

OPERADORES

El e-commerce salva la cuenta de resultados de las empresas de paquetería en 2012

Un estudio apunta la falta de desarrollo del sector en España frente a sus vecinos europeos

H. S / J. E Barcelona

Las empresas de paquetería capean la crisis económica gracias al aumento del comercio electrónico. Mientras que en 2012 la facturación en España de estas empresas en la mayoría de sus segmentos de negocio ha seguido disminuyendo, las cuentas de resultados provenientes del comercio electrónico presentan números positivos y es lo que les permite salvar los balances. Así lo reconoce Hilario Peñas, director corporativo de ventas de Seur, afirmando que "en cierta medida este segmento sí que compensa la caída del resto de divisiones". Según Peñas, Seur ha apostado por el comercio electrónico y los envíos internacionales para compensar las menores ventas del negocio nacional y cerrar el año con un incremento en cuota de mercado. En 2012, Seur ha incrementado su facturación en comercio electrónico un 23%, alcanzando los 82 millones de euros.

Este balance también se repite en Tinsa, "en nuestro caso es evidente que el crecimiento experimentado en captación de clientes e-commerce nos ha ayudado a la hora de presentar unos números positivos al finalizar el ejercicio de 2012", donde el 30% de la facturación también proviene del comercio electrónico. "Es el único o uno de los pocos segmentos de negocio que crecen en general, no sólo dentro de nuestra compañía", añade. A falta de unos días para cerrar su ejercicio fiscal, Pedro Salvador, consejero de Tourline Express adelantó una estimación de un crecimiento de entre un 12 y un 15% para el segmento proveniente del comercio electrónico. En este sentido, aunque Salvador no puede concluir que éste sea el sector que más crece, sí que remarca que es "una de las áreas que mayor negocio están aportando a la compañía junto a la carga fraccionada, los servicios internacionales y los específicos para nichos de mercado concretos".

A nivel internacional se confirma esta tendencia. Según un estudio de Transport Intelligence, a pesar de la pésima coyuntura económica, a nivel global el comercio electrónico ha crecido un 12,44% en el último



La Comisión Europea señala que la entrega es una de las cinco prioridades clave para impulsar el comercio electrónico en 2015

España tiene potencial, aunque el 70% de las ventas de comercio electrónico se producen en el Reino Unido, Francia y Alemania

año en Europa, siguiendo la tendencia del mercado norteamericano. Se estima que el e-commerce genera 39.000 millones para el sector logístico en Europa. No obstante, España no encabeza el liderazgo europeo del sector, que dominan el Reino Unido, Francia y Alemania. El 70% de las ventas de comercio electrónico en Europa se producen sólo en estos

tres países. A pesar de que para España el comercio electrónico en el sector logístico sólo representó 2.000 millones de euros, es uno de los pocos segmentos del mercado español que crecen y lo hizo un 22% en 2011. Transport Intelligence calcula que en 2015 las ventas por comercio electrónico en España representarán más de 20.000 millones de euros.

POTENCIAL DE CRECIMIENTO

Según el estudio, aunque el sector de las ventas por comercio electrónico en España es más pequeño que el del Reino Unido, Alemania o Francia todavía tiene que madurar y por lo tanto, tiene espacio para crecer.

"Es cierto que para el conjunto de operadores logísticos el e-commerce está suponiendo una especie de tabla de salvación, si bien supone también un arma de doble filo porque hay que estar preparados para ofrecer servicios de calidad y con valor añadido y con precios y márgenes industriales muy ajustados", afirma Salvador. En este sentido, el estudio apunta que los proveedores logísticos están jugando un papel importante en la estrategia del sector retail y se están beneficiando del crecimiento del comercio electrónico. No obstante, el informe señala que todavía existe mucho potencial para las empresas de paquetería ya que "existe una gran proporción de operaciones que

Para asegurar el crecimiento del e-commerce, Bruselas ha puesto en marcha un estudio sobre la prestación transfronteriza de servicios

no están subcontratadas, porque el sector retail cree que está mejor posicionado para llevarlas a cabo", detalla. "Existe un gran potencial de crecimiento. La compañía de transporte es la cara visible en el e-commerce. La entrega es el único momento en el que se produce un encuentro físico entre personas y si el envío llega en mal estado, fuera

Existen diferentes tendencias en el sector logístico de los países europeos según los niveles de desarrollo del mercado de comercio electrónico en sus distintas proporciones

Rep. Checa
El e-commerce en el país representa 140 millones de euros para el sector logístico. Más del 30% de los checos compran online de manera regular. Los pagos online, sin embargo, todavía representan un porcentaje bajo, la mayoría prefiere pagar tras la entrega y no usar tarjeta de crédito.

