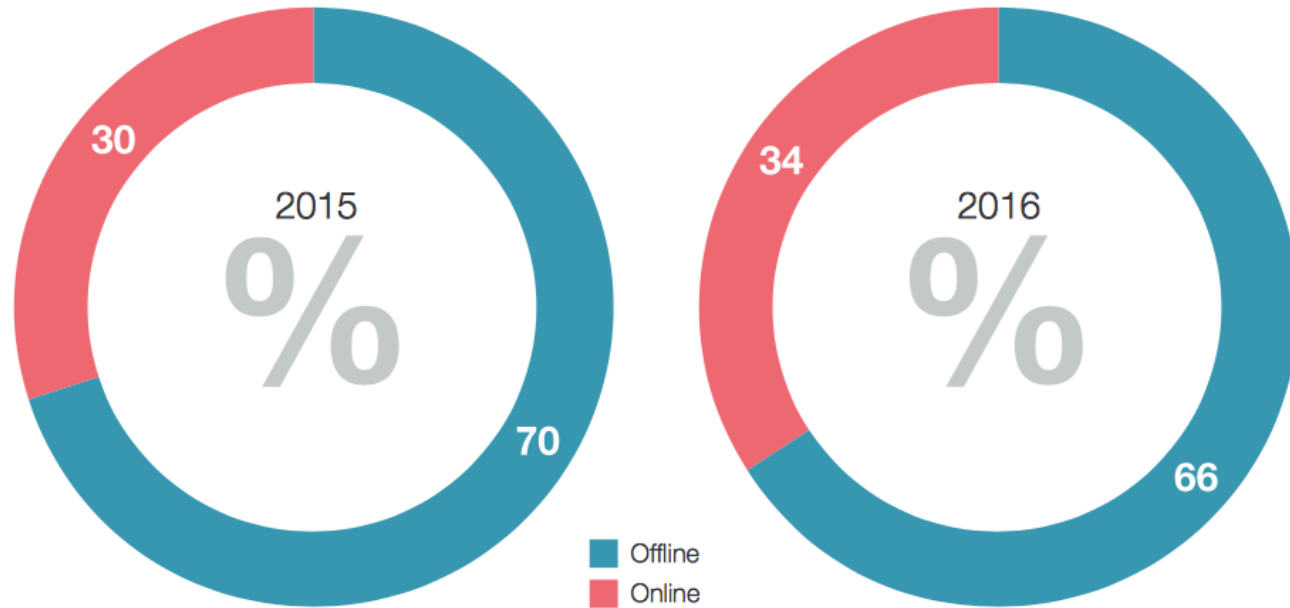

elogistic, la importancia de la gestión logística en el
ecommerce.

La Gran Distribución ante los nuevos retos del E-Food.

