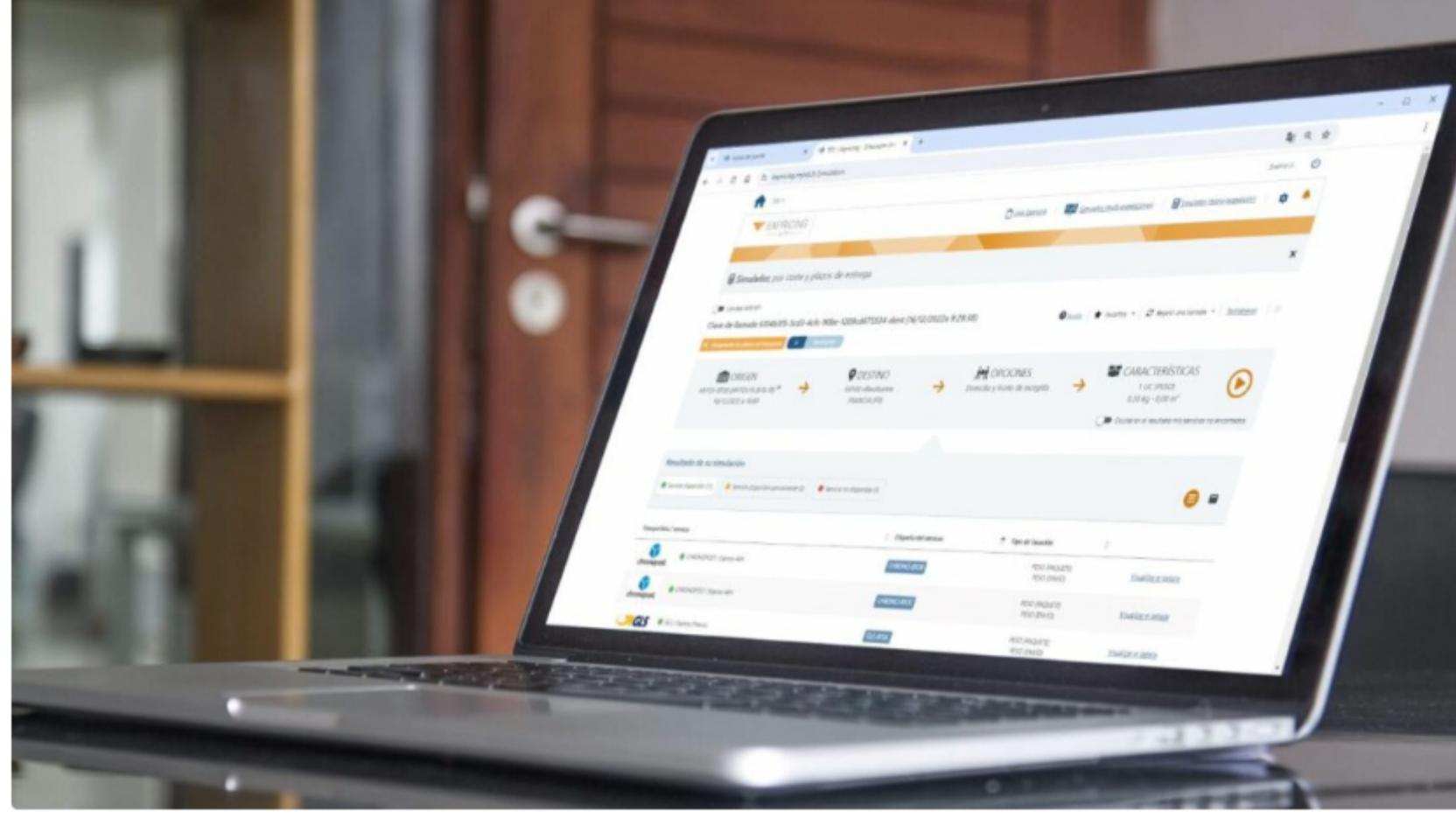


## La automatización para seleccionar el transportista gana terreno ante el pico navideño

La digitalización del proceso de selección de transportista se ha convertido en un factor crítico para absorber el aumento de actividad

Redacción de DiariodeTransporte.com | 14/12/2025 - 14:08



La automatización para seleccionar el transportista gana terreno ante el pico navideño. Foto: Pelican

LOGÍSTICA

La campaña navideña y de Black Friday 2025 estará marcada por un volumen récord de envíos en España: 125 millones, un 8,7 % más que el año anterior, según datos de UNO Logística. Para retailers y operadores, esto supone gestionar millones de paquetes diarios en un entorno de máxima presión operativa, con consumidores que exigen entregas más rápidas, precisas y flexibles.

Este incremento no solo implica un mayor esfuerzo en la preparación, **clasificación y expedición de mercancías**: también exige coordinar múltiples transportistas, controlar tarifas en constante actualización y garantizar que cada paquete salga en tiempo y forma, incluso en jornadas de saturación. La complejidad se multiplica en áreas remotas o de difícil acceso, donde los plazos se estiran y los márgenes de error se reducen.

En este contexto, la digitalización del proceso de selección de transportista se ha convertido en un factor crítico para absorber el aumento de actividad sin comprometer la calidad del servicio. Automatizar comparativas, aplicar **restricciones operativas y evaluar plazos y costes** en tiempo real permite a las compañías tomar decisiones rápidas, coherentes y sostenibles, reforzando la continuidad de sus operaciones en uno de los períodos más exigentes del año.

### Expricing: eficiencia operativa en un entorno de alta demanda

Expricing digitaliza uno de los procesos más críticos en picos de demanda: **la selección del transportista y el control de tarifas**. La herramienta permite gestionar todas las tarifas —incluyendo recargos y servicios adicionales—, aplicar **restricciones específicas de cada transportista** y adaptar la elección según zonas remotas o de difícil acceso. Además, ofrece simulaciones de plazos y costes que ayudan a prever el impacto operativo antes de comprometer una entrega. Esta visibilidad y precisión permiten a retailers y operadores reducir errores, mejorar la eficiencia y mantener la calidad del servicio incluso en los momentos de mayor volumen.

### La digitalización ya no es opcional

Desde la experiencia de trabajar con retailers y operadores en campañas de alta demanda, TDI recuerda que la eficiencia ya no depende solo de recursos humanos o capacidad operativa, sino de procesos inteligentes. Así lo destaca Edmundo Brito, Country Manager Spain de TDI: *"Los picos de demanda han dejado de ser excepcionales. Las compañías necesitan herramientas que les permitan tomar decisiones rápidas y fiables. Digitalizar la selección de transportista no solo mejora la eficiencia: se ha vuelto imprescindible para competir en campañas como Navidad."*