Hungría
Está en la cola de los países europeos por cuota de mercado en el sector logístico y sólo representa 110 millones de euros. El 3% de las compras de minoristas generan el 91% del total de ingresos de comercio electrónico en el país. Crece el número de transacciones pagadas con tarjetas de crédito y débito.

Polonia
Con un 3,1% de las ventas al por menor generadas online, se estima que más de un 74% de los usuarios de internet han comprado online y el 20% de la población lo ha hecho en los últimos tres meses. El comercio electrónico en el país representa 200 millones de euros para el sector logístico, que creció un 32% en 2011.

Rusia
La débil y pobre infraestructura logística del país provoca la desconfianza de los compradores. 1.200 millones de euros es lo que representa el e-commerce para el sector logístico. Es muy dependiente del transporte por ferrocarril, por ello la entrega de un producto puede tardar más de una semana.

Turquía
Con más de 10.000 empresas contabilizadas, el sector está en crecimiento. En 2011, el e-commerce creció un 50% respecto a 2010. Las nuevas empresas turcas han atraído más de 582 millones de euros extranjeros hacia el país. El e-commerce en el país turco representa 2.300 millones de euros en la industria logística.

Francia
Es el tercer mercado de e-commerce más grande de Europa y ha experimentado una tasa de crecimiento del 26% entre 2007 y 2011. 3.600 millones de euros es lo que representa el e-commerce para el sector logístico. Los operadores están experimentando con múltiples canales para hacer frente a la crisis económica.

Alemania
Con 4.700 millones de euros para el sector logístico, el país es el segundo mercado más grande de e-commerce de Europa por detrás del Reino Unido. Nueve de cada diez usuarios de internet compran online y se está implementando muy rápido la compra online en tablets y móviles.

50.000 millones

Para el año 2015. El auge del comercio electrónico hará que las empresas logísticas crezcan un 9% hasta los

50.000 millones de euros en Europa. El crecimiento se deberá a las mejoras en las infraestructuras de los países del este europeo, que impulsarán este auge del sector. Este aumento en los próximos años, se dará sobre todo, gracias a la mejora de las conexiones que permitirán la expansión entre los países vecinos.



ARCHIVO

del plazo previsto, o nunca llega, las consecuencias pueden ser desastrosas para la tienda online, ya que probablemente pierda la confianza de sus clientes", añade Peñas. En Tourline también apuntan que "están trabajando para ofrecer más servicios a los clientes, así como en reducir los costes asociados a la distribución para ser competitivos en un sector muy dinámico y atomizado como el transporte". Desde Seur esperan seguir creciendo "por el camino por recorrer que existe en cuanto a los ratios de compra online del consumidor español frente al europeo, lo que supone una gran oportunidad a nivel de negocio". Según Salvador, "nuestra idea para seguir creciendo

pasa por la aportación de servicios de valor y por la planificación de la logística de forma conjunta con el distribuidor, que ha de entender que el transporte es una variable casi tan valiosa como el propio producto".

COMERCIO TRANSFRONTERIZO

Para asegurar que el potencial de crecimiento se convierta en real, la Comisión Europea ha puesto en marcha un estudio sobre la prestación de servicios transfronteriza, en un intento de eliminar los obstáculos que aún existen. Bruselas señala que la entrega es una de las cinco prioridades clave para impulsar el comercio electrónico en 2015. Se calcula que sólo el 9% de los consu-

midores de los 27 países de la Unión y el 18% de los minoristas hacen uso del comercio electrónico. Además, el fracaso en la entrega, los artículos dañados o perdidos y los altos costes de entrega también se encuentran entre las diez primeras preocupaciones de los consumidores.

En la actualidad el 57% de los minoristas considera la prestación transfronteriza un obstáculo y el 37% señala la cadena de suministro y la entrega como una de las principales barreras para entrar en un mercado. En este sentido, Bruselas está estudiando cómo darle impulso al sector y quiere facilitar este desarrollo simplificando tasas como el IVA y crear un sistema uniforme de pagos en línea. El 42% de las empresas encuestadas para hacer el estudio destacaron que las distintas regulaciones fiscales les supone una de las barreras más importantes al comercio.

