



El comercio prevé un fin de año de liquidación por el exceso de stock

► El tráfico peatonal en las calles comerciales de València se ha desplomado aproximadamente un 30% durante el mes de agosto

J.L. GARCÍA NIEVES. VALÈNCIA

■ El comercio afronta un otoño dramático. La caída de las ventas acumulada desde marzo por efecto de la pandemia de la covid-19 ha llevado a los empresarios a prever cierres masivos. Sin ir más lejos, esta semana la patronal española empeoraba el escenario y, por tanto, las previsiones. Si antes del verano se calculaba que la caída de las ventas rondaría el 20% este 2020, la estimación ahora, tras una campaña de rebajas nefastas, es una merma del 30% de los ingresos, lo que puede convertirse en 120.000 comercios cerrados antes del 31 de diciembre.

«Tras el estado de alarma, entre un 10% y un 15% de los negocios no volvieron a levantar la persiana; sin medidas efectivas y específicas, esta cifra seguirá en aumento y uno de cada tres negocios podría cerrar sus puertas», señalaba Pedro Campo, presidente de la CEC.

Hay otra consecuencia que va más allá de los puntos de venta y es el impacto en las cadenas de suministro. Según explica Rafa Torres, presidente de la patronal valenciana de comercio Confecomerç, las tiendas valencianas apenas están reponiendo sus aprovisionamientos porque no han podido digerir todavía todas las existencias acumuladas antes del estado de alarma.

«Las temporadas en la moda son más específicas pero a nivel general, la situación va por ahí. Ni con las rebajas, que han sido bastante agresivas, se ha sacado todo el stock acumulado. De normal usas la tesorería generada en la campaña de rebajas para ir pagando los pedidos. Estos pedidos de campaña a veces se realizan hasta con seis meses de antelación, y se pagan cuando se van recibiendo», añade el empresario.

En este sentido, las expectativas de mejoría tras la salida del confinamiento apenas han tenido su correspondencia en la realidad. «Todas las decisiones tomadas en función de la expectativa de un trimestre mejor llevó a comprar con un poco más de alegría y nos hemos encontrado con que tanto la primavera-verano

como las rebajas han estado por debajo de las expectativas».

Más aún: un informe de Crédito y Caución hecho público esta semana sitúa en un 16% el crecimiento del índice de impagos comerciales en España, clara señal de la falta de liquidez.

¿Qué va a pasar hasta fin de año? «Viendo los rebrotes, asumiendo que el turismo seguirá frenado por las restricciones, que el teletrabajo seguirá muy presente, que el uso de transporte público no mejora... vamos a estar asistiendo a campañas más agresivas en precio hasta fin de año porque lo que necesitamos es generar liquidez. Vamos a asistir a grandes descuentos, sobre todo los de moda, complementos, las categorías de temporada. Salvo la ropa de niños, que en general está tirando un poco más», concluye el presidente de Confecomerç.

Lo cierto es que el desplome en las ventas, en muchos comercios del 40%-50%, no surge de la

La patronal española del comercio eleva al 30% la expectativa de merma de los ingresos al cierre de 2020

La reposición de suministros se ha reducido pero también crecen los impagos a los proveedores

nada. Como insisten desde el sector, la falta de turistas en un destino urbano como València, la ausencia de empleados por el teletrabajo en centros históricos y áreas comerciales repletos de oficinas, y la huida de las zonas más concurridas ha hecho que se desplome el número de paseantes y

potenciales compradores por las calles.

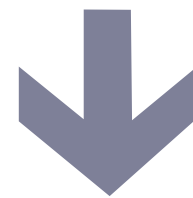
La falta de turismo y visitantes se ha dejado notar en las principales ciudades españolas durante los dos meses centrales de verano, principalmente en Barcelona, Palma y Madrid, aunque ha sido la tónica general del comportamiento en otras ciudades como València, Bilbao y Sevilla.

Los datos registrados por los sensores de geolocalización de la consultora TC Group Solutions, que mide el tráfico peatonal en las zonas comerciales de las ciudades, no dan signos de recuperación para el comercio y la restauración. Según el índice de tráfico peatonal que ha analizado cinco semanas (del 27 de julio al 30 de agosto) en València el movimiento se ha hundido un 32%.

