

La elevada estacionalidad de las firmas especializadas en juguetes, turrónes o dulces coloca a estas sociedades en una complicada posición por la caída de consumo y la falta de crédito.

Un dulce envenenado para las empresas más navideñas

Escribe J. J. Marcos

Los Reyes Magos vendrán de Oriente y la casa de Santa Claus estará en Finlandia, pero sus compras y aprovisionamientos los realizan en España. Dan trabajo a miles las empresas que han centrado sus ventas en el mes de diciembre. La mayoría se concentran en clusters diseminados por España, cuyas cuentas dependen en buena medida del espíritu navideño que amide en los bolsillos de los españoles. Se trata de los turrónes de Jijona, los Juguetes de Ibi y Onil, las uvas del Vinalopó, los dulces de la Estepa o los mazapanes de Toledo. Sobre todos ellos se ciernen un capazo de carbón este año. Como cualquier otro sector, no han podido eludir la caída del consumo y las restricciones al crédito. Pero al tener sus ventas tan concentradas en pocas semanas, los efectos son todavía mayores.

Más del 70% de todos los juguetes y turrónes que se venden en España lo hará en las próximas semanas. Al mismo tiempo que arrecia la crisis y el pesimismo en el consumo alcanza cifras récord. Además, se trata de sectores muy atomizados y sensibles a las fluctuaciones en el crédito para mantener la actividad durante once meses, antes de recibir todas sus ganancias en escasos 30 días.

El presidente de la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ),

La patronal del juguete cree que el sector podría "desaparecer" si no se restablece el crédito

José Antonio Pastor, ve el futuro complicado. "Si no conseguimos que la liquidez vuelva al sistema y pronto, desaparecerá esta industria". Se trata de 215 empresas que dan empleo a unas 5.000 personas que, este año, "con pedidos cerrados en ferias y con cartas de crédito aprobadas, no hemos podido concretar los negocios porque unos bancos no se fían de otros".

Estos empresarios se las prometían muy felices a principios de año. Se frotaban las manos ante los problemas de seguridad que salpicaban a los fabricantes chinos, el fuerte aumento de la natalidad que se ha producido en 2006 y 2007 (por el efecto de la inmigración), y el buen ritmo de las ferias del sector (celebradas en enero). Todas las previsiones se deshicieron como azucarillos con la caída del consumo y del crédito. De momento, desde la AEFJ ya han detectado una caída en las exportaciones próxima al 5%, aunque aún confían en que se mantengan las ventas a nivel nacional (en 2007 ascendieron a 1.040 millones).

Para el próximo año, estos empresarios tienen que sumar nuevos efectos negativos: Bruselas última una regulación de seguridad mucho más restrictiva y cara, su principal materia prima (el plástico) se encarecerá notablemente y arrastrarán tres años de resultados negativos y escasas reservas.



Una cadena de montaje de una empresa juguetera española.

Los empresarios del turrón, afincados de forma mayoritaria en Jijona, esperan una caída en la producción del 7% con respecto a las 34 millones de pastillas producidas el año pasado, con una facturación de 270 millones de euros. El presidente de la firma El Lobo, José Manuel Sirvent, destaca que han detectado un fuerte descenso en las ventas de lotes de empresas. De todos modos, confía en una reducción limitada de las ventas, "tampoco en época de crecimiento tuvimos grandes aumentos, nuestros productos son estables". De todos modos, las empresas de esta

Menos turistas pero más esquiadores

El turismo invernal se ha convertido en una de las principales preocupaciones del sector. Para las próximas Navidades, según señaló el vicepresidente de Exceltur, José Luis Zoreda, todo hace indicar que proseguirá el descenso detectado en los últimos meses. Sobre todo en lo que respecta a grandes desplazamientos. Así, se ha producido una reducción en las conexiones aéreas, según anticipa Official Airline Guide. En concreto, y para los vuelos intraeuropeos, se espera un descenso del número de asientos del 5%. Los touroperadores han reducido, además, hasta en un 50% sus ofertas para los destinos de litoral en España en invierno. En esta tesitura, las estaciones de esquí pueden ser la excepción que confirma la regla, por una cuestión meramente meteorológica. El intenso frío ha permitido, por ejemplo, la empresa que gestiona la estación de Sierra Nevada, Cetursa, haya abierto sus pistas este año con mayor antelación que en los últimos 20 y dispone de casi 60 kilómetros operativos cuando el año pasado sólo disponía de seis.

pequeña localidad de 7.000 habitantes han roto la hucha en publicidad y gastarán este año 700.000 euros en televisión, una cifra a la que nunca habían llegado.

Mientras, los problemas de las cooperativas que venden uva en la Nochevieja son otros. El 85% de los frutos que se engullen precipitadamente al son de la campanadas se cultivan en el interior de Alicante, tras un proceso artesanal de embolsado de las cepas, que permite una cosecha más tardía. El problema de estos agricultores es una endémica falta de agua, que reduce año a año la superficie cultivada. La cosecha actual ha menguado un 15% y los precios se mantienen a costa de sus cuentas de resultados, según señala Luis González, director de la Denominación de Origen de

Este año habrá un 15% menos de uvas de Nochevieja y una caída del 7% en las pastillas de turrón

este producto. La economía de 6.000 personas depende directamente de este producto.

Todos estos sectores tienen un asidero al que quieren agarrarse. Los responsables de las distintas organizaciones se apoyan en estudios de mercado que señalan que los españoles van a ser este año más caseros y familiares que nunca. La crisis hará que se recuperen tradiciones como comer el turrón y las uvas en casa, no de viaje o en restaurante, mientras que se regalarán más juguetes y menos videojuegos. Al menos, es el regalo que estas miles de empresas quieren en Navidad para seguir en 2009 con su actividad.