

“Percepción de la población salvadoreña en relación con el Black Friday”

Angela Vanessa Martínez Castellanos¹, Camilo Eduardo Guzmán Ramos²,

Josué Alejandro Salinas Vásquez³, Fátima Patricia Rivera⁴, Raquel Nohemí Mejía Miranda⁵.

Estudiante de licenciatura en Comunicaciones¹, Estudiante de licenciatura en Comunicaciones²,

Estudiante de licenciatura en comunicaciones³, Estudiante de licenciatura en administración⁴,

Estudiante de licenciatura en comunicaciones⁵

Angela.martinez201244@liveusam.edu.sv, Camilo.guzman200778@liveusam.edu.sv,

Josue.salinas171049@liveusam.edu.sv, Fatima.rivera151041@liveusam.edu.sv, Raquel.mejia191072@liveusam.edu.sv.

Resumen

El Black Friday tiene muchas teorías, se puede profundizar mucho en el tema ya que hay mucho que abordar, la llaman consumismo, una fiesta, viernes negros, etc. Es un día en el que las personas abarrotan los centros comerciales, hacen grandes compras por internet y mucho más. Se dice que las empresas logran records de ventas enormes gracias a esta celebración, es sorprendente la cantidad de personas que llegan a diferentes empresas, a lo largo de la investigación nos daremos cuenta de algunas de ellas.

No es algo reciente, pero es algo que al pasar los tiempos aún sigue siendo una de las celebraciones más fuertes, el único año en que hubo inconvenientes en el cual las cifras de las empresas no mejoraron fue en el año 2020 a causa de la pandemia COVID-19, pero aun así en cuanto fue posible las empresas buscaron estrategias para buscar soluciones ante esto.

Las redes sociales son una gran herramienta para que esta celebración actualmente sea aún más grande, ya que las promociones se hacen por medio de ellas, llegando así a una mayor cantidad de personas.

Palabras clave: *Venta, centros comerciales, redes sociales, rebajas, records de ventas, productos, oferta, percepción.*

Abstract

Black Friday has many theories, you can go deeper into the subject since there is much to address, they call it consumerism, a party, Black Friday, etc. It is a day when people crowd shopping malls, make large purchases online and much more. It is said that companies achieve huge sales records thanks to this celebration, it is surprising the number of people who come to different companies, throughout the investigation we will realize some of them.

It is not something recent, but it is something that over time is still one of the strongest celebrations, the only year in which there were problems in which the figures of the companies did not improve was in 2020 due to the pandemic COVID-19, but even so, as soon as possible, companies sought strategies to find solutions to this.

Social networks are a great tool to make this celebration even bigger today, since promotions are made through them, thus reaching a greater number of people.

Keywords: *Sale, shopping centers, social networks, sales, sales records, products, offers, perception.*

Introducción

En el presente ensayo podremos observar que este es un tema extenso y a la vez complejo de estudiar, es mucho para abordar, podremos analizar la historia detrás de la famosa celebración “Black Friday”, el impacto económico tan grande que ha tenido en cada uno de los países en los que se ha implementado, nos encontraremos con diversas estrategias que se han ido implementando a lo largo de los años para que este sea efectivo.

A pesar de que tiene diversos términos se sabe que mayor mente es mencionada como “Black Friday” o “Viernes negro”, hay opiniones diversas de las personas sobre los productos más ofertados, más consumidos y los más buscados, es un tema extenso que trataremos de abordar los puntos más específicos, más importantes y dejar en claro todo sobre el tema.

Marco referencial

Empezó celebrándose en Estados Unidos, pero actualmente este día de compras se ha extendido a prácticamente todo el mundo. Y sin embargo muy poca gente conoce la historia de esta jornada, de este término y de cómo acabó convirtiéndose en una costumbre mundial y en un excelente negocio. (Mayans, 2022)

El viernes después del día de Acción de Gracias (que se celebra el 4º jueves de noviembre) tiene lugar en USA, 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. (Mayans, 2022)

Teorías sobre su origen

Existen diversas teorías sobre el origen del Black Friday en Estados Unidos. Una de las primeras que se difundió, y que hoy está totalmente descartada, es aquella que afirma que este día tiene un origen esclavista. Esta información falsa mantenía que los traficantes de esclavos negros bajaban justo sus precios el día de Acción de gracias de cara a la temporada de invierno. (Mayans, 2022)

Otra hipótesis es mucho más plausible y es que esta expresión se originase el viernes 24 de septiembre de 1869, cuando dos agentes de bolsa de Wall Street (Jay Gould y Jim Fisk) 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".

