

Envíos & Domicilios

UNA ENTREGA A TIEMPO Y SEGURA

Las empresas de domicilios y envíos son aliadas claves en la reactivación económica. Los retos para este año son lograr la digitalización y el aprovechamiento de las tecnologías para optimizar procesos y escalar los negocios en diferentes sectores. / p. 14 a 19

Las más vendidas en Bogotá y Soacha

Las más pedidas

El "boom" de los pedidos de comida a domicilio dejó a las hamburguesas como protagonistas. Esta tradicional comida rápida fue la más solicitada por los usuarios de las principales plataformas como domicilios.com. Se destaca su amplia oferta para todos los gustos y presupuestos.

Donde Beto El Original

En Bogotá y Soacha, según la plataforma domicilios.com, Donde Beto El Original es de donde más se han vendido hamburguesas. El lugar, que también vende pinchos, mazorcaditas, entre otros, resalta por el sabor, la oferta variada y las promociones de sus hamburguesas.



/Pixabay

Hamburguesas del Rodeo

Quien está en la segunda posición de la comida más pedida a domicilio es Hamburguesas del Rodeo, que se destaca por su amplio menú, donde también hay opción vegetariana, y sus ingredientes 100 % de calidad, sin ningún aditivo.

Smoking Burgers

El top 3 de hamburguesas más vendidas en Bogotá y Soacha a través de domicilios.com lo completa Smoking Burgers, con sus hamburguesas artesanales 100 % de carne de res, molidas diariamente y hechas a la parrilla, lo cual les da un sabor y textura únicos.

Envíos & Domicilios



Los colombianos usan las aplicaciones de domicilio, en su mayoría, para pedir en restaurantes. / Getty Images

➤ **El éxito de empresas como Amazon, Uber y Rappi tiene un punto significativo en común: proporcionan una experiencia que simplifica la vida diaria.**

rio, como alimentos y bebidas o farmacia, fueran de fácil acceso para todos, lo cual no se veía anteriormente, donde las categorías que primaban y lideraban los ránquines en e-commerce eran las de bienes suntuarios", añade María Fernanda Quiñones.

Las más usadas

Según un estudio de Mobimetrics, el primer portal de información de mercado de fuente móvil en Colombia, en 2020, Rappi fue la aplicación más usada por los bogotanos, con 67 % de preferencia; luego Domicilios.com, que alcanzó 33%; seguida por Uber Eats con 14 %, y Merqueo, con 18 %.

En cuanto a las categorías más solicitadas dentro de las aplicaciones, según Mobimetrics, los colombianos usan las aplicaciones de domicilio, en su mayoría, para pedir en restaurantes, con un 82%; seguida de mercado, con 41 %.

"Las plataformas digitales deben ofrecer herramientas que permitan a los usuarios tener experiencias de compra agradables y seguras. La confianza resulta fundamental para que más personas se atrevan a ingresar al mundo del comercio electrónico y decidan hacer compras a través de canales digitales", explica María Fernanda Quiñones.

De acuerdo con la experta, otro reto importante que tienen las plataformas es en cuanto a logística, donde es importante responder de manera óptima a los nuevos requerimientos de los consumidores, los cuales desean estar en contacto con quien lleva su producto, obtener su entrega de manera rápida y en los tiempos acordados, y calificar su experiencia.

"Para que la industria del comercio electrónico continúe creciendo se debe trabajar de manera conjunta como sociedad, para articular todos los factores que llevan a tener una economía digital e incluyente", concluye María Fernanda Quiñones. ■

¿Cómo lograr experiencias de compra satisfactorias?

Categorías de consumo diario lideran los ránquines

Conozca la importancia de que las plataformas de domicilios apuesten por la confianza del consumidor y cómo se han modificado en los últimos meses.

La emergencia sanitaria que se produjo a raíz del COVID-19 cambió la forma en que los consumidores interactúan con las marcas. Las personas han comenzado a incorporar cada vez más los canales digitales en su día a día como el medio principal para llevar a cabo tareas tan sencillas como comprar alimentos. En Latinoamérica, incluyendo Colombia, las compras por comercio electrónico aumentaron en un 300 % en la pandemia, según la firma de investigación de mercados Kantar.

Por lo tanto, de acuerdo con Veritran, una compañía global que acelera y simplifica el desarrollo de soluciones digitales a través de su Enterprise Low-Code Platform, "brindar una mejor experiencia digital hoy dará sus frutos en el futuro en cuanto a competitividad y vigencia en el mercado".

