OCIO/ESPECTÁCULOS | Estilo de Vida

El Viernes Negro: ¿Locura consumista o la oportunidad del año? Desentrañando el fenómeno del Black Friday

Es un fenómeno cultural y económico que refleja nuestras costumbres de consumo, la evolución del comercio y la poderosa influencia del marketing

Sofía Bermejo Téllez
Martes 11 de noviembre de 2025 - 08:09



Cada año, con la llegada de noviembre, un huracán de ofertas, descuentos y promociones invade nuestras pantallas y escaparates. Es el Black Friday, el "Viernes Negro", una fecha que ha trascendido fronteras y se ha convertido en el pistoletazo de salida no oficial de la temporada de compras navideñas. Pero, ¿qué es realmente este fenómeno? ¿Por qué nos arrastra a esta vorágine de consumo? Y, sobre todo, ¿en qué se basa su innegable éxito?

¿Qué es el Black Friday? Un día, una tradición, un evento global

En esencia, el Black Friday es un día de grandes descuentos y promociones que los comercios ofrecen a sus clientes. Se celebra el viernes siguiente al Día de Acción de Gracias en Estados Unidos, una festividad que siempre cae el cuarto jueves de noviembre. Aunque su origen es puramente estadounidense, su popularidad ha explotado a nivel mundial en las últimas décadas, convirtiéndose en una cita ineludible para millones de consumidores.

Imagina un día en el que ese televisor que llevas meses mirando, esa consola de videojuegos que tus hijos desean, o incluso ese viaje soñado, aparecen con un precio irresistible. Esa es la magia del Black Friday: la promesa de conseguir aquello que deseamos a un coste mucho menor.

¿Por qué se celebra? Un viaje a los orígenes y la psicología del consumo

El "porqué" del Black Friday tiene varias capas, que van desde la tradición hasta la pura estrategia comercial:

El legado de Acción de Gracias: Históricamente, el día después de Acción de Gracias marcaba el inicio de las compras navideñas en EE. UU. Los comerciantes vieron una oportunidad de oro para atraer a los compradores que ya estaban de puente y con ganas de empezar a adquirir regalos.

"Poner los números en negro": El término "Black Friday" se popularizó en Filadelfia en los años 60. La policía lo usaba para describir el caos de tráfico y aglomeraciones que se producían ese día. Sin embargo, los comerciantes le dieron un giro positivo: para ellos, era el día en que sus cuentas pasaban de estar en

"números rojos" (pérdidas) a "números negros" (ganancias) gracias al volumen de ventas.

La psicología del "ahora o nunca": El Black Friday se basa en la escasez y la urgencia. Las ofertas son limitadas en tiempo y, a menudo, en stock. Esto crea una sensación de que si no compras ahora, perderás una oportunidad única. Nuestro cerebro, programado para buscar ventajas, se activa y nos impulsa a la acción.

El efecto arrastre: Cuando vemos a otros comprando, o cuando las marcas nos bombardean con mensajes de "ofertas increíbles", se genera un efecto contagio. Nadie quiere quedarse fuera de la "fiesta de los descuentos".

¿En qué se basa su éxito? Estrategia, tecnología y el deseo de "la ganga"

El éxito arrollador del Black Friday no es casualidad; es el resultado de una combinación de factores:

Marketing masivo: Las campañas publicitarias son intensas y comienzan semanas antes. Nos preparan, nos ilusionan y nos crean la necesidad de estar atentos.

La digitalización: Internet ha sido el gran catalizador. Las compras online eliminan las colas físicas y permiten comparar precios al instante, haciendo que la experiencia sea más cómoda y accesible para todos. Además, la aparición del Cyber Monday (el lunes siguiente) extiende la fiebre de las ofertas al ámbito digital.

La anticipación de la Navidad: Para muchos, es la ocasión perfecta para adelantar las compras navideñas y ahorrar un buen pellizco. Es una forma inteligente de gestionar el presupuesto de diciembre.

La búsqueda de "la ganga": En el fondo, a todos nos gusta sentir que hemos hecho una buena compra, que hemos conseguido algo de valor por menos dinero. El Black Friday alimenta esa satisfacción.

En definitiva, el Black Friday es mucho más que un día de descuentos. Es un fenómeno cultural y económico que refleja nuestras costumbres de consumo, la evolución del comercio y la poderosa influencia del marketing. ¿Es una locura? Quizás un poco. ¿Es una oportunidad? Sin duda, si se compra con cabeza y se aprovechan las ofertas de forma inteligente. La clave está en la planificación y en no dejarse llevar por el impulso. ¡Feliz Viernes Negro!