

BLACK FRIDAY / CYBER MONDAY EN ESPAÑA CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

NOVIEMBRE 2019

CONFIDENCIALIDAD

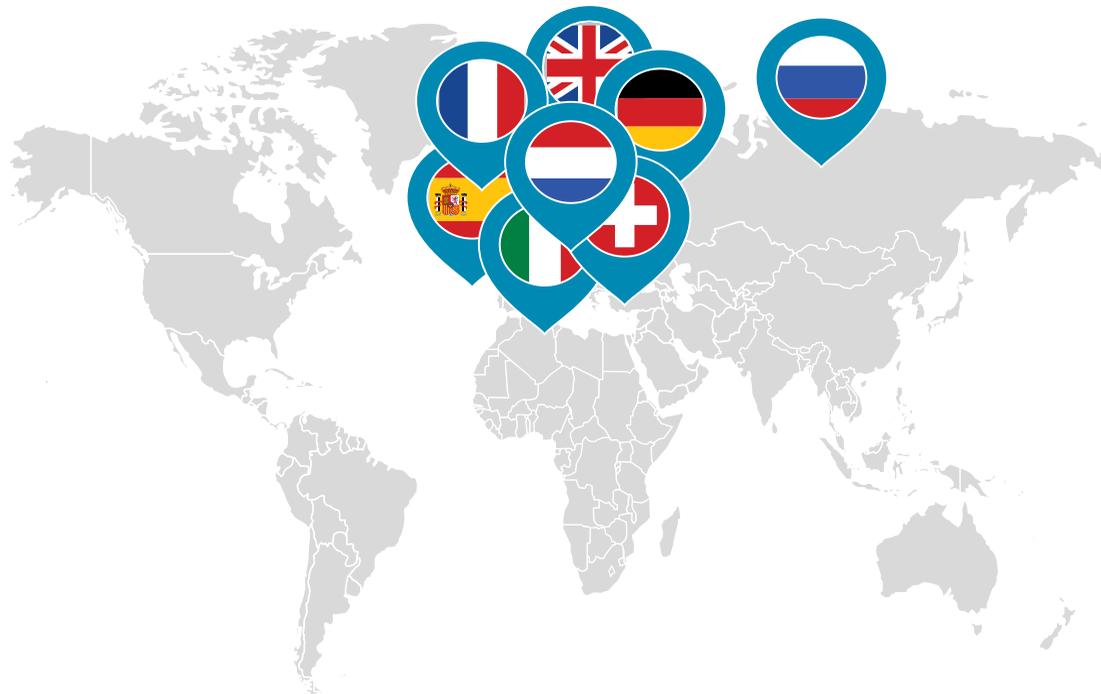
Los sectores de negocios de nuestros clientes son extremadamente competitivos, y mantener la confidencialidad respecto a los planes de nuestros clientes y sus datos es crucial. Oliver Wyman aplica rigurosamente sus normas internas de confidencialidad para proteger la confidencialidad respecto a toda la información del cliente.

Igualmente, nuestro sector de negocios es muy competitivo. Vemos nuestras aproximaciones y visiones como parte de nuestro patrimonio y por consiguiente esperamos que nuestros clientes protejan nuestros intereses en nuestras propuestas, presentaciones, metodologías y técnicas analíticas. Bajo ninguna circunstancia estos materiales deban compartirse con ningún tercero sin la previa autorización escrita de Oliver Wyman.

© Oliver Wyman

La encuesta se ha llevado a cabo en 8 países cubriendo los principales aspectos del Black Friday / Cyber Monday durante el mes de octubre

La muestra



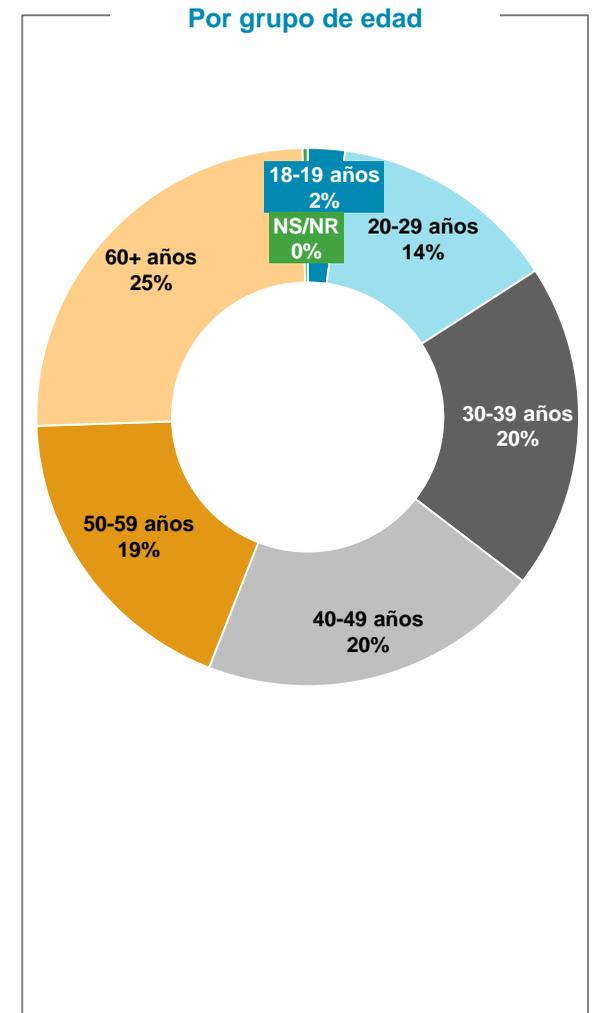
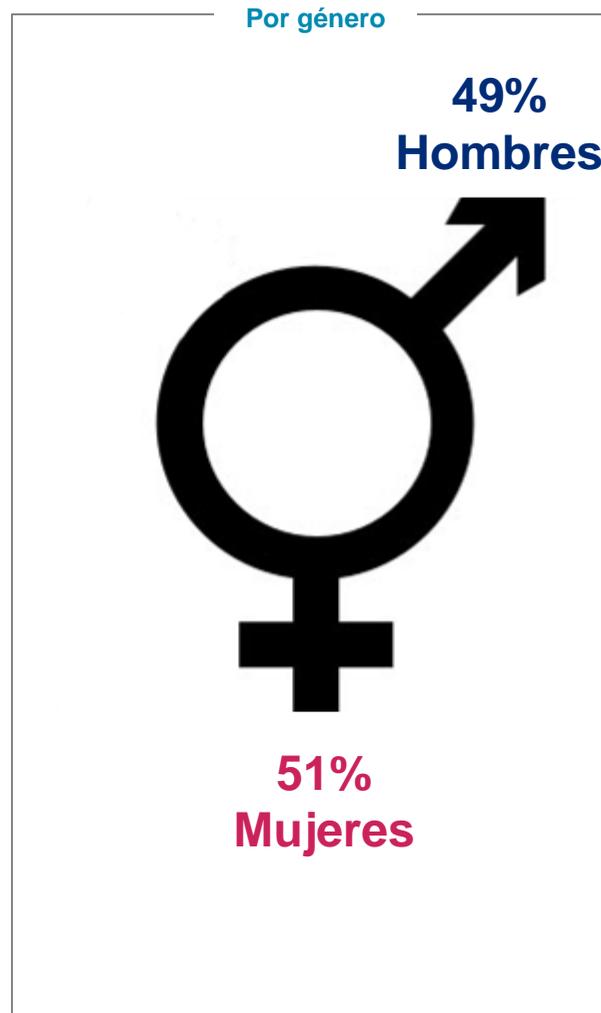
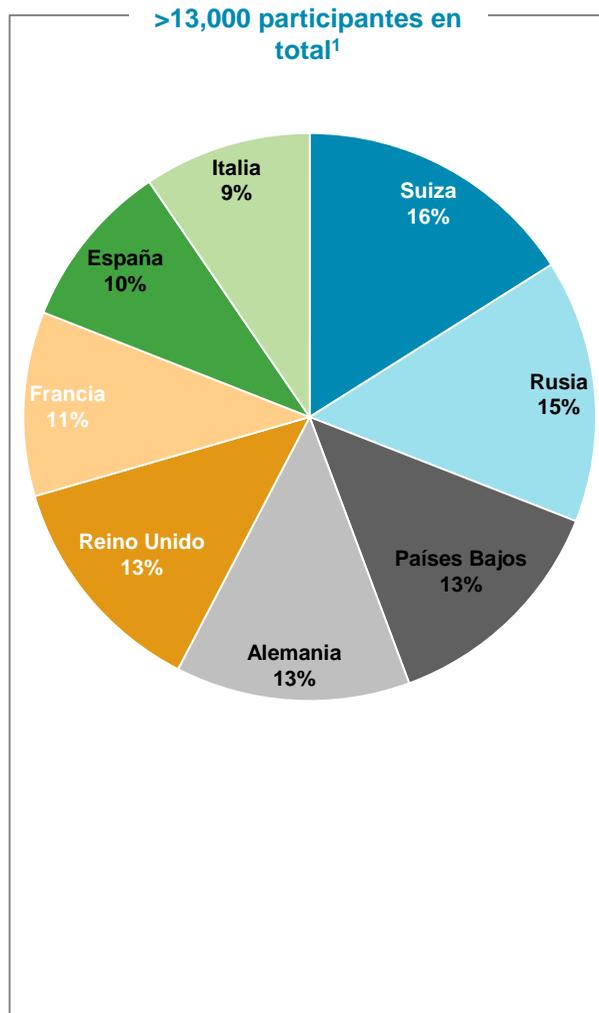
La encuesta

