

Análisis del impacto económico del Covid-19 en el comercio minorista del valle del cauca

Juliana Hernández Salazar & Julián Alberto Palacio Mera

Universidad del Quindío - Colombia



Para citaciones: Hernández Salazar, J., & Palacio Mera, J. (2021). Análisis del impacto económico del Covid-19 en el comercio minorista del valle del cauca. Revista de jóvenes investigadores Ad Valorem, 4(2), 64-73. <https://doi.org/10.32997/RJIA-vol.4-num.2-2021-3700>

Autor de correspondencia:

Juliana Hernández Salazar
jhernandezs_1@uqvirtual.edu.co

Editor: Bernardo Romero Torres.
Universidad de Cartagena-Colombia.

Tipología IBN Publindex:

Artículo de investigación científica y tecnológica

Copyright: © 2021. Hernández Salazar, J., & Palacio Mera, J. Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la licencia

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/> la cual permite el uso sin restricciones, distribución y reproducción en cualquier medio, siempre y cuando que el original, el autor y la fuente sean acreditados.



RESUMEN

Este artículo analiza los impactos económicos en el sector minorista generados por la COVID-19, específicamente, en algunos subsectores a analizar que corresponden al total del comercio minorista para el departamento del Valle del Cauca como consecuencia de la declaración de estado de emergencia relacionado con la propagación de la infección por el virus. Para ello, se escogieron tres subsectores que presentaron variaciones negativas en sus ventas reales en un período comprendido entre marzo de 2020 a junio del mismo año, luego, se aplicó un modelo de cambio estructural dirigido a los subsectores analizados como los Restaurantes, servicios Culturales y la línea de Vestuario. Seguidamente, los resultados obtenidos en el proceso de análisis para cada una de estas tres variables, evidencian cambios estructurales y al mismo tiempo choques estructurales ocasionados por la COVID-19 en tres periodos de tiempo, como también, la afectación en las ventas reales en los meses comprendidos de la presente investigación. Finalmente, los resultados derivados de la investigación aplicando el modelo mencionado anteriormente, permitieron entender que la pandemia deja diversos impactos negativos sobre los ingresos de los comerciantes que dependen de éstos subsectores anteriormente mencionados, ocasionando pérdidas económicas, el cierre de sus establecimientos y que tengan que buscar alternativas de ventas para seguir en funcionamiento y volver a incrementar sus ingresos.

Palabras clave: COVID-19; Cambio estructural; Comercio minorista; Impacto económico.

Analysis of the economic impact of Covid-19 in the retail trade of Valle del Cauca

ABSTRACT

This article analyzes the economic impacts on the retail sector generated by COVID-19, specifically, in some subsectors to be analyzed that correspond to the total retail trade for the department of Valle del Cauca as a consequence of the declaration of a state of emergency related to the spread of the virus infection. For this purpose, three subsectors were chosen that presented negative variations in their real sales in a period from March 2020 to June of the same year, then, a structural change model was applied to the analyzed subsectors such as Restaurants, Cultural services and the Apparel line. Next, the results obtained in the analysis process for each of these three variables, show structural changes and at the same time structural shocks caused by COVID-19 in four periods of time, as well as the effect on real sales in the months covered by this research. Finally, the results derived from the investigation applying the model mentioned above, allowed to understand that the pandemic leaves diverse negative impacts on the income of the merchants that depend on these sub-sectors mentioned above, causing economic losses,

the closing of their establishments and that they have to look for sales alternatives to continue functioning and to increase their income again.

Keywords: COVID-19; Structural change; Retail commerce; Economic impact.

1. INTRODUCCIÓN

Al igual que en el resto del mundo, el comercio minorista en el Valle del Cauca enfrenta uno de los choques más fuertes como consecuencia de la pandemia del COVID-19; el comercio minorista, conformado por el sector primario y secundario, se da como la actividad económica de cadena o distribución de bienes y/o productos específicos a los consumidores o usuarios finales a través de diversos canales de comercialización o de abastecimiento. Dicho sector, se vio afectado de manera directa por las medidas tomadas en el marco de la emergencia sanitaria derivada del COVID-19, toda vez que estas medidas involucran cierres temporales que afectan a la mayor parte la actividad económica, conllevando esto a una pérdida de poder adquisitivo de los comerciantes vallecaucanos como consecuencia del aumento del desempleo y con esto, una caída en la demanda que provocó el cierre del 11,5% de los comercios minoristas en el departamento del Valle del Cauca (Cali escribe, 2020).

