

El 54% de los españoles que comprarán en Black Friday ya ha seleccionado sus productos, según Directia

Los consumidores buscan este año ofertas más dilatadas en el tiempo (46%) y más agresivas (42%). Siete de cada diez españoles planean comprar durante Black Friday, aunque, de ellos solo tres de cada diez confían en que podrán adelantar sus compras navideñas

A una semana del Black Friday, Directia, la unidad de negocio de Mediapost especializada en soluciones logísticas, ha querido conocer las tendencias de compra que tendrán lugar el próximo viernes 27 de noviembre en un año tan marcado por el Covid-19, tanto en ecommerce como en la tienda física. Para ello, ha llevado a cabo un estudio entrevistando a más de mil españoles.

La principal conclusión del estudio es que el próximo Black Friday estará marcado en España por la búsqueda de ofertas y promociones. Un 54% de los consumidores afirma tener ya seleccionados los productos que quiere comprar para poder estar pendiente de los posibles descuentos que surjan durante los próximos días.

Los compradores esperan encontrar, además, ofertas que duren más días (46%), rehuendo las ofertas flash que se localicen únicamente durante el Black Friday, así como promociones más agresivas que otros años (42%), que esperan encontrar en la misma medida online y en la tienda física.

“Los retailers españoles deben estar preparados este año para ofrecer las promociones más interesantes, además de alinear sus canales y ofrecerlas en su ecommerce y en la tienda física por igual”, aconseja David Arteaga, responsable de Directia. “Nunca las promociones y descuentos conducirán tanto las ventas como este año”.

Un Black Friday marcado por la pandemia

El estudio de Directia y Mediapost revela una alta intención de compra durante el próximo Black Friday. Un 67% de los consumidores planea aprovechar para llevar a cabo sus compras, aunque de ellos solo tres de cada diez confían en que podrán adelantar sus compras navideñas.

Las compras estarán más repartidas que nunca entre la tienda física (53%) y el ecommerce (47%). Las tiendas físicas deberán tener muy en cuenta las expectativas del cliente con respecto a las medidas sanitarias: siete de cada diez esperan encontrar medidas extremas de seguridad e higiene y la mitad se muestra preocupado por si se respetan los aforos. Un 10% de los españoles afirma que no acudirá a las tiendas físicas salvo en caso de tener que recoger algún paquete. “El canal online asumirá mayor tráfico que otros años, teniendo en cuenta todos los consumidores que ha sumado este año a raíz del confinamiento y aquellos que evitarán la tienda física” advierte David Arteaga, responsable de Directia.

“Marcas y retailers tendrán que poner a punto la logística de sus ecommerce para enfrentar la demanda del periodo navideño, que inicia desde hace años el Black Friday”.

La categoría de moda es la que más intención de compra recibirá durante esta señalada fecha, con un 41%. Le siguen la de decoración y menaje del hogar, que repunta este año debido al Covid-19 y al tiempo extra pasado en casa, con un 33%, y las de tecnología personal y del hogar, con un 30% cada una. La categoría de fitness, en auge durante los meses pasados, recibe solo un 10% de intención. El gasto medio de los consumidores será de entre 100€ y 250€ de media.

Datos de contacto:

Ana Navarrina
609580452

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

Categorías: [Nacional Finanzas Marketing Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>