



ESPECIAL
ENVIOS

EL LARGO VIAJE DEL PAQUETE NO QUERIDO

No es lo que esperaba, no es mi talla, quizá en otro color... El aumento de las compras online conlleva irremediablemente el de las devoluciones. Sin embargo, gestionar acertadamente la logística inversa puede convertir la frustración en fidelización.

Es una característica del canal y hay que asumirla. “El 30% de los productos comprados online se devuelven, mientras que, en las tiendas físicas, el ratio está en un 8,9%”, afirma **Miguel Serracanta**, director del Máster de Logística de EAE Business School. “Según las estadísticas, el 65% de las devoluciones no son provocadas por el vendedor, sino que es una decisión unilateral del comprador por razones personales (no le gusta, no coincide con lo que esperaba, otros)”.

“Ciertamente, el aumento de las devoluciones ha ido en paralelo al crecimiento del *e-commerce*”, señala este experto, y eso plantea un importante reto al que a veces no se ha prestado la suficiente atención. “Cuando hablamos de la logística y el comercio electrónico, tendemos a hacerlo solamente de los envíos, pero las devoluciones son igualmente importantes para todo el proceso”, destaca **David Sastre**, director de clientes de SEUR.

“Hay que cambiar la manera de entender las devoluciones, asumiendo que no es algo esporádico, sino un proceso más de la compra online y, por tanto, debemos ofrecer siempre una logística

inversa sencilla, rápida y transparente”, continúa diciendo Sastre.

“En una operación logística, lo que implica una devolución es un cambio de las reglas”, explica desde Correos **Sergio Peinado**, responsable de Soluciones Digitales, y **Aarón Morera**, responsable de Paquetería. “En la logística directa, la relación del operador con el remitente es plena y totalmente controlada. Pero en la logística inversa, el que tiene el envío es el comprador online”, lo que se traduce en imprevisibilidad.

NECESIDADES DE MEJORAR

En ese aspecto, “hay claramente una necesidad de mejorar las cadenas de suministro de las compañías”, advierte Serracanta. Si no hay una buena organización, el intento de devolución puede terminar en retrasos, errores y, finalmente, reclamaciones. “Disponer de un proceso de devoluciones eficiente y planificado es crucial para cumplir con las expectativas del cliente”, afirma **Guillermo Marcos**, director de Marketing y Comunicación de MRW. Pero también es fundamental para “evitar sobrecostes, porque durante ese periodo de tiempo se ha perdido la opción de vender el producto a otro



cliente: hay una pérdida de coste de oportunidad”.

Simplemente la percepción del visitante de la tienda online sobre el procedimiento ya es un factor determinante, sobre todo en los sectores donde más inseguridad tiene el usuario. “Un estudio realizado por Research Now sugiere que el 51% de los usuarios de tiendas de moda abandona el proceso de compra si no se les proporciona un servicio de devoluciones rápido, fiable y práctico”, indica el directivo de MRW.

Determinante para perder clientes y, quizá, para ganarlos. “Las devoluciones son también una oportunidad que ha generado nuevos modelos de negocio”, destaca Sastre desde SEUR. Así han surgido conceptos como el *e-shopper* o el probador en casa, que se basan en animar al comprador a pedir varios

Las devoluciones también están generando nuevos modelos de negocio, como el “probador en casa”

artículos similares, para que los pruebe y luego devuelva los que no le interesen. De esta forma se consiguen más ventas, pero sólo un sistema logístico de calidad puede responder con agilidad al alto número de devoluciones, y a la vez soportar el coste de los envíos y devoluciones gratuitas.

OPORTUNIDAD DE FIDELIZAR

Y junto al cliente potencial que no se gana, está el cliente frustrado que se

puede perder. Como recuerda Sastre, “la entrega, o la recogida en el caso de las devoluciones, es el momento físico que culmina todo proceso de compra online. Es la prueba de fuego para la percepción de seguridad del comprador, que terminará de conformar una imagen positiva de la empresa, posicionándola como referencia para futuras compras”. La respuesta que se le dé, es fundamental. “No es lo mismo perder una venta que perder a un cliente para siempre. Lo que en un momento puede parecer un error, puede terminar en un cliente fidelizado, si somos capaces de dar respuesta a sus necesidades”.

