

RESUMEN DE INDICADORES

FEBRERO 2021



Resumen de Indicadores. Febrero 2021

EL COMERCIO, EN CIFRAS



CONFIANZA CONSUMIDORES: Arranca el año ligeramente peor que en diciembre. La distancia con la media europea se acentúa en más de 8 puntos en la media anual.

TURISMO: España ha perdido 65 millones de turistas en el último año, con el consecuente derrumbe del gasto turístico, hasta un 78,5%, del que depende una parte imponente de la actividad comercial.

EMPLEO: La afiliación a la Seguridad Social en enero cae de media un 1,7%. En enero había 335.000 afiliados menos que el mismo mes de 2020. Los ERTes alcanzaron a 717.678 personas, el 3,8% de ocupados, a los que habría que añadir 383.800 autónomos con prestación.

OTROS: Las matriculaciones caen un 51% en enero. El crédito nuevo de consumo cae un 27%. El gasto en tarjetas en transacciones físicas se redujo en enero un 5% (Caixabank), ligeramente peor que en diciembre. La afluencia a centros comerciales cae de media un 34% en 2020. Las restricciones locales para la contención de la COVID-19 y el temporal Filomena restringieron la actividad y los nuevos pedidos en el sector servicios, por undécimo mes consecutivo, que además acelera la pérdida de empleo aumentan y los costes.

La pérdida de empleo y la incertidumbre sobre los ERTes siguen lastrando la confianza de los consumidores



Resumen de Indicadores. Febrero 2021

EL COMERCIO, EN CIFRAS



CONSUMO (Volumen): Cae un 5,8% en 2020. La alimentación que prácticamente plana, con un avance del 0,3%, y el resto de productos cae un 10,5%.

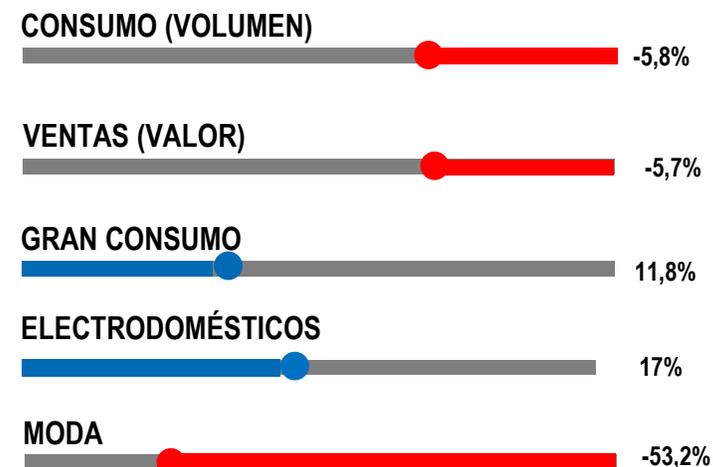
VENTAS (Valor): Retrocede un 5,7%. La alimentación sube un 2,6%, mientras que el resto de categorías pierde un 12%. Los grandes formatos comerciales retroceden un 7,9%, el repunte de la alimentación (8,5%) no compensa la fuerte caída (-14,8%) del resto de productos, muy afectados por las nuevas restricciones y cierres de establecimientos en varias CCAA.

POR CCAA: . La evolución de la facturación trimestral muestra que Galicia, País Vasco, Madrid y Castilla-La Mancha crecen en el último trimestre mientras que Andalucía, Asturias, Castilla y León, Cataluña, Extremadura, Murcia y La Rioja empeoran por las restricciones de actividad.

GRAN CONSUMO: El gran consumo, sin frescos perecederos, crece un 11,8% en enero (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.

