

Carex Logistics con su innovado software busca ser la solución micrologística líder del ecommerce

La empresa murciana de logística Carex Logistics SL da un paso más para posicionarse como la mejor solución logística del e-commerce con integración en su sistema de un novedoso track and trace apoyado en tecnología blockchain

Gracias a la eficacia que el proceso de micrologística ofrece a sus clientes, la empresa murciana es considerada como una de las más punteras en la solución logística del ecommerce con un servicio 360º, cubriendo todos los eslabones en el proceso de cadena logística, desde el empaquetado, pasando por el transporte y los trámites con proveedores, hasta la entrega del paquete al cliente o gestión de cualquier incidente.

Este sistema de servicio envolvente es la clave del éxito de la micrologística. La micrologística es la búsqueda de la máxima optimización de los procesos de almacenamiento, control de stocks, embalaje y gestión de envíos y los correspondientes datos.

Carex Logistics dispone de una moderna plataforma logística web en continua evolución que de cara al servicio de micrologística destaca un nuevo software integrado en la plataforma desarrollado por ChainGO para gestionar el track and trace con tecnología blockchain, en la que los distintos actores de la cadena de suministro gestionan y comparten todos los flujos de información y documentación necesarios para realizar un proceso de transporte de mercancías, de la forma más sencilla, rápida y segura del mercado, complementando así el Sistema de Gestión de Almacén 100% personalizado y de facturación automatizada desarrollado por GOWtech.

Con esta incorporación, Carex Logistics se desmarca de la competencia y ayuda al cliente a un nivel superior a cubrir todo el proceso logístico y especialmente en el e-commerce a través de su servicio de micrologística.

¿Qué aporta la micrologística al e-commerce?

El e-commerce consiste en la distribución, venta, compra, marketing y suministro de información de productos o servicios a través de Internet. Aplicar un buen e-commerce muchas veces marca la diferencia entre el éxito y el fracaso en el comercio online.

Para adaptar un negocio al medio digital, es necesaria una buena inversión para que ésta dé los rendimientos óptimos. En concreto, las estadísticas demuestran que, por término medio, se emplea entre un 20 y un 40% del volumen de facturación en gastos relacionados con la logística e-commerce. Entre ellos se encuentran costes de almacenamiento, preparación de pedidos, embalaje, envío y devolución.

En España, el comercio online no deja de crecer. Esto es debido al gran aumento de clientes a través

de internet. En 10 años, se ha pasado de un 0,7% de internautas a un 52%. Además, la pandemia ocasionada por la Covid-19 ha hecho que sea la única alternativa de supervivencia de muchas empresas, lo que ha supuesto que el e-commerce haya experimentado un crecimiento en el primer trimestre de este año de un 55%.

Según un informe publicado por el Observatorio Sectorial DBK de 'INFORMA', las actividades logísticas que se vinculan al comercio electrónico han crecido en el 2019 un 19%, alcanzando una facturación de 1.550 millones de euros. Sin embargo, si se habla únicamente del e-commerce, durante el 2019 generó 38.000 millones de euros. Lo cual, además de aportar datos buenísimos para el comercio electrónico y la logística e-commerce en España, muestra grandes previsiones de cara al futuro.

Bajo la premisa de mirar al futuro, la logística e-commerce va cambiando según se transforman los hábitos de consumo de los usuarios. Por ello, los factores que hoy en día más se tienen en cuenta a la hora de ofrecer servicios de logística en internet, son varios y pueden garantizar la supervivencia de un negocio en la red:

- La disponibilidad de los productos en la tienda online. Según una encuesta de Emerce, una tienda online tiene alrededor de 80.000 competidores en la red sólo en España.
- La entrega. La flexibilidad en el horario y también en el lugar de entrega es algo determinante para decidir comprar en un e-commerce o en otro.
- Los plazos de entrega. Además de definir hora y fecha de la entrega, el cliente busca la inmediatez.
- Los gastos de los envíos. Según numerosos estudios, casi las tres cuartas partes de los consumidores manifiestan no querer asumir estos costes.
- La resolución de incidencias. Un buen servicio de atención al cliente y la micrologística te aseguran la solución inmediata ante cualquier problema.
- Seguimiento de los envíos. Dar información más detallada del estado del paquete, que el cliente si no recibe el pedido a tiempo, sepa de antemano a qué se debe el retraso.
- Devoluciones sencillas. Un 70% de los usuarios revisan la política de devolución antes de realizar una compra. Y por supuesto, ésta incide sobre su decisión de compra.

La micrologística pretende gestionar todas las actividades necesarias para mover los productos del e-commerce.

Datos de contacto:

Marina Egea Barquero

968 836 949

Nota de prensa publicada en: [Murcia](#)

Categorías: [Marketing](#) [Logística](#) [E-Commerce](#) [Software](#) [Consumo](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>