


FECE

 Federación Española
de Comerciantes
de Electrodomésticos

informa

Por José Prat, secretario general de FECE

¿Necesitamos una regulación nueva de los periodos promocionales y de las rebajas?

Como cada año por estas fechas, con la llegada del Black Friday y la Navidad, se plantea en todos los sectores una carrera sin control hacia un continuo periodo de promociones y rebajas, en un intento infructuoso de aumentar las ventas y con ello los beneficios de los negocios.

Nuestra distribución, tan cercana a los clientes, demuestra que da respuesta a la demanda de los mismos, como en el reciente Black Friday en el que todos los comercios han participado, la mayoría con campañas diseñadas por sus centrales.

No obstante, como todos los años, desde FECE nos hacemos las mismas preguntas: ¿Tiene sentido estar en un continuo periodo de rebajas? ¿Es necesario regular de forma diferente a la actual los periodos promocionales de los comercios? Creemos que sí, y como en otras ocasiones, vamos a intentar explicarlo.

El Black Friday condiciona negativamente la campaña navideña

En alguna ocasión (mejor dicho, siempre que tiene oportunidad) la Confederación Española de Comerciantes (CEC) ha manifestado que realizar descuentos y promociones en plena campaña "lastra los márgenes y descalabra de manera irreparable el resto de la campaña". Esto es lo que pasa, por ejemplo, con el Black Friday, que se sitúa en nuestro calendario muy próximo al periodo de Navidad (no como en los países anglosajones) y condiciona la percepción de los clientes durante la campaña navideña, en la que después de haber visto

precios reducidos por el Black Friday y tener la expectativa de las rebajas de enero, muchas personas se plantean la posibilidad de retrasar sus regalos para aprovechar los descuentos. No pretendemos desde FECE criticar las estrategias de marketing de los comercios que deciden voluntariamente acogerse a este tipo de periodos de promoción, sino solicitar una regulación adecuada, razonable y sostenible de dichos periodos, así como las condiciones para que ninguno de los actores del mercado pueda interpretar la normativa y adaptarla a su conveniencia.

Una normativa clara para poder competir en igualdad de condiciones

Siendo como somos una Federación que defiende los intereses de cerca de 6.000 puntos de venta de proximidad, muchos de ellos pequeños comercios, consideramos justo que exista un calendario claro, con el que el comerciante pueda prever estrategias de marketing que no se fundamenten únicamente en el descuento y el consumidor conozca de antemano cuándo va a contar con un periodo de rebajas.



Como ya dijimos en otras ocasiones, en FECE creemos que es necesario evolucionar de una competitividad por precio a una competitividad por valor. Trabajamos para defender la legalidad e impedir que los grandes actores del mercado burlen la Ley de Comercio, que regula perfectamente los periodos de rebajas y la terminología que se debe emplear en cada momento. Y si la Ley no es lo suficientemente explícita o puede ser interpretada, quizá haya llegado el momento de clarificar la norma para que podamos competir en igualdad de condiciones ■