

ÚLTIMA MILLA: ¿CÓMO OPTIMIZAR ESTA PARTE DEL PROCESO DE COMPRA?



Big data, inteligencia artificial, programación inteligente de rutas y trazabilidad de los paquetes durante todo el viaje son algunas de las tecnologías y herramientas claves para mejorar una etapa que es fundamental para cualquier e-commerce.

Las fallas en la última milla siguen siendo el gran dolor de cabeza del e-commerce en eventos masivos. En Chile, superado el CyberMonday, la industria empieza a prepararse para la temporada navideña, cuando las ventas y entregas

suelen aumentar a niveles abrumadores.

Pero, aun cuando saben lo que viene, las empresas no están del todo seguras de cómo será su performance. Eso fue lo que reveló recientemente una encuesta internacional realizada

por Dispatch Track: 82% de las firmas consultadas temen fallar en las entregas de última milla hacia finales del año, y solo una de cada tres se está allistando para las ventas de esta época antes de lo que lo hicieron el año pasado. Pero para mejorar



la eficiencia operativa, la mitad aseguró que está invirtiendo en nuevas tecnologías.

Y esa, según los expertos, es la clave para revolucionar el paso final en la entrega del producto que un cliente solicita a una tienda online.

Procesos inteligentes

La directora de la Asociación de Profesionales en Logística, Operaciones y Cadena de Suministros, y también académica de la Universidad Mayor, Angélica Barría, explica que la última milla es mucho más que una simple

entrega. "En esta etapa, las empresas se juegan su prestigio, imagen y la confianza del cliente. Por lo tanto, es decisivo desarrollar una óptima gestión si queremos que las personas vuelvan a comprar a futuro en nuestra tienda online", subraya la experta.

Para el decano de la Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño de la Universidad San Sebastián, Federico Casanello, el big data y la inteligencia artificial están cumpliendo un papel muy importante. A ellas se suman otras innovaciones como la programación inteligente de rutas y la trazabilidad de los paquetes durante todo el viaje, en un escenario donde las cadenas de suministro están tendiendo a reducir la intervención humana.

"En efecto, estos nuevos procesos están disponiendo múltiples sensores basados en el Internet de las Cosas (IoT) que van a recopilar grandes volúmenes de información en tiempo real, los cuales, a través de algoritmos de inteligencia artificial, permitirán ir tomando decisiones en forma automática", explica Casanello.

Una visión que comparte el director académico del diplomado de Logística de la Facultad de Ingeniería y Ciencias de la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI), Diego

Bozzano, quien puntualiza que los principales avances en esta materia están relacionados con la optimización dinámica de las rutas y las aplicaciones móviles tipo app que permiten manejar el proceso del "proof of delivery" o confirmación de entrega.

Bozzano añade que el 5G es clave para asegurar y acelerar la transmisión de datos, ya que habilita opciones como la utilización del IoT, que permite que la transmisión del posicionamiento de un pedido "deje de depender de los vehículos de distribución y que sea informado directamente por el producto que, a su vez, está siendo comercializado". En paralelo, la robotización y la automatización están acelerando muchos procesos en los centros de distribución, dice el experto, especialmente a través de la aplicación de equipos de surtido tipo "sorter", que permiten tanto clasificar como generar pedidos de manera muy rápida.

El impacto

Gracias al nivel de desarrollo que han alcanzado tanto el hardware como el software, hoy es posible reducir los costos de transporte entre 15% y 30%, resalta Luis Aburto, académico de la misma facultad de la UAI.

"Por ejemplo, aplicando modelos de machine learning, inteligencia artificial y optimización matemática es posible evaluar inteligentemente una infinidad de rutas y, de esa manera, hacer más eficiente la asignación de clientes a vehículos y generar los mejores trayectos para minimizar el gasto en transporte", dice. Pero no solo eso. También es posible minimizar el impacto ambiental. Además, monitorear signos vitales puede ayudar a predecir fallas y recomendar anticipadamente mantenimientos de la flota para mejorar la disponibilidad física, advierte Aburto.

Ante este desafiante escenario el CEO de FEX, Erwin Codjambasis, sostiene que el último contacto que tiene el vendedor con el cliente final es la entrega del producto. Por ese motivo es tan importante este paso, porque los encargados de llevarlo adelante son los responsables de que esa experiencia sea satisfactoria.

¿Cómo luce el futuro? El ejecutivo anticipa un escenario donde será común ver vehículos de reparto autónomos, tanto terrestres como aéreos -incluyendo drones-, dotados de inteligencia artificial y libres de emisiones contaminantes. "No estamos tan lejos de eso", anticipa.