



GOBIERNO DE
EL SALVADOR

DEFENSORÍA
DEL CONSUMIDOR



DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR

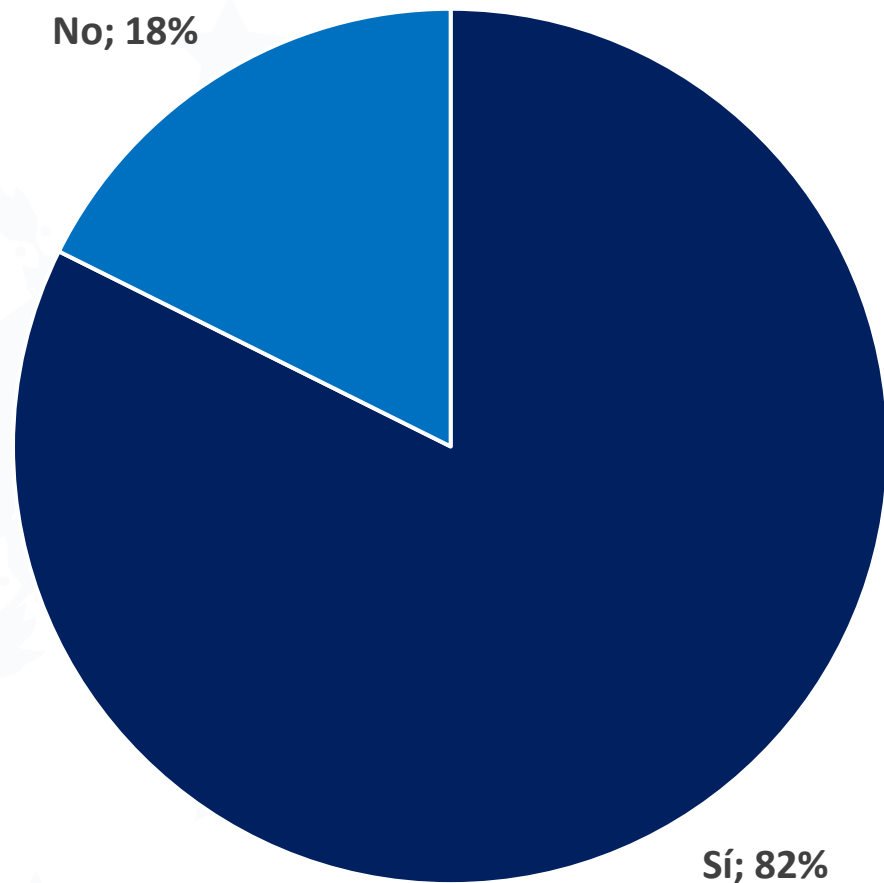
Hábitos de consumo en Viernes Negro 2023

18 de noviembre 2023

Ficha Técnica

- **Objetivo:** Conocer las preferencias y hábitos de consumo de las personas consumidoras en El Salvador durante la temporada de compras del Viernes Negro 2023.
- **Población objetivo:** Consumidores mayores de 15 años.
- **Método de sondeo:** Encuestas virtuales a través de los medios de comunicación oficial de la DC (sitio web de la DC y redes sociales -Facebook y X-).
- **Período de elaboración de la encuesta:** del 3 al 17 de noviembre de 2023.
- **Encuestas a nivel nacional: 2,380**
- **Edades:** desde los 15 años, **53% mujeres y 47% hombres**
- **Nivel educativo:** Mayormente Universitario (**52%**), media-bachillerato (**27%**), postgrado(**7%**), otros(**14%**)
- **Ocupación:** Principalmente Empleados (**60%**) y estudiantes (**38%**).
- **Estado civil:** Principalmente Solteros (**52%**) y casados (**29%**)

¿Conoce de qué se trata el período de compras “Viernes Negro o Black Friday”?

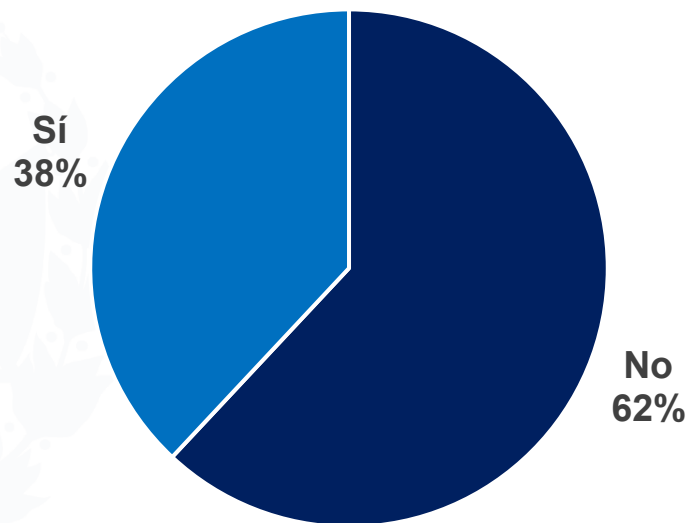


Un **82%** de los encuestados conocen que es el viernes negro, mientras que el **18%** desconoce en que consiste esta fecha.

¿Piensa adquirir productos durante el viernes negro?

