

Grandes marcas o pequeños comercios: el 45% de los usuarios españoles opta por las firmas nacionales en Black Friday

El pequeño negocio, favorito para 1 de cada 5 españoles, aumenta su protagonismo frente al liderazgo de los marketplaces según un estudio online de Ingenico y YouGov.

El 74 % de los españoles tiene intención de comprar en el Black Friday aunque un 45 % considera que los descuentos son “artificiales”.

Madrid, 20 de noviembre 2018: Los pequeños comercios y las marcas españolas cobrarán importancia frente a los marketplaces en esta edición de Black Friday, según [Ingenico Group](#). El líder global en pagos integrales ha colaborado con [YouGov](#) para estudiar el comportamiento de los consumidores e identificar oportunidades para los pequeños comercios durante el fin de semana de descuentos.

El estudio online, realizado a nivel europeo con más de 8.000 encuestados en seis países (España, Reino Unido, Países Bajos, Francia, Alemania y Bélgica) , ha revelado el enorme potencial para los comercios españoles de sacar partido del Black Friday para promocionar sus firmas.

Prácticamente la mitad de los españoles (un 45 %) prefiere comprar en tiendas online que comercializan marcas españolas como segunda opción de preferencia tras los marketplaces como Amazon (68 %) durante Black Friday. Además, el pequeño comercio o las tiendas online de nicho son una de las opciones favoritas para 1 de cada 5 españoles (23 %), una cifra destacada frente a sólo un 12 % de consumidores de Reino Unido que consideran este tipo de negocios para sus compras. Estos datos reflejan un cambio a favor de los pequeños players que apuestan por productos dirigidos, servicios adicionales al cliente y amplias opciones de pago que extiendan su alcance internacional.

En concreto, además de apostar por los negocios locales, España figura como primer país europeo en intención de compra en comercios online extranjeros. En total, un 62 % de los usuarios españoles está interesado en realizar sus compras de Black Friday en tiendas online internacionales.

Ingenico advierte, no obstante, sobre la importancia de la seguridad en las transacciones online independientemente de dónde se encuentre el usuario. Prácticamente un cuarto de los compradores españoles (un 23 %) señala la seguridad en los pagos como factor importante a tener en cuenta durante el Black Friday, en segundo lugar tras los descuentos (45 %).

La caza del mayor descuento

A medida que se acerca la jornada de las ofertas, hasta un 74 % de compradores españoles declara tener intención de ir de compras el fin de semana del 23 de noviembre. Tal y como revelan datos recogidos por Ingenico, el gasto medio en España aumenta un 193 % respecto a cualquier otro viernes, una cifra que supera con creces la de otros países, que de media observan un crecimiento del gasto de un 72 %.

A pesar del atractivo del Black Friday para los consumidores, hasta un 45 % de los encuestados españoles cree que los descuentos no son “auténticos” y que en cierto modo están inflados de forma artificial por los comercios. Este no es un impedimento para el 70 % de ellos, que igualmente tiene intención de buscar las mejores ofertas.

Según el estudio elaborado por Ingenico y YouGov, la inercia de esta jornada es tal que 7 de cada 10 españoles estarían dispuestos a esperar para adquirir un producto con tal de conseguir una mejor oferta, y el 29 % de ellos podría esperar desde 1 hasta 3 meses. Los más entusiastas de los descuentos, de acuerdo a los datos del informe, son los consumidores en el grupo de edad entre los 25 y 34 años: para el 54 % de ellos los grandes descuentos en productos más caros son lo más importante del Black Friday.

Benoit Boudier, Managing Director, EMEA, Small and Medium Businesses de Ingenico, recomienda a los comercios más pequeños sacar partido de la tecnología a la hora de enfrentarse a las grandes marcas durante Black Friday: “La tecnología está nivelando el campo de juego en el e-commerce. Solo aquellos que faciliten las compras internacionales, en un idioma y moneda locales con amplias opciones de pago, y optimicen sus sitios web para el comercio móvil, serán los grandes ganadores de este año. El período promocional es clave para darse a conocer entre los consumidores que buscan las mejores ofertas, productos e incentivos”.

La tecnología está adquiriendo un papel cada vez más relevante durante el fin de semana de descuentos con un 53 % de españoles que comprará a través de la web, mientras que prácticamente 2 de cada 5 lo harán desde sus smartphones o tabletas (39 %). Sin embargo, estas tecnologías pueden ceder cierto protagonismo en el futuro ya que los datos del informe revelan que un 3 % de los encuestados españoles ya manifiesta interés en utilizar un asistente de voz para realizar sus compras. Esta cifra asciende al 6 % en el segmento de edad entre 25 y 34 años.

Ingenico ofrece una serie de recomendaciones a todos los comercios online independientemente de su tamaño:

- Ofrecer propuestas de valor añadido para mantener a largo plazo a los clientes que han llegado buscando descuentos.
- Asegurarse de que el proveedor de servicios de pago cuenta con una plataforma estable para manejar el aumento del volumen de visitantes tratando de finalizar su compra.
- Tomar medidas contra el fraude para maximizar la conversión.
- Ofrecer la posibilidad de pagar con moneda local y con los principales métodos de pago de los mercados europeos más importantes.
- Adaptar la capacidad del comercio para manejar un importante flujo de devoluciones y reembolsos entre Black Friday y Navidad.

[Para conocer más sobre el estudio, puedes consultar la infografía en este enlace.](#)

Sobre Ingenico Group

Ingenico Group (Euronext: FR0000125346 - ING) es la compañía líder global en pagos integrales que ofrece soluciones inteligentes, fiables y seguras para facilitar las transacciones en el comercio a través de todos los canales, ya sean puntos de venta físicos, digitales o móviles. Con la red de pagos más aceptada del mundo, Ingenico ofrece soluciones de pago seguras tanto en los ámbitos local y nacional como en el panorama internacional. La compañía es socia de las principales instituciones financieras y retailers, desde pequeños comercios hasta las marcas globales más reconocidas. Las soluciones de Ingenico permiten a los comercios simplificar los pagos y cumplir con el compromiso de su marca.

Contacta con nosotros en:

www.ingenico.es  twitter.com/ingenico

Para conocer más, visita el [blog](#).

Contactos de Prensa

PR Garage

Carlos Hergueta

carlos@prgarage.es

Arantza Chivite

arantza@prgarage.es

T. 91 137 52 98

Todos los datos, salvo que se indique lo contrario, pertenecen a YouGov Plc. Las encuestas se realizaron online. Las cifras han sido ponderadas y son representativas de la población adulta (mayores de 18 años) de cada uno de los países. El total de la muestra fue de 1.037 encuestados en Francia, 1.007 en Bélgica, 2.116 en Alemania, 1.002 en España, 1.011 en Países Bajos y 2.077 en Reino Unido. El trabajo de campo se ha llevado a cabo entre el 26 y el 29 de octubre de 2018 en Reino Unido y entre el 26 de octubre y el 5 de noviembre de 2018 en el resto de países.