Para empezar

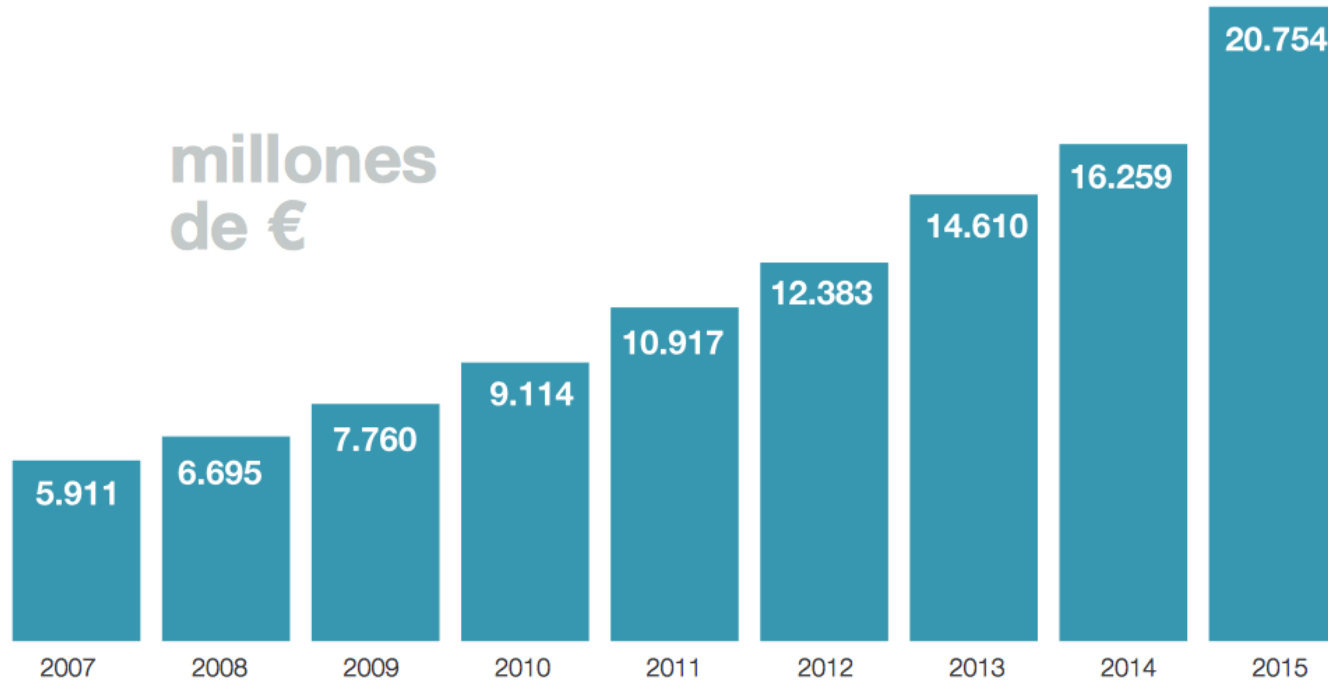
- ✓ Algunas cifras que nos puedan indicar la incidencia que tiene en la actualidad el comercio electrónico en nuestra economía:
 - % de compras off line y on line
 - Evolución del comercio electrónico B2C.
 - Importe medio gastado en compras on line
 - Productos y servicios comprados on line en los últimos 12 meses.
 - Frecuencia de realización de compras on line.
 - Aspectos positivos y negativos de las compras on line

% de compras offline y on line



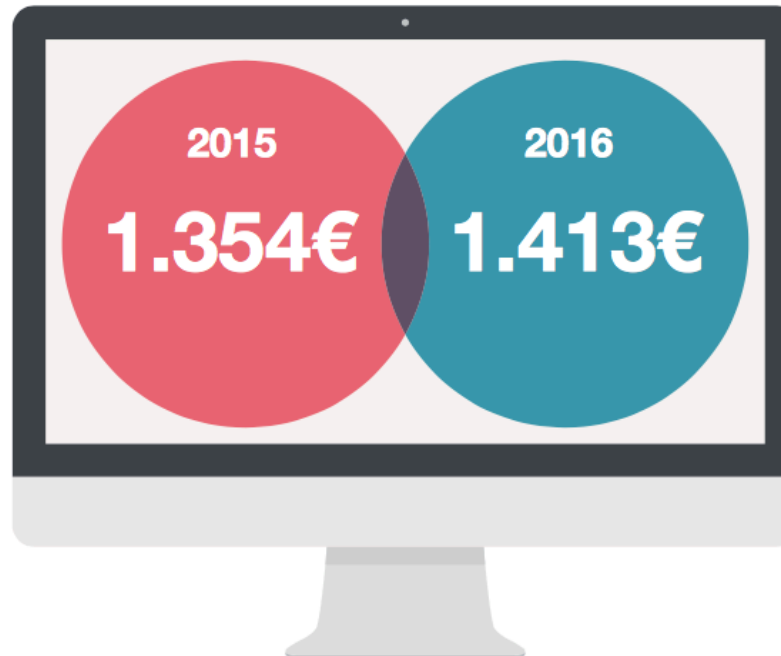
Fuente: Encuesta Cetelem-Análisis e Investigación. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2016
Encuesta Cetelem-Nielsen. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2015