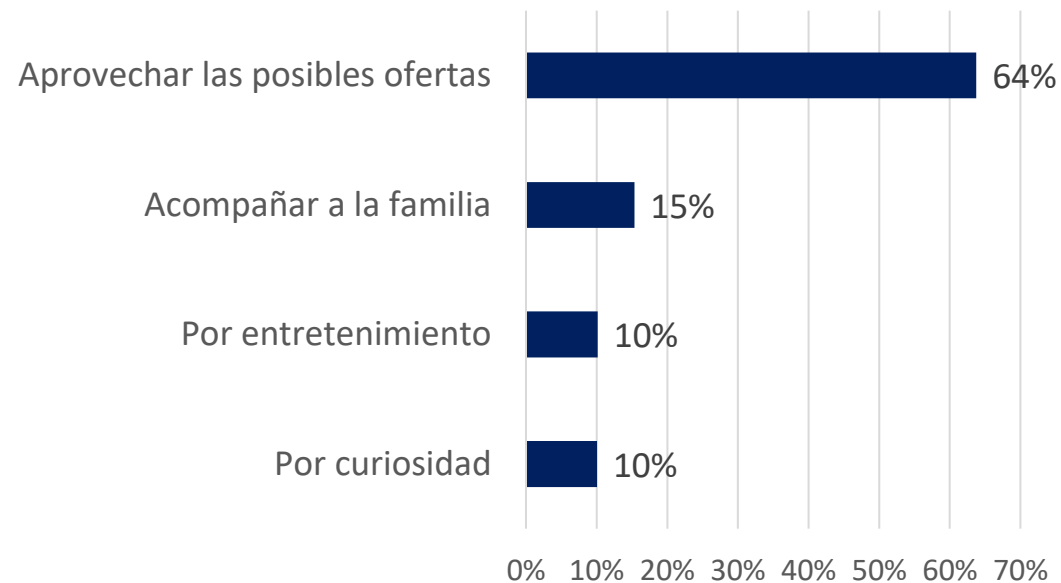
¿Cuál es el motivo de la compra ?

¿Piensa Adquirir productos o servicios en el “Viernes Negro o Black Friday”?



Del total de encuestados el **38%** piensa realizar **compras** durante las fechas de viernes negro de 2023. Caso contrario, un **62%** no piensa realizar compras.

Motivo de compra



La razón principal por la que se planea realizar compras durante la temporada del Viernes Negro es: **Aprovechar las posibles ofertas (64%)** indicaron las personas encuestadas.

Motivos personales y económicos por los que no adquirirá producto durante el Viernes Negro 2023

Motivos económicos



Motivos personales



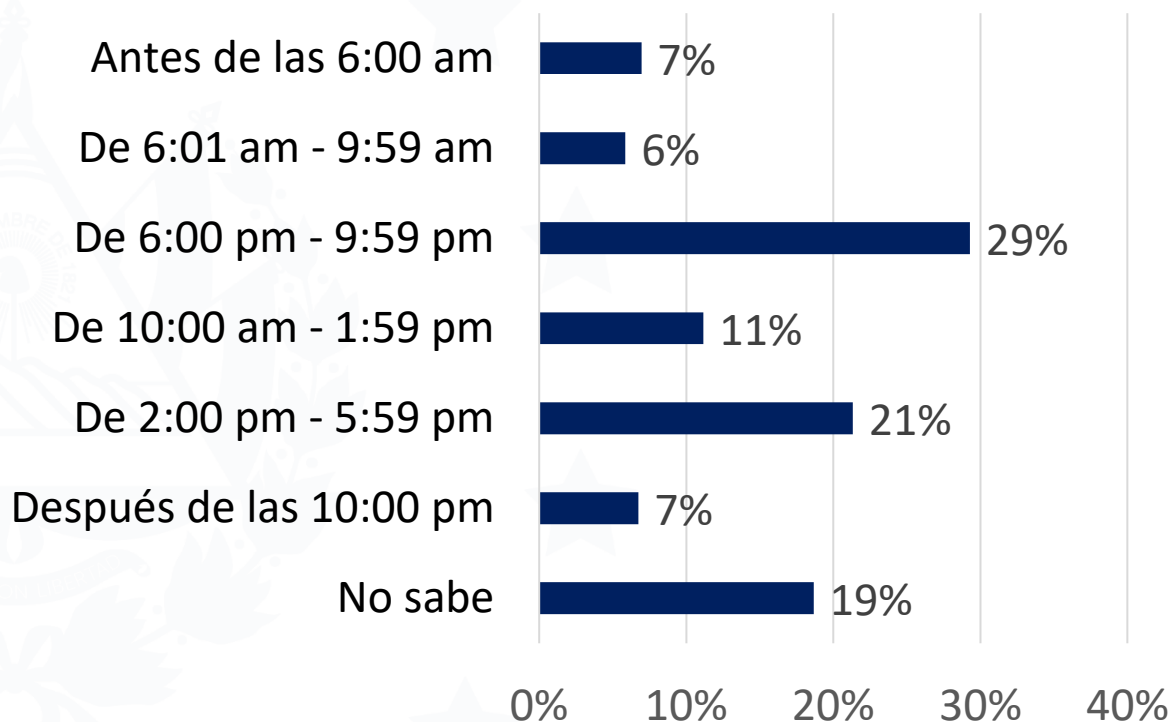
**En motivos personales y económicos las personas encuestadas podían elegir más de una opción.*

Entre los principales motivos económicos se encuentra con un **26% Prefiere ahorrar que gastar**, mientras que el **21% No tiene dinero**.

