

15 ABRIL 2020

GUILLEM SANZ

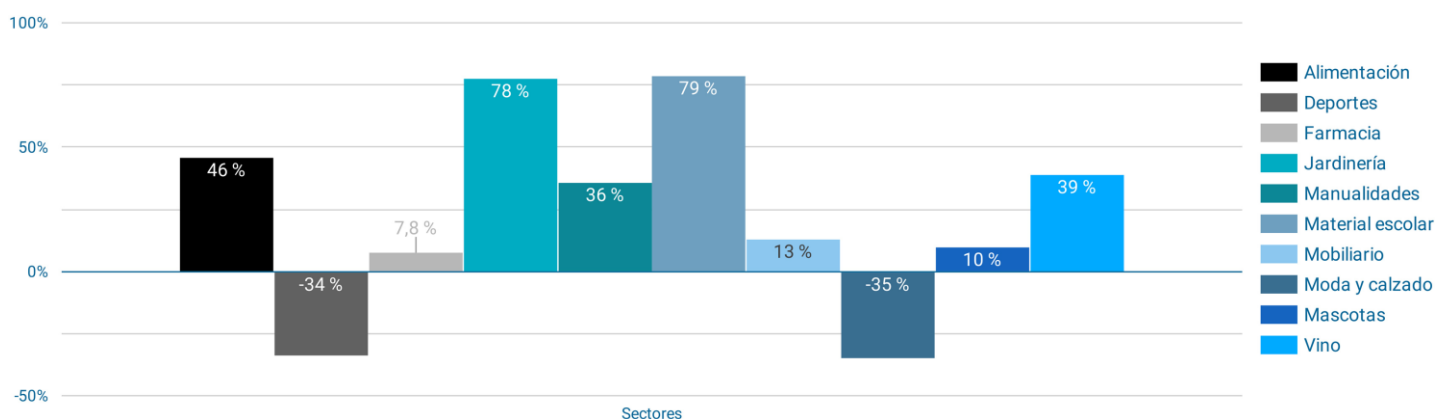
Entrepreneurship · eCommerce · Marketing

EL CREIXEMENT DE L'E-COMMERCE ES CONSOLIDA A MESURA QUE ES PROLONGA EL CONFINAMENT

Les vendes han augmentat un 24% des del 21 de març, però algunes categories es veuen frenades per la manca d'estoc

15 de abril de 2020 – La corba de creixement que registra el comerç electrònic a causa de l'epidèmia de la Covid-19 es consolida. Des del passat 21 de març, **les vendes de l'e-commerce han augmentat un 24%**, en comparació amb el 55% de creixement registrat en el període del 13 al 20 de març.

En les últimes setmanes han crescut sobretot categories com el **Material escolar (79%)** i la **Jardineria (78%)**. També han remuntat sectors que inicialment havien patit caigudes, com les **Manualitats (36%)** i el **Vi (39%)**. En canvi, la **Moda i el calçat (-35%)** continuen caient en menor mesura i també baixen segments que van tenir un gran auge en els primers dies del confinament com els **Esports (-34%)**. En molts casos aquesta caiguda es deu a la creixent falta d'estoc, alerten alguns comerços electrònics.

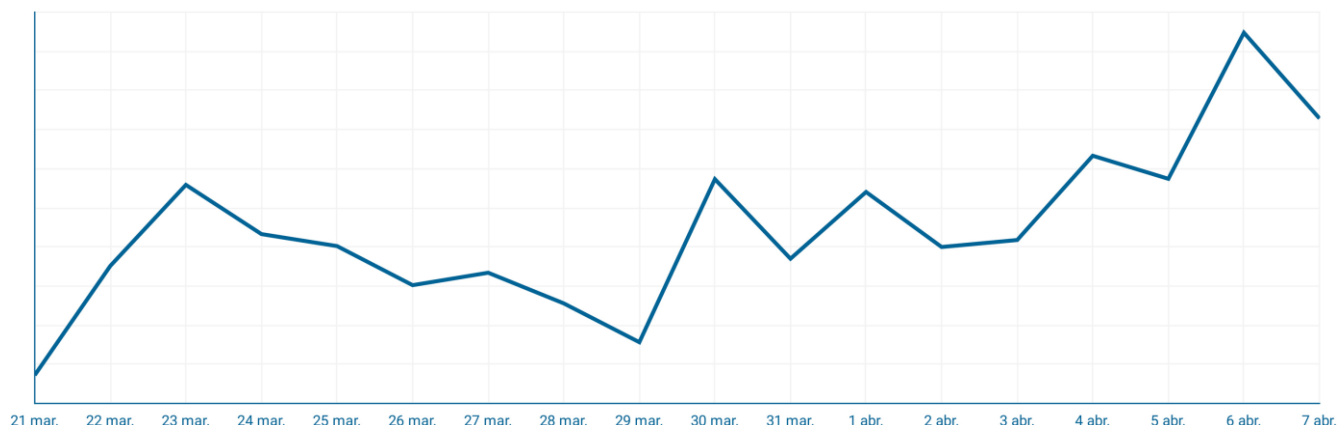


Evolució de les vendes de l'e-commerce del 21 de març al 7 d'abril, per categories.

