



La inflación y los descuentos permanentes merman las expectativas del comercio ante las rebajas

Madrid, 1 de julio de 2022.- Pese a que las tradicionales rebajas arrancan hoy, 1 de julio, son muchas las firmas comerciales que dieron ya el pistoletazo de salida a esta campaña hace más de una semana y con ellas, **muchos pequeños y medianos comercios que se han visto arrastrados a adelantarlas para intentar competir y no perder las ventas de los primeros días**, aunque esto suponga acortar los tiempos naturales de ventas en temporada a precios originales.

Desde la Confederación Española de Comercio (CEC), y siguiendo la tónica de los años anteriores, no esperan que esta campaña suponga una dinamización importante de las ventas. **Desde la liberalización de los periodos de rebajas en 2012, estas han ido perdiendo poder de convocatoria** y atractivo de cara al consumidor. “Se mantienen por tradición, pero la desestacionalización de los descuentos, que se encadenan a lo largo de todos los meses del año, bajo promociones o descuentos ocasionales, han disipado su impacto más allá de la primera semana” señala Rafael Torres, presidente de la CEC.

Para esta campaña en particular, **no se esperan descuentos importantes debido a la elevada inflación** que ya se ha trasladado inevitablemente al precio final de los productos, así como a los altísimos sobrecostes a los que están haciendo frente en los últimos meses las pymes y autónomos del sector y que están recudiendo unos ya de por sí reducidos márgenes.

Influirá también que los establecimientos dedicados al equipamiento personal (textil, calzado, complementos...) y que tradicionalmente hacen un mayor aprovechamiento de estas campañas, han registrado una mejora de sus ventas en los últimos meses, por lo que cuentan con **menos stock al que dar salida con precios agresivos**.

Por último, el escenario inflacionista en el que nos encontramos con una tasa de IPC que este mes supera el 10% está afectando de manera importante a **la capacidad de compra de las familias y por tanto al consumo**, por lo que no se espera un incremento significativo de las ventas.

Más allá de las rebajas, la patronal del comercio se muestra **moderadamente optimista de cara la temporada estival atendiendo a las previsiones de ocupación** que se están haciendo desde el sector turístico y que ya está teniendo su impacto en el comercio de zonas como Baleares o Canarias que están notando una reactivación de las ventas.