- **17 preguntas** sobre los principales temas: participación, gasto, planificación, descuentos y categorías de productos seleccionadas
- La encuesta ha sido distribuida a través de un soporte **online**
- Fue lanzada durante el mes de septiembre y rellenada en el mes de **octubre de 2019**

13.000 personas encuestadas en 8 países europeos

La encuesta se ha llevado a cabo para identificar el nivel de participación y los hábitos de compra durante el Black Friday / Cyber Monday

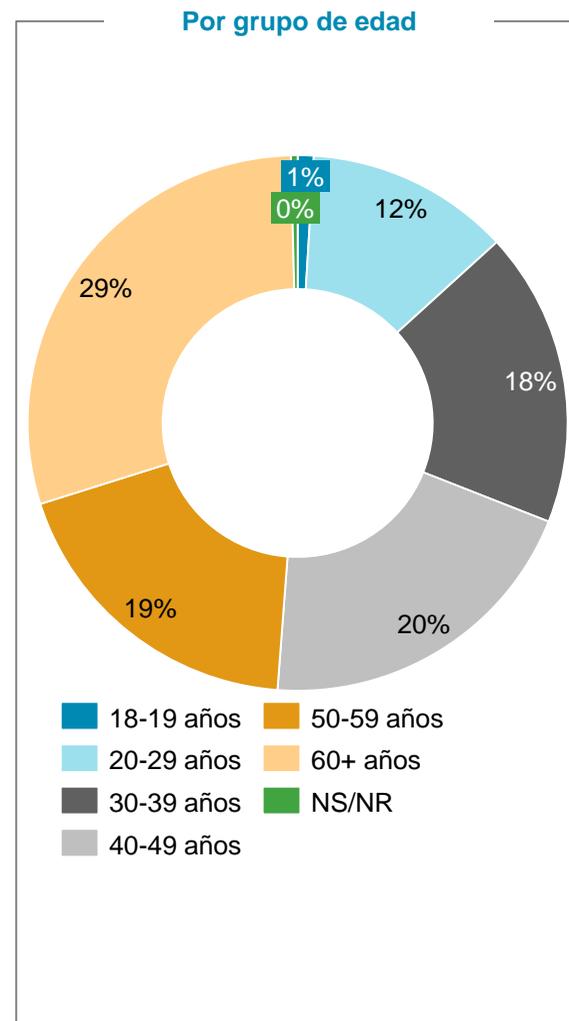
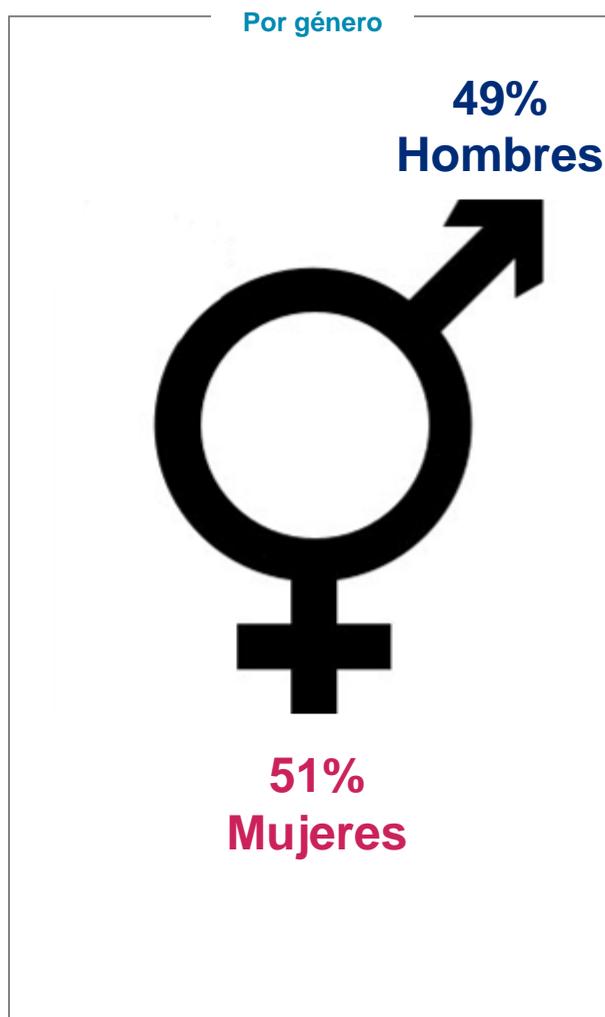
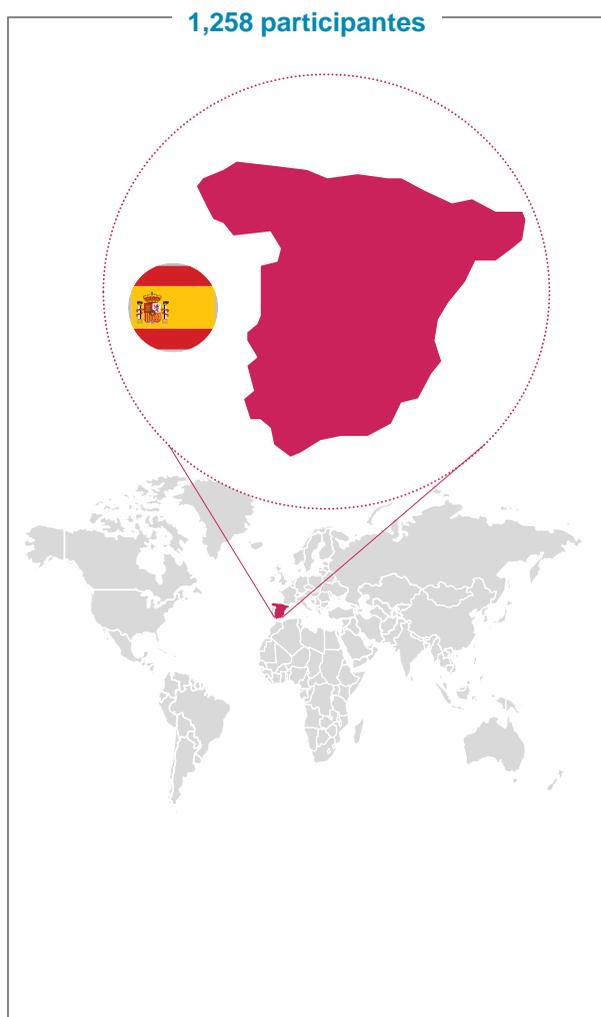
Resumen Europa: Muestra – ¿Quiénes son?



