vinetur

El 41 % de los envíos en España se devuelven y el 60 % de pagos digitales ya usa Bizum

El comercio electrónico evoluciona hacia la integración de inteligencia artificial, mensajería y experiencias phygital para 2026

martes 13 de enero de 2026



El sector de la logística y el comercio electrónico en España se prepara para cambios importantes de cara a 2026. Según datos de Packlink, la tasa de devoluciones de envíos ha alcanzado el 41 %, lo que refleja una transformación en los hábitos de

consumo y en las expectativas de los compradores. El consumidor español es cada vez más digital y busca experiencias de compra personalizadas, rápidas y sin complicaciones. Este cambio obliga a las empresas del sector retail a revisar sus estrategias comerciales y operativas.

Uno de los principales motores de esta evolución es el comercio conversacional. España e Italia figuran entre los países europeos con mayor uso de WhatsApp, lo que impulsa la integración de la inteligencia artificial conversacional en las compras online. Se prevé que para 2026 hasta el 40 % de las interacciones en comercio electrónico se gestionen mediante este tipo de tecnología. El modelo “Chat-to-Checkout” permitirá a los consumidores completar todo el proceso de compra dentro de aplicaciones de mensajería, lo que agiliza las transacciones y facilita una experiencia más personalizada. Esta tendencia puede aumentar tanto la conversión como la fidelización del cliente.

La adaptación de los métodos de pago a las preferencias locales también será un elemento clave. En España, Bizum ha alcanzado cerca de 30 millones de usuarios, lo que representa aproximadamente el 60 % de la población. Su uso es especialmente alto entre personas de 18 a 35 años, quienes valoran la rapidez, seguridad y sencillez en los pagos digitales. Esta preferencia por soluciones inmediatas obliga a los comercios a integrar sistemas flexibles y adaptados a los hábitos locales, equilibrando valor, accesibilidad y conveniencia.

Por otro lado, las tiendas físicas no están desapareciendo, sino que se están transformando hacia un modelo conocido como phygital, que combina lo físico y lo digital. Se estima que para 2026 el 60 % de los pedidos online en el sur de Europa incluirá algún punto de contacto físico, como recogida en tienda, devoluciones o visitas a showrooms. Las tiendas pasan así a ser no solo centros logísticos sino también espacios donde se ofrece una experiencia directa al cliente.

Noelia Lázaro, directora de marketing de Packlink, explica que el año 2026 supondrá una oportunidad para aquellos comercios capaces de adaptarse con rapidez a las nuevas demandas del consumidor. La combinación entre tecnología, presencia física y conocimiento profundo de los hábitos locales será fundamental para competir en un

mercado cada vez más digital y orientado al valor.

El sector retail español se encuentra ante un escenario donde la personalización, la integración tecnológica y la adaptación a las preferencias locales serán factores determinantes para su desarrollo durante los próximos años.