



El ecommerce usará inteligencia artificial para penalizar a los usuarios con más devoluciones

El auge del comercio electrónico también conlleva un mayor número de devoluciones, una tendencia que está convirtiéndose en una rémora para los e-retailers y sus proveedores de última milla. En este contexto, se están planteando diferentes soluciones, como emplear la inteligencia artificial para identificar mejor los patrones de consumo y cobrar los gastos de la logística inversa únicamente a aquellos que son propensos a devolver productos. “Los retailers saben qué persona devuelve mucho, por lo que empezarán a cobrar a las que devuelven más en lugar de a todos, es decir, empezaremos a ver una personalización de la devolución”, ha vaticinado el director de Operaciones de GLS Spain, Juan Sandes.

Las empresas tienen que gestionar los productos que vuelven al almacén de origen y afrontar los gastos de la logística inversa, ya que “aunque ponga envío y

devolución gratis, no es así, a mí me cuesta el transporte”, ha explicado el director de Operaciones de GLS Spain durante las jornadas de la I Feria Internacional Logistics Spain, celebrada en Guadalajara. Sin embargo, añadir costes de devolución por transporte de forma generalizada no es una opción, aunque ya van incluidos en los precios finales. El director general de Tipsa, Antonio Fueyo, ha alertado de que “no es justo que yo añada en el precio lo que me va a costar el transporte tanto de entrega como de devolución, porque hay gente que es un ‘profesional de la devolución’ y pide cinco tallas para quedarse con una”.

Además del uso de inteligencia artificial para penalizar a los consumidores con más devoluciones, otra de las soluciones propuestas es aprovechar el transporte cuando van a llevar el nuevo producto para recoger el que el cliente no desea. Los actores de última milla también apuestan por reforzar las taquillas y puntos de conveniencia para afrontar el reto de las devoluciones. “Tan solo el 10% pide la entrega de su paquete en un punto de conveniencia, porque lo quieren ya, pero más del 30% solicita entregar su devolución en uno, porque también quieren rapidez a la hora de recuperar el dinero”, aclara Juan Sandes (GLS).

Por otro lado, los actores de última milla presentes en la mesa redonda sobre devoluciones de la I Feria Internacional Logistics Spain han insistido en la necesidad de aclarar la legislación actual sobre este asunto. Han demandado una normativa que les guíe no solo en qué hacer con las devoluciones y cómo penalizarlas, sino también en todo lo que incluye la logística inversa, como el almacenaje de los productos que no pueden volver al mercado.

Desde Neovia Logistics, su EAME Business Development Director, Julia Edler, ha explicado que los eretailers llevan a cabo diferentes propuestas, como entregar los productos devueltos a otras empresas para que los vendan ellos, es decir, que no vuelvan al almacén de origen, o destruirlos, pero alertan de que esto “daña la imagen de marca”. En cualquier caso, las firmas de paquetería emplazan a la Administración a tomar medidas, porque “hay que hacer algo, somos nosotros los

que asumimos el sobrecoste de transporte y almacenamiento”, ha reconocido el director de Operaciones de GLS. Por su parte, Antonio Fueyo (Tipsa) ha señalado que, en el caso de su empresa, ya están cobrando por almacenarlo: “Soy operador logístico y tengo pactado con los clientes que yo lo almaceno un tiempo, pero cobro por ello”.