**La importancia del Fulfillment en el ecommerce**

* Los expertos coinciden que las tiendas que no contemplen en los próximos años una migración digital, tendrán limitaciones para el incremento de sus ventas.
* América Latina se convirtió en la segunda región de mayor crecimiento de comercio electrónico en el planeta, al aumentar en algunos países hasta 30% el número de consumidores.
* En cinco años el comercio *online* representará el 58% del crecimiento total de las ventas, mientras que el 42% restante será de las tiendas físicas.

**Santiago, Chile. 18 de marzo de 2022.-**  **clicOH**, la compañía latinoamericana de logística que entrega 1 paquete cada 20 segundos, concluyó con éxito su primer *webinar* desde su hub de Chile: “***Fulfillment* y su importancia en el *ecommerce***”, conferencia donde **especialistas** en logística integral abordaron la importancia de contar con herramientas tecnológicas para potenciar el desarrollo del comercio *online* en la región.

**Ely Sánchez Rincón**, **Head of Operations de** **clicOH Chile** y **Javier Eskenazi**, **Head of Sales de clicOH Chile**, compartieron con *sellers* su experiencia en procesos logísticos, con el objetivo de transmitir estrategias que ayuden a fortalecer la sección operativa de las tiendas en línea ante las exigencias de un mercado en constante cambio.

Al respecto Javier Eskenazi, explicó: “*Para los* ***nuevos canales digitales de venta****, la* ***logística*** *se transformó en un* ***aliado clave*** *para construir una experiencia ideal dentro de los procesos de compra. Los consumidores son cada vez más exigentes, por lo que debemos ofrecer estándares altos de* ***calidad en el servicio****”.*

*“Contar con un* ***partner logístico*** *va más allá de contratar un servicio de entrega, es desarrollar en conjunto* ***estrategias a la medida*** *no solo para incrementar la fuerza de ventas, sino también para crear fidelidad con los usuarios. Un cliente bien atendido, es un potencial comprador. Aquí es donde radica la* ***importancia del Fulfillment****. En que la* ***tienda online*** *tenga una buena reputación y en brindar una gran experiencia de compra”,* complementó Eskenazi*.*

En los últimos años, **América Latina** se convirtió en la segunda región de mayor **crecimiento de *ecommerce* en el planeta**, al aumentar en algunos países hasta 30% el número de consumidores, de acuerdo con datos de [America’s Market Intelligence (AMI](https://americasmi.com/insights/latin-america-e-commerce-market-projections-2024/). Responder de manera adecuada a este incremento es una prioridad para consolidar y atraer nuevos clientes.

En el caso del mercado chileno, el *ecommerce* ha mostrado un crecimiento del 5,6 al 7,7. Se espera que se generen más de 7.700 millones de dólares por ventas digitales para el 2025, con un crecimiento de 38% desde el 2021. No es de extrañar que 8 de cada 10 ventas de pymes en Chile se hacen de manera *online* y los empresarios chilenos lideran en porcentaje de ventas digitales, en comparación con sus pares de Argentina, Colombia y México.

De acuerdo con el reporte 2021 de la CCS “[Perspectivas Económicas del Sector Comercio](https://www.ecommerceccs.cl/wp-content/uploads/2020/11/Proyecciones-CCS-2021-so.pdf)”, la economía chilena minorista pasó de una contribución del 1,2% en 2019 al 6,3% en 2020. Los datos de la CCS estiman que el 78% de los internautas chilenos compran en línea. En cuanto a las compras online, para enero de 2021, el 49% de personas reportaron haber comprado por primera vez por internet a causa de la pandemia, lo que significó que el 78% ha hecho compras *online* como sustitución a la visita de tiendas físicas.

El aumento del mercado online viene acompañado de mejoras tecnológicas, respeto a la privacidad, compras híbridas, servicio Pick-Up, diversidad en sistemas de pago, simplificación de procesos y la experiencia del usuario, son algunas de las tendencias que continuarán en el mercado [retail](https://clicoh.prezly.com/clicoh-participara-en-el-retail-day-2021) para los próximos años. A su vez, la reducción de riesgos y tiempos en la cadena de suministro se convierte en una prioridad para las empresas.

