



### Los descuentos permanentes dinamitan las rebajas y la campaña de Navidad, con un crecimiento plano en diciembre

- *Las promociones y descuentos constantes, junto a una ralentización del consumo, son a juicio de la CEC las principales responsables de los resultados decepcionantes de ventas en el mes de diciembre.*
- *En el conjunto de 2018, las pymes de comercio son las únicas que registran pérdidas, dejando así totalmente desvirtuado el tradicional equilibrio entre formatos comerciales.*

Madrid, 30 de enero de 2019.- El balance de ventas del mes de diciembre no deja buenas noticias para el comercio minorista, con un crecimiento interanual absolutamente plano (0,0%). La campaña de Navidad no ha cumplido por tanto con las expectativas iniciales de crecimiento, con unos datos que suponen un duro varapalo en el que era tradicionalmente el mes de las compras y el consumo, y quedando lejos de los datos del año pasado, cuando en diciembre se creció un 1,5%.

Las ventas de diciembre, además, quedaron 1,5 puntos por debajo de las de noviembre, estas últimas impulsadas por el Black Friday. En opinión del presidente de la [Confederación Española de Comercio](#), Manuel García-Izquierdo, “estos resultados, lejos de ser algo aislado, se han convertido ya en una tendencia muy preocupante y confirman que las promociones y descuentos permanentes están acabando con la campaña de Navidad, como ya lo hicieron con las rebajas”.

“Los picos de consumo ahora se reparten a lo largo del año”, afirma el presidente de la CEC, quien lamenta que, de esta forma, “si han tenido un mal año, los comerciantes ni siquiera pueden remontar en las campañas de Navidad y Reyes”.

Por formatos, y exceptuando un leve crecimiento en las ventas de las grandes cadenas, el resto ha registrado caídas (en el caso de las empresas unilocalizadas, del -0,5%), lo que viene a confirmar que esta “tiranía de descuentos” no impacta solo sobre el comercio de proximidad, sino que se trata ya de una crisis estructural del sector y a todos los niveles.

Este crecimiento plano en diciembre también responde, en opinión de la CEC, a una ralentización del consumo, que tiene sin duda una relación directa con la incertidumbre política y económica. “El sector necesita una reactivación del consumo, por lo que pedimos a nuestras administraciones compromiso y responsabilidad en el mantenimiento de un sector que es clave para la economía española”.

#### Un 2018 decepcionante

El Índice del Comercio Minorista publicado este miércoles por el INE refleja un levisimo crecimiento en el comercio durante 2018 del 0,8%, frente al 3,5% que creció en 2017.

Sin embargo, en este caso sí que es el pequeño y mediano comercio el único formato que presenta tasas negativas (-0,7%), frente a los crecimientos de pequeñas cadenas (+1%), grandes cadenas (+2,4%) y grandes superficies (+0,4%). García-Izquierdo explica que “esto demuestra que otros formatos pueden reducir sus



Confederación Española de Comercio

## NOTA DE PRENSA

márgenes y aún así, seguir creciendo, pero para los comercios de proximidad esta nueva dinámica de promociones constantes en que hemos entrado supone un golpe del que muchos no se podrán recuperar”.

De hecho, el ritmo de cierres de pymes de comercio es muy superior a la de establecimientos de mayor tamaño. 2018 terminó con 6.998 empresas de comercio activas menos que en 2017, pero esta cifra es el resultado del balance entre las aperturas y cierres de negocios este año, con resultados muy desiguales según el tamaño de los establecimientos. Así mientras que el número de comercios con asalariados se mantiene estable o incluso crece levemente, los negocios sin asalariados son los que más están notando la difícil situación por la que atraviesa el comercio minorista, con una pérdida de 10.000 negocios.

En cuanto al empleo, 2018 deja un crecimiento del 1% en el conjunto del sector. Por eso desde la Confederación queremos resaltar el “enorme esfuerzo” que durante los últimos años han llevado a cabo los empresarios y trabajadores del comercio minorista, “manteniendo a flote un sector que destaca por ser uno de los pilares de la economía”.