



Los compradores de Cyber Monday están en camino de alcanzar un récord de \$ 9,4 mil millones, dice Adobe

Los compradores de Cyber Monday ya han gastado \$473 millones en ventas en línea, a partir de las 9:00 a.m. ET, según los datos publicados por Adobe Analytics, que monitorea las transacciones en línea de 80 de los 100 principales minoristas web en los EE. UU. Las ventas en línea del Cyber Monday están en camino de alcanzar los \$ 9,4 mil millones lo que representa un crecimiento anual del 18.9%, según datos preliminares, dijo Adobe.

Entre las 10:00 p.m. y las 2:00 a.m. ET del lunes por la noche, Adobe espera que los compradores gasten \$ 2.8 mil millones, el 30% de los ingresos del día. Se espera que los compradores gasten \$11 millones por minuto durante la hora pico de 11:00 p.m. ET y ET de medianoche.

El año pasado, las ventas de Cyber Monday alcanzaron los \$ 7.9 mil millones. Este año, los compradores no esperaron hasta el lunes cibernético para comenzar sus compras en línea. Los minoristas comenzaron a vender a principios de noviembre y las líneas eran débiles en las tiendas el Black Friday, ya que las ofertas comenzaron desde el día de Acción de Gracias.

Se preveía que el Black Friday sería el día de compras más concurrido del año en los EE. UU., pero incluso ese día la gente estaba realizando mayormente sus compras en línea. El gasto en línea alcanzó un récord de \$ 5.4 mil millones, un 22.3% más que el año pasado.

Best Buy, Target, Walmart, Dick's Sporting Goods y otros grandes minoristas son los grandes ganadores en lo que va de la temporada de vacaciones, dijo Dana Telsey, CEO del Grupo Asesor de Telsey.

"Los grandes almacenes siguen siendo un poco más lentos", dijo Telsey. Estas grandes tiendas han demostrado su valía en ventas en línea. Walmart y Target vieron saltos más grandes que Amazon en el gasto de los clientes en línea durante las primeras dos semanas de noviembre del año pasado, según Edison Trends, que analizó más de 1.2 millones de transacciones.

Los teléfonos inteligentes han sido una excelente herramienta de compras esta temporada, representando el 36.1% de las ventas en línea hasta ahora, un 24.1% más que el año pasado, según Adobe.

Los minoristas no necesariamente aumentan sus descuentos del año pasado para atraer clientes. La mayoría de las promociones de los minoristas en el Black Friday fueron planas este año en comparación con el año pasado, según una encuesta de 54 minoristas realizada por Jefferies. Las promociones de 33 minoristas, incluida Gap, fueron planas en comparación con el año pasado. Mientras tanto, 18 vieron promociones más altas, incluidas Victoria's Secret y Pink de L Brands, y 3 vieron promociones más bajas que el año pasado, incluida Ugg.

Hasta ahora, los compradores han gastado un récord de \$ 72.1 mil millones en línea entre el 1 de noviembre y el 1 de diciembre. El último fin de semana solo generó \$ 7,4 mil millones en ventas en línea, lo que puso a los compradores en camino de alcanzar \$ 143,7 mil millones en ventas en línea para la temporada navideña completa.

-S. Jiménez (Analista)