

## La paquetería vive la misma tensión que en el Black Friday, con un incremento de los envíos del 50%, pero con más dificultades

- La patronal logística UNO confirma que el confinamiento ha disparado en las últimas semanas las ventas online, que ya duplican los volúmenes previos al estado de alarma
- Las compañías de reparto afrontan este pico de actividad con más tensión que nunca en los flujos y las dificultades añadidas de la crisis sanitaria (protocolos de contacto cero, distancias de seguridad, necesidad de EPIs, flujos tensos...)
- El incremento de la actividad en el ámbito de la última milla, no compensa la caída del 50% de la actividad de los operadores logísticos por la paralización de la actividad empresarial

**Madrid, 4 de mayo de 2020.** Las empresas de logística y transporte están experimentando un crecimiento del 50% en los envíos procedentes de comercio electrónico, un porcentaje que sitúa su nivel de tensión en los picos que se alcanzan durante el Black Friday. Así lo ha confirmado UNO, la Organización Empresarial de Logística y Transporte, que matiza que al elevado nivel de presión hay que sumarle que los flujos ahora son muchos más tensos y complejos por las dificultades de esta crisis sanitaria (medidas de seguridad laboral, protocolos de contacto cero, disponibilidad de EPIs, distancia de seguridad en los almacenes...), lo cual está dificultando la operativa al máximo.

“El comercio electrónico ha disparado su crecimiento durante el estado de alarma”, afirma el presidente de UNO, Francisco Aranda. Hay sectores como el textil, la construcción y el editorial, que han visto dramáticamente reducidas sus ventas a través de internet, pero otros como el material deportivo las han cuadruplicado.

PRODUCTOS	INCREMENTO DE VENTAS
Material deportivo	200%
Juguetería	100%
Pequeñas reformas del hogar	100%
Vino y cerveza	60%
Industria farmacéutica y parafarmacia	54%
Productos veterinarios y de mascotas	50%
Pequeños recambios de automoción	45%
Papelería	40%
Electrónica y servicios informáticos	36%

Tabla: Los productos cuyas ventas online más han crecido durante el estado de alarma. Fuente: UNO Logística.

La logística atraviesa un momento de máxima controversia. Por un lado, las ventas online se han duplicado. Por otro, el cierre de comercios y restaurantes durante el estado de alarma ha generado **una reducción del 50% de la actividad de los operadores de logística y transporte**, porque las entregas a esos negocios ya no se efectúan y muchas empresas logísticas están en situación de ERTE. “El negocio B2B (Business to Business) se ha desplomado”, sostiene Aranda.

Ante esta dicotomía, el crecimiento del e-commerce no compensa la caída de la actividad logística en general. La gran mayoría de las empresas no han podido suplir la caída del B2B con el aumento del B2C (Business to Consumer). Y, a las pocas que han podido hacerlo, no les compensa, pues la venta online se caracteriza por pedidos unitarios, lo cual es mucho menos eficiente y mucho más caro operativamente que el suministro a establecimientos, que es de grandes volúmenes y permite una mejor optimización. “Esta crisis sanitaria ha puesto de manifiesto que la logística en nuestro país es sinónimo de eficiencia y competitividad. Es la garantía de que la cadena de suministro, ahora más compleja que nunca, funcione”, explica Francisco Aranda, presidente de UNO.

#### ***Sobre UNO***

*UNO es la organización empresarial de los operadores de logística y transporte, un sector que representa el 6% del PIB. Este ámbito de actividad gestiona más de 500 millones de envíos anuales en España, lo que supone 5 millones de toneladas al año y da empleo a más de 850.000 trabajadores. UNO agrupa a las empresas que diseñan, organizan, gestionan y controlan los procesos de una o varias fases de la cadena de suministro.*

#### **Más información:**

Sandra Lorente

[sandra.lorente@unologistica.org](mailto:sandra.lorente@unologistica.org)

626 899 544