

El desplome de las ventas ahonda la crisis en el pequeño y mediano comercio

Se agudiza la caída del 'Equipamiento personal' y el 'Equipamiento del hogar' se consolida como el sector más castigado por la crisis

Madrid, 29 de abril de 2013.- Los datos publicados hoy por el INE confirman los peores pronósticos. La profunda crisis de consumo que atraviesa España ha **acelerado el desplome del comercio minorista en los últimos meses**, afectando con mayor virulencia al pequeño y mediano comercio. Así, todos los modos de distribución experimentan caídas en las ventas, pero son **los pequeños y medianos formatos comerciales los más castigados en este mes de marzo, con un descenso en las ventas del 14,1% en las empresas unilocalizadas, un -12,7% en pequeñas cadenas**, respecto al mismo mes de 2012.

Se mantiene el cambio en los hábitos de consumo, tal y como hemos ido avanzando en los últimos meses, con un **consumo de subsistencia**. Uno de los ejemplos más claros, es el descenso, mes tras mes, del consumo incluso de bienes de primera necesidad como la **alimentación, que en el mes de marzo llega a caer un 6,3% respecto al mismo mes del año anterior**. En el resto de productos, destaca la caída de 6 puntos del **equipamiento personal, que alcanza en marzo el -14% y el del hogar se sitúa en el -15,6%**. Siguen siendo por tanto, subsectores como el de electrodomésticos, muebles y cerámicas y materiales de construcción de los más afectados por esta crisis de consumo y que más requieren de acciones específicas del Gobierno. *“A pesar de las importantes medidas que se están poniendo en marcha desde la secretaría de Estado de Comercio, son más necesarios que nunca incentivos fiscales al consumo sectoriales, como por ejemplo, un ‘plan renove’ nacional para estos subsectores, como ya se hiciera con el automóvil. De ello dependerá en buena medida la supervivencia en esta crisis de miles de empresarios y autónomos de estos comercios, pero también de multitud de fabricantes nacionales”*, argumenta Manuel García-Izquierdo, presidente de CEC.

Asimismo, es preocupante el descenso en la ocupación en el comercio minorista de los últimos meses, cuya tasa interanual cae un 2,1% en marzo, un sector que hasta hace tan solo unos meses era el mejor aliado de la economía en el mantenimiento del empleo y que empieza a mostrar preocupantes signos de agotamiento. Las pequeñas cadenas son también las que experimentan un peor resultado en este sentido, con una tasa del -4,8% en marzo.

Por comunidades autónomas, todas experimentan retrocesos en las ventas, aunque son País Vasco (-15,3%) y la Comunidad de Madrid, las más castigadas por la caída de las ventas, esta última con un descenso del 12,9% que, además, experimenta también peor comportamiento que la media nacional en ocupación en marzo (-2,2%)

Es imperante reactivar la demanda interna, fomentar estímulos al consumo que rompan definitivamente el círculo vicioso y permitan a los comerciantes continuar con su actividad y mantener el empleo. *“Se deben adoptar medidas que permitan salir de esta espiral a una columna vertebral de la economía e identidad de España, el comercio de proximidad, y con ello a miles de familias, empresarios y autónomos”*, finaliza el presidente de la CEC.

La CEC, como organización empresarial más representativa del pequeño y mediano comercio español da cabida a:

- 99% de las empresas comerciales
- 25% de los autónomos del país
- Alrededor del 10% del PIB nacional