Expansión

01/12/2015

Tirada: 44.504 Categoría: Económicos
Difusión: 28.999 Edición: Nacional
Audiencia: 86.997 Página: 26

Confederación Española de Comercio

AREA (cm2): 911,0 OCUPACIÓN: 85,2% V.PUB.: 11.246 € SECTOR||NOTICIAS DE CEC

ECONOMÍA / POLÍTICA

El tirón del consumo acelera la recuperación

EL COMERCIO MINORISTA SUBE UN 5,8% EN OCTUBRE Y SUPERA EXPECTATIVAS/ Las patronales creen que el 'Black Friday' ha dado el pistoletazo de salida a la campaña de Navidad con más expectativas desde que comenzó la crisis en 2007.

Calixto Rivero. Madrid

En apenas tres años, se ha convertido ya en una tradición que grandes multinacionales como El Corte Inglés o Zara recurran al *Black Friday* para dar el pistoletazo de salida a la campaña de Navidad. Aunque es una jornada que surgió en EEUU el día después de de Acción de Gracias con agresivos descuentos, estas rebajas *made in USA* no sólo han contagiado a las grandes superficies en 2015: también ha llenado los escaparates de los pequeños comercios españoles, que ya están notando los efectos de la recuperación en sus ingresos. El terreno ya estaba abonado: el dato de consumo minorista de octubre, que se disparó un 5,8% y avanza un cuarto trimestre esperanzado.

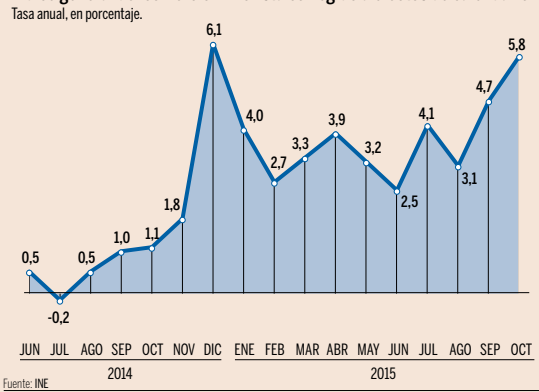
El fuerte auge de casi el 6% del consumo al por menor en octubre ha desmontado las previsiones más prudentes de los analistas, que esperaban un final de año más modesto para el PIB. Por ejemplo, BBVA Research admitía ayer que "tras el notable incremeno de la facturación en septiembre, se esperaba que las ventas del comercio al por menor siguiesen creciendo en octubre, pero a un ritmo menor". José Luis Martínez, estratega de Citi, también admite que "esperaba un dato menor". "Todos esperábamos que la economía mantuviera en la última parte del año un dato de 0,7% o del 0,8% trimestral, pero si extrapolamos estos datos, sin duda será más elevado", explica. Aunque reconoce que habrá que esperar a ver la evolución en noviembre y diciembre, avanza que también "otros datos de coyuntura muestran una nueva aceleración reciente frente a la moderación" del PIB en el tercer trimestre de 2015. BBVA Research, sin conocer estos datos, había pronosticado que el PIB crecería un 0,7% entre octubre y diciembre.

Los últimos datos de consumo muestran que la mejora de la confianza, está haciendo que los españoles están renovando los electrodomésticos, sus aparatos electrónicos y su ropa. En octubre, mientras que las ventas de productos alimentarios repunta un 2%, las de equipamiento personal crecen un 8,1% y las del hogar, un 7,5%.

REPUNTE DE LA DEMANDA

> Índice general del comercio minorista corregido a efectos de calendario

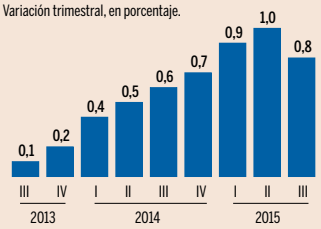
Tasa anual, en porcentaje.



Fuente: INE

> >Evolución del PIBPIB

Variación trimestral, en porcentaje.



> Ocupación del comercio

En porcentaje.

Aunque los pequeños comercios vendieron un 4,2% más y las pequeñas cadenas un 3,9% adicional en octubre de 2015, las más beneficiadas han sido las grandes cadenas, donde el consumo ha repuntado un 7,1% y en las grandes superficies, donde se ha disparado un 7,6%.

El empleo en el sector también crece, aunque aún a un nivel más lento. La ocupación aumentó un 1,3% en octubre de 2015 en términos interanuales y, de media, en lo que va de año repunta un 1%. La campaña de Navidad será más favorable a esta tendencia. Por ejemplo, la patronal de de distribución Anged, ha anunciado que sus empresas contratarán a 18.000 personas durante la Navidad. Por ejemplo, Toys R' Us duplicará su plantilla con la incorporación de 1.600 trabajadores en Navidad.

La Confederación Española de Comercio (CEC) señaló que el *Black Friday* ayudará a "remontar las ventas de noviembre". Según, la Asociación Española de Economía Digital, el comercio electrónico había facturado hasta un 10,6% más que el año pasado en estas rebajas y habría logrado el 6,4% del total del consumo electrónico del año. Sólo Amazon ha anunciado que ha batido récord de ventas en su historia en España.

Las previsiones de las patronales son optimistas. José María Bonmatí, director General de Aecoc, señala "que estas navidades podrían registrarse crecimientos de entre el 5% y el 7% en el canal tradicional" y de hasta el 20% en las tiendas de comercio *online*.

Los comercios podrían aumentar sus ventas entre un 5% y un 7% en Navidad

El empleo crece un 1,3%, pero se espera una campaña navideña con mejores previsiones

Las grandes superficies han mejorado sus ventas de octubre en un 7,6%

Editorial / Página 2