



Reflexiones semanales de Mercado

# Viernes Negro, noviembre negro y el consumidor de EE. UU.

Analizando los patrones de gasto observados durante el festivo de Acción de Gracias y lo que podrían revelar sobre la salud del consumidor.

**Por Mauricio Viaud**

PM y Estratega de Inversión Senior  
Insigneo

## Viernes Negro, noviembre negro y el consumidor de EE. UU.

### Resumen ejecutivo

- El gasto de los consumidores sigue creciendo más allá del Viernes Negro.
- El gasto en línea sigue siendo un importante motor de crecimiento.
- El consumidor parece resiliente, pero merece ser monitoreado.

Familia, pavo y Viernes Negro. Estas tres ideas juntas normalmente se asocian con las festividades del día de Acción de Gracias. Tener a la familia alrededor de la mesa para una comida caliente de pavo es una tradición de toda la vida; sin embargo, el Viernes Negro es un fenómeno más reciente. ¿Qué es el Viernes Negro y cómo se originó? Conocemos el Viernes Negro como el viernes después del Día de Acción de Gracias, donde los centros comerciales se llenan de compradores en busca de grandes ofertas. Los orígenes del término Viernes Negro son objeto de debate. Sin embargo, la mayoría de la gente cree que recibió su nombre por el hecho de que es después de este viernes de noviembre fue cuando la mayoría de los comerciantes encontraron un punto de inflexión, pasando de no ser rentables durante la mayor parte del año, o estar "en rojo", a convertirse en rentables o "estar en números

negros". Pero ¿se está convirtiendo el Viernes Negro en un indicador menos fiable del sentimiento de los consumidores y de las tendencias de gasto? A decir verdad, este año parecía que el Viernes Negro había perdido algo de brillo y el "noviembre negro" se robó el show.

Los comerciales de televisión, los correos electrónicos y los anuncios en línea no esperaron hasta el Viernes Negro, ya que las ofertas comenzaron a llegar desde principios de noviembre. Los comerciantes incluso comenzaron a rebajar artículos a principios del cuarto trimestre, ya que las tiendas intentaban adelantarse unas a otras para asegurar las ventas y los márgenes. La Federación Nacional de Minoristas de Estados Unidos esperaba que cerca de 132 millones de personas salieran a comprar el Viernes Negro, y dos tercios de ellas lo hicieron en tiendas físicas. 132 millones es mucha gente... especialmente cuando consideramos que la población total de Estados Unidos es de poco más de 346 millones. Aunque los centros comerciales estuvieron indudablemente abarrotados el pasado viernes, había menos gente de la que se esperaba inicialmente. Esto no se debió al mal tiempo o porque la gente no estaba gastando; la gente estaba gastando, pero la mayoría lo estaba haciendo en línea.

Adobe Analytics estima que las compras en línea aumentaron un 20% solo en noviembre, y Taylor Schreiner, director de Adobe Digital Insights, declaró que, a partir del 25 de noviembre, "... El gasto en línea de EE. UU. ya ha acumulado USD 75,000mm de dólares hasta la fecha..." (Taylor Schreiner/ Ana Monteiro/ Bloomberg). La misma

compañía informó que las ventas en línea del *Viernes Negro* alcanzaron los USD 7,400mm, lo que representa casi el 70% de las ventas totales de ese día. No solo está aumentando el comercio en línea, sino que también está aumentando la proporción del comercio móvil como porcentaje de las ventas totales. En 2024, los consumidores estadounidenses utilizaron sus teléfonos un 15% más para hacer sus compras navideñas que en 2022 y un 7% más que en 2023. Puede que esto no parezca un aumento significativo; sin embargo, el hecho de que los consumidores ahora usen sus teléfonos para realizar más de la mitad de sus compras navideñas revela una tendencia importante que probablemente seguirá creciendo en el futuro. Esta tendencia no solo beneficiaría a las empresas que fabrican el hardware para dispositivos móviles, sino también a las que crean el software para operar los dispositivos, manejan los pagos en línea y analizan los datos, así como a los comerciantes que pueden vender sus productos de manera efectiva a través de este medio.

