

EL SECTOR LOGÍSTICO, ¿A PUNTO DEL COLAPSO?

El incremento de las ventas 'online' comporta la necesidad de más espacios logísticos, más distribuidores y más personal de entrega, con consecuencias inevitables.

Por DANIEL VIDAL y LAURA MARÍN



Se están convirtiendo los centros comerciales en vestigios del pasado? "En enero de este año, un fétido, húmedo y denostado centro comercial llamado The Postings, en Kirkcaldy, Escocia, fue subastado por un precio de salida de una libra esterlina. La cadena británica estimó que 200 centros comerciales en el Reino Unido estaban a punto de desaparecer", cuentan desde *Icon Design*. En Estados Unidos, la imagen no es mucho mejor: "los centros comerciales abandonados son el monumento más representativo y más deprimente a las tribus desaparecidas que una vez adoraron los pasillos y las cajas registradoras"; y según un estudio de la consultora CBRE, una cuarta parte de los centros comerciales que existe actualmente en el país cerrará en los próximos cinco años.

¿La causa? Los cambios de hábitos de los *millennials* y las generaciones posteriores. Como bien recuerdan desde *Magnet*, los más jóvenes ya prefieren comprar por Internet. "La vieja obsesión por los suburbios y casitas unifamiliares, además, parece estar desapareciendo, y ahora los profesionales jóvenes prefieren vivir en entornos más urbanos y amigables al peatón. El *mall* –como se conoce en Estados Unidos a los centros comerciales–, en esta historia, es un dinosaurio y las bancarrotas constantes de cadenas como Sears o JC Penney son una señal clara que van camino de la extinción".

En España quizás este proceso no será tan rápido, pero va por el mismo camino. Como apunta la profesora de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, Inma Rodríguez-Ardura, "los hábitos de los consumidores españoles cambian" y, aunque "se valora la calidad del servicio, también se busca la máxima comodidad y flexibilidad en las compras". En definitiva, prefieren tener la opción de comprar en varios canales y dispositivos. ¿El re-

sultado? El mercado del *ecommerce* en España superó los 40.000 millones de euros en facturación en 2018, según datos de CNMCDATA.

DEMANDA DE ESPACIOS

El incremento de las ventas online va acompañado, inevitablemente, de un aumento de empresas que venden por este canal y, en consecuencia, de la necesidad de más espacios logísticos, más distribuidores y más personal de entrega. ¿Están las ciudades capacitadas para asumirlo? En un momento de cambio, la respuesta a esa pregunta aún es incierta, pero sí empiezan a notarse ciertos síntomas de una necesidad imperiosa de poner orden en el desarrollo del sector. Para empezar, en la gestión de los espacios logísticos. Solo en Barcelona en 2018 se contrataron 665.000 metros cuadrados, una cifra récord que significa un incremento del 44,3% respecto a 2017. En este contexto, el profesor de Estudios de Economía y Empresa de la UOC, Xavier Budet, asegura que "la celeridad es un factor clave de las cadenas de suministros actuales y, por este motivo, los operadores logísticos se van situando cada vez más cerca de sus clientes".

No obstante, desde la Asociación de Promotores de Cataluña y la consultora inmobiliaria Forcadell alertan de la "poca disponibilidad de naves industriales en los lugares donde la demanda es más elevada", como son Barcelona y Madrid. "Si el crecimiento de las compras *online* continúa al ritmo de los últimos años, llegaremos a un punto en el que no habrá suficiente espacio urbano y se producirá un colapso de los pedidos", asegura el también profesor de la UOC, Josep Maria Català.

Esa falta de espacios dentro de las capitales hace que las empresas busquen instalarse en poblaciones cercanas, con buenos accesos por carretera a las grandes urbes. Pero eso no soluciona el problema, solo lo traslada.

"Seguimos con preocupación y atención la implantación del nuevo centro logístico de Amazon en la zona de Can Llovateras de Barberà del Vallès", aseguraba hace unos meses el alcalde de Sabadell, Maties Serracant.

