

RESUMEN DE INDICADORES

MARZO 2023



Resumen de Indicadores. Marzo 2023

EL COMERCIO, EN CIFRAS



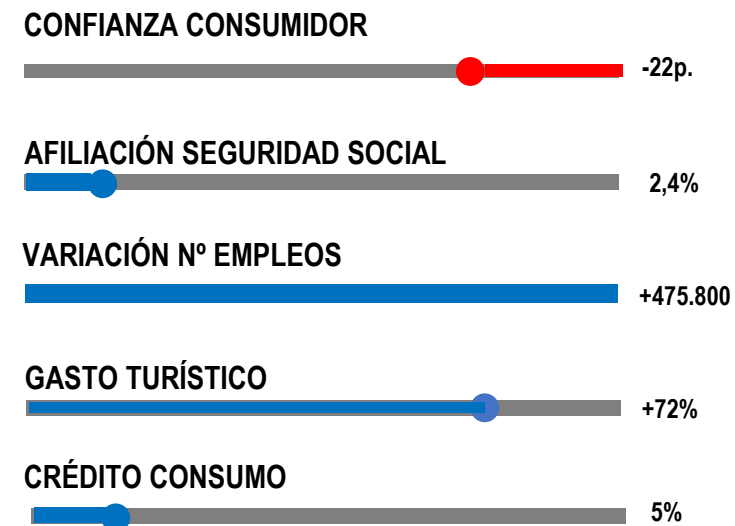
CONFIANZA CONSUMIDORES: Mejora los últimos cuatro meses por las expectativas en el hogar, aunque sigue en niveles mínimos. La distancia con la media europea crece a 3 puntos.

TURISMO: El gasto de turistas mantiene una senda de recuperación clara en enero, con un avance interanual del 72% y superando ya en un 11% los niveles pre-pandemia.

EMPLEO: La afiliación media mensual a la Seguridad Social crece en febrero un 2,4%, con un aumento de 475.800 afiliados más que el mismo mes de 2022.

OTROS: Las matriculaciones crecen más de un 19% en febrero respecto al año anterior (Anfac). El gasto en términos corrientes del indicador de consumo de BBVA avanza un 0,7% en febrero, aunque en términos reales cae un 5%. 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 roza los 56 puntos, mejor nivel en un año, impulsado por la expansión tanto de la producción manufacturera como de los servicios (Markit Economics).

El turismo y el mercado laboral mantienen tendencia positiva



Resumen de Indicadores. Marzo 2023

EL COMERCIO, EN CIFRAS



CONSUMO (Volumen): En enero avanza un 6,3% y sigue todavía sin alcanzar los niveles pre-covid (1,7 puntos menos). Cae alimentación (-1,9%), mientras que la no alimentación repunta un 15,4%.

VENTAS (Valor): Sube un 14,6%, por el impacto de la presión de costes sobre los precios. La alimentación repunta un 13,6% y el resto de productos avanza un 15,3%. Los grandes formatos comerciales crecen un 16,2%, con un avance de la alimentación del 13,9% y un avance del resto de categorías del 17,2%.

POR CCAA: Todas las CCAA crecen respecto a enero de 2022. Madrid, Baleares y la Comunidad Valenciana crecen significativamente también respecto a 2019 y sólo las ciudades autónomas siguen por debajo de datos prepandemia.

GRAN CONSUMO: El gran consumo crece un 10,9% hasta el 26 febrero, con una caída del 3,4% en volumen (Nielsen).

OTROS PRODUCTOS: Las ventas de textil y moda crecen un 7,8% en febrero animadas todavía por las rebajas (Acotex). En la gama de electrodomésticos, las ventas caen un 1,6% de media hasta febrero (APPLIA). Por su parte, GFK señala un peor comportamiento de electrónica de consumo desde el tercer trimestre de 2022 por el impacto de inflación y pérdida de confianza.

El gran consumo cae en volumen un 3,4% en el arranque de 2023

CONSUMO (VOLUMEN)



VENTAS (VALOR)



GRAN CONSUMO



ELECTRO



MODA



Resumen de Indicadores. Marzo 2023

EL COMERCIO, EN CIFRAS



EVOLUCIÓN
POR CCAA
Y PRECIOS

DISPARIDAD ENTRE
COMUNIDADES AUTÓNOMAS

6% IPC febrero

Continúa la moderación de la energía, mientras que la crisis de costes de la cadena agroalimentaria sigue arrastrando el IPC de los alimentos.

CONSUMO EN VOLUMEN

Las diferencias se acentúan: el consumo crece en enero por encima del 10% en Comunidad Valenciana (10,6%), Baleares (13,4%) y Canarias (14,4%), frente al modesto avance en Murcia (0,6%) y Navarra (1,7%).

PRECIOS

Las diferencias van desde el 9,1% de Ceuta al 6,2% de Comunidad Valenciana.

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. Marzo 2023

EL COMERCIO, EN CIFRAS



CRECIMIENTO PLANO DE LA AFILIACIÓN EN FEBRERO

AFILIACIÓN EN EL COMERCIO: Los datos mensuales de afiliación media de febrero de 2023 anotan un crecimiento plano (0,2%) con 3.408 afiliados más que hace un año. 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 0,8% en enero con evolución irregular entre comunidades autónomas, que va del crecimiento del 3% en Extremadura o Canarias al descenso del 3,3% en Asturias.

1.868.854	3.408	0,2%
Número total de afiliados	Aumento	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. Marzo 2023

EL COMERCIO, EN CIFRAS



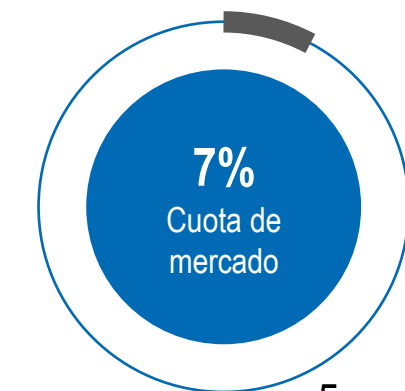
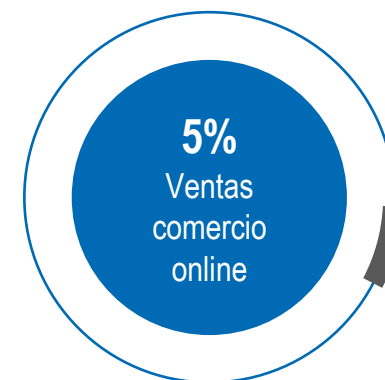
* Últimos datos disponibles primer semestre 2022

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

