



# Checklist técnico para PYMEs colombianas antes de Black Friday 2026

Ecommerce, redes sociales, pagos y logística: todo lo que tu negocio necesita validar antes del pico de tráfico más alto del año. Sin excusas, sin improvisación.

GUÍA EJECUTIVA 2026

MERCADO COLOMBIANO

# ¿Qué es un checklist de Black Friday y por qué tu PYME lo necesita?

## No es una lista de deseos

Es una herramienta de supervivencia operativa y técnica. Su función es blindar tu operación contra los tres errores más costosos del Black Friday: caídas de servidor, abandonos de carrito y bloqueos en pasarelas de pago.

## El contexto colombiano importa

En Colombia, el Black Friday 2025 movió más de COP \$2,3 billones en ventas digitales. Las PYMEs que fallaron técnicamente en las primeras horas perdieron entre el 40% y el 60% de sus ingresos proyectados. La diferencia entre ganar y perder ese día no es el precio: es la preparación.

- Caídas de servidor en hora pico → ventas perdidas irre recuperables
- Bloqueos en PSE → clientes que no regresan
- Fricción en checkout → abandono silencioso



## Ecommerce: ¿está tu tienda lista para soportar tráfico y convertir?

Cada punto de fricción en tu tienda online es dinero que se va. La fricción cero no es un ideal estético: es una métrica de negocio directamente ligada a tu tasa de conversión. Una tienda que carga lento, confunde al usuario o falla en el pago no tiene segunda oportunidad en Black Friday.

# Performance y estabilidad del sitio

1

## Velocidad de carga

Usa PageSpeed Insights de Google. Tu tienda debe cargar en menos de 3 segundos en móvil. Cada segundo adicional reduce la conversión hasta un 20%. Comprime imágenes con WebP y activa caché agresivo.

2

## Capacidad del hosting

Habla con tu proveedor hoy. Pregunta específicamente si tiene escalado automático (autoscaling). Hostings compartidos básicos no soportan picos de 10x. Considera migrar a planes cloud o VPS escalables.

3

## Prueba de estrés

Usa herramientas como Loader.io o k6 para simular 500–1000 usuarios simultáneos. Hazlo con al menos 3 semanas de anticipación para tener tiempo de corregir. No descubras los límites el día del evento.

# UX de checkout: audita cada paso antes de lanzar

El checkout es donde muere el dinero. Un formulario largo, un mensaje de error confuso o un botón que no responde en móvil pueden costar millones en ventas perdidas durante el Black Friday.

## → Audita los pasos del flujo

El checkout ideal tiene máximo 3 pasos: datos de envío, método de pago y confirmación. Graba sesiones reales con Hotjar o Microsoft Clarity para identificar dónde abandonan los usuarios hoy.

## → Elimina campos innecesarios

¿Por qué pides fecha de nacimiento para entregar un pedido? Cada campo adicional reduce la conversión. Deja solo lo estrictamente necesario: nombre, dirección, ciudad, teléfono y correo.

## → Optimiza mensajes de error

Reemplaza "Error 400" por "Verifica que el número de tu tarjeta esté completo". Los errores claros y humanos reducen el abandono en el punto crítico de decisión de compra.

# Fichas de producto: la vitrina que convierte

## Elementos visuales y descriptivos

- **Fotos de alta calidad:** mínimo 4 ángulos, fondo neutro, posibilidad de zoom. Las tiendas con fotos profesionales convierten 3x más.
- **Descripciones optimizadas para RAG:** usa lenguaje natural que responda preguntas reales ("¿sirve para piel grasa?", "¿talla grande?"). Los motores de IA indexan estas respuestas.
- **Inventario sincronizado:** si tienes tienda física y digital, sincroniza en tiempo real para evitar vender lo que no tienes.
- **Etiquetas de Black Friday:** usa badges visuales como "Oferta Black Friday", "Hasta agotar stock" o "-40%". Generan urgencia y señalan la oportunidad claramente.

## Auditoría express

Valida estas fichas en menos de 10 minutos por producto:

- ¿La foto carga en menos de 1 segundo?
- ¿La descripción responde las 3 preguntas más frecuentes?
- ¿El stock mostrado coincide con el real?
- ¿El CTA "Agregar al carrito" es visible sin hacer scroll?

