



**APLICACIÓN DE LA LOGÍSTICA INVERSA COMO HERRAMIENTA PARA LA
GESTIÓN DE DEVOLUCIONES EN OPERACIONES DE VENTA DIRECTA
APPLICATION OF REVERSE LOGISTICS MANAGEMENT AS A TOOL FOR
RETURN IN DIRECT SALES OPERATIONS**

JAVIER OSWALDO RODRIGUEZ BELTRAN

CODIGO 9500606

***ANGELA PATRICIA BACCA**

UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

FACULTAD DE INGENIERIA

ESPECIALIZACION EN GERENCIA DE LOGISTICA INTEGRAL

Bogotá, Colombia

2014

***PROFESORA**

1. Resumen

En la actualidad las empresas que desean sobresalir, deben tener la capacidad no solo de adaptarse a los cambios, deben ser empresas generadoras de cambio, deben ser innovadoras, capaces de vincular procesos con el fin de ser más eficientes, este el caso del uso de la logística inversa, que en la actualidad muchas empresas usan como herramienta para la gestión de sus devoluciones ya sea por una conciencia ambiental, por dar respuesta a legislaciones existentes sobre productos fuera de uso y disposición final de residuos o por que ven en ella la posibilidad de vincularla esta herramienta a su oferta de servicio generando nuevas estrategias de atraer clientes. Este artículo permitirá ver la conexión que existe entre la venta directa y la logística inversa, partiendo desde la importancia de ver las operaciones de retorno de mercancía como una operación específica diferente a la logística directa y que aporta a las compañías la posibilidad de ofrecer nuevos beneficios a los clientes de manera sostenible.

Palabras Clave. Logística Inversa; Logística directa; Venta directa, Devolución de productos

2. Abstrac

Currently companies who wish to excel, must have the ability not only to adapt to changes, but they should be generators of change, must be innovative, able to link processes to be more efficient, use reverse logistics, which currently many companies use as a tool for managing your returns either environmental awareness by responding to existing laws on out-of-use and disposal of waste or because they see the possibility of linking this tool to its service offer generating new strategies to attract customers. This article will see the connection between direct sales and reverse logistics, starting from the importance of seeing the return of merchandise operations as a separate specific operation from direct logistics and gives companies the ability to offer new benefits to customers in a sustainable way.

Keywords. Reverse Logistics; Direct Logistics; Direct Sales, Product Returns

3. Introducción

La logística inversa nace de la necesidad de dar adecuada disposición a cualquier material, producto en proceso o producto final que estando en lugar de destino, por diferentes razones o motivos debe iniciar un proceso de retorno, la logística inversa nos define los movimientos que deben realizar estas unidades a lo largo de la cadena de suministro, Hasta llegar al punto donde se les dará un nuevo carácter (De la Fuente & Rios, 2009), Durante los últimos años se ha visto un grandes oportunidades en la aplicación logística inversa, que van desde cumplimiento de la legislación, que en algunos países de Europa y Asia ya es muy estricta, pasando, por la conservación del medio ambiente, la oportunidad de recuperar materiales de difícil consecución, reciclaje como un proceso productivo, la gestión o disposición de los productos desechados por las empresas durante su proceso productivo y los residuos generados por sus productos (Rubio Lacoba, 2003), sin embargo existe una operación que para el común de los empresarios es la más común y que será el objeto de estudio. Estas son las devoluciones de producto (De la Fuente & Rios, 2009) unidades que se retornan ya sea por cambio, avería, Unidades que el cliente no solicito o que solicito pero tiene la opción de cambio por que no era lo que esperaba.

El trabajo busca resaltar las implicaciones de los proceso de logística inversa para aquellas empresas que están en el negocio de venta directa y que ofrecen como servicio a sus clientes la posibilidad de devolución de productos finales, esta oferta de servicio puede ser vista como una ventaja competitiva, Sin embargo si se ejecuta de manera errada y no se da la efectividad requerida tendremos clientes insatisfechos, lo que convertiría una oportunidad de fidelizar un cliente, en un problema de servicio, de ahí la importancia de contar con un proceso capaz de soportar los requerimientos del mercado.

Un aspecto muy importante que debemos tener presente y que da mayor importancia al estudio de la logística inversa para el mercado de venta directa en Colombia, es el crecimiento que este tipo de negocio ha tenido en los últimos años, En cifras generales Asia y el pacifico es el mayor mercado de venta directa en el mundo con un 44% de participación, mientras Estados unidos tiene un 19% de la participación, En Colombia la venta directa esta desde hace 26 años, pero relámete es en los últimos 10 años donde ha ganado más terreno, para el 2012 se reportaron ingresos por mas US\$2.9 billones (Guzman, 2014).

A pesar de tener en este momento un nivel de popularidad muy alto, este tipo de negocios es poca la información que se encuentra sobre el tema de las devoluciones, Otro factor que hace de esta investigación valiosa en su aporte.

Ya que como se mencionó anteriormente es poca la literatura que existe sobre el tema específico de las devoluciones y más escasa a un que se trate el tema de los recojos visto desde la operación de logística inversa.

