



O.J.D.: 2299
E.G.M.: No hay datos
Tarifa: 7520 €
Área: 1792 cm2 - 320%

Franquicias y NEGOCIOS

La revista de oportunidades de negocio de franquicias España

Fecha: 01/05/2014
Sección: REVISTA
Páginas: 1,4,80,82,84

**HABLAMOS CON: Alberto Navarro,
Consejero Delegado de Seur**



O.J.D.: 2299
E.G.M.: No hay datos
Tarifa: 7520 €
Área: 1792 cm2 - 320%



ENTREVISTA A ALBERTO NAVARRO, CONSEJERO DELEGADO
SEUR **80**



O.J.D.: 2299
E.G.M.: No hay datos
Tarifa: 7520 €
Área: 1792 cm2 - 320%

Franquicias y NEGOCIOS

La revista de oportunidades de negocio de franquicias España

Fecha: 01/05/2014
Sección: REVISTA
Páginas: 1,4,80,82,84

Emprender

EXPERIENCIA

ENTREVISTA A ALBERTO NAVARRO, CONSEJERO DELEGADO DE SEUR

“La adaptación al cambio es clave en el éxito de las organizaciones”



La compañía de transporte urgente SEUR fortalece su posición de liderazgo en el sector apostando por el comercio electrónico y el negocio internacional como pilares de su crecimiento. La empresa facturó en 2013 537 millones de euros, creciendo un 0,4% respecto a 2012, tras tres años de estancamiento. Hablamos con Alberto Navarro, CEO de la compañía desde 2009.

FYN: ¿Qué valoración hace, a nivel general, del ejercicio 2013?

A. N.: El año pasado ha tenido ciertos tintes de recuperación económica, sobre todo, en el segundo semestre de 2013, lo que ha confirmado la tendencia de estabilización e incluso crecimiento que anunciaba el último dato del PIB. Esto se ha visto reflejado en la campaña de fin de año que hemos tenido en SEUR, positiva y con aumento significativo de la actividad.

FYN: En 2013 el crecimiento de la facturación de Seur ha sido del 0'4%, revirtiendo así los tres años de estancamiento en el crecimiento de la empresa.

¿Observan ya un cambio de tendencia en la economía española o este crecimiento se debe a estrategias de la empresa?

A. N.: La economía española ha empezado a moverse en la buena dirección a lo largo de todo el año, por eso nosotros también progresamos, ya que esa evolución impacta directamente en nuestra actividad de negocio.



Gracias a que trabajamos para todos los sectores, nos hemos convertido en barómetro de lo que sucede en la economía y lo que registramos es que se ha iniciado una fase de consolidación, que esperamos que desemboque en crecimiento. Muestra de ello es que muchos de nuestros clientes empiezan a estabilizar sus negocios, e incluso a ampliarlos. Por todo ello, creemos que estamos en el buen camino, y aunque la recuperación aún será lenta -por lo que permaneceremos prudentes- nos sentimos optimistas y seguiremos trabajando para afianzar la senda de crecimiento de nuestra economía.

FYN: Seur ha dado un gran salto en el sector del ecommerce, creciendo un 22% en 2013. Se ha convertido en un pilar en vuestro crecimiento...

A. N: Efectivamente, el comercio electrónico se ha convertido en una de las palancas de crecimiento de nuestro negocio, con una facturación que alcanza los 100 millones de euros en 2013, manteniendo una cuota de mercado superior al 30%, cifra que fortalece nuestro liderazgo en el transporte urgente y consolida este sector como uno de nuestros principales ejes de crecimiento. Estas cifras son el resultado de la firme apuesta estratégica de la compañía por un sector en plena expansión y por el desarrollo de soluciones que mejoran la experiencia del consumidor final en las compras online.

FYN: ¿Qué representa el comercio electrónico para el sector de las empresas de transporte?

A. N: El comercio electrónico se ha convertido en un sector muy fuerte tanto dentro de la economía en general, como del sector del transporte. El paradigma en el comercio electrónico ha cambiado y ahora lo que se busca, y se reclama a las empresas de logística, es la entrega eficiente. Mejorar la experiencia de compra del consumidor se ha convertido en uno de los principales objetivos a los que se orienta el desarrollo de la innovación en el e-commerce.

FYN: ¿Cómo consigue Seur tener una posición líder en el mercado del ecommerce?

A. N: Desde SEUR, conscientes de la creciente importancia del comercio electrónico, mantenemos un firme compromiso con el desarrollo de soluciones diferenciales, como SEUR Predict, pensadas para maximizar la calidad del servicio. En concreto, SEUR Predict es una solución innovadora por la que la compañía informará de la ventana horaria de 2 horas en la que será entregado el pedido online.

Además, realizamos una inversión constante en tecnología, como pieza clave para la optimización de procesos y la mejora del servicio para este sector. Esto ha permitido a SEUR afianzar en 2013 la progresión iniciada en ejercicios anteriores (incremento del 23% en 2012 y del 22% en 2013), por encima del crecimiento general del sector situado en el 13,4%.

En SEUR también hemos desarrollado e-Solutions, un proyecto capaz de ofrecer soluciones avanzadas en todas las fases del proceso de crear un negocio online (desde la creación de la propia tienda virtual, a la integración tecnológica que permite la conexión a los servicios de transporte para aquellas empresas que ya dispo-

“La economía española ha empezado a moverse en la buena dirección a lo largo de todo el año, por eso nosotros también progresamos, ya que esa evolución impacta directamente en nuestra actividad de negocio”

nen de página web, u otras soluciones logísticas integrales).

