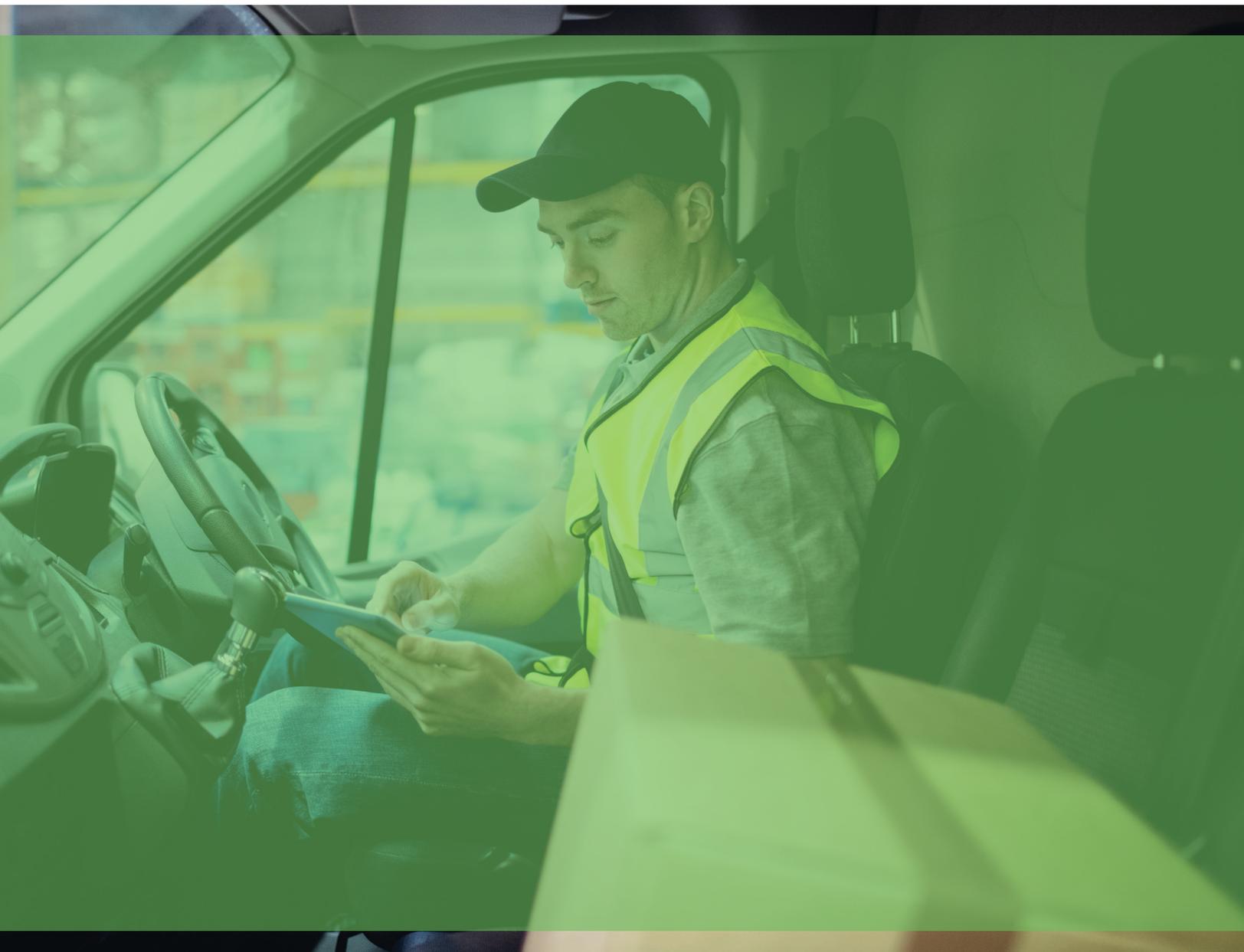


**SOTI**<sup>®</sup>

UNA PLATAFORMA  
TODO CONECTADO



ESTADO DE LA MOVILIDAD EN TRANSPORTACIÓN Y LA LOGÍSTICA

# LA CARRERA DE LA ÚLTIMA MILLA

1	El problema de la difícil última milla	2
2	Resumen de los descubrimientos claves	3
3	La mayoría está consciente del problema.	4
4	La tecnología obsoleta hace perder clientes	5
5	La solución es indudablemente una estrategia de "dispositivos móviles"	5
6	Bajo uso de nueva tecnología	6
7	Los handhelds están reemplazándose con wearables	6
8	Quienes conocen la solución creen firmemente en una estrategia centrada en los dispositivos móviles como una forma de reducir costos	7
9	Mayor productividad y visibilidad	7
10	Altos directivos ven los beneficios operativos	8
11	Una estrategia centrada en los dispositivos móviles es fundamental en tiempos de crisis	8
12	Conclusión	9
13	La solución SOTI	9