4. Marco Teórico y Empírico

4.1 Problemática de la devolución de mercancías en operaciones de venta directa.

La venta directa es uno de los negocios que mueve grandes sumas de capital tal como lo vemos en la ilustración 1. En el 2012 este negocio facturo 165 billones de dólares, una cifra bastante abultada que da cuenta del impacto que este negocio tiene en la sociedad. Sin embargo la pregunta es. ¿Todo lo que las empresas despachan es igual lo que los clientes desean?, ¿Qué sucede cuando un cliente reclama y desea devolver un producto?, ¿Las compañías de venta directa tienen operaciones que permitan realizar los recojos de forma efectiva?

Si bien en este caso no se trata de un tema ambiental, es importante considerar que alternativas existen para atender a los clientes insatisfechos, tal como se ve en la ilustración 3 se estima que en el año 2012 la cantidad de personas vinculadas al negocio de venta directa rondaba las 90 millones de personas en el mundo, ¿Qué sucede si cada vendedor decide realizar una reclamación y esta solicitud se repite en varios pedidos?. Esta situación tiene dos aspectos relevantes, el primero consiste en ofrecer al cliente la posibilidad de devolver unidades bajo ciertas condiciones esto como un tema de servicio y el segundo se trata de una creciente legislación sobre la protección del consumidor.



Ilustración 1 *Facturación venta directa 2012* (Direct selling News, 2013)

4.2 Definición de la logística inversa.

El consejo ejecutivo de logística inversa de Estados Unidos, define la logística inversa como: “El proceso de planificación, implementación y control eficiente del flujo efectivo de costes y almacenaje de materiales, inventarios en curso y productos terminados, así como la información relacionada desde el punto de consumo al punto de origen, con el fin de recuperar o asegurar su correcta eliminación” (Citado por Feito Cespon, 2014).

Otra definición que podemos considerar sostiene que la logística inversa “son las actividades que involucran la administración, procesamiento, reducción y disposición de residuos o productos desde producción, residuos de embalaje (cajas, pallets, bidones, entre otros) y/o bienes usados por el cliente hasta el punto de origen, reproceso o destrucción” (Dyckhoff, Lackes, & Reese, 2004)

Definiciones que son muy valiosas teniendo en cuenta que enmarcan claramente lo que abarca el proceso de logística inversa y cuál es el propósito de la misma, desde un punto de vista general, válido para cualquier actividad.

La logística inversa permite dar disposición a cualquier materia prima, producto en proceso o terminado. No solo cuando estos están al final de su vida útil o en manos del cliente final, muchos consideran que es en ese momento donde tendrá aplicación la logística inversa. Sin embargo, contrario a lo que normalmente se piensa, es identificando cada punto del proceso en donde se presentaron averías, desperdicios o devoluciones, donde se debe considerar implementar operaciones de logística inversa, buscando incorporar nuevos elementos que haga el ciclo de retorno eficiente, como se menciona en la definición, el objetivo es realizar la recuperación o una correcta eliminación. Sin olvidar ese vínculo espacial que existe entre la logística inversa y la conciencia ambiental.

4.3 Diferencias Entre la logística inversa y la logística directa

Es importante indicar las diferencias existentes entre la logística directa y la logística inversa, esto con el fin de dar claridad entre un concepto y otro, entendiendo que si bien las dos tienen por objetivo garantizar los flujos ya sea de mercancía o de información, su desarrollo tienen características distintas, lo que hace que se deban tener consideraciones distintas para su implementación, en algunas empresas el mayor error es considerar que se pueden utilizar las mismas estrategias de logística directa en la inversa.

Tabla 1. *Diferencias Entre Logística Directa y Logística Inversa*

Logística directa	Logística inversa
Estimación de demanda relativamente cierta	Estimación de demanda más compleja
Transportación de uno a muchos generalmente	Transportación de muchos a uno generalmente
Calidad del producto uniforme	Calidad del producto no uniforme
Envase del producto uniforme	Envase a menudo dañado o inexistente
Precio relativamente uniforme	El precio depende de muchos factores
Reconocida importancia a la rapidez de entrega	A menudo no es importante la rapidez en la entrega
Los costos son claros y monitoreados por sistemas de contabilidad	Los costos inversos son menos visibles y rara vez se contabilizan
Gestión de inventario relativamente sencilla	Gestión de inventario muy compleja
Ciclo de vida del producto gestionable	Ciclo de vida del producto más complejo
Métodos de marketing bien conocidos	El marketing puede estar complicado por varios factores

(Tibben-Lembke & Rogers, 2002)

4.4 Aplicación De la logística inversa a nivel mundial

Impulsado inicialmente por la consciencia ambiental más que por cualquier otro de los beneficios que brinda la logística inversa, la recuperación de materiales como: Productos eléctricos y electrónicos, Cartón, vidrio, metales, materiales de reciclaje o solo de recuperación, hará que las empresas generadoras como otras consideren cambios en la estructura de sus procesos. En un mundo globalizado donde el nivel de consumo está creciendo considerablemente, incrementando del mismo la cantidad de artículos a los cuales se les debe dar una correcta disposición.

Se considera que las pequeñas y grandes empresas en la unión Europea generan el 50% de los residuos, (Balli Morales), situación que no solo está pasando en este lugar del mundo, En estados Unidos La recuperación de productos, averiados o recuperados como parte del servicio postventa es un negocio de más de 1000 millones de dólares por año (Miralles, Marin, Canos, & Oscar, 2008).

