

Fin de semana de Black Friday: un 52% más de consumidores compraron en comercios de Shopify España

[Multimedia](#)

El precio medio del carrito ha sido de 147,56€, superior a la media global de 108,56 USD

Las tiendas de [Shopify](#) en España alcanzaron un nuevo récord de ventas durante el fin de semana de Black Friday 2024, superando un crecimiento del 50% en el número de consumidores que les han comprado productos durante estas fechas. Este hito marca un crecimiento en comparación con años anteriores, reflejando la solidez y el potencial de los comercios que utilizan la plataforma. A pesar de un entorno económico desafiante, los resultados de este año evidencian cómo las marcas locales han logrado adaptarse a las nuevas demandas del consumidor y aprovechar las oportunidades de una de las temporadas comerciales más importantes del año.

El Black Friday, que tuvo lugar desde el pasado 29 de noviembre al 2 de diciembre inclusive, ha recorrido las tiendas de toda España con anuncios de descuentos, marcando el inicio de una de las temporadas comerciales más relevantes del año. Las expectativas de los comercios han sido altas y Shopify ve estos eventos como una oportunidad estratégica para que los comercios optimicen su rendimiento, fidelicen clientes y maximicen sus resultados anuales.

"El fin de semana de Black Friday no solo representa un pico de ventas, sino una oportunidad estratégica para que los comercios españoles refuercen su competitividad en un mercado global. En Shopify entendemos la importancia de esta temporada y ponemos al alcance de las marcas las herramientas necesarias para maximizar sus resultados, desde tecnología que soporta altos volúmenes de tráfico hasta soluciones que optimizan la experiencia de compra del cliente. Nuestro compromiso es que los comerciantes puedan enfocarse en su crecimiento mientras nosotros nos encargamos del resto," asegura Gonzalo Torres, country lead de Shopify España.

España "Lo más destacado del Black Friday / Cyber Monday 2024

- La hora punta de ventas: 21h CET del Black Friday, 29 de noviembre
- Las ciudades con más ventas: Barcelona, Madrid y Sevilla
- Precio medio del carrito: 147,56 €, superior a la media global
- Principales categorías de productos por pedidos: Ropa, Cosmética, Fitness y Nutrición, Zapatillas, Calcetines
- Porcentaje de pedidos transfronterizos: 33%
- Porcentaje de ventas en el punto de venta: han crecido un 54% con

respecto al fin de semana del Black Friday-Cyber Monday del año pasado

- Móvil vs ordenador: 76% vs. 24%
- Entre los productos más destacados en ventas a nivel global, se encuentra uno del comercio Español Singularu: <https://singularu.com/search?q=Estuche+Joya+Tirador>

A nivel global y EMEA " Lo más destacado del Black Friday / Cyber Monday 2024

- Ventas totales: 11.500 millones de dólares, lo que supone un aumento del 24% en las ventas con respecto a los 9.300 millones de dólares del mismo fin de semana de 2023
- Las ventas de los comercios en EMEA aumentaron un 39% con respecto al año pasado
- Consumidores: más de 76 millones de consumidores realizaron una compra a un comercio de Shopify durante el Black Friday-Cyber Monday
- Pico de ventas por minuto: 4,6 millones de dólares el Black Friday, 29 de noviembre a las 12:01PM EST
- Países con más ventas: EE.UU., Reino Unido, Australia, Canadá, Alemania
- Ciudades con más ventas: Los Ángeles, Nueva York, Londres, San Francisco, Miami
- Precio medio del carrito: 108,56 USD en todo el mundo
- Principales categorías de productos por pedidos: Ropa, Cosméticos, Fitness y nutrición, Pantalones, Ropa activa
- Porcentaje de pedidos transfronterizos: 16%
- Primera venta: más de 16.500 comercios realizaron su primera venta en Shopify durante el fin de semana del Black Friday y el Cyber Monday de este año
- Día de mayores ventas: más de 67.000 comercios tuvieron su día de mayores ventas en Shopify durante el fin de semana de Black Friday-Cyber Monday

La campaña de Black Friday 2024 deja un balance positivo para las marcas en España, con un cierre optimista de cara a la temporada navideña, a pesar de cualquier análisis de contexto. Este año, la planificación anticipada y la diversidad de canales de venta se destacaron como elementos clave, proporcionando valiosas lecciones para los comercios en España y aumentando las expectativas sobre las nuevas necesidades y demandas de los consumidores.
