

Covid-19 dejó con baja afluencia a tiendas que celebraron «Viernes negro»

La pandemia de coronavirus hizo que desaparecieran las acostumbradas aglomeraciones de personas del Black Friday en los centros comerciales y tiendas en Estados Unidos, pero un aumento en las compras en internet ofreció un pequeño rayo de esperanza para las golpeadas cadenas minoristas luego de meses de caídas en sus negocios.

Antes, el Black Friday era el día de mayor actividad comercial del año y atraía a millones de clientes ansiosos por iniciar las compras navideñas, pero estos no son tiempos normales: la economía se está estancando, aumentan los casos de coronavirus y los compradores recurren cada vez más a internet.

Muchas tiendas físicas cerraron sus puertas en el Día de Acción de Gracias, pero reforzaron sus protocolos de seguridad para garantizar a los clientes más cautos que podrán acudir el sábado. Para quienes no se dejen convencer, muchos negocios trasladaron sus ofertas más atractivas a internet y reforzaron sus servicios de reparto con vistas a las ventas de final de año en medio de un invierno sombrío y con la pandemia aún en su apogeo.

Con información de El Impulso