

La última milla, en el difícil equilibrio entre garantizar los repartos y evitar la propagación del coronavirus

Soluciones Logísticas Ecommerce Última Milla | 19/03/2020 | GEMA VILLEGAS



Llaman al telefonillo. La compra que encargaste por internet ya está en tu domicilio, pero cuando abres la puerta la situación no es la de siempre. El repartidor lleva guantes y mascarilla y, en vez de entregarte el paquete en mano o introducir el pedido en tu casa, lo deja en el felpudo. Te solicita que firmes con tu propio bolígrafo el recibo de compra, mientras cuida de mantenerse al menos

a una distancia de 1 m de ti. Estos son los efectos más visibles para los usuarios que la propagación del coronavirus y las medidas de restricción impuestas por el gobierno están teniendo sobre la distribución de las compras por internet. Pero la reorganización en la operativa de estas empresas va mucho más allá.

"Tras unos días con incrementos desmesurados en las compras presenciales, la demanda se ha ajustado a la realidad y ahora se está produciendo un incremento del comercio electrónico", explica Francisco Aranda, presidente de UNO, Organización Empresarial de Logística y Transporte. "Este ajuste se ha debido a dos motivos: la población se ha convencido de que no va a haber problemas de abastecimiento y también se ha concienciado de la importancia de no salir a la calle".

La consecuencia lógica de este ajuste ha sido un aumento en **la compra por internet**, que según Aranda, **"se ha incrementado en un 13,5% y se está centrando básicamente en productos de primera necesidad"**. Esto ha supuesto que, mientras muchas actividades e industrias están frenando su ritmo o echando el cierre temporal, los transportistas han visto aumentar su ritmo de trabajo, pero en un escenario muy peculiar. Por este motivo, la patronal UNO junto con los sindicatos UGT y CC.OO. han elaborado una guía de seguridad y salud en el sector que se va actualizando de manera constante. La entrega sin contacto y la eliminación de los reembolsos son prácticas comunes en

todos los repartidores. Paralelamente, **UNO ha querido recordar a algunos ayuntamientos que el transporte de mercancías "no tiene limitaciones, aunque estemos en estado de alarma.** Por eso, no tiene sentido que algunas policías locales estén parando la actividad de los operarios". En esta línea, por ejemplo, se ha solicitado al Ayuntamiento de Madrid que se levanten todas las restricciones existentes al transporte de mercancías en Madrid 360.

Correos limita su actividad al servicio postal público

En este contexto, la sociedad pública Correos anunciaba que **ha limitado su actividad al servicio postal público**, reduciendo la apertura de sus oficinas de 9:30 a 12:30 h de lunes a viernes y centrándose únicamente en operaciones que corresponden a servicios de necesidad, principalmente el envío de dinero mediante giros postales, cartas y tarjetas. Esto significa, en la práctica, que la compañía **dejará de efectuar el reparto de la mayoría de paquetes de comercio electrónico que venía realizando**, segmento en el que es el principal operador. Según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), Correos gestiona cerca del 43% de los envíos de paquetes a particulares en España, frente al 15% de Seur, el 11% de MRW y el 6% de DHL.

Mientras que esta circunstancia especial del operador postal puede suponer una oportunidad para el resto de operadores de conquistar una porción más amplia de la tarta del comercio online, la compañía pública mantiene la opción de hacer repartos a través su filial de paquetería Correos Express ya que, como recuerdan a Alimarket fuentes internas, "ésta no tiene obligación de servicio público, por lo que está funcionando sin restricciones". De los casi 200 de M de paquetes repartidos el año pasado por Grupo Correos, 129 M correspondieron a Correos y 67 M, a Correos Express.

Amplias medidas de seguridad

"La distribución de la compra online está garantizada", insisten los principales operadores, aunque recuerdan que se prima el envío de productos de primera necesidad y apelan a la responsabilidad de los consumidores. Empresas como Nacex, por ejemplo, recuerdan que aunque seguirá prestando sus servicio de mensajería urgente de la forma más normalizada posible, **priorizará las entregas en centros hospitalarios, farmacias y domicilios particulares que así lo precisen.** La misma estrategia se sigue desde CTI. "Muchos de nuestros clientes son hospitales, empresas de elementos médicos, alimentación para mascotas, elementos electrónicos... Mercancía necesaria para paliar la situación de

confinamiento de nuestros destinatarios y de compañías que tienen que seguir dando servicio. Los clientes que compran online otros productos son muy responsables con la situación y de momento no estamos teniendo un excesivo incremento de la demanda".

