

Satisfacción ante el primer repunte de ventas en el comercio desde el estallido de la crisis

- **El comercio de proximidad termina el año consolidándose como el formato comercial que más empleo ha generado, fruto del importante esfuerzo de los comerciantes por dinamizar el sector y atraer la recuperación.**
- **Tras el primer año con crecimiento en las ventas desde 2007, el comercio se muestra optimista y recuerda que hay que seguir trabajando para impulsar y consolidar esta tendencia del consumo.**

Madrid, 29 de enero de 2015.- Los datos de ventas y ocupación del comercio minorista publicados hoy por el Instituto Nacional de Estadística confirman el cierre del año 2014 en positivo, con un leve incremento de las ventas del 0,9%, el primero en los últimos siete años, desde que se iniciara la crisis económica. La ocupación muestra igualmente un comportamiento ascendente, con una leve mejora del 0,1%, que llegaría incluso al +0,8% en el comercio de proximidad, obteniendo el mejor resultado de todos los formatos comerciales. Unos datos que confirman nuestras previsiones y consolidan definitivamente el inicio de la recuperación del consumo y con ella de nuestro comercio.

Año 2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
0,9	-3,9	-7,0	-5,8	-1,8	-5,6	-5,8	2,7

Índice de ventas general, variación de la media en lo que va de año (ICM. INE)

“Esperamos sea sólo el inicio del despegue del consumo y las ventas en 2015. Aunque hablemos todavía de pequeños porcentajes, supone un gran respiro y una inyección de optimismo para afrontar los próximos meses con confianza y esperanza”, reconoce el presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC), Manuel García-Izquierdo.

Los comerciantes autónomos terminan 2014 dando muestras del gran esfuerzo hecho en el mantenimiento y generación de puestos de trabajo, consolidando el mejor comportamiento en la creación de empleo (0,8%) frente a otros formatos comerciales de mayor tamaño (0,0% grandes cadenas; 0,6% grandes superficies) y muy superior a la media del conjunto del sector (0,1%). *“El comercio de proximidad ha peleado duro, muy duro, por mantener abiertas sus puertas y a sus trabajadores, nadie puede negar que somos un pilar inquebrantable y clave para la economía de este país. Ahora hay que seguir trabajando para consolidar de manera definitiva la mejora del consumo”,* insiste García-Izquierdo.