Veritran también asegura que poner al cliente en primer lugar es fundamental para una gran experiencia de usuario.

"El éxito de empresas como Amazon, Uber y Rappi tiene un punto significativo en común: proporcionan una experiencia que simplifica la vida diaria de las personas. En este sentido, la centralidad en el cliente es quizás el pilar más importante en el diseño de una experiencia de usuario digna de recordación y fidelidad", afirman los expertos de Veritran.

Centrarse en el cliente significa recordar que detrás de cada usuario hay una persona con sus propios pensamientos y sentimientos. Comprender cómo interactúan los usuarios en los canales digitales es un paso esencial del proceso de diseño de experien-

cias de usuarios. Esta fase de descubrimiento ayudará a las compañías a comprender qué buscan los clientes en una aplicación.

Para María Fernanda Quiñones, presidenta de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), "durante el último año los colombianos encontraron en el e-commerce una herramienta útil y confiable para mantenerse abastecidos. Los comercios, sin importar su tamaño o ubicación geográfica, pudieron estar activos económicamente y llegar a nuevos clientes. Ante los nuevos retos impuestos por la pandemia, el comercio electrónico será fundamental para reactivar las actividades y permitir a los negocios llegar a nuevos mercados y escalar según lo indique su mismo desarrollo".

El comercio electrónico, ade-

más, será uno de los grandes impulsores de la reactivación económica en Colombia. La CCCE destacó el papel que viene desempeñando este sector, el cual el año pasado tuvo un crecimiento en ventas cercano al 25% versus el comercio tradicional, que presentó una contracción del 6%. Para este año se espera que aumente un 16%, comparado con 2020.

Importancia de la confianza del consumidor

Según María Fernanda Quiñones, "uno de los mayores desafíos que existen actualmente en la industria del comercio electrónico es que todo el sector debe apostar por obtener la confianza de los consumidores, para que estos logren disfrutar de experiencias de compra satisfactorias. En ese sentido, los canales virtuales deben animar a los consumidores a adquirir productos de manera online, pero a la vez invertir en tecnologías que permitan proteger la información de sus usuarios, tanto sus datos personales como también la información bancaria".

"Las plataformas de domicilios han sido claves para bajar las dinámicas cotidianas de los colombianos al ámbito digital, permitir que categorías de consumo dia-

¿Existen alianzas con entidades bancarias?

En cuanto alianzas con otras entidades, estamos trabajando en conjunto con importantes aliados como: Mastercard, en donde tenemos alianza exclusiva; Itaú, Puntos Colombia, Bancolombia, Scotiabank Colpatría, Davivienda, Banco de Bogotá y AV Villas, alianzas que nos convirtieron en la

compañía que más creció en pagos online, con un 70 % en 2020 comparado con el año anterior, evidenciando que el consumidor de hoy se inclina por un servicio cada vez más digital, seguro y realmente diferente.

Además, somos una plataforma multiservicios que queremos centrarnos

en lo que hacemos bien y en nuestro core del negocio, que son las ventas a través de restaurantes y supermercados. Por eso, nuestros planes son mejorar los tiempos de entrega y trabajar día a día en que los colombianos tengan una mejor experiencia de usuario dentro de la aplicación.

➤ Sin duda, la economía colaborativa y el auge de los domicilios siguen expandiéndose.

Envíos & Domicilios

Contenido desarrollado en alianza con Domicilios.com

La hamburguesa es la más pedida

Domicilios.com, empresa pionera de domicilios en el país, lleva 14 años apostando por el desarrollo de Colombia

En el último año, la compra de comida y mercados mediante aplicaciones tuvo un gran aumento en la economía del país. Por eso, Felipe Ossa, "Managing Director" de Domicilios.com, habló sobre el crecimiento de una compañía que ya opera en 21 ciudades del país y que como ninguna otra apoya los pequeños comercios de alimentos.

¿Se mantiene el auge de pedir domicilios que ocurrió al inicio de la pandemia?