Caída en toda España

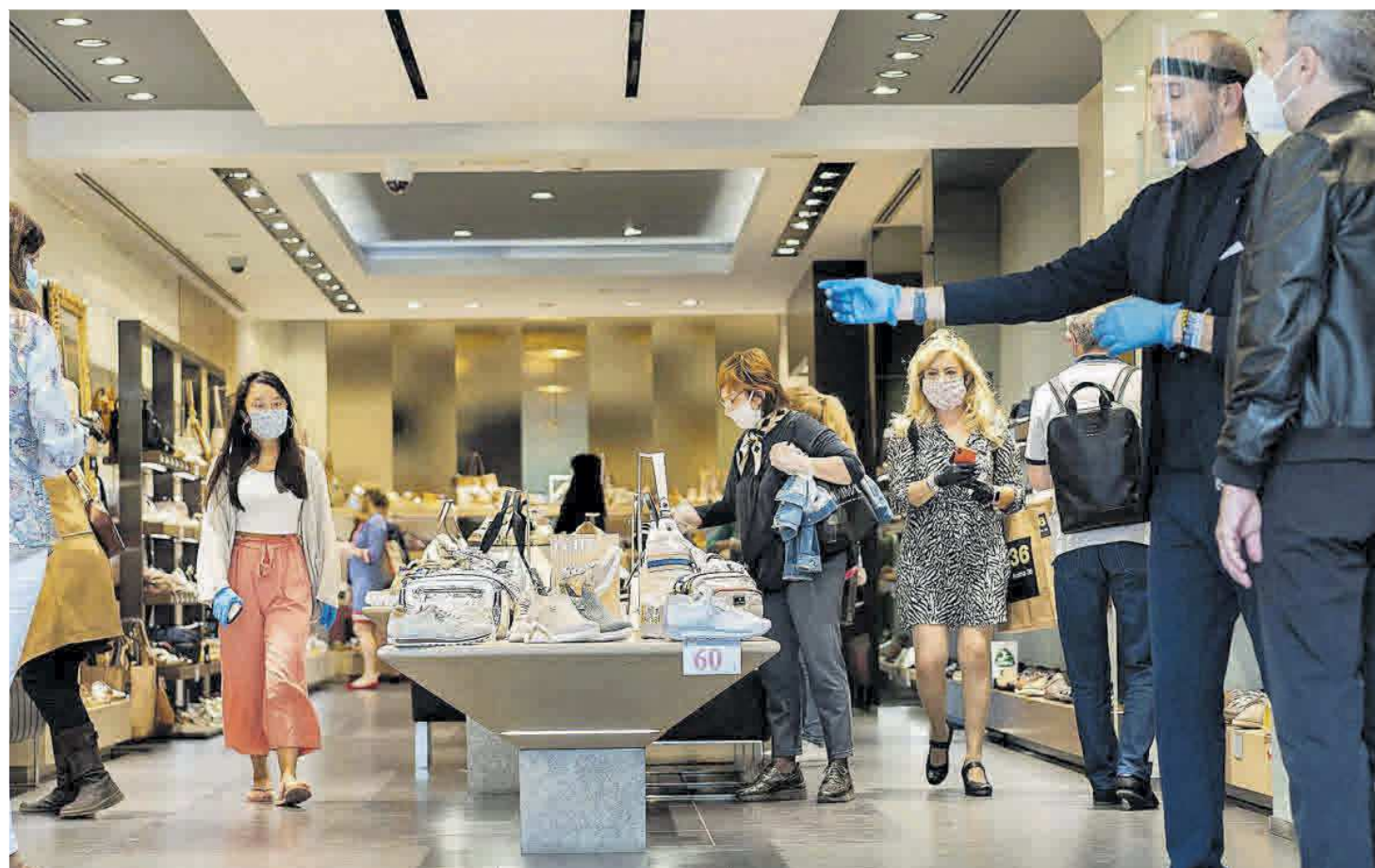
Atendiendo al flujo peatonal por comunidades autónomas analizado durante el mes de agosto, Baleares (-40%) ha sido la autonomía que ha perdido más visitantes en las semanas centrales del verano, seguido de Madrid y Cataluña (-35%). Seguirían la C. Valenciana con una caída de alrededor del 30% en número de visitantes, Andalucía (-25%) y por último Galicia (-20%).

Pese a la confianza en una recuperación de la economía en forma de V, los datos de comportamiento del tráfico peatonal en todas las comunidades autónomas señalan que la vuelta a la normalidad en las calles y en el consumo queda lejos todavía.



Caída del 22% en los centros comerciales

► La afluencia a los centros comerciales retrocedió un 22,4% durante el mes de agosto respecto a un año antes en un entorno marcado por la crisis sanitaria derivada de la pandemia de covid-19, según ShopperTrak. De esta forma, las visitas a centros comerciales moderaron su caída interna en el octavo mes del año, tras caer un 25,2% en julio y un 36,9% en junio. En los meses previos, durante el estado de alarma, la afluencia cayó un 82,5% en mayo, un 89% en abril y un 42,2% en marzo. Respecto al mes de julio, las visitas retrocedieron un 3,3% poniendo fin a tres subidas mensuales consecutivas (+45,8% en mayo, +278,7% en junio y +31,4% en julio). En lo que va de año, la afluencia a los centros comerciales descendió un 36,8%. E.P. MADRID



Un comercio de València, en la reapertura tras el confinamiento durante el estado de alarma.