

# RESUMEN DE INDICADORES

## FEBRERO 2023



# Resumen de Indicadores. Febrero 2023

EL COMERCIO, EN CIFRAS



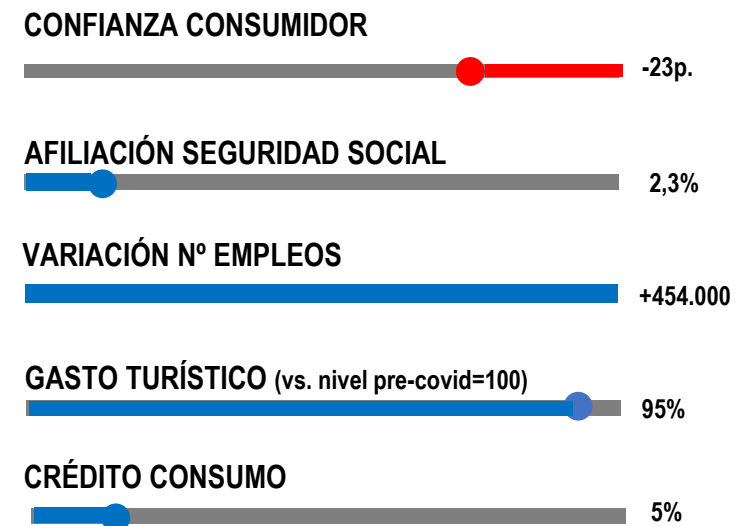
**CONFIANZA CONSUMIDORES:** Mejora los últimos tres meses de 2022 por las expectativas en el hogar y en la economía, aunque sigue en niveles mínimos. La distancia con la media europea está en 2 puntos

**TURISMO:** El gasto de turistas se sitúa ya en el 95% de los niveles prepandemia tras crecer un 48% interanual en diciembre y un 149% en el total 2022.

**EMPLEO:** La afiliación media mensual a la Seguridad Social crece en enero un 2,3%, con un aumento de 454.000 afiliados más que el mismo mes de 2022.

**OTROS:** Las matriculaciones crecen más de un 50% en enero respecto al año anterior (Anfac) y sigue la senda para recuperar niveles pre-covid. El gasto en términos corrientes del indicador de consumo de BBVA acelera hasta el 29 de enero, con un avance del 5,2% interanual, aunque en términos reales está casi plano (-0,2%). El crédito nuevo al consumo a hogares crece un 5% en 2022, quedando un 17% por debajo del nivel pre-pandemia. El indicador PMI del sector privado supera de nuevo los 50 puntos, por el crecimiento de la actividad del sector servicios y la menor contracción de la producción manufacturera (Markit Economics).

## El turismo recupera prácticamente los niveles de gasto anteriores a la pandemia



# Resumen de Indicadores. Febrero 2023

EL COMERCIO, EN CIFRAS



**CONSUMO (Volumen):** Cierra 2022 con una caída del 0,8% y sigue todavía sin alcanzar los niveles pre-covid (3,9 puntos menos). Caen alimentación (-1,7%), mientras que la no alimentación prácticamente cierra en plano (+0,2%).

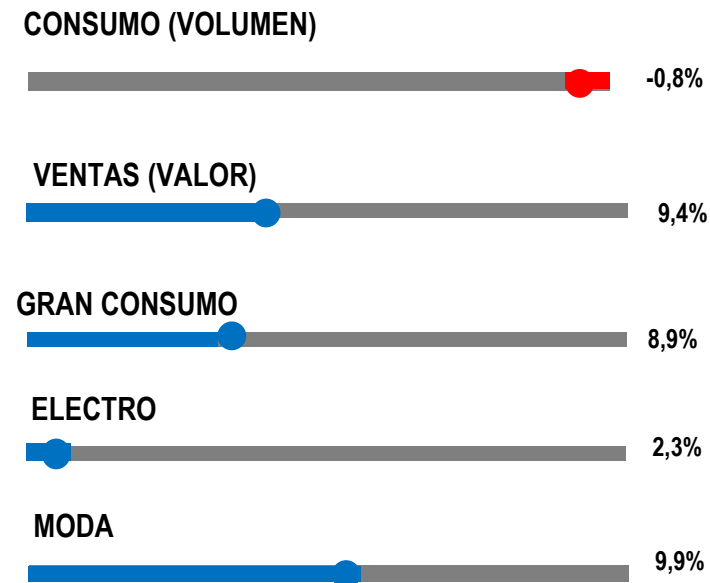
**VENTAS (Valor):** Sube un 9,4%, por el impacto de la presión de costes sobre los precios. La alimentación repunta un 8,6% y el resto de productos avanza un 10,1%. Los grandes formatos comerciales crecen un 11,7%, con un avance de la alimentación del 9,8% y un avance del resto de categorías del 12,9%.

