

El Black Friday impulsa los pagos aplazados y refuerza su papel como motor del consumo prenavideño

Los datos de plazox muestran un crecimiento constante de su operativa en estas fechas, lo que refleja la conveniencia de planificar los gastos en esta época previa a la Navidad

Cada vez se usa más el aplazamiento como herramienta para planificar los gastos

El Black Friday se consolida como un motor clave del consumo en España. Los datos internos de [plazox](#) muestran que las operaciones aplazadas han mantenido una senda de crecimiento en los últimos años. Durante esta jornada, el número de aplazamientos fue un 43% superior al de los días previos, con picos que alcanzaron el 60%, y el importe medio se situó en 320 euros, frente a los 300 euros del año anterior.

La mayoría de las transacciones se efectuaron en establecimientos físicos; sin embargo, se han ido reduciendo las diferencias entre canales, hasta casi alcanzar en 2024 un equilibrio entre las compras presenciales y las realizadas online. La duración más habitual de los aplazamientos fue de tres meses y los productos más frecuentes incluyeron moda textil y electrodomésticos, seguidos por juguetes, gastos relacionados con automóviles y motocicletas, y espectáculos y deportes. Comparado con otros días de consumo, como San Valentín, la actividad de Black Friday fue un 36% superior.

En este contexto, Luis Álvarez-Cascos Paredes, director de Marketing, Negocio e Innovación de plazox, señala: "Los datos muestran que el consumidor español utiliza cada vez más el aplazamiento como una herramienta para planificar mejor los pagos de sus compras, especialmente en fechas de alto consumo. El Black Friday se ha convertido en un momento clave para adquirir productos de mayor valor, y la flexibilidad en el pago permite decisiones de compra más racionales y equilibradas".

Ropa, tecnología, cosméticos y juguetes son lo más demandado en Black Friday

En este sentido, los datos de [plazox](#) coinciden con las tendencias generales del mercado. Según el informe Black Friday 2025 de OBS Business School, España ocupa el quinto lugar del mundo en ventas durante esta jornada, con un 6,3% de las ventas globales, y se estima que cada español destinará en promedio 210 euros a compras en ropa, tecnología, regalos, cosméticos y juguetes. Además, AECOC indica que el 48% de los consumidores adelantará sus compras navideñas aprovechando Black Friday o Cyber Monday, otro 48% optará por marcas de distribución, el 44% visitará más de dos tiendas y el 27% apostará por productos del segmento gourmet.

El contexto logístico anticipa un Black Friday récord. Para la campaña de 2025, las empresas de reparto gestionarán cerca de 125 millones de envíos, un 8,7% más que en 2024, con picos de hasta 5,5 millones de paquetes diarios, según UNO Logística.

Operadores como GLS Spain, SEUR, InPost y Logisfashion han reforzado plantillas, ampliado puntos de conveniencia y optimizado rutas, mientras que la logística inversa crece especialmente en moda y belleza.

En conjunto, los datos apuntan a un patrón de consumo más selectivo: los consumidores realizan menos pedidos, pero incluyen más productos en cada uno, lo que genera cestas más grandes. Aun así, el volumen total de envíos se prevé que alcance cifras récord gracias al aumento de compradores y a la anticipación de las compras navideñas. La combinación de pagos aplazados, mayor madurez del comercio electrónico y planificación anticipada evidencia un mercado sólido, donde la flexibilidad financiera, la trazabilidad y la diversificación de la cesta son cada vez más valoradas.