



Confederación Española de Comercio



DOSSIER DE PRENSA

La confianza del consumidor español en la economía se desploma en abril a niveles de 2012

El índice de confianza del consumidor (ICC) publicado por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) se situó en 49,9 puntos, 13,4 puntos menos que en marzo



Reapertura de comercios en la fase 0 de la desescalada - VALERIO MERINO

LO MÁS LEÍDO EN ABC

- Economía
- ABC

1 Paro: La crisis del coronavirus destruye más de medio millón de empleos en abril y el paro roza los 4 millones

2 «Sorpresas desagradables» en las facturas del gas para algunos hogares durante el estado de alarma

3 Yolanda Díaz alardea de pagar 5,197 millones de prestaciones por desempleo

4 Así será el El Corte Inglés tras el confinamiento: tomas de temperatura, control de aforo y distancia social

5 Escrivá señala que en junio las familias comenzarán a cobrar el Ingreso Mínimo Vital

0

EFE



MADRID - Actualizado: 05/05/2020 13:23h

GUARDAR



La confianza de los consumidores en la economía española cayó en abril hasta el nivel más bajo desde diciembre de 2012 debido al empeoramiento de la valoración de la situación actual, en un mes marcado por el confinamiento y la paralización de las actividades no esenciales. El índice de confianza del consumidor (ICC) de abril publicado este martes por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) se situó en 49,9 puntos, 13,4 puntos menos que en marzo y lejos de los 100 que marcan la diferencia entre una percepción positiva y negativa.

NOTICIAS RELACIONADAS

La confianza del consumidor español se desploma en marzo hasta su nivel más bajo desde julio de 2013

La confianza del consumidor baja en febrero tras encadenar tres meses de subidas

La confianza del consumidor vuelve a aumentar en enero por tercer mes consecutivo

El CIS aclara que los resultados de esta encuesta recogen el "contexto especial y atípico" de la crisis del coronavirus, que repercute en un "consumo anómalo" por la situación de estado de alarma y confinamiento vigente cuando se realizó el trabajo de campo, entre el 15 y el 20 de abril.

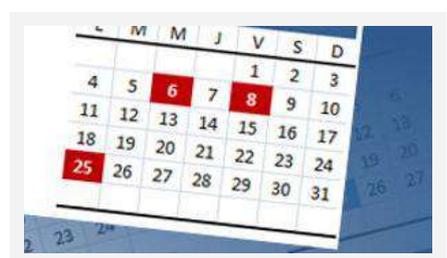


GRÁFICO INTERACTIVO
Este es el calendario laboral de 2020 de cada comunidad
Consulta en el interactivo los festivos del próximo año en cada comunidad autónoma

BIENESTAR

componentes, sobre todo la visión de la situación económica, que iguala su peor registro histórico (11,9 puntos) tras perder 30,7 puntos. La valoración del mercado de trabajo bajó en 27,6 puntos y la de la situación de los hogares, en 18,8 puntos.

Por lo que respecta a **las expectativas de futuro**, los consumidores le dieron una puntuación de 68,3, 1,1 puntos menos que en marzo, tras experimentar pequeños retrocesos en las perspectivas sobre la situación económica y el mercado de trabajo y anotar una ligera mejoría de una décima en la situación de los hogares.

El ICC refleja asimismo un deterioro de las expectativas de consumo (baja en 6,9 puntos) y ahorro (5,2 puntos menos), dos conceptos que en el conjunto de marzo y abril han perdido más de 24 puntos cada uno.

En sus respuestas, el 42,8% de los consumidores ve la situación económica de su hogar peor que hace seis meses, cuando solo el 6,8% cree que es mejor.

Un 84,6% de los encuestados afirma que ahora es más difícil encontrar un empleo que hace seis meses y un 23,9 % tiene a más personas en paro que entonces.

Quienes opinan que **la situación económica de su hogar empeorará en el próximo medio año (32,5%) superan a quienes creen que mejorará (18,4%)**, en línea con el 61,7% que piensa que será más difícil encontrar un empleo.

También se muestran pesimistas sobre la posibilidad de comprar bienes de consumo duradero, como coches o electrodomésticos, en el próximo año el 38,3% de los encuestados y un 42% cree que tendrá menos posibilidades de ahorrar.

Por lo que respecta a la situación general de la economía, el 89,9% de los interpelados asegura que está peor que hace seis meses y un 66,7% considera que continuará empeorando.

TEMAS

[Electrodomésticos](#)
[Coronavirus](#)
[Comercios](#)
[Barómetro del CIS](#)
[Trabajo](#)
[Crisis económica](#)
[Consumo](#)

[+](#) **Deja tu comentario**

Fitness

Adelgazar caminando: cuántos pasos debo dar por minuto

- Las tabletas de chocolate que menos engordan
- Los 6 errores que más desgastan la relación de pareja
- Cómo aumentar la vitamina D del cuerpo

ECONOMÍA • El PMI comercial cae por debajo de mínimos hasta 7,1

La actividad económica del sector servicios español se desploma en abril hasta niveles nunca vistos

M. C. G.

6 MAY. 2020 - 09:31



Hoteles en la playa Playamar en Torremolinos cerrada tras el decreto de estado de alarma. **Álex Zea** Europa Press

El sector servicios español experimentó en abril caídas récord de la actividad comercial y de los nuevos pedidos y una fuerte destrucción de empleo. El Índice de actividad comercial se desploma a mínimos nunca vistos tras haber registrado ya su mínima récord en el mes anterior: desde los 23,0 puntos de marzo cae a 7,1 en abril, una contracción sin precedentes, considerable y generalizada de la actividad del sector.

