



Confederación Española de Comercio

## NOTA DE PRENSA

### La Campaña de Navidad no consigue paliar un año de pérdidas para el comercio

*A los más que modestos resultados de la Campaña de Navidad y Reyes, le siguen unas rebajas marcadas por importantes restricciones a la actividad y a la movilidad*

*La Confederación insiste en la necesidad de aplicar ayudas directas para los subsectores más vulnerables del comercio*

Madrid, 29 de enero -. El Índice de Comercio Minorista (ICM) publicado esta mañana por el Instituto Nacional de Estadística (INE) confirma las previsiones más pesimistas del comercio minorista en el cierre del año. Según el indicador, las ventas en el comercio al por menor registran en diciembre de 2020 una variación del 1,0% respecto al mismo mes del año anterior, eliminando los efectos estacionales y de calendario, y cierra el año con una disminución acumulada del 6,8% en la serie original.

La Confederación Española de Comercio quiere señalar que **estos indicadores solo representan la realidad del sector de forma parcial** y no reflejan la situación de numerosas tipologías de comercio relativas a los negocios más pequeños. Para CEC, y en base a los datos recabados de las pequeñas empresas asociadas a la organización, la caída de facturación en empresas unilocalizadas y pequeñas cadenas es muy superior a las cifras aportadas por el INE.

Si bien hay que **destacar el impacto desigual de la pandemia en función de la tipología de comercio, tamaño y ubicación**, en términos generales la Campaña de Navidad no ha cumplido con las – ya pesimistas - expectativas y pone en una situación muy complicada a un sector que, según datos de CEC, ha registrado en 2020 una **caída de facturación acumulada sin precedentes (20% – 25% de media)**, afectando de forma particular a los negocios ligados a la moda y **el equipamiento personal (40%)** así como aquellos ubicados en los territorios más dependientes del turismo.

La corriente de reconocimiento por parte de la opinión pública hacia los establecimientos y comercios de proximidad surgida en los últimos meses y motivada por el papel de estos negocios durante el confinamiento y sus medidas de seguridad, tampoco ha sido suficiente para paliar los efectos de la crisis sanitaria. Tal y como se desprende del ICM, mientras que grandes cadenas y grandes superficies han logrado obtener un nivel similar al de antes del comienzo de la crisis, empresas unilocalizadas y pequeñas cadenas no alcanzaron dicho nivel.

Como ya se había señalado desde la Confederación, esta campaña, en la que en condiciones normales muchos subsectores llegan a registrar hasta el 60% de la facturación de todo el



Confederación Española de Comercio

## NOTA DE PRENSA

año, iba a resultar decisiva para muchos negocios del sector que se encuentran en una situación crítica y confiaban en una reactivación del consumo en estas fechas. En vista de los más que modestos resultados del mes de diciembre, a los que le sigue una campaña de rebajas muy mermada por las importantes restricciones a la actividad comercial y las condiciones climatológicas adversas, **la CEC invita a reflexionar sobre la necesidad de adoptar medidas y ayudas directas de forma urgente, facilitando los procedimientos administrativos para agilizar su tramitación** a fin de evitar que el porcentaje de comercios de proximidad que han cerrado sus puertas a causa de la pandemia desde marzo, un 20%, se siga engrosando.

Implementar estas ayudas, siguiendo el ejemplo países de nuestro entorno como Francia o Alemania, es **una medida imprescindible para garantizar la continuidad de las pymes, micro-pymes y autónomos del sector del comercio que se han visto más seriamente afectados** por el impacto de la crisis sanitaria derivada del coronavirus. Y es que, muchas de las medidas de refuerzo aplicadas hasta el momento para el sector se plantean a consta de afrontar un mayor endeudamiento que, dado el escenario actual, con niveles de actividad muy inferiores a los deseados, las hace inviables para las empresas de mayor vulnerabilidad al no poder hacer frente a las obligaciones derivadas de tales medidas.