

III Desayuno Women at eCommerce by LetsBonus

“Smart logistics. Nuevas tendencias en distribución”

“El envío gratuito es la ventaja competitiva clave para el 80% de consumidores de eCommerce”

- La logística ha sido el eje conductor del tercer desayuno profesional de la iniciativa [Women at eCommerce by LetsBonus](#), el primer observatorio de la mujer profesional en el sector del comercio electrónico organizado por [Womenalia.com](#) y [LetsBonus](#).

Barcelona, 11 de marzo de 2015.- Según se desprende del informe **Tendencias en Logística eCommerce 2014/2015**, el 68% de los eCommerce consiguen un **grado de satisfacción** medio-alto en sus procesos de compra, el 18% se sitúan en un perfil medio-bajo y tan sólo el 3% de las empresas de venta online manifiesta tener una baja satisfacción. Además, el **retraso en el envío** de los productos es la principal incidencia logística para el 34% de los eCommerce. Asimismo, el 65% de las tiendas online registran un nivel de **incidencias** del 3% según el informe *El mercado del eCommerce en 2014*.

En torno a estos datos, fidelización y *user experience* han marcado el **tercer desayuno de Women at eCommerce by LetsBonus**, en el que se han analizado las tendencias de logística para este año. La importancia de desarrollar un sistema logístico adecuado que garantice el envío de los productos, es uno de los aspectos críticos para conseguir el éxito de un eCommerce. De hecho, el 70% de las experiencias de compra se basan en cómo el cliente se siente tratado durante el proceso de adquisición.

Este networking, celebrado en el Restaurante Windsord de Barcelona, ha contado con expertos del mundo del comercio electrónico como **Juan Luis Rico**, CEO de **LetsBonus**; **Pilar Roch**, International Business Development Manager de **Womenalia**; **Julia López**, Coordinadora del Proyecto Smart City del **Ayuntamiento de Barcelona**; **Ignacio Achirica**, Director Comercial de **MRW** y **Sandra Zárate**, eCommerce Consultants Manager en **Rakuten España**.

La responsable de abrir la jornada fue **Pilar Roch**, International Business Development Manager de **Womenalia**, quien fue desgranando frente a un público experto los últimos datos de facturación del sector eCommerce en nuestro país, “el **25% de las tiendas online espera un crecimiento de la facturación por encima del 20% en el ejercicio 2015** y el **35% de los eCommerce aspira a un incremento entre el 10 y el 20%**”. Además puntualizó que “**9 de cada 10 mujeres profesionales realizan compras online**”.

A continuación, **Juan Luis Rico**, CEO de **LetsBonus**: *“En este tercer desayuno de trabajo nos adentramos el área de la logística porque es un elemento clave en la experiencia de compra y es un área que durante los últimos años ha evolucionado de la mano de la tecnología. En LetsBonus, por ejemplo, ya hemos conseguido que el 70% de los envíos lleguen en menos de 72h y hemos abanderado la entrega el mismo día en la comarca del Barcelonés, y todavía nos queda mucho por hacer”.*

Durante la ponencia de **Julia López**, Coordinadora del Proyecto **Smart City** del Ayuntamiento de Barcelona: *“Barcelona se está transformando para ser una smart city, una ciudad inteligente que utiliza las nuevas tecnologías para ofrecer una mejor calidad de vida de sus ciudadanos. El objetivo es atraer talento e inversión y convertir Barcelona en una ciudad interconectada a gran velocidad, entre las diferentes zonas y barrios, sostenible y autosuficiente. De los 22 programas agendados, uno de ellos responde a la temática “Infraestructuras y Logística”, que tiene como finalidad gestionar y planificar los bienes y servicios de la ciudad de forma eficiente y eficaz”.* Asimismo, López transmitió *“queremos que Barcelona sea una ciudad referente en innovación tecnológica mediante un proyecto con impacto económico y social para los ciudadanos”.*

Por su parte, el Director Comercial de **MRW**, **Ignacio Achirica**, nos descubrió oportunidades de mejora en user experience: *“Los retos a los que deben enfrentarse los eCommerce son la creciente competitividad del sector, trabajar en la personalización de la experiencia, la omnicanalidad y la adaptación al mCommerce como canal referente de acceso a la tienda online”.* Además *“las empresas deben invertir esfuerzos en investigar en tecnología”;* puesto que, *“hay que acortar al máximo los procesos de envío de los productos; ya que, los usuarios pasan menos tiempo en casa y exigen conocer la hora de entrega exacta”.* Nuestro servicio de atención al cliente será *“un motivo más de decisión de compra para nuestros potenciales clientes”.*

