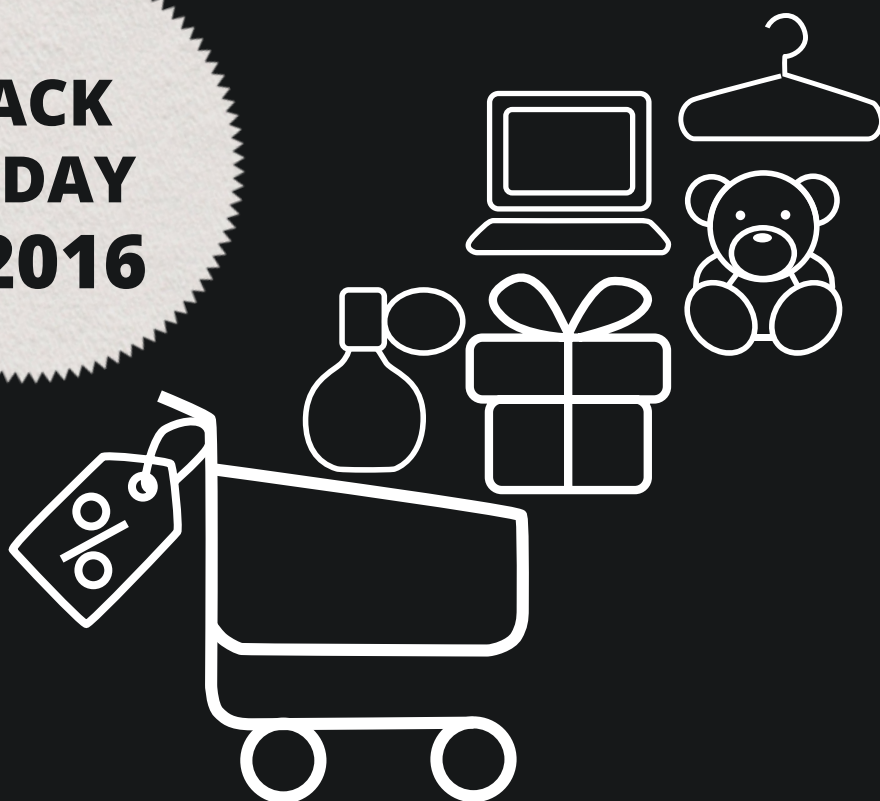


**BLACK  
FRIDAY  
2016**

**El fenómeno  
americano que  
arrasa también  
en España**



**El Black Friday, o también llamado viernes negro, llegó a España en 2012** y aunque su primer año no tuvo gran acogida, su popularidad ha ido aumentando hasta convertirse en una de las campañas más importantes del año para retailers y marcas debido al éxito que ha tenido entre consumidores. Cada vez son más quienes aprovechan este evento comercial para adelantar sus compras navideñas beneficiándose de los descuentos y promociones que se ofrecen durante el Black Friday. Tiendeo ha realizado un estudio entre sus usuarios con el fin de conocer los hábitos e intención de compra de los consumidores españoles durante el Black Friday 2016. El es-

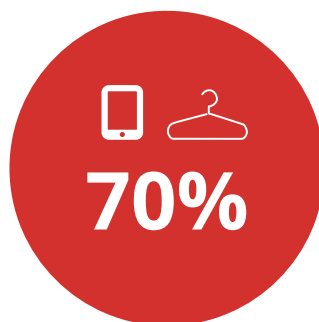
tudio se ha basado en una encuesta realizada a más de 2.000 usuarios de Tiendeo y también ha tenido en cuenta los datos internos sobre el comportamiento de los usuarios de Tiendeo durante el Black Friday de los años anteriores. Una de las principales conclusiones del presente estudio es el aumento de gasto que manifiestan destinar los consumidores durante este día. También se detecta un creciente uso de los canales digitales, sobre todo desde plataformas mobile, para planificar con anterioridad sus compras de cara a poder estar informados de los mejores precios y ofertas que los distintos establecimientos ponen a su disposición.



