

MÁS QUE EMPRESAS DE REPARTOS:

# Emprendedores buscan socios logísticos en quienes confiar

Descuentos en los servicios, ayuda tecnológica, charlas y mentorías son iniciativas que ofrece la industria para ayudar a las pymes a crecer.

CRISTIÁN MÉNDEZ

Marcela Contreras comenzó hace cuatro años su emprendimiento de venta de pines The Pin Floyd (@thepinfloyd), los que distribuye a lo largo de Chile. Además de asegurar variedad y calidad de estos accesorios de vestuario, "prometo que llegarán en la fecha acordada, por eso la empresa a la que entrego mis repartos debo considerarla y sentir la una socia confiable", explica.

Víctor Mellado, asesor de mipymes y pymes en varias municipalidades, comenta que los pequeños y mediados empresarios "buscan más que alguien que tome su producto, lo meta a un camión y luego lo entregue; ellos requieren a un socio en el reparto y que a través de beneficios los ayuden a crecer, un *partner*".

Una sociedad que Claudio Salgado, jefe de Desarrollo de Negocios Pymes y Emprendedores de Starken, define como "comunidad". Asegura que como empresa logística han sido "pioneros en la creación de este tipo de iniciativas" y que ahora cuentan con "una comunidad de 140 mil socios desde Arica a Magallanes".

*Empresas del rubro canalizan los servicios a través de comunidades, programas o clubes de clientes.*

Salgado comenta que el programa Somos Partner ha crecido de la mano de importantes descuentos en los envíos, compartiendo conocimiento a través de charlas y mentorías, y entregando herramientas tecnológicas gratuitas para el control de la logística.

## FUERZA DE MUJER

Un alto porcentaje de emprendedores que buscan y consultan por estas asociaciones son mujeres. "Ellas, según mi experiencia, se caracterizan y se atreven a buscar asesoría, aprender y no se compli-

can en preguntar e intentar una y otra vez si fallan con un emprendimiento", destaca Mellado.

Perspectiva que apoya el ejecutivo de Starken, al detallar que en el programa Somos Partner, la participación de las mujeres es mayoritaria, con un 63%, mientras que los hombres representan un 26% y las empresas un 11%. En cuanto a los rubros, destacan los emprendimientos en vestuario (21%), accesorios (14%) y artesanía y *souvenirs* (10%).

"La compañía se ha extendido por diversos territorios del país, con soluciones tecnológicas como Smart Lockers, sucursales híbridas y tótems de autoatención, que se adecuan al ritmo de los emprendedores y se proyectan como la mejor opción para el (desarrollo) del segmento", asegura Salgado.



ILUSTRACIÓN: HYPO PHOTOS