



El crecimiento de las ventas en abril no alcanza al comercio de proximidad

- *La Confederación Española de Comercio insiste en que, tras las promesas electorales, es hora de pasar a la acción y de poner en marcha medidas concretas para el pequeño y mediano comercio.*
- *La CEC reitera la necesidad de declarar el comercio como sector estratégico de la economía, lo que facilitaría la puesta en marcha de un plan de ayuda urgente al sector.*

Madrid, 30 de mayo de 2019.- Siguiendo la misma tendencia preocupante de los últimos meses, el aumento del 2% de las ventas del comercio minorista ha beneficiado a cadenas y grandes superficies, pero no al pequeño y mediano comercio, que ha visto descender sus ventas con respecto al mismo mes de 2018 un -0,5%.

Esta tónica viene siendo la habitual desde hace más de un año, y podemos decir que se ha convertido ya en un problema crónico. La necesidad del comercio de proximidad, por tanto, de adaptarse a los nuevos hábitos de consumo y de asumir la necesidad de su digitalización es imperiosa y urgente.

El secretario general de la Confederación Española de Comercio, José Guerrero, destaca que “desde la organización se está trabajando intensamente en la concienciación del sector para su adaptación a los nuevos hábitos de los consumidores, así como en facilitar herramientas para satisfacer sus necesidades de digitalización”, si bien matiza que “al ser un sector tan atomizado, con miles de comercios, el proceso de digitalización del sector para poder competir en igualdad de condiciones con el resto de los formatos comerciales tan solo puede hacerse con el **apoyo institucional de nuestras Administraciones**”.

En este sentido, la CEC insta a la formación de un **nuevo Gobierno a la mayor brevedad** posible, así como en las distintas Comunidades y corporaciones municipales: “Sabemos que todos los partidos son conscientes de la necesidad de apoyo al pequeño y mediano comercio, y así lo han trasladado durante la campaña electoral. Ahora es la hora de ponerse manos a la obra y de transformar las promesas en realidades que permitan al comercio de proximidad salir de la caída libre en las ventas en la que se encuentra desde hace más de un año”. Entre las medidas más urgentes, consideramos imprescindible que se reabra el debate sobre la regulación de las rebajas, y que los instrumentos que se han puesto en marcha para avanzar en la digitalización del sector y luchar contra el intrusismo se traduzcan en soluciones y apoyos concretos a nuestros comerciantes.



Confederación Española de Comercio

NOTA DE PRENSA

El sector está inmerso en una auténtica reconversión, y la única fórmula para adoptar las medidas adecuadas y lograr la supervivencia de miles de establecimientos es la declaración del comercio como **sector estratégico** de la economía, lo que facilitaría que contara con mayor apoyo presupuestario para facilitar la digitalización y competitividad de las pymes del comercio.

Por último, el secretario general de la Confederación ha querido condenar el tono amenazante de las **cartas enviadas por Hacienda** a miles de autónomos de comercio, ya que en el caso del pequeño comercio, “la baja facturación a que hacen referencia es la consecuencia de la complicadísima situación que atraviesan los comerciantes que luchan por sacar adelante sus negocios”, y que lo último que necesitan, añade, “es una espada de Damocles más sobre sus cabezas”.