

Fecha: 19-01-2026
Medio: Las Últimas Noticias
Supl.: Las Últimas Noticias - Mercado Mayorista
Tipo: Noticia general
Título: ¿Sabía que puede recibir ingresos por manejar encomiendas?

Pág.: 2
Cm2: 723,5

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: ☐ No Definida

Ser punto de entrega y retiro de paquetes tiene una serie de beneficios

¿Sabía que puede recibir ingresos por manejar encomiendas?

FRANCISCA ORELLANA

Con el auge del comercio electrónico, enviar y recibir paquetes se ha vuelto parte de la vida cotidiana. Y en ese escenario, los negocios de barrio están tomando un rol cada vez más protagonista: hoy no solo venden, sino que también funcionan como puntos de despacho y retiro, ampliando sus servicios y aumentando el flujo de clientes que llega a sus locales.

A la fecha más de 650 negocios -almacenes y minimarkets, entre otros- han transformado en puntos de entrega y recolección de Starken, conocidos en la industria de la logística como PUDOs (Pick Up Drop Off). "La compañía apunta a superar los 1.000 puntos de aquí a fin de año", destaca Mauricio Bernal, gerente de red comercial Starken.

Explica que "ser PUDO significa que un comercio de barrio se integra a la red logística de Starken para recibir encomiendas que los repartidores dejan para retiro de clientes y también para recibir paquetes que los clientes entregan para ser enviados".

Con la experiencia que tienen en este rubro, en Starken cuentan que el servicio incrementa el flujo de público en almacenes y minimarkets, generando oportunidades de venta adicionales.

¿Qué labores implica?

"En el día a día, la operación es sencilla y se adapta a la rutina del local. Los repartidores de Starken dejan los paquetes destinados a retiro en el punto, el comerciante los registra mediante una aplicación en su celular y los resguarda en un espacio definido. Por otro lado, cuando un cliente quiere enviar una encomienda, la deja en el PUDO, se valida la información y Starken la retira posteriormente. Todo el proceso es ágil, trazable y compatible con la atención normal del negocio".

¿Cuántos paquetes puede manejar un local?

"En promedio, puede manejar decenas de paquetes al día, lo que podría traducirse en cientos de encomiendas al mes. En esta dimensión, el rol del local es fundamental para entregar un buen servicio y promocionar el punto. En sectores de alta demanda vinculados al comercio electrónico, estos volúmenes tienden a crecer, convirtiendo al servicio en una parte relevante de la actividad diaria del local".

¿Cuál es el beneficio económico concreto para el comerciante?

"Hay un beneficio doble. Por una parte, existe una retribución asociada a la operación

logística, que considera el manejo de paquetes y que varía según el volumen gestionado.

Sin embargo, el principal valor está en el impacto indirecto en el negocio.

Al transformarse en punto de entrega y retiro, el local pasa a ser un punto de visita frecuente para vecinos y personas del sector".

Bernal agrega al respecto que la experiencia acumulada muestra que el servicio incrementa el flujo de público y genera oportunidades de venta adicionales. "Muchas personas que entran al local para retirar o dejar un paquete aprovechan la visita para comprar productos de consumo diario, snacks, bebidas u otros artículos. Eso no solo impacta en las ventas inmediatas, sino que también ayuda a posicionar al comercio como un punto útil y recurrente, fortaleciendo la relación con los clientes del barrio y aumentando la frecuencia de visitas".

¿Qué requisitos deben cumplir para incorporarse?

