

## **Abrir un ecommerce en plena pandemia: La experiencia de BEVILUD**

**Abrir un negocio nuevo siempre es sinónimo de riesgo, pero este riesgo se ha visto incrementado en los últimos meses debido a la pandemia mundial a la que nos enfrentamos en la actualidad. Es el caso de Bevilud, una tienda online de belleza, vida y salud que tras años desarrollando el proyecto, dio comienzo a su actividad un mes antes del confinamiento que se vive en España**

Con todos los largos y costosos procedimientos que abrir un comercio online de esta tipología supone (más de 5.000 productos y 100 marcas), como es el almacenaje de los productos, el transporte de los mismos o, por ejemplo, su correcto embalaje para que no se pierda calidad en ningún momento del proceso, por fin abren su tienda online.

Deciden dar el salto con una inversión publicitaria pequeña para poder dar un servicio de una calidad óptima desde el primer momento al tiempo que siguen creciendo y haciendo que prospere la compañía. O, al menos, esta era su estrategia de salida, puesto que al mes de tener abierta la tienda se declara un estado de alarma a nivel mundial a causa del COVID-19.

De esta forma, tanto Bevilud como innumerables empresas de nuestro país tuvieron que adaptarse, reinventarse prácticamente desde cero y cambiar todos los planes de desarrollo que con tanto esfuerzo habían concebido.

En el caso de Bevilud, esta readaptación a la situación actual pasó por tener que hacer frente a un número de pedidos que no habían previsto. Tuvieron que atender una demanda que multiplicaba las previsiones de las ventas iniciales que habían considerado.

Unas ventas iniciales tan altas, que un principio puede considerarse como algo favorable para un negocio, puede ser un problema si no se consigue adaptar a las eventualidades que la situación genera, como son los retrasos en los plazos de entrega, la falta de stock, la carencia de personal en un primer momento, cumplir con las necesidades de comunicación de los consumidores reportándoles siempre el mejor trato.

Es por ello que, Bevilud, tuvo que hacer un nuevo replanteamiento de su modelo de sociedad de forma que se pudiese abastecer todos los canales de distribución, que muchas personas se lanzasen a la vez a comprar de forma masiva implicó romper stock de algunos productos y no había tiempo para abastecer lo suficientemente rápido.

De este modo, el departamento de parafarmacia triplicó sus esfuerzos y sus recursos para poder suplir la demanda existente de productos como mascarillas, soluciones desinfectantes y demás material, ofreciendo el mejor servicio posible a aquellos clientes que lo deseen, intensificando las

comunicaciones con los repartidores e implementando una serie de medidas de higiene que aseguren la seguridad de los envíos a sus destinatarios.

De igual modo, también se estableció un plan de contingencia para hacer frente a posibles retrasos en las entregas, informando en todo momento del estado de los pedidos y de los posibles retrasos por culpa de la pandemia y adaptaron los contenidos de su página a la situación.

Por otro lado, para preparar los pedidos, se replantearon los turnos de trabajo, puesto que una situación de falta de capacidad logística solo puede solucionarse con mayor organización y, con el objetivo de incrementar el número de pedidos y de asegurar la seguridad de sus trabajadores con distancias mínima y un equipamiento adecuado, se reestructuran los espacios de preparación de pedidos, optimizando el número de personas según distancias, tareas, materiales, turnos, etc.

Por último, se optimizaron las rutas de transporte para el envío de los pedidos, se flexibilizaron los horarios, se redimensionó el equipo de atención al cliente y se dio, en todo momento, respuesta y soluciones a quienes las buscaban.

Durante esos días que se vivieron de confinamiento reinó, no solo la solidaridad de la mayoría, sino también la comprensión, y es por ello por lo que, optimizando los recursos, los esfuerzos y el tiempo, Bevilud consiguió hacer frente a la situación como empresa y conseguir sacar adelante una apertura de proyecto inesperada, que seguramente no olvidarán.

Afortunadamente la situación actual está volviendo a la normalidad y poco a poco el negocio se está acercando a las cifras inicialmente previstas, contentos por no haber fracasado en su salida y haber pecado de morir de éxito nada más arrancar.

**Datos de contacto:**

Bevilud  
685 77 95 82

Nota de prensa publicada en: [Gijón](#)

Categorías: [Nacional](#) [Industria](#) [Farmacéutica](#) [Sociedad](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>