

 <p>INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA DE ENVIGADO</p> <p>Ciencia, educación y desarrollo Vigilada Mineducación</p>	ARTÍCULO DE TRABAJO DE GRADO	Código: F-DO-0015
		Versión: 01
		Página 1 de 6

¿COMO MEJORAR LOS PROCESOS LOGISTICO DEL E- COMMERCE MEDIANTE CLICK AND COLLECT?

Evelyn Montoya Correa
Institución Universitaria de Envigado
emontoyac@correo.iue.edu.co

Resumen: Retiro en tienda o click and collect es un proceso que se ha venido implementando poco a poco en el mundo del e-commerce, cada vez va tomando fuerza debido a la alta demanda de pedidos online, las personas optan por tomar la opción de retirarlo en la tienda más cercana, por ende, genera más confianza y es un sistema más sencillo, este método ha mejorado el flujo de entrega, especialmente en fechas donde la demanda es muy alta y una entrega a domicilio se demora más del tiempo estimado. Todo esto teniendo en cuenta el layout de cada punto de recogida, adecuando un espacio para mayor comodidad del cliente e implementando todo el sistema de picking y packing para que esto no afecte el normal funcionamiento de la tienda cuando está abierta al público.

Este método ha traído muchos beneficios como lo sería una mayor confiabilidad, reducción de costos tanto para el cliente como para el vendedor, una mayor rapidez en las entregas, una capacidad de cambio o reclamo más eficiente para el cliente y una oportunidad de Cross Selling, impulsando al cliente a visitar las tiendas y que puedan adquirir productos complementarios.

Palabras claves: *E-commerce, packing, layout, click and collect, cross selling.*

Abstract: pick up in store or click and collect is a process that has been implemented little by little in the world of e-commerce, each time it is gaining strength due to the high demand for online orders, people choose to take the option of pick-up it in the nearest store, this method has improved the delivery flow, especially on dates when demand is very high and home delivery takes longer than estimated. All this, considering the layout of each collection point, adapting a space for greater customer comfort, and implementing the entire picking and packing system so that this does not affect the normal operation of the store when it is open to the public.

This method has brought many benefits such as greater reliability, cost reduction for both, the customer and the seller, faster deliveries, a more efficient change or claim capacity for the customer and an opportunity for Cross Selling. Encouraging the customer to visit the stores and be able to purchase complementary products.

Key words: *E-commerce, packing, layout, click and collect, cross selling.*

	ARTÍCULO DE TRABAJO DE GRADO	Código: F-DO-0015
		Versión: 01
		Página 2 de 6

1. INTRODUCCIÓN

El Click & Collect es el mañana como afirman los expertos, “Impulsado por el COVID-19, se espera que el comercio electrónico represente el 22% de las ventas minoristas de la cadena global para 2023. En el caso de Colombia, se proyecta que para el 2025 sea del 18%, lo que refuerza el avance hacia una interacción omnicanal fluida entre clientes y comercios” (ACIS, 2022) .

Se evidencia las repercusiones que tuvo la pandemia y el efecto en las tendencias de los consumidores, como las opciones de comprar sin contacto, la atención personalizada y el deseo de soluciones de entrega flexibles, Click and Collect puede decir que tienen un futuro brillante con todos los beneficios que conlleva.

Los desafíos están, pero nada que no se pueda manejar, pero si los minoristas logran controlar los costos y administrar el inventario, esta opción puede ser una gran herramienta para aumentar las ventas y retener a los clientes cada vez más exigentes.

2. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Logística

Para entender de donde proviene el termino de click and collect y por qué cada comercio electrónico debería implementarlo, se debe revisar los términos más importantes que la acompañan, en este caso será la logística.

La logística a lo largo de los años se ha venido formando como el conjunto de medios y métodos que son necesarios para llevar a cabo en la organización de una empresa o la planificación de un servicio, especialmente la distribución de sus productos o servicios.

Por su parte, la edición Business del diccionario inglés Cambridge explica que es "el proceso de planificar y organizar para asegurar que los recursos estén en el lugar adecuado con el fin de que la actividad del negocio pueda producirse de forma exitosa" (dictionary, s.f.).

No obstante, los nuevos paradigmas industriales, como en este caso y el enfoque que queremos darle en este artículo es a la logística del e-commerce, donde el cliente escoge el qué quiere, el cómo lo quiere, dónde quiere que sea entregado el producto o si desea recogerlo en un punto autorizado (click and collect), esto han propiciado que haya una tendencia a mezclar, erróneamente, dos conceptos que se definen de una manera distinta, estos términos son la logística y gestión de la cadena de suministro.

