

Fecha: 31-07-2025
 Medio: Revista NG
 Supl.: Revista NG
 Tipo: Noticia general
 Título: TW Logística lanza nueva área de tecnología para e-commerce B2B y B2C

Pág.: 22
 Cm2: 485,1
 VPE: \$ 618.540

Tiraje:
 Lectoría:
 Favorabilidad:

Sin Datos
 Sin Datos
☐ No Definida



22

Especial

SOFTWARE PARA LOGÍSTICA

Revolucionando la logística digital

TW Logística lanza nueva área de tecnología para e-commerce B2B y B2C



Fulfillment inteligente con CMS especializado en B2B

El servicio de fulfillment de TW Logística ya es reconocido por su precisión, rapidez y flexibilidad. Ahora, la empresa lo lleva al siguiente nivel con la implementación de un CMS (Content Management System) desarrollado especialmente para el e-commerce B2B.

“Este sistema permite a nuestros clientes ofrecer catálogos personalizados por cliente, con condiciones comerciales únicas —como precios diferenciados, términos de pago, descuentos especiales y políticas de crédito específicas—. Además, incorpora funciones de cobranza automatizada, facilitando el seguimiento de cuentas por cobrar directamente desde la plataforma”, explica Javier González, Gerente de Tecnología de TW Logística.

La solución convierte el servicio de fulfillment en una plataforma end-to-end, ideal para distribuidores, mayoristas y marcas que venden a otras empresas.

Atención automatizada y personalizada en tiempo real con IA

La atención al cliente es uno de los grandes desafíos del e-commerce actual.

En un escenario donde la logística se ha convertido en el corazón del comercio electrónico, TW Logística da un paso decisivo hacia el futuro con el lanzamiento de su nueva área de tecnología, enfocada en potenciar las operaciones e-commerce tanto B2B como B2C. Esta iniciativa responde a una necesidad creciente del mercado: integrar eficiencia operativa con herramientas tecnológicas que permitan escalar, personalizar y automatizar la experiencia de compra y postventa.

Para enfrentarlo, TW Logística integró ChatGPT-4o, el modelo de IA conversacional más avanzado, directamente con WhatsApp, el canal más usado por los consumidores en Latinoamérica.

“Lo innovador es que cada interacción se adapta a las reglas de negocio de nuestros clientes, lo que permite una atención automatizada pero altamente personalizada. Desde consultas de stock hasta gestión de cambios o seguimiento de pedidos, esta herramienta transforma la experiencia del consumidor final”, destaca González.

OMS propio integrado con los principales marketplaces

Otro hito de esta nueva etapa es el desarrollo de un Order Management System (OMS) propio. Diseñado y desarrollado in-house, este sistema centraliza y automatiza la gestión de pedidos desde múltiples canales, ya conectado con marketplaces como Mercado Libre, Falabella, Cencosud y Lider.

Gracias a este OMS, los clientes pueden:

Sincronizar stock en tiempo real.

Consolidar pedidos desde distintos canales.

Optimizar asignación de inventario y tiempos de despacho.

Tener visibilidad total del flujo de ventas hasta la entrega final.

Tecnología al servicio del nuevo e-commerce

Con esta nueva área tecnológica, TW Logística responde al gran desafío del e-commerce moderno: conectar la operación logística con inteligencia digital. Ya no se trata solo de cumplir, sino de anticipar, personalizar y escalar.

“Desde marcas que venden a otras empresas, hasta aquellas que atienden al consumidor final por múltiples canales, nuestros clientes ahora cuentan con una infraestructura robusta, automatizada y flexible para crecer en un entorno cada vez más competitivo”, concluye González. /NG