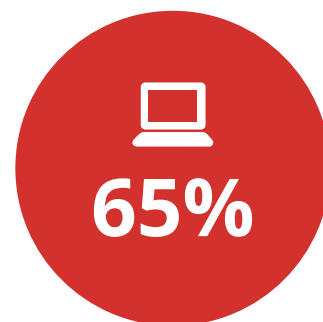
9 de cada 10 encuestados manifiestan que comprarán algún producto durante el Black Friday



El gasto medio estimado será un 15% superior al del 2015



Electrónica y Moda concentran un 70% de la intención de compra por los consumidores para el Black Friday



El 65% de los consumidores planificarán sus compras de forma online

## ↑ Intención de Compra



A pesar de ser una festividad comercial importada de Estados Unidos, el Black Friday cada vez genera más interés, tanto por parte de los negocios que aumentan sus promociones para este evento como entre los consumidores. De hecho, el 92% de los encuestados tiene intención de realizar alguna compra en Black Friday 2016, en comparación con el año anterior, en el que el 56% de los consumidores encuestados adquirió algún artículo.

## ↑ Ventas

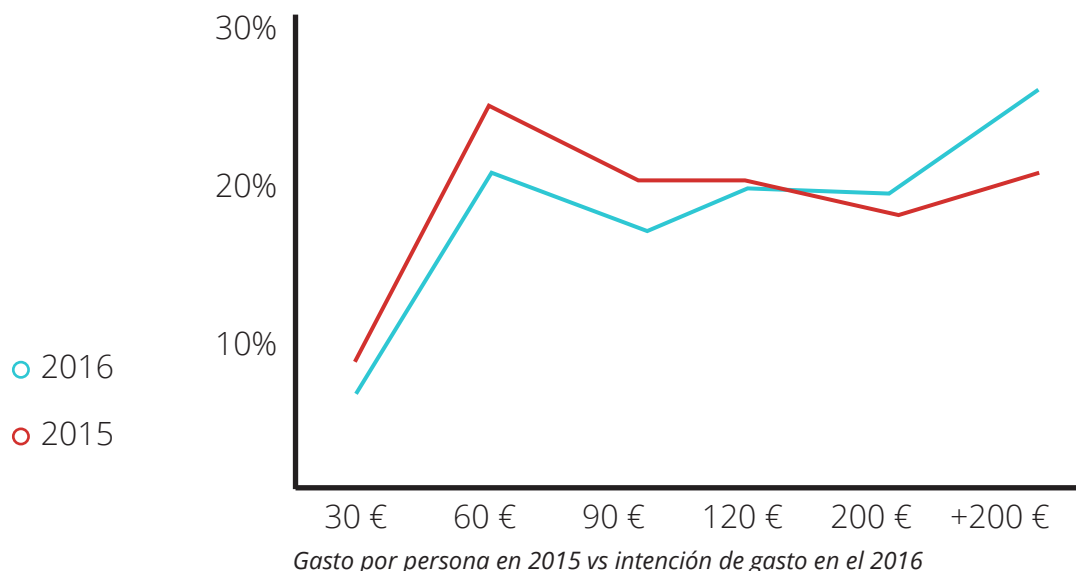
+ 13,12%



1.2 M€

Un estudio de la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) calcula que las ventas este año serán de 1.267 millones de euros en España, un 13,12% más respecto al 2015.

