



# El Black Friday crecerá también a menor ritmo entre el pequeño y mediano comercio

- *Un 40% del comercio de proximidad ofrecerá algún tipo de promoción el ‘viernes negro’, que podrían oscilar entre el 20% y el 30% de descuento.*
- *La CEC reclama a nuestra Administración que ponga en marcha cuanto antes las medidas prometidas.*

*Madrid, 15 de noviembre de 2018.-* El Black Friday seguirá creciendo en 2018, aunque dada la contención del consumo, lo hará a menor ritmo que en años anteriores; una circunstancia que repercutirá también en las ventas del pequeño y mediano comercio. La Confederación Española de Comercio estima que algo más del 40% del comercio de proximidad, el mismo porcentaje de 2017, se verá un año más arrastrado a adherirse al ‘viernes negro’ para no perder ventas frente al comercio electrónico y a otros grandes formatos comerciales, oscilando las promociones entre el 20% y el 30% de descuento, con el fin de no ver lastrados excesivamente sus márgenes.

Aunque eso sí, tras una primera mitad de año negativa en cuanto a ventas, y dada la necesidad del comercio de vender los stock acumulados, desde la CEC creemos que el Black Friday servirá para impulsar las ventas este mes, como ya ocurrió en noviembre del año pasado.

Esta jornada se ha convertido en el auténtico pistoletazo de salida de la campaña de Navidad, ya que muchos consumidores adelantan sus compras a estas jornadas, pero esto tiene una consecuencia directa: una campaña navideña cada vez más floja. En palabras del presidente de la CEC, Manuel García-Izquierdo, se trata de una cuestión de poder adquisitivo de los consumidores: “lo que el cliente gaste ahora no lo gastará ni en Navidad ni en Reyes, y viceversa”.

En este sentido, aunque admite que el Black Friday es positivo en cuanto que delimita claramente un nuevo período de descuentos, insiste en que “la apuesta más importante para el pequeño y mediano comercio debe seguir siendo la campaña de Navidad y Reyes”.

### El sector reclama medidas

El cambio de hábitos del consumidor y las promociones constantes a lo largo de todo el año, entre otras causas, han puesto al pequeño comercio en una auténtica encrucijada, con



Confederación Española de Comercio

## NOTA DE PRENSA

fuertes caídas de ventas y cierre de establecimientos. Por eso, desde la Confederación insistimos al Gobierno en la necesidad de aprobar medidas de apoyo para el sector.

El presidente de la Confederación, Manuel García-Izquierdo, asegura que “este es un problema más serio de lo que a simple vista pueda parecer, ya que el declive del sector redundaría en la pérdida de miles de empleos y autónomos; vamos contrarreloj”.

Desde la CEC hemos recibido la confirmación de que en las próximas semanas va a ser convocado el **Observatorio del Comercio 4.0**, del que formaremos parte y donde se definirán acciones encaminadas a potenciar la digitalización del sector. Además, insistimos en la urgente necesidad de convocar también el resto de comisiones anunciadas, como la que estudiará cómo se han desvirtuado las campañas de rebajas tras la liberalización de 2012, o la ‘Mesa del Intrusismo’, cuestiones todas ellas fundamentales para nuestro sector.