



# La inflación estrangula otra vez al comercio y restauración

**Economía.** La actividad de las tiendas, del sector del ocio y de los bares en Valencia sigue sin despegar y no llega a los niveles de 2019. Los gastos fijos de las familias no paran de crecer y les obligan a reducir el consumo en ropa, tapas y espectáculos

LOLA SORIANO



**L**a alegría que se notaba en las compras, después de duros meses de restricciones por la pandemia, empieza ya a desinflarse.

Pasadas las primeras semanas de rebajas, que siempre estimulan el consumo, los valencianos han ido comprobando cómo los gastos fijos en luz, gas, la subida desorbitada de los carburantes y los intocables precios de los alimentos se están llevando a bocados el presupuesto familiar.

Esto no quiere decir que la gente no salga, pero se consume menos cantidad o se selecciona mucho qué comprar.

Y a esto hay que sumarle que hay zonas del centro de Valencia que siguen en obras, como la plaza de la Reina, o donde cada vez es más difícil llegar en coche, como en la calle Colón y el Ensanche, y frena la afluencia.

En ciudades como Barcelona, el Ayuntamiento ha hecho un estudio sobre el consumo privado a partir de los datos sobre el uso de las tarjetas de crédito y débito en los comercios de la ciudad y ya hablan de que el gasto se sitúa un 17,4% por encima del registrado en el segundo semestre de 2019, pero en Valencia ni el Ayuntamiento ni las asociacio-

nes del sector comercial tienen datos tan actuales.

A pesar de ello, el sentir de los comerciantes, representados por Cofecomerc, y de los restauradores, a través de la Federación Empresarial de Hostelería de Valencia (FEHV), que son los que están día a día atendiendo a los clientes es clara: la venta en la ciudad está por debajo de los niveles de pre pandemia. La inflación está haciendo mella en los bolsillos.

A pesar de que el Consistorio está dando ayudas para abrir negocios, y según detalló el edil Borja Sanjuán, ya hay más de un centenar de persianas nuevas levantadas, la realidad es que, como explican en el sector, hace falta más inversión en bonos comercio y ayudas directas para resistir la subida de los costes.

## DATOS

► **Precios.** Parecía que al acabarse las restricciones la cosa solo podía ir a mejor, pero la subida de costes y de la energía lo ha desbaratado todo.

► **Otoño.** Las asociaciones de consumidores afirman que las familias están agotando los ahorros y que viene un otoño complicado.

► **Turismo.** El regreso de visitantes supone un alivio para los hosteleros y comerciantes que ofertan productos de singulares.

## OCIO



Teatro Talía, en la calle Caballeros. IRENE MARSILLA

## Las salas de cine y teatro siguen sin llenarse y el público selecciona más qué va a ver

**U**no de los sectores que todavía no acaba de despegar, después de aguantar la investida de las restricciones de movilidad y aforo y ahora la inflación es el ocio. Sí que están teniendo mucho éxito los conciertos, la música en directo y los festivales, todos ellos aprovechando que cuentan con escenarios al aire libre, pero no ocurre lo mismo con las salas de cine y el teatro.

Desde la Asociación Valenciana de Empresarios de Cine, Antonio Such, afirma que los cines «todavía están tardando en recuperarse».

Detalla que «la gente está tirando más de estar en la calle, en la playa o con viajes y, además, el verano no suele ser la mejor época para llenar las salas».

En cuanto a datos, comenta que durante los periodos de restricciones «la facturación era del 25% y ahora todavía estamos en el 50%». Por eso, comenta que «hemos mejorado respecto a 2021, pero no hemos llegado a los niveles de 2019, cuando además coincidió con películas de gran tirón que atrajeron al público como 'Parásitos' o '1917'».

Eso sí, Such se muestra optimista y confía en que «la situación mejore a partir del mes de septiembre».

En el caso del teatro, todavía no se ha llegado a las cifras previas a la pandemia, como explican María Ángeles y Enrique Fayos, de la Asociación Valenciana de Empresas de Teatro y Circo (Avetid). Y añaden que con el tema de la actual crisis, por la escalada de precios, veremos cómo se resuelve.

Enrique Fayos detalla que «cuando empezaron a desaparecer las medidas restrictivas por el Covid, se incorporó parte del público, pero como ha coincidido que hay una desescalada del consumo, no podemos recuperarnos y situarnos como antes del Covid».

Además, indica que lo que está ocurriendo ahora es que «el público selecciona más. Lo que tiene mucha fuerza, como es el caso de los musicales y el humor sigue tirando, pero hay otras cosas que no tanto». Y añade que «los espectáculos de humor están teniendo acogida porque la gente quiere reírse y desconectar».





