



Día del Niño: ¿Cuál es la dinámica logística de esta celebración?

CIUDAD DE MÉXICO. 11 de abril de 2024.- Dentro de la demografía de los consumidores del comercio electrónico en la actualidad, los niños y las niñas ocupan un lugar particular. Si bien no son ellos quienes realizan las compras de manera directa sino sus padres y/o tutores, es importante destacar que es a ellos a quienes se dirigen una alta cantidad de productos que se adquieren en el plano online.

Datos de la [AMVO](#) señalan que entre las categorías más compradas durante 2023 destaca la de Juguetes con un 57%, la cual tiene un público mayoritariamente infantil.

Otra de las categorías que se mueven gracias al público infantil es la de consolas y videojuegos, que tiene un [40%](#) de participación en el comercio electrónico actual. Datos [oficiales](#) señalan que el 87.5% del total de los compradores de esta categoría tienen menos de 20 años; esto hace sentido con los datos de la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones ([IFT](#)), que indica que el 54% de los niños, niñas y adolescentes de México admiten que juegan videojuegos, con un tiempo promedio de dos horas diarias.

Para complementar lo anterior, [Statista](#) indica que electrónicos (en la que se incluyen las consolas y videojuegos) y juguetes, junto con moda, son las tres categorías que liderarán las compras online a nivel global hacia 2027, superando el umbral de los mil millones de dólares en valor de mercado.

- Los 4PL y la última milla en el Día del Niño

Lo anterior genera un dinamismo logístico y una creciente demanda de eficiencia y velocidad en la última milla que se ve acentuada en temporalidades en las que estas categorías cobran mayor relevancia, como el Día del Niño. Esta celebración, que en México se conmemora el 30 de abril, es una ventana de oportunidad tanto para los negocios como para las familias, pero ¿cómo se adapta la dinámica logística a este aumento de demanda?

La respuesta radica en la capacidad de los comercios y los aliados a los que acude para lograrlo. Al respecto destaca la necesidad de aliarse con operadores logísticos como los fourth party logistics (4PL) que con su infraestructura y tecnología son clave para superar



MAIL BOXES ETC.

los retos que implica el manejo eficaz de los paquetes de este tipo de productos, y de todas las entregas en general.

A diferencia de otros proveedores logísticos, los 4PL ofrecen una gestión integral de la cadena de suministro, actuando como un único punto de contacto entre el cliente y los múltiples recursos logísticos. Esta capacidad de integración y gestión se traduce en una serie de diferenciadores y ventajas significativas:

1. Gestión integral: Un 4PL se encarga de coordinar y optimizar toda la cadena de suministro. Esto incluye transporte, almacenamiento, manejo de inventario, y más. Al actuar como un integrador, los 4PL ofrecen una visión holística y ejecución estratégica de las operaciones logísticas.

2. Tecnología avanzada: Los 4PL utilizan tecnologías avanzadas para la gestión de datos, visibilidad de la cadena de suministro, y optimización de procesos. Esto incluye sistemas de gestión de transporte, almacenes y herramientas de análisis predictivo, lo que permite a los comercios tomar decisiones basadas en datos y mejorar la eficiencia operativa.

3. Flexibilidad y escalabilidad: Dado que coordinan una red extensa de recursos logísticos, los 4PL pueden ofrecer soluciones altamente flexibles y escalables. Esto es especialmente valioso para empresas que experimentan fluctuaciones estacionales en la demanda y picos de venta importantes, como las comercializadoras de juguetes durante el Día del Niño.

4. Reducción de costos y eficiencia operativa: Al optimizar la cadena de suministro los 4PL pueden ayudar a reducir costos significativamente. Su habilidad para negociar tarifas más competitivas, gracias a la consolidación de cargas y a la selección eficiente de proveedores, resulta en ahorros directos para los comercios.

Esta necesidad de una logística ágil y adaptable para los comercios que se especializan en Juguetes, Videojuegos, y las categorías antes citadas no se limita solo al Día del Niño, ya que también experimentan picos de venta en otras épocas del año, como las festividades decembrinas y enero, planteando la necesidad de una estrategia logística robusta durante todo el año.



MAIL BOXES ETC.®

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.