La expresión Black Friday se usó casi un siglo más tarde, una jornada después de Acción de Gracias, a mediados de la década de 1950. Según recoge el diario Telegraph, el sábado después de la festividad iba a tener lugar un partido de fútbol americano entre el ejército y la marina.

La ciudad de Filadelfia se colapsó el viernes ante la avalancha de personas que llegaron para hacer sus compras de Navidad y asistir al día siguiente al encuentro. Ante el caos, ningún policía pudo tomarse el día libre en la víspera del partido y los agentes tuvieron que trabajar largas jornadas de doce horas para controlar a las multitudes que abarrotaban la ciudad, por lo que bautizaron ese día con el nombre de "Viernes Negro".

La iniciativa tuvo éxito y pronto los comerciantes de Filadelfia empezaron a usar ese término para describir a las hordas de personas que se daban cita en las tiendas de la ciudad el día después de Acción de Gracias.¹

¹ (Mayans, 2022)

Éxito del Black Friday en el siglo XXI

Las jugosas rebajas de los establecimientos junto al ansia de compra de cara a las navidades ha sido el caldo de cultivo perfecto para que el Black Friday haya ganado adeptos en todos los países. En Estados Unidos, en 2003, los famosos almacenes Walmart y Sears ofrecieron a sus clientes grandes descuentos ya antes de las cinco o las seis de la madrugada.

En 2011, Walmart amplió aún más la jornada de compras abriendo sus puertas desde las diez de la noche del día de Acción de Gracias hasta todo el Black Friday. Internet no ha hecho más que fomentar este éxito. Cada año se superan las ventas online y, en 2021, todas las marcas esperan batir récord de ventas.²

No es oro todo lo que reluce y es que muchos expertos también observan los problemas que están comenzando a derivarse del éxito tan extendido del Black Friday. A pesar de su rentabilidad y eficacia, se cree que realmente no aumentan las ventas, sino que simplemente se adelantan las compras que se realizarán en Navidad a noviembre.

Todo sin olvidar la polémica siempre presente de que no todas las ofertas son promociones reales -ya que algunos comercios tienden a inflar los precios días previos para rebajarlos el Viernes Negro. A pesar de todo, el Black Friday ya es una realidad mundial. Todas las tiendas se preparan para este acontecimiento tan extendido.

Black Friday en distintos países.

- Estados Unidos

Estados Unidos es la cuna del Black Friday, el país que vio nacer este día ya tan famoso. Se trata del día en el que las tiendas estadounidenses generan un mayor número de beneficios, de ahí que busquen atraer de todas las formas posibles a sus clientes.

- Inglaterra

A pesar de las grandes rebajas y beneficios que genera el Black Friday, introducirlo en Inglaterra no fue especialmente fácil. Muchos ingleses lo consideraban un 'americanismo' más, negándose a dejarse el dinero en otro día más de rebajas, cuando ya disponen de otras jornadas a lo largo del año con ofertas más competitivas.

- Canadá

Al igual que en Inglaterra, son pocos los años que el Black Friday se lleva celebrando en Canadá. Sin embargo, fue mucho más fácil y rápida su implementación en este país. Empezaron a celebrarlo debido al éxito que el Viernes Negro tenía en su país vecino. Éxito que perjudicaba a Canadá.

- Australia

Este país lleva ya varios años celebrando el Black Friday, llegándose a convertir en el día más importante para los comercios australianos. Fue introducido hace apenas cuatro años por Apple. La compañía de la manzana mordida también se unió a esta celebración por todo el mundo, por lo que tampoco dudó en añadir sus rebajas del Black Friday en Australia.

