

Alfil Logistics es uno de los cinco grandes operadores en el sector logístico español. El grupo participado por DAMM y Renfe dispone de una potente estructura con 17 almacenes, 60 plataformas de tránsito y una flota propia con la que alcanzan los 300.000 envíos anuales entre vías terrestres y marítimas. Precisamente la omn-

canalidad y la optimización de todos los medios de transporte —señala su director general, Jaume Bonavía— es el futuro del negocio logístico. Estrenando nueva imagen de marca, el grupo apuesta por la internacionalización —con China y EE UU como mercados prioritarios— para seguir creciendo.

Jaume Bonavía, director general de Alfil Logistics

“El futuro de la logística está en la omnicanalidad y aprovechamiento de todos los medios de transporte”

■ Nuria Díaz

— **¿Quién está detrás de Alfil Logistics? ¿Quiénes son sus principales accionistas?**

— Nuestros accionistas son el Grupo DAMM, con una participación del 60%, y RENFE, con un 40%, desde la constitución de Alfil Logistics en el año 2000.

— **¿Cuáles son las principales cifras de la compañía y cuáles sus previsiones para este año?**

— En 2016 alcanzamos un volumen de negocio de 90 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 7%. Este incremento contribuye de forma consistente a nuestro objetivo de alcanzar los 100 millones de ingresos para este año 2017.

Disponemos de 17 almacenes y más de 60 plataformas de tránsito que nos permiten realizar un volumen de entregas de distribución capilar de 30,4 millones de kilos. En los últimos años hay dos elementos que están impulsando con fuerza nuestro negocio: la ampliación de la cartera de clientes y la internacionalización.

— **¿Cuál es su plan de internacionalización?**

— Nos encontramos en plena fase de expansión. Ya hemos llegado a Europa Central, Oriente Próximo y el Norte de África. Nuestro plan de internacionalización tiene el foco puesto en China y EE.UU. Somos “Operador Económico Autorizado” (OEA), lo que nos reconoce como colaboradores de confianza para las aduanas de la UE y de los terceros países con los que la Unión tenga acuerdos de reconocimiento mutuo, tales como China, USA, Japón o Suiza, entre otros.

En línea con la internacionalización y la ampliación de servicios a clientes, pertenecemos a la Asociación IATA (International Air Transport Association), que permite gestionar transporte Aéreo como transitarios. Recientemente Alfil Logistics ha entrado a formar parte de Global Affinity Alliance, una extensa red de más de 450 corresponsales que permite ofrecer servicios de transporte internacional de mercancías a lo largo de prácticamente todas las capitales, puertos y aeropuertos mundiales.

— **Ustedes son un operador logístico integral multimodal. Pero ¿dónde está en mayor medida el futuro de la logística: tren, carretera, mar...?**

— El futuro precisamente está en la omnicanalidad y en la optimización de todos los modos de transporte. Es ahí donde vamos a centrar nuestros esfuerzos.

Queremos acompañar a nuestros clientes en el desarrollo de su negocio, la llegada a nuevos mercados y la atención a las nuevas necesidades de sus clientes. El cambio en la tipología de consumo de los ciuda-



“Disponemos de 17 almacenes y más de 60 plataformas de tránsito que nos permiten realizar un volumen de entregas de distribución capilar de 30,4 millones de kilos”

“Tenemos una flota propia con la que alcanzamos los 300.000 envíos anuales entre vías terrestres y marítimas”

“El cambio en la tipología de consumo de los ciudadanos está obligando a cambiar los procesos logísticos, generando nuevos retos para las empresas”

danos está obligando a cambiar los procesos logísticos, generando nuevos retos para las empresas de distribución y logística. En los últimos años todo se ha acelerado. Nuestro propósito es ir por delante de esos cambios para tener alternativas y soluciones probadas antes de que los clientes nos lo pidan. Si no tra-

AL TIMÓN

Jaume Bonavía es desde 2007 el director general y primer ejecutivo de Alfil Logistics. Bonavía suma más de 25 años de experiencia profesional en la gestión de proyectos de comercio y logística en el ámbito nacional e internacional. Es diplomado en Ciencias Empresariales por la Universitat de Barcelona. Completó su formación con un postgrado en Dirección de Marketing en la Escuela Superior de Marketing y Administración de Barcelona (ESMA), un programa de Desarrollo Directivo (PDE) en el IESE y en la Universidad de Navarra y un programa de Alta Dirección de Empresas de la Cadena Alimentaria en el Instituto Internacional San Telmo. Antes de incorporarse a Alfil Logistics, Bonavía fue director comercial de Agora Europe, director nacional de

