



Confederación Española de Comercio



DOSSIER DE PRENSA

DICEN QUE PUEDEN SER ENGAÑOSOS Y DAR FALSA SEGURIDAD

La CEC desaconseja a los comerciantes usar sellos "COVID Free" en sus tiendas



La CEC emitió un comunicado en el que desaconseja a los comerciantes usar sellos "COVID free" (libre de Covid) para dar confianza a los clientes. Según la asociación, ninguna etiqueta puede garantizar que una tienda está libre del virus y, a la larga, puede ser contraproducente.



DANIEL GHAMLOUCHE

00:05 01/06/20

Los comerciantes comenzaron a abrir sus puertas en la fase 1 de la [desescalada](#). De hecho, según datos de la Confederación Española del Comercio (CEC), el 80% reanudaron su actividad en esta etapa. Sin embargo, ni el mayor número de comercios abiertos ni el paso de algunas provincias a la fase 2 -con menos restricciones que la anterior-, ha sido suficiente para devolverle toda la confianza al consumidor y [recuperar la afluencia en las tiendas](#) que había antes de la crisis.

La sensación de seguridad tardará en volver. Sin embargo, y hasta entonces, **la CEC recomienda a los pequeños comerciantes no utilizar sellos "COVID free" (libre de COVID) en sus locales para dar confianza al consumidor porque, según aseguran desde la confederación, lo que se provocará a la larga es precisamente lo contrario.** Estas etiquetas "no garantizan que el local esté libre de virus y crean una falsa seguridad en el consumidor" advierten desde la asociación de comerciantes.

Ningún sello garantiza estar libre de virus

La necesidad de recuperar la confianza del consumidor cuanto antes ha llevado a muchos comercios a recurrir a sellos como éste que, según la CEC, **terminan siendo contraproducentes para el autónomo.** El uso de estas etiquetas se promovió desde diversos ámbitos, tanto a nivel de asociaciones, como de empresas y círculos empresariales.

Sin embargo, la confederación más representativa del sector del comercio mostró su desacuerdo con este tipo de sellos y **desaconseja a los comerciantes adherirse a cualquier certificación de esta índole, que pretenda garantizar que un local está libre de virus sin haber realizado un estudio previo y un trabajo en detalle por parte de profesionales.**

Así pues, desde la CEC **instaron a través de un comunicado a autónomos y consumidores a no recurrir ni fiarse de estas etiquetas que a la larga terminarán provocando "un relajamiento de las medidas de seguridad por parte de los clientes y desconfianza".**

La OCU ya denunció la práctica

Esta práctica **ya fue denunciada a principios de este mes por la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU).** Desde la asociación de consumidores mostraron su rechazo a la extensión de esta práctica, no sólo por parte de los comercios, sino también de otros negocios como hoteles, bares, restaurantes y cafeterías.

Según advirtió la OCU a través de un comunicado, "dado que las personas contagiadas pueden transmitir el virus incluso cuando están todavía libres de síntomas, desde el mismo momento en que entran en un local pueden estar propagándolo por muchos tratamientos de desinfección que se hayan realizado antes".

De hecho, la OCU, pidió a Sanidad que prohibiera a las empresas de limpieza comercializar y publicitar este tipo de sellos. Por su parte, desde la CEC recuerdan a los comerciantes la importancia de seguir cumpliendo con los protocolos sanitarios y de seguridad establecidos por el Ministerio de Sanidad y el de Comercio.

Precisamente esta confederación participó en la elaboración de una Guía de Buenas prácticas para establecimientos del sector comercial basada en estos protocolos. [En el documento, que resumió este digital](#), se dan diferentes recomendaciones y medidas, tanto generales como específicas en función del tipo de subsector comercial del que se trate.

[Home](#) / [Noticias](#) / [Actualidad](#) / Pequeño comercio, la opción más segura para los consumidores

Buscar en el site...

Pequeño comercio, la opción más segura para los consumidores

por Retail Actual 1 de junio, 2020 [Actualidad](#) 0

Según la [CEC](#), la **limitación de movimientos y la necesidad de evitar largas colas** ha provocado que muchos consumidores se decanten, e incluso descubran, el **comercio de proximidad de su entorno** para comprar durante el confinamiento y la desescalada. [< Volver](#)

Al plus de experiencia, asesoramiento más cercano y [atención personalizada que siempre ha ofrecido el pequeño comercio](#), se le suma ahora, en esta **crisis sanitaria derivada del covid**, una cuestión de seguridad. Tal y como se desprende de una encuesta publicada por la **aplicación de análisis de productos de alimentación El CoCo**, un 63% de los consumidores considera que el pequeño comercio es el formato que ofrece una mayor seguridad.

Los [comercios de proximidad o mercados de barrio](#) son el formato que más ha conseguido ganarse la **confianza de los consumidores en cuanto a la seguridad y medidas de higiene** de sus establecimientos y se han colocado en el radar de muchos consumidores españoles para los que el pequeño comercio pasaba prácticamente inadvertido antes del estado de alarma.

Así lo refleja también el **Barómetro especial de mayo publicado por el Consejo de Investigaciones Científicas (CIS)**. La encuesta, que ha incluido cuestiones para radiografiar el consumo de los españoles durante el confinamiento, confirma que sólo este formato de [pequeñas tiendas de proximidad](#) ganó clientes. El 18,8% de los españoles compró en ellas frente a un 12,3% que ya lo hacía antes del estado de alarma.

Desde CEC se quiere poner en valor los grandes esfuerzos que desde el sector se están haciendo para limpiar, higienizar y desinfectar los locales e insta a los comercios a seguir cumpliendo con los protocolos sanitarios y de seguridad establecidos por el Ministerio de Sanidad y el de Comercio, recogidos en la **Guía de Buenas Prácticas para los Establecimientos del Sector Comercial**, en cuya elaboración la [CEC](#) ha participado activamente.

Además, consideran que es el momento del **comercio de proximidad de fidelizar a estos nuevos clientes** y ganarse su confianza para que valoren positivamente el servicio y asesoramiento que prestan, así como el valor añadido que aportan a los entornos en los que se sitúan.



Millán-Astray (Anged): "El gran comercio no abrió en Fase 1 por oportunismo político"

El director general de la patronal calcula que habrá entre 380.000 y 400.000 parados más en el sector por el impacto del Covid-19.

1 junio, 2020 03:32

COMERCIO CORONAVIRUS DISTRIBUCIÓN ENFERMEDADES INFECCIOSAS INFECCIONES

Sandra Tobar

Noticias relacionadas

- Más de 40.000 mascarillas para garantizar la seguridad en las tiendas de El Corte Inglés
- Cómo debe invertir España los 140.000 millones de la UE sin caer en errores como los AVE y autovías vacías o los planes E
- Una nueva fiscalidad y un plan Renove, parte de las ayudas al automóvil que planea Sánchez

Uno de los sectores más afectados por la crisis del coronavirus ha sido el comercio; aunque ha habido diferencias en función de su tamaño. En el caso de las grandes superficies, no es hasta la fase 2 cuando arrancan su desescalada tras tres meses parados, con sus plantillas en ERTE y con una previsión de recuperación que marca 2022 como la fecha de su 'nueva normalidad'.

