

Regreso a clases: la antesala del auge logístico en última milla

Ciudad de México, agosto de 2025.— Antes del 'boom' que cada año experimenta el e-commerce con las campañas de descuentos que caracterizan al fin de año, la dinámica de ventas online y, por ende, la última milla, experimentan un crecimiento sustancial que se posiciona como un momento clave durante el año: el Regreso a Clases.

No solo por el volumen de productos escolares que se mueven en estas semanas, sino porque marca el inicio de una curva ascendente en la operación logística que se extiende hasta fin de año.

Desde uniformes y útiles hasta computadoras, tabletas y artículos de oficina, la demanda de entregas se intensifica de forma anticipada. De acuerdo con la [Concanaco-Servytur](#), la derrama económica de esta temporalidad en años anteriores es de hasta \$108,400 millones de pesos; solo en la Ciudad de México se estima una derrama de 4,233 millones de pesos, según cifras locales.

Además, este movimiento tiene cada vez mayor componente digital. People Media ha identificado que el [67 % de los padres](#) de familia en México y Latinoamérica ya realizan sus compras escolares vía e-commerce, lo que incrementa la presión sobre operadores logísticos, especialmente en la última milla.

“El regreso a clases no es, por volumen, una temporada tan alta como noviembre o mayo, pero sí marca el comienzo de una etapa intensa. Viene tras un verano que este año fue inusualmente fuerte y antecede los meses más activos del calendario. En logística, lo vemos como el primer momento desafiante en el que los volúmenes se incrementan, lo que nos prepara para las entregas del cierre de año e incrementa la necesidad de un proceso logístico optimizado y tercerizado, ya que ningún padre de familia quiere que los útiles escolares lleguen tarde”, explica Ilan Epelbaum, director general de Mail Boxes Etc. México.

- Una temporada sensible, con desafíos particulares

El regreso a clases plantea desafíos operativos muy concretos. Uno de ellos es la sensibilidad del consumidor: a diferencia de una compra de impulso, lo que se pide en esta época —mochilas, útiles, laptops, calzado y uniformes— suele tener una fecha límite clara. Si no llega a tiempo, no sirve.



“Uno de los principales retos es la anticipación. Muchos comercios se saturan de pedidos, y si no hay control desde origen, la entrega puede fallar. Y en este tipo de compras, eso genera mucha frustración. No se trata solo de mensajerías o transportistas: el control logístico debe comenzar en el punto de venta”, comenta Epelbaum.

En paralelo, también entran en juego factores externos que condicionan la entrega. El clima, por ejemplo, ha sido especialmente severo este año. Las lluvias han provocado inundaciones atípicas en varias ciudades, y aunque no han causado retrasos generalizados, sí exigen una planeación más robusta.

A diferencia de años anteriores, donde los útiles escolares y uniformes dominaban las compras, hoy otras categorías se posicionan con fuerza:

- Dispositivos electrónicos (tabletas, computadoras, celulares)
- Accesorios de oficina en casa (sillas ergonómicas, lámparas, escritorios)
- Productos de organización (etiquetas, estuches, folders personalizados)

Esto exige a los operadores logísticos no solo capacidad de entrega, sino adaptabilidad en rutas, inventario, atención y trazabilidad. Ilan Epelbaum propone como solución para los comercios una estrategia basada en la anticipación de flujos; capacidad de respuesta regional, para absorber picos localizados; tecnología de rastreo en tiempo real, para informar a los usuarios ante cualquier imprevisto; análisis predictivo, que permite ajustar rutas y recursos conforme al comportamiento de la demanda.

Conforme crece el comercio electrónico en las actividades cotidianas, fechas como el regreso a clases ya no son solo un momento comercial, sino una prueba real de capacidad logística. Para operadores, comercios y consumidores, se trata de una oportunidad para reforzar la confianza en la cadena de valor y elevar el estándar de servicio justo en los momentos donde más se necesita.

-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.



MAIL BOXES ETC.®