El cierre de muchas empresas y las de sus clientes debido al confinamiento y de las restricciones de viaje la demanda de servicios fue inevitablemente mucho menor, señala hoy el Índice de Gerentes de Compras (PMI, en sus siglas inglesas) que publica hoy IHS Markit, el principal indicador de la marcha de la economía privada.

Los nuevos pedidos en total no solo se contrajeron al ritmo más fuerte de la historia del estudio tanto y todos los subsectores registraron caídas extraordinarias, sobre todo **Hoteles y Restaurantes y Transportes y Almacenamientos.**

Las empresas se mostraron profundamente preocupadas no solo por las condiciones actuales, sino también por las perspectivas tanto a corto, como a medio y largo plazo, lo que ha supuesto un **profundo impacto en el mercado laboral.**

Aunque algunas empresas informaron de despidos temporales por fuerza mayor (en medio de indicios de que las cargas de trabajo en general se han contraído a un ritmo récord), hubo **informes generalizados de despidos definitivos**.

"La caída neta de los niveles de personal fue la más fuerte en más de 20 años de recopilación de datos y superó todo lo que hemos observado durante el pico de la crisis financiera mundial", señala el informe, que avanza **presiones deflacionistas**.

Las **caídas récord de la producción manufacturera** y de la actividad del sector servicios aseguraron que **el sector privado español en general experimentara una contracción considerable** y sin precedentes de la actividad económica en abril. Una vez corregido el efecto calendario, el PMI Compuesto de Actividad Total se situó en un nuevo mínimo de 9,2, por debajo del nivel 26,7 registrado en marzo.

Datos devastadores, futuro incierto

Paul Smith, director económico de IHS Markit subraya que "dadas las restricciones en la actividad económica actualmente en vigor en España, los devastadores datos del índice PMI de abril podrían no sorprender (...). No obstante, la magnitud de la caída de muchos indicadores de la encuesta pone de manifiesto el **impacto que la pandemia está teniendo en la economía de España**.

"Teniendo en cuenta un **posible cambio en la relación lineal tradicionalmente fuerte entre el PIB y los datos del PMI**, estimamos que **la economía se está contrayendo actualmente a una tasa trimestral de alrededor del 7%** (...). Esta cifra bien podría ser conservadora, y **la profundidad de la desaceleración es indudablemente mayor que todo lo que hemos observado con anterioridad**", prosigue el experto.

"De hecho, basándonos solo en los datos de marzo y abril, la pandemia ya está cerca de superar el efecto neto en el PIB observado durante la crisis financiera mundial

y los años difíciles que le siguieron. **Esta vez, por supuesto, es algo diferente, ya que la recuperación, en teoría, será mucho más rápida**. No obstante, la pérdida de empleo y el gran pesimismo imperante entre las empresas con respecto al futuro conducen a una **preocupación notable sobre la posible intensidad de la reactivación**".

¿Será este el año de la vuelta a la recesión?

europapress / economía finanzas

Los hogares elevan un 24,3% el consumo de alimentos en la sexta semana de confinamiento, impulsado por frescos



Mercadona - MERCADONA

MADRID, 5 May. (EUROPA PRESS) -

Los hogares elevaron un 24,3% el consumo de alimentos en la sexta semana de confinamiento, entre el 20 y el 26 de abril, con crecimientos en todas las categorías, fundamentalmente de productos frescos, aunque de forma más moderada que en las semanas anteriores.

De igual forma, se registra un ligero descenso del 2,8% en el volumen de compra de alimentos con respecto a la semana inmediatamente anterior, según ha informado el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, que ha resaltado que los hogares españoles han estabilizado sus compras y están gestionando el almacenado de productos adquiridos durante las primeras semanas de confinamiento por la crisis de la Covid-19.

En la sexta semana de confinamiento tras la declaración del estado de alarma, destaca el crecimiento interanual por encima de la media del consumo de carnes frescas, como cerdo (+43,1%), ovino (+35,6%) y pollo (+30,6%), frutas y hortalizas frescas (+27,3% y 32,1%, respectivamente) y legumbres (+31,8%).

Privacidad

También se ha producido, según el departamento de Luis Planas, un mayor consumo en las categorías de arroz y pasta, pero de manera más moderada (+14,3% y +4%, respectivamente).

Asimismo, destaca el crecimiento de pescados congelados (+25,8%) y de pescado fresco (+21,4%) que, por segunda semana consecutiva, obtiene incrementos de consumo superiores al 20% desde el comienzo de la crisis.

Otros productos como pan, aceite y el grupo de bollería, galletas y cereales mantienen crecimientos por debajo de la media del total de alimentación.

Debido a la permanencia en el hogar, continúa un mayor consumo de productos que habitualmente se consumen en bares y restaurantes, como bebidas espirituosas, cervezas, bebidas refrescantes o vinos, aunque su consumo actual no compensa el volumen que se deja de adquirir fuera de casa.

TIENDAS TRADICIONALES Y SUPER.

Respecto a las ventas respecto a la misma semana del año anterior, las tiendas más próximas a los hogares, como son las tiendas tradicionales (+35,4%) y supermercados (+26,6%) siguen siendo los lugares preferidos por los españoles para realizar sus compras. Les siguen las tiendas de descuento (+10,8%) y los hipermercados (+8,5%).

Las compras por Internet siguen la senda de crecimiento observada desde la semana 13, con incrementos superiores incluso a la semana inmediatamente anterior y con un alza del 181,2% en el consumo.

Mientras, el canal dinámico reduce el volumen vendido esta semana con respecto a la anterior.

Por zonas geográficas, frente a la misma semana de 2019, en la sexta semana de confinamiento destacan Baleares (+65,8%) y Comunidad Valenciana (+41,2%), con los crecimientos más elevados desde el comienzo de la crisis sanitaria para estas dos comunidades autónomas.