Según la empresa Suru Inversa, el negocio de la logística inversa en España está entre los 10.000 y 20.000 millones de euros y en toda Europa puede ascender a los 200.000, lo que significa entre el 1% y el 2% del PIB. (Anonimo, La logística inversa como factor competitivo: empresas comprometidas con el entorno, 2012)

Esto no solo indica una nueva tendencia, si no que indica que en los próximos años la logística inversa será uno de los negocios de mayor crecimiento en el mundo. Generará especiales

oportunidades a empresas nacientes de Reciclaje, almacenaje, transporte y destrucción de materiales. (Muñoz Bautista, Garcia Gonzalez, & Vite Gomez, 2008).

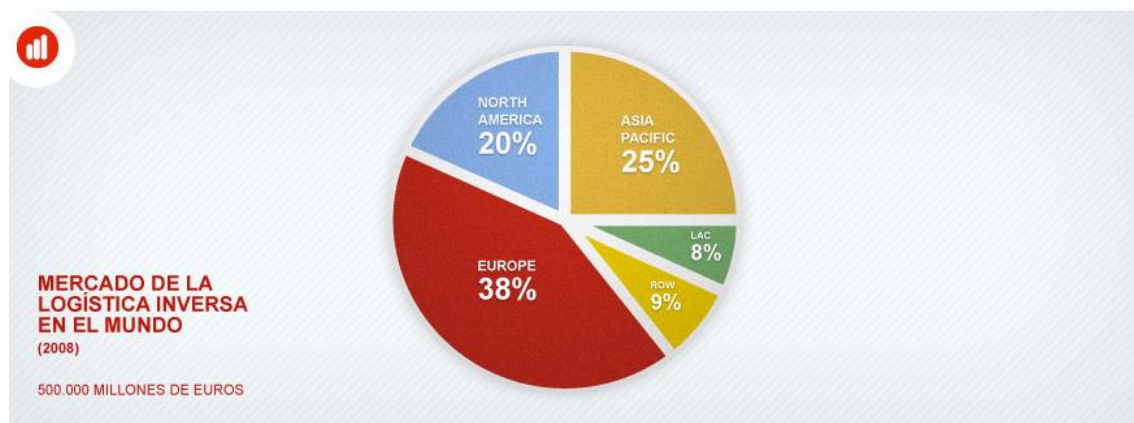


Ilustración 2. Mercado logística inversa en el Mundo (Anonimo, surusin, 2014)

4.5 Casos de éxito de Logística inversa.

O-I Peldar, Empresa Productora De vidrio plano, utiliza vidrio reciclado para su operación, el cual representa el 52% de la materia prima de la producción, generando ahorros considerables en agua aprox el 50%, unos 3400 Kilovatios, 3000 botellas recicladas equivalen a una Tonelada menos de materias primas.

Tetra pack, Líder mundial en la solución para el procesamiento y envases de alimentos, recicla 600 toneladas al año de empaques los cuales son convertidos en láminas de aglomerado, tejas termo acústicas, papel y cartón. (Anonimo, Doble vía, 2006), empresas en el mundo como Daimler Chrysler, BMW, Volkswagen, Dell, IBM, Xerox, Dupont. Empresas que utilizan procesos de logística inversa para la reutilización de partes, Reciclaje, artículos para Donaciones, remanufactura. (Monrroy & Ahumada, 2006).

4.6 Definición de Venta directa.

La WfDSA Describe la Venta directa como: “La comercialización de productos y servicios directamente al consumidor, cara a cara, generalmente en sus hogares o los hogares de otros, en el lugar de trabajo y otros lugares fuera de locales minoristas permanentes, normalmente mediante la explicación o demostración personal de un vendedor directo independiente”. (World Federation of Direct Selling associations)

La definición permite encontrar en ella varias características que hacen de la venta directa un negocio tan especial tal vez uno de los más importantes es ese trato personal entre vendedor y comprador, que en muchos de los casos es el cliente final, es decir que el canal permite entre otras cosas y como su nombre lo indica llegar de manera directa al cliente final, eliminando intermediarios, lo que permite acercar de mejor manera el producto al cliente, lograr mejores precios y sobre todo saber de primera mano lo que el cliente está pensando, sobre los productos, los precios y la misma marca en sí.

Otro aspecto relevante en la definición que se debe tener presente es que el vendedor es quien visita al comprador, claro sin ser esto una regla obligatoria, sin embargo si permite evitar el desplazamiento del cliente, lo que se convierte en otra ventaja con respecto a otros modelos de ventas. Esta situación nos lleva a encontrar otra ventaja que las compañías de este canal descifraron hace mucho tiempo y es el no tener la necesidad de un espacio físico donde realizarlas ventas, es un punto muy valioso considerando el aspecto en términos económicos.

Existen algunos aspectos no son tocados en definición y que son relevantes al momentos de estudiar la venta directa, estos son: 1) El elemento más importante para una persona que se dedica a este negocio después de su habilidad es el catalogo o revista como muchos lo llaman, el catalogo hace la veces de vitrina es el medio con el cual el vendedor conecta a comprador con los productos y con la misma empresa. Sin que el comprador haya visto o tocado los productos son las fotos del catálogo las que motivan al comprador, también es el lugar donde las empresas colocan sus promociones o descuentos (Figueredo).

