

## El comercio local experimenta un comportamiento desigual en las ventas de Navidad y en el inicio de las rebajas

- **CONFERCO insiste en la necesidad de regular los periodos de rebajas para devolverles su carácter exclusivo**

*Soria, 16 de enero de 2025*

El comercio local ha experimentado un comportamiento desigual en las ventas durante la reciente campaña navideña y el inicio de las rebajas de enero, según el sondeo realizado por la Confederación de Comercio de Castilla y León (CONFERCO).

La campaña de Navidad, aunque marcada por un entorno competitivo, registró un rendimiento ligeramente superior al de 2023, con un incremento del 2% en algunos sectores. Sin embargo, las ventas se centraron en productos de menor precio, dejando de lado artículos de mayor valor, lo que provoca que las tiendas acumulen ahora un nivel significativo de stock y augura unas segundas rebajas con buenos descuentos.

Así, las rebajas de invierno han comenzado con fuerza todas las provincias, aunque rápidamente han mostrado una caída significativa. En la primera semana, las ventas han descendido en algunos subsectores hasta un 25% en comparación con el mismo periodo del año anterior.

El adelanto de las compras navideñas durante el Black Friday y la preferencia por las compras online en las grandes plataformas digitales siguen siendo determinantes en la reducción del flujo de clientes hacia las tiendas físicas.

La liberalización de los periodos de rebajas, además, ha diluido su impacto sobre el consumidor, que cuenta con promociones constantes durante todo el año en las grandes cadenas, lo que resta atractivo a las campañas de descuentos tradicionales del comercio local, incapaz de competir en este sentido.

De ahí que CONFERCO insista en la necesidad de regular nuevamente los periodos de rebajas para devolverles su carácter original.

El comercio local pide una revisión legislativa que limite las promociones fuera de los periodos oficiales de rebajas y devuelva la exclusividad y el valor que tenían estas campañas en su origen.

El presidente de CONFERCO, Adolfo Sainz, ha matizado que “Pese a que la competencia del comercio online y la saturación promocional han impactado negativamente sobre los negocios tradicionales, la Confederación considera que existen oportunidades significativas para el comercio local para adaptarse y competir. En el comercio físico el cliente puede tocar y probarse el género, contamos también con la ventaja el trato directo con el cliente, de persona a persona;

valores en alza para el sector del retail". Para ello, reclama una regulación adecuada, la promoción de un consumo más consciente y la adopción de tecnologías con las que posicionar al comercio local como una alternativa atractiva y sostenible en el panorama actual.

Desde CONFERCO se confía en que los datos de ventas de la campaña de rebajas mejoren en las segundas rebajas, puesto que el comercio local cuenta con género y se prevén descuentos más agresivos.

La Confederación de Comercio de Castilla y León (CONFERCO) integra a las nueve organizaciones que representan al sector de las nueve provincias de la Comunidad.

CONFERCO pertenece a CEOE Castilla y León y está formada por León es Comercio, de la Federación Leonesa de Empresarios (FELE), por la Asociación de Empresarios Salmantinos del Comercio (AESCO), por la Federación de Empresarios de Comercio de Burgos (FEC Burgos) y la Federación de Empresarios de Comercio de Soria (FEC Soria).

Además, pertenecen a CONFERCO 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 Empresarios del Comercio (AZECO) y la Agrupación Vallisoletana de Comercio (AVADECO).