“*La* ***experiencia de usuario tiene que estar en el centro de la estrategia*** *de cada una de las compañías. Para lograrlo hay que apoyarse en la innovación constante y en la* ***integración tecnológica*** *en cada uno de nuestros procesos. El mercado nos obliga a estar* ***preparados para los retos por venir****, el boom del* ***ecommerce en América Latina*** *no puede tomarnos por sorpresa. La demanda de productos en línea es una realidad, por lo que tenemos que contar con la mejor logística para cubrir las necesidades de los usuarios con un servicio de excelencia*”, mencionó Ely Sánchez Rincón.

Para lograr la vanguardia que requieren las tiendas en línea en la actualidad, el servicio *Fulfillment* es un diferenciador que permite escalar el *ecommerce*, ya que se traduce en el cumplimiento o satisfacción de pedidos para una empresa. Las etapas para lograr todo este proceso son:

* Gestión de pedidos: empieza cuando el cliente realiza la compra online, hasta que se procesa el pago.
* Producción: comprende el Picking (selección) y el Packing (empaquetado) del producto para enviar al cliente.
* Distribución: es cuando se realiza el envío del paquete. Finaliza cuando llega a manos del consumidor final.
* Seguimiento: incluye todo el proceso de logística inversa (en el caso de que se produzcan devoluciones) y la gestión de la satisfacción del cliente post-compra.

“*En* ***clicOH*** *somos una empresa que otorga un servicio 100% Fulfillment. Ofrecemos soluciones completas, ya que guardamos y nos encargamos de recoger los productos del almacén, procedemos a su embalaje, hacemos la entrega a los transportistas y luego enviamos una respuesta automatizada por email a los clientes, para notificarles que sus productos están en camino. Una vez que los destinatarios finales reciben sus pedidos, les volvemos a notificar la entrega, cerrando así una experiencia de compra optimizada y excelente”*, agregó Ely Sánchez Rincón.

“*Uno de los elementos más valorados por los usuarios de plataformas de ecommerce es la velocidad de entrega. La inmediatez en el servicio es un elemento clave, acción que puede detonar una venta o cancelarla. clicOH además de la eficiencia en sus entregas, logra que su servicio sea muy atractivo por la integración con distintas plataformas, lo que nos ha llevado coordinar miles de entregas exitosas en Argentina, Chile, México y Uruguay, países donde contamos con operaciones”*, compartió Javier Eskenazi.

“*Estamos convencidos que cualquier seller o compañía puede contar con la más alta calidad de entrega y la rapidez necesaria que requiere cada empresa que vende productos online, con una logística de gran nivel como lo exige el mercado actual*”, concluyó Eskenazi.

-o0o-

**Sobre clicOH**

clicOH es la *startup* argentina creada en 2018 que brinda servicios de logística integral para empresas que venden sus productos mediante e-commerce, marketplaces y apps. clicOH conecta la infraestructura existente a través de tecnología, capilaridad de warehouses y puntos de retiro, lo que permite realizar envíos rápidos.

El objetivo de clicOH es potenciar el *e-commerce* a nivel regional, dándole la posibilidad a los sellers de hacer un seguimiento a todos sus envíos mediante un *dashboard* con indicadores clave de su negocio y trazabilidad de cada instancia de sus productos para el consumidor final. clicOH está en constante evolución y se encuentra presente en Argentina, Chile, México y Uruguay. Además, cuenta con el apoyo de YCombinator, la aceleradora de *startups* más grande del mundo.

Para mayor información visita [clicoh.com](https://clicoh.com/)

**NOTA:**

Adjunto en el email el logo y las fotos de **clicOH** que serán de utilidad para ilustrar la información. Es importante recordar que el nombre de la marca se escribe de esta manera: **clicOH** (siempre **clic** en minúscula y **OH** en mayúsculas). Aunque sea inicio de oración, el nombre de la marca siempre permanece en minúsculas.

Desde ya, muchas gracias.