**POR CCAA:** Todas las CCAA crecen, en especial, Madrid, Baleares y Cantabria que se sitúan significativamente por encima de 2019 y sólo las ciudades autónomas siguen por debajo de datos pre-pandemia.

**GRAN CONSUMO:** El gran consumo crece un 8,9% hasta el 22 de enero. El ecommerce en gran consumo avanza a mitad de ritmo por la caída en productos frescos y su peso no llega el 2,5% de las ventas totales (Nielsen).

**OTROS PRODUCTOS:** Las ventas de textil y moda crecen un 9,9% en enero animadas por las rebajas (Acotex). En la gama de electrodomésticos, las ventas recuperan la senda positiva creciendo un 2,3% en 2022 (APPLIA). Por su parte, GFK señala un peor comportamiento de electrónica de consumo desde el tercer trimestre por el impacto de inflación y pérdida de confianza.

**El consumo en el comercio se mantiene 4 puntos por debajo de los niveles previos a la pandemia**



# Resumen de Indicadores. Febrero 2023

EL COMERCIO, EN CIFRAS



**DISPARIDAD ENTRE  
COMUNIDADES AUTÓNOMAS**

**5,8% IPC enero**

Continúa la moderación en el ritmo de crecimiento de los precios, con menor presión de la energía.

## CONSUMO EN VOLUMEN

Las diferencias se acentúan: el consumo crece en las islas y ligeramente en Madrid y sigue cayendo más de cinco puntos en Castilla-La Mancha, Asturias y País Vasco.

## PRECIOS

Las diferencias van desde el 11,9% de Castilla-La Mancha al 9,5 % de Canarias y Melilla.

**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 2023

EL COMERCIO, EN CIFRAS



## TENDENCIA DECRECIENTE EN EL EMPLEO

**AFILIACIÓN EN EL COMERCIO:** Los datos mensuales de afiliación media de enero de 2023 confirman la tendencia decreciente y caen un 0,9% en comercio minorista, con 17.443 afiliados menos que en 2022. El régimen general se mantiene constante frente a la caída de los autónomos.

**POR CCAA:** Según el ICM (no incluye autónomos), el empleo crece un 2,6% en 2022 con una evolución positiva en todas las comunidades autónomas, sobre todo Baleares y Canarias. En Asturias, retrocede un 0,7%.

	1.883.115	17.443	-0,9%
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. Febrero 2023

EL COMERCIO, EN CIFRAS



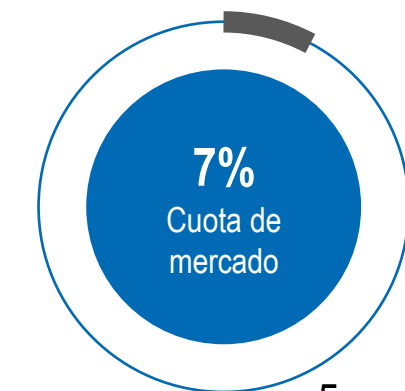
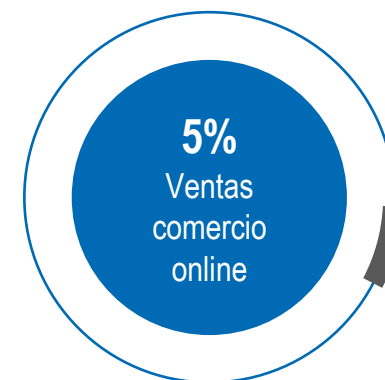
\* Últimos datos disponibles primer semestre 2022

**COMERCIO ELECTRÓNICO DE BIENES Y SERVICIOS** en España facturó 33.817 en el primer semestre de 2022, un 29% más que el año anterior, según el último Informe de Comercio Electrónico publicado por CNMC.

**COMERCIO ELECTRÓNICO DE PRODUCTOS** Excluyendo los servicios, la facturación online de productos alcanzó los 8.678 millones de euros, lo que supone un avance del 5% con respecto al registrado en el mismo periodo del año anterior. En el mismo periodo, el comercio minorista creció un 11,6%.

**COMPRAS AL EXTERIOR** Hasta el 52% de las compras online de productos se hacen con alguna empresa radicada en otro país. Alcanza desde el 84 % en prendas de vestir y calzado al 16% en electrodomésticos.

**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% del total del comercio (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