Otro aspecto que no lo delimita la definición, pero que está implícita en las operaciones de venta directa es la relación que existe entre los vendedores y las empresas, en donde no existe ningún vínculo laboral, ni la existencia de una figura patronal, sin la existencia de un horario o de un lugar físico donde ejercer y mucho menos el concepto de salario. Un vínculo casi informal, sin la reglamentación de un trabajo formal, que ha hecho de que las empresas de venta directa gracias a su modelo, tengan gastos mucho menores a los de empresas con personal formalizado. (Tegliabue, 2011).

4.7 La venta directa en el mundo.

La venta directa en el mundo se ha establecido de tal manera que las grandes empresas tienen ingresos multimillonarios en todo el mundo, en el siguiente cuadro veremos el ranking de las empresas más grandes en el mundo, en el negocio de la venta directa.

Tabla 2. *Ranking de las empresas más grandes de venta directa en el mundo*

2014 Rank	Company Name	2013 Revenue	2014 Rank	Company Name	2013 Revenue
1	Amway	\$11.80B	8	Tupperware	\$2.67B
2	Avon	\$9.95B	9	Belcorp	\$1.96B
3	Herbalife	\$4.80B	10	Oriflame	\$1.95B
4	Vorwerk	\$3.70B	11	Primerica	\$1.27B
5	Mary Kay	\$3.60B	12	Ambit Energy	\$1.20B
6	Natura	\$3.20B	13	Telecom Plus	\$1.10B
7	Nu Skin	\$3.18B		Total	\$50.38B

(Direct Selling News, 2014)

Los productos que se comercializan por catálogo son muy variados, tales como Joyería y bisutería, productos de cocina, productos especializados para el hogar, pequeños electrodomésticos, productos de limpieza, golosinas, embutidos, ropa y accesorios, pero los productos que tal vez son los más comercializados son los cosméticos y los productos de nutrición (Ongallo, Ed).(2012).

Un factor que no podemos desconocer a los momentos de estudiar la situación de este tipo de negocios es la fuerza de ventas que agrupa la cual para el 2012 era de 89.6 millones de personas en el mundo.

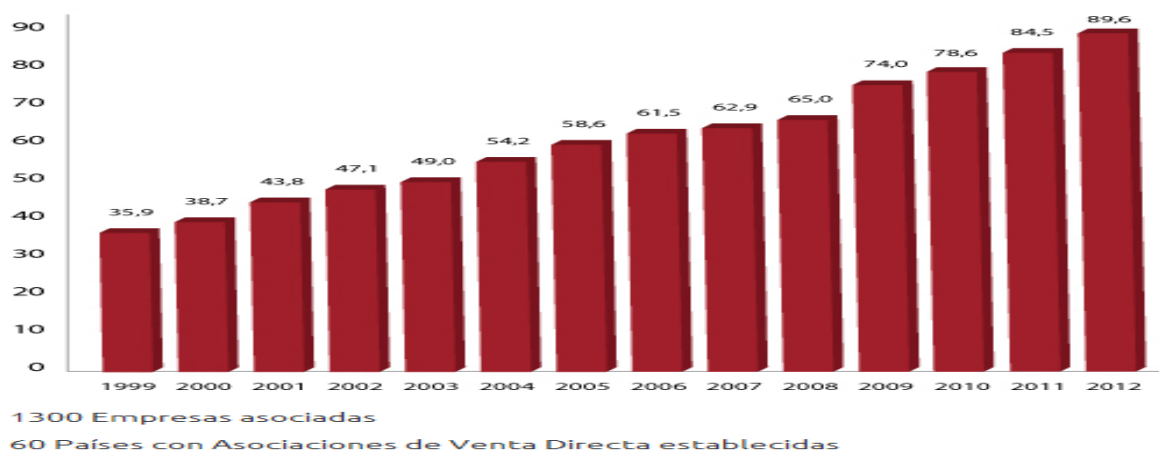


Ilustración 3. *Fuerza de ventas Global* (Camara Argentina de venta Directa, 2013)

En Colombia el negocio de la venta directa para el año 2012 fue de 2.9 billones de dólares y contaba con una fuerza de ventas de alrededor de 1.000.000 personas vinculadas a este negocio como vendedores (Vergez, 2014)

4.8 La venta Directa y la logística inversa.

Inicialmente es posible que no se considere una relación directa entre la venta por catálogo y la logística inversa, sin embargo si se tiene presentes los datos anteriormente mencionados se evidenciarán que la relación es mucho más fuerte.

Algunos de estos factores son:

- Material factible de recuperación como, plásticos, vidrio, papel
- Disposición de PFU (Productos fuera de uso)
- Gestión de Residuos por parte de los fabricantes
- Cumplimiento de normas gubernamentales
- Manejo de devoluciones por reclamos o servicio

(Rubio Lacoba, 2003)

Teniendo en cuenta los procesos de logística inversa que se pueden realizar en un mercado de Venta directa y teniendo en cuenta los volúmenes en dinero, personas y unidades que moviliza es evidente la relación que estos dos conceptos tienen.