Aunque la mayoría de las compras no se hayan realizado en las tiendas físicas, los consumidores ciertamente no se restringieron a la hora de gastar. Según Bloomberg, Adobe Analytics estimó que para las 3 de la tarde del Día de Acción de Gracias, los consumidores habían gastado cerca de USD 2,300mm, o aproximadamente USD 3.5mm por minuto, y el gasto total cerró el día en USD 6,100mm. Al final del día siguiente, el propio *Viernes Negro*, los consumidores estadounidenses habían gastado USD 10,800mm adicionales, un 10% más que el mismo día del año pasado. Estas cifras son asombrosas; sin embargo, el ciberlunes

superó todas las estadísticas de un solo día, ya que los consumidores gastaron USD 13,300mm en el día, un 7% más que el mismo día del año pasado. En total, se gastaron USD 41,000mm en los cinco días desde el Día de Acción de Gracias hasta el ciberlunes. Las ventas del propio Viernes Negro constituyeron aproximadamente el 25% de ese número, mientras que el ciberlunes representó aproximadamente un tercio. Si lo pensamos bien, USD 41,000 mm es una gran cantidad de dinero, más que el PIB total de 2023 de El Salvador u Honduras, gastado en cinco días. Sin embargo, esta cifra no se compara con los USD 131,500mm que Adobe estima que gastaron los consumidores estadounidenses entre el 1 de noviembre y el 2 de diciembre. Esta cifra es mayor que el PIB total de 2023 de Uruguay y Paraguay, combinados. Dicho de otra manera, el PIB total de Kuwait, una nación rica en petróleo, en 2023 fue solo ligeramente superior a lo que gastaron los consumidores estadounidenses durante el mes pasado. ¿Quién dijo que el consumidor estadounidense estaba débil?

Esto nos lleva a un punto interesante. De los USD 131,500mm gastados por los consumidores estadounidenses durante el mes pasado, Adobe Analytics estima que aproximadamente USD 9,400mm se gastaron utilizando las plataformas de Compre Ahora y Pague Después, también conocidas como *Buy Now-Pay Later* – BNPL– por sus siglas en inglés. La compañía también estima que esta cifra podría alcanzar un total de USD 18,500 mm a finales de la temporada navideña de 2024, lo que representa un aumento cercano al 30% en los últimos dos años. Empresas como Affirm Holdings, Klarna, Square, PayPal e incluso Apple facilitan que

el consumidor pueda realizar compras más grandes dividiendo el pago en una serie de cuotas, a veces con una verificación de crédito limitada o nula. A primera vista, las plataformas BNPL aumentan la asequibilidad para el consumidor. Sin embargo, también pueden ayudar a enmascarar el aumento de la deuda del consumidor, haciendo que el consumidor parezca más fuerte de lo que podría ser. De hecho, ya están empezando a notarse señales de debilidad por parte de los consumidores que gastan a través de esta plataforma. Una encuesta reciente realizada por Harris Poll para Bloomberg News mostró que más del 40% de los consumidores que usan BNPL ya están atrasados en sus pagos. Al mismo tiempo, las tasas generales de morosidad de las tarjetas de crédito se encuentran en los niveles más altos desde 2012. Para empeorar las cosas, está el hecho de que algunos consumidores pueden estar empezando a utilizar BNPL para comprar no solo bienes discrecionales de mayor tamaño, sino también bienes básicos como alimentos, ya que la persistente inflación está afectando a sus bolsillos.