Sin duda, la economía colaborativa y el boom del *delivery* sigue creciendo y seguirá expandiéndose. En Domicilios.com, por ejemplo, el año anterior pudimos capturar nuevos usuarios que ahora se han fidelizado con nuestro servicio, además nos siguen escogiendo para comprar su comida y víveres desde la seguridad de su casa. Por esa razón, creemos que el panorama para el 2021 será bastante positivo en cuanto a crecimiento de la demanda, tal como lo hemos visto durante estos primeros meses del año. Como pioneros del servicio de domicilios en Colombia, continuaremos trabajando en el desarrollo de nuevas funcionalidades que respondan a las necesidades actuales de los usuarios y mejoras en el servicio que nos siga manteniendo en el corazón de nuestros clientes.

¿Cuántos domicilios hacen al mes?

Contamos con un volumen importante de entregas en 21 ciudades y veinte municipios del país, siendo Bogotá, Medellín y Cali las ciudades con mayor demanda. Adicionalmente, nos encargamos de comunicar que contamos con una gran presencia y tendencia en aumento de demanda en municipios como Villavicencio, Popayán e Ibagué, demostrando que Domicilios.com es una aplicación con una apuesta más local y de mayor cobertura en todo el país. Así mismo, nos encargamos de encontrar aliados estratégicos en cada nuevo municipio, con la misión de aumentar la oferta en nuestra aplicación con los productos y platos preferidos de los consumidores locales. Estamos apostando por seguir creciendo en un 32 % en la región suroccidente, un 25 % en la región Caribe, un 29 % en el Eje Cafetero y un 20 % en Antioquia.

¿Cómo es la relación de



Felipe Ossa, "Managing Director" de Domicilios.com. / Cortesía

Domicilios.com con los pequeños negocios de comida?

En Domicilios aprendimos durante el 2020 dos cosas: la primera, a ser más solidarios y unir esfuerzos para apoyar a quienes nos necesitan en momentos de crisis, como lo son nuestros colaboradores y comercios locales aliados; y lo segundo fue abrir de manera oportuna nuestros canales a clientes y *stakeholders*, de manera que tuvieran un espacio para superar cualquier obstáculo económico y de ventas, con nuestro modelo de negocio. Por esa razón encontramos formas para apoyarlos como la educación de ventas a través de internet, la reducción en la comisión para estos pequeños comercios y

mayor flujo de caja para que pudieran mitigar los efectos de la crisis económica. Así que el trabajo para incorporar a esos pequeños negocios a nuestra plataforma y que ellos, a la vez, pudieran ofrecer sus productos durante el año anterior fue muy posi-

➤ Domicilios.com fue la compañía que más creció en pagos "online", con un 70% en 2020.

vo, alcanzamos a incluir en un tiempo muy corto 7.000 nuevos locales y cerramos el 2020 con más de 15.000 comercios.

¿Cuáles son los productos que les piden a través de la plataforma?

En Domicilios.com dividimos estos productos en dos categorías: la primera es la de restaurantes, donde identificamos que la comida rápida, como hamburguesa, pizza, perro caliente y demás, fue la preferida por los colombianos, y en segundo lugar se encuentra el pollo frito. La segunda categoría es la de supermercados, donde nuestros clientes tienen preferencia por los productos como el pollo, la carne y la leche.

¿Qué es lo que más comen los colombianos?

El plato favorito de los colombianos dentro de nuestra aplicación es la hamburguesa. Aprovechamos para hacer mención especial de los restaurantes preferidos para hacer este tipo de órdenes en todo el país: a nivel nacional: Presto; Bogotá y Soacha: Donde Beto El Original, Medellín: Los Verdes, Villavicencio: Burger Pop, Ibagué: Burger 24, Cali y Palmira: Mr. Jors Burger, y Popayán: Kentoky Comidas Rápidas.

¿Cuál es el tiempo promedio de una entrega a través de la plataforma?

Nuestra promesa es entregar pedidos en menos de treinta minutos en promedio, entendiendo que dependemos de múltiples factores. Sin embargo, como un objetivo para este año, estamos trabajando en nuevas funcionalidades y logística interna que nos permitan llegar a ese objetivo de entregar pedidos en un promedio de 26 minutos.

Además de la comida, ¿que más piden los usuarios a través de Domicilios.com?

En Domicilios.com tenemos diferentes verticales que buscan ofrecer todo tipo de opciones para los consumidores colombianos: supermercados, droguerías, mascotas, bebidas, tiendas y restaurantes. Actualmente, estamos fortaleciendo cada una de ellas con aliados estratégicos con el objetivo de alimentar los nuevos hábitos de compra desde la comodidad del hogar. En el último año cerramos alianzas importantes en nuestra categoría de supermercados con marcas como Olímpica, Justo & Bueno y Makro, apuntando en acercar los productos preferidos de la canasta familiar a los hogares.