FYN: Según sus resultados, la internacionalización es otro de los ejes del crecimiento de Seur. ¿Creen que hoy en día, y teniendo en cuenta el estancamiento de la economía española, el mercado internacional es clave para que las empresas españolas puedan crecer?

A. N: Sí, por supuesto que creemos que la internacionalización es clave para el crecimiento. De hecho la compañía ha mantenido durante todo 2013 su firme apuesta por una intensa actividad de apoyo a la internacionalización de las empresas españolas, sobre todo pymes, para ofrecer soluciones específicas de transporte internacional con el apoyo de la red de su socio GeoPost.

Así, el pasado año, los envíos internacionales generaron a SEUR unos ingresos superiores a los 95 millones de euros, con un incremento del 8% respecto al año anterior. El 60% de las expediciones internacionales corresponden a exportaciones de empresas españolas y el 40% restante a envíos desde el exterior. La seguridad, la eficiencia y el beneficio en costes, son los pilares del servicio “transfronterizo” de la compañía que goza de unos plazos



ALBERTO NAVARRO, CONSEJERO DELEGADO DE SEUR

Alberto Navarro dirige la Corporación de SEUR desde 2009. Durante sus más de 15 años de experiencia profesional en Europa y Latinoamérica ha estado estrechamente ligado al sector de transporte de mercancías y logística, tratando sobre todo temas de organización, estrategia y gestión de la cadena de suministro. Antes de asumir la Dirección de SEUR, Navarro ocupó la vicepresidencia de AT Kearney, así como varios puestos de responsabilidad en los departamentos de Ventas y Marketing de empresas multinacionales del sector como UPS y TNT, tanto en España como en Reino Unido, Alemania y Bélgica. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid, Navarro ha completado su formación con el PED (Program for Executive Development) por el International Institute for Management Development (Lausana - Suiza).

“El comercio electrónico se ha convertido en una de las palancas de crecimiento de nuestro negocio, con una facturación que alcanza los 100 millones de euros en 2013”

de entrega y unos precios muy competitivos.

Las oportunidades que ofrece el entorno internacional junto con la fortaleza del servicio de SEUR, a través de su alianza con GeoPost, quien cuenta con la mayor red de distribución por carretera en Europa, se ha traducido en que este eje estratégico represente el 18% de la facturación total de la compañía.

FYN: En este sentido, ¿notan un aumento del negocio internacional de las pymes para las que trabajan? ¿Hay cada vez más envíos internacionales?

A. N: La expansión a mercados exteriores ha calado hondo en el tejido empresarial español, con incrementos provisionales de más del 13% respecto a 2012; sobre todo, en medianas empresas, que están invirtiendo para desarrollar plataformas logísticas para llegar a esos nuevos mercados. Los operadores de transporte juegan un papel fundamental en el impulso del negocio internacional, asistiendo a las empresas españolas en su expansión fuera de nuestras fronteras.

SEUR les está acompañando en este proceso, convirtiéndose en el socio más fiable para que empresas y particulares, especialmente en el mundo online, no encuentren fronteras para sus envíos.

FYN: ¿Cuáles serán las prioridades para Seur en 2014?

A. N: Debemos seguir avanzando en el desarrollo del comercio internacional online, especialmente en el terreno logístico, así como en unas fórmulas de entrega que permitan incrementar la eficiencia y reducir costes.

También tenemos como objetivo para este año la mejora en la eficiencia de procesos, a través de diferentes inversiones en tecnología que nos permitan reducir costes para ser más competitivos, pero manteniendo la calidad.

Otro de nuestros proyectos para este año está centrado en la entrega de frío, que es otra de nuestras patas de crecimiento. Seguiremos trabajando en la entrega urgente

de frío para ofrecer un servicio preferente.

FYN: ¿En qué centran sus inversiones?

A. N: En SEUR hemos dedicado en el último año una inversión global de más de 8 millones de euros para optimizar los procesos con el objetivo de mejorar la eficiencia de nuestras operaciones; lo que se ha reflejado en una reducción significativa de costes. Destacaríamos las inversiones realizadas para incrementar la red de distribución; la tecnología desarrollada para los servicios de aviso de entrega en una ventana horaria de 2 horas, como es SEUR Predict; las aplicaciones para el desarrollo de soluciones personalizadas a medida de los clientes, a nivel de integración informática o de operativa, como el servicio intertiendas; o el refuerzo de nuestro servicio SEUR Frío para dar respuesta a la creciente demanda online de alimentación gourmet.

FYN: ¿Qué resultados esperan para este año?

A. N: Prevemos una ligera recuperación general. En septiembre empezamos a ver una ligera recuperación económica, reflejada en nuestra campaña de fin de año a través de los resultados positivos obtenidos, y creemos que esta tendencia se mantendrá durante 2014.

FYN: Según su experiencia, si tuviera que hacer alguna recomendación a otros directivos ¿qué diría que es lo más importante para una empresa a la hora de afrontar la situación económica general?

A. N: Sobre todo, tener muy claros los objetivos, estar orientados a los resultados y siempre bajo la premisa de la mejora continua. En el entorno de la gestión, considero que la adaptación al cambio es un punto clave en el éxito de las organizaciones. Adecuar cada novedad a nuestro negocio para mejorar tanto nuestra imagen como nuestra eficiencia, será fundamental para sobrevivir a los tiempos más duros y estar preparados para afrontar el futuro. ■ L.M.