

## Financiación de startups en logística para DUM

### Cápsula 3.4.4 - Fuente 1

El sector del transporte y la logística ha experimentado notables mejoras en las últimas décadas.

A medida que las nuevas tecnologías han entrado en el mercado, la eficiencia ha aumentado y los precios han disminuido. Sin embargo, el sector sigue enfrentándose a importantes retos, como el elevado número de puntos de corte, la complejidad de las normas de fijación de precios y la falta de estandarización de los datos.

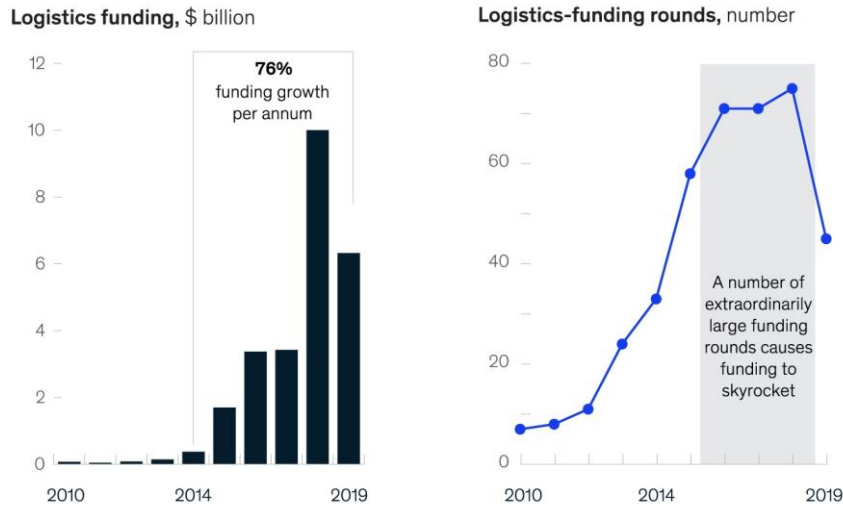
Si bien la baja rentabilidad ha dificultado que el sector aborde estos problemas, una nueva generación de startups de logística pretende resolverlos. En nuestro nuevo informe, “Startup funding in logistics: ¿Dinero nuevo para un sector antiguo?” analizamos más de 120 de las mayores startups de logística - que representan un 93%, o 26.000 millones de dólares, del total de la financiación de startups en logística hasta la fecha- y exploramos las recientes tendencias de financiación y sus implicaciones para los operadores tradicionales, las startups y los inversores. El resto de este artículo extrae las lecciones de un capítulo del informe. Para obtener más información sobre acontecimientos más recientes, véase la barra lateral “El impacto de COVID-19 en las startups de logística y la financiación de capital riesgo”.

### El capital riesgo descubrió la industria logística en 2015

Los capitalistas de riesgo han invertido recientemente alrededor de 28 mil millones de dólares en startups de logística, casi todos desde 2015. En nuestra muestra, el número de operaciones comunicadas se estancó de 2016 a 2018 y luego cayó en 2019. Durante el mismo periodo, el tamaño medio de las operaciones y la financiación total se triplicaron (Gráfico 1). Estos resultados muestran que el crecimiento ya no se ve impulsado por la realización de múltiples rondas de financiación, sino que se produce a medida que las startups alcanzan la madurez y reciben rondas de financiación más grandes.



Total funding in logistics startups has seen a dramatic increase over the past few years, growing at a 76 percent compound annual growth rate since 2014.



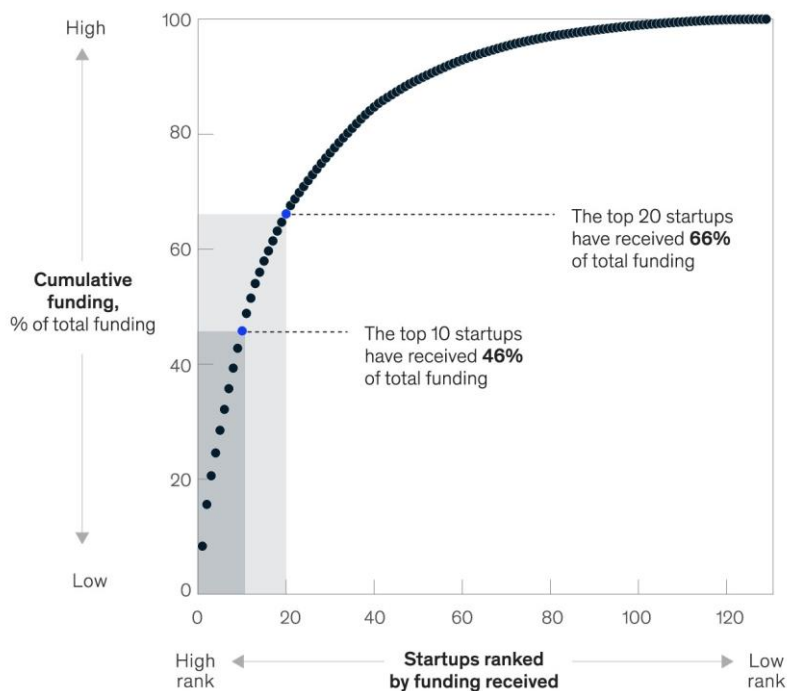
Source: CB Insights; company websites; Crunchbase

