



Confederación Española de Comercio

Dos de cada tres personas consumidoras elegirán el comercio físico frente al online este 'Black Friday'

Se espera un moderado aumento de ventas respecto a 2023 que se compensará con una reducción del consumo en las semanas previas y durante la campaña de Navidad

Madrid, 27 de noviembre -. El viernes 29 de noviembre se celebra oficialmente el *Black Friday*, aunque son muchos los formatos comerciales que ya han rebautizado esta fecha como *Black Week*, extendiendo su duración durante toda la semana e incluso del mes.

La **Confederación Española de Comercio (CEC)** estima que el **61% de las personas consumidoras tienen intención aprovechar las ofertas** y realizar alguna compra durante estos días. Siguiendo la tendencia de consumo actual, se espera registrar un moderado aumento de las ventas respecto a la campaña del año pasado, no obstante, cabe señalar que esta subida del gasto de *Black Friday* se verá compensada por la reducción del consumo experimentada durante las semanas previas a esta campaña y previsiblemente durante la **campaña de Navidad, una fecha clave para el comercio, en el que muchos subsectores concentran hasta el 60% de su facturación anual.**

En el caso concreto de la **provincia de Valencia** se afronta con gran incertidumbre la próxima campaña navideña, ya que **un tercio de los consumidores de este territorio se han visto afectados por la tragedia de la DANA**, lo que previsiblemente desincentivará el consumo. Por el contrario, algunos subsectores relativos al equipamiento del hogar como muebles y electrodomésticos se podrían ver positivamente afectados por el efecto de la reconstrucción tras este desastre natural, aumentando sus ventas de cara a 2025.

La patronal del comercio sí se muestra más optimista respecto a una mayor afluencia de gente en las calles y mayor presencialidad en los establecimientos de personas consumidoras que desean apostar por la experiencia de compra en tienda física. Pese a que el comercio *online* es la opción preferida para realizar búsquedas y comparar precios para el 52% de los consumidores de entre 27 y 58 años, **dos de cada tres personas consumidoras finalizará su compra en el comercio físico.**

En cuanto a descuentos, cada comercio, en función del sector, tiene un entorno competitivo muy diferente y mayor o menor capacidad para realizar ofertas, pero en cualquier caso se prevé que estos se limiten a determinados artículos y que de manera generalizada no vayan a producirse grandes promociones.



Confederación Española de Comercio

En este aspecto, CEC espera que, tal y como ha anunciado recientemente el Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, se refuerce el **sistema de monitorización de precios para controlar que no se lleven a cabo 'falsas rebajas'** durante el *Black Friday*. Una práctica muy común en determinados formatos y que se ve favorecida por la dinámica de descuentos constantes encadenados a lo largo del año, que producen en el consumidor una enorme sensación de confusión.

Respecto a la participación del comercio de proximidad, se estima que en aproximadamente un **60% de los establecimientos se unirán de una forma u otra en 2024 al Black Friday** realizando algún tipo de descuento o promoción en sus negocios, una cifra que puede aumentar notablemente en función del subsector. La mayoría lo harán para no perder ventas frente a otros formatos, pero también como una muestra de su capacidad de adaptación para dar respuesta las demandas del consumidor.