

La otra cara del ecommerce: 17 millones de paquetes devueltos entre Black Friday y Navidad

Ecommerce News 19/01/2025 Sin comentarios 2.351 visitas

El mágico periodo de las compras del Black Friday y de las Navidades da paso a otro mucho más oscuro: tallas incorrectas, cambios de opinión sobre el color, o productos deteriorados por embalajes que no resistieron la cadena de suministro, son los motivos de la **devolución de un 25% de las compras**. Las devoluciones crecen y representan un gran reto económico para la logística inversa.

Durante las campañas de Black Friday y Navidad se gestionarán en España casi 115 millones de envíos, un 7,1 % más que el año anterior, según estimaciones de la patronal UNO. Sin embargo, el volumen de entregas no es la única cifra relevante. **La "cara B" del e-commerce**, es decir, las devoluciones, también crece. Se espera la devolución de 17 millones de paquetes en España, y gran parte de ellos porque llegarán dañados, según un informe de la empresa de embalajes DS Smith. El estudio también destaca que un 72% de los consumidores españoles ha recibido al menos un paquete dañado en el último año, lo que subraya la importancia de contar con soluciones logísticas adecuadas para minimizar el impacto de los daños y gestionar eficientemente las devoluciones.

A esto hay que sumarle que el auge del e-commerce ha modificado hábitos de compra: los clientes a menudo adquieren varias opciones de un mismo artículo para elegir desde casa, lo que incrementa el volumen de devoluciones.

Las devoluciones en cifras

En 2023, se enviaron 1.014 millones de paquetes en España, un incremento del 15% respecto al año anterior, según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y DS Smith aporta un dato preocupante: la fuerza G que soportan los paquetes durante el transporte puede alcanzar hasta 50Gs, el equivalente a la fuerza experimentada en un lanzamiento de cohete, deteriorando los artículos. Esta situación podría traducirse en más de 2.300 millones de euros en artículos dañados

cada año debido a incidencias en la manipulación y el envío.

La gestión de la logística inversa puede llegar a suponer **hasta un 4% de la facturación total**. Y no solo se desperdicia material y dinero, sino que aumentan las emisiones de CO₂ debido a las devoluciones y nuevos envíos.

De este modo, la logística inversa se ha convertido en una prioridad para los operadores logísticos. Entre los retos están la creación de etiquetas de devolución personalizadas, la centralización de los envíos desde sistemas de gestión de transporte (TMS) y la edición de etiquetas desde los centros logísticos o tiendas físicas.

TDI Group: una gestión eficiente de las devoluciones

En este contexto, **TDI Group** se consolida como un referente en la optimización de la logística inversa, aportando soluciones innovadoras diseñadas para agilizar y hacer más efectivo el proceso de devoluciones. Gracias a un sistema integral que combina la creación de etiquetas de devolución, la centralización de envíos y la gestión desde el almacén o los puntos de venta, la compañía logra simplificar un proceso que beneficia tanto a las empresas como a los usuarios finales.

Una de las principales ventajas de la solución de TDI es su capacidad de integrarse con las principales agencias de transporte, lo que permite generar las etiquetas de devolución directamente desde una única interfaz. Esto no solo reduce errores y tiempos de gestión, sino que también permite ajustar el proceso según las necesidades específicas de cada cliente, ofreciendo una experiencia más personalizada y eficiente.

«En un entorno donde las devoluciones son inevitables, nuestro objetivo es transformar este desafío en una oportunidad para mejorar la experiencia del cliente. En TDI Group apostamos por soluciones tecnológicas innovadoras que permitan agilizar el proceso y reducir los costes operativos de nuestros clientes», afirma **Edmundo Brito, Country Manager Spain de TDI Group**.

Con su enfoque tecnológico y su compromiso con la mejora continua, TDI Group contribuye a convertir las devoluciones en una oportunidad para mejorar la experiencia del cliente y fidelizar aún más a los compradores.