Todas las empresas, sin tener en cuenta su tamaño se están viendo seriamente afectadas por cuanto sus ingresos se han frenado y en el mejor de los casos se han disminuido sustancialmente, pues en opinión del 56,6% sus ventas han disminuido, durante el primer trimestre de 2020, en promedio en un 54,2%, lo que paulatinamente las lleva a la insolvencia, perdiendo puestos de trabajo. (Pinzón y Mena, 2020, p.5)

Debido a la situación de aislamiento preventivo obligatorio, el sector económico del comercio minorista ha sido mayormente perjudicado en el alto volumen de pérdidas que se ha generado en el Valle del Cauca por la COVID-19. En efecto, el sector minorista no solo es importante porque atiende a las necesidades básicas de suministro de alimentos, sino que, el comercio es el sector de mayor participación en el PIB departamental con el 17.01%, (Pinzón y Mena, 2020, pág. 1), y como lo establece la OCDE:

El sector minorista es un peso pesado en términos económicos: en promedio en todas las economías de la OCDE, cerca de 1 de cada 12 trabajadores están empleados en dicho sector y este representa casi 5% del PIB. Más aún, sirve sobre todo a la demanda final y, por consiguiente, ocupa una posición importante en las cadenas de valor, como proveedor de los hogares y también como punto de venta de los sectores proveedores. También suele complementar actividades en otros sectores gravemente afectados, por ejemplo, el turismo. Además, el sector minorista es muy

intensivo en mano de obra, por lo que cualquier interrupción tiene repercusiones desproporcionadas en materia de empleo (OCDE, 2020, p.2).

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), los sectores más afectados son el comercio mayorista y minorista; las actividades comunitarias sociales y personales; hoteles y restaurantes; actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, y las manufacturas (CEPAL, 2020). Considerando lo anterior, el objetivo del artículo pretende analizar los impactos generados por el COVID-19 en el sector minorista del departamento del Valle del Cauca, con la finalidad de identificar los efectos negativos de la pandemia del COVID-19 en las dinámicas económicas de los subsectores como los Restaurantes, servicios Culturales y la línea de Vestuario, y así, aportar en la comprensión de los impactos generados por la emergencia sanitaria a estos subsectores económicos, buscando de esta manera ampliar la discusión respecto a las medidas necesarias para generar procesos de reactivación económica eficientes en el marco de la post-pandemia.

2. REVISIÓN DE LITERATURA

El aporte que genera el sector del comercio minorista al PIB de cada país donde es un sector con gran variedad, constante transformación y que genera puestos de empleo, siendo éste uno de los sectores con mayor atracción y contribución para cada uno de los países. Es por esto, que se expone de manera detallada algunos recursos literarios que se emplearon para la realización de la presente investigación. Por consiguiente, como lo establecen Smith y Sparks (2011):

La distribución comercial experimenta un proceso de concentración de la oferta que ha originado una estructura dual del sector minorista y pone al comercio tradicional ante la creciente necesidad de adecuar sus formas de gestión para aumentar la competitividad. Muchos pequeños comercios sufren una serie de problemas y dificultades, tales como: inadaptación al entorno comercial, cambios económicos y sociales, competencia de múltiples y grandes distribuidores, localizaciones inadecuadas, deficiencias en el formato comercial, altos costos de operación, escasa disponibilidad de capital para inversión, problemas de suministros, insuficiencias en la gestión, falta de experiencia en gestión, carencia de conocimientos técnicos o edad del emprendedor (Smith y Sparks, 2011, p. 42).

Dándose así, que la competitividad presentada en el sector comercial es otro factor a tener en cuenta, lo anterior, dependiendo de los establecimientos especializados¹ se debe tener presente el nivel de competitividad al cual se aspira llegar por parte de cada uno. Por otro lado, el buscar reducir costos para que las personas se sientan atraídas por precios favorables y así lograr que determinado

¹ Establecimientos especializados en la venta de productos, alimentos y bebidas, artículos culturales o de entretenimiento y prendas de vestir y sus accesorios.

establecimiento especializado en cualquier bien o servicio, se pueda volver altamente competitivo a pesar de factores externos.

