

# “Percepción de la población salvadoreña en relación con el Black Friday en hombres de 35 años”

Ramírez Láinez T.N.<sup>1</sup>, Salazar Mundo P.E.<sup>2</sup>, Vásquez Beltrán S.F.<sup>3</sup> Molina Cano A.P.<sup>4</sup>, Márquez Portillo S.A.<sup>5</sup>, Valles Araujo B.A.<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Coordinación de Mercadeo  
Facultad de Ciencias Empresariales

<sup>2</sup>Coordinación de Mercadeo  
Facultad de Ciencias Empresariales

<sup>3</sup>Coordinación de Administración de Empresas  
Facultad de Ciencias Empresariales

<sup>4</sup>Coordinación de Mercadeo  
Facultad de Ciencias Empresariales

<sup>5</sup>Coordinación de Administración de Empresas  
Facultad de Ciencias Empresariales

<sup>6</sup>Coordinación de Mercadeo  
Facultad de Ciencias Empresariales

<sup>1</sup>tatiana.ramirez210762@liveusam.edu.sv,<sup>2</sup>patricia.salazar210892@liveusam.edu.sv,

<sup>3</sup>samuel.vasquez201053@liveusam.edu.sv,<sup>4</sup>axel.molina210394@liveusam.edu.sv,

<sup>5</sup>salvador.marquez191115@liveusam.edu.sv,<sup>6</sup>bianca.valle211097@liveusam.edu.sv

## Resumen

El objeto de análisis en las distintas realidades sociales, económicas y de comunicación; y establecer una relación entre ellas para averiguar los verdaderos resultados del Black Friday. Por esta razón, el título que se ha decidido dar al trabajo es “Black Friday: ¿Consumir o consumirse?”, puesto que a través de estas palabras de la misma familia léxica, pero con diferentes matices semánticos, se pretende comprobar si es un día de compras moderadas y beneficiosas tanto para vendedores como para clientes, o si, por el contrario, es un día de derroche y exceso en gastos.

El trabajo estudia el origen de Black Friday en Estados Unidos, y su desarrollo hasta su llegada a El Salvador. En segundo lugar, se analizan los impactos económicos que las rebajas suponen a los comercios, comparando las desigualdades de condiciones entre los pequeños establecimientos y grandes superficies.

Para contrastar los datos, la investigación se apoya en varias fuentes de información que se realizaron en tiendas locales y nacionales, además de un seguimiento de precios de unos productos determinados.

La tercera parte del trabajo se centra en el contexto actual de la sociedad para estudiar las motivaciones del consumidor hoy en día y comprender las principales estrategias de marketing para incentivar las compras. Por último, se realizan encuestas a nivel nacional a personas de una edad determinada para obtener de primera mano datos de los hábitos del consumo durante el Black Friday.

## Abstract

The object of analysis were the different social, economic and communication realities; and establish a relationship between them to find out the true results of Black Friday. For this reason, the title that has been decided to give to the work is "Black Friday: Consume or consume?", since through these words of the same lexical family, but with different semantic nuances, it is intended to verify if it is a day of moderate and beneficial purchases for both sellers and customers, or if, on the contrary, it is a day of waste and excess in expenses.

The work studies the origin of Black Friday in the United States, and its development until its arrival in El Salvador. Secondly, the economic impacts that sales have on businesses are analysed, comparing the inequalities in conditions between small establishments and large stores.

To contrast the data, the research is based on various sources of information that were carried out in local and national stores, in addition to monitoring the prices of certain products.

The third part of the work focuses on the current context of society to study consumer motivations today and understand the main marketing strategies to encourage purchases. Lastly, nationwide surveys are carried out on people of a certain age to obtain first-hand data on consumption habits during Black Friday.

## Introducción

Se conoce como viernes negro (en inglés, Black Friday) al día que inaugura la temporada de compras navideñas con significativas rebajas en muchas tiendas minoristas y grandes almacenes. Es un día después del Día de Acción de Gracias en Estados Unidos, es decir, se celebra el día siguiente al cuarto jueves del mes de noviembre. En los últimos tiempos, esta costumbre se ha extendido internacionalmente de forma significativa.

