GOBIERNO DE
EL SALVADOR

DEFENSORÍA
DEL CONSUMIDOR

DEFENSORÍA DEL CONSUMIDOR

Hábitos de consumo en Viernes Negro 2026

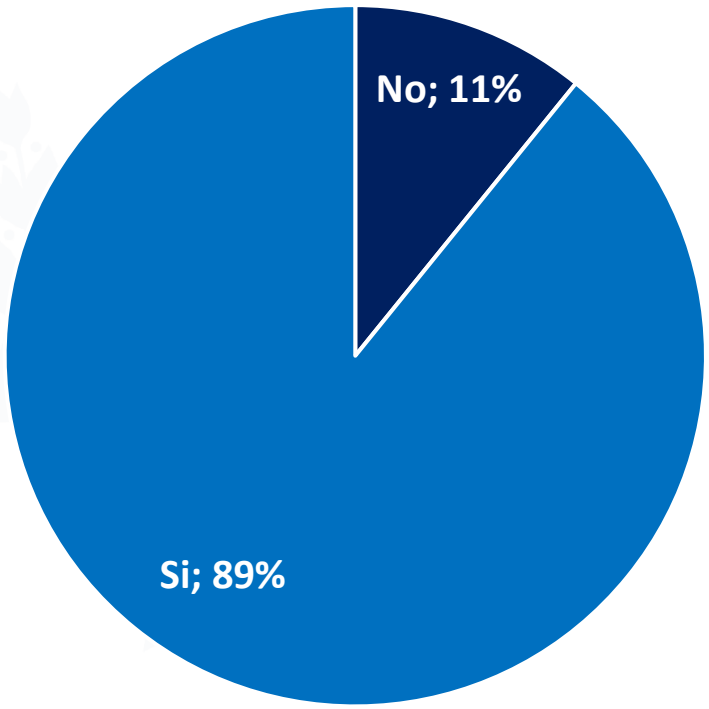
16 de noviembre 2026

Ficha Técnica

- **Objetivo:** Conocer las preferencias y hábitos de consumo de las personas consumidora en El Salvador durante la temporada de compras del Viernes Negro 2026.
- **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 10 de noviembre de 2026.
- **Encuestas a nivel nacional: 1,652**
- **Edades: 58% mujeres y 42% hombres**
- **Nivel educativo:** Mayormente Universitario (**48%**), Media-bachillerato (**30%),** y Técnico**,** Básica -1° a 9° grado- y Posgrado **(7%)** cada uno, mientras que sólo un 2% indica no tener educación.
- **Ocupación:** Principalmente Empleados (**64%)** y estudiantes (**24%).**
- **Estado civil:** Principalmente Solteros (**55%**) y casados (**33%**)

Defensoría del Consumidor

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

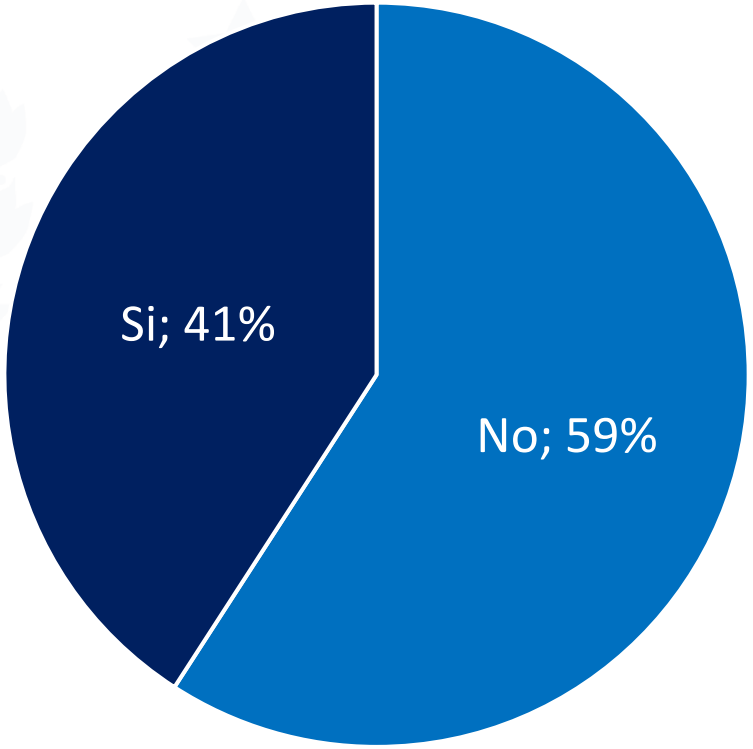


Un **89% de los encuestados conocen** que es el viernes negro, mientras que el **11% desconoce** en qué consiste esta fecha.

Defensoría del Consumidor

¿Piensa adquirir productos durante el viernes negro? ¿Cuál es el motivo de la compra ?

