



El comercio de proximidad lidera la creación de empleo del sector

- El comercio de proximidad sigue siendo el formato comercial que más empleo crea en el sector (1,9% empresas unilocalizadas, por encima del 0,8% de media nacional)
- Las ventas de las empresas unilocalizadas se mantienen en positivo en mayo (1,6% frente al 2,0% de media nacional) aunque descienden 1,5 puntos respecto al mes anterior.
- El Gobierno tiene la oportunidad de diseñar unos Presupuestos Generales del Estado (PGE) pensando en las familias y las pymes, con rebajas en la presión fiscal de los hogares que estimulen el consumo.

Madrid, 29 de junio de 2015.- Según los datos publicados hoy por el Instituto Nacional de Estadística de ventas y ocupación en el comercio minorista, en mayo el comercio de proximidad -en su mayoría autónomos- mantiene el liderazgo en la creación de empleo dentro del sector, acumulando 16 meses consecutivos de datos positivos. Por su parte, las ventas, a pesar de obtener registros positivos respecto al mismo mes del año anterior, descienden ocho decimas respecto al mes de abril, 1,9 puntos si lo comparamos con el mes de marzo. Unas fluctuaciones que, si bien se mantienen en terreno positivo, muestran aún la debilidad del crecimiento.

“El ritmo de la recuperación del consumo y las ventas del comercio es más lento del que deseáramos y necesitamos, tras 7 años de crisis y pérdidas de ventas. No obstante, confiamos en que en los próximos meses, si la evolución del empleo sigue siendo positiva, el consumo comience a despuntar y terminemos el año con mejores datos de ventas”, avanza Manuel García-Izquierdo, presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC).

En este punto, sería decisivo para la reactivación del sector la aprobación de estímulos fiscales al consumo que redunden en una mayor renta disponible de los hogares y no se aumente la presión fiscal a través de impuestos indirectos. **“Recibimos con satisfacción las noticias que avanzan la intención del ejecutivo de diseñar unos PGE para 2016 que rebajen la presión fiscal de los hogares** y confiamos en que se materialicen propuestas como la disminución de las cargas tributarias a los rendimientos del trabajo, medidas fiscales que favorezcan el desbloqueo de los créditos al consumo o incluso la reducción de los tramos de IRPF autonómicos, como ha anunciado alguna Comunidad Autónoma”, explica García-Izquierdo.

Desde la Confederación Española de Comercio venimos reclamado desde hace tiempo la necesidad de aprobar estímulos fiscales al consumo de los hogares y compaginarlos con incentivos fiscales especialmente dirigidos a las pymes (planes renove, estímulos a la inversión productiva, reducción de las cotizaciones sociales, ahorro energético, alquileres locales comerciales, etc.).



El Gobierno tiene la oportunidad de elaborar unos PGE que aborden decididamente la lucha contra la economía sumergida, que afecta de manera directa al comercio desde el fraude en mercadillos, falsificaciones, top manta, etc., y que repercute muy negativamente sobre las arcas públicas, llegando a suponer el fraude fiscal hasta el 25,6% del Producto Interior Bruto, según un estudio elaborado por Gestha y la Universidad Rovira y Virgili.

“Una vez que lo peor ha pasado, como nos recuerdan el Ejecutivo y los datos oficiales, es el momento de abordar unas cuentas que apuesten por el comercio, una de las principales actividades económicas del país y que tan buenos resultados está dando en la creación de empleo, muy especialmente el comercio de proximidad”, concluye el presidente de CEC.