1. Todos los encuestados, incluyendo aquellos que no identifiquen su grupo de edad y aquellos que no planean comprar durante el Black Friday / Cyber Monday

La encuesta se ha llevado a cabo para identificar el nivel de participación y los hábitos de compra durante el Black Friday / Cyber Monday

Resumen España: Muestra – ¿Quiénes son?



Black Friday / Cyber Monday en España: Una participación Masiva y Planificada

Principales conclusiones del estudio

- Participación**
- **El consumidor español será el que más participe en las compras de BF/CB** (84% de participación vs. un promedio del 64% de media en los países europeos encuestados)
 - Además, su **participación será la más alta** en todos los canales
 - Un 65% en webs pure-player vs. 47% en el promedio
 - Un 44% en las páginas webs de los distribuidores vs. 30% en el promedio
 - Un 41% en tienda física vs. 29% en promedio



- Gasto**
- **Pese a tener una menor renta per cápita que otros países europeos, los españoles tendrán un gasto similar.**
 - Existen diferencias entre los segmentos
 - Los **hombres gastarán más que las mujeres**. Un 32% de ellos gastará más de 300€, frente a un 18% de ellas
 - La mitad de los españoles de entre 30 y 40 años (el segmento de mayor gasto) gastará más de 200€



- Planificación**
- **El consumidor español es el más previsor** desde el punto de vista de planificación de las compras en Black Friday/Cyber Monday:
 - Más del 60% de los encuestados en España, comprará artículos que llevaban tiempo queriendo adquirir (el 2º más alto de todos los países analizados)
 - El 20% de las compras, serán sustitutivas de regalos navideños, cumpleaños...etc. (el más alto de todos los países analizados)
 - España cuenta con el menor porcentaje de compra espontánea de todos los países analizados (18% vs. 33% del promedio)



- Descuento**
- A pesar de que **el consumidor español es el consumidor europeo menos exigente** en cuanto a descuentos...:
 - España concentra un 17% de consumidores que se conformarían con un descuento igual o menor al 20% para realizar sus compras, siendo el país europeo con mayor porcentaje
 - España tiene el menor porcentaje de consumidores de Europa (sólo por detrás de Holanda) que exigen descuentos del 50% o superiores
 - ...es también el **más proclive a retrasar la compra** si el producto no tiene descuento o el descuento es bajo



- Elección**
- Los **españoles optarán sobre todo por artículos de electrónica e informática (41%) y artículos de moda (35%)**. En términos de género existen diferencias importantes:
 - Los hombres elegirán electrónica e informática (en un 56% vs. 26% en mujeres)...
 - ...y las mujeres elegirán moda en un 47% vs. 24% en los hombres
 - El ticket superior en artículos de electrónica explica en parte el gasto superior en hombres

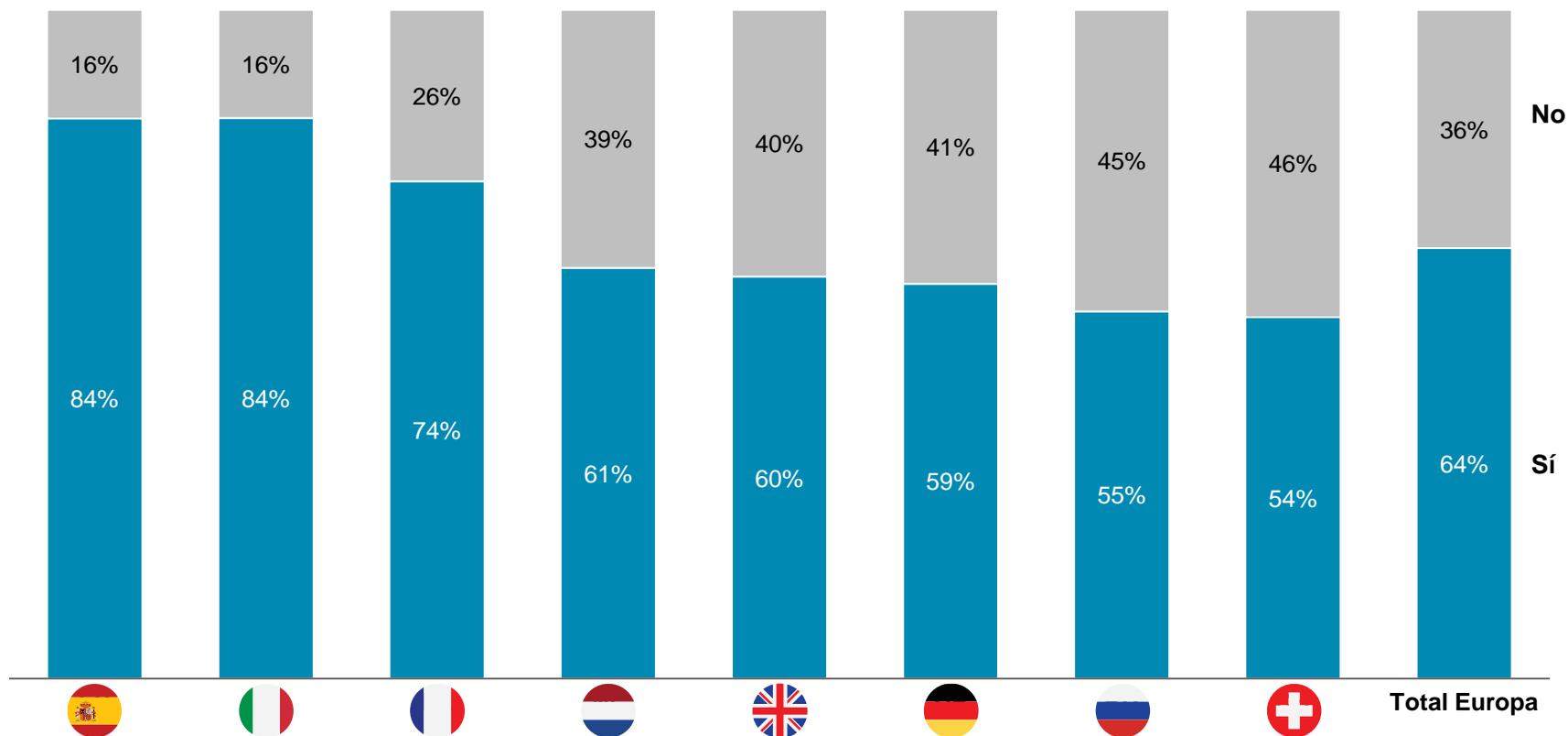


PARTICIPACIÓN

El consumidor español será el que más participe en las compras de BF/CB (84% de participación vs. un promedio del 64% en otros países europeos)...