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 del retail 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 y Almacenes Omnisport. (nationalgeographic, págs. <https://www.laprensagrafica.com/economia/Donde-salio-el-Viernes-Negro-20151127-0019.html>)

En la actualidad el Black Friday en El Salvador es una celebración esperada por bastantes personas desde inicios de octubre o antes. Esto es comprensible a los buenos descuentos que se ofertan ese día, desde el 20%, 30%, 40%, 50% y hasta 70% de descuento.

A la fecha algunas de las tiendas más populares y grandes donde se pueden encontrar buenos descuentos son: Siman, Prado, Claro, Sony Center El Salvador, Sears, Pizza Hut, Office Depot, Trans-Express, MD, Easy Buy, Almacenes Tropigas, La Curacao, etc.

Pues te contamos que en este año 2022 el Black Friday en El Salvador será el Viernes 25 de Noviembre. Ese día muchas tiendas y comercios tendrán super ofertas. Por lo general es desde el inicio del día hasta el final del día. (ElsalvadorEsHermoso.com, s.f.)

Además, también es necesario añadir que como el evento es importante para el comercio, varias tiendas (especialmente los almacenes y tiendas por departamento), extienden el tiempo, ya sea durante los días previos al propio Black Friday o uno o dos días después del mismo. En este caso depende de cada comercio.

## Marco referencial

### Antecedentes del Black Friday en El Salvador

El "Black Friday" surgió originalmente en Estados Unidos y de ahí se extendió a otros países como El Salvador, donde cada año más comercios se unen a la fiebre de compras. En Estados Unidos, se realiza un día después del Día de Acción de Gracias, una celebración propia de la nación norteamericana.

¿Es válido el término "¿Viernes Negro" para El Salvador, a pesar de que no celebremos el "Thanksgiving Day"? Al conocer el origen de su nombre, es probable que estemos de acuerdo en que el nombre nos viene bien también.

El término "Black Friday" se hizo popular a partir de la década de 1960 en Filadelfia, cuando los oficiales de tráfico comenzaron a llamarlo así, debido al caos vehicular y afluencia de personas en las calles de la que sufrían ese día.

El adjetivo "negro" se asoció más tarde con el hecho que los comercios tienen "números negros", en este día por la cantidad de compras. Los números negros representan los ingresos, contrarios a los rojos que marcan las pérdidas.

Además, el nombre se terminó de popularizar en 1975, cuando el periódico The New York Times lo utilizó en un artículo.<sup>1</sup>

### ¿Cuándo inició el Black Friday en El Salvador?

Tomando en cuenta las largas filas que hay fuera de los establecimientos comerciales en El Salvador, el caos vehicular que invade las calles desde tempranas horas de este día, el "Black Friday", en realidad, le queda perfecto.

---

<sup>1</sup> Redacción. (27 de 11 de 2020). La Prensa Gráfica. Obtenido de <https://www.laprensagrafica.com/tendencias/Black-Friday-2020-por-que-el-Viernes-Negro-se-llama-asi-y-otras-4-curiosidades-sobre-el-famoso-dia-de-compras-20201127-0031.html>

Todo inició en el año 2011 cuando Multiplaza hizo una campaña publicitaria en los medios impresos nacionales mostrando algunas de las ofertas del Black Friday en El Salvador, celebración que se llevaría a cabo por primera vez en el país a "gran escala"; en esa ocasión participaron casi el 85% de locales del centro comercial y los siguientes años siguió creciendo.<sup>2</sup>

Posteriormente se fueron uniendo más tiendas por departamento y grandes almacenes como Walmart, Siman, etc; y tiendas de menor tamaño en centros comerciales.

En la actualidad el Black Friday en El Salvador es una celebración esperada por bastantes personas desde inicios de Octubre o antes. Esto es comprensible a los buenos descuentos que se ofertan ese día, desde el 20%, 30%, 40%, 50% y hasta 70% de descuento.

A la fecha algunas de las tiendas más populares y más grandes donde se pueden encontrar buenos descuentos son: Siman, Prado, Claro, Sony Center El Salvador, Sears, Pizza Hut, Office Depot, Trans-Express, MD, Easy Buy, Almacenes Tropicigas, La Curacao, etc.

