

La CEC insiste en la necesidad de recuperar un calendario oficial de rebajas

El adelanto de los descuentos a las últimas semanas de diciembre desvirtúa las rebajas de invierno, para las que este año se prevé un crecimiento interanual en las ventas de un 3%

Madrid, 02 de enero de 2018.- La Confederación Española de Comercio (CEC) ha insistido este martes en defender los períodos tradicionales de rebajas, alertando de que éstos han quedado desvirtuados por otras promociones a lo largo del año. En concreto, el adelanto de los descuentos a pleno mes de diciembre y primeros días de enero por parte de muchas firmas comerciales ha arrastrado a muchos pequeños y medianos comercios a hacer lo mismo, como una forma de dar salida al amplio excedente de artículos. En palabras del presidente de la CEC, Manuel García-Izquierdo, “realizar estos descuentos en plena temporada otoño-invierno lastra nuestros márgenes y descalabra de manera irreparable el resto de la campaña”.

Estas promociones adelantadas, que los propios comercios califican como rebajas, “afectan al concepto original de las rebajas”. Como explica Manuel García-Izquierdo, “si los consumidores adelantan sus compras ya desde diciembre, tendrán menos poder adquisitivo de cara a Reyes y a las rebajas de invierno”.

Por eso, desde la Confederación vuelven a pedir a la Administración pública la necesidad de “establecer un período de rebajas perfectamente definido”, como sucedía hasta julio de 2012. Con ello, afirman, se garantizaría una mejor promoción de las mismas y se pondría fin a la desorientación del consumidor, que ya no tiene claro en qué período es mejor hacer sus compras.

Prudencia en las expectativas para este año

Pese al adelanto en los descuentos que ha llevado a cabo parte del sector, “la mayoría del comercio de proximidad sigue manteniendo el 7 de enero como inicio de las rebajas”, una campaña para la que se prevé un crecimiento interanual en las ventas de aproximadamente un 3%. De esta manera, la CEC tiene muchas esperanzas en que estas rebajas de invierno sirvan para relanzar las ventas en el comercio minorista.

El presidente de la Confederación hace, eso sí, algunos matices: “Este año tendremos una campaña breve y dispersa, con las ventas en rebajas concentradas en los primeros 10 o 15 días”. Por último, la CEC estima que los porcentajes de descuento iniciales en las pymes de comercio estarán entre un 30 y un 50%, pudiendo llegar hasta un 80% al final de las rebajas.