Entre las comunidades con crecimiento por debajo de la media nacional se sitúan Castilla y León, con tan solo un incremento del 1,2%, seguido de Cantabria con el 9,7%.

Los Ertes dejarán de pagarse en junio si no hay estado de alarma



Rueda de prensa tras el Consejo de Ministros.

1. Juan Ferrari

6:37 - 6/05/2020

El Consejo de Ministros aprobó solicitar este miércoles al Congreso una nueva prórroga del estado de alarma, porque es "imprescindible y necesaria para los responsables sanitarios".

Salvador Illa sostuvo que "no hay alternativa posible porque hay que limitar la movilidad". Pero no solo tendría, en opinión del Gobierno, un efecto desastroso en la lucha contra la pandemia; también para los cuatro millones de trabajadores y su medio millón de empresas sometidos a un Erte.

Por su parte, María Jesús Montero insistió en que "si decae el estado de alarma, decaen ciertos instrumentos económicos como los Ertes de fuerza mayor".

La única forma de evitarlo es, según los juristas laborales, que el Gobierno apruebe un nuevo Real Decreto-Ley.

Una realidad que reafirman juristas de derecho laboral consultados por *elEconomista*. **Fernando Moreno, de Arinsa**, aclara que la arquitectura legal de los Ertes está ligada a la existencia del estado de alarma, por lo que si el Gobierno

no consiguiese el apoyo al estado de alarma supondría la anulación automática del medio millón de expedientes basado en la fuerza mayor. La única forma de evitarlo es, según los juristas laborales, que el Gobierno apruebe un nuevo Real Decreto-Ley que permita la continuidad de los Ertes.

Otras fuentes jurídicas refrendan la tesis y consideran que es necesario que se apruebe un nuevo Real Decreto-Ley que desvincule los actuales Ertes del estado de alarma, lo que exige un Consejo de Ministros. Por este motivo, una de las mayores noticias de la reunión del Gobierno del martes es que no se aprobó la norma, que se negocia actualmente con los agentes sociales, que establezca cómo serán los Ertes durante el periodo de desescalada y, muy especialmente, cuando no haya estado de alarma.

Tercer tramo del ICO

Por otro lado, el Gobierno liberó el tercer tramo de la línea de avales del ICO por valor de **20.000 millones de euros**. Como novedad, los bancos no podrán cargar ningún coste financiero sobre importes no dispuestos por el cliente, tras las quejas de algunas empresas y autónomos. Además, aprueba otros **4.000 millones** para créditos canalizados a través de pagarés del mercado alternativo de renta fija (Marf) y **500 millones más** vinculados a las sociedades de garantía recíproca por la Compañía Española de Reafianzamiento (Cersa).

La vicepresidenta **Nadia Calviño** aclaró que las empresas con sede en paraísos fiscales no pueden optar a los avales del Instituto de Crédito Oficial (ICO) aprobados para dar liquidez a las empresas durante la crisis del Covid-19.

Ley Concursal

Igualmente, el Gabinete dio luz verde al texto refundido de la Ley Concursal para adaptar la legislación al acervo comunitario, y adopta **medidas en el ámbito educativo**. Entre ellas, estudiar con las comunidades autónomas rebajar el ratio de alumnos a 15 por clase para el próximo curso escolar y la derogación del sistema de horquillas para precios públicos de matriculación universitaria que introdujo en 2012 el Gobierno Rajoy y que, según el actual Ejecutivo, provocó un aumento del precio medio del crédito universitario de un 17%.

Ayuda de 76 millones a la cultura

El Consejo de Ministros aprobó también un RDL con medidas específicas para el sector de la cultura por valor de 76 millones de euros. Incluye la financiación de las empresas culturales, así como medidas fiscales y una prestación extraordinaria por desempleo para empleados en espectáculos que por sus características no tienen acceso a Erte.

También cambian los requisitos para las películas que optan a ayudas, que podrán estrenarse en plataformas, o el incremento del porcentaje de derechos de autor para la acción asistencial, entre otros.



«Pagamos almacenes a precio de oro»

El calvario de los pequeños empresarios 'atrapados' en las rentas de sus locales

MARÍA HERNÁNDEZ MADRID
Los centros comerciales serán los últimos en reabrir tras el parón por el coronavirus y con ellos, cientos de pequeñas tiendas y comercios que se han quedado *atrapados* porque tienen que seguir pagando el alquiler y la comunidad pese a no tener ningún ingreso. Los afectados, fundamentalmente pequeños empresarios y autónomos, se sienten desvalidos y piden al Gobierno más medidas para garantizar su supervivencia.

«Nos han dejado desprotegidos. Yo no quiero una moratoria en el alquiler, quiero una condonación de las rentas». Quien se lamenta al otro lado del teléfono es Javier González, un empresario sevillano propietario de las ocho tiendas *La Amparo* repartidas por Madrid, Albacete y Sevilla. «Todas en centros comerciales», todas cerradas desde el 14 de marzo y todas con un futuro en el aire.

Javier tendría que seguir pagando el alquiler de sus locales todos los meses, y decimos *tendría* porque ha decidido no hacerlo. Sólo en el madrileño centro de Isla Azul, el empresario afronta una cuota mensual de 10.000 euros, más otros 2.500 a 3.000 en concepto de comunidad. Entre todos sus centros suma 40.000 euros de costes de arrendamiento cada mes. Más de 80.000 durante toda la cuarentena. «Estamos pagando almacenes a precio de oro», resume.