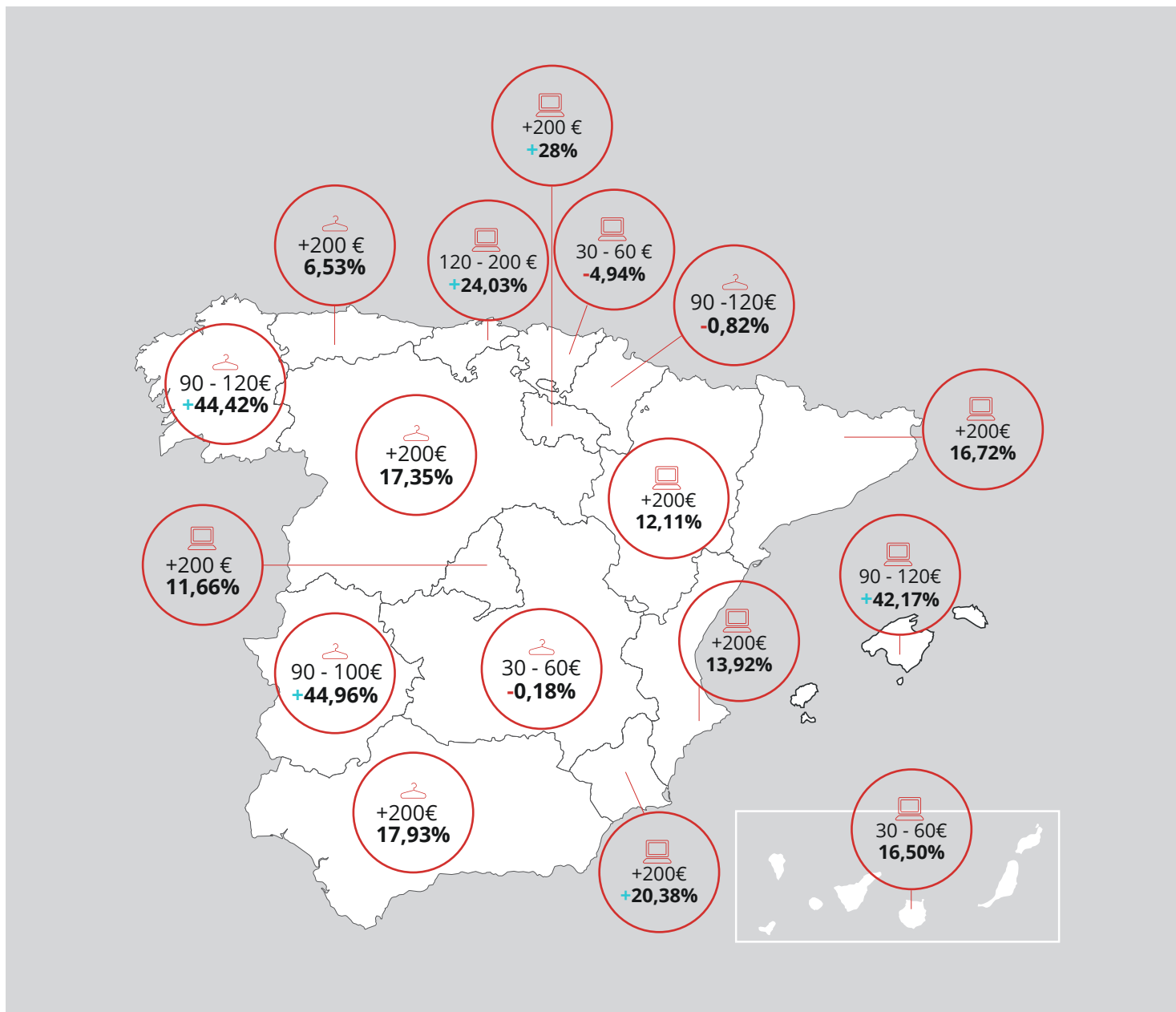
## ↑ Gasto por cápita:



Cada vez más gente se anima a consumir en estas fechas y cada vez se gasta más. Uno de los datos más relevantes es la previsión de aumento del gasto medio en un 15% durante el Black Friday 2016 respecto al año anterior. Mientras que en 2015 el mayor segmento fue

el de los consumidores que incurrieron en un gasto entre 30 y 60 euros, este año parece que la intención de compra va ligada a un gasto muy superior, siendo el segmento mayoritario el de los consumidores que prevén gastar más de 200 euros.

## Cada Comunidad Autónoma tiene sus preferencias



Gasto estimado por CCAA e incremento del gasto medio respecto a 2015, junto con la categoría con mayor intención de compra por CCAA  
Fuente: Encuesta Tiendeo

La Rioja se alza como la Comunidad Autónoma con un gasto medio más elevado y una de las comunidades con mayor crecimiento respecto al año pasado, donde parece ser que el Black Friday se ha instaurado como un evento comercial de gran interés. Cabe recordar que Logroño se convirtió en 2011 en la primera ciudad de España en

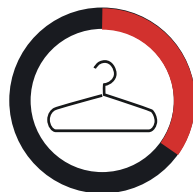
celebrar el 'Black Friday'. A ésta le siguen Aragón, Cantabria, Cataluña, Valencia y Madrid como comunidades con mayor crecimiento.

