

Hasta un 30% del pequeño y mediano comercio participará este año en el Black Friday

Aunque las campañas de Navidad y Reyes siguen siendo la mayor apuesta del sector, la CEC destaca el beneficio económico y social que supone la adhesión al Black Friday por parte del comercio de proximidad

Madrid, 16 de noviembre de 2017.- Son muchos los establecimientos que están ya aplicando importantes descuentos en sus productos, adelantándose así al Black Friday como una forma de dar salida al stock acumulado ante el mal inicio de la campaña otoño-invierno, especialmente en el textil y el calzado. En opinión de la Confederación Española de Comercio, esta circunstancia restará impacto y desinflará las ventas del Black Friday, que se celebrará el próximo viernes 24 de noviembre.

La Confederación destaca que, fundamentalmente debido a la inestabilidad política, la confianza del consumidor ha caído en los últimos meses. Esta circunstancia, sumada a las temperaturas anormalmente altas hasta principios de noviembre, ha hecho que los resultados en el inicio de la campaña otoño-invierno no hayan cumplido con las expectativas de ventas. La CEC afirma que "nos tememos que, como mucho, se repetirán los niveles de ventas del año pasado. No habrá crecimiento durante la campaña del Black Friday". Aún así, se espera una amplia participación por parte del pequeño y mediano comercio. "Calculamos que en torno al 30% de las pymes de comercio aprovecharán esta fecha para ofrecer descuentos que les permitan ampliar sus ventas".

Aceptación de esta campaña entre el pequeño y mediano comercio

Según la CEC, el comercio de proximidad se ve arrastrado a adherirse al 'viernes negro', como única opción para no perder ventas frente a competidores de mayor tamaño. Sin embargo, desde la Confederación se destaca que esta campaña es positiva en cuanto que supone recuperar un período de descuentos con fechas acotadas, y en consecuencia esto genera una 'fiebre' compradora. "La liberalización de los períodos de rebajas en 2012 tuvo como consecuencia más directa la confusión en el consumidor, que ya no tiene claro en qué momento va a encontrar los mejores precios y descuentos. En este sentido, esta jornada de descuentos supone un fuerte efecto reclamo".

Asimismo, cabe destacar que el Black Friday implica el inicio de la campaña de Navidad, ya que muchos consumidores adelantan sus compras a esta jornada, si bien desde la CEC se hace hincapié en que "la apuesta más importante para el pequeño y mediano comercio sigue siendo la campaña de Navidad y Reyes".

El Black Friday da el salto a tu comercio

Ante el auge de esta campaña entre las pymes de comercio, la Confederación ha puesto en marcha por tercer año consecutivo su campaña 'El Black Friday da el salto a tu Comercio', iniciativa de alcance nacional con la que se pretende unificar bajo una misma imagen las distintas acciones que llevan a cabo las asociaciones de comercio de toda España.

La Confederación destaca el "beneficio económico y social" que supone la adhesión a la campaña por parte del comercio urbano, que no se limitan a ofrecer descuentos sino que hacen una labor de dinamización. "Nuestras pymes y autónomos han convertido una evento enfocado en la venta online en un acontecimiento a pie de calle, llenando los núcleos urbanos de actividades comerciales y lúdicas por parte de nuestras asociaciones de comerciantes".