

LA DEMANDA SE REDISTRIBUYE EN UNA COMPLEJA GEOGRAFÍA

El *backoffice* del verano: cómo los supermercados logran que pedidos lleguen a playas y zonas remotas

Detrás de cada pedido que llega a un destino de vacaciones hay una operación silenciosa que combina planificación logística, sistemas de predicción, plataformas digitales y última milla. **SOFÍA MALUENDA**

En verano, el mapa del consumo se mueve. La capital se vacía, los balnearios se llenan y los pedidos cambian de geografía. Mientras las personas hacen compras de supermercado de manera *online* para abastecerse desde segundas viviendas o destinos turísticos, una infraestructura que pareciera ser invisible coordina qué llega, cuándo y desde dónde.

Probablemente la parte menos visible —y al mismo tiempo más crítica— es la gestión de inventario y de promesas de despacho, reconoce Juan Francisco Powditch, gerente de *e-commerce* de Walmart Chile. “Antes de que un pedido llegue a una playa o a un lugar en el sur, existe un sistema que valida si el producto está efectivamente disponible, desde dónde se despacha y en qué ventana horaria es posible cumplir. Ese ‘cerebro operativo’, que integra datos de *stock*, capacidad logística, rutas y tiempos, es determinante. Si eso falla, todo el resto del proceso —*picking*, transporte y última milla— se tensiona”, explica el ejecutivo.

Durante la temporada estival, dice, el volumen de pedidos aumenta de forma muy significativa. Hay localidades que pueden crecer hasta cuatro veces en comparación con un mes normal. Además, la demanda se redistribuye: disminuye la concentración en Santiago y aumenta con fuerza en zonas de playa y en el sur del país. “Eso obliga a adaptar la operación a

una geografía más dispersa y exigente. La planificación anticipada y el análisis de datos permiten redistribuir capacidades y reforzar zonas específicas”, sostiene. De hecho, cuenta, la preparación del verano siguiente comienza en marzo, cuando se proyecta la demanda por zonas, se ajustan capacidades y se anticipan esfuerzos operativos. “Es un trabajo que ocurre muchos meses antes, pero que es clave para que, en plena temporada estival, el sistema funcione con normalidad”, dice Powditch.

PASO A PASO

Todo comienza cuando el cliente realiza su compra *online*, selecciona sus productos y elige una ventana de despacho. Desde ese momento, el sistema define automáticamente desde qué local se preparará el pedido, considerando disponibilidad de productos y capacidad operativa.

Luego, un equipo especializado realiza el *picking* en tienda, asegurando que los productos cumplan con los estándares definidos. Posteriormente, el pedido pasa a despacho según la promesa seleccionada: puede ser una entrega en pocas horas, dentro del mismo día o al día siguiente.

Detrás de este proceso existe una coordinación permanente entre equipos y sis-

temas que integran información de *stock*, rutas, tiempos y capacidad logística. Además del flujo operativo, también utilizan tecnología para simplificar la experiencia desde el inicio. “Un ejemplo es Carrito Liso, una funcionalidad desarrollada en Chile basada en inteligencia artificial que propone automáticamente un carrito personalizado que el cliente recibe vía WhatsApp y puede aceptar o modificar antes de pagar. Esta herramienta reduce en más de un 50% el tiempo de preparación de una compra semanal y alcanza niveles de satisfacción superiores al 95%”, dice el ejecutivo de Walmart Chile.

CAMBIO DE COMPORTAMIENTO

Jumbo, por ejemplo, opera con cobertura en gran parte del territorio, de Arica a Calbuco, integrando tiendas y logística de última milla para llegar a destinos turísticos y zonas de descanso. Así, durante este período, se refuerza la operación en balnearios y zonas del sur, aumentando flotas, horarios y capacidad.

“El foco es que el cliente disfrute sus vacaciones sin interrupciones para abaste-

cerse; nos adaptamos a su movilidad, no al revés”, dicen desde Cencosud. El despliegue es especialmente intenso en zonas como Pucón, Villarrica, Panguipulli, Funitrón, Lago Ranco, Calafquén, Cunco, Collico y Puyehue, donde la demanda crece significativamente.

“El verano transforma por completo el comportamiento del cliente: aumentan los pedidos en doble dígito, especialmente en órdenes de abastecimiento”, indican. Crece la cantidad de productos por pedido, lo que exige procesos más robustos de preparación y transporte. En esta época, destacan aumentos fuertes en: botillería, carnicería y lácteos. “Para responder, reforzamos: inventarios, cadena de frío, coordinación con proveedores, y surtidos especiales según el estilo de vida vacacional de cada zona”, explican de Cencosud.

Ya que los destinos turísticos presentan retos particulares, como direcciones no formales, distancias largas, congestión, caminos no urbanizados y climas variables, una de las maneras en que lo enfrentan es con geolocalización mediante pin en la *app* y el sitio, lo que facilita entregas precisas sin depender de direcciones tradicionales.

Hay localidades donde los pedidos pueden aumentar hasta cuatro veces en comparación con un mes normal.



IMAGEN GENERADA CON IA