

Los comerciantes se muestran especialmente optimistas con la próxima campaña de Navidad. La mejora de la confianza en los consumidores, pequeñas inyecciones en la demanda como la devolución de la extra a los funcionarios y el ligero repunte de la economía hacen prever incrementos de hasta el 5 % en las ventas con respecto al año pasado.

Comercio Esperando a Papá Noel

Víctor Romero
VALENCIA

Esta semana, la multinacional juguetera Toys'r'Us anunciaba su intención de reforzar su estructura en España de cara a la campaña navideña. Su plan pasa incluso por montar puntos de venta temporales en algunas zonas comerciales del país para aprovechar el tirón de la demanda en el último tramo del año y la semana de Reyes. Contratará a 1.500 personas en toda España, lo que casi significa duplicar su plantilla de forma temporal.

El suyo es el ejemplo de las buenas perspectivas con las que el sector del comercio parece afrontar la campaña de las fiestas navideñas de 2015. «Preveemos niveles de ventas ligeramente superiores a las del pasado, con un incremento de la facturación que podría estar en torno al 5 %», afirman desde la Confederación de Comerciantes y Autónomos de la Comunitat Valenciana (Covaco). A nivel sectorial, esta organización cree que la campaña será especialmente buena para los establecimientos del juguete y de la alimentación, pero también para las firmas de equipamiento personal (textil), que han visto cómo el retraso en la llegada del frío ha demorado compras habituales de principios del otoño.

«Es previsible que a final de año, coincidiendo con la campaña de Navidad y Reyes, se concentren todas las compras propias del invierno, alentadas por una mejora de la confianza de los consumidores, la incipiente recuperación económica y de algunos sectores productivos de la Comunitat Valenciana», dicen desde Covaco. Desde esta organización citan otros factores que invitan al optimismo, como la recuperación parcial de la paga extra que los funcionarios perdieron en 2012.

Lo cierto es que, al margen del retraso que se ha producido en las compras otoñales en el sector textil o de electrodomésticos de calefacción, los datos más recientes (mes de septiembre) apuntan a una recuperación de las cifras de negocio. El último Índice de Comercio al por Menor refleja un incremento del 4,2 % en las ventas con respecto al mismo mes del año anterior en la Comunitat Valenciana. El crecimiento acumulado en 2014 es modesto, de apenas el 1,4 % pero indica que los descensos han terminado y que la recuperación parece sostenida.

En cualquier caso, este aumento del gasto entre los consumidores aún no es sufi-

VOLUMEN DE NEGOCIO

Un 20 % de la facturación anual

► La campaña de Navidad (entendida desde finales de noviembre hasta enero) representa un quinta parte de las ventas del comercio para todo el año. Sin embargo hay un elevado porcentaje que consume que prefiere adelantar algunas compras con el objetivo de aprovechar mejores precios. Se calcula que cuatro de cada diez españoles adelantará sus compras y tendrá todo adquirido antes de que llegue el mes de diciembre, según el portal de ofertas por Internet Vente-privee. Sus estudios señalan que casi uno de cada cinco consumidores (18 %) prevé aumentar su presupuesto de compras, mientras que el 71 % gastará una cantidad similar a la del año pasado. El 10 % reducirá su presupuesto. El gasto medio será de 524 euros, muy en línea con el resto de países europeos, que se sitúa en 524 euros. Este portal también defiende el crecimiento que está experimentando el comercio electrónico. «El 17 % tiene pensado comprar todos sus regalos online y más de la mitad (52 %) tanto en webs como en tiendas físicas». El 54 % reconoce buscar ofertas por Internet para encontrar descuentos.

Campañas

► Covaco cree que estas Navidades se va a producir un importante incremento de las compras online y a través de dispositivos móviles. «Cada vez son más los comercios y asociaciones que lanzan sus campañas a través de aplicaciones móviles o utilizando las redes sociales», afirma.

ciente como para generar empleo al mismo ritmo. La ocupación en los comercios de la autonomía apenas creció un 0,2 % en septiembre, mismo porcentaje acumulado en lo que llevamos de año. El consuelo para el sector es que en el conjunto de España incluso se han destruido puestos de trabajo, un 0,1 % durante los nueve primeros meses del año.

Covaco sostiene que es el pequeño y mediano comercio el que contribuye al crecimiento de las contrataciones. «Estimamos que el empleo va a seguir la tendencia de los últimos meses, en los que las pymes conti-



Una compradora en la Navidad del año pasado. MARGA FERRER

Anged y Covaco creen que el consumidor ha recuperado confianza y gastará más que el año pasado, incluso recurriendo al crédito

Randstad no es optimista con respecto al empleo y calcula que entre noviembre y enero se firmarán 95.200 contratos, un 9,4 % menos que en 2013

núan con niveles de contratación superiores a los de las grandes empresas. Podríamos estar hablando de un incremento de las contrataciones para la campaña de Navidad del 3 % y 5 %, según la provincia».

Pero las grandes superficies también defienden su contribución al empleo con motivo de la campaña de Navidad. Fuentes de la patronal Anged afirman que todas las grandes firmas asociadas prevén elevar las contrataciones. En el caso de Valencia supondrá la ampliación de horas para personal con contratos de fin de semana, una figura que creció con la liberalización de

horarios derivada de la declaración de la ciudad como municipio de gran afluencia turística.

Anged coincide en que la de 2014 puede ser «la Navidad de la consolidación de la recuperación económica». «Cuando se produjo la bajada no todo fue producto de la crisis, sino también de la precaución del consumidor. Pensamos que ahora los consumidores han perdido el miedo. Vuelven a pagar con tarjeta de crédito, tienen menos miedo a endeudarse», afirma un portavoz de esta patronal. Anged calcula que cada familia gastará como mínimo una media de 500 o 600 euros entre Navidad y Reyes y que la recuperación de parte de la extra navideña por parte de los funcionarios tendrá un efecto positivo.

Sin embargo, no todas las opiniones son tan optimistas. La empresa de trabajo temporal Randstad ha previsto que la campaña de Navidad (en la que incluye el período entre noviembre y enero) genere este año unos 95.200 contratos nuevos en la Comunitat Valenciana, un 9,4 % menos que el ejercicio anterior.