



Los costes de la última milla suponen hasta el 75% de todo el proceso logístico

Aumentar la rentabilidad en la entrega de las mercancías al cliente final y garantizar la sostenibilidad, los principales retos del sector tras el impulso generalizado del e-commerce

Marcas como Swatch o MediaMarkt analizarán en Pick&Pack 2023 la transformación de una distribución urbana más rápida, descarbonizada y adaptada al modelo omnicanal

Madrid, 14 de abril de 2023 – La expansión del comercio electrónico ha sido una de las disrupciones que ha transformado la intralogística y la logística en los últimos años. De acuerdo con datos aportados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), España se ha posicionado como uno de los países donde más creció el e-commerce el pasado 2022, moviendo 15.600 millones de euros solo durante el primer trimestre, y se espera que este 2023 siga su evolución con el crecimiento de las ventas brutas en línea un 20%.

Ante esta situación, la logística urbana se ha convertido en una pieza clave para que todos los productos adquiridos lleguen a sus respectivos clientes sin romper la cadena de valor, algo que supone un desafío si se tienen en cuenta los retos socioeconómicos y climáticos actuales. A su vez, la última milla afronta una dificultad que afecta significativamente la rentabilidad de las compañías: los costes. En este sentido, el transporte de mercancías directamente al cliente final lleva implícitos unos gastos que suponen entre el 13% y el 75% de todo el proceso logístico, además de tener un impacto en el medioambiente y en el flujo de tráfico en las ciudades.

Como cuestión de actualidad que concierne a los profesionales de grandes empresas, pymes y startups que centran o apoyan su modelo de negocio en la última milla, [Pick&Pack 2023](#), la cumbre de innovación de referencia para los profesionales industriales que buscan socio en intralogística, logística y packaging que tendrá lugar del **25 al 27 de abril en IFEMA Madrid**, analizará la manera a partir de la que capitalizar la parte final de la distribución y la estrategia que lleva subyacente el e-commerce.

Los retos de una última milla más rentable

Una de las características que más se reclama en el comercio electrónico, y que afecta a la última milla, es la rapidez en la recepción de la mercancía. Al respecto, las empresas han tomado cartas en el asunto y actualmente más del 86% de los envíos que se realizan a domicilio son con el compromiso de entregarse en 24 horas. La combinación entre aumentar la velocidad y disminuir los costes es un asunto que se abordará en el [European Logistics Summit 2023](#), en el marco de Pick&Pack 2023, de la mano de **Alfonso Martín**, Presales Manager de Fieldeas; **Ramon Garcia**, Director General del Centro Español de Logística (CEL) y Vicepresidente del Centro de Innovación para la Logística y el Transporte de Mercancías; **Raquel Pérez**, Responsable de Marketing y

Pick&Pack es un evento de:

NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS



Comunicación de la empresa de software dedicado a la logística, Hedyla; **Pedro Díez del Río**, Director de Regulación y Asuntos Públicos de Human Mobility; **Angel Batalla**, Fundador y CEO de Last Mile Team; y Adrià Quintana, CEO de FACTIC, compañía que desarrolla prácticas en la predicción y la automatización de decisiones. Todos ellos compartirán su punto de vista y reflexionarán sobre cómo incrementar la eficiencia en la última milla.

Otro de los desafíos que proviene del crecimiento de la distribución capilar en las grandes ciudades es el auge de los vehículos de reparto. Según manifiesta el Clúster Logístico de Cataluña, un 20% del tráfico de una urbe pertenece al transporte de mercancías, de manera que la industria está apostando por invertir en vehículos alternativos más sostenibles que contribuyen a liberar las ciudades, ganar velocidad y aumentar la descarbonización a partir del uso de energías renovables. En este sentido, especialistas como **José Arcos**, Sales & Operations Director en JAC Motors Iberia; y **Arturo Pérez de Lucía**, Director General de AEDIVE, la Asociación Empresarial para el Desarrollo e Impulso de la Movilidad Eléctrica en España, y Vicepresidente AVERE, la Asociación Europea de Electromovilidad, explicarán la convivencia que debe de tener la logística en el conjunto de la movilidad urbana para no sobrecargar las ciudades, reducir las emisiones de CO2 y ser más competitiva.

La intralogística y la logística del modelo omnicanal

Tras el impacto de la pandemia en los procesos de compra, el futuro del e-commerce ahora pasa por la omnicanalidad. Este modelo se basa en ofrecer al cliente una experiencia integral, en la que puede satisfacer sus necesidades a partir de la combinación de elementos físicos y digitales. Para ello, la estrategia intralogística y logística tiene que ser más flexible y cooperativa, a fin de que permita reducir los tiempos de entrega, gestionar eficazmente las devoluciones y mejorar la relación con los consumidores. **Agostina Galli**, Gerente Digital en Swatch y Style Store; y **Camila Emilia Oyharzabal**, Gerente Logística y Supply Chain de South American Trendy, empresa Argentina que posee la representación oficial de Swatch, darán las claves para entender el cambio que vive la industria a causa de la transformación digital y omnicanalidad en el retail a partir de su caso de éxito en LATAM.

Una nueva forma de operar con la mirada puesta en la sostenibilidad que también compartirán **Miguel Carrillo**, Director de Supply Chain de Minsait; **Katherine D. Diaz**, CEO & Founder de Opin 365, empresa dedicada a la recepción y devoluciones digitalizadas inteligentes de pedidos en línea; **Carmelo Asegurado**, Subdirector General de BIGMAT Iberia; y **Javier Escobar**, Consultor Experto en Proyectos de Formación y Consultoría SCM en Global Lean. Igualmente, **Iván Gonzalo Sánchez**, Head Of Supply Chain en MediaMarkt Iberia, dará a conocer en el X Encuentro Alimarket Logística Gran Consumo, dentro de Pick&Pack, la innovadora metodología que está siguiendo el especialista europeo en venta de electrodomésticos y electrónica de consumo para dar soporte tanto al canal de tiendas físicas como al de e-commerce.

Pick&Pack es un evento de:

NEBEX T.
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS