



Las 'red flags' de un negocio que necesita optimizar la última milla

CIUDAD DE MÉXICO. 12 de abril de 2024.- La eficiencia y la velocidad en la entrega de productos es actualmente el diferenciador clave para las empresas, en una amplia gama de industrias, cuando de ganar la preferencia del cliente y satisfacer sus necesidades se trata.

A medida que el comercio electrónico continúa su expansión y los consumidores demandan cada vez más inmediatez, las operaciones de última milla se posicionan como un elemento crítico para el éxito empresarial.

“Las plataformas digitales de última milla ayudan a las pequeñas y medianas empresas a desarrollar su negocio. Tal y como lo hacen los grandes jugadores del comercio electrónico, lo pueden hacer las pequeñas florerías locales, los negocios familiares, y los millones de negocios que sostienen la economía de los mexicanos. Para ello unimos a los socios dueños de negocios con socios conductores a través de nuestra plataforma, la cual hoy tiene en México a más de 46 mil socios conductores y 6,900 socios de negocio que atienden a más de 22 mil usuarios conectados” explica Paul Loo, COO global de Lalamove.

Desde la perspectiva de [Lalamove](#) -la app de entregas on demand que conecta a usuarios con conductores para el envío de paquetes pequeños, medianos y grandes- muchos negocios no detectan de forma oportuna que requieren de una mejora en sus procesos de delivery y aún desestiman la relevancia de este proceso. Eso es un error considerando que, de acuerdo con la [Asociación Mexicana de Ventas Online \(AMVO\)](#) la practicidad, la personalización y la rapidez de las entregas son los principales factores que motivan al 76% de los internautas mexicanos a comprar por internet; estos aspectos también aplican en la logística inversa, es decir cuando los usuarios quieren hacer una devolución.

Por lo anterior, las siguientes son señales claras de que un negocio requiere optimizar su logística de última milla con la ayuda de soluciones avanzadas, para incrementar sus niveles de satisfacción del cliente y mejorar su reputación:

1. Tus entregas no son tan rápidas como deseas



Si los comercios notan un incremento en la demanda de entregas el mismo día o en tiempos muy cortos y no logran atenderlas, es una señal clara de que su logística de última milla necesita una revisión. En un entorno donde el [54%](#) de los consumidores ven la velocidad de entrega como un factor decisivo, no adaptarse puede significar quedarse atrás.

2. El crecimiento del negocio está limitado por la capacidad de entrega

El comercio electrónico en México sigue en auge, con una aceleración anual del 24.6% y un valor de mercado de \$658.3 mil millones de pesos, se posiciona según la [AMVO](#) como el mercado de mayor crecimiento a nivel global.

Aquellos negocios que sienten que su capacidad de entrega actual limita su capacidad para escalar o expandirse a nuevos mercados, deben explorar soluciones logísticas que puedan crecer con su negocio y permitirles subirse a esa ola de crecimiento del sector y no rezagarse.

3. Insatisfacción de los clientes

La última milla no es solo una cuestión de velocidad, sino también de calidad. Un servicio de entrega deficiente puede afectar negativamente la percepción de la marca. Si los negocios detectan que están recibiendo comentarios negativos relacionados con las entregas tardías o con el estado de los paquetes, deben considerar esto como una señal para mejorar su logística de entrega y optar por servicio cuya plataforma digital les permita mejorar la planificación de rutas, eficientar las entregas y brindar mayor capacidad de monitoreo de los paquetes al usuario final.

En un mercado saturado de opciones para los consumidores, dichos factores pueden servir como un punto de diferenciación importante contra la competencia.

4. Compromiso con la sostenibilidad

La responsabilidad ambiental es cada vez más importante para consumidores y empresas por igual. Si el negocio está buscando reducir su huella de carbono, optimizar sus operaciones de última milla mediante el uso de vehículos ecológicos y rutas optimizadas puede ser un paso significativo.

Los comercios, de las diferentes categorías, deben saber que un aliado tecnológico que ofrezca soluciones tecnológicas avanzadas que no solo cumplan con las demandas de



inmediatez y eficiencia, sino que también abordan cuestiones de sostenibilidad y responsabilidad social, es una clave para atender los puntos anteriores.

Al asociarse con un experto en logística de última milla que entiende profundamente las necesidades del mercado actual, pueden no solo responder a estas señales sino también preparar a su negocio para un futuro de éxito y crecimiento sostenido.