

“La logística está en la mira de todo el mundo **y dejó de ser el patio trasero de las empresas**”

■ El gerente comercial de BSF, Matías Peró, dice que la compañía creció un 15% a raíz de las ventas por internet.

En la base de la cadena logística de las ventas por internet se encuentran los centros de bodegaje. Matías Peró, gerente comercial de Bodegas San Francisco (BDS), uno de los más grandes actores de este mercado, cuenta su visión.

- ¿Cómo ha influido el e-commerce en la industria?

- Ha sido muy relevante en los últimos años. Por una parte, puso a la logística en la mira de todo el mundo dejando de ser el “patio trasero” de muchas a empresas, a ser un factor clave y estratégico para el futuro, sobre todo de las ligadas al retail. Al mismo tiempo, ha empujado el crecimiento de la industria. Existen estudios en EEUU que demuestran que por cada peso que se vende online, se requiere 2 o 3 veces más de m2 de bodegas que la venta tradicional.

- ¿Y en cuánto estiman el crecimiento de BSF producto de las ventas por internet?

- Estimamos que al menos el 15% del crecimiento de los últimos 2-3 años lo explica solo el efecto de penetración de venta a través de internet.

- ¿Cómo ha cambiado la forma de distribución producto del e-commerce?

- Ha cambiado mucho. Hoy las empresas tienen que ser mucho más eficientes para poder responder al desafío de llegar directamente al consumidor final. Se han creado nuevos procesos en las bodegas para permitir el retiro de productos uno a uno con despachos más constantes. Además las empresas han tenido que adaptarse a la omnicanalidad en su logística.

- ¿Esta situación los ha hecho tener que adaptarse a las solicitudes de sus clientes, por ejemplo con bodegas más a la medida?

- Sí, hemos tenido que adaptarnos a algunas solicitudes de nuestros clientes, como por ejemplo mayores y mejores espacios de oficinas, mejor aislación y luminosidad, andenes para camionetas de reparto o camiones más pequeños, entre otros. Sin embargo, no con bodegas Build to Suit, ya que nuestra infraes-

tructura responde a estos nuevos requerimientos y la flexibilidad que ofrecemos tanto en tiempos como espacios es clave para afrontar el fuerte e incierto crecimiento que trae consigo el desarrollo del e-commerce.

- En días especiales, como los de Cyberday, ¿cuánto aumenta su capacidad de bodegaje?

- Hemos visto como nuestros clientes requieren mayores espacios 2 a 3 meses antes de los Cyberdays para poder afrontar esa fuerte demanda puntual. Estimo que para un retail, al menos debe aumentar su capacidad de almacenamiento entre 10% a un 15%. Lo que ha pasado con estos días ha hecho que la demanda sea un poco más estable durante

el año, así los meses pre-Navidad no son tan relevantes en las ventas del año como era antes.

