



Las rebajas no cumplen con las expectativas y los márgenes del comercio se siguen desplomando

- *Escaso interés y ventas discretas son las notas dominantes de los primeros días de rebajas, debido principalmente a la fiebre de los descuentos continuados.*
- *La CEC solicitará una nueva reunión con la ministra Reyes Maroto, para abordar la difícil situación del comercio de proximidad, que puede ser irreversible, y pedirle que se convoque a la mayor brevedad la mesa que estudiará las consecuencias de la liberalización de 2012 en el comercio minorista.*

Madrid, 17 de enero de 2019 - Los primeros días de rebajas no están cumpliendo con las expectativas del comercio, con “escaso interés” y ventas “discretas” como principales notas dominantes. A pesar de la gran afluencia de consumidores a las tiendas el 7 de enero, día que la mayoría de comerciantes escogieron para empezar de forma oficial sus rebajas y que además fue festivo en la mayoría de comunidades, después de 10 días la valoración por parte de los comerciantes es que estamos ante unas rebajas “tibias”.

Durante 2018 los descuentos constantes se han perpetuado en el sector, lo cual repercute de forma directa en las rebajas: lo que el consumidor gasta en un momento, no lo gasta más tarde. De hecho, muchos comerciantes tenían ya descuentos en sus establecimientos en las semanas previas, restando así impacto al efecto llamada de las rebajas y diluyendo, incluso, las ventas de la campaña navideña. Tal y como afirma el presidente de la CEC, Manuel García-Izquierdo, “a falta de los datos definitivos de diciembre, sabemos que durante la campaña de Navidad las ventas han sido bastante flojas, especialmente durante la primera quincena”.

Este descenso de ventas tiene, según apunta García-Izquierdo, dos motivos fundamentales: el auge del comercio electrónico y la fiebre de los descuentos permanentes, que han generado un profundo cambio en los hábitos del consumidor. Unas tendencias a la que el pequeño y mediano comercio se ve arrastrado a adherirse “a costa de una fuerte reducción de márgenes; las pymes no pueden seguir el ritmo de otros formatos y ya estamos viendo las consecuencias”.

En concreto, 2018 terminó con 6.698 pymes de comercio activas menos que en 2017, lo cual da una idea de la “debacle” que está viviendo el sector y que supone la pérdida de miles de puestos de trabajo.

Por todo ello, y dada la evolución de las ventas en el comercio minorista, desde la CEC vamos a solicitar una nueva reunión a la ministra Reyes Maroto para abordar esta situación, que podría tener consecuencias irreversibles y que exige soluciones firmes y urgentes. En este sentido, creemos



Confederación Española de Comercio

NOTA DE PRENSA

necesario que se convoque a la mayor brevedad posible la mesa de diálogo, ya anunciada por el ministerio, que tratará las consecuencias de la liberalización de 2012.

Por último, desde la CEC recuerdan que la contención del consumo también tiene como causa directa otro factor de gran importancia como es la confianza del consumidor, que repercute directamente en las ventas del comercio minorista y que actualmente se encuentra muy dañada debido a la incertidumbre política.