

Back Stage

México se prepara para el Buen Fin, la versión latinoamericana del Black Friday estadounidense

Modaes
11 nov 2015 - 00:00



México ultima el Buen Fin. Los retailers y operadores online del país azteca se preparan para celebrar el fin de semana con los precios más bajos del año, en un evento ideado a imagen del Black Friday estadounidense, con descuentos que en algunos casos alcanzarán el 70%.

El evento se celebrará entre los días 13 y 16 de noviembre en México y será secundado por compañías de moda como **Zara**, **Forever 21** y **Adidas** con ofertas y descuentos que, en algunos casos, se mantendrán hasta el día de Reyes.

El objetivo del evento, que se celebra desde el año 2000, es reactivar la economía y

Modaes

fomentar el consumo en México, lastrados por la subida del dólar. En este sentido, los analistas destacan que la economía del país crecerá entre un 4% y un 5% en 2014, frente al 13,7% de incremento registrado el pasado año. Por su parte, en 2014 el Buen Fin logró alcanzar los veinte millones de transacciones en los dos días en que estuvo vigente.

Algunas compañías mexicanas han aprovechado para subir sus precios antes del ansiado fin de semana, tal y como apunta *Milenio*. **Liverpool**, **El Palacio de Hierro** y **Walmart** son algunas de las compañías que han inflado sus precios para llevar a cabo descuentos más apetecibles a partir del 13 de noviembre, sobre todo el artículos de electrónica.

Por su parte, compañías como **Amazon** han anunciado ya ofertas que irán del 10% al 70% en algunos de sus artículos. El gigante estadounidense del ecommerce ha activado una pestaña específica creada para canalizar todos los consumidores en busca de descuentos durante la campaña de Navidad.

Las jornadas de consumo masivo se celebran en varios puntos del mundo en fechas cercanas a las fiestas navideñas. Hoy ha tenido lugar en China el Singles' Day, la versión asiática del Black Friday, que ha logrado batir el récord de facturación registrado el pasado año. A modo de ejemplo, las distintas plataformas del grupo **Alibaba** han pasado de facturar unas ventas de 9.300 millones de dólares del pasado año a alcanzar unas ventas de 14.300 millones en la misma jornada de 2015.