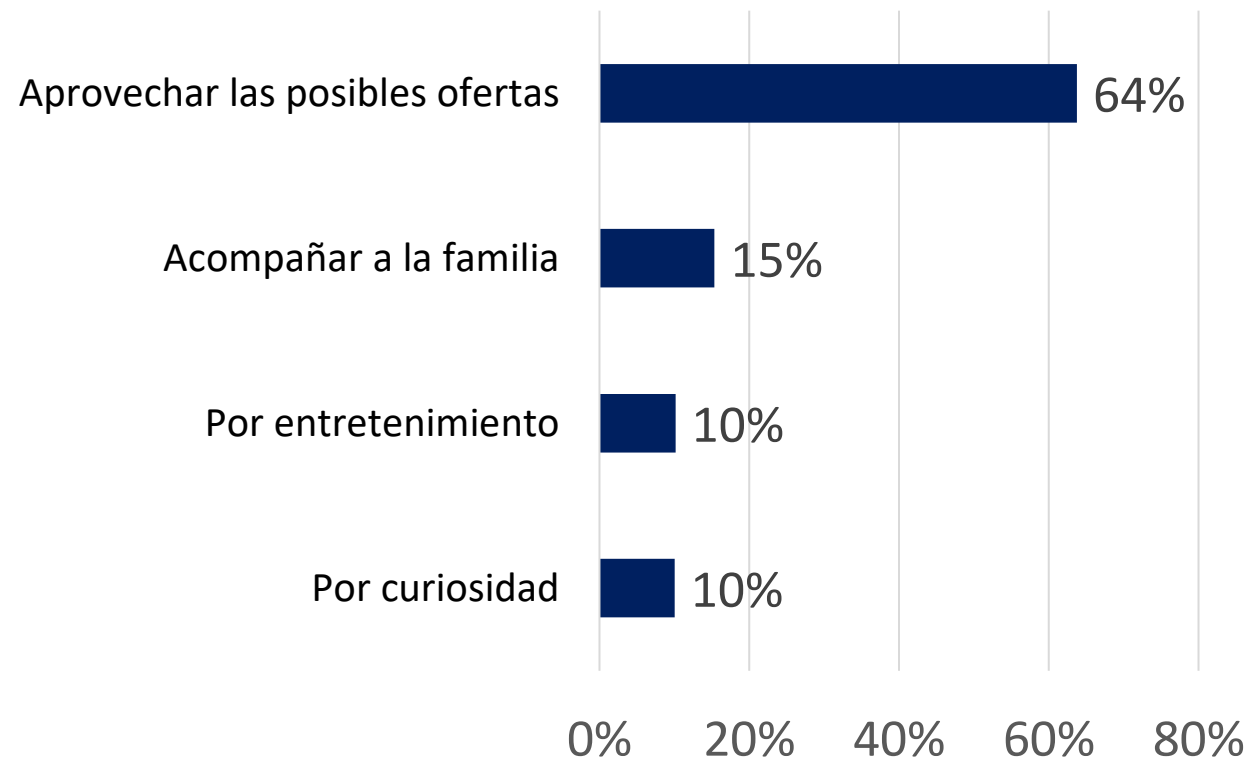
El principal motivo personales por lo que no adquirirá producto durante el viernes negro es por **Mucha aglomeración de personas** con **25%**.

Hora estimada para realizar compras y motivo de la compra en el Viernes Negro 2023

Hora estimada de compra



Motivo de compra

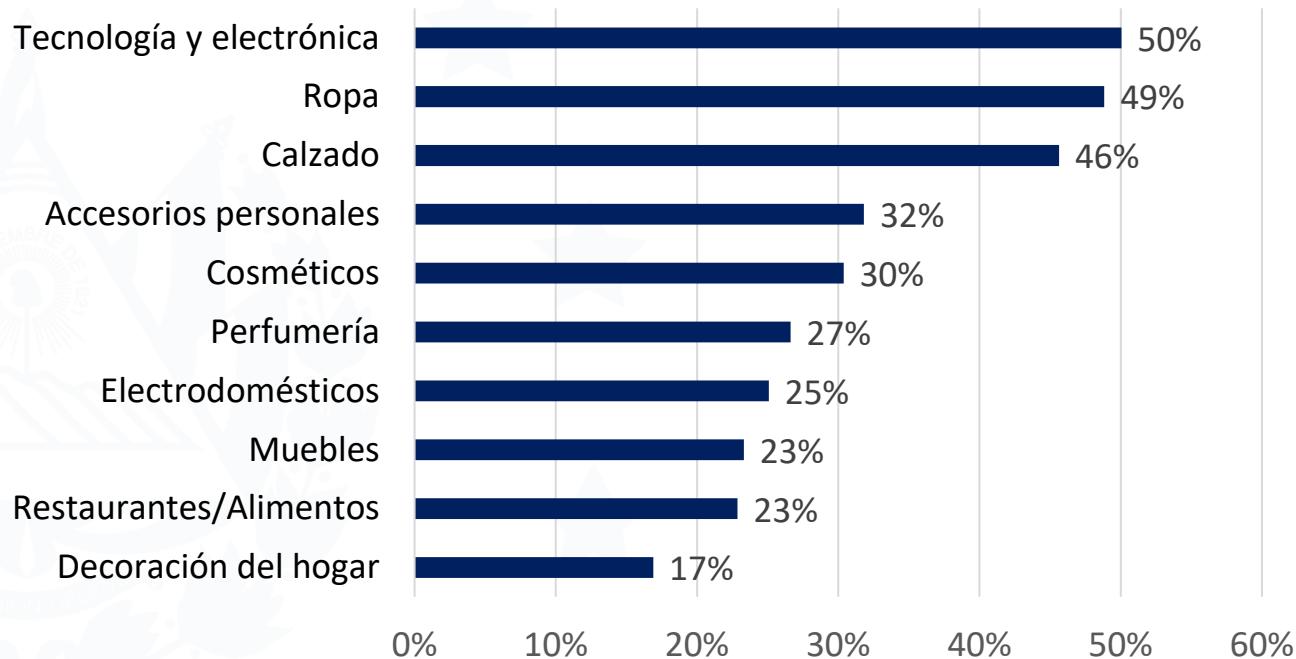


La mayoría de encuestados piensa realizar sus compras en **horario de 6:00 pm a 9:59 pm** con un **29%**; le sigue el horario de 02:00 p.m. a 5:59 p.m. con un **21%** para hacer compras.

