vinetur

El ecommerce crece un 21% en España

El sector alimentario ha crecido en el ámbito del comercio electrónico un 175% logrando triplicar las ventas en 2021

jueves 24 de febrero de 2022



2021 fue un año de crecimiento para el e-Commerce, un sector que, con un aumento del 18%, alcanzó niveles de facturación estimados en 3.900 millones de euros. En este contexto, según XChannel, España ha experimentado un crecimiento del 21% y roza los 18 millones de euros de facturación total.

A grandes rasgos, este incremento se debe al impacto de la pandemia y a los nuevos hábitos de los consumidores, cada vez más familiarizados con el comercio online.

Sin embargo, según la consultora italiana especializada en estrategias crosscanal innovadoras, no todos los sectores han crecido de la misma manera y son precisamente el sector farmacéutico, la moda, los juguetes y el sector alimentario, donde se incluye el vino, los que más se han beneficiado de este auge.

Este crecimiento por sectores, XChannel lo atribuye a los resultados de compañías tan punteras como Amazon, Alibaba o Aliexpress, organizaciones que confían en los servicios de la consultora para potenciar su ecommerce y que, gracias a sus recomendaciones, han logrado que el crecimiento de sus ventas sea 9 veces superior al que se da en el resto del mercado. La clave de este éxito se debe a una estrategia crosscanal que combina conocimientos de big-data, semiótica y antropología. En concreto, en 2021 los clientes de XChannel que distribuyen sus productos a través de Amazon, Alibaba o Aliexpress han crecido hasta 19 veces desde 2020 y han alcanzado una facturación de 32 millones de euros.

Alimentación protagonista del auge del ecommerce

Según datos de XChannel, el sector alimentario – especialmente estratégico en el mercado español y francés– ha crecido en el ámbito del comercio electrónico un 175% logrando triplicar las ventas en 2021. "Los marketplace, nacidos como plataformas transaccionales, se están convirtiendo en el centro de actividad crosscanal full-funnel del sector alimentario. Los usuarios en un 60% prefieren este tipo de plataformas ya que les permite buscar y obtener información sobre los productos, mientras que un 40% lo prefieren ya que pueden realizar comparaciones (producto, precios...) en sus compras." señala Giulia Di Giacomo, responsable de Marketplace & e-Retail.

Teniendo en cuenta los datos hasta ahora expuestos, para XChannel, la categoría de alimentos será una de las principales protagonistas de las ventas en ecommerce, especialmente en el mercado español e italiano, en 2022 y 2023.

En este sentido, Federico Corradini, fundador de XChannel, advierte que "según datos de la Universidad Politécnico de Milán, en Italia solamente 10 de cada 100 productos se venden online y en España 8 de cada 100. Esta situación señala que podemos afrontar los próximos semestres con optimismo y poner la mira en países como Francia o Alemania, donde el peso del ecommerce representa, respectivamente, un 13% y un 15% sobre las ventas totales".

Así pues, asegura que, a largo plazo, España e Italia podrían tener un escenario similar y alcanzar cifras como las que se dan en Reino Unido, donde el comercio digital representa el 31% de los productos vendidos y aglutina un valor de 142 mil millones de euros, casi 5 veces más que los datos de Italia.