

El 40% de los cambios de precio en el Black Friday fueron al alza

Los ecommerce cambiaron sus precios un 30% más veces de lo habitual durante el fin de semana del Black Friday

Durante el fin de semana que ha durado el Black Friday, los vendedores online y el propio Amazon han ido ajustando sus precios a los de sus competidores con mayor frecuencia de lo habitual.

Según un estudio de la empresa de control y análisis de precios online Boardfy, el fin de semana entre el 25 y 27 de Noviembre se hicieron un 30% más cambios de precios que justo el anterior fin de semana.

Aunque la baja de precios estaba planificada, la mayor parte de los vendedores no mantuvieron los precios estáticos durante el Viernes Negro, sino que los han ido ajustando en función del comportamiento de sus competidores. De hecho, a pesar de que el viernes 25 de Noviembre los precios eran entorno a un 10% más baratos de media que el viernes anterior (aunque existían bajadas más agresivas), el 40% de los cambios de ese día fueron subidas de precio. Además, el sábado 26 los vendedores volvieron a la senda de subidas de márgenes, ya que el 70% de los cambios de precios fueron al alza.

El estudio analiza el comportamiento de casi medio millón de precios de diferentes categorías de producto y tipología de vendedores en los 5 países europeos donde está presente Amazon (España, Alemania, Francia, Italia, UK), teniendo en cuenta el propio Amazon, empresas que venden dentro del gigante del comercio electrónico y otros miles que hacen publicidad en Google Shopping.

Los países más activos en cambios de precios fueron UK (Una media de 26 cambios de precios por producto a lo largo del fin de semana) y España (15 cambios de precios por producto a lo largo del fin de semana) muy por encima del resto que se sitúan en torno a 7 cambios.

La importancia de “espiar” a los competidores

En palabras de Fernando Gómez (CEO de Boardfy): “el estudio deja clara la importancia de monitorizar los precios con un software de pricing en tiempo real y más en periodos de alta demanda” y agrega, “ahora mismo, es tan importante como tener una web que cargue rápido: los vendedores que quieren ser competitivos tienen que espiar a sus competidores”.

Acerca de Boardfy

Boardfy es una startup con sede en Vigo (Galicia) nacida a mediados de 2016 y centrada en el control de precios en Internet. Ayuda a los vendedores online a controlar a sus competidores y a los fabricantes y marcas a detectar quién vende sus productos y a qué precio.

Ha sido acelerada por una de las principales aceleradores TIC del país (Conector startup accelerator) y forma parte de la pre-aceleradora de ViaVigo en su cuarta edición.

Hace pocos días, Carlos Blanco, mejor Business Angel de España por AEBAN en 2014 y co-fundador de Conector, al hilo de la nueva sede de Conector en Galicia hablaba así de Boardfy “es una de las startups noveles más prometedoras de las últimas hornadas de Conector”.

Datos de contacto:

Fernando Gomez

CEO

670044953 - 91060936

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

Categorías: [Telecomunicaciones Galicia](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Actualidad](#) [Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>