[Iniciar auditoría ahora](#)



## Redes sociales: ¿tus perfiles llevan tráfico cualificado a la oferta correcta?

El tráfico sin dirección destruye el presupuesto publicitario. Gastar en pauta para llevar usuarios al home de tu tienda en lugar de a una landing de Black Friday optimizada es uno de los errores más comunes y más costosos de las PYMEs colombianas. Cada peso invertido debe tener destino claro.

# Bio, enlaces y destino del tráfico

## ✗ Error frecuente

Enviar todo el tráfico pagado al "Home" de tu ecommerce. El usuario llega, no ve la oferta de inmediato, se distrae y se va. Tu CPC fue un gasto, no una inversión.

## ✓ La solución correcta

Crea una landing page exclusiva de Black Friday con solo las ofertas más relevantes, un contador de tiempo, y un único CTA. Actualiza el link en tu bio de Instagram, TikTok y WhatsApp Business al menos 48 horas antes del evento.

Herramientas como Linktree, Beacons o una página simple en tu propio dominio funcionan bien. Lo importante es que el usuario llegue exactamente donde debe llegar, sin fricción, sin desvíos.

# Destacados, contenido fijado y mensajería automatizada



## Destacados de Instagram

Activa o actualiza estos Highlights antes del Black Friday: "Ofertas BF", "¿Cómo comprar?", "Envíos y tiempos", "Garantías". Son la primera pantalla que ve un cliente nuevo que llega desde un anuncio.



## Contenido fijado

Fija en el tope de tu perfil un Reel o carrusel explicando las ofertas del Black Friday, las condiciones de envío y cómo aplicar cupones. Reduce las preguntas repetitivas y aumenta la confianza del comprador.



## Mensajería automatizada

Configura en WhatsApp Business respuestas rápidas para: "¿Cómo compro?", "¿Hacen envíos a mi ciudad?", "¿Cuándo llega?". En Instagram Direct, usa Meta Business Suite para automatizar el saludo y el link de la landing. Esto libera tu equipo para consultas de alto valor.

# Pagos y seguridad: ¿pueden pagarte fácil y sin miedo?

La desconfianza del consumidor colombiano en el comercio digital sigue siendo uno de los mayores inhibidores de conversión. La ciberseguridad visible —no solo la técnica— es un diferenciador de ventas. Un sitio que transmite confianza convierte más, incluso con precios más altos.



# Pasarelas de pago y pruebas reales

## Opciones de pago clave en Colombia

Tu tienda debe ofrecer, como mínimo, las siguientes opciones antes del Black Friday:

- **PSE:** débito bancario directo. Esencial para compradores que no tienen tarjeta de crédito.
- **Tarjetas de crédito y débito:** Visa, Mastercard, Amex vía Wompi, Epayco, Payu o Mercado Pago.
- **Nequi y DaviPlata:** billeteras digitales con más de 20 millones de usuarios activos en Colombia. No ofrecerlas es dejar dinero sobre la mesa.
- **Contra entrega:** para nichos donde la desconfianza digital es aún alta.

## Protocolo de prueba obligatorio

Dos semanas antes del Black Friday, haz una transacción real de prueba con cada método de pago habilitado. No te fíes solo del modo sandbox. Verifica:

- ¿El pago llega a tu cuenta?
- ¿Se envía el correo de confirmación?
- ¿El inventario se descuenta?
- ¿El cliente recibe su número de pedido?

# Políticas, SSL y señales de confianza

## Políticas de devolución visibles

Coloca tu política de devoluciones en la ficha de producto, en el checkout y en el footer. Un comprador que sabe que puede devolver sin drama convierte más fácil. Sé específico: "30 días, sin preguntas, con devolución del dinero en 5 días hábiles".

