



Anged se suma a la batalla contra las rebajas todo el año y reivindica las de enero y julio

► La patronal que representa a El Corte Inglés o Carrefour lamenta que la «gran promoción anual pierda fuerza» con la desregulación

JOSÉ LUIS GARCÍA VALENCIA

El debate de la desregularización de las rebajas que abrió el pasado sábado la Confederación de Empresarios del Comercio Valenciano (Cecoval) está calando en el sector. El gran comercio tampoco está de acuerdo con el marco actual de total libertad para que los comerciantes fijen a su libre disposición los periodos de descuentos (su fecha y duración) que está vigente desde el decreto del Gobierno de Rajoy del 13 de julio de 2012.

Ha sido Isabel Cosme, presidenta de Cecoval, la primera en abrir fuego, al trasladar en Madrid en el seno de la Confederación Española del Comercio (perteneciente a la CEOE) la voluntad de abrir una reflexión sobre este debate, latente desde hace años, ahora que el sector ha conseguido sellar un pacto para ordenar la libertad horaria que ha pacificado el comercio en Valencia.

La Asociación Nacional de Grandes Superficies de Distribución (Anged) también quiere poner coto a la desregulación total de las rebajas. «Siempre hemos sido partidarios de que cuanto menos regulación haya, mejor. Pero en las rebajas, como promoción muy arraigada en el comercio, y en el textil en particular, entendemos que sería bueno que se mantuviera como siempre», explica Carlos Alfonso, portavoz en Valencia de Anged.

La patronal que agrupa a gigantes del comercio como El Corte Inglés, Carrefour o MediaMarkt, entiende que la desaparición de facto de un periodo concreto de descuento delimitado hace que «pierda fuerza el concepto de rebajas como gran promoción anual» a un



Tradicional apertura del día de rebajas de El Corte Inglés, el pasado 7 de enero, en Valencia. EDUARDO RIPOLL

Rajoy dio al comercio libertad total para fijar descuentos y su duración

► Lo que hasta 2012 eran dos periodos de rebaja (verano e invierno), con un límite máximo de dos meses, y para productos que no hubieran estado en promoción al menos el mes anterior, quedó desregulado por completo con el decreto del 13 de julio de 2012. Los periodos de rebaja y su duración quedan ahora al «criterio de

cada comerciante». La venta en liquidación, por su parte, pasa de tener un plazo máximo de tres meses a un año. En cuanto a la venta en promoción el decreto legalizaba la compra de productos para venderlos directamente bajo esa fórmula. Ya no se exigía, como antes, haber estado a la venta a precio normal. J. L. G. VALENCIA

El marco legal depende del Gobierno, ahora paralizado; Economía influirá si Compromís pacta el nuevo Ejecutivo

ros, secretaria general de la Confederación de Comerciantes y Autónomos de la C. Valenciana (Covaco).

Esta asociación critica que, incluso con la regulación anterior, los descuentos y promociones eran casi ilimitados: «Parece que siempre estemos de saldo», apunta Barroso. Y critica que el decreto de 2012 vino a «legalizar prácticas» como comprar productos directamente para vender en promoción sin haber estado en tienda a precio normal. «El consumidor está vendido: no sabe qué porcentaje de rebaja hay», concluye.

Más allá de las posiciones de los agentes del sector, la cuestión es cómo afrontar un cambio legal en un asunto que depende del Gobierno, en un momento de vacío político. De momento, la patronal Cecoval pretende que la Confederación Española del Comercio haga suyo este debate. Por su parte, la Conselleria de Economía de Compromís, también contraria a la liberalización, esperará a la constitución del nuevo gobierno para mover ficha. Dependiendo del resultado de las negociaciones con el PSOE, en unos meses puede tener capacidad de influencia en la política nacional.

precio más económico en esos dos momentos clásicos: tras la Navidad y a principios de julio.

«Sin ser partidarios de una regulación demasiado constreñidora (duración del periodo, cantidad de productos en oferta), sería bueno que se conservase esas rebajas dos veces al año», valora Carlos Alfonso.

Por su parte, otra patronal del pequeño comercio, Covaco, también secunda la posición contraria a la desregulación. «No nos gustó en aquel entonces [2012] y fuimos de los primeros en oponernos. Se lo hemos trasladado a la Dirección General de Comercio. No solo se trata de la desregulación de las rebajas; también las promociones y los descuentos», valora Amparo Ba-