



Destacamos Repsol YPF Resultados Endesa Telefónica Canal Plus Mora Bankia Renta 2013 Ibex 35

Noticias, cotizaciones...

Ediciones Cataluña C. Valenciana Andalucía P. Vasco Extremadura Aragón SuVivienda Empleo Motor

Acceda a su cuenta Regístrese

Expansión.com

Expansión
Mercados

Expansión en
ORBYT.

Mi dinero Empresas Economía Sociedad Opinión Jurídico Directivos Motor Tendencias Multimedia Emprendedores&Empleo LATAM

IBEX 35 10.470,5 (-0,10%) I.G. BOLSA MADRID 1.070,2 (-0,22%) DOW JONES 16.401,0 (-0,78%) EURO STOXX 3.142,6 (-0,23%)

Titulares

Servicio de noticias de agencias

TODOS

EMPRESAS

Banca

TMT

Energía

Inmobiliario y
Construcción

Transporte y
Turismo

Automoción e
Industria

Distribución

BOLSAS

ECONOMÍA

El comercio minorista ve caer sus ventas en 11.220 millones en el bienio 2012-2013 por la crisis

Menéame

Tweet

Recommend Sign Up to see what your friends recommend.

Tags: economía



07/05/2014 | EUROPA_PRESS

MADRID, 7 (EUROPA PRESS)

El comercio minorista ha sido uno de los sectores que más ha sufrido con la crisis económica, ya que ha visto caer su facturación en 11.220 millones de euros en el bienio 2012-2013, con sendos descensos del 6,8% y del 3,9%.

Así lo pone de manifiesto la **Confederación Española de Comercio** (CEC) a raíz del informe económico sobre la evolución del comercio minorista 2012-2013, elaborado por la catedrática de Investigación Comercial de la Universidad Autónoma de Madrid, María Jesús Yagüe, al que tuvo acceso Europa Press.

Esta situación, según los comerciantes, se encuentra fuertemente condicionada por el desplome del gasto de los hogares en bienes comercializados por el comercio minorista, que en 2012 cayó cerca del 6%.

"Todo ello, viene a refrendar la estrecha relación directa entre consumo de los hogares y ventas minoristas", señala la CEC, que considera que no se trata por tanto de un problema de oferta comercial, con una mayor amplitud de horarios comerciales, sino de un problema de demanda causado por la reducción de la renta disponible de los hogares, a su vez marcada por la caída de la remuneración de los asalariados, unida a los altos niveles de desempleo (25,9% de tasa de paro).

En la Comunidad de Madrid, cuyo modelo comercial apuesta por una liberalización total de horarios comerciales, la situación no es mejor que en el resto de España.

Así, las ventas minoristas en 2013 cayeron en la Comunidad de Madrid un 4,1%, por encima de la media nacional (-3,9%), lo que demuestra, apunta la CEC, que la liberalización no ha funcionado como se esperaba.

1 ¿En qué países ganarás más y vivirás mejor?

2 Análisis Hódar: Así fue abril y así será mayo en Bolsa

3 A la caza de los candidatos más activos en LinkedIn

4 Los españoles tendrán que volver a pagar para ver la TDT

5 Telefónica ofrece 725 millones de euros por el 56% de Canal+

6 La inmobiliaria de Marina D'Or suspende pagos

7 Renta 2013: comienza el plazo para presentar la declaración en papel y solicitar cita previa con Hacienda

8 Telefónica paga hoy un dividendo de 0,4 euros por acción

9 Repsol vende una participación del 11,86% en YPF por 900 millones

10 ¿Cómo funciona el cerebro de los grandes directivos?



http://www.expansion.com/agencia/europa_press/2014/05/07/20140507130738.html

En lo que va de año, la Comunidad de Madrid continúa siendo una de las regiones menos dinámicas en términos de ventas minoristas, con un descenso del 2% en el primer trimestre, frente a un alza del 0,1% de la media nacional.

Respecto al empleo, las afiliaciones al régimen general de la Seguridad Social registraron en el periodo 2012-2013 una pérdida de cerca de 60.200 afiliados en el comercio minorista.

Y el escenario no es distinto en la Comunidad de Madrid, que además sigue la tendencia opuesta al conjunto nacional, ya que en lugar de ralentizarse la pérdida de empleo en 2013 respecto a 2012, se acelera.

En concreto, el índice de ocupación del comercio minorista muestra que Madrid ha sido la comunidad que más empleo ha destruido en media anual durante 2013, con un descenso del 3,4% frente a la caída nacional del 1,8%.

"La libertad de horarios no ha supuesto, por tanto, un estímulo al empleo, incluso se ha destruido a mayor ritmo durante este periodo consiguiendo el efecto contrario al que se pretendía, también en el gran formato comercial, impulsor de la medida", resaltan los comerciantes.