¿Tiene intención de participar en las compras de Black Friday/Cyber Monday?

% total, todas las respuestas, N=13,076¹

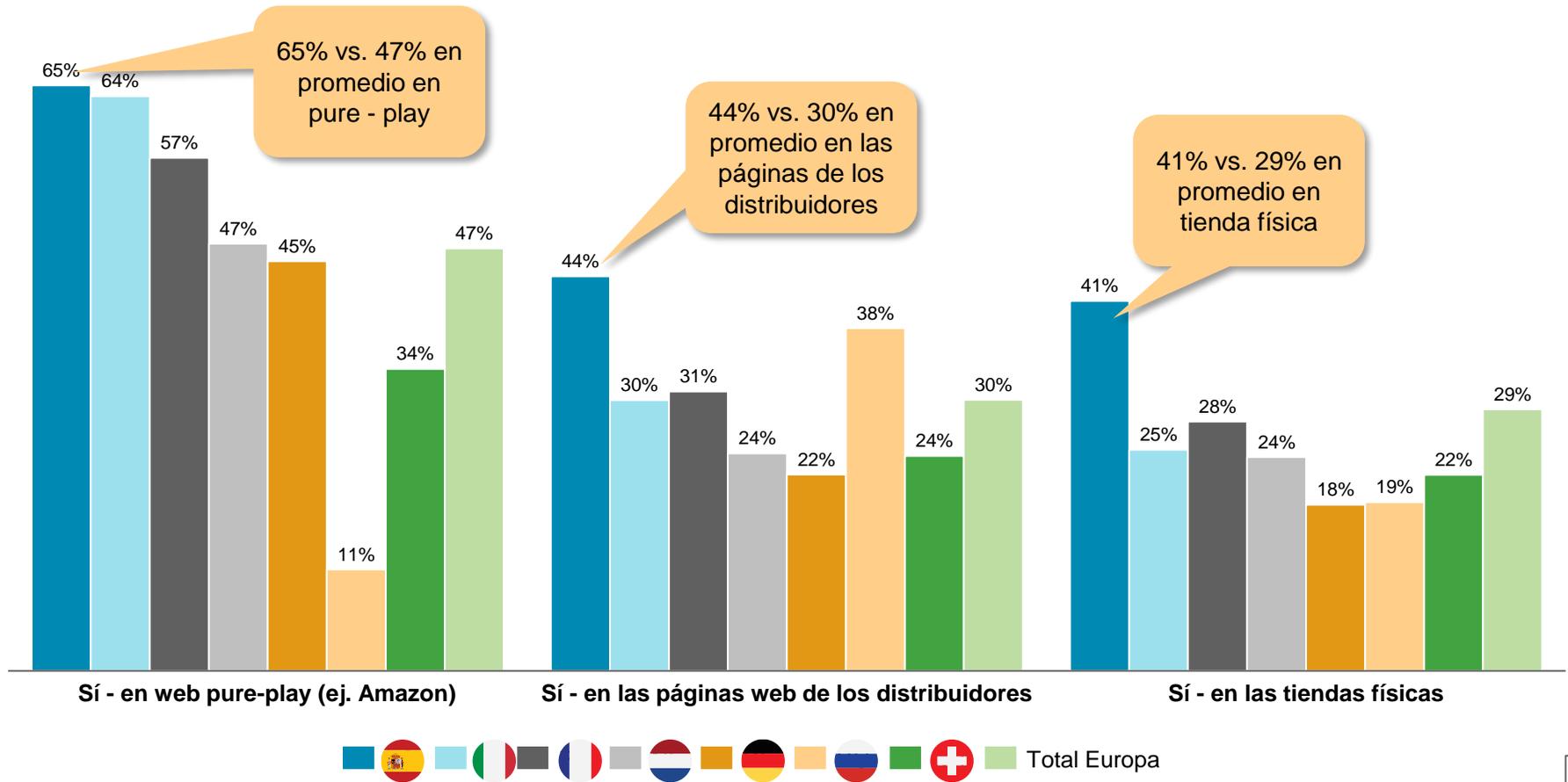


1. Sólo incluye las respuestas completas (en las que el encuestado ha completado el campo de edad)

...además, su participación en todos los canales también será la más alta

¿Tiene intención de participar en las compras de Black Friday/Cyber Monday?

% total, múltiples respuestas posibles, N=11,389¹



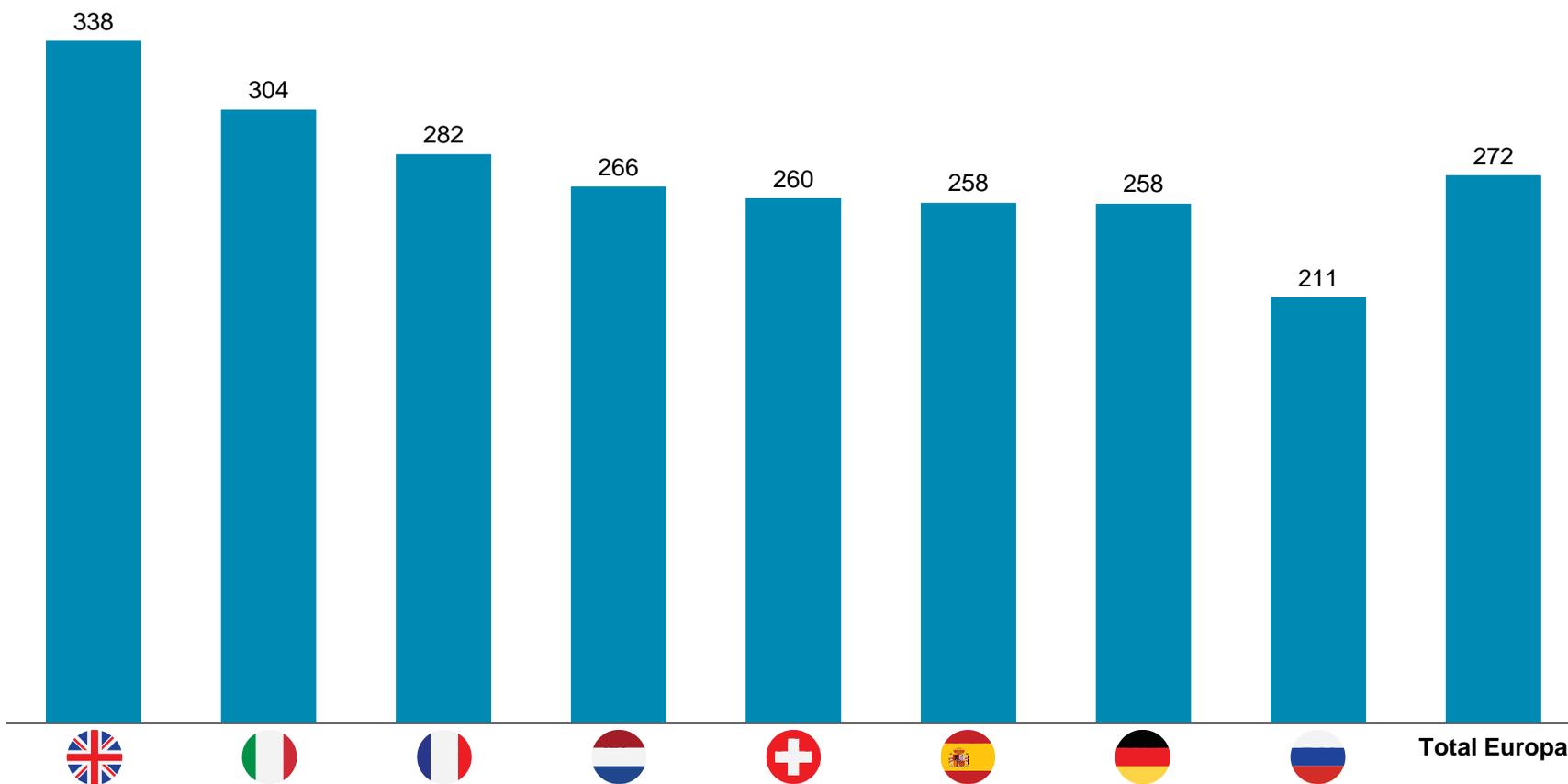
Note: Reino Unido excluido por diferentes opciones de respuestas, excluye respuestas que seleccionan opciones negativas



