

# CÓMO LA EFICIENCIA LOGÍSTICA EN LA ENTREGA FINAL SE CONVIRTIÓ EN LA PRINCIPAL HERRAMIENTA DE MARKETING

El caso de  
MercadoLibre y  
Amazon

Grupo 8 - Comercialización



## La Última Milla: ¿Qué es y por qué importa?

La última milla es el tramo final del proceso logístico: desde el centro de distribución hasta la puerta del cliente. Este momento crucial representa mucho más que un simple traslado; es el "producto" que satisface nuestra necesidad de gratificación inmediata. Cuando el paquete llega a tiempo, se activa una respuesta emocional positiva que fortalece la relación con la marca y genera confianza para futuras compras.



## La experiencia de entrega como nuevo producto

El cliente actual espera entregas en 24-48 horas como estándar en mercados maduros como Argentina. La entrega se ha convertido en el "momento de verdad" para la marca: es donde se cumple o se rompe la promesa de valor.

El componente emocional es clave: recibir un paquete activa el núcleo Accumbens, el centro del placer en el cerebro, generando una sensación de gratificación inmediata que fortalece la conexión emocional con la marca.



## El Fenómeno del Unboxing



### Impacto Social

El unboxing se ha convertido en un fenómeno viral en TikTok y YouTube, con millones de videos que generan expectativa y deseo de compra en los consumidores.

### Empaque Estratégico

El diseño del empaque y la sorpresa al abrir el paquete activan emociones positivas que generan confianza en la marca y aumentan la intención de recompra.

### Marketing Emocional

Cada unboxing compartido es publicidad gratuita: los clientes se convierten en embajadores de marca al mostrar su experiencia de entrega en redes sociales.

## El modelo de éxito: MercadoLibre y Amazon

### Centralización

Inventario en centros propios (Modelo Full): productos almacenados estratégicamente para entregas ultrarrápidas.

### Control Total

Dominio del proceso desde el clic hasta la puerta: seguimiento, empaque y entrega bajo una sola marca.

### Sin Intermediarios

Sin intermediarios lentos: eliminación de terceros que retrasan y reducen calidad del servicio.

# Tecnología e IA en Logística

## Optimización de Rutas

Algoritmos avanzados calculan las rutas más eficientes en tiempo real, reduciendo costos operativos y tiempos de entrega significativamente.

## Amazon Lockers

Lockers automáticos instalados en ubicaciones estratégicas permiten retiro flexible las 24 horas. El cliente elige cuándo y dónde recoger su paquete, eliminando la dependencia del horario de entrega tradicional y reduciendo entregas fallidas.

## Amazon: IA Predictiva

Amazon utiliza inteligencia artificial para anticipar la demanda de productos y preposicionar inventario cerca de los clientes antes de que realicen la compra.

## Mercado Envíos

MercadoLibre con Mercado Envíos ofrece envíos gratuitos y tiempos de entrega reducidos, logrando entregas en 24 horas en mercados clave como Argentina.

# Transparencia y Conveniencia en la Entrega

## MercadoLibre Tracking y Tracking N°

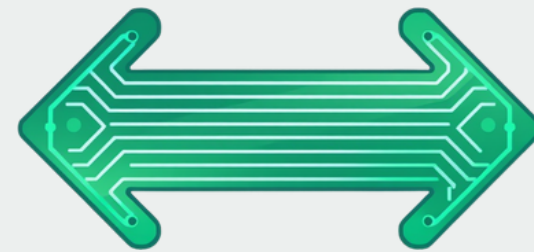
Seguimiento en tiempo real que muestra la ubicación exacta del paquete y repartidor. Reduce la ansiedad del cliente con notificaciones precisas, genera confianza y permite planificar la recepción del pedido con certeza.

# De Costo Operativo a Valor Agregado Estratégico

## ANTES:

La logística era vista como un mal necesario

- Un costo operativo a minimizar
- Proceso invisible para el cliente
- Área de soporte sin valor estratégico
- Tercerizada sin control de calidad



## AHORA:

La logística es el principal factor de diferenciación

- Herramienta clave de marketing y fidelización
- Momento de verdad que define la experiencia de marca
- Ventaja competitiva medible: empresas con entregas rápidas reportan hasta 25% más de conversión
- Inversión estratégica que genera retorno en lealtad del cliente

## Beneficios Estratégicos de la Logística Eficiente

### Conversión

Las entregas rápidas y confiables aumentan significativamente la tasa de conversión. Clientes que confían en recibir sus pedidos a tiempo completan más compras.

### Fidelización

La confianza en la promesa cumplida genera lealtad. Cada entrega exitosa refuerza la relación marca-cliente y reduce la tasa de abandono.

### Efecto Wow

La personalización y experiencias memorables generan el efecto Wow. Clientes comparten su experiencia en redes, creando marketing orgánico valioso.

## Desafíos Actuales



### Temu y Shein

Entrada agresiva de gigantes asiáticos al mercado argentino con precios ultra competitivos y envíos directos desde origen.

### Amazon Bazaar

Expansión de Amazon con su nueva plataforma de productos económicos para competir en el segmento de bajo costo.

### Productos Ultra Económicos

Nueva estrategia de precios bajos que desafía los márgenes tradicionales y redefine las expectativas del consumidor.

# Reflexión Final

La logística ya no es invisible: es el producto, la promesa y la experiencia.

Lo que antes era un costo operativo a minimizar, hoy se ha convertido en el principal diferenciador competitivo para empresas como MercadoLibre y Amazon. La eficiencia en la última milla no solo satisface la gratificación inmediata del cliente, sino que construye confianza, genera fidelización y transforma cada entrega en una oportunidad de marketing.

En mercados maduros y emergentes, la logística eficiente es la clave para la diferenciación. Las empresas que dominen esta dimensión no solo ganarán clientes, sino que crearán experiencias memorables que se compartirán y multiplicarán.

Invitación: Piensa en la logística como una estrategia integral de marketing, no como un proceso invisible.

Logística como Estrategia de Marketing

Reflexión y Debate

# ACTIVIDAD

