



PROHIBIDA SU REPRODUCCION Y/O DIFUSION

FALABELLA



“Un centro cross-dock ha agilizado entregas”

**KATTY FERNÁNDEZ
SUBRAYA EL CENTRO
DE FULFILLMENT
IMPLEMENTADO PARA
DAR SOPORTE A TODOS
LOS SELLERS.**

“En mi caso, al trabajar en e-commerce el desafío era inmenso con la pandemia, dado que nadie podía ir a comprar en presencial, así es que nosotros ya veníamos con los Cyber, que son campañas donde tú multiplicas tus ventas por tres o por cinco, y en corto periodo. Veníamos preparándonos siempre para este tipo de situaciones. Para atender las necesidades de ese cliente, que ahora es exigente y que quiere un servicio rápido y efectivo, que le notifiquen a tiempo las entregas y que lo sorprendan. Nosotros abordamos con frentes: el primero fue ampliar y robustecer todas las capacidades logísticas, para lo cual implementamos dos centros de distribución grandes, un centro de cross-dock que nos ha permitido agilizar las entregas a Lima y a nivel nacional, logrando una buena tasa de entregas el mismo día. Lo otro es un centro de fulfillment, donde, al ser nosotros un marketplace, les brindamos soporte a los sellers como si fuéramos un operador logístico, incluidas la entrega y la posventa, lo que ha ayudado a toda la cadena, para que finalmente el cliente sea el beneficiado con estas integraciones logísticas y capacidades. Otro frente es la implementación de centros de transferencia, que son pequeños almacenes en distintas partes del país; nuestra apuesta es llegar a provincias con pedidos de alta tasa de efectividad de entrega, con mucha velocidad, a un costo de envío competitivo. Tenemos una red de retiro en tienda (click & collect) que llegará a todos los rincones del país”.

ARCA CONTINENTAL



“Lo digital modernizó al canal tradicional”

**SYLVIA RODAS
DETALLA CÓMO SE
FUERON INTEGRANDO
LOS CANALES ANTE
URGENCIAS POR
EFECTO DEL COVID-19.**

“La transformación vino por la modernización del canal tradicional; eso es, en general, lo que ha pasado en el consumo masivo, que normalmente las empresas de este tipo no llegan directamente al consumidor final y lo hacen a través de este canal, y se tuvo que modernizar mediante la creación de páginas web. Los mismos vendedores desarrollaron más aplicaciones en sus móviles, se dio la oportunidad de que los mismos bodegueros puedan generar sus propios pedidos a través de una aplicación desarrollada para ellos. Las capacitaciones que se hacían presencialmente se empezaron a hacer de manera virtual; de hecho, como la pandemia impactó económicamente a este sector, sobre todo al de restaurantes, se estuvo al lado de esa reactivación de los negocios, y la cadena de suministros tuvo que acompañar este proceso. Al verse afectado un canal, se tuvo que desarrollar un canal directo al consumidor, que es el home delivery, un canal que se apoyó de una capacidad que tiene la empresa, que es la parte de Vendomática, la cual pertenece al grupo de Arca Continental y tiene fuerza logística para atender o reponer las máquinas de venta que están en instituciones; esa capacidad se utiliza para el despacho a hogares, para home delivery. Este era un proyecto que se tenía previsto para los próximos tres años, pero que se reactivó de manera inmediata, lo que impulsó la venta y el acceso al consumidor final. En este caso pudimos incorporar una cadena”.