McKinsey & Company

Como en otros sectores, la financiación de la logística está muy concentrada. Las diez empresas mejor financiadas han recibido alrededor del 46% del total de la financiación, y las 20 primeras, alrededor del 66% (Gráfico 2).

The ten best-funded startups account for 46 percent of total funding.

Startup ranking by cumulative funding



Source: Crunchbase

McKinsey & Company



Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

## La mayor parte de la financiación se destina a startups que trabajan en plataformas de última milla y de transporte de mercancías

Este importante aumento de la financiación nos lleva a preguntarnos: ¿A dónde va todo este dinero y cuáles son las tendencias que entusiasman a los inversores en este sector?

### La última milla: El favorito del capital riesgo

La mayor parte de la financiación, unos 11.100 millones de dólares, la obtuvieron las startups que ofrecen servicios de entrega de última milla a minoristas y particulares, una apuesta de VC que analizamos en detalle en 2017. [1] De esta cantidad, 9.900 millones de dólares se destinaron a startups que se basan en modos de entrega no convencionales, como la entrega por crowdsourcing, los drones, los vehículos autónomos y los envíos a taquillas de paquetería. Esta tendencia sugiere que los inversores ven una oportunidad para que los servicios de última milla no convencionales complementen a las empresas con flotas de entrega tradicionales, ya que anticipan la próxima normalidad en la entrega de paquetes de última milla.

Una empresa poco convencional es Nuro, que diseña, fabrica y opera robots de reparto. Sus vehículos de entrega sin conductor R1 se están probando en Houston, Texas, y Scottsdale, Arizona, a través de una asociación con Kroger para entregar comestibles por una tarifa. La ronda de riesgo de serie B de la empresa con sede en California aportó 940 millones de dólares en febrero de 2019 y fue liderada por el Vision Fund de SoftBank. [2]

Otro actor poco convencional, Hive Box, con sede en Shenzhen, se creó en 2015 y ahora gestiona más de 150.000 taquillas para paquetes repartidas por toda China. En conjunto, reciben más de nueve millones de paquetes al día. Cinco empresas de transporte urgente, incluida SF Express, tienen una participación en Hive Box. La empresa recaudó 323 millones de dólares en una ronda de serie B en enero de 2018 y hasta la fecha ha recibido más de 700 millones de dólares en financiación.

### El mercado de las plataformas de transporte: Las startups avanzan y los operadores tradicionales se ponen al día

Las plataformas de transporte de mercancías también han captado la atención de los inversores. Esto es especialmente cierto para las plataformas que se centran principalmente en el transporte por carretera, que han recibido unos 6.000 millones de dólares de financiación. Aunque la gran mayoría de esta suma procede de fondos de inversión, este segmento también ha sido el que más financiación corporativa ha recibido. Por ejemplo, DB Schenker adquirió una participación de 25 millones de dólares en la plataforma de reservas de transporte por carretera uShip

Las plataformas de transporte de mercancías por carretera mejoran la transparencia de los precios, profesionalizan y digitalizan el intercambio entre cargadores y transportistas, que suele ser informal. Se centran en el aprovechamiento de los datos existentes como medio para abordar las grandes ineficiencias que aún existen en el mercado (por ejemplo, las causadas por los trayectos en vacío). Así, estas startups contribuyen significativamente a mejorar la sostenibilidad dentro de las industrias del transporte y la logística, una tendencia cada vez más relevante. Son extremadamente fáciles de usar para los camioneros y otras personas, lo que mejora la experiencia del cliente.



Aunque los mercados y las soluciones de transporte de mercancías por carretera todavía no han captado grandes volúmenes, han desafiado a los corredores y transportistas de activos ligeros al poner en contacto directamente a cargadores, cargas y transportistas, amenazando así con sustituir a los intermediarios tradicionales. Algunos operadores tradicionales ya han reaccionado a la aparición de nuevas empresas de transporte por carretera. Por ejemplo, DHL Freight lanzó el mercado en línea Saloodo en 2016, y Kuehne + Nagel lanzó FreightNet, una plataforma de reservas de transporte por carretera, en 2014.