Evolución del comercio electrónico B2C



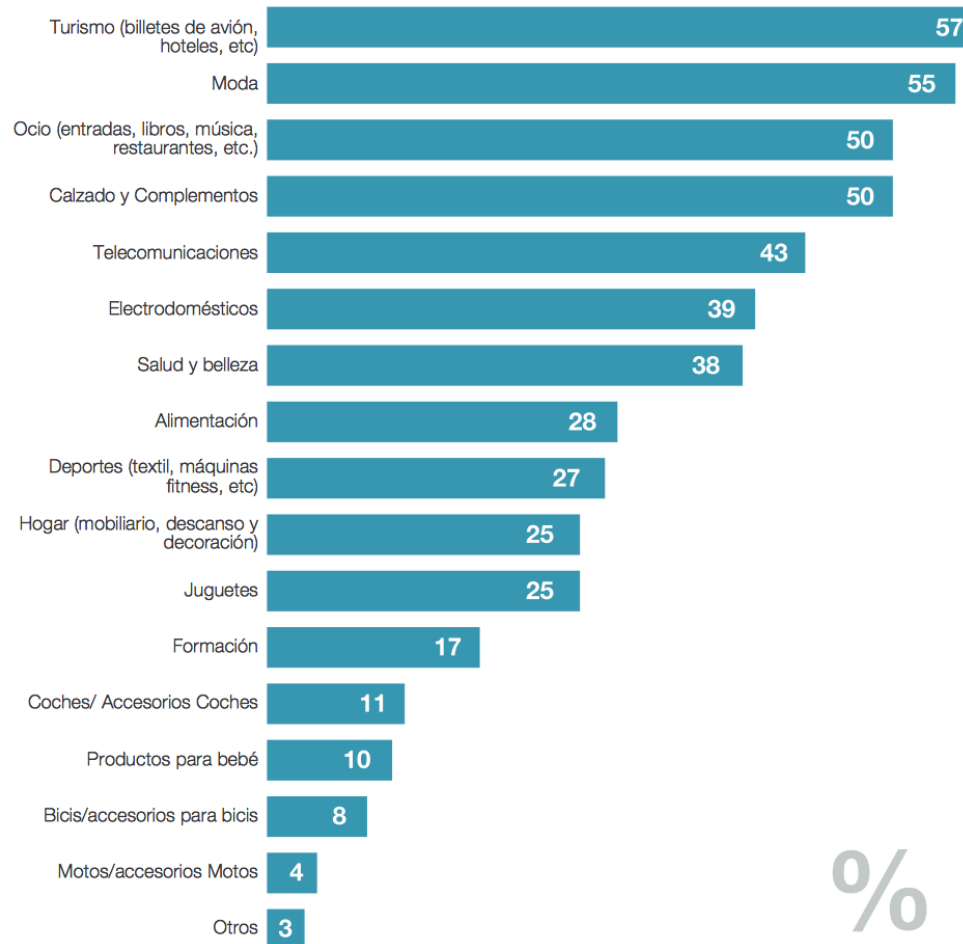
Fuente: ONTSI. Estudio sobre comercio electrónico B2C 2015 (Edición 2016)

