

# “Percepción de la población salvadoreña: mujeres en relación con el Black Friday entre las edades mayores a 35 años”

Pérez Morales J.J.<sup>1</sup>, Castaneda Aragón K.E.<sup>2</sup>, Ruiz Valencia J.A.<sup>3</sup>, Navas Hernández A.E.<sup>4</sup>, Rivera Montoya K.E.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Estudiante de la Lic. en Administración de Empresas

<sup>2</sup> Estudiante de la Licenciatura en Comunicaciones

<sup>3</sup> Estudiante de la Lic. Administración de Empresas

<sup>4</sup> Estudiante de la Lic. Administración de Empresas

<sup>5</sup> Estudiante de la Lic. Administración de Empresas

<sup>1</sup>[josseline.perez@liveusam.edu.sv](mailto:josseline.perez@liveusam.edu.sv), <sup>2</sup>[kevin.castaneda200358@liveusam.edu.sv](mailto:kevin.castaneda200358@liveusam.edu.sv),

<sup>3</sup>[juan.ruiz201223@liveusam.edu.sv](mailto:juan.ruiz201223@liveusam.edu.sv), <sup>4</sup>[Andrea.Navas190882@liveusam.edu.sv](mailto:Andrea.Navas190882@liveusam.edu.sv),

<sup>5</sup>[katharine.rivera161039@liveusam.edu.sv](mailto:katharine.rivera161039@liveusam.edu.sv)

## Resumen

El Black Friday actualmente es uno de los días más comerciales de todo el año y siguiendo con la tradición en donde las empresas, tiendas minorista y almacenes reducen sus costes y lanzando ofertas donde los consumidores buscan un buen descuento en las tiendas, con el paso de los años el Black Friday se ha ido adaptando a los métodos del consumismo ciudadano, siendo así hasta llegar a la venta en línea donde encontramos los descuentos y las promociones más anheladas por los ciudadanos teniendo así un tráfico de personas tan alto como sería en una tienda física.

El Black Friday ha logrado el efecto en las personas de querer comprar todo lo que deseamos logrando así una expectativa de recompensa placentera y no ser conscientes de las compras compulsivas que llegamos hacer por saber que las ofertas se pueden acabar y esto es algo que motiva al consumidor y tener la expectativa que estamos siendo recompensado con un precio que no esperábamos encontrar.

Teniendo como objeto de estudio a las mujeres mayores de 35 años de edad, podemos decir que en el Black Friday las mujeres son una de las partes más importante ya que ellas tienden a ser más consumistas en estas festividades por el hecho de que la elección de productos para dama es mucho más amplia y variada. Siempre teniendo en cuentas los diferentes factores que influyen en el comportamiento del consumidor.

El Black Friday al ser una fiesta de consumismo existen las personas que apoyan este día por sus diferentes beneficios y las que lo critican por fomentar un estilo de vida consumista, las compras innecesarias y la cantidad de contaminación de la misma y sus ofertas falsas en diferentes empresas.

## Introducción

El Black Friday es una de las festividades que con el paso de los años ha ido ganando terreno siendo así una de las más populares y esperada por mucho de los salvadoreños por sus diversas ofertas que ofrecen para los diferentes tipos de consumidores del país, generando así ventas masivas en la población. La mayoría de los consumidores esperan esta oportunidad para poder iniciar las compras navideñas de cada año, los beneficios se pueden diferenciar dependiendo el tipo de bien o servicio que se adquiriera en esta temporada.

Tiene un origen confuso, ya que existen varias versiones de su inicio, sin embargo, se originó en Estados Unidos en los años 60, cuando los almacenes Macy's pusieron descuentos en artículos el día después de acción de gracias. Ya que la tienda estaba situada en new york, Fred Lazarus, su dueño, decidió que tenía que encontrar alguna manera de reactivar sus ventas después de la caída del 29.

Si bien es cierto que el **Black Friday** es una excelente opción para conseguir precios y descuentos imperdibles, no debemos olvidar que estamos en tiempos de pandemia por el Covid-19, lo cual puede generar ciertas restricciones de movilidad y de aforo en las tiendas físicas, debido a las aglomeraciones ocasionadas por la multitud de personas.

Al tener a mujeres mayores de 35 años de edad, se tiene como propósito es demostrar cómo influye y que percepción tienen las mujeres salvadoreñas sobre el Black Friday en la actualidad y que factores motivan a ser parte de dicha celebración y como ellas lo perciben

Hoy en día el Black Friday es una tradición perteneciente a Estados Unidos, pero en estas décadas fue adoptada por diferentes países, ya que es de suma importancia para los sectores económicos la cual ha ido cambiando con el paso del tiempo para lograr así un aumento exponencial en los consumidores y por ello en las ventas siendo así una fiesta de consumo.