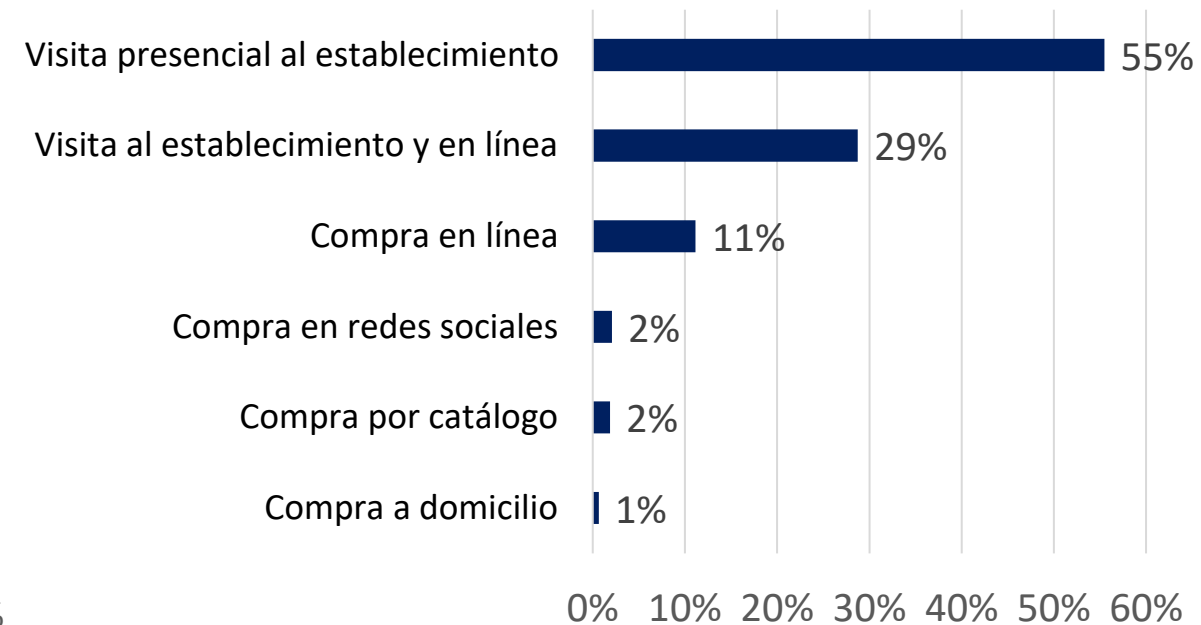
La razón principal de compra para el viernes negro por parte de los consumidores es: **Aprovechar las posibles ofertas (64%)**.

¿Qué artículos adquirirá durante el Viernes Negro? y ¿qué modalidad de compra utilizará?

Categoría de artículo a adquirir



Modalidad de compra

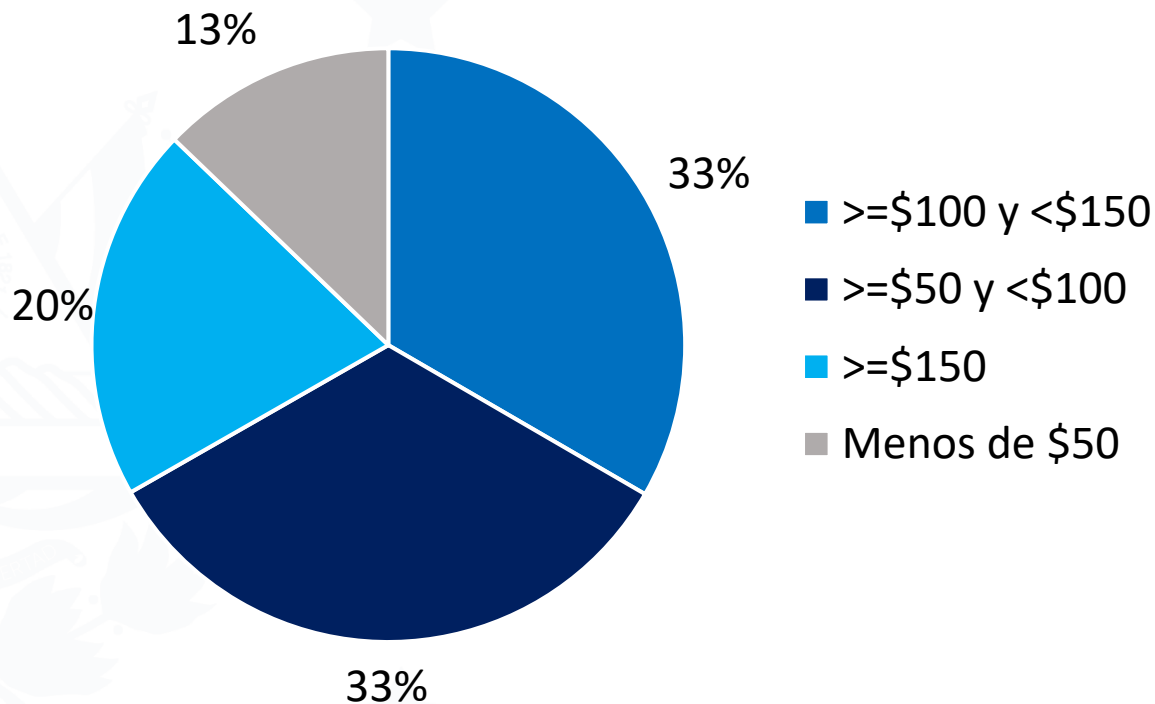


*En tipo de artículo y Modalidad de compra las personas encuestadas podían elegir más de una opción.

