

Ontime entra en el reparto de última milla con una división especializada



Cada vez más operadores logísticos ofrecen servicios de última milla. El último gran actor del sector en desembarcar en esta actividad es Ontime, que ha decidido entrar de lleno en el mercado con una propuesta especializada denominada Ontime Proximity. Esta nueva división de la empresa se encargará del mercado B2B y B2C, así como del comercio electrónico, y operará en toda España.

La compañía logística estrenó recientemente su nuevo hub central de Madrid. A través de esta instalación, se coordinará y distribuirá diariamente toda la mercancía a los diferentes centros de Ontime repartidos por la Península Ibérica. “De esta forma, este centro actuará como único interlocutor para todos los contratos y siendo la solución integral para el mercado electrónico”, ha destacado el operador.

Esta red de distribución se completará, además, con una flota “cien por cien sostenible” formada por más de 50 camiones de tecnología de Gas Natural Vehicular (GNV), lo que posibilitará el acceso de estos vehículos a las zonas

restringidas del casco urbano de las grandes ciudades. Estos se unirán a sus vehículos ZERO y ECO ya existentes. Además, ha añadido la empresa, esta flota “neutralizará la huella de carbono, minimizará su impacto ambiental en la sociedad y cumplirá los protocolos dentro de la política de calidad”.

El director general de Ontime, Pedro Gil, ya destacó el pasado mes de noviembre en una entrevista la importancia del B2C como sector esencial para crecer en el negocio y del comercio electrónico como una “línea absolutamente ascendente” que Ontime quería seguir potenciando. También apuntó entonces que, en un momento de crisis como el actual, la clave es “la diversificación de producto o cliente”, estrategia que el operador ha trabajado desde hace tiempo como una forma de “sortear el contexto tan negativo en el que nos encontramos”.