---

## El reporte sobre la situación de la movilidad en el transporte y la logística destaca los desafíos clave que enfrentan las empresas de T&L actuales frente a una demanda incomparable.

### El problema de la difícil última milla

A medida que los consumidores recurren a las compras online para satisfacer sus necesidades de compra, especialmente durante el reciente confinamiento global, la entrega rápida ya no es un lujo, es definitivamente una expectativa.

Sin embargo, si las entregas no llegan a tiempo, los clientes se quejan. Con tantas opciones a su disposición, los clientes eligen con sus billeteras en mano y compran en otra parte.

Este problema no afecta solo a un país. Es un desafío mundial en toda la industria y al que se enfrentan las empresas de transporte y logística (T&L). El trayecto de un producto desde el almacén hasta la puerta del cliente es, con frecuencia, la parte más lenta del proceso de entrega. Paradójicamente, también tiene un gran impacto en la satisfacción del consumidor.

El problema se agrava aún más por el hecho de que esta etapa final de entrega ha experimentado un crecimiento asombroso. En 2018, la demanda de entregas de la última milla había aumentado **67 %**<sup>1</sup> para el sector "empresas a consumidores" (B2C) durante los 18 meses anteriores.

Además, según una investigación de CapGemini<sup>2</sup>, los costos de envío de la última milla representan **53 %** del costo total de los envíos, y hasta **41 %** de los costos totales de la cadena de suministro. En otras palabras, cerca de la mitad de los costos de la cadena de suministro y entrega se destinan a la última milla.

Los costos y las ineficiencias del problema de la última milla se han visto agravados por el aumento sostenido de las compras online, que ha llevado a un incremento considerable en la cantidad de paquetes entregados cada día, así como las expectativas de los clientes de contar no solo con una entrega rápida, sino también *con entregas gratis*, independientemente de la geografía.

Las empresas se encuentran bajo una presión increíble para optimizar las rutas y los procesos de entrega, lo que puede generar costos adicionales y afectar los resultados finales. Si usted alguna vez ha realizado el seguimiento de un pedido que hizo en línea, ha visto el estado "listo para la entrega" y sintió que era más extenso de lo esperado, ya ha experimentado en primera persona el problema de la última milla.

## Los costos de entrega de la última milla representan el 53 % del costo total del envío y hasta el 41 % de los costos totales de la cadena de suministro

Esta etapa final del proceso de entrega generalmente implica varias paradas cuando se trata de paquetes pequeños. En las zonas rurales, los puntos de entrega a lo largo de una ruta particular pueden encontrarse a varios kilómetros de distancia y, en cada destino, solo se dejan uno o dos paquetes. En las ciudades, el panorama no es mucho mejor. Lo que las áreas urbanas compensan en la proximidad de las paradas se complica rápidamente con retrasos casi constantes en el tráfico.

La realidad es que la entrega de la última milla casi nunca se completa en una sola "milla". Incluso si las entregas llegan el día en que debían, los clientes rara vez saben a qué hora llamará a la puerta el repartidor. Si el consumidor no está en casa cuando llega el paquete, podrían generarse *entregas* fallidas. Esto significa que se pierde más tiempo cuando los conductores deben regresar a diferentes puntos de su ruta, lo que aumenta los costos de entrega que los clientes continúan esperando de forma gratuita.

SOTI realizó una investigación entre **450 gerentes de TI, directores de TI, altos directivos y ejecutivos (de todas las disciplinas)** que trabajan en la industria de transporte y logística (T&L) en seis países (EE. UU., Canadá, Reino Unido, Alemania, Suecia y Australia), para evaluar sus opiniones y las tendencias y soluciones que las impulsan. La investigación se llevó a cabo en mayo y junio de 2020 mediante la agencia de investigación independiente Arlington Research.