## Moda y electrónica, protagonistas del Black Friday 2016



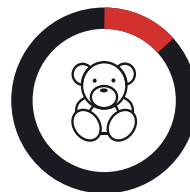
**36%**

Electrónica



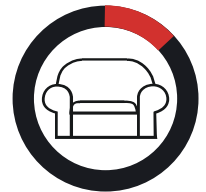
**34%**

Moda



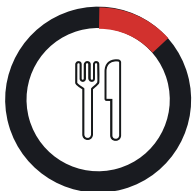
**8%**

Juguetes y  
bebé



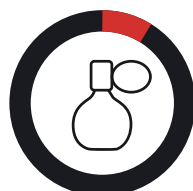
**7%**

Hogar y  
muebles



**6%**

Alimentación



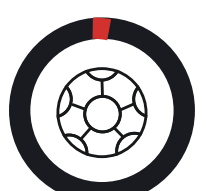
**4%**

Perfumería  
y Belleza



**3%**

Jardín y  
Bricolaje



**2%**

Deporte

Las categorías  
electrónica  
y moda  
representarán  
un **70%** de las  
compras



**70%**

En sus inicios, el producto estrella del Black Friday fueron los pertenecientes a la categoría electrónica. Sin embargo, en los últimos años esto ha cambiado y otras categorías han ido ganando importancia entre los consumidores, especialmente la moda, seguido de juguetes, hogar y productos de belleza.

## ¿Qué comprarán los hombres?



Electrónica



62%

Moda



14%

Juguetes y Bebés



3%

Hogar y Muebles



5%

Alimentación



7%

Perfumería y Belleza



0%

Deporte



3%

Jardín y Bricolaje



7%

Intención de gasto medio:

+120€

## ¿Qué comprarán las mujeres?



Electrónica



25%

Moda



43%

Juguetes y Bebés



10%

Hogar y Muebles



8%

Alimentación



6%

Perfumería y Belleza



6%

Deporte



1%

Jardín y Bricolaje



1%

Intención de gasto medio:

30 - 120€

# ¿Qué marcas prefieren los usuarios?

## Electrónica

**LG, Apple, SONY, Play Station, SAMSUNG y Bosch** son las marcas de electrónica favoritas por los consumidores para este Black Friday 2016.

**Pero, ¿dónde prevén comprar cada producto?**



93%



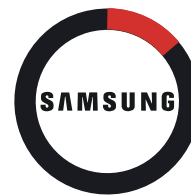
89%



65%



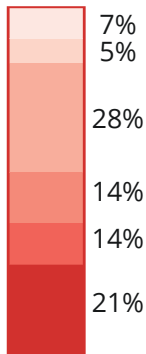
48%



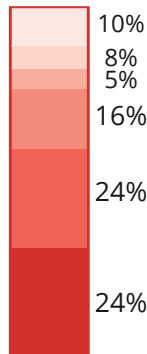
28%



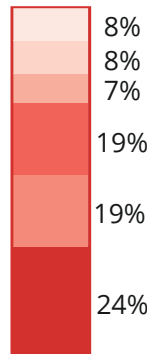
28%



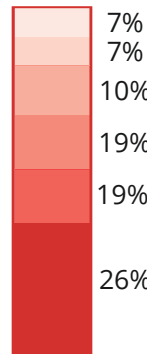
LG



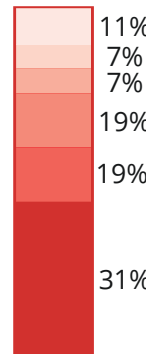
Apple



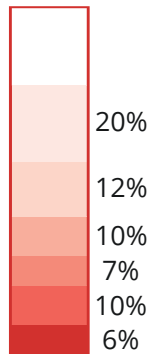
Sony



Play Station



Samsung

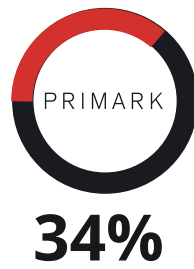


Bosch

- Worten
- Fnac
- Pc Components
- Amazon
- El Corte Inglés
- Mediamarkt

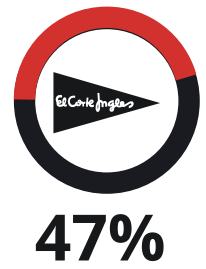
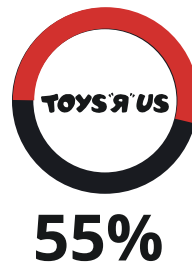
*Retailers con mayor predisposición de compra por parte de los encuestados*

