Black Friday 2020: aumento de las compras online y en comercio local, según la consultora Simon-Kucher & Partners

El "Pronóstico Global del Black Friday" muestra que en torno al 80% de los consumidores reconocen que la pandemia ha influido en su comportamiento de compra: más online, en comercios locales, enfocados en el ahorro y en productos más sostenibles. Aunque la expectativa de gasto en España ha disminuido un 36% (-71 €) respecto al año anterior, de 266€ a 195€, la intención de compra es alta (73%), siendo electrónica, moda y pequeño electrodoméstico las categorías más deseadas

El "Pronóstico Global del Black Friday"* elaborado por Simon-Kucher & Partners, consultora global de estrategia y marketing, muestra que el Black Friday y el Cyber Monday continúan creciendo en popularidad en todo el mundo, y el Black Friday sigue siendo el evento de ventas más reconocido del año. Concretamente en España la predisposición a comprar este Black Friday es del 73%, aunque la cifra es ligeramente inferior a la de años anteriores. El Estudio, basado en una muestra representativa de más de 11.000 consumidores en 14 países, indica que la pandemia ha tenido un impacto significativo en el comportamiento de compra de los consumidores para esta próxima temporada navideña y que algunos de estos cambios permanecerán a largo plazo: en España, alrededor del 80% de los consumidores aseguran que la pandemia ha influido en su comportamiento de compra. Entre los cambios más notables se encuentran una mayor tendencia a compras online por razones de seguridad (un 31% solo comprará por este canal), un mayor énfasis en las compras locales, adelanto de compras navideñas durante el Black Friday para ahorrar dinero y un ligero aumento del interés por comprar productos más sostenibles. Entre las categorías más buscadas está la electrónica (71%), seguida de la moda (50%) y los pequeños electrodomésticos (46%). Por otro lado, los productos para mascotas y los viajes se destacan como las categorías en las que más consumidores prefieren buscar ofertas.

Black Friday y Cyber Monday siguen dominando la temporada de compras navideñas. En España, se espera gastar más en Black Friday y Cyber Monday que en el resto de las rebajas, no solo gastan mucho menos que en 2019 sino que esto será el pico de gasto en rebajas. Además, la mayoría de los consumidores compraría antes si el Black Friday y Cyber Monday se anticipara porque los consumidores están preparados para el Black Friday y Cyber Monday anticipados por el tema confinamiento.

En todos los países, se indica de manera abrumadora estar familiarizados con el Black Friday. De hecho, en 6 de los 14 países encuestados (España, Alemania, los Países Bajos, Suecia, el Reino Unido y los Emiratos Árabes Unidos), el 100% de los encuestados indica que está familiarizado con el Black Friday. Los países con los niveles más bajos de reconocimiento son China (87%) y Australia (84%).

Si bien el conocimiento del Cyber Monday sigue siendo ligeramente menor, la mayoría de los encuestados en 11 de los 14 países conocen el evento de compras online, dejando solo Arabia Saudita, Turquía y China, donde el Día de los Solteros, que se celebra cada 11 de noviembre, es el

evento más popular.

Es posible que el gasto haya bajado, pero el pequeño comercio aún puede beneficiarse si adopta nuevas medidas

La pandemia está provocando una disminución en los gastos de compras en todos los países; a nivel mundial, el presupuesto para comprar durante el Black Friday y el Cyber ??Monday es de entre 200€ y 300€. Los países que cuentan con los presupuestos más altos son Dinamarca, Arabia Saudita y los Emiratos Árabes Unidos, mientras que Australia y Nueva Zelanda representan los presupuestos más pequeños. Concretamente, en España, el gasto medio para las compras del Black Friday y Cyber ??Monday ha disminuido un 36% (-71 €) respecto al año anterior, de 266€ a 195€. Lo que indica que la pandemia y sus efectos en la economía han influido mucho en la disposición a gastar de los españoles y, que incluso un 30% aprovechará estas promociones para las compras de Navidad.

Según Miguel Ángel Herrero, Director del área de Retail de Simon-Kucher & Partners: “Los consumidores españoles se esperan que todo el surtido esté en oferta y la mitad de ellos que las ofertas sean por encima del 25%/30% de descuento. Por lo tanto, es estratégico planificar muy bien la disponibilidad del surtido sabiendo que esto será el momento más importante de las compras con rebajas y enfocando la inversión sabiendo que hay una reducción significativa en el gasto medio”.

Las compras online son ahora una cuestión de comodidad y seguridad

Las preferencias de los consumidores se inclinan hacia las compras online en la mayoría de los países; el nivel más alto se da en China, donde el 70% de los encuestados dijo que planea comprar online. En tres países, Nueva Zelanda, los Países Bajos y los Emiratos Árabes Unidos, las preferencias favorecen las compras que no son online. En los Estados Unidos, la discrepancia es menos prominente que en muchos otros países: el 39% de los consumidores planea comprar online frente al 26%.

En palabras de Simone Biccari, Director Senior del área de Retail de Simon-Kucher & Partners: “Es una excelente oportunidad para que las empresas puedan aprovechar de manera rentable estos días de consumo, pero para ello deberán tener una estrategia de precios, promociones y surtido adecuada, sistemas y procesos suficientemente avanzados para gestionar la multicanalidad y optimizar la gestión de los mark downs de manera dinámica”. Y añade: “Es fundamental que la fuerza de venta y el equipo post venta estén bien capacitados para dar un servicio de máxima calidad”.

Informe completo del estudio:

* Acerca del estudio: Simon-Kucher & Partners y Dynata realizaron el pronóstico global del Black Friday en septiembre de 2020. Más de 11.000 personas en 14 países (España, Australia, China, Dinamarca, Alemania, Italia, los Países Bajos, Nueva Zelanda, Arabia Saudita Arabia, Suecia, Turquía, Emiratos Árabes Unidos, Reino Unido y Estados Unidos)

Simon-Kucher & Partners, consultores de estrategia y marketing

Simon-Kucher & Partners es una firma global de consultoría especializada en estrategia, marketing, pricing y ventas. Ayudan a sus clientes a alcanzar los objetivos de crecimiento y beneficio de manera

más rápida, óptima y sostenible. Simon-Kucher & Partners es considerado como el principal asesor en pricing del mundo. La firma cuenta con alrededor de 1.400 empleados en 40 oficinas en 26 países.

www.simon-kucher.com

Datos de contacto:

Agencia de Comunicación de Simon-Kucher & Partners
647 44 63 61

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Electrodomésticos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>