



CEC pide una “profunda reflexión” para concretar el periodo de rebajas en el calendario

- **La Confederación advierte de la posible desnaturalización del concepto original de las rebajas a consecuencia del adelanto de las mismas.**
- **Pese al adelanto, la gran mayoría de las pymes de comercio iniciarán sus rebajas el 7 enero.**
- **Se prevé un crecimiento anual de las ventas del 3%.**

Madrid, 03 de enero de 2017.- La Confederación Española de Comercio (CEC) prevé para la campaña de rebajas de invierno una mejora anual de las ventas del 3%, y considera que es el momento de que “se lleve a cabo en nuestro país una profunda reflexión sobre la situación de las mismas”.

La CEC pide esta reflexión ante “el gran número de comercios que han aplicado descuentos en plena campaña de Navidad”, lo que “podría afectar al concepto original de las rebajas” entendidas estas como “una herramienta que permitía a los comerciantes vender su stock de temporada”.

Así mismo, la CEC ha advertido que el actual modelo liberalizado “desorienta al consumidor” y por ello ha pedido a la Administración pública que “establezca un periodo de rebajas mejor definido en el calendario”, ya que “permitiría una mejor promoción de las rebajas y una mayor aceptación de las mismas”.

En este sentido se ha pronunciado el presidente de la CEC, Manuel García-Izquierdo, recalcando que “por desgracia, las rebajas ya no son lo que eran”, si bien “con esta campaña los comerciantes esperan reactivar el consumo tras un 2016 atípico e irregular”.

Así mismo, el presidente de la CEC ha aplaudido la “ansiada recuperación de la confianza de los consumidores”, referencia que en el pasado mes de diciembre alcanzó el mejor dato del año, según ha publicado este miércoles el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Campaña breve de 10 a 15 días

Pese al adelanto de las rebajas que ha llevado a cabo parte del comercio, “la gran mayoría del sector sigue manteniendo el 7 de enero como fecha de inicio de sus descuentos”, ha matizado la Confederación, añadiendo que “las ventas se concentrarán durante los primeros 10 o 15 días de la campaña”.

Por lo que se refiere a los porcentajes de descuento, se espera que al principio se sitúen entre un 30 y un 50%, pudiendo llegar hasta un 80% al final de la campaña.



“Como consecuencia del adelanto de las rebajas, este año la campaña tradicional será breve y dispersa, con un crecimiento en las ventas algo inferior a la mejora que se dio en 2016”, ha continuado la Confederación.

Finalmente, los subsectores que previsiblemente realizarán más ventas en rebajas serán el textil, calzado y complementos, seguido del equipamiento de hogar y la electrónica.