Devoluciones online: IMF Business School analiza el talón de Aquiles del comercio electrónico

1 de cada 4 españoles afirma haber realizado al menos una devolución online durante 2018, un 2% más que el año anterior

La comodidad de no ir a la tienda, comprar a golpe de clic, elegir fecha de entrega, tener acceso a una oferta mayor o colecciones exclusivas sin movernos del sofá... Lo cierto es que los amantes del ecommerce en España crecen por minutos. De hecho, el comercio electrónico alcanzó los 40 mil millones de euros durante 2018, según las últimas estimaciones del Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), un 27,6% más que 2017.

Sin embargo, además de comprar por Internet, los consumidores españoles también devuelven los productos por este canal y un 24,5% afirma haberlo hecho al menos una vez durante 2018, lo que supone un crecimiento del 2% con respecto al año anterior.

Cuanto más se consume, más se devuelve. Por ello, las empresas de e-commerce que cuentan con un gran volumen de pedidos no deberían perder de vista su estrategia de devoluciones, una de las partes en las que se centra la logística inversa. Teniendo en cuenta esta situación, desde IMF Business School han analizado 5 claves que deben tener en cuenta las compañías en este sentido:

Coste de la devolución. En un proceso de compra por Internet la empresa tiene que asumir unos costes por almacenaje del paquete y, en algunos casos, del traslado del mensajero al punto de entrega. Cabe destacar que, si el cliente no queda satisfecho y decide devolver el producto, la compañía no solo tiene que volver a costear estos servicios ya que el proceso logístico se repite, también tiene que hacerse cargo de la destrucción, reparación o envasado del producto. Por ello no es raro que el proceso de devolución acabe costando el doble que una entrega, según KPMG.

Lo que compra vs. Lo que recibe. Uno de los principales motivos a la hora de devolver un producto es porque no se asemeja con lo que había visto o leído en la web, bien porque la descripción es demasiado vaga o porque no hay una guía de tallas disponible. En este sentido, ofrecer una descripción lo más detallada posible del producto es fundamental para reducir las devoluciones y los costes que éstas conllevan.

¿Qué es lo que más se devuelve? No es lo mismo devolver una camiseta a un mueble. Éstos últimos

no suelen dar tantos problemas de talla. De hecho, la moda es el sector que mayor tasa de devolución online registra (16,5%) de toda Europa.

Con la ley por delante. Desde el momento en el que llega el paquete a su domicilio, el cliente online tiene hasta 14 días para ejercer su derecho de desistimiento, es decir, puede devolverlo sin ningún coste y sin ofrecer explicaciones. Por ello las empresas tienen que estar bien pendientes de estos plazos, ya que 24 horas pueden ser la diferencia entre tener que correr con los gastos de la devolución o no.

“Última milla”. Así llaman los expertos en ecommerce a los últimos kilómetros que separan el centro logístico del domicilio de entrega, un punto crítico donde influye todo: zonas de carga y descarga, normativas municipales, restricciones... Y, en consecuencia, donde más problemas ocurren. Los problemas de movilidad pueden marcar la diferencia entre un pedido satisfactorio o uno que no ha llegado a tiempo. Prever estos contratiempos es clave para evitar retrasos y devoluciones. Además, de apostar por nuevos modelos de distribución utilizando puntos de conveniencia para minimizar el reparto puerta a puerta. La logística y distribución en la “última milla” es clave para el ecommerce, pero no está tan valorizado por los retailers.

Desde IMF Business School son conscientes de la importancia del ecommerce para las grandes y pequeñas empresas en la era de Internet. Por ello, la escuela cuenta con un Máster en Dirección Logística y de la Cadena de Suministro con el que buscan formar profesionales preparados para realizar sistemas de distribución eficientes y de calidad.

Datos de contacto:

Redacción

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Logística E-Commerce Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>