

awipik

Jordi Camí

Vicente Genís



Jordi Camí y Vicente Genís socios fundadores de Awipik

“Prestamos un servicio de logística integral con alma”

Gemma Jimeno

Imagen: Vicente A. Jiménez
gemma.jimeno@economia3.info

Podría funcionar nuestra avanzada sociedad sin una logística a pleno rendimiento? Seguramente no, lo más probable es que se produjera un colapso económico casi catastrófico, digno de un blockbuster hollywoodiense distópico y con espectaculares efectos digitales.

La explicación es clara, la mayoría de los sectores económicos dependen, a día de hoy, de una logística eficiente, mientras que el crecimiento exponencial del comercio electrónico está convirtiendo al sector del transporte urgente de paquetería en un ámbito floreciente y competitivo. Sin duda, se podría decir que se ha convertido en uno de los sectores económicos más importantes actualmente.

El concepto tradicional de logística está dando paso a un negocio muy innovador, como consecuencia de los cambios que se están produciendo en los hábitos de consumo y la transformación de la cadena de suministros. Si en la etapa del B2B predominaba la gestión del palé o la caja completa, el *e-commerce* ha situado el eje de la unidad de consumo en la unidad de manipulación.

Volcada en el B2C, la logística del presente y del futuro dependerá cada vez más de las innovaciones tecnológicas que vayan apareciendo, especial-

mente en aspectos como la automatización de las operaciones de almacén, el gran desafío de la intralogística. La introducción de la robótica resolverá las demandas provocadas por un crecimiento del volumen de negocio y las exigencias de una clientela educada en la impaciencia.

Prestar un servicio de logística integral con alma, este es el objetivo que persigue Awipik, una innovadora start-up que no está dispuesta a que su cliente experimente la sensación de que se le trata como a un número más y que su pedido es una gota de agua más en el inmenso mar del transporte de paquetería de última milla. ¿Cómo lo consiguen? Recuperando el valor añadido que aporta la atención personalizada. Es decir, estando al lado del cliente, prestandole un servicio de consultoría, informándole sobre la importancia del marketing logístico y de su importancia en la última milla.

Hablamos con **Vicente Genís** y **Jordi Camí** sobre el futuro de la logística y qué hace **Awipik** para humanizarla y para que tenga alma, tal y como ambos recalcan.

- ¿Qué futuro prevéis a la logística?
Vicente Genís (V.G.): La logística está destinada a funcionar con gigantes almacenes de distribución, donde predomina una gestión deshumanizada enfocada en reducir los costes de explotación y en la que tanto el emprendedor como la *start-up* que contrata nuestros servicios como el cliente final están identificados por su código de barras.

- ¿Pensáis que habría posibilidad de hacer las cosas de otra manera? ¿Qué papel juega en todo ello Awipik?
Jordi Camí (J.C.): Creemos que sí, y por eso **Vicente Genís, Antonio Domin-**

go yo creamos **Awipik** en 2021, un modelo de negocio pensado desde el concepto de una logística integral realizada con alma. Nuestro objetivo pasa por recuperar el valor añadido que aporta la atención personalizada. No queremos que el cliente experimente la sensación de que se le trata como a un número más, que su pedido no nos importa y que se trata de una gota de agua más en el inmenso mar del transporte de paquetería de última milla.

- ¿Qué valores reúne Awipik que lo hacen diferente a otros operadores logísticos?

V.G. Awipik es capaz de cubrir todas las etapas de la cadena de suministro, desde la recepción y el almacenaje, hasta la preparación de pedidos y el envío final al cliente a través de nuestra plataforma digital. Nuestro objetivo es que los clientes hagan crecer y escalar sus negocios con la máxima agilidad y reduciendo riesgos, para que se preocupen por la marcha de sus negocios mientras nosotros nos encargamos de la logística.

- Se trata de un proyecto pensado para la nueva economía digital. ▷



J.C.: Efectivamente, Awipik está concebido para ser el *partner* perfecto para el *e-commerce*, poniendo a disposición del emprendedor o la pyme la más completa cartera de servicios: avanzado almacén de stock, recepción de pedidos, manipulado y etiquetado de productos, distribución de mercancías, entrega urgente, con trazabilidad 100 % garantizada.

- **El trato personalizado e individualizado es uno de vuestros objetivos. ¿Cómo lo hacéis?**

V.G.: Nuestro objetivo es convertirnos en asesores integrales de nuestros clientes en aspectos tan variados como el *naming*, las campañas de marketing, los estudios sobre la competencia, el posicionamiento SEO, el diseño de su packaging, etc.

