

## **Cómo la impresora de etiquetas adecuada puede reducir el coste de la logística inversa**

### **La conectividad está potenciando a los consumidores**

Se prevé que las ventas online del comercio minorista alcancen los 4,058 billones de dólares en 2020, cifra que representa el 14,6 por ciento del gasto total en el comercio minorista para ese año. El sector del comercio electrónico, impulsado por los recientes avances en la tecnología informática y de telecomunicaciones, está creciendo con un fuerte ritmo; algunos estudios indican que aproximadamente el 54 por ciento de la población mundial ya compra productos online cada semana o cada mes.

El comercio electrónico es un gran negocio especialmente en Europa Occidental, donde los compradores gastaron más de 250.000 millones de euros online en 2015. El Reino Unido estuvo en cabeza ya que el 81 por ciento de la población realizó compras online ese año, seguido de Dinamarca con el 79 por ciento y Luxemburgo con el 78 por ciento. Esta tendencia parece seguir su curso y las previsiones señalan que el mercado europeo del comercio minorista online alcanzará los 660.000 millones de euros en 2018.

En el resto del mundo, se dice que hay que mirar hacia China para vislumbrar el comportamiento del consumidor global en el futuro. Allí casi una de cada cinco personas ya compran online a diario y el 65 por ciento de los consumidores compran online a través de su teléfono móvil al menos una vez al mes, frente a un 12 por ciento de la población que afirma no haberlo hecho nunca.

De hecho, la tendencia hacia la compra mediante un teléfono móvil ya se puede observar en el mercado mundial del comercio minorista más allá de China, aunque todavía no al mismo nivel. Las capacidades cada vez mayores de los smartphones y tablets significan que el

teléfono móvil se está convirtiendo en una herramienta de compra potente y popular, por lo que aumenta el número de consumidores que compran periódicamente online a través de apps y navegadores en estos dispositivos. Además el 34 por ciento de los compradores de todo el mundo esperan que sus teléfonos móviles se conviertan en su principal herramienta para la adquisición de productos en los próximos años.

### **¿Las devoluciones del comercio electrónico es una bomba de relojería?**

No obstante, la variación que experimentan los patrones de compra trae consigo more un cambio preocupante en el comportamiento del consumidor en forma de más devoluciones, en una cifra que aumenta de forma alarmante. El proceso de compra de productos a través de un dispositivo móvil inteligente o un ordenador se puede realizar de forma extremadamente rápida, sin pensarlo mucho y a veces con una menor consciencia del compromiso o de las consecuencias, especialmente si el comercio ofrece devolución gratuita. De hecho, las estadísticas demuestran que al menos el 30 por ciento de todos los productos adquiridos online en todo el mundo se devuelven, frente a solo el 8,89 por ciento de los productos comprados en tiendas físicas.

La investigación también indica que el 54 por ciento de los europeos se plantean devolver un producto antes incluso de haberlo adquirido y los consumidores engordan sus pedidos de manera deliberada al comprar productos online a comercios que ofrecen devoluciones gratuitas o baratas. Este problema, también denominado “devoluciones intencionadas”, es muy habitual en el sector minorista de la moda, donde casi una quinta parte de las compras online incluyen varios productos de diferentes tallas o colores a devolver. Algunos comercios presentan tasas de devolución del 20 al 40 por ciento de las ventas online.

El coste que supone esta tendencia podría paralizar algunos comercios y los expertos cifran las pérdidas anuales en todo el mundo provocadas por las devoluciones en 642.600

millones de dólares en 2015. Se estima que las devoluciones de compras por Internet les cuestan a los comercios británicos 20.000 millones de libras al año y a medida que aumentan la proporción de compras online lo hace también el coste que conlleva el procesamiento de los productos devueltos. Como resultado de ello, los comercios deben encontrar la forma de reducir la cantidad de dinero que recorta sus beneficios debido a la logística inversa.

Si las devoluciones dejan de ser gratuitas y se cobra a los clientes ello afectaría indudablemente a la relación entre el comercio y sus compradores online. Las devoluciones sin problemas se consideran un importante elemento de las compras online, y un 60 por ciento de los consumidores británicos afirman que no comprarían ropa online si el comercio no ofrecería devoluciones gratuitas. Además, el 37 por ciento de los consumidores en todo el mundo consideran que la información clara sobre las devoluciones es especialmente importante a la hora de elegir una tienda online y el 92 por ciento de los compradores dicen que comprarían de nuevo a un comercio si les satisface su política de devoluciones.