Así lo avanza Javier Millán-Astray (Madrid, 1958), director general desde 2002 de la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (Anged), la patronal de empresas como El Corte Inglés, Ikea o Carrefour. Millán-Astray repasa en una entrevista con Invertia la situación del sector y la necesidad de “dinamizar el consumo” para salir de la crisis económica que se avecina.

Desde el pasado lunes, los territorios españoles ya están en fase 1 y fase 2 en su mayoría. Lo que implica que se han abierto más superficies comerciales. ¿Cómo ha sido esta apertura?

Se ha acogido con bastante interés e ilusión. Las empresas tenían ganas de tener contacto con los clientes. Hemos pasado tres meses malísimos prácticamente cerrados y esto para una compañía es terrible. No hay quien aguante tres meses sin ingresar nada y teniendo que hacer frente a los gastos operativos, lo que genera tensiones de liquidez muy fuertes.

Hace un mes Anged calculó que el comercio estaba perdiendo lo mismo que en la anterior crisis económica...

El sector comercial es uno de los más perjudicados, junto a hostelería y turismo. Las previsiones (para España) hablan de pérdidas del PIB de entre el 12 y el 15%. En 2009, el PIB bajó un 3,8%. En 2009, el paro aumentó en un millón de trabajadores y posiblemente acabaremos el año en torno a 6 millones, con un 20% de paro. Los ERTE hacen un efecto colchón, pero la crisis va a ser tremenda.





Y la previsión de cierre para el sector del comercio pasa de una caída del 10% al 13% de facturación este año. Estaríamos hablando en torno a 30.000 millones de euros para todo el comercio.

¿Cómo afectaría el paro en este sector?

El comercio acumulará un 20% de paro en el sector. Ahora se emplea a 1,9 millones de empleados. Por lo que estaremos hablando de entre 380.000 y 400.000 parados más.

Anged aglutina a empresas como El Corte Inglés, Ikea o Carrefour. ¿Cuántos empleos están en juego dentro de la asociación?

Vamos a intentar que sean los menos posibles. En la anterior crisis dimos ejemplo de cómo empresarios y trabajadores se pueden poner de acuerdo con el objetivo común de mantener los empleos y se consiguió. Por eso, el funcionamiento de los ERTE va a ser muy importante.

El Gobierno ha ampliado los ERTE por fuerza mayor hasta el 30 de junio y deja la puerta abierta a extenderlo en algunos sectores. ¿Cree que es necesario en el comercio?

Sin duda. Llevamos tres meses cerrados y a fecha de hoy hay un tercio de nuestra actividad cerrada y que no empezará en Madrid, Barcelona y Castilla León hasta que pasen a fase 2, es decir, hasta el 8 de junio.

Calculamos una caída del 40-50% de media del consumo

Por otro lado, nos vamos a encontrar con un desplome tremendo del consumo en

el comercio no alimentario. Calculamos una caída del 40-50% de media. Ya no es que abras, es que abres vendiendo la mitad que en el mes de marzo cuando cerramos.

Es verdad que la recuperación de esta crisis será más rápida. En vez de durar seis años, durará un año y medio o dos años. Hasta que se vaya recuperando, hay que mantener esa capacidad de ir adaptando la plantilla a la recuperación de la actividad.

¿Será necesario tirar más de rebajas y promociones para atraer al consumidor?

Va a ser inevitable. La mejor forma de dinamizar el consumo es bajar los precios. Hay que hacer campañas promocionales para animar al consumidor como se ha hecho siempre. Es el gran compromiso nacional que deberíamos asumir. Cuando afrontemos la crisis económica la dinamización del consumo será estratégico para salir de la crisis.

¿Con qué otras medidas debería el Gobierno dinamizar el consumo?

Básicamente tiene que incrementar la renta de las familias. Se acaba de aprobar el ingreso mínimo vital. Es una medida positiva. Da liquidez y recursos a las familias. La otra vía es la fiscal, es decir, no limitar la renta familiar aumentando los impuestos. Y, por otro lado, en el sector necesitamos más libertad porque las actividades están muy reguladas, como los horarios comerciales. Hay que recuperar el tiempo perdido y a lo mejor hay que abrir más días.

¿Cómo valora las decisiones del Gobierno de cara al comercio?

Aquellas en las que se refiere a que debe primarse la ayuda a los pequeños comerciantes.

Las declaraciones de Pedro Sánchez hace dos plenos no nos parecieron afortunadas porque se quiso premiar al pequeño comercio que tiene menos músculo financiero que a las grandes empresas. Creemos que no estuvo muy afortunado porque los elementos que debería tomar una administración única son criterios sanitarios. No es el momento para introducir criterios de

oportunismo político.

Además del criterio sanitario, quizás ha faltado también por parte del Gobierno una mayor transparencia

Si el pequeño comercio tiene menos músculo financiero, la administración le debe ayudar. Lo que no tiene sentido es que lo ayuden perjudicando la viabilidad de otras empresas que son mayores.

En el 'Plan nacional de transición a la nueva normalidad' (presentado a finales de abril), en el anexo 2, se preveía que las grandes superficies abrieran en fase 1. Eso luego cambió. Realmente no había un problema sanitario, intervinieron criterios de oportunismo político.

Entiendo que la negativa de que Madrid tenga medidas más flexibles en una especie de fase 1,5 tampoco es bien recibida...

En las comunidades autónomas que han abierto los centros comerciales en fase 2 se ha demostrado que no han generado ningún problema sanitario. Ahora tenemos más fuerza para hacer ese planteamiento porque hemos visto la experiencia de los centros comerciales. ¿Qué problemas ha generado? Ninguno.

Además del criterio sanitario, quizá ha faltado también por parte del Gobierno una mayor transparencia. Muchos de los errores cometidos se hubieran corregido si Sanidad hubiera hablado con los sectores afectados.

Se refiere al lío que se produjo con las rebajas entre el Ministerio de Sanidad y Comercio...

Ha habido varias decisiones y correcciones que en la últimas semanas se podrían haber evitado. En el caso de las rebajas la interpretación de comercio está adaptada a que si se producen aglomeraciones el comerciante podrá gestionarlo. Pero Sanidad no quiso escuchar a Comercio. No tiene fundamentación sanitaria.

En julio parece que se reactivará el turismo internacional y nacional, ¿cómo considera que afectará a las ventas de los locales comerciales?

Es fundamental. En España se había conseguido tener una correlación entre turismo y comercio extraordinaria. En los últimos 10 años, las comunidades turísticas tienen un mejor comportamiento. Recuperar el turismo va a ser esencial para la actividad comercial en Baleares, Canarias, la costa... Son 84 millones de compradores; así que apoyamos cualquier medida y la corrección con respecto al turismo.

