


## Acortamos las distancias

01/07/2021

# Adaptarse o morir: El desafío logístico del e-commerce


[Recomendar](#)

[Twitter](#)
[Compartir](#)



Homero Larraín, Mathias A. Klapp, ambos profesores de Clase Ejecutiva UC.

Por Homero Larraín y Mathias A. Klapp, profesores de Clase Ejecutiva UC.

Como hemos podido ver en diversos reportajes, la pandemia de Covid-19 ha cambiado radicalmente la forma en que las personas consumen bienes. Un gran universo de consumidores que antes compraba a tiendas físicas, ahora consume despacho a domicilio. En Chile, por ejemplo, si bien en 2020 la venta total del retail se contrajo, se estima que el e-commerce se expandió en un 55%. Asimismo, el teletrabajo ha posibilitado a consumidores a recibir despachos en horario hábil, y no estar forzados a comprar en la tarde-noche o fines de semana. Todo esto significa un cambio en 'dónde y cuándo' es requerido el

consumo, que obliga a las cadenas de distribución a adaptarse.

Quizás la dificultad más evidente proviene del explosivo aumento del número de lugares a visitar en la operación diaria. Antes del e-commerce, la concentración de demanda en tiendas implicaba mucho menos destinos a abastecer, lo que conlleva una cantidad mucho menor de despachos requeridos y, por ende, menos costo de transporte. Adicionalmente, en tiendas se puede realizar bodegaje y combinar demanda de varios periodos de tiempo en un solo despacho, lo que reduce aún más el costo de distribución.

El cambio hacia el e-commerce ha sido tan rápido, que todavía muchos proveedores de despacho a domicilio están aprendiendo a ser efectivos, compitiendo principalmente por calidad del servicio. A futuro, con la maduración y estabilización de esta actividad, la competencia será cada vez más fuerte en costos. Es decir: será vital hacer más, con menos recursos.

Una estrategia para bajar costos de transporte es reducir el área cubierta por cada ruta de reparto, por ejemplo, iniciándolas más cerca de los clientes. Esto se logra despachando mercancía desde bodegas dentro de la ciudad. En este sentido, los retailers pueden explotar su infraestructura urbana ya instalada, reconvirtiendo tiendas a puntos de despacho.

En la misma línea, es importante comentar que la operación se vuelve menos costosa por orden entregada cuando la densidad geográfica de los clientes aumenta. Los e-retailers pueden probar estrategias de dos tipos. Primero, incentivar la demanda en áreas de alta densidad poblacional y potencial de compra. Amazon.com -líder en esta materia- ofrece su servicio de despachos limitado a dos horas en determinadas zonas de alta densidad, como Manhattan en Nueva York. Otra opción es concentrar los pedidos en el espacio, ofreciendo entregas gratis o más baratas a un número limitado de ubicaciones convenientes de abastecer (casilleros, lugares habilitados, retiro en tienda).

El cambio en el comportamiento de compra de las personas en las ciudades llegó para quedarse y trascenderá a la pandemia. Por lo mismo, es importante que los operadores logísticos se adapten a este nuevo mundo.



Ver edición 1era C



### Mindugar. Somos Soluciones

Logra notables reducciones de costos en tareas intensivas en mano de obra, reduciendo el riesgo de lesiones, caídas o por ergonomía. [www.mindugar.cl](http://www.mindugar.cl)



### Serie Cooper de Dahua Te

Eficiente, rentable y conveniente. Disfruta de este webinar.

**SUSCRÍBASE GRATIS**  
 NUESTRO NEWSLETTER



SU NEGOCIO EN MANOS DE ESPECIALISTAS



[Índice de Noticias](#)