Importe medio gastado en compras on line



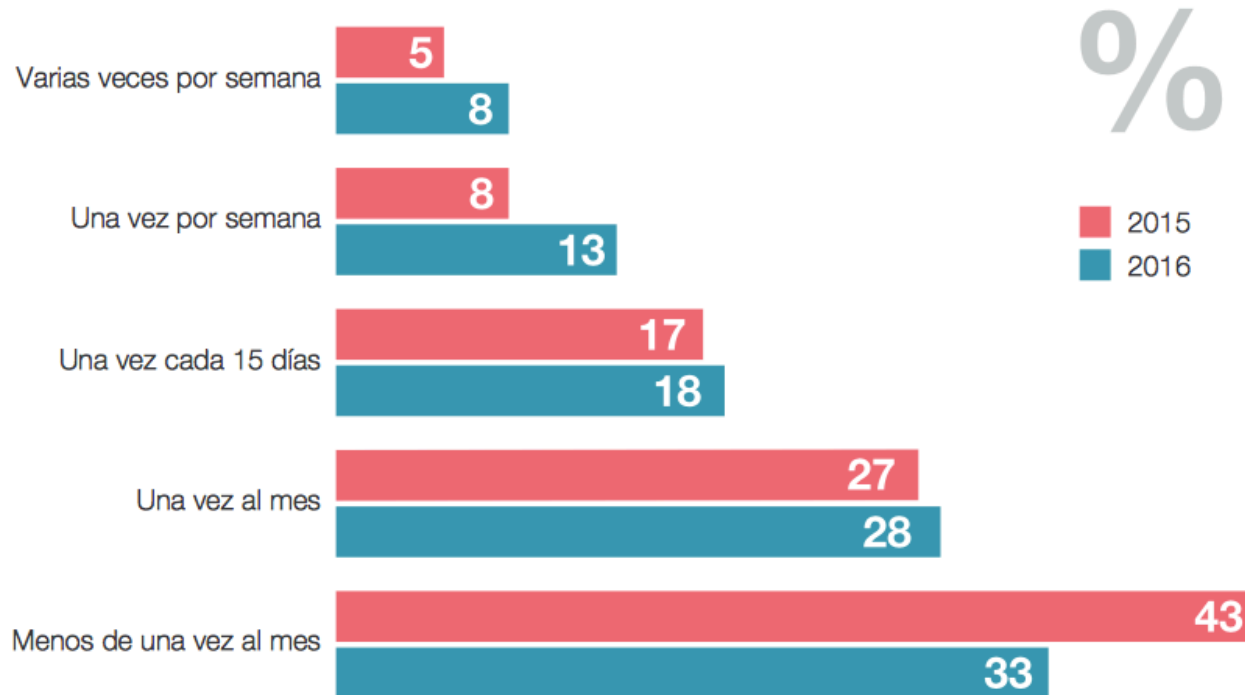
Fuente: Encuesta Cetelem-Análisis e Investigación. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2016
Encuesta Cetelem-Nielsen. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2015

Productos y servicios comprados online en los últimos 12 meses.



Fuente: Encuesta Cetelem-Análisis e Investigación. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2016
Encuesta Cetelem-Nielsen. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2015

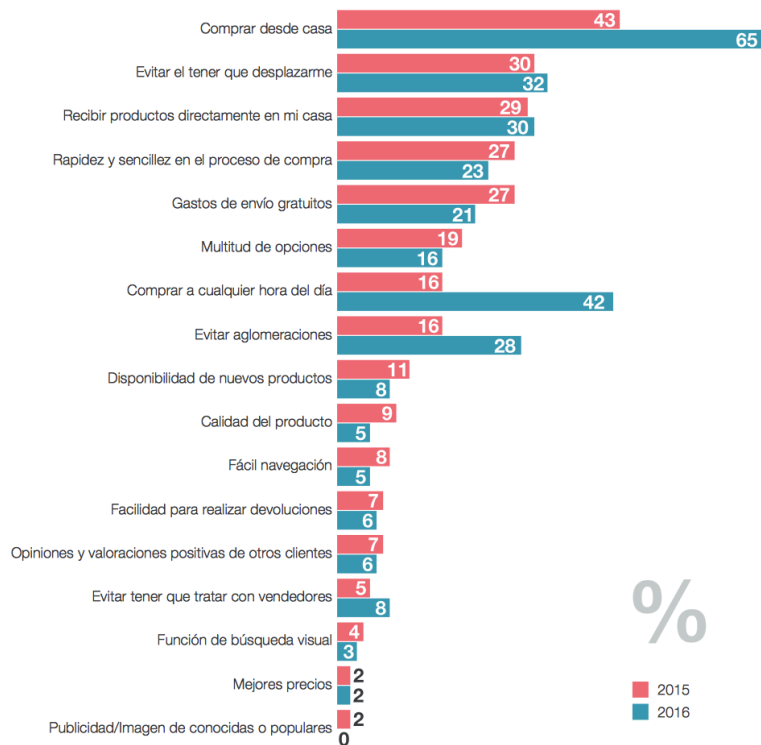
Frecuencia de realización de compras online.