- Irlanda

En Irlanda, el Black Friday se ha convertido en el día por excelencia de las compras, ya que cuenta con descuentos que no se encuentran otro día del año. Es tan importante para los establecimientos irlandeses este día que tiendas como Asos han extendido el Viernes Negro a varios días, o incluso se lanzan promociones muy tentadoras en las que regalan ¡hasta televisores!³

² (Mayans, 2022)

³ (CID I centro internacional de idiomas, 2022)

- España

Otras compañías como Media Markt o El Corte Inglés extienden el Black Friday durante todo el fin de semana, por lo que, al final, en España utilizamos erróneamente el término Black Friday, ya que las ofertas no solo se encuentran disponibles durante el viernes, sino durante aproximadamente cuatro días. Las ofertas suelen extenderse hasta el lunes, para así hacerlas coincidir con el Cyber Monday.

- México

En México no se celebra el Black Friday como tal, sino El Buen Fin, en el que durante un fin de semana se ofrecen descuentos de hasta el 70%. El objetivo principal es fomentar el comercio y el consumo y reactivar la economía del país.

- Panamá

En Panamá suele durar hasta el 1 de diciembre. Sin embargo, este año será la última vez que se celebre en noviembre porque diferentes empresas han llegado a un acuerdo para que a partir de 2017 se celebre en septiembre.

- Colombia

En Colombia se celebra un Black Friday en mayo y un Black Weekend en noviembre, igual que el Viernes Negro pero durante todo un fin de semana. Además, también celebran el lunes posterior el Cyber Monday -conocido allí como CyberLunes

- Irlanda

En Irlanda, el Black Friday se ha convertido en el día por excelencia de las compras, ya que cuenta con descuentos que no se encuentran otro día del año. Es tan importante para los establecimientos irlandeses este día que tiendas como Asos han extendido el Viernes Negro a varios días, o incluso se lanzan promociones muy tentadoras en las que regalan ¡hasta televisores!

- España.

Otras compañías como Media Markt o El Corte Inglés extienden el Black Friday durante todo el fin de semana, por lo que, al final, en España utilizamos erróneamente el término Black Friday, ya que las ofertas no solo se encuentran disponibles durante el viernes, sino durante aproximadamente cuatro días. Las ofertas suelen extenderse hasta el lunes, para así hacerlas coincidir con el Cyber Monday.

- México

En México no se celebra el Black Friday como tal, sino El Buen Fin, en el que durante un fin de semana se ofrecen descuentos de hasta el 70%. El objetivo principal es fomentar el comercio y el consumo y reactivar la economía del país.

- Panamá

En Panamá suele durar hasta el 1 de diciembre. Sin embargo, este año será la última vez que se celebre en noviembre porque diferentes empresas han llegado a un acuerdo para que a partir de 2017 se celebre en septiembre.

- Colombia

En Colombia se celebra un Black Friday en mayo y un Black Weekend en noviembre, igual que el Viernes Negro pero durante todo un fin de semana. Además, también celebran el lunes posterior el Cyber Monday -conocido allí como CyberLunes.⁴

⁴ (CIDI centro internacional de idiomas, 2022)

Algunas características que podemos destacar en este día:

- Descuentos agresivos
- Ampliación de horarios de apertura de tiendas
- Es muy común la ampliación de los eventos y promociones del Black Friday a todo ese fin de semana e incluso a toda la semana en algunos casos.⁵

Los elementos usados en el Black Friday son:

- Estrategias de marketing on-line.
- Ofertas por tiempo definido y limitado.
- Marketing guerrilla, etc.
- Publicidad
- Redes sociales

¿Cómo afecta el Black Friday en la economía de los últimos años?

Pese a este renovado interés, el Viernes Negro no ofrecerá unas rebajas tan suculentas como años anteriores, según los analistas consultados del sector comercial. Esto se debe a que tanto el coste del transporte de mercancías como el de la electricidad se han disparado. Pero esto no supondrá un freno a las ventas: el temor a que se produzca desabastecimiento de algunos artículos en unas semanas ánima a los consumidores a aprovechar estas ofertas más que antaño y adelantar buena parte de sus compras.