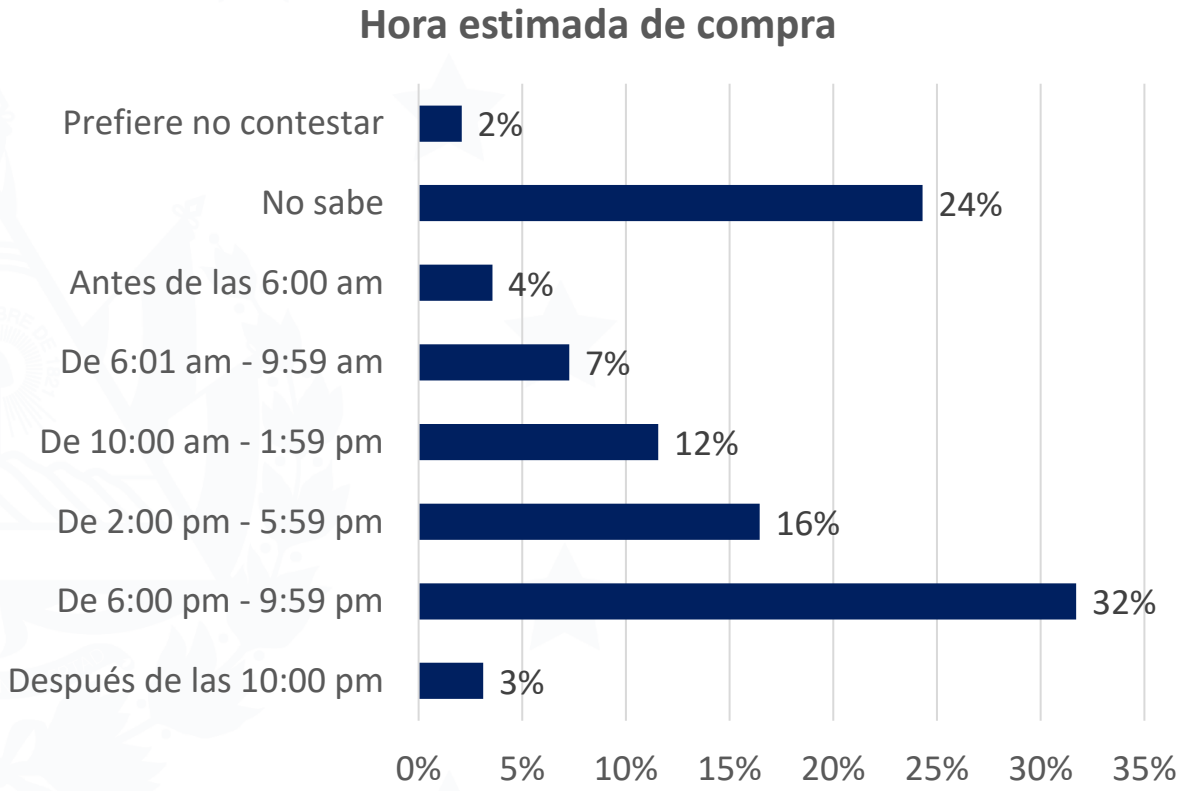
¿Piensa adquirir productos o servicios en el "Viernes Negro" o "Black Friday"?