Las plataformas de carga que se centran en el transporte aéreo y marítimo han recaudado mucho menos que sus pares de transporte por carretera: unos 1.600 millones de dólares. Flexport, con su sólida oferta y su prominente base de clientes, domina claramente este segmento y representa 1.300 millones de dólares de esta financiación. Flexport ha anunciado recientemente una asociación con la empresa china de entrega y logística SF Express para ofrecer servicios completos de transporte de mercancías, incluido el transporte marítimo de contenedores completos y aéreo.

Los operadores tradicionales también han reaccionado en este segmento. Por ejemplo, Maersk lanzó su propio transitario digital, Twill, en abril de 2017. La plataforma de transporte digital se centró inicialmente en los envíos entre China y el Reino Unido, pero se expandió rápidamente y consiguió llegar a 27 países a finales de 2018.

### **Asia-Pacific: Nuevos participantes de éxito con modelos de negocio tradicionales**

Fuera de China continental, Asia cuenta con una gran concentración de nuevas empresas de logística muy bien financiadas, especialmente en Hong Kong, India y Singapur. Las startups de última milla que entran en el mercado con modos más tradicionales (como scooters, furgonetas y camiones) tienen más éxito en la región de Asia-Pacífico, especialmente en la India, donde actores como Delhivery y Xpressbees han construido una red de paquetería completamente nueva y han recaudado cientos de millones de dólares en financiación en pocos años. Estos avances demuestran que las ofertas de los operadores tradicionales de paquetería no se han dirigido suficientemente a estos mercados.

### **Los titulares: ¿Han llegado para quedarse?**

Aunque los operadores logísticos tradicionales no se van a ir a ninguna parte, la pregunta sigue siendo: ¿Hasta qué punto serán disruptivas estas nuevas empresas? La buena noticia para los proveedores logísticos tradicionales es que la red, los activos y las relaciones de los incumbentes no van a verse alterados a corto plazo, al menos no en sus principales mercados. En la actualidad, ningún nuevo participante tiene el suficiente control sobre su red para garantizar un transporte globalmente integrado y sin fisuras en nombre de un gran cargador, una capacidad que Kuehne + Nagel o DHL Global Forwarding consideran de su dominio.

Al mismo tiempo, las startups han conquistado mercados en los que los operadores tradicionales tenían una oferta débil. Para evitar que los nuevos participantes capten la segunda oleada de segmentos de crecimiento y evitar que otros clientes recurran a la subcontratación, los operadores tradicionales deben revisar su presencia global y la satisfacción de los clientes en todos los segmentos de servicio. También deben centrarse en las nuevas necesidades de los clientes, como el aumento de la sostenibilidad, y mapearlas dentro de los segmentos de crecimiento más prometedores.



Las asociaciones globales serán cada vez más importantes para tener éxito en el futuro, sobre todo porque los procesos de la industria están muy entrelazados. La conexión de las empresas emergentes con los operadores tradicionales puede abrir importantes oportunidades para todas las partes interesadas. Los operadores tradicionales tienen la oportunidad de aprender de las empresas jóvenes y desplegar capacidades digitales para vincular su red física con los clientes; las empresas emergentes consiguen mejorar su credibilidad y el conocimiento de la marca, así como acceder a los clientes. Los operadores tradicionales pueden beneficiarse aprendiendo a ser más ágiles, consiguiendo

### **Nuevas ideas, y ayudar a que su marca sea percibida como dinámica y digital.**

Nuestro informe completo explora las tendencias geográficas de inversión y los nichos en los que las startups de logística están ganando impulso. Esta información ayudará a los operadores tradicionales, a las nuevas empresas y a los inversores a emprender un camino exitoso hasta 2030.

Descargar Financiación de startups en logística: ¿Dinero nuevo para una vieja industria? el informe completo en el que se basa este artículo.

Para saber más sobre por qué el uso de la IA en la logística funciona mejor con la experiencia humana, lea el comentario invitado de Michael Wax , director comercial y cofundador de Foro.

1. Florian Bauer, Tim Ecker, Ludwig Hausmann, Jan Krause y Thomas Netzer, La apuesta del reparto urbano:

5.000 millones de dólares de capital riesgo en riesgo?, McKinsey & Company, mayo de 2017.

2. Andrew J. Hawkins, "Los coches de reparto robotizados de Nuro llegan a Houston, Texas", The Verge, 14 de marzo de 2019, theverge.com.