España recibirá 140.000 millones de euros, ¿en qué debería gastarlo el Gobierno?

Creo que nos va a venir fijado desde Bruselas. Nadie da dinero a fondo perdido gratis. Hay que agradecer la solidaridad de Europa. Ahora mismo desde el punto de vista empresarial las empresas tienen dos grandes necesidades: una de liquidez, para recuperar la caja que no se ha podido hacer en tres meses. Y la segunda es la cuestión laboral. Se deben poner recursos en las empresas para recuperar los niveles de empleo en función a su nivel de actividad.

Para salvar el empleo lo primero que tienes que hacer es salvar a la empresa

Siempre digo una cosa: muchas veces el objetivo de salvar el empleo puede ser un mal objetivo si es a costa de cargarse a la empresa. Si no salvas a la empresa, no hay empleo que salvar. Lo hemos visto con Nissan.

Por último, ¿qué fecha baraja para la recuperación del sector?

Vamos a ver cómo se despierta el consumidor. Esperamos que en un primer momento haya una cierta alegría en el consumo. Hay que recuperar ese dinamismo. Creemos que a finales de 2021 ya empezaremos a estar en una situación más desahogada. Y hasta el 2022 no se recuperarán los niveles



▶ 1 Junio, 2020

TERRITORIO PYME



Reorientar una pyme es posible ante el coronavirus

Muchas empresas han reaccionado y diversificado sus negocios para salir a flote

LUCÍA VERA HERVÁS
MADRID

"El 13 de marzo acabábamos de firmar nuestra sexta oficina en Madrid, estábamos buscando una oficina en Valencia y en proceso de incorporar a 25 personas". Esta era la situación de S4G Consulting antes de decretar el estado de alarma en nuestro país. Según afirma su CEO, Javier Heitz, este año tenían planes de crecimiento bastante ambiciosos, y en ello estaban trabajando. "Teníamos un plan de crecer un 70%", pero, como a todos, la crisis sanitaria les pilló por sorpresa y tuvieron que montar un comité para analizar la situación y poner en marcha las acciones necesarias para poder sobrevivir.

"El complejo de turismo rural, que consta de una casa rural y un espacio para eventos, ha tenido que permanecer cerrado estos meses". Pablo Cuenca, responsable de la finca rústica Monte Higuera, se encontró con la obligación de cerrar sus instalaciones. La finca dispone de un alojamiento rural y espacio para eventos. Todas ellas, actividades canceladas en el estado de alarma. Por suerte, ya tenían pensado ampliar el negocio y habían comenzado con "una fábrica de cerveza artesana para hacer pequeñas elaboraciones y poder ofrecer también eventos relacionados con el mundo de la elaboración de la cerveza en este entorno". Esto les ha dado la oportunidad de poner todo en marcha para poder empezar a elaborar su cerveza artesana.

"En la primera semana de la pandemia ya nos ha-

bíamos puesto a desarrollar un modelo de gestión de transiciones aplicado a grupos", subraya Patricia Grams, cofundadora de Intuitiva. En esta consultora de recursos humanos tenían firmados varios contratos de formación y proyectos internacionales, y todo se truncó el 14 de marzo. Sin embargo, reaccionaron ante la situación. "Nuestro bagaje nos facilita encontrar oportunidades en situaciones adversas", destaca Grams, por lo que decidieron reorientar el modelo de negocio a pesar de la inseguridad del momento.

Así, apostaron por un proyecto adaptado a la actualidad, en el que se facilita la gestión de cambios y tiene un impacto inmediato en la dinámica de los equipos mientras trabajan bajo situaciones de incertidumbre. "Lanzamos varias iniciativas de formación, mejoras internas y desarrollo de producto propio (I+D)", comenta el CEO de S4G Consulting.

Reaccionaron ante la situación y diversificaron el negocio para poder seguir con la actividad. De hecho, Javier ha contratado personal durante el confinamiento con la actividad. De hecho, Javier ha contratado personal durante el confinamiento con la actividad. De hecho, Javier ha contratado personal durante el confinamiento con la actividad. De hecho, Javier ha contratado personal durante el confinamiento con la actividad.

Nuevos proyectos

Aprovechar el confinamiento para desarrollar un



proyecto o para poner en marcha una idea que llevaba tiempo rondando en la cabeza de muchos emprendedores y empresarios, es otra de las salidas por las que han optado algunas pymes. "Hemos dedicado estos dos meses a realizar todo el trabajo de garaje para poder poner en marcha el proyecto el 15 de junio", dice David Sánchez, director de proyecto de iHelpic. El equipo llevaba tiempo desarrollando la idea de crear un emprendimiento social para colectivos vulnerables, y la crisis sanitaria ha sido la oportunidad de ponerlo en marcha.

"Decidimos aprovechar el confinamiento para acelerar el desarrollo y lanzamiento de una herramienta que debe ayudar a la recuperación económica de las empresas", declara Ángel Ortega, fundador de Tuygo.com. Este tipo de proyectos surgen ante una necesidad actual. Se dieron cuenta de que la crisis iba a afectar a los comercios más peque-

ños, por lo que han decidido lanzar una solución para ayudarlos. Eso sí, la gestión ha sido difícil, "pues en condiciones normales te reúnes con el equipo de desarrollo, etc. [...], pero el confinamiento nos obligó a apostar por la tecnología y metodologías ágiles para acelerar el proyecto y estar en contacto con clientes y usuarios de forma virtual".

Gestiones y contratos

En este sentido, hacer un contrato en plena pandemia mundial ha sido "peculiar", según Heitz. Han tenido que

realizar colaboraciones en remoto, ante la imposibilidad de realizar desplazamientos. Además, había mucho miedo a un cambio en un momento de incertidumbre como el que hemos vivido. Muchos trabajadores tenían miedo de perder su pasivo laboral, de cambios en el mercado, etcétera.

Para poder centrarse en la elaboración de la cerveza artesana, Cuenca y su equipo tropezaron con varias dificultades. A pesar de que ya contaban con la infraestructura y las máquinas en las instalaciones, ha sido difícil obtener el material así como contar con profesionales para el desarrollo de algunas tareas.

Al estar las empresas cerradas, se encontraron con una situación difícil para poder acceder tanto a material como a personal. Gracias a que trabajan en una localidad pequeña, han podido contar con gente del sector que estaba activa para que les ayude en el proyecto.

"Incorporamos personal en el confinamiento", afirman desde S4G Consulting

Otros asuntos a tener en cuenta

▶ Autónomo, guarda los papeles del cese.