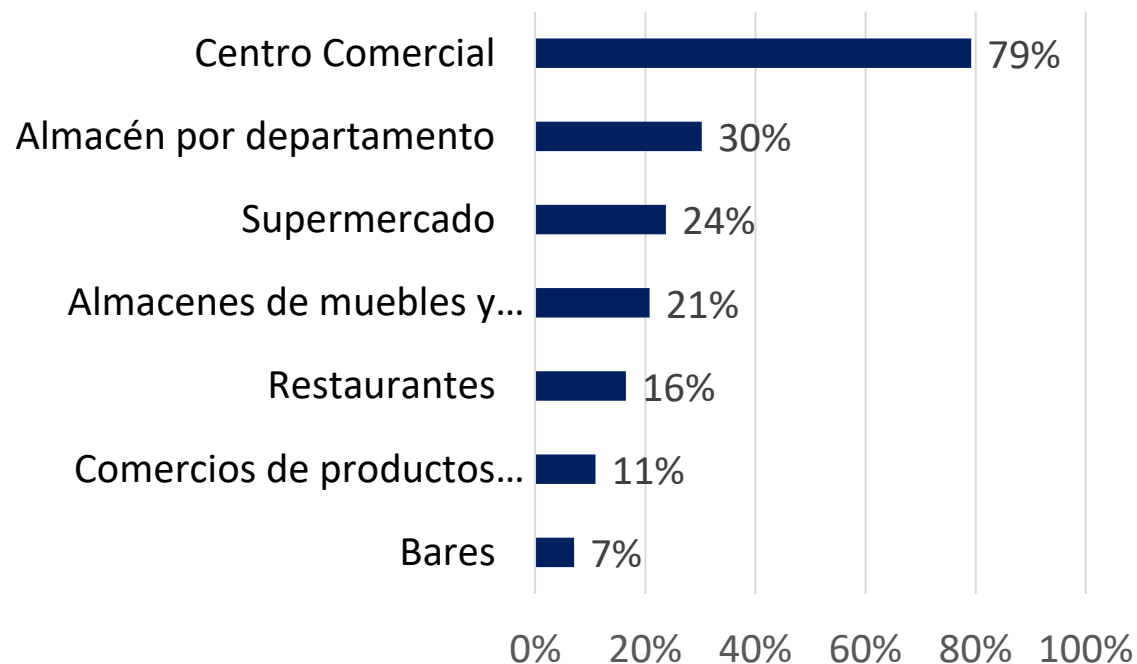
- Respecto a la categoría del artículo a adquirir, **Tecnología y electrónica (50%)**, seguido por **ropa (49%)** y **calzado (46%)** son los principales artículos por adquirir por parte de los consumidores.
- En cuanto a la modalidad de compra, lo harán de forma **presencial en los establecimientos (55%)**.

Durante el Viernes Negro 2023: ¿Cuánto dinero estima que gastará (incluye compras y visitas a restaurantes)? ¿Qué tipo de Establecimiento visitará?