Es necesario comprender que la crisis económica asociada al COVID-19 no tiene precedentes en la historia reciente ya que esta crisis trasciende los mercados financieros; en este sentido Cifuentes Faura (2020) plantea que la crisis que ha causado en el mundo el COVID-19, donde aquellos impactos y medidas económicas que se tomaron en Europa y en cada uno de los países, ha generado en materia económica un gran desafío que no se vivía desde la Gran Recesión ocurrida en el año 2008 desembocando una crisis económica sin precedentes. Se resalta, sin embargo, la preocupación de la población ya que esta crisis no se encuentra solo en los mercados financieros, sino que este se enfoca en la economía real. Cifuentes Faura (2020) plantea lo siguiente: "Se está produciendo al mismo tiempo una destrucción de la demanda y de la oferta, y los mercados financieros se están desplomando, llevando a algunos a una crisis crediticia, particularmente en el sector del comercio minorista y el turismo" (p. 6).

Finalmente, es de esperar que posterior a la actual crisis sanitaria del COVID-19, el consumo en los hogares ya sea, directa o indirectamente, siga aumentando en el departamento del Valle del Cauca de acuerdo a cada bien o servicio ofrecido por diversos subsectores en el comercio minorista.

3. METODOLOGÍA

La presente investigación se realizó de manera analítica y de carácter departamental, enfocado en el Valle del Cauca en algunos subsectores del comercio minorista con datos obtenidos de la encuesta mensual de comercio del DANE (DANE, 2020). Siguiendo el criterio de importancia económica y afectación por las medidas tomadas para enfrentar la pandemia del COVID-19 en este departamento, en consecuencia, se seleccionaron los subsectores de Restaurantes, servicio Culturales y línea de Vestuario como los tres subsectores importantes que muestran variaciones negativas en sus ventas reales a raíz del cese de sus actividades económicas determinadas.

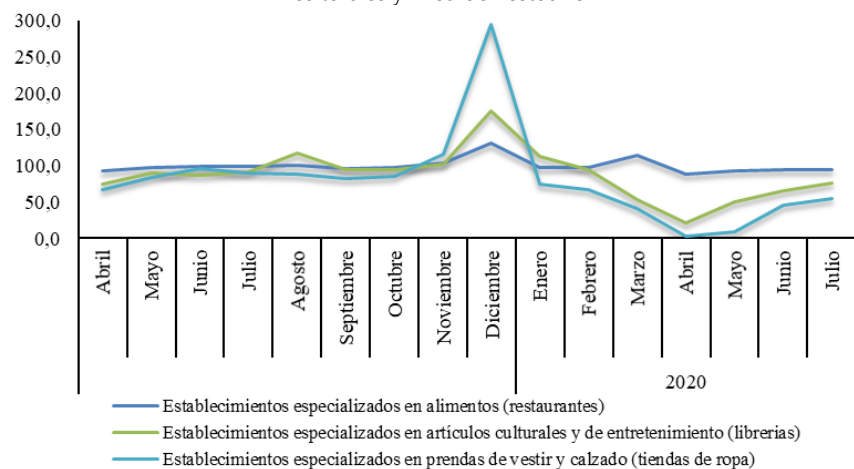
Se hace necesario el uso de Software RStudio para poder plasmar el modelo de cambios estructurales, donde éste mismo muestra aquellos efectos que en el mediano y largo plazo han causado alguna transformación en composición de los agregados económicos y, así, poder determinar los períodos de tiempo específicos que generan quiebres estructurales a raíz de los impactos económicos generados por la COVID-19 sobre los subsectores establecidos a analizar hacen parte del comercio minorista para el departamento del Valle del Cauca. Posteriormente, con el fin de generar un análisis sobre series de tiempo cruzadas, para determinar el nivel de afectación de cada subsector correspondiente frente al total del sector del comercio minorista y para ello, se realizaron las pruebas de integración, con el fin de soportar dicho análisis conjunto. Para lo anterior, se

determinaron las pruebas de ADF.Test, PP.Test y KPSS.Test, que determinan el grado de estacionalidad de la serie, por lo tanto, se establecieron los residuales de los modelos de regresión entre ambas series, teniendo en cuenta a la variable dependiente $Total \sim X_i$, siendo X_i la serie para cada subsector principal o mencionado a analizar.