## Marco de Referencia

### Antecedentes

#### ¿Qué es el Black Friday?



Lo que antes fue un acontecimiento que se dio de forma natural, hoy en día es una tradición originaria por Estados Unidos. Su celebración no solo es importante para la economía y el consumismo ciudadano, sino también se viene celebrando durante décadas manteniendo sus resultados en el incremento de ofertas, promociones y sobre todo las ventas.

El black friday supone un movimiento de ventas elemental de inicio de temporada, por lo que las personas comienzan a comprar cantidades grandes de ropa, zapatos y electrodomésticos, adelantándose a la navidad.

Sin embargo, el black Friday no sucede únicamente el día estipulado, sino que a su vez algunas empresas grandes aprovechan para poner promociones todo el mes de noviembre, e incluso van aumentando exponencialmente los descuentos.



A pesar de que esta tradición tiene un historial de décadas atrás, la celebración ha ido cambiando, añadiendo mejoras y adaptaciones a la actualidad, un claro ejemplo de ello es la venta en línea, la cual, al igual que las tiendas físicas, se satura por las cantidades innumerables de gente que acuden a las tiendas en línea, donde pueden realizar sus compras con la única desventaja que no pueden tallarse las prendas como se acostumbra de forma presencial.

Cuando se dio inicio al black Friday las promociones y los descuentos que se daban eran diferentes a las que conocemos hoy en día. Esto

también tuvo mucho que ver con la economía que se tenía y la que se tiene hoy en día. Por lo que los precios eran muy diferentes a los que conocemos, también nuestra moneda tenía otro costo y el dólar formaba parte de la base de la economía, cosa que cambió por primera vez este año y lo que abre paso a la duda de cómo pasaremos el black Friday este 2022.

#### Teorías del porqué se llama así

A pesar de ser una tradición de alegría que se celebra consumiendo ropa, zapatos, etc. Existen teorías de su origen que son tergiversadas gracias al nombre tan emblemático de la fecha.

El primer término de Black Friday se originó en Filadelfia donde se utilizaba para describir el denso tráfico de gente y vehículos que abarrotaba las calles al día siguiente de Acción de Gracias. El uso de este término comenzó alrededor de 1961 entre los oficiales de policía encargados de la regulación del tráfico. Se extendió por todo Estados Unidos a partir de 1975.

Una de las principales que se tomó en cuenta fue que, en ese día, se mantenía la idea de que traficantes de esclavos negros bajaban los precios de los mismos para esa temporada en específico, sin embargo, esa teoría fue descartada por falta de pruebas y no salió de ser una teoría.

Por otro lado, otra de las teorías hipotéticas se formó el 24 de septiembre a finales de los sesenta, cuando dos agentes de la bolsa de Wall Street intentaron acaparar todo el mercado del oro en sus manos aliándose con un famoso político de Nueva York, Boss Tweed, aunque fracasaron en el intento. Los tres intentaron sobornar a varios personajes importantes, incluidos algunos jueces. Pero el plan falló, ya que el precio del oro se desplomó en cuestión de minutos y muchos inversores se arruinaron, con lo que la jornada pasaría a ser conocida como "Viernes Negro".

Con el tiempo, surgió otra explicación, refiriéndose al término "negro", a las cuentas de los comercios que pasan de estar en números rojos a negros gracias a este día.



Hoy en día, el significado del término ha perdido su importancia debido a que en la mayoría de las tiendas, empresas y viviendas, el término significa una sola palabra "Ofertas" por lo que en contraste con el impacto que tiene, no solo en la población, sino también en la forma de vida de las misma, es más importante que buscarle sentido a la celebración.

#### Origen e historia

Tiene un origen confuso, ya que existen varias versiones de su inicio, sin embargo, se originó en Estados Unidos en los años 60, cuando los almacenes Macy's pusieron descuentos en artículos el día después de acción de gracias. Ya que la tienda estaba situada en new york, Fred Lazarus, su dueño, decidió que tenía que encontrar alguna manera de reactivar sus ventas después de la caída del 29, consideró que la fecha era precisa porque daba espacio para hacer compras prenavideñas a un costo menor, pero con movimientos de venta extremadamente mayores a lo acostumbrado en eso años.

Como era de esperarse hubo muchas tiendas en la ciudad que imitaron este movimiento estratégico, hasta abarcar todo Estados Unidos, donde todas las personas esperaban pacientemente a que llegara el día en que se veían precios con descuentos hasta del 50% y 60% menos.