Los autónomos que han tenido que solicitar el cese de actividad extraordinario por el coronavirus deben tener la precaución de guardar los documentos que hayan tenido que presentar a la mutua. Estas entidades advierten en diferentes comunicaciones de que pueden solicitarle todos los documentos, para posibles revisiones. Las mutuas revisarán las solicitudes una vez finalice el estado de alarma y podrán solicitar también de nuevo toda la información al autónomo. En caso de encontrar incoherencias, o no haber justificado los requisitos para acceder al cese por Covid, podrían reclamar las cuantías recibidas. Así puede leerse en la documentación al respecto de Activa Mutua.

▶ Menos facturación.

El coronavirus también va a agudizar el problema de los impagos. El 86% de las empresas españolas ha tenido que reducir su actividad a causa de las medidas adoptadas durante el estado de alarma y siete de cada diez auguran un descenso de su facturación, según el estudio impulsado por Crédito y Caución e Iberinform.



RAÚL MATA

Hasta diciembre de 2020, el sistema nacional de garantías prevé inyectar más de 4.300 millones de euros a pymes y autónomos de todo el país que se han visto afectados por el impacto económico del Covid-19. Unas previsiones que vienen dadas tras el importante aumento en la solicitud y concesión de avales durante el primer cuatrimestre de 2020, en el que las 18 sociedades de garantía recíproca (SGR) que operan en España inyectaron financiación por valor de más de 556 millones de euros, a partir de 6.446 avales formalizados. Esto supone un incremento del 32 por ciento en el importe facilitado a pymes y autónomos de todo el país, con respecto al mismo periodo de 2019.

En definitiva, un gran número de pequeñas y medianas empresas afectadas por la crisis del Covid-19 han querido acceder a la financiación facilitada a través de las líneas especiales de avales lanzadas por las distintas SGR. Y es que, según Cepyme, el 96% de las empresas entrevistadas en el último Barómetro de opinión de las pymes se han visto afectadas por esta crisis, y el 85 por ciento de los encuestados cree que, si ésta se prolonga, la supervivencia de su empresa está en riesgo.

Con todo, la financiación facilitada por las SGR ya beneficia a 136.845 pymes, autónomos y emprendedores, que mantienen activos créditos y préstamos por valor de 4.497 millones de euros (riesgo vivo).

«En este momento tan complicado para pymes y autónomos, el sistema nacional de garantías está demostrando, una vez más, que es una herramienta esencial para el acceso a la financiación de estas empresas», afirma Antonio Couceiro, presidente de la Confederación Española de Sociedades de Garantía Recíproca (CESGAR). «La fuerte inyección económica realizada por las 18 SGR en estos meses, en gran parte gracias al refuerzo del reaval de CERSA, ha permitido el mantenimiento de 714.531 puestos de trabajo, en un escenario en el que sólo el 40 por ciento de las empresas prevé mantener el empleo en el próximo año, mientras que el 45 por ciento de las que han realizado un ERTE creen poder mantenerlo tras seis meses», añade Couceiro.

MEJORES CONDICIONES

Uno de los atractivos de las SGR es la mejora de los plazos de devolución en préstamos y créditos que deben afrontar pymes, autónomos y emprendedores. De hecho, la mayoría de las operaciones respaldadas por una sociedad de garantía en este periodo de 2020, un 74,2 por ciento, afrontarán la amortización de sus préstamos o créditos en un plazo superior a los tres años, y en un 25,8 por ciento de los casos el periodo de devolución establecido se sitúa por encima de los ocho años.

Junto a ello, destacan unas condiciones más ventajosas en la financiación. El importe medio avalado en este periodo en las operaciones financiadas desde las 18 SGR fue de 100.000 euros. En lo que se refiere al tamaño de las empresas, el 76 por ciento de los avales han tenido como destino las micropymes (entre uno y diez trabajadores).

TIPOS DE AVALES Y SECTORES

Durante estos meses en los que las SGR han lanzado líneas de avales especiales para paliar los efectos negativos de la crisis del Covid-19 en la actividad de pymes y autónomos, el tipo de financiación más demandado han sido los avales financieros (89,1%). De éstos, la más alta demanda se ha producido en los avales destinados a circulante, que se ha visto incrementada en un 23,3% con respecto al mismo periodo del año anterior, situándose en un 55,8% del total de avales solicitados. Por su parte, el número de avales de inversión ha decrecido un 17,7%, suponiendo un 30% del total de avales solicitados. Por último, los avales técnicos (avales para licitaciones públicas) han supuesto un 10,9% de toda la operativa, decreciendo

en un 6,01% con respecto al mismo periodo de 2019.

En lo que respecta a la actividad de la empresa, en este primer cuatrimestre el sector Servicios ha liderado el número de operaciones, con un porcentaje del 38,3%, aunque disminuye con respecto al mismo periodo del año anterior (un 6,1%). Por su parte, el número de avales concedidos a la Industria aumenta en un 5,2%, situándose en el 24,9% del total del número de operaciones. Otro sector que ha visto incrementado, aunque ligeramente (2,3%), el número de avales concedidos en este periodo ha sido el Comercio, suponiendo el 21,9% del total de avales concedidos. Por su parte, el número de operaciones para el sector Primario también ha disminuido un 2,3%, situándose en el 4,9% del total. Por último, el número de

avales destinados al sector de la Construcción se ha incrementado ligeramente, suponiendo el 10,1% del importe financiado en este periodo.

GESTIÓN TELEMÁTICA

Uno de los aspectos que se ha reforzado desde las SGR durante esta situación excepcional ha sido la gestión telemática de la solicitud de avales por parte de pymes y autónomos. De esta forma, la plataforma online «Con Aval Sí», creada por las SGR para agilizar la solicitud de avales, ha jugado un papel clave a la hora de gestionar buena parte de las solicitudes. Y es que la web ha recibido 35.000 solicitudes, por un volumen acumulado superior a los 4.600 millones de euros, con lo que se ha multiplicado por cuatro el volumen tramitado a través de ésta.

