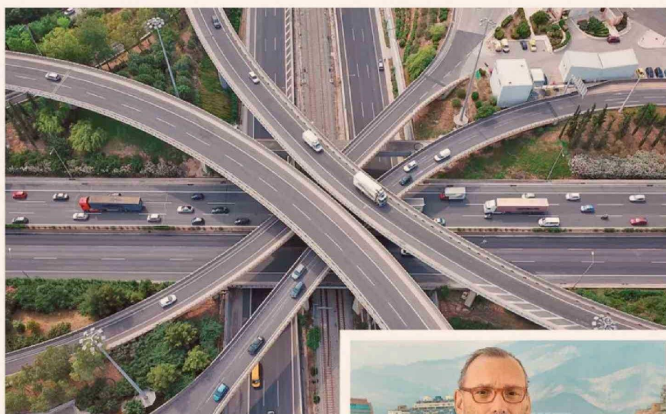


DispatchTrack

DIGITAL LOGISTICS PLATFORM (DLP) DE DISPATCHTRACK

Socio estratégico en logística digital

- Transforma la logística de función operativa a infraestructura estratégica del negocio. “Antes de implementar, DispatchTrack entiende la industria, los volúmenes y los dolores específicos del negocio para configurar la plataforma en función de esos parámetros”, indica Carlos Díaz Ojeda, Gerente General en Latinoamérica.



No hay duda, Latinoamérica está en un profundo proceso de transformación hacia un foco empresarial. Así, la amplia experiencia de DispatchTrack atendiendo clientes con operaciones y organizaciones complejas le permite entregar un nivel de servicio de alta calidad, junto con un proceso consultivo y una personalización profunda de sus soluciones para adaptarse a las complejidades de ese tipo de clientes, en el marco de un servicio SaaS.

La Digital Logistics Platform (DLP) de DispatchTrack es una solución de software de logística inteligente e integral (all-in-one) que unifica la planificación, ejecución y visibilidad en un único ecosistema. Su objetivo principal es transformar la logística de una función operativa a una infraestructura estratégica esencial para el negocio.

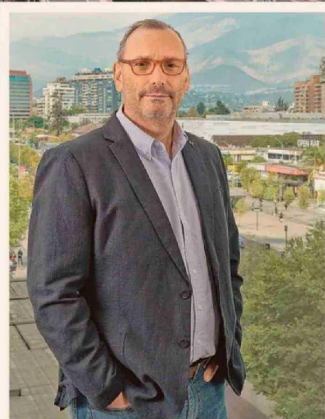
Esa especialización sectorial es precisamente lo que le permite a DispatchTrack posicionarse no como un proveedor tecnológico más, sino como un socio estratégico de la operación logística. “Todo esto se traduce en tres resultados concretos: mayor eficiencia operativa, control y cumplimiento normativo, y una mejor experiencia para el cliente final”, afirma el Gerente.

Inteligencia Artificial en el Núcleo de la Operación

En la plataforma DLP de DispatchTrack la IA no es un módulo adicional, sino que está integrada desde el núcleo de la plataforma, optimizando momentos clave de la operación de última milla. Una verdadera IA toma decisiones sobre nuestras operaciones en tiempo real:

- Ruteo Óptimo Automático: Calcula las rutas más eficientes considerando tráfico en tiempo real, ventanas horarias, capacidad vehicular y restricciones de carga. Ejemplo: Coca-Cola Andina logró una reducción del 40% en la dispersión de rutas.
- Autoasignación Inteligente de Conductores: La IA evalúa en tiempo real qué conductor está más cerca, tiene menor carga o representa menor costo. Esto reduce el tiempo de espera y mejora la eficiencia en picos de demanda. Ejemplo: Prixz escaló de 150 a 1.500 pedidos diarios sin aumentar su equipo operativo.

- ETAs Dinámicos: El sistema recalcula automáticamente los tiempos estimados de llegada según



Carlos Díaz Ojeda, Gerente General en Latinoamérica.

