

Los perfiles de repartidor se reinventan con las nuevas tecnologías y el e-commerce



Los repartidores de carne y hueso todavía no tienen quién les sustituya de forma eficiente y efectiva. De momento, tendremos que esperar para ver vehículos autónomos y robots capaces de entregar paquetes directamente a los consumidores. La gran demanda del comercio electrónico “está forzando ya la aparición de nuevas profesiones, como pilotos de drones, pickers y packers”, ha indicado el director de Adecco en el área de Logística y Transporte en Aragón, Juan Carlos Herreros.

La evolución del comportamiento del consumidor modifica el mercado laboral, fomentando una mayor inmediatez en el patrón de compra e infiriendo directamente en la última milla, que resulta “la etapa más costosa de la cadena de distribución y supone el 40% de los costes totales”, ha explicado el responsable de Retail y Gran Consumo de Capgemini Invent, Eloy de Sola. En esta última fase, el operador logístico Seur estima que el repartidor se convierte en la cara visible de la marca, dado que es el único punto de contacto personal con el consumidor. De esta forma, advierten desde el operador logístico, el repartidor ya “no entregan

sólo paquetes, también experiencias”.

En recientes proyectos realizados en el ámbito del comercio electrónico, “el consumidor entiende como muy relevante su interacción con el repartidor y tiene una correlación muy alta con la satisfacción global de la compra”, ha indicado Eloy de Sola, por lo que una gestión adecuada de las relaciones al realizar la entrega “es imprescindible”. En consecuencia, el papel del repartidor a medio plazo con la transformación digital “se sofisticará, a la vez que desaparecerán las labores más repetitivas y se consolidarán otras nuevas que requieran capacidades más complejas”. Esta profesión “pasará a supervisar los envíos y a mejorar la calidad de los sistemas”. En este contexto, Seur cree que el repartidor “tiene un papel fundamental en el engranaje de la compañía y en el trato humano, así como que su capacidad para resolver nuevas situaciones de forma rápida y eficaz, no son sustituibles”. Sin embargo, DPDgroup, la matriz francesa a la que pertenece dicha compañía, ya ha creado un grupo de trabajo centrado en innovaciones tecnológicas y posibles aplicaciones de los robots en la profesión.

Los operadores se apoyan en la inteligencia artificial, la automatización y el blockchain con el fin de adaptarse al consumidor y dar cobertura a la demanda derivada de la expansión del comercio electrónico. No obstante, aún “quien articula y pone en marcha estas tecnologías es el capital humano de la compañía”, ha explicado Seur. Las competencias digitales se han posicionado así, en los últimos años, como una necesidad determinante para los protagonistas que conforman el ecosistema de la logística y el transporte a la hora de incorporar repartidores a su plantilla.

Además del conocimiento y manejo de herramientas tecnológicas, el sector exige flexibilidad a estos profesionales, “ya que el propio mercado demanda una mayor amplitud horaria en la entrega de mercancía para que el cliente final reciba su producto en el menor plazo posible”, ha constatado Juan Carlos Herreros. Del mismo modo, existen competencias básicas que deben estar unidas a este perfil como “la gestión eficiente en el reparto de mercancías, la normativa específica, una conducción eficaz y el cumplimiento de la Prevención de Riesgos Laborales (PRL)”.

En consecuencia, los operadores logísticos llevan a cabo una formación previa de sus repartidores para optimizar el funcionamiento de la última milla y satisfacer las necesidades de los clientes que cada vez son más exigentes. Esta situación

demanda a los repartidores unas destrezas más amplias de las que hasta la fecha se precisaba, porque “ya no es suficiente saber conducir para ser repartidor, sino que hay que tener unos conocimientos de la actividad tanto tecnológicos, como de seguridad y un compromiso con el servicio”, ha subrayado Juan Carlos Herreros. Algunos operadores, como UPS, forma a sus equipos de reparto con furgonetas con un costado transparente para explicarles la forma de optimizar la carga de la mercancía para una mayor eficiencia en sus labores.

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA PROFESIÓN

Antes de implementar una nueva herramienta tecnológica, se debe tener en cuenta “que garantice la usabilidad por parte de los trabajadores que la vayan a emplear”, ha recordado Seur. Es decir, “deben ser fáciles de manejar y con una curva de aprendizaje lo más rápida posible”. No obstante, “todavía quedan muchos retos por delante, que debemos afrontar basándonos en dos ejes como son la tecnología y las personas”. Los avances digitales “nos permiten simplificar el trabajo diario y que los repartidores reduzcan el tiempo que operan en las naves para dedicarlo más al reparto y acortar así los tiempos de la última milla”. Por ello, es necesario desarrollar sistemas de clasificación y gestión de stock más rápidos y precisos, “algo que conseguiremos a través de las nuevas tecnologías”.

Actualmente, la alta urbanización permite que un mismo repartidor realice un gran volumen de entregas en un corto periodo de tiempo, con lo que “una correcta gestión del tiempo entre entregas es crítica”, ha señalado Eloy de Sola. En estos casos, el uso de sistemas de mapeo que conecten los paquetes con la dirección y franjas de entrega para optimizar las rutas y el tiempo del repartidor “son fundamentales”. Para ello, se exige una conexión de la última milla con el resto de fases de la cadena de suministro que automatice el envío y proceso de la información. La información se maneja en tiempo real y se comparte con todos los actores de un ecosistema cada vez más complejo y multimodal. De esta forma, “la capacidad de agregación y desagregación de los envíos en función de la fase de la entrega, de cruzar oferta con demanda aprovechando diferentes modelos de transporte, de mantener abiertas las rutas hasta la entrega final aprovechando los viajes de retorno son algunas de las iniciativas claves cuya operativa está basada en la gestión de información”.

La digitalización y el auge del comercio electrónico “continúa aumentando las oportunidades de empleo en el sector logístico, incrementado las salidas profesionales de empaquetadores, carretilleros, mozos de almacén o

transportistas, entre otros”, ha manifestado Randstad. Incluso, “está motivando que la demanda de profesionales sea, en ocasiones, superior a la oferta”, sobre todo en campañas puntuales donde las compañías deben adaptarse a fuertes picos de demanda.