El gasto del consumidor español estará en línea la media europea, a pesar de una menor renta per cápita

¿Cuánto dinero tiene pensado invertir/gastar durante el Black Friday / Cyber Monday?

Media ponderada¹, solo incluye respuestas completas, en €², N=8,389²



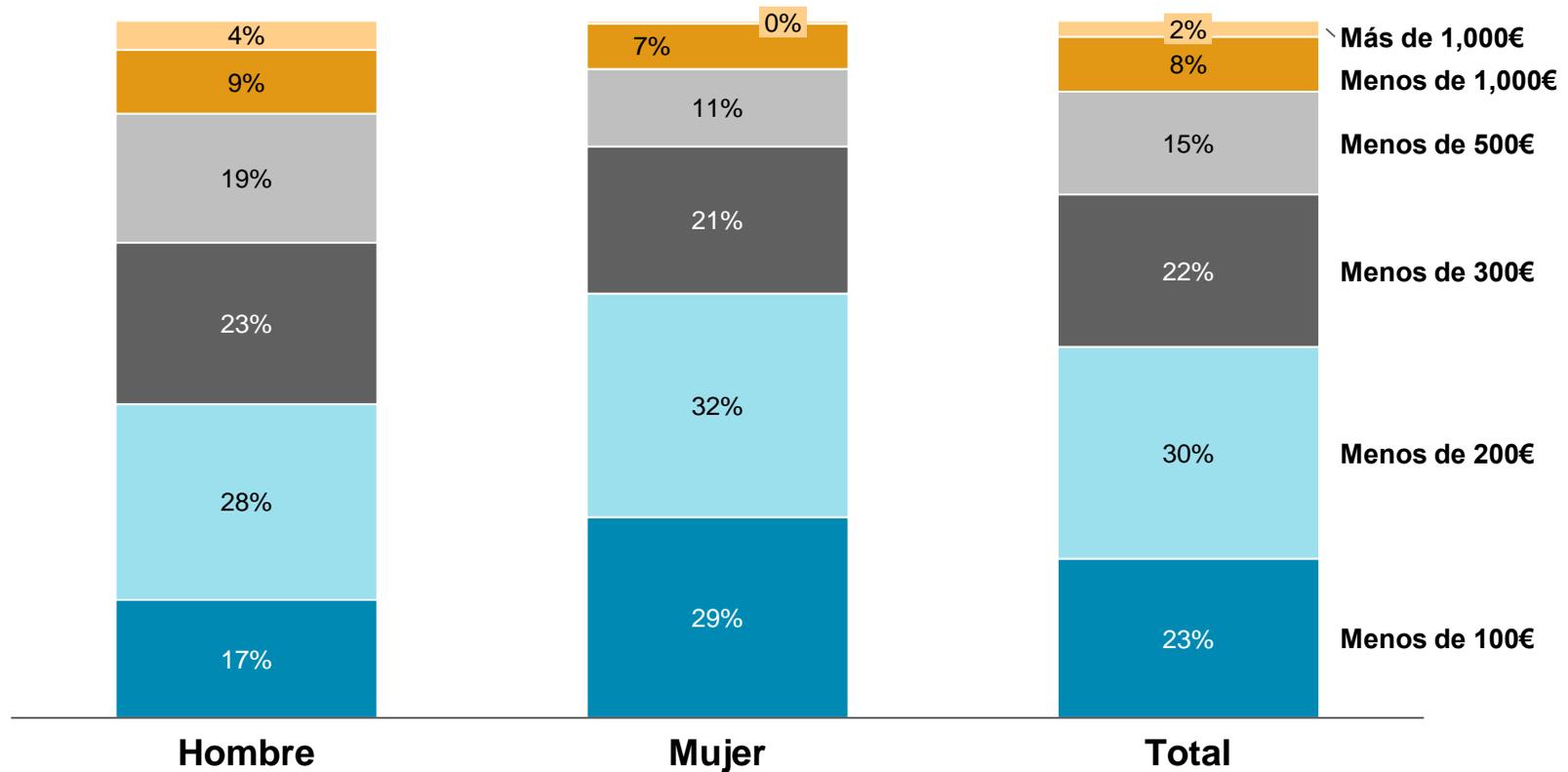
1. Para la media ponderada se ha multiplicado el número de respuestas en cada rango por el la media del rango. Para el rango de más de 1000 se ha utilizado 1250
2. Según cambio oanda a 19 de noviembre de 2019
3. Sólo se incluyen las respuestas de los participantes que han seleccionado sí en la participación y que hayan contestado a la pregunta



Los hombres gastarán más que las mujeres. Un 32% de ellos gastará más de 300€, frente a un 18% de ellas

¿Cuánto dinero tiene pensado invertir/gastar durante el Black Friday / Cyber Monday?