Para enmarcar el proceso de Logística inversa podemos considerar 4 grandes grupos en los cuales se dividen los motivos de devolución en toda la cadena y los podemos organizar en orden cronológico pensando en el proceso de la cadena de suministro. (Monrroy & Ahumada, 2006)

Causales de devolucion

- Devoluciones en la Manufactura.
- Devoluciones en la Distribución.
- Devoluciones en el consumo.
- Devoluciones en el Post consumo

Esta división nos da la posibilidad de evaluar la logística inversa desde puntos distintos de la cadena según como se dé la necesidad de cada estudio y será muy valioso al momento de definir el alcance de cada uno de los procesos, sin embargo para el caso específico de este estudio nos centraremos en las devoluciones generadas en el consumo, ya que es en este momento en donde esa oferta de servicio que realizan algunas compañías a los clientes debe ser cumplida, Resulta

oportuno mencionar en este aspecto cuales son los motivos por los cuales los clientes de venta directa realizan solicitudes de devoluciones

- Unidades que no se solicitaron
- Unidades que llegaron cambiadas, se solicito de color azul y llego rojo
- El producto presenta Avería en casos extremos vencimiento
- El producto genero algún tipo de daño al cliente en momento de la aplicación o durante su uso

4.9 Servicios de transporte

Claramente las empresas dedicadas a la venta directa, tienen como objetivo vender, de tal manera que requieren de un aliado estratégico que realice las operaciones asociadas a la entrega de los pedidos tal como recepción, cross-docking Distribucion implementación de tecnologías para control de los vehículos de la carga y claramente operaciones de logística inversa permita que sus pedidos lleguen a tiempo y en las condiciones que el cliente solicito, (Antun, 2013)

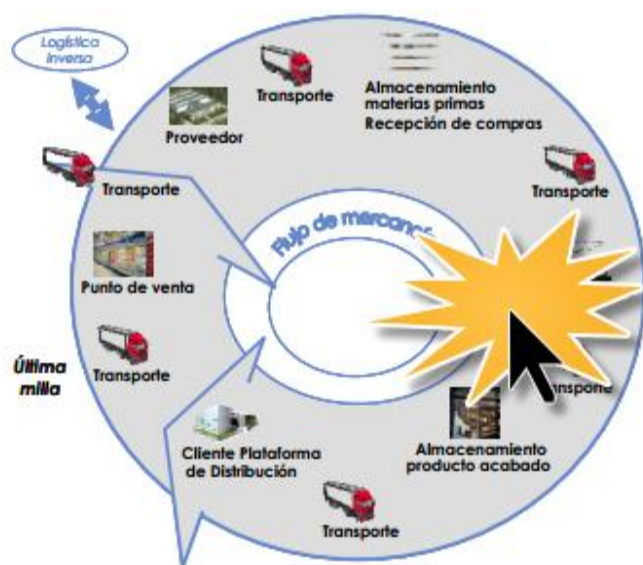


Ilustración 4 *Ciclo Cadena Logística* (Perez, 2008)

Teniendo en cuenta lo anteriormente descrito es claro que no solo las compañías que producen y venden productos por catálogo sino también las empresas que realizan las operaciones de reparto deben considerar desarrollar o implementar procesos de logística inversa

Existen aspectos muy importantes que las compañías de transportes deben considerar al momento de ofrecer o realizar proceso de recuperación de productos de devolución entre ellas

tenemos la incertidumbre generada por el volumen a recuperar, generalmente los equipos de trabajo no están familiarizados con las características de los productos a recoger, incertidumbre para definir cuál es el mejor momento para recoger, realizar la visita al cliente, por si sola no es garantía de éxito, en muchas ocasiones se deben realizar operaciones auxiliares con realizar un contacto previo con el cliente. También se debe tener presente la incertidumbre que genera la posibilidad de que el cliente quiera devolver un artículo que no cumple con las características del productos autorizada para realizarlo Finalmente se debe considerar la incertidumbre derivada de la igualdad entre las cantidades autorizada a recoger y las que el cliente tiene para entregar. Todo esto disminuye la probabilidad de éxito en operaciones de recojo, (Rubio Lacoba, 2003) adicional a las anteriores dificultades también se suman temas de infraestructura vial y de seguridad

5. Metodos y Materiales

Durante varios años se ha generado un mayor aporte académico a la logística hacia adelante o logística Tradicional, definiciones como: “El proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo” (Lamb, Hair, & McDaniel, 2006) o “El movimiento de los materiales desde una fuente u origen hasta un destino o usuario” (Magee, 1968), permiten ver la consideración de los autores sobre el sentido o la dirección en el flujo de materiales y de información de la logística Tradicional, sin embargo una cadena logística vista en su totalidad incluye un proceso de la logística inversa. (Krumwiede & Sheu, 2002)

De la conceptualización de la logística inversa, el conocimiento del negocio de la venta directa y la intervención de las compañías de transportes en los procesos de entrega y recolección de unidades Se pude entender la importancia de estudiar proceso de recojos o devoluciones. El estudio abordara el proceso antes mencionado de artículos fuera de uso en poder del cliente.

De las cuatro metodologías de estudios existentes exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2003) se utilizara una estudio explicativo con un enfoque cualitativo. Se dará ese acercamiento monitoreando la experiencia en el tema de devoluciones que tiene el personal de las plataformas logísticas que prestan el servicio de entregas a empresas de venta directa.