Al igual que Javier, Beatriz Nicolás también se enfrenta a un futuro incierto. Sus dos tiendas de ropa multimarca *Beni Room* iban tan bien antes del coronavirus que el pasado 9 de marzo comenzó las obras en el centro comercial Arturo Soria Plaza

de Madrid para abrir una tercera. Horas después se decretó el cierre de los colegios en la Comunidad y lo que vino después ya lo conocen.

Pagó la mitad de las obras de adaptación por adelantado y negoció un periodo de dos meses de carencia con el propietario del centro, Merlin Properties. La carencia termina el 15 de mayo y Beatriz no sabe si la compañía accederá a prorrogarla. La socimi ha condonado el 100% de las rentas de los comercios y hoteles que tiene como inquilinos desde el principio de la crisis, por eso Beatriz confía en lograr una medida de alivio también en su caso. «Si no llego a un acuerdo con ellos, tendré que rescindir el contrato de un año que ya he

firmado. Se quedarían la fianza y perdería el dinero que he pagado por las obras, pero no me queda otra alternativa», asegura.

Casos como los de Javier y Beatriz se acumulan. Desde Valencia, Javier Fe-Castell, director de Retail de la cadena *SuperMoments*, lo confirma. «Si no aceptan rebajar las rentas, nuestras tiendas estarán en peligro», asegura por teléfono.

En total son cuatro locales repartidos en otros tantos centros comerciales. Uno de ellos les ha ofrecido reducir a la mitad las dos primeras rentas posteriores a la reapertura; otro les da facilidades para saldar las cuotas pendientes durante el año, pero nada de reducirlas. Ninguno de ellos les ha girado el recibo de los alquileres desde el 14 de marzo, «pero no girarlo no significa condonar ni perdonar», y eso sí se lo han dejado claro. Su factura anual ronda los 300.000 euros y tendrán que pagarla cuando los centros reabran. Ese será el otro problema.



Beatriz Nicolás, ante su tienda 'Beni Room', en el centro comercial Arturo Soria Plaza de Madrid. ANTONIO HEREDIA

En *SuperMoments* manejaban una previsión de ventas de dos millones de euros para este año, aunque ahora estiman que podrían contraerse entre un 30% y un 60%. Conseguir una rebaja del alquiler sería una de sus tablas de salvación y por eso ultiman una propuesta que plantearán a sus caseros para lograr una reducción al 50% del arrendamiento

durante los 12 meses posteriores a la reactivación. «Va a ser un pulso», admite Fe-Castell. Hay 17 puestos de trabajo en juego.

El sector del comercio es uno de los más afectados a nivel económico por la pandemia y los gastos de alquiler, que representan entre un 20% y un 25% del total, se han convertido en una losa para muchos negocios.

El Gobierno aprobó una serie de medidas para paliar la situación, pero a muchos les parecen insuficientes y reclaman que establezca directamente una quita. «No pueden cortarnos la cadena sólo a una parte. Si perdemos, perdemos todos. ¿Qué empleo vamos a mantener si al volver no tenemos nada?», pregunta el dueño de *La Amparo*.

DATOS

13%

Del PIB. El comercio es uno de los sectores más afectados por la pandemia. Representa en torno a un 13% de la economía española y emplea a unas tres millones de personas.

25%

Gastos fijos. El alquiler es uno de los mayores gastos fijos para el empresario, ya que representa entre un 20% y un 25% del total.

“La foto necesaria que congeló la estrategia de Moncloa”

LA VERDAD ES INCÓMODA

LA VERDAD NO SE ELIGE SE ELIGE DÓNDE BUSCARLA

1 DE CADA 6 PERSONAS EN EL MUNDO NO SABE SI COMERÁ HOY.
Fuente: FAO 2009

ANTE LA POBREZA, REACCIONA.

HAZTE SOCIO
902 330 331

www.intermomoxfam.org



CONTRA LA ELA

Esclerosis Lateral Amiotrófica

Investigación = Solución

www.plataformafactadela.org

EL MUNDO
LA VERDAD POR INCÓMODA QUE SEA

Cierre del comercio

La afluencia a los centros comerciales se desploma un 90% por la crisis sanitaria

Las ventas se hunden un 60% en marzo y en supermercados solo un 2%

La rentabilidad de estos activos crece por el riesgo

A. SIMÓN
MADRID

Supermercados, hipermercados y algunas tiendas han seguido abiertas en los centros comerciales y operando desde que se decretase el estado de alarma el 14 de marzo, pero el desplome de visitas a estos complejos es casi total. En abril, el primer mes completo afectado por el confinamiento, la caída en la afluencia es del 90% respecto a las 15,9 millones de visitas del mismo mes un año antes. En marzo, el hundimiento es del 61,4%, según datos facilitados por CBRE.

Como resultado directo, hay un desplome de un 61,4% en las ventas de marzo, según el muestreo en los centros gestionados por CBRE. Obviamente es intenso en las tiendas no consideradas esenciales y que debieron cerrar por la situación de emergencia desde mediados de ese mes. En moda el descenso en marzo fue de un 70%, en accesorios del 69%, igualmente que en ocio y en deportes un 67%. Sin embargo, en alimentación la caída fue de tan solo el 9,3% y aun menor en hipermercados y supermercados, del 2%.

En el informe de CBRE sobre el primer trimestre en el mercado del *retail* también se destaca algunas previsiones, cómo qué sucederá con las tiendas de calle. "El descenso del turismo junto a las nuevas restricciones decretadas en el aforo de los locales comerciales supondrá un descenso en las ventas, lo que se trasladará en un ajuste de rentas [precios del alquiler] que se estabilizará en los próximos 18 a 24 meses", recoge el documento. El estudio también recuerda la moratoria esta-



Una mujer con mascarilla visita un centro comercial. REUTERS

Desconfianza en el sector

► **Índice.** El sector tiene lógicamente dudas respecto a su futuro.