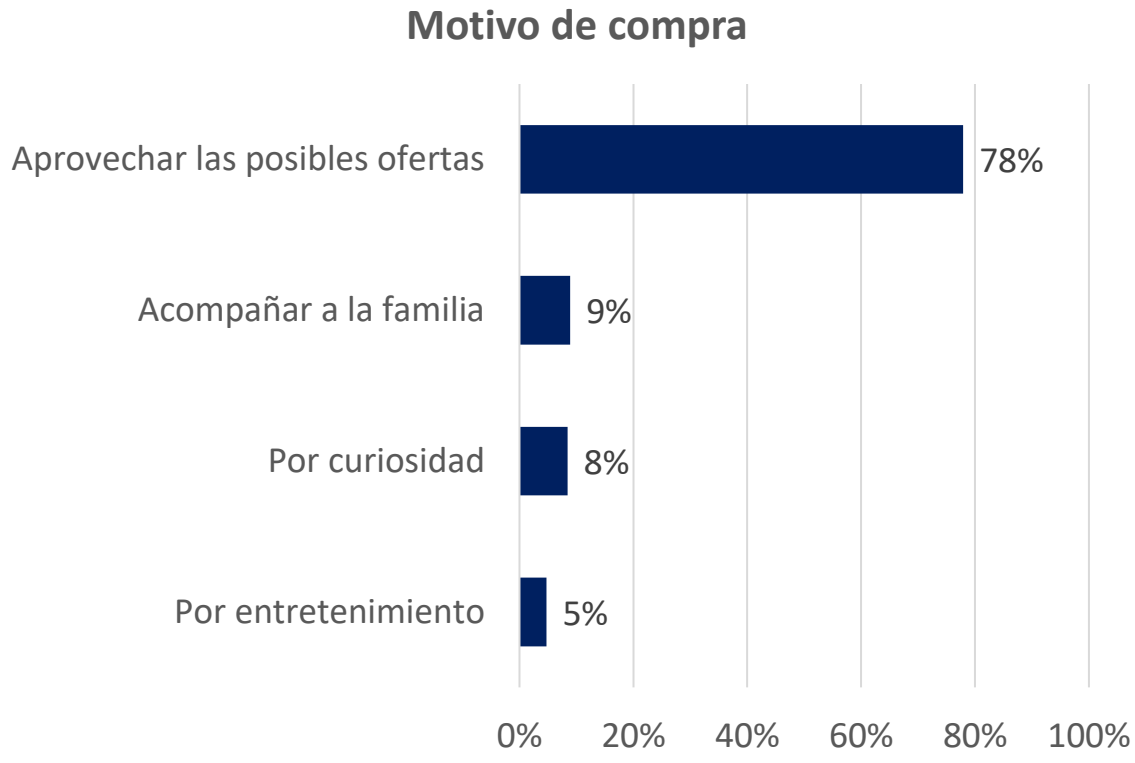


Del total de encuestados el **41% Si piensa realizar compras** durante las fechas de viernes negro de 2026. Caso contario, un **59% no piensa realizar compras**.

Defensoría del Consumidor

Hora estimada para realizar compras y motivo de la compra en el Viernes Negro 2026



