

26 MARÇ 2020

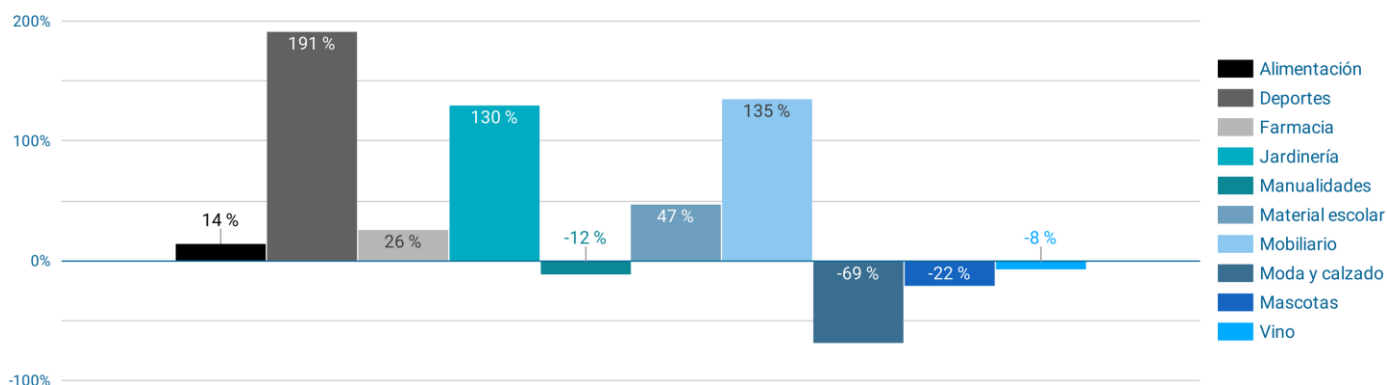
GUILLEM SANZ

Entrepreneurship · eCommerce · Marketing

EL COMERÇ ELECTRÒNIC CREIX UN 55% DES DE L'INICI DEL CONFINAMENT PEL COVID-19

La caiguda de categories com moda i calçat s'ha vist compensada per l'increment de les botigues d'esport, mobiliari i jardineria

26 de març de 2020 – Les vendes de l'e-commerce han crescut un 55% des que es va iniciar el confinament de la població a causa de l'epidèmia del COVID-19. La caiguda en categories com moda i calçat (-69%) o mascotes (-22%) s'ha vist compensada pel creixement de les vendes d'esports (+ 191%), mobiliari (+ 135%), jardineria (+ 130%) i farmàcia (+ 26%). Són dades analitzades per [Guillem Sanz](#), expert en negocis digitals, a partir d'una mostra de 100 comerços electrònics, en què s'ha categoritzat la demanda i s'exclouen els supermercats en línia a la categoria d'Alimentació.

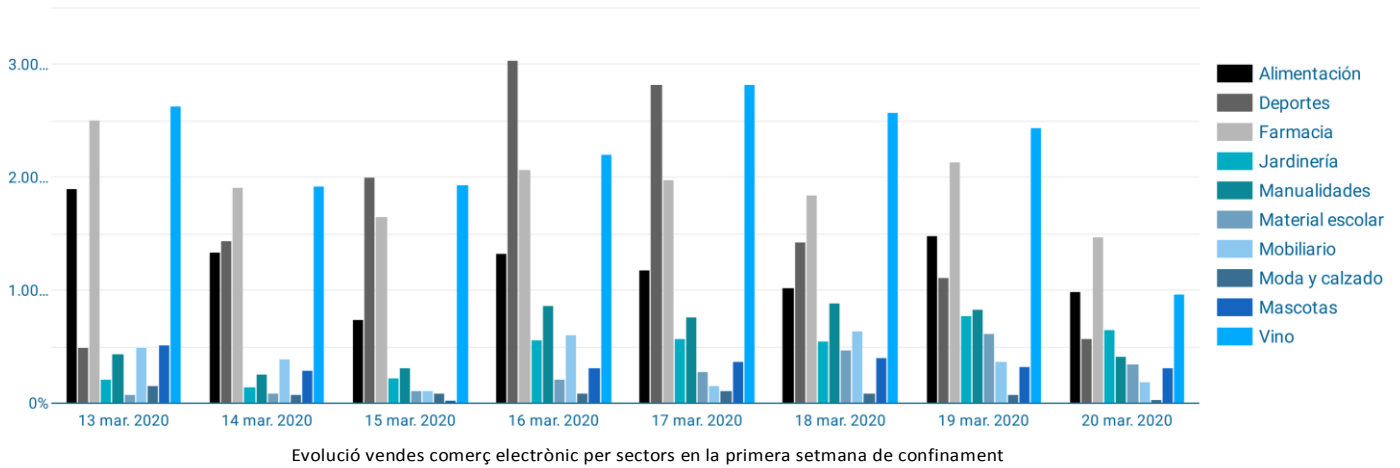


Evolució de les vendes de comerç electrònic del 13 al 20 de març, per sectors.