PRESENTES EN TODO EL TERRITORIO

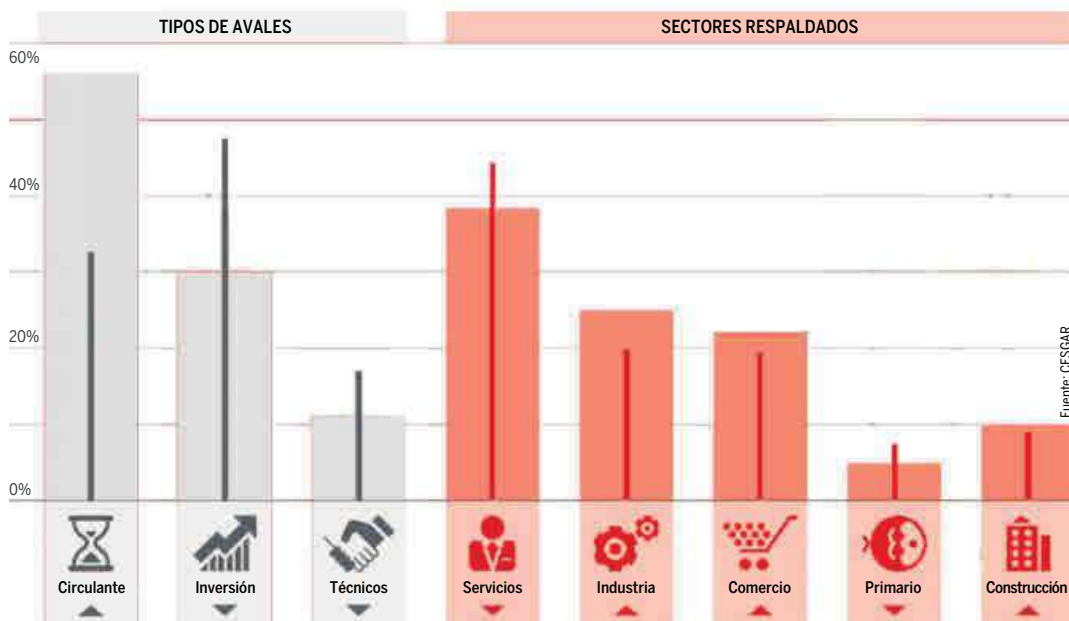
El conjunto de las 18 Sociedades de Garantía Recíproca emplea actualmente a 588 profesionales, y acumula una histórica cifra de avales formalizados por un total de 33.946 millones de euros, a partir de 807.142 operaciones. Gracias a la actividad de las SGR, se ha propiciado una inversión inducida de 44.130 millones de euros en nuestro país.

En total, hay 800 entidades que ejercen como socios protectores de las sociedades de garantía -accionistas, ya sean instituciones públicas o empresas- respaldando así la actividad de las SGR, y ya son 136.845 los socios partícipes, pymes, autónomos y emprendedores que integran estas entidades mutualistas. Con respecto a los prestamistas del riesgo, el 81,7 por ciento lo acaparan las entidades financieras, mientras que el 18,3, las administraciones públicas y otros proveedores.

Las sociedades de garantía prevén inyectar más de 4.300 millones a pymes y autónomos

En el primer cuatrimestre de 2020, las SGR han concedido avales por un valor de 556 millones de euros para frenar el impacto económico provocado por el Covid-19

Avaless y sectores





SUPLEMENTO ECONÓMICO SEMANAL DE LA RAZÓN - N. 308 - 31 / 05 / 2020

TU ECONOMÍA

Tasa covid, ¿un obstáculo para la recuperación?

Muchos establecimientos han encarecido sus productos y servicios justificado por las pérdidas y la inversión que han tenido que realizar para adaptar su negocio para la desescalada. Sin embargo, los consumidores también dispondrán de menos ingresos. Esos mayores costes podría dinamitar el regreso a la normalidad económica





▶ 31 Mayo, 2020

► El Tema de la Semana

Tasa Covid, miedo entre los consumidores

Numerosos negocios de diferentes sectores como la hostelería, las peluquerías o la automoción han aumentado los precios. Este fenómeno podría retrasar la recuperación de la actividad y que el consumidor final pague todo el coste de la pandemia

ÓSCAR REYES

Estamos entrando en la «nueva normalidad», que podría generar, a su vez, una «nueva moral» o una «nueva legalidad». En esa regeneración de la sociedad, también habrá que renovar los términos que la rigen. Sin embargo, aún es pronto para hacerlo porque en el escalafón de prioridades están por encima la recuperación de la salud y la economía. Mientras, en este vacío normativo de las fases de desescalada, han surgido problemáticas en la relación entre las empresas y sus clientes que no se regulan a través de ninguna ley ni ética. Por ejemplo, qué ocurre con el dinero de los servicios contratados sin cancelación gratuita pero que no han sido prestados por culpa de una pandemia de la que no se puede responsabilizar ni a la compañía ni al consumidor. O la última polémica, ¿es legítimo que determinados comercios cobre una mal llamada «tasa covid» (pues en realidad es un suplemento) que encarece los precios?

Es lícito, sí. Así de clara ha sido la Organización de Consumidores (OCU). No hay una ley que diga que no se puede aplicar porque la legislación no estaba preparada para una situación como la actual. Y las empresas tienen argumentos para justificarse: El dinero perdido durante los meses de cierre, la inversión que se ha realizado para adaptar el establecimiento a las recomendaciones de sanidad y el riesgo al que se exponen por estar abiertos cuando aún el virus no está controlado del todo y existe peligro de repunte.

El presidente de Madrid Foro Empresarial, Hilario Alfaro, espera que esta tasa «no se extienda y sólo se siga aplicando sólo en clínicas dentales, talleres de reparación de vehículos y peluquerías tal como está siendo hasta ahora. Se debería de usar sólo a los

sectores que realmente justifiquen esos gastos para garantizar la seguridad y salud». Sin embargo, además de los tipos de establecimientos citados, se ha propagado por otros como los de restauración.

TESTIMONIOS

Gabriel, un madrileño de 27 años, acudió el miércoles a un bar de Embajadores al que no iba hace más de dos meses, pero que antes del confinamiento era su lugar habitual para quedar con los amigos del barrio. Antes de la cuarentena, el tercio de cerveza le costaba 2,50, ahora ha subido a 2,80. Y según cuenta, no le avisaron previamente, y, ni siquiera, se indicaba la parte proporcional de la «tasa covid» en el ticket.

En ese punto es donde la OCU no está de acuerdo con el incremento de precios. Según la organización, los negocios están obligados a avisar al consumidor de la aplicación de la «tasa covid» y desglosarla en el ticket. Pero Gabriel no es el único al que no le han advertido antes del aumento del precio, algo que parece ser la tónica habitual.

Elena, de 54 años, fue a tomarse un cortado con sus compañeras de trabajo. Solía costar 1,40 y se lo cobraron a 1,50. Además, ella lo pidió con un poco de licor, un chorrito pequeño que subió el precio final hasta los 2,50. Porque la «tasa covid» se aplica a cualquier añadido por muy pequeño que sea. El incremento de precios empieza a asustar a los consumidores, y también debería acobardar a las empresas, que corren el riesgo de quedarse sin clientes.

La propia Elena nos cuenta que antes de la cuarentena solía ir a comer a un restaurante con un menú a 7,50. Ahora que han vuelto a la oficina el menú sale a 9,50. Todos los días comían allí seis personas, pero, con este incremento del precio, todos han decidido que no irán y se llevarán «tupper» al



trabajo. Y es que a la subida del coste se une la incertidumbre económica en general, la pérdida de ingresos por los ERTE y el trabajo que no se recuperará por recortes de personal o porque la empresa ha confirmado el cierre definitivo o se lo está planteando.

La suma del aumento de precios y la re-

ducción de las rentas de las familias podría dinamitar la recuperación de la actividad comercial, como sostiene Alfaro: «Además de perjudicar la imagen de los negocios, no favorece al relanzamiento del consumo». Como mucho, la aplicación de esta «tasa covid», añade, «tiene que ser algo temporal y que ayude a superar las etapas de desescalada».

