

El gasto promedio durante el Black Friday / Cyber Monday en los comercios de Shopify en España sube más de un 20%

Los más de 1,7 millones de comercios de Shopify en 175 países de todo el mundo superaron los 6.300 millones de dólares en ventas, el mayor fin de semana de Black Friday / Cyber Monday de la historia de Shopify y un 23% por encima del del año pasado

La jornada Black Friday / Cyber Monday es uno de los momentos de mayor volumen de ventas del año y los comercios de Shopify lo han superado con creces. En un 2021 en el que las ofertas comenzaron antes que nunca, ya que las marcas y los compradores quisieron adelantarse a los retrasos en los envíos y la cadena de suministro, las ventas totales diarias crecían ya 28 días antes del Cyber Monday, frente a los 19 días de 2020.

Estos datos recogidos entre el viernes 26 de noviembre hasta el final del día lunes 29 de noviembre, desde el inicio del Black Friday hasta el cierre del Cyber Monday en todo el mundo, arrojan un resultado que está por encima del doble de las ventas de los comercios antes de la pandemia el mismo fin de semana de compras de 2019: 6.300 millones de dólares en ventas, un 23% por encima del año pasado.

El resultado de ventas de los más de 1,7 millones de marcas independientes y directas al consumidor de Shopify reflejan cómo los consumidores están apostando plenamente por los negocios independientes y los emprendedores más que nunca, quienes han sacado a relucir su capacidad de adaptación a la transformación del comercio online.

Y aunque siempre es un periodo muy excitante por la posibilidad de aumentar las ventas, estos días también crean mucha presión sobre las tiendas web. “Es esencial que las tiendas online sientan el respaldo de una plataforma estable. Nuestra misión es hacer que los comercios de Shopify se centren en hacer lo que saben hacer, y nosotros nos ocupamos del resto: que su estructura online de ventas funcione siempre acorde a la demanda de sus clientes y en especial en una fecha crucial como esta, en la que las ventas van en ascenso. De hecho, para dar un ejemplo, este año en España tuvimos un carrito promedio de 71,64€ frente a los 59,52€ del año pasado, un crecimiento superior al 20%” señala Shimona Mehta, directora general de Shopify en EMEA.

España " Lo más destacado del Black Friday / Cyber ??Monday 2021

23:00 PM CET del Black Friday: hora punta de ventas en España.

Ciudades más vendedoras: Madrid, Barcelona, Sevilla.

71,64€: precio medio del carrito en comparación con el 59,52€ del año pasado.

Ropa y accesorios: principal categoría de producto demandada.
29%: porcentaje de pedidos transfronterizos, superior al promedio de 15% global.
Ciudades más vendedoras (recogida en la acera): Madrid, Barcelona, Sevilla.
Principales ciudades (con entrega local): Madrid, Barcelona, Valencia.
135%: aumento de las ventas en el punto de venta realizadas por los comerciantes de Shopify desde el año pasado.

Global " Lo más destacado del Black Friday / Cyber ??Monday 2021

6.300 millones de dólares: total de ventas mundiales realizadas por los comerciantes de Shopify, un crecimiento del 23% respecto al año pasado.
47 millones: el número de consumidores que hicieron una compra en comercios de Shopify.
12:00 p.m. EST del Black Friday: hora de mayores ventas.
Países con más ventas: Estados Unidos, Reino Unido, Canadá.
Ciudades más "vendedoras": Londres (Reino Unido), Nueva York (Estados Unidos), Los Ángeles (Estados Unidos).
100,70 dólares: precio medio del carrito, superior a los 89,20 dólares de 2020.
Ropa y accesorios: sigue siendo la categoría de producto más demandada.
Casi 60 mil: las toneladas de emisiones de carbono compensadas - conocer aquí cómo Shopify está eliminando el impacto climático de los envíos de los comerciantes.
15%: porcentaje de pedidos transfronterizos.
Productos de mayor tendencia según el índice de compras del Black Friday/Cyber Monday de Shopify*: Ooni: Horno de pizza de pellets de madera Ooni Fyra 12, Marca de cosméticos Beauty Bakerie: Lápiz labial Hazelnut Swirl y Alo Yoga: Malla de tiro alto.

Por segundo año consecutivo, Shopify está luchando contra el cambio climático durante el Black Friday / Cyber Monday. Ha conseguido este año suficiente eliminación de carbono para erradicar por completo el impacto de las emisiones de carbono del envío en cada uno de los pedidos de la plataforma durante el fin de semana de compras, lo que equivale a casi 60.000 toneladas de emisiones de carbono compensadas. Shopify ha escogido cuidadosamente cuatro tecnologías y soluciones de alta calidad para la eliminación de carbono - lee más sobre las elecciones en el Blog de Shopify.

Datos de contacto:

Sandra González
690813626

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Internet Marketing](#) [Emprendedores](#) [Logística](#) [Digital](#) [Gran consumo y distribución](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>