

El Black Friday anima el comercio en noviembre, pero fuerza un inicio de campaña de Navidad decepcionante

El ICM de noviembre muestra un crecimiento interanual de las ventas del 2,9%, mientras que el empleo mantiene un crecimiento estable

Madrid, 27 de diciembre de 2017.- La recuperación de la confianza del consumidor en el mes de noviembre ya auguraba un mejor comportamiento de las ventas, y así ha quedado confirmado en el Índice de Comercio al por Menor, publicado hoy por el INE, que refleja un aumento interanual de las ventas del 2,9%, 4,1 puntos por encima del mes anterior.

La Confederación Española de Comercio atribuye este buen resultado principalmente al efecto del Black Friday, recordando que “esta jornada de descuentos, en la que participó masivamente el pequeño y mediano comercio, ha servido para impulsar las ventas tras un inicio de campaña otoño-invierno decepcionante”. Sin embargo, la CEC alerta de que las más beneficiadas al hacerle frente al ecommerce fueron las grandes cadenas y superficies, con crecimientos muy superiores a los de las empresas unilocalizadas.

El inicio de la campaña de Navidad pierde fuerza

A pesar de los buenos datos de noviembre, la Confederación señala que “durante las primeras semanas de la campaña de Navidad no se están cumpliendo nuestras expectativas”, debido en parte a que muchos consumidores adelantaron sus compras para estas fiestas con los descuentos del ‘viernes negro’. Aún así, desde la CEC se confía en que el consumo repunte de cara a Nochevieja y Reyes, aunque “estimamos que el crecimiento durante esta campaña de Navidad será menor que en años anteriores, quedándonos en un 3% de mejora interanual”.

Precisamente para estimular las ventas, muchos comerciantes se están viendo abocados a adelantar a estas primeras semanas de la campaña sus promociones, adelantándose así al período tradicional de las rebajas. “Dar salida al amplio excedente de artículos que tienen las tiendas, especialmente del textil y calzado, debido a las bajas ventas que se han hecho hasta el momento, son el objetivo principal de este tipo de iniciativas, con importantes descuentos en algunos casos”.

A pesar de todo, desde la Confederación Española de Comercio se destaca que la de Navidad y Reyes sigue siendo la campaña más importante del año para el comercio, por lo que el sector tiene muchas esperanzas depositadas en lo que ocurra durante los próximos días. “Los españoles somos mucho de las compras de última hora, así que se puede decir que la campaña de Navidad acaba de arrancar”.