



## Lalamove está presente en la digitalización de la Central de Abastos

- En 2019, este gran mercado inició un proceso de renovación dirigido hacia el terreno digital.
- Al día de hoy, Lalamove trabaja con varios clientes ofreciendo un volumen de 30 a 40 entregas diarias.

La Central de Abastos (CEDA) es uno de los espacios de comercio más importantes que existen, ya que es el mercado mayorista más grande de América Latina y el centro de suministro y distribución alimentaria [más grande de todo el mundo](#). Desde 1982 se encarga de alimentar a todo México y es la segunda institución que más dinero maneja en el país. Con un valor de operación comercial de aproximadamente 9 mil millones de dólares anuales, sólo es superada por la Bolsa Mexicana de Valores.

En una base diaria, este mega mercado recibe 500 mil visitantes y, en épocas de fiestas pueden acudir hasta 600 mil personas; adicionalmente, transitan cerca de 62 mil vehículos, 2 mil tráileres, mil 500 camiones torton y 58 mil 500 automóviles y camionetas para funciones de abasto y desabasto. Este gran volumen de operaciones, sumado con los nuevos modelos surgidos de los avances de la tecnología y acelerados con la realidad actual, exigieron una renovación en la Central, migrando sus procesos hacia el universo digital.

### ***Logística tercerizada, el gran acelerador***

En un lugar como la Central de Abastos, que empieza a trabajar desde las 3 a.m., uno de los pasos más importantes en la transformación de este gran mercado ha sido construir nuevos modelos de distribución por medio de la mejora en los procesos logísticos. La tercerización de las entregas se ha establecido como un elemento de mayor conveniencia para los vendedores en lugar de tener una flotilla propia, gracias a los menores costos por un servicio más especializado, la velocidad de entregas y la variedad en la oferta de vehículos.

Estas ventajas han dado entrada al establecimiento de alianzas entre comerciantes y plataformas tecnológicas de última milla, como **Lalamove**, la cual está presente en empresas que operan directamente dentro de la central de abastos, entre ellas, Frubana y Muni, ambas de origen colombiano, con quienes manejan volúmenes de entrega que varían desde dos hasta 17 o 18 unidades por cliente y 30 a 40 de manera general.

### ***Los puntos a favor para Lalamove***

Referirse a las soluciones de entregas tercerizadas es hablar de valor agregado para los clientes mayoristas. Al ser un producto nacido en la tecnología digital, la eficiencia es esencial para resolver las necesidades de grandes comercios. Ante esto, Lalamove cuenta con procesos 100% automatizados y un equipo de gran conocimiento en *software*, temas operativos y de



ventas. Todo esto resulta en entregas de 24 horas con rutas optimizadas y paradas múltiples, en pocas palabras, una mejora significativa para la experiencia de cliente.

Además de la eficiencia, la disminución de costos operativos es otra gran ventaja de la tercerización con Lalamove. Sobre este tema, Alberto Argai, gerente de operaciones para conductores en Lalamove México, expresó lo siguiente: *“Estamos muy bien parados en ese aspecto, con precios sumamente competitivos pues no tenemos tarifas dinámicas, ni otro tipo de comisiones extras, pagas los kilómetros que usas”*.

### **Retos y siguientes pasos para la plataforma en la CEDA**

Si bien la Central de Abastos ha adoptado bien los cambios digitales que iniciaron en 2019, aún queda mucho terreno para explorar, especialmente por parte del sector de entregas inmediatas y logística. En Lalamove los pasos a seguir se dirigen hacia una mayor profundización de la oferta que el mega mercado pueda brindar conforme avanza la digitalización. En este sentido, el reto para un mayor acercamiento y expansión del portafolio de clientes es lograr el equilibrio entre el supply de vehículos y la demanda de los clientes.

*“Los objetivos de Lalamove son muy ambiciosos, se busca el progreso paulatino con el número de clientes para poder cubrir con la demanda necesaria de vehículos para cada cliente. La Central de Abastos es un eje contemplado dentro de los planes de Lalamove”*, prosiguió Argai.

Otro desafío importante será el de lograr que los clientes confíen mucho más en las plataformas digitales, para lograrlo es necesario informarlos más acerca del uso, oferta de servicios y ventajas de las plataformas, ya sea de e-commerce o última milla; y así familiarizar a las distintas generaciones hacia un ecosistema 100% electrónico.

En adición a esto, Lalamove está renovándose de forma interna y ha lanzado una versión actualizada de su aplicación, todo esto para seguir acercando y conectando empresas, clientes y conductores en un modelo de logística eficiente y más fácil de utilizar.

*“Para poder lograr una migración hacia lo digital en un monstruo comercial como es la Central de Abastos, es necesaria la concientización de los usuarios y que puedan explorar todo lo digital, superar sus miedos y educarse en los nuevos hábitos de compra. Con las empresas, es esencial que se animen a explorar el e-commerce y la logística de última milla, ya que hoy representan una significativa fuerza de venta”*, finalizó.