

**SECTOR**

nº 303 Noviembre 2024 / 6 euros

# EJECUTIVO

Desde 1997

REVISTA DE ECONOMÍA Y EMPRESAS



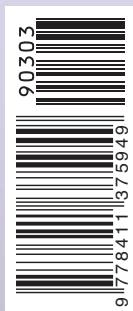
**Diputación Provincial de Ciudad Real: La mejor atención a sus ciudadanos**



**SEDISA: En defensa de los servicios sanitarios**



**Pinsent Masons: Asesoramiento jurídico en el sector de la energía**



**David Sastre Segovia, CEO de SEUR**  
**Referente internacional en reparto sostenible**

## UNE



14

UNE es el representante español en ISO, el Organismo responsable de crear los estándares globales con las mejores prácticas en gestión empresarial, formado por 172 países. “En el ámbito de los órganos técnicos, tenemos una alta presencia en ISO, pues el 90% de sus comités y subcomités de normalización cuentan con representación de expertos españoles”, explica Javier García, director general de UNE, que recientemente ha sido reelegido por dos años más como vicepresidente de la Organización Internacional de Normalización, ISO.

## Bodegas Familiares Matarromera

Julio Pinto es el director general de una de las principales bodegas españolas de vino reconocida a nivel mundial por su elaboración de vinos de alta calidad y por su compromiso con la excelencia, la innovación y la sostenibilidad. Se incorporó para liderar y ejecutar la estrategia global de la compañía para la actual cartera de marcas. “Tenemos bodegas en 7 denominaciones de origen, todas ellas situadas en la mitad noroeste de España: tres en Ribera del Duero, una en Cigales, una en Toro, una en Rueda, una en Rioja y tres en Galicia”.



22

## TAG Automotive



30

Una empresa del Grupo Taurus destacada a nivel mundial en la fabricación de componentes plásticos para los principales fabricantes internacionales como Seat, Audi, Volkswagen, Nissan, Volvo o Grupo Antolin, entre otros. La firma está especializada en inyección de termoplásticos con todo tipo de acabados superficiales y tecnologías, principalmente para el sector del automóvil, que supone el 75% de la facturación, pero también en inyección de termoplásticos para el sector industrial con la marca STP accesorios de compresión para agua y riego. Albert López es su CEO.

## Foro ECOFIN

Es un grupo de interés que trabaja por facilitar el crecimiento de la actividad empresarial e innovadora en Madrid y en España. Salvador Molina, su presidente nos explica: “Nació como un modelo disruptivo que hoy llamaríamos organización líquida; pero para que no fuera tan líquida que no dejara huella, decidimos arroparla con una revista mensual en papel, que tras el confinamiento ha quedado en un medio multimedia online; junto a un Congreso y unos Premios ECOFIN anuales, que son referente en el sector con el nombramiento anual del Financiero del Año”.



36

**Editor-director:** Juan Comas

**Redacción:** Felipe Alonso, Alberto García, Arturo Díaz, Sergio Checa, Paloma Serrano, Diego Roves, Carmen Peñalver, Manuel de los Santos, Enrique Calduch

**Colaboradores:** Juan López Alegre *Corresponsal en Cataluña*

**Fotografía:** Nina Prodanova, Lalin Press, Julia Robles

**Suscripciones:** Telf.: 91 539 28 50

**Publicidad:** Sector Ejecutivo. Telf.: 91 539 28 50

**Consejo editorial:** Rodrigo G. Dopico, *Consultor Estratégico*; María Helena de Felipe, *vicepresidenta de CEPYME*; Ángel Fernández, *Business Advisor*; Pilar Ferrer, *Consultora de Public Affairs*; Clemente González Soler, *presidente de Grupo Alibérico*; Juan E. Iranzo, *Economista*; Herbert Lampka, *Corporate Communications Advisor*; F. Javier Saguar Quer, *Abogado*.

Depósito Legal: M -11978 - 1997

ISSN: 1137 - 5949

Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación sin autorización escrita del editor.

