

## **El 31% del e-commerce hace uso de los puntos de conveniencia, según TIPSA**

**El 31% de los comercios electrónicos españoles incluye los puntos de conveniencia entre las opciones que ofrece a sus clientes, lo que supone un crecimiento interanual del 93,7% (16% en abril de 2018), según revela una encuesta de la empresa de transporte urgente TIPSA sobre el peso de la logística en el e-commerce. Paralelamente, un 89% de los comercios sondeados permiten a sus clientes escoger la entrega a domicilio y un 39% contempla la recogida en las instalaciones de la empresa de transporte**

El 31% de los comercios electrónicos españoles incluye los puntos de conveniencia entre las opciones que ofrece a sus clientes, lo que supone un crecimiento interanual del 93,7% (16% en abril de 2018), según revela una encuesta de la empresa de transporte urgente TIPSA sobre el peso de la logística en el e-commerce.

Paralelamente, un 89% de los comercios sondeados permiten a sus clientes escoger la entrega a domicilio y un 39% contempla la recogida en las instalaciones de la empresa de transporte.

Por lo que se refiere a la logística inversa, el modelo que más ofrecen los comercios electrónicos es el de la devolución desde el domicilio (69%), seguido de la devolución en las instalaciones de la empresa de transporte (44%), en un punto de conveniencia (21%) y en el propio e-commerce (15%).

En este sentido, cabe destacar que el uso de los puntos de conveniencia para devolver un producto aumenta un 90,9% frente al mismo dato de 2018 (11% en abril de 2018).

Pese al crecimiento de los puntos de conveniencia, tan solo un 25% de los encuestados considera que este modelo sea “muy importante” para su negocio, frente al 70% que opina lo mismo de la tradicional entrega domiciliaria.

El director general de TIPSA, Antonio Fueyo, ha destacado la evolución de puntos de conveniencia, señalando que “son, con diferencia, el modelo de entrega que más está creciendo en nuestro país”. Lo que, a juicio del directivo de TIPSA, responde a “la adaptabilidad, comodidad y sostenibilidad” que los puntos de conveniencia aportan tanto a e-commerce como a destinatarios.

### **Perfil de los encuestados**

Un 77% de los participantes en el estudio vende exclusivamente online, mientras que el 23% restante combina la tienda física con el comercio electrónico. Un 87% prioriza la venta minorista, un 10% son negocios de venta mayorista y un 3% se centra en otros modelos de venta.

Así mismo, un 74% vende solo en España, un 21% da servicio a otros países de la Unión Europea y un 5% no tiene restricciones geográficas. Finalmente, un 54% realiza menos de 500 envíos al mes, mientras que un 27% gestiona entre 500 y 1.000 envíos mensuales y un 19% supera el millar de envíos.

**Datos de contacto:**

Cristóbal Ripoll Santandreu  
Prensa TIPSA [premsa@tip-sa.com](mailto:premsa@tip-sa.com)  
627837110

Nota de prensa publicada en: [San Fernando de Henares](#)

Categorías: [Nacional](#) [Logística](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>