

El alto flujo del retail y del ecommerce en las semanas previas a la Navidad

En STG aseguran que el desafío logístico de satisfacer la alta demanda existente en estos días puede convertirse en una gran oportunidad para las empresas.

Comenzó el último mes de este 2024 y como todos los años es una fecha muy intensa a nivel comercial, donde las empresas hacen sus balances, pero a la vez deben estar muy atentas a la alta demanda de los consumidores.

Este año muchas empresas del sector logístico hicieron un adelanto al “peak season” debido a las irrupciones globales. Pero, además, como en todos los años, se celebraron fechas de impacto comercial como el Black Friday y Cyber Monday, lo que significó un adelanto de las compras navideñas por parte del consumidor chileno.

Con más tiempo, los usuarios tienen mayores alternativas en cuanto a cantidad y precio y se aseguran que haya stock de productos muy demandados en estas fechas, como lo son los juguetes, artefactos electrónicos y productos para el hogar.

Significa una reactivación del rubro por donde se le mire, lo que además se alinea con las estimaciones locales. Una reciente encuesta de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC) reveló que un 89% de los encuestados comprará regalos para esta Navidad 2024.

¿Compra por internet o presencial?

Otro factor que incrementa el porcentaje de compras durante estas fechas previas a Navidad, es la posibilidad de poder realizarlas a través de internet. El ecommerce sigue ganando terreno y es una opción más que válida para las personas que prefieren evitar las aglomeraciones de público y contar con más alternativas de stock.

Al mismo tiempo, muchos clientes son más tradicionales y optan por ir físicamente a las tiendas, ya que esto da la posibilidad de probar y mirar los productos antes de adquirirlos. Esta dualidad representa un desafío logístico para las empresas, ya que deben ofrecer el mejor servicio en ambos formatos.

En diciembre no solo se concentra la mayor parte de las ventas anuales en retail y el ecommerce, sino que también se pone a prueba la capacidad de respuesta de la cadena de suministro.

Un terreno híbrido y desafiante

Leonardo Navarrete, gerente comercial de STG Chile, se refiere a este escenario

mixto y de qué manera las compañías afrontan este reto.

“El ecommerce ha ido mejorando la experiencia con envíos express y posibilidad de retiro en tienda. Pero el consumidor de tienda física por excelencia, se mantiene por la inmediatez y la posibilidad de poder experimentar la compra antes de pagarla. Esto supone un escenario híbrido donde ambas modalidades se complementan. Aquí la logística omnicanal juega un papel fundamental para satisfacer las expectativas de los usuarios”, explica.

Precisamente, las expectativas logísticas son muy exigentes, ya que se concentran muchas transacciones en un corto período de tiempo. La velocidad, precisión y flexibilidad son elementos clave.

“En STG comprendemos que estas semanas previas a la Noche Buena implican un importante crecimiento en los volúmenes de los pedidos y operaciones. Por lo mismo, se necesita de soluciones tecnológicas de última generación para garantizar resultados”, acota Navarrete.

Herramientas como sistemas de voz para picking, tecnologías de automatización y RFID y dispositivos móviles robustos son algunas de las soluciones que ofrece STG. Estas aseguran una optimización de los procesos en los centros de distribución, reduciendo los tiempos de preparación y mejorando la precisión de las solicitudes, inclusive en momentos de máxima presión, como es el período previo a las fiestas de fin de año.

“Este nivel de preparación y visibilidad permite a las empresas mantener la continuidad operativa, evitando el quiebre de stock y cumpliendo con las entregas en plazos reducidos, incluso cuando la demanda es impredecible”, agrega Navarrete.

De esta manera, diciembre es un mes donde la colaboración y disposición entre retailers y operadores logísticos necesita estar más fluida que nunca. STG facilita esta sinergia a través de plataformas que consideran datos en tiempo real, con el objetivo de tomar decisiones informadas.

Con estas soluciones, las empresas pueden transformar este “estrés navideño” en una verdadera oportunidad para destacar ante sus clientes, incrementar su satisfacción y asegurar su fidelidad.