Y es que Amazon prevé instalar el segundo centro logístico más grande de Cataluña entre Sabadell y Barberà. Las obras avanzan rápido, pero también la preocupación en los municipios por sus consecuencias en el incremento del tráfico. Afirman que las obras del nuevo centro logístico se están haciendo "sin estudio de movilidad, ni el informe obligatorio de la Dirección General de Carreteras". Además, acusan de "no respetar los criterios del Plan Territorial Metropolitano de Barcelona de 2010". ¿Cómo se puede realizar una buena gestión de distribución sin polígonos y espacios adaptados a las nuevas necesidades que presentan esos grandes centros logísticos?

DISTRIBUCIÓN Y ENTREGA

Sabadell no es el único municipio del estado que se encuentra con estos problemas. Pero esa no es la única dificultad que pone sobre la mesa el incremento de las ventas *online*: el propio tráfico urbano y los accidentes en vías urbanas se han incrementado. En 2012 hubo 19 víctimas mortales en bicicleta y 119 en motos. En 2017 los accidentes en bici habían subido a 29 y los de motos a 131, según cifras del Observatorio Nacional de Seguridad Vial.

Pero no solo los vehículos de dos ruedas. El número de accidentes de furgonetas ha crecido un 55% entre 2012 y 2017, incremento que se hace aún mayor en autovías y autopistas. ¿Por qué sucede eso? Entre otros motivos, porque sus conductores son víctimas de mucha presión para repartir más en menos tiempo y por menos dinero.

Emilio Cardero, secretario de

SOLO EN BARCELONA EN 2018 SE CONTRATARON 665.000 METROS CUADRADOS, UNA CIFRA RÉCORD QUE SIGNIFICA UN INCREMENTO DEL 44,3% RESPECTO A 2017.



Transporte de FeSMC-UGT, fue muy directo a la hora de resumir la situación en su declaración a los medios: "Tenemos un desmadre que no hay quien se aclare". Y ese "desmadre" lo provoca el alto índice de personas dedicadas al reparto informal, ya sea con plataformas como Amazon, haciendo mudanzas en negro o llevando de puerta a puerta los objetos que el cliente compra cómodamente a través de una *app*. Mu-

chos de ellos, para poder ganarse un poco bien el sueldo, "conducen desquiciados" para realizar el mayor número de entregas posibles, asegura Francisco Valencia, director general de la Fundación Línea Directa.

Junto con las furgonetas, los "vulnerables" son la otra gran preocupación de la DGT. Este colectivo incluye a todos aquellos que circulan a pie, en metro o a dos ruedas, es decir, peatones,

ciclistas y motoristas. Ahí surgen algunas dudas, ¿está permitido hacer esto? ¿Repartir a pie y en metro? La respuesta es no. Tanto en Glovo, Deliveroo y Uber Eats insisten: a la hora de darse de alta, uno tiene que contar con su moto o su bicicleta. Incluso hay quien lo hace en coche, según lo que cuentan las diferentes fuentes consultadas. "Son trabajadores autónomos que trabajan con sus propios medios", responden desde Glovo en declaraciones a *El Confidencial*.

RESTRICCIÓN A LA CIRCULACIÓN

Y en toda esa ecuación aparece un nuevo factor: el cierre o restricción de la circulación que empiezan a realizar muchas ciudades. "Se necesitará buscar alternativas más respetuosas con el medio ambiente, como los vehículos eléctricos u otros medios de transporte como el patinete o el impulso de la bicicleta", remarca el profesor de Estudios de Economía y Empresa de la UOC, Xavier Budet. Su colega, Josep Maria Català, coincide y añade que en un futuro también se podrá optar por el "uso de drones", aunque la legislación actual aún no lo permite en muchos lugares.

Mientras, veremos, cada vez más, "colaboraciones entre diferentes empresas para consolidar y compartir infraestructuras y vehículos para hacer las entregas", enfatiza Budet. También muchas compañías empezarán a utilizar de manera recurrente las *dark stores* -locales en centros urbanos no abiertos al público que se utilizan para preparar y expedir pedidos-, los centros temporales o *pop-up*, o las entregas colaborativas, en las que serán los particulares los que acabarán entregando el producto al cliente.

Por otro lado, los profesores alertan que las restricciones de los centros urbanos y la congestión

LAS EMPRESAS INVESTIGAN SOLUCIONES ALTERNATIVAS: UPS, CON SUS DRONES HORSEFLY QUE SALEN DE FURGONETAS, O ROBOTS DE SEIS RUEDAS DE STARSHIP.

