

Satisfacción por el repunte del 4,2% de las ventas en julio

- El comercio de proximidad mantiene su liderazgo en julio como el formato comercial que más empleo ha generado (+1,7%, por encima del 1,1% de media del conjunto de la distribución comercial)
- **Electrodomésticos y muebles, dos de los subsectores más afectados por la crisis, disparan sus ventas un 8,1% en julio**, respecto al mismo periodo del año anterior
- Balance positivo de las ventas de rebajas, que mejorarían entre julio y agosto desde el 5% y hasta el 10% de media, según territorios.

Madrid, 28 de agosto de 2015.- Según los datos publicados hoy por el Instituto Nacional de Estadística de ventas y ocupación en el comercio minorista, el comercio de proximidad consolida en julio su liderazgo en la generación de empleo (1,7%, por encima del 1,1% de media del conjunto de la distribución comercial) y mejora sus ventas un 2,7% respecto al mismo periodo del año anterior, datos positivos que reflejan la lenta pero constante recuperación del consumo.

“Esta mejora supone un pequeño balón de oxígeno para nuestros comerciantes, fundamental para afrontar el último cuatrimestre del año, pero aún no podemos calificarlo de éxito, pues lo perdido en estos años y la gran reducción de márgenes comerciales producida en la crisis nos lo impiden”, lamenta Manuel García-Izquierdo, presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC). *“Han sido muchos años de malos datos, es inevitable que nuestros comerciantes se muestren aún escépticos sobre la solidez de la recuperación del consumo. La viabilidad presente y futura de muchas empresas depende de la consolidación en el tiempo de esa evolución positiva. Esa es hoy la gran incógnita”,* explica el presidente de CEC.

El comercio de proximidad, el que más empleo crea

Un mes más, las empresas unilocalizadas encabezan la generación de empleo dentro del sector, con una mejora del 1,7% respecto al mismo mes de 2014. Un avance en la ocupación que llega al 1,9% en lo que va de año, muy superior al 0,8% del conjunto de la distribución comercial, *“lo que refleja, junto a la enorme reducción de los márgenes comerciales, el esfuerzo titánico que hacen nuestros comerciantes por ‘arrimar el hombro’ y adelantar en lo posible la recuperación, a pesar del menor tamaño de nuestras empresas”,* explica Manuel García-Izquierdo.

Un esfuerzo y voluntad que generan riqueza y empleo aun en circunstancias difíciles, lo que, en palabras de Manuel García-Izquierdo, *“merece una respuesta en paralelo del Estado, que tiene la inminente oportunidad de aprobar unos Presupuestos que miren más por los comerciantes autónomos, no para animarles a fusionarse y crear empresas de mayor tamaño, sino para mejorar el acceso a la financiación y muy especialmente para mejorar la capacidad de consumo de los ciudadanos, motor clave de la actividad comercial”.* Lo que



beneficiaría a más de 500.000 empresarios/as autónomos, en su doble condición como comerciantes y consumidores, así como a las más de 1.500.000 familias cuyos ingresos principales provienen del comercio de proximidad como actividad económica.

Se disparan las ventas de Equipo del Hogar

En el mes de julio, **electrodomésticos y muebles**, dos de los subsectores más afectados por la crisis, dispararon sus ventas un 8,1%, respecto al mismo periodo del año anterior, confirmando las estimaciones de nuestros comerciantes. Una mejora muy condicionada por tres variables: la mejora de la confianza del consumidor y el empleo; la necesaria reposición de pequeños electrodomésticos, tras siete años de congelación de las ventas, y, la ola de calor que afectó en julio a nuestro país y que disparó la venta de electrodomésticos refrigeradores tales como ventiladores y equipos de climatización.

Balance positivo de ‘Rebajas’

Se confirman las previsiones de venta en rebajas de los comerciantes, con una mejora en el mes de julio del 4,2% respecto al mismo periodo del año anterior, y del 1,1% en la ocupación. Nuestros comerciantes estiman que, **en el conjunto de los meses de julio y agosto**, -e incluso parte de junio en algunos casos- **han visto mejorar sus ventas desde el 5 y hasta el 10% de media** respecto al mismo periodo de 2014, dependiendo del territorio, registrándose los mejores resultados en grandes ciudades y destinos tradicionalmente turísticos, donde se han superado las estimaciones iniciales, condicionado por los buenos datos de acogida de turistas y el incremento del gasto que han realizado.

“Hemos visto en estos meses a un consumidor más predispuesto a comprar que en los últimos años. Mira mucho el precio, es lógico, pero se respira cierto optimismo, que ha dado fruto a la mejora de las ventas”, explica Manuel García-Izquierdo, presidente de la Confederación Española de Comercio (CEC).