Estimación del gasto



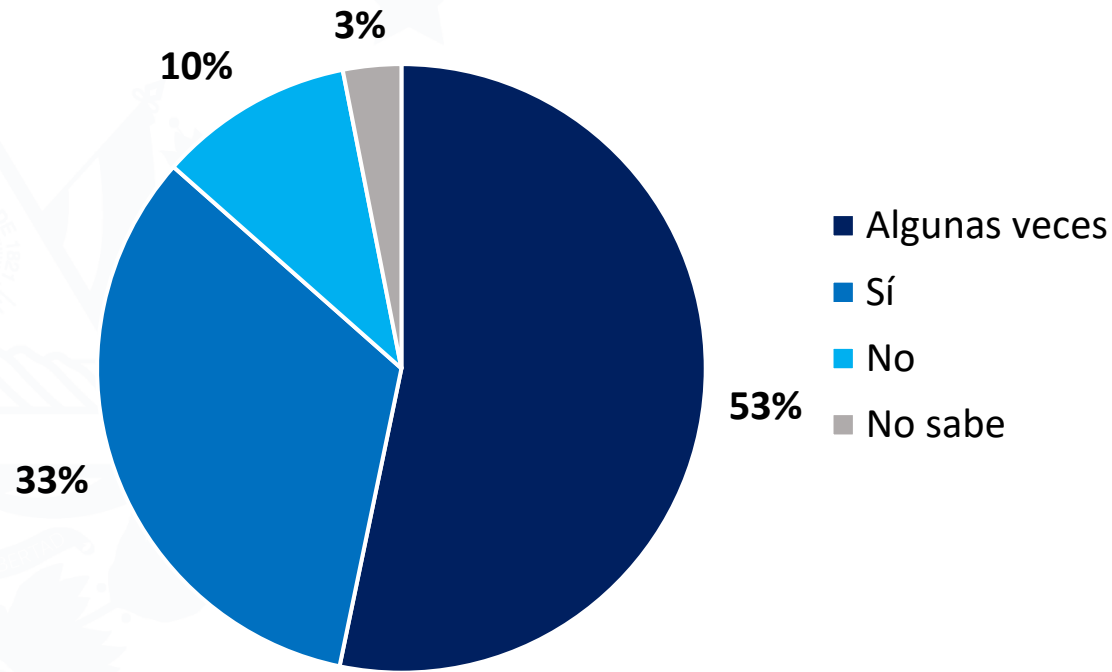
Tipo de establecimiento a visitar



- El dinero estimado a gastar por parte de los consumidores en el viernes negro 2023 presenta porcentajes similares en los intervalos de **Entre \$50.00 y \$100.00 (33%)** y **Entre \$100 a \$150.00 (33%)**; **20% más de \$150 y \$13% menos de \$50.**
- **79%** de los encuestados realizará compras en centro comercial, seguido por Almacenes por departamento con el **30%**.
- En relación a lo que se gastaron el año 2022, El **47% considera gastará igual**, 35% gastará más y 19% menos que el año pasado.

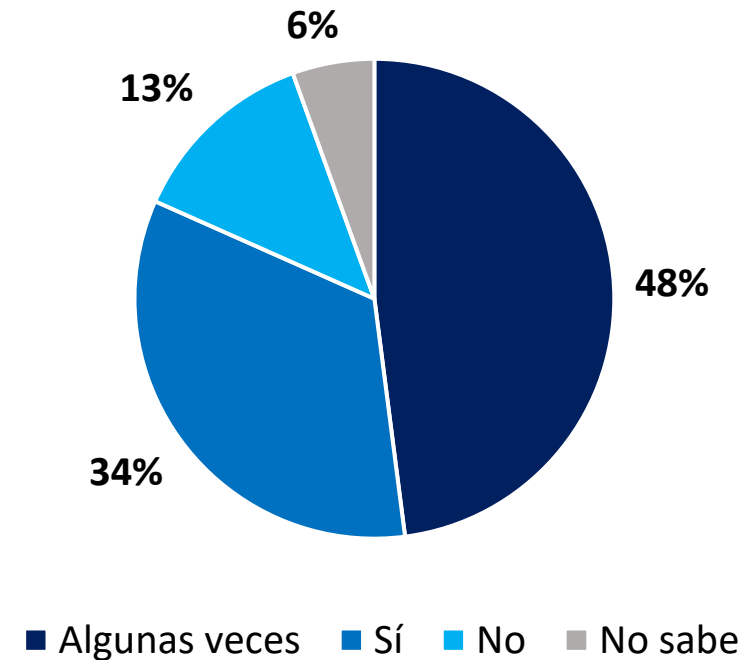
Percepción de los consumidores frente a la publicidad, promociones y ofertas

¿Son los precios más bajos del año?



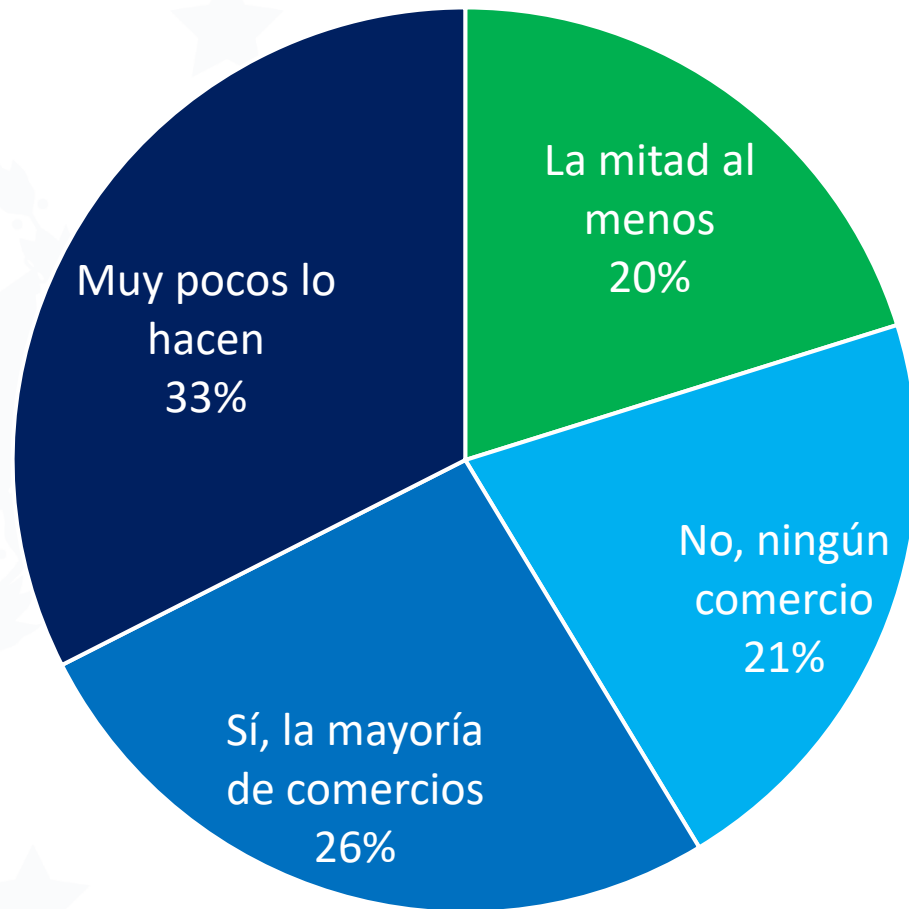
Consumidores consideran que los **proveedores algunas veces** colocan los precios más bajos del año (**53%**).

¿La publicidad está apegada a la compra?