Con el fin de soportar el articulo investigativo, es necesario realizar un proceso de consecución y estudio de datos de forma Programada, teniendo presente el nivel de profundidad al que se quiere

llegar, (Torres, Paez, & Salazar) Para el caso del presente Artículo con el fin de llegar a respuestas de ¿cómo? Y ¿porqué? La implementación correcta de procesos de logístico influye en la efectividad del proceso de recojos el método de recolección de datos que soportara la investigación será el de encuestas las cuales serán dirigidas a personas que estén involucradas en empresas de transporte y que realicen procesos de recolección de productos ya sea que ligen o no estas operaciones a un proceso de logística inversa, esto con el fin de encontrar esas características que dificultan la operación y que pueden ser susceptibles de cambio para mejorar el rendimiento del servicio ofrecido. El estudio utilizara una muestra no probabilística con un muestreo de conveniencia el cual se basa en el criterio del investigador para elegir los elementos sobre lo que este puede considerar que aportara al estudio si bien la investigación no es exploratoria debido al tiempo que se tiene es la mejor alternativa (Oroche, <http://scholar.google.es/>) este valido teniendo en cuenta que los encuestados hacen parte de una población especifica que tienen familiaridad con el tema tratado.

La hipótesis evaluada corresponde a la siguiente afirmación: La operación de recojos será mucho más eficiente si se contempla como una operación de logística inversa

Debido al tiempo que se tiene las encuestas serán telefónicas esto permitirá ubicar en corto tiempo a las personas a las que se desea entrevistar, la redacción de las preguntas es uno de los temas más importante para garantizar que obtengan resultados valiosos (Chica & Castejon, 2006)

Las preguntas que se desarrollaron para la encuesta buscan evidenciar el conocimiento de las personas involucradas en procesos de recojos sobre la logística inversa y la relacion que esta tiene con la venta directa .

1. ¿Sabe usted que es logistica inversa, indique que sabe del tema? Esta Pregunta busca conocer la relacion que existe entre lo que saben los entrevistados y lo que El consejo ejecutivo de logística inversa de Estados unidos y definen como logistica inversa.
2. ¿Su operación contempla logistica inversa como un proceso regulado y establecido ? La segunda pregunta va enfocada a determinar si las empresas consideran la logistica inversa como un proceso estructurado o solo realizan la operación casi por casualidad.
- 3 ¿ La operación tradicional de una empresa de paquetero que trabaja para empresas de venta directa es la entrega de pedidos. Considera usted que realizar recojos requiere el mismo esfuerzo indique diferencias? En el caso de la tercera pregunta tiene varios propositos el primero es darle

a entender al entrevistado que existe diferencias en entregar y recoger para que se vaya enfocando y tener en la cuarta pregunta observaciones más certeras y confirmar lo que Tibben-Lembke & Rogers, 2002 indican son las diferencias entre logística directa y logística inversa

4 ¿Cuáles Son las principales dificultades que usted encuentra en la operación de recojo? con un entrevistado más enfocado la pregunta 4 busca identificar cuáles son esas dificultades que operacionalmente encuentran los entrevistados y que similitud hay con lo que indica Rubio Lacoba

5 ¿Por favor indique cuál es el porcentaje de efectividad que maneja su compañía en la operación de recojos que realiza? La pregunta permite identificar cuantitativamente que nivel a que nivel de efectividad están operando y que tan urgente es regular el proceso con las herramientas de la logística inversa

6 ¿Desde su punto de vista y teniendo en cuenta su cercanía con los vendedores derivado de la relación que sea creada por las entregas, considera usted que los recojos son importantes como servicio para los clientes? La sexta pregunta busca resaltar la relación que existe entre un recojo y la percepción de servicio que tiene el cliente. Es decir que de encontrara que los clientes valoran el servicio esto será un motivo más para resaltar la validez de establecer procesos claros de logística inversa en operaciones de recojo

Si bien el marco teórico contempla información valiosa sobre la venta directa esta información busca dar una idea al lector a la magnitud del negocio y lo que puede significar un proceso estructurado de logística inversa sin embargo dentro de las preguntas no se hará referencia al tema ya que los valores mencionados sobre facturación y número de vendedores en el mundo no da lugar a duda sobre la importancia del negocio.

6. Resultados y Análisis

De las respuestas de la primera pregunta podemos resaltar que 5 de los 8 encuestados tienen un buen acercamiento al tema sin embargo 4 de ellos limitan el tema y no dan información más certera al tema, de hecho solo 2 lo expresan como proceso, en su mayoría lo asocian con reciclaje y solo 3 de ellos lo relacionan con el servicio de recojos 2 Manifestaron no saber del tema. Esto lo que indica es que existe una gran oportunidad en el sentido de difusión del tema y las ventajas que da la logística inversa.

De la segunda pregunta Nos revela una realidad bastante desafortunada, ninguno de los 8 encuestados tiene un proceso de logística inversa desarrollado y menos a un nivel de control. Lo que se suma a la importancia de desarrollar este mecanismo.

Las respuestas a la tercera pregunta muestran que efectivamente el autor (Tibben-Lembke & Rogers, 2002) y el personal entrevistado concuerdan en que el manejo del inventario y el manejo de material en mal estado son diferencias entre la logística inversa y la directa. Existen otros aspectos que podemos resaltar, entre ellos 2 de los 8 encuestados realizan una operación previa antes de hacer las visitas, realizan llamadas telefónicas, los 8 encuestados afirman con claridad que realizar un recojo genera más dificultad, lo que podemos ligar a las respuestas de la pregunta 3 donde se evidencia que no cuenta con un proceso establecido lo que incrementa esa dificultad.

