



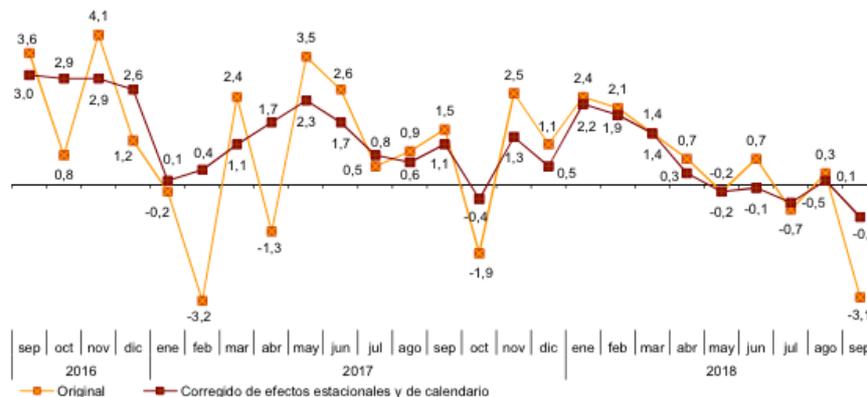
Septiembre deja los peores resultados de ventas en el comercio minorista en los últimos 19 meses

- Estas cifras tienen una relación muy directa con la caída del Índice de Confianza del Consumidor en el mismo mes de septiembre, que se desplomó 11,9 puntos en relación al mes anterior.
- Los comerciantes confían en la campaña de Navidad y Reyes para remontar estas ventas.

Madrid, 30 de octubre de 2018.- Las malas noticias se acumulan para el comercio. A pesar de que la curva descendente en las ventas venía siendo una constante en los últimos meses, desde febrero de 2017 no se había producido una caída similar. El mes de septiembre deja una tasa interanual de ventas en comercio del -3,1%, cuando ya veníamos de una campaña de rebajas de verano especialmente mala.

Además, esta vez la bajada no ha alcanzado solo a los más pequeños, sino que todos los formatos de distribución se ven afectados; el declive en las ventas de empresas unilocalizadas (-3,6%), pequeñas cadenas (-3,9%), grandes cadenas (-3%) y grandes superficies (-4,4%) confirman que los graves problemas que afectan al sector son ya estructurales.

Índice General del Comercio Minorista a precios constantes
Septiembre 2018. Tasa anual



Por sectores, especialmente llamativo es el desplome en las ventas de equipo personal (telas, vestido y calzado), con un -8,3% que en el mismo mes de 2017. Además, en septiembre ninguna Comunidad se libró de estos malos datos, siendo Cataluña la que peores resultados obtuvo.



Confederación Española de Comercio

NOTA DE PRENSA

En este punto, debemos destacar que estas cifras tienen una relación muy directa con la caída de la confianza del consumidor en el mismo mes de septiembre, que se desplomó 11,9 puntos en relación al mes anterior.

El presidente de la Confederación Española de Comercio, Manuel García-Izquierdo, traslada en este sentido su petición a los partidos políticos “para que se esfuercen por alcanzar de nuevo un clima de estabilidad, frente a la incertidumbre constante de estos últimos meses”.

Por todo ello, desde la CEC insistimos en que para revertir esta situación “es urgente poner en marcha medidas contundentes en favor del sector, como muchas de las que [planteamos en el Ministerio en nuestra reunión este mismo mes de octubre](#)”.

Impulsar la digitalización del pequeño y mediano comercio y abrir el debate sobre las consecuencias de la liberalización de las rebajas, entre otros, son temas que están sobre la mesa, pero “el tiempo juega en nuestra contra y hay que pasar de las palabras a los hechos”.

El final de año, clave para el comercio

En este contexto, los comerciantes afrontan estos dos últimos meses con la esperanza de remontada, aunque este último período del año también plantea retos, especialmente para el pequeño y mediano comercio.

Por un lado, dada la necesidad de vender los *stock* acumulados, gran parte del comercio se unirá a las campañas de Black Friday con descuentos que irán del 20% al 30%. Previsiblemente esto impulsará las ventas, como ya ocurrió en noviembre del año pasado, pero repercutirá en una bajada de márgenes y en un mes de diciembre más flojo.

Aún así, el esfuerzo de los comerciantes por el mantenimiento de la ocupación en el sector es un claro indicativo de las perspectivas favorables de cara a la campaña de Navidad y Reyes.