

**RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN
- RAE -**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia

Vigilada Mineducación

RIUCaC

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
BOGOTÁ D.C.**

LICENCIA CREATIVE COMMONS:

Atribución	☐	Atribución no comercial	☒	Atribución no comercial sin derivadas	☐
Atribución no comercial compartir igual	☐	Atribución sin derivadas	☐	Atribución compartir igual	☐

AÑO DE ELABORACIÓN: 2019

TÍTULO: Impacto del Black Friday en Estados Unidos.

AUTOR (ES): Cuervo, Jennifer; Linares, Marisol; Naranjo, Juan Camilo y Pirachican, Suly.

DIRECTOR(ES)/ASESOR(ES):

Paz Ortega, Andrés.

MODALIDAD:

Trabajo de síntesis.

PÁGINAS:	26	TABLAS:		CUADROS:		FIGURAS:	11	ANEXOS:	
-----------------	-----------	----------------	----------------------	-----------------	----------------------	-----------------	-----------	----------------	----------------------

CONTENIDO:

ABSTRACT-RESÚMEN
CAPÍTULO 1 CONTEXTO
CAPÍTULO 2 CIFRAS DEL BLACK FRIDAY.
CAPÍTULO 3 MOTIVACIÓN DEL CONSUMO
CAPÍTULO 4 CONCLUSIONES
LISTA DE REFERENCIAS



DESCRIPCIÓN: Se hace una investigación de los diferentes orígenes del evento, el impacto en cifras que genera ese día del año en el comercio en cuanto a ventas, descuentos, medios de compra, productos más y menos vendidos, tiendas más populares, mejores estados para ir de compras, medios de pago, y el comportamiento que tiene la gente frente a esa fecha.

METODOLOGÍA: Investigativa, descriptiva del evento denominado Black Friday en Estados Unidos.

PALABRAS CLAVE: BLACK FRIDAY, CIFRAS, CONSUMIDOR, PROMEDIO, COMPORTAMIENTO, POBLACIÓN.

CONCLUSIONES:

Son muchas las versiones sobre el verdadero origen que da inicio al black Friday, por tanto, es difícil elegir como real alguno de estos relatos, sin embargo, es válido afirmar que el factor común en la mayoría de la información encontrada es que este evento inicia a partir de una estrategia comercial para reactivar la economía después de la gran crisis de la caída de la bolsa de valores de USA.

Este evento año a año captura una mayor cantidad de personas interesadas en participar de estas ofertas, parte de ello a causa de la tecnología que les permite a los consumidores tener mayor facilidad de acceso a estos mercados, pues de acuerdo a los estudios mencionados durante este trabajo, cerca del 80% de las personas encuestadas prefiere participar en el black Friday a través de la combinación de las tiendas físicas y virtuales.

Durante el Black Friday, es recomendable que los consumidores planeen sus compras para aprovechar los mayores beneficios tales como estados que no

RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE -



UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia

Vigilada Mineducación

RIUCaC

cobren impuestos sobre las ventas, o evitar productos que durante la temporada no generarán descuentos reales.

El Black Friday es un evento social que influye sobre las decisiones individuales de compra, y éstos sujetos al tiempo impulsan el movimiento en masa del comercio.

El incremento de ventas que se trazan durante el black Friday en comparación con un viernes corriente, es de alrededor de 624% para el promedio global y 2.103% en Estados Unidos.

Los descuentos que pueden encontrar los consumidores en el mercado oscilan en un promedio del 55% a nivel global, y 68% aproximadamente en los mercados estadounidenses, una persona de Estados Unidos que participe de las compras durante la jornada del cuarto viernes de noviembre está dispuesto a gastar en promedio \$515 dólares y podría ahorrar cerca de unos \$1.904 dólares.

A lo largo de los años los consumidores han optado por realizar sus compras por internet debido a los beneficios que obtienen como mejores descuentos, seguridad, entregas a domicilio, disponibilidad, variedad, información detallada del producto y sobre todo seguridad al momento de realizar su pago ya que se evita filas y tumultos en las tiendas.

FUENTES:

Kumar R. & O'Brien S. (2019). 2019 Findings from the Diary of Consumer Payment Choice. Recuperado de <https://www.frbsf.org/cash/publications/fed-notes/2019/june/2019-findings-from-the-diary-of-consumer-payment-choice/>



Bell A. (2019). Black Friday Shopping: The 9 Worst Items to Buy. Recuperado de <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/111115/black-friday-shopping-9-worst-items-buy.asp>

Bell A. (2019). 5 Best States for Black Friday Shopping. Recuperado de <https://www.investopedia.com/articles/personal-finance/111315/5-best-states-black-friday-shopping.asp>

Black Friday 2019 USA. Recuperado de <https://black-friday.global/en-us/>

Espinoza D. (2018). Las cifras del Buen Fin vs el Black Friday. Recuperado de <https://www.viveusa.mx/compras/las-cifras-del-buen-fin-vs-el-black-friday>

(2018). El Black Friday fue récord de ventas online y este Cyber Monday también podría hacer historia en EEUU. Recuperado de <https://www.infobae.com/america/eeuu/2018/11/26/el-black-friday-fue-record-de-ventas-on-line-y-este-cyber-monday-tambien-podria-hacer-historia-en-eeuu/>

(2018). Los datos que el black Friday nos deja. Recuperado de <https://www.diurnay.com/datos-estadisticas-black-friday-2018/>

(2019). ¿Cuándo es el black Friday 2019 en EU?. Recuperado de <https://www.viveusa.mx/compras/cuando-es-el-black-friday-2019-en-eu>

**RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN
- RAE -**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
de Colombia
Vigilada Mineducación

RIUCaC

(2018). Las ventas en "Black Friday" superan las predicciones en Estados Unidos. Recuperado de <https://www.efe.com/efe/usa/portada/las-ventas-en-black-friday-superan-predicciones-estados-unidos/50000064-3823449>

Galeano S. (2019). Las empresas logísticas esperan un 10% más de envíos en el Black Friday 2019. Recuperado de <https://marketing4ecommerce.net/las-empresas-logisticas-esperan-un-10-mas-de-envios-en-el-black-friday-2019/>

LISTA DE ANEXOS: No aplica.

Nota: No olvide borrar las instrucciones del formato: sólo deje la información solicitada, incluyendo esta nota.