

Entregas del e-commerce: las únicas que no descansan en vacaciones

Desde hace algunos años y con el auge del e-commerce mexicano, la época del verano se ve caracterizada por un incremento notable en los pedidos a domicilio de mercancías de diversos tipos; mientras buena parte del país entra en modo descanso, el comercio electrónico acelera.

De acuerdo con Mail Boxes Etc, esto se debe a que los meses de julio y agosto tienen la peculiaridad de que cuando los estudiantes y algunos trabajadores están de vacaciones, eventos como el Regreso a Clases y efemérides como el Día del Perro (21 de julio) y el Día de los Abuelos (28 de agosto) marcan picos en la demanda online que dinamizan la logística, incrementan las ventas en las categorías de mayor penetración como "Moda" (88%) y Mascotas (63%) y desafían a la última milla.

"En México, el comercio electrónico cerró 2024 con un valor de 789,700 millones de pesos, un incremento del 20 % respecto al año anterior, de acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO). Ese dinamismo no se deriva exclusivamente de temporadas como el Hot Sale o el Buen Fin; durante el verano vemos un notable flujo de pedidos en productos como ropa, calzado, electrónicos y artículos para el hogar y mascotas. Las vacaciones no significan una pausa", destaca Ilan Epelbaum, director general de Mail Boxes Etc en México.

Este fenómeno no solo responde a las promociones o a las campañas de marketing estacional. También está relacionado con cambios en el comportamiento del consumidor digital, que busca aprovechar el tiempo libre para adelantar compras, consentir a seres queridos o incluso adquirir productos difíciles de encontrar en tiendas físicas.

Esto, en términos logísticos, representa un reto:

- Rutas con más tráfico en zonas turísticas.
- Mayor dispersión geográfica en las entregas.
- Picos de volumen concentrados en fechas específicas.
- Altas expectativas de puntualidad y trazabilidad.

"Para los 4PL y en general las empresas del sector logístico, el verano exige coordinación total: incrementar el personal operativo, optimizar rutas, anticipar cuellos de botella y robustecer plataformas digitales. Sin eso, no podemos garantizar la experiencia del comprador", añade Epelbaum.



Desde una perspectiva operativa, las compañías logísticas se preparan para esta temporada con una estrategia integral que contempla el incremento de capacidad operativa, incluso acudiendo a la contratación temporal; sistemas de seguimiento en tiempo real, para visibilidad total del envío; rutas dinámicas y analítica predictiva, que optimizan tiempos de entrega y reducen costos; y micro-fulfillment y alianzas locales, especialmente en destinos turísticos o de difícil acceso.

Este año el Prime Day en México, que recién se celebró entre el 15 y el 21 de julio, [superó](#) las cifras récord de 2024, cuando las ventas [aumentaron 11%](#). Si bien julio y agosto son meses de pausa para muchos sectores, el e-commerce y la logística operan a contrarreloj.

“En un entorno donde la inmediatez es el estándar, las empresas logísticas tenemos que responder sin excusas. No importa si es verano o invierno: la experiencia de entrega tiene que ser impecable”, concluye el especialista.

-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.