Dicho acontecimiento se volvió tan popular que no dudo ni un rato en imitarse en otras partes del mundo, convirtiéndose en una tradición no escrita, donde todas las tiendas aprovechaban para poder realizar la celebración y atraer más clientes al mercado. Sin embargo, la expresión "Black Friday" se acuñó en 1961. Todo comenzó porque los comercios pequeños querían aumentar sus ingresos y debido justamente a esa característica, que eran comercios minoristas, no significaban gran competencia para las tiendas establecidas en el país, por lo que los descuentos desde ese entonces comenzaron a significar un boom para todos los ciudadanos que jamás habían comprado cosas nuevas baratas.

#### Cómo se comenzó a desarrollar en El Salvador

Los salvadoreños iniciaron a ser parte de esta cultura de compras en el mes de noviembre del año 2012, El concepto de marketing de Black Friday fue introducido por la cadena de tiendas por departamento Almacenes La Curacao. Desde esa fecha se han unido otros grandes como la cadena de supermercados Walmart El Salvador con su versión de El Día más barato del año y Black Weekend., Ferretería EPA, Siman, Almacenes Prado, Almacenes Omnisport, etc. Y desde entonces, se celebra el Black Friday con muchísimas marcas más y no solo empresas grandes y populares, sino que también se nos unen marcas emprendedoras y proyectos pequeños para la tradición de los descuentos y las ofertas imperdibles.

#### ¿Por qué se le denomina "fiesta del consumo"?

Muchas de las personas que disfrutan este día del consumismo, por lo general son personas que se ven beneficiadas del mismo, por lo que surge la crítica de que esta iniciativa de hacer crecer una tradición consumista fomenta un estilo de vida consumista y es la base principal del endeudamiento de la mayoría de las personas que consumen cada año de dichas ofertas, ya que por lo general son compras compulsivas e innecesarias que únicamente se convierten en un pasivo más para las casas salvadoreñas.

A su vez, muchos comercios han sido acusados de inflar los precios meses, semanas, e incluso días antes para que el “descuento” sea mayor, pero al final se siga pagando la misma cantidad de dinero por el mismo artículo, e incluso en algunas ocasiones hasta se paga más.

Incluyendo a lo señalado, se le adiciona la cantidad de residuos que dejan este tipo de compras, no solo tomando en cuenta empaques, más plástico y ropa, sino también mano de obra sobreexplotada en países maquileros y también la contaminación generada por las mismas.



Se le dice “fiesta” porque al igual que una, después de la celebración queda mucho por limpiar y mucho más por encargarse antes de que se realice la siguiente. A su vez supone una presión enorme en las tiendas pequeñas que no cuentan con el recurso para hacerse cargo de dicha celebración, donde el esfuerzo económico es mayor y no retorna de la misma forma.

Desde su inicio representó una gran competencia para los comercios pequeños que no estaban preparados para dicho cambio en la

economía, por lo que esta es una de las fechas más desafiantes, ya que algunos participantes de esta fiesta mantienen dichos descuentos desde el primero de noviembre, dando así, inicio a la competencia desde el día uno.

El Black Friday es un término sombrío y poco atrayente para conseguir ventas. Pero para el comercio, el “viernes negro” ha demostrado ser una estrategia promocional tremendamente exitosa para marcas y retailers de todo el mundo.

Para quienes lo desconozcan, el término “black” hace referencia a aquellos retailers que mantienen sus números en positivo, en el negro de beneficios, sin caer en números rojos. Esta festividad comercial surgió en 1952 en Estados Unidos, el viernes siguiente a la tradicional fiesta familiar de Acción de Gracias, tan sólo un mes antes de Navidad. En la década de los noventa, este día se convirtió en EEUU en sinónimo de frenéticos compradores haciendo largas colas durante horas para conseguir las mejores promociones del año.

### **El Black Friday en cifras**

En la actualidad, el e-commerce ha concedido muchos beneficios para el mercado retail, ofreciendo hasta servicios durante 24 horas durante los siete días de la semana, es normal preguntarnos si es importante destacar un día sobre el resto, pues... ¡claro que sí! Varias marcas y tiendas del mundo han acogido el Black Friday como pistoletazo de salida a las ventas navideñas y diseñan promociones especiales en torno a este día.

En España el Black Friday se ha convertido en el día más importante para el e-commerce, ya que no existe un día concreto para el inicio de las rebajas de invierno. En cuanto a los beneficios, en otros países europeos como en Reino Unido, las ventas generan un 10% más de beneficios, se registran un 5% más de compradores y un 13% más de compras.

Las ventas del Black Friday son 300% superiores en comparación con un día normal. Teniendo en cuenta todos estos datos, queda claro que los retailers han aprendido a gestionar sus inventarios y cumplir las fechas de entrega para salir bien parados de incremento del volumen de ventas.

