



GUÍA BUEN FIN 2026 · 13 AL 17 DE NOVIEMBRE

Tu Buen Fin empieza hoy

En nuestra visita a Meta CDMX, las sesiones sobre Buen Fin pusieron el foco en el recorrido completo de compra: cómo las personas descubren una marca, comparan, resuelven dudas y deciden. La conclusión para tu negocio: las ventas empiezan antes de la promoción.

TU CALENDARIO

ANTES

Hoy al 12 nov

Contenido, confianza, promoción y productos. El registro cierra el 12.

DURANTE

13 al 17 nov

Cinco días, de viernes a martes, con el puente del lunes 16.

DESPUÉS

18 nov a Reyes

La temporada sigue. Cuida a quienes ya te compraron.

TU PLAN EN 10 ACCIONES

ANTES · HOY AL 12 NOV

- 1 Regístrate en El Buen Fin
- 2 Aparece desde ahora
- 3 Graba contenido que ayude a decidir
- 4 Haz visible la confianza que ya tienes
- 5 Diseña una promoción que te convenga
- 6 Decide qué productos vamos a impulsar

DURANTE · 13 AL 17 NOV

- 7 La misma información en cada canal
- 8 Respuestas listas para vender
- 9 Manténnos al tanto

DESPUÉS · 18 NOV A REYES

- 10 Acompaña a quienes te eligieron

En las siguientes páginas, cada acción explica por qué importa, qué incluir y cuál es tu tarea concreta, marcada en amarillo.

ANTES

Hoy al 12 nov · Dale razones para elegirte

1

**Regístrate en El Buen Fin**

Te hace participante oficial y te permite usar el logotipo y los materiales de la campaña.

- Es gratis y necesitas un RFC válido
- Registro abierto hasta el 12 de noviembre
- Se hace en elbuenfin.org
- Anunciar descuentos sin registro no te hace participante

TU TAREA

Asigna a una persona de tu equipo para registrarse y compártenos la confirmación.

2

**Aparece desde ahora**

Cuando llegue la promoción, tu audiencia ya debe saber qué vendes y por qué le interesa.

- Tu más vendido y por qué lo eligen
- Una demostración de cómo se usa
- Tres dudas frecuentes en un video
- Qué incluye un pedido y cómo llega

HAZLO ESTA SEMANA

Elige tres productos prioritarios y habla de ellos desde distintos ángulos.

3

**Graba contenido que ayude a decidir**

En Meta destacaron el peso de Reels, reseñas y contenido de clientes en la decisión de compra.

- El producto en uso
- Detalles de tamaño, textura o materiales
- Diferencias entre dos opciones
- La respuesta a la objeción más común

TIP

Graba con celular, en vertical y con buena luz. Compártenos los archivos originales.

4

**Haz visible la confianza que ya tienes**

Quien todavía no conoce tu marca necesita señales para comprar con seguridad.

- Reseñas y testimonios
- Contenido de clientes, con su autorización
- Quién está detrás del negocio
- Creadores afines a tu marca

HAZLO ESTA SEMANA

Reúne cinco reseñas y tres contenidos de clientes, y marca cuáles podemos usar en publicidad.

5

**Diseña una promoción que te convenga**

Un beneficio claro vende más que uno complicado, y debe cuidar tu rentabilidad.

- Descuento en productos seleccionados
- Paquete de productos complementarios
- Regalo a partir de cierto monto
- Envío gratis con compra mínima

HAZLO CON ANTICIPACIÓN

Define vigencia, productos incluidos y exclusiones, y compártenos tu propuesta.

6



Decide qué productos vamos a impulsar

Tu conocimiento del negocio orienta dónde concentramos los esfuerzos.

- Los más vendidos
- Los que se compran juntos
- Los que tienen inventario suficiente
- Los de pocas existencias o entrega especial

TU TAREA

Envíanos tu lista con nombre del producto, enlace y promoción. Así de simple.

DURANTE

13 al 17 nov · Facilita la compra y cumple lo prometido

7



La misma información en cada canal

Si redes, WhatsApp y tienda dicen cosas distintas, la venta se pierde.

- Precios y beneficios
- Existencias y tiempos de entrega
- Enlaces correctos para comprar
- Vigencia real de la promoción

ANTES DE COMENZAR

Comparte con tu equipo una hoja breve con la oferta, sus condiciones y los enlaces.

8



Respuestas listas para vender

En la sesión de WhatsApp se vio cómo una mala experiencia hace que la gente abandone la conversación.

- Tallas, modelos y disponibilidad
- Cómo aplicar la promoción
- Costos y tiempos de envío
- Cambios y seguimiento de pedidos

DEFINE DESDE YA

Quién atiende en las horas de más actividad y cuándo una automatización pasa a una persona.

9



Mantenenos al tanto

Lo que pasa en atención e inventario sirve para ajustar la campaña a tiempo.

- Se agota un producto prioritario
- Cambian los tiempos de entrega
- Una duda se repite constantemente
- Hay problemas para completar compras

POR QUÉ IMPORTA

Una observación de tu equipo puede convertirse en un mejor mensaje o un ajuste oportuno.

DESPUÉS

18 nov a Reyes · Convierte la primera compra en una relación

10



Acompaña a quienes te eligieron

Buen Fin abre una temporada que sigue hacia Navidad y Reyes.

- Cumplir tiempos y facilitar el seguimiento
- Cómo usar o cuidar el producto
- Pedir una reseña en el momento adecuado
- Complementarios o ideas de regalo

SIGUIENTE PASO

Compártenos estas prioridades para coordinar lo que sigue.

PARA EMPEZAR

Lo que necesitamos de tu marca

**Registro en El Buen Fin**

La confirmación y los materiales oficiales disponibles.

**Tu promoción propuesta**

Mecánica, vigencia, productos incluidos y exclusiones.

**Productos a impulsar**

Nombre, enlace y promoción de cada uno.

**Videos, fotos y testimonios**

Archivos originales e indicación de cuáles podemos usar en publicidad.

**Preguntas frecuentes**

Las dudas que más reciben tus clientes.

**Entregas y condiciones**

Los tiempos y condiciones que pueden cumplir.

**El mejor momento para preparar
tu Buen Fin es hoy.**

Abrazo, **Samia Marón** · Saltamontes MX



Contenido elaborado por Saltamontes MX a partir de las presentaciones de la jornada en Meta CDMX y de nuestra experiencia trabajando con marcas de e-commerce.