### **Críticas sobre este día**

La primera vez que la celebración de compras se efectuó, hubo muchas críticas por el comportamiento "desenfrenado" y desorden realizado en una de las tiendas; cosa que se hizo bastante popular en dicho momento al ser difundido un video en las redes sociales, especialmente en Facebook.

En el video se mostraba una estampida de gente intentando entrar a un almacén que celebraba el Viernes Negro; en dicha estampida de gente hubieron golpeados, peleas y discusiones entre compradores, viéndose una parte bastante vergonzosa de la celebración y por ende las críticas de muchos.

Lo que si no podemos negar son los descuentos que hay en el Black Friday salvadoreño, convirtiéndose en un buen día (se realiza durante todo el día viernes) para hacer compras de Navidad. En lo personal ya he ido a comprar ropa en esa fecha y conseguí varios buenos descuentos.

Recuerden que la celebración se realiza en prácticamente todos los centros comerciales grandes del país como lo son: Metrocentro San Salvador, Metrocentro San Miguel, Metrocentro Santa Ana, Galerías, Multiplaza, La Gran Vía, Plaza Mundo y también en algunas tiendas ubicadas fuera de los centros comerciales más grandes.<sup>3</sup>

### **Afluencia de salvadoreños a comercios por Black Friday aumentó en el 2021**

Hay que aclarar que, durante el Black Friday del año pasado, el país apenas estaba saliendo del parón económico que significó la cuarentena por la pandemia de Covid-19, situación que provocó que muchas empresas y comercios cesaran sus actividades durante varios meses, así como también hubo una alta pérdida de empleos.

Según Cabrero, una mayor estabilidad laboral a lo largo de 2021, así como una recuperación gradual de la economía en general es lo que probablemente ha impulsado a que más salvadoreños se acerquen a los comercios para aprovechar las ofertas de temporada. Desde tempranas horas de la mañana, miles de salvadoreños se acercaron a los principales centros comerciales de la capital con el objetivo de aprovechar las promociones y descuentos que ofrecen los comercios con motivo del Black Friday.

Uno de esos centros comerciales que más fue visitado es Metrocentro, donde desde antes de las 5 de la mañana ya había personas esperando a entrar para realizar sus compras, según las declaraciones de algunos visitantes.

Lynda Cabrero, jefa de marca de ese centro comercial, afirmó que el establecimiento experimentó movimiento desde muy temprano, y calcula que hubo un aumento de hasta 40% de visitantes, aproximadamente, con respecto al año 2020.

### **Calzado y electrónicos los más solicitados**

Con respecto a los productos más buscados por los compradores, la gerente de marca de Almacenes Simán, Patricia Martínez, afirmó que los clientes de ese comercio se acercaron con interés en adquirir productos como

---

<sup>2</sup>Alemán, M. (23 de 11 de 2020). El Blog de Misael Alemán. Obtenido de <https://www.misaelaleman.com/black-friday-el-salvador>

<sup>3</sup> Mejía, J. C. (26 de nov. de 2021). ELSALVADOR.COM. Obtenido de <https://www.elsalvador.com/noticias/negocios/comercios-black-friday-en-aumento/904039/2021/>

ropa y calzado, principalmente, sin embargo, agregó que otros productos que han tenido mucha demanda son los electrónicos como teléfonos móviles, tablets y electrodomésticos.<sup>4</sup>

Este dato confirma el estudio realizado por la Defensoría del Consumidor sobre los hábitos de consumo de los salvadoreños y que, según Ricardo Salazar, presidente de la institución, arrojó que son esos productos los que más buscarían las personas en esta temporada.

No obstante, el nivel de afluencia que han observado los comercios dista un poco de los resultados de la encuesta de la Defensoría, mismos que indicaron que para este año habría poco interés de parte de los salvadoreños en salir a realizar compras en Black Friday.

### **Bitcoin ha sido poco utilizado**

A pesar de que muchos establecimientos colocan en su entrada un rótulo que afirma que reciben pagos con Bitcoin, son pocas las personas que utilizan ese método de pago para realizar sus compras.