El estudio *Commercial Property Monitor*, elaborado por la organización de profesionales inmobiliarios RICS, indica que lo que denominan Índice del Sentimiento de Ocupación para el mercado español se ha situado hasta marzo en mínimos, en un -17, mientras que los resultados del cuarto trimestre de 2019 lo situaban en +15 (el índice mide la diferencia entre los encuestados que opinan que la situación ha mejorado con respecto a los que creen que han empeorado). En concreto, se espera que las rentas sufran caídas más pronunciadas en *retail* y oficinas en ubicaciones secundarias, con descensos del 11% al 7% respectivamente. En el caso del Índice del Sentimiento de Inversión, ha caído hasta un -5, mientras que en el cuarto trimestre de 2019 fue un +9, siendo el peor resultado desde 2013.

blecida por el Gobierno para las tiendas que deben cerrar y los acuerdos de las propias inmobiliarias con sus inquilinos, que afectarán a los ingresos de 2020 de estos propietarios de locales y de centros comerciales.

Debido a las dudas en el mercado, CBRE destaca que la rentabilidad de estos activos está subiendo (ya lo hacía en los últimos meses por la incertidumbre por el negocio online) por el incremento del riesgo para el inversor. En las tiendas en las mejores calles, la rentabilidad sube al 3,5%. En los centros comerciales llega al 5,25%, a niveles de 2015. Respecto a las adquisiciones de estas propiedades, el primer trimestre cerró con una inversión de 1.066 millones, que se puede considerar elevada debido a la venta por parte de Intu de los centros de Puerto Venecia e Intu Asturias al comienzo de año.

Aperturas

La consultora también prevé que la recuperación de la normalidad sea algo lenta. "Si tomamos como referencia lo que está ocurriendo en China, que van varias semanas por delante en cuanto a la reapertura de la actividad, vemos como todavía, pese al desconfinamiento, las cifras de afluencia en los centros comerciales siguen en torno al 30% por debajo del mismo periodo del año anterior, es decir, todavía no se han normalizado los niveles. Es bastante probable que

veamos un comportamiento similar en España", explica Gonzalo Senra, director de *retail* de CBRE. No se prevé que la apertura de los centros y parques comerciales comience hasta la fase 2 de la desescalada.

"Ahora mismo, desde el punto de vista de la gestión de los centros comerciales, ya se está trabajando en prepararlos para esta nueva etapa de transición hacia la reapertura, de acuerdo a las fases de desescalada anunciadas. Pese a que todavía hay incertidumbre sobre las medidas exactas, ya estamos definiendo protocolos que contemplan toda la operativa: desde la gestión de los flujos de tráfico y las colas, pasando por planes de desinfección, limpieza y seguridad y hasta la revisión de horarios o del apoyo logístico que van a necesitar los operadores", detalla Senra.

La situación de estos activos llevarán recientemente a los grandes propietarios de centros comerciales en España pedir al Gobierno un plan específico. Solicitan acceso al fondo ICO de financiación, ventas sin IVA durante un mes, aperturas en domingo hasta 2021, ayudas para el pago del alquiler de los comercios y exenciones fiscales, entre otras medidas. A esa reclamación se sumaron inmobiliarias como Merlin Properties, Unibail, Klepierre, Lar España, Carmila, General de Galerías Comerciales o Castellana Properties.

Michelin prepara otro ERTE para todas sus fábricas en España

El nuevo expediente afectará a más de 7.000 trabajadores de los centros ubicados en cinco autonomías

JAVIER VADILLO
BILBAO

La dirección de Michelin ha trasladado a los sindicatos la próxima presentación de otro expediente de regulación temporal de empleo (ERTE) en todas sus fábricas en España y también en la red comercial. El productor de neumáticos cuenta en España con una plantilla de 7.000 trabajadores en cinco autonomías.

La pérdida de la carga de trabajo a cuenta del Covid-19 ha causado el nuevo ajuste, según ha comunicado la multinacional francesa a los representantes de los trabajadores. Será por tanto un ERTE por causas productivas y organizativas.

La vigencia del ERTE anterior, presentado por causas de fuerza mayor, concluyó el 30 de abril. Antes, el día 13 del mes anterior, Michelin había reabierto sus fábricas de forma gradual y con parte de la plantilla.

Pero el mercado todavía no se ha reactivado. Sigue el desplome de las matriculaciones a cuenta de las medidas del confinamiento internacional. Al menos, gran parte de los constructores de vehículos han vuelto a activar sus instalaciones, pero con visión a corto plazo.

El sindicato CC OO informa de que Michelin ha revisado a la baja todas sus producciones. En mayo recurrirá a sus medidas internas de flexibilidad para cerrar algunos días las fábricas. En CC OO advierten de que el recurso a esas soluciones puede colapsar el funcionamiento del grupo, porque el sistema no se diseñó para crisis como esta.

Michelin cuenta en España con fábricas en Euskadi (Vitoria y Lasarte), Aranda de Duero (Burgos) y Valladolid. Además, un centro de investigación en Almería y otro de distribución en Illescas (Toledo).

Airbnb despedirá a 1.900 empleados, el 25% de su plantilla

CINCO DÍAS
MADRID

La startup de alquiler de viviendas Airbnb Inc. planea despedir a 1.900 empleados debido al impacto de la pandemia de coronavirus. Según un documento remitido por el cofundador de la empresa Brian Chesky a la plantilla, los empleados recibirán un paquete de pago de cuatro meses y el seguro de salud durante un año. Los despedidos también recibirán apoyo para la colocación laboral y se les permitirá mantener sus computadoras.