Es tracta de la segona entrega d'un estudi realitzat per [Guillem Sanz](#), expert en negocis digitals, a partir d'una mostra de 100 comerços electrònics de deu categories, que va del 21 de març al 7 d'abril. En l'estudi anterior es va analitzar el període del 13 al 20 de març, corresponent a la primera setmana de confinament. Per a ambdós estudis s'ha categoritzat la demanda i s'han exclòs els supermercats online a l'Alimentació.

Es consolida el creixement de l'e-commerce

El tancament obligatori de tots els comerços, excepte els dedicats a l'alimentació i productes essencials, ha convertit el comerç electrònic en l'únic canal per adquirir articles que no siguin de primera necessitat.



Evolució global vendes e-commerce del 21 de març al 7 d'abril.

Com a resultat, **les vendes de l'e-commerce han seguit creixent un 24%** en les últimes setmanes, fet que suposa un ritme menor que quan es va iniciar el confinament. Els primers dies es van produir pics puntuals de vendes de fins al 129%, si bé es van anar estabilitzant a mesura que els consumidors van comprovar que no existien problemes d'abastament. L'aplicació del període de confinament estricte a partir del 30 de març va impulsar de nou les vendes en línia, en restringir-se encara més la mobilitat.

L'increment de la demanda es reflecteix en totes les categories analitzades, si bé creixen especialment les vendes de productes relacionats amb els **nens** (Material escolar) i la **llar** (Jardineria). Destaca així mateix la recuperació de sectors que havien patit caigudes a l'inici del confinament pel descens del consum (com **Manualitats** i **Vi**) o per l'acumulació realitzada abans de l'estat d'alarma (com els productes per **Mascotes**).

La **Moda i el calçat** continua sent la categoria més afectada, si bé la seva caiguda s'ha suavitzat. Pel que fa a l'**Alimentació**, malgrat que l'estudi no inclou els supermercats en línia, les botigues d'Internet d'aquesta categoria han seguit creixent, especialment productes com els congelats.

"En el nostre país s'està reproduint el mateix patró que hem vist a Itàlia i altres països. Primer, es dispara la compra de productes de primera necessitat i cauen les vendes de les altres categories. Després, a mesura que es perllonga el confinament, tornem a comprar articles que no són de primera necessitat, des de manualitats fins a vi. Moltes botigues en línia que ho han passat malament en les primeres setmanes de la crisi del coronavirus ara tenen l'oportunitat de reactivar les seves vendes. Per a això, han d'arribar als clients amb una major inversió en màrqueting en línia i un servei de qualitat, perquè els grans operadors de comerç electrònic comencen a estar saturats", explica Guillem Sanz, assessor de botigues en línia i cadenes de retail.

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 del 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.

Més informació a
www.guillemsanz.com



CONTACTE DE PREMSA

Guillem Sanz

info@guillemsanz.com

www.guillemsanz.com

Escassetat creixent d'alguns productes en línia

Igual que en el canal offline triomfen el paper higiènic, els productes de neteja o per elaborar pa, el canal online també té els seus propis «supervendes» amb motiu del confinament. Entre **els productes més venuts a l'e-commerce durant la quarantena** estan els rodets estàtics per a bicicletes, els llibres de pintar per a nens i les màquines de tallar els cabells. No obstant això, els que desitgen adquirir aquests articles es topen cada vegada més amb dos problemes: la manca d'estoc i els terminis de lliurament.

En efecte, la disminució de l'activitat industrial a molts països, el tancament de fronteres i la saturació de les xarxes de transport i logística estan provocant que comencin a escassejar alguns productes no essencials, però que tenen una forta demanda entre els consumidors confinats a casa. En determinats articles, els terminis de lliurament se situen ja a principis de juny.

"Hem tingut èxit a l'hora de garantir el proveïment d'aliments i productes de primera necessitat. No obstant això, ara comencem a acusar l'efecte que les mesures de confinament han tingut sobre la cadena de subministrament d'altres articles que no són essencials, però sí necessaris per a molts consumidors a mesura que es perllonga la quarantena. Els e-commerce s'estan esforçant molt per satisfer la demanda, però és un problema global i trigarà temps a resoldre's", conclou Guillem Sanz.

