



MANOLO NEBOT/ ERIK PRADAS



El último domingo con grandes superficies y pequeño comercio abierto antes de Navidad fue aprovechado por muchos castellonenses para realizar sus compras navideñas de última hora.

LA CRISIS LOGÍSTICA Y LA INFLACIÓN MARCAN LA ÉPOCA CON MÁS CONSUMO DEL AÑO

La campaña comercial de Navidad llega al 90% de las ventas previas a la pandemia

Crece la afluencia a tiendas físicas por el temor a no recibir a tiempo el pedido

Una cuarta parte de consumidores gastará más y destinará 350 euros solo en regalos

NOELIA MARTÍNEZ
nmartinez@epmediterraneo.com
CASTELLÓN

Más compras, un nivel de gasto superior y una preferencia por acudir a la tienda física están marcando la campaña comercial de Navidad en Castellón, en lo que representa el mayor pico de consumo del año, muy distinta y mejor a priori que la del 2020, con una facturación que se acerca en un 90% a la prepandemia. El pequeño comercio y las grandes superficies están experimentando un balance positivo, en una jornada, la de ayer, de adquisición de obsequios en el último festivo aperturable antes del día 25.

«Es la primera Navidad sin estado de alarma y sirve como un punto de inflexión hacia la reactivación comercial en el 2022, pese a afrontar un final de año con factores externos -como el precio de la energía- que están poniendo palos en las ruedas a la ansiada recuperación», señalaron desde la patronal Covaco Castellón-Confecomerc. «Estos días exigen a todo el sector estar a pleno rendimiento.

Se nota que la gente, a diferencia del 2020, tiene ganas de tener esa experiencia en tienda física, y está ya cansado de la compra on line, por lo que se decanta por salir de compras, disfrutar de las iluminaciones navideñas exteriores y actividades de dinamización», indicaron. «Entre la amenaza de huelga del transporte, que al final se ha evitado, y los problemas de logística por la crisis de suministros muchos han preferido comprar en tienda física, no arriesgándose a hacerlo en plataformas digitales», explicaron los comerciantes.

«La perspectiva en Castellón es situarnos en un 90% de la facturación prepandemia respecto al mismo mes del 2019. El consumo en estas fiestas representa entre el 20 y el 25% (una cuarta parte) de las ventas de todo el año, en niveles normales precovid», detallaron desde Confecomerc. «Si la actividad en Navidad se sigue desarrollando con normalidad será mejor

que en 2020, si bien todavía será un 10% inferior a niveles precovid. Es una etapa decisiva para salir de una crisis, la más devastadora que hemos vivido, teniendo en cuenta que el comercio ha sido el segundo sector más afectado tras la hostelería», lamentaron.

Con todo, reseñaron que «sectores como el comercio de equipamiento personal (textil) todavía arrastran los efectos de la pandemia y hasta hace poco estaba al 30% inferior a su venta habitual, aunque la climatología, ya con frío, parece remar a favor».

EL CONTRAPUNTO // Noviembre, con el Black Friday, ya ha sido un mes donde se ha detectado un repunte de compras navideñas adelantadas, más que en otros ejercicios. En Castelló capital, el bono comercio ha sido un revulsivo; y el gasto turístico ha empezado a notarse.

Con todo, el sector afronta altos costes de energía (luz, gas, ga-

solina, etc), aumento del precio de las materias primas, freno del transporte y una inflación que está afectando al consumo. «La incipiente recuperación del comercio puede verse empañada por el encarecimiento generalizado de la cesta de la compra debido al fuerte ascenso del IPC», lamentaron.

26 DE DICIEMBRE, ABIERTO // Por lo que respecta a la incidencia del covid 19, en el que se detecta un repunte, Confecomerc quiso hacer constar: «Debemos seguir guardando todas las medidas, siendo el pequeño comercio un espacio seguro, apelando a la responsabilidad colectiva a fin de que entre todos extrememos las máximas precauciones para poder seguir disfrutando de las compras y de unas fiestas como todos deseamos». El próximo festivo aperturable será ya el domingo, 26 de diciembre: una oportunidad para cambiar regalos o avanzar en la lista de deseos para facilitar la tarea a los Reyes Magos.

INFORME // El informe de la Organización de Consumidores y Usuarios (OCU) apunta que en la Navidad del 2020 se contuvo el gasto «por la grave situación sanitaria e incertidumbre», y frente a ello, en este 2021, una cuarta parte de los encuestados prevé gastar más: un 22% más (un ascenso de 116 euros). La media del presupuesto por persona es de 641 euros, y de ellos se destinan 348 a regalos (173 para niños, y de ese total, 114 para juguetes; y 175 para adultos), 61 euros para lotería y 44 a ocio).

En busca de Goo Jit Zu, Pokemon y cofres de estética

JUGUETES. La búsqueda de los juguetes más solicitados por los pequeños y pequeñas de la casa trae de cabeza a muchas familias en estos días, en una cuenta atrás para las compras. En el Corte Inglés de Castelló señalan que, por ahora, entre los artículos que tienen más demanda en estas Navidades del 2021 son, sin duda, los Pokemon, Goo Jit Zu (superhéroes) y videoconsolas Nintendo Switch. «Se suman a los juguetes sostenibles, a las muñecas y a los juegos de mesa tradicionales, como el Monopoly, entre otros, cuya demanda creció a raíz del confinamiento en la pandemia como entretenimiento en el hogar», agregaron.

AMIGO INVISIBLE. Los cofres de estética (compuestos de perfumes, cremas y miniaturas) son los que más se están vendiendo, junto con los complementos de textil y marroquinería, para aquellos obsequios entre familiares menos allegados, con un presupuesto menor y pactado, en lo que se conoce como amigo invisible. En las empresas y grupos de amigos también se recupera este gesto, aunque con un montante más económico.



TERE ESTEVE
COVACO CONFECOMERC

«El cliente prefiere volver a adquirir obsequios en la tienda física, disfrutar de la iluminación exterior y de la animación»

OCU
ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES

«En la Navidad del 2020 se dio una contención del gasto debido a la grave situación sanitaria. Este 2021 se consume más»