

**E**

Editorial

## Se frena tendencia al alza en las ventas

Como ocurre en cada otoño, el comercio minorista presencial redujo su ritmo de crecimiento respecto del periodo anterior.

Pese a los esfuerzos desplegados en los últimos quince años, el rubro comercial no logra desacoplar sus ventas de la estacionalidad. Como una tendencia casi invariable, año tras año los resultados de las ventas minoristas en la Región están fuertemente condicionados por el mes en el cual se producen. De acuerdo a las cifras dadas a conocer ayer por la Cámara Nacional de Comercio, este fenómeno vuelve a instalarse en la Región de Valparaíso, donde las ventas del comercio minorista marcaron en abril un alza real anual en el margen de 0,6%, alcanzando así en los cuatro primeros meses un incremento real de 5,9%, tras crecer 14,2% en marzo. De esta manera, el sector acumula un crecimiento de 5,9% en los cuatro primeros meses del año. En términos de locales equivalentes, las ventas de la región marcaron prácticamente un nulo incremento (0,1%), acumulando entre enero y abril un

**No se aprecia interés o acción para modificar la situación actual, como si la caída del comercio en los próximos meses fuera un destino sin vuelta.**

4,9%. En cuanto al resultado del trimestre móvil febrero-abril, se evidencia un tercer mes de crecimiento, con un alza anual de 5,9%, pero se desacelera frente al período previo, rompiendo la tendencia positiva. Es la llegada del otoño, que ahuyenta a los turistas, reduce la actividad de restaurantes y hoteles, apacigua los espectá-

culos al aire libre y resiente la vitalidad de un rubro económico fundamental para la zona. Pese a que se trata de un diagnóstico conocido, no hay estrategias consolidadas -surgidas desde el mundo público o privado- que hayan permitido superar esos factores negativos. Las experiencias en otros países demuestra que es posible implementar fórmulas de continuidad, construyendo parrillas de atractivos que sean estables durante todo el año y abriendo espacios a la oferta que puedan entregar las industrias creativas. Pero no se aprecia movimiento en ese sentido, como si los empresarios del rubro y las autoridades pensarán que esta situación, que presagia una fuerte caída del comercio en los próximos meses, fuera un destino sin vuelta.