Pero, claro, aunque sea transitorio, como esperamos todos y así dicta la lógica que será, el daño ya está hecho. La ralentización de la recuperación del consumo no se podrá recuperar. Para colmo, la «tasa covid» solo es una noticia más de los incrementos de costes que se han experimentado últimamente.

ALIMENTOS

José, de 60 años, ha tenido durante toda su vida un negocio de alimentación hasta que la pasada crisis le obligó a cerrarlo. No obstante, el llamado defecto profesional ha seguido presente en él y es un obseso de los precios. Cada vez que va a distintos supermercados, los estudia, los compara, conoce su evolución. Y en las últimas semanas se ha dado cuenta de que «en algunos productos estamos pagando más que antes», dice, «lo veo mientras estoy comprando, pero ya resulta evidente cuando ves en el ticket lo que

«El Gobierno español destina el 12% del PIB en ayudar a sus empresas, en las crisis del Covid frente al 40% de Italia y el 60% de Alemania»

«Este suplemento, además de dañar la imagen de los negocios, no ayuda a fomentar la recuperación del consumo»



Los empresarios dudan si abrir o mantener sus negocios cerrados hasta el final de la desescalada porque, ahora mismo, no encuentran certidumbre por parte del Gobierno

te ha costado todo en conjunto». El IPC confirma sus sospechas, el coste de los alimentos aumentó un 4% en el mes de abril, un incremento que no se experimentaba desde el verano de 2013. José sabe que la gente no se pone a mirar los datos del IPC, pero por su trayectoria tiene claro de que los consumidores se darán cuenta de que los precios han subido: «La mayoría de las familias suelen hacer la misma compra semanal o mensual, y si acaso cambian algunos productos, por probar una marca o algo nuevo, pero nada que cambie demasiado el coste final. Por eso mismo, seguro que se están dando cuenta de que están pagando más por la misma compra que hacían antes del confinamiento».

Estos ascensos no tienen nada que ver con la ley de la oferta y la demanda que rige el mercado de la alimentación. Los propios supermercados y sus asociaciones han admitido que han vendido más durante el confinamiento, pues el encierro ha provocado, como es lógico, que la gente coma más. Y solo hace falta haber hecho varias compras durante estos meses para saber que no ha existido desabastecimiento pero sí escaseaban ciertos productos. Y los agricultores han confirmado sus dificultades para cubrir la demanda.

España no es el único país en el que han

subido los precios de los alimentos. El Departamento de Agricultura de los Estados Unidos ha registrado un incremento del 2,5%, una subida que no se experimentaba en el país desde 2012. Los mayores aumentos se han registrado en la carne, un 4,7%, en las aves de corral, un 4,2%, y en los huevos, que han sumado un sorprendente 15%.

Hasta en un pequeño estado que suele ser tomado como ejemplo, Luxemburgo, la Unión de Consumidores también ha tenido que pedir a los comercios que no aumenten los precios porque no es justo que las familias, que ya han visto reducirse sus ingresos, tengan que afrontar también el coste que ha supuesto el coronavirus. Es decir, no es justo que sea el consumidor final el que se haga cargo de todas las pérdidas provocadas por la crisis sanitaria, económica y social.

EMPRESAS

Las empresas, por su lado, defienden la subida de precios con razones evidentes. Alfaro cree que hay motivos para aplicar la «tasa covid» siempre y cuando «sea un coste ajustado al precio real y proporcional al gasto ejecutado». El problema es que se puede usar como trampa y abusar de este suplemento al consumo que supone un extra además del ya habitual IVA.

El abuso es una actitud muy residual pero

que empaña el trabajo de la mayoría, que intenta ser honesta con sus clientes. Y ahora misma esa honestidad supone entender que las pymes han tenido que afrontar un aumento muy grande de los costes. Primero, porque han invertido en todo el material sanitario necesario para atender con seguridad.

Desde Cepyme explican que «las pymes españolas, dependiendo de la provincia en la que se encuentre y el sector al que se dediquen, están reiniciando paulatinamente su actividad después de varias semanas de cierre o con unos niveles de actividad muy reducida. Para poner de nuevo en marcha los negocios en condiciones de seguridad, están teniendo que adaptar sus procedimientos, invertir en instalaciones, contratar servicios adicionales, etc., para cumplir los protocolos sanitarios. Hay que recordar además que, al inicio de la pandemia muchas empresas cedieron sus EPIs para atender a la emergencia sanitaria, que ahora han tenido que volver a adquirir. Estas medidas de seguridad y prevención están obligando a las empresas, en su mayoría pymes, a destinar importantes cantidades de recursos económicos, en una situación absolutamente crítica y reduciendo sus márgenes».

Continúa en la página 6

El negocio de la muerte

Las funerarias han aumentado sus precios, como ha denunciado el propio Ministerio de Consumo, que ha afirmado que los ascensos llegan hasta los 2.000 euros, algo que han notado muchos de quienes han tenido que enterrar a uno de los suyos. Las empresas se justifican en que están trabajando como nunca, gastando en contratos como nunca y que requieren una enorme protección que conlleva un coste. También se ha detectado un incremento en las flores. Estos ascensos han provocado que estos sectores pierdan bastante credibilidad y sumen una oleada de críticas que indican que se están aprovechando de la desgracia.



¿Y las aerolíneas?

Es la pregunta que se hace mucha gente, sobre todo los que viven lejos de casa. ¿Se sumarán las aerolíneas al incremento de los costes una vez recuperen la demanda? El presidente de la Asociación de Líneas Aéreas (ALA), Javier Gándara, ha asegurado que se podrá volver a los precios anteriores a la crisis. Incluso podría ser justo lo contrario, que en los próximos meses el coste se reduzca bastante para atraer a la clientela y recuperar de nuevo la actividad, justo lo contrario de lo que supone la aplicación de la «tasa covid».

Viene de la página 5

Segundo, el aumento de costes se debe al respeto de las distancias supone una caída de la demanda y, por lo tanto, que el coste por producto o servicio vendido sea mayor. Además, las propias compañías se pueden encontrar con un incremento de los precios en determinados artículos cuyas cadenas de producción se han visto afectadas por la pandemia.

Un cóctel al que se une la escasa certidumbre que el Gobierno da a los negocios, como constatan desde Cepyme. Y esta es una de las causas que ha invitado a muchos a no reabrir. Para darle la vuelta a esta situación, la confederación pide que la inversión sanitaria que se

deba hacer esté reglada y muy estudiada por la administración para que las empresas no gasten dinero innecesariamente, como ocurrió con las mamparas que se instalaron en los establecimientos tras la ley del tabaco y que, al final, no sirvieron para nada.

