

Regístrate gratis

Suscríbete

Lee La Vanguardia en



Iniciar sesión

Este sitio web utiliza cookies, tanto propias como de terceros, para recopilar información estadística sobre su navegación y mostrarle publicidad relacionada con sus preferencias, generada a partir de sus pautas de navegación. Si continúa navegando, consideramos que acepta su uso. [Más información](#)

Destacamos ▶ Nadal-Mónaco Ada Colau Valladolid-Real Madrid Eurovisión Euromillones

Webs del Grupo

LV Papel ▼

Miércoles, 7 de mayo 2014

LA VANGUARDIA.com | Economía

Ediciones

Quiero

Temas

Al minuto

Lo más

La Vanguardia TV

Fotos

Listas

Portada Internacional Política

Economía

Sucesos

Opinión

Deportes

Vida

Tecnología

Cultura

Gente

Ocio

Participación

Hemeroteca

Servicios

Declaración de la Renta Marketing y Publicidad Fiscalidad y empresa Bolsa Emprendedores Vivienda Finanzas personales Alimentaria

Economía

La ampliación de horarios comerciales no eleva ni ventas ni empleo

La caída del consumo no se debe a la falta de oferta comercial, sino a la de demanda por la reducción de la renta familiar

Economía | 07/05/2014 - 12:43h | Última actualización: 07/05/2014 - 12:53h



Los horarios comerciales

1

Notificar error

Tengo más Información

A A

Seguir

Tweet <28

g+1

0

Share

Madrid. (EFECOM).- La **ampliación** de los **horarios comerciales** aprobada en 2012 o la liberalización total llevada a cabo en Madrid no han tenido incidencia positiva ni en el **empleo** ni en las **ventas** del comercio minorista ni ha posicionado a España entre los líderes del turismo de compra.

Esta son algunas de las principales conclusiones del informe elaborado por la Catedrática de Investigación Comercial de la Universidad Autónoma de Madrid, María Jesús Yagüe Guillén, por encargo de la **Confederación Española del Comercio** (CEC).

El estudio compara la evolución que ha tenido el sector en las distintas comunidades autónomas con la mirada puesta en cómo se han comportado las ventas y el empleo en aquellas con mayor restricción de horarios, como Catalunya, País Vasco o Andalucía y aquellas más liberales, como Madrid.

En julio de 2012, el Ejecutivo amplió de 72 a 90 el número de horas a la semana que puede abrir una tienda en días laborables, elevó de 8 a diez los festivos y domingos al año que pueden abrir las comercios y liberalizó los horarios en las zonas de mayor afluencia turística en varias ciudades.

En Madrid, los establecimientos pueden abrir con total libertad de horarios desde el 15 de julio de ese año. El informe concluye que las ventas minoristas no han experimentado una evolución positiva en el bienio 2012-2013 y, por tanto, la nueva legislación no ha tenido los resultados previstos inicialmente.

Las ventas del comercio al por menor, excluidas las estaciones de servicio, cayeron el 7 % en 2012 y el 3,9 % en el conjunto de España.

LO MÁS >>

Ofrecido por



LO MÁS VISTO

- 1 Tony Spina deja en directo a Oriana tras descubrir su infidelidad
- 2 Hallado un tiburón muy extraño de seis metros y de rostro monstruoso
- 3 La polémica mirada del alcalde de Buenos Aires a los pechos de Violetta
- 4 ¿Qué te estás perdiendo mientras miras el móvil?
- 5 Un monstruo de las profundidades

LO MÁS COMENTADO

Ir a Lo más

AL MINUTO >>

- 07:04 ● Girona, epicentro de la música a capella
- 13:48 ● Mas asegura que no se paga "ni un euro" a medios internacionales
- 13:48 ● El BBVA eleva el crecimiento previsto para España al 1,1%
- 13:43 ● George Clooney y Amal Alamuddin celebran con champán su compromiso
- 13:40 ● Varios diseñadores promocionan la moda española en Lisboa

Ir al minuto

En Madrid, la caída superó la media nacional en los dos años (8,7 y 4,2 %), mientras que en comunidades más restrictivas, como Andalucía o Cataluña, la evolución fue dispar, con descensos del 7,9 y 3,7 %, y del 5,7 y 4,1 %, respectivamente.

En el primer trimestre del ejercicio, las ventas han caído en Madrid el 2 % mientras que la media nacional ha subido el 0,1 %. Por otra parte, la destrucción de empleo en Madrid fue del 3,9 % mientras que la media nacional se situó en el 1,8 %.

Para la CEC, el informe pone de manifiesto que la recuperación del comercio, cuya facturación ha caído 11.220 millones en el bienio 2012-2013, pasa necesariamente por medidas que permitan reactivar el consumo de los hogares, pues de éste depende en gran medida la evolución de las ventas del sector.

En su opinión, no se trata tanto de un problema de oferta comercial, como de un problema de demanda causado por la reducción de la renta disponible de las familias y la pérdida de confianza.

Además, los datos de la Seguridad Social y los índices de ocupación, ponen de manifiesto que la libertad de horarios no ha supuesto un estímulo al empleo, que, incluso, se ha destruido a un mayor ritmo en los dos últimos años, también en las grandes superficies, impulsoras de la liberalización.

Por otra parte, España sigue siendo un destino turístico de sol y playa y que aún queda un largo camino por recorrer para codearse con las potencias mundial del turismo de compras, añade la CEC.

Según datos de Turespaña, las compras representan sólo el 3,3 % del gasto turístico y es el motivo principal de un viaje sólo en el 3,8 % de los casos.

Para la CEC, apostar por un modelo mediterráneo de centro ciudad que, por sí mismo, constituya un atractivo para la llegada de visitantes será clave para situar a España es un lugar destacado del turismo de compras.

Te puede interesar: los usuarios que han consultado esto también han visto...

- **Pilar Rubio elogia "el talento" de Ramos y Sara Carbonero, eclipsada por Iker** (MundoDeportivo.com)
- **Pere Arch, el Panenka del hockey hierba y su golazo en la final de la Liga** (MundoDeportivo.com)
- **Fichajes: Acuerdo entre Barça y Cuadrado** (MundoDeportivo.com)
- **¿Cuándo me podré jubilar y qué pensión tendré?**
- **Siete nombres para explicar la decadencia del mejor Barça de la historia**

recomendado por

1

● Notificar error ● Tengo más Información

Seguir

Tweet 28

Menéalo

+1 0

Share

Normas de participación

Powered by Livefyre

Usuario

- Acceso
- Registro y Suscripción

Información

- Ayuda
- Visita guiada
- Política de cookies

LaVanguardia.com

- Quiénes somos
- Contacto
- Aviso legal
- Publicidad

Otros formatos

- Boletines
- Alertas
- Iphone
- Ipad
- RSS
- Móvil
- Redes sociales
- Ver todos

LAVANGUARDIA

Copyright La Vanguardia Ediciones S.L.
All rights reserved