



DOSSIER DE PRENSA

eDelivery Barcelona Expo & Congress 2019

Del 26 al 28 de junio de 2019
Pabellón 8, Recinto Montjuic-Plaza España de Fira de Barcelona

BARCELONA



Índice

- **Ficha Técnica** p. 3

- **eDelivery Barcelona 2019** p. 4-7
 - o eDelivery Barcelona Congress & Expo p. 4-5
 - o Los líderes del sector estarán presentes p. 5
 - o “Construyendo eCommerce Delivery”, título del eDelivery Barcelona Congress p. 5
 - o #TheRetailerClub, una firme apuesta por el Networking p. 6
 - o Startup Innovation Hub, la zona dedicada a las startups p. 6-7
 - o La Unión Postal Universal y Ecommerce Europe participarán en eDelivery Barcelona p. 7

- **Informe Económico** p. 8-16
 - o Un sector que representa el 2,1% del PIB p. 8
 - o El eCommerce facturó más de 30.000 millones de euros en España en 2017, un 26% más que el año anterior p. 8
 - o Un negocio que mueve 602.000 millones de € en Europa p. 8-9
 - o La logística para eCommerce crece un 20% anual p. 9-10
 - o El comercio electrónico transfronterizo supone el 22,8% p. 10
 - o Las compras on-line generan 110.000 entregas al día en Cataluña y el 23% de éstas son fallidas p. 10-11
 - o 8 de cada 10 compras on-line se entregan a la primera p. 11
 - o El eCommerce impulsó el crecimiento del 4% de las actividades de paquetería en 2017 p. 11-12
 - o En 3 años se han duplicado las compras a través del móvil p.12
 - o España es el segundo país europeo que más devoluciones hace después de sus compras on-line p. 12-13
 - o Los consumidores de moda por internet crecerán el 25% p.13
 - o Un 97% de las entregas de última milla son insostenibles sin automatización p. 13-14
 - o Los españoles apuestan por las entregas programadas p. 14-15
 - o El 40% de los paquetes se entregarán en un plazo de 2 horas en 2028 p. 15-16
 - o Barcelona, 5ª ciudad con mayor inversión tecnológica extranjera p. 15-16

- **El Organizador: El Consorci de la Zona Franca de Barcelona** p. 17-18

FICHA TÉCNICA eDelivery Barcelona 2019

Denominación:	eDelivery Barcelona Expo & Congress
Organizador:	Consorti ZF Internacional, S.A.U.
Lugar de celebración:	Recinto de Montjuic-Plaza España de Fira de Barcelona. Pabellón 8 Avda. Reina Maria Cristina s/n 08004 Barcelona
Carácter:	Profesional
Ámbito:	Internacional
Periodicidad:	Anual
Edición:	Tercera
Fechas:	Del 26 al 28 de junio de 2019
Horario Expositores	De 08:00h a 20:00h
Horario Visitantes:	Del 26 al 27 de Junio de 09:00h a 19:00h y el 28 de Junio de 09:00 a 18:00 h
Empresas participantes:	60
Sectores representados:	Logística Operaciones Nuevas tecnologías Software Soluciones de e-logistics Sistemas de manipulación Soluciones de pago y servicios de privacidad y legal Consultoría

eDelivery Barcelona Congress & Expo 2019

Los operadores logísticos y empresas de transporte urgente se han visto obligados a modificar su modelo de negocio y a adaptarse a los nuevos hábitos de compra con el auge del eCommerce, un sector que en 2017 superó los 30.000 millones de euros de facturación. El eCommerce está obligando a replantear las cadenas de suministro tradicionales y está generando una serie de retos y problemas a los que hay que dar respuesta. En este contexto se celebrará la tercera edición de **eDelivery Barcelona**, el gran evento que pondrá el foco de atención en la entrega y la logística como claves del éxito del eCommerce y la multicanalidad. Como ya sucedió en su anterior convocatoria **eDelivery Barcelona** unirá sinergias con la celebración del SIL 2019, la Feria Líder de la Logística, Transporte, Intralogística y Supply Chain de Sur de Europa, que este año se celebra conjuntamente con el Congreso Mundial de Zonas Francas y el InTrade Summit BCN.

