



Grupo Totalmédia unifica su oferta de última milla dedicada a productos voluminosos

El conglomerado portugués Grupo Totalmédia ha terminado 2021 fusionando dos de sus líneas de negocio, Sama Logística y Home Logistics, ambas localizadas en España. La fusión de estas dos líneas de negocio, que han dado lugar a la enseña Sama home, se ha producido a nivel de operaciones, sistema, fuerza comercial y hubs para convertirse en un único operador enfocado a la última milla con instalación de productos voluminosos, sumando en conjunto 27 delegaciones y más de un millón de entregas domiciliarias, según fuentes de la empresa.

Tras conseguir una facturación de 47 millones de euros el año pasado, la red de última milla para producto voluminoso Sama Home apuesta por seguir creciendo en 2022. “A pesar de la incertidumbre económica marcada por la pandemia, hemos apostado por la fusión de las dos líneas de negocio que demuestra nuestra apuesta hacia el crecimiento de nuestra red de última milla», ha explicado el

director comercial de Sama Home, Giuseppe Raineri.

Sama es el proveedor de Ikea para el servicio de transporte con entrega a domicilio de mobiliario de diferentes características que se vende en la web y en las tiendas de la empresa en Catalunya, Aragón, Levante y País Vasco. Home Logistics se dedica a la entrega a domicilio con instalación de todo tipo de producto voluminoso (electrodomésticos, mobiliario de hogar, etc) para webs y fabricantes con servicio de dropshipping y enfocado al ecommerce.

La fusión de ambas sociedades ha permitido al grupo incorporar nuevas cuentas y confirmar su colaboración con otras grandes marcas con las que ya han trabajado en el pasado, entre las que se encuentran Decathlon, Carrefour, Fnac y PCComponentes, además de la mencionada Ikea, como principales clientes. Para 2022, contemplan mantener el nivel en el mercado ibérico de última milla de productos voluminosos y se proponen ser «pioneros en ofrecer servicios de valor añadido», explica Raineri.

Respecto a los nuevos proyectos que tienen sobre la mesa, la empresa asegura que la estrategia continúa centrada en ofrecer sus servicios en España y Portugal y que «la expansión hacia nuevos países es un proyecto más a largo plazo». En concreto, en España están abiertos a valorar, si se presenta la oportunidad, de abrir nuevas delegaciones «para consolidar aún más nuestra red de distribución», comentan fuentes de la compañía.