

Enfoka-Trends diciembre 2021: ¿Son compatibles el quickcommerce y la sostenibilidad?

Aunque pueda parecer sorprendente, la preocupación por el medioambiente creció durante la pandemia. Un 82 % de las personas encuestadas al respecto por Google afirman que tienen más presente la sostenibilidad ahora que antes. Además, un 80 % dicen que las grandes empresas juegan un papel importante en la lucha contra el cambio climático.

Por otra parte la última milla, el último tramo que recorre un paquete antes de ser entregado, es el que más contaminación y congestión provoca. El e-Commerce ha crecido exponencialmente, tanto que compras que antes se hacían físicamente gracias a la cercanía del comercio, hoy en día se hacen online. Esta tendencia comercial provocará que en la próxima década los envíos urbanos (y por tanto de última milla) aumenten hasta un 78%, según un estudio elaborado por World Economic Forum el cual ha contado con la colaboración de decenas de expertos. Lo que parece una oportunidad económica se está convirtiendo en reto: para que los paquetes no lleguen con retraso el parque de vehículos de mercancías tendría que crecer un 36%, lo que provocaría una mayor congestión de tráfico y por lo tanto retrasos de hasta 11 minutos por viajero en el transporte público y aumento de contaminación por CO2.

Y es que los grandes marketplaces están ofreciendo la entrega en 24 horas, un estándar impuesto por Amazon, y gratis como una forma de diferenciarse frente a sus competidores online. Por su parte el 65% de los e-Consumers afirman tener en cuenta los costes y plazos de entrega antes siquiera de añadir productos al carrito de compra, por lo que es claro que las condiciones de entrega afectan directamente a la decisión de compra.

¿Pero es compatible esta preocupación medioambiental de los e-Consumers con el incremento que la demanda de rapidez en la logística de última milla ha experimentado? Pues parece que cuando se trata de hacer compras respetuosas con el medioambiente, las personas consumidoras no están dispuestas a cambiar calidad, comodidad o rentabilidad por sostenibilidad pero si quieren saber lo que están haciendo para mejorar la sostenibilidad aunque no esperan que las marcas se conviertan en perfectas de la noche a la mañana.

Para dar respuesta a este dilema están implantándose nuevas soluciones que parecen estar convirtiéndose en tendencia. En este sentido, la reconversión del suelo comercial en almacenes especializados en envíos ya es un hecho. Encabezados por la industria alimentaria y la gran distribución, crecen los espacios de atención exclusiva para las compras online. El término “dark store” se está convirtiendo en todo un fenómeno mundial. Estas tiendas oscuras o fantasma suponen comercios minoristas tradicionales que se han convertido en centros logísticos locales. Su secreto está en alcanzar una gran capilaridad inmobiliaria que achique el concepto de “última milla”.

El origen de este modelo de distribución nace en cadenas de comestibles británicas y estadounidenses que buscaban optimizar la eficiencia en la entrega de comida a domicilio. Su llegada no es consecuencia de la pandemia, pero sí su actual expansión a nivel internacional. La rápida adopción del comercio electrónico en 2021 está induciendo a los minoristas físicos a reevaluar su tamaño, ubicación y función futuras. Todo parece apuntar a su multidimensión, con tiendas que operan simultáneamente como espacios de venta, almacenes, puntos de entrega, áreas de interacción con clientes y vehículos estratégicos de marca.

El Corte Inglés ha anunciado su intención de convertir su centro de Eibar en una “dark store”, suprimiendo así la actividad comercial que se mantenía en el centro hasta la fecha. Este edificio será el primero con el que la marca operará en Euskadi, al situarse en un punto estratégico para su reparto entre las tres provincias vascas. El centro contará con 25.000 referencias de productos y su remodelación estará lista para los próximos meses. Aunque no habrá exposición de productos, los clientes podrán consultar allí los catálogos online y acceder a la oferta de la compañía.

Empresas como Block o Dija ha iniciado su andadura en Madrid abriendo diversas tiendas de alimentación que se destinarán únicamente a la venta online. Su modelo de trabajo empleando únicamente a pickers y riders, funciona en base a microalmacenes que permiten ofrecer entregas en bicicleta al cliente en máximo 10 minutos desde la realización del pedido.

Otra solución eco-eficiente es la planteada por la empresa Ding Done quien está testando la implantación en zonas peatonalizadas, de las áreas centrales de Barcelona, de una serie de microalmacenes en los que se pueden recoger los pedidos realizados online, con la particularidad de que están ubicados en viviendas particulares cuyos propietarios pueden ser simplemente dispensadores de esa paquetería o llegar a repartirla a pie a los domicilios cercanos.



Foto de [LinkedIn Sales Solutions](#) en [Unsplash](#)



BIBLIOGRAFÍA

- Kim McNamee, Jenny Fernandez (Think with Google, 2021) 3 formas sorprendentes en que las personas priorizan la sostenibilidad tras la pandemia. Recuperado el 30 de diciembre de 2021 de <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/insights/tendencias-de-consumo/tendencias-consumo-sostenibilidad/>
- Zorraquino (2021). Consumer Trends 2022. Recuperado el 30 de diciembre de 2021 de <https://trends.zorraquino.com/informes/consumer-trends/2022>
- Julio Nuñez (El país, 2020). La revolución de los repartos que cambiará la movilidad de las ciudades. Recuperado el 30 de diciembre de 2021 de https://elpais.com/economia/2020/07/15/nuevos_tiempos/1594827192_888640.html
- Mecalux (2020) Los envíos en 24 horas: ¿cómo superar el desafío logístico? Recuperado el 30 de diciembre de 2021 de <https://www.mecalux.es/blog/envios-24-horas-logistica>
- El país (2020). El comercio sostenible y de proximidad gana enteros en mitad de la pandemia. Recuperado el 30 de diciembre de 2021 de https://elpais.com/retina/2020/12/03/tendencias/1607020273_323494.html
- Michael Mcloughlin (El confidencial, 2021) La red de 'súper fantasma' que llena Madrid y BCN para llevarte la compra en 10 minutos. Recuperado el 30 de diciembre de 2021 de https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2021-05-05/empresas-supermercados-fantasma-dija-blok_3057515
- Julio Nuñez (El país, 2020). La logística que viene: de la reconversión de tiendas en almacenes a la especialización de los envíos. Recuperado el 30 de diciembre de 2021 de https://elpais.com/economia/2020/06/08/nuevos_tiempos/1591614372_262787.html
- Adrian Arranz (El economista, 2021). Así es Dija, el supermercado del futuro que opera en Madrid: la compra en 10 minutos o te regalan 3 meses. Recuperado el 30 de diciembre de 2021 de <https://www.eleconomista.es/nacional/noticias/11208779/05/21/Asi-es-Dija-el-supermercado-del-futuro-que-opera-en-Madrid-la-compra-en-10-minutos-o-te-regalan-3-meses.html>
- Murcia noticias, (2021). DING DONE, la empresa de logística creada para hacer que la última milla sea más respetuosa con el Medio Ambiente aterriza en España. Recuperado el 30 de diciembre de 2021 de <https://murcianoticias.es/ding-done-la-empresa-de-logistica-creada-para-hacer-que-la-ultima-milla-sea-mas-respetuosa-con-el-medio-ambiente-ateriza-en-espana/>
- COCEM (2021). La sostenibilidad y el comercio. Recuperado el 30 de diciembre de 2021 de <https://cocem.es/la-sostenibilidad-y-el-comercio/>

INFORMACIÓN RELACIONADA

- The Future of the Last-Mile Ecosystem (World Economic Forum): https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_the_last_mile_ecosystem.pdf