El último estudio de consumo realizado por Deloitte apunta a que la campaña de descuento de noviembre concentrará un 15% de las compras previstas para las fiestas navideñas. La Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (Camarasal) estimó pérdidas de \$100 millones por la cuarentena; mientras que la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (Fusades) detalló que el país perdía cada mes más de \$442 millones.⁶

Este 2021, los centros comerciales de Grupo Roble se suman a los comercios que ofrecerán descuentos. Multiplaza contará con su novedoso "Oh My Black!" con el que ofrecerá descuentos de hasta 70% en tiendas participantes. Un sondeo de la Defensoría del Consumidor arrojó que de 256 salvadoreños consultados, un 37.5% sí comprará en el viernes negro; un 86.4% dijo que para aprovechar las posibles ofertas.

Entre las categorías de los productos a adquirir, los artículos de tecnología y electrónicos representan la mayor demanda del 68 %, seguido por ropa con un 46% y calzado con 44%. Pese a la pandemia del covid-19, la modalidad presencial sigue predominando para los salvadoreños. La Defensoría detalló que más la mitad de los consultados afirmó que visitará los establecimientos para hacer sus compras.

Para la adquisición de productos, destinarán entre \$50 y \$100, y el medio de pago de mayor uso será el efectivo.⁷

Tendencias que marcan el comportamiento del consumidor

Estas son 3 tendencias que las empresas deberían considerar para adaptarse a los nuevos hábitos y rutinas de los consumidores:

1. Aumento de ventas online

Las tiendas físicas puede que aún tengan que seguir limitando sus aforos y si a esto le sumamos las restricciones de movilidad aún existentes en algunos países, esto empujará a los consumidores a hacer sus compras por internet y a que las empresas continúen con su digitalización. En este sentido, algunos factores que debes cuidar son la velocidad de carga web, la experiencia del usuario y la navegación. Una página que tarde más de 3 segundos será un cliente perdido.⁸

⁵ (Bilnea, 2022)

⁶ (Rivera, 2020)

⁷ (Alfaro, 2021)

⁸ (Cyberclick, 2021)

2. Los usuarios muestran más interés por los descuentos semanas antes

Ahora las empresas van a ofrecer grandes descuentos un poco antes que años anteriores. Tienen el objetivo de extender sus ofertas en el tiempo para motivar a las personas a comprar antes y evitar que dejen sus compras para el último momento.

Si echamos la mente años atrás, la mayoría de las compras se realizaban la última semana de noviembre o la primera de diciembre. Pero ahora desde octubre ya vemos como muchos comercios están ofreciendo descuentos irresistibles.

Prepara tu estrategia de oferta con antelación y comprueba la logística para comunicar las fechas límites de envío. Asimismo, las ofertas flash son una estrategia efectiva para atraer a clientes, evitando así saturaciones en fechas más puntuales.

3. Cada vez más usuarios pasan más tiempo en las redes sociales

A raíz del confinamiento se ha detectado que un porcentaje alto de usuarios tienen presencia en los canales digitales. Generaciones que antes no se atrevían a comprar ahora lo están haciendo. Estos mismos entran a las redes sociales través de sus teléfonos inteligentes; por lo que el alcance es notable. Estos usuarios pertenecen a la Generación X y a los Boomers.

Prácticas para aumentar las ventas en el Black Friday.

- **Ofrece envíos gratuitos.** Para el consumidor, los envíos gratuitos son un gancho de marketing digital muy atractivo, incluso aunque signifique subir el precio de los productos.
- **Expresa el descuento de la manera más atractiva.** Según la "regla del 100", de Jonah Berger, si el precio del artículo está por debajo de 100, es mejor usar un porcentaje (por ejemplo, 25% de descuento). En cambio, si el precio es más de 100, es mejor usar un valor absoluto (por ejemplo, 25 dólares)
- **Ofrece descuentos fáciles de calcular.** Evita las cifras "extrañas" como un 23%, ya que son difíciles de calcular y pueden acabar desincentivando a los consumidores. En su lugar, apuesta por promociones tipo 25%, 50%, 10%, 5%...
- **Ofrece el mayor descuento posible.** Lógicamente, la situación de cada empresa es distinta, por lo que no se puede aconsejar un porcentaje de descuento para todos. Pero si es posible, en Black Friday y Cyber Monday apuesta por cifras grandes (del 35 % para arriba).
- **Usa el negro en las creatividades.** Aprovecha el propio nombre del evento para reforzar el mensaje con vídeos o imágenes donde el negro sea el color dominante, tanto en emailing como en social ads y el resto de canales.
- **Incluye las "palabras mágicas" en tus copys.** Aquí tienes una lista de los términos que mejor funcionan: gratis, ahorro, tiempo limitado, tú (o el nombre de la persona a la que nos dirigimos), fácil, oportunidad, exclusivo, garantizado, nuevo, rápido, mejor, más, sin compromiso, ahora, regalo, solución, resultados, descubre, secretos, disfruta y el símbolo de porcentaje (%).
- **Usa las Stories en tu campaña.** Se trata de un formato con muy buena aceptación en nuestro país y que ya ha demostrado sus resultados en años anteriores.
- **Utiliza hashtags en tus redes sociales** para que los usuarios que busquen ofertas estos días, den con tus productos. Por ejemplo: #BlackFriday, #BlackFriday⁹