NO ES UN ENVÍO MÁS

Pero una devolución no es un envío más. Detrás de ella hay un proceso logístico más complejo que el de la



ESPECIAL ENVÍOS



venta, con varios momentos críticos: **Atención al cliente.** La primera reacción ante una solicitud de devolución es clave. "Nos encontramos con la necesidad de ofrecer una solución rápida, sencilla y cómoda a un comprador que ya ha sufrido una primera frustración al no encontrar todo lo que buscaba en el producto", indica Sastre. Es importante facilitar todas las gestiones al máximo: ofrecer información detallada sobre las modalidades de devolución (a domicilio, en puntos de conveniencia o en la tienda física), contar con un sistema de generación de etiquetas que resulte sencillo y confirmar los pasos que se dan, mediante correo electrónico o SMS.

Recogida. Implica "una coordinación plena entre el operador y el vendedor online, una operación a tres en la que el operador debe pactar con el comprador las fechas y horas para la recepción, y comunicar esa información al comercio online, para acordar las condiciones de entrega", explican los directivos de Correos. Y el proceso se puede complicar aún más si en lugar de una devolución se trata de un cambio de un producto por otro similar.

La mayor dificultad para los operadores logísticos, apunta el directivo de SEUR, es que "la recogida es descentralizada, y después se debe consolidar la mercancía para enviarla al cliente empresa", lo que dificulta optimizar rutas y trabajar con grandes volúmenes. Esto puede afectar a los costes,

Es fundamental ofrecer información detallada al cliente de todos los pasos que implica la devolución

pero lo importante es, según los portavoces de Correos, "molestar al comprador lo menos posible".

Reacondicionamiento. Una vez recogida la mercancía del comprador, "se traslada a un almacén o centro de devoluciones, donde se abre una incidencia en el sistema y se procede a comprobar el estado del producto devuelto", señala Serracanta, de EAE. Para él, "la gestión de la logística inversa tiene unos pasos distintos si el producto debe ser destinado a la destrucción final o si puede volver a reutilizarse y, en tal caso, si vuelve directamente a la cadena de suministro o si debe de sufrir cambios o ajustes. En la mayoría de ocasiones, el producto devuelto está en perfectas condiciones". No obstante, continúa diciendo, "muchas veces hay que volver a colocar una nueva etiqueta o *packaging* y envoltorio, listo para un nuevo envío".

Por último, como añade Guillermo Marcos desde MRW, "será necesario volver a dar de alta en el inventario la devolución de ese producto y ponerlo en la web o en la tienda física".



CLAVES PARA ACERTAR CON LAS DEVOLUCIONES

“El principal reto que plantean las devoluciones es minimizar el tiempo y el coste. Es crítico disponer de una organización, un proceso y unas herramientas que permitan gestionarlas de la forma más eficiente posible”, afirma Serracanta. Estos son algunos consejos para afrontar las dificultades que pueden aparecer en el proceso logístico.

¿DEVOLUCIONES GRATUITAS? La política de envíos y devoluciones gratuitas impulsada por los grandes distribuidores es un incentivo a las compras, pero perjudica a los pequeños comercios, que, al asumir esos costes, ven cómo se reducen sus estrechos márgenes. Como explica el profesor de EAE, la devolución tiene un coste superior al envío. Por una parte, “se dobla el coste de transporte desde el punto de origen al de destino, porque hay que deshacer el camino andado inicialmente y, muchas veces, con mayores costes individuales si no se puede combinar la ruta de forma óptima en los plazos comprometidos”. Y por otra, están “los costes asociados a la manipulación del retorno, su clasificación en el almacén y, en su caso, su adecuación a nuevas condiciones óptimas para la futura venta a otro cliente”.

“A pesar de ello, prácticamente la mitad de los *retailers* que operan online ofrecen este servicio gratuito para asegurarse que el consumidor les compra a ellos”, afirma.

PLAZOS FLEXIBLES. Los principales operadores aseguran que los envíos pueden hacerse en un plazo de 24-48 horas. Sin embargo, eso no siempre es rentable. “Las devoluciones rápidas siempre serán más costosas: hay que valorar si vale la pena asumir los costes, pero, en general, los márgenes no lo permiten”, advierte Serracanta. Además, según David Sastre, de SEUR, “gran parte de los *retailers* solicitan que consolidemos las devoluciones de varios clientes antes de entregárselas, lo que puede hacer que, en algunos casos, los tiempos se alarguen”.

Una opción sería gestionar devoluciones más rápidas en determinados casos. Como señala Guillermo Marcos, de MRW, “si después de haber habido algún problema con el cliente, se soluciona con una gestión rápida para que el producto le llegue muy pronto, será más fácil que el descontento no se incremente”.

RED DE CONVENIENCIA. “No siempre la mejor opción es recoger a domicilio la mercancía, ya que obliga al comprador a estar pendiente de cuándo va a venir el repartidor a por el envío”, afirman en Correos. Muchos operadores cuentan con redes de puntos de conveniencia (sus propias delegaciones, comercios a pie de calle, consignas electrónicas...), en los que el comprador puede entregar el paquete. Estos servicios son cada vez más utilizados, por lo que pueden ser otro factor más a la hora de elegir al proveedor logístico.

INFORMACIÓN CONSTANTE. Todos los operadores destacan la importancia de ofrecer información constante sobre la gestión de la devolución. “Debemos ponernos en los zapatos del comprador que ha pagado y que ahora está esperando a que el producto vuelva a la tienda online y se le devuelva el dinero: es crucial ser transparentes”, advierte Sastre, de SEUR. La información es igualmente importante para el *e-commerce*, pues, como señalan desde Correos, “cada día son más los vendedores online que adelantan la devolución de los importes a sus clientes en el momento que la mercancía devuelta está en poder del operador”.





ESPECIAL ENVIOS

EL 'PARTNER' ADECUADO

Hemos preguntado a los principales operadores qué servicios ofrecen actualmente de logística inversa, para que puedas valorar cuáles son los que se adaptan mejor a las necesidades de tu comercio electrónico.

>> Asendia

www.asendia.es/es

Operador de La Poste & Swiss Post, especializado en envíos internacionales. Ofrece una amplia gama de servicios para garantizar el control sobre las devoluciones, que incluye seguimiento y verificación de contenidos. Capacidad para gestionar devoluciones a través de los buzones de correos en Francia.

>> ASM Transporte Urgente

<http://es.asmred.com/inicio>

Su solución para *e-commerce* incluye almacenaje, preparación del pedido,

control de stock y soluciones de recogida (devoluciones) desde cualquier punto, así como un sistema automatizado de integración que se puede incluir en cualquier tienda online. Para facilitar las gestiones al comprador, cuenta con la red de puntos de conveniencia **Parcelshop**, donde se pueden entregar las devoluciones.

>> Azkar DACHSER Group

www.dachser.com

Especialista en transporte por carretera nacional y a Europa, ofrece soluciones de almacenamiento y gestión de paquetería.

>> Celeritas

<http://celeritastransporte.com>

Cuenta con una gama de servicios específicos para el *e-commerce* que incluyen logística de almacén, paquetería personalizada, trazabilidad total a través de su web y logística inversa. Su red de más de 1.500 puntos de entrega en toda España llega también a Canarias y a otros países. También dispone de consignas inteligentes.

>> Correos

www.correos.es

Para gestionar las devoluciones, ofrece la posibilidad de recogida a domicilio o que el comprador entregue el paquete en sus más de 2.300 oficinas, distribuidas por todo el territorio nacional. También están disponibles como puntos





de admisión de devoluciones los casi 3.000 terminales **CityPaq**, que pueden ser utilizados 24 horas al día y 7 días a la semana. La gestión en estas consignas se puede realizar a través de la aplicación de **CityPaq** o de la web www.citypaq.es.

Para los cambios de artículos, cuenta con un servicio de entrega y recogida simultánea, que sirve también para recoger productos que se envían a reparar. Este servicio permite una comprobación sencilla del contenido (número de objetos, estado del producto que se recoge...), lo que facilita la gestión de los cambios.

>> DHL

www.dhl.es/es/express.html
www.dhlparcel.es

Por un lado, su división DHL Express, especializada en transporte de paquetería por vía terrestre, cuenta con un sistema de generación de etiquetas electrónicas que hacen que el proceso de devolución sea rápido y fácil.

Y su división DHL Parcel, de transporte urgente de paquetería por vía aérea, pone a disposición del cliente diferentes alternativas para facilitar la logística inversa. Desde la posibilidad de que el *e-commerce* incluya una etiqueta dentro del paquete de ida con la que el destinatario podrá realizar el envío de retorno si lo desea, hasta la opción de que la etiqueta la tramite el propio destinatario desde la web de la tienda online. Además, cuenta con 3.000 puntos de conveniencia.

>> Envialia

www.envialia.com/servicios-e-commerce

El servicio **e-comm**, diseñado para el comercio electrónico, ofrece envíos urgentes y envíos económicos, nacionales e internacionales.

Incluye devoluciones y cambios de productos en España y en otros países, personalización de etiquetas de envío y seguimiento online, entre otros servicios.



ESPECIAL ENVIOS



>> FedEx

www.fedex.com/es

La solución automatizada para devoluciones FedEx Global Returns agiliza las devoluciones internacionales, ya que permite crear etiquetas de devoluciones, así como los documentos aduaneros correspondientes, para incluirlos en el paquete de salida (desde la venta) o para facilitárselos al cliente cuando solicita la devolución.

>> Full Safe Logistics

www.fullsafelogistics.com

Ofrece un servicio completo de logística y distribución para los *e-commerce*: recepción de mercancía, almacenaje, preparación de pedidos, control de stock, control por lotes o caducidad, gestión de devoluciones, distribución en España y resto de Europa, e información de seguimiento por SMS.

>> GEFCO

<http://es.gefco.net/es>

Logística integral de alcance internacional para la industria, desde el abastecimiento de fábricas a la distribución de productos a puntos de venta.

>> GLS

<http://gls-group.eu/ES/es/home>

Para los clientes del *e-commerce*, cuenta con dos sistemas de devoluciones:

Pick&Return Service, dirigido a los cambios de un artículo por otro similar, que permite la recogida y entrega de paquetes en el domicilio del cliente, en España o en Europa.

Con **Pick&ShipService** se hace posible que los envíos y devoluciones vayan directamente del proveedor al comprador y viceversa, sin que el paquete sufra desvíos innecesarios, por lo que se reduce el tiempo de entrega.

Además, dispone del servicio de entrega flexible (**FlexDelivery Service**) que informa anticipadamente al usuario de la entrega y le permite poder variar la fecha, hasta seis días hábiles posteriores a la fecha de salida, la dirección a una alternativa o a un punto de recogida **ParcelShop GLS**, si lo desea.

>> Integra2

www.integra2.es/es/Paginas/default.aspx

Transporte especializado de mercancías de los sectores farmacéutico, editorial, industrial y *gourmet*. Garantiza la distribución a domicilio de alimentos a temperatura controlada.

>> Mail Boxes Etc.

www.mbe.es

Especialista en micrologística para pymes, ofrece servicios específicos para el *e-commerce*, como almacenaje, embalaje y documentación para envíos dentro y fuera de España, gestión del stock y de las devoluciones. Los compradores pueden domiciliar sus envíos en los centros MBE que prefieran.

>> MRW

www.mrw.es

MRW Devoluciones facilita al usuario la gestión de la devolución de una compra online, en la que el cliente podrá decidir si MRW recoge la compra a

devolver en su domicilio o la deposita en cualquiera de las oficinas MRW.

MRW Probador es un servicio que permite a los consumidores probar los artículos en casa durante unos días y devolver los no deseados, escogiendo el día y la franja horaria en la que quiere que se recoja el producto a devolver, con un tiempo máximo establecido.

>> NACEX

www.nacex.es

Para el comercio electrónico, ofrece las siguientes fórmulas:

e-N@CEX: Servicio exclusivo para abonados, con garantía de entrega antes de las 19:00h del siguiente día laborable. Con diferentes alternativas que garantizan las entregas en los plazos más ajustados, incluso en el mismo día.

e-N@CEX.shop: Para envíos de un solo bulto con entrega en establecimientos de la amplia red de puntos de conveniencia **NACEX.shop**, que ofrece una alternativa segura a las entregas a domicilio, lo que permite ahorrar tiempo y ganar comodidad. Disponible en el punto de entrega a partir del siguiente día laborable, con aviso de disponibilidad.

NACEX c@mbio: Recogida y entrega simultánea. Intercambio de productos (SWAP) en el punto de entrega.

Todos estos servicios incluyen un mensaje de prealerta de entrega.

>> Ontime

www.ontime.es

Ontime e-commerce es una solución integral para todas las necesidades del comercio electrónico, que incluye una plataforma de gestión integral de la tienda online, servicios de almacenaje (gestión de stocks, *picking*, *cross docking*) y transporte. Los servicios de logística inversa incluyen recogida concertada, devolución de productos y reacondicionamiento de los artículos, con flexibilidad para el cliente en la recogida (elección de franja horaria, entrega en domicilio o en delegación).



ESPECIAL ENVÍOS



>> Rapid Express

www.rapidexpress.es

Su servicio de paquetería y mensajería express para emprendedores incluye una herramienta de gestión de envíos para el *e-commerce*, que permite la gestión de la documentación y el seguimiento de los envíos.

>> REDUR

www.redur.es

Cuenta con un servicio de distribución de paquetería para entrega en domicilio en España, Portugal y Andorra, con un sistema de trazabilidad que transmite información constante sobre la ubicación del envío.

El servicio de devoluciones permite el cambio de un artículo por otro de forma simultánea en plazos de 24/48 horas en territorio peninsular y Baleares; semanales para Canarias, y variables para Azores, Madeira, Ceuta y Melilla.

>> SEUR

www.seur.com

Para gestionar la logística inversa de los *e-commerce*, ofrece la recogida controlada del artículo y el reacondicionamiento de los productos, entre otros servicios. El portal *e-Devoluciones* permite a los clientes realizar esta gestión de manera cómoda, rápida y flexible. En tan sólo

tres pasos y en apenas un minuto, el cliente podrá elegir entre una recogida a domicilio o en una tienda *SEUR Pickup*, y podrá indicar el día y la franja diaria en la que quiere que pasen a recoger su pedido.

Además, tanto el destinatario como el *e-commerce* están informados en todo momento del estado de la devolución. El servicio *Pickup* cuenta con 1.400 establecimientos en todo el territorio nacional y más de 32.000 para las entregas en países europeos.

>> TDN

www.tdn.es/index2.html

Servicios de transporte y distribución de paquetería industrial y comercial en España y Europa.

>> TIPSА

www.etip-sa.com

Cuenta con la solución para *e-commerce* *eTIPSA* para gestionar todo el proceso logístico: almacén, preparado de pedidos y envío. Ofrece gestión de devoluciones y canjes de un producto por otro, con cobertura nacional o internacional.

>> TNT

www.tnt.com/express/es_es/site/home.html

Dispone de los servicios *Express*, entre-

ga al siguiente día hábil, y *Economy Express*, entrega a partir de dos días hábiles, para el envío de paquetería a destinos nacionales e internacionales.

>> UPS

www.ups.es

Para gestionar las devoluciones y los cambios de productos, ofrece el servicio *UPS Returns*, que permite una gestión simplificada de la logística inversa en todo el mundo. Este sistema posibilita vincular la información de envíos con el servicio de atención al cliente o con las operaciones del almacén, así como agilizar la recuperación de los artículos de alto valor antes de que se vuelvan obsoletos y crear facturas comerciales con las etiquetas de devolución para los clientes internacionales, entre otras utilidades.

Cuenta con la red de ubicaciones *UPS Access Point*, tiendas de barrio como gasolineras o farmacias donde los compradores pueden recoger sus pedidos y entregar sus devoluciones de forma sencilla.

>> World Courier

<http://es.worldcourier.com>

Operador global especializado en la logística integral para el sector biofarmacéutico (productos farmacéuticos, ensayos clínicos) y productos de otras industrias con requerimientos especiales de tiempo y temperatura.

>> Zeleris (Grupo Telefónica)

www.zeleris.com/ecommerce.aspx

Especialista en transporte y logística de telefonía móvil. Para el comercio electrónico cuenta con un servicio de gestión integral de toda la logística, que incluye almacén y *picking* de pedidos, gestión online del stock, devoluciones, cambios de artículos, entregas en puntos de conveniencia y seguimiento online para el comprador y la tienda online. Permite su integración con las principales plataformas de *e-commerce*.