¿Cuántos domiciliarios tienen en su plataforma y qué tipo de contrato manejan con Domicilios.com?

Actualmente, son más de 2.500 repartidores contratistas independientes. Ellos cuentan con dos tipos de contratos: el primero es por prestación de servicio y el segundo es de mandato, en donde autorizan el descuento de los aportes legales para que nosotros desde Domicilios.com les facilitemos la realización de este pago, adicionalmente otorgamos ARL y seguro de vida para cada repartidor. Esto nace de nuestro principio de hacer las cosas de manera diferente, asegurando que cada uno de nuestros colaboradores tenga las condiciones justas de vida y trabajo. ▀

Servicio de transporte internacional

La línea de negocio de transporte internacional es el último desarrollo que ha implementado Quick para integrar el 100 % de la cadena logística y consolidarse en 2021 como la única megaapp que cuenta con todos los servicios de logística de transporte. Algunos de los beneficios que tiene la plataforma para este segmento son las cotizaciones y reservas

en línea, el seguimiento en tiempo real a los embarques en cualquier parte del mundo, la conexión con el ecosistema mundial de logística internacional, la interacción por mensajería instantánea y multimedia entre todos los actores involucrados, digitalización y almacenamiento de la documentación relacionada con los envíos y un tablero de indicado-

res con la *data* para toma de decisiones. “Lanzaremos nuevas funcionalidades en app Quicker, haciendo uso de herramientas de inteligencia artificial (IA), para mejorar el seguimiento de las cargas de manera integral, realizar reservas con aerolíneas y navieras en línea”, señaló Julián Caviendes, CEO de Quick.

» Quick, la start up colombiana que provee servicios integrales End to End en el sector logístico, se ha posicionado en la región.

Envíos & Domicilios

Un aliado en la reactivación económica y el desarrollo de nuevos negocios

Más que movilizar, es conectar mundos

Las empresas de domicilios y envíos son aliadas claves en la reactivación económica. Los retos para este año son lograr la digitalización y el aprovechamiento de las tecnologías para optimizar procesos y escalar los negocios en diferentes sectores.

Pocas veces se logra imaginar qué hay detrás de un envío, su cadena de valor y el poder de dinamizar la economía, cumplir sueños y generar nuevos negocios. Una realidad que no se dimensionaba o simplemente no se tenía conciencia, hasta que la pandemia generada por el coronavirus puso como protagonista al sector de envíos en Colombia y el mundo.

En esos primeros días de confinamiento estricto se vio cómo las compras por internet aumentaron exponencialmente y fueron un aliado clave para suplir las necesidades de cada persona y sus hogares.

De esta manera, en cada envío detrás había un empresario vendiendo sus productos, un emprendedor adentrándose en el mundo del comercio electrónico y un trabajador dispuesto a transportar esas cargas que, más allá de

su contenido, fue una forma de conectar el mundo. Y que ahora toma un mayor protagonismo en este tiempo de reactivación económica.

Y es que el sector de envíos y domicilios es un aliado clave en este momento, porque en su operación se incluye un componente que genera desarrollo y es todo el proceso logístico para poder llegar al cliente final con sus productos.

En palabras de Marcus Thiel, coordinador académico de la maestría en Supply Chain Management, de la Universidad de los Andes, “el desempeño de los sistemas logísticos de un país puede impulsar el desarrollo económico o puede restringirlo, puesto que la logística apoya a las organizaciones, a las cadenas de suministro y a las industrias al influenciar una variedad de parámetros

competitivos: costo, calidad, velocidad, agilidad y el impacto ambiental y social de nuestros sistemas económicos”.

Ese impacto, desde hace varios años las empresas se han dedicado a gestionarlo y a trabajar desde sus organizaciones para generar desarrollo, pero lo más importante poder influir de forma positiva en las comunidades y aportar a

una mejor calidad de vida.

“Nosotros, por ejemplo, ahora estamos volcados al transporte de las vacunas contra el coronavirus y hemos podido poner en práctica más de dos décadas de experiencia en transporte y reconocer que no es solo la carga que movilizamos, sino el fin por lo que lo hacemos”, dijo Daniel Viteri, gerente general de DHL Global Forwarding Colombia, quien además destaca que en estos desplazamientos hay un equipo de personas capacitadas para hacerle frente a este momento y trabajar en equipo.