Como se mencionó en los párrafos anteriores la logística se traduce como la ejecución, control y planificación de los productos que se entregan a los clientes en la cantidad, calidad y tiempo correctos, bienes entre el punto de origen y el de consumo.

Un centro logístico de comercio electrónico no solo envía pedidos, sino que también gestiona el transporte entrante y saliente, planifica la oferta y la demanda de productos y diseña redes logísticas eficientes. También resuelve accidentes, gestiona proveedores y gestiona inventarios. Por lo tanto, una buena estrategia logística de comercio electrónico suele marcar la diferencia entre la ganancia y la pérdida de una empresa y se convierte en un factor clave para el éxito de una empresa.

La gestión de la cadena de suministro (supply chain), por otro lado, significa todo el flujo de trabajo, incluido el contacto final con proveedores y con clientes. Por lo tanto, la logística es solo una parte del proceso (aunque probablemente la más importante) en toda la cadena de suministro.

Como vemos, en la cadena de suministro se relacionan agentes en distintos niveles de producción. Para algunos la venta de su producto o servicio constituye el insumo de otro en una cadena continua hasta llegar al consumidor final. Se dice entonces que la cadena de suministro comienza con los proveedores de los proveedores y termina con los clientes de los clientes (econimipedia, s.f.)

	ARTÍCULO DE TRABAJO DE GRADO	Código: F-DO-0015
		Versión: 01
		Página 3 de 6

2.2 E - commerce

El e-commerce o comercio electrónico es la práctica de comprar y vender productos a través de internet. También se llama "e-commerce" a cada tienda online que se dedica a este negocio.

El sector del comercio electrónico ha sido uno de los más disruptores de los últimos años, porque ha revolucionado el comercio tradicional ofreciendo un nivel de comodidad y personalización sin precedentes. Por ello, el comercio electrónico se ha convertido en la base del modelo de negocio para muchísimas marcas (Cardona, 2023).

El e-commerce se puede dar a entender como la venta, compra, distribución y suministro de algún tipo de producto, servicio o información a través de internet, lo que en el momento es necesario para cualquier empresa.

El e-commerce al día de hoy es una de las vías preferidas por los consumidores para realizar sus compras. También ha permitido a muchas empresas alcanzar, con inversiones económicas mínimas, ventajas competitivas hasta hace poco tiempo impensables. (Ramos, 2017)

El comercio electrónico lo entendemos como transacciones comerciales efectuadas por vía electrónica, utilizando la tecnología de intercambio de datos, protocolos seguros y servicios de pago electrónico (Ramos, 2017)

2.3 Picking

El picking o la actividad de preparación de pedidos consiste en la recogida y combinación de cargas no unitarias para conformar el pedido de un cliente. Puede llevarse a cabo en casi cualquier tipo de almacén y se produce siempre que se necesite juntar paquetes, piezas, productos o materiales para, una vez reunidos, proceder a su traslado. El picking y la manipulación de cargas unitarias están conectados con el ciclo de reposición de existencias y con el proceso de envío de pedidos preparados. (MECALUX, s.f.)

El picking o en español "recolección", selección o recogida". Es un proceso de preparación de pedidos

en el que los productos se seleccionan y recogen en varios lugares del almacén como lo serían los pasillos, las estanterías, etc. Para una mayor eficiencia se recomienda el uso de un software de gestión de bodegas (WMS) para una mayor visualización de las ubicaciones. Luego de su recogida estos productos se organizan antes de entrar a la zona de packing para luego ser entregados al destinatario final. Aunque en los últimos años esta se ha hecho de manera digital, el picking también se puede realizar de manera manual, no obstante, la tendencia cada vez más es en utilizar la automatización de este tipo de procesos para aumentar la eficiencia en las empresas y así lograr una entrega en rápida.

2.4 Packing

El Packaging se encarga de proteger el artículo en su trayecto desde su elaboración hasta el consumidor. El embalaje asegura la identificación, evita pérdidas, derramamiento o desperfecto. Contener, conservar, propiciar, distribuir y dosificar, son las funciones que deben tener el packaging para llegar con calidad de origen a su destino. (Huayamabe, 2021)

Es decir, se refiere al embalaje, empaquetado y envoltura del producto. Es importante mencionar las diferencias:

Envase: Es el envase principal que contiene el producto, por ejemplo, un paquete de papitas

Empaque: Contiene y protege varias unidades de producto dentro de su empaque como por ejemplo la bolsa que contiene varios paquetes de papitas.

Embalaje: Su cometido es estandarizar y facilitar el transporte de varias unidades de productos envasados, por ejemplo, la caja con varias bolsas de docenas de papas.

2.4 Layout

La definición de layout de un almacén hace referencia a la forma en que un almacén se distribuye. Es decir, a cada una de las partes que lo componen y la manera en que dichas partes o zonas se ubican dentro del conjunto del espacio que constituye el almacén. (dispatchtrack, s.f.)