Por ejemplo, la gerente de marca de Simán añade que la mayoría de las personas han realizado sus compras con la tarjeta que extiende ese comercio a sus clientes, debido a los distintos descuentos que se le aplican.

Además, agrega que como segundo método de pago más utilizado está el dinero en efectivo, seguido de las tarjetas de crédito y débito. Con respecto a la criptomoneda afirma que "ha habido pagos con Bitcoin pero han sido muy pocos en comparación con los demás métodos de pago". (Mejía, ELSALVADOR.COM, 2021)

### **Justificación**

El Black Friday es una oportunidad para que las empresas entablen una relación más cercana, clara y directa con el consumidor, lo cual puede llegar a generar una gran conexión emocional permitiendo la fidelización y el posicionamiento de la marca. Convirtiéndose en un importante espacio para implementar estrategias publicitarias digitales para las marcas, dado que el auge de las plataformas digitales cada vez se introduce con más fuerza al mundo y los consumidores están buscando mayor participación con las marcas. Las estrategias digitales actualmente hacen parte de la mayoría de los planes de comunicación de las empresas, dada la mayor presencia de los consumidores en estos espacios, generando valor para las diferentes marcas, además que genera mayor interacción y acercamiento con la misma. La investigación es relevante, dado el nivel generacional, esto para determinar la rentabilidad de algunos productos segmentado por edades, además, la investigación es factible porque sus objetivos se pueden cumplir por medio de un estudio de caso, donde se hace seguimiento a la estrategia de comunicación verbal y escrita en la promoción del Black Friday a través de la observación de las diferentes comportamientos que presenta el grupo femenino delimitado, en la fecha establecida para este día de promociones.

### **Objetivo General**

- Percepción de la población salvadoreña hombres en relación con el black friday entre las edades mayores a los 35 años

### **Objetivos específicos**

- Evaluar la demanda de productos que tienen los hombres de 35 años en las ofertas del Black Friday.
- Identificar la percepción de la población que tienen los hombres de 35 años en el Black Friday.
- Describir los factores motivacionales que con llevan a los hombres 35 años a adquirir en el tiempo del Black Friday

---

<sup>4</sup> Mejía, J. C. (26 de nov. de 2021). ELSALVADOR.COM. Obtenido de

<https://www.elsalvador.com/noticias/negocios/comercios-black-friday-en-aumento/904039/2021/>

Matriz de Congruencia

Tema	Planteamiento del problema	Objetivos	Definición conceptual	Indicadores	Instrumento de recopilación de datos
<p>Percepción de la población salvadoreña hombres en relación con el Black Friday entre las edades mayores a los 35 años</p>	<p>Este trabajo pretende responder las diferentes inquietudes del</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es el Black Friday?</li> <li>• ¿Cuándo surgió en El Salvador?</li> <li>• ¿Características del Black Friday?</li> </ul> <p>Cual es la importancia principal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Cuál ha sido la percepción de la población salvadoreña hombres en relación con el Black Friday entre las edades mayores a los 35 años.</li> </ul>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Analizar la percepción de la población ante el Black Friday</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Evaluar la demanda de productos que tienen los hombres de 35 años en las ofertas del Black Friday.</p> <p>Identificar la percepción de la población que tienen los hombres de 35 años en el Black Friday.</p> <p>Describir los factores motivacionales que con llevan a los hombres 35 años a adquirir en el tiempo del Black Friday</p>	<p><b>Percepción:</b> Cuál es la sensación que tiene o la impresión producida por las cosas materiales.</p> <p><b>Población:</b> económicamente la población abarca a todas las personas del sexo masculino que aportan su trabajo para producir bienes y servicios económicos.</p> <p><b>Black Friday:</b> Es una oportunidad para que las empresas entablen una relación más cercana, clara y directa con el consumidor y ver la gente como se motiva para comprar.</p>	<p><b>Percepción:</b> opinión de las personas. Encuestas. Evaluaciones.</p> <p><b>Población:</b> Edad. Cargo. Ingresos. Necesidades.</p> <p><b>Black Friday:</b> Ofertas. Promociones. Publicidad. Demandas.</p>	<p><b>Técnica:</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

## Método

Sera de tipo cuantitativa, descriptiva y bibliográfica que permite detallar situaciones o eventos, es decir, cómo es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca propiedades, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis ya que se usa para comprender frecuencias, patrones, promedios y correlaciones, entender relaciones de causa y efecto, De esta manera, los resultados se expresan en números o gráficos.

