

Moody's cuestiona los beneficios del Black Friday

El Black Friday ya está aquí. El famoso Viernes negro y el Cyber Monday impulsan con fuerza las ventas de las empresas año tras año. Cada vez son más los sectores que dan la mano a esta campaña y cuelgan carteles de descuentos en casi todos sus productos. En concreto, este año el Black Friday y el Ciber Monday generan 28,400 nuevos contratos en España, según la empresa de recursos humanos Randstad.

Pero los precios bajos que ofertan casi todas las compañías en estos días para no quedarse atrás frente a la competencia suponen un impacto negativo para el riesgo de crédito del sector europeo de la distribución, que puede verse afectado por precios demasiado bajos y sufrir pérdidas, según afirmó este jueves la agencia de calificación Moody's.

El periodo de compras navideñas, que desde 2011 arranca en España con el Viernes Negro, es cada vez más largo por el gran volumen de negocio que generan estos días, pero a menudo con menores márgenes de rentabilidad, lo que "raramente" resulta positivo para las compañías. Según explica el vicepresidente y 'senior credit officer' de Moody's, David Beadle, esta situación impacta de forma negativa en el riesgo del crédito de estas empresas de distribución.

No obstante, para Beadle, algunas compañías del sector que han decidido unirse a este periodo de rebajas lo han hecho de forma "inteligente" a través de una estrategia que incluye productos específicos para proteger esos márgenes.

Otras empresas de distribución, sin embargo, han decidido que su beneficio y valor de marca "están mejor servidos" evitando involucrarse. De ahí que, según Beadle, llegará el momento en el que este evento se centrará en productos electrónicos y los clientes "se darán cuenta" que los verdaderos 'chollos' son difíciles de encontrar.