



SECTOR

LOGÍSTICA

# La edad dorada del comercio electrónico

El 'boom' del ecommerce ha empujado al sector a emprender su transformación digital e introducir nuevos servicios que mejoren la experiencia del cliente. **Por J.G.F.**

La ecuación es sencilla: a más transacciones, mayor volumen de paquetería y, por lo tanto, mayor actividad para las empresas de transporte y mensajería. El despegue del comercio electrónico ha impulsado los resultados de las firmas logísti-

cas, que han pisado el acelerador de la transformación digital para adaptar sus procesos y dar respuesta a los nuevos hábitos de los consumidores. Entre los servicios que han incorporado las compañías en los últimos años está la gestión proactiva de la entrega -comunicándose con el cliente

a través de todo tipo de canales para acordar la hora de entrega-, la apertura de puntos de servicio y la instalación de consignas automáticas para facilitar las entregas fuera del horario de reparto.

Para hacer frente a este reto, las compañías de transporte han tenido que reinventar

sus métodos de trabajo, con la introducción de dispositivos portátiles para los repartidores y la mecanización de los centros logísticos. Estos cambios han llegado también al plano corporativo con la promoción de nuevos perfiles digitales encargados de pilotar el proceso de transformación.



Dreamstime

[www.seur.com/](http://www.seur.com/)



**Yves Delmas** | Presidente

> **Moro, Juan Carlos** | Director de Transformación y Tecnología

En un entorno desafiante y altamente competitivo, la innovación es imprescindible para generar valor. La tecnología está contribuyendo de manera decisiva a transformar los negocios y construir experiencias únicas, aportando eficiencia, mejora en la relación con los clientes y diferenciación. En el caso de **Seur**, siguen innovando constantemente a través de soluciones que permitan mejorar la relación e integración con los clientes, aumentando la velocidad de las interacciones con el objetivo de mantener al cliente final siempre informado del estado de sus envíos y otorgarle el control total sobre estos. La compañía, que prevé invertir 20 millones de euros en tecnología hasta 2020, la compañía puso en marcha en 2013 Seur Predict, que planifica la ruta del repartidor e informa al cliente con la hora a la que se realizará la entrega.

[www.logista.es/](http://www.logista.es/)



**Egidio Gálvez, Luis** | Consejero delegado

> **Rebollo Pericot, Pablo** | Director general de Nacex e Integra2  
> **Babst, Jan** | Director corporativo de Sistemas de Información  
> **Pastrana Pérez, Francisco** | Director general de Tabacoy  
"Convenience" Iberia

**Logista** facilita servicios avanzados a fabricantes y puntos de venta, con una red de más de 45.000 TPV instalados, herramientas de *business intelligence* y su plataforma de comercio electrónico para la distribución mayorista de productos mediante una completa comercialización omnicanal. Logista une fabricantes y puntos de venta con el consumidor final mediante una distribución inteligente, especializada y eficiente a través de una red capilar de puntos de venta cercana e inmediata.

[www.mrw.es/](http://www.mrw.es/)



**Calero, Javier** | Consejero delegado

> **Mañas, Hilari** | Chief Innovation Officer

La información es prioritaria para el cliente. Los sistemas de *tracking*, junto con soluciones de integración, aseguran una comunicación eficaz y fiable. En todo momento, el cliente puede conocer el estado de su envío porque el mercado exige a la compañía estar disponibles en cualquiera de los canales. Por esto es primordial perseguir y conseguir una experiencia de compra satisfactoria. En **MRW** se trabaja en novedades que mejoran la experiencia del usuario, buscando siempre el estándar de calidad más alto, es decir, cumplir con las expectativas y dar un servicio excelente.

[www.dhl.es/es](http://www.dhl.es/es)



**Miguel Borrás** | Director general

> **Aragón, Verónica** | Key Account Manager Madrid  
> **Belloso, Marta** | Product Manager  
> **Candeal, Juan Carlos** | Director de Key Accounts  
> **Dinares, Laura** | Key Account Manager Barcelona  
> **Martins, Nuno** | Director de Desarrollo de Negocio  
> **Mouze, Nicolás** | Director de Marketing y Ventas

**DHL** ha adaptado sus infraestructuras y herramientas al aumento del ecommerce desarrollando nuevos servicios; gestión proactiva de la entrega mediante el envío de SMS y/o *emails*; apertura de puntos de servicio y desarrollo de nuevas formas de entrega, como las consignas automáticas. El objetivo es mejorar la experiencia del cliente en su compra online y evitar incidencias en las entregas. La compañía logística, que cuenta con 3.500 empleados y 53 almacenes en España, abrirá en Madrid uno de sus tres centros de I+D en Europa. Gracias a sus inversiones en innovación, prevén crecer un 6% en el mercado español este ejercicio.

[www.correos.es](http://www.correos.es)



**Cuesta Nuin, Javier** | Presidente

> **Medina Martín, Óscar** | Dtr. de Estrategia y Desarrollo de Negocio  
> **Millán Ruiz, Carlos** | Director comercial y de Marketing  
> **Escruela Soldevilla, Jordi** | Subdirector de Innovación  
> **Martín González de Haro, Víctor** | Subdir. Desarrollo Corporativo  
> **Defarges Pons, Regina** | Subdirectora de Marketing  
> **Sánchez Blazquez, Daniel** | Subdirector de Clientes  
> **Balot Todrá, Carlos** | Jefe de Área de Estrategia Digital  
> **Peinado Jiménez, Sergio** | Jefe de Área de Soluciones Digitales

**Correos** cumple 300 años. En este tiempo la compañía se ha convertido en el mejor proveedor de comunicaciones físicas, digitales y de paquetería del país. En la actualidad, con la explosión del ecommerce, Correos se ha consolidado como factor de desarrollo de la sociedad facilitando a las pymes la puesta en marcha de negocios en Internet y a los consumidores las compras online con productos y servicios como *Comandía*, *CorreosPaq*, más recientemente, la tarjeta *Correos Prepago*.

[www.nacex.es](http://www.nacex.es)



**Fuillerat, Pedro** | Director general

> **Calvo, Xavier** | Director comercial  
> **Muñoz, Arianne** | Responsable de Marketing  
> **Orihuela, Manel** | Subdirector general

**Nacex**, en sus 22 años de historia, ha consolidado una red de franquicias en exclusiva que garantiza una total cobertura a nivel nacional, una amplia gama de servicios puesta a disposición de sus clientes, herramientas tecnológicas de última generación que permiten, entre otras, la trazabilidad de los envíos a tiempo real y sistemas de comunicación con sus clientes a la vanguardia del sector.