% total, por género, solo incluye respuestas completas, N=1,044¹

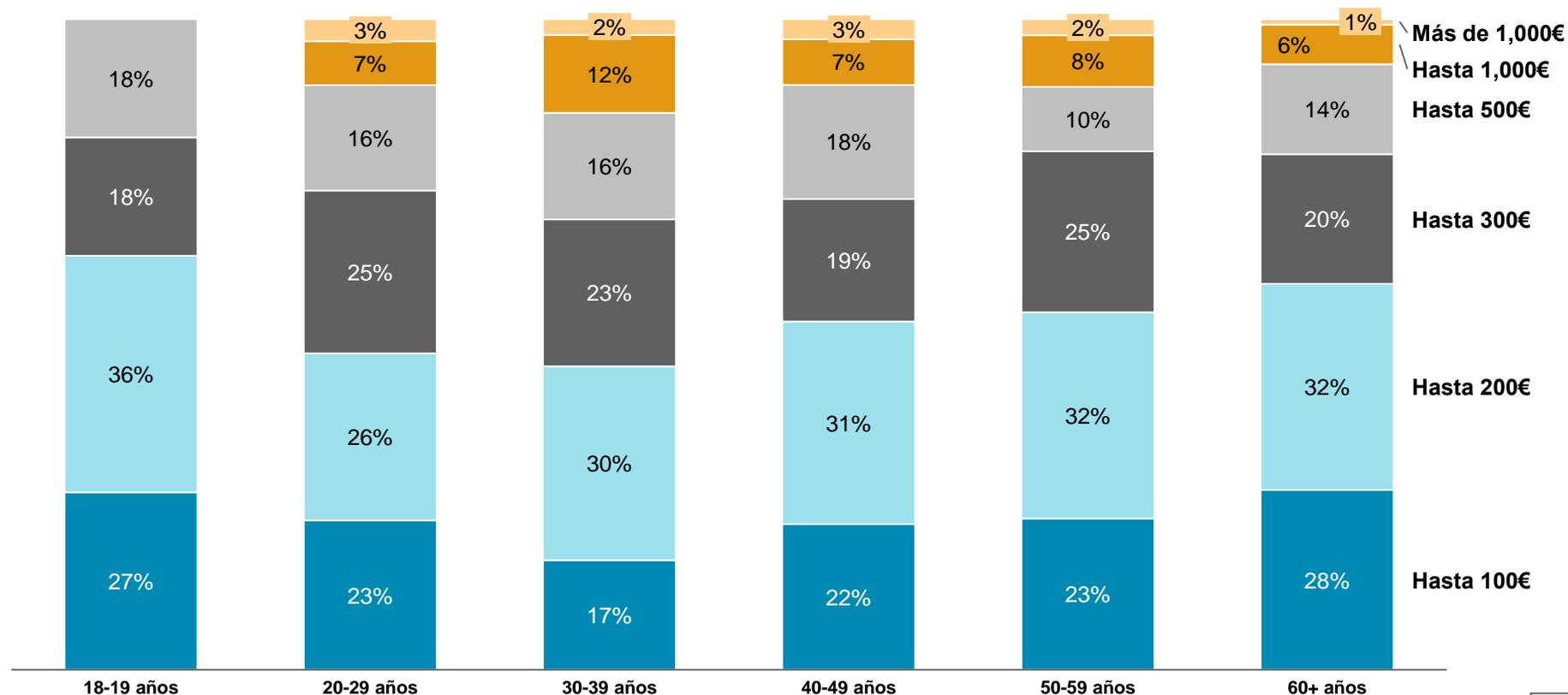


1. Las respuestas completas excluyen aquellas personas que no han proporcionado su edad y las que no hayan planificado realizar compras durante el Black Friday

La mitad de los españoles de entre 30 y 40 años (el segmento de mayor gasto) gastará más de 200€

¿Cuánto dinero tiene pensado invertir/gastar durante el Black Friday/Cyber Monday?

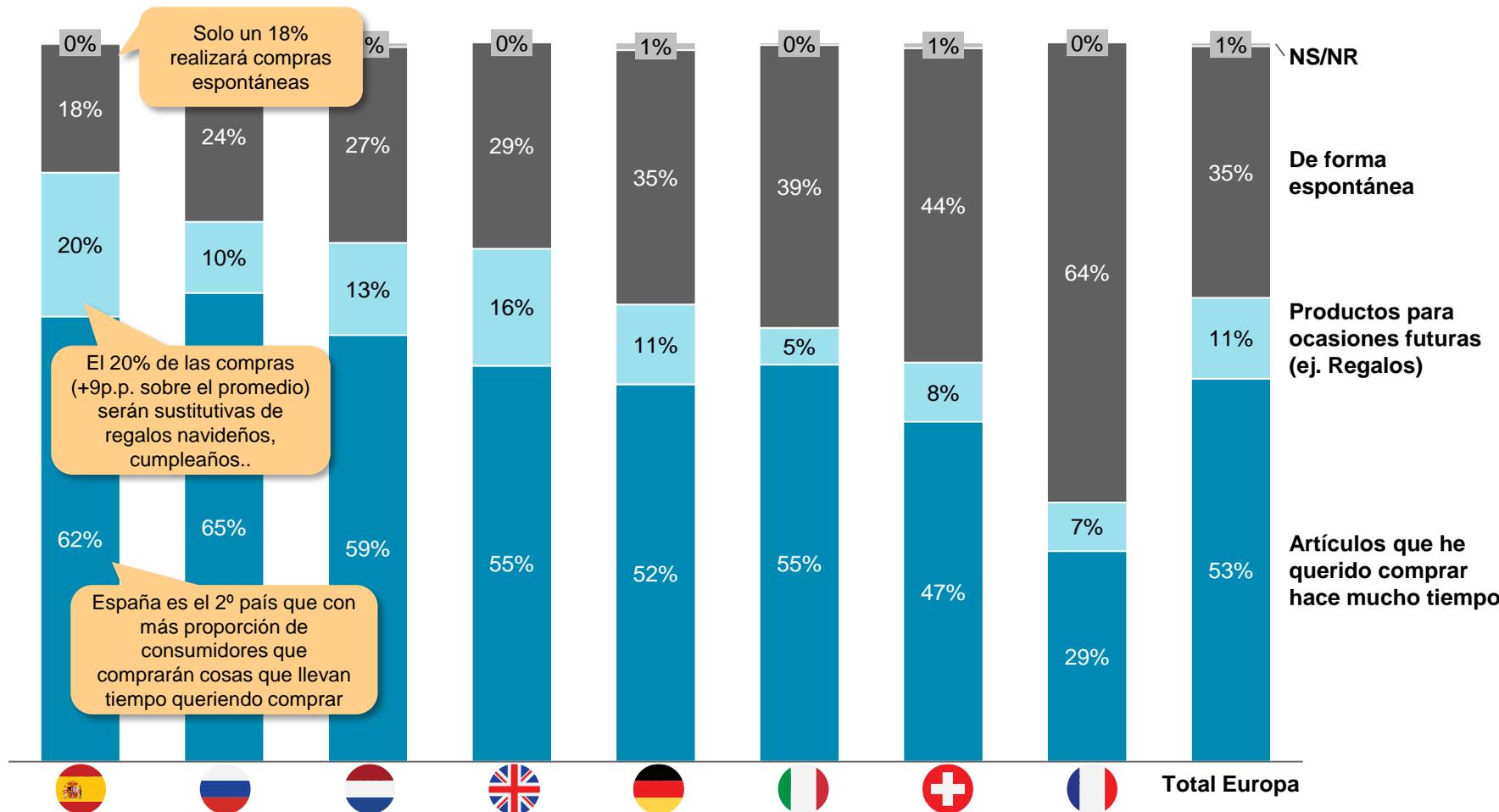
% encuestados, por rango de edad, solo incluye respuestas completas, N=1,044¹



1. Las respuestas completas excluyen aquellas personas que no han proporcionado su edad y las que no hayan planificado realizar compras durante el Black Friday

Los españoles son los que más planifican sus compras. Más del 60% comprará artículos que llevaban tiempo queriendo adquirir

¿Cuál de estas afirmaciones diría que se ajusta más a su deseo de comprar un artículo en Black Friday/Cyber Monday?
% total, solo incluye respuestas completas, N=8,420¹