### **El periodo de fiestas siempre se adelanta**

El volumen de compras sigue creciendo de manera más uniforme durante todo el mes de noviembre. Por ejemplo, en 2016, Walmart decidió anticipar sus promociones para liderar la temporada e igualar los precios de Amazon. De hecho, se pudo comprobar cómo las compras más importantes de Walmart en EE. UU. y Reino Unido se produjeron durante la primera semana de noviembre.

### Cada año el crecimiento es mayor

En 2017 los retailers de superar a Amazon en ventas crecieron. Esto se vio reflejado en el adelanto de las promociones de Black Friday para que pudieran seguir siendo competitivos en el mercado.

Por ello, es de vital importancia que se inicien las campañas de marketing lo antes posible para aprovechar el tirón de compras que comienzan a inicios de noviembre.

### Características

#### 1. El Black Friday inaugura la temporada navideña.

Tradiciones, regalos, caprichos, momentos de ocio, la planificación del año que comienza que reclama adquisiciones... La **Navidad** es un momento de gran consumo tanto para mujeres y para hombres.



#### 2. El Black Friday facilita la discriminación de precios

Los clientes que están dispuestos a pagar más por nuestros productos, seguramente, pueden preferir pagar algo más a tener que esperar al Black Friday. En ese sentido, como las rebajas, es una oportunidad para cobrar más a estos clientes el resto del tiempo.



#### 3. El Black Friday es reconocido como el mayor día de compras.

En los últimos años, el Black Friday y el Cyber Monday se han convertido en los días de más compras del año, especialmente en los EE.UU. y en toda Europa. Entre los productos más buscados por los consumidores se destacan: artículos electrónicos, línea blanca y electrodomésticos. Otros artículos que son adquiridos por los usuarios son: ropa y calzado, juguetes y artículos de belleza.





4. El Black Friday es una excelente opción para conseguir precios y descuentos imperdibles.

Las mujeres gastan un promedio de 300 dólares en compras y los hombres 600 dólares. Estados Unidos es considerado el país que registra el mayor índice de compras y consumos durante el Black Friday, seguido por Reino Unido y Canadá. En el año 2001 el Viernes Negro fue reconocido como el mayor día de compras. Anteriormente el último sábado antes de navidad era considerado el mayor día de facturación en ventas.



5. Varias cadenas de grandes almacenes, tiendas y marcas lanzan sus ofertas un día antes de Black Friday, extendiéndolas durante el fin de semana.

El sector comercial aplicó esta estrategia de ventas para que los clientes conozcan los descuentos y rebajas para incrementar sus ventas, debido a las escasas cifras de ganancias obtenidas posteriormente a la celebración del Día de Acción de Gracias.



**Recomendaciones para aprovechar el Black Friday de forma segura.**



Si bien es cierto que el **Black Friday** es una excelente opción para conseguir precios y descuentos imperdibles, no debemos olvidar que estamos en tiempos de pandemia por el Covid-19, lo cual puede generar ciertas restricciones de movilidad y de aforo en las tiendas físicas, debido a las aglomeraciones ocasionadas por la multitud de personas.

- Si en tu ciudad o localidad está permitida la apertura de tiendas durante este día, sigue todas las indicaciones de los establecimientos comerciales: uso de mascarillas, aplicación de alcohol y desinfectantes, distanciamiento social prudente.
- Elabora una lista sobre los artículos que estimas comprar, así como las tiendas y comercios donde podrías adquirirlos. Puedes indagar previamente en internet, a fin de hacer compras puntuales y no impulsivas, sin extralimitarte innecesariamente en tus gastos. Así evitarás estar fuera de casa más tiempo del necesario para hacer tus compras.
- Busca sitios de internet conocidos y con reputación para evitar posibles fraudes.
- No suministres tus datos personales en páginas web con poca credibilidad

## Métodos de venta

### 1. Usa el marketing en redes sociales para promover tus ofertas con anticipación

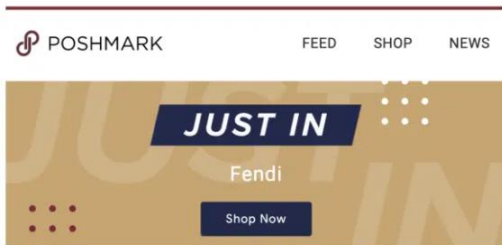


Algunos consumidores disfrutan la emoción de estar cazando ofertas; otros, prefieren planificar con tiempo y aprovechar los descuentos anticipados. Para darle gusto a ambos tipos de compradores, puedes usar tus redes sociales para anunciar algunas ‘ofertas sorpresa’ y otras promociones con más detalles.