Ventas de CHEP y ejecutivo de Prudential Insurance Company of America. En sus 17 años de existencia, Alfil Logistics se ha convertido en una de las empresas de referencia del sector logístico en España. En su tiempo libre practica deporte, sobre todo el ski y la mountain bike. Es aficionado al cine y a la lectura, especialmente revistas técnicas del entorno profesional, así como la prensa diaria y económica.

bajas cada día estudiando estas variables y acondicionando tu estructura al mundo real, estás condenado al fracaso. Creo que una de las claves de nuestro éxito es la mejora continua.

— **¿Cuál es su apuesta de futuro? ¿En qué tipo de mercancía pien-**

san centrar sus esfuerzos?

— Recientemente hemos desarrollado una nueva imagen de marca, que humaniza el mundo de las operaciones con un nuevo posicionamiento. “wetakecare” es la expresión que lo sintetiza y que pone de relieve uno de nuestros principales objetivos estratégicos: mantener y

mejorar la confianza de los clientes a través de una relación próxima, fácil y directa que potencie los vínculos y el trabajo en equipo.

Apelamos a valores como humanidad, innovación, valentía, accesibilidad o sociabilidad, entre otros. En base a estos principios, apostamos por un nuevo posicionamiento alineado con una visión, estrategia y apuesta de futuro.

En ese marco, buscamos la expansión internacional y el desarrollo de la última milla. Como comentaba, nuestros esfuerzos los vamos a centrar en ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes, cualquiera que sea la mercancía que nos encomienden.

— **Hablemos de la infraestructura de la compañía**

— Actualmente estamos presentes en los principales núcleos de la Península Ibérica: Madrid, Sevilla, Valencia, Barcelona, Murcia, Palma, Santiago de Compostela, Almería, Málaga y Santarem, entre otros. Disponemos de una flota propia con la que alcanzamos los 300.000 envíos anuales entre vías terrestres y marítimas.

Distribuimos 337.000 toneladas por ferrocarril, y dentro de los 30,4 millones de kilos que realizamos en entregas de distribución capilar, medio millón fueron por vía aérea. Esta capacidad nos permite posicionar toda nuestra flota en Europa de una forma óptima, especialmente en los mercados de Italia, Francia, Bélgica, Alemania, Holanda, Inglaterra y Portugal. Gracias a esta capacidad técnica y logística de la que disponemos, ofrecemos un completo servicio integral multimodal.

— **¿Cuál es la política medioambiental de la empresa, uno de los grandes retos del sector logístico?**

— Nuestra política de medio ambiente se apoya en tres elementos principales: reducir, reutilizar y reciclar, que deben ser consideradas en cada una de las actividades que realizamos y asumidas por todos nuestros colaboradores. Fomentamos la participación de clientes, proveedores y trabajadores en materia medioambiental.

Y potenciamos la prevención como alternativa ventajosa frente a la corrección. Uno de los aspectos importantes a tener en cuenta como operador logístico es la reducción de los residuos, segregándolos para su correcta gestión. Intentamos siempre ir más allá de las exigencias de la legislación medioambiental. Además, contamos con un sistema de mejora continua de nuestro comportamiento y rendimiento y evaluamos periódicamente el funcionamiento de nuestras instalaciones para comprobar las mejoras de gestión medioambiental introducidas. Como ejemplo cabe destacar, entre otros, la instalación de placas fotovoltaicas, con una capacidad de 900 Kw, cuya generación de energía limpia ahorra la emisión de 1.870 toneladas anuales de CO2 a la atmósfera. También tenemos lucernarios que permiten contar con luz natural en el edificio y el ahorro de energía eléctrica durante el día, y utilizamos gas natural para el movimiento de las carretillas.

— **En un sector como el suyo, con varios operadores grandes e integrados, ¿no se avecina alguna operación de fusión o adquisición?**

— Como cualquier actividad económica, el sector de la logística y distribución está abierto a posibles movimientos societarios y de alianzas estratégicas. Hay muchos factores internos y externos que afectan a los múltiples actores que forman parte de este sector. Estos condicionantes pueden ser determinantes para que exista más o menos estabilidad en este tipo de cuestiones. La competencia es muy alta y la capacidad de cada compañía es esencial.