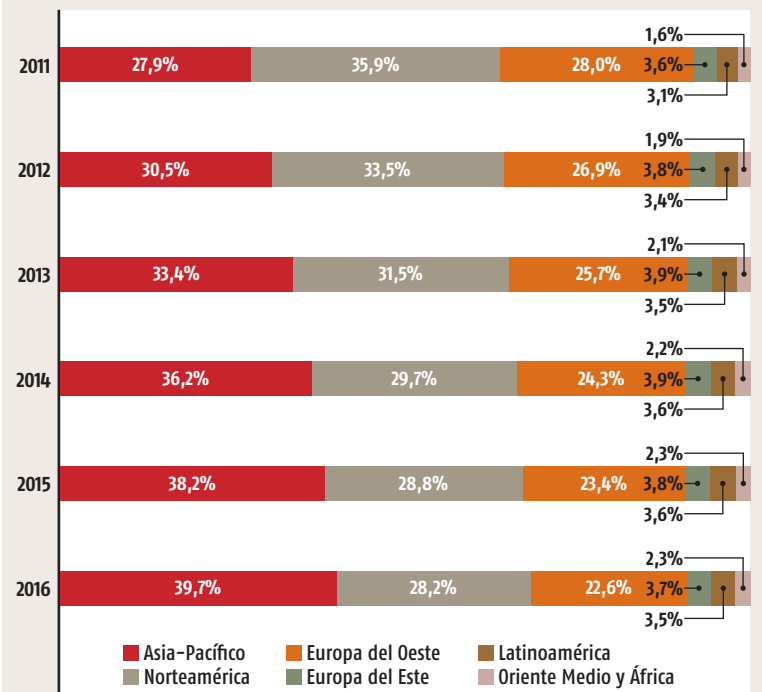
Por otra parte, los cambios en el consumo dentro del comercio electrónico también afecta a las empresas de paquetería. Según el estudio parece que se impone una lógica

El 42% de las empresas destacan que las distintas regulaciones fiscales entre países son una barrera importante al comercio

multicanal, donde se intercambian pautas que anteriormente se desconocían. Por ejemplo, comprar online y recoger en tienda, devolver online un pedido a una tienda, comprobar disponibilidad o hacer pre-reservas de productos. Esto afecta a la habilidad de las empresas paqueteras, que deberán responder a estos cambios con flexibilidad. Además, obtener una cadena de suministro flexible y ágil será vital para el sector del retail para sobrevivir si se confirma la tendencia multicanal.

En realidad, como apunta el estudio, no existe una tendencia unificada de expansión europea dentro del sector y cada empresa ha optado por seguir estrategias distintas. Para responder a las necesidades del mercado, en algunos países se están implementando centros de distribución automáticos porque aceleran el proceso de entrega y permiten acelerar el retorno de los productos. "Las empresas de transporte tendrán que adaptarse a las necesidades del e-commerce proponiendo soluciones específicas en función de lo que demande el sector", concluye Tipsa. ■

Evolución prevista de las ventas en comercio electrónico



FUENTE: Transport Intelligence

PALLEX

IBERIA

Especialistas en la distribución express de mercancía paletizada



SERVICIO 24H



ENTREGAS PROGRAMADAS



TODOS LOS FORMATOS



SERVICIO INTERNACIONAL



LOGÍSTICA INVERSA

www.pallex.es
info@pallex.es
917.964.500

Italia
Aunque no tiene tantos compradores como España, Francia o Alemania, tiene ventaja respecto a estos países por cantidad de dinero gastado por comprador. 1.700 millones de euros es lo que representa el comercio electrónico para el sector logístico. El 72% de los italianos pagó con tarjeta de crédito y el 15% con PayPal.

Países Bajos
El mercado holandés es fuerte gracias a la capacidad adquisitiva de los compradores y a que el 94% de los hogares del país tienen internet. Más de 8,5 millones de personas compraron en 22.000 tiendas online. El e-commerce en el país representa 600 millones de euros en la industria logística.

España
Con un potencial de crecimiento importante, en 2011 el comercio electrónico creció un 22%. El comercio electrónico representa 2.000 millones de euros para el sector logístico. Es uno de los pocos segmentos del mercado que crecen. Los españoles prefieren pagar con tarjetas de débito y Paypal.

Reino Unido
Es el mayor mercado y el más maduro de Europa. En 2012, el 20% de las compras online se realizaron a través de dispositivos móviles. El comercio por internet representó el 12% del total del país. El comercio electrónico para el sector logístico representa un total de 12.700 millones de euros.