El resultado de evaluar las respuestas a la pregunta cuatro también son concluyentes, existe una gran afinidad con lo que dice el autor Rubio Lacoba, sobre la incertidumbre, se observa especialmente con la calidad y unidades a recoger y el momento en el cual se hace la visita. Existe un tema que si bien los autores no lo mencionan según lo evidenciado el operador si lo resalta y es el tema del pago por ese servicio de recojo el cual consideran que genera más dificultad pero menor ingreso, los 8 encuestados referenciaron el tema del pago. situación que debemos tomar como determinante.

Con las respuestas a la pregunta cinco se evidencia una necesidad urgente de avanzar en un proceso de logística inversa 4 de las 7 empresas están por debajo del 50% en efectividad y ninguna llega siquiera al 75%. Es claro que las dificultades expuestas por los entrevistados para ser efectivos con los recojos generan más dificultades de las que se evidencian inicialmente y se ven reflejadas en los bajos resultados de efectividad dando validez al objetivo número dos del artículo.

Con las respuestas de la pregunta 6 se observó que la totalidad de los encuestados concuerdan en que el servicio de recojo es bien visto, sin embargo 4 de los 8 e indican que las consultoras les molestan que no siempre se haga efectivo el servicio.

7. Conclusiones

Durante el desarrollo del presente artículo se observó un gran cantidad de información sobre la logística inversa se evidencia que a pesar de ser un tema que hasta hace poco se investiga de forma específica hay mucha fundamentación sobre el cómo el para qué y donde se debería dar su aplicación, también hay información de los múltiples beneficios que trae para las compañías su desarrollo del mismo modo fue fácil acceder a información sobre la venta directa y el gran impacto que ha tenido en la sociedad lo que da cuenta de lo importante de este tipo de negocio en la sociedad, impactando no solo a sociedades de países desarrollados sino también en los que están en vías de desarrollo impresiona saber que más de 90 millones de personas se dedican a este negocio, Sin embargo es muy poca la literatura que se encontró que relacione la logística inversa con un tema de devoluciones en el negocio de la venta directa, existe mucha literatura sobre el reciclaje y como muchas empresas adoptaron la logística inversa para recuperar materiales para su reutilización ya sea porque es más económico o porque son materiales de difícil consecución. Pero del uso de la logística inversa como factor de servicio en las devoluciones que realizan las personas dedicadas a la venta directa no se encontró más que un acercamiento de tratamiento a los PFU. Productos fuera de uso que si bien fue muy valioso no deja de ser poco

En este sentido este trabajo es valioso por que aporte ese acercamiento de una herramienta excelente como la logística inversa a un gran negocio como la venta directa

De la consolidación de la información generada de las encuestas se encontró una gran similitud entre las dificultades que tiene operacionalmente las empresas de transporte que realizan operaciones de recojo y lo indicado por el autor Rubio Lacoba sobre el tema de las incertidumbres que se encuentran al momentos de realizar recojos, se estableció que la mayores dificultades son La dificultad para que coincida la visita de recojo con encontrar al cliente y que este tenga las unidades, las características del productos es uno de los aspectos más influencia la no efectividad y está relacionado a que los clientes quieren retornar unidades en cantidades menores o mayores a las indicadas en los documentos de recojo o quieren retornar unidades en calidades muy inferiores, es decir usadas o averiadas. Un aspecto fundamental en la deficiencia del proceso es el costo del servicio es tal vez el más influyente mencionado por todos los encuestados, sin embargo el tema de como costear un sistema de devoluciones tampoco tiene

información dentro de la literatura que se utilizó como soporte a este artículo, es un tema tan relevante y de tan poca literatura que será muy válido como tema de estudio para un nuevo artículo.

Después de revisar la bibliografía y conocer el punto de vista de personal involucrado en la operación de recojos se evidencian dos aspectos fundamentales para incrementar la efectividad del proceso, la primera es eliminado o por lo menos disminuyendo la incertidumbre asociada a ubicar a los clientes y que estos tengan las unidades y cantidades requeridas, esto se puede hacer por medio de llamadas de contacto. Donde la empresa prestadora del servicio acuerda una cita con el cliente y le manifiesta que unidades debe tener y en qué condiciones. Esto permitirá disminuir las visitas inoficiosas y aumentara las visitas a clientes que si cumplen los criterios de devolución por otro lado el tema más álgido y influye en el resultado del recojo es factor dinero, los proveedores de servicio manifiestan que el valor que se les paga es muy inferior al de una entrega pero que requiere más esfuerzo en este caso si bien se detectó eso como punto crítico no es posible indicar como se debería proceder, sim embargo si se puede establecer que al tener una mejor negociación existe la probabilidad de incrementar la efectividad del proceso.

En general los el trabajo permitió vincular una herramienta poderosa como la logística inversa a un negocio mundial como la venta directa permitiendo encontrara beneficios y oportunidades en el estudio de un aspecto en particular como el recojo de productos en manos del cliente, desde una perspectiva de servicio. Adicional a lo encontrado es muy valioso el articulo como elemento de consulta para próximos estudios a para empresarios involucrados en el negocio de venta directa que quieran involucrar nuevas herramientas en sus operaciones.