4. RESULTADOS

A partir de los datos obtenidos, se evidencian los quiebres estructurales ocasionados por el virus del COVID-19, en donde se destacan los meses comprendidos entre marzo de 2020 a junio del mismo año, aquellas reducciones significativas en sus ventas reales en los subsectores analizados. De acuerdo con cada variable principal que se analizó en el total del comercio minorista, que fueron para el subsector Restaurantes, Culturales y la línea de Vestuario, se obtuvieron resultados tras tener en cuenta el test de Chow y así, determinar los cambios estructurales, donde las variables analizadas mostraron que sí tienen un cambio estructural en tres períodos de tiempo en específico, las cuales, muestran choques económicos por los estragos del COVID-19 en sus ventas reales y el tiempo comprendido entre marzo de 2020 a junio del 2020.

Gráfico 1. Variación mensual en subsectores como restaurantes, todo lo relacionado con servicios culturales y línea de vestuario



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Encuesta Mensual de Comercio, Valle del Cauca, julio 2020 – DANE.

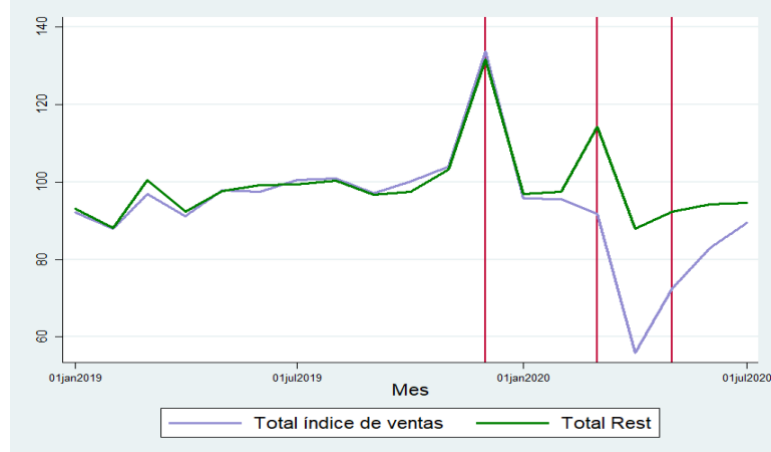
En el gráfico 1, se evidencia el comportamiento de los subsectores como los Restaurantes, servicios Culturales y línea de Vestuario, donde se puede apreciar fuertes caídas en las ventas reales entre los meses de marzo de 2020 a junio de 2020, esto como consecuencia del cierre de los establecimientos como medida de seguridad establecido por el gobierno nacional frente a la pandemia del COVID-19 para reducir la propagación del mismo virus. Los resultados muestran tres (3) períodos de tiempo que evidencian una tendencia a la baja en cuanto a

las ventas reales de los subsectores analizados que conforman al total del comercio minorista del departamento del Valle del Cauca a raíz de la llegada del COVID-19.

Los comerciantes del subsector Restaurantes debido al cierre de numerosos establecimientos, trataron de incrementar sus ingresos por medio de estrategias de ventas, como domicilios, ventas en línea y demás, donde también las personas se abastecieron de alimentos para cubrir la incertidumbre en cuanto al tiempo destinado a la cuarentena producto de la pandemia.

En cuanto a artículos Culturales, este presentó una caída significativa a raíz de que no se vendieron útiles escolares y demás artículos relacionados con esta línea porque las clases empezaron a ser dictadas de manera virtual y el trabajo comenzó a realizarse en casa; y correspondiente a la línea de Vestuario, las personas optaron por comprar una menor cantidad en prendas de vestir y artículos sucedáneos del cuero ya que se debió guardar el respectivo aislamiento en casa y optaron por hacer inversión en artículos que satisfagan las necesidades que ocasionaba el virus. Finalmente, desde junio del 2020 en adelante, se empieza a dar una recuperación de los subsectores de manera paulatina y cumpliendo con normas de bioseguridad, dándose un crecimiento económico gradualmente para el total del sector comercial minorista.