Fuente: Encuesta Cetelem-Análisis e Investigación. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2016
Encuesta Cetelem-Nielsen. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2015

Aspectos positivos y negativos de las compras on line

Indique los 3 aspectos más positivos a la hora de realizar compras online
(En % respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Análisis e Investigación. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2016
Encuesta Cetelem-Nielsen. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2015

Indique los 3 aspectos más negativos a la hora de realizar compras online
(En % respuesta múltiple)



Fuente: Encuesta Cetelem-Análisis e Investigación. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2016
Encuesta Cetelem-Nielsen. El Observatorio Cetelem e-Commerce 2015

%

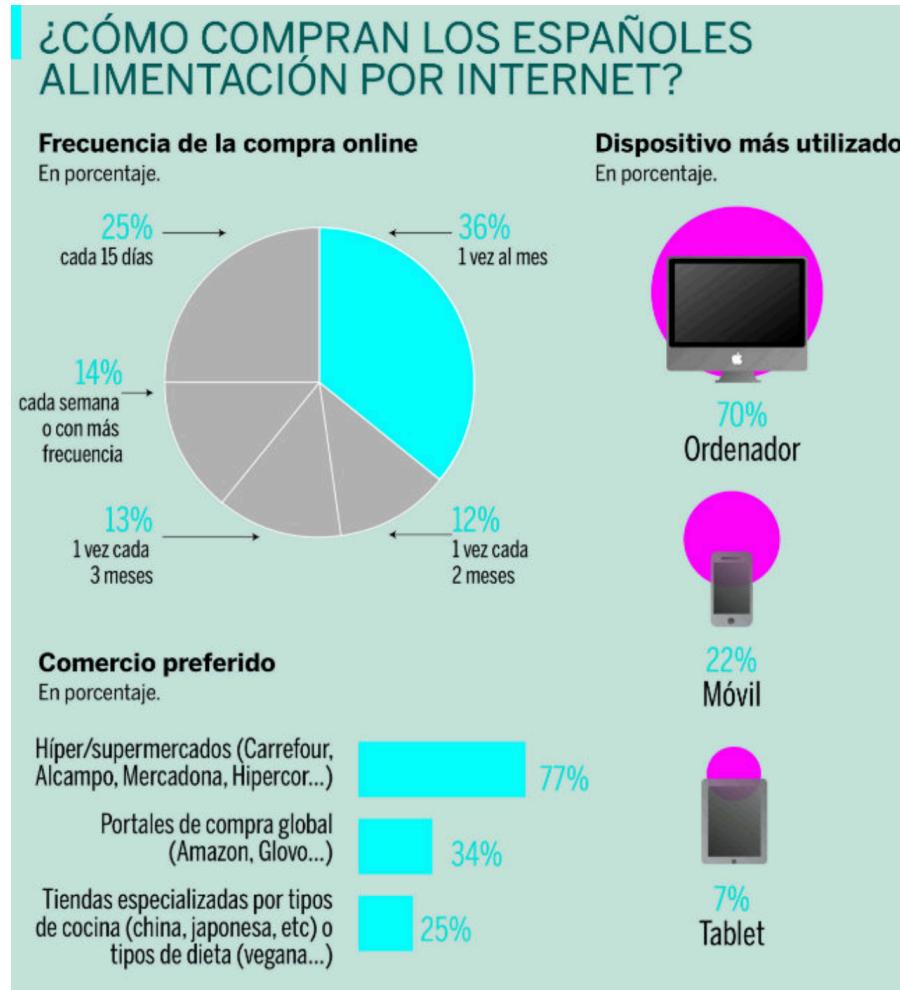
2015
2016

Centrándonos en el sector de alimentación

- ✓ Después de la vivienda la alimentación es el principal gasto de las familias españolas.
- ✓ Esto supone, según los últimos datos del INE, más de 1.500 € por año y persona.
- ✓ Entre el 1% y el 2% compra alimentación online en España.
- ✓ El 61 % de los usuarios utilizan la red para obtener información de productos alimentarios, pero sólo el 9 % realizan la compra.
- ✓ Un 56% de los usuarios que compran alimentación por Internet son mujeres, por el 44% de los hombres.
- ✓ El gasto medio del ticket es de 81,8 euros y el grueso de las transacciones, alrededor de un 60%, se abona a través de la tarjeta de crédito o débito.
- ✓ El tiempo medio para recibir el pedido son 1,7 días y siete de cada diez asegura no haber sufrido ninguna incidencia.



