

## **La crisis llega a las tiendas**

[palavi] | 0:20, 1/Abr |

La crisis llega a las tiendas: el comercio minorista cae por primera vez durante tres meses seguidos  
@Carlos Sánchez - 31/03/2008 06:00h

Malos tiempos para el comercio minorista. Los datos oficiales muestran que por primera vez en muchos años las ventas de los tenderos cayeron durante tres meses consecutivos. Es la primera que esto ocurre, al menos, desde el año 2001, que es cuando comienza el actual Índice de Comercio al por Menor (ICM), que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Los datos son contundentes. En diciembre de 2007 -en términos internuales y una vez corregidos los datos del efecto calendario y de la evolución de los precios- el descenso en las ventas minoristas fue del 2,2%.

El año 2008 comenzó con un retroceso del 2,5% respecto al mismo mes del año anterior en términos constantes, pero es que en febrero la caída ha sido del 2,7%, lo que significa un trimestre completo con sucesivos deterioros de este indicador, clave para entender la evolución del consumo (el componente que más pesa en el Producto Interior Bruto).

Los descensos tienen que ver con un empeoramiento general de sus dos grandes componentes: la venta de productos alimenticios y de no alimenticios, aunque con mayor intensidad en este segundo apartado. Tan solo en febrero, la equipación del hogar retrocedió un 3,5%, tasa que se va al -4,5% si se incluye el mes de enero.

Para entender la evolución de este indicador basta con dar cuenta de que el año pasado, a estas alturas del año, las ventas minoristas crecían alrededor del 4% (un 4,1% en enero y un 3,6% en febrero), lo que da idea del cambio de ciclo.

El Índice de Comercio al por Menor (ICM) tiene como objetivo conocer la evolución de las ventas y el empleo en el sector del comercio minorista, y refleja la información que ofrecen 10.500 empresas ubicadas en todo el territorio nacional. Las ventas brutas son el total facturado por la empresa en concepto de productos vendidos en el ejercicio de su actividad incluido el IVA. Se trata, por lo tanto, de ventas reales, lo que explica su enorme representatividad.

La importancia de este índice viene dada, como se ha dicho, por el enorme peso que tiene el consumo en el Producto Interior Bruto, pero también en el empleo. España, como reflejan las estadísticas oficiales, es un país de pymes, en particular en el comercio, por lo que un retroceso en sus ventas como el que se viene produciendo- lógicamente afectará también al nivel de ocupación.

Tampoco las ventas en las grandes superficies (deflactadas y corregidas de efecto de calendario) dan muestras de fortaleza. Los datos de Estadística encadenan, igualmente, tres meses consecutivos de retrocesos. En concreto, de un 1,7% en diciembre de 2007; de un -2,2% en enero y de un 1% en febrero.