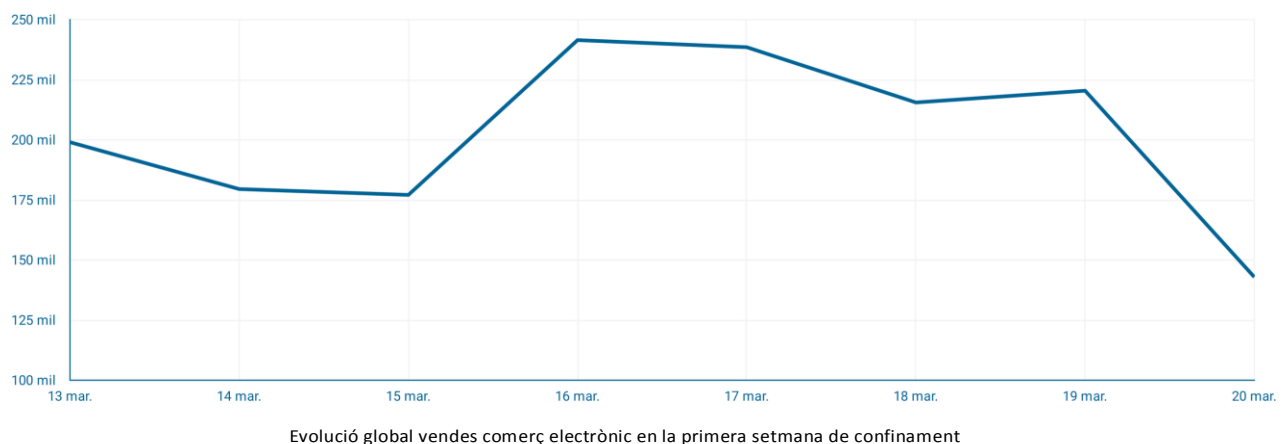
El tancament de tots els comerços excepte els supermercats, botigues d'alimentació, farmàcies i altres serveis essencials, ha convertit el canal en línia en l'única forma d'accés a una creixent varietat d'articles que s'estan tornant imprescindibles per suportar la quarantena a casa.

Creixen les vendes d'esports, mobles i jardineria

Al previsible creixement de les vendes **d'alimentació en línia (+ 14%, no inclou supermercats)** i **farmàcia (+ 26%)**, s'afegeix l'increment en altres categories relacionades amb la llar com el **mobiliari (+ 135%)** o la **jardineria (+ 130%)**. També és significatiu l'augment de categories com el **material escolar (+ 47%)**, perquè els nens puguin seguir les classes a casa, i sobretot els **esports (+ 191%)**, on destaca especialment la fulgurant demanda de rodets estàtics, un accessori que permet fer exercici a casa amb una bicicleta convencional.



En canvi, categories com **moda i calçat (-69%)** han vist caure els seus ingressos; mentre que sectors com les **manualitats (-12%)** o el **vi (-8%)** s'estan recuperant després de les caigudes inicials i veuen incrementar les comandes cada dia addicional que passem reclosos a casa. També hi ha sectors com les **mascotes (-22%)** que han registrat caigudes en els últims dies, tot i que en aquest cas són el reflex del nivell més gran de vendes produït just abans que s'iniciés el confinament, quan molts propietaris d'animals es van aprovisionar de pinso i accessoris.



En aquest sentit, en els dies immediatament anteriors a la declaració de l'estat d'alarma, l'activitat de l'e-commerce mostrava una tendència a la baixa. No obstant això, **les vendes en línia es van disparar un 129%** a partir del 15 de març, quan va entrar en vigor el confinament.

En els dies següents, l'activitat es va mantenir elevada i va començar a baixar cap a finals de setmana, a mesura que els usuaris van comprovar que no existien problemes d'abastament.

"Estem vivint una situació similar a la que es va produir a Itàlia. Inicialment, el consum baixa a causa de la incertesa. Però, a mesura que passen els dies, els consumidors comencen a adaptar els seus hàbits de compra a l'e-commerce i creixen les vendes de tots els articles relacionats amb la llar, esport a casa, alimentació i begudes, manualitats per als nens... És una oportunitat per a les botigues en línia que sàpiguen adaptar-se", explica Guillem Sanz, que assessora botigues en línia de diferents sectors i cadenes de botigues que estan fent el salt al món del comerç electrònic.

SOBRE GUILLEM SANZ

Guillem Sanz és Doctor en Organització Industrial i especialista en empenedoria, estratègia, comerç electrònic, màrqueting i vendes. Ha estat directiu de companyies líders com Privalia, Caprabo o Eurofred. El 2011 va fundar Bebitus, comerç electrònic productes de puericultura líder al sud d'Europa que va vendre el 2015 a Windeln.de, líder europeu de el sector.

Actualment assessora
emprenedors, fons d'inversió i
negocis immersos en processos
de creixement, internacionalització
i transformació digital. També
col·labora amb mitjans de
comunicació i és ponent habitual
en conferències i master class.

Mes informació a
www.guillemsanz.com



CONTACTE DE PREMSA

Guillem Sanz

info@guillemsanz.com

www.guillemsanz.com

Com s'estan adaptant els e-commerce

Tot i el creixement de les vendes en algunes categories, els e-commerce també estan patint limitacions a causa de la situació actual, principalment la dilatació dels terminis de lliurament per la saturació dels centres logístics i les xarxes de transport a causa de la major activitat.

Per aquest motiu, han d'adoptar mesures que facilitin als usuaris realitzar les compres. Les mesures que estan implementant les botigues en línia per afrontar la nova situació inclouen: una **major inversió en màrqueting en línia** per atreure més usuaris; **rebaixes i descomptes especials** per a promoure les compres; i **despeses d'enviament gratuïtes** per compensar els terminis de lliurament més llargs que estan afectant la majoria de les comandes en línia.

"Cal reaccionar amb agilitat en el curt termini, però també pensar en el llarg termini. Les botigues en línia han de donar més facilitats que mai per animar els usuaris a comprar tot el que necessiten sense sortir de casa; a més a més, han d'oferir un bon servei per fidelitzar els nous clients. La crisi del coronavirus passarà, però sens dubte aquesta situació augmentarà la penetració de l'e-commerce al nostre país. Les botigues en línia que siguin capaces d'oferir la millor experiència a aquests nous clients estaran ben posicionades per mantenir-se quan arribi la inevitable caiguda de les vendes en línia que es produirà en acabar el confinament", conclou Guillem Sanz.