Las crecientes demandas de los clientes están revolucionando la entrega de última milla en el comercio minorista. Los compradores de hoy en día exigen un nivel de control sin precedentes sobre cuándo, dónde y cómo comprarán y recibirán sus bienes y servicios. Sin embargo, ofrecer un servicio eficiente de entrega que sea tan cómodo, flexible y rápido como sus consumidores esperan es todo un desafío. Ahí es donde entran en juego la automatización del aprendizaje y la entrega. Las nuevas tecnologías están permitiendo operaciones más eficientes y automatizadas, desde el momento en que se realiza el pedido hasta el momento en que llega al cliente. Todas estas soluciones se podrán ver en eDelivery Barcelona 2019, del 26 al 28 de junio en el pabellón 8 del recinto Montjuic-Plaza España de Fira de Barcelona.

El incumplimiento en los plazos de entrega y la entrega de pedidos incorrectos son los dos principales problemas que señalan los clientes del eCommerce. Fallar en uno de estos dos aspectos puede significar la pérdida de un cliente, toda una fatalidad tratándose de un entorno tan competitivo. En la actualidad muchas empresas ofrecen diferentes tipos de servicios de transporte: envíos a domicilio, envíos en 24 horas, entregas en menos de 2 horas, entregas en tienda, recogida en puntos de conveniencia, casilleros con clave en estaciones y aeropuertos... Al mismo tiempo, sea cual sea el método de entrega, el cliente quiere estar informado en todo momento y durante todo el proceso del estado de pedido. Todo ello obliga a las empresas a conseguir un partner que ofrezca una experiencia de compra global por medio de la integración de los canales de comunicación y los canales logísticos.

El mejor escenario para encontrar las mejores soluciones que le ayuden a tener éxito en su estrategia multicanal o en su negocio ecommerce, donde al mismo tiempo se discutirán y debatirán los aspectos claves del sector será eDelivery Barcelona, que tendrá lugar del 26 al 28 de junio, en el pabellón 8 del recinto Montjuic-Plaza España de Fira Barcelona.

Los líderes del sector estarán presentes

eDelivery Barcelona contará con una zona de exposición que contará con la participación de empresas de logística, operaciones, nuevas tecnologías, software, soluciones de e-logistics, sistemas de manipulación, consultoría, soluciones de pago y servicios de privacidad y legal. Entre las empresas más destacadas que ya han confirmado su participación cabe destacar a **DHL, Correos, Paack, Celeritas Transporte y Logística, Grupo Actúa (BTS + Actúa), Scoobic, Ecoscooting, Global Farady, Vanderlande, Nektria, StrongPoint, B+ Equipment / Sealed Air, Rhenus Warehousing Solutions Europe, Deveryware, Bringg, Intermark, Atlas Delivery, Safybox, UTZ Group, Tromber, Acciona Facility Services, Duddle o Missionbox**, entre otras.

“Construyendo eCommerce Delivery”, título del eDelivery

Barcelona Congress

Del 26 al 28 de junio **eDelivery Barcelona** también acogerá un Congreso de primer nivel que contará, entre sus más de 50 speakers, con las voces más autorizadas del sector que nos acercarán casos de las empresas más exitosas en la implantación de su negocio digital como es el caso de **Chiquelle, Caprabo, Accenture, Condis, Kraving Kitchens, SKFK, Repack, PHP, Tendam, Zouyouti, Fruugo o Soy Comida Perfecta**.

Blanca Sorigué, Directora General de eDelivery Barcelona explica que *“eDelivery Barcelona Congress pondrá relieve especial en el futuro de las entregas en el eCommerce como factor determinante en la satisfacción de la experiencia de compra del consumidor”*. Sorigué añade que *“el programa de eDelivery Barcelona Congress será impresionante y contará con sesiones sobre innovación y últimas tendencias en entregas, última milla y operaciones, comercio transfronterizo, RetailTech, Fulfillment, inteligencia artificial y big data, vehículos autónomos, microhubs, smart cities, sostenibilidad, optimización...”*.

#The Retailer Club, una firme apuesta por el Networking

En **eDelivery Barcelona Expo & Congress** el **networking** y los contactos estarán más presentes que nunca. Por ello **eDelivery Barcelona** ha creado el **#The Retailer Club**, un espacio donde las empresas participantes del evento pondrán contactar con CEOs, COOs, CIOs, eCommerce Managers y Logistics & Supply Chain Managers de los principales Retailers y e-tailers a través de Speed Datings y Networking Lunch. Empresas como **Camper, IKEA, Bauhaus, Mercadona, Pepe Jeans, Condis, Caprabo, Viena, Oysho, Bodegas Torres, DeporVillage, Conforama, Camaloon, Fruugo, Promo Farma, Daba Nespresso, Refruiting, Pyrenées Andorra, Soy Todo Sin, Zooplus, Oteros, Koröshi, Krous, Pull & Bear, El Corte Inglés, Tendam, Com School, Limbix, Planeta Verd, Alice's Garden...** son sólo algunas de las empresas que forman parte de **#The Retailer Club**.

Startup Innovation Hub, la zona dedicada a las startups

eDelivery Barcelona contará por segundo año consecutivo con una zona de exposición dedicada a Startups, que este año incrementa un 30% su oferta respecto al año pasado. Se trata del **Startup Innovation Hub**, un espacio que presentará la oferta de empresas disruptivas con soluciones que impactan en la logística y Supply Chain del eCommerce. **Startup Innovation Hub**, que cuenta con la colaboración de **La Salle Technova**, permitirá a este tipo de empresas presentar sus soluciones creativas e innovadoras delante de corporaciones de todo el mundo, inversores y corporate ventures. También podrán mostrar sus proyectos innovadores en un Pitch de 5 minutos delante de clientes, proveedores, inversores, potenciales partners y, en general, una audiencia internacional especializada.

En la presente edición se ha lanzado una “call” a 700 startups internacionales a la que han respondido más de 65 startups, de las cuales se han seleccionado a 5 de ellas para participar gratuitamente en eDelivery Barcelona. Al mismo tiempo, éstas 5 startups también son las empresas finalistas que optarán a conseguir el Premio a la Mejor Startup de eDelivery Barcelona y que se entregará durante el acto de clausura de la Feria el viernes 28 de junio por la mañana. Las startups seleccionadas han sido las siguientes: **Original Repack, Stockagile, Mayordomo, Paymark Fast y Truck Parking Europe**.

Entre las Startups finalistas encontramos propuestas muy disruptivas e ingeniosas. **Original Repack** ofrece un servicio de packaging reutilizable y sostenible. **Stockagile** presenta un solución basada en la nube que optimiza, facilita y agiliza la gestión de la

cadena de suministro de las empresas de retail. **Mayordomo**, por su parte, dará a conocer su innovadora taquilla 3.0 que permite recibir cualquier cosa que necesites donde quieras, en tu oficina, edificio, apartamento... Por su parte, **Paymark Fast** presentará sus soluciones RFID para acelerar la transición hacia el IoT mediante etiquetas inteligentes pasivas adheridas en productos y mercancías. Por último, **Truck Parking Europe** mostrará su aplicación que ofrece a los conductores de camiones y a su carga un lugar seguro para descansar ya que les permite encontrar y reservar aparcamientos seguros.

La Unión Postal Universal y Ecommerce Europe participarán en eDelivery Barcelona

La Unión Postal Universal (UPU) y Ecommerce Europe colaborarán en el eDelivery Barcelona Congress 2019 por medio de una sesión completa sobre comercio electrónico transfronterizo entre Europa, África y Latinoamérica el día 26 de junio. Cabe resaltar que la UPU con sus 192 Estados miembros y sus administraciones postales nacionales, constituye la columna vertebral mundial para la entrega de envíos postales comerciales en todo el mundo, mientras que Ecommerce Europe, representa a través de sus 19 asociaciones nacionales de comercio electrónico a más de 85.000 empresas que venden productos y servicios online a los consumidores en Europa.

Para fomentar un mayor desarrollo y crecimiento en el comercio mundial, la UPU y Ecommerce Europe, a través del Comité Consultivo de la UPU, están fomentando el comercio digital al reunir el poder comercial de África y Latinoamérica con las plataformas minoristas digitales europeas. La UPU ha desarrollado soluciones sostenibles para la entrega transfronteriza de artículos comerciales. La recopilación local y las aplicaciones aduaneras necesarias se implementan para que los artículos comerciales pedidos a través de comercio electrónico se puedan entregar globalmente. El territorio postal único administrado y mantenido por la UPU y sus 192 Estados miembros garantiza que los artículos sean entregados a los consumidores finales por sus administraciones postales nacionales de todo el mundo.

Informe Económico

El presente informe se ha elaborado a partir de datos extraídos de prestigiosos estudios, informes y artículos que se han ido publicando a lo largo del año en distintos medios de comunicación.

Un sector que representa el 2,1% del PIB

Según el informe “Sociedad Digital en España en 2017” de la Fundación Telefónica, el sector del comercio electrónico contribuye en 2,1% al PIB, cifra que incluye empresas comerciales y la logística implicada en las entregas.

El eCommerce facturó más de 30.000 millones de euros en España en 2017, un 26% más que el año anterior

El sector del eCommerce está imparable. Si el año 2015 registró un volumen de negocio de los 20.013 millones de euros, en 2016 fue de 24.185 y en 2017 ha llegado a superar los 30.000 millones de euros de facturación, un 26% más que al año anterior, según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Además, en el primer trimestre de 2018 la facturación del eCommerce en España tuvo un incremento interanual del 32,8% quedándose a las puertas de los 9.000 millones de euros (8.974 millones de euros).

Esta cifra supone un 2,1% del Producto Interior Bruto español, una cifra importante pero que todavía se encuentra por debajo de los niveles de los países europeos como Gran Bretaña (7,2% del PIB), Dinamarca (4,9%) o Finlandia (3,9%). Las expectativas apuntan a que España seguirá los pasos de sus vecinos europeos y el volumen de facturación de comercio electrónico continuará creciendo, tal y como ha venido haciendo de manera constante en los últimos años. Especialmente si tenemos en cuenta que el gasto medio por comprador se ha incrementado también hasta alcanzar los 1.954 euros, según los datos del Observatorio Cetelem sobre eCommerce 2017.

Un negocio que mueve 602.000 millones de euros en Europa

Tras casi un lustro de fuertes ascensos, el comercio electrónico sigue manteniendo fuertes tasas de crecimiento en Europa, que le han llevado a elevarse un 11% en 2017 para alcanzar un volumen de negocios de 534.000 millones de euros y con vistas a que en este 2018 la subida llegará al 13% para una facturación prevista al cierre del ejercicio de 602.000 millones de euros.

Europa occidental copa, dada la mayor penetración de internet y el alto nivel de confianza de los consumidores en el canal on-line, un 68% de la facturación total del eCommerce, mientras que los países de Europa meridional, Europa septentrional y Europa del Este suman el 12%, el 8% y el 6%, respectivamente, del total del comercio electrónico europeo, aunque, sin embargo, tienen mayores tasas de crecimiento. Los principales mercados del eCommerce en Europa son por orden el Reino Unido, Francia y Alemania.

Por tipo de compra, un 36% de las adquisiciones se hacen en el segmento de ropa y productos deportivos, un 31% en viajes y otro tanto en software y medios de comunicación, un 26% en artículos de uso doméstico, otros 22% para entradas para eventos, un 14% comida y otra cantidad similar en equipos electrónicos, mientras que otro 8% se destina a medicamentos.

La logística para eCommerce crece un 20% anual

Los ingresos derivados de la prestación de servicios de almacenamiento, transporte y distribución vinculados a operaciones de eCommerce alcanzaron los 1.550 millones de euros en 2018, tras registrar incrementos del 18,2% y 19,2% en los dos últimos años. Son datos del último observatorio sectorial DBK de Informa, que indican que la favorable coyuntura económica y el incremento del comercio electrónico están impulsando el negocio de los operadores logísticos presentes en ese ámbito.

En esta línea, los autores del documento entienden que tanto el e-commerce como las actividades logísticas vinculadas seguirán registrando tasas de crecimiento elevadas, aunque limitadas por la progresiva desaceleración de la economía y la alta rivalidad en precio de los servicios. Así, esperan que el mercado de servicios logísticos para operaciones de comercio electrónico aumente alrededor del 15% anual entre 2019 y 2020, superando los 2.000 millones de euros.