Ventajas del Black Friday para los comercios

Si se ha extendido tanto, será porque el Black Friday supone alguna ventaja para los negocios ¿no? Para empezar, ofrecer grandes descuentos en estas fechas es una manera fácil de atraer a muchos compradores. La proximidad a la Navidad hace que la gente se sienta más obligada a comprar porque tienen que hacer regalos y por lo menos es mejor comprarlos rebajados ¿verdad? Para las tiendas, el Black Friday también presenta una oportunidad para liberar stock. Puedes ofrecer grandes descuentos en aquello que no se ha vendido en otras temporadas y la gente lo comprará porque está rebajado. Además, es un gran momento para fidelizar clientes. Les atraes con las ofertas y si disfrutan de la experiencia, volverán.¹⁰

⁹ (Cyberclick, 2021)

¹⁰ (Martínez, 2019)

Desventajas del Black Friday para los negocios

Una de las mayores desventajas del Black Friday es la presión que puede suponer para algunos negocios a los que a lo mejor no les salen rentables este tipo de rebajas. Este tipo de mega-descuentos benefician a grandes empresas y multinacionales, pero suponen un esfuerzo económico para los pequeños comercios. Les plantea un dilema: ser competitivos y bajar precios aunque no sea rentable, o no participar y quedarse fuera de juego. Hagan lo que hagan, no hay manera de ganar.

¿Y qué pasa con los empleados? Sobre todo en las grandes compañías, que tienen una plantilla enorme y participan de lleno en estos días de compras desaforadas, los trabajadores tienen que hacer horas extras por las que no siempre son compensados. Así no es de extrañar que los descuentos de Black Friday no supongan un gran sacrificio para estos negocios, porque los empleados pagan la diferencia.

Finalmente, este funcionamiento no promueve el establecimiento de modelos de negocios sostenibles. Cuando hay que recortar precios, hay que recortar costes, y el enfoque en unos pocos días impide implantar estrategias de crecimiento consistente a largo plazo.

Ventajas del Black Friday para los consumidores

La popularidad de este fenómeno se puede atribuir en parte a la demanda de los consumidores. ¿Quién no quiere conseguir algo a precio rebajado? Si tienes que comprar algo para 20 personas en Navidad, ¿cómo no vas a preferir pagar la mitad por cada uno? Como ya hemos mencionado, este es un buen momento para adelantar las compras navideñas y, con la estrategia adecuada, ahorrar algo de dinero.

Desventajas del Black Friday para los consumidores

El problema aparece cuando aunque creas que estás ahorrando dinero, acabas gastando mucho más de lo que pensabas. La mentalidad del comprador en rebajas es muy diferente que en otro contexto. Es muy fácil caer en la trampa de comprar más porque el precio de cada artículo es menor, aunque no lo necesites. Si sientes que era una ganga te parecerá que ha sido una compra rentable, pero puede que acabes no usándolo nunca y por lo tanto, hayas malgastado dinero en realidad.

