



La paquetería se arriesga a cerrar el año en negativo pese a su rol protagonista en la pandemia

El impacto del coronavirus en el sector de la paquetería ha provocado la reformulación de sus previsiones iniciales de crecimiento para este año. Pese a ser una actividad esencial y básica durante el confinamiento por la emergencia sanitaria, el último análisis realizado por la consultora Transport Intelligence (Ti Insight) apunta que este protagonismo no le permitirá, necesariamente, cerrar el ejercicio en positivo. En el actual escenario, las proyecciones de la consultora en paquetería sitúan en el 4,5% el crecimiento medio mundial en vez del 7,9% estimado en las previsiones precoronavirus. No obstante, Transport Intelligence ha advertido de que, en un escenario de impacto severo, el sector podría sufrir un descenso del 4,4%.

Entre los factores desencadenantes de este escenario más pesimista, se encontraría la dificultad a la hora de suprimir los brotes de Covid-19, el riesgo a

una segunda ola de infecciones o los menores ingresos de los consumidores, que según la consultora amenazan a la economía y, por su puesto, también la venta online. Por su parte, al analizar las disrupciones de este sector en el mercado europeo, los porcentajes son aún menos alentadores: en el escenario actual, se alcanzaría un crecimiento del 3,2% y, en uno de impacto severo, el -6,4%. Sin embargo, cabe puntualizar que las previsiones iniciales también eran más bajas, con un crecimiento precoronavirus estimado del 5,2% en la línea de 2019.

“El desempeño del mercado de la paquetería está equilibrado”, ha señalado el analista de la consultora británica Andry Ralls. “No puede escapar al contexto económico débil causado por la pandemia de Covid-19, pero las restricciones de la vida diaria han llevado a un aumento de las compras online”. En este sentido, Ralls ha añadido que “el cambio de comportamiento del consumidor, de ser permanente, llevaría a tasas de crecimiento mucho más altas en el futuro, pero el contexto de 2020 provocará que el crecimiento sea a la baja, entrando potencialmente en territorio negativo”.

De esta forma, el incremento reciente del B2C en el e-commerce propiciado por el confinamiento podría potenciar un cambio de hábitos en el largo plazo, según la consultora, pese al menor poder adquisitivo de los consumidores. “Se trata de un cambio de comportamiento causado por la necesidad, pero hay indicadores de que algunos de estos cambios pueden ser permanentes”, ha señalado.

Por su parte, el análisis de Transport Intelligence augura que el sector B2B seguirá bajo presión por la falta de demanda de algunos sectores clave. “Podría haber un aumento de la demanda en la segunda mitad de 2020, pero todavía no compensaría la falta de B2B observada en la primera mitad del año”, asegura. No obstante, si se tiene en cuenta el actual escenario de impacto, el mercado podría crecer hasta el 4,5% y mantendría a la paquetería como uno de los mercados logísticos globales de mayor crecimiento. Finalmente, otros datos apuntan a un

aumento de la demanda doméstica de entre el 6,3% y el -2,5%; mientras que la demanda internacional caerá previsiblemente entre el 3,6% y el 13,3%. “Se espera que las condiciones de comercio internacional se deterioren ampliamente en 2020, en comparación con el último año”, concluye la consultora.