Chesky, dijo a los empleados que la compañía va a "volver a sus raíces", ya que se concentrará en

priorizar el negocio principal de alquilar casas a corto plazo, en lugar de iniciativas más recientes que incluyen transporte y retiros de lujo.

A finales de marzo, la compañía turística suspendió todas sus actividades de marketing para ahorrar 800 millones de dólares en 2020 e informó a los trabajadores que sus fundadores no recibirán ningún salario durante los próximos seis meses, mientras que los altos ejecutivos se aplicarán un recorte salarial del 50%.

Al comenzar el año, la compañía buscaba su salida a Bolsa con una valoración privada de 31.000 millones de dólares que ahora se antoja muy irreal.

Beue presiona a la UE para que Amazon y eBay se responsabilicen de la venta de bienes defectuosos

M. J.
MADRID

Gigantes del comercio electrónico como Amazon y eBay deberían ser responsables de los productos defectuosos o inseguros que se venden en sus plataformas, según defiende Beue, una de las mayores organizaciones de consumidores de Europa. Así lo recoge el *Financial Times*, que explica que la reclamación tiene lugar mientras Bruselas se prepara para revisar las reglas que

se aplican a las plataformas de internet.

Según un estudio realizado en febrero por la citada organización, y donde se analizaron 250 productos (entre ellos artículos de electrónica, cosmética y juguetes), dos tercios de ellos incumplían las leyes europeas de seguridad. Entre las plataformas analizadas también está AliExpress, del gigante chino Alibaba.

La citada organización, que representa a los organismos de consumidores en 32

países, también ha reclamado que estas plataformas de *e-commerce* también asuman una mayor responsabilidad durante la crisis del coronavirus por los "numerosos productos con declaraciones de propiedades insostenibles" que se venden en sus sitios web.

Maryant Fernández, responsable de política digital de Beue, aseguró al *FT* que la pandemia ilustra perfectamente "el poder y la influencia que estas plataformas pueden tener en

La organización europea de consumidores reclama a la Unión Europea mientras Bruselas avanza en la nueva Ley de Servicios Digitales

nuestra sociedad y nuestra economía. Las plataformas de comercio electrónico se han vuelto más relevantes que nunca durante la pandemia y debemos responsabilizarlas", añadió.

Amazon asegura que exige a los socios que venden a través de su plataforma cumplir unas "estrictas medidas de calidad de producto". Además, añade que cuentan con equipos humanos y tecnología que vigilan que no se comercialice ese tipo de productos. Pese a ello, Beue,

que representa en España a la OCU y a la Confederación de Consumidores, sostiene que la autorregulación "no es suficiente" y reclama más mano dura por parte de las autoridades europeas.

Margrethe Vestager, la vicepresidenta de la Comisión Europea para la Era Digital, aseguró este lunes que "la crisis ha demostrado es más urgente que nunca aprobar la nueva Ley de Servicios Digitales, que sustituirá a la Directiva de Comercio Electrónico de hace dos décadas.

Informe Nielsen Las compras online se disparan un 87% desde el inicio del confinamiento

Las empresas refuerzan sus estrategias tecnológicas

Los consumidores pierden el miedo a comprar frescos a través de internet

R. SOBRINO
MADRID

El confinamiento provocado por la pandemia del Covid-19 ha acelerado las tendencias de compra online en España. Según refleja un informe elaborado por la consultora Nielsen, durante las semanas en las que se ha mantenido el estado de alarma se ha superado el millón de hogares que han realizado compras a través de internet (en lo que iba de 2020 esa cifra era 450.000) lo que ha provocado crecimientos de triple dígito en este canal que anticipan un cambio de tendencia con la vuelta a la normalidad.

De esta forma, las empresas están reforzando sus estrategias tecnológicas y la omnicanalidad ya que se han multiplicado los hoga-

res que hacen en algún momento la compra a través de internet.

"En el canal online tenemos una aceleración de tendencias que se hubieran producido en meses o años. Sabíamos que tenía que crecer y batir récords, pero éramos conscientes de las barreras que había para realizar compras de gran consumo ya que los frescos necesitamos verlos y tocarlos", explicó ayer Patricia Daimiel, directora general de Nielsen Iberia, durante la presentación telemática del Informe.

Y es que el mayor obstáculo para el despegue del gran consumo online eran precisamente las reticencias a comprar frutas, verduras, carne y pescado a través de internet y a introducir los datos de las tarjetas en los dispositivos móviles. Unas preocupaciones que parecen ya superadas. "El miedo al virus ha superado a cualquier miedo a la hora de comprar online. Ahora se adquieren todo tipo de productos", concluyó Daimiel.

El canal online, que seguirá creciendo este año, acumula en lo que va de crisis sanitaria un crecimiento del 86,6%. En la



Paquetes de Amazon listos para ser distribuidos. EFE

Preocupación por el ahorro

Tras dos meses de cuarentena, los consumidores inician las fases de desescalada que, según apunta el informe de Nielsen, traerán más preocupación por el ahorro. En la anterior crisis económica que comenzó en 2008, la sensibilidad al precio creció en más de la mitad de los consumidores y la vuelta a la normalidad intensificará la preocupación por el control del gasto.

última semana analizada, entre el 20 y el 26 de abril, el incremento fue del 149%, siguiendo la estela a triple dígito de hace una semana.

No obstante, la consultora estima que en ningún caso se vislumbra la posibilidad de que ceda la compra física, sino que los consumidores adoptarán ambos canales en función de la misión de compra, pero sí se prevé un aumento en la intención de adquirir por esta vía ciertas categorías, sobre todo en salud y bienestar y cuidado personal, ya que llegarán al 30% los que compren en la red estos productos, y también en bebidas y alimentación envasada con crecimientos de cinco o seis puntos.