Ese trabajo, que va desde el recurso humano hasta la tecnología, que es clave para las nuevas exigencias de la comunidad y los negocios nativos digitalmente. “Gracias a la pandemia muchas empresas se dieron cuenta del potencial de disponer de una ope-

ración de envíos y domicilios para sostener su negocio. Esa fue una gran oportunidad”, señala Daniel Rodríguez, CEO y cofundador de Technoapes, una empresa que acompaña a transformar y optimizar la operación de las organizaciones por medio de tecnologías alternativas.

Technoapes Respuesta, una de sus innovaciones, tiene un sistema donde integran de manera automática con las tiendas *e-commerce* de las compañías, en la que reciben los pedidos en tiempo real, generan las guías con los transportadores y reducen los tiempos en las entregas físicas de los productos. Todo esto apalancado en tecnologías de la internet de las cosas y *blockchain*, que les permite a las empresas escalar el negocio.

En particular, las pymes se vieron impactadas por este tema de tecnología y enfrentaron retos, pero encontraron aliados en el camino como FedEx, quienes en 2020 “lanzaron la edición inaugural del Programa FedEx para Pequeñas y Medianas Empresas, que otorgó más de \$265 millones en premios a diez pymes de todo el país. Este año planeamos continuar con nuestros esfuerzos para seguir ayudando a estas empresas que son vitales para impulsar la economía”, destacó Eduardo Berrizbeitia, gerente sénior de FedEx Express Colombia.

Además del músculo financiero, FedEx Express proporcionó logística rápida y confiable, así como su experiencia en comercio electrónico global y los recursos que les permiten expandir su negocio a escala internacional en un mercado que cada vez es más exigente y que presenta aún oportunidades y retos.

“Nosotros vimos una oportunidad para prestar servicios desde la primera hasta la última milla y así poder ofrecerles soluciones a las empresas en sus operaciones, y ha sido interesante porque organizaciones de varios sectores, como textil, farmacéutico y de alimentos, se han sumado a esta transformación que nos reta en ofrecer servicios más ágiles y con una mejor experiencia al cliente”, concluyó Eduardo Rivera, CEO de TuKarga.com. ▮

» Se debe considerar la inversión necesaria para digitalizar y automatizar las cadenas y asegurar capacitaciones en el manejo de tecnología.



El año pasado, DHL Global Forwarding envió equipos PPE, suministros hospitalarios como camillas y respiradores. / Getty Images

¿Cómo buscará expandirse el servicio moderno de domicilios?

iFood, Rappi y Tu Orden son empresas líderes en el mercado de entrega de domicilios de restaurantes, viveres, ropa, calzado, licores, elementos de salud, entre otros.

Para estas tres compañías, la prioridad para este año es expandir su modelo de negocio en todo el país, con el fin de que su servicio llegue a zonas donde no existen este tipo

de herramientas y, asimismo, generar más empleo formal para los colombianos.

iFood espera garantizar una mejor oferta de restaurantes, mejorar los tiempos de espera en la entrega de los pedidos y se invertirán más de US\$25 millones para duplicar su operación, sumando 40.000 restaurantes funcionando en más de 100 diferentes ciu-

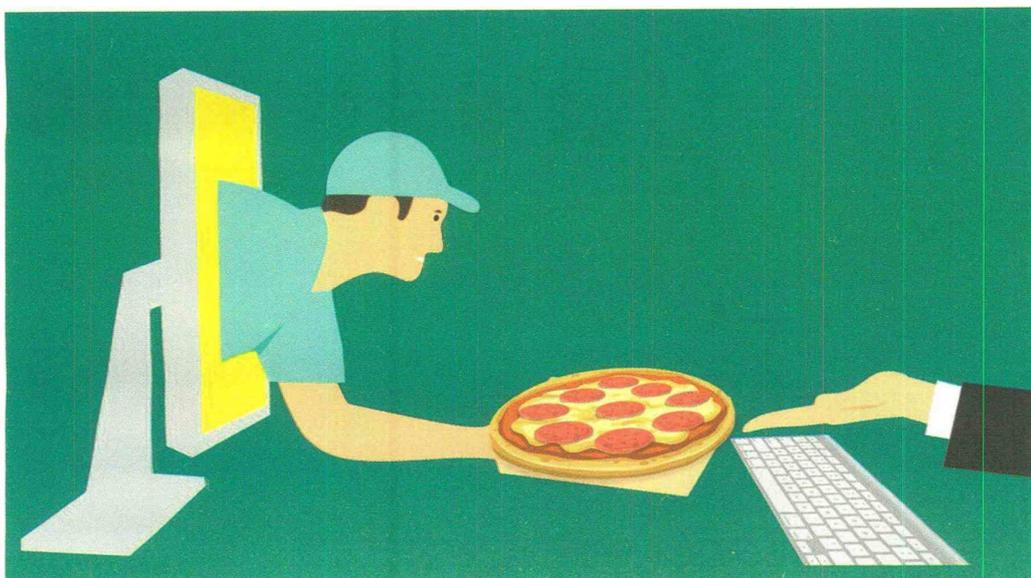
dades del territorio nacional.