Afortunadamente, los salarios están aumentando y el desempleo no se ha incrementado significativamente, como lo ejemplificó el reporte de empleo de esta mañana. Sin embargo, aunque los despidos no han aumentado, las contrataciones se mantienen escasas. Esta dicotomía es evidente en los datos de desempleo, que muestran una tendencia a la baja de las solicitudes de desempleo por primera vez, pero un aumento de las solicitudes continuas de desempleo. En otras palabras, menos personas están perdiendo sus empleos, pero aquellas que lo han hecho están teniendo dificultades para

encontrar nuevos empleos. Al mismo tiempo, la variable importante que es la inflación se niega a bajar más. Es cierto que la inflación se ha alejado de niveles exorbitantes, pero el hecho es que no ha retrocedido lo suficientemente rápido para muchos consumidores, y los precios siguen siendo más altos que hace unos años.

Como muestran las tendencias de gasto del Viernes Negro y noviembre, el consumidor estadounidense sigue siendo resiliente. No obstante, también parece ser más selectivo en cómo gasta sus dólares ganados con tanto esfuerzo, esperando rebajas y buscando los mejores valores, una dinámica que se facilita con las compras en línea. Las tendencias de compras en línea, particularmente las tendencias de compras en línea móviles van a seguir creciendo. De hecho, las compras en línea ya están

convirtiendo al Viernes Negro en “noviembre negro”. Sin embargo, las compras en línea también pueden conllevar a que los consumidores se excedan comprando más de lo que pueden pagar, una dinámica que no se está viendo favorecida por la persistente inflación. Aunque podrían estar empezando a notarse señales de debilidad de los consumidores, el suelo no parece estar cayéndose bajo este importante motor de crecimiento en este momento. Dicho esto, la resiliencia de los consumidores sigue siendo la clave y algo que seguimos monitoreando de cerca.



Haga clic o escanee este código para acceder a más información en <https://insigneo.com/es/perspectivas/>

## Divulgaciones Legales Importantes

Insigneo Financial Group, LLC comprende una serie de empresas operativas dedicadas a la oferta de productos y servicios de corretaje y asesoría en varias jurisdicciones, principalmente en América Latina. Los productos y servicios de corretaje se ofrecen a través de Insigneo Securities, LLC, con sede en Miami, miembro de la Autoridad Reguladora de la Industria Financiera (conocida por sus siglas en inglés "FINRA") y de la Corporación de Protección de Valores de Inversionistas (conocida por sus siglas en inglés "SIPC") <https://www.sipc.org/>. Los productos y servicios de asesoría de inversiones se ofrecen a través de Insigneo Advisory Services, LLC, un asesor de inversiones registrado en la Comisión de Bolsa y Valores. En Uruguay, los servicios de asesoría se ofrecen a través de Insigneo Asesor Internacional S.A., Insigneo Gestor Internacional S.A, Insigneo Asesor Latam S.A., SRL e Insigneo Asesores de Inversión de Uruguay, SRL, en Argentina a través de Insigneo Argentina, SAU y en Chile a través de Insigneo Asesorías Financieras, SPA. En conjunto, estos ocho negocios operativos conforman Insigneo Financial Group. Para obtener más información sobre el corredor de bolsa, incluidos sus conflictos de intereses y prácticas de compensación, visite <https://insigneo.com/disclosures/> o [www.finra.org](http://www.finra.org) Para obtener más información sobre Insigneo Advisory Services, LLC y cualquier conflicto relacionado con sus servicios de asesoría, consulte su Formulario ADV y el folleto que se pueden encontrar en el sitio web de Investment Advisor Public Disclosure <https://adviserinfo.sec.gov/>.