Carta, por Eduardo Divar

**La electrificación en España** 5

## EMPRESAS

SEUR 6

Diputación Provincial de Ciudad Real 10

Sociedad Española de Directivos de la Salud 18

UNESPA 21

Pinsent Masons 26

MAPFRE/Bodegas Hnos. Pérez Pascuas 29

Santander 34

Cepsa/Kutxabank 39

SBEEs 40

Naturgy/Infirma 43

Veolia 44

Qualtrics 46

Clintell Ventura Builder 50

Seküereme 54

Tanit Ibiza Conexion 58

Fundación Vargas Llosa 60

Hoeppli 61

Gastronomía 62

Libros 64

## TRIBUNAS

Canal de denuncias. Una herramienta útil para la prevención del fraude, por Antonia Chinchilla 49

¿Miedo al fracaso? ¿Para qué?, por José Miguel Sánchez 66

# Referente internacional en reparto sostenible

David Sastre Segovia, CEO de SEUR

Juan Comas

*Pionera en el transporte urgente con más de 80 años de historia, SEUR es líder en el sector, gracias a tres grandes ejes de negocio: internacional, "e-commerce" y negocio B2B. Forma parte de Geopost, una de las mayores redes internacionales de transporte.*



## ¿Cómo ha influido su enfoque en poner al cliente en el centro de la estrategia de SEUR en la evolución de la empresa en los últimos años?

A lo largo de toda mi carrera en SEUR siempre hemos trabajado bajo la premisa de que el cliente debe estar en el centro de lo que hacemos, por lo que es algo que todos los miembros de la compañía tenemos muy interiorizado. Recientemente hemos dado un paso más en esta estrategia reforzando nuestra cultura de experiencia de cliente. De esta forma, tanto el cliente como el destinatario ocupan un lugar estratégico en todas nuestras decisiones.

En esta nueva etapa, articulamos nuestra estrategia a través de tres pilares básicos: por una parte, reforzar nuestra apuesta por la personalización de nuestros servicios para cubrir las necesidades de los clientes; en segundo lugar, apostar por la

transparencia en todas nuestras operaciones, con el fin de generar una confianza total en nuestros clientes; y, en tercer lugar, simplificar procesos a través de la digitalización y las nuevas tecnologías para que los clientes puedan realizar las gestiones de una forma más fácil e intuitiva.

Tenemos claro que la experiencia de cliente es un activo esencial para las compañías. Hoy en día los consumidores no buscan sólo la adquisición de productos o servicios, sino que demandan que esa acción se convierta en una experiencia en sí misma. Por tanto, aplicar estrategias enfocadas al cliente es una condición *sine qua non* para todas las empresas que quieran estar entre las elegidas por los consumidores.

La aplicación de esta filosofía se está viendo reconocida por diferentes vías, por ejemplo, este año hemos recibido por segundo año consecutivo el reconocimiento de Mejor Servicio



del Año 2024 en la categoría de Mensajería y Paquetería otorgado por Comercio del Año.

**SEUR forma parte de una red internacional de transporte a través de Geopost. ¿Qué retos y oportunidades supone para usted la internacionalización en un entorno tan competitivo como el actual?**

Nuestra expansión internacional ha sido impulsada gracias a nuestra integración en el grupo líder en transporte, Geopost. El grupo cuenta con alrededor de 120.000 empleados en 50 países y la mayor red Pickup de Europa que alcanza los más de 100.000 puntos. Además, allí donde no estamos presentes tenemos una serie de alianzas con otros transportistas

para ofrecer el servicio que llamamos ROW (Rest Of the World) lo que nos permite llegar donde quiera nuestro cliente. A este respecto, Geopost ha movido en 2023 alrededor de 2.100 millones de paquetes en todos los lugares en los que está presente. En este sentido, el *e-commerce* representa una parte muy significativa de los desplazamientos para entregas y recogidas de paquetes. Por esa razón, debido al gran volumen de movimientos que se realiza, quizás el mayor desafío radica en hacer nuestro trabajo de manera sostenible y eficaz, dos pilares fundamentales de la estrategia y esencia de SEUR.

**¿Qué estrategias está implementando SEUR para apoyar a las pequeñas y medianas empresas (SMEs) en el ámbito de la logística y el transporte?**

El segmento B2B ha sido y es estratégico para la economía española y, por lo tanto, para SEUR, ya que somos un reflejo de cómo funciona la economía de nuestro país. Por ese motivo siempre hemos trabajado con el objetivo de impulsar su negocio y ser partícipes de su éxito.

En este sentido, trabajamos desde nuestros inicios de forma muy cercana con las pymes; emprendedores, empresas jóvenes y familiares de todo el país a las que les ayudamos a crecer y a llegar a más clientes en toda España y el mundo gracias a nuestra red internacional con Geopost.

Nuestro último movimiento relacionado con las pymes ha sido el lanzamiento de Singular by SEUR, una herramienta más para reforzar esta alianza y apoyar a una red empresarial que es una pieza clave en el entramado económico español. Esta plataforma nace con la vocación de ser un escaparate para que las pequeñas y medianas empresas de alimentación *premium* españolas puedan llegar con sus productos exclusivos a más consumidores. En su lanzamiento, la *web* cuenta con más de 500 productos de diversas marcas exclusivas de alimentación que ahora suman este espacio de exposición de excepción donde destacar las cualidades de estos productos *gourmet* e inspirar a consumidores de todo el mundo.



Por esta labor de enlace entre consumidores y marcas SEUR no recibe ninguna comisión o beneficio, ya que su único objetivo con esta iniciativa es dar valor a estas empresas y que con su trabajo y talento puedan llegar a más clientes.

**El crecimiento del sector de alimentos y productos refrigerados ha sido notable en SEUR. ¿Cómo ha logrado la compañía diferenciarse en el mercado del transporte en frío?**

En SEUR fuimos pioneros en lanzar en 2002, SEUR frío, nuestra solución de transporte urgente a temperatura controlada (entre 2 y 8 grados). En los últimos años, ha experimentado un crecimiento exponencial; de hecho, en 2022 incrementó un 23% su volumen de negocio por la expansión del *e-commerce* en el segmento de alimentos frescos.

Además, SEUR frío es la única solución de transporte a temperatura controlada en España en conseguir la prestigiosa certificación ISO 23412 de AENOR. Este sello reconoce la excelencia de la compañía en la gestión del transporte a temperatura controlada de pedidos que contienen productos sensibles a los cambios térmicos. Adicionalmente, para asegurar esa calidad, hemos invertido más de un millón de euros en implementar un sistema innovador basado en el Internet de las cosas (IoT). De esta forma, se garantiza la trazabilidad de la temperatura desde el momento de la recogida hasta la entrega con más de 2.000 dispositivos de medición con tecnología NB-IoT que están instalados en todas las unidades de carga de mercancía refrigerada.

**SEUR Frío ha crecido más de un 15% en el último año. ¿Cuáles son los próximos retos y oportunidades que vislumbra en este segmento del negocio?**

Seguimos explorando todas las opciones que ofrece este segmento de negocio siguiendo muy de cerca las tendencias de consumo y de demanda de los consumidores. En este sentido, nuestro último movimiento ha sido poner en marcha un proyecto piloto con esta solución. Se trata de la instalación de un *locker* (taquilla inteligente) con un sistema de refrigerado para

albergar ese tipo de productos en el centro comercial de Madrid ABC Serrano. El objetivo es conocer la acogida de este servicio y estudiar su expansión.

**La innovación ha sido uno de los pilares clave en la compañía. ¿Podría compartir ejemplos recientes de innovaciones implementadas que hayan mejorado los procesos de la empresa?**

En SEUR estamos buscando siempre nuevas formas de adaptarnos a las necesidades de los clientes a través de la tecnología y la innovación. En este sentido, destaca el proyecto piloto Buy Back, con el que colaboramos con la empresa Re-commerce, para facilitar la reutilización de dispositivos electrónicos mediante su venta y reacondicionamiento a través de unos pocos *clicks* en la *web* seur.com.

También hemos lanzado la plataforma miSEUR para la gestión de envíos, un nuevo entorno digital donde se maximiza la transparencia en la información de seguimiento, así como un área privada con ventajas que personalizan la experiencia de cliente.

**La digitalización es otro aspecto crucial en SEUR. ¿Cómo ha transformado la digitalización la relación con sus clientes y la eficiencia operativa de la empresa?**

La transformación digital ha sido clave para convertirnos en la compañía que somos hoy en día. Pero no es algo que demos por cerrado, se trata de un proceso vivo y en constante evolución. De hecho, seguimos adoptando diversas tecnologías para digitalizar y automatizar nuestros procesos, impactando significativamente en nuestras operaciones de *e-commerce*. Por ejemplo, hemos implantado el servicio SEUR Air Classic, que utiliza una red de especialistas, para ofrecer cobertura en más de 90 países fuera de Europa. Este servicio, diseñado para envíos de paquetes pequeños y medianos, se enfoca en proporcionar agilidad en la gestión aduanera y tiempos de tránsito rápidos, de tres a siete días. La tecnología aplicada en Air Classic optimiza los envíos internacionales, facilitando la internacionalización de las pymes centradas en el B2C.

Otro avance tecnológico importante es la mejora del servicio Day Definite, que amplía la cobertura a 30 países. Este servicio permite conocer la fecha exacta de entrega con una frecuencia diaria y ofrece opciones como la redirección de recogidas a los más de 100.000 puntos de la red Pickup en Europa. La integración de una innovadora calculadora de plazos de entrega mejora la precisión y puntualidad, crucial para la planificación en *e-commerce*. Además, también hemos desarrollado una solución basada en la aplicación de técnicas de Big Data y Machine Learning que permite realizar previsiones de producción en épocas de alta demanda como Black Friday o Navidad. Contamos con una herramienta de simulación que nos permite realizar previsiones utilizando datos internos y externos para ajustar la operativa a las variaciones de volúmenes previstas en las campañas más importantes del año o a las variaciones que pueden darse entre los días de la semana derivados de los hábitos de consumo *online* de los clientes.

**Ustedes han lanzado una serie de iniciativas en el ámbito del *e-commerce*. ¿Cuáles son los próximos pasos para consolidar el liderazgo de la empresa en este sector?**

Mirando hacia el futuro, nos enfrentamos a retos como la ralentización del consumo y la continua subida de costes fijos. En este contexto, nuestra estrategia se enfocará en aumentar los volúmenes y mejorar la productividad con apuestas por el crecimiento en áreas como internacional, Frío y soluciones Out Of Home (OOH), así como la mejora de la experiencia del cliente, que serán claves para alcanzar nuestros objetivos a medio y largo plazo.

**¿De qué manera se están adaptando a las crecientes demandas de sostenibilidad en el transporte y cuáles son sus objetivos en términos de reducción de emisiones?**

En este sentido, en SEUR llevamos años desarrollando una estrategia de sostenibilidad que nos ha llevado a ser el referente internacional en reparto sostenible y asumir el liderazgo en el crecimiento.







Nuestro próximo objetivo, de cara al año que viene, será la realización del reparto con vehículos de bajas emisiones en 64 ciudades españolas de más de 50.000 habitantes, lo que implicará una reducción de alrededor del 85% de las emisiones de CO2 en estas ciudades y tendrá un impacto directo en 17 millones de habitantes de toda España. Para lograrlo, hemos desplegado un importante plan de inversión para transformar nuestro parque de vehículos en una flota sostenible, que supone ya el 20% del total. En 2023 recorrimos 15.647.835 millones de kilómetros con esta flota durante 2023, y entregamos más de 21,5 millones de paquetes. Esto nos ha permitido reducir un 0,9 kg de CO2 por cada paquete entregado, lo que se ha traducido en la reducción de 4.829 toneladas de CO2 en total gracias a esta flota.

Asimismo, seguimos apostando por nuestros servicios Out of Home (OOH), que ofrecen más flexibilidad a nuestros clientes y permiten realizar operaciones más sostenibles. En este sentido, contamos ya con más 9.500 puntos, entre tiendas de conveniencia y *lockers* (taquillas inteligentes).

#### **¿Cómo están impulsando el crecimiento de soluciones logísticas personalizadas para empresas tanto a nivel nacional como internacional?**

Recientemente hemos dado un paso más en nuestros servicios de logística 3PL con la división Fulfillment by SEUR a través de la cual integramos nuestras soluciones de almacenaje, *picking* y transporte nacional e internacional. De esta forma, ofrecemos un único interlocutor a nuestros clientes para la gestión de toda la cadena de valor. Además, hemos adaptado todos nuestros centros logísticos multi-cliente y multi-sector a las necesidades de nuestros clientes, ya sea para operativas

B2B o B2C, esta última enfocada, sobre todo, al *e-commerce*. Para la gestión de la logística integral que ofrece Fulfillment by SEUR, disponemos de más de 70.000m2 en cinco puntos clave de España. Concretamente, el centro en Illescas (Toledo) que cuenta con 37.000m2 ubicados en el primer parque Eco Industrial de Europa. Este centro dispone de un área específica de temperatura controlada entre 10 y 20° y posee una estratégica ubicación para distribución nacional e internacional. Por otro lado, tenemos otras instalaciones cercanas a los principales puertos españoles: Barcelona, Valencia, Alicante, desde donde gestionamos las operaciones de nuestros clientes que cuentan con importaciones marítimas. Además, también operamos en Canarias para dar un mejor servicio a los clientes de las islas con un importante ahorro de costes y tiempos de distribución.

#### **A lo largo de su trayectoria, ha liderado cambios significativos en diversas áreas de la empresa. ¿Cuál diría que ha sido el mayor reto que ha enfrentado como CEO de SEUR y cómo lo ha superado?**

Para mí, sin duda, el mayor reto es estar a la altura de una marca con tanta historia como la de SEUR, de las expectativas de unos clientes fieles y de los requerimientos y necesidades de una sociedad preocupada por el planeta. Sé que es un gran reto y que es complejo, pero también tengo la seguridad de que gracias al esfuerzo y el compromiso de los más de 10.000 profesionales que conforman SEUR seguiremos innovando y mejorando para reforzar nuestro posicionamiento como referente del sector ■

Fotos: Nina Prodanova