Estrella Galicia diseña un plan para mantener los patrocinios

La cervecera reinventará su estrategia para continuar su apoyo al deporte y la cultura mientras se resiste al ERTE

EFE
MADRID

La firma gallega de cerveza Hijos de Rivera (Estrella Galicia) diseña un plan para mantener los patrocinios deportivos y culturales cuando cese la crisis del Covid-19. Según explicó el consejero delegado de la empresa, Ignacio Rivera, en una entrevista a Efe, la cervecera está trabajando en una estrategia para continuar con los apoyos que le han permitido ser patrocinador en deportes como el fútbol, baloncesto, automovilismo y motociclismo. Rivera explicó que tanto los patrocinadores como los patrocinados están "preocupados" por la incertidumbre. "Lo vivimos con preocupación. Estamos esperando la hoja de ruta, que aún no la tenemos. Nuestra filosofía es seguir apoyando el deporte y la cultura, pero también los primeros que nos hemos quedado sin ingresos somos nosotros", indicó.

"Tenemos grandes líneas de patrocinio que mantenemos desde hace muchos años. Por supuesto que no vamos a abandonarlas. El activo que hemos generado en nuestra tra-

yectoria de esfuerzo es sólido y no lo podemos dejar ahora. Lo que tenemos que entender es cómo va a cambiar la situación", expresó.

Además de ser patrocinador de los tres clubes del fútbol profesional que hay en Galicia (Celta, Deportivo y Lugo) con Estrella Galicia 0,0, Rivera lidera, a través de la empresa Elite Administración y Gestión, el Racing de Ferrol.

Por otro lado, a pesar del parón en la actividad después del estallido de la crisis, Estrella Galicia no se ha acogido a ningún expediente de regulación temporal de empleo (ERTE). Con 1.200 trabajadores, la mitad sigue en fábrica pese a que los formatos retornables y barriles están parados, la logística al 40% y los comerciales se incorporaron este lunes para recuperar actividad. Rivera aseguró que podían "aguantar sin hacer ese famoso ERTE", como han hecho otras compañías. Además, valoró, "los recursos del Estado también los necesitan otros sectores". "Nuestra intención es aguantar todo lo que podamos, pero evidentemente sin ingresos cada vez resulta más difícil", añadió.

El Tema del Día Impacto del Covid-19

Quién recuperará antes su actividad en el sector turístico en la 'nueva normalidad'

El beneficio de las aerolíneas remontará un 170% en 2021, más que el resto

Daniel Yebra MADRID.

La OMT (Organización mundial del turismo) calcula una caída de hasta el 30% en el número de turistas a nivel mundial en 2020, desde el récord de 1.500 millones de viajeros de 2019, por las restricciones a los desplazamientos asumidas por los Estados para contener los contagios por coronavirus y evitar el colapso de los sistemas sanitarios. El impacto de este desplome global varía según las regiones y los subsectores de la industria de los viajes y el ocio. En Europa, el consenso de analistas que reúne FactSet espera hundimientos de los beneficios del 55% para las hoteleras cotizadas, del 38% para las compañías de restauración o del 62% para las aerolíneas.

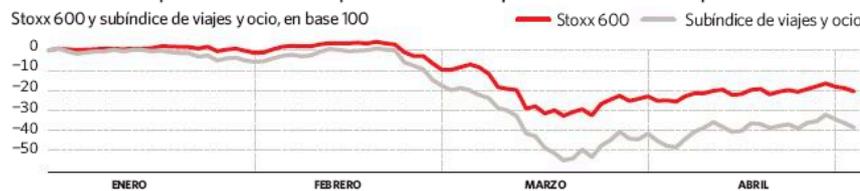
Según las mismas previsiones, estas últimas serán las primeras en superar esta crisis, al pronosticar un crecimiento medio de su ebitda (ganancias brutas) del 170% en 2021.

El golpe irremediable y concreto de la pandemia global en el turismo ha condenado al subíndice que agrupa a estas empresas a perder cerca de 20 puntos más que el conjunto Stoxx 600 en lo que va de año, un 40% frente a un 20%, pero las estimaciones auguran una recuperación que podría llegar a ser vertical en algunos casos. El más llamativo es el de las aerolíneas. "IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo), Eurocontrol y algunas compañías europeas sugieren que entre el 25% y el 50% de los vuelos nacionales pueden estar operativos ya en el tercer trimestre", advierte Aitor Ortiz, experto del servicio de análisis de Bloomberg.

En este escenario, las previsiones de las firmas de inversión apuntan a una recuperación en 'V', aunque antes, el analista de la agencia de información económica ironiza con que "con los aviones en tierra y los pilotos en casa, es probable que los abogados se conviertan en personal clave de los distintos grupos para desbloquear los alrededor de 20.000 millones de euros en ayuda estatal, gestionar los litigios por otros 22.000 millones por cancelaciones y persuadir a los responsables políticos a nivel nacional y de la Unión Europea (UE) para que coordinen un plan para la reanudación de los vuelos". La dura competencia que reinará en el mercado será otra clave.

