



Aumentan las ventas online de productos relacionados con mascotas y deporte

También se han incrementado en categorías como electrónica o belleza y salud

Las tendencias de consumo online se han visto afectadas por la crisis del coronavirus. El sector más afectado ha sido el turismo, con unas pérdidas cercanas al 68% en el número de transacciones y un 72% en el tráfico online a estas páginas web. Estos datos parten de un análisis hecho por la página [Cuponation](#). En su análisis se ha tenido en cuenta la información de más de 12.000 transacciones y de más de 2 millones de visitas realizadas entre el 9 y el 23 de marzo de este año y se han comparado con el periodo anterior (del 23 de febrero al 6 de marzo).

Otras categorías que han visto como sus clientes han reducido el volumen de

compras han sido las relacionadas con productos financieros y seguros y las de artículos o servicios para vehículos, con caídas del 59% y del 45% en las transacciones respectivamente. La caída ha sido más sostenida en moda y accesorios (-34%), artículos para bebés (-20%), hogar y jardín (-13%) y regalos, con un descenso del 13% a pesar de que en estas fechas se celebró el día del padre.

Algunos comercios electrónicos sí que se han visto beneficiados por las restricciones que tiene la ciudadanía para salir a hacer sus compras. La categoría que más ha mejorado el número de ventas ha sido el relacionado con las mascotas (37%). Le sigue el relacionado con deporte y actividad física (28%), probablemente debido a los pedidos con material para hacer ejercicio en casa. Aumentan también la compra de aparatos electrónicos (20%) y de entretenimiento (10%). En este último caso, la media baja porque se incluyen aquí restaurantes, entradas a espectáculos y otros planes, pero si solo se tuviesen en cuenta las actividades que se pueden realizar en casa: juegos, videojuegos, cursos online o suscripciones a streaming, el aumento sería del 112%.

Las plataformas de streaming no han sido las únicas grandes beneficiadas de estos días. El número de suscripciones a planes de entrenamiento de pago se han multiplicado casi por 20. La compra de dominios de internet se ha multiplicado por ocho y la compra de ordenadores y software, por cinco. En el otro extremo, uno de los sectores que suelen generar más transacciones, las empresas de reparto a domicilio, han perdido a la mitad de sus clientes, debido a la escasez de oferta en los restaurantes.

Una mención especial reciben las ventas de la categoría belleza y bienestar, que han aumentado un 7%. El reparto es desigual ya que las transacciones a través de parafarmacia en internet, que han crecido un 6,25% en los últimos días; mientras que la compra de lentillas ha caído un 14,81% con respecto al periodo anterior.