Rappi planea llegar a nuevas ciudades del país para generar más oportunidades de ingresos extras para más personas.

Tu Orden, siendo la compañía más nueva, espera llegar a 10 ciudades en Colombia y obtener el 25 % del mercado de domicilios del país.

» **Actualmente iFood, Rappi y Tu Orden suman un total de 93.500 domiciliarios que cuentan con un contrato formal.**

Envíos & Domicilios



Las aplicaciones de servicio a domicilio permiten mayor inmediatez en las entregas y más seguridad para los usuarios. / Pixabay

» **Para las compañías líderes en domicilios, el mayor logro de la modernización del servicio ha sido formalizar el empleo de los colaboradores.**

rentables para el país a futuro y que el desgaste de las personas cuando trabajan para una app tenga frutos a largo plazo”.

Asimismo, el gerente de Rappi explica que su mayor satisfacción es que los colaboradores tienen un manejo de su tiempo y trabajan con total autonomía. “Las personas que se conectan a aplicaciones como Rappi son repartidores independientes que se conectan de acuerdo con su propia disponibilidad de tiempo y sus preferencias, resolviendo sus necesidades particulares y generando ingresos en los tiempos y momentos que ellos consideran más convenientes. Actualmente, 50.000 personas en Colombia se conectan a la aplicación sin ninguna exclusividad, para generar ingresos extras como repartidores”, explicó Laks.

Mejorar para crecer

Las tres compañías reconocen que su crecimiento ha sido un camino difícil, debido a algunas limitantes y las condiciones del país deben mejorar a medida que va creciendo la industria. Para el gerente de Rappi, Colombia debe seguir trabajando en el fortalecimiento del talento, para que se tengan los conocimientos y habilidades necesarias en las áreas que exigen las empresas en materia de tecnología e innovación.

Tiago Luz, de iFood, cree que todavía falta desarrollar una conciencia hacia la cultura digital en muchos territorios del país, lo que genera en ocasiones mayor dificultad de penetración en algunas plazas. “Sucede que algunos restaurantes consideran no adoptar el uso de plataformas por desconocimiento o desconocimiento sobre cómo pueden impactar su estrategia comercial”.

Para ello, Gabriel Calderón, de Tu Orden, hace un llamado a que la legislación colombiana se actualice y adecúe a las tecnologías para que el país siga siendo un referente de la modernización del servicio de domicilios. ▀

Se han logrado formalizar miles de empleos

La tecnología y la revolución de los domicilios en Colombia

Las necesidades propias de la pandemia aceleraron la modernización de los domicilios y fortalecieron el uso de plataformas que ofrecen este servicio.



MANUELA VALENCIA GÓMEZ

mvalencia@elespectador.com
 @manuvalenciag

La tecnología se ha convertido en el principal aliado de los seres humanos, gracias al crecimiento acelerado de herramientas que facilitan la interacción entre las personas y también los procesos de la vida cotidiana. Sin lugar a dudas, la emergencia sanitaria del COVID-19 es un momento coyuntural que lo ha demostrado y, de hecho, ha fortalecido muchos de los sistemas tecnológicos.

Ejemplo de ello es la modernización de los domicilios, un servicio que lleva varios años transfor-

mándose y adecuándose a la vanguardia de la tecnología a través de plataformas. Con la pandemia, su auge ha tenido un crecimiento que ha llevado a posicionarlo como un servicio esencial para los colombianos, sobre todo durante los tiempos de aislamiento.

