



Confederación Española de Comercio

NOTA DE PRENSA

El comercio de proximidad, el más perjudicado por los nuevos hábitos del consumidor y el comercio electrónico

- *Los datos del Índice del Comercio Minorista del mes de junio muestran una tendencia a la baja en las ventas de los comercios unilocalizados, mientras que el resto de formatos crecen*
- *La CEC estima que, de continuar esta tendencia, el cierre de establecimientos comerciales puede alcanzar cifras históricas, por lo que exige la puesta en marcha de un plan urgente de apoyo al sector*

Madrid, 27 de julio de 2018.- La ligera mejoría en el mes de junio de las ventas en comercio, del 0,6% interanual, no ha alcanzado, una vez más, al pequeño y mediano comercio, cuyas ventas han caído un -1,8% con respecto al mismo mes del año pasado, mientras el resto de formatos comerciales se mantienen o incluso siguen creciendo. Una tendencia preocupante que se sigue observando de manera ininterrumpida desde el mes de febrero.

Mientras que el resto de formatos comerciales sí están teniendo capacidad para adaptarse al cambio de hábitos de los consumidores y al auge del e-commerce, este nuevo contexto económico está poniendo en grave peligro al comercio de proximidad, que parte de una inferioridad de condiciones para poder competir en las circunstancias actuales.

Por tanto, es evidente la necesidad de romper esta tendencia, un objetivo que debe ser una de las prioridades tanto del Gobierno Central como de las distintas administraciones autonómicas y locales.

Desde la Confederación Española de Comercio recalcamos la necesidad de adoptar medidas urgentes, encaminadas a salvar al comercio de proximidad y que giren en torno a tres objetivos básicos: restablecer una **política ordenada de rebajas y promociones**, **reducir la brecha digital** en las pymes de comercio, así como **revisar la fiscalidad del sector**, que en este momento resta competitividad al pequeño y mediano comercio.

Asimismo, debe ponerse el foco en medidas como impulsar **acciones de dinamización comercial** en los núcleos urbanos, de manera que se cree un clima favorable en zonas comerciales estratégicas que garantice un equilibrio comercial entre formatos.

Es crucial también impulsar un **plan estratégico de formación para pymes de comercio**, que aúne la formación teórica y el refuerzo práctico en aquellas áreas donde se detecten carencias. En concreto, en este capítulo de formación serían



Confederación Española de Comercio

NOTA DE PRENSA

especialmente relevantes las medidas encaminadas a impulsar un **Plan de Capacitación turístico-comercial** de los comercios que integre aspectos idiomáticos, de atención al cliente y de herramientas de promoción, para facilitar al comerciante el acercamiento al turista.

De no adoptarse un plan urgente, la CEC advierte que el cierre de establecimientos comerciales este año puede ser histórico, dejando en una situación complicada y desesperada a los cientos de miles de empresarios y autónomos del comercio y sus trabajadores.