, BBVA y Markit

Resumen de Indicadores. Noviembre 2020

EL COMERCIO, EN CIFRAS



EVOLUCIÓN

AFILIACIÓN EN EL COMERCIO: Los datos mensuales de afiliación media de octubre muestran una caída del 2,7%, esto es, 51.843 afiliados menos que el mismo mes del año anterior.

POR CCAA: El ICM recoge pérdida de ocupación, que en los últimos tres meses especialmente intensa en Baleares y Canarias. En cuanto a la EPA, también negativa a nivel nacional, en los tres primeros trimestres muestra un avance positivo del empleo en Madrid, Castilla-La Mancha, Aragón y Navarra.

	1.845.766	-51.843	-2,7%
Número total de afiliados		Reducción	Variación anual

Fuentes: INE, Eurostat, ICM, Seguridad Social, Ministerio de Economía, Contabilidad Nacional, Nielsen, Foot Fall, PMI, GFK Temax, ANFEL, Acotex, Kanatar, BBVA y Markit

Resumen de Indicadores. Noviembre 2020

EL COMERCIO, EN CIFRAS



* Últimos datos
disponibles
1º Trimestre 2020

COMERCIO ELECTRÓNICO DE BIENES Y SERVICIOS en España durante el primer trimestre de 2020 **superó los 12.243 millones de euros, un 14% más que el año anterior**, según el último Informe de Comercio Electrónico publicado por CNMC. En el mismo periodo, **el comercio minorista cayó un 3,1%.**

COMERCIO ELECTRÓNICO DE PRODUCTOS Excluyendo los servicios, la facturación online de productos alcanzó los **2.810 millones de euros**, lo que supone un avance del 16% con respecto al registrado en el mismo periodo del año anterior.

COMPRAS AL EXTERIOR Más de la mitad de las compras online de productos, el 51%, se hacen con alguna empresa radicada en otro país. En categorías como ordenadores o calzado supone en 80%.

CUOTA DE MERCADO El peso del comercio electrónico en el comercio **se ha multiplicado por ocho en esta década**. La contribución comparable es del **4,4%** (contemplando sólo la venta a consumidores de bienes en España).



ANGED ● ●

ASOCIACION NACIONAL
DE GRANDES EMPRESAS DE
DISTRIBUCION

Velázquez, 24 - 5º Dcha.
28001 Madrid (España)
915 223 004
anged@anged.es
@ANGED_es

anged.es

