



MAIL BOXES ETC.®

Blue Monday: una fecha interesante para la logística

Ciudad de México, 18 de enero de 2024.- El "Día más triste del año" no lo es tanto para los comercios de retail ni para las paqueterías; datos de [Wunderkind](#) señalan que en mercados de referencia los ingresos de los minoristas en sus plataformas digitales se incrementaron un 18% durante el Blue Monday del año pasado, una fecha establecida en el tercer lunes de enero y en la que los consumidores suelen recurrir a las compras en línea para mejorar su estado de ánimo.

Pero primero, ¿Qué es el Blue Monday? El concepto nació en [2005](#) cuando una compañía de Viajes en Reino Unido lanzó una campaña publicitaria bajo dicho nombre. El argumento partió de una fórmula que contempla factores como el clima frío, la asimilación de los propósitos fallidos del año previo, la "cuesta de enero" derivada de los gastos decembrinos y el fin de las vacaciones, lo que lo convierte en el día más triste del año.

Si bien la [European Business School](#) señala que no existe sustento científico para validar dicha teoría, pues la tristeza puede afectar a las personas en cualquier momento del año, la campaña del 'Blue Monday' ha tenido éxito y los datos antes mencionados lo ratifican. Esto trae como consecuencia un reto significativo para los encargados logísticos, quienes deben optimizar sus procesos para atender con éxito el posible incremento en la demanda de paquetes y la necesidad de entregar en tiempos cada vez menores.

- **El reto logístico**

Más allá de las conjeturas sobre el estado de ánimo, para las empresas de logística y paqueterías este incremento en la demanda durante el Blue Monday presenta desafíos significativos. En primer lugar, el incremento repentino en la demanda puede llevar a una saturación de pedidos, afectando la capacidad operativa normal de las empresas de logística.

En segundo lugar está el desafío en cuanto al tiempo que los usuarios están dispuestos a esperar, toda vez que impulsados por la supuesta ansiedad del Blue Monday esperan entregas rápidas.

También se detona la necesidad de mantener altos estándares de servicio al cliente, incluso en momentos de alta demanda, ya que todos los consumidores querrán que sus dudas y solicitudes sean atendidas de forma puntual, tanto al momento de realizar los pedidos como durante el proceso de espera e incluso al realizar una devolución.

- **Estrategias para enfrentar el desafío**

1. **Planificación anticipada:** Desde la perspectiva de Mail Boxes Etc., las paqueterías deben anticipar el aumento en la demanda, escalando su capacidad operativa y planificando estratégicamente el personal.



2. **Tecnología de seguimiento:** La implementación de tecnologías de seguimiento en tiempo real permite una gestión más eficiente de los envíos, mejorando la visibilidad y la capacidad de respuesta.
3. **Colaboración con 4PL:** Considerar la colaboración con un fourth party logistics (4PL) puede ser clave. Un 4PL ayuda en la selección y coordinación de los proveedores de logística, optimizando la cadena de suministro, además de que brinda su infraestructura y plataformas tecnológicas para robustecer los procesos y atender la demanda incluso en sus picos más altos.

En conclusión, el Blue Monday y sus desafíos logísticos ofrecen a las empresas una oportunidad para mejorar sus procesos y prepararse para futuros periodos de alta demanda. La colaboración estratégica y la planificación cuidadosa son clave para superar los retos, no solo durante el primer mes, sino a lo largo de todo el año.

-oOo-

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.