INVERSIONES

Sin embargo, las inversiones que se están haciendo por ahora son más bien por intuición y sentido común, pues el Ejecutivo no da una certidumbre ciega. Incluso la manera en la que se está llevando a cabo la desescalada está confundiendo a los empresarios y provocándoles pérdidas. Por ejemplo, se aseguró en un principio que Madrid y Valencia pasarían

«La «tasa covid» es legal, pero se debe perseguir a aquellos a los que pretendan abusar los clientes»

a la fase 1, y algunas pymes sacaron a trabajadores del ERTE para reabrir. No obstante, al final se decidió que estas comunidades no pasarían de fase y los empleados no podían volver al ERTE, así que empezaron a cobrar el sueldo habitual, por la parte de la propia empresa, sin que ésta tuviese la capacidad de generar beneficios al estar cerrada.

Otro error del Gobierno está siendo no ayudas a las empresas a asumir los sobrecostes. El apoyo a las compañías solo ha sido del 12% del PIB, frente al 40% de Italia o el 60% de Alemania. En nuestro país, la viabilidad de los negocios está por los suelos y la «tasa covid» no los va a salvar. Se necesita una respuesta mucho mayor



Como todo confinado, en los últimos meses mi aspecto ha ido mutando y he acabado pareciendo el primo pasado de peso de Tom Hanks en «Náufrago». Para arreglarlo, la semana pasada fui a la peluquería de toda la vida a solucionar el aspecto desaliñado que a muchos de nosotros nos ha ido conquistando. Tardé más de diez días en tener hora. ¡Qué suerte la suya! ¡Clientes haciendo cola! Pero no todo era un camino de baldosas amarillas...

Cuando llegué, me pusieron una bata tipo kimono, una toalla, y otra bata para no mancharme la ropa. Hasta aquí, todo normal. Pero me di cuenta de que la ropa que me habían puesto (toalla incluida) era de usar y tirar. Inevitablemente, empezamos a ha-

La maldita cuenta de resultados

blar del tema y de lo que cuesta abrir el comercio. Lo primero que me dijeron, es que toda esa ropa la tendría que pagaryo. Con la subida del IVA en peluquerías de hace unos años y ahora el coste del material reciclable, ya no lo podía asumir más y nos lo repercutiría a los clientes. En este caso, 3 euros más. Además, me contó que, tras cada servicio, tiene que limpiar y desinfectar todo, lo que ha provocado una limitación en cuanto a ingresos. Lo cuantifiqué en una bajada del 40%. Y estamos hablando de una peluquería pequeña, una autónoma.

«El coste lo asumirán pymes y particulares al no tener poder de negociar»

Como tantas y tantas personas en este país.

Los costes aumentan y los ingresos disminuyen. ¿Cómo llegamos a fin de mes? ¿Cuánto podremos aguantar? A corto plazo, subiendo los precios, pero esto será temporal porque pasados unos meses, según las previsiones macroeconómicas (descenso del 14% del PIB, una tasa de paro similar a la de los peores años de la crisis, etc) no quedará otro remedio que corregirlos a la baja. Y eso sin contar con los eternos rumores sobre una subida del IVA que sería peor. ¿Quién asumirá el sobrecoste? La respuesta es sencilla: las pymes y los particulares, porque no tienen poder de negociación y necesitan llevar un plato de comida a su casa.

Todo este escenario comportará un descenso en el consumo al que habrá que sumar la bajada del turismo (14,6% del PIB) gracias al Covid y al menosprecio del Gobierno.

En resumen, no tengo ni idea de cómo vamos a cuadrar la cuenta de resultados pero la suma de todas las cuentas de las empresas y particulares conforman la del país. Y todas apuntan hacia el mismo sitio: la quiebra. Entonces, ya no importará que suban o bajen los precios porque a partir de ese día, las decisiones las tomarán otros.

ALEX ALEGRET
 Profesor de EAE
 Business School





▶ 1 Junio, 2020

SÁNCHEZ ALARGA HASTA 2022 LA RECONSTRUCCIÓN ECONÓMICA

El presidente reconoce que la crisis será más pronunciada en nuestro país que en el resto de la UE y que necesita ya los 140.000 millones de euros del fondo europeo

Dos años para recuperar lo perdido en dos meses



J. de Antonio - Madrid

Dos años. Ese es el horizonte que se ha marcado el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, para que la economía española recupere lo perdido durante la crisis sanitaria. Según adelantó, la recuperación comenzará en España en el último trimestre de este año, si bien auguró que se «prolongará durante dos ejercicios. Al final de la presente legislatura estaremos en una situación mejor que la que nos deja la pandemia», indicó optimista el jefe del Ejecutivo en su comparecencia dominical, en la que anunció que pedirá una última prórroga del estado de alarma.

El presidente ratificó la «brusca caída de la economía de más del 9%» este año, una previsión ya comunicada a Bruselas, aunque espera que la recuperación, al igual que en el resto de países de la Unión Europea, «sea en forma de V», aunque reconoció que «no será simétrica en todos los territorios» -como ya anunció la vicepresidenta económica, Nadia Calviño-. En

el caso de España reconoció que será «más prolongada», dado que será de dos años, si bien sitúa su inicio ya «en el último trimestre de este ejercicio».

Para poder afrontar con garantías la reconstrucción económica del país, Sánchez anunció que el Gobierno presentará a Bruselas un plan de recuperación e inversiones de más de 140.400 de euros -en concreto los 140.446 millones que el plan europeo de recuperación reserva para España, de los que 77.324 millones llegarán a través de transferencias directas y el resto como préstamos a devolver-, una inversión «sin precedentes», dijo, para reactivar la economía y reconstruir el tejido productivo. Sánchez quiso detallar que las medidas de recuperación económica que prepara su Ejecutivo seguirán la línea de las diseñadas en el resto de Europa, y que deben encontrar un punto de encuentro en la Comisión Europea. «No está siendo un proceso fácil, pero España defiende tanto sus intereses legítimos como los

El Ingreso Mínimo se blindará y no se transferirá a más comunidades

El presidente del Gobierno confirmó ayer que el Ingreso Mínimo Vital (IMV) se integrará en el sistema de prestaciones de la Seguridad Social, por lo que quedó descartado implícitamente que pueda transferirse su gestión a otras comunidades autónomas, como se hará con el País Vasco y a Navarra, tras pactarse con el PNV al disponer de haciendas forales propias. «Se trata de una política que pasa a formar parte de la Seguridad Social y, en consecuencia, eso garantiza la igualdad de derechos en todo el conjunto del país», dijo el presidente, que se limitó a informar de que los detalles definitivos de esta medida se darán a conocer en el Boletín Oficial del Estado (BOE). Respecto a si el Gobierno se había planteado blindar definitivamente esta iniciativa, para que trascienda el paso de los gobiernos, incluso incluirla en una futura revisión constitucional, Sánchez se ha mostrado abierto a esta posibilidad y confirmó que su Ejecutivo lo estudiará. «No había pensado en ello, pero me parece una idea sugerente que vamos a valorar».

comunes de la UE». En un tono más duro, volvió a subrayar que ha vuelto a reclamar un nuevo plan Marshall para la reactivación de la economía en la «era post covid-19», que debe poner el acento en la «transformación ambiental y digital» y en la «creación de empleo».