Además, a menudo las ofertas no son tan buenas como puede parecer. Diversas asociaciones de consumidores denuncian que algunos comercios inflan los precios los días antes de las rebajas y los «descuentos» no son más que el precio que tenían esos artículos originalmente. Esta es una práctica fraudulenta que también supone competencia desleal contra los negocios que sí hacen verdaderos descuentos, y el consumidor, en toda esta trama es víctima y cómplice a la vez.¹¹

Percepción de las mujeres ante el Black Friday

A pesar de que los jóvenes son los más aficionados a comprar por internet son, a la vez, los que más analizan la compra y comparan precios con el mundo offline. Sin embargo, las mujeres maduras con asentamiento socioeconómico son las más propensas a la compra compulsiva según varios estudios 59% entre los 18 y 34 años

El target joven sin embargo, a pesar de ser el más propenso a comprar en las redes sociales en el Black Friday y el Cyber Monday, no solo por webs, sino comprando también directamente desde redes sociales, principalmente Instagram (53%) o Facebook (40%), son a la vez los que más analizan el coste de los productos.

Y aunque la media del 30,8% de los consumidores en nuestro análisis se ubica en el rango de edad de 24 a 34 años, casi el 17% tiene entre 18 y 24 años. Casi el 53% de ellos son mujeres, y sabemos por varios estudios de los últimos cinco años que las mujeres influyen en cerca del 85% de todas las compras del hogar.¹²

El impacto de las promociones en el cliente brinda varios beneficios a la empresa a partir de su repercusión en la aceleración del volumen de ventas. Las promociones son incentivos que estimulan rápido la decisión de compra de los clientes, y sirven para aumentar las ventas en el corto plazo de productos o servicios determinados.¹³

¹¹ (Martínez, 2019)

¹² (Ocaña, Expansión, 2021)

¹³ (Prana Marketing Group, 2021)

Black Friday se ha convertido en una necesidad para los comercios que arrastran un periodo post-rebajas de verano negativo. Esta promoción supone un incentivo para comenzar el consumo de productos de cara a las festividades navideñas. Con la intención de generar un impulso en las ventas, se introducen rebajas y promociones que animan el consumo y que permitirán enlazar con las compras de Navidad que se producirán en las 2 o 3 próximas semanas¹⁴

Justificación

Como hemos podido observar el Black Friday tiene importancia tanto para los comercios como para los consumidores, básicamente es una gran oportunidad que tienen las empresas para establecer relaciones cercanas y directas con los distintos tipos de consumidores.

Este proceso lleva a un fidelización y a un mayor posicionamiento de las distintas marcas en la mente de los consumidores. El Black Friday da la pauta para implementar mayores estrategias publicitarias y un mayor aprovechamiento de las nuevas tecnologías, es decir de las redes sociales tanto las antiguas como las nuevas, ya que hoy en día es fácil crear publicidad no solo en Facebook e Instagram sino también en la plataforma de tik tok.

A pesar que durante la pandemia se hizo una gran perdida y no fue algo que ayudara a los comercios, pos pandemia tomo la misma fuerza y ayudo a que los comercios fueran creciendo de nuevo, subsanando las perdidas anteriores, y hoy en día siguen elevándose cada vez más, con nuevas y mejores ofertas, incluso adelantándolo en distintos meses del año para tener mayores incrementos.

Objetivos

Objetivo General.

Analizar la percepción de la población ante el Black Friday.

Objetivos Específicos

Identificar cuáles son sus factores motivacionales y como logran llegar a la mente del consumidor.

Comparar los porcentajes de ganancias estimadas durante los últimos años.

Analizar las ofertas y promociones que se ofrecen durante el Black Friday.

¹⁴ (ignacioJaen Branding y marketing estratégico, 2018)

