

# El Back Friday y sus derivados impulsan el ecommerce

A causa de las ventas que se esperan de este último fin de semana y del próximo, dependiendo del país a causa del **Black Friday** y sus derivados varios, la consultora Criteo espera unas altas ventas en el sector retail. Esta compañía tecnológica de marketing de resultados analiza **1500 millones de transacciones online diarias** en 85 países desde todo tipo de dispositivo y plataforma.



**El Buen Fin** en México, **Cyber Monday** en Argentina, Perú y Chile; Black Friday en Brasil, Bolivia, Colombia, Chile y varios países de **Centroamérica** son jornadas de promociones que adquieren, en los diferentes países, otros nombres, otras modalidades, otras fechas y una diferente conformación de las "canastas de productos", aunque todas ayudan al impulso del **ecommerce** y de la actividad de los clientes en esas jornadas.

Los estudios de Criteo muestran el comportamiento de los clientes online durante estas fechas claves del mes de noviembre en los principales retailers online de la región, a partir del análisis de métricas claves como Tráfico, Eventos, Ventas, CPCs y Ofertas. Ese análisis revela que no sólo se multiplica el número de usuarios a los sitios de ecommerce durante esos días "calientes" sino que, además, cada uno de ellos manifiesta más actividad.

Por ejemplo en Argentina, **los primeros días de noviembre, coincidentes con el Cyber Monday, mientras que los usuarios se multiplican por 5**, sus "eventos" lo hacen por 10, es decir que hay no sólo más clientes sino un mayor compromiso de ellos en su actitud de compra. Lo mismo sucede con la relación entre clics y ventas: en esas jornadas los clics se multiplican por 2,7 mientras que las ventas lo hacen 6,9, lo que se significa ventas de mayor valor.

En Chile se da una situación similar a la de Argentina: la fecha más convocante para el comercio online fue el Cyber Monday (del 15 al 18 de nov en 2015), días en los que se dispararon todos los índices: usuarios y eventos se multiplicaron aproximadamente por 5, los clics lo hicieron por 2,7 mientras que las ventas un 6,9, tal y como relata el comunicado de prensa oficial.

La actividad de los consumidores online de México comienza a incrementarse a partir de los primeros días de noviembre, alcanzando su pico durante El Buen Fin y el Black Friday, multiplicándose tanto usuarios como eventos alrededor por 2,5, promedio. Sin embargo las ventas y los clics sólo aumentan significativamente en la primera de esas fechas (2,4x).

Finalmente en Colombia, el cuarto mercado analizado por Criteo, si hablamos específicamente de Black Friday.