## Moda



*Primark: Aunque no han participado nunca en el Black Friday alegando que sus precios ya son muy bajos durante todo el año y no parezca que lo vayan a hacer este año, los consumidores muestran una alta predisposición en comprar en Primark este Black Friday*

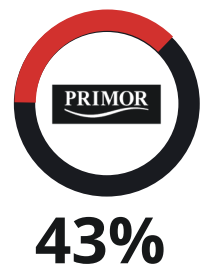
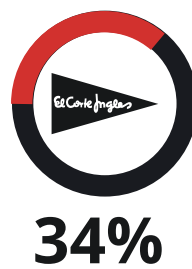
## Juguetes y bebés



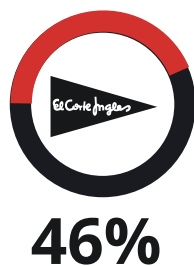
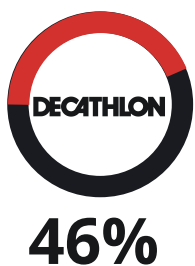
## Hogar y muebles



## Perfumería y belleza



## Deporte

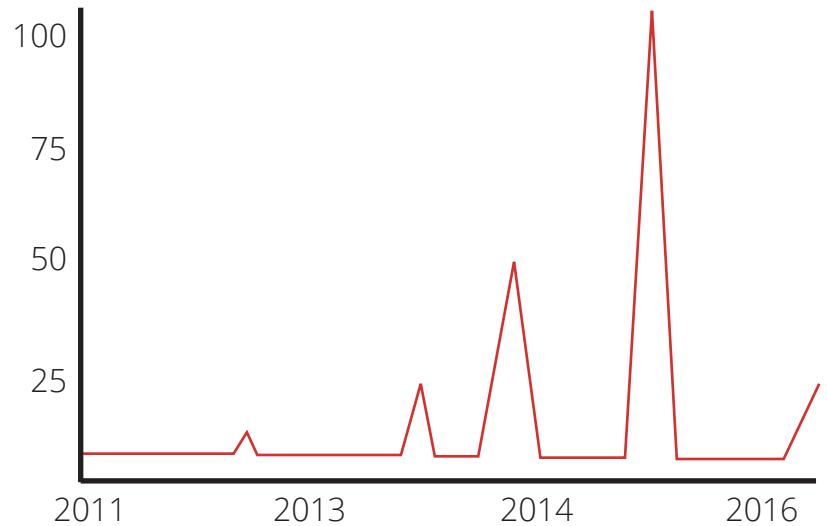


## Jardín y bricolaje



## Antes de comprar, planificar

Según datos recogidos por *GoogleTrends* el incremento de búsquedas online del término Black Friday en España ha ido incrementando considerablemente en los últimos 3 años. Especialmente en 2015 dónde hubo un aumento de búsquedas respecto a 2014 de un 54%. Con una tendencia claramente alcista, este año se espera un volumen de búsquedas todavía mayor.



### 65%

de los consumidores planificarán online sus compras

### 55%

de los encuestados, planificarán sus compras entre dos semanas y el día antes del Black Friday