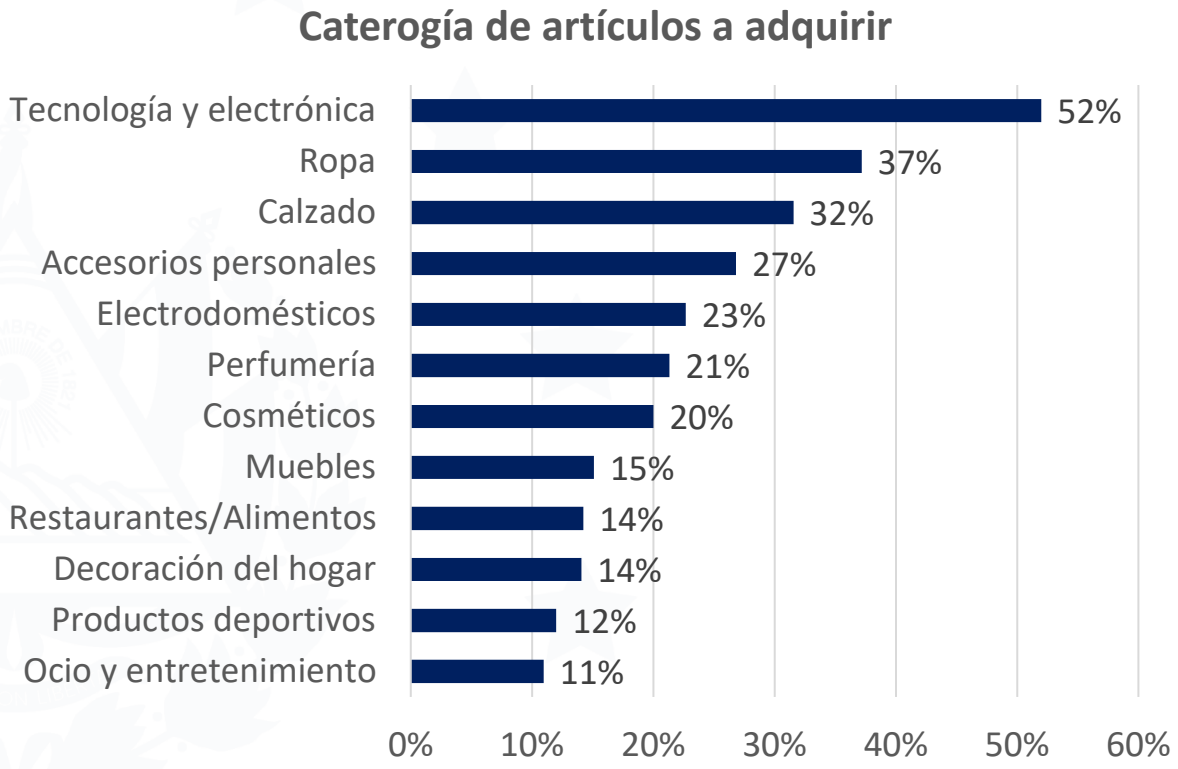


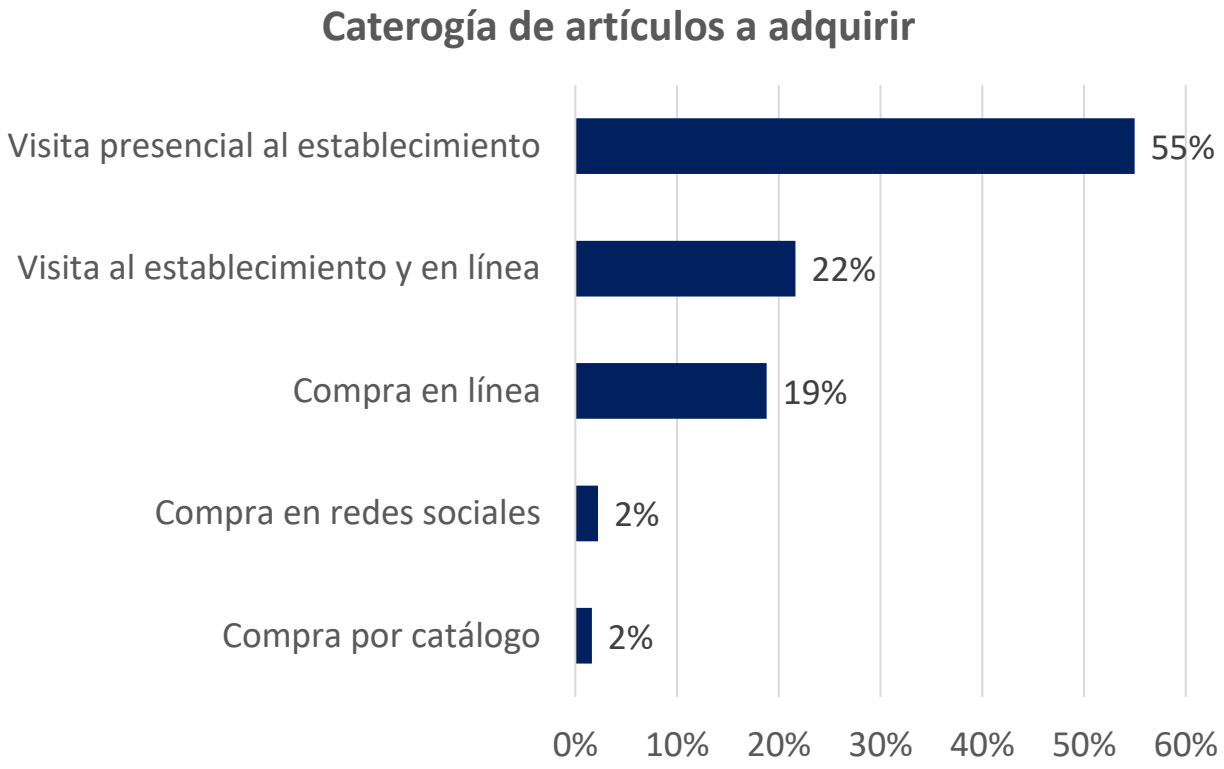
La mayoría de encuestados piensa realizar sus compras en **horario de 6:00 pm a 9:59 pm** con un **32%;** mientras que solo el 3% hará compras Después de las 10:00 pm.

El principal motivo de compra por parte de los consumidores durante el Viernes Negro es: **Aprovechar las posibles ofertas (78%).**

