



Los descuentos permanentes a lo largo del año frenan nuevamente las ventas en la Campaña de Navidad y las rebajas

- *Para la CEC, la dinámica de descuentos constantes es la principal causa del bajo índice de ventas en el mes de diciembre, muy lejano al de años anteriores*
- *En el conjunto de 2019, las pymes de comercio son las que menos crecen, un 0,4% frente al 4,7% de las grandes cadenas.*

29 de enero de 2020. - El comercio minorista continúa acusando la pérdida de interés progresiva de los compradores en las rebajas de invierno y el balance de ventas en el mes de diciembre experimenta un muy modesto repunte del crecimiento interanual del 0,4%. Si bien este dato supone una mejora respecto a 2018, donde el incremento interanual fue absolutamente plano (0,0%), el crecimiento para el pequeño comercio continúa muy por debajo del de años anteriores o del apreciado por otros formatos en este mismo ejercicio.

Además, las ventas en el mes de diciembre se situaron 1,1 puntos por debajo de las de noviembre, consolidando una tendencia que se viene repitiendo en los últimos años, impulsada por el Black Friday y el Cyber Monday.

Para el presidente de la CEC Pedro Campo, “estos resultados son fruto de la dinámica de promociones constantes en la que se ha inmerso España y que ha mermado significativamente el impacto de la campaña de Navidad y las rebajas de enero”. Estas últimas llegan precedidas de una auténtica “maratón” de descuentos impuesta por las compras online y otros formatos comerciales.

Las cifras de ventas en rebajas están, por tanto, muy lejos de las correspondientes a los años anteriores a su liberalización en 2012. Entonces, este periodo de ofertas concentraba más del 40% de la facturación mientras que en la actualidad, el porcentaje ha bajado hasta el 20%. Por esta razón, Campo insta al nuevo Gobierno a “que dé a este asunto la máxima prioridad o que se configure la mesa de trabajo para tratar este tema, tal y como tenía previsto la Ministra de Industria, Comercio y Turismo en funciones, María Reyes Maroto”.



Confederación Española de Comercio

NOTA DE PRENSA

2019, una mejora muy desigual

El Índice del Comercio Minorista publicado este miércoles por el INE refleja un leve crecimiento en el comercio durante 2019 del 2,4%. Experimenta por tanto una mejora respecto al año anterior, cuando registró un levísimo aumento del 0,4%, pero continua muy por debajo del 3,7% de 2017. Sin embargo, esta mejora se distribuye de manera desigual si atendemos al modo de distribución, siendo las pequeñas y medianas empresas las que menos aumento experimentan (0,4%) frente a los crecimientos de pequeñas cadenas (2,8%), grandes cadenas (4,7%) y grandes superficies (3,2%). Estos datos son un claro reflejo del daño que esta nueva dinámica de promociones supone para los comercios de proximidad ya que mientras otros formatos pueden ajustar mucho sus márgenes de beneficio y aún así, seguir creciendo, esto resulta en la práctica inviable para el pequeño comercio.

De hecho, el ritmo de cierres de pymes de comercio es mucho más acelerado que el de establecimientos de mayor tamaño. 2019 termina así con 7831 empresas de comercio activas menos que el año anterior, una cifra que resulta del balance entre las aperturas y cierres de negocios este año, con resultados muy desiguales según el tamaño de los establecimientos, siendo los negocios sin asalariados los que más han notando la difícil situación por la que atraviesa el comercio minorista, con una pérdida de 1825 negocios. Por ello desde la CEC queremos poner de relieve el enorme esfuerzo que durante los últimos años están realizando los empresarios y trabajadores del pequeño comercio, manteniendo a flote el sector pese a las adversidades.

Comunicación:

Raquel Manrique

comunicacion@cec-comercio.es

Mv. 673 301 752 | Tlf. 91 598 10 50