Sánchez recordó que la Comisión Europea ha propuesto incrementar su presupuesto hasta 1,1 billones de euros y crear un fondo de recuperación dotado con 750.000 millones, distribuido en la parte más importante a través de subsidios -500.000 millones, un 66% del total- y el resto, 250.000 millones, como préstamos -33% del total del fondo-. España e Italia serían los países más beneficiados de las ayudas europeas. En el caso español, serían los citados 140.446 millones de euros, que en su mayor parte irían destinados a reactivar los sectores más afectados por la crisis, como el turismo, el transporte y la automoción. El Gobierno espera que la propuesta, que ahora debe ser discutida por los jefes de Estado y de Gobierno y acordada con el Parlamento Europeo, llegue a buen puerto, y abrió la puerta a que las comunidades autónomas puedan participar de forma directa o indirecta en la gestión de las ayudas. «Es un proceso de negociación que atañe a los países de la UE y vamos a ver los instrumentos que se ponen en marcha por las autoridades comunitarias, pero el compromiso del Gobierno es la participación de las comunidades autónomas en su aplicación».

Cada vez más personas tienen que recurrir a la beneficencia para poder comer

En plena polémica por el cierre de las plantas que posee Nissan en España -que costará más de 3.000 puestos de trabajo- y de las críticas generalizadas del sector de la automoción a su gestión, el presidente volvió a aludir el plan de recuperación que ya prepara el Ejecutivo para esta industria -del que ya informó la ministra Calviño en sesión parlamentaria-. Según recordó, este programa se articulará en seis ejes que prevén la renovación del parque de vehículos, el estímulo a la inversión para dar mayor competitividad a la fabricación de la industria española, el impulso a la I+D+i, medidas de fiscalidad, ayuda a la liquidez de las empresas con líneas ICO y también medidas en el ámbito laboral.

Respecto a la «tasa Google», confía en que se alcance un consenso a nivel europeo, para que las grandes corporaciones de la necesidad de aportar recursos en beneficio de la Justicia social.

Las claves

● **Sánchez ratificó la «brusca caída»** de la economía de más del 9% este año, pero estima que la recuperación comience en el último trimestre de este año.

● **El Gobierno presentará a Bruselas un plan** de recuperación e inversiones de más de 140.400, que reconoció imprescindible para la reconstrucción.

● **El presidente abrió la puerta a que las comunidades autónomas** puedan participar de forma directa o indirecta en la gestión de los fondos europeos.

● **Confirmando que sigue adelante con la puesta en marcha de la «tasa Google»**, sobre la que confía en que se alcance un consenso a nivel europeo «por justicia social», dijo.



► 1 Junio, 2020

6.794 fábricas menos que en 2018

● Un 6% de las empresas industriales del país ha echado el cierre desde que Sánchez llegó al Gobierno, las últimas en anunciarlo Nissan y Alcoa ● El coronavirus ha agravado la crisis y los agentes sociales piden un plan de apoyo urgente

VÍCTOR MARTÍNEZ MADRID

Los últimos cierres de Nissan en Barcelona y Alcoa en Lugo se suman a la larga lista de empresas que han cesado su actividad en los últimos años por el proceso de desindustrialización que sufre el país y que el actual Gobierno no ha sido capaz de frenar. Desde junio de 2018, cuando Pedro Sánchez llegó a la Moncloa, un total de 6.794 compañías dedicadas a la industria manufacturera o extractiva han echado el cierre en España, según consta en los registros de la Seguridad Social. Suponen un 6% del tejido industrial local.

El coronavirus ha sido la sentencia definitiva para muchas de ellas, aquejadas durante años de lastres crónicos que han reducido su competitividad. Sólo durante los meses de marzo y abril han desaparecido más de 4.500 empresas industriales que ya estaban al límite y que se suman al largo registro de 91.000 defunciones corporativas vinculadas a la pandemia sanitaria.

Pero antes de que el virus pusiera todo patas arriba, el fenómeno de la desindustrialización ya se había llevado por delante 2.280 compañías en el sector secundario de la economía en la época Sánchez y más de 14.500 durante la última década. «La falta de una política y estrategia industrial a medio y largo plazo como país tiene efectos devastadores para el empleo. La escasa participación de la industria manufacturera en el PIB (12,6% en 2018), por debajo de la media de los países de la UE (14,5% en 2018), sitúa a España en una posición de debilidad para afrontar situaciones de crisis», lamentan desde la rama industrial del sindicato CCOO.

Los cierres afectan principalmente a pequeñas fábricas de entre 6 y 50 empleados que se han quedado fuera de mercado por la competencia exterior, principalmente proveniente de Asia, y la pérdida de com-



LLAMAS EN ALCOA. Miles de personas, entre ellas multitud de trabajadores de Alcoa, protagonizaron ayer una protesta con corte de la Autovía del Cantábrico incluido como muestra de su rechazo al anuncio de despido de un máximo de 534 trabajadores por parte de la multinacional del aluminio. EFE

12%

Industria manufacturera. Es el peso de este sector sobre el PIB del país, dos puntos menos que la media europea.

petitividad a nivel local por lastres como el alto precio de la energía. Además de las pequeñas, desde 2011 han desaparecido un total de 32 empresas con más de 50 empleados.

Sindicatos y empresas llevan años denunciando la falta de un plan in-

dustrial real y lamentan que los Gobiernos y partidos políticos solo se acercan al sector cuando hay que buscar caladeros de votos provinciales ante unas próximas elecciones. «La apuesta gubernamental durante el período de transición y hasta las últimas elecciones legislativas de 2019 pasó por la profusión de decretos. Hasta entonces, el gobierno tomó carrerilla y en un mes presentó la constitución de tres Agendas para Sectores Industriales en dos meses», denuncia el último informe sobre la situación del sector elaborado por

CCOO. Sin embargo, la propia ministra del ramo, Reyes Maroto, reconocía ayer en una tribuna en EL MUNDO que la ejecución de estos planes se atascó por el bloqueo político que sufre el país y la incapacidad del Gobierno para sacar adelante unos Presupuestos propios.

El futuro para el sector en España pinta bastante negro ya que el repliegue a nivel local le hace también perder peso en la cadena de valor de la industria global, donde el país el año pasado solo aportaba un 1,3%. Y a las cuatro empresas que echan el cie-

rre cada día de media se suma un bajo nivel de emprendimiento en un área que obliga a tener conocimientos técnicos en la plantilla y la base suficiente para competir en un mercado globalizado. En 2019, por cada empresa industrial que nació en el país se fundaron otras 20 dedicadas al campo de la construcción.

Siete grandes patronales industriales se han unido para pedir al Gobierno medidas que frenen la sangría y que evite subidas de impuestos que afecten al consumo de cara a la reconstrucción económica.