



La última milla y el comercio electrónico, actores clave en la nueva economía digital

- Según datos de la consultora Statista, para 2023 se estima que el 69.7% de los mexicanos comprará en línea y 78% para el 2025.
- El 80% del aumento en las entregas en 2020 llegaron de pequeñas y medianas empresas (PyMES), convirtiendo a Lalamove en aliados estratégicos para sus cadenas de distribución.

(Ciudad de México, 20 de enero de 2021).- El inicio del 2021 es de retos y aprendizajes, pero también de grandes oportunidades para la industria logística y de entregas inmediatas, aprovechando el impulso sin precedentes que recibieron el año pasado, donde empezaron a consolidarse como complementos esenciales para los nuevos modelos de comercio y distribución.

Frente a un mundo más digitalizado e interconectado debido al cierre de espacios físicos, las tendencias de compra, venta y entregas en línea experimentaron un desarrollo acelerado en sus operaciones. En solo tres meses, (abril a junio del 2020), el uso de plataformas digitales para hacer compras se incrementó en un 90% en México, de acuerdo con el Reporte sobre el Impacto del COVID-19 en Venta Online, elaborado por la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO).

No obstante, el éxito de las ventas por internet también ha impulsado a otra industria que ha llegado para quedarse: la de entregas a domicilio o *delivery*, que es, al día de hoy, el mejor compañero para hacer crecer los nuevos modelos de negocios impulsados por tecnología y mejorar de forma significativa sus cadenas de suministro y distribución.

El uso de tecnología para realizar compras y ventas online tuvo un crecimiento exponencial durante los últimos meses del 2020, lo que logró que la industria de la logística y servicios de mensajería tuviera un adelanto de casi 3 años, según expertos.

“Los hábitos de consumo y la transformación digital han impulsado el crecimiento del comercio electrónico; adicionalmente, existen aplicaciones de última milla que brindan servicios de entrega inmediata. La combinación de ambas resulta en la alianza ideal para consolidar un modelo económico virtual basado en comercio omnicanal y envíos rápidos, optimizados y trazables en tiempo real, fortaleciendo la percepción positiva del usuario para volver a comprar en tiendas digitales y combinándolo con canales físicos, logrando que esto no sea una tendencia pasajera o que se reduzca en cuanto vuelvan a abrirse los comercios”, apuntó Christophe Milhères, Managing Director de Lalamove México.

¿Qué ventajas tiene la última milla para la cadena de suministro?

Durante el *boom* de la economía en línea, quedó más que claro que, para las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs), la última milla es una herramienta esencial para sobrevivir y crecer, puesto que les otorga ventaja en un ambiente de gran competencia, ya que asegura la calidad y seguridad del proceso desde el momento en que el producto sale del almacén, durante el envío y hasta que llega a las manos del consumidor final o, incluso, del minorista o *retailer*.



Durante la pandemia, datos internos de Lalamove sugieren que, cerca de un 80% del aumento en las entregas fueron provenientes de pequeños y medianos negocios, convirtiendo a plataformas de última milla y servicios de logística en aliados estratégicos para eficientar las cadenas de distribución en este tipo de negocios.

Entre algunas de las ventajas de la logística última milla en la cadena de distribución podemos mencionar las siguientes:

- Reducción de costos operativos.
- Optimización de tiempos de entrega con el cliente final.
- Envíos *On Demand*, es decir, generados al momento para entregar ya sea en domicilios particulares o establecimientos comerciales.
- Mejora la experiencia del cliente al ofrecer servicios tecnológicos innovadores donde se tenga capacidad de interacción.
- Aumenta la calidad y la variedad en la oferta de vehículos, teniendo a disposición soluciones que integren desde camiones, camionetas y SUV, hasta soluciones más rápidas y ligeras como motocicletas. Todos ellos, apoyados con tecnología de geolocalización en tiempo real, optimización de rutas y personalización del servicio de acuerdo con las necesidades de las distintas industrias.

Además, tercerizar las entregas otorga la ventaja de tener una mejor especialización en temas logísticos y reducción de costos, ya que una empresa no tiene que preocuparse por tener una flota propia además de que, plataformas como Lalamove, han eliminado costos de comisión para envíos como alimentos y bebidas, cobrando únicamente entrega por kilometraje y por medio de una flotilla única para este servicio.

“Para las empresas, el equipo formado por el comercio electrónico y los envíos de última milla significa una nueva oportunidad de potenciar y crecer sus negocios hacia un nivel más digitalizado. Considerando que las cadenas de distribución no son sólo para compañías con grandes líneas de producción, sino que también funciona para hacer crecer a minoristas y emprendedores”, concluyó Christophe.

Las soluciones de envíos se extienden a casi todo tipo de industria, por la alta demanda de servicios, el uso de aplicaciones de logística ayudan a que las empresas puedan tener una alternativa en sus entregas, potenciando su crecimiento e incursión en el ecosistema digital.