

NUEVOS DESARROLLOS:

Modelo *fulfillment* reestructura la industria

La gestión integral de pedidos incluye poner foco en el inventario, tecnología y distribución para acelerar entregas.

FELIPE LAGOS

El *fulfillment*, que es la gestión integral de pedidos que articula inventario, tecnología y distribución, va más allá del almacenamiento y la preparación de pedidos, integrando la recepción y gestión de inventarios, la conexión con *marketplaces* y canales digitales, el despacho al cliente final y la logística inversa.

"En un contexto donde la velocidad de entrega, la trazabilidad en línea y la experiencia del cliente son clave, el *fulfillment* se convierte en una palanca competitiva", dice Rodrigo Albarrán, gerente general de Star-ken, empresa que brinda este servicio en la RM.

A nivel global, el mercado de servicios de *fulfillment* para comercio electrónico fue de unos US\$ 123 mil millones en 2024 y podría superar los US\$ 270 mil millones hacia 2030, según estimaciones de la consultora Grand View Research.

El auge del comercio electrónico está elevando las exigencias sobre la logística. Más que almacenar productos, el desafío

del sector es responder a consumidores que comparan en tiempo real y esperan entregas cada vez más rápidas. Para ello, se ha vuelto necesario ampliar horarios de corte, contar con inventario disponible y acercar el *stock* a los puntos de consumo para ofrecer despachos al día siguiente o incluso el mismo día, especialmente a medida que las empresas buscan extender estos estándares más allá de Santiago hacia regiones.

El *fulfillment* también está cambiando la forma en que empresas y emprendedores estructuran su logística. Al externalizar estas operaciones, las compañías pueden transformar costos fijos en variables y concentrarse en el desarrollo de productos, ventas y expansión comercial, mientras operadores especializados gestionan inventario, preparación de pedidos y distribución.

"En muchos casos, las pymes que adoptan modelos de *fulfillment* profesional logran aumentar su tasa de conversión y expandirse regionalmente", afirma Albarrán.



La cercanía del *stock* a los centros de consumo se ha vuelto un factor clave.