El documento cifra en 38.000 millones de euros el volumen de negocio generado por el e-commerce entre empresas y particulares (B2C) en el último año, lo que representa un aumento del 20% anual en el bienio 2017-2018. “El número de compradores online sigue aumentando notablemente, en paralelo a la consolidación de la confianza de los consumidores en las tiendas virtuales y en los medios de pago. Además, las empresas siguen apostando por el desarrollo y mejora de sus plataformas de venta electrónica,

así como por la incorporación de ventajas adicionales para los compradores”, señalan los expertos.

El comercio electrónico transfronterizo supone el 22,8%

El comercio cross border es una realidad y cada vez lo será más. La globalización y las nuevas tecnologías, unido al hecho de que los consumidores buscan los mejores precios, una mayor diversidad de productos o simplemente la novedad, está favoreciendo que cada vez sea más habitual la tendencia a comprar productos on line fuera de las fronteras.

Los datos corroboran estas tendencias. El mercado online transfronterizo en Europa representó una facturación de 95.000 millones de euros en 2018. Esto corresponde a una participación del 22,8% del total del ecommerce. Las 500 empresas más importante que actualmente se considera que realizan comercio electrónico generan 36.000 millones de euros. Estas son las principales conclusiones de la primera edición del estudio 'Top 500 Cross-Border Retail Europe' de Cross-Border Commerce Europe

Las compras online generan 110.000 entregas al día en Cataluña y el 23% de éstas son fallidas

El eCommerce crece a un ritmo anual del 25% y actualmente ya genera 110.000 entregas diarias de paquetes en Cataluña. Esta es la principal conclusión que se extrae de un estudio sobre comercio online que ha realizado el Departamento de Comercio de la Generalitat de Cataluña. Se calcula que este año se producirán 53 millones de compras en Cataluña -sólo productos físicos-, un proceso de compra que tiene consecuencias en la movilidad puesto que el 73% de las adquisiciones se entregan a domicilio.

Solamente en Cataluña el eCommerce es la causa de 39 millones de desplazamientos al año, de los cuales un 23% puede considerarse fallidos (un 15,2% requieren una segunda visita y un 8,2% son devoluciones).

Este informe destaca que si bien 3 de cada 4 paquetes se entregan en el domicilio, el 12% se entregan en oficinas y el 15% en alguna modalidad de punto de recogida (6,2% en la misma tienda donde se compró, 8,7% en puntos de recogida y 0,2% en el bar/comercio de confianza). Este estudio apunta a un crecimiento del 21,7% en las

ventas del eCommerce en Cataluña de cara al año 2019, donde prevé que se realicen 64 millones de compras.

Según este informe los ciudadanos realizan 17,8 compras de media al año. Por franjas de edad los que más compran son los que tienen entre 35 y 44 años (19,2 compras de media al año), seguidos de la franja comprendida entre los 45 y los 54 años (17,9 compras anuales).

8 de cada 10 compras electrónicas se entregan en el primer intento

La logística y la entrega siguen siendo factores fundamentales para el éxito del comercio electrónico. En España, casi 8 de cada 10 entregas se realizan en el primer intento previsto. Sin embargo, la ausencia del destinatario es el principal problema con el que se enfrentan las compañías de comercio electrónico, según una nueva edición del Estudio sobre Logística del eCommerce y Marketplaces que realiza anualmente la plataforma Packlink.

De hecho, en casi 6 de cada 10 incidencias en las que no es posible la entrega el pedido se debe a que no está localizable el destinatario. La siguiente causa (con el 36% de las incidencias) se debe a retraso en la entrega, que está totalmente ligado al hecho de no poder localizar al destinatario. El resto de causas que tienen un porcentaje de dos cifras son la existencia de daños en el producto, dirección incorrecta o incompleta o problemas en la aduana, entre otros. Eso sí, cabe destacar que en ningún caso se produce por el hecho de que el producto entregado no se corresponda con la descripción de la página web.

El informe también pone de relieve que el 36% de los eCommerce suelen tener confianza en dos operadores logísticos para entregar sus pedidos, aunque el 26% trabaja solo con uno. El 21% llega a trabajar con más de tres operadores logísticos.

