



La cara y cruz de las rebajas en el comercio de proximidad: lastradas por la liberalización, pero impulsadas por el buen tiempo

- *El pequeño y mediano comercio afronta las rebajas de verano con esperanza de remontar las ventas*
- *Los establecimientos comenzarán las rebajas con importantes descuentos para dar salida al stock acumulado, que pueden hacer que las ventas aumenten hasta el 2%*

Madrid, 25 de junio de 2018 .- Las rebajas de verano impulsarán discretamente las ventas del pequeño y mediano comercio, tras una primavera en la que el balance del comercio de proximidad se ha visto gravemente lastrado por el auge del comercio electrónico, la liberalización de los períodos de rebajas y el mal tiempo hasta bien entrado junio.

Así, tras las caídas del -2,5% y del -0,1 en comercios unilocalizados en marzo y abril (los últimos datos que se conocen), los comerciantes esperan que los descuentos impulsen una leve mejoría en las ventas de hasta el 2%.

Desde la Confederación Española de Comercio se insiste en que la liberalización de los períodos de rebajas “ha perjudicado mucho más que beneficiado al comercio minorista y, especialmente, al de proximidad”.

Precisamente la recuperación de los períodos regulados de rebajas será una de las principales reivindicaciones que trasladará la Confederación en las próximas reuniones con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Y es que muchos comercios vienen ya de descuentos y promociones especiales a lo largo de todo el año, por lo que al llegar a este período no pueden aplicar grandes descuentos. “La liberalización de fechas de las campañas de rebajas es un hándicap cada vez más grande para el pequeño comercio”.

Factores que contribuirán a atenuar la caída

Sin embargo hay un factor que podría hacer remontar al sector en el inicio de las rebajas del verano, y es el tardío buen tiempo. En opinión de la CEC, esta circunstancia contribuirá a atenuar la caída en las ventas en los comercios, más por la necesaria renovación de artículos por parte de los consumidores que por la propia existencia de rebajas.

Como señala el secretario general de la Confederación, José Guerrero, “al haber tenido una primavera menos calurosa que otros años, los establecimientos tienen stock y comenzarán la campaña con importantes descuentos, como se está viendo ya en algunos establecimientos”.



Confederación Española de Comercio

NOTA DE PRENSA

En este sentido, muchos comerciantes se conforman con cubrir las pérdidas de los meses previos y dar salida al stock.

Por lo que se refiere a su duración, las rebajas de este año serán más cortas, y las mayores ventas se concentrarán en los diez primeros días de julio, como viene siendo habitual en los últimos años, con descuentos iniciales de hasta el 50%.

Siguiendo la tendencia de años anteriores, los subsectores que realizarán más ventas serán el textil, el calzado y los complementos, seguido del equipamiento de hogar, la electrónica y las nuevas tecnologías.

Pese al creciente número de cadenas comerciales que optan por anticipar su campaña varios días o incluso semanas, la mayor parte del comercio de proximidad esperará al tradicional mes de julio, si bien la CEC reconoce que el fracaso en las ventas en la temporada primavera-verano y el comportamiento de los grandes operadores “está obligando a muchas pymes a adelantar las rebajas aún a costa de reducir su margen de beneficio”.