Como se compra alimentación online



Importancia del efood

- ✓ El potencial del sector de alimentación online es altísimo. Las ventas online crecen a un ritmo anual del 12%, según Nielsen.
- ✓ Gran oportunidad de negocio que están intentando capturar desde los players tradicionales a los nuevos entrantes, desde grandes superficies y cadenas hasta pequeñas tiendas de alimentación y productores.



Alguna reflexión

- ✓ Abordar este nuevo mercado del comercio electrónico en alimentación no está siendo fácil, como demuestran experiencias en otros países y en España. El ritmo de crecimiento no es en muchos casos el esperado .
- ✓ Los costes logísticos para unos productos de poco margen y unos actores tradicionales muy consolidados y con gran volumen de compra y eficientes hacen difícil competir.
- ✓ Pero está claro que el cambio generacional y un cambio de hábitos de compra en todos los sectores con un mayor peso del online llevarán también a este sector a crecer de forma importante en los próximos años.



¿Por qué somos reacios a llenar el carrito de la compra en Internet?

- ✓ Lentitud en la selección de los artículos, algo que puede solventarse en sucesivas ocasiones elaborando listados.
- ✓ Si se quieren comprar frescos, surgen las dudas acerca de la calidad del producto y su fecha de caducidad.
- ✓ Equivocaciones respecto a las marcas solicitadas o no se incluyen productos por falta de stock.
- ✓ Tener que amoldarse a los días y franjas de entrega de los supermercados.
- ✓ Gastos de entrega.



Las claves

- ✓ Pero sea cual sea el producto y tamaño de la empresa hay tres factores clave para conseguir desarrollar esta propuesta de ecommerce en alimentación y conseguir rentabilidad a corto/medio plazo.
 - Atraer tráfico rentable.
 - Convencer.
 - Venta y delivery .
- ✓ El reto no es fácil pero la oportunidad de negocio y de mejora del proceso de compra en un canal con muchos intermediarios es enorme y la carrera por encontrar el modelo de éxito del ecommerce alimentación ya ha empezado.

Los actores

- ✓ Los de siempre en alimentación. Mercadona y El Corte Inglés etc.
- ✓ Los actores con experiencia en el comercio electrónico. Amazon.
- ✓ Nuevos players:
 - Pure players (como Ulabox).
 - Personal shopper (Del super, Lola Market)
 - Agricultores, productores de aceite, fabricantes de galletas, etc.



Los de siempre

- ✓ Intentan flexibilizar al máximo las opciones de entrega. Su gran apuesta es lo que se denomina clic & car.
- ✓ Los súper también dan pasos para atraer a los usuarios a la compra online de frescos, conscientes de la desconfianza del consumidor en este ámbito.
 - Carrefour ha lanzado este año una garantía de frescura para 2.000 referencias, por la que se compromete a devolver el dinero si el producto no es del agrado del cliente.
 - El Corte Inglés asegura que el personal de frescos selecciona el producto que tenga la fecha de caducidad más larga posible. Además, la app permite al usuario comprar al peso y elegir los cortes deseados.





Comprando en
28044

Comprar por
Departamento

Comprar por
Tienda

¿Qué necesitas hoy?



Hola, Antonio
Mi cuenta



WORLDPRIDE 2017 EN MADRID CENTRO.

Las entregas pueden ser limitadas en algunos códigos postales

*En Barcelona entregas los domingos de 10:00 a 22:00

[Ver condiciones](#)

Comprueba el pedido mínimo por tienda



Categorías destacadas



Alimentación ▶

Frutas y verduras • Carne y pescado • Lácteos y huevos •
Congelados • Desayuno, dulces y pan • Aperitivos •
Conservas • Aceites, vinagres y salsas •



Bebidas ▶

Aguas • Té • Café y espresso • Refrescos con gas •
Zumos de frutas • Vinos • Vinos espumosos y champanes •
Cervezas • Bebidas espirituosas



Cuidado y limpieza del hogar ▶

Papel y conservación de alimentos • Lavandería •
Lavavajillas • Productos de limpieza e insecticidas

Amazón

- ✓ 115.000 referencias.
- ✓ Sirve en Madrid frescos y congelados con entregas ultra rápidas en una hora (por 5,90) o gratis en dos horas o en la ventana horaria elegida por el cliente.
- ✓ El servicio, con 7.000 referencias, es exclusivo para sus usuarios Premium, que pagan una suscripción anual de 20 euros.
- ✓ Ha incorporado la oferta de La Plaza de Dia, Lavinia y el mercado de La Paz de Madrid.