El reporte sobre la situación de la movilidad en el transporte y la logística destaca los desafíos claves que enfrentan las empresas de T&L actuales frente a una demanda sin precedentes, así como las razones por las que muchos están recurriendo a soluciones tecnológicas innovadoras, como SOTI ONE Platform, para resolver problemas de movilidad críticos para el negocio.

### Resumen de los descubrimientos claves

- 1 Más de **6 de cada 10** entrevistados coinciden en que la entrega de la última milla es el proceso más ineficiente de toda la cadena de suministro
- 2 Casi la mitad (**49 %**) manifestaron que su tecnología está desactualizada y los frena
- 3 El **76 %** de los entrevistados está de acuerdo en que una estrategia centrada en los dispositivos móviles para la entrega de la última milla permite experiencias de cliente potentes y transparentes
- 4 El uso de nuevas tecnologías es bajo; solo el **27 %** de las organizaciones de T&L utilizan relojes inteligentes Tizen y el **28 %** usan Google Glass
- 5 Casi **6 de cada 10** han reemplazado muchos handhelds con wearables
- 6 El **58 %** está de acuerdo en que tener una estrategia centrada en los dispositivos móviles para la entrega de la última milla ha reducido sus costos operativos
- 7 Casi la mitad de quienes tienen una estrategia de dispositivos móviles está de acuerdo en que esto ha mejorado la productividad (**48 %**) y visibilidad (**46 %**)
- 8 El **29 %** de los altos ejecutivos menciona una estrategia centrada en los dispositivos móviles como su prioridad para impulsar el negocio
- 9 Una estrategia centrada en los dispositivos móviles es invaluable en tiempos de crisis, como el confinamiento
- 10 Conclusión: los problemas de entrega de la última milla requieren una solución móvil



## La mayoría está consciente del problema

Las empresas están más enfocadas que nunca en la satisfacción del cliente, pero tener un excelente producto no es suficiente. Un aspecto esencial para mejorar la experiencia general del cliente es llevarle el producto de manera rápida y eficiente antes de que comience a pensar en dónde está.

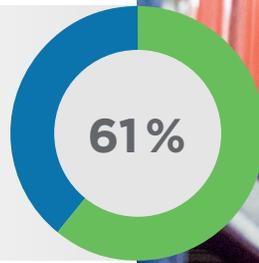
También es el aspecto que quita el sueño a la mayoría de los profesionales de T&L. Más de 6 de cada 10 (**61 %**) están de acuerdo en que el proceso de entrega de la última milla es el proceso más ineficiente en toda la cadena de suministro de su organización. Como era de esperar, esta cifra se incrementa cuando aumenta el tamaño de la empresa. El **69 %** de las empresas con más de 1000 empleados a nivel mundial coinciden en esto. Se debe destacar que casi tres cuartas partes de los entrevistados (**73 %**) que reconocen que su empresa tiene tecnología obsoleta también ven el proceso de entrega de la última milla como el más ineficiente en toda la cadena de suministro de su organización.

Al analizar los detalles específicos de la causa de estos dolores de cabeza logísticos, se menciona la reducción del tiempo de inactividad de los dispositivos móviles en el campo como una de las principales preocupaciones comerciales para muchos profesionales de T&L. Esto hace que la capacidad de diagnosticar y solucionar problemas tecnológicos de forma remota en tiempo real sea una prioridad clave. Como ejemplo tenemos a un conductor en la carretera cuando su dispositivo deja de funcionar. Tradicionalmente, habría tenido que volver a la oficina para reparar el dispositivo, lo que llevaría horas. Con la tecnología de control remoto, los problemas del dispositivo se pueden resolver en cuestión de minutos al llamar para obtener asistencia.

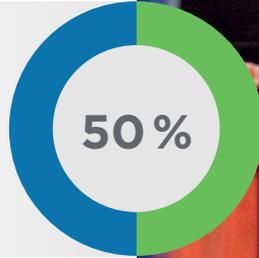
Siete de cada diez (**70 %**) coinciden en que reducir el tiempo de inactividad de los dispositivos móviles es una de las principales preocupaciones comerciales, y esto aumenta a un **72 %** en Suecia, **73 %** en EE. UU, **77 %** en Alemania y un enorme **86 %** en Australia.

