

¿QUÉ SUCEDE CUANDO REGRESAS UN PRODUCTO AL VENDEDOR?

Damián García

DROP OFF
RETURNS
WE'LL PACK & SHIP FOR FREE

La logística a la inversa es cada vez más importante para los consumidores, tener una buena cadena de suministro dedicada a ello puede ayudarte a tener clientes satisfechos y ahorrar costos.

¿Alguna vez te has preguntado qué pasa con los artículos que regresas a una tienda o negocio en línea? El proceso es más complejo de lo que crees. Existe un procedimiento detrás de cada devolución que implica un manejo logístico diferente al que se lleva a cabo cuando adquirimos un producto. No es simplemente regresarlo al negocio y ahí termina la historia, hay muchos pasos de por medio para ver de qué manera se puede aprovechar y minimizar el gasto en el proceso de retorno.

Como consumidores, somos cada vez más exigentes. Por ejemplo cuando compras algo, ¿esperas que en caso de no estar satisfecho con el producto lo puedas regresar al vendedor, cierto? ¿Y esperas que este proceso sea fácil y transparente, sin muchas trabas por parte del vendedor? El proceso de logística inversa cada vez cobra más importancia, gracias a las exigencias del consumidor.

Y estas exigencias, ¿por qué han cambiado? Cada vez más nos estamos acostumbrado a comprar productos en línea, ya sea por medio de una App o de una página de internet. De hecho, las ventas por *e-commerce* han aumentado en un 155% desde el 2014, y se espera que conformen el 18% de todas las ventas de retail para el 2021. Esto significa que cada vez más estamos comprando productos sin verlos o probarlos al momento de pagarlos, y esto puede implicar una necesidad de regresarlo al vendedor.

Un tercio de las ventas por *e-commerce* son devueltos al vendedor, lo cual representa una cifra muy importante. Las razones son muy variadas, pero el 75% de los productos se regresa porque no era el producto correcto, no era necesario, no cumple expectativas, o fue enviado incorrectamente. Esto sucede con todo tipo de productos, pero en especial con aquellos productos con un precio muy alto, como electrónicos sofisticados o artículos para el hogar. Es natural, ¿no? Si compraste una televisión en el Buen Fin de más de \$20,000 pesos y algo no le funciona bien, moverías cielo, mar y tierra para hacer que el vendedor arregle el problema o te envíen una nueva, ¿correcto?

Como comprador de entrada sabes que es posible que necesites regresar el producto. El 58% de los consumidores afirman que esperan poder regresar un producto al vendedor sin condiciones y sin muchas preguntas. De hecho, más del 60% de los compradores revisan las políticas de devolución antes de dar “clic” en comprar, y detienen su compra si estas políticas no están claras, o parecen ser muy restrictivas. Esto da mucho de qué pensar a los negocios que buscan llegar a más clientes con ventas en línea. El standard de satisfacción del cliente es alto, y éste lo han marcado los líderes en el mercado como Amazon. Si tu negocio no puede ofrecer políticas de retorno sin muchos obstáculos, es probable que los clientes no quieran comprar tu producto.

ERRORES COMUNES

Para asegurar que tus clientes quieran comprar tu producto, con la seguridad de que si no están satisfechos pueden recuperar su inversión, debes evitar las siguientes prácticas:

- **Políticas de retorno difíciles o inciertas.** Por ejemplo, para regresar el producto debe tener solo ciertos defectos y el cliente debe asistir personalmente al lugar de negocio y llenar varias formas, o esperar a hablar con el “encargado” de devoluciones que solo va los martes de 8:00-9:00 AM a la oficina.
- **Baja disponibilidad de reemplazos.** Sí te cambiamos tu producto, pero por otro, porque no tenemos más del producto que quieres.
- **Largos plazos de devolución.** Te cambiamos el producto, pero se va a tardar tres semanas en volver a llegar a bodega y de ahí otros 5 días laborales para la entrega.
- **Ausencia de garantías de devolución.** Solo en caso de que el producto tenga un defecto de fábrica o un daño en el envío se puede realizar la devolución, si no fue de tu satisfacción por alguna otra razón, no es posible.
- **Poca visibilidad del proceso de devolución.** Tú nos envías el producto por correo, y algún día te reembolsaremos tu inversión, pero no te podemos decir cuándo.

Si te pones a ver estos errores desde la perspectiva del cliente, entiendes por qué el proceso de logística inversa es más complejo de lo que pensabas, y por eso necesita su propia cadena de suministro. Primero el producto debe llegar a su punto de entrega, luego debe ser llevado a una bodega donde se recibe, se inspecciona y se clasifica. Es aquí donde el vendedor debe determinar qué va a hacer con el producto. Puede revenderlo, reciclarlo, mandarlo a deshecho, o reenviarlo (en caso de error en el envío).



Esta cadena de suministro difiere de la cadena de venta en muchos sentidos, lo cual la hace más compleja. Cuando un negocio planea su demanda, cuenta con un historial de ventas y muchos datos para tener una estimación convencional. El proceso de estimación de demanda para retornos es más complejo. En términos de transporte, el vendedor envía productos de un solo lugar a muchos clientes, y en el caso de retornos, muchos clientes le regresan el producto al vendedor, lo cual puede implicar una ruta especial para recoger estos productos. Cuando un vendedor fabrica los productos, se asegura que todos salgan con un nivel de calidad uniforme, sin embargo, cuando los clientes regresan el producto, no todos llegan en su empaque original y sin daños. Muchas veces los productos llegan ligeramente usados o dañados. Cuando un vendedor envía productos al cliente, debe hacerlo rápidamente, con un tiempo estimado de entrega corto. Sin embargo, cuando un cliente regresa un producto puede tardar en cumplir el proceso de retorno muchos días. Dada la naturaleza menos predecible de los retornos, el manejo de inventarios suele ser más complejo, y los productos pueden tener un ciclo de vida variable.

¿CÓMO LOGRAR LOGÍSTICA INVERSA SIN FALLAR EN EL INTENTO?

Los negocios que quieren competir por la satisfacción de sus clientes en términos de logística inversa deben poner mucho cuidado en la planeación de esta cadena de suministro. Sintec Consulting puede ser un aliado valioso en este proceso por sus más de 30 años de experiencia en consultoría especializada en cadena de suministro. En Sintec podemos ayudarte a pronosticar la demanda de retornos con nuestra herramienta de Reverse Logistics Forecast, que te puede ayudar a mejorar tu nivel de asertividad en planeación de demanda en un 10%. También podemos ayudarte a diseñar una red de distribución y recolección que puede optimizar tus tiempos de entrega en un 40%, aumentar tu disponibilidad de productos en un 11% y aumentar tu nivel de satisfacción al cliente en 1.2%. Finalmente, te podemos ayudar a habilitar tu oferta de valor y hacer un mapeo de *Customer Journey* que haga tus procesos de retorno más fáciles y transparentes para tus clientes, lo cual mejora tus niveles de satisfacción al cliente y eleva tu *net promoter score*.

Tener una cadena de suministro para la logística inversa de tu negocio puede impulsar tu negocio a las grandes ligas. Al tener una logística inversa efectiva puedes aumentar tus ventas, mejorar la satisfacción de tus clientes y retenerlos para compras repetitivas, e incluso tener ahorros en costos. Cada vez son más los negocios facilitando opciones de *e-commerce*, si tu negocio ya lo hizo, o si está haciéndolo, no te puedes quedar sin una logística inversa efectiva.

Acerca del autor



Damián García,
Consultor Estrategia de Operaciones, MTY
damian.garcia@sintec.com

Es consultor de la práctica de Operaciones con 4 años de experiencia en el diseño y liderazgo de soluciones en industrias de consumo, construcción y retail, habiendo ejecutado más de 15 proyectos en México y Latinoamérica.

Referencias:

- Appriss. (2018). Consumer Returns in the Retail Industry. From Appriss Retail: https://appriss.com/retail/wp-content/uploads/sites/4/2018/12/AR3018_2018-Customer-Returns-in-the-Retail-Industry_Digital.pdf
- Lindsey, K. (2016). Why retail has a growing reverse supply chain problem—and how to fix it. From Retail Dive: <https://www.retaildive.com/news/why-retail-has-a-growing-reverse-supply-chain-problem-and-how-to-fix-it/422136/>
- Orendorff, A. (2019). E-commerce returns. From Shopify: <https://www.shopify.com/enterprise/ecommerce-returns>
- Returns Management Strategy: Recapture Revenue. (2012). From Logistics Management Magazine: https://www.logisticsmgmt.com/wp_content/purolator_wp_content_091213.pdf
- Saleh, K. (2018). E-commerce Product Return Rate Statistics. From Invesp: <https://www.invespcro.com/blog/ecommerce-product-return-rate-statistics/>
- Young, Jessica. "Global Ecommerce Sales to Reach Nearly \$3.46 Trillion in 2019." Digital Commerce 360, <https://www.digitalcommerce360.com/article/global->

CIUDAD DE MÉXICO / MONTERREY / BOGOTÁ / SÃO PAULO / SANTIAGO DE CHILE

www.sintec.com
informes@sintec.com

 /SintecConsulting  @Sintec  @Sintec_