

El Tema del Día Impacto del Covid-19

Comercio, aerolíneas, vivienda y energía abrirán una guerra de precios

Con una contracción del consumo sin precedentes, las empresas reactivarán su negocio con fuertes descuentos

J. Romera / Á. Semprún / A. Brualla / R. Esteller MADRID.

El proceso de desescalada y la vuelta a la actividad va a venir acompañado en varios sectores de una drástica caída de los precios. Es el caso del comercio, las aerolíneas, el mercado inmobiliario o la energía, entre otros. Las empresas son conscientes de que una reducción de los márgenes tras meses sin apenas ingresos puede ser la puntilla para su cuenta de resultados, pero saben también que, en un momento en el que el paro se ha disparado y que hay una contracción del consumo sin precedentes, solo podrán reactivar su negocio si llevan a cabo fuertes descuentos. Las guerras de precios amenazan así los márgenes de rentabilidad de muchas compañías, lo que puede agravar en algunos casos la supervivencia de aquellas que presenten una mayor debilidad financiera.

Rebajas en el comercio



Uno de los sectores en el que la amenaza de una guerra de precios es más

latente es el del comercio. Desde que se decretó el pasado 14 de marzo el Estado de Alarma, las grandes superficies y cadenas de moda han llevado a cabo ya en sus tiendas *online* importantes descuentos, con ofertas de hasta el 60%, con lo que en el pequeño comercio la preocupación es máxima. Pedro Campo, presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC), que agrupa a las pequeñas y medianas empresas del sector, apunta así que “lo más adecuado sería la suspensión de las rebajas de verano de este año con el objetivo de no debilitar más al pequeño comercio”.

O eso, o al menos retrasarlas al mes de septiembre, dejando margen para que los comercios puedan vender en buenas condiciones, sin distorsionar el mercado con grandes ofertas nada más abrir. La CEC ha pedido al Ministerio de Industria “una reflexión sobre la idoneidad de volver cuando se pueda a los tradicionales periodos de rebajas”, eliminando la liberalización.

“Si no se regula, en el momento que abran otros formatos, habrá ofertas salvajes que pueden provocar una guerra de precios, una situación que agravaría aún más los malos márgenes de las pymes, en un momento especialmente delicado tras haber permanecido cerrados durante el estado de alarma”.

Para la organización, “estos descuentos salvajes, acelerarán el cierre de muchos comercios, porque venderán sin rentabilidad y luego pasarán dos meses sin vender nada, porque los productos de temporada se han habrán adquirido ya”.

Desde la patronal del comercio textil Acotex alertan, además, de que la vuelta a la actividad va a traer consigo importantes caídas de las ventas. Así, se espera, por ejemplo, que en el primer mes de apertura los ingresos puedan caer hasta un 70%. Su previsión apunta que en el segundo mes ese descenso será del 60% y que a partir de ahí puede

objetivo de poder relanzar en la medida de lo posible la actividad e impulsar así el consumo en un contexto sumamente complicado.

La vivienda se abarata



El mercado de la vivienda se enfrenta este año a una importante caída de la demanda, que

los expertos estiman que se moverá entre el 25%, en el mejor de los casos, y el 50% en el peor. Esto significa que en el escenario más positivo se cerrarían unas 400.000 transacciones este año. Este descenso de las compraventas desencadenará también una bajada de precios, especialmente en el producto de segunda mano y en las zonas donde la vivienda era más accesible, ya que se espera que ese público tenga un mayor impacto en su economía durante la crisis. Concretamente, las estimaciones del sector manejan caídas de entre el 6% y el 15% en los precios medios.

De momento, las cifras del mes de abril en la vivienda de segunda mano recogen un descenso interanual del precio medio del 2% según los datos del portal inmobiliario Fotocasa, y un encarecimiento del 0,5% respecto al pasado mes de marzo. Según explican los expertos, estos datos al hacer referencia a una media nacional no recogen las rebajas puntuales que se están realizando ya en distintos mercados, además de que la actividad en este sector ha sido muy baja, debido a las restricciones de movimiento de la población.

Concretamente, Ricardo Sousa, CEO de Century21 en España y Portugal, asegura que “como consecuencia de la crisis sanitaria, muchas familias y pequeños inversores a los que les urge vender para ganar liquidez, están comenzando a hacer descuentos reales en el precio de las viviendas de entre el 10% y el 15% para conseguir una venta rápida”. No está sucediendo lo mismo con la vivienda nueva, explica Carlos Smerdou, CEO de Foro Consultores Inmobiliarios. Así, el directivo indica que “en primer lugar, en estos momentos no hay *stock* de vivienda terminada”, mientras sí que exis-

te una “escasez de suelo finalista”. A esto se une que “buena parte de las promociones en zonas urbanas cuentan con demanda sólida. Además, el 90% de las viviendas que se entregan en 2020 ya está vendido e incluso una parte de las que se entregarán a lo largo del próximo año”, explica el directivo.

Todos estos factores blindarán de algún modo los precios en obra nueva y a esto se suma otro aspecto muy importante en el caso de la vivienda en construcción: “Se ha comprado el suelo a precio elevado en muchos casos y los costes de construcción han aumentado. Esta situación indica que no hay margen para bajadas y no van a vender a pérdida”, explica el directivo a este diario, que, a su vez, asegura que “la construcción de viviendas será uno de los motores de la recuperación económica, por la cantidad de trabajo que genera”.

Presión en los billetes



“Las aerolíneas van a estar compitiendo en 2021 para estimular la demanda con tarifas bajas y seguirán teniendo mucha capacidad sin ocupar. Es improbable que consigan registrar beneficios el año que viene por la presión en los precios”, vaticinó Brian Pearce, director financiero de IATA en una conferencia con periodistas. Una previsión con la que coincide el presidente de Ryanair, Michael O’Leary; el primer espada de la australiana Qantas, Alan Joyce; el presidente de ALA, Javier Gán-

