TEMOR DE UN PARÓN EN EL CONSUMO

La columna invitada

Javier Romera

Jefe de redacción

El sector del comercio se está enfrentando a dificultades económicas sin precedentes. La contracción del consumo, unida a la fuerte reducción de márgenes en los últimos años, está llevando al sector a una situación muy complicada que, de seguir así, podría llevar al cierre de miles de establecimientos". La advertencia la realizó el pasado miércoles la Confederación Española del Comercio, la organización que defiende a las pequeñas y medianas tiendas de barrio, en vísperas de la moción de censura del PSOE, que hizo caer la semana pasada el Gobierno del PP. Y no es para tomárselo a broma.

Los últimos datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) muestran un leve crecimiento del 0,7 por ciento de las ventas del comercio minorista en España en abril, lo que refleja una ralentización del consumo con respecto a meses pasados. La cuestión de fondo es que se trata de una cifra que está inflada por el efecto de las gasolinas y que esconde, en realidad, una caída del 0,2 por ciento en alimentación y del 4,9 por ciento en ropa e higiene. Por modos de distribución, las empresas unilocalizadas y las grandes superficies concentran las caídas.

Y lo peor es que desde la CEC alertan de que la contracción de las ventas podría empeorar a raíz de la inestabilidad política, por el previsible descenso en la confianza de los consumidores. La incertidumbre y la deconfianza no son, desde luego, las mejores compañeras de viaje para un sector, que actúa como ningún otro de termometro de la economía.

> La inestabilidad podría asestar un duro golpe al comercio tradicional

El pequeño y mediano comercio se encuentra en un punto de inflexión decisivo para su viabilidad futura, especialmente ante sus problemas para adaptarse a la venta online y poder competir en igualdad de condiciones con las grandes plataformas. Y la cuestión de fondo es que la ralentización del crecimiento trae consigo de forma prácticametne automática la pérdida de empleo. Así, y aunque el conjunto del comercio minorista siguió creando empleo a un ritmo del 0,8 por ciento, en el caso del comercio de proximidad los puestos de trabajo disminuyeron un 0,2 por ciento en abril. Es una mala noticia. Sobre todo, porque de continuar esta tendencia, la Confederación estima ya que decenas de miles de empleos podrían verse afectados en los próximos 18 meses.

Al nuevo Gobierno socialista de Pedro Sánchez no le conviene por ello jugar con fuego. Un parón en el consumo interno sería letal no sólo para el sector de la distribución comercial, sino para el conjunto de la economía española. Por eso, conviene seguir avanzando, no echar marcha atrás en las reformas, crear un clima de confianza empresarial que permita al comercio tradicional recuperar la senda del crecimiento y apoyar su digitalización. Es la única salida posible.