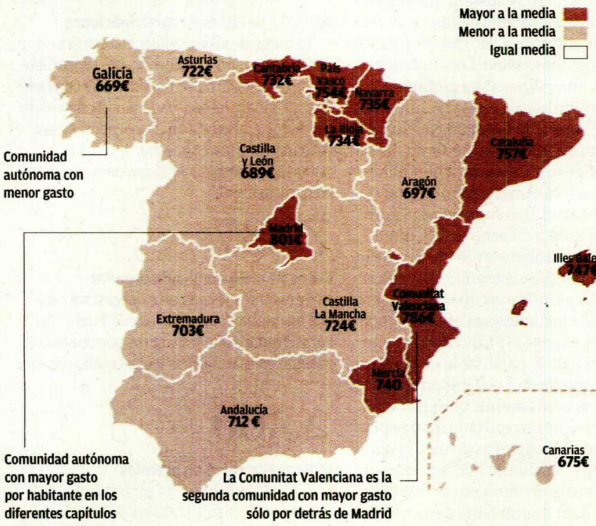
Radiografía del gasto navideño previsto por comunidades autónomas

MEDIA

▶ Gasto medio por CC AA. ESPAÑA: 728 EUROS



▶ Distribución por capítulos

Fuente: Ficu

DPTO. INFOGRAFÍA ▶ LEVANTE-EMV

INFORME AVACU

El 75% de los juguetes ha subido de precio

▶ Algo más del 75% de los juguetes ha incrementado su precio con respecto al pasado año, más de la mitad de ellos por encima de los cinco euros, según una comparativa de precios realizada por la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (Avacu). El presidente de Avacu, Fernando Móner, asegura que los resultados son «bastante desalentadores» ya que a pesar de que la inflación es negativa, sólo 4 de los 74 artículos comparados bajan de precio, 14 lo mantienen y 56 lo incrementan. Eso significa que el 75,6% de los juguetes ha incrementado su precio con respecto a 2008, y de éstos el 42,8% lo ha hecho por debajo de los cinco euros, el 44,64% ha aumentado entre cinco y diez euros, y el 12,5% en más de diez euros. En el caso de las diferencias de precios de los juguetes entre establecimientos, Avacu ha comprobado que en casi un 80% de los casos la diferencia de precios es inferior al diez por ciento, frente a un 19% en los que se supera.

El comercio espera optimista la campaña

PREDICCIONES

Grandes y pequeños coinciden en que Navidad y Reyes intensificarán el ritmo de compras

V. R. VALENCIA

■ Martin Quirós, portavoz de la patronal de las grandes superficies, se muestra optimista de cara al último tramo de la temporada. Según afirmas la apertura de domingos en diciembre ha propiciado un mayor afluencia de consumidores, algo también favorecido por la llegada del frío invernal. Anged esperaba 600.000 personas en la Comunitat Valenciana el domingo seis de diciembre y la cifra casi alcanzó los 800.000. El domingo 13 de diciembre se superó ampliamente ese volumen de visitantes, según afirma Quirós.

«La llegada del frío ha movido también el textil y los complementos, además de los regalos. La gente había esperado para comprar prendas de abrigo, que además son más caros». Para Anged, la experiencia de los dos primeros domingos de apertura extraordinaria ha sido positiva y considera adecuada la decisión de concentrar las aperturas de festivos entre el 6 de diciembre y el 10 de enero. La afluencia de compradores, explica Quirós, ha sido ligeramente superior a la del año pasado. «Esto refuerza nuestra tesis de que el cliente busca la liberalización».

Por su parte, la presidenta de la Confederación de Empresarios del Comercio Valenciano, Isabel Cosme, mostró más prudencia a la hora de valorar la tendencia de consumo de las tres primeras semanas de diciembre. «Quizás ha sido un año más pausado. La gente sí que sale a la calle y entra en las tiendas, pero es verdad que compara y medita más su compra». Según Cosme, el consumidor realizaba sus compras con mayor rapidez y ahora puede retrasar hasta dos días su decisión final. «Siente la necesidad de mirar el mismo producto en más de un establecimiento para poder decidirse finalmente por el que cree que le conviene más», sostiene. Cosme explica que el sector confía en que las compras se intensifiquen conforme se acerque el día de Navidad y después del día de Reyes.

Márgenes ajustados

De cara al tramo de Reyes, Cecoval —que agrupa a pequeños y medianos comerciantes de la provincia de Valencia, en especial de la capital— tiene buenas perspectivas. Cosme señala «el esfuerzo del comercio que ha ajustado al límite sus márgenes para poder abaratar precios. Calculamos un gasto medio algo superior a los 800 euros por familia que estará destinado, sobretodo, a alimentación y regalos». La representante de los comerciantes afirma que el sector puede cerrar la campaña con ventas similares a las del año pasado. Coincide con Anged en que la llegada del frío intensificará las compras del textil y del calzado.

▶ VIENE DE LA PÁGINA 3

y TNS revela que el 61% de los españoles desafiará a la crisis y se gastará en regalos lo mismo o más que el año pasado. Una tendencia que se mantiene en todo el continente. Según el estudio, el 42% de las familias con niños se gastará más de 250 euros en regalos, mientras que en las casas donde no hay niños se intentará ajustar algo más el presupuesto y se espera que se gasten menos de 150 euros. En cualquier caso y pese a las adversas condiciones económicas, los españoles pretenden seguir comprando el mismo número de regalos.

Las previsiones de otro informe de Deloitte son algo más negativas. Aunque el consumidor español es menos pesimista este año que el pasado, serán los europeos que más contengan el gasto estas fiestas, según un estudio de la consultora. De hecho, el gasto medio se reducirá un 19% este año. Pero el informe de Deloitte revela lo mismo que el de Milward Brown y TNS: los regalos son importantes. El consumidor español, que antes de la crisis gastaba prácticamente lo mismo en comida que en regalos, dedicará este año el doble a éstos. En concreto, unos 400 euros, según Deloitte.