

¿Cómo un TMS está transformando la logística de última milla en México?

Recopilado por Amalia Beltrán

El crecimiento del eCommerce en México ha redefinido las reglas de la logística. Hoy, vender online implica algo más que gestionar pedidos: implica cumplir con una promesa de entrega cada vez más exigente.

De acuerdo con el Estudio de Venta Online 2026 de AMVO, el comercio electrónico en México crece 25 veces más rápido que el PIB, alcanzando \$941 mil millones de pesos y más de 77 millones de compradores digitales. En este contexto, la logística, y particularmente la última milla, se ha convertido en un factor determinante para la conversión y la fidelización.

El cambio es claro: la experiencia de entrega ya no es un complemento, es parte central del valor que ofrece una marca.

Última milla en México: el principal desafío logístico del eCommerce

La última milla es uno de los componentes más complejos de la logística. Es el punto donde convergen variables como tráfico, tiempos de entrega, densidad urbana y expectativas del cliente.

En ciudades como la Ciudad de México, este desafío se intensifica. Según el TomTom Traffic Index 2025, la capital presenta niveles de congestión superiores al 75%, lo que impacta directamente en la eficiencia de las rutas de entrega.

A esto se suman factores como: Variabilidad en la demanda diaria. Entregas en ventanas horarias específicas.

Dispersión geográfica de pedidos. Presión por entregas más rápidas. En este contexto, la optimización de la **última milla** deja de ser una

mejora operativa y se convierte en una necesidad estratégica.

El límite de la logística tradicional en la última milla

A pesar del crecimiento del eCommerce, muchas empresas en México aún gestionan su logística de última milla con procesos manuales o herramientas desconectadas.

Esto genera una operación con baja visibilidad, donde la planificación de rutas depende de la experiencia del equipo y no de datos estructurados. Como resultado, aparecen problemas recurrentes:

Uso ineficiente de la flota.

Kilómetros innecesarios.

Entregas fuera de tiempo.

Dificultad para escalar.

En este tipo de operación, los equipos logísticos suelen trabajar de forma reactiva, resolviendo incidencias en el momento en lugar de anticiparlas.

¿Qué es un TMS y por qué es clave en la última milla?

Un TMS (Transportation Management System) es una herramienta tecnológica que permite planificar, optimizar y monitorear la operación logística de transporte.

En el contexto del eCommerce, un TMS se vuelve especialmente relevante en la última milla, ya que permite:

Planificar rutas considerando múltiples variables operativas.

Optimizar recorridos para reducir tiempos y costos.

Monitorear entregas en tiempo real.

Centralizar la gestión de pedidos, vehículos y conductores.

Según el DHL Logistics Trend Radar, la adopción de tecnologías de optimización, incluyendo sistemas de rutas y análisis en tiempo real, es

una de las principales tendencias en la evolución de la logística global.

Esto marca un cambio importante: pasar de una logística basada en la intuición a una logística basada en datos.

Optimización de rutas: el impacto del TMS en costos y eficiencia

Uno de los principales beneficios de implementar un TMS en la última milla es la optimización de rutas. El World Economic Forum estima que mejorar la eficiencia en la última milla puede reducir hasta un 25% de los costos logísticos, además de disminuir la congestión y el impacto ambiental. Además, la optimización de flotas permite mejorar la productividad de los vehículos y reducir el consumo de combustible. Estos beneficios permiten a las empresas operar con mayor eficiencia sin necesidad de aumentar proporcionalmente sus recursos.

Visibilidad en tiempo real: el nuevo estándar en logística eCommerce

La visibilidad en tiempo real se ha convertido en un estándar en la logística de última milla. Contar con visibilidad logística permite anticipar incidencias, mejorar la toma de decisiones y optimizar la operación de transporte.

En la práctica, esto implica que las empresas pueden:

Conocer el estado de cada entrega.

Monitorear la ubicación de los vehículos.

Detectar desvíos en tiempo real.

Mejorar la comunicación con el cliente.

Este nivel de control es clave para mejorar la experiencia de entrega y reducir la incertidumbre en la operación.

TMS y eCommerce: soluciones adaptadas a la última milla

El eCommerce requiere soluciones logísticas flexibles y dinámicas. Las rutas cambian todos los días y los volúmenes de pedidos pueden variar significativamente.

En este contexto, han surgido TMS para e-commerce diseñadas específicamente para la última milla. Algunas plataformas como Zipnova Rutas permiten integrar la planificación, optimización y monitoreo de entregas dentro de una misma herramienta.

Estas soluciones suelen incluir funcionalidades como:

Asignación de pedidos según capacidad de vehículos.

Optimización de rutas con múltiples restricciones.

Aplicaciones móviles para conductores.

Registro de entregas e incidencias en tiempo real.

Este enfoque permite estructurar la operación logística y reducir la dependencia de procesos manuales.

Conclusión: el TMS como habilitador de la logística moderna

La evolución del eCommerce en México está impulsando una transformación en la logística, donde la última milla juega un papel central. En este escenario, el TMS para e-commerce se posiciona como una herramienta clave para optimizar rutas, mejorar la visibilidad y aumentar la eficiencia operativa. Las empresas que logren integrar tecnología de ruteo en su operación estarán mejor preparadas para enfrentar los desafíos de la última milla, mejorar la experiencia del cliente y crecer de forma sostenible en el ecosistema digital.