



► 11 Julio, 2017

DIRECTIVOS EN VERANO

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Seur: tecnología para entregar más paquetes y más rápido

ECOMMERCE Invertirá 20 millones en innovación hasta 2020.

Javier G. Fernández, Madrid

Cuando una persona hace clic sobre el botón de compra en su móvil u ordenador, inmediatamente se activa una vertiginosa carrera contrarreloj que no termina hasta que el producto seleccionado llega al domicilio del consumidor. Uno de los eslabones más importantes, y que mayores quebraderos de cabeza produce a los usuarios, es la distribución. Una vez que el producto ha sido seleccionado y empaquetado por el vendedor, son las empresas de mensajería y paquetería las encargadas de su reparto. El año pasado se realizaron en España 394 millones de transacciones de comercio electrónico por valor de 24.185 millones de euros, según los últimos datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). En 2011, se registraron 131 millones de operaciones. Se trata del sexto trimestre consecutivo en que el ecommerce registra un porcentaje de crecimiento superior al 20%. En la práctica, esto se traduce en cada vez más envíos, de más tipos de productos –la compra online de frescos, por ejemplo, ya está a la orden del día en la mayoría de plataformas de comercio electrónico–, en plazos cada vez más ajustados y en horarios personalizables. Una enorme exigencia que está obligando a las empresas logísticas a poner toda la carne en el asador e invertir en la moderniza-

Reparto de comida a domicilio

En la hoja de ruta de Seur para afrontar su futuro figura la entrada en nuevos nichos de negocios como el reparto de comidas a domicilio. Un sector al rojo vivo, tras la irrupción en el último año de tecnológicas como Uber y Amazon, y en el que también están presentes potentes 'start up' como Deliveroo o JustEat. "Nuestro sector va a converger sin ninguna duda hacia el reparto de comidas", sostiene el responsable de Transformación y Tecnología de Seur. El operador logístico ha alcanzado acuerdos en los últimos meses con supermercados online como LolaMarket y DelSuper, así como con JustEat, con quien ya realiza el reparto de algunos códigos postales en Madrid. Además, la compañía ha anunciado recientemente la internacionalización de este servicio a Francia a través de la red de su empresa matriz DPDGroup.

Juan Carlos Moro, es responsable de la unidad de Transformación y Tecnología de Seur desde su creación en mayo de 2014.

ción de sus sistemas para poder hacer frente, con todas las garantías, al incremento de la carga de trabajo.

Inversión

Una de las compañías que más está apostando por liderar la transformación digital del sector logístico es Seur. En concreto, la firma prevé invertir 20 millones de euros hasta 2020 para el desarrollo de soluciones tecnológicas que den respuesta a los nuevos retos logísticos. La empresa, que el año pasado generó ingresos por valor de 636 millones de euros, tras incrementar un 12% sus operaciones, reconoce que el comercio electrónico es en este mo-



En 2015 Seur facturó 150 millones procedentes del 'ecommerce', una cuarta parte de su negocio

La compañía tuvo unas ventas de 636 millones de euros en 2016 y aumentó un 12% sus operaciones

explica Juan Carlos Moro, director de Transformación y Tecnología de la compañía.

Entregas express

Una vez que la compra a través de Internet ha pasado a ser un hábito ampliamente extendido entre la población, grandes jugadores como Amazon o El Corte Inglés han recurrido a plazos de entrega cada vez más reducidos para diferenciarse entre ellas. Esto ha empujado a los operadores a enfrentarse a retos logísticos como las entregas express en el mismo día e incluso en una hora. Modalidades muy exigentes y costosas que no están disponibles en todos los territorios ni para todos los productos. "Es posible entregar en una hora en zonas de alta densidad de población, por ejemplo, en Madrid o Barcelona, de hecho ya lo estamos haciendo con Seur Now y la acogida ha sido tan buena que esperamos extenderlo pronto a otras ciudades", apunta Moro.

En lo que respecta a las devoluciones, uno de los puntos negros del ecommerce por las quejas que genera y el elevado coste que tiene para la empresa, desde Seur han puesto en marcha un servicio de logística inversa que permite al usuario gestionar todo el proceso de devolución y elegir la opción que más se ajuste a sus necesidades. Para ello, los usuarios pueden elegir entre que acuda un transportista de la compañía a recoger su paquete o depositarlo ellos mismos en los más de 1.400 puntos de recogida de la red Pickup.

mento su gran palanca de crecimiento con una facturación de 150 millones de euros, un segmento que ya supone una cuarta parte de su negocio.

La clave para seguir escalando a este ritmo es ofrecer un servicio de calidad y cumplir con las expectativas de retailers y consumidores. Para ello, desde Seur han puesto en marcha Seur Predict, una solución que permite a la compañía ordenar la ruta de sus miles de repartidores e informar al cliente del momento en que recibirá su pedido (con un margen de una hora). Gracias a esta tecnología, el usuario puede modificar en tiempo real la entrega de sus pedidos y evitar que cuando el repartidor haga su ruta se encuentre con que no hay nadie en el domicilio. Otra de las innovaciones más destacadas es el botón Seur OneClick. "Sin necesidad de registrarse o llamar por teléfono, las pymes pueden avisar al trabajador de Seur para que recoja sus paquetes con sólo apretar un botón",



El nuevo servicio Seur OneClick permite a las pymes ordenar la recogida de productos con sólo pulsar un botón.