

El despertar de l'e-commerce al sector retail

- L'impacte de la pandèmia sobre les vendes presencials del comerç al detall ha estat molt intens. Així, l'e-commerce s'ha revelat com una alternativa per esmorteir la caiguda.
- La gran capacitat d'adaptació del sector als canals de venda on-line ha comportat que el creixement de l'e-commerce estigui sent notable i prolongat en el temps.

Les mesures adoptades per frenar l'avanç de la pandèmia han tingut un fort impacte sobre molts sectors de l'economia. Un dels més afectats és el comerç al detall,¹ ja que moltes botigues van haver de baixar la persiana durant la primera onada de la pandèmia i, més recentment, han vist com les noves restriccions per fer front la segona onada han tornat a frenar la seva recuperació. En aquest context, el canal de vendes per internet està ajudant molts comerços a esmorteir l'impacte de la crisi.

La despesa en e-commerce ha mostrat una evolució molt favorable des de l'inici de la pandèmia i ha arribat a anotar taxes de creixement de tres dígits durant els mesos d'abril, de maig i de juny. Malgrat que el ritme de creixement s'ha moderat a mesura que les restriccions a la mobilitat s'han anat relaxant, s'ha mantingut en cotes molt elevades i ha tornat a agafar força arran del recent endurement de les mesures de contenció de la COVID-19. Aquesta evolució contrasta amb la de les vendes presencials, que van caure molt durant el primer confinament i van tornar a recular a l'octubre, tot i que amb menys intensitat (vegeu el primer gràfic).

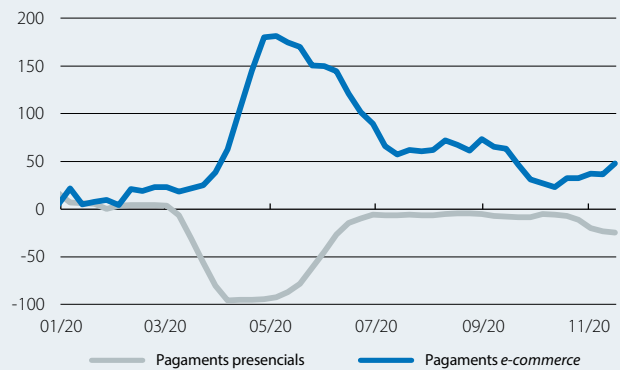
Per valorar millor la importància de l'augment de les vendes per internet, analitzem com ha evolucionat el seu pes en relació amb les vendes realitzades de manera presencial i cobrades amb targeta als terminals de punt de venda (TPV).² Com es mostra al segon gràfic, durant el mes de maig, el primer mes de desescalada en què van reobrir molts comerços tot i el manteniment d'una part de les restriccions a la mobilitat, el pes de l'e-commerce va experimentar un rebot molt important i generalitzat entre els diferents tipus de comerç. Destaca l'enorme capacitat d'adaptació del sector, que, amb prou feines dos mesos després de l'esclat de la pandèmia, va ser capaç de multiplicar gairebé per tres la facturació per la via de l'e-commerce. A més a més, sembla que la inversió que molts comerços han realitzat per potenciar el canal de vendes per internet està recollint els seus fruits, i, a l'octubre, un mes amb moltes menys restriccions a la mobilitat, el pes de l'e-commerce encara es mantenia de manera significativa per damunt del registrat un any abans.

1. Es defineix el comerç al detall o *retail* com el conjunt de comerços de tèxtil, sabateries, joieries, mobles, llibreries i papereries, electrodomèstics, esports i grans superfícies. No s'hi inclouen les botigues d'alimentació, perquè, d'ençà de l'esclat de la pandèmia, el consum de béns de primera necessitat ha mostrat un comportament molt diferenciat de la resta (vegeu el Focus «Rastrejant el consum privat durant la crisi de la COVID-19», a l'IM07/2020).

2. Aquesta mètrica no reflecteix la quota del canal on-line perquè no té en compte els pagaments efectuats en efectiu. Tenint en compte que, en els últims mesos, s'ha produït un augment dels pagaments amb targeta en substitució dels pagaments en efectiu, això pot estar infraestimant l'augment del pes del canal on-line observat el 2020.

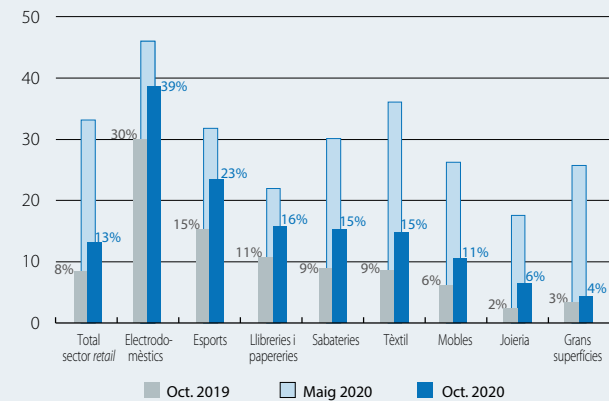
Espanya: despesa en e-commerce per canal de venda

Variació interanual (%)



Nota: S'ha aplicat a totes les sèries una mitjana mòbil simple de quatre setmanes.
Font: CaixaBank Research, a partir de dades internes.

Espanya: pes de la despesa en e-commerce (% sobre el total de despesa efectuada en TPV)



Font: CaixaBank Research, a partir de dades internes.

Les dades internes de CaixaBank també mostren que l'augment de les vendes per internet no es concentra en uns pocs comerços, més aviat el contrari. Malgrat que els grans comerços continuen copant una gran part de les vendes per internet, el context actual ha empès els comerços petits i mitjans a obrir i a potenciar aquest canal de vendes en els últims mesos.

Totes aquestes dades apunten a una acceleració del creixement de l'e-commerce després de la irrupció de la pandèmia, un canal que està sent clau per esmorteir els efectes de la COVID-19 sobre les vendes presencials, tot i que encara és aviat per afirmar amb rotunditat que assistim a un canvi permanent en els hàbits de consum.

Javier Ibáñez de Aldecoa i Eduard Llorens i Jimeno