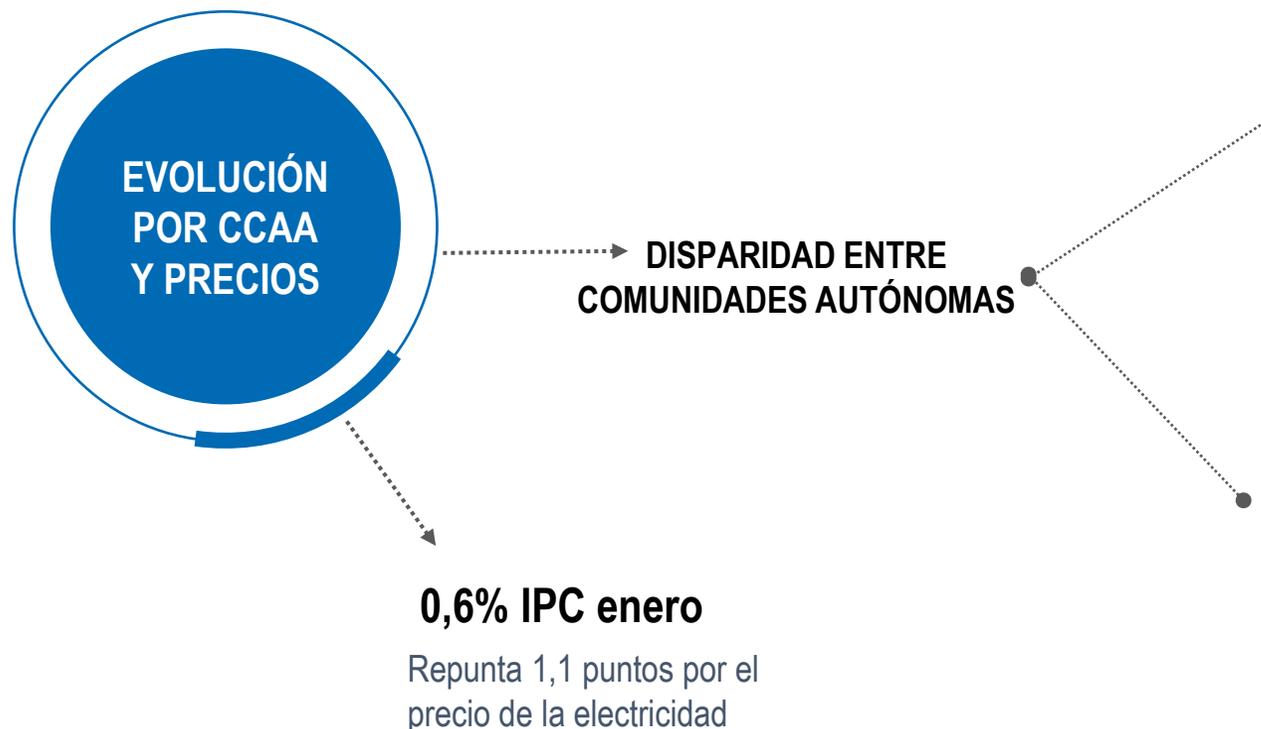
OTROS PRODUCTOS: Las ventas de electrodomésticos avanzan un 17% en enero, motivado por el mayor tiempo en casa (Anfel). En cambio, el temporal Filomena perjudica el textil, que cae un 53,2% en enero. Por su parte, el segmento de bienes tecnológicos para el hogar cerró 2020 con un crecimiento del 6,4%.

El temporal de nieve Filomena y las restricciones de las CCAA dañan sobre todo a las compras de moda



Resumen de Indicadores. Febrero 2021

EL COMERCIO, EN CIFRAS



CONSUMO EN VOLUMEN

Se reduce en todas las comunidades, sobre todo en las Islas y ciudades autónomas por la ausencia de turismo. Desde octubre, en Cataluña, Andalucía y Murcia por las nuevas restricciones de actividad tras los rebrotes de la pandemia. .

PRECIOS

Las diferencias van desde tasas positivas de Canarias y Melilla a deflación de La Rioja (-0,8%)

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. Febrero 2021

EL COMERCIO, EN CIFRAS



EL COMERCIO PIERDE MÁS DE 56.000 AFILIADOS

AFILIACIÓN EN EL COMERCIO: Los datos mensuales de afiliación media de enero muestran una caída del 3%, esto es, 56.351 afiliados menos que el mismo mes del año anterior. De los ocupados totales se encontraban en situación de ERTE 54.415 en comercio minorista, el 3,5% de los ocupados.

POR CCAA: El ICM recoge pérdida de ocupación en diciembre en todas las CCAA, especialmente en Canarias, Cataluña y Navarra.



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. Febrero 2021

EL COMERCIO, EN CIFRAS



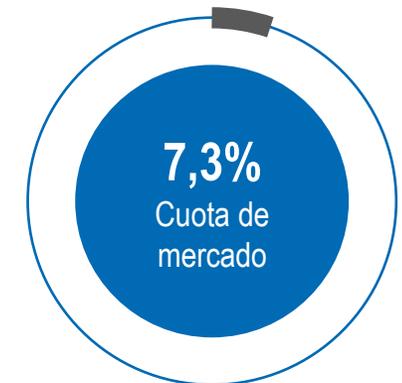
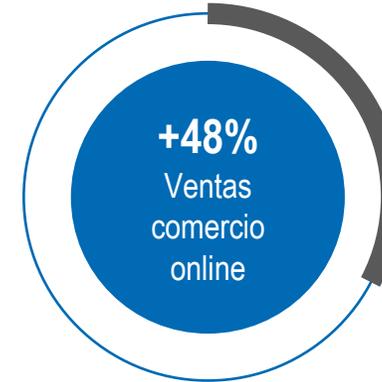
* Últimos datos disponibles 1º semestre 2020

COMERCIO ELECTRÓNICO DE BIENES Y SERVICIOS en España durante el primer semestre de 2020 **superó los 24.260 millones de euros**, según el último Informe de Comercio Electrónico publicado por CNMC. En el mismo periodo, **el comercio minorista cayó un 11,7%**.

COMERCIO ELECTRÓNICO DE PRODUCTOS Excluyendo los servicios, la facturación online de productos alcanzó los **7.234 millones de euros**, lo que supone un avance del 48% con respecto al registrado en el mismo periodo del año anterior.

COMPRAS AL EXTERIOR Más de la mitad de las compras online de productos se hacen con alguna empresa radicada en otro país. En categorías como prendas supone en 70%.

CUOTA DE MERCADO El peso del comercio electrónico en el comercio **se ha multiplicado por diez en esta década**. La contribución comparable es del **7,3%** en el primer semestre (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