### **Limitar el impacto negativo de las devoluciones**

Aunque las devoluciones son evidentemente un elemento inevitable y esencial del comercio minorista, las actividades para controlar las pérdidas provocadas por ellas pueden ayudar a proteger el rendimiento y la sostenibilidad del negocio a largo plazo. La logística del Sistema en su conjunto se debe evaluar para identificar dónde se puede mejorar la eficiencia para limitar el coste de la gestión de las devoluciones. La precisión en cada etapa del proceso es fundamental para asegurar el éxito, y la implementación de procedimientos claros y lógicos es especialmente importante para aumentar la eficiencia.

La adopción de nuevas tecnologías que ayuden a gestionar el flujo inverso de productos se ha destacado como una de las mejores maneras de recortar costes y aumentar la

productividad ya que la plantilla necesita disponer de las herramientas adecuadas para finalizar el trabajo de la forma más efectiva. En concreto, merece la pena prestar atención a aspectos que pueden parecer secundarios y que a menudo se pasan por alto, especialmente las etiquetas y los dispositivos utilizados para realizarlas.

En efecto, las etiquetas impresas de alta calidad pueden desempeñar un papel importante para mejorar las operaciones de logística inversa. Por ejemplo, un comercio que incorpore en el paquete una etiqueta donde el cliente tenga que escribir a mano la dirección y pegarla al paquete con cinta adhesiva no es una idea especialmente buena. Aunque el paquete vuelva siempre al almacén del comercio, es posible que la etiqueta resulte dañada o que sea difícil de leer, y que el personal se vea obligado a abrir el paquete antes de que se pueda procesar, ya que los datos del cliente y la razón de la devolución se encuentran a menudo dentro de la caja con el producto. El resultado es un trabajo que exige mucha mano de obra y mucho tiempo con muchos pasos que se pueden evitar.

Este trabajo puede verse muy simplificado y completado en menos de la mitad del tiempo mediante la utilización de embalajes diseñados para las devoluciones y con la incorporación de etiquetas adhesivas preimpresas y escaneables con códigos de barras que contienen toda la información necesaria para procesar la devolución. El consumidor solo tiene que pegar la etiqueta al paquete y devolverlo al comercio sin complicaciones para mejorar la experiencia del cliente. Cuando se recibe, los operarios del almacén escanean el código de barras para conocer todos los detalles que necesitan para completar la devolución en un tiempo mínimo sin necesidad de abrir el paquete.

### **Aumento de la eficiencia con impresoras industriales de sobremesa de alta calidad**

Para lograr la máxima eficiencia, la calidad de los códigos de barras impresos es fundamental ya que una mala reproducción puede dar como resultado la pérdida de tiempo

cuando se intenta encontrar la información correcta. De ahí que sean vitales las impresoras industriales de sobremesa de alta calidad o las impresoras móviles de etiquetas. Modelos líderes en el mercado, como CL-S521, CL-S621 y CL-S631 de Citizen Systems Europe, se caracterizan por su ingeniería de alta precisión y su diseño especial para un rendimiento óptimo en el entorno adverso del almacén. Estos dispositivos robustos y fiables con mecanismos totalmente metálicos ofrecen velocidades de 150mm por segundo, con un mínimo mantenimiento y con una carga sencilla del medio de impresión para una impresión de códigos de barras consistente y de alta calidad de hasta 300 ppp.

Del mismo modo, estas impresoras versátiles proporcionan los máximos niveles de flexibilidad y compatibilidad, así como una sencilla integración en las aplicaciones y redes existentes dentro de un almacén gracias a las emulaciones estándar ZPL y Datamax incorporados así como soporte de programación para BASIC Interpreter. Cuentan con potentes procesadores de 32 bit y con mucho espacio para almacenar un conjunto de logotipos y tipografías para crear etiquetas especiales de la marca. Son extremadamente compactas y disponen de innovadores sistemas antiarrugas y de tensionado automático para una carga rápida y sin problemas de la cinta para un mayor ahorro de tiempo.

Las previsiones señalan que el número de compradores online en todo el mundo crecerá hasta la impresionante cifra de 1.623 millones en 2018 y las devoluciones constituyen un factor inevitable que los sectores del comercio minorista y la logística deben trabajar para mejorar si las empresas desean obtener el máximo rendimiento al auge de las oportunidades de venta por Internet. En definitiva, poner en práctica la tecnología correcta permite que la compañía preste tanta atención a las devoluciones como la propia compra no solo mejora la experiencia del cliente sino que también aumenta el rendimiento del negocio y reduce el impacto negativo que pueda tener sobre los beneficios.