"Contar con un espacio físico básico y seguro para almacenar paquetes,

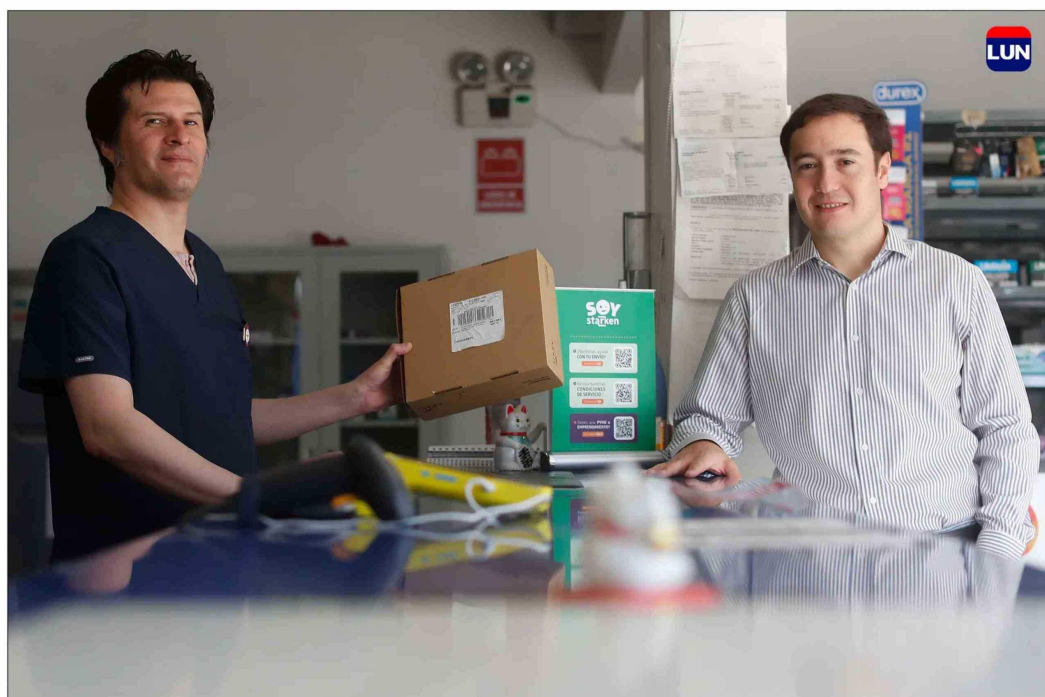
tener horarios de atención estables y confiables, una ubicación accesible dentro del barrio o sector, conexión a internet y disponibilidad de un smartphone".

¿Existe capacitación a los comerciantes para implementar este servicio?

Sí, los comercios que se incorporan a la red reciben capacitación inicial, soporte permanente, herramientas tecnológicas y procesos claros para operar de forma simple y ordenada. Se incluye el acceso a una aplicación móvil para la gestión de paquetes, soporte en línea ante dudas operativas y una impresora para etiquetas, lo que agiliza los procesos y reduce errores. El objetivo es que la persona pueda operar con confianza, sin necesidad de conocimientos logísticos previos, y con acompañamiento constante".

¿Qué tienen que hacer los interesados en contar con este servicio?

"Postular a través de los canales de Starken, donde se evalúan aspectos como ubicación, horarios y condiciones del local. Una vez aprobado, se realiza la capacitación, habilitación tecnológica y entrega de equipamiento necesario. El proceso es ágil y acompañado, y normalmente permite que el comercio comience a operar en un plazo de pocas semanas".



"En la práctica, el PUDO se convierte en un nuevo servicio que potencia el rol del almacén", dice Bernal.

RUBÉN GARCÍA

Un estímulo a la creatividad comercial

Tomando en cuenta la experiencia acumulada en este tiempo de funcionamiento, Mauricio Bernal cuenta que han visto el desarrollo de una serie de estrategias por parte de un grupo de comerciantes para sacarle el máximo partido al mayor flujo de personas que llegan a sus negocios. "Se trata de estrategias simples, pero muy efectivas, como por ejemplo promociones visibles en caja, productos destacados cerca del punto de atención de encomiendas, combos de consumo rápido o incluso la incorporación de servicios complementarios".

El ejecutivo hace notar que ese tipo de prácticas muestran cómo el PUDO no solo suma ingresos por la operación logística, sino que también estimula la creatividad comercial y la diversificación de la oferta del local".