Defensoría del Consumidor

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



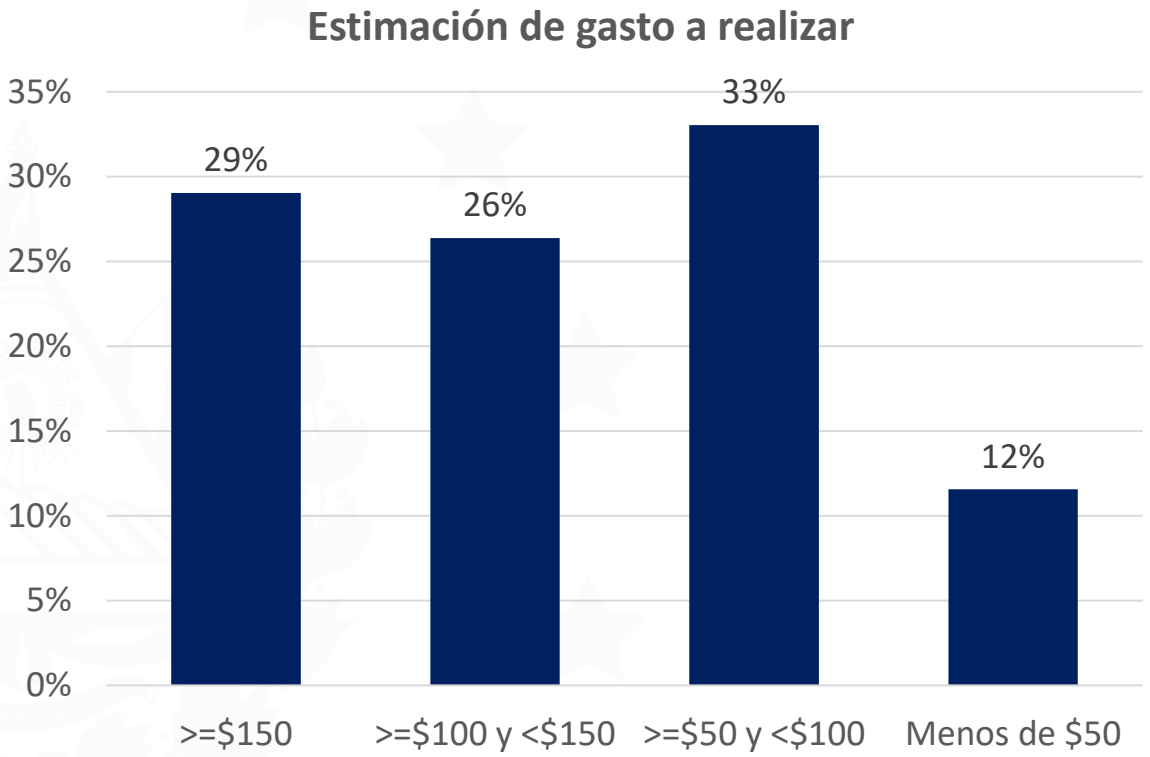


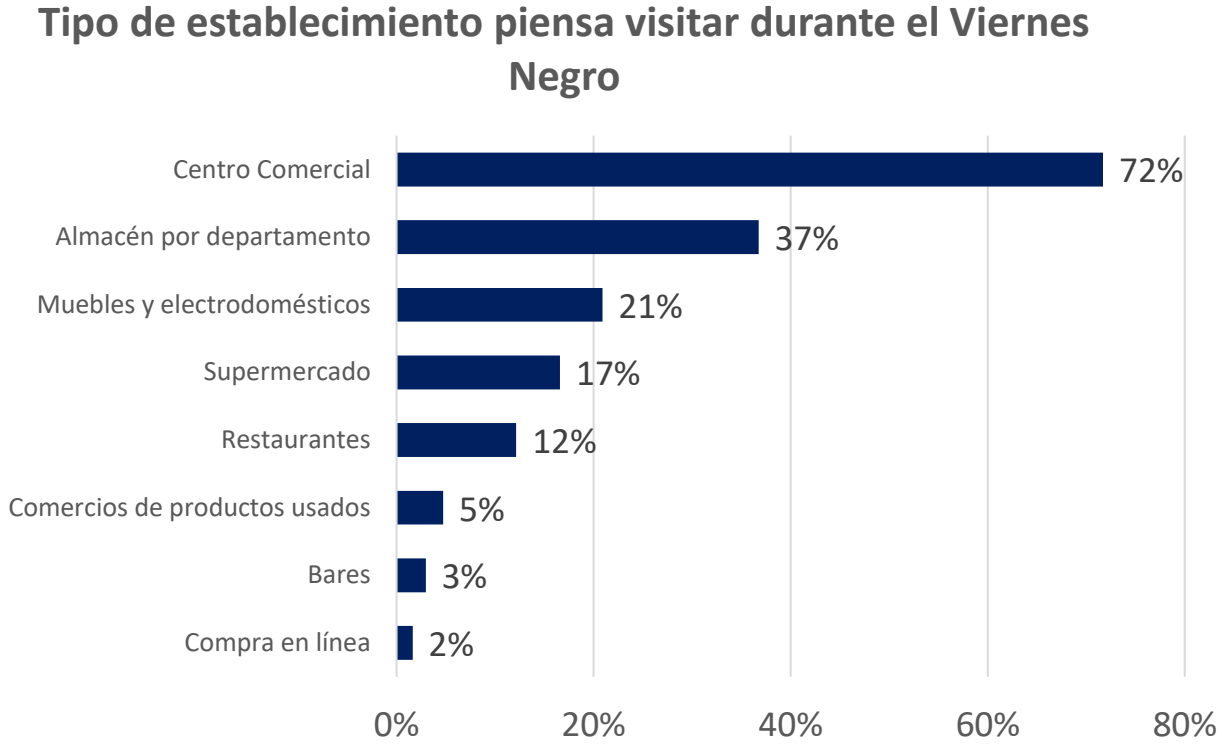
**En tipo de artículo y Modalidad de compra las personas encuestadas podían elegir más de una opción.*

- Respecto a la categoría del artículo a adquirir, **Tecnología y electrónica** (**52%**), seguido por **Ropa (37%) y Calzado (32%)** 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%)**.

Defensoría del Consumidor

Durante el Viernes Negro 2026: ¿Cuánto dinero estima que gastará (incluye compras y visitas a restaurantes)? ¿Qué tipo de Establecimiento visitará?