Además, esta noción se refuerza todavía más por el **76 %** de los entrevistados cuya organización ya tenía una estrategia de dispositivos móviles por más de un año. Pero, ¿dónde reside la importancia del problema?

El 61 % está de acuerdo en que el proceso de entrega de la última milla es el proceso más ineficiente en toda la cadena de suministro para su organización.



El 50 % de los entrevistados de nivel ejecutivo afirmaron que la tecnología obsoleta les ha generado o generará pérdida de clientes.



## La tecnología obsoleta hace perder clientes

Al profundizar en los detalles que rodean a la tecnología ya implementada, es interesante notar las consecuencias que se señalan. Casi la mitad de las empresas de T&L (**49 %**) reconoce que su tecnología está desactualizada, y la cifra asciende a un **56 %** en el caso de grandes organizaciones (con 5000 a 10 000 empleados a nivel mundial). Curiosamente, casi 7 de cada 10 (**68 %**) organizaciones de T&L en Canadá y Suecia consideran que su organización tiene tecnología obsoleta.

Al analizar el impacto de esta tecnología obsoleta, la mitad de los entrevistados de nivel ejecutivo (**50 %**) cuyas organizaciones estaban usando tecnología obsoleta creen que perderán clientes o ya lo han hecho a causa de ello. Si bien casi un tercio de la alta dirección utiliza tecnología heredada (**30 %**), lo atribuyeron directamente a quedarse atrás de sus competidores.

Es preocupante que casi una cuarta parte de la alta dirección que utiliza tecnología obsoleta (**24 %**) también cree que corren el riesgo de recibir una sanción con una fuerte multa por incumplimiento.

## La solución es indudablemente una estrategia de "dispositivos móviles"

Afortunadamente, la solución a este problema multifacético es simple: una sólida estrategia de dispositivos móviles permitirá a las organizaciones brindar una experiencia de cliente fluida y transparente a tiempo, reducir costos e impulsar la satisfacción del cliente.

Más de las tres cuartas partes de los entrevistados (**76 %**) coinciden en que una estrategia eficaz para la entrega en la última milla de dispositivos móviles permite experiencias de cliente potentes y transparentes, con entregas rastreables que llegan antes a su destino.

Esto aumenta a casi 9 de cada 10 en Canadá (**88 %**), un **82 %** en Estados Unidos y un **80 %** en Australia. Más de 8 de cada 10 empresas de T&L con más de 1000 empleados (**83 %**) estuvo de acuerdo con la declaración, al igual que el **80 %** de las empresas de T&L que han contado con una estrategia centrada en los dispositivos móviles por más de un año.



## Más de dos tercios de las empresas (68 %) coinciden en que los wearables ahorran tiempo en tareas rutinarias en comparación con los handhelds

### Bajo uso de nueva tecnología

Los wearables, como relojes inteligentes, ropa con tecnología incorporada o cualquier otra combinación de dispositivos utilizados, permiten al usuario acceder a los datos desde cualquier lugar. Estos dispositivos pueden aportar ventajas significativas en las áreas de rendimiento, seguridad, protección y salud del conductor.

Por ejemplo, los relojes inteligentes Tizen (un sistema operativo móvil basado en Linux respaldado por la Fundación Linux, pero desarrollado y utilizado principalmente por Samsung Electronics) se utilizan en servicios de campo para la comunicación en tiempo real, y las tecnologías de monitoreo de fatiga alertan a los conductores que pueden quedarse dormidos al volante mientras conducen. Esto claramente ayuda a salvar vidas.

Sin embargo, muchos entrevistados desconocían las nuevas tecnologías, como los relojes inteligentes Tizen. Solo la mitad de las empresas de T&L (50 %) conocen los relojes inteligentes Tizen y su uso es incluso menor (solo un 27 %). Descubrimos que el conocimiento es mayor en Canadá (62 %), pero menos de la mitad en Alemania (49 %) y en el Reino Unido (solo un 41 %).

Más personas han oído hablar de Google Glass. Más de la mitad (56 %) confirman que conocen la tecnología, pero su uso es bajo. Tan solo un 28 % de los entrevistados afirmaron haberlo usado. El uso de Google Glass es más reducido en el Reino Unido (15 %), mientras que la adopción de esta tecnología en Canadá es la más alta (46 %).

