

MARIA ROSÉS GUIX Vocal de la Comissió de Logística



comissió  
de  
logística

# L'e-commerce i la problemàtica de la logística

Es preveu que el 2050 el 70% de la població mundial viurà en ciutats. Cal una reflexió sobre els models de gestió actuals, perquè hi ha el risc que esdevinguin insostenibles.



Una de les problemàtiques de les ciutats actuals és la logística urbana. La distribució de l'última milla constitueix la fase final de la cadena i la més complexa d'abordar, ja que ha de fer front a nombrosos obstacles, com la congestió, l'impacte ambiental i l'accessibilitat a certes zones. També cal tenir en compte la interacció de nombrosos agents amb interessos contraposats, la tendència dels petits comerços a la reducció de l'estoc en favor de l'espai de venda — la qual cosa implica comandes més freqüents (*just in time*, flux tens) i acaba repercutint en costos socials—, unes cadenes logístiques molt fragmentades, l'absència històrica de planificació pública, i el fort creixement de l'e-commerce, que augmenta la complexitat de les operacions amb les entregues a domicili, la logística inversa i uns clients cada cop més exigents.

## RECORREGUT DE MILLORA

Entre els principals canals urbans de distribució de mercaderies, el repartiment a petits comerços i la paqueteria B2C (*Business-to-Consumer*, e-commerce) són els que tenen més recorregut de millora. La paqueteria B2C, tot i tenir encara un volum petit, creix exponencialment i presenta una alta dispersió, amb rutes difícils de preveure, cosa que en dificulta molt la consolidació. El directiu d'una important empresa de distribució a Espanya

comentava: "Si la tendència del comerç electrònic segueix així, acabarem veient passar camions carregats només amb un televisor o un simple paquet, cosa que és insostenible a llarg termini..."

El model de distribució urbana actual està basat en el B2B (*Business-to-Business*), amb franges de lliurament

**Si la tendència del comerç 'online' segueix així, acabarem veient passar camions amb un simple paquet, cosa que és insostenible a llarg termini tant des del punt de vista econòmic com mediambiental**

adaptades a l'horari comercial, mentre que per a les entregues a domicili (B2C) l'ideal seria de 19h a 21h, quan la gent sol ser a casa (cal tenir en compte que les entregues a domicili fallides representen entre un 20% i un 30% dels costos dels operadors logístics).

Existeixen experiències internacionals exitoses i solucions al problema de la logística de l'e-commerce. Els *drop points* són un exemple de la creixent necessitat de capilaritat logística dels 3PL (operadors logístics), i solucionen la sincronització horària amb el client aprofitant els comerços de proximitat (llibreries, supermercats, etc.); s'incrementa també

així l'afluència a aquests establiments i s'incentiva la venda creuada. Els *lockers*, taquilles situades en llocs molt concorreguts, i disponibles 24h, són una solució que es troba, però, amb fortes barreres a Espanya, per motius culturals i per l'experiència fallida de MRW. Per la seva banda, Amazon, mitjançant tècniques com el Big Data, és capaç de preveure, a

partir del que compren els seus clients, també el que compraran: això permet emmagatzemar-ho a proximitat i anticipar-se a la comanda: s'escurça així el termini d'enviament dels productes i es gestionen més bé els inventaris.

Calen nous models de distribució que s'adaptin al fort creixement de l'e-commerce, i en aquesta línia és clau la implicació dels ajuntaments i les administracions públiques. Aquests organismes són els que més poden alinear els diferents interessos, facilitant amb normatives i regulacions la millora de la logística urbana, i contribuint així al desenvolupament de ciutats més eficients i intel·ligents.