Matriz de congruencia

Tema	Planteamiento del problema	Objetivos	Definición conceptual	Indicadores	Instrumento de recopilación de datos
<p>Percepción de la población salvadoreña en relación con el Black Friday.</p>	<p>El presente trabajo pretende responder a las diferentes incógnitas sobre</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es el Black Friday? • ¿Desde cuándo surgió? • ¿Cuáles son sus características? <p>De igual o mayor importancia la incógnita principal a responder es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la percepción que tiene la población salvadoreña ante el Black Friday? 	<p>Objetivo General. Analizar la percepción de la población ante el Black Friday.</p> <p>Objetivos Específicos. Identificar cuáles son sus factores motivacionales y como logran llegar a la mente del consumidor. Comparar los porcentajes de ganancias estimadas durante los últimos años. Analizar las ofertas y promociones que se ofrecen durante el Black Friday.</p>	<p>Percepción: Sensación interior que resulta de una impresión material producida en los sentidos corporales.</p> <p>Población: Conjunto de personas que habitan la Tierra o cualquier división geográfica de ella.</p> <p>Black Friday: La expresión «viernes negro» es preferible en español a «Black Friday», que también puede alternar con otras como «viernes de descuentos», «viernes de ofertas» o «viernes de compras», recuerda la Fundación del Español Urgente, promovida por la Agencia EFE y la RAE.</p>	<p>Percepción: Opinión de las personas. Datos subjetivos. Encuestas. Evaluaciones. Población: Edad. Cargo. Necesidades. Black Friday: Ofertas. Promociones. Publicidad. Demanda.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario.</p>

Método

Se realizó una investigación cuantitativa, descriptiva y bibliográfica que permite detallar situaciones o eventos.

Para la recolección de la información utilizamos la encuesta en línea con el fin de determinar una serie de preguntas para conocer factores motivacionales, percepción de la población salvadoreña hacia el Black Friday, cuáles son sus estrategias, etc. Por medio del sitio web <https://forms.gle/aqSuqwWJoMBgoRs4A> hasta el momento se han abarcado a 170 personas.

Se planteó para la determinación de la muestra, el uso de la fórmula para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 1.96%, margen de error del 5%, probabilidad de éxito y fracaso del 50% para ambos casos.

Los datos están siendo almacenados en una base de datos en la plataforma de google forms.

Discusión

El Black Friday empezó celebrándose en Estados Unidos, pero actualmente este día de compras se ha extendido a prácticamente todo el mundo. Y sin embargo muy poca gente conoce la historia de esta jornada, de este término y de cómo acabó convirtiéndose en una costumbre mundial y en un excelente negocio.

Para la celebración del Black Friday las empresas aprovechan a poner ofertas para atraer a sus clientes, ya que los consumidores son incentivados y motivados a adquirir los productos por los precios bajos que suelen ofrecerse en esta época del año, ya que bien puede ser cualquier producto que el cliente necesite que anteriormente estuviese a un precio elevado y debido a esta celebración del año el producto que él deseaba adquirir, está a un costo más bajo.

Sin embargo, la adaptación de esta tradición foránea no está exenta de problemas de implementación en una sociedad con tradiciones y temporadas de consumo diferentes, a pesar de que la globalización está haciendo cada vez más homogéneos los mercados, las festividades y las temporadas de compra. Recordemos que el Black Friday en Estados Unidos nace para dar salida a los productos que no fueron vendidos durante el periodo de compras anterior al día de Acción de Gracias. Por tanto, como vemos, tiene un sentido concreto, como es rematar el stock acumulado para dejar sitio a los productos de la nueva temporada.

El término del Black Friday si bien ahora en día se ha extendido por casi todo el mundo, muy poca gente en realidad conoce la historia detrás de esta palabra, del por qué se convirtió en una celebración popular y un negocio rentable para muchas empresas. Esto se debe principalmente a que aprovechan la oportunidad de este día para ubicar ofertas que atraigan a los clientes, a través del uso del marketing y la publicidad nos incentivan y motivan a consumir dichos productos o servicios por su accesibilidad que de haber estado presente en otra fecha probablemente no le sea rentable.

A pesar de ser una celebración relativamente conocida no está exenta de algunos problemas de implementación ya que debemos recordar que esta festividad nace con el fin de dar salida a productos que en su momento no pudieron ser vendidos, esto quiere decir que tiene un sentido concreto y es dejar espacio a productos de nueva temporada.

Todos tienen diferentes opiniones sobre este fenómeno, muchos dicen que ayudan y las ofertas son de gran ayuda ya que justo da paso a las festividades de fin de año, pero otras personas también opinan que esto es una gran estafa en la que las grandes empresas se aprovechan de los consumidores y a raíz de ello ganan más a base de mentiras y ofertas falsas, las mujeres tienen mayores percepciones a raíz de que llegan más descuentos para sus productos favoritos, el más consumido casi siempre varía entre el maquillaje y juguetes. Hablar del black Friday es un tema de nunca acabar escuchar opiniones de las personas ayuda a entender un poco más sobre ello aparte de conocer su historia.

