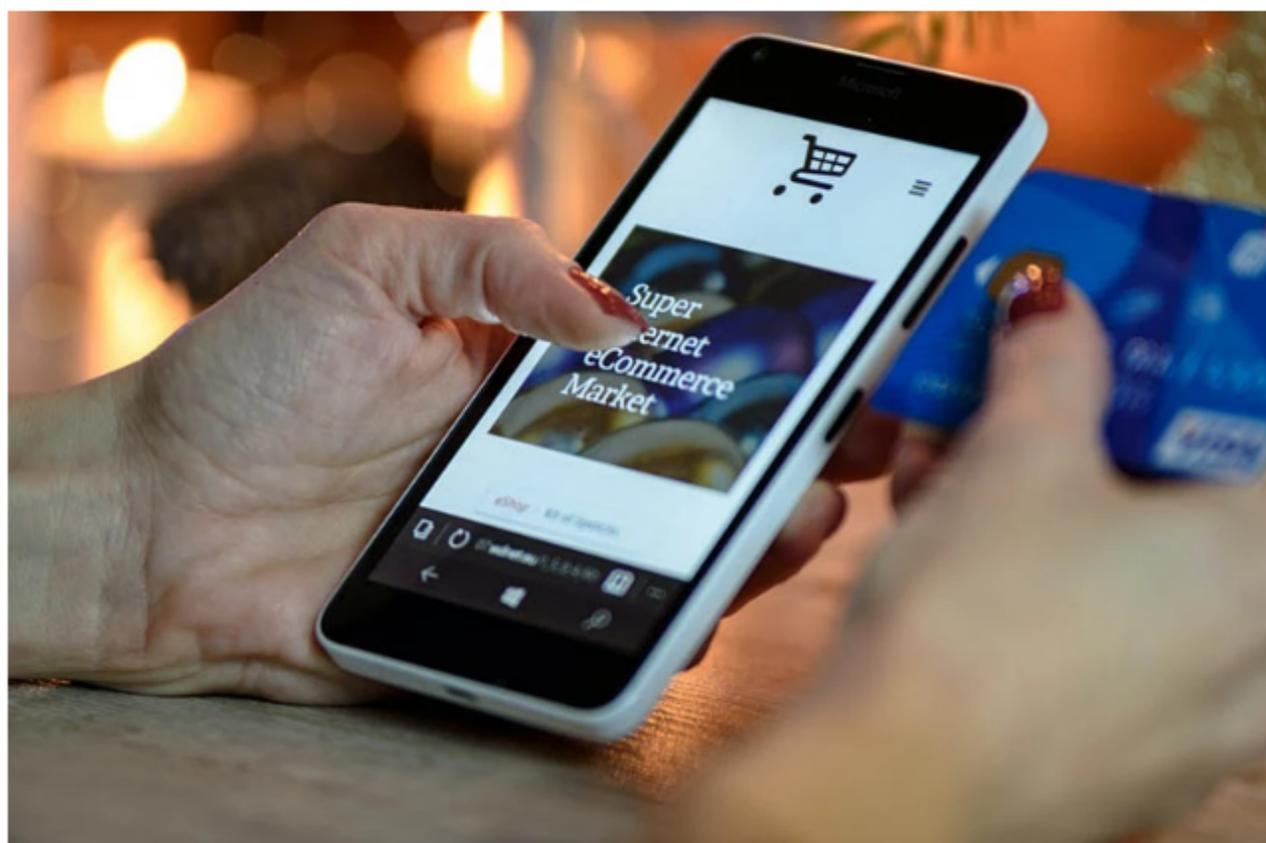


La competitividad y la exigencia en el comercio electrónico marcan su expansión

USUARIO GENÉRICO | Martes, 22 de julio de 2025, 16:30



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 tolerará retrasos en los envíos y cambiaría de marca si esto ocurre. Además, el 77 % valora especialmente las 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 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 ”.

Según el especialista **TDI**, estas cifras reflejan cómo los picos de demanda como el **Black Friday, Navidad, o las 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.

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 la **clasificación de envíos** por nivel de riesgo, con alertas configurables; la detección anticipada de retrasos e incidencias como direcciones incorrectas, paquetes retenidos o intentos fallidos de entrega; la notificación automática o la 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.

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 se destacan la **reducción de la incertidumbre**; la disminución de consultas al servicio de atención al cliente; los mensajes personalizables por canal, idioma o tipología de envío o el 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**.