Gráfico 2. Cruce de series de tiempo entre índice total de ventas y Restaurantes

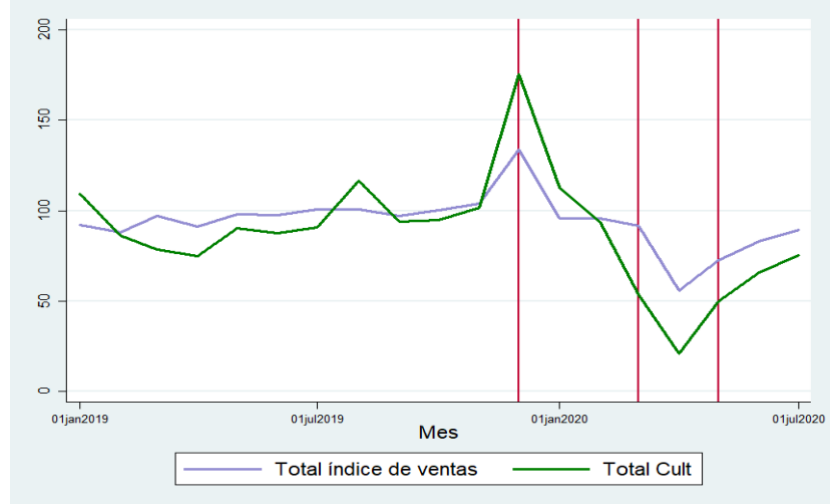


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Encuesta Mensual de Comercio, Valle del Cauca, julio 2020 – DANE.

En primer lugar, se analiza un cruce de series entre el Total del índice de ventas y el Total para el subsector de los Restaurantes. Tal como se evidencia en el gráfico 2, los puntos que corresponden de marzo de 2020 a junio de 2020 para el total y el subsector Restaurantes (Rest), denotan una tendencia a la baja cuando empieza el aislamiento obligatorio preventivo, dicha tendencia, se estableció durante el primer confinamiento en el mes de marzo del 2020 por Minsalud (Minsalud, 2020), luego, se observa que el nivel en las ventas reales del subsector

Restaurantes se equilibraba en el mes de mayo y junio, cuando se optaron por planes contingentes como ventas en línea, servicios virtuales, entre otros, para continuar con el funcionamiento de los establecimientos.

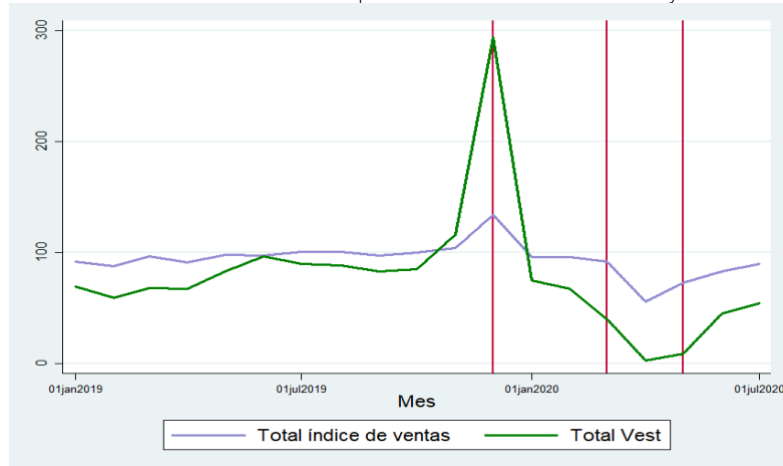
Gráfico 3. Cruce de series de tiempo entre índice total de ventas y Culturales



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Encuesta Mensual de Comercio, Valle del Cauca, julio 2020 – DANE.

En el gráfico 3, se analiza el cruce de series entre el Total del índice de ventas y el Total para el subsector de los Culturales. Como se observa, el subsector Culturales (Cult), muestra una tendencia a la baja debido al COVID-19, ya que los artículos encontrados en este subsector, presentaron variaciones negativas en sus ventas, haciendo que artículos de papelería y útiles escolares, entre otros, dejaran ser vendidos a causa de que los servicios educativos y laborales, empezaron a realizarse de manera virtual, como clases en línea y teletrabajo, por lo tanto, los servicios relacionado a esta línea de Culturales, pasaron a ser útiles de segundo plano.

Gráfico 4. Cruce de series de tiempo entre índice total de ventas y Vestuario



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Encuesta Mensual de Comercio, Valle del Cauca, julio 2020 – DANE.

