

La consolidación del *Black Friday* en España ha sido posible gracias a los eCommerce

- ❖ El fenómeno, en nuestro país, ha pasado de durar un día a durar 10 en un tiempo récord
- ❖ Según datos de Google, las búsquedas de *Black Friday* durante el año pasado se incrementaron un 65% con respecto a 2015

El próximo 23 de noviembre de madrugada dará comienzo la sexta edición del *Black Friday* en España. La fecha viene marcada por la festividad estadounidense de Acción de Gracias, que se celebra cada año el cuarto jueves de noviembre y supone el pistoletazo de salida a las compras navideñas.

Esta tradición fue nombrada por la policía de Filadelfia como “Viernes Negro” debido al caos que se formaba en las calles durante esta jornada de compras. Aunque en los 80, con el objetivo de mejorar la imagen de la campaña, se trasladó la idea de que el nombre tenía su origen en que, debido al volumen de ventas generado, los comercios pasaban de números rojos, o pérdidas, a números negros, o beneficios.

Ahora que estamos tan cerca de la fecha, [Google](#) ha compartido en su blog oficial algunas recomendaciones basadas en los datos recopilados en otras ediciones que pueden orientar a las empresas españolas y ayudarles a aprovechar la oportunidad de negocio que supone el *Black Friday*. Este gigante tecnológico advierte de que el 90% de las búsquedas sobre *Black Friday* se realizan antes de ese día, por lo que “las marcas deben aprovechar la ocasión para hacer llegar sus ofertas desde el primer momento y poder influir favorablemente en la decisión de compra”.

Según sus datos, las búsquedas de *Black Friday* durante el año pasado se incrementaron un 65% con respecto a 2015. Además, si tenemos en cuenta el *Cyber Monday* (que se celebra tres días después), el fenómeno, en nuestro país ha pasado, de durar un día, a durar 10, en un tiempo récord. Como previsión para 2017, calculan que el 49,4% de las compras se realizarán en el sector de ropa y complementos; el 39,8% en el de tecnología; el 20% en productos para el hogar; y el 13% en perfumes y fragancias.

La consolidación de esta tradición en España ha sido posible gracias, en gran medida, a los eCommerce. Sin embargo, solo un 26% de las Pymes españolas dispone de una app o msite para impulsar las ventas online. Así lo pone de manifiesto el estudio [“Las Pymes españolas en el ámbito online”](#), publicado por eBay.

No obstante, el estudio [Mascupon Black Friday 2017](#), augura un crecimiento del 5% con respecto a 2015, en el gasto medio por consumidor, lo que representa una oportunidad muy importante para las pequeñas y medianas empresas que quieren dar el salto al

eCommerce. Durante los próximos días, miles de españoles aprovecharán para realizar sus compras navideñas. Eduardo Esparza, Country Manager de [Webloyalty](#), explica que “en 2015 *Black Friday* ya suponía más del 5% de la facturación del eCommerce en España y las previsiones para este año son muy superiores, estimando unos ingresos de 1.445 millones de euros. Los comercios ofrecen los mejores descuentos del año durante este periodo, que ya no se reduce a un día.”