Ulabox

- ✓ 17 000 productos a un click.
- ✓ En tu casa en 24h.
- ✓ Entregamos en espacios de 2h.
- ✓ El envío es GRATIS desde 59€.



Ulabox

- ✓ Trabaja **sólo en España**, dando servicio a todos los pueblos y ciudades de la [Península](#). Las únicas áreas que no alcanza son Baleares, Canarias, Ceuta y Melilla.
- ✓ En sus almacenes en Mercabarna y Mercamadrid gestionan más de 17.000 referencias de más de 1.500 marcas. En Madrid y Barcelona ofertan frescos de puestos de mercado.
- ✓ **Horarios de entrega de 7.00 a 23.00 horas..**
- ✓ **Horarios de reparto**
 - En Ulabox, **si haces tu compra antes de las 14 horas, te la entregamos al día siguiente**. Si te va mejor otro momento siempre puedes seleccionar el día y la franja horaria que más te convenga.
 - Además, en las principales capitales de provincia ¡**las franjas horarias son de tan solo 2 horas!** Un servicio que se adapta a tus necesidades y a tu ritmo de vida.

Del super

- ✓ Elige tu supermercado, haz la compra y selecciona la hora de entrega. Entrega por 5,95€ , si tu compra es superior a 150€, te regalamos el envío.
- ✓ **Ventajas**
 - Rápido.- En 1 hora o en el horario que prefieras. El horario de entrega es de lunes a sábado desde las 10:00 horas hasta las 22:00 horas.
 - En tiempo real. El personal shopper se comunica contigo por Whatsapp o por teléfono para ofrecerte las sustituciones de productos.
 - Fiable
- ✓ **Servicio de Nutricionista.** Dietas personalizadas, basadas en datos tan relevantes como tu edad, sexo y complexión física, si tienes alguna alergia o patología o cuáles son tus objetivos, entre otros.



Del super

- ✓ DelSúper opera actualmente en Madrid (municipios de Madrid, Pozuelo de Alarcón, Las Rozas, Boadilla Del Monte y Majadahonda), Barcelona, Málaga y Sevilla.
- ✓ Los personal shopper buscan un producto que no aparece en la web
- ✓ Opciones de comunicación del personal shopper con el cliente para ofrecerle opciones de sustitución, que los sustituya a su criterio sin consultarlo contigo o que no los sustituya.
- ✓ ¿Cómo se carga el importe de mi compra?
- ✓ Los métodos de pago permitidos son tarjeta de crédito, tarjeta de débito o Paypal. En el momento de realizar la compra se cobra el 75% del importe total del pedido y el importe restante se cobra en las siguientes 48 horas.



Otros: Agricultores, tiendas tradicionales


- ✓ Todo tipo de actores de la cadena de suministro se están incorporando al efood:
- ✓ Las variables logísticas tienen incidencia:
 - ✓ Plazo de entrega.
 - ✓ Mínimo de pedido.
 - ✓ Área de entrega.
 - ✓ Forma de entrega.
 - ✓ etc



Cesta de Melocotones

13,50€ **12,00€**

¡¡ENVÍO GRATIS!! 5 kg de melocotones de La Montaña de Alicante con un sabor increíble. Carne roja crujiente y de buen tamaño.

