



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

### (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/17839

05/10/2017

50052

AUTOR/A: TEN OLIVER, Vicente (GCS)

### RESPUESTA:

En relación con la pregunta de referencia, en la siguiente tabla se muestra la información requerida:

Mes/año	CIFRA DE NEGOCIOS A PRECIOS CONSTANTES POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS: TASAS DE VARIACIÓN ANUAL		
	España	Extremadura	Melilla
ene-16	2,0	1,0	1,7
feb-16	7,3	6,9	7,2
mar-16	4,3	5,2	5,2
abr-16	6,3	2,7	5,9
may-16	2,7	0,6	3,8
jun-16	6,0	3,4	5,2
jul-16	3,3	0,9	4,2
ago-16	4,9	2,5	6,4
sep-16	3,5	0,0	4,9
oct-16	0,6	-1,6	1,7
nov-16	3,9	2,2	2,6
dic-16	0,9	-1,2	0,2
ene-17	0,0	-2,6	0,0
feb-17	-2,9	-4,7	-4,6
mar-17	2,7	0,5	-1,5
abr-17	-1,0	0,4	-4,2
may-17	3,9	2,0	0,5
jun-17	3,0	2,5	-1,5
jul-17	1,0	-0,8	-1,1
ago-17	1,7	-1,0	-1,5

Como se observa en la tabla, según los datos del Índice de Comercio al por Menor (ICM) que elabora el Instituto Nacional de Estadística (INE), el Índice General de Comercio Minorista registró el pasado mes de agosto una tasa anual de 1,7% en la serie original. Ese mes las ventas aumentaron en términos interanuales en todas las Comunidades Autónomas, excepción de Extremadura y Melilla.



En Extremadura, la tasa anual del mes de agosto fue de -1,0 %. Las ventas en Extremadura, como se observa en la tabla, sufrieron un ligero descenso en los meses de julio y agosto después de varios meses consecutivos de aumentos.

En la Ciudad Autónoma de Melilla, la tasa anual del mes de agosto fue de -1,5%. Las ventas en Melilla, como se observa en la tabla, en los meses de verano experimentaron un ligero descenso.

Los Índices de Comercio al por Menor tanto en la serie original como en la corregida de efectos estacionales y de calendario se miden a precios constantes, eliminando la influencia que los precios tienen sobre dichas ventas.

No obstante, hay que tener en cuenta que es un momento crucial para el comercio tradicional que aborda el reto de la transformación digital, derivado del acceso de los consumidores a los entornos digitales que están revolucionando la comercialización de los productos.

Según la Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares del INE del año 2016, el porcentaje de personas que compran a través de internet alcanza una penetración de un 34,9% de la población española. Y más de 17 millones de personas (el 50,1% de la población) han realizado operaciones de comercio electrónico alguna vez en su vida.

Estos cambios en los hábitos de los consumidores están incidiendo en las ventas del comercio minorista. Pero hay que tener en cuenta que una parte de las ventas por comercio electrónico no están siendo recogidas por el ICM.

Las ventas por internet que recoge el ICM son las ventas de las empresas que operan en España (ubicadas en el territorio Estado español) en las que están incluidas las correspondientes al grupo 47.91 según la Clasificación Nacional de Actividades Económica, CNAE-2009 (Venta por correspondencia o internet). Pero las ventas a través de empresas o plataformas radicadas fuera de España en las que compran los consumidores españoles no se puede medir a través del ICM. El Reglamento por el que se rige el ICM indica que se debe recoger la cifra de negocios total de las empresas cuya actividad principal sea la 47 y están ubicadas o sean residentes en España.

En el mes de diciembre de 2016, el peso de la actividad en la rama 47.91 en el ICM era del 1,57%. El ICM, como instrumento estadístico de medición de las ventas, no permite discriminar las ventas del canal “on line” en otros CNAE distintos al grupo 47.91.

Cabe indicar que el Gobierno, a través del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, lleva a cabo el “Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista 2017” que da continuidad a los impulsados desde el año 2013. El Plan 2017 se orienta al nuevo escenario comercial, a la necesaria renovación del sector, a la adaptación al mercado digital y a facilitar el relevo generacional. Se pretende dar un impulso a la modernización del comercio minorista tradicional y, para ello, apuesta por la apertura de tiendas físicas con las estrategias “On Line” que supone combinar la apertura de tiendas físicas con las estrategias “On Line”.





Por último, se indica que se hace necesario un impulso a la modernización del comercio, a través del Plan Integral de Apoyo a la Competitividad del Comercio Minorista de España, que facilite la tecnificación de los negocios y que permita la aportación de valor añadido a nuestras empresas comerciales, hasta el momento más ligadas a un entorno tradicional. A través del citado Plan Integral se pretende llevar a cabo acciones que incentiven y apoyen las ventas del Comercio.

Madrid, 04 de diciembre de 2017