



Los precios bajos no son suficientes: ¿qué tecnología moverá al Buen Fin?

Ciudad de México, 11 de noviembre de 2024.- Con el Buen Fin a la vuelta de la esquina, el e-commerce en México está listo para otra temporada de ventas masivas que impulsa, año con año, la economía de la región. En [2023](#), el comercio digital del país experimentó un crecimiento del 27%, y se proyecta una expansión de hasta el 21% anual hasta 2026, de acuerdo con un reporte reciente del sector.

Este crecimiento refleja el aumento del volumen de envíos. En México, Mail Boxes Etc. registró un incremento del 21% en envíos entre 2022 y 2023, tendencia que podría mantenerse o incluso acelerarse al cierre de este año. En particular, se destaca que el 95% de los envíos se realizaron a domicilios particulares o negocios, y los productos más enviados incluyen electrónicos, ropa, productos de belleza y papelería.

Sin embargo, el precio ya no es suficiente para ganar la lealtad del consumidor. Ahora, la inmediatez, personalización y transparencia en los servicios son imprescindibles. ¿Qué tecnologías están permitiendo a las empresas satisfacer estas demandas en el Buen Fin y otras temporadas altas?

1. Inteligencia Artificial: Logística predictiva para entregas ágiles

La Inteligencia Artificial (IA) se ha convertido en una herramienta clave para la logística, al permitir anticiparse a las demandas y ajustar recursos en tiempo real. Las plataformas de IA, a través de algoritmos avanzados y aprendizaje automático, analizan datos históricos de ventas, comportamiento del consumidor y patrones de tráfico, lo que permite predecir picos de demanda y redirigir recursos estratégicamente.

Para el Buen Fin, la IA permite que los sistemas logísticos sepan aspectos claves como cuántos vehículos de entrega se necesitarán en cada área, la optimización de las rutas de entrega y reducción del tiempo de espera para el cliente.

2. Big Data: mejora en la experiencia y transparencia

Los datos son el combustible que impulsa las decisiones logísticas modernas. El análisis de Big Data permite comprender no solo las preferencias de compra, sino también los patrones de envío que los consumidores prefieren. Las empresas pueden identificar, por ejemplo, qué días o franjas horarias prefieren los consumidores para recibir sus paquetes y adaptar las entregas en consecuencia.



MAIL BOXES ETC.®

Además, el Big Data permite ofrecer opciones de rastreo en tiempo real, de modo que los consumidores puedan ver exactamente dónde está su pedido y cuándo llegará, aportando un nivel de transparencia esencial en esta temporada de Buen Fin.

3. Automatización en Centros de Distribución

Las soluciones de automatización en almacenes y centros de distribución permiten procesar grandes volúmenes de pedidos con precisión y rapidez, algo crítico durante el Buen Fin. Los sistemas automatizados pueden empaquetar, clasificar y etiquetar productos acelerando el tiempo total de procesamiento de los pedidos. La automatización no solo asegura que los productos se manejen correctamente, sino que también reduce errores y mejora la eficiencia, garantizando que los artículos lleguen a tiempo, un factor cada vez más crítico.

4. Soluciones de realidad aumentada (AR)

La Realidad Aumentada ofrece a los consumidores la posibilidad de “visualizar” productos antes de comprarlos, como sucede con artículos de moda, muebles o accesorios de tecnología, algo clave para aumentar la satisfacción y reducir las devoluciones, las cuales implican procesos logísticos adicionales y costosos. Además, esta tecnología mejora la experiencia del cliente en general, lo cual es un aspecto esencial para construir lealtad.

- ¿Y qué pasa con los ciberfraudes?

Un aspecto alarmante en el auge del Buen Fin es el incremento de los ciberfraudes, especialmente a través de mensajes apócrifos como “Su paquete está retenido” o “No pudimos entregar su pedido”, que incluyen enlaces falsos y maliciosos. Estos fraudes han sido responsables de numerosas pérdidas y situaciones de riesgo para los usuarios. ¿Qué pueden hacer las empresas y los consumidores para protegerse?

Por una parte, invertir en tecnologías de encriptación de extremo a extremo y autenticación multifactorial. Las firmas de logística pueden implementar métodos de autenticación avanzada y educar a sus clientes sobre los riesgos de los enlaces no verificados. Los usuarios, por su parte, deben verificar directamente en las plataformas oficiales de las paqueterías el estado de su pedido y evitar hacer clic en enlaces sospechosos. Además, se recomienda que no ingresen datos personales en sitios web no oficiales o aplicaciones de mensajería.

El Buen Fin representa una oportunidad clave para los negocios en México, pero también es una temporada de retos logísticos y de seguridad. Los precios bajos, aunque



MAIL BOXES ETC.®

atractivos, no son suficientes para satisfacer a un consumidor que demanda transparencia, inmediatez y seguridad en cada compra. Con la adopción de tecnología avanzada, las empresas pueden no solo mejorar la experiencia del cliente, sino también posicionarse como líderes en el competitivo mercado del comercio digital.

-o0o-

Acerca de Mail Boxes ETC

Mail Boxes ETC es una compañía que ofrece soluciones empresariales de logística que permiten generar ahorros mediante soluciones hechas a la medida del cliente. Desde el inicio, Mail Boxes ofrece una experiencia de servicio extraordinaria y personalizada, basada en el uso de tecnología. Con presencia en 44 países del mundo y más de 2,600 tiendas a nivel global, así como 61 franquicias distribuidas en 20 ciudades de México, Mail Boxes ofrece soluciones integradas a una gama de servicios especializados en envíos, empaque e impresiones que derivan en ahorros para los clientes, entendiendo las necesidades y haciendo posible lo imposible.