## Certificado SSL activo

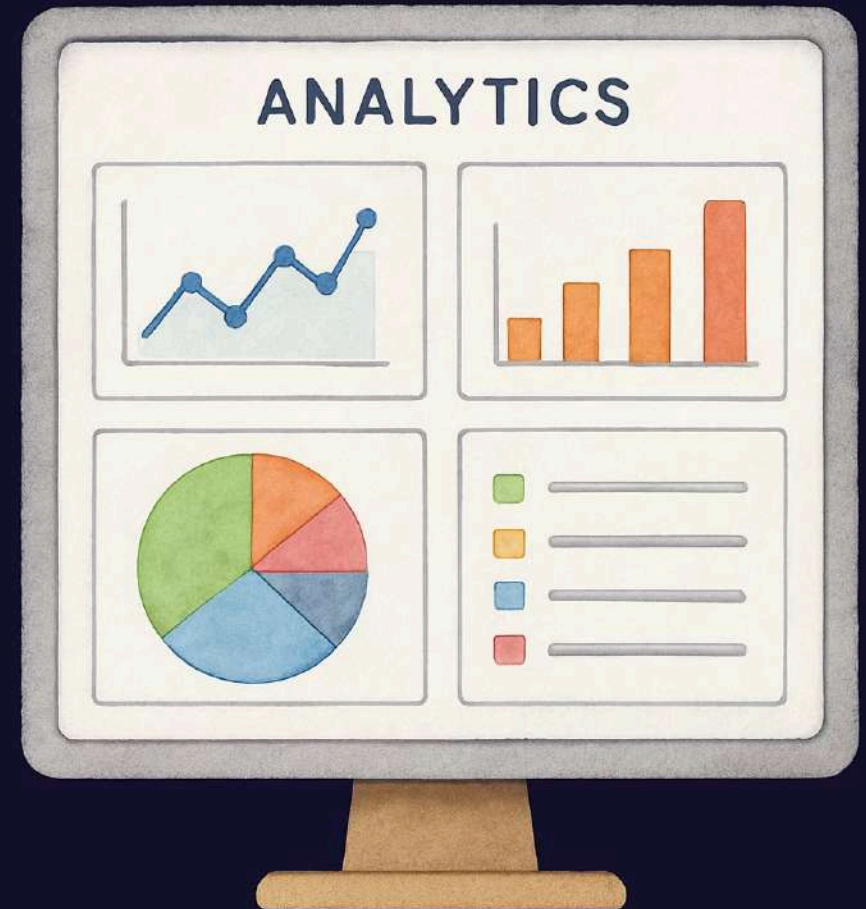
Verifica que tu URL comience con HTTPS y que el candado esté visible en todos los navegadores. Un sitio sin SSL en 2026 es una tienda cerrada. Herramienta gratuita: SSL Checker ([ssllabs.com](https://ssllabs.com)). Renueva si vence antes de diciembre.

## Sellos y reseñas reales

Muestra sellos de confianza reconocidos localmente (Secure Badge de tu pasarela, logo de bancos aliados). Coloca reseñas reales de clientes con nombre, foto y ciudad colombiana. La prueba social local convierte más que cualquier descuento adicional.

# Datos y tracking: ¿estás midiendo lo que importa?

Sin datos en tiempo real, navegas a ciegas durante el pico más importante del año. La medición correcta no es opcional: es el mecanismo que te permite tomar decisiones durante el Black Friday, no después.



# GA4, píxeles y la frontera de los AI Referrals

## GA4 + eventos de ecommerce

Configura al menos estos eventos básicos: **view\_item**, **add\_to\_cart**, **begin\_checkout** y **purchase**. Sin ellos, no sabes qué productos están funcionando ni qué canales generan ventas reales. Usa Google Tag Manager para implementar sin tocar código.

## Píxeles y audiencias de remarketing

Instala el Píxel de Meta y configura audiencias de: visitantes de producto, iniciadores de checkout y compradores. El remarketing a carritos abandonados en Black Friday tiene un ROAS promedio de 8x. No dejes esa audiencia sin activar.

## Canal AI Referrals (GEO 2026)

ChatGPT, Perplexity y Google AI Overviews ya envían tráfico comprador. Optimiza tus fichas de producto con lenguaje en formato pregunta-respuesta, datos estructurados (Schema.org) y textos que respondan intenciones de compra. Este canal crecerá 3x en 2026.

# Equipo y logística: ¿tu operación aguanta el pico?

## El eslabón más frágil

Puedes tener la mejor tienda técnica del mercado y aun así fallar si tu operación física no está lista. El Black Friday pone a prueba simultáneamente tu tecnología, tu equipo humano y tu cadena logística. Los tres deben estar coordinados.