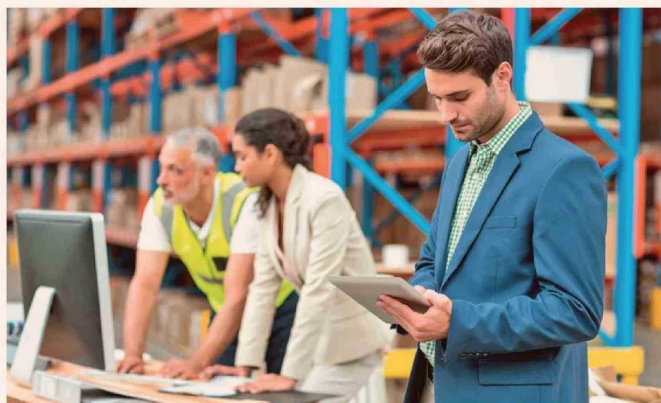
Atributos clave de la DLP

- Integración total: Conexión automática vía API con ERPs (SAP), eCommerce y WMS.
- Planificación inteligente: Ruteo óptimo que considera capacidades de vehículos, ventanas horarias y restricciones especiales de carga.
- Gestión de flotas híbridas: Visibilidad unificada de flotas propias y operadores tercerizados (3PL) desde un solo panel.
- Trazabilidad en tiempo real: Monitoreo minuto a minuto con geofencing para detectar desvíos o retrasos de forma proactiva.
- Evidencia digital de entrega: Fotos, firmas digitales y GPS desde la app del repartidor como respaldo legal y de auditoría.
- Experiencia del cliente final: Notificaciones proactivas por WhatsApp, SMS o email, seguimiento en vivo y encuestas NPS post-entrega.

las condiciones reales del tránsito, permitiendo la comunicación proactiva de posibles retrasos al cliente.

Control y Aceleración del Ciclo de Negocio

La plataforma ofrece ventajas significativas más allá de la optimización de rutas:



- Reducción de Fraude: La IA exige evidencia digital de alta calidad en las entregas (fotos claras, localización), detectando imágenes inadecuadas y previniendo el avance en el proceso de cierre.

- Aceleración del Ciclo de Facturación y Devoluciones: Mediante integraciones inteligentes con sistemas de Back Office como son los ERP o WMS, automatizamos flujos de negocios totalmente auditables. Por ejemplo, un conductor escanea un producto devuelto, registra la razón, toma una foto y el cliente firma digitalmente. Esto anula automáticamente la factura del ítem devuelto y genera la provisión para su retorno a bodega evitando procesos de digitación manual.

“Todos esos procesos están embebidos en nuestra tecnología y potenciados por las integraciones con los sistemas del cliente, garantizando flujos que no pueden ser saltados”, explica el Gerente. “La intervención humana discrecional se reduce ostensiblemente, eliminando los espacios donde históricamente ocurren errores, omisiones o fraudes.”

Enfoque Consultivo y Especialización Sectorial

A diferencia de las soluciones genéricas de software de logística, la DLP no es un software de talla única. DispatchTrack entiende que los retos logísticos son únicos en cada empresa y por ende adopta una metodología consultiva de cara a sus clientes:

- Comprensión Profunda: Antes de la implementación, el equipo entiende la industria específica del

cliente, sus volúmenes de operación y los desafíos logísticos particulares (dolores específicos).

- Personalización a Medida: La plataforma se configura en función de esos parámetros, garantizando una implementación fluida y preconfigurada con los flujos reales del cliente.

- Experiencia en Operaciones Complejas: Con cientos de clientes en Latinoamérica y miles en el mundo nuestra experiencia permite entregar un servicio de alta calidad y soluciones apalancadas en las mejores prácticas alrededor del mundo.

“Somos un socio estratégico, no un proveedor”, afirma Carlos Díaz Ojeda, Gerente General en Latinoamérica. “El acompañamiento no termina en la venta; en DispatchTrack operamos junto a organizaciones que entienden que la logística ya no es operativa, es estratégica.”

ROI Medible y Acompañamiento Continuo

El modelo consultivo de DispatchTrack garantiza un Retorno de Inversión (ROI) medible desde el inicio, estableciendo KPIs base para monitorear el impacto real desde las primeras semanas, tal como se evidenció en casos como Walmart Chile y Coca-Cola Andina.

“Nuestra tasa de crecimiento no se mide solo en el número de clientes, sino en la profundidad que desarrollamos en cada relación, en la búsqueda de optimizaciones y retornos concretos para las operaciones de quienes confían en nuestra plataforma”, concluye Carlos Díaz Ojeda.

