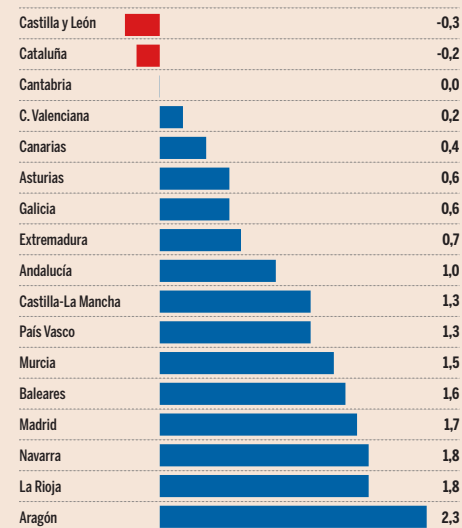


ESTANCAMIENTO EN LAS VENTAS MINORISTAS

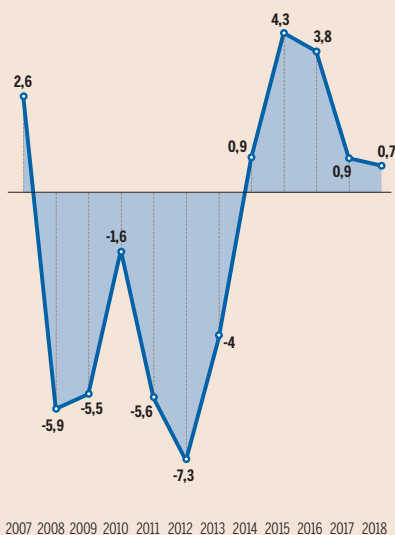
> Variación interanual por Comunidades

Datos de 2018. En porcentaje.



> Evolución de ventas al por menor

En porcentaje.



Fuente: INE

Expansión

El comercio minorista cierra la peor campaña desde 2013

CONSUMO/ Las ventas al por menor, que apenas avanzaron un 0,7% durante 2018, confirman la pérdida de dinamismo del sector, que nota la ralentización del consumo.

Sandra Sánchez. Madrid
2018 no ha sido un buen año para el comercio minorista español. El cierre del ejercicio confirma una estancamiento de las ventas que había arrancado el año anterior.

En el conjunto del año, y tras eliminar los efectos estacionales y de calendario, las ventas minoristas apenas avanzaron un 0,7%.

A pesar de que el que acaba de terminar ha supuesto el quinto año consecutivo de crecimiento en la actividad minorista, también es cierto que se trata del ejercicio más flojo desde 2013. Tras acumular tasas negativas de crecimiento durante los peores años de crisis, el conjunto de 2018 confirma el avance a menor ritmo desde entonces, y empieza a dibujar una tendencia a la baja.

Buena parte del frenazo en las ventas viene provocado por la caída de la actividad al por menor en Cataluña y Castilla y León en el conjunto del año. Son las dos únicas comunidades en las que se reducen las ventas en 2018 (ambas registraron caídas en el comercio también

Castilla y León y Cataluña, las dos únicas comunidades en las que caen las ventas en 2018

El Black Friday adelanta la campaña de Navidad al mes de noviembre

en 2017). Mientras que Aragón, Navarra y La Rioja registran las tasas más elevadas del conjunto de España.

La pérdida de dinamismo se ha notado especialmente para el pequeño comercio (empresas unilocalizadas), donde la actividad se redujo un 0,8%, tras once meses encadenando tasas negativas de crecimiento.

En cambio, las grandes cadenas registraron el mayor avance por tipo de establecimiento, con un alza de las ventas de 2,4% al finalizar el ejercicio.

Lo mismo en términos de empleo. El pequeño comercio registró una variación en

la ocupación del 2,8% durante ese año, por un leve incremento del 0,3% en los establecimientos de menor tamaño.

Un mal diciembre

El freno de las ventas en 2018 se debió, básicamente, al deterioro en el sector de alimentación y, sobre todo, de equipo personal, según la estadística elaborada por el INE. Esto viene a confirmar cambios en los hábitos de consumo, como un mayor protagonismo de las compras a través de los canales no tradicionales.

Ante el proceso de transformación digital al que la empresa española se adapta a diferentes velocidades, desde Anged solicitan reformas que permitan hacer más competitivo al sector.

En concreto, la patronal de empresas de distribución reclama un nuevo marco regulatorio que impulse "medidas para hacer más competitivos a los menos eficientes, sin perjudicar la competitividad de los que ya se están adaptando al nuevo entorno de consumo".

La progresiva pérdida de dinamismo responde, además, a un mal diciembre, en el que las ventas cayeron un 0,6%, respecto al mes anterior.

No es el primer diciembre que registra un descenso en las ventas respecto al mes anterior. Las rebajas del Black Friday adelantan la tradicional campaña de Navidad, que históricamente convertían a diciembre en el mes fuerte para las compras y el consumo.

La caída es aún mayor al desagregar del dato general las estaciones de servicio. Entonces, el descenso respecto al mes anterior escala hasta el 1,4%.

La tendencia avanza hacia picos de consumo repartidos a lo largo del año. Algo "preocupante" en opinión del presidente de la Confederación Española de Comercio, Manuel García-Izquierdo.

El presidente de la patronal de las pequeñas tiendas cree que estos resultados "confirman que las promociones y descuentos permanentes están acabando con la campaña de Navidad, como ya lo hicieron con las rebajas".