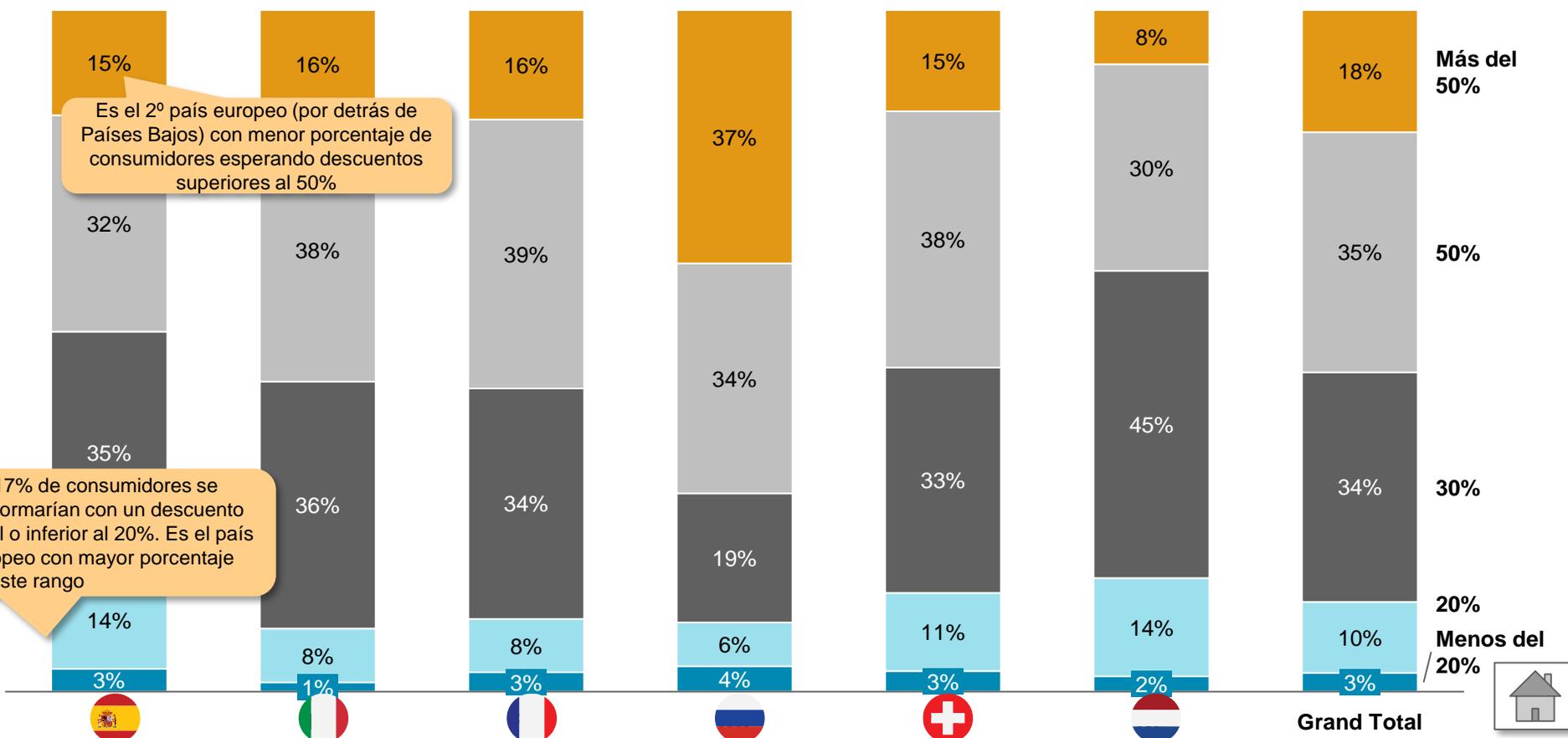
1. Las respuestas completas excluyen aquellas personas que no han proporcionado su edad y las que no hayan planificado realizar compras durante el Black Friday



DESCUENTO

El consumidor español es el menos exigente entre los consumidores europeos en cuestión de descuento...

¿Cómo considera que tienen que ser los descuentos del Black Friday / Cyber Monday para que se decida a comprar?
% total, solo incluye respuestas completas, N=6,366¹



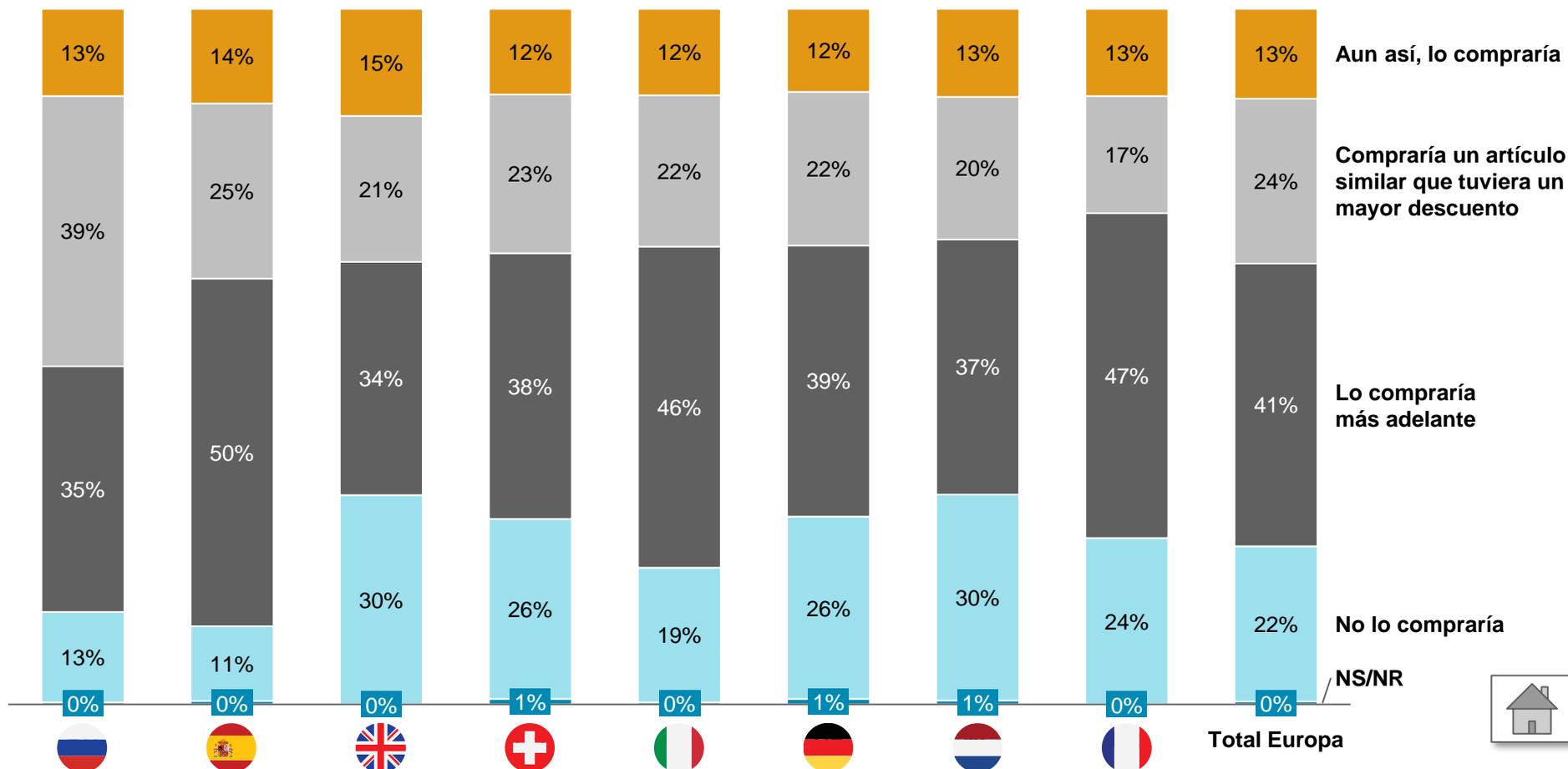
1. Las respuestas completas excluyen aquellas personas que no han proporcionado su edad y las que no hayan planificado realizar compras durante el Black Friday
Note: Reino Unido y Alemania se excluyen debido a diferentes opciones de respuesta

DESCUENTO

...sin embargo, es también el más proclive a retrasar la compra si el producto no tiene descuento o el descuento es bajo

¿Qué haría si el artículo que busca no está a la venta o no está suficientemente rebajado?

