

CONFERCO cierra una irregular campaña de rebajas con una sensación agridulce

Fecha: 30 de agosto de 2021

Con una sensación agridulce finaliza la campaña de rebajas de verano en Castilla y León, que ha mostrado un comportamiento irregular en un momento en el que el comercio necesita recuperarse de la falta de liquidez provocada por la caída del consumo durante un año y medio de cierres, limitaciones y restricciones provocadas por la pandemia de covid.

“Ha sido una campaña extraña, llena de altibajos, con gran preocupación entre empresarios y autónomos que la iniciaban con un estocaje importante en el Comercio, y la necesidad de inyectar liquidez a sus negocios para poder evitar cierres de actividad”, reconoce Adolfo Sainz, presidente de la Confederación de Empresarios de Comercio de Castilla y León (CONFERCO)

“Nos encontramos en un momento de mucha incertidumbre, a caballo entre una profunda crisis económica derivada de la pandemia y el inicio de la recuperación”, reflexiona Sainz, que considera que “al comercio le queda aún mucho camino que recorrer hasta poder respirar con algo de calma”.

La campaña –que preveía al inicio, en junio, una mejora de las ventas con respecto a las del pasado año– ha sido irregular, tanto por la facturación, como en análisis por subsectores.

“Comenzamos junio con muy buenas sensaciones ante unas rebajas agresivas en las que teníamos el objetivo de recuperar las ventas de 2019 tras caídas, el pasado año, que en subsectores como el textil llegaron a ser del 40%, pero julio ha sido un mes raro en el que observamos un frenazo del consumo”, explica el presidente de la patronal del Comercio castellano y leonesa.

Según los analistas, la quinta ola ha podido frenar a los consumidores, que pudieron replegarse en junio a tenor de lo sucedido en el conjunto del país. En agosto, las ventas han mostrado, no obstante, cierta mejoría.

Según Pulso, la herramienta de Banco Sabadell que permite analizar en tiempo real la recuperación del consumo y la actividad comercial, las ventas en sectores tan representativos como el textil o el calzado han sido en junio y julio inferiores a las registradas el pasado año, consiguiendo repuntar en agosto.

Si bien el subsector calzado conseguía superar el 100% de las ventas en junio hasta situarse en el 121% con respecto a junio de 2020, la actividad caía en julio hasta el 88,54% respecto al mismo periodo del año anterior. El textil, por su parte, sólo alcanzó en julio el 94,02% de las ventas realizadas en julio de 2020, según Pulso.

La actividad comercial se ha reactivado en agosto y, a falta aún de datos definitivos, subsectores como el textil podrían haber superado ligeramente el 100% de lo vendido en agosto de 2020, si bien está aún lejos de consolidar las ventas que venía registrando durante 2019.

“Detrás del análisis y de la estadística hay realidades protagonizadas por autónomos, empresarios, trabajadores y familias”, recuerda Sainz, que confiesa que el sector Comercio continúa muy perjudicado por la pandemia y lejos aún de poder pensar en otra cosa que no sea sobrevivir a corto plazo.

“Observamos algún motivo para la esperanza, como la reactivación del gasto del consumo final en los hogares registrado por la Junta de Castilla y León en la Contabilidad del segundo trimestre, pero estamos muy preocupados por la supervivencia del comercio minorista que ha registrado en julio su primer retroceso del año, superior en Castilla y León (-4,2%) al observado en el conjunto del país (-0,1%)”, considera el presidente de CONFERCO.

La preocupación crece, además, con cada recibo de la luz, que está suponiendo grandes incrementos en el gasto corriente de los comercios y que avanza un preocupante otoño en el que confían, eso sí, en la respuesta de los consumidores.

“Las vacunas han ayudado a dibujar una situación sanitaria muy distinta a la del otoño pasado y ha tenido reflejo en el comportamiento de los clientes en agosto, por lo que confiamos en que no haya una nueva ola y la vuelta a las aulas y a la actividad se traduzca en niveles de consumo que alcancen ya los de 2019”, asegura Sainz.

El sector Comercio vuelve a apelar directamente a la responsabilidad del consumidor y recuerda la importancia que tiene evitar cualquier cierre de negocio porque no sólo afecta a la economía de la localidad donde se produce, sino que resta actividad y vida al barrio, al pueblo o ciudad.

“Tenemos que concienciarnos de que las prácticas de consumo de todos y cada uno repercuten en nuestra comunidad”, asegura el presidente de CONFERCO. “Es fundamental ahora pensar en clave local y apoyar a todo tipo de comercio minorista porque ni los pueblos ni las ciudades de Castilla y León se pueden permitir perder negocios, puestos de trabajo y vecinos”.

Desde 1989, la Confederación Empresarial Regional de Comercio de Castilla y León (CONFERCO) integra a nueve organizaciones que representan al sector de las nueve provincias de la Comunidad.

CONFERCO forma parte de CEOE Castilla y León y está formada por la Federación Leonesa de Empresarios (FELE), la Asociación de Empresarios Salmantinos del Comercio (AESCO), la Federación de Empresarios de Comercio de Burgos (FEC Burgos), la Federación de Empresarios de Comercio de Soria (FEC Soria), la Federación del Comercio Palentino (FECOPA), la Agrupación de Comerciantes Segovianos (ACS Segovia), la Federación Abulense de Empresarios de Comercio (FAEC), la Asociación Zamorana de los Empresarios del Comercio (AZECO) y la Agrupación Vallisoletana de Comercio (AVADECO).

NOTA DE PRENSA CONFERCO