Para continuar con la búsqueda de nuevas tecnologías, más de 4 de cada 10 (45 %) empresas de T&L coinciden en que la tecnología 5G jugará un papel importante en la entrega de la última milla dentro de cinco años. Esta cifra aumenta a casi la mitad (49 %) de los altos directivos y un 56 % de los entrevistados que cuenta con una estrategia eficaz de dispositivos móviles para la entrega de la última milla que ha reducido los costos operativos.

### Los handhelds están reemplazándose con wearables

A pesar de que los niveles de uso de algunas tecnologías nuevas, como los relojes Tizen y Google Glass, son bajos, el 58 % de las empresas de T&L está de acuerdo en que su organización ha reemplazado muchos handhelds con wearables. El porcentaje asciende a un 64 % en Canadá, un 70 % en Australia y un 74 % en Suecia.

Entre los ejemplos de wearables se incluyen tecnologías de lectura de códigos de barras de manos libres que ahorran valiosos segundos en el campo. También están los auriculares portátiles que permiten a los usuarios buscar información rápidamente o encontrar piezas sin tener que usar las manos. Ambos ejemplos ilustran cómo la tecnología portátil permite que las tareas se realicen más rápidamente y libera tiempo de los trabajadores para tareas y responsabilidades de mayor valor agregado. Contar con más tiempo para completar más proyectos también implica clientes más satisfechos para las organizaciones de servicios de campo con un modelo de servicio.

Las organizaciones de T&L con 5000 a 10 000 empleados a nivel mundial tienen más probabilidades de haber reemplazado los handhelds con wearables, que representan el 72 %.

Más de dos tercios de las empresas (68 %) coinciden en que los wearables ahorran tiempo en las tareas de rutina en comparación con los handhelds, un 72 % en Australia, un 76 % en Estados Unidos y un 80 % en Canadá, lo que asciende a un 77 % de empresas con 1000 empleados o más.

Casi dos tercios (64 %) coinciden en que los wearables son más rentables que los handhelds, un 68 % en EE. UU. y Australia, y un 70 % en Canadá. Esta cifra se eleva de manera impresionante a un 78 % de las empresas con 5000 a 10 000 empleados.

## Quiénes conocen la solución creen firmemente en una estrategia centrada en los dispositivos móviles como una forma de reducir costos

Imagine que debe realizar una actualización de software y seguridad para toda una flota de dispositivos móviles. La capacidad de actualizar de forma remota y automática todos los dispositivos a la vez, en lugar de tener que hacerlo con cada dispositivo manualmente, puede reducir este proceso de días a minutos, lo que demuestra un ahorro real de costos para una empresa. Dos tercios de los entrevistados (**65 %**) reconocieron que su organización se beneficiaría o ya se ha beneficiado de tener una estrategia efectiva de dispositivos móviles para la entrega de la última milla. Esta cifra aumenta a un **74 %** en EE. UU. y Australia, y un **80 %** en Canadá.

Casi 6 de cada 10 (**58 %**) entrevistados que ya cuentan con una estrategia que prioriza los dispositivos móviles para la entrega de la última milla coinciden en que es eficaz y ha reducido sus costos operativos. Esta cifra aumenta a 7 de cada 10 (**70 %**) en Norteamérica, frente a solo un **46 %** en Europa. Además, de las empresas que han contado con una estrategia centrada en los dispositivos móviles en su negocio por más de un año (no solo para la entrega de la última milla), el **69 %** confiaba en ella.

Incluso aquellos que actualmente no cuentan con una estrategia móvil para la entrega de la última milla reconocieron los beneficios que su organización podría disfrutar, especialmente en cuanto a la reducción de sus costos operativos (**86 %**). Esta cifra aumenta a un **90 %** entre organizaciones con más de 1000 empleados a nivel mundial.

Casi 6 de cada 10 (**58 %**) entrevistados que ya cuentan con una estrategia que prioriza los dispositivos móviles para la entrega de la última milla coinciden en que es eficaz y ha reducido sus costos operativos.



