



La evolución *Delivery* en México traducido en 2,100 millones de dólares

- Actualmente, según datos de la Asociación Mexicana de Venta Online, 83% de los consumidores digitales utilizan plataformas de *delivery*.
- Según Statista, en México se facturó 2,100 millones de dólares en 2021.

Ciudad de México, 23 de agosto de 2021.- La industria del *delivery* ha simplificado la vida de mucha gente y se ha convertido en un excelente aliado para las empresas gracias a su flexibilidad para mandar y recibir casi cualquier tipo de producto y servicio.

Hoy en día, la logística de última milla y los envíos inmediatos tienen una proyección económica muy interesante. Datos del portal Statista han apuntado que durante el 2021, la industria en México se consolidará al facturar 2,100 mdd (millones de dólares), convirtiéndose en un pilar para la economía mexicana.

Pero, ¿por qué han crecido los envíos a un nivel de convertirse en actividad? Primero, por la necesidad que hoy significa recibir productos y servicios ante un panorama de encierro y contingencia. Sin duda, el *e-commerce* y la última milla representan perfectamente el dicho de “con toda crisis viene una oportunidad”. Impulsados por factores como la publicidad, la penetración del *smartphone* en la vida diaria; comprar, vender y entregar productos y servicios se ha vuelto una actividad más simple y con mayores personas adaptándose a los canales virtuales y al comportamiento omnicanal (combinando canales físicos y digitales).

En segundo lugar, porque el rango de productos y alcance de entregas es muy extenso. Relojes, muebles, alimentos, bebidas, todo puede transportarse hacia cualquier punto de la ciudad y, gracias a la innovación en la tecnología, existen plataformas digitales que han revolucionado a la industria gracias a su trazabilidad, seguridad, inmediatez y características como rutas optimizadas o entregas bajo demanda.

Según datos de la AMVO, la pandemia digitalizó los hábitos de consumo de los mexicanos: 83% de los internautas utilizan plataformas de *delivery*, de los cuales, 76% ordenan comida; 60%, piden productos del supermercado; 53%, realizan envíos, y 49% adquieren medicamentos. “De parte de nosotros como empresas, nuestra labor es mejorar la experiencia no sólo para los usuarios, sino para los conductores y todos los que están involucrados en este giro”, dijo Albert Go, General Manager de Lalamove Latam.

Apps de delivery, una forma nueva de obtener ingresos

El tercer punto viene en el aspecto laboral. Como resultado del cierre de muchas pequeñas y medianas empresas, casi un millón 629,000 personas perdieron su empleo a consecuencia de



la pandemia en México, de acuerdo con datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), al primer trimestre de este año. A raíz de esto, muchos mexicanos diversificaron sus fuentes de ingresos para enfrentar la difícil situación, siendo una opción más recurrente ser socio conductor en plataformas de entrega a domicilio.

Las plataformas tecnológicas han propiciado la creación de nuevos empleos, en los que cada *driver* tiene flexibilidad en cuanto a los días y las horas que prefiere trabajar. Esto permite generar ingresos adicionales, con muy pocos requisitos, bajas comisiones, pago competitivo y, en algunas aplicaciones, con una cantidad interesante de beneficios e incentivos, como seguros, consultoría fiscal y alianzas para créditos, por mencionar algunos. Statista estima que en México, los ingresos de las *apps* de envíos superarán los 2,100 millones de dólares (mdd), siendo el segundo mercado de Latinoamérica con mejor facturación para este servicio.

Lo que viene para el *delivery* es prometedor. La aceptación de este tipo de servicios en el país ha sido muy buena. Empresas como Lalamove han crecido al punto de realizar 20 mil entregas al mes y ser aliados estratégicos de 2 mil empresas y contando. El volumen de los pedidos en las plataformas de *delivery* aumentó exponencialmente en el país y convirtió algunas de estas aplicaciones en las grandes ganadoras del año.

Si bien el 2020 inició con el crecimiento de la industria, 2021 significará el año de la consolidación del *delivery*, con grandes esperanzas a lo que venga en el 2022.