

EXPERIENCIA DE COMPRA

Cobro por devoluciones *online*: ¿Eficiencia logística a cuenta del cliente?

Según la Cámara de Comercio de Santiago, 29% de los usuarios elige comprar *online* por la facilidad para hacer cambios y devoluciones.

TRINIDAD VALENZUELA V.

Hace dos años, el cobro por devoluciones *online* no era común, pero hoy grandes empresas ya lo aplican. En 2023, Inditex en España comenzó a cobrar 1,95 euros (aproximadamente 2 mil pesos chilenos) por devoluciones a domicilio, manteniendo la gratuidad para las que se realizaban en tiendas y puntos de conveniencia.

Ese mismo año, en España, el comercio electrónico superó los 84 mil millones de euros (más de \$86 mil millones), un 16,3% más que en 2022, según la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia de ese país.

Sin embargo, a medida que el comercio electrónico crece, también lo hacen las devoluciones. "El 77% de los españoles de 16 a 74 años usa internet para comprar, lo que equivale a más de 26 millones de personas", plantea el estudio E-commerce 2024, de Elogia e IAB Spain.

Además, dos de los cuatro principales factores para elegir un *e-commerce* son los gastos de envío gratuitos, y la facilidad de devoluciones y cambios.

Antonio Iglesias, director de Operaciones y Planificación BS en ESIC Business & Marketing School en España, destaca la importancia de diferenciar entre el costo del producto y el del servicio. Este último, que incluye preparar, transportar y entregar el pedido, implica costos adicionales por cada paquete devuelto, por recogerlo, manipularlo, documentarlo y transportarlo.

Según Iglesias, la política de devoluciones impacta negativamente en la experiencia del cliente, ya que "los compradores la revisan antes de comprar. Si se cobra, muchos clientes se desaniman, afectando especialmente a los mino-



Para evitar este cobro, muchas compañías ofrecen la devolución en tienda.

ristas que operan exclusivamente en línea".

Para evitar este cobro, muchas compañías ofrecen la entrega en tienda.

EN CHILE

En Zara Chile, por ejemplo, las devoluciones en tienda o puntos habilitados son gratuitas. Pero usar a los mensajeros tiene un costo. En Amazon Chile, solo algunas son gratuitas.

Aunque el comercio digital ha avanzado en algunos sectores y regiones del país, todavía queda un gran potencial por explorar. Según el Comité de Comercio Electrónico, en Chile las ventas *online* podrían superar los US\$ 11 mil millones (poco más de 10 mil millones de pesos chilenos) en 2024.

Otro dato es que un 29% de los

usuarios elige comprar *online* por la facilidad para hacer cambios y devoluciones, según la Cámara de Comercio de Santiago.

Marcos Singer, profesor de la Universidad Católica, plantea que mientras los clientes no se adaptan completamente, las empresas tendrán que invertir en subsidios para las devoluciones. "Son difíciles de cobrar, porque afectan negativamente la experiencia del cliente. Su costo es relativamente alto por las complicaciones y excepciones involucradas", precisa.

Entonces, ¿el cobro beneficia o perjudica a la logística? Singer responde que, "en el corto plazo, es negativo, ya que desincentiva la adopción del comercio digital y, por lo tanto, frena su crecimiento".

Sin embargo, añade que, una vez alcanzado un volumen eficien-

te, puede ser beneficioso: "Siempre los costos para el cliente y lo impulsa a actuar de manera más racional".

Por su parte, Iglesias asegura que este cobro mejora la eficiencia logística, aspecto cada vez más relevante con el crecimiento del comercio electrónico.

"En el siglo XXI, el marketing es la logística", afirma. La experiencia del cliente ahora depende tanto del producto y su precio como del servicio, siendo este último el que más está creciendo.

"La logística garantiza la satisfacción del cliente y mejora su experiencia. Si recibes el producto con un buen servicio, seguirás comprando; si no, podrías cambiar de tienda o incluso de producto. En el mundo *online*, esto define el futuro", advierte.

CIFRAS

US\$ 77
 mil millones

es el valor que alcanzará en 2030 el mercado de la logística digital, según el consultor tecnológico SkyQuest, si se mantiene el comportamiento de las empresas.

36%
 de las empresas

temen que los riesgos geopolíticos asociados con guerras en Corea del Sur, Rusia, China, Taiwán y Ucrania perjudiquen sus operaciones, según encuesta de Oxford Business a 127 actores relevantes del mercado.

US\$ 30
 mil millones

se estima que alcanzará en 2026 el valor del mercado mundial de automatización de almacenes, según Gitnux Market Data.