



El comercio manifiesta su preocupación ante la moderación del crecimiento de las ventas

- **Las ventas en enero crecen un 2% respecto al mismo mes de 2015, pero se ralentiza la tendencia alcista del último año.**
- **El comercio advierte a los partidos políticos del riesgo de mantener en el tiempo un clima de incertidumbre como el que se está materializando**
- **Equipo del hogar es el subsector que mejor resultado obtiene en enero**

Madrid, 10 de marzo de 2016.- Según los datos publicados hoy por el Instituto Nacional de Estadística de ventas y ocupación en el comercio minorista correspondientes al mes de enero, ambas variables se mantienen en positivo (+2% y +1,8% respectivamente) sin embargo, este avance es 1,2 puntos inferior a la facturación registrada en diciembre, a pesar de ser el mes en el que tienen lugar las “rebajas” de invierno, siendo tradicionalmente un mes muy positivo para las ventas del comercio.

“Lamentablemente, el dato conocido hoy confirma nuestras estimaciones. Los comerciantes observan con preocupación cómo el consumidor comienza en los últimos meses a retraer su predisposición a la compra. Existe cierto clima de incertidumbre, lo que podría poner en riesgo la progresiva reactivación del consumo que tan necesaria es para nuestro sector, clave para la economía y el empleo del país”, advierte el presidente de la Confederación Española de Comercio, Manuel García-Izquierdo.

Esta moderación en el crecimiento de las ventas se suma al desplome del índice de confianza del consumidor que, tras obtener a lo largo de 2015 máximos de la serie histórica, ha caído 12,2 puntos en los últimos dos meses.

La buena marcha del comercio está íntimamente condicionada por dos factores: la confianza del consumidor y la renta disponible de los hogares. Cualquier variación en uno de estos elementos podría tener consecuencias negativas para el sector, como ya apunta la desaceleración en las ventas de los últimos meses.

“Somos conscientes de las dificultades existentes para conformar Gobierno, pero nuestros políticos también deben ser conscientes del riesgo que conlleva para un sector económico clave como el nuestro mantener en el tiempo un clima de incertidumbre como el que se está materializando”, explica García-Izquierdo.



Resultado por subsectores

El “Equipo del hogar”, integrado principalmente por muebles y electrodomésticos, mantiene la buena marcha de los últimos meses, con un crecimiento en sus ventas del 3,7% tras haber sido el subsector más castigado por la crisis económica. Las ventas de “Alimentación”, sin embargo, caen un 1,8% respecto al mismo mes de 2015.