Consumidores consideran que la publicidad algunas veces se encuentra apegada a la compra (**48%**), sí se apegan a la compra (**34%**), y no se apegan a la compra (**13%**).

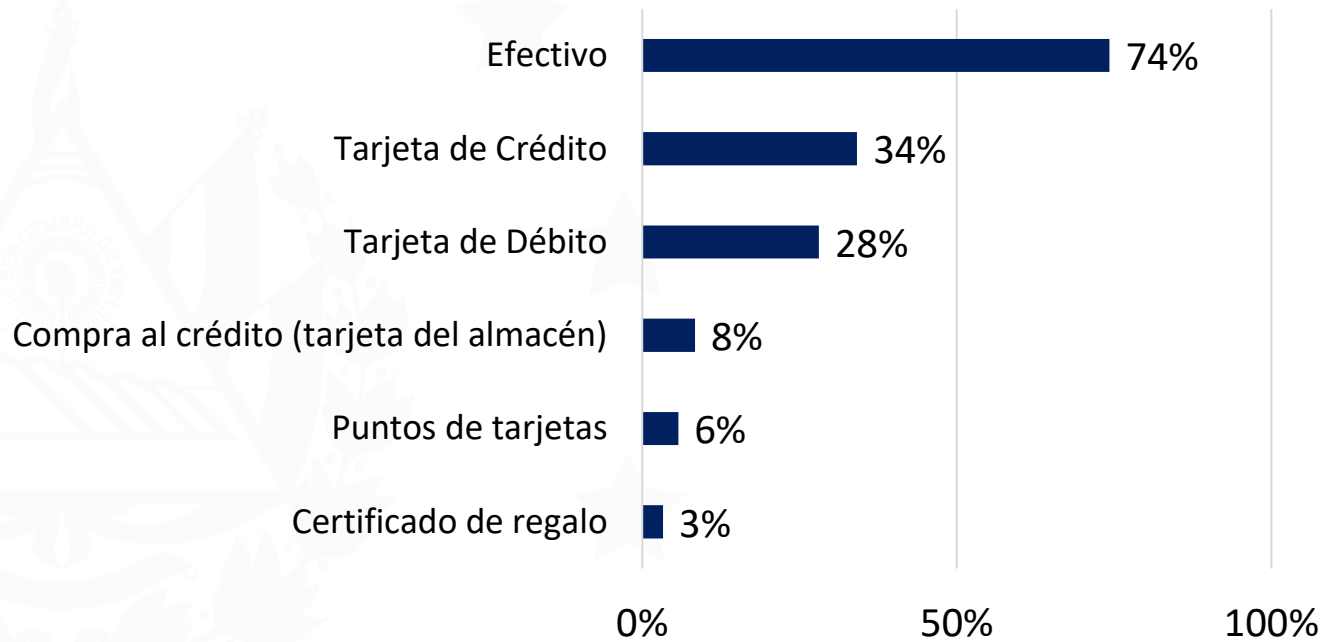
¿Cree que los comercios que se suman al Viernes Negro ofertan falsos descuentos en parte de sus productos?



26% de los encuestados cree que la mayoría de los comercios ofrecen descuentos falsos en los productos que ofrecen.

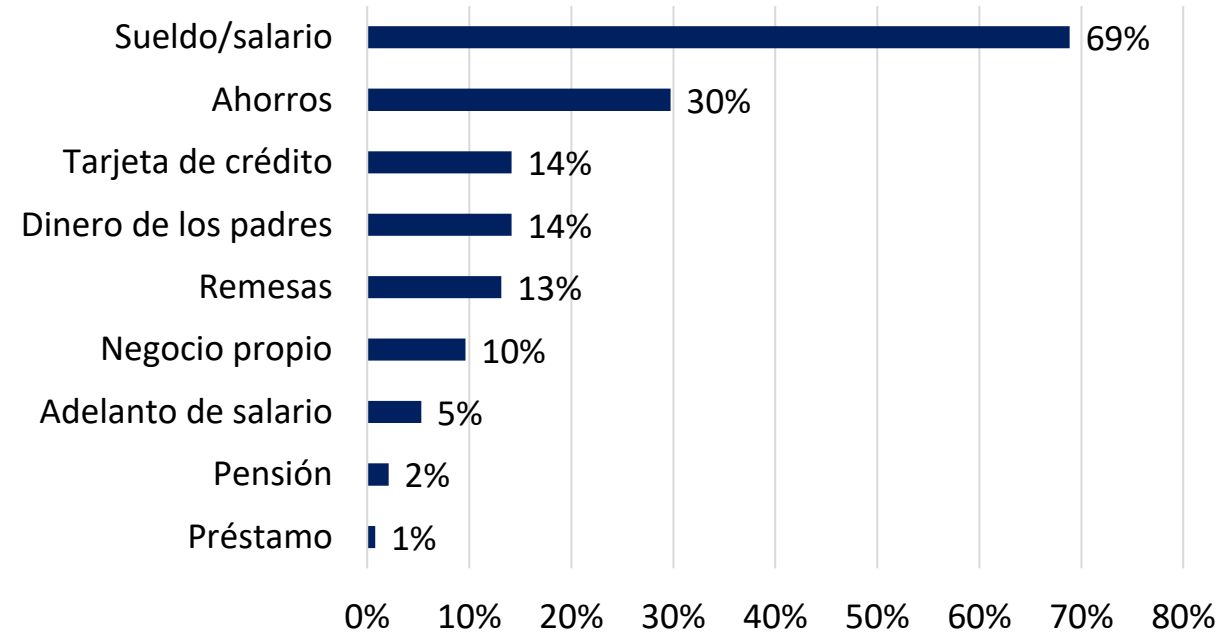
Gasto de los consumidores

Medio de pago



El mayor tipo de pago a utilizar por los consumidores en viernes negro es el **pago en efectivo (74%)**, mientras que los **certificados de regalo** son el medio de pago **(3%)** con menor uso.