El eCommerce impulsó el crecimiento del 4% de las actividades de paquetería en 2017

En 2017 continuó al alza la tendencia al alza de la facturación de servicios de mensajería y paquetería, contabilizando un crecimiento del 4,3% hasta los 6.700 millones de euros, según datos del Observatorio Sectorial DBK de Informa.

Este crecimiento se sustentó en la expansión del consumo privado, la positiva evolución de la actividad productiva en el sector industrial y la aceleración del crecimiento de las operaciones del comercio exterior. La actividad sectorial también se vio impulsada por el notable aumento de las transacciones de comercio electrónico.

En tres años se han duplicado las compras de eCommerce a través del móvil

Un 38% de las compras de comercio electrónico en España se realizan a través del móvil, especialmente a diario a partir de las ocho de la tarde y los fines de semana.

Desde 2015 el número de usuarios de comercio electrónico en España que realizan sus pedidos a través de sus móviles se ha duplicado, para situarse en el 38%, frente al 18% que alcanzaba hace tres años. Así mismo, esta tendencia parece que seguirá viviendo un fuerte impulso en el corto plazo, toda vez que, según el estudio de tendencias 'Consumer Life 2018' de la consultora GfK, personas de 20 a 44 años los que más utilizan su teléfonos inteligentes para comprar on-line.

De igual modo, también parece que se va imponiendo el uso de asistentes virtuales. En este sentido, un 30 % de los internautas consultados declararon haber usado asistentes virtuales como Siri, Alexa, Google Assistant o Cortana en los últimos 30 días. El perfil de los usuarios que más utilizan estos servicios son hombres, entre 20 y 29 años, y empleados a tiempo completo.

España es el segundo país europeo que más devoluciones hace después de sus compras online

Los españoles devuelven el 5,43% de los productos tras sus compras on-line y eso le convierte en el segundo país europeo que más devoluciones realiza en marketplaces, solo por detrás de Alemania, que registra una tasa de devolución de un 6,29 por 100. Así lo confirman los datos del último estudio realizado por Idealo, en el que también se destaca que el 41% de los consumidores españoles comprueba minuciosamente la política de devoluciones de un sitio de comercio electrónico antes de decidir si compra o no.

Entre las categorías de artículos que los consumidores españoles más devuelven, se encuentran los de electrónica, dado que 1 de cada 3 productos devueltos pertenece a

esta categoría (33,29%), algo muy lógico teniendo en cuenta que también son los productos más demandados (40,66%). En segunda posición se encuentran los artículos de moda y accesorios (22,71%), a pesar de que su demanda se sitúa en el 11,27%.

La tercera categoría de productos más devueltos es la de productos para familia y niños, tales como artículos para recién nacidos, con un 12,78%, a pesar de que su demanda solo supone el 2,1%. Curioso es el caso de los juguetes, que ocupan la segunda posición en cuanto a demanda (20,86%) pero su ratio de devolución es muy bajo (3,33%).

Los consumidores que compran moda en internet crecerán el 25% en 2020

El número actual de ventas de moda online se sitúa en el 20% del total, pero en el año 2020 alcanzará el 25%, según el informe elaborado por BCG y Zalando Marketins Services entre 90 marcas internacionales de moda.

Las ventas online de las compañías de moda están creciendo tres veces más que la actividad comercial en las tiendas físicas, y no se aprecian indicios de que la tendencia se vaya a ralentizar en un futuro. Además, el estudio señala la diferencia entre las expectativas del consumidor online respecto a la tienda física y el ecommerce, ya que en el entorno online los clientes buscan que cada interacción con la marca se realice en tiempo real, esté personalizada y se relevante para sus necesidades.

Actualmente, la diferencia de ventas entre los canales digitales propios y las plataformas sectoriales son reducidas, pero de cara a 2020 la mayor parte de los ingresos procederá de las plataformas. De hecho, las ventas llevadas a cabo en marketplaces está creciendo un 12% anual, frente a las tiendas online de las compañías que crece un tercio menos.

En este sentido, el informe señala la tendencia de las empresas que teniendo sólidos negocios de ecommerce están abriendo cada vez más tiendas propias en plataformas, donde generan hasta dos tercios de sus ventas online.

