



Envíos de última milla: Proyecciones y retos para el 2022

- *En 2021, Lalamove cerró el año con una plantilla de 5 mil conductores que realizan 20 mil entregas al mes.*
- *Ese año realizó alianzas importantes con plataformas como Shopify, gigante del e-commerce.*
- *Las temporadas más fuertes para repartir fueron Navidad, Día de la Madre y Día del Amor y la Amistad.*

Ciudad de México a 12 de enero de 2022.- Ya estamos cumpliendo los dos años desde que la pandemia de COVID-19 llegó a México. En ese tiempo, el universo industrial avanzó de una forma nunca antes vista. El *e-commerce* y los envíos de última milla levantaron la mano como salvavidas de millones de Pequeñas y Medianas Empresas (PyMES), frenando el cierre de muchos comercios que representan la principal fuerza económica del país.

En el mundo, de acuerdo con un [estudio de BGSA](#), entre 2009 y 2019 el comercio electrónico creció solo del 5% al 16 por ciento. En cambio, en los primeros tres meses de 2020, las ventas en línea aumentaron 33% en el sector retail. En el caso de México, Statista afirmó que la industria logística y los envíos de última milla alcanzarán una facturación de 2,100 mdd al finalizar el 2021 y, un análisis de datos realizado por [Simpliroute](#), pronosticó que en 2021 la cantidad de visitas para distribuir las compras durante los eventos de ventas en línea aumentarán un 42% en México, ojo aquí, porque esta es una tendencia que se mantiene desde 2020.

“En pleno 2022 es imposible pensar en empresas que busquen crecer sin incorporar tecnología digital en su modelo de negocios. Muchas lecciones han sido aprendidas durante los años de la pandemia, pero la más importante, en términos comerciales, es que si no te adaptas a la innovación, es más difícil que avances. Por eso, el papel de la última milla se ha vuelto necesario, ya que hace la compañía perfecta con el comercio electrónico, facilitando la vida de muchos clientes y las operaciones de los pequeños y medianos comercios”, comenta Albert Go, manager regional de Lalamove en México y LATAM.

¿Qué fue lo más solicitado en 2021 en la última milla?

Como ya sabemos, una entrega eficiente y segura a domicilio brinda tranquilidad, comodidad y un mejor aprovechamiento del tiempo... ¡Todo en uno!, pero dentro de la gran variedad de artículos que se pueden mandar, siempre están los que sobresalen y que las empresas deben tener en cuenta para implementar estrategias que den más *push* a estos productos.

Datos internos de Lalamove apuntan como gran ganador en la última milla al sector de alimentos y bebidas, ya que cada 5 de 10 envíos que se hicieron fueron de estos productos, con la moto siendo preferida por los usuarios, aunque los productos para el cuidado de la salud están tomando mucha importancia.

En cuestión de vehículos más grandes, en automóvil los aparatos de audio, video y cómputo, junto con la moda y accesorios se ubicaron en primer lugar, seguido por obsequios y florería. Mientras que en camiones se transportaron más alimentos no preparados, muebles y artículos para diseño de interiores.



Albert Go apunta lo siguiente: “¿Qué nos dice todo lo anterior? Que en plena efervescencia de las transacciones por internet, las entregas de última milla están consolidadas como empresas que potencian la competitividad y el desarrollo del sector empresarial gracias a un par de factores importantes: la diversidad en las entregas, es decir, todo de puede mandar y casi cualquier vehículo funciona para hacer una entrega. Sin embargo, para lograr convertirse en un buen aliado logístico, es importante atender las necesidades del ecosistema y resolver los desafíos que vendrán en este 2022. Uno de ellos es el que está relacionado al impuesto a nuestra industria. Desde Lalamove, durante el mes de enero, ayudaremos a nuestros clientes emprendedores a contrarrestar el costo del gravamen a través de la creación de un apoyo económico que se abonará de manera electrónica a sus cuentas”.

Otros de los retos que queremos compartir contigo están relacionados con operación e innovación en logística para este año. ¡Toma nota!

- **Rediseñar flujos logísticos alternativos y habilitar espacios de almacenamiento más cercanos a los puntos de consumo que faciliten las operaciones de última milla.**
- **Reforzar las devoluciones y la logística inversa.**
- **Adaptar y adoptar las mejores prácticas de escala global y replicarlas en menor escala en el contexto local.**
- **Construir un esquema más robusto de capacitación e información orientadas a la transformación digital de los actores logísticos (drivers, usuarios y clientes).**
- **Invertir en la fuerza laboral y seguir profesionalizando el trabajo de los repartidores a través de un mayor esquema de incentivos.**
- **Estar más cerca de la red de proveedores y reconocer e identificar alianzas alternativas que permitan sostener y/o potenciar la propuesta de valor de la empresa.**

Sin duda, los últimos dos años han representado lecciones muy valiosas para el sector logístico local y el éxito de las iniciativas que cada empresa tengan planteadas en sus agendas para 2022, dependen altamente de la capacidad de anticiparse, reaccionar de forma ágil y respaldar a todos los que conforman el ecosistema de los repartos por aplicación.

oOo

SOBRE LALAMOVE

Desde 2013, Lalamove ha incursionado en la industria de la logística para encontrar las soluciones más innovadoras que resuelvan las necesidades de entrega en todo el mundo. Millones de conductores y clientes usan nuestra tecnología todos los días para conectarse entre sí y mover las cosas que importan. Actualmente, Lalamove conecta a más de 7 millones de clientes con un grupo de más de 700,000 de conductores de camionetas, camiones, SUVs y motocicletas para brindar un servicio de entregas 24/7 OnDemand. La misión de Lalamove de hacer que las entregas locales sean más rápidas y sencillas se logra con innovaciones como la conexión instantánea de pedidos, el seguimiento de vehículos por GPS en tiempo real, servicios 24/7 y un sistema de calificación de conductores. Lalamove opera hoy en más de 20 mercados alrededor de Asia, Estados Unidos y Latinoamérica. Entró al mercado mexicano en febrero de 2020.

Más información en: <https://www.lalamove.com/mexico> y en Facebook.