



La compañía ha experimentado un rápido crecimiento en los últimos años que se ha visto acelerado durante 2020.

ENTREVISTA

Juan Pablo Lázaro, presidente ejecutivo de Sending

“LA CLAVE DEL ÉXITO ES CUIDAR AL MÁXIMO AL CLIENTE”

Una de las empresas punteras en el sector de la paquetería urgente, y de mayor crecimiento, ha sido Sending. Fundada hace 12 años, ha encontrado en el e-Commerce la mayor fuente de su negocio, en un año tan complejo como el 2020.

Por_ **Edi Cobas** / Fotos: **Olga Vallejo**

Todotransporte: **Sending ha logrado posicionarse como una de las empresas líderes en el transporte urgente. ¿Dónde ha estado la clave de su éxito?**

Juan Pablo Lázaro: Una de nuestras fortalezas es que somos una empresa de transporte urgente que se basa en un mix de delegaciones propias y agentes. No es un modelo de franquicias, sino que contamos con especialistas de zona que operan todos bajo la marca Sending, lo que nos permite tener presencia física en las ciudades más impor-

tantes y, para el resto de los casos, contamos con colaboradores. También mantenemos un nivel de inversiones importante.

TT: ¿Qué importancia tiene división de e-Commerce en el total de su actividad?

J.P.L.: Nunca se había vivido una evolución así. En 2019 el 7 por ciento del retail se movía por e-commerce y la previsión era que en cuatro años estaría en torno al 30 por ciento. La pandemia ha acelerado todo tanto que, un año después, en torno al 18 por ciento del retail es e-com-

merce. Para nosotros, el comercio electrónico representa aproximadamente el 50 por ciento de nuestra actividad y es la parte que más ha crecido durante la pandemia, y que más prevemos que crezca.

TT: ¿Ha realizado inversiones específicas para mejorar los recursos de esta división?

J.P.L.: El 70 por ciento de nuestras inversiones se han destinado a esta división para incorporar sistemas de clasificación, modelos de chatbot y estudiamos distintas fórmulas adicionales. Una parte importante de las inversiones futuras en tecnología irán en esa línea. Llegado el momento, podríamos duplicar las infraestructuras de distribución y separar el B2B del B2C.

TT: Hablemos de los clientes. ¿Qué tipo de cliente, es el más habitual?



J.P.L.: Lo que ha ocurrido en estos últimos meses es que sectores que antes era impensable que entraran en el mundo del e-commerce o que se pensaba que iban a tardar mucho en introducirse, se han introducido en el mundo del comercio electrónico. Aquí cabe todo tipo de cliente y de empresa, desde pequeño comercio, en el que su papel de presencia física es compatible con

Sectores que antes era impensable que se introdujeran en el e-Commerce, lo han hecho por necesidad

e-commerce, como ópticas o farmacias; a la mediana empresa y los grandes.

TT: ¿Cómo será el e-Commerce en su empresa en el futuro próximo?

J.P.L.: El e-commerce para nosotros se basará en tres áreas: home delivery, distribución a PUDOs o puntos de recogida distintos a los de las propias cadenas de tiendas y los locker o buzones, que también tendrán cabida. Es una oportunidad para todos.

¿Y en general, qué proyectos tienen pensado realizar?

J.P.L.: Tenemos rutas diarias con Holanda, Alemania y norte de Italia, que inyectan sobre todo en Madrid y Barcelona. Vamos a mantener

“Los ERTes han sido fundamentales para mantener a muchas empresas en el 2020”

- ▲ Lo sucedido a lo largo del 2020 ha motivado, que haya tenido una gran dependencia de las decisiones adoptadas por el Gobierno; “tanto para el mundo empresarial en general como para las empresas del sector los préstamos ICO la posibilidad de los ERTes han sido clave. Nosotros ni nos lo hemos planteado, pero ha sido una herramienta que ha permitido mantener los puestos de trabajo en cuarentena”.
- ▲ Respecto a otros momentos, Juan Pablo Lázaro señala que se ha funcionado mejor; “frente a otras crisis, el acceso a financiación con las líneas ICO ha permitido solucionar un problema que, en la crisis de 2007 y en su repunte 2012, no pudieron por no contar con esta opción”. Pero en nuestra realidad sí critica un aspecto: “La existencia de muchas normas en comunidades y ayuntamientos requiere de muchos expertos adaptándose a cada situación particular, sería muy importante que hubiera seguridad y unidad criterio”.

la actividad comercial en España y Portugal y también en el resto de Europa. De manera complementaria, apostamos por el benchmarking para conocer las mejores prácticas de los demás. Y sin olvidarnos de nuestra “principal baza”, que es cuidar al cliente. Nuestro lema, “En contacto contigo” es básico, de hecho, el nombre de la compañía es Sending Transporte y Comunicación, porque para nosotros la comunicación es una parte muy importante. Y todo sin olvidar otro aspecto como la Logística inversa que se ha convertido en una importante baza competitiva. ✎