

EL 'SAME DAY DELIVERY' EN TODOS LOS SECTORES

JUAN RIVERO, CEO DE SUPERTech, HABLA SOBRE LA INNOVADORA TECNOLOGÍA QUE PERMITE A LOS 'RETAILERS' ENTREGAR SUS PRODUCTOS A DOMICILIO EN SOLO UNA HORA.

El cliente se ha vuelto más exigente con el paso del tiempo y demanda entregas rápidas cuando hace sus compras por internet. Por ello, las empresas deben apoyarse en soluciones creativas y tecnológicas que satisfagan su deseo y se adapten a los nuevos modelos que marca el mercado. Pero, ¿existe una tecnología que permita a los *retailers* entregar sus productos a domicilio en solo una hora? Supertech (www.supertech.delivery) ha desarrollado una herramienta tecnológica que permite entregar los pedidos en tan solo una hora, de forma eficaz y rentable, y que gestiona todas las operaciones de *ecommerce* de una manera automática. De este modo, los *retailers* pueden ponerse al nivel de grandes *ecommerce* del sector y competir con ellas, ofreciendo sus productos en muy poco tiempo. Y también reducir de una forma muy considerable los costes logísticos, gracias a esta plataforma que se sincroniza, a su vez, con el *partner* que escoja el cliente. En la actualidad, Supertech cuenta con un acuerdo con Correos, pero su tecnología permite trabajar con cualquier otra empresa de logística que posibilite entregas en un solo día e, incluso, adaptarse al a flota propia del cliente.

La *startup* fundada en 2015 comenzó implementando su tecnología en un *market place* de alimentación propio, DelSuper.es. Una herramienta que la compañía ha pulido y desarrollado hasta ofrecer el mejor servicio de entrega en tan solo una hora. "Elegimos este sector por la oportunidad de mercado y la complejidad. Cuando empezamos el proyecto nos dijimos, si somos capaces de automatizar este proceso tan complejo po-

dremos atacar cualquier sector", explica Juan Rivero, CEO de Supertech.

Desde este año, la *startup* también ofrece su servicio tecnológico a otros *retailers*. "El *same day delivery* tiene un rey que es el canal de alimentación donde nosotros ya estamos muy bien posicionados. Pero existen otros mercados en las entregas rápidas que estamos trabajando. Parafarmacia y moda ya son un hecho. Estos *retailers* son los pioneros, los que marcarán la tendencia para que en próximos años el usuario no entienda la compra *online* sin poder recibirlo de manera inmediata en cualquier sector".

El ejecutivo explica que adaptarse a las exigencias del mercado ha sido "sencillo", ya que primero aprendieron creando su propio canal de ventas. "Una vez que logramos desarrollar una herramienta robusta fuimos los pioneros en ofrecer a los *retailers* tecnología *same day*. Esto favorece que con cada cliente aprendamos continuamente de sus necesidades de manera que siempre estamos mejorando nuestra tecnología a partir de una demanda real". Y es que, para el ejecutivo, la sociedad digital "ha creado compradores inteligentes que consumen cada vez más, pero con la lealtad en mínimos. Saben lo que quieren, cuando lo quieren, y lo compran mejor que nunca. El resultado es un mundo donde los *retailers* compiten menos en variedad y precio y se diferencian más mediante el servicio como pueden ser las entregas rápidas. Además, los *retailers* han de lograr la excelencia en el servicio con una rentabilidad mayor. Nosotros usamos la tecnología para hacer posibles esos dos objetivos a priori tan antagónicos".

En este sentido, Supertech "hace fácil lo difícil". La compañía tarda un mes en imple-

mentar su herramienta con la que el *retailer* ofrece su servicio *same day*. "Ofrecemos un servicio centrado en que la experiencia del cliente final sea perfecta, eficiente y agradable desde la compra hasta la entrega; reducimos a la mitad los costes logísticos; y contamos con socios como Telefónica y Correos que dan robustez a nuestro producto".

Objetivo: crecer

Supertech abrió sus puertas en España hace algo más de tres años, pero la ilusión y fuerza con la que comenzaron se mantiene latente a día de hoy. "Estamos abiertos al futuro y al cambio constante, lo que nos permite escuchar bien de cerca a nuestros clientes, aceptar y ejecutar. En cuanto a la operativa, somos una empresa joven y con una clara tendencia a la acción. Desde el punto de vista comercial, nuestra meta a corto plazo es crecer en *retailers* y convertirnos en el estándar de mercado. Somos conscientes de que es un camino largo que conlleva que tengamos que ser muy rápidos. Esto quiere decir que nuestro equipo de producto tiene que estar muy cerca de nuestros clientes y contar con un equipo de desarrollo hambriento de cambio, sin olvidar que los objetivos a corto en cuanto a producto lo marcan nuestros clientes. Pero si existe algo destacable a corto plazo en lo que trabajamos son los datos. En este sentido el *big data* juega un papel fundamental en nuestra compañía para dar respuesta a nuestros clientes con el objetivo de dotarles de la información necesaria; y que tomen nota de las mejores prácticas y mejoren su experiencia de cliente. Queremos ayudar a disminuir la impredecibilidad de los clientes de nuestros *retailers*".

Además, la compañía quiere cruzar nuestras fronteras. "Empezamos gestionando pedidos con un bolígrafo y un papel. Casi cuatro años después hemos desarrollado la *suite* más avanzada del mercado mundial para la gestión de los pedidos en *same day*. Para nosotros es esencial abrir oportunidades fuera de España por tres motivos: el mayor tamaño de mercado unido a la fácil escalabilidad de nuestro producto; no perder la ventaja competitiva de tiempo que llevamos; y la necesidad de obtener más inversión para crecer más rápido, una inversión que en nuestro país es difícil conseguir". ●

"DESDE EL PUNTO DE VISTA COMERCIAL, NUESTRA META A CORTO PLAZO ES CRECER EN 'RETAILERS' Y CONVERTIRNOS EN EL ESTÁNDAR DE MERCADO"