% total, solo incluye respuestas completas, N=8,420¹

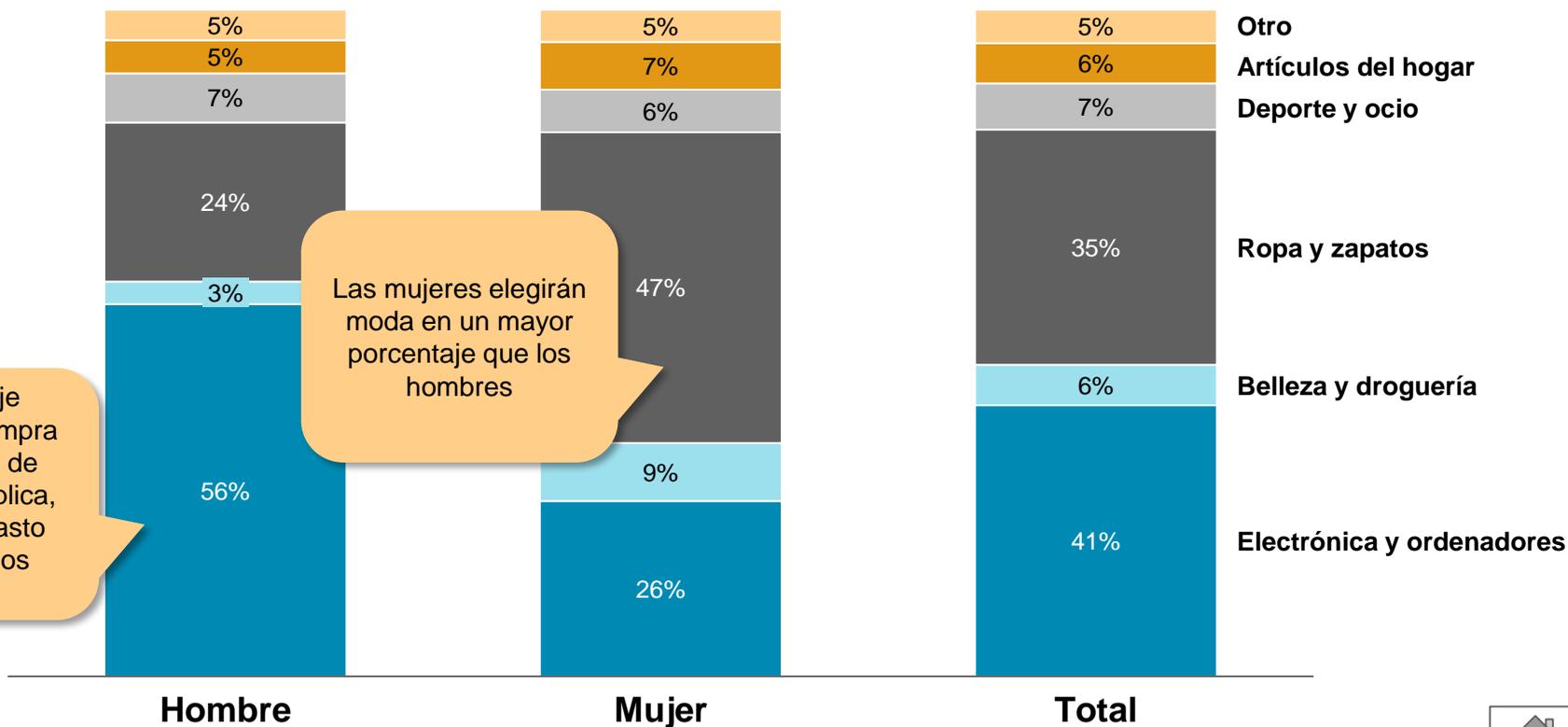


1. Las respuestas completas excluyen aquellas personas que no han proporcionado su edad y las que no hayan planificado realizar compras durante el Black Friday

Los españoles optarán sobre todo por artículos de electrónica e informática (41%) y artículos de moda (35%). Existen diferencias importantes por género

¿Qué tipo de artículos tiene intención de comprar durante el Black Friday o Cyber Monday?

% por categoría y género, solo incluye respuestas completas, N=1,044¹



1. Las respuestas completas excluyen aquellas personas que no han proporcionado su edad y las que no hayan planificado realizar compras durante el Black Friday

SALVEDADES, ASUNCIONES Y LIMITACIONES DEL PRESENTE INFORME

El presente informe ha sido elaborado para uso exclusivo por parte del cliente de Oliver Wyman que se señala en el mismo. El presente informe no ha sido elaborado a efectos de su publicación o circulación con carácter general, no pudiendo ser reproducido, citado o distribuido a efecto alguno sin la previa autorización por escrito de Oliver Wyman. El presente informe no otorga derecho alguno a ningún otro beneficiario, por lo que Oliver Wyman no aceptará ninguna responsabilidad frente a tercero alguno.

Se ha considerado veraz y asumido como tal la información facilitada por terceras personas en la que, en su caso, pudiera basarse la totalidad o cualquier parte del mismo, si bien y salvo que expresamente se señale lo contrario, dicha información no ha sido objeto de verificación independiente. La información de dominio público y cualesquiera datos de carácter sectorial y naturaleza estadística recogidos en el presente informe provienen de fuentes que entendemos fiables, sin que no obstante Oliver Wyman otorgue manifestación o garantía alguna sobre la veracidad o carácter completo de dicha información. Las conclusiones del presente informe podrían incluir proyecciones basadas en datos actuales y tendencias históricas. Dichas proyecciones se encuentran sujetas a riesgos e incertidumbres inherentes a su propia naturaleza. Oliver Wyman no aceptará responsabilidad alguna por cualesquiera resultados reales o hechos futuros.

Las opiniones expresadas en el presente informe son válidas únicamente a los efectos que se señalan en el mismo, así como por referencia a la fecha de emisión del mismo. Oliver Wyman no asume obligación alguna de modificar el presente informe a efectos de reflejar cualesquiera cambios, circunstancias o supuestos que pudieran tener lugar con carácter posterior a esta fecha.

Cualquier decisión que pudiera adoptarse en relación con la aplicación o adopción del asesoramiento o recomendaciones previstas en el presente informe será responsabilidad exclusiva del cliente. El presente informe no supone asesoramiento alguno en materia de inversión, ni contiene opinión alguna sobre la razonabilidad o carácter equitativo de ninguna operación respecto de ninguna de las partes.