## Mayor productividad y visibilidad

Al adoptar una estrategia centrada en los dispositivos móviles, las empresas de T&L pueden obtener visibilidad de los aspectos críticos de su cadena de suministro y aprovechar la toma de decisiones en tiempo real para mejorar la productividad de la fuerza laboral y crear experiencias mejores y más receptivas. La visibilidad de dónde se encuentran los dispositivos móviles, qué software y versiones están instalados y quién los está usando, son esenciales para ayudar a la productividad. Al poder controlar y actualizar dispositivos de forma centralizada y local, en cualquier lugar y en cualquier momento, las empresas pueden estar seguras de que la productividad no se verá afectada por el tiempo de inactividad o los dispositivos ineficientes. Esta ventaja es clara para las organizaciones, pues más de 8 de cada 10 (**84 %**) participantes afirman que su organización tiene una estrategia de dispositivos móviles. Esta cantidad aumenta a un **86 %** en el Reino Unido y Australia y un **87 %** en EE. UU.

Entre las empresas de T&L con una estrategia de dispositivos móviles, casi la mitad (**48 %**) está de acuerdo en que dicha estrategia ha mejorado la productividad de su fuerza laboral.

El 46 % considera que les ha dado visibilidad de los aspectos críticos de su cadena de suministro. Esto es especialmente válido en EE. UU. (con un **54 %** en esta métrica), un **44 %** afirma que la estrategia ha apalancado la toma de decisiones en tiempo real y un **43 %** reconoce que ha generado experiencias de cliente mejores y más eficaces.





## Altos directivos ven los beneficios operativos

Según los altos directivos, la mejor forma de utilizar la tecnología móvil para incrementar la rentabilidad de las empresas de T&L en los próximos cinco años es mejorar la eficiencia operativa y reducir los costos operativos.

Poco menos de un tercio, o sea, un **32 %** de los altos directivos, está de acuerdo en que esta es la principal forma en que la tecnología móvil ayudará, mientras que un **28 %** de todos los entrevistados considera que tales mejoras reducirían los costos operativos y aumentarían la rentabilidad en los próximos cinco años. Esta cifra aumenta a un **32 %** en el Reino Unido y un **29 %** en EE. UU.

Por consiguiente, al vislumbrar el futuro cercano, el **29 %** de los altos directivos menciona la introducción o ampliación de una estrategia centrada en los dispositivos móviles como su prioridad actual para impulsar su negocio. En Canadá, un tercio de todos los entrevistados menciona esto como una prioridad máxima (**36 %**), y una cifra similar se refleja en EE. UU. (**34 %**) y en Australia (**32 %**).

Un factor clave de que esto sea una prioridad para los altos directivos podría ser que un **46 %** afirma que tener una estrategia de dispositivos móviles ha permitido a su organización obtener nuevos clientes. Esta cifra se eleva a más de la mitad de todos los entrevistados (**52 %**) en Norteamérica y un tercio en Europa (**33 %**).

## Una estrategia centrada en los dispositivos móviles es fundamental en tiempos de crisis

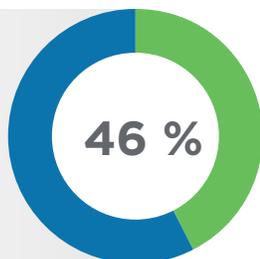
Si bien la pandemia de COVID-19 es un "momento sin precedentes" a nivel mundial, los países han tenido que detenerse y aprender, pues lo verdaderamente sensible de una crisis de tal magnitud no es que sea posible, sino que nada garantiza que no se vaya a repetir.

A raíz de que el mundo ha experimentado alguna forma de confinamiento y más personas permanecen en casa y con sus dispositivos móviles, todos hemos tenido que reevaluar nuestra forma de vivir, lo cual ha tenido un gran impacto en los negocios. Hoy más que nunca existe la necesidad de una estrategia de dispositivos móviles. ¿Cuántas empresas tomó por sorpresa sin que pudieran operar de forma remota? ¿Cuántas empresas perdieron ingresos o participación de mercado frente a la competencia? ¿Cuántas empresas no se recuperarán de la pesadilla logística de la pandemia?

El 36 % por ciento de los entrevistados reconoció que sería beneficioso para su organización contar con un mejor soporte en tiempo real para los dispositivos móviles durante momentos como la pandemia de COVID-19. Esta cifra aumenta a un **38 %** en Canadá, un **41 %** en EE. UU, un **44 %** en Suecia y un **46 %** en Australia. A medida que pasa el tiempo y las consecuencias económicas se materializan por completo, ¿aumentarán estas cifras?

De las empresas de T&L que cuentan con una estrategia que prioriza los dispositivos móviles para la entrega de la última milla, 4 de cada 10 están de acuerdo en que les ha ayudado durante esta crisis.

