



Velocidad en las entregas: factor clave, incluso por encima del precio

CIUDAD DE MÉXICO. 29 de abril de 2024.- En la era actual del comercio electrónico, la velocidad de entrega se ha convertido en uno de los aspectos más valorados por los consumidores, a menudo superando al precio en importancia. Datos de la [Asociación Mexicana de Venta Online \(AMVO\)](#) indica que el 69% de los consumidores tienen como principal motivador para comprar en línea la rapidez en la recepción de los productos en sus domicilios.

Otros [estudios](#) indican que la velocidad de entrega ahora ocupa el segundo lugar en importancia para la satisfacción del cliente, solo detrás de la calidad del producto. Este dato subraya un cambio en las prioridades del consumidor, donde la espera prolongada ya no es opción.

Este cambio en las preferencias de los consumidores subraya una tendencia clara y, desde la perspectiva de [Lalamove](#), es un cambio en el comportamiento del consumidor que ha recalibrado las expectativas de servicio, destacando la eficiencia y rapidez del delivery como elementos decisivos en la experiencia de compra.

Esto se debe, en gran parte, a la preferencia por la comodidad que el crecimiento del e-commerce en México ha impulsado. Los clientes valoran más la inmediatez de comprar desde el sofá y recibir al otro día que el acto de ir de compras de la forma tradicional y tener que trasladarse a las tiendas, lo que implica una transformación por completo en las dinámicas de consumo.

- **Tercerizar la última milla, un proceso clave**

Ante el escenario antes descrito, la tercerización de la última milla emerge como una solución estratégica para cumplir con las expectativas de entrega rápida. Se trata de una estrategia que permite a las empresas de comercio electrónico delegar toda la gestión logística de entregas a expertos en movilidad y distribución. De ese modo se optimiza este segmento crítico de la cadena de suministro, permitiendo que los comercios entreguen los productos al día siguiente de la compra.

Entre los principales factores que hacen de la tercerización de la última milla la opción ideal para optimizar los procesos, destacan:



1. **Especialización y eficiencia:** Servicios como [Lalamove](#) se especializan en logística de entregas rápidas, utilizando tecnología avanzada y flotas de vehículos adaptadas a diferentes necesidades de envío. Esto permite que cada pedido sea manejado con la máxima eficiencia desde el almacén hasta la puerta del cliente.
2. **Tecnología de rutas:** La utilización de software sofisticado para la gestión de rutas permite optimizar los trayectos, evitando demoras y minimizando el tiempo de entrega. [Lalamove](#), por ejemplo, ofrece trazabilidad y seguimiento a tiempo real, así como geolocalización para calcular la ruta más rápida y menos congestionada, lo cual no solo reduce el tiempo de entrega sino que también baja el coste de envío y el impacto ambiental de cada viaje.
3. **Flexibilidad y escalabilidad:** Al tercerizar la última milla, las empresas pueden adaptarse rápidamente a la demanda sin invertir en recursos propios, ya que los repartidores y socios realizan entregas con sus propios vehículos. Esto es crucial en periodos de alta demanda como el Hot Sale, que se llevará a cabo del 15 al 23 de mayo y que capta la atención de 5 de cada 10 mexicanos.
4. **Reducción de "tiempos muertos" y costos:** La tercerización elimina la necesidad de que las empresas gestionen o mantengan su propia flota de vehículos, lo que puede resultar en una reducción significativa de costos operativos y de capital. Además, al externalizar, los comercios pueden concentrarse en mejorar su producto y atención al cliente, mientras que firmas como Lalamove manejan eficazmente todos los aspectos logísticos.
5. **Satisfacción del cliente:** Finalmente, la rapidez en la entrega es un factor crucial para la satisfacción del cliente. Un servicio de entrega eficiente y confiable asegura una mejor experiencia de compra, incrementando la probabilidad de que los clientes vuelvan a elegir la misma plataforma para futuras compras.

Mediante la tercerización de la última milla y la integración de servicios especializados, los comercios electrónicos pueden no solo satisfacer la demanda de los consumidores por recibir sus productos rápidamente, sino establecer una ventaja competitiva en el mercado, donde la velocidad de entrega se ha convertido en una prioridad sobre el precio.