

DIRECTIVOS



Elisabeth Rodríguez lidera en nuestro país UPS, la empresa de logística encargada de la entrega de las vacunas contra el Covid-19.

“Las empresas tienen el deber de dejar un mundo mejor”

ELISABETH RODRÍGUEZ Directora general de UPS en España y Portugal.

Nerea Serrano. Madrid

En septiembre de 2019, Elisabeth Rodríguez (Granada, 1980) por fin conseguía volver a España después de casi 20 años en UPS en Bruselas, Dublín, Milán y Estocolmo. La oportunidad que anhelaba para estar más cerca de su familia llegó en forma de directora general de la compañía en España y Portugal, pero pocos meses después de su nombramiento se declaró la pandemia y tuvo que volver a recurrir a la tecnología para ver a los suyos. Trabajo para sobrellevarlo no le ha faltado. UPS ha sido testigo del *boom* del comercio electrónico y ha sido la empresa encargada de la entrega de las vacunas contra el Covid-19. “Lo que ha hecho posible la distribución de la vacuna se ha ido gestando desde febrero de 2020 cuando empezó la pandemia. En esa época ya nos encargamos de la logística de productos sanitarios como las mascarillas y ya existían esos servicios sanitarios en el negocio de UPS antes del coronavirus, solo ha habido que hacer unos ajustes. A nivel mundial, UPS cuenta con 950.000 metros cuadrados de espacio homologado para la logística sanitaria, lo que equivale a 150 campos de fútbol”.

Según Rodríguez, la mayor inversión de su compañía ha sido en el campo de los congeladores para refrigerar la vacuna. En Holanda, por ejemplo, disponen de unas instala-

ciones con 600 congeladores que pueden llegar hasta 80 grados bajo cero y donde caben, en cada uno, 48.000 viales. Hasta el momento la compañía de logística solo ha transportado la vacuna de Pfizer, pero, según la directiva, están trabajando “con ocho de las diez vacunas que están en proceso de validación”.

La carrera que se ha vivido en las farmacéuticas por ser las primeras en desarrollar la cura ha tenido su réplica entre las empresas de logística que ansiaban llevarse este suculento contrato, pero ¿cómo se gesta una firma de este calibre? “La clave para conseguir un contrato así es la confidencialidad. Cuando sabes que cuentas con las soluciones que necesita el cliente, el primer paso es ponerse en contacto con las instituciones públicas y con las farmacéuticas, con las que ya hay una relación previa. Una vez logrado, es un orgullo lo que ha conseguido el equipo desde que se comenzó con el transporte de material de primera necesidad. Las vacunas son importantes, pero también existen otras enfermedades”.

Y otras oportunidades de negocio. España es uno de los países que más ha crecido en comercio electrónico a raíz de la pandemia. El informe *Global E-commerce 2020*, de eMarketer, señala un crecimiento de entorno al 20% en las ventas en *retail* a través de Internet. “En el tercer trimestre del año pasado, un 61% de

“La distribución de la vacuna ha sido posible porque la logística estaba planificada desde febrero”

“La crisis nos va a afectar pero al revés: vamos a acelerar las inversiones por el ‘boom’ del comercio online”

nuestras entregas se realizó a clientes particulares, *target* que en 2019 no llegaba al 40%”. Las pequeñas entregas han sido un desafío para el gigante de la logística: “No es lo mismo llevar 20 cajas a una tienda que un pequeño envío a una casa, donde tienes que dar flexibilidad al consumidor de cuándo y cómo quiere este paquete, adaptándote a la incertidumbre de que estas necesidades cambian al instante”. El objetivo de la ejecutiva en este momento es que crezca la red de pequeños comercios y pymes. “Estamos centrados en formar a nuestras pequeñas empresas porque para la economía española es esencial darles acceso a mercados internacionales, por ello hemos simplificado los procesos”.

La directora general de UPS en España y Portugal cree que no hay vuelta atrás en el comercio electrónico. “La crisis sanitaria está duran-

do tanto que ha calado en las rutinas diarias del consumidor. Hay recelo de ir a las tiendas y si te lo traen a casa, mejor, sobre todo en el ámbito rural, donde el crecimiento ha sido más fuerte”.

Los retos de 2021 apuntan hacia esos nuevos hábitos del cliente “que cada vez quiere más rapidez y fiabilidad. El desafío es cómo adaptarse a eso; en los últimos meses hemos introducido la entrega en sábado en muchos códigos postales adicionales y hemos necesitado abrir más edificios, como una nueva nave en Barcelona donde hemos invertido 40 millones de euros”, asegura.

Las malas previsiones para España no amedrentan a UPS. “La crisis nos va a afectar pero al revés, vamos a acelerar nuestras inversiones porque estamos operando a volúmenes que no se esperaban hasta dentro de cinco años. Hay que pensar en el futuro porque el comercio electrónico no se va a ralentizar”. Rodríguez también recuerda que su foco estratégico es la exportación y que están menos expuestos que otros operadores a la economía doméstica.

El otro pilar de su plan estratégico es la sostenibilidad, un desafío nada desdeñable en el sector logístico. “Queremos ser una empresa a largo plazo porque tenemos el deber de dejar un mundo mejor, pero para llevarlo a cabo es esencial la colaboración público-privada”.

PARA DESCONECTAR



El menú de San Valentín de El Jardín de Orfila es de Mario Sandoval.

GASTRONOMÍA

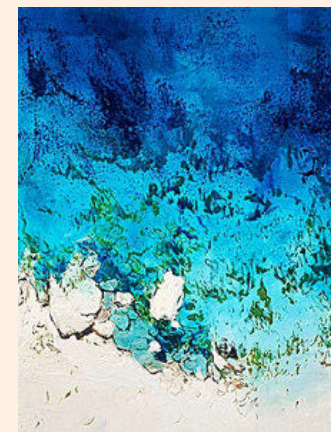
El Jardín de Orfila se suma a celebrar San Valentín con una experiencia culinaria en el interior o en la terraza de invierno diseñada por Mario Sandoval, dos estrellas Michelin. El menú, que se servirá el 12, el 13 y el 14 de febrero, cuenta con platos como Ravioli de crustáceos en salsa de champagne y azafrán o Cochinillo confitado sobre terrina de vegetales ahumados y encurtidos.

LIBROS

Se cumplen 20 años de la publicación de *Fish!*, uno de los libros de empresa más reconocidos de las últimas décadas sobre el trabajo en equipo y la motivación. Para celebrar este aniversario, la editorial Empresa Activa lanza una edición conmemorativa ampliada y actualizada donde se muestra la aplicación práctica de esta filosofía de trabajo con ejemplos de empresas reales.

ARTE

La Galería BAT Alberto Cornejo, en colaboración con Pigment Gallery, inauguran mañana *Nudo Orgánico*, una muestra que recoge piezas de siete creadores cuyas obras giran en torno a la abstracción como medio de expresión. Desde las formas enroscadas y nebulares de Diego Canogar o los paisajes azules de Javier Barco hasta el mundo sensible de Rosa Galindo, la muestra puede verse hasta el 27 de febrero.



Óleo de Javier Barco, 'Blue Green 3'.