 Añadir al carrito

- ✓ Trabajar en el canal de venta de comercio electrónico obliga a las empresas a acometer mejoras en sus procesos logísticos, incluso aunque la calidad de los mismos en la actualidad sea elevada, estas mejoras deben caminar por las siguientes líneas:
 - Disponer de un procedimiento de previsión de ventas.
 - Trabajar en la relación con proveedores para mejorar el aprovisionamiento.
 - Sistemas de preparación de pedidos orientados al picking de pedidos pequeños
 - Packaging de calidad (embalaje, etiqueta de envío).
 - Tratamiento ágil del stock en tránsito.
 - Sistemas de preparación y expedición sin errores (identificación automática) con control y seguimiento en tiempo real (radiofrecuencia).
 - Tiempos de respuesta cortos.
 - Sistemas de información que nos aporten:
 - Información y gestión fiable del stock y del aprovisionamiento online.
 - Capacidad de planificación de tiempos de entrega.
 - Trazabilidad de todos los procesos logísticos.

Las 5 claves de la eLogistic

- ✓ Control del inventario.
- ✓ Proceso de picking
- ✓ Transporte de Distribución. Última Milla
- ✓ Trazabilidad.
- ✓ Logística Inversa.



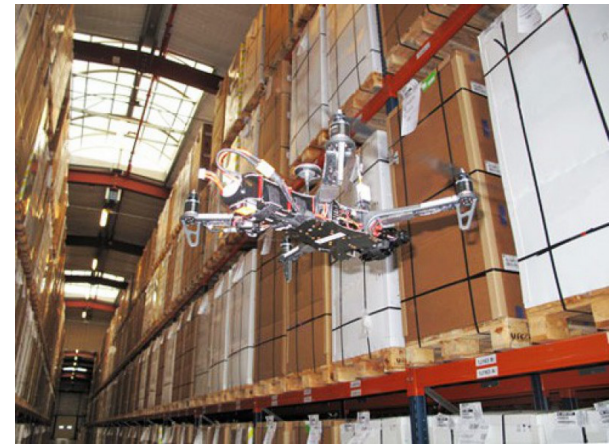
eLogistic

Logística digital de **Confianza**



Control de inventario

- ✓ Controlar el inventario, es básico para poder acometer un adecuado proceso de venta por internet.
 - Disminuimos costes ocultos.
 - Incrementamos el nivel de servicio al cliente y por tanto su fidelidad
- ✓ Las causas más habituales, que generan diferencias de inventario son:
 - Fallos en los procesos de descarga / Errores en recepción.
 - Pérdida de mercancía en operaciones de almacenaje.
 - Averías.
 - Otros



PROCESO DE PICKING

- ✓ Actividad que desarrolla dentro del almacén un equipo de personal, para preparar los pedidos de los clientes.
- ✓ OBJETIVOS:
 - Realizar la tarea sin errores, con la calidad requerida por el cliente.
 - Mejorar la productividad a través de la coordinación de las estanterías, carretillas, métodos organizativos, la informática y las nuevas tecnologías.
- ✓ No podemos hablar de una única solución para el proceso de picking, pues son muchas las variables que influyen en el.



ÚLTIMA MILLA

- ✓ Denominamos última milla al último tramo del trayecto que recorre un pedido antes de ser entregado a su comprador.
- ✓ En el momento de realizar la adquisición, debemos plantear al comprador electrónico diferentes alternativas para la entrega de la mercancía:
 - Entrega en domicilio o lugar de trabajo en franja horaria prefijada.
 - Punto de recogida cercano al domicilio del cliente .
 - Las taquillas automatizadas



TRAZABILIDAD

- ✓ Localización de los productos en el espacio, y en el tiempo, que permite, de forma fehaciente y en cualquier momento la reconstrucción del proceso integro de compra, producción almacenaje, transporte, distribución y venta.
- ✓ Garantiza al cliente la situación de un producto que ya ha pagado.
- ✓ Es necesario sistemas de información coordinados en todos los actores de la cadena de suministro.



Logística inversa

- ✓ En cualquier compra online, nos vamos a encontrar con, lo queramos o no, con:
 - Rechazos
 - Devoluciones.

- ✓ Es necesario:
 - Trabajar en la tienda online, para disminuir el ciclo inverso.
 - Disponer de una política de devoluciones clara y detallada.
 - Tener un procedimiento de trabajo para el retorno de la mercancía tan analizado como el ciclo directo.

