

#rebaixes #economia

Pilar Màrquez / @pmarquez86

“Ja no es fa per liquidar l'estoc de la temporada”

SOCIETAT Gabriel Izard adverteix que la transformació del model productiu i la pressió digital han deixat obsolet el calendari tradicional, posant en risc el model del petit comerç

Si el calendari s'ha trencat, no és només per una qüestió de dates o de màrqueting, sinó per una transformació profunda del model econòmic del tèxtil. Per entendre per què les rebaixes han deixat de ser un esdeveniment marcat en vermell al calendari, cal mirar bé com funciona la indústria. Així ho adverteix l'economista terrassenc Gabriel Izard, que assenyala que el concepte clàssic de rebaixa ha quedat obsolet perquè la base que el sustentava ha desaparegut: les temporades fixes.

“Les rebaixes d'hivern no són el que eren. El seu origen comercial era la iniciativa de treure estocs per part del comerciant i així enfocar bé la nova temporada. Abans hi havia quatre temporades: hivern, primavera, estiu i tardor”, explica Izard. Aquest cicle permetia acumular gènere que calia liquidar al final. Ara, però, la indústria ha virat cap a produccions molt més curtes i una rotació constant per adaptar-se a la moda immediata. “L'estoc a la botiga és per a pocs dies durant tot l'any i, per tant, les rebaixes perden el sentit original”, sentència l'economista. El comerciant ja no “buida el magatzem” un cop l'any, sinó que ajustarà marges si aconsegueix volum.

La bretxa digital i el petit comerç

A aquest canvi logístic s'hi afegeix l'impacte del món digital. Segons Izard, “el comerç en línia ha rematat el concepte”, ja que permet trobar els millors preus els 365 dies de l'any, trencant amb l'exclusivitat temporal de les rebaixes de gener. “Es pot buscar i trobar qualsevol producte al millor preu en qualsevol moment”, afirma. Aquesta nova realitat, però, no afecta tot hom per igual: “la carrera comercial ha donat avantatge als grans operadors que són una amenaça al comerç de proximitat”. Això obliga el botiguer local a estar “permanentment en alerta per no perdre passada”, conclou Izard.

Un model de ciutat en joc

Davant d'aquest escenari hostil, quina és la sortida pel teixit comercial de Terrassa? Izard recepta una estratègia que vagi més enllà de la guerra de preus: apostant per l'assortiment diferenciats, el servei personalitzat i la proximitat. El comerç local ha “de lluitar pri-



Una persona passant per davant d'un aparador al centre de Terrassa / NEBRIDI ARÓZTEGUI

La carrera comercial ha donat avantatge als grans i amenaça el comerç de proximitat

oritzant la conveniència: proximitat, nous productes, assortiment diferenciats, servei, i també el preu”. L'economista tanca amb una reflexió que va més enllà de l'economia: “No podem despullar els carrers del comerç que és el que dona vida i sentit de comunitat a les ciutats”.

En definitiva, es tracta d'una cruïlla on el consumidor, que actualment “viu en la immediatesa”, acabarà decidint amb les seves compres si vol carrers amb aparadors o només punts de recollida, cosa que seria una molt mala notícia per a ciutats amb un comerç local històricament arrelat com Terrassa.

OPINIÓ

Rebaixes: què cal saber abans de comprar



Alfons Conesa Badiella

Assessor de consum de la Cecot

Les rebaixes han evolucionat amb el temps, igual que ho ha fet el comerç. Si mirem enrere, no fa tants anys que les dates d'inici i final de les rebaixes estaven regulades per decret i formaven part del calendari comercial de manera gairebé ritual. Encara recordem les imatges d'aglomeracions a les portes dels grans magatzems el primer dia de rebaixes d'hivern.

Actualment, però, el marc normatiu és diferent. Des de la liberalització del sector, els establiments poden decidir lliurement si fan o no rebaixes i quan les duen a terme. Per posar en context, l'any 2013 les rebaixes d'hivern es regulaven per Decret, i aquest establí que “Des del 7 de gener i fins el proper 6 de març els comerços iniciaran la campanya de rebaixes”, això volia dir que cada comerciant era qui decidia la durada que considerés adient dins dels dos períodes estacionals. En canvi, l'any 2026, els establiments poden decidir lliurement si fan o no rebaixes –no hi estan obligats–.

Tot i que les temporades habituals continuen sent l'hivern i l'estiu, el Consell Assessor de la Generalitat en Matèria de Comerç només estableix dates recomanades. Això fa que el consumidor es trobi amb un calendari comercial molt més flexible i també més complex.

Per aquest motiu, quan un establiment anuncia una venda en rebaixes ho ha de fer clarament amb aquesta denominació i indicant el període durant el qual s'aplica. En un context en què al llarg de l'any conviuen ofertes, promocions, liquidacions, Black Friday, Cyber Monday i altres campanyes comercials, és important distingir què són realment les rebaixes i quines normes les regulen. Però centrem-nos en el període que començarà l'endemà del Dia de Reis, el 7 de gener.

Les rebaixes d'hivern, que tradicionalment comencen l'endemà de Reis, són una oportunitat per al comerç per donar sortida als estocs de temporada mitjançant una reducció de preus. Ara bé, els productes rebaixats han d'haver estat a la venda com a mínim durant el

mes anterior a l'inici de les rebaixes i no poden haver estat fabricats expressament per a aquesta finalitat.

Per a les persones consumidores, les rebaixes també representen una oportunitat, sempre que es compri amb informació i criteri. Els productes rebaixats han de tenir la mateixa qualitat, garanties i serveis postvenda que quan es venen a preu ordinari i no poden presentar defectes. Planificar les compres, fer una llista prèvia i comparar preus abans de l'inici de les rebaixes són bones pràctiques per evitar compres impulsives.

Cal recordar que durant el període de rebaixes, els establiments comercials tenen obligacions clares. Els articles rebaixats han d'estar perfectament diferenciats de la resta; el preu rebaixat ha de constar al costat del preu anterior o bé indicar-se el percentatge de descompte, tant a l'aparador com a l'interior del local. A més, el preu de referència ha de ser el més baix que hagi tingut el producte durant els trenta dies anteriors a l'inici de les rebaixes.

Pel que fa als mitjans de pagament (Mitjans de pagament. Agència Catalana del Consum), si un establiment accepta habitualment targetes o altres sistemes, també els ha d'acceptar durant les rebaixes. En canvi, en les vendes presencials, els comerços no estan obligats a acceptar canvis o devolucions si el producte està en perfecte estat, llevat que ho hagin anunciat prèviament.

És per això que és fonamental informar-se abans de comprar sobre la política de canvis i devolucions: terminis, retorn dels diners o val de compra, caducitat del val i possibles excepcions. Aquesta informació ha d'estar indicada de manera clara i accessible.

També és recomanable examinar bé el producte abans de comprar-lo, comprovar-ne la qualitat i conservar sempre el tiquet o la factura, ja que són la garantia en cas de reclamació. Cal recordar que els catàlegs, les ofertes comercials i la publicitat dels productes són vinculants i poden exigir-ne el seu compliment. A més, tots els establiments han de disposar de fulls oficials de reclamació, i optar per comerços adherits al sistema arbitral de consum és una garantia addicional.

Finalment, cal tenir en compte les rebaixes en el comerç electrònic. En aquest cas, a més de les garanties habituals, la persona consumidora disposa d'un termini mínim de 14 dies naturals per desistir de la compra i retornar el producte.

Comprar en rebaixes pot ser una bona oportunitat si es fa amb informació, responsabilitat i sense perdre de vista el presupost.

Bones rebaixes!