Al compartir adelantos de ofertas exclusivas, contadores regresivos y otros contenidos atractivos, las empresas pueden generar anticipación e impulsar el tráfico a sus tiendas en Black Friday. Las redes sociales son una excelente opción para conectar con los clientes y responder a sus preguntas sobre las ventas de Black Friday.

### 2. Crea un sentido de urgencia



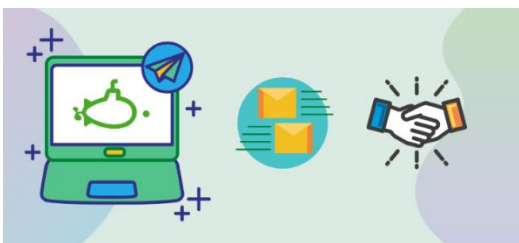


Para entusiasmar a los clientes con tus artículos en promoción, escribe copies que transmitan urgencia. Generar ese sentimiento en tu marketing para Black Friday motiva a los clientes a actuar rápidamente.

Crear un sentido de urgencia es útil porque ayuda a llamar la atención. En una bandeja de entrada repleta de mensajes nuevos, por ejemplo, un correo que llama la atención y crea un sentido de urgencia tiene mayor probabilidad de sobresalir.

Puedes motivar a los clientes a actuar ahora en vez de esperar. Al ofrecer un descuento por tiempo limitado o acceso exclusivo a ciertos artículos, los clientes querrán aprovechar tus promociones antes de que desaparezcan.

### 3. Campaña de marketing por correo electrónico



Establece una campaña de marketing por correo electrónico. Los correos electrónicos generan un ROI de \$36 por cada dólar gastado. Esta cifra es más alta que en cualquier otro canal.

¿Quién no ama recibir ofertas y descuentos todos los días en su bandeja de entrada? Corre una campaña unas semanas antes de Black Friday con ofertas exclusivas para tus suscriptores.

### 4. Sitio web para los compradores que buscan a través de Google.



En Black Friday, los sitios de comercio electrónico compiten ferozmente por un espacio en las primeras posiciones de Google.

Una forma de hacerlo es usando las palabras clave que los compradores podrían usar para buscar ofertas. Investiga esas palabras y luego añádelas por aquí y por allá en tu sitio web. Asegúrate de que suenen naturales y de no saturar tu sitio con palabras clave. Además, debes asegurarte de que tu sitio web sea amigable para los usuarios móviles, ya que cada vez más personas utilizan su teléfono para hacer sus compras de temporada.

### 5. Obsequiar un artículo en la compra de otro



A la gente le encanta sentirse recompensada. Darles a tus clientes un artículo gratis con su compra los incentivará a actuar. Además, esto genera una sensación de buena voluntad que puede contribuir a que los clientes regresen. Por supuesto, debes asegurarte de regalar algo que los clientes realmente quieran. Por eso, no olvides tomar en cuenta a tu base de clientes al elegir qué vas a obsequiarles.

## 6. Crea una guía de regalos



¡A las mujeres nos encantan las guías de regalos!

Una guía de regalos es, básicamente, una selección de tus productos categorizada y estructurada de una manera fácil de entender para tus clientes. Por ejemplo, puedes crear una “Guía para tu amiga fashionista” que destaque algunas prendas únicas de tu catálogo.

Las guías de regalos ayudan a promover productos específicos, llevar tráfico a tu sitio web o tienda y generar emoción por tu marca.

## 7. Concurso en redes sociales



Ofrece un premio que tu audiencia objetivo desee y motiva a las personas a participar en el concurso y compartirlo con sus amigos y seguidores. Los concursos ayudan a generar confianza, pues cuando un amigo te recomienda una marca, es más probable que confíes en ella. Pídele a tus seguidores que etiqueten a sus amigos o republiquen tu contenido en sus Historias para tener más oportunidades de ganar.

## 8. Seguimiento a tus clientes después de Black Friday



Es maravilloso que vendas muchísimos productos en Black Friday, pero el valor de un cliente para tu marca crece a lo largo del tiempo. El objetivo es que esos compradores de una vez se conviertan en clientes leales y de por vida.

Da seguimiento enviando un correo de agradecimiento, una encuesta de satisfacción o una petición de retroalimentación sobre su experiencia. De esta manera, mejoras la experiencia del cliente y esto puede rendir frutos en los dividendos futuros.

### Justificación

La investigación a realizar tiene por principal objetivo identificar la percepción de la población que tienen las mujeres mayores de 35 años en el Black Friday que durante esta celebración realizan compras en las diferentes tiendas de nuestro país.