Se trata de características cuyas variaciones pueden ser expresadas de forma numérica. Por ejemplo: edad, peso, estatura, número de hijos, años de servicio, entre otros. entre las edades de 35 años en adelante.

Para la recolección de la información se utilizó la encuesta en línea el cual buscaba determinar una serie de preguntas para poder conocer los factores motivacionales para las compras en el Black Friday por medio del sitio web <https://forms.gle/aqSuqwWJoMBgoRs4A> Se abarco a 384 personas que trabajan, sin importar el estado civil, sexo, lugar de residencia.

Se planteó para la determinación de la muestra, el uso de la fórmula para poblaciones infinitas, considerando un Nivel de Confianza del 95%, Margen de error del 5%, probabilidad de éxito y fracaso de 50% en ambos casos.

Los datos fueron almacenados en una base de datos de la plataforma de Google Forms. El cuál se realizaron tablas de frecuencia con gráficas para estipular los porcentajes de información válida y los datos que no eran representativos.

## Conclusiones y trabajos futuros

El siguiente ensayo quiere darnos a conocer sobre la percepción que tiene el Black Friday en la población salvadoreña de los adultos mayores a 35 años, además, qué es una fecha que muchos buscan por la reducción de precios qué 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. Con este trabajo, hemos llegado a una serie de conclusiones sobre la realidad que rodea al Black Friday. Al principio de la investigación, partíamos de la premisa de que tanto las empresas grandes como los consumidores eran los grandes beneficiados en perjuicio de los pequeños comercios. Sin embargo, las entrevistas realizadas revelaban que las grandes superficies obtenían muchas ventas este día, pero las semanas siguientes recibían muchas devoluciones con su consiguiente reducción de ingresos. Por otra parte, las PYMES no pueden equiparar sus porcentajes de descuentos, pues no tienen opción de permitirse tanto margen de beneficios. En el caso de que tengan una página web, no disponen generalmente de la alternativa de venta a través de ésta, por lo que la captación de clientes potenciales no se convierte directamente en consumo. Por ello, consideramos oportuna la implantación de una ley que proteja a los pequeños comercios

## Agradecimientos

Este proyecto fue posible gracias al apoyo de la Universidad Salvadoreña Alberto Masferrer (USAM) y a los docentes Lcdo. Elmer Alexander Mozo y Lcdo. Kevin Keagan por brindar su apoyo y la oportunidad que dieron para realizar la investigación realizada para esta distinguida institución.

Atentamente:

*Tatiana Ramírez, Patricia Salazar, Samuel Vásquez, Axel Molina, Salvador Márquez, Bianca Valles*

## Referencias

- Alemán, M. (23 de 11 de 2020). *El Blog de Misael Alemán*. Obtenido de <https://www.misaelaleman.com/black-friday-el-salvador>
- Beltran G. Amaiquema F, L. F. (08 de 2020). *La motivación en la enseñanza en línea*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442020000400316](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000400316)
- ElsalvadorEsHermoso.com*. (s.f.). Obtenido de <https://elsalvadoreshermoso.com/black-friday-en-el-salvador/>
- Mejía, J. C. (26 de 11 de 2021). *elsalvador*. Obtenido de [elsalvador.com](http://elsalvador.com)
- Mejía, J. C. (26 de nov. de 2021). *ELSALVADOR.COM*. Obtenido de <https://www.elsalvador.com/noticias/negocios/comercios-black-friday-en-aumento/904039/2021/>
- Redacción. (27 de 11 de 2020). *La Prensa Grafica*. Obtenido de <https://www.laprensagrafica.com/tendencias/Black-Friday-2020-por-que-el-Viernes-Negro-se-llama-asi-y-otras-4-curiosidades-sobre-el-famoso-dia-de-compras-20201127-0031.html>