



Las ventas en el pequeño y mediano comercio, en caída libre

La CEC estima que, de confirmarse la tendencia de disminución en las ventas, el cierre de establecimientos comerciales durante 2018 puede alcanzar cifras históricas

Madrid, 27 de abril de 2018.- Los índices de ventas del comercio minorista encadenan varios meses en positivo, pero estos datos no reflejan en absoluto la realidad que vive el comercio de proximidad. En concreto, durante el mes de marzo las ventas en comercios unilocalizados cayeron un -2,5%, frente a los crecimientos de pequeñas cadenas (2,5), grandes superficies (2,6), y el más relevante, el crecimiento del 5,4% en las ventas de grandes cadenas.

Desde la CEC creemos que esta caída en las ventas de las pymes de comercio no se debe solo al impacto del comercio electrónico y los grandes *marketplaces*. El cambio de hábitos de los consumidores, junto con una pérdida de poder adquisitivo, están dañando inexorablemente a un sector que cuenta con menos recursos para hacer frente a este nuevo paradigma. En este momento está en juego nuestro modelo comercial, tradicionalmente asentado sobre el equilibrio entre los distintos formatos comerciales.

En este sentido, desde la CEC recalcamos la necesidad de adoptar un plan de ayuda urgente al pequeño y mediano comercio, cuyas líneas estratégicas deben ir en torno a tres objetivos básicos. Por un lado, **ensalzar el papel del pequeño y mediano comercio** y su aportación a la sociedad, destacando sus valores de calidad, proximidad y trato cercano y especializado. En segundo lugar, es urgente impulsar un plan de ayudas específico encaminado a **reducir la brecha digital en las pymes de comercio**, con la finalidad de generar un impacto positivo sobre su productividad, su competitividad y la rentabilidad de sus negocios. Por último, se hace imprescindible restablecer una **política ordenada de rebajas y promociones** en los establecimientos comerciales, recuperando así el espíritu por el que fueron creadas de dar salida al sobrante de stock de cada temporada.

Evolución del empleo

Al igual que ocurre en el caso de las ventas, las empresas unilocalizadas de comercio son las únicas que registran una leve disminución interanual en la creación de empleo, frente al crecimiento en el resto de los formatos. Estos datos, junto con la pérdida de trabajadores autónomos en el sector especialmente durante el último año, confirman un goteo constante de cierre de pequeños y medianos comercios.

El secretario general de la Confederación Española de Comercio, José Guerrero, afirma que “el sector ha hecho durante los últimos años un esfuerzo titánico para mantener los puestos de trabajo en los comercios; pero lógicamente, si las ventas no dejan de disminuir en el comercio de proximidad, el mantenimiento del empleo es insostenible”. De confirmarse esta tendencia en 2018, desde la CEC se advierte que el cierre de establecimientos comerciales este año puede ser histórico, dejando en una situación muy complicada a los cientos de miles de trabajadores del comercio.