



Acercar los puntos de entrega y retiro al consumidor son parte de las innovaciones que dejó el 2024.

CON ALIANZAS Y USO DE TECNOLOGÍA:

La última milla apuesta por redes diversificadas

MARÍA JOSÉ VÁSQUEZ

En un entorno de constante evolución y cambios en los hábitos de consumo, la industria logística ha avanzado hacia la entrega de un servicio centrado en la proximidad, la flexibilidad y la adaptabilidad a las nuevas demandas de los consumidores.

Al inicio de 2024, la Cámara de Comercio de Santiago proyectó un crecimiento del comercio electrónico en Chile de un 8% para 2024, lo que se traduciría en ventas superiores a los US\$ 11.500 millones. Con un 63% de los consumidores comprando de forma remota, la preferencia por opciones rápidas de despacho se ha convertido en una de las principales demandas a nivel nacional e internacional.

Una tendencia en crecimiento en nuestro país son los puntos de entrega fuera de casa. Las alianzas estratégicas y el uso de tecnología ofrecen a los clientes una alternativa flexible, segura y que les permite manejar sus propios tiempos. *Smart lockers*, sucursales 24/7 y los PUDO (*Pick Up and Drop Off*) son parte de estas innovaciones que ya se encuentran en Santiago y regiones.

A su vez, recibir compras en horarios no tradicionales ya es posible gracias a las diversas alternativas que ofrecen las empresas de logística y *courier*. Un ejemplo de esto

son los casilleros inteligentes (*smart lockers*), que ya son parte del entorno de ciudades como Linares y La Serena, y a través de los cuales Starken facilita a sus usuarios el retiro de paquetes mediante un código QR de manera rápida y segura, sin necesidad de interacción con personal.

Otra tendencia implementada son las sucursales 24/7, cuyo éxito en comunas como Las Condes y Viña del Mar demostró que el 70% de los envíos se realizan en horarios no tradicionales.

También, "Soy Starken" es una solución ágil y accesible, que busca ser un impulso a los negocios minoristas, como *minimarkets* o *almacenes*, que pueden ofrecer un servicio adicional al transformarse en un punto clave para la recepción y entrega de paquetes. Para 2025, la empresa proyecta un total de 500 puntos de servicio PUDO.

"En un mercado donde las demandas de los consumidores cambian rápidamente, en Starken hemos tomado el compromiso de diversificar nuestra red, expandir nuestra presencia y transformar la logística para ofrecer un servicio que responda a las necesidades de nuestros clientes, hoy y en el futuro. Para esto será clave educar en el uso de nuevas herramientas para que las personas puedan acceder a todos sus beneficios", comentó Rodrigo Prida, gerente general de Starken.