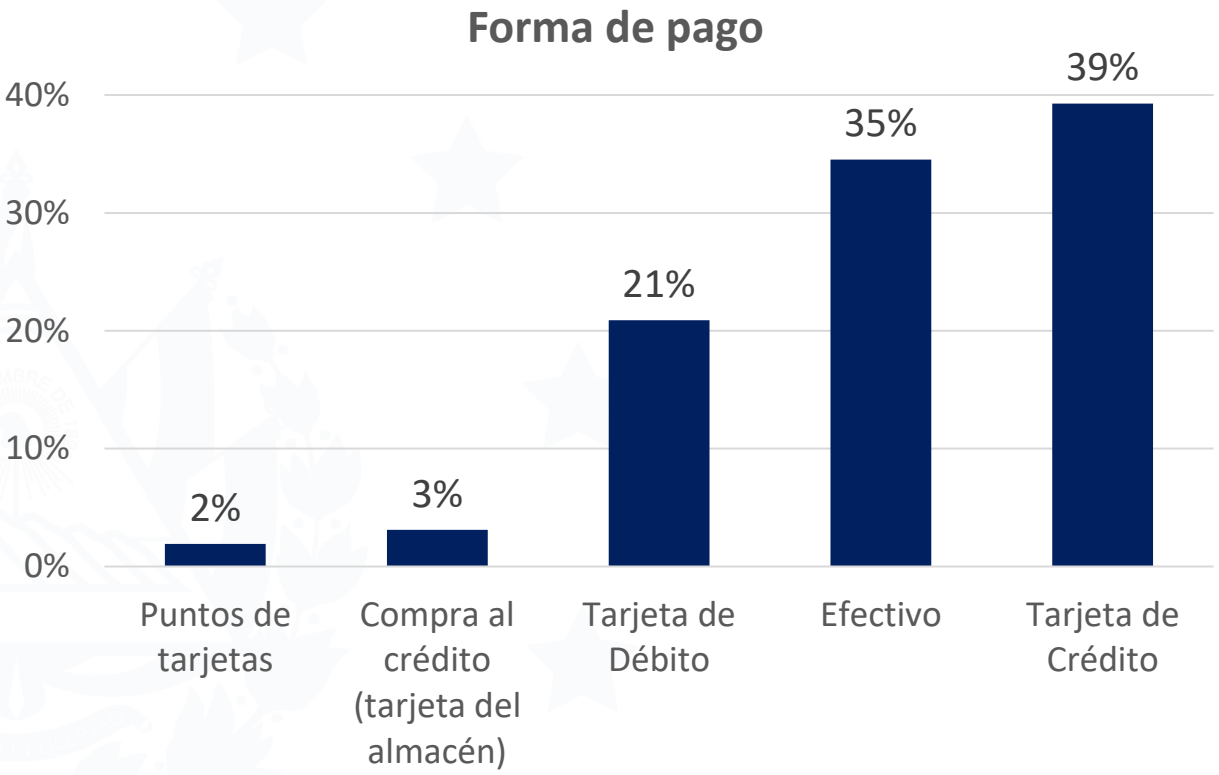


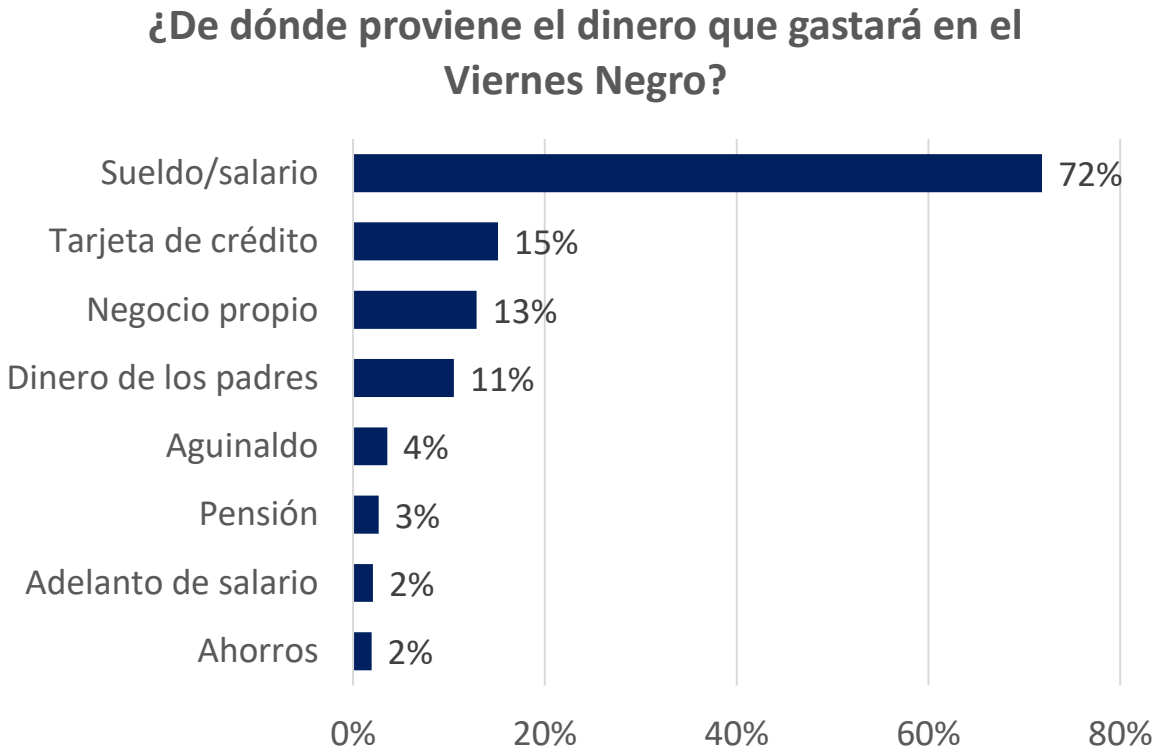


- El dinero estimado a gastar por parte de los consumidores durante el viernes negro 2026 será de **33% entre $50 y $100, 26% entre $100 y $150, 29% Más de $150** y **Menos de $50 un 12%.**
- **72%** de los encuestados realizará compras en centro comercial, seguido por Almacenes por departamento con el **37%.**
- En relación a lo que se gastaron el año 2025, El **50% considera gastará igual**, 23% gastará más y 27% menos que el año pasado.