El **46 %** de los entrevistados afirma que tener una estrategia centrada en los dispositivos móviles ha permitido a su organización obtener nuevos clientes.



## Conclusión

No aprovechar una estrategia que priorice los dispositivos móviles puede poner en peligro el éxito comercial de una organización y la incapacidad de adaptarse a las demandas cambiantes, dondequiera que se encuentren, podría amenazar su existencia.

Lo que se desprende de los hallazgos es el acuerdo en que una estrategia móvil puede reducir la eficiencia operativa, en especial cuando se trata de esa última milla difícil de alcanzar que aparentemente evade a tantos.

Si se logra, se conseguirá la satisfacción del cliente y se podrá incrementar la rentabilidad. Casi tres cuartas partes (**74 %**) de los entrevistados están de acuerdo con esta afirmación en EE. UU. y Australia, y el **80 %** de las empresas canadienses de T&L coinciden en que una estrategia de dispositivos móviles ha reducido o reduciría sus costos operativos.

Además, casi dos tercios (**65 %**) de las empresas de T&L en seis mercados internacionales clave están de acuerdo en que tener una estrategia eficaz de dispositivos móviles les ha generado beneficios o lo hará en el futuro. Entonces, la tecnología móvil se convierte en una obviedad para las empresas que se esfuerzan por ofrecer una mejor experiencia al cliente.

El mayor desafío al que nos enfrentamos es lograr el equilibrio entre la satisfacción del cliente y la rentabilidad. Actualmente, los clientes esperan más que nunca que las entregas sean seguras, gratuitas y sin inconvenientes. Para cualquier organización, esto no es un tema menor. Pero la tecnología puede hacer la vida más fácil y menos complicada en general y con solo hacer clic en un botón.

Los problemas de entrega de la última milla requieren una solución móvil.

