

Manejo de productos voluminosos en ecommerce: lo que no se dice

Vender muebles, electrodomésticos, equipo industrial o cualquier producto fuera de los tamaños estándar no es un reto cualquiera. Es un gran reto. Al hablar de logística, casi todo lo que funciona con productos pequeños y fáciles de manipular, como la optimización del picking & packing, las promesas de entrega el mismo día, e incluso los modelos de última milla estandarizados, se rompe cuando el tamaño del producto se incrementa. Se tiene que lidiar con restricciones operativas muy específicas, y cada decisión mal tomada se paga caro.

El problema no es el peso, es la combinación de variables

El error más común al hablar de productos voluminosos, es reducir el problema a kilos o dimensiones. En realidad, lo que complica la operación es la combinación de factores:

- Volumen + Fragilidad.
- Peso + Manipulación manual.
- Dimensiones + Accesibilidad del destino.
- Valor del producto + Riesgo de daño.

Un refrigerador, una estufa, un colchón, un escritorio, no son productos difíciles de enviar sólo por su tamaño. Lo son porque requieren maniobras específicas. Algunos son armables y se componen de distintos módulos, todos de tamaño considerable, otros se pueden dañar con facilidad y requieren de un

embalaje específico. A esto hay que sumar que no todos los destinos permiten entrega directa, y que el costo de reposición es alto. Todos estos factores multiplican el impacto de cualquier error.

El almacén se vuelve un entorno de maniobra

Cuando se trata de productos pequeños, el almacén está diseñado para alta densidad. Cada anaquele puede albergar distintas categorías de productos y sus variantes (colores, tamaños, etc.), mientras que los pasillos están pensados para una operación de picking manual y rápida.

Con los productos voluminosos cambia la lógica. Hay menor densidad de almacenamiento pero cada SKU ocupa mayor espacio, por lo cual se requieren anaqueles más grandes, pasillos amplios, y equipos especializados (montacargas, plataformas) que permitan maniobrar con libertad.

A diferencia de lo que pasa en el ecommerce tradicional, donde el picking es una actividad optimizable, cuando se trata de productos voluminosos esto se vuelve una operación crítica que bien puede requerir de más de una persona, y que, por lo tanto, implica riesgos (golpes, caídas, daños), así que no siempre puede estandarizarse y mucho menos automatizarse.

La última milla se vuelve un problema operativo en campo

Cuando se hacen envíos pequeños, la última milla se optimiza por rutas, y según la ruta es posible entregar utilizando mensajeros en motocicleta o incluso en bicicleta. Con los productos voluminosos hay variables adicionales a considerar: Accesos complicados (edificios sin

elevador, calles estrechas). Necesidad de coordinación con el cliente. Entregas programadas, no inmediatas. Posible instalación del producto. Esto introduce fricciones operativas, y puede alterar la planificación de rutas y hacer que los tiempos de entrega sean difíciles de calcular, además de que se incrementa la probabilidad de incidencias durante la manipulación.

Las devoluciones son un problema serio

En productos pequeños, una devolución es molesta. Involucra gastos de envío, de empaque, y en muchos casos incluso de reacondicionamiento. En el caso de los productos voluminosos, cada devolución es un problema serio:

- Alto costo de recolección.
- Riesgo de daño en el retorno.
- Reacondicionamiento complejo.
- Dificultad para volver a inventario.

Y lo peor de todo es que muchas de estas devoluciones no se deben a fallas o defectos del producto, sino a problemas durante la entrega, o más atrás, a la hora de atender el pedido. Cuando esto sucede, la postventa se convierte en un área operativa más que de servicio al cliente.

La promesa de entrega debe ser realista

Los gigantes del ecommerce, y la exigencia de los compradores, han normalizado estándares de entrega como:

- Entregas en 24 horas.
- Envíos gratis.
- Devoluciones sin fricción.

Replicar estas prácticas con productos voluminosos, sin ajustar la operación antes, es una receta para el fracaso seguro. Prometer, por ejemplo, la entrega de un

refrigerador el mismo día de su compra puede resultar muy atractivo en el papel, pero en la práctica puede generar incumplimientos, sobrecostos, y un importante deterioro de la experiencia, que al final puede ser lo más dañino para la marca.

¿Cómo manejar productos voluminosos en ecommerce?

El manejo de productos voluminosos en ecommerce no es una extensión del modelo tradicional, y por la misma razón no basta con un fulfillment tradicional. Es una operación distinta, con reglas propias. La eficiencia tiene límites físicos. La automatización no resuelve todo. La última milla es más compleja de lo que parece. Las devoluciones pesan mucho. Y los errores cuestan mucho más ¿Qué hacer entonces? No hay una solución única, pero la opción más práctica y accesible es tercerizar, buscar a un operador logístico especializado en manejo de productos voluminosos, y analizar la situación. Al revisar los acuerdos de cumplimiento con el 3PL de tu elección, asegúrate de considerar como mínimo:

- Requerimientos de picking & packing (recuerda que es una operación crítica, no un proceso rápido).
- Ajustar la promesa de entrega a lo que realmente puede cumplirse.
- Incorporar visibilidad operativa en cada etapa.
- Tener un proceso claro de devoluciones.

Porque cuando se venden productos voluminosos, la operación logística deja de ser un commodity para ser parte estructural del negocio. Y si no está bien resuelta, no hay campaña publicitaria que lo compense.

