

El 54% de los españoles cambiaría de marca si su pedido llega tarde: TDI propone soluciones para anticiparse a los retrasos

- Uno de los principales retos durante los picos de demanda es la falta de visibilidad sobre lo que está ocurriendo en tiempo real con los envíos.
- TDI pone a disposición del sector dos soluciones clave para anticiparse a las disrupciones y reforzar la experiencia del cliente.

TIEMPO DE LECTURA: 3 MINUTOS

30 DE JULIO DE 2025



El entorno del comercio electrónico en España sigue en expansión, pero también se vuelve más exigente. De hecho, según el informe E-Commerce Outlook 2025 de Packlink, el 54 % de los consumidores españoles no tolera retrasos en los envíos y cambiaría de marca si esto ocurre. Además, el 77 % valora especialmente entregas rápidas, flexibles y adaptadas a su horario.

Ya la patronal UNO Logística avanzó en su jornada Logística y transporte: balance 2024 y previsiones 2025, que el ecommerce crecerá un 5,4 % en 2025, tras gestionar en 2024 un récord de 1.303 millones de envíos, lo que representa un incremento interanual del 8,6 %. Según su presidente, Francisco Aranda, esta tendencia “nos obliga a seguir realizando importantes inversiones para acelerar la digitalización y a impulsar la competitividad de la última milla mediante la optimización de rutas, la agrupación de entregas, la reducción de kilómetros y la mejora de la logística inversa”.

Estas cifras reflejan cómo los picos de demanda —Black Friday, Navidad, rebajas— no solo suponen récords de facturación, sino también una presión extrema sobre la operación logística, con un riesgo elevado de saturaciones, retrasos e incidencias en la última milla.

Ante este escenario, TDI pone a disposición del sector dos soluciones clave para anticiparse a las disrupciones y reforzar la experiencia del cliente: La anticipación como ventaja logística en temporada alta

Uno de los principales retos durante los picos de demanda es la falta de visibilidad sobre lo que está ocurriendo en tiempo real con los envíos. Saber dónde está el paquete ya no es suficiente: lo que marca la diferencia es saber si llegará a tiempo, si está en riesgo de no entregarse o si hay alguna anomalía que deba resolverse cuanto antes.

Para responder a esta necesidad, TDI ha desarrollado Exwarning, un módulo de gestión proactiva que analiza constantemente todos los envíos en curso y detecta incidencias antes de que generen un impacto en la experiencia del cliente.

Entre sus funcionalidades más relevantes destacan:

- Clasificación de envíos por nivel de riesgo, con alertas configurables.
- Detección anticipada de retrasos e incidencias como direcciones incorrectas, paquetes retenidos o intentos fallidos de entrega.
- Notificación automática, tanto al operador como al destinatario, con posibilidad de reacción inmediata.
- Integración directa con los transportistas para gestionar y resolver cada caso con agilidad.

“Durante los picos de actividad, el éxito no está en entregar más, sino en anticiparse mejor. Exwarning es la herramienta que permite tomar decisiones con agilidad y evitar que los problemas escalen”, explica Edmundo Brito, country manager de TDI en España.

La comunicación como herramienta de fidelización

Por otro lado, en plena temporada alta, no basta con entregar bien: hay que comunicar mejor. Para muchos clientes, el desconocimiento del estado de su pedido genera frustración, ansiedad y una experiencia negativa, incluso aunque el paquete llegue dentro del plazo previsto. La diferencia está en cómo se informa.

Con el objetivo de convertir la entrega en una oportunidad para fidelizar, TDI ha desarrollado Exintouch, una API que permite mantener al destinatario informado de forma proactiva durante todo el proceso logístico.

Entre sus principales beneficios:

- Reducción de la incertidumbre: el cliente sabe en todo momento en qué fase se encuentra su pedido.
- Disminución de consultas al servicio de atención al cliente.
- Mensajes personalizables por canal, idioma o tipología de envío.
- Refuerzo del vínculo con la marca, al ofrecer una experiencia informativa cuidada y coherente.

Exintouch permite además programar notificaciones por correo electrónico en función de los hitos logísticos más relevantes, como preparación, salida, reparto o entrega final.

“Una entrega sin información puede arruinar toda la experiencia de compra. Con Exintouch, convertimos cada etapa de la entrega en una oportunidad para generar confianza”, destaca Edmundo Brito.

TDI :

Fundada en 1999, TDI es una empresa que ofrece soluciones informáticas para la gestión de expediciones multi-sitio y multi-transporte a través de su TMS Expedito, su oferta en servicios web Exlabel y sus módulos complementarios: Extracking, Experform, Exwarning, Exintouch y Expricing hacen de TDI una solución completa para el proceso de gestión de expediciones.

En 2024, TDI cuenta con:

- 25 años de experiencia
- 108 empleados
- Más de 600 millones de eventos de seguimientos al año
- 300 clientes
- Más de 1.000 sitios de expedición
- 1860 expedidores
- Más de 278 transportistas integrados con más de 1.100 servicios de transporte
- Más de 110 millones de etiquetas editadas al año
- Situado en Francia, Italia y España