

El plazo de entrega del servicio del e-commerce se ha reducido de 8 a 5 días en 3 años

España ha tenido un crecimiento del e-commerce con porcentajes superiores al 10% al año

EAE Business School (www.eae.es) presenta el informe, El impacto del E-Commerce en la gestión de la cadena de suministro global, en el que se analiza cómo el e-commerce ha transformado todas las cadenas de suministro globales, a un ritmo acelerado, planteando una nueva realidad de máxima exigencia para los competidores en la que conceptos como “pedidos uno a uno”, “elasticidad” o “que el cliente repita” gobiernan este nuevo marco competitivo. Para ello, se ha centrado en el análisis de cuatro ejemplos representativos de comercio on-line: Amazon, Zara, Ikea y El Corte Inglés.

De este estudio de EAE se extrae que en 2014 el tiempo medio de servicio del e-commerce era de 8 días desde el pedido hasta la entrega y, en 2017, este tiempo se ha reducido a una media de 5 días, apareciendo incluso el “same-day delivery”. Sin embargo, el 30 % de las entregas a domicilio resultan fallidas, normalmente, porque el cliente se encuentra ausente, por lo que puede llegar a afectar a la calidad y (caducidad) del producto y a aumentar el número de incidencias (llamadas, reclamaciones, devoluciones, etc).

En este sentido, la entrega en diversas franjas horarias y los puntos de conveniencia se van a convertir en los grandes aliados logísticos de la venta online. En el caso de eFood, la mejor solución son las entregas a domicilio de alimentación en las franjas horarias de dos horas, pero requiere asumir unos costes adicionales con el proveedor logístico y no todos los operadores están preparados para ofrecerlas y cumplirlas.

Según el informe de EAE, el 39,7 % de los españoles compra a través de internet al menos una vez al mes; el 24% lo ha hecho hace más de un mes y menos de tres; el 22,9% hace más de tres meses y menos de un año; y un 13,4 % hace más de un año. En los últimos 5 años, España ha tenido un crecimiento exponencial del e-commerce que se sitúa en porcentajes superiores al 10% cada año. La mitad de la población con acceso a internet compra algún bien o servicio a través de la red. En este sentido, España es el 5º país en el ranking de consumo de e-commerce, pero ocupa el puesto 18 en cuanto a eficacia logística.

Por comunidades autónomas, los aragoneses compran por Internet con mayor asiduidad (el 52,8% lo ha hecho en el último mes). En segundo lugar, aparecen los asturianos, con un 47% que ha realizado compras online hace menos de un mes. Y, en tercer lugar, los gallegos, con un 46% de usuarios que han comprado hace menos de 30 días. En el extremo opuesto se encuentran los canarios. Sólo un 30,4% de ellos ha comprado algo por Internet en el último mes, seguidos por los cántabros, con un 34,4%.

Los ejemplos de comercio online más representativos

Respecto al análisis de los ejemplos más paradigmáticos de comercio electrónico analizados en el estudio de EAE, Amazon está liderando el cambio global en el diseño y ejecución de las cadenas de suministro. El gigante americano empieza a usar robots automáticos para la preparación completa de sus pedidos. En el almacén que abrirá en octubre en El Prat (Barcelona), 3.500 robots moverán 50.000 estanterías. Este sistema permite ahorrar espacio y guardar un 50% más de artículos por metro cuadrado. Dentro de su integración vertical, Amazon fabrica sus propios robots logísticos y para ello adquirió, en 2012, la compañía Kiva Systems.

Por otro lado, la integración vertical de Zara permite acortar plazos y disponer de una gran flexibilidad con una reducción al mínimo del inventario. Un tercio de las compras on-line son recogidas en tienda, y dos tercios de las devoluciones se realizan también en los puntos de venta físicos. Los plazos de entrega de Zara dependen del tipo de envío seleccionado. En 2016, se han incorporado mejoras tecnológicas llamadas multishuttle en las plantas de Bershka en Tordera (Barcelona) y Atreixo (A Coruña). Estos sistemas incrementan la eficiencia y precisión la gestión de los tiempos de envío, y permiten duplicar la velocidad de tránsito, almacenamiento y recogida de cajas.

Ikea, por su parte, ha puesto en marcha 100 % la venta on-line en países como Suecia, Reino Unido, Alemania, Canadá y Estados Unidos. En cambio, en España, Ikea estrenó la versión 1.0 en septiembre de 2016 pero con una disponibilidad limitado de los productos al mantener el stock individualizado por tiendas, en lugar de contar con un stock único. En este sentido, su estructura logística no estaba preparada para la venta online y construirá en Valls (Tarragona) la central de distribución de sus productos por internet para abastecer España, Portugal y el sur de Francia. Desde este punto central se repartirá a otros centros logísticos -de los cuales se prevé construir una treintena- y de allí a los domicilios.

Por último, El Corte Inglés está teniendo un crecimiento sostenido por encima de un 35% en los últimos años, más de 8 millones de clientes únicos al mes y mucha influencia sobre las tiendas físicas. En diciembre de 2016, amplió en todos sus centros comerciales el servicio de compra online Click&Express con entrega en menos de dos horas o en la franja horaria elegida por cliente.

La apuesta radical por el e-commerce ha creado un nuevo escenario que implicará la destrucción de puestos de trabajo propios de la tradicional división de la economía, pero conllevará la aparición de otros nuevos en áreas como el big data, la ingeniería Informática y el marketing digital. Aunque la tecnología no es una ventaja competitiva si no se armoniza con los procesos y con la organización de cada empresa.

En definitiva, el informe de EAE plantea algunos retos debido al aumento exponencial del e-commerce como el volumen de tráfico en las ciudades, la hoja de ruta de en el sector de la alimentación, la sostenibilidad en el tiempo y en el espacio, especialmente en el ámbito urbano, y la captura de datos y correspondiente análisis para una mejora en el servicio.

Conclusiones generales:

El plazo de entrega del servicio de e-commerce se ha reducido de 8 a 5 días en 3 años apareciendo incluso el “same-day delivery”.

España es el 5º país en el ranking de consumo de e-commerce, pero ocupa el puesto 18 en cuanto a eficacia logística.

Los aragoneses compran por Internet con mayor asiduidad (el 52,8% lo ha hecho en el último mes), mientras que los canarios los que menos con un 30,4%.

1 de cada 5 usuarios de los que compran demandan un servicio máximo en 2 días pero el 30 % de las entregas a domicilio resultan fallidas sobre todo porque el cliente se encuentra ausente.

Amazon está liderando el cambio global en el diseño y ejecución de las cadenas de suministro.

La integración vertical de Zara permite acortar plazos y disponer de una gran flexibilidad con una reducción al mínimo del inventario.

Ikea construirá en Valls (Tarragona) la central de distribución de sus productos por internet para abastecer España, Portugal y el sur de Francia.

El Corte Inglés está teniendo un crecimiento sostenido del e-commerce por encima de un 35% en los últimos años, más de 8 millones de clientes únicos al mes.

La entrega en diversas franjas horarias y los puntos de conveniencia se van a convertir en los grandes aliados logísticos de la venta online.

El e-commerce conllevará la aparición de trabajo en nuevas áreas como el big data, la ingeniería Informática y el marketing digital.

Algunos retos que plantea el e-commerce son el volumen de tráfico en las ciudades, la hoja de ruta de en el sector de la alimentación, la sostenibilidad en el tiempo y en el espacio, especialmente en el ámbito urbano, y la captura de datos y correspondiente análisis para una mejora en el servicio.

Datos de contacto:

Nacho Cecilia

Jefe de Prensa

+34 93 227 80 90

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

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

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>