En la actualidad muchas empresas y emprendimientos se suman a la celebración del Black Friday, en general aprovechan estas fiestas para crear ofertas y promociones para comercializar sus productos. Pero ¿Qué es lo que la sociedad y en específico las mujeres mayores 35 años piensan de este tipo de acciones que las empresas realizan?

Es importante destacar que esta celebración ha cobrado una gran relevancia a lo largo del tiempo en nuestro país. Al realizar una investigación sobre este tema ampliaremos los conocimientos a lo relacionado con el comportamiento de los consumidores ante estas ofertas.



El Black Friday es una celebración comercial realizada a nivel mundial, en la cual el consumidor es invitado a explotar los descuentos y las ofertas para generar un incremento de sus beneficios económicos. Esta jornada adelanta las compras de Navidad y las estrategias de venta se multiplican en los establecimientos físicos y virtuales con el fin de atraer la mayor cantidad de público posible.

Cada uno de los comercios que participan crean una necesidad, es lo primero que se necesita para poder

vender un producto. Cuando un cliente compra un producto, se tiene que adivinar la necesidad que quiere satisfacer o simplemente crear una necesidad.

Esta investigación logrará que puedas identificar si las mujeres mayores a 35 años se encuentran satisfechas con las compras realizadas, con los descuentos y ofertas o si solo simplemente no participan porque su percepción es diferente a la de los demás consumidores.

Lo que sí es de recalcar es que las ofertas existen y las promociones son de beneficio de la mayoría de los consumidores a nivel nacional.

El realizar las diferentes compras en este espacio llamado Black Friday ayuda a adquirir productos o servicios a precios bajos y a veces a realizar una u otra compra que no se tenía prevista.



Definitivamente el tiempo de las compras navideñas es el más esperado y las compras de esa fecha se realizan desde un mes antes, la emoción por adquirir regalos, ropa y todo tipo de insumos conlleva a realizar compras en los días en los que las grandes y pequeñas tiendas tienen ofertas, aprovechar estas promociones alivian un poco el bolsillo de todos los salvadoreños.

El realizar la investigación de manera específica con mujeres mayores a 35 años nos permitirá analizar y concluir si las oportunidades de compra realmente son aprovechadas por ellas, en nuestra sociedad las mujeres son las que generalmente realizan compras de todo tipo de bien o servicio y de las que podemos tener la mejor respuesta si las promociones u ofertas están apegadas a precios razonables y más aún si todos los productos o servicios se ven modificados en el precio.

Los resultados nos permitirán realizar una comparación en la percepción de las compras del año anterior.

Conocer los datos estadísticos nos permitirá realizar un análisis acerca de la verdadera percepción de compras en esta época y también el verificar si la mayoría de los consumidores aprovechan realizar sus compras por adelantado con la misma satisfacción con la que generalmente adquieren un bien o un servicio.

Es necesario asegurar la calidad en las compras para garantizar que los productos o servicios adquiridos cumplen los requisitos necesarios. La mejor manera de garantizar la calidad en productos y servicios es basarse en la experiencia adquirida con forma el paso del tiempo y con los testimonios de los consumidores que año con año realizan sus compras.

Esto significa que basándonos en la experiencia de compra de las mujeres mayores de 35 años podremos identificar si las necesidades o deseos pueden ser satisfechos con las compras con precios bajos en el mercado.



A lo mencionado anteriormente es importante resaltar que este tema de investigación nos permitirá conocer el amplio mundo de la satisfacción en medio de las compras con promociones y descuentos, ayudando a concluir si los productos son de buena calidad y más aún si los precios se acomodan a la celebración del Black Friday.

## **Objetivos**

### General

Identificar la percepción de la población que tienen las mujeres mayores de años de edad en el Black Friday

### Específicos

- Describir los factores motivacionales que conllevan a las mujeres mayores de 35 años a adquirir en el tiempo del Black Friday
- Evaluar la demanda de productos que tienen las mujeres mayores de 35 años en las ofertas del Black Friday
- Identificar las características por las cuales el consumismo afecta en mayor tasa a las mujeres en la temporada del Black Friday.
- Describir los factores motivacionales que conllevan a las mujeres a adquirir productos en el tiempo del Black Friday.