Sabemos que las compras en las mujeres siempre ha sido algo de suma importancia, siempre van buscando zapatos nuevos y a la moda, llenar su guardarropa, accesorios lindos, cosas para el hogar, etc. Opinamos que esta actividad festejada anualmente genera en las personas aquel sentimiento de decir “no es algo que yo necesite, pero si es algo que yo quiero tener”, esto es algo que afecta tanto a hombre como a mujeres, pero que según lo estudiado produce un mayor efecto en mujeres ya que son ellas las que más se encargan de las compras de fin de año, sea para fiestas, para su familia, amigos o consumo propio, y es aquí donde aprovechan las ofertas, rebajas o promociones que puedan ofrecer los distintos comercios existentes.

Conclusión

El siguiente ensayo quiere darnos a conocer sobre la importancia que tiene el Black Friday y cómo este influye en la población salvadoreña de las mujeres de 18 a 34 años, además, qué es una fecha que muchos buscan por la reducción de precios que benefician a la población en cuanto a su bolsillo pero como podemos darnos cuenta, el blackfriday no solamente beneficia a la población en general, si no también, a los comercios, ayudando así mismo, a la economía de los distintos países que emplean esta estrategia para fin de año.

Su principal vía de influencia es el manejo de esta motivación, es decir, el bombardeo de ofertas sobre distintos productos (tecnología, hogar, moda, belleza, etc) hace que consideremos la compra de artículos que no habíamos pensado previamente, pero rescata de nuestra memoria la opción de comprarlos (que sin esos mensajes probablemente ni nos acordaríamos).

En conclusión podemos decir que el Black Friday es una fecha que se vuelve importante para muchos ya que ayuda a la economía del país, de las empresas y al bolsillo de las personas.

Agradecimiento

Este proyecto fue posible gracias al apoyo constante obtenido por parte del Lic. Elmer Mozo docente de la asignatura de Investigación de Mercados, por brindarnos las herramientas y consejos necesarios para llevar a cabo nuestra investigación de principio a fin.

Atentamente.

Angela Martínez- Estudiante de Lic. En Comunicaciones.

Camilo Eduardo Guzmán Ramos- Estudiante de Lic. En Comunicaciones.

Josué Alejandro Salinas- Estudiante de Li. En Comunicaciones

Fátima Patricia Rivera- Estudiante Lic. En Administración

Raquel Nohemí Mejía- Estudiante Lic. En Comunicaciones

Referencias

- ABC Historia*. (20 de Noviembre de 2018). Obtenido de ABC Historia: https://www.abc.es/historia/abci-historia-black-friday-entre-comercio-esclavos-y-crisis-economica-1869-201811201420_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Alfaro, K. (26 de Noviembre de 2021). *Eleconomista.net*. Obtenido de Eleconomista.net: <https://www.eleconomista.net/economia/Comercio-listo-para-la-mayor-temporada-de-ventas-del-ano-20211126-0002.html>
- Bilnea*. (1 de Noviembre de 2022). Obtenido de Bilnea: <https://bilnea.com/black-friday-debes-saber/>
- CIDI centro internacional de idiomas*. (1 de Noviembre de 2022). Obtenido de CIDI centro internacional de idiomas: <https://cidi.com/black-friday-diferentes-paises-mundo/>
- Cyberclick*. (18 de Octubre de 2021). Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/black-friday-y-cyber-monday-claves-de-marketing-online-para-vender-mas>
- Martínez, P. S. (27 de Noviembre de 2019). *Ibschool*. Obtenido de Ibschool: <https://www.iebschool.com/blog/debateiebs-black-friday-comercio-ventas/#comercios>
- Mayans, C. (31 de Mayo de 2022). *Historia. National Geographic*. Obtenido de Historia. National Geographic: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/origen-historico-black-friday_14984
- Rivera, K. (19 de Noviembre de 2020). *Diario El Salvador*. Obtenido de Diario El Salvador: <https://diarioelsalvador.com/black-friday-una-luz-para-el-comercio/13391/>