### 65%

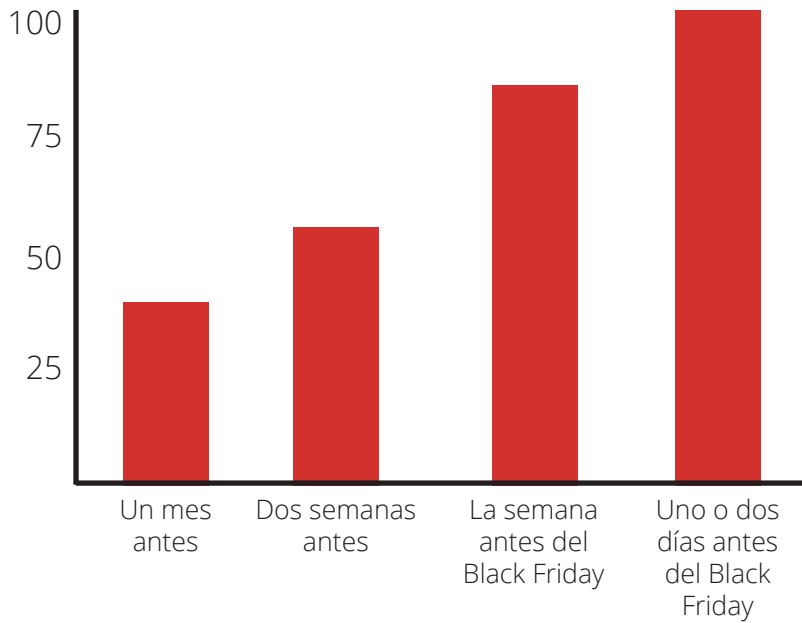
de los consumidores comprarán en tienda física

## Planificación online, compra offline

El cambio en el comportamiento de los consumidores es una realidad. Las múltiples posibilidades de conectividad hacen que los compradores de hoy en día integren interacciones digitales en todo el proceso de compra. Es en el momento de la planificación de compra donde se observa un mayor uso de herramientas online, pero los consumidores, especialmente en España, siguen prefiriendo acudir a los puntos de venta físicos para realizar sus compras. Con la aparición del comercio electrónico, nacieron dos conceptos antagónicos, el **showrooming** y el **webrooming**. Este último consiste en buscar información del producto de manera online, para posteriormente ir a la tienda física a comprar. Se conoce también como el efecto RO-PO (Research Online, Purchase Offline).







El 81% de los encuestados manifiesta que tiene intención de planificar con antelación sus compras para el Black Friday. Aunque muchos ya comenzaron su planificación un mes antes del viernes negro de cara a poder beneficiarse de las mejores promociones, el porcentaje de usuarios con intención de planificación aumenta según nos acercamos a la fecha del evento.

Distribución acumulada de los encuestados por tiempo en el que prevén planificar sus compras para el Black Friday

## ¿Por qué compran los usuarios en el Black Friday?

Cada vez son más los establecimientos y marcas que ofrecen mayores ofertas y descuentos para competir en el Black Friday y cada vez más los consumidores que se rinden ante sus precios bajos.



Las compras de **Navidad** serán la principal motivación para el **18%** de los usuarios.



Los **descuentos y promociones** serán el principal motivo de compra para el **45%** de los encuestados



El **17%** comprarán motivados por la **necesidad**



Un **13%** comprará por **capricho**



Sólo un **7%** comprará para **regalar**



## Las 5 claves del Black Friday

- 1. Más consumidores, más gasto.** La intención de compra en el Black Friday de este año es un 64% superior a la del año anterior. Así, el Black Friday va ganando cada vez más fuerza y en tan sólo cuatro años se ha convertido en uno de los eventos comerciales más populares en España.
- 2. Electrónica y moda las reinas del baile.** La moda ha ido ganando posiciones en las ventas del Black Friday hasta alcanzar a la electrónica. Se espera que ambas categorías conjuntamente abarquen el 70% de las ventas totales del Black Friday 2016 en España.
- 3. LG, Apple y Zara, las marcas triunfadoras.** Si la electrónica y la moda son las categorías que más venden, estas tres marcas serán las más buscadas por los consumidores este Black Friday.
- 4. Planificación online, compra offline.** Un 65 % de los encuestados afirma que planificará sus compras online, de los cuales la mitad planificará con más de 2 semanas de antelación. Aunque las compras online están creciendo aún no se asemejan a las compras en tienda física, donde un 65 % de los encuestados afirman que acabarán realizando la compra durante el Black Friday.
- 5. A la caza de la mejor oferta para los regalos de navidad.** Aunque el principal motivo de compra sean las ofertas y promociones que los distribuidores ofrecen, son ya muchos los que aprovechan para empezar a planificar las compras navideñas.