Mientras siguen los repartos, los trabajadores están obligados a cumplir una serie de medidas adicionales de seguridad que garanticen la no propagación del virus. Desde DHL recuerdan las más importantes: "aparte del suministro de mascarillas, guantes y gel desinfectante, pedimos a los courier que siempre utilicen guantes de látex para usar el escáner, que mantengan un mínimo de un metro de distancia con el cliente y que dejen el paquete en el suelo. Además, se están cancelando los servicios de envíos contra reembolso en domicilio". CTT, Seur, UPS y Nacex, por citar sólo a algunos de los principales operadores, establecen medidas similares.

¿Y el reparto desde los supermercados?

Pese a que la compra online en los supermercados aún es muy minoritaria, se calcula que en torno a un 1,6%, la crisis propiciada por el COVID-19 servirá, sin duda, como revulsivo para este canal. Empresas como Revoolt, especializada en la distribución desde supermercados con vehículos no contaminantes, confirman un **incremento de más de un 50% en su volumen de entregas de distribución urbana**, "y no crecemos más por la dificultad de incorporar personal, ya que nuestra tipología de reparto requiere una cierta capacitación previa y no es sencillo formar ahora mismo a nuevos trabajadores".

No obstante desde la compañía, que trabaja fundamentalmente para Alcampo y que esta crisis les ha pillado en plena expansión, confirma que, pese al incremento de la demanda, están consiguiendo garantizar la distribución. "En nuestro caso, salvo el martes 10 que todo llegó un poco sobrevenido, hemos ido canalizando el servicio de manera controlada".

Desde DHL Parcel confirman un incremento de volumen en los envíos relacionados con la venta online y cuya entrega se realiza a particulares. "Pero por otra parte, el número de entregas que realizamos en comercios, que en estos momentos se han visto afectados por la decisión de cierre preventivo que ha tomado el gobierno, ha disminuido, por lo tanto, nuestra operativa ha sido perfectamente capaz de asumir este incremento de volumen y no hemos requerido, ni medios especiales para la clasificación de mercancía, ni para el reparto de la misma".

Oportunidades de crecimiento en medio del caos

También Paack Logistics, empresa de soluciones para la última milla con sede en Barcelona, señala incrementos en sus volúmenes. "Atravesamos un **pico de demanda especialmente alto en productos de electrónica y *grocery*** (tiendas de comestibles)", señalan en declaraciones a Alimarket. "En lo que respecta a los segundos, **hablamos de incremento x4 y x5**, respondiendo al acopio masivo de productos de primera necesidad en los hogares" y que, en su caso, está siendo gestionado a través de su solución 'Paack Thermo'. "Con respecto a las diferentes categorías de moda, se aprecia un descenso generalizado en todos nuestros clientes. Por lo que se refiere a los retrasos, "los tiempos de espera en las tiendas de preparación para los pedidos de *grocery* sí han aumentado, pudiendo en ocasiones dificultar las entregas en hora".

Finalmente, la agencia de transporte urgente y servicios para la última milla Ecoscooting Delivery, también confirma el aumento exponencial del volumen de trabajo en estos últimos días. "Además, **nos han contactado nuevos clientes interesados en contratarnos**. Muchas empresas se están iniciando en la entrega a domicilio o reforzando este servicio para adaptarse a esta situación excepcional de confinamiento", señalan. Y no sólo en alimentación: "No podemos dar datos de volúmenes, pero sí podemos dar algunos ejemplos: el primero es una tienda de videojuegos. Su volumen de entregas se ha multiplicado por cuatro en pocos días. Otro ejemplo es una tienda para mascotas, con un importante incremento de la venta de pienso a domicilio. Hasta ahora solo trabajábamos con ellos en Madrid, pero ahora también quieren que empecemos a darles servicio en ciudades como Barcelona, Valencia, Zaragoza, Sevilla y Málaga".

Alimarket
Cuestión de confianza