

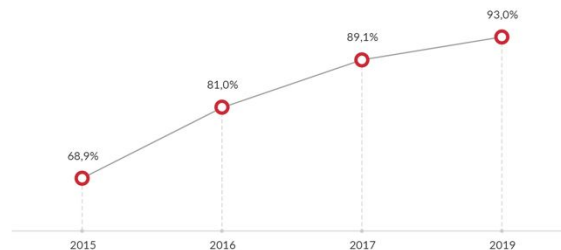
(Nota de prensa)

El 93% de los comercios electrónicos españoles se sumará al Black Friday con ofertas especiales

- La cita se consolida un año más y se convierte en una de las campañas de compras más esperadas
- El 45% de los comercios electrónicos aplicará ofertas a toda su gama de productos y el 52% a productos específicos
- El 44% de estas empresas atribuye a esta campaña entre un 5 y 10% de sus ventas anuales

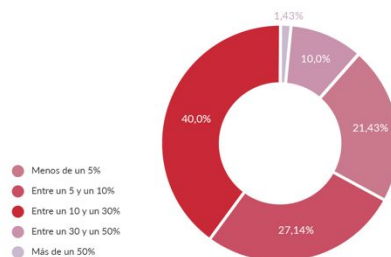
Madrid, 15 de noviembre de 2019. Según el estudio sobre las campañas de Black Friday y Navidad 2019 en comercio electrónico, realizado por la Asociación Española de la Economía Digital (Adigital) y Confianza Online, **el 93% de los comercios electrónicos de nuestro país** lanzará descuentos y ofertas especiales durante esta edición de Black Friday. Si bien el incremento es menor al conocido en otros años (4%), como en 2015, cuando se produjo la entrada masiva en esta campaña de numerosos negocios (60%), estos datos confirman la consolidación de esta campaña, al nivel de otras, como las rebajas de las temporadas de invierno y verano.

Empresas que realizan campaña especial en Black Friday



El **50% de las empresas encuestadas aplicará las ofertas de viernes a lunes**, con una tendencia a alargarlas durante toda la semana. Pero llama la atención especialmente otro dato: **el 20% de los comercios unirá el Black Friday a la campaña de Navidad** para lograr el máximo impacto en ventas, una tendencia que podría generalizarse en próximos años. La relación cada vez mayor entre ambas campañas la confirma otro dato: **el 86% de las empresas cree que Black Friday ha permitido adelantar las compras navideñas de los españoles.**

¿Qué porcentaje de tus ventas anuales se produce en la campaña de Navidad?



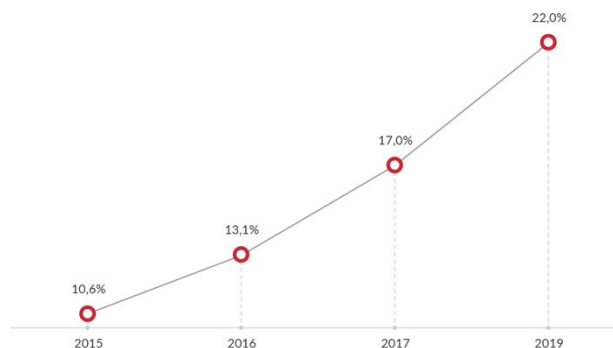
El tipo de oferta más habitual es la aplicación de descuentos sobre el precio **de todos los productos del establecimiento** (45%) o productos específicos (que aumenta un 10% con respecto a 2017, hasta el 52%) y los gastos de envío gratuitos (24%). Sin embargo, en este último caso se registra una reducción significativa con respecto a años anteriores (un 10%) dado que muchas empresas comienzan a eliminar el coste del envío en sus compras de manera general.

Un impacto muy positivo en las ventas anuales de los comercios electrónicos

El 83% de las empresas de nuestro país considera que el Black Friday tiene un impacto positivo en sus actividad. 2 de cada 10 comercios estiman que entre un 10 y un 30% de sus ventas se producirá durante esta campaña. El 44% de las empresas, por su parte, atribuye a esta campaña **entre un 5 y 10% de sus ventas anuales.**

Según el estudio, un 37% de las empresas espera que sus ventas se incrementen en la campaña de este año de Black Friday hasta un 30% con respecto a la de 2018 y un 23% espera que, al menos, se mantengan al mismo nivel.

Previsión de incremento de la facturación de campaña



Por sectores, aunque la mayoría de las ofertas se concentran habitualmente en el sector retail, se puede observar la entrada de otros comercios de sectores antes ajenos a esta campaña, como alimentación, banca, servicios y contenidos.

Una inversión de hasta un 25% en marketing online

El 85% de los encuestados realizará inversiones en campañas publicitarias con motivo de estas fechas. De ellos, el 65% lo hará exclusivamente en medios online y sólo un 3% utilizará exclusivamente medios tradicionales (offline). El porcentaje que estas campañas representan sobre el gasto anual en publicidad y marketing para estas empresas llega hasta un 25%, representando hasta un 5% para el 43% de ellas y entre un 10 y un 25% para el 45% de los negocios consultados.

Por otro lado, como cada año, Confianza Online ha presentado una nueva edición de su **Guía de compras para Black Friday y Cyber Monday** en la que incluye recomendaciones que los consumidores deben tener en cuenta antes de comprar online en estas fechas para evitar incidencias y ciberestafas. Comprobar que los datos de la empresa sean correctos, informarse sobre el

precio completo del pedido y leer atentamente la política de privacidad sobre el tratamiento de los datos, son algunas de las claves para realizar una compra segura durante esta campaña. Asimismo, Confianza Online recomienda informarse sobre la política de devoluciones y los plazos de garantía de los productos adquiridos para no llevarse ninguna sorpresa.

Es posible descargar de manera gratuita la guía completa en este [enlace](#).

Sobre Adigital

Adigital es la Asociación Española de la Economía Digital, formada por más de 550 asociados. Tiene como objetivo promover y apoyar la economía digital en España en sus diferentes aspectos, como son el desarrollo de los servicios de la sociedad de la información, el comercio electrónico, marketing y comunicación digital, las aplicaciones móviles, los contenidos digitales, la publicidad digital y otras actividades conexas como son los servicios de contact center, agencias y redes de publicidad, logística o medios de pago. Adigital es socio, junto con Autocontrol, de confianza online, sello de calidad al que están adheridas más de 2.000 empresas y presente en más de 2.600 sites.

Acerca de Confianza Online

Confianza Online es una asociación creada por Adigital y Autocontrol con el fin de aumentar la confianza de los usuarios en Internet a través de su Sello, que se otorga a las empresas tras un profundo análisis legal. Actualmente, más de 2.700 webs han asumido estos elevados compromisos con las buenas prácticas en Internet a través del cumplimiento del Código Ético de Confianza Online. Además, todas estas webs se comprometen a atender las reclamaciones a través del mecanismo de resolución alternativa de litigios entre empresa y consumidor de Confianza Online, rápido, eficaz y sin ningún coste para el usuario. Más información en: www.confianzaonline.es.

Más información:

Departamento de Comunicación de Adigital

Isabel Benítez

ibenitez@adigital.org

Teléfono: 682619410

Apple Tree Communications

Iris Mullor - irm@homeatc.com

Fiamma Badoglio - fb@homeatc.com

Teléfono: 91 319 05 15