

El comercio de proximidad se consolida en 2014 como motor generador de empleo y apuesta firmemente por la recuperación

- El comercio de proximidad termina el año siendo el formato comercial que más empleo ha generado en 2014, fruto del importante esfuerzo de los comerciantes por dinamizar el sector y atraer la recuperación.
- El comercio se muestra optimista ante el cierre de año y afronta 2015 con esperanza aunque reclama para el sector un impulso decidido de las políticas del sector, acorde con el esfuerzo de los y las comerciantes.

Madrid, 30 de diciembre de 2014.- El Instituto Nacional de Estadística ha publicado hoy los datos de ventas y ocupación del comercio minorista correspondientes al mes de noviembre (+0,5% y +0,9% respectivamente/ +0,3% y +1,9% en el comercio de proximidad) en los que **las ventas se mantienen en registros positivos, aunque se trata un mes más de un leve repunte** respecto al mismo mes del año anterior, y, supone asimismo un descenso de 1,4 puntos respecto al dato de octubre. **Destaca**, a pesar de los humildes registros en las ventas, **el esfuerzo que está haciendo en general el sector en el empleo**, muy especialmente el comercio de proximidad, con datos positivos de contratación muy superiores a las ventas. **Los comerciantes autónomos son los que, tanto en el mes de noviembre como en el conjunto del año, más empleo han generado**, a pesar de las aún leves expectativas de ventas para el cierre de 2014. Este es el mejor ejemplo de la firme apuesta del comercio de proximidad por dinamizar el sector y adelantar en la medida de lo posible la llegada de la recuperación.

“El comercio de proximidad siempre mira hacia el futuro en positivo, incluso en las peores circunstancias. El mejor ejemplo es el esfuerzo titánico que hemos hecho en este año 2014 por mantener la actividad empresarial e incluso generar empleo por encima de formatos comerciales mucho mayores que el nuestro, todo, por salir adelante”, explica Manuel García-Izquierdo, presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC). *“Somos un sector pegado a la calle, -continúa- sabemos de los problemas de nuestros clientes y respondemos como ellos, levantando la cabeza y remando hacia delante. Esperamos por tanto para 2015 una respuesta similar de las Administraciones Públicas y confiamos que van a reaccionar a este esfuerzo de los más pequeños con un impulso de las políticas del sector. Ahora es el momento”,* demanda García-Izquierdo.



Campaña Navideña

A la vista de las primeras estimaciones de nuestros comerciantes, la primera quincena de diciembre ha sido positiva en términos de ventas y confiamos en cerrar la segunda con buenos resultados, lo que confirmaría nuestras expectativas sobre la campaña de Navidad.

Resultados por tipo de productos

El mayor incremento en las ventas se produce en uno de los subsectores más castigados por la crisis, el equipamiento del hogar, con un aumento de 4,7 puntos respecto al mismo mes de 2013. Llama la atención, sin embargo, el retroceso de alimentación (-1,6%).

Resultados por comunidades autónomas

Diez comunidades aumentan sus ventas en noviembre respecto al mismo mes de 2013, aunque también destacan los retrocesos de comunidades como Castilla y León (-3,3%) y Castilla La Mancha (-2,2%) muy alejados de la media nacional. En la ocupación, la mayoría de regiones crean empleo, fruto de ese esfuerzo del sector por acelerar la recuperación.



La CEC, es la organización empresarial más representativa del comercio español:

- 99% de las empresas de comercio minorista*
- 26% de los autónomos del país*
- Más de 1.200.000 puestos de trabajo*
- Alrededor del 10% del PIB nacional*