	ARTÍCULO DE TRABAJO DE GRADO	Código: F-DO-0015
		Versión: 01
		Página 4 de 6

Un plan de almacenamiento es un croquis o plano diseñado para aprovechar al máximo el espacio de almacenamiento, elegir el sistema de almacenamiento adecuado e identificar en un mapa las áreas más importantes, como carga, descarga, recepción, almacenamiento y pedidos.

La planificación del almacenamiento debe estar sincronizada con los objetivos de la empresa, por ende, la gestión de un espacio de este tipo requiere una distribución ideal para lograr el objetivo que la empresa quiere llegar a alcanzar.

2.5 Click and Collect

El click and collect es un método de envío usualmente utilizado en negocios digitales por el cual el comprador puede recoger en tienda o en un punto de retiro sus compras realizadas virtualmente. (Aponte, 2022).

La venta y compra de productos y servicios online se ha convertido en algo frecuente para muchas personas, generalmente, para los productos que se desean, se ordenan en una página web, en la plataforma de ventas o directamente en el sitio web del respectivo proveedor de los productos en venta, y serán entregados en su hogar en poco tiempo.

El método de “Click & Collect” o Compra en línea y recoge en tienda, funciona de manera diferente, en este caso, el pedido también se completa en línea, pero el cliente va a recoger la mercancía a la tienda más cerca destinada por la marca.

Los clientes tienen la posibilidad de aventajar la flexibilidad que permite el comercio electrónico para obtener compras (click), para después recoger el producto adquirido. Esto da pie a dar agilidad a sus peticiones y adaptabilidad a sus requerimientos. El producto que se vende en la tienda virtual debe estar perfectamente coordinado con el inventario real físico que tiene la organización. Click and collect es básicamente comprar por internet mercancías y recogerlas en una sucursal local. (Acosta, 2018)

Para ampliar más el tema se habló con la jefe del canal omnicanal de la empresa Falabella la cual es una de las empresas en Colombia que ha implementado el click and collect en Colombia y ha logrado mejorar en los últimos años para que este nuevo sistema funcione de la mejor manera y no afecte otras funciones de la logística y el servicio al cliente de la empresa.

Se logra evidenciar en esta empresa los métodos de entrega y las falencias que puede llegar a tener en las entregas y sus posibles soluciones, los indicadores que se manejan y el buen servicio al cliente que se debe de implementar

Para esta investigación se logra hablar con los consumidores que utilizan el servicio de click and collect y muestran una gran aceptación por ese método, se les hace más confiable, mucho más económico y buscan un asesoramiento de primera mano por el colaborador que realiza la entrega en la tienda

2.6 Cross Selling

Cross selling significa “venta cruzada”, un término que describe a la perfección la función principal de esta técnica de ventas. El objetivo es incrementar la facturación por pedido ofreciendo a los clientes otros productos o servicios que complementan su compra. Para ello hay dos maneras: o bien directamente durante el proceso de compra (en las tiendas online aparece, por ejemplo, la formulación “comprados juntos habitualmente”) o bien después de la adquisición de un producto mediante un sistema de recomendaciones como las newsletters la cual es una publicación digital con una cierta periodicidad que se envía a los usuarios de una lista de correo. Este último canal se utiliza sobre todo para atraer a los clientes habituales y hacer que vuelvan a comprar en la tienda online (guide, 2021).

La finalidad de la venta cruzada es aumentar el beneficio de cada venta, y para lograrlo, se presentan productos adicionales junto al producto adquirido por el cliente en este caso lo que el cliente compro por internet y lo recoge en tienda. Estos

	ARTÍCULO DE TRABAJO DE GRADO	Código: F-DO-0015
		Versión: 01
		Página 5 de 6

suelen ser productos complementarios, como la batería de un portátil, el estuche para el mismo o un mouse. Pero también se pueden presentar productos de un campo completamente diferente.

En el caso de click and collect se puede implementar un cupón de descuento por ir recoger tu producto a la tienda y así lograr una venta cruzada, logrando que el cliente compre en línea y en la tienda física también

3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Para dar respuesta a la pregunta ¿cómo mejorar los procesos logísticos del e-commerce mediante click and collect? Se utilizó un método de carácter deductivo donde se acudió a una base de datos llamada Google Académico, con una búsqueda exhaustiva de los principales términos como lo son la logística, e-commerce y la razón de este escrito, click and collect

A lo largo de los últimos 6 años, entre el 2017 y 2023 se ha logrado recopilar información acerca del tema del escrito, de manera empírica, recaudando la información de primera mano y reforzándola con cada búsqueda de las preguntas que surgen en el camino a la respuesta que se espera.

La búsqueda de esta información deja evidenciado el crecimiento de este método que está tomando más fuerza cada día, con el constante cambio en el mundo del comercio electrónico, también evoluciona los métodos de entrega y la eficacia de estos, específicamente en Colombia

4. CONCLUSIONES

Tras el análisis, se puede deducir los grandes beneficios que conlleva la implementación de un área especializada en click and collect, ayudando a reducir costes de envío con una mayor eficiencia, adicional a esto, los métodos de pago es una manera

práctica y segura para los consumidores escépticos de comprar en línea.

En el mundo del E-commerce existe una gran red logística la cual hay que saber cuidar, esto, debido a que, si no se entrega el pedido con los productos correctos, en buen estado o en el tiempo y lugar pactado, se perdería credibilidad en la compañía. Una manera de bajar el flujo de entrega a domicilios sería la implementación de click and collect, el cual bajaría el flujo de pedidos a domicilio por lo que habría más concentración en cada orden y una mayor precisión en cada una de ellas.

La flexibilidad que otorga este método para los clientes que no disponen el tiempo suficiente en sus casas para recibir el paquete es considerable, “retiro en tienda” les da la posibilidad de elegir hora y lugar de recogida del producto, además de esto, el cliente a la hora de recoger su producto tiene a su disposición un asesor quien le ayudara a responder dudas e inquietudes acerca de su producto, al igual que recomendar productos complementarios, lo cual mejoraría la venta en la tienda física mediante el cross selling.

5. RECOMENDACIONES

Para la implementación de recogida en tienda para las empresas, es necesario que la compañía cuente con las herramientas necesarias que permitan una accesibilidad fácil al punto de recogida de su producto de una manera eficiente, así como el sitio, también es necesario un software que permita fácilmente la localización del pedido en la bodega interna.

Para las empresas que más optan por esta opción son las de retail, la implementación de click and collect combina la compra tradicional en la tienda y el e-commerce, además que ayuda a incrementar la venta mediante el cross selling, por esto es recomendable la aplicación de la misma, los comercios que cuentan con estas dos opciones de compra, los clientes se sienten más confiados y optan por esta opción.

	ARTÍCULO DE TRABAJO DE GRADO	Código: F-DO-0015
		Versión: 01
		Página 6 de 6

6. REFERENCIAS

- ACIS. (2022). *ACIS*. Obtenido de ACIS: <https://acis.org.co/portal/content/noticias/delsector/%C2%BFqu%C3%A9-es-click-collect-y-por-qu%C3%A9-lleg%C3%B3-para-quequedarse>
- Acosta, V. M. (2018). Logística del comercio electrónico: cross docking, merge in transit, drop shipping y click and collect. *Científica*, 9.
- Aponte, H. (12 de 2022). *Click and collect y su importancia en el e-commerce actual*. Obtenido de tienda nube: <https://www.tiendanube.com/blog/mx/click-and-collect/#:~:text=Click%20and%20collect%20y%20su%20importancia%20en%20e%20commerce%20actual&text=El%20click%20and%20collect%20es,retiro%20sus%20compras%20realizadas%20virtualmente>
- Cardona, L. (1 de 02 de 2023). *cyberclick*. Obtenido de cyberclick: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/que-es-un-ecommerce-tipos-como-crearlo-y-ejemplos>
- dictionary, c. (s.f.). *cambridge dictionary*. Obtenido de cambridge dictionary: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/logistics>
- dispatchtrack. (s.f.). *dispatchtrack*. Obtenido de dispatchtrack: <https://www.beetrack.com/es/blog/layout-de-un-almacen-definicion-tipos-y-ejemplo>
- economipedia. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cadena-de-suministro.html>
- guide, d. (22 de 12 de 2021). *digital guide*. Obtenido de digital guide: <https://www.ionos.es/digitalguide/online-marketing/vender-en-internet/cross-selling/>
- Huayamabe, D. N. (04 de 01 de 2021). *revista de investigacion formativa, innovacion y aplicacion tecnico*. Obtenido de revista de investigacion formativa, innovacion y aplicacion tecnico: <https://ojs.formacion.edu.ec/index.php/rei/article/view/241>
- MECALUX. (s.f.). *MECALUX*. Obtenido de El picking o preparación de pedidos: <https://www.mecalux.com.co/manual-almacenaje/picking>
- Ramos, J. (2017). E-Commerce 2.0. En J. Ramos, *E-Commerce 2.0*. (pág. 135). XinXii, 2017.

C.V.: Evelyn Montoya Correa: Estudiante de Administración de negocios internacionales en la Institución Universitaria de Envigado, estudiante de diplomado en logística, Billing Inquiry Associate en UPS GBS