

EUROPA PRESS (25 de febrero de 2007)

La Comunidad aconseja al comercio minorista que se asocie, se especialice y dé un servicio personalizado

El 50 por ciento de las empresas del pequeño comercio de la región tiene menos de diez trabajadores

MADRID, 25 Feb. (EUROPA PRESS) -

La Comunidad de Madrid ha aconsejado al comerciante de Madrid, a través del informe 'Comercio Minorista en la Comunidad de Madrid', elaborado por Seniors Españoles para la Cooperación Técnica (Secot), que se asocie, se especialice y preste una atención y un servicio personalizado para cada cliente.

El estudio, realizado para la Consejería de Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid, también recomienda a la Administración Pública que apoye "el empleo en el comercio minorista con programas formativos, subvenciones y financiación barata para la creación de nuevos establecimientos, así como con medidas concretas para contribuir al relevo generacional que permita la continuidad de la actividad y la ocupación juvenil".

Secot, la principal organización española de Voluntariado de Asesoramiento Empresarial, propone al pequeño comerciante que, como complemento a las actuaciones de la Administración Pública, se especialice, ofrezca productos de mayor calidad y preste una atención y un servicio personalizados para cada cliente. Además, le anima a asociarse con otros comerciantes minoristas a través de técnicas comerciales modernas como el Centro Comercial Abierto.

TRES PERSONAS POR COMERCIO

Asimismo, el documento recoge que el 50 por ciento de las empresas de comercio minorista de Madrid se caracterizan por tener menos de diez trabajadores. La dimensión media nacional de los comercios es de tres personas empleadas, con una alta presencia de trabajadores autónomos y una elevada tasa de participación del empleo femenino. De esta manera, el 13 por ciento de las mujeres activas trabajan en actividades del comercio al por menor, frente al 5,9 por ciento de los hombres.

Secot concluye en su informe que el comercio tradicional "tiene futuro porque ocupa un nicho de mercado al que no se espera que accedan las grandes superficies". Dicho estudio ha sido coordinado por el vicepresidente de Secot, Antonio Morales, y por el vocal de la Junta Directiva, Vicente Buitrón.