Domingo 17.07.22  
LAS PROVINCIAS

VALENCIA | 11

**MODA Y COMPLEMENTOS**



Tienda de moda Wakanda, en la calle Serranos. IRENE MARSILLA

**HOSTELERÍA**



Familias y grupos de amigos, en la terraza de un restaurante de Valencia. IRENE MARSILLA

## Los comerciantes piden ayudas para subsistir al cerrarse el bolsillo de los clientes

Los pequeños comercios de Valencia tampoco han llegado a niveles de 2019 porque, como explica Rafa Torres, presidente de Confecomerc, «los consumidores tienen menos capacidad de gasto por la inflación y menos capacidad de ahorro».

Opina que «hasta ahora, la gente ha ido gastando dinero en ocio y restaurantes para resarcirse del tiempo de confinamiento y observamos que para lo último que queda es para productos personales o del hogar». Añade que, hay una tormenta perfecta, porque «han subido en todos los costes y se repercute parte en la empresa y parte en el consumidor, porque si no, los comercios no resistirían».

Afirma que «en 2022 es imposible vender más que en 2019 por los costes y quien factura más, es por la subida de precios, no porque se venda más. No estamos ni mucho menos en situación pre-pandémica». Eso sí, esperan que el regreso de los turistas a la capital del Turia incentive el turismo de compras y ayude a la recuperación atraídos por el comercio de proximidad singular.

Lo que han notado es que el hecho de que los carburantes se disparen «está motivando a que los clientes se acerquen más a los comercios de barrios y ello puede repercutir positivamente en el sector», detallan en Confecomerc.

Eso sí, Torres reclama a las administraciones «que no miren a otro lado. Antes dieron ayudas Covid, aunque pocas, y nos han excluido de las ayudas derivadas del aumento de los costes por la guerra de Rusia en Ucrania». Apunta que «hace falta dotar de más presupuesto a las ayudas de bono comercio y ayudas directas». Y recuerda que «pedimos que se aplazara la devolución de los créditos ICO y no se aceptó».

Desde asociaciones como Unión de Consumidores como desde Avacu, Vicente Inglada y Fernando Móner coinciden en señalar que después de un primer consumo más alegre, tras salir de las restricciones, ahora hay uno más prudente. Incluso la gente ha comenzado a reducir días de viajes o consume menos por la inflación y afirman que la clave estará en septiembre, con la vuelta al cole.

## Las terrazas están a tope, pero se consume menos y hay poco beneficio o incluso pérdidas

Los hosteleros trabajan sin descanso, pero todavía no han visto color. Y es que los profesionales de este sector partían de una situación muy mala. No hay que olvidar que han atravesado un desierto con dos años de cierre y aforos limitados y el hecho de que ahora puedan tener las terrazas en la calle y los locales llenos, es un alivio.

Por eso, desde la Federación Empresarial de Hostelería de Valencia (FEHV) analizan la situación y explican que «la situación del sector ha mejorado y tras dos años de cierres y restricciones por la pandemia, pero todavía nos e puede hablar de recuperación».

Describen que «si bien desde el final de las restricciones hemos notado la alegría y las ganas de salir de los clientes, estamos en una coyuntura económica muy compleja».

En estos meses han recuperado celebraciones, como comuniones o bodas que quedaron pendientes, y la llegada de turistas nacionales y extranjeros son una bocanada de aire fresco, pero aseguran que la inflación ha irrum-

pido con fuerza y el alza de los precios y de los costes de producción «que afecta tanto a las empresas como a los ciudadanos está imposibilitando la recuperación».

Desde la federación citan como ejemplo que los alimentos y bebidas no alcohólicas tienen una subida del 12,9%. En el caso del aceite de oliva, algo que no puede faltar en las cocinas, se ha encarecido un 27,2%. Y a todo ello, hay que sumar el 40,8% de subida del coste de productos energéticos y el 33,4% en el caso de la electricidad.

Estos héroes con delantal indican que, a todo ello, hay que añadir que «se está notando ya este verano un descenso del gasto de los clientes», puesto que consumen menos «y todo hace que trabajemos con escaso margen de rentabilidad o se está trabajando a pérdidas».

En cambio, recuerdan que sí han recuperado las cifras pre-pandémicas de empleo. «Hay 197.788 afiliados a la hostelería, de los que 158.203 son trabajadores y 18.333 autónomos con alta en hostelería».