



## Las ventas de 'Equipo del Hogar' sostienen la tendencia positiva en el comercio

- Con una mejora del 4,4% en sus ventas en el mes de marzo, son el subsector que mejor resultado obtiene, muy superior a 'Equipo personal' (textil, calzado, perfumería, complementos, etc.), que se estanca con un 0,2%.
- Grandes cadenas de 'Equipo del hogar' (muebles y electrodomésticos principalmente) sería el formato comercial que en mayor medida absorbe la mejora de ventas en marzo.

*Madrid, 27 de abril 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 marzo, ambas variables se mantienen en positivo (+4,3% y +1,7% respectivamente) Un **resultado de ventas condicionado por el avance de 'Equipo del hogar'** (muebles y electrodomésticos principalmente) que crece un 4,4% respecto al mismo mes de 2015, frente a categorías como **moda y perfumería**, por ejemplo, que **estancan sus ventas** con un 0,2% respecto al mismo período del año anterior. Por formatos comerciales, salvo 'Grandes cadenas', todos los formatos avanzan en sus ventas por debajo de la media. Así, 'Empresas unilocalizadas' (en su mayoría autónomos) y 'Grandes superficies' ven crecer sus ventas un 3,1% en marzo. 'Pequeñas cadenas' mejora sus ventas un 2,9%. Siendo así, **las Grandes cadenas de Equipo del hogar estarían absorbiendo en mayor medida el resultado positivo de mejora de las ventas en marzo.**

Tras un año 2015 en el que se asentaron las bases para la reactivación sólida del consumo y del sector, los comerciantes no están registrando el despegue augurado desde todos los estamentos para 2016. "Existe la sensación de cierta ralentización con la que nadie contaba", lamenta el presidente de CEC, Manuel García-Izquierdo.

El elemento que hace crecer en marzo el índice de manera más evidente, 'Equipo del hogar' lo componen principalmente Electrodomésticos y muebles, dos de los subsectores de actividad más castigados por la crisis económica, que llegaron a perder cerca del 60% de su facturación. En marzo crecen un 4,4% lo que, aun siendo positivo, dista mucho de significar aún una recuperación.

"Confiamos en que, una vez superada la incertidumbre política y conformado el nuevo Gobierno, podamos recuperar definitivamente la senda de crecimiento con la intensidad suficiente para una reactivación sólida de las ventas y el empleo en todos los formatos comerciales y subsectores de actividad", explica Manuel García-Izquierdo, presidente de CEC.