

12 MAIG 2020

# GUILLEM SANZ

Entrepreneurship · eCommerce · Marketing

## LA «NOVA NORMALITAT» DE L'E-COMMERCE: DE LA SUBSISTÈNCIA A UN NOU ESTIL DE VIDA

*Es recuperen les vendes de moda i calçat, mentre es manté una alta demanda d'articles d'esport, per a la llar i per al jardí o la terrassa*

**12 de maig de 2020** – Des que es va iniciar el confinament per l'alerta sanitària de la Covid- 19, l'e-commerce ha registrat creixements de dos dígits a Espanya. Ara que s'inicia la desescalada, **el creixement del comerç electrònic es redueix fins al 3%** davant del 24% del període anterior. No obstant això, segueix augmentant la demanda en línia d'algunes categories com els **Esports (+48%)**, **Mobiliari (+27%)**, **Jardineria (+16%)** i **Mascotes (+11%)**.

També crida l'atenció la recuperació de les compres en línia de **Moda i Calçat (+50%)**, després d'acumular setmanes de fortes caigudes. En canvi, es redueix la demanda de les categories que havien registrat un major creixement en les primeres setmanes de confinament, com **Material Escolar (-51%)**, **Farmàcia (-33%)**, **Manualitats (-31%)** o **Alimentació (-14 %)**.

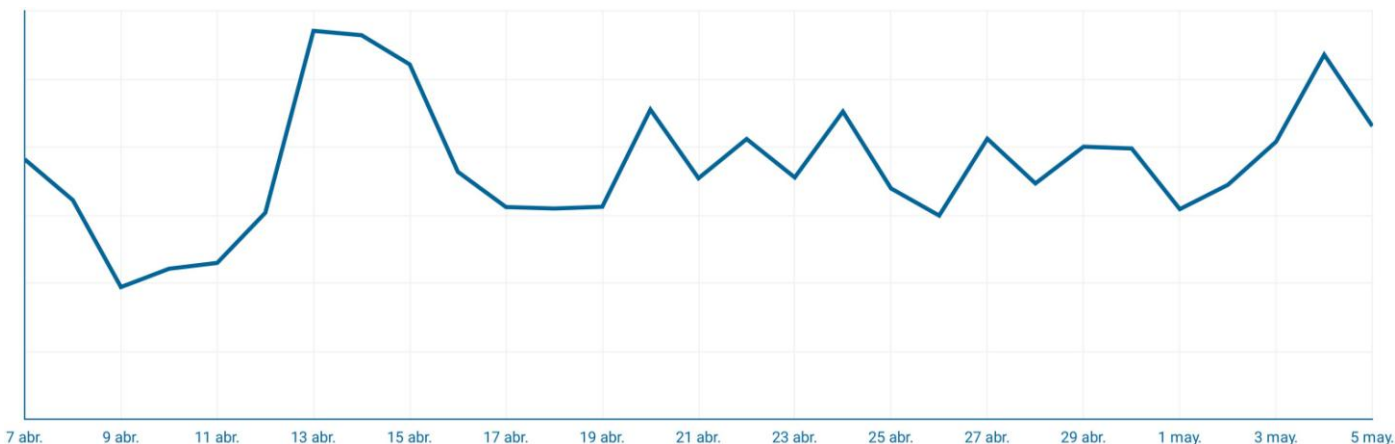


*Evolució de les vendes de comerç electrònic del 7 d'abril al 5 de maig, per categories.*

Són dades obtingudes del tercer lliurament d'un estudi realitzat per [Guillem Sanz](#), expert en negocis digitals, a partir d'una mostra de 100 comerços electrònics de deu categories, que abasta del 7 d'abril al 5 de maig. En tots els casos s'ha categoritzat la demanda i s'han exclòs els supermercats en línia dins de la categoria d'Alimentació.

## Els nous objectes de diseg de l'e-commerce

Si en les primeres setmanes de la crisi del coronavirus les compres en línia se centraven en articles de primera necessitat o per suportar el confinament, com Alimentació, Farmàcia o Material Escolar i per fer Manualitats, en aquests últims dies els grans protagonistes són els **productes d'exterior**. Per exemple, en la categoria d'Esports s'ha passat de la compra de bicicletes estàtiques i rodets per practicar exercici a casa a un **augment de les vendes de sabatilles, roba d'esport** i altres complements per aprofitar les noves franges en què està permès passejar i fer esport a l'aire lliure. També s'incrementa la demanda de productes per al jardí, amb les **piscines inflables com a nou objecte de diseg**, a més a més dels mobles d'exterior, gandules, para-sols i similars, davant un inici de l'estiu en què no sabem si podrem anar a la platja o la piscina.



*Evolució global vendes de e-commerce del 7 d'abril al 5 de maig.*

Així mateix, es mantenen les vendes en línia de **mobles per a la llar** i segueixen creixent altres categories com el **vi i les begudes alcohòliques**, pel fet que el consum a la llar ha substituït el que es realitzava en els establiments d'hostaleria.

També destaca la recuperació experimentada per la **moda i el calçat**, una categoria que havia estat fortament penalitzada en les primeres setmanes del confinament. Ara que la majoria de les activitats tornen a reactivar-se, es permeten més sortides al carrer i comença a fer calor, les vendes d'aquest segment es recuperen lleugerament, tot i que segueixen estant lluny de les xifres de negoci que es manejava abans de l'inici de la crisi sanitària per les reticències en aspectes com els canvis o devolucions.

*"Després de dos mesos de confinament, hem passat de les compres en línia de subsistència, com alimentació o higiene, a una major demanda d'articles no essencials però que ens permeten gaudir més de les nostres llars i sobretot de les terrasses i jardins. Per exemple, les piscines inflables i desmuntables s'han convertit en un èxit de vendes, per l'arribada del bon temps i la incertesa respecte a si podrem banyar-nos aquest estiu. El mateix succeeix amb el vi i les begudes alcohòliques, ja que la recuperació de l'hostaleria serà previsiblement lenta", 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](http://www.guillemsanz.com)



## L'e-commerce es prepara per a la desescalada

Davant el creixement explosiu registrat en les primeres setmanes del confinament, **l'evolució del comerç electrònic ha estat molt més estable** al llarg de les últimes setmanes. El sector s'enfronta a la reobertura progressiva de les botigues, la qual cosa reduirà el monopoli de facto que havia exercit el canal en línia des que es va decretar el tancament dels establiments que no venguessin productes de primera necessitat.

Tot i això, és previsible que el comerç electrònic aconseguirà retenir una part de l'espectacular augment de la penetració que ha tingut en les últimes setmanes. Per a això, les botigues en línia estan invertint en la **renovació i actualització** dels seus llocs, mentre que les cadenes de retail aposten per **estratègies omnicanal** com a forma d'adaptar-se a les restriccions que hi haurà per visitar i comprar a les botigues físiques.

*"Ens aboquem a un nou escenari de consum en què el comerç electrònic i l'omnicanalitat jugaran un paper decisiu. Fins i tot negocis tradicionalment fora de línia estan incorporant opcions de comandes telemàtics, reserves en línia, consultes per Internet, etc. per compensar les restriccions que hi haurà al contacte social, com a mínim fins que tinguem una vacuna. El coronavirus ha canviat en setmanes hàbits de consum que estaven fortament arrelats en la societat, fins i tot en segments de població o categories que fins ara estaven exclosos de l'e-commerce", conclou Guillem Sanz.*

## CONTACTE DE PREMSA

---

**Guillem Sanz**  
[info@guillemsanz.com](mailto:info@guillemsanz.com)  
[www.guillemsanz.com](http://www.guillemsanz.com)