Se analiza el cruce de series entre el total del índice de ventas y el total para el subsector Vestuario. En el gráfico 4, se presenta una tendencia a la baja en las ventas de prendas de vestir y la línea relacionada con ésta. Para el segundo trimestre del 2020, se presentan caídas en el nivel de ventas del subsector de la línea de Vestuario y en el total del comercio minorista debido a la presencia del coronavirus en el departamento del Valle del Cauca, tomando como medidas el cierre de establecimientos dedicados a la venta de estos. Finalizando el segundo trimestre, el nivel de ventas empieza a recuperarse gradualmente debido a las estrategias tomadas por el gremio del sector comercial minorista.

5. CONCLUSIONES

Se puede evidenciar los meses específicos del año que mayor tendencia bajista mostraron en las ventas reales para estos subsectores, partiendo desde el mes de marzo del 2020, donde inicia el aislamiento social para contener la propagación del virus del COVID-19, y donde el mes de abril del 2020, fue un mes determinante para demostrar las variaciones negativas y pérdidas económicas que se produjeron a raíz de la pandemia; seguidamente por el mes de mayo, donde los establecimientos empezaron a implementar las medidas necesarias en bioseguridad ordenadas por el gobierno nacional de acuerdo a las decisiones y órdenes establecidas por éstos para poder abrir sus establecimientos y generar algunos tipos de descuentos para reactivar sus ingresos en cada uno de los establecimientos. Como consecuencia de la emergencia sanitaria por causa del COVID-19, son varios los impactos que se presentaron en los distintos subsectores analizados para los vallecaucanos sobre los cuales los empresarios asumieron estas afectaciones.

En primer lugar, provocó en los subsectores de servicios culturales y la línea de vestuario un fuerte descenso en las ventas reales principalmente, porque se establecieron medidas de confinamiento como el cierre de la actividad comercial en el departamento del Valle del Cauca, el cierre de los colegios, universidades y/o para aquellos sitios en los que se presenta aglomeraciones con el fin de reducir la propagación del virus, en efecto, una vez el gobierno optó por reactivar un poco la economía y para ello el sector del comercio, los subsectores se desarrollaron e implementaron alternativas de ventas por los diferentes medios electrónicos para estabilizar sus negocios por las pérdidas ocasionadas en el segundo trimestre del 2020.

En segundo lugar, el subsector de los Restaurantes y menos afectado, presentó reducciones en sus ventas reales muy por encima del total del sector, debido a que, durante el primer confinamiento para el mes de marzo (Minsalud, 2020), aumentó la demanda de alimentos y por consiguiente el aumento del uso de los restaurantes a domicilio y ventas por los distintos medios electrónicos, por tal

motivo, el subsector de los Restaurantes, mantuvo su nivel de ventas reales por encima de los subsectores de servicios Culturales y la línea de Vestuario.

En tercer lugar, es de vital importancia continuar con las medidas de bioseguridad implementadas por el gobierno nacional y el departamento del Valle del Cauca, para que los establecimientos relacionados a los subsectores de la investigación ofrezcan mejores servicios al cliente y, que esta atención mejorada y de la mano con buenas estrategias de ventas por los distintos medios electrónicos, aumente el nivel de sus ventas reales progresivamente y que el sector del comercio se vea beneficiado.

Finalmente, las personas tuvieron que relacionarse más con el e-commerce., enfatizando que los modelos de negocio presenciales se van a transformar a causa de la pandemia del COVID-19, de hacer negocios presenciales a pasar a realizar negocios virtuales y brindar atención al cliente, de esta forma, si bien en algunos casos ya se venía haciendo, se impulsarán más este tipo de modelos por la actual crisis sanitaria.