### PARA AFILIADOS LOCALIZADOS EN CHILE

Insigneo Asesorías Financieras SPA se encuentra inscrito en Chile, en el Registro de Prestadores de Servicios Financieros de la Comisión para el Mercado Financiero. Este informe fue efectuado por área de Research & Strategy de Insigneo Securities LLC. o sus proveedores, en base a la información disponible a la fecha de emisión de este. Para evitar cualquier conflicto de interés, Insigneo Securities LLC dispone que ningún integrante del equipo de Research & Strategy tenga su remuneración asociada directa o indirectamente con una recomendación o reporte específico o con el resultado de una cartera. Aunque los antecedentes sobre los cuales ha sido elaborado este informe fueron obtenidos de fuentes consideradas confiables, no podemos garantizar la completa exactitud e integridad de estos, no asumiendo responsabilidad alguna al respecto Insigneo Securities LLC, Insigneo Asesorías Financieras SPA ni ninguna de sus empresas relacionadas. Este material está destinado únicamente a facilitar el debate general y no pretende ser fuente de ninguna recomendación específica para una persona concreta. Por favor, consulte con su ejecutivo de cuentas o con su asesor financiero si alguna de las recomendaciones específicas que se hacen en este documento es adecuada para usted. Este documento no constituye una oferta o solicitud de compra o venta de ningún valor en ninguna jurisdicción en la que dicha oferta o solicitud no esté autorizada o a ninguna persona a la que sea ilegal hacer dicha oferta o solicitud. Las inversiones en cuentas de corretaje y de asesoramiento de inversiones están sujetas al riesgo de mercado, incluida la pérdida de capital. La información base del presente informe puede sufrir cambios, no teniendo Insigneo Securities LLC ni Insigneo Asesorías Financieras SPA la obligación de actualizar el

presente informe ni de comunicar a sus destinatarios sobre la ocurrencia de tales cambios. Cualquier opinión, expresión, estimación y/o recomendación contenida en este informe constituyen el juicio o visión de área de Research & Strategy de Insigneo Securities LLC. o sus proveedores, a la fecha de su publicación y pueden ser modificadas sin previo aviso.

### PARA AFILIADOS LOCALIZADOS EN URUGUAY

En Uruguay, los valores están siendo ofrecidos en forma privada de acuerdo al artículo 2 de la ley 18.627 y sus modificaciones. Los valores no han sido ni serán registrados ante el Banco Central del Uruguay para oferta pública.

### PARA AFILIADOS LOCALIZADOS EN ARGENTINA

Insigneo Argentina S.A.U. Agente Asesor Global de Inversión se encuentra registrado bajo el N° 1053 de la Comisión Nacional de Valores (CNV) e inscripto ante la Inspección General de Justicia (IGJ) bajo el N° 12.278 del Libro 90, Tomo -, de Sociedades por Acciones. Este informe fue efectuado por área de Research & Strategy de Insigneo Securities LLC. o sus proveedores, en base a la información disponible a la fecha de su emisión. Para evitar cualquier conflicto de interés, Insigneo Securities LLC dispone que ningún integrante del equipo de Research & Strategy tenga su remuneración asociada directa o indirectamente con una recomendación o reporte específico o con el resultado de una cartera. Aunque los antecedentes sobre los cuales ha sido elaborado este informe fueron obtenidos de fuentes consideradas confiables, no podemos garantizar la completa exactitud e integridad de estos, no asumiendo responsabilidad alguna al respecto Insigneo Securities LLC, Insigneo Argentina S.A.U. ni ninguna de sus empresas relacionadas. La información base del presente informe puede sufrir cambios, no teniendo Insigneo Argentina S.A.U. la obligación de actualizar el presente informe ni de comunicar a sus destinatarios sobre la ocurrencia de tales cambios. Este material está destinado únicamente a facilitar el debate general y no pretende ser fuente de ninguna recomendación específica para una persona concreta. Por favor, consulte con su ejecutivo de cuentas o con su asesor financiero si alguna de las recomendaciones específicas que se hacen en este documento es adecuada para usted. Este documento no constituye una oferta, recomendación o solicitud de compra o venta de ningún valor negociable en ninguna jurisdicción en la que dicha oferta o solicitud no esté autorizada o a ninguna persona a la que sea ilegal hacer dicha oferta o solicitud. Las inversiones en valores negociables están sujetas al riesgo de mercado, incluida la pérdida parcial o total del capital invertido. Cualquier opinión, expresión, estimación y/o recomendación contenida en este informe constituyen el juicio o visión de área de Research & Strategy de Insigneo Securities LLC. o sus proveedores, a la fecha de su publicación y pueden ser modificadas sin previo aviso