### Matriz de congruencia

Tema	Planteamiento del problema	Objetivos	Variables	Definición conceptual	Indicadores	Instrumento de recopilación de datos
<p>“Percepción de la población salvadoreña: mujeres en relación con el Black Friday entre las edades mayores a 35 años”</p>	<p>En la actualidad el viernes después del día de Acción de Gracias (que se celebra el cuarto jueves de noviembre) tiene lugar en Estados Unidos, y ahora prácticamente en medio mundo, una jornada muy especial, un día donde el consumismo se convierte en el protagonista. Millones de personas llenan los centros comerciales, las tiendas ofrecen enormes descuentos para atraer clientes, las páginas de internet se colapsan y baten récords de ventas. Se trata del ya mundialmente conocido como Black Friday ("viernes negro" según su traducción literal en castellano), un ritual consumista que se repite cada año.</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Identificar la percepción de la población que tienen las mujeres mayores de 35 años en el Black Friday</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir los factores motivacionales que conllevan a las mujeres mayores de 35 años a adquirir en el tiempo del Black Friday</li> <li>• Evaluar la demanda de productos que tienen las mujeres mayores de 35 años en las ofertas del Black Friday</li> <li>• Identificar las características por las cuales el consumismo afecta en mayor tasa a las mujeres en la temporada del Black Friday.</li> <li>• Describir los factores motivacionales que conllevan a las mujeres a adquirir productos en el tiempo del Black Friday.</li> </ul>	<p>variable dependiente</p> <p>Percepción con relación al black Friday.</p> <p>variable independiente:</p> <p>Consumo de mujeres mayores de 35 años</p>	<p>Percepción: Sensación interior que resulta de una impresión material producida en los sentidos corporales. -RAE</p> <p>Relación: Conexión, correspondencia de algo con otra cosa. – RAE</p> <p>Black friday: Se conoce como viernes negro al día que inaugura la temporada de compras navideñas con significativas rebajas en muchas tiendas minoristas y grandes almacenes.</p>	<p>Percepción: Opinión de las personas. Datos subjetivos. Encuesta Evaluaciones</p> <p>Población: Edad Cargo Necesidades</p> <p>Black Friday: Oferta. Promociones. Publicidad. Demanda.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>



## Discusión

Han pasado pocos años desde que se adaptó el black Friday como tradición en americana latina y se ha convertido en una fecha tan esperada y señalada tanto para consumidores como para las marcas, sobre todo, para los consumidores que están relacionados con el comercio electrónico.

La adaptación de esta tradición no está exenta de problemas en su implementación en una sociedad con diferentes tradiciones y a diferentes temporadas de consumo, pero la globalización está haciendo más homogéneas las festividades y la temporada de compras.

El Black Friday tiene un sentido concreto, que es rematar el stock acumulado para dejar sitio a la llegada de los productos de la nueva temporada.

A pesar de ser una tradición que viene de años, el Black Friday no necesariamente debe ser asociado como algo positivo, pues, el consumo que se extiende casi por todo el mundo de esta celebración trae mucho residuo y no solo en términos de basura, sino también en ropa y calzado que se ven desplazados a una clasificación de “viejo” por lo que se deja de usar fomentando la compra de más artículos que probablemente no son necesarios para el día. Caso contrario cuando se compran electrodomésticos, ya que la necesidad de estos si es comprobable, sin embargo, otro hueco en la economía del salvadoreño es el endeudamiento que surge de estas fechas, por lo que a pesar de que este día tiene un disfrute enorme en términos de compras, también se ven reflejados en los números rojos que vuelven en enero y a veces, hasta en diciembre.

La semana que viene es Black Friday, el día que más dinero gastan las mujeres en compras en todo el año. Más de la mitad de los ciudadanos desempolvarán la tarjeta para gastar, normalmente en ropa y tecnología de consumo. Se trata de una costumbre heredada de Estados Unidos, que celebra la jornada entre el Día de Acción de Gracias, el cuarto jueves de noviembre, y el fin de semana, una fecha especialmente comercial que, históricamente, servía a los empresarios para abandonar los números rojos y devolver sus libros de cuentas al negro.

En realidad el Black Friday no se diferencia mucho de otras rebajas fuera de temporada como las Semanas temáticas, pero ha calado con mucha más velocidad en la sociedad. "El Black Friday es una gran idea porque dura un solo día, a veces unas horas, y es un periodo determinado de tiempo en el que la sociedad se ve legitimada para comprar impulsivamente. Una rebaja tiene que tener un inicio y un final para que sea efectiva, porque si está a ese precio todo el año, entonces no está rebajado, porque ese es su precio

Un experto en consumo de una de las cuatro grandes consultoras, que prefiere guardar el anonimato, lo explica así: "Lo que se rebaja en el Black Friday son excedentes de 'stock' o series muy limitadas que se exponen para dar credibilidad, pero de las que luego se venden poquísimas a bajo precio.

## Conclusión

En conclusión, al tener a mujeres mayores de 35 años de edad, se tiene como propósito demostrar cómo influye y que percepción tienen las mujeres salvadoreñas sobre el Black Friday en la actualidad y que factores motivan a ser parte de dicha celebración y como ellas lo perciben. Ya que se concentra en apenas 48 horas, pero tal es el efecto llamado de los descuentos y de las oportunidades de compra que puede obtener en esos días.