6. REFERENCIAS

- Caliescribe. (2020). Recuperado El 24 De 11 De 2020, De <https://Caliescribe.Com/Es/17102020-0114/Economia/20036-Economia/Ventas-Comercio-Valle-Bajaron-115-En-Agosto-Caida-Nacional>
- Cepal. (2020). Sectores Y Empresas Frente Al Covid-19: Emergencia Y Reactivación. Nu. Cepal.
- Cifuentes-Faura, J. (2020). Crisis Del Coronavirus: Impacto Y Medidas Económicas En Europa Y En El Mundo. Recuperado El 27 De 10 De 2020, De <https://Journals.Openedition.Org/Espacoeconomia/12874>
- Dane. (2020). Anexo Comercio Al Por Menor Departamentos. Obtenido De <https://Www.Dane.Gov.Co/Index.Php/Estadisticas-Portema/Comerciointerno/Encuesta-Mensual-De-Comercio-Emc>
- Minsalud. (2020). Obtenido De <https://Www.Minsalud.Gov.Co/Paginas/Seran-19-Dias-Muy-Importantes-Para-Frenar-La-Incidencia-De-La-Covid-19.aspx>
- Ocde. (2020). Covid-19 Y El Sector Minorista: Impacto Y Respuestas Políticas. Recuperado El 17 De 10 De 2020, De https://Read.Oecd-IlLibrary.Org/View/?Ref=135_135568-4yru6stoy&Title=Covid-19-Y-El-Sector-Minorista-Impacto-Y-Respuestas-Pol%C3%Adticas
- Pinzón Gutiérrez, F., & Mena Pacheco, S. V. (2020). Impactos Del Covid-19 En El Sector Comercio Minorista Del Valle Del Cauca. Recuperado El 05 De 05 De 2021, De <https://Www.Valledelcauca.Gov.Co/Loader.Php?Lservicio=Tools2&Ltipo=Viewpdf&Id=42326>
- Sparks, A. S., Smith, A., & Sparks, L. (2011). El Papel Y La Función De La Pequeña Tienda Independiente: La Situación En Escocia. Recuperado El 17 De 10 De 2020, De <https://Www.Tandfonline.Com/Doi/Abs/10.1080/095939600342361>

7. Bibliografía

- Cortina, A. (2013). ¿Para Qué Sirve Realmente La Ética? Recuperado El 26 De 11 De 2020, De https://www.webooks.co/images/team/generos/literarios499/_Para%20que%20Cc%81%20sirve%20realmente%20la%20e%20Cc%81tica_%20-%20adela%20cortina%20orts-2.Pdf
- Dane. (2020). Encuesta Mensual De Comercio (Emc) Julio 2020. Departamento Administrativo Nacional De Estadística, Bogotá. Recuperado El 13 De 10 De 2020, De https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/emc/bol_emc_jul20.pdf
- González Días, R. R., & Flores Ledesma, K. N. (2020). Cultura Organizacional Y Sustentabilidad Empresarial En Las Pymes Durante Crisis Periodos De Confinamiento Social. Recuperado El 27 De 11 De 2020, De <https://ciidjournal.com/index.php/abstract/article/view/40/39>
- Guerra, H. S. (2012). Panorama Del Negocio Minorista. En H. S. Guerra, Panorama Del Negocio Minorista (Pág. 27). Colombia: Pensamiento Y Gestión.
- Gutiérrez, J. G. (2020). Análisis Del Comportamiento Del Consumidor Frente A Los Efectos De La Pandemia Del Covid19 En Artículos De La Canasta Básica En Las Cadenas De Grandes Superficies De Colombia. Recuperado El 17 De 10 De 2020, De <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/36332/Ubaquegutierrezjavierguillermo2020.pdf?sequence=3&isallowed=Y>
- Ramírez Echeverry, L. F., & Rojas González, G. A. (2015). Condiciones para que perduren las tiendas por departamentos en el sector retail colombiano. Recuperado El 24 De 10 De 2020, De <https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/10443/Rojasgonzalez-Giovannyalexi-2015.pdf?sequence=1&isallowed=Y>
- Maqueda, A. (2020). El comercio minorista español sufre su mayor caída registrada, El País. Obtenido De <https://elpais.com/economia/2020-04-29/el-comercio-minorista-espanol-sufre-su-mayor-caida-registrada.html>
- Ramírez, J., Salazar, A., Jiménez, O., & González, J. (2020). Economía De Risaralda Y El Eje Cafetero Ante Los Choques Causados Por El Covid-19. Pereira.
- Reardon, T., & Berdegue, J. (2008). El Papel Del Comercio Minorista En La Transformación De Los Sistemas Agroalimentarios. Recuperado El 21 De 10 De 2020, De https://rimisp.org/wp-content/files_mf/1366829994dtr_No_10_Reardon_Berdegue.pdf
- Cuesta Valiño, P., Pénelas Leguía, A., Sarro Álvarez, M., & Gutiérrez Rodríguez, P. (Sin Fecha). Evolución De La Distribución Comercial En España: ¿De Dónde Venimos? ¿A Dónde Vamos? Recuperado El 24 De 11 De 2020, De https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/80370/Evolucion_De_La_Distribucion_Comercial_En_Espana.pdf?sequence=1&isallowed=Y