J.C.: Todos necesitamos un trato más humano, más cálido. Por ello, nos diferenciamos, dentro del mundo de la logística, por estar al lado del cliente, prestándole un servicio de consultoría, informándole sobre la importancia del marketing logístico y de su importancia en la última milla.

”
J.C.: “RECIBIMOS EL PRODUCTO, LO MANIPULAMOS, LO PREPARAMOS Y LO ENVIAMOS AL CLIENTE FINAL. SOMOS UN ÚNICO INTERLOCUTOR”

Estoy hablando de la experiencia de compra. Hay que tener en cuenta que cuando el cliente crea un producto y hasta que este llega al consumidor final hay que dar muchos pasos para sorprenderle mejorando la experiencia de compra. En este caso, desde Awipik le asesoramos, adaptamos y diseñamos formatos y packagings para que esta experiencia de compra sea la mejor.

V.G.: Nos encontramos con emprendedores con mucha ilusión, que han creado un buen producto y que venden en un *e-commerce* pero no saben cómo gestionar sus envíos, están invadidos por los paquetes, están ganando dinero y tienen que dar un paso más: decidir si contratan trabajadores, si alquilan una nave para gestionar sus envíos...

Es, justo en este momento cuando entra Awipik. Gracias a nuestros servicios no tienen que hacer una gran inversión en naves y en Recursos Humanos. Nosotros les acompañamos en ese camino.

Nuestra filosofía siempre ha sido no verlos simplemente como clientes sino como aliados de crecimiento. ¿Por qué? Porque si yo ayudo a esa empresa, pyme o autónomo a crecer y a aumentar su tique medio de venta y a incrementar su notoriedad e imagen de marca sin tener que hacer una gran inversión en Google, este a su vez incrementará su número de envíos y nosotros creceremos junto a ellos.

- **¿Cuál es el perfil de vuestros clientes?**

V.G.: Trabajamos con perfiles de todo tipo, desde grandes a pequeñas empresas. Por ejemplo, empresas de gran tamaño buscan en Awipik no mezclar su día a día con gestiones que les desvíen de su objeto de negocio. Trabajamos también con *start-ups* que están empujando en sectores como el sanitario o el cosmético. De hecho, estamos dados de alta como almacén sanitario y alimentario. Para ello, hemos creado pequeños espacios en el almacén para dar servicio a clientes de estos sectores.

J.M.: Somos multicliente, estamos abiertos a prácticamente todos los sectores.

V.G.: Estamos autorizados a almacenar y trabajar con todo aquello que no esté calificado como mercancía peligrosa. Tenemos clientes que producen champú, medicamentos, cosmética, recambios de tóner, piezas de repuesto de grandes maquinarias...

- **Un cliente os contrata. ¿Cuáles son los pasos a seguir?**

V.G.: Nos encargamos de recibir y descargar esa mercancía en nuestros al-



macenes, la comprobamos, la almacenamos y la clasificamos en una ubicación determinada dentro del almacén. Esta información también va a estar disponible para el cliente, ya que va a poder controlar la mercancía disponible, su fecha de caducidad, etc. El cliente que quiera dar este servicio desde su propia estructura debería tener un operario contratado (1.600 € aprox.), alquilar una nave (600 € aprox.) y unos gastos de luz cercanos a los 2.400 €, mientras que nuestro coste mensual no llegaría a los 500 euros y tendría un ahorro mensual de un 80 %, tal y como hemos comentado antes.

J.C.: Concretamente, aquellos clientes que comienzan a vender sus productos *online* al cliente final ahorrarían un 80 %, tal y como ha comentado Vicente. Para aquellos que ya están posicionados en este canal, al ahorro puede variar entre un 40 y un 60 %. Mientras que los clientes estaciona-

les, solo tienen que pagar el almacenamiento del producto.

- Contáis con un software propio a disposición del cliente para prestar un servicio de logística integral ¿Se acopla a cualquier ERP, etc. del cliente?

J.C.: Hemos diseñado una herramienta estratégica orientada sobre todo a ese cliente que inicia su actividad y quiere salir al mercado a vender su producto. Gracias a ella podemos hacer una comparativa teniendo en cuenta variables como sus necesidades de venta de producto y de almacenaje, coste de alquiler de un local,

”

V.G. “NUESTRO OBJETIVO ES QUE LOS CLIENTES HAGAN CRECER Y ESCALAR SUS NEGOCIOS CON LA MÁXIMA AGILIDAD Y REDUCIENDO RIESGOS”

contratación de personal, preparación de pedidos...

De esta forma, el cliente ve qué costes tiene y qué podemos aportarle desde Awipik.

Igualmente, este sistema de gestión permite que el usuario vea en tiempo real en qué proