



Confederación Española de Comercio

NOTA DE PRENSA

## La CEC pide que se apueste por el comercio de proximidad este Black Friday

*La Confederación insta a los comerciantes que quieran participar en esta campaña, a que lo hagan con descuentos moderados y se centren en poner en valor los beneficios del comercio de proximidad*

Madrid, 24 de noviembre de 2020 -. La Confederación Española de Comercio (CEC) estima una **participación de entre el 40 y 45% de los comercios de proximidad en la campaña de Black Friday** más digital y decisiva de la historia.

“La mayoría lo harán arrastrados por otros formatos comerciales o resignados, para evitar perder las ventas de la Campaña de Navidad, que se adelantan a estas fechas”, señala Pedro Campo, Presidente de la CEC. Y es que, según datos de la confederación, **para el 60% del comercio es inviable mantener la actual dinámica de descuentos** debido a los márgenes tan pequeños que les ha dejado la crisis derivada del coronavirus.

En este sentido, la CEC considera que, **si el Black Friday se circunscribiera realmente a 24 horas, podría resultar positivo** de cara a dinamizar las ventas y aportar visibilidad al comercio; sin embargo, la realidad es que para muchas marcas y grandes cadenas, esta campaña arranca ya el día 11 de noviembre con el Día del Soltero, se prolonga con el Cyber Monday, enlaza con una ya debilitada campaña de Navidad y Reyes y culmina con las rebajas de invierno, dando lugar así a una auténtica maratón de descuentos que, ya resultaba insostenible en años anteriores y que **en el contexto actual, puede suponer el cierre de muchos negocios.**

A la caída de facturación, **que alcanza el 50% en algunos subsectores del comercio respecto a 2019**, se le suma ahora el aumento de gasto al que tienen que hacer frente muchos de ellos, con la devolución de los créditos ICO y la demora de impuestos. En estas circunstancias, “resulta imposible aguantar una situación de dos meses con descuentos permanentes” afirma Campo.

La Confederación insiste en que, para el comercio de proximidad, “prolongar la duración de esta campaña supone un suicidio a largo plazo” ya que se traduce en una arbitrariedad en los precios, a la vez que desvirtúa las rebajas de invierno y debilita las ventas.



Confederación Española de Comercio

## NOTA DE PRENSA

Recuerda además que, entre los meses de noviembre y diciembre, muchos subsectores del comercio registran el 50-60% de su facturación anual, por lo que, de no acercarnos a cifras de años anteriores, **podrá suponer el cierre de hasta el 50% de los comercios de proximidad.**

Por todo ello, la CEC pide a los consumidores que apoyen **al comercio local y de proximidad en esta campaña de Black Friday y la posterior Campaña de Navidad**, para contribuir a la recuperación económica de un sector que se ha visto especialmente afectado por el Covid-19.

Así mismo, insta a los comerciantes que quieran participar en esta campaña, a que lo hagan con descuentos moderados, que no destrocen sus márgenes, y que se **centren en poner en valor los beneficios del comercio de proximidad.**