Sin embargo, a pesar de todas las críticas, reflexiones y resistencias, aun vivimos en una sociedad de consumo, donde las personas son valoradas según su poder adquisitivo. Poder comprar y poder consumir es lo aspiracional, es la manera en la que medimos qué tan exitosa es una persona. Y esto tiene enormes implicaciones para nosotras las mujeres, porque hemos aplicado todo esto a nuestro imaginario de la mujer empoderada: ella es una mujer que sabe lo que quiere y lo puede comprar. Ella reafirma su independencia cada vez que compra, ella es como las cuatro amigas de Sex and the City, mujeres muy exitosas que recurren al shopping como una especie de terapia (por favor, pensemos en maneras de practicar autocuidado que no refuercen la sociedad de consumo). Y las marcas y los almacenes muy dichosos de complacer a esta mujer aparentemente empoderada.

Es cierto que en la actualidad no es necesario que nos desplazemos para participar en el Black Friday, pues cada vez más almacenes cuentan con tiendas en línea. Comprar en línea es una manera de disminuir la contaminación y el tráfico, pero definitivamente no es nuestra salvación. Cuando compramos en línea somos más impulsivos e irresponsables. Es menos probable que devolvamos o que cambiemos una prenda que no nos gustó o que no nos quedó bien, lo cual nos lleva a acumular ropa que nunca nos pondremos. También es una forma de compra más adictiva, en la que recibimos no uno sino dos golpes de dopamina (uno cuando pagamos y otro cuando recibimos el producto). Por eso es que incluso si compramos en línea estamos contribuyendo al caos, que es el impacto y el costo social y ambiental de la producción masiva.

La primera recomendación es tan obvia, hay que parar de comprar. No comprar es una forma de resistencia, el problema aquí es que es mucho más difícil de lo que parece. El Black Friday está en todas partes, basta con conectarse un par de segundos a alguna de nuestras redes para darnos cuenta de esto. Y lo más difícil de todo es que las publicidades que recibimos están totalmente conectadas a nuestros intereses y puntos débiles.

Para finalizar hoy en día, el significado del término ha perdido su importancia debido a que, en la mayoría de las tiendas, empresas y viviendas, el término significa una sola palabra “Ofertas” por lo que en contraste con el impacto que tiene, no solo en la población, sino también en la forma de vida de las misma, es más importante que buscarle sentido a la celebración.

## **Agradecimiento**

Esta investigación se realizó gracias a nuestro catedrático de la materia de Investigación de Mercado, Lic. Elmer Mozo, quien nos asesoró de manera profesional en todo el desarrollo, así mismo, agradecemos a nuestra Universidad Salvadoreña Alberto Masferrer (USAM) y a las personas encargadas de guiarnos constantemente en este caminar, a nuestros compañeros de catedra con quienes el trabajo en equipo fue dinámico y enriquecedor.

Atentamente:

Andrea navas, Kevin Aragón, Juan Valencia, Josseline Pérez, Esmeralda Montoya

## Referencias

Qué es el Black Friday: Origen e historia. Casa del Libro. (s. f.). casadellibro. (4 de noviembre de 2022). Obtenido de <https://www.casadellibro.com/black-friday-que-es-origen-historia>

Mujeres. (2019, 29 noviembre) .Lo que el Black Friday esconde Obtenido de <https://www.blackfriday.alboan.org/>

Otano, G. (2017, 24 noviembre). Lo que el Black Friday esconde. Obtenido de [https://elpais.com/elpais/2017/11/23/planeta\\_futuro/1511449905\\_831348.html](https://elpais.com/elpais/2017/11/23/planeta_futuro/1511449905_831348.html)

ModaBarcelona, D. (2017, 20 noviembre). Lo que mujeres como tú compraron el año pasado. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/20161122/412067005806/encuesta-habitos-compra-mujeres-black-friday.html>

Expansión (2019, 19 julio). Obtenido de Diario Económico e información de mercados: <https://www.expansion.com/tecnologia/2021/11/16/61939a22468aeb53268b45ea.html>

Historia National Geographic. (4 de noviembre de 2022). Obtenido de [https://historia.nationalgeographic.com.es/a/origen-historico-blackfriday\\_14984](https://historia.nationalgeographic.com.es/a/origen-historico-blackfriday_14984)

Qué es e Historia. GranCasa (2022, 16 septiembre). Obtenido de <https://www.grancasa.es/lifestyle/articles/conoces-los-origenes-del-black-friday/>

National Geographic. (2019, 26 noviembre). Obtenido de <https://www.ngenespanol.com/el-mundo/nacio-termino-viernes-negro-black-friday/>