



La paquetería en España cerrará 2020 en positivo pese a los desequilibrios de la pandemia

Los operadores de paquetería presentes en el mercado español cerrarán el ejercicio del 2020 con un incremento del 2,5% interanual, hasta alcanzar los 6.842 millones de euros de volumen de negocio conjunto, según los últimos datos proporcionados por la consultora Transport Intelligence (Ti). Se trata de la tasa de crecimiento más baja registrada en el sector desde 2012 y, aunque se mantiene en positivo, la cifra se verá afectada por los estragos de la pandemia. En concreto, los volúmenes internacionales acabarán el año previsiblemente en negativo, con una caída del 0,7% y 1.580 millones de euros; mientras que el mercado doméstico alcanzará unas cifras más positivas, del orden del 3,5% con 5.262 millones de euros.

Pese a su protagonismo por el comercio electrónico, la tendencia en España está en consonancia con la de la Unión Europea. En concreto, se prevé una evolución del sector del 3,1% en el presente ejercicio en el Viejo Continente, hasta alcanzar los 78.381 millones de euros, frente al incremento del 4,7% experimentado en 2019. Asimismo, de cara a la segunda mitad del año, la consultora británica aventura que el crecimiento del canal online se ralentizará, a la vez que se recupera el B2B. De esta forma, se confirma el escenario de impacto que la consultora realizó el pasado mes de mayo y se descarta la previsión del hipotético escenario severo que planteó entonces.

A nivel global, la pandemia ha disparado los volúmenes del ecommerce y, con ello, provocará un crecimiento del 7,2% en del mercado de pequeña paquetería y envíos express durante 2020, un escenario que se aproxima a la previsión del 7,9% realizada antes del coronavirus. Con un total de 366.990 millones de euros de volumen de negocio mundial, la región de Asia y el Pacífico será la que más contribuya a los resultados, aportando 138.078 millones de euros (+8,7%). Además, se trata de la única región que, según el estudio, crecerá más rápido durante el segundo trimestre de 2020 que durante el primero.

“El cambio hacia el retail online durante 2020 ha ayudado a mantener el crecimiento del mercado express mucho más en línea respecto a los años anteriores que otros mercados logísticos”, ha señalado el estudio. “Esto es especialmente cierto para el mercado doméstico, donde el crecimiento ha sido más fuerte que la tendencia durante la última década”. Por ejemplo, en América del Norte, las perspectivas de crecimiento del mercado doméstico son del 6,2% en el presente ejercicio, un ritmo similar al de 2017 y mayor que el de los dos últimos años. Por su parte, en Estados Unidos, el operador UPS ha visto aumentar sus volúmenes el 65,2% en el B2C el segundo trimestre y FedEx, el 70%.

Cabe destacar, sin embargo, el crecimiento relativamente modesto de China para sus estándares, con un aumento del 5,9% interanual en el primer trimestre de

2020, según Chinese National Statistics Bureau. No obstante, el ritmo se aceleró en el segundo trimestre, cuando sus ciudadanos intensificaron sus compras mientras continuaban con restricciones en el día a día. Otras ubicaciones especialmente dinámicas como India prohibieron a los retailers online vender bienes no esenciales entre marzo y abril, hecho que, combinado con la caída del B2B, llevó a un primer semestre de crecimiento negativo.

EL ECOMMERCE, SALVAVIDAS DURANTE LA PANDEMIA

Tal como ha apuntado Transport Intelligence, el ecommerce ha llegado a una etapa crítica en la que, incluso con el cierre de las tiendas físicas, puede seguir impulsando al sector del retail, aunque de forma ralentizada. El estudio sostiene que “el sector de la paquetería y envíos express domésticos han sido cruciales a la hora de habilitar un ecommerce que proporcione este salvavidas en el curso de la pandemia”.

Este cambio acelerado hacia el canal online por parte de las tiendas retail tradicionales ha llevado a una escalada de volúmenes para los proveedores de servicios de paquetería, suficiente incluso para compensar el declive del segmento B2B cuando las industrias cerraron. En términos reales, el mercado de paquetería ha crecido el 9,8% interanual en el primer semestre. Por ello, “el ecommerce ha demostrado ser más que solo un complemento en la estrategia física tradicional” y que “la pandemia lo ha convertido en un requisito casi crítico para el negocio entre franjas del sector retail”, ha explicado Transport Intelligence.