Segona edició de l'estudi de GLS sobre OOH

Els comerços catalans se situen per sobre de la mitjana nacional com a punts de recollida de paquets

7 de cada 10 catalans ja recullen les seves compres en línia en punts fora del domicili

El 86,1% dels enquestats considera que recollir els seus paquets en comerços de barri té un efecte positiu en l'economia local

Barcelona, 12 de novembre de 2026. El segon Estudi de percepció sobre hàbits de consum, preferències i perspectives de GLS Spain confirma que el model Out Of Home (OOH), basat en el lliurament i recollida de comandes en punts alternatius al domicili, com a punts de conveniència i taquilles intel·ligents, s'està convertint en la principal alternativa per a la recepció de paquets. Segons l'informe**, el 74,8% dels consumidors catalans ja ha utilitzat alguna vegada un punt OOH**, enfront del 63,9% registrat en 2025i se situen per sobre del 72,3% de la mitjana nacional.

Aquest creixement s'explica, especialment, per l'augment de l'ús combinat de ambdues solucions. El 42,5% dels enquestats afirma haver utilitzat tant punts de conveniència com comerços locals i en taquilles intel·ligents, la qual cosa suposa un salt significatiu respecte a l'any passat (27,8%). En paral·lel, es redueix el grup que mai ha utilitzat aquestes alternatives, que passa del 36,1% al 25,2%.

José Luis Ballesteros, OOH Manager de GLS Spain, assenyala: *"L'Out Of Home ja no és una alternativa puntual, sinó un hàbit en creixement. El fet que el 74,8 dels catalans recorri a aquestes solucions demostra que aquest model respon a les noves necessitats dels consumidors. A més de millorar l'experiència del destinatari, contribueix a una distribució més eficient, flexible i sostenible".*

Quant a l'experiència, els aspectes més valorats es mantenen estables: la proximitat (74,8%) i l'amplitud d'horaris (69,2) continuen liderant. A continuació, els usuaris destaquen "no fer cues" amb un 47% i la bona atenció amb un 29,7%.

Punt de conveniència i taquilla intel·ligent: dues opcions complementàries

Quan totes dues opcions estan a la mateixa distància, el punt de conveniència continua sent la preferida per la majoria (54,9%), principalment per l'atenció personal i la confiança que genera el comerç físic. No obstant això, la taquilla intel·ligent continua guanyant terreny, aconseguint un 45,1% de preferència (vs. 31,6% en 2025), impulsada per la disponibilitat 24/7 i la rapidesa.

Un impuls sostingut per al comerç local

L'impacte del OOH en el comerç de proximitat es consolida. El 86,1% dels catalans considera que recollir comandes en comerços locals té un efecte favorable en l'economia del barri (pràcticament estable enfront del 85,6% de 2025). Els beneficis més citats són la major visibilitat del comerç (42,5%), l'increment del trànsit de visites (35,3%) i l'augment de vendes (29,7%).

A més, el 35,7% dels usuaris afirma haver comprat alguna vegada en el propi punt de recollida i aquest percentatge puja fins al 43,7% si s'afegeixen els usuaris més freqüents.

Per a donar resposta a aquesta evolució, GLS ha ampliat la seva xarxa fins a superar els **10.000 punts de conveniència i taquilles intel·ligents** distribuïts per tot el territori nacional. Aquesta infraestructura permet oferir una major flexibilitat al destinatari, al mateix temps que contribueix a optimitzar la distribució d'última milla.

Avanços en devolucions i experiència digital

La devolució és un dels grans motors de creixement del OOH. L'estudi revela que el 49,6% dels consumidors ja ha utilitzat un punt OOH per a realitzar una devolució, i el potencial d'expansió del model aconsegueix al 81,2%.

En el pla digital, el seguiment per enllaç (email o SMS) és l'eina més utilitzada (58,2%), seguida de l'app del comerç o marketplace (47,5%). No obstant això, l'informe identifica marge de millora en la flexibilitat digital: la facilitat per a canviar adreça o punt de lliurament obté una valoració alta d'un 44%, la qual cosa la situa com una de les possibles millores del servei.

L'estudi complet està disponible per a la seva descàrrega en el següent enllaç: https://cloud.comunicaciones.gls-spain.com/ii-estudio-out-of-home

Sobre GLS Spain

GLS Spain és una filial del Grup GLS, proveïdor líder de serveis nacionals i internacionals de paqueteria, transport de mercaderies i enviaments urgents amb presència en més de 50 països. Gràcies a la seva àmplia xarxa de centres logístics i al seu gran coneixement del mercat local, GLS connecta als seus clients amb milions d'enviaments diaris a través d'un servei d'alta qualitat, personalitzat i flexible a Europa, Àsia i Amèrica.

Com a grup, GLS va lliurar 926 milions de paquets en l'exercici 2024-2025 gràcies a la seva estructura de més de 1.700 centres, una flota superior a 42.000 camions i vehicles de repartiment, i una xarxa Out-of-Home que supera els 117.000 punts de lliurament i recollida de paquets.

A Espanya, la xarxa de GLS posseeix més de 600 centres propis i agències, als quals se suma el suport dels més de 10.000 GLS Points (punts de conveniència i taquilles intel·ligents), i més de 4.900 vehicles de repartiment i andarines.

El Hub KM0 de Madrid, amb una superfície superior a 33.000 m², és el principal centre logístic i seu central de GLS Spain. Compta amb tecnologia logística avançada, que inclou sistemes de classificació automatitzats capaces de gestionar fins a 50.000 paquets per hora, la qual cosa permet aconseguir un flux operatiu de més d'un milió d'enviaments diaris en moments de màxima activitat.

GLS compta amb 3 Hubs d'Intel·ligència Artificial a Europa, cadascun especialitzat en una àrea clau del negoci. El CX & Sales AI Hub d'Espanya és el motor de la transformació digital de l'experiència de client, màrqueting i vendes del Grup.

Per a obtenir més informació, visita la pàgina www.gls-group.com/es/

Contacte de premsa:
GLS
Ricardo Martínez
Tlf:635 414 661
Email: ricardo.martinez@gls-spain.com

ATREVIA
Martín Méndez de Vigo | Alberto Estévez
Tlf. 659 969 607 | 672 447 012
Email: gls@atrevia.com