

Las tiendas de regalos son unas de las que mayor bajada están teniendo en estos días. **Silvia Bazaga**, de De la Rosa, indicaba que este año la caída de las ventas en septiembre se ha notado más. *"Todo está mal, pero el regalo es lo primero que se quita cuando hay que hacer frente a otros gastos como libros, uniformes etc"*.

Manuel Aparicio, de la tienda de regalos Luxor, cifra la bajada de las ventas en un ochenta por ciento respecto a septiembrs anteriores. *"Desde el 1 de septiembre las ventas son mínimas, tanto en volumen como en visitas realizadas al establecimiento"*. Para este empresario, la crisis económica ha hecho variar algunos hábitos de consumo implantados hasta ahora. *"Ya no se ve la tendencia de antes de comprar los cuadernos de Mafalda o de Snuppy. Este año creo que el niño usa el cuaderno del año pasado si le sobraron páginas, y desde luego no se dan las modas de antes"*.

La crisis económica fue prevista con bastante antelación por el propietario de Luxor. *"En la campaña de 1990 tuvimos que repetir tres veces el pedido de carpetas archivadores y plurimeres, pero al año siguiente ya cayó y el año pasado no tuvimos nada de esto"*.

●●● HOGAR

En otro tipo de tiendas, como las del hogar, se han adoptado tácticas comerciales que están dando sus frutos. En Nodal, a finales del verano comenzaron las rebajas, lo que ha animado bastante las ventas. **Angel Nodal**, uno de los propietarios de este establecimiento aseguraba que *"es verdad que no es buena época para las compras, pero aquí se compra lo que se necesita, así que la vuelta al colegio no influye"*.

Manuel Sánchez Beato era más dramático en sus apreciaciones. Calculaba que las ventas habían caído un sesenta por ciento durante el primer semestre de este año respecto al anterior. El principal motivo de esta bajada lo encontraba en los cortes de tráfico que existen en la ciudad, aunque tampoco al-



Las tiendas de ropa para gente joven son las que menos están sufriendo la cuesta de septiembre

vidaba que *"la gente llega de vacaciones sin un duro"*.

Mientras que las tiendas de ropa infantil experimentan durante este mes mayor movimiento, el comercio tradicional de ropa está sufriendo las consecuencias de la recesión. *"Septiembre sigue la misma tónica de todo el año, es decir, un descenso de entre un 25 y un 30 por ciento"*, explica **Juan Francisco Navarro**.

Durante este mes ha habido una excepción importante: la franquicia de Mango, especializada en ropa para gente joven ha mantenido un ritmo de ventas aceptable durante el mes de septiembre. *"La gente joven compra la ropa antes de los cursos escolares"*, explica **Navarro**. Durante la primera quincena del mes las fiestas de los pueblos ha mantenido también el nivel de ventas. Sin embargo, en la segunda quincena, el ritmo ha caído.

En el comercio del calzado ocurre algo parecido al de la ropa. Los niños y jóvenes son los primeros en equiparse de cara al nuevo curso. Pero ni siquiera estas compras vienen a compensar los problemas que acarrea la caída de las ventas en las zapaterías. *"Los de fuera del Casco Histórico nos vamos defendiendo, pero los de dentro estamos más para caer que otra cosa"*, explicaba **Luis González Serrano**, propietario

de Calzados Luis. *"Antiguamente se vendían muchos zapatos y zapatillas para los colegios, pero ahora ya no es así, solo se vende algo de deportivos"*.

Este empresario, que lleva muchos años relacionado con el comercio del calzado de la capital, asegura que desde hace tres las ventas han podido bajar entre un cuarenta y un cincuenta por ciento. Las causas que han llevado a esta situación son, aparte de la crisis económica en sí, *"la mala política de ventas que existe en este país, porque entre los horarios y los centros comerciales, se están cargando el pequeño comercio de esta ciudad"*. Asimismo **Luis González** achacaba la caída de las ventas a la competencia que suponen los mercadillos, en especial *el martes*.

●●● PRENSA

Los gastos extraordinarios que acarrea la vuelta al colegio hace que una familia media ahorre en otras muchas cosas que no son esenciales. **Miguel del Verbo**, responsable de un céntrico quiosco de periódicos toledano explicaba que en este mes ha bajado todo, tanto la venta de periódicos como de revistas. *"Especialmente se ha notado el retroceso en las revistas mensuales, da igual que se trate de revistas para jóve-*

nes, o para mayores", explicaba **Del Verbo**.

Algo menos se ha notado la bajadas de las revistas semanales, sobre todo las de televisión y corazón, que por otra parte son las más baratas. Por ejemplo, la boda de **Chabeli Iglesias** agotó todas las existencias de la prensa del corazón de la capital. También la prensa diaria ha tenido una caída importante, no sólo en septiembre, sino a lo largo de todo el año.

●●● PELUQUERIAS

Las peluquerías están sufriendo las mismas consecuencias de los demás sectores económicos considerados como *"complementarios"*. **Felix**, propietario de la peluquería del mismo nombre, explicaba que este mes está resultando bastante irregular, con grandes contrastes entre una semana y otra. Este empresario asegura que la clientela no deja de ir a la peluquería en los tiempos de crisis, pero que desde luego, no lo hace con la misma frecuencia con que lo hacía antes.

Aunque no es un sector esencial, los bares parece que no los está afectando esta cuesta de septiembre. Más bien al contrario, después de agosto, y con la vuelta de los toledanos han recuperado animación.

● **B. JIMENEZ**