

## Discreto comienzo de las rebajas para el comercio de proximidad

*A pesar de las previsiones de aumento de un 3% interanual en las ventas, los 10 primeros días de las rebajas no cumplen con las expectativas de los comerciantes, quienes alertan del cierre de comercios de continuar esta difícil situación*

Madrid, 18 de enero de 2018.- Ventas discretas y escasa expectación han sido las notas predominantes de los diez primeros días de las tradicionales rebajas de invierno. Así, los comercios de proximidad están acusando en este inicio de la campaña un descenso de las ventas más significativo incluso que el año pasado, cuando enero cerró con un descenso interanual de las ventas del 0,1%. Además, la escasa afluencia de público en muchas ciudades se ha visto agravada por el temporal de lluvia y nieve que ha azotado estos días a buena parte del país.

Desde la Confederación Española de Comercio se insiste en que se ha perdido la finalidad de las rebajas como herramienta de los comerciantes para dar salida al stock de temporada, señalando que “tras varios meses de descuentos, el margen que queda para estas rebajas de invierno es muy estrecho y estropea la temporada”. En este sentido, la CEC señala que las promociones y descuentos adelantados a otras épocas del año, especialmente el Black Friday, han terminado por desvirtuar los períodos tradicionales de rebajas: “Cada vez son más los comercios que se apuntan a las rebajas, precios especiales, descuentos y ofertas desde finales de noviembre y en plena campaña de Navidad, arrastrados por el comercio online”, por lo que las rebajas tradicionales son cada vez “más efímeras y sin ningún impacto ni atractivo”.

La consecuencia es que las rebajas pasan cada vez más desapercibidas para compradores y comerciantes, una situación que, de seguir esta tendencia, puede tener graves consecuencias en el sector, acelerando el cierre de muchos pequeños y medianos comercios.

Por todo ello, exigimos a las distintas administraciones soluciones urgentes para salvar a nuestro comercio de proximidad, principalmente mediante la vuelta a la regulación de las rebajas con dos campañas principales en invierno y verano.

Por territorios, algunos como Cantabria, Bizkaia o Galicia han destacado el arranque “flojo y discreto” de esta campaña, con poca afluencia de consumidores que se refleja en la facturación. Muy significativo es el caso de Soria, provincia en la que el descenso en las ventas alcanza en algunos comercios el doble dígito. En el lado contrario se encuentran Valencia o Salamanca, con una ligera mejoría con respecto al año pasado, aunque con la misma tendencia de recelo por parte del consumidor a la hora de realizar más compras.



Desde la CEC queremos valorar el enorme esfuerzo que están haciendo los pequeños y medianos comerciantes en estos momentos, y el que harán en la segunda fase de rebajas al ofrecer descuentos que, en algunos casos, rondarán el 70% en determinados productos.

Por último, la confederación insiste en que “la liberalización de las rebajas no supone un estímulo, sino un perjuicio que afecta negativamente al sector”. En este sentido, esperamos que el año 2018 depare ventas en auge y campañas con menos altibajos que los registrados en el último cuatrimestre de 2017.