Defensoría del Consumidor

Gasto de los consumidores





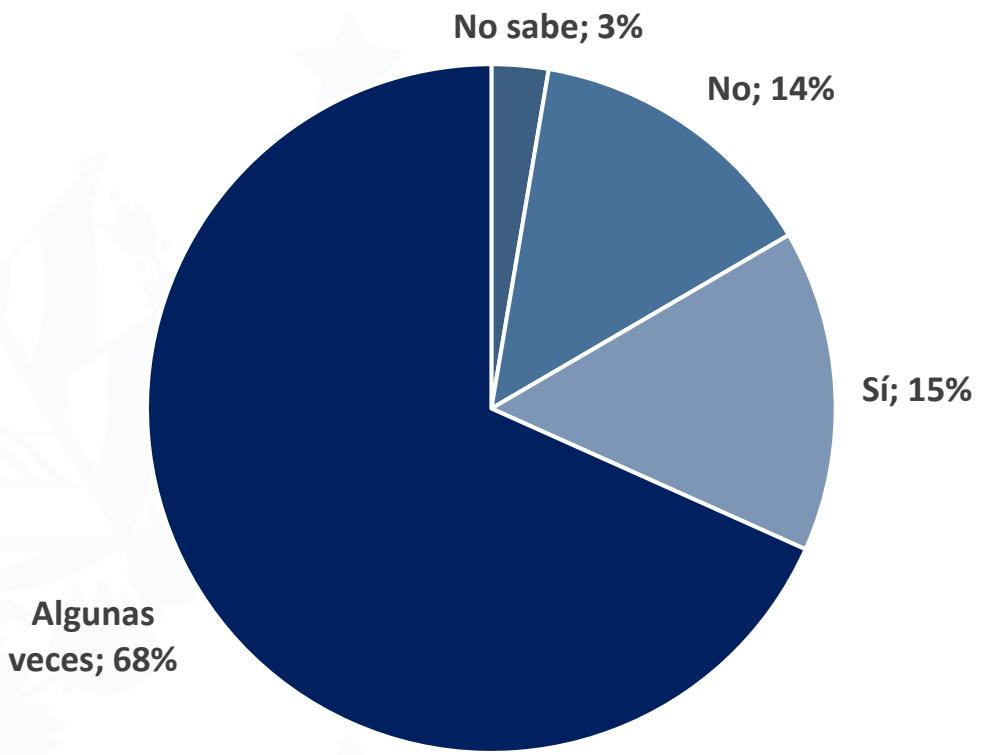
El mayor forma de pago a utilizar por los consumidores en viernes negro es con **Tarjeta de crédito (39%),** mientras que compras con **Puntos de tarjeta** es el medio de pago **(2%)** con menor uso.

La procedencia del dinero a utilizar para realizar las compras en viernes negro por los consumidores proviene principalmente de **Sueldo/Salario** con un **72%** y **tarjeta de crédito** con un **15%.**

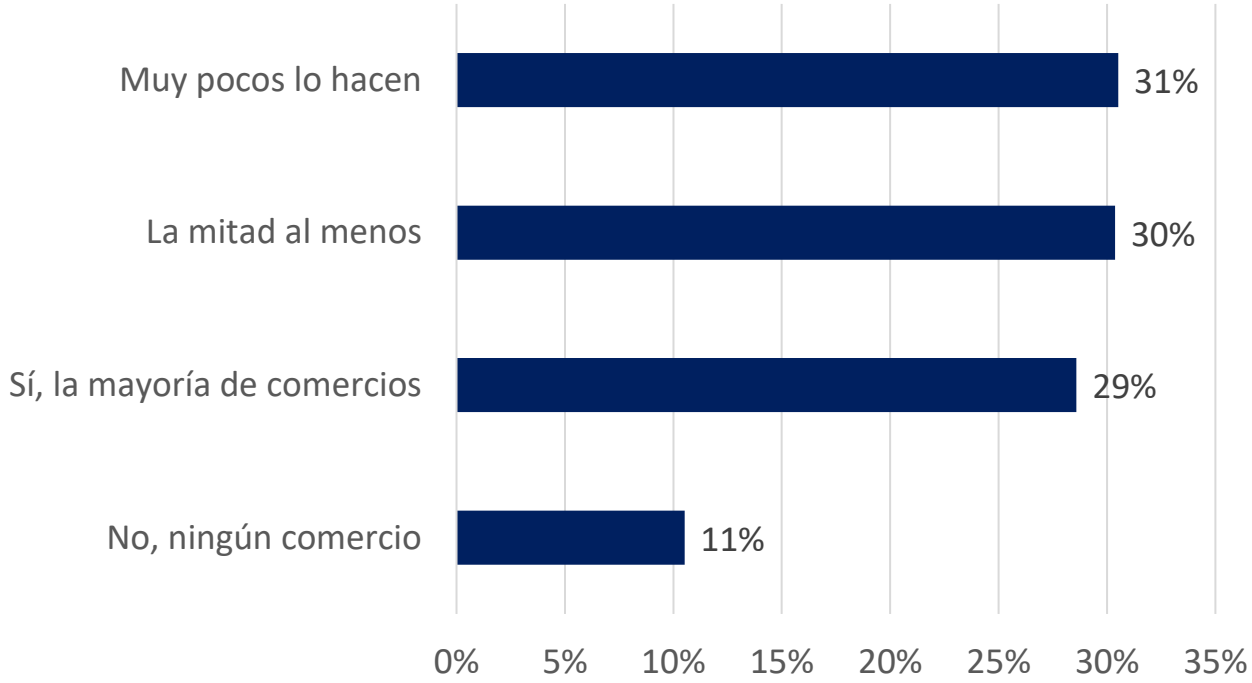
Defensoría del Consumidor

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

¿Son los precios más bajos del año?



