



## Los puntos de conveniencia inician su propia desescalada para aliviar la última milla

La reapertura de comercios en el plan de desescalada del Gobierno trae consigo el retorno progresivo de los puntos de conveniencia para las entregas de comercio electrónico. De manera que, con el reinicio de la actividad, los operadores logísticos también ponen de nuevo en marcha su red de puntos de entrega en los establecimientos habilitados y con ello, el alivio de los flujos por el exorbitado incremento del comercio electrónico durante el confinamiento.

La recuperación de estos puntos de entrega servirá para aliviar el gran volumen de entregas a domicilio, que permitirá “destensionar” la última milla y aumentará la eficiencia de las entregas y las operativas, ha constatado la patronal logística UNO. Con el comienzo de la apertura controlada y regulada de los comercios y la incorporación paulatina de los empleados a sus puestos, se multiplicarán las ausencias a la hora de entregar los paquetes en los domicilios, “por lo que la

reactivación de los puntos de conveniencia facilitará las recogidas no domiciliarias de mercancías y optimizará las entregas”, ha añadido la organización.

En el caso de Seur, el operador logístico ha señalado que la operativa “puede verse impactada en función de las limitaciones con las que nos encontremos”, debido al gran incremento de ventas online acumuladas durante el confinamiento. Así, Seur ha explicado que su red de puntos propios ha reabierto sus instalaciones en sus horarios habituales el lunes 4 de mayo, no obstante, la red Pickup y Lockers solo estará operativa al 100% a partir del próximo lunes día 11 de mayo, ha añadido el operador.

Por su parte, Celeritas, operador logístico que acumula más de 3.000 puntos de entrega en España y Portugal, ha iniciado su propio plan de desescalada y ha permitido la reapertura del 15% de su red en nuestro país. Mientras que en Portugal la reapertura ha sido completa, la compañía pretende estudiar en un primer lugar la evolución en los comercios en España “para ver si operan adecuadamente con las medidas de higiene adecuadas”, ha explicado la compañía. De manera que, si la operativa se desarrollase positivamente en las próximas semanas, “consultaríamos con nuestros clientes para ver quiénes están dispuestos a reabrir este servicio e iniciaríamos la segunda fase de desescalada directamente a más del 95% de reapertura”, ha añadido Celeritas. Así, el operador prevé una vuelta a la normalidad para el mes de julio.

La red de GLS Spain cuenta actualmente con más de 5.500 puntos de conveniencia gracias a su colaboración con la Confederación Española de Comercio (CEC). En este sentido, el general manager Iberia de GLS, Luis Doncel, ha señalado que el próximo lunes día 11 iniciarán su propia vuelta “a la normalidad” con la reapertura de estos puntos de recogida. “Evaluaremos soluciones que se ajusten mejor a la nueva realidad para ofrecer todas las opciones de entrega posibles en función de los nuevos comportamientos y hábitos”, ha señalado Doncel.

Según ha destacado UNO, la paquetería ha experimentado un crecimiento del 50% en los envíos de comercio electrónico, “un porcentaje que sitúa el nivel de tensión en los picos alcanzados durante el Black Friday”. Aunque Celeritas asegura que, en su caso, se ha rebasado el incremento del 50% y han registrado un mes de abril con cifras superiores al Black Friday, e incluso han batido un récord histórico en la compañía. De esta forma, “ha compensado la paralización de la actividad durante varias semanas en nuestros puntos de conveniencia”, ha destacado.

### **EL ECOMMERCE SE ASIENTA DURANTE LA CRISIS DEL COVID-19**

El éxito del ecommerce durante el estado de alarma es producto, según apuntan los datos del E-shopper Barometer de Seur, de que el consumidor online español ya goza de cierta “madurez”, aunque aún sea ligeramente inferior respecto a otros países de Europa. Los compradores online habituales, es decir, los que compran por internet al menos una vez al mes, ya representan el 34% del total de los e-compradores y generan el 77% del volumen total del mercado online español, lo que supone el 12,6% de todas sus compras a través de la red. Aproximadamente dos tercios (63%) de los mismos comenzaron a realizar compras online hace más de cinco años. Este estudio también revela que el 62% de compradores habituales piensa que comprar online reduce en gran medida “el estrés de hacerlo en tiendas”, y el 84% considera que su experiencia de compra online fue “positiva y fácil”.