8. BIBLIOGRAFIA

- Anonimo. (13 de Octubre de 2006). *Doble vía*. Recuperado el 21 de Junio de 2014, de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/especial-comercial/articulo/doble-via/37375>
- Anonimo. (Noviembre de 2012). La logística inversa como factor competitivo: empresas comprometidas con el entorno. *Cápsula de tendencia sectorial: Logística*. Barcelona, Cataluña, España.
- Anonimo. (21 de Julio de 2014). *surusin*. Obtenido de <http://www.surusin.com>
- Antun, J. (2013). *Distribución Urbana de Mercancías: Estrategis con Centros Logisticos*. Mexico: Biblioteca Felipe Herrera Banco Interamericano de Desarrollo.
- Balli Morales, B. (s.f.). La logística de reversa o inversa, aporte al contro de devoluciones y residuos en la gestionde la cadena de Abstecimiento .
- Camara Argentina de venta Directa. (junio de 2013). Recuperado el 24 de Julio de 2014, de CAVEDI:<http://www.cavedi.org.ar/page.php?language=sp§ion=panorama-en-el-mundo&action=datos-del-mercado-mundial>
- Chica, A., & Castejon, J. (2006). Elaboracion, Analisis e interpretacion de encuatas Custionarios y escalas de Opinion. Alicante: Marfil S.A.
- Citado por Feito Cespon, M. (17 de Julio de 2014). *La logistica inversa en España*. Obtenido de Monografias.com:<http://www.monografias.com/trabajos46/deterioro-medioambiental/deterioro-medioambiental2.shtml>
- De la Fuente, M. V., & Rios, L. (2009). Aplicación de Redes de Petri para la modelización de procesos en Logística Inversa. *3rd International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management*. Barcelona.
- Direct selling News*. (Junio de 2013). Recuperado el 02 de Agosto de 2014, de <http://directsellingnews.com/index.php/subject/news>
- Direct Selling News*. (30 de Mayo de 2014). Recuperado el 24 de Julio de 2014, de http://directsellingnews.com/index.php/view/2014_dsn_global_100_list#.U9Gz0uN5OSq

- Dyckhoff, H., Lackes, R., & Reese, J. (2004). *Supply Chain Management and Reverse logistics*. Berlin: Springer.
- Figueredo, A. M. (s.f.). *Venta directa y marketig*. Recuperado el 23 de Julio de 2014, de <http://200.16.86.50/digital/658/dt/aportespedagogicos/figueiredo1-1.pdf>
- Guzman, J. L. (21 de Abril de 2014). *Ventas por catálogo, un negocio que está creciendo en el país*. Recuperado el 13 de Julio de 2014, de El país: <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/>
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2003). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Krumwiede , D., & Sheu, C. (2002). A model for reverse logistic entry by third-party providers. *Omega the International Journal of Management Science*, 325-333.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2006). *Marketing*. Mexico: Thomson Editores.
- Magee, J. (1968). *Industrial Logistics; Analysis and Management of Physical Supply and Distribution Systems*. Madison: McGraw-Hill.
- Miralles, C., Marin, J., Canos, L., & Oscar, G. (3-5 de septiembre de 2008). *Logística Inversa: impacto ambiental y económico en la gestión de la cadena de suministro*. Burgos, España.
- Monrroy, N., & Ahumada, M. C. (7 de Mayo de 2006). *Logistica reversa: "Retos para la ingenieria industria"*. *Revista de Ingenieria*, 25.
- Muñoz Bautista, E., Garcia Gonzalez, C., & Vite Gomez, E. (14,15 y 16 de Mayo de 2008). XII Congreso Internacional de la Academia de Ciencias . *La Logística Inversa y su Impacto al Medio Ambiente*. Tijuana, Mexico.
- Ongallo, C. (Ed).(2012). *Que es la venta directa*. Madrid: DIAZ DE SANTOS.
- Oroche, M. (s.f.). <http://scholar.google.es/>. Recuperado el 02 de Agosto de 2014, de http://d3ds4oy7g1wrqq.cloudfront.net/moc/myfiles/MetodoCuantitativoInvMer07a_imT3.pdf

- Oroche, M. (s.f.). *Tema 3 MÉTODOS CUANTITATIVOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. Recuperado el 02 de Agosto de 2014, de http://scholar.google.es/http://d3ds4oy7g1wrqq.cloudfront.net/moc/myfiles/MetodoCuantitativoInvMer07a_imT3.pdf
- Perez, J. (2008). *Experiencias en la distribución de mercancías en centros urbanos*. Advanced Logistics Group (ALG), Banco Interamericano de Desarrollo.
- Rubio Lacoba, S. (2003). *EL SISTEMA DE LOGÍSTICA INVERSA EN LA EMPRESA: ANALISIS Y APLICACIONES*. Badajoz.
- Tegliabue, P. (2011). Recuperado el 23 de Julio de 2014, de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/download/723/871>.
- Tibben-Lembke, & Rogers. (2002). *Las diferencias entre la logistica directa e inversa en un ambiente al por menos*. 7.
- Torres, M., Paez, I. K., & Salazar, F. (s.f.). http://www.tec.url.edu.gt/boletin/URL_03_BAS01.pdf.
- Vergez, P. (21 de Abril de 2014). *El Pais.com.co*. Recuperado el 24 de Julio de 2014, de <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/ventas-por-catalogo-negocio-esta-creciendo-pais>