EL NÚMERO DE ACCIDENTES HA CRECIDO –EN BICIS, MOTOS Y FURGONETAS– POR LA PRESIÓN PARA REPARTIR MÁS EN MENOS TIEMPO Y POR MENOS DINERO.

del tráfico harán aumentar los puntos de recogida alternativos. “Las taquillas de recogida permiten entregar más paquetes en menos tiempo”, explica Català. Para él, esta es “la solución que conviene a todo el mundo, ya que mientras que las empresas optimizan los costes y rutas, los usuarios no tienen que estar pendientes del momento en los que se les entrega el producto porque podrán recogerlo cuando salgan del trabajo”.

LA ‘DATA’ COMO SOLUCIÓN

Hace tiempo que las empresas trabajan e investigan soluciones de reparto alternativas: quizás el más conocido es Amazon y su reparto con drones, herramienta que también están probando empresas de transporte consolidadas como DHL o UPS, con sus drones Horsefly –que salen de la propia furgoneta del repartidor–, los Wings de Alphabet, o los robots de seis ruedas que comenzó a testear Tesla Metro Group junto a Starship Technologies.

Pero más allá de poner nuevos dispositivos en la calle, la solución a la falta de espacio logístico y a la distribución y entrega de las compras realizadas por Internet vendrá de la mano del uso de los datos masivos. “Un buen análisis de esa información permitiría la especialización de los almacenes según el barrio donde estén y factores como la renta per cápita, el volumen de compra, el tiempo de reposición o los productos más demandados por zona, hora y tipo de comprador”, asegura el profesor de Estudios de Economía y Empresa de la UOC, Josep María Català. ■

Daniel Vidal es abogado especialista en Derecho de Nuevas Tecnologías y Laura Marín es consultora en comunicación especializada en estrategia y contenido digital.

CIFRAS DE LA LOGÍSTICA

Los servicios de almacenamiento, transporte y distribución vinculados a operaciones comerciales en Internet no dejan de crecer. Así, según el Observatorio Sectorial DBK de Informa, en 2018 se situó en 1.550 millones de euros, después de registrar incrementos del 18,2% y 19,2% en los dos últimos años.

El progresivo trasvase de clientes de los canales tradicionales hacia el canal *online*, sumado a la favorable coyuntura económica de los últimos años, está provocando que el comercio electrónico registre altas tasas de crecimiento. Además, las empresas siguen apostando por el desarrollo y mejora de sus plataformas de venta *online*, así como por la incorporación de ventajas adicionales para los compradores de este canal. En este contexto, el volumen de negocio generado aumenta por encima del 20% anual entre 2017 y 2018, situándose en torno a los 38.000 millones de euros en este último año.

Según el estudio, el comercio electrónico y 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, se prevé que el mercado de servicios logísticos para operaciones de comercio electrónico aumentará en el período 2019-2020 alrededor del 15% anual, superando ya los 2.000 millones de euros.

¿POR QUÉ FRACASA LA MAYORÍA DE ‘ECOMMERCE’?

No es tan fácil crear un *ecommerce* rentable. Algunos estudios apuntan que el 80% de las tiendas digitales no superan los tres años de vida. ¿Por qué? Principalmente porque si el cliente sufre una mala experiencia, no solo no va a volver a comprar en el sitio, y además va a convencer a sus familiares y conocidos para que tampoco lo hagan nunca.

Antes que eso suceda, es importante que el empresario detrás del *ecommerce* entienda que gestionar un comercio electrónico no se parece a operar un comercio convencional. La diferencia más importante radica en la logística y, en este contexto, ser conscientes que no incluye solo el transporte final, eso que llamamos la “última milla”, sino también la recepción y el manejo del *stock* de los productos, la preparación del pedido, el envío y, en caso de ser necesario, la devolución y el cambio. Todo eso debe funcionar perfectamente engranado para que la experiencia de compra del usuario sea la mejor.

LOS EXPERTOS ALERTAN QUE LAS RESTRICCIONES DE LOS CENTROS URBANOS Y LA CONGESTIÓN DEL TRÁFICO HARÁN AUMENTAR LOS PUNTOS DE RECOGIDA.