Para concluir, **Sandra Zárate**, eCommerce Consultants Manager en **Rakuten España**, el centro comercial con más de 1.600 tiendas integradas en su plataforma, centró su ponencia en la influencia del shipping en la decisión final de compra. *“En Internet es necesario detallar el producto mucho más que en la parte offline. Dado que, en el mundo digital tienes que simular el interés del cliente y ayudarle en la decisión de compra, dada la enorme competencia. La mayoría de las tiendas que empiezan en el mundo online no se dan cuenta de que la logística es una de las partes más importantes para la venta”.*

Al finalizar las ponencias, se abrió un interesante turno de debate entre asistentes e invitados. Algunas de las empresas presentes como **Promofarma**, **Bebé de París**, **Cocunat**, **eCommerce Club**, **Brainsins** o **La Cesta Fresca** nos acompañaron para seguir intercambiando visiones sobre

las tendencias logísticas que deben implementarse en los eCommerce y los retos que marcarán las diferencias entre las empresas de venta online que triunfarán y las que no.

Acerca de Women at

[Women at](#), es el primer observatorio por sectores, regiones y actividades económicas de de la mujer profesional en España, que pondrá el foco en sectores como las finanzas, consumo, legal, recursos humanos...etc. o en regiones específicas (por comunidades autónomas, regiones o ayuntamientos), con el fin de analizar en profundidad tres indicadores: la evolución económica del sector o región, la adaptación tecnológica del sector o región y la presencia de la mujer en ese determinado sector o región.

Para ello, cada *Women at* contará con entrevistas en profundidad de mujeres con carreras profesionales destacables, infografías que aportarán de un vistazo los datos más relevantes de cada región o sector, los eventos más relevantes que no hay que perder de vista, así como todo el contenido relevante que podrá consultarse en el site oficial que se dará a conocer oficialmente en el acto de presentación.

Women at es un proyecto estratégico de Womenalia que pretende llegar un paso más allá en la aportación de visibilidad de los perfiles profesionales mujer analizando en clave económica dos de los acontecimientos que afectan a día de hoy a la economía mundial: Presencia de la mujer y digitalización.

Organiza y colabora

Acerca de Womenalia.com

[Womenalia.com](#) tiene como misión crear la 1ª Red social de Networking Mundial de Mujeres Profesionales que ayude a fomentar e impulsar la presencia de mujeres en puestos directivos, en la creación de empresas o en la generación de auto-empleo. Para ello, Womenalia.com pone a disposición de la mujer profesional una plataforma online colaborativa que integra red social, portal de contenidos y herramientas profesionales. El objetivo final es que las usuarias puedan desarrollarse profesionalmente más rápida y eficazmente fomentando además su visibilidad y notoriedad en sus mercados de referencia. Womenalia.com cuenta con más de 270.000 usuarias en la plataforma. Actualmente cuenta con plataforma abierta en España, México, Colombia y USA.

Acerca de LetsBonus

Fundada en septiembre de 2009, LetsBonus es una de las mayores webs de comercio electrónico de nuestro país, además de la compañía de compra colectiva pionera en Europa y líder en España con 8 millones de suscriptores y 15.000 comercios colaboradores. Actualmente, la compañía se ha convertido en uno de los más completos marketplaces de planes de ocio y experiencias de nuestro país, con una selección diaria de más de 2.000 propuestas de gastronomía, belleza, cuidado personal, espectáculos, viajes y escapadas, formación y producto, entre otros, con descuentos de en torno a un 70%. La empresa cuenta con un equipo de unos 200 empleados, está presente en 93 localidades españolas y opera en Italia, Portugal y Chile. [@LetsBonus](#) | [facebook.com/LetsBonusEspana](#)

Women at cuenta con la colaboración de:

[TheWorldgateGroup](#) es una firma de asesoramiento e investigación estratégica especializada en la gestión del cambio en las organizaciones. Ayudamos a sincronizar los mundos corporativos de la estrategia y el talento para el cumplimiento de los objetivos de negocio.

[adigital](#) es la Asociación Española de la Economía Digital, formada por más de 500 asociados. Tiene como objetivo promover y apoyar la economía digital en España. adigital es socio, junto con Autocontrol, de confianza online, sello de calidad al que están adheridas más de 2.000 empresas y presente en más de 2.600 sites.

Twitter: @womenalia @letsbonus #Womenat #eCommerce

