

LOS COMERCIANTES ANDALUCES AFIRMAN QUE EL AÑO 2024 NO SE HAN CUMPLIDO LAS EXPECTATIVAS DE CRECIMIENTO DEL SECTOR

Para 2025, Comercio Andalucía espera que la tendencia que auguraba un auge del comercio de proximidad pueda ser una realidad

Comercio Andalucía, la confederación de los comerciantes andaluces ha afirmado que en 2024 no se han cumplido las expectativas de crecimiento del sector.

Según los comerciantes andaluces, sin poder contabilizar todavía el periodo navideño, que es para muchos subsectores del comercio de cercanía la época en la que se produce un importante porcentaje del conjunto de las ventas anuales, 2024 ha sido un año de importantes retos para el comercio de cercanía en Andalucía en el que se preveía alcanzar los índices de ventas anteriores a la pandemia, aunque éstos no se han logrado seguramente porque el consumo en general no ha sido el esperado.

En esta línea, Comercio Andalucía ha señalado que en los primeros 8 meses del año el crecimiento en valor del gran consumo se ha moderado en torno al 1,6%, mientras que el volumen de consumo ha disminuido en un 0,6%, lo que, en todo caso, ha reflejado cierta estabilización tras los cambios generados por la pandemia, aunque se espera una campaña de Navidad con un volumen de ventas algo superior a la del año pasado, algo que sería muy importante para un sector vital para la economía y el empleo de Andalucía

Así mismo, según los comerciantes andaluces, el año 2024, en términos generales, ha sido algo mejor en cuanto a ventas se refiere que 2023, si bien, las amenazas a las que se enfrenta el comercio de proximidad persisten, incrementándose el desequilibrio entre los distintos formatos de la distribución comercial.

Por ello, Comercio Andalucía insiste en su preocupación por la continua desaparición de los pequeños comercios de proximidad, sobre todo en los centros de las grandes ciudades y las capitales de Andalucía, donde en la actualidad se está produciendo de manera continuada el cierre de establecimientos comerciales y la implantación de locales de restauración que los sustituyen, fenómeno éste que en un reciente estudio de la Universidad de Sevilla han llamado “baretización” de los centros de las ciudades.

Para los comerciantes andaluces, la falta de una completa regulación del comercio online desarrollado por las grandes plataformas sigue siendo uno de los grandes problemas que el comercio de cercanía, abrumado por todo tipo de normas y exigencias legales, padece para competir en igualdad de condiciones.

Por otro lado, Comercio Andalucía denuncia que el desequilibrio urbanístico-comercial existente en toda Andalucía, con el desarrollo comercial en el extrarradio de las ciudades y la falta de accesibilidad que presentan muchos cascos urbanos, está generando que los ciudadanos tengan cada vez más dificultad para acceder a las zonas comerciales interiores de las ciudades, decantándose por la comodidad de los grandes centros comerciales ubicados en el extrarradio.

Del mismo modo, los comerciantes andaluces destacan que la desregulación iniciada en 2012 en algunas tipologías de ventas especiales, como la venta en rebajas, siguen perjudicando especialmente al comercio de proximidad de nuestra Comunidad Autónoma.

Para 2025, Comercio Andalucía confía en que cierta tendencia que auguraba un auge del comercio de proximidad pueda ser una realidad, ya que se está empezando a ver cierta tipología de consumidor que cada vez valora más el comprar en los comercios locales y de proximidad al considerar que ello supone no solo una actividad de abastecimiento de productos necesarios, sino a la vez un compromiso para con un sector que contribuye de una manera decidida para el fortalecimiento de las ciudades.

En consecuencia, los comerciantes andaluces se reafirman en que el sector genera empleo y riqueza en el territorio, fijando la población al mismo y contribuyendo a dar vida a nuestras ciudades y al mantenimiento del estilo de vida con el que se identifican.

No obstante, Comercio Andalucía entiende que, si no hay una voluntad decidida de las distintas administraciones públicas para ser sensibles con el comercio de proximidad, difícilmente se podrá conseguir el tan necesario equilibrio entre los distintos formatos de la distribución comercial.

Por último, los comerciantes andaluces hacen valer los datos abrumadores del sector en nuestra Comunidad Autónoma, con más de 160.000 establecimientos comerciales, más de 500.000 empleos, el 24% del total de empleos de Andalucía, el 60% de ellos mujeres, 144.000 autónomos el 25% del total, 85.000 millones de euros de volumen de negocio y un 11,5% del PIB de Andalucía. El comercio de cercanía es un sector que aporta riqueza al territorio donde está implantado además de ayudar a su vertebración y cohesión social.

20 de diciembre de 2024