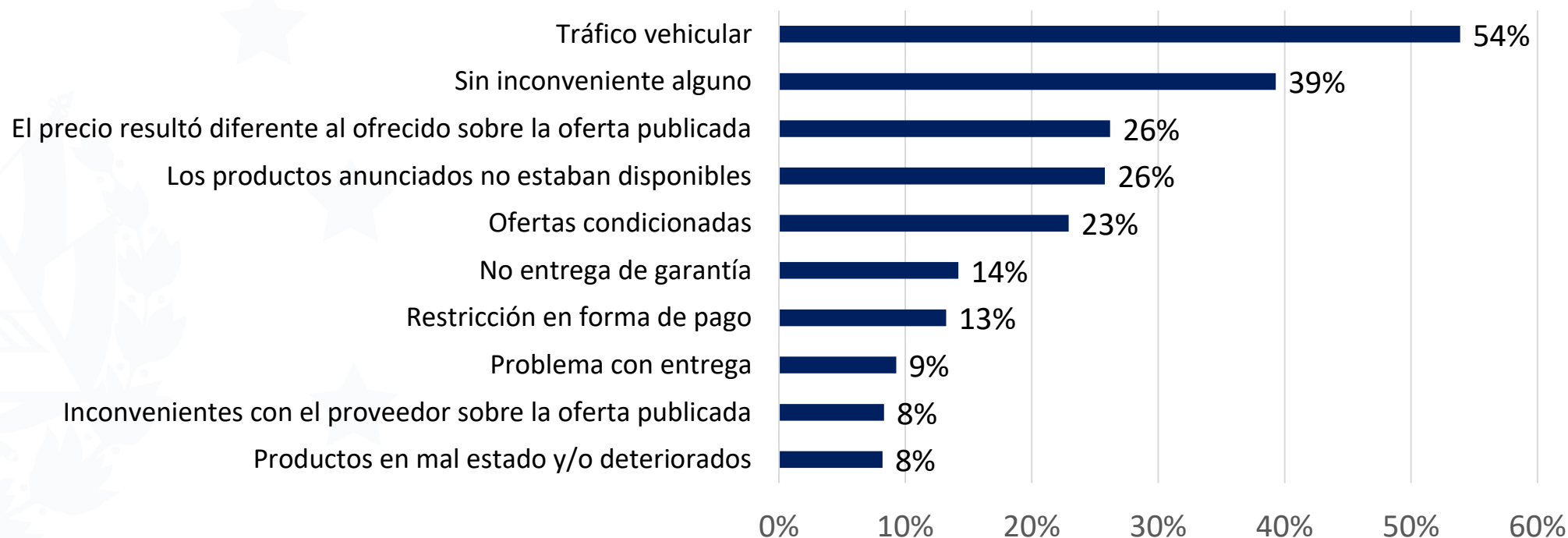
Procedencia del dinero a gastar en el Viernes Negro



La procedencia del dinero a utilizar para realizar las compras en viernes negro por los consumidores proviene principalmente de **Sueldo/Salario** con un **69%** y **ahorros** con un **30%**.

Si adquirió bienes y servicios durante 2022 experimentó alguna de las siguientes situaciones en la relación de consumo

Inconvenientes 2022



**En inconvenientes 2021 las personas encuestadas podían elegir más de una opción.*

Para el **Viernes Negro 2022** los consumidores experimentaron inconvenientes con tráfico vehicular (**54%**) a la hora de realizar sus compras, seguido experimentar inconveniente alguno con un **39%**. Respecto a inconvenientes sobre los comercios los principales fueron: los productos anunciados no estaban disponibles (**26%**), el precio resultó diferente al ofrecido sobre la oferta publicada (**26%**) y Ofertas condicionadas (**23%**).

Conclusiones sobre principales hábitos de consumo de los consumidores

1. A pesar de que la mayoría de personas encuestadas **conoce el significado del Viernes Negro (82%)**, sólo el **38%** realizará compras durante la temporada de compras del Viernes Negro 2023.
2. La mayoría de personas encuestadas (**29%**) expresa que realizará compras desde las 18:00 horas hasta las 21:59. La razón principal de compra es porque desean **aprovechar las posibles ofertas (64%)**.
3. Entre las categorías de los productos a adquirir, los **Artículos de Tecnología y electrónicos** representan la mayor demanda con al menos el **50%**, sobre la modalidad de compra la **visita presencial a los establecimientos** será la de mayor recurrencia con un **55%**.
4. Los consumidores preferentemente visitarán los **Centro Comercial (79%)**, seguido por **Almacenes por departamento (30%)**.
5. El **rango de gastos para compras presenta un mismo porcentaje (32%)** en los intervalos de **> =\$50 y <\$100** y **>=\$100 y <\$150**, y el medio de pago de mayor uso será **Efectivo con el 74%**.
6. La procedencia del dinero para compras es el Sueldo/Salario (**69%**).
7. Las principales problemáticas identificadas en 2022: **54%** problemas con el Tráfico vehicular, las ofertas son condicionadas **28%**, y el precio resultó diferente al ofrecido en la publicidad y que los Productos anunciados no estaban disponibles con un mismo porcentaje **26%**.



GOBIERNO DE
EL SALVADOR

DEFENSORÍA
DEL CONSUMIDOR