



La covid y los nuevos hábitos deslucen el inicio de las rebajas

► La coyuntura sanitaria, el auge del 'online', el puente y la liberalización de fechas desdibujan un periodo antaño sinónimo de colas y ventas

MATEO L. BELARTE. VALÈNCIA

Las terceras rebajas pandémicas ya están en marcha, aunque algo desdibujadas por una conjunción de elementos que, al menos en el día de su estreno, les han hecho perder el lustre de anteriores ocasiones. Por supuesto, los efectos de la crisis sanitaria se dejan sentir, pero a eso hay que sumar la pujanza de la venta *online*, que resta afluencia a los comercios físicos, su arranque en pleno puente y una liberalización que permite que las promociones se sucedan durante todo el año, especialmente en un ejercicio como este en el que los negocios necesitaban reclamos para reactivar las ventas.

Pese a todo, el sector confía en que serán mejores que las del año

El pequeño comercio confía en que el ahorro por la pandemia genere un repunte de ventas y dé oxígeno al sector

pasado y que generarán ese ansiado repunte en sus facturaciones tras 15 meses negros.

Desde la desregulación de este periodo de descuentos, el pistoletazo de salida a las rebajas lo marcan las grandes superficies, que provocan un efecto dominó sobre el resto de pymes. Así, el inicio de las rebajas ayer en El Corte Inglés abrió la veda en la Comunitat Valenciana. Las aglomeraciones en las puertas y aquellas entradas a la carrera ya son historia, pero la tentación de hacerse con ese producto al que uno tiene el ojo echado desde hace tiempo por un menor precio sigue latente en muchos consumidores.

Prueba de ello son las modestas y ordenadas colas que minutos antes de la apertura de puertas se produjeron ayer en este gran almacén de València. Aunque el escenario es diferente al de años pasados, la empresa confía en que los «potentes» descuentos animen la venta, especialmente «en los primeros días».

También son relativamente optimistas en el pequeño comercio. La patronal más representativa del sector, Confecomerc, prevé



Los primeros clientes que accedieron ayer a El Corte Inglés en el primer día de rebajas.

M. A. MONTESINOS



Pese a no ser tan masivas como antes, el inicio de los descuentos animó la venta.

M. A. MONTESINOS

una campaña «mejor que la del año pasado» por la relajación de las restricciones, el avance de la vacunación y la retención del gasto que se ha hecho durante la fase dura de la pandemia. Este último hecho «podría repercutir en un

repunte del gasto», lo que sería un «balón de oxígeno» para las pymes, sumidas en una «etapa de recuperación».

Sin embargo, remarcan que la facturación estará «muy por debajo de los niveles prepandemia»,

e insisten en agilizar la llegada de las ayudas al sector. Su presidente, Rafa Torres, pidió retomar unas rebajas «marcadas en el tiempo para conseguir más impacto y expectativa en el cliente y eliminar la ambigüedad» de este modelo.