Deutsche Bank cifra el impacto del coronavirus en el tráfico aéreo en un 50%, lo que ya está obligando a los Estados a plantear rescates de aerolíneas de bandera como Air

La industria pierde casi 20 puntos más que la bolsa europea en 2020



La recuperación de los subsectores

SUBSECTORES DE LA INDUSTRIA A DELOS VIAJES Y EL OCIO	PRINCIPALES COMPAÑIAS	CRECIMIENTO BENEFICIO BRUTO 2021-2020	CAÍDA DEL BENEFICIO BRUTO 2020-2019
Aerolíneas	RYANAIR Ryanair	170	-62
	IAG IAG	168	-58
	ACCOR Accor	62	-42
Servicios recreativos	CARNIVAL Carnival	78	-56
	KINEPOLIS Kinopolis	130	-69
Hoteleras	MELIÁ Meliá	22	-14
	ACCOR Accor	73	-55
Amadeus (tecnología)	MELIÁ Meliá	105	-60
	MELIÁ Meliá	54	-50
Aeropuertos	ADP AdP	60	-45
	ADP AdP	56	-43
Restauración	AENA Aena	39	-39
	ADP AdP	61	-41
Agencias de viajes	SODEXO Sodexo	53	-38
	COMPASS Compass	47	-32
Agencias de viajes	COMPASS Compass	49	-31
	TUI GROUP TUI	31	-5
Agencias de viajes	TUI GROUP TUI	39	8
	TRAINLINE Trainline	121	-48

Expectativas de retorno de la actividad de las aerolíneas

COMPANIA	EXPECTATIVA DE RETORNO DE LA ACTIVIDAD	EXPECTATIVAS DE VUELOS OPERANDO
RYANAIR	JULIO	40% (jun.) 60% (sep.)
AIRFRANCE-KLM	JULIO	30%
IATA	III TRIM. 2020	50%
E	III TRIM. 2020	25% - 50%

Desplomes de las visitas a las web de reservas



Fuente: FactSet, Bloomberg y Citi.

elEconomista

Rescates y ayudas estatales de Alemania, Francia y Holanda

Alemania, Francia y Holanda ya han desplegado ayudas estatales de cerca de 20.000 millones de euros en total para aliviar los problemas de liquidez de las aerolíneas de bandera Deutsche Lufthansa y Air France-KLM —este mismo lunes la Comisión Europea aprobó el tramo asumido por el país galo, de 7.000 millones en préstamos avalados y directos—, el mismo camino que podrían seguir Reino Unido y España con IAG, que reúne a Iberia y British Airways. "Estos planes buscan también protegerlas de

posibles adquisiciones extranjeras e implican que tomen o refuercen sus posiciones en el capital de estas empresas, lo que implicaría requerir que reduzcan los dividendos y las bonificaciones de los ejecutivos", reflexiona Aitor Ortiz, de 'Bloomberg', además de dañar la rentabilidad. Francia tiene ya un 14% de Air France, mientras que el rescate de Alemania supondría un toma del 25% del capital del Grupo Lufthansa, aunque el plan todavía se encuentra en fase de negociación.

France-KLM o Deutsche Lufthansa ante la falta de liquidez, pero espera que siga una recuperación del 85% en 2021, "hasta quedarse a un 10% de los niveles de 2019". IAG y Ryanair parten como las compañías mejor posicionadas para salir de la crisis, aunque ambas ya afrontan reestructuraciones y despidos masivos; y la compañía de bajo coste amenaza con denunciar las ayudas estatales a la anglohispana y los principales grupos de Alemania, Francia y Holanda al considerar que "distorsionarán la igualdad de condiciones".

Cruceros y hoteleras, después
Las previsiones de beneficio indican que los siguientes subsectores dentro de la industria europea de los viajes y el ocio en recuperarse

serán los servicios recreativos, entre los que se sitúan cines, cruceros, los clubes de fútbol o los gimnasios, y las hoteleras. Para los primeros, se estima un crecimiento del ebitda del 78% en 2021, destacando el resurgimiento del 130% de Carnival, y para las segundas del 73%, con la francesa Accor alcanzando un incremento del 105% y con la mallorquina Meliá, más enfocada en el segmento vacacional, del 55%.

Este tipo de turismo, que representa el 11% del PIB de España —cerca del 40% de los ingresos del grupo de la familia Escarrer—, se verá severamente castigado por las medidas de distanciamiento social de la nueva normalidad que preparan los gobiernos europeos, y "será el último en salir del bloqueo", lamenta Philippe Waechter, jefe de investigación económica de Ostrum AM (gestora de Natixis IM).

"El país podría amortiguar parcialmente la crisis del sector gracias a que, a pesar de la progresiva diversificación de los turistas extranjeros, en torno a tres de cada cuatro continúan siendo comunitarios; por el contrario, en el caso de que ni siquiera se reestableciera el turismo intraeuropeo, la única tabla de salvación para minimizar la enorme caída de ingresos serían aquellos residentes que todavía se pudieran permitir viajar, tanto los que habitualmente ya lo hacen dentro de España como aquellos que suelen escoger destinos en el exterior", asegura José Pablo Martínez, investigador del Real Instituto Elcano. Asimismo, las ayudas públicas y el cerco al alquiler turístico debería beneficiar a las hoteleras.

Los analistas esperan que la tecnológica Amadeus y sus sistemas de reservas protagonicen una recuperación del 60% en 2021, tras des-

Las previsiones apuntan a que entre un 25% y un 50% de vuelos estén operativos en julio

plomarse su ebitda un 45% este año. Más rezagados se quedarán los gestores aeroportuarios, entre los que se estima que Aena solo crezca un 39% el próximo ejercicio, tras un cuarto de año prácticamente en blanco en 2020, y los servicios de restauración.

Los peor situados son, eso sí, los touroperadores, un negocio que ya arrastraba una marcada debilidad ante la mayor competencia y las nuevas formas de contratación. Un síntoma del golpe de gracia que puede suponer el coronavirus para estas empresas es el desplome del 65% de las visitas a la web de la británica TUI en abril, según recoge Citi, que da cifras incluso más graves para los sitios de hoteleras como Accor o Intercontinental, con caídas del 85% y el 75%, respectivamente