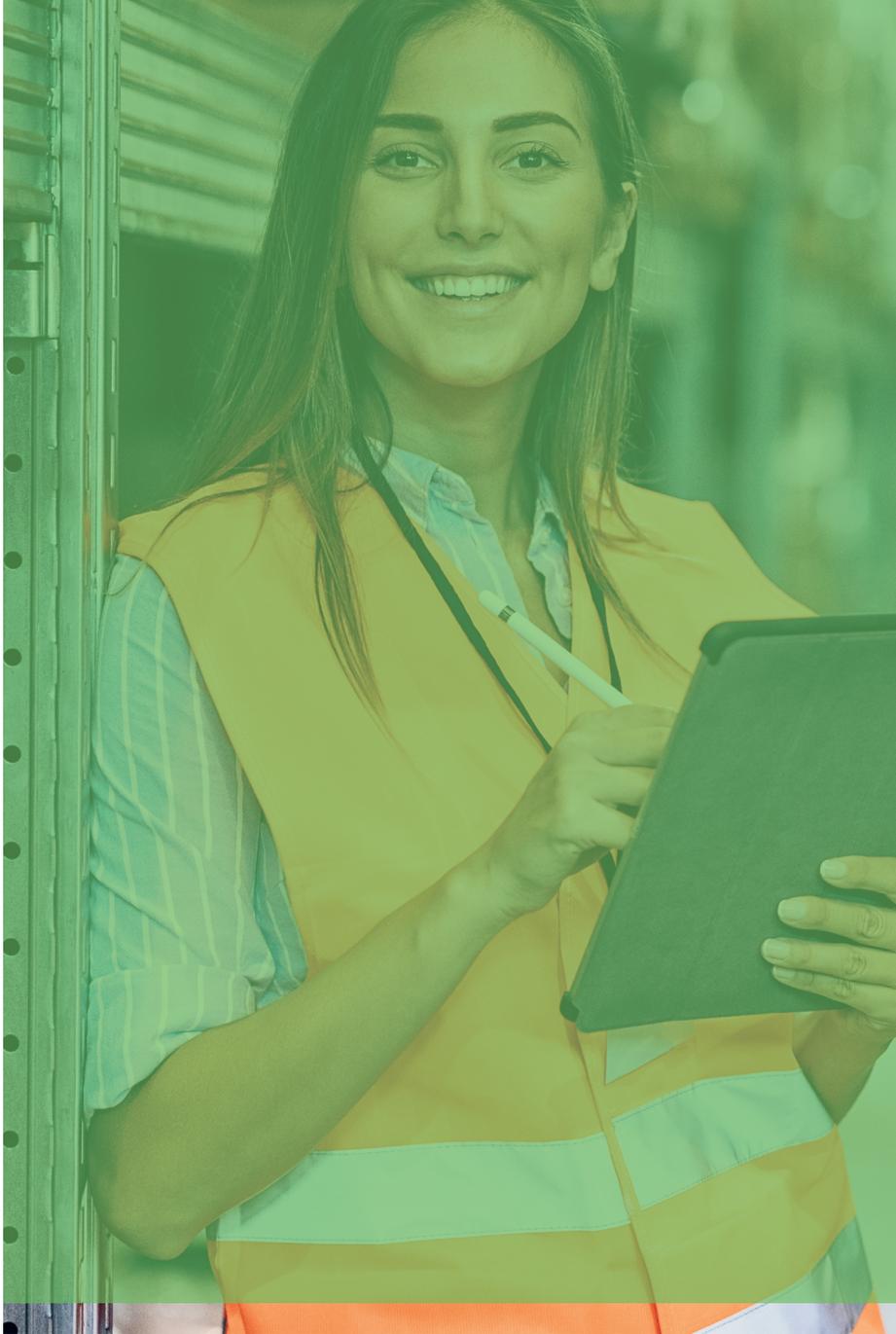
## La solución SOTI

SOTI ONE Platform integra de forma intuitiva todas sus necesidades de Gestión de la movilidad empresarial (EMM) en una plataforma potente y fácil de usar. Ayuda a reducir el costo, la complejidad y el tiempo de inactividad relacionados con la movilidad empresarial crítica.

SOTI ONE Platform está integrada por siete productos revolucionarios y hace que las empresas eliminen los silos funcionales y se olviden del tiempo de inactividad, creen aplicaciones más rápidamente, administren todos los dispositivos móviles y de IoT en un solo lugar, y entreguen información práctica para la toma de decisiones de forma inteligente.

---

Comience la  
prueba gratuita de  
**SOTI ONE Platform**  
hoy mismo



Arlington Research es una agencia de servicios integrales. Proporciona a clientes de todo el mundo datos sólidos mediante investigación cuantitativa, exploración en profundidad mediante investigación cualitativa y auditorías de lo existente mediante investigación documental. Su equipo está conformado por niveles ejecutivos con un enfoque claro en proporcionar análisis inteligentes e información creativa que ayuda a sus clientes a dar vida a su historia.

Se realizaron 450 entrevistas y se utilizó una metodología en línea entre gerentes de TI, directores de TI, altos directivos y altos (de todas las disciplinas) que trabajan en el área de T&L en seis países. Todos los entrevistados tienen 18 años de edad o más, y trabajan en empresas con 50 empleados a nivel mundial o más. Las 450 entrevistas se dividen en seis mercados internacionales de la siguiente manera: EE. UU. (100 entrevistas), Canadá (50 entrevistas), Reino Unido (100 entrevistas), Alemania (100 entrevistas), Suecia (50 entrevistas) y Australia (50 entrevistas).

---

#### Notas al pie

1 [https://img03.en25.com/Web/FCBusinessIntelligenceLtd/%7B9403ad27-2b3d-4901-b56f-422945cd913c%7D\\_ETP\\_EFT0118\\_TheLastMileLogisticsWhitePaper\\_V21.pdf](https://img03.en25.com/Web/FCBusinessIntelligenceLtd/%7B9403ad27-2b3d-4901-b56f-422945cd913c%7D_ETP_EFT0118_TheLastMileLogisticsWhitePaper_V21.pdf)

2 <https://www.cappgemini.com/research/the-last-mile-delivery-challenge/>

---

SOTI es una comprobada empresa innovadora y líder de la industria en la simplificación de la movilidad empresarial y las soluciones de IoT por hacerlas más inteligentes, más rápidas y más confiables. SOTI ofrece posibilidades de movilidad infinitas a empresas de todo el mundo.

soti.es

© 2021, SOTI Inc. Todos los derechos reservados. Todos los nombres de productos y empresas son marcas comerciales™ o marcas registradas\* de sus respectivos propietarios. El uso de estas marcas comerciales no implica ninguna asociación con SOTI o aprobación por parte del titular de la marca comercial.

022421