



HORTENSIA GARCÍA VALÈNCIA

■ Las peluquerías, centros de estética y otros pequeños establecimientos de servicios han sido la avanzadilla en la fase cero de la desescalada de la crisis del coronavirus, que arrancó el lunes. Las tiendas de ropa, zapaterías, joyerías y otros establecimientos se preparan para hacerlo en mayor medida a partir del próximo 11 de mayo, cuando comenzará la fase 1 de la desescalada.

Las reaperturas en esta fase inicial en ciudades que como València dependen mucho del turismo «está siendo escasa», asegura el presidente de la Confederación Autonómica del Comercio (Confecomerc) y de la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico de València, Rafael Torres, quien apunta que el comercio «tardará al menos dos semanas en volver a dar vida a las ciudades» y abrir de forma más generalizada.

Si de algo ha servido esta crisis es para «evidenciar que el comercio local es el que genera vida en los centros urbanos». «Vamos a tardar meses en adaptarnos todos, pero el cliente acabará acostumbrándose como ha ocurrido con los supermercados, el nivel de contagio es similar al que pueda tener el comercio».

«La incertidumbre con las medidas a adoptar ha hecho que muchos negocios no hayan podido

«El comercio volverá a dar vida a las ciudades en pocas semanas»

► El confinamiento provocó en marzo un descenso de las ventas del 53 % en ropa y calzado, mientras subieron un 7 % en tiendas de alimentación

instalar las mamparas y otras medidas higiénicas y de distancia social a tiempo». Es el caso de las tiendas de ropa, donde las prendas que se prueben los clientes tiene que retirarse de la tienda durante dos horas al menos. Muchos comercios no tienen ni almacenes preparados ni género para reponer.

Torres ve en la crisis una oportunidad para revalorizar el pequeño comercio y fomentar nuevos hábitos de consumo, «más reflexivo y menos compulsivo».

El pequeño comercio demanda ahora medidas para afrontar la crisis. Flexibilización de los Expedientes de Regulación de Empleo temporales

Los mercadillos ambulantes no regresarán hasta junio

► El concejal de Mercados, Carlos Galiana, se reunió ayer con los vendedores de los mercados de venta no sedentaria para saber cómo organizarán la desescalada. Los 19 mercadillos ambulantes de la ciudad decidieron, por el momento, no volver a las calles pese a los dos meses de parón. Esperarán hasta el 31 de mayo próximo. No les compensa retomar la actividad, ya que de los 800 puestos existentes, solo podrían salir 200. Y además, aseguran, las mutuas les pagan hasta esa fecha.

(ERTE), subvenciones para adaptar locales y revisión de la normativa de las rebajas.

Los centros comerciales entrarán en la desescalada a finales de mes y se preparan para abrir con grandes descuentos arrastrando al pequeño comercio. «Hemos negociado con las grandes superficies, si éxito, aplazar las rebajas a agosto para vender el género que se había quedado en los almacenes», lamenta Torres.

Los datos del Índice de Comercio al por Menor (INE) facilitados ayer por la oficina Pateco del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunitat Valenciana correspondien-

tes al mes de marzo, ya avanzan la dimensión de la crisis en el sector del comercio minorista.

Cierre de 33.255 locales

El parón de la actividad comercial desde el 14 de marzo, con la declaración del estado de alarma, obligó al cierre de 33.255 puntos de venta, el 54 % de los locales de la Comunitat Valenciana. El INE reflejó un descenso de las ventas de 9,5 puntos porcentuales en marzo, respecto al mismo mes del año anterior. El dato de marzo no muestra todavía el impacto de la covid-19 al incluir dos quincenas con realidades distintas.

Con todo, los productos de no alimentación redujeron sus ventas en marzo un 29,7 %, de forma conjunta. Las ventas en las tiendas de moda, calzado y complementos, las más vulnerables ante la crisis, descendieron un 53,9 %, mientras los comercios de alimentación aumentaron su facturación en un 7,2 %, dato que refleja las compras compulsivas y de acopio de los primeros momentos del confinamiento.

La segunda actividad más afectada por la crisis es la de equipamiento del hogar, con un descenso del 29 % en marzo respecto al año anterior. Las ventas de libros, juguetes, artículos de deportes y tecnología (teléfonos, ordenadores...) bajaron, pero menos, un 14,6% respecto al año anterior.