## Áreas críticas a blindar

- **Inventario:** sincronización en tiempo real entre bodega física y tienda digital
- **Empaques:** calcula el triple de insumos habituales y tenlos listos desde la semana anterior
- **Equipo:** turnos extendidos con refuerzo en atención al cliente vía WhatsApp
- **Transportadoras:** acuerdos SLA confirmados por escrito con Servientrega, Coordinadora, Envía u otras

# Inventario, empaques y horarios de soporte



## Sincronización de inventario

Si vendes en tienda física y online simultáneamente, un sistema como Siigo, World Office o Shopify POS sincroniza el stock en tiempo real. Vender algo agotado en Black Friday genera crisis de reputación en redes en cuestión de horas.



## Previsión de empaques

Basándote en tus ventas del año anterior, proyecta un incremento del 200–300% y compra insumos de empaque (cajas, bolsas, cinta, plástico de burbuja) con al menos 4 semanas de anticipación. Los proveedores también tienen picos de demanda.



## Turnos extendidos y soporte WhatsApp

Organiza turnos de al menos 12 horas el día del Black Friday. El canal de atención más demandado en Colombia es WhatsApp. Designa a una o dos personas exclusivamente para gestionar ese canal, con guión de respuestas y acceso al sistema de pedidos.

# Transportadoras y promesas de entrega transparentes



## Negocia tu SLA antes del 1 de noviembre

Contacta hoy a tu transportadora y confirma por escrito los tiempos de entrega para el período 28 de noviembre – 5 de diciembre. Servientrega, Coordinadora, Envía y TCC tienen acuerdos especiales de volumen para PYMEs. Si no los has firmado, estás a merced de la capacidad que sobre.



## Sé transparente con los tiempos

Mostrar en tu checkout un tiempo de entrega realista ("3 a 5 días hábiles en Bogotá, 5 a 8 días resto del país") reduce los tickets de soporte en un 40% y previene devoluciones por expectativas no cumplidas. La opacidad genera crisis; la claridad genera recompra.

# Checklist de verificación rápida: Black Friday 2026

Revisa cada área antes de lanzar. Si algún punto está incompleto, es una prioridad de acción inmediata.

## Ecommerce y pagos

- Velocidad de carga menor a 3 segundos en móvil
- Prueba de estrés con 500+ usuarios simultáneos
- Checkout en máximo 3 pasos
- PSE, Nequi, DaviPlata y tarjetas habilitados
- Transacciones de prueba reales ejecutadas
- Certificado SSL vigente y visible
- Políticas de devolución en ficha de producto y checkout

## Datos y tracking

- GA4 con eventos de ecommerce activos
- Pixel de Meta instalado y probado
- Audiencias de remarketing configuradas

## Redes sociales

- Link en bio apunta a landing de Black Friday
- Highlights de Instagram actualizados
- Respuestas rápidas de WhatsApp Business activas
- Contenido fijado en TikTok e Instagram

## Operación y logística

- Inventario sincronizado físico-digital
- Insumos de empaque comprados (300% del volumen habitual)
- Turnos extendidos del equipo confirmados
- SLA con transportadora firmado y confirmado
- Tiempos de entrega visibles en el checkout

# Diagnóstico rápido: ¿cuántos puntos tienes cubiertos?



## PYMEs listas técnicamente

Solo 4 de cada 10 tiendas colombianas pasan una auditoría técnica básica antes de Black Friday.  
¿Estás entre ellas?



## Ventas perdidas por fricción

Hasta el 65% de los carritos iniciados en Black Friday se abandonan por problemas técnicos o de confianza resolubles con este checklist.



## ROI promedio con preparación

Las PYMEs que ejecutan un checklist técnico completo registran en promedio 3 veces más ingresos que las que improvisan el día del evento.

 Este diagnóstico está basado en datos de campañas de Black Friday en Colombia 2023–2025. El momento de actuar es hoy, no la semana antes del evento.

# Tu siguiente paso: descarga, evalúa y ejecuta

El conocimiento sin acción no genera ventas. **Empieza** ahora.

- ✔ ¿Necesitas acompañamiento personalizado? Una sesión de consultoría de 60 minutos puede identificar y resolver los riesgos técnicos más críticos de tu tienda antes del Black Friday. Cupos limitados para octubre–noviembre 2026.