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

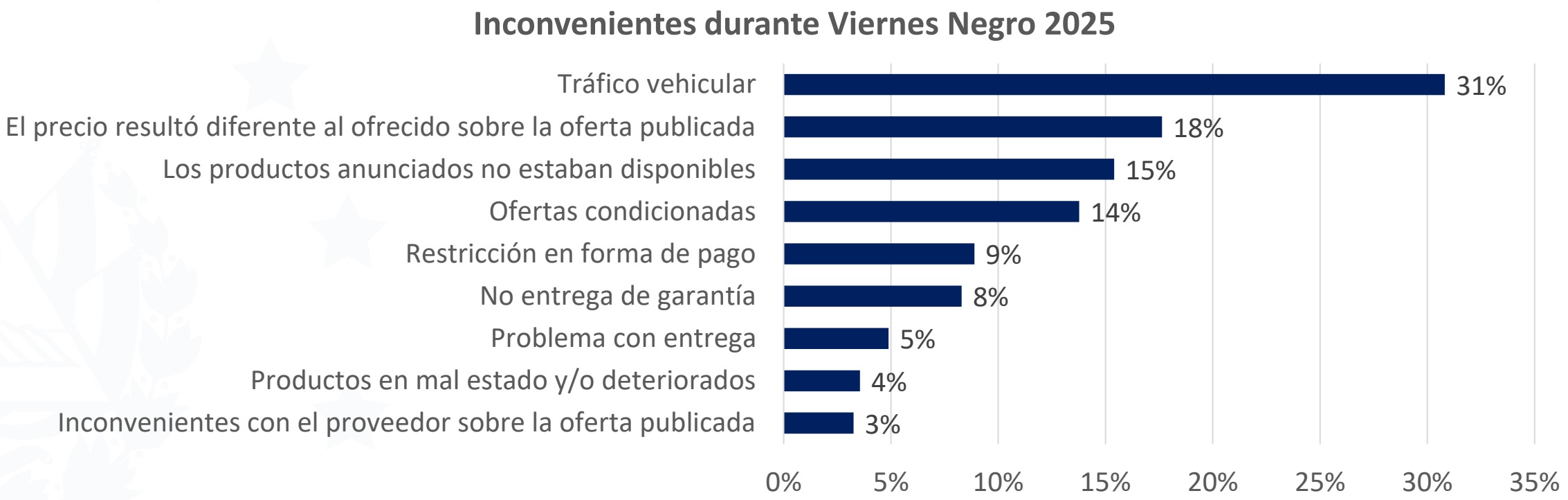


Consumidores consideran que los **proveedores algunas veces** colocan los precios más bajos del año **(68%).**

29% de los encuestados cree que **la mayoría de los comercios** ofrecen descuentos falsos en los productos que ofrecen.

Defensoría del Consumidor

Si adquirió bienes y servicios durante 2025 experimentó alguna de las siguientes situaciones en la relación de consumo



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

Durante el **Viernes Negro 2025** los consumidores experimentaron inconvenientes principalmente en: tráfico vehicular **(31%)** a la hora de realizar sus compras y el precio resultó diferente al ofrecido sobre la oferta publicada **(18%).** Mientras que solo el **3%** presentaron inconvenientes con el proveedor sobre la oferta publicada y un **4%** problemas relacionados a productos de mal estado y/o deteriorados.

Defensoría del Consumidor

Conclusiones sobre principales hábitos de consumo de los consumidores

1. A pesar de que la mayoría de las personas encuestadas **conoce el significado del Viernes Negro (89%),** sólo el **41%** realizará compras durante la temporada de compras del Viernes Negro 2025.
2. La mayoría de las personas encuestadas **(32%)** 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 (78%)**.
3. Entre las categorías de los productos a adquirir, los **Artículos de Tecnología y electrónicos** representan la mayor demanda con al menos el **52%**, sobre la modalidad de compra la **visita presencial a los establecimiento**s será la de mayor recurrencia con un **55%.**
4. Los consumidores preferentemente visitarán los **Centro Comercial (73%),** seguido por **Almacenes por departamento (30%).**
5. La mayoría de las personas encuestadas estiman gastar durante el viernes negro 2026 **entre $50 y $100 (33%)**, seguido de un **29% Más de $150**, un **26%** estima gastar **entre $100 y $150** y un **12% Menos de $50.** Los principales medios de pago a utilizar son **Tarjeta de crédito** con un **39%** y **Efectivo con el 35%**.
6. La procedencia del dinero para compras es el Sueldo/Salario **(72%).**
7. Las principales problemáticas identificadas en 2025 fueron: **31%** problemas con el Tráfico vehicular, **18%** el precio resultó diferente al ofrecido sobre la oferta publicada y **15%** los productos anunciados no estaban disponibles.

GOBIERNO DE
EL SALVADOR

DEFENSORÍA
DEL CONSUMIDOR