Para empresas como Rappi, aplicación creada en Bogotá en 2015, fue una oportunidad de implementar nuevas maneras de prestar el servicio. Así lo explica Matías Laks, gerente general de la compañía.

“Los consumidores reciben sus pedidos y lo que necesitan en la puerta de su casa gracias a los repartidores y a kiwibots, que han sido un experimento desarrollado el año pasado en la entrega a domicilio en Colombia a través de robots. Este fue uno de los hitos

más importantes en el camino a la modernización de los domicilios, ya que se implementaron en medio de la pandemia”.

Por su parte, Tiago Luz, *Country Manager* de iFood Colombia, empresa brasileña que llegó al país en 2015, asegura que su estrategia de modernización y expansión se ha basado en adquirir emprendimientos relacionados con la industria de domicilios, “logrando ser una aplicación pionera en ciudades como Valledupar, Montería, Armenia, Manizales y otros municipios que experimentaron por primera vez un servicio soportado por una robusta infraestructura logística e inversión en inteligencia artificial”.

Además de los beneficios a los consumidores, el fortalecimiento de este tipo de aplicaciones ha

contribuido en la formalización de empleo para miles de colombianos. De hecho, este tal vez es uno de los logros que más destacan los líderes de las compañías más importantes en el mercado.

Gabriel Calderón es el CEO de Tu Orden, otro aplicativo que lleva un año en el mercado, que destaca su labor esencialmente para garantizar un trabajo digno para sus colaboradores.

“Realmente la modernización es cambiar la precarización de la contratación de personas por un trabajo formal. Nuestros resultados son generar empleo con beneficios, cambiar los modelos tradicionales de domiciliarios en la calle y vincularlos por nómina. Hemos intentado que nuestros empleados piensen a futuro, que estén protegidos con EPS, pensión, ARL y beneficios de seguros de vida, buscando que esos ecosistemas que se van generando con las nuevas economías sean

EL ESPECTADOR / DOMINGO 14 DE MARZO 2021

19

» **Compra Fácil**, el servicio de casilleros virtuales de DHL, ofrece traer los productos que compran en las tiendas virtuales de Estados Unidos en menos de 48 horas.

» Según cifras de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), el “e-commerce” ya representa el 1,5 % del Producto Interno Bruto.

» El crecimiento de plataformas como Amazon y MercadoLibre tiene mucho que con la profesionalización de la cadena logística del “e-commerce”.

Envíos & Domicilios

Casilleros virtuales

¿Busca un artículo de otro país? Estas son las mejores opciones a la mano

Comprar en internet expandió la posibilidad de tener al alcance de un clic cualquier producto de cualquier origen del mundo. Pero esa posibilidad también requiere conocimientos previos al momento de compra. Por esa razón, los casilleros virtuales han ganado participación en el competitivo mundo del e-commerce.

En el último trimestre de 2020, “se presentó un incremento del 43 % en las compras que realiza-

ron los colombianos en Estados Unidos con respecto al mismo período del año anterior”, de acuerdo con información de 4-72, empresa que tiene casilleros virtuales.

Ese aumento tiene mucho que ver en costos para un usuario. Puede que al comprar un producto en Estados Unidos se esté gastando el mismo dinero que al hacerlo acá; sin embargo, en muchos casos, el producto que se ad-

quiere es de mucho mayor calidad o con mejores prestaciones.

El éxito de los casilleros virtuales, no solo en 4-72, sino también el de plataformas como Buscalibre, es que abaratan costos y permiten un mayor acceso, o posibilitan adquirir un producto antes de que llegue de forma comercial al país.

El crecimiento de plataformas como Amazon y MercadoLibre tienen mucho que ver con la pro-

fesionalización de la cadena logística del e-commerce. Por ejemplo, DHL, una de las compañías de transporte de carga aérea más grande del mundo, lanzó hace a finales de 2019 en Colombia Compra Fácil, su casillero virtual con el atractivo de entregar los productos en menos de 48 horas si las compran fueron en Estados Unidos.

Comprar en internet ya es más que una tendencia. El e-commer-

ce ya representa el 1,5 % del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, según cifras de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE). Sin embargo, a pesar de todos los beneficios que entrega un casillero virtual, es claro que uno de los lunares frente al e-commerce y al servicio de envíos es cuando los productos no llegan o llegan tarde, y ese es un punto que las empresas están en deuda de compensar. ▀



Hay empresas que ofrecen servicios de entrega en menos de 48 horas. / Pixabay