Un 97% de las entregas de última milla son insostenibles si no se automatizan

Un 97% de las empresas cree que los actuales modelos de reparto de última milla no son sostenibles si se implantan a gran escala geográfica y que la política de envío

gratuito no puede mantenerse a menos que los costes de entrega se reduzcan mediante su automatización, según señala un reciente informe elaborado por Capgemini.

En el estudio se estima que el almacenamiento y clasificación de productos suponen un tercio de los costes de la cadena logística, por lo que la automatización de los procesos constituye una oportunidad significativa. En este sentido, el 89% de las empresas reconoce esta oportunidad y está invirtiendo en la mecanización y la automatización de sus almacenes para agilizar la preparación de pedidos y la entrega.

Capgemini calcula que las empresas cargan actualmente a los clientes solo el 80% del coste total de envío y que las tareas de reparto son la parte más costosa de la cadena de suministro. Así pues, el 97% de las organizaciones cree que los modelos actuales de logística urbana no son sostenibles para la implantación a gran escala en un gran número de localidades, toda vez que solo el 1% de los clientes está dispuesto a absorber el coste total del envío.

Los españoles apuestan por las entregas programadas

En el segundo semestre de 2018, el 44,5% de los internautas españoles realizó algún pedido por Internet. Este tipo de compras se extienden cada vez más entre los consumidores, que esperan recibir su pedido en el menor tiempo posible. Una de las mayores quejas respecto a los servicios de mensajería es la inexactitud respecto a los tiempos de entrega, lo que obliga al comprador a quedarse esperando todo el día. Por ello, cada vez son más los que prefieren solicitar entregas programadas, según recoge un estudio de Stuart sobre el comportamiento del consumidor on-line en España.

Este tipo de envíos programables tienen una mayor demanda por las mañanas, concretamente de 08:00 a 10:30, aunque el domingo la franja llega prácticamente hasta las 12:00. Precisamente el último día de la semana es cuando más se solicitan estos servicios, siendo la opción elegida por un 74% de los compradores, aunque el 72% también realiza estos pedidos en viernes y sábado, y un 70% los martes y miércoles.

A este respecto, conviene señalar que el porcentaje de entregas programadas en Barcelona prácticamente se ha duplicado en 2018, pasando del 10% al 19%, aunque en Madrid es más elevado, habiendo pasado del 17% al 24%.

Para los españoles, es especialmente importante poder recibir cuanto antes los pedidos realizados por las tardes y por las noches, y aunque se decantan por envíos inmediatos

prácticamente durante toda la semana, en las tardes del sábado y domingo el porcentaje supera el 90%, e incluso el 96% a partir de las 20:00.

El 40% de los paquetes se entregarán en un plazo de dos horas en 2028

Un estudio de Zebra Technologies Corporation revela que el 78% de las compañías de logística espera entregar los pedidos el mismo día de cara a 2030 y el 40% anticipa la entrega en un plazo de dos horas para el año 2028. Además, el 87% de los encuestados pretende externalizar las entregas o utilizar una red de conductores que eligen completar un pedido específico para 2028.

Por otra parte, el documento señala que el 76% de los minoristas encuestados usa el inventario de la tienda para completar los pedidos online, y el 86% planea implementar la compra online con recogida en tienda el próximo año. En este sentido, los retailers están invirtiendo en la modernización de las tiendas para funcionar como centros de pedido online y reduciendo el espacio de venta para acomodar las devoluciones y recogidas del comercio electrónico.

Asimismo, el 87% de los encuestados comentan que aceptar y administrar los productos devueltos es un desafío. A este respecto coinciden en destacar que el aumento en la entrega gratuita y rápida se corresponde con un aumento en las devoluciones, una costosa preocupación que los minoristas luchan por administrar eficientemente a través de diferentes modelos de compra. Por ello, siete de cada diez ejecutivos encuestados están de acuerdo en que cada vez más comercios minoristas convertirán las tiendas en centros que se ajusten perfectamente a las devoluciones. Más del 60% que actualmente no ofrece envíos o devoluciones gratuitos planea realizar entregas en el mismo día, mientras que el 44% subcontratará la gestión de devoluciones a un tercero.

Barcelona es la quinta ciudad europea con mayor inversión extranjera del sector tecnológico

Barcelona se sitúa como la quinta ciudad europea con mayor atracción de inversión extranjera del sector tecnológico, con una inversión de capital riesgo de 204 millones de euros en 2018, según los datos publicados por London & Partner y PitchBook.

El ranking está liderado por Londres (dos billones de euros), seguida de Berlín (1.047 millones), París (891 millones) y Estocolmo (250 millones), por lo que la ciudad catalana es la primera de la lista que no es una capital de Estado. En el top 10, a Barcelona le siguen Amsterdam (182 millones), Zurich (175 millones), Copenhagen (124 millones), Dublin (116 millones) y Cambridge (108 millones).

Los datos publicados por London & Partner y PitchBook también revelan que España fue el quinto país europeo en inversión de capital riesgo en 2018, con 307 millones de euros. En este sentido, los países europeos que reciben más inversión, por delante de España, son Reino Unido (2.784 millones), Alemania (1.543 millones), Francia (1.151 millones) y Suiza (594 millones).

EL ORGANIZADOR: EL CONSORCI DE LA ZONA FRANCA DE BARCELONA

El Consorci de la Zona Franca de Barcelona (CZFB), primer consorcio instituido en España (1916), es una entidad pública de dinamización económica, que opera principalmente en el área metropolitana de Barcelona.

Su actividad principal es gestionar el Polígono Industrial de la Zona Franca y de su Zona Franca Aduanera, así como administrar sus activos y favorecer la proyección internacional de Barcelona, Cataluña y España en los sectores ferial, logístico e inmobiliario. Para ello, dispone de más de 12.000.000 m² de suelo industrial y urbano, en distintas fases de realización.

Su misión corporativa es propiciar el progreso social y la creación de empleo, a partir de la implantación industrial y logística, el desarrollo empresarial y de escenarios para la actividad económica, y la transferencia tecnológica. En cada ciclo histórico ha contribuido al crecimiento económico y social con iniciativas pioneras.

Los organismos rectores de la entidad están formados por representantes de las principales entidades del ámbito económico de Barcelona, representantes del Ayuntamiento de Barcelona y del Gobierno de España: las decisiones plenarios son un reflejo de su espíritu de concertación público-privada.

El Consorci de la Zona Franca tiene un protagonismo destacado en el potencial económico de la ciudad de Barcelona y su área metropolitana.

La capital catalana es el núcleo de la región metropolitana: 2.500 km², cerca de 5.000.000 de habitantes, el 10% de la población española. Su dinámica y diversificada economía genera el 19% del PIB y de las exportaciones españolas (Barcelona en cifras).

Como plataforma de aterrizaje empresarial de dicha conurbación, el Consorci gestiona el gran Polígono Industrial de la Zona Franca, con 4.700.000 m² y casi 150 empresas instaladas: una plataforma productiva global, cuyas naves industriales y logísticas cuentan con una conectividad privilegiada, gracias a su fácil acceso al puerto, el aeropuerto, los enlaces viarios internacionales y a la principal estación ferroviaria de mercancías.

Además, el Consorci es un promotor inmobiliario público con fuerte protagonismo en el área barcelonesa, donde desarrolla oficinas y edificios singulares, que generan riqueza y actividad empresarial; y regenera zonas urbanas para mejorar el urbanismo y la calidad de vida de sus habitantes.

Creadora de espacios para la economía productiva y la transferencia tecnológica, dentro y fuera de la ciudad de Barcelona, también refuerza la proyección de la economía local mediante eventos empresariales internacionales punteros, como la inmobiliaria BMP -Feria Inmobiliaria Internacional y Symposium Barcelona Meeting Point-, o las logísticas SIL -Feria Líder de Logística, Transporte, Intralogística y Supply Chain del Sur de Europa-, y eDelivery Barcelona Expo & Congress -Feria Internacional de la Entrega, Logística y Última Milla en el eCommerce-.

Contacto

Para más información de Prensa y Comunicación:

Lluís López Yuste y Marieta Cavero

Departamento de Comunicación y Prensa

Tel: 932638150

comunicacionsil@elconsorci.es