

# One click vs repartidores

A los españoles nos ha desaparecido el miedo al mundo online, a usar nuestra tarjeta de crédito y dejar nuestros datos en manos de terceros, y así lo demuestran los datos registrados en España en el 2018, donde todo el sector online registró una facturación superior a los 40.000 millones de euros. Si miramos los sectores de actividad con mayores ingresos en la facturación del e-commerce en España, las agencias de viajes y operadores turísticos lideran el ranking con el 14,8% de facturación total, el segundo lugar lo ocupa el transporte aéreo con el 11,8% de la facturación, y el tercer lugar del pódium lo ocupa las prendas de vestir con el 5,5%. Por tanto, las prendas de vestir son el primer producto físico que se compra en la red, producto que hay que diseñar, fabricar, almacenar, preparar los pedidos, transportar, entregar, y claro, devolverlo “gratis” si no nos gusta, no nos vale o simplemente porque sí.

*Las prendas de vestir son el primer producto físico que se compra en la red*

A la realidad de la facturación que suma en España ese volumen del 5,5%, además de las tiendas online de las marcas que todos conocemos de moda, y seguramente en este momento nos vienen a la cabeza, debemos sumar los marketplaces places españoles e internacionales, los ‘pure players’ y las numerosas plataformas digitales, llamadas colaborativas. Con todos estos ingredientes, los operadores logísticos cobran un papel estratégico en el mundo online del sector de la moda.

Las empresas de moda buscan una logística e-commerce más eficiente, es decir, que se ajusten y adelanten a las exigencias del consumidor, nosotros, y sea cada año más y más barato, ¿será sostenible? Sinceramente, no. La presión económica, la del margen, recae en los mismo, en los repartidores, los que hacen que la experiencia de entrega sea un éxito o un fracaso. Las compañías invertimos grandes sumas de dinero en tecnología, automatizaciones de todo tipo, software, inteligencia artificial, etc... Pero muy poco en empoderar realmente la actividad de las personas, que somos las que marcamos la diferencia. No estoy diciendo que se deba abandonar la inversión en tecnología, estoy diciendo que debemos regular correctamente la actividad de los repartidores, la mayor parte de ellos son autónomos que tienen que poner a disposición de la empresa que le paga, plataformas digitales, operadores logísticos, etc... Además de horarios

interminables, la furgoneta y su mantenimiento, los seguros, el combustible y otro largo etcétera. Todo eso por una cuantía que se fija, o por número de paquetes entregados (0,80 €-0,90 € / paquete entregado) o por un fijo por día trabajado (126,00 €- 130,00 €).

*Invertimos muy poco en empoderar realmente a las personas, que somos las que marcamos la diferencia*

La logística y el transporte sigue siendo en España de los sectores donde las personas menos quieren trabajar y los repartidores de los más precarios, debido a la parcialidad de los contratos, escasa conciliación, trabajo contrarreloj llegando en ocasiones a arriesgar su propia vida... y a todo esto le sumamos la necesidad de hacer autónomos.

Debemos ser conscientes de que cada click de nuestras compras afecta directamente a las condiciones de trabajo de muchas personas. Antes de comprar, asegurémonos de quién entrega y cómo, los consumidores tenemos el poder de cambiar las cosas, simplemente cambiando nuestra forma de consumir, que sea eficiente para todos, no sólo para la parte económica y financiera.