LITORALPRESS

Fecha: 17-06-2025
Medio: Revista Logistec
Supl. : Revista Logistec
Tipo: Noticia general
Título: LA LOGÍSTICA DE REVERSA COMO UN DIFERENCIAL EN LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR.

Pág. : 50
Cm2: 468,9

Tiraje: Sin Datos
Lectoría: Sin Datos
Favorabilidad: No Definida

CAMILA FURLAN
DIRECTORA DE E-COMMERCE EN DHL SUPPLY CHAIN LATAM

LA LOGÍSTICA DE REVERSA COMO UN DIFERENCIAL EN LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR.

LA LOGÍSTICA INVERSA HA DEJADO DE SER UNA TAREA SECUNDARIA Y SE HA CONVERTIDO EN UNA PARTE IMPORTANTE DE LA ESTRATEGIA LOGÍSTICA DE LAS EMPRESAS. ESTE MOVIMIENTO ESTÁ IMPULSADO POR LA MAYOR MADUREZ DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LATINOAMÉRICA Y LA DEMANDA DE LOS CONSUMIDORES POR MÁS CONVENIENCIA, SOSTENIBILIDAD Y TRANSPARENCIA.

De acuerdo con Statista, en las primeras semanas de la pandemia por Covid-19 en el año 2020, el comercio electrónico en Latinoamérica alcanzo un impactante crecimiento del 230% derivado naturalmente de la necesidad masiva de recibir productos a la puerta de nuestros hogares; en los últimos años el ecommerce sigue en crecimiento a doble dígito influido especialmente por una mayor penetración de la tecnología, así como por la transformación digital que ha sido impulsada por la Inteligencia Artificial y el análisis de datos, que permite una mayor y mejor segmentación de nuestros consumidores. Este escenario revela una adaptación de las empresas a un nuevo patrón de consumo, donde la experiencia de compra digital no solo se ve afectada por la entrega, sino también por la devolución de productos, que puede convertirse en un inconveniente.

La devolución de productos antes vista como un tema secundario en la etapa de lanzamiento y crecimiento de los canales digitales, ahora está integrada y es parte esencial en la experiencia de compra del consumidor. La combinación de alternativas para mejor conveniencia, prácticas sostenibles, buen servicio y eficiencia operativa está moldeando una nueva fase del sector, donde la devolución ya no es la excepción, sino una expectativa cotidiana, especialmente en los segmentos de ropa y calzado siendo las dos principales razones de devolución el envío de un artículo incorrecto y un producto diferente al esperado.

Sin embargo, implementar la logística inversa de manera efectiva no es sencillo. De acuerdo con estimaciones de Deloitte, el porcentaje de devoluciones en el comercio electrónico puede alcanzar hasta un 20% lo que hace que este modelo sea desafiante. Algunas alternativas que pueden contribuir desde el punto de vista de la conveniencia son: puntos de entrega para la devolución de productos o recolección a domicilio. Para enfrentar esta realidad, las empresas necesitan revisar sus operaciones e invertir en tecnología para buscar eficiencias desde dos perspectivas: **1) la reducción del volumen de devoluciones** (por ejemplo, mejor registro y descripción de los productos con mayores índices de retorno basados en análisis de datos, herramientas de inteligencia artificial para realidad aumentada para una mejor visualización en el momento de la compra) y **2) establecer asociaciones con operadores logísticos**, optimizando costos y mejorando la eficiencia de los procesos para un rápido procesamiento una vez que se produzca la devolución, teniendo en cuenta que un gran factor de impacto en la experiencia del consumidor es que el crédito de la devolución es realizado por muchas empresas solo después de la confirmación de llegada y las condiciones del producto en su almacén. Además de contar con procesos robustos para proteger su operación contra posibles errores y fraudes en las devoluciones.

Otro factor importante es la sostenibilidad. El uso de empaques reutilizables, el reciclaje de productos y la reventa de artículos reacondicionados son prácticas efectivas para reducir desperdicios y minimizar impactos ambientales. Además, adoptar soluciones logísticas inteligentes, como la optimización de rutas y el uso de vehículos eléctricos cuando sea posible, contribuye a la reducción de las emisiones de carbono, reflejando las expectativas de los consumidores.

La innovación tecnológica ha impulsado la logística inversa, con plataformas como el Sistema de Gestión de Devoluciones (RMS) que hacen que el proceso de devoluciones sea más eficiente y ofrecen opciones convenientes para consumidores y empresas. La colaboración entre empresas y operadores logísticos también ha optimizado los costos.

El futuro de la logística inversa en Latinoamérica está ligado al acceso y evolución de la tecnología, así como a la conciencia ambiental de los consumidores, con herramientas como la inteligencia artificial y plataformas de venta secundaria (como las redes sociales), que hacen que las devoluciones sean aún más eficientes y contribuyen a la economía circular.

En otras palabras, el desarrollo de esta área dependerá de un equilibrio entre innovación, sostenibilidad y rentabilidad, y las empresas que sepan adaptarse a esto seguramente estarán un paso adelante. A pesar de la complejidad que el tema puede tener, la experiencia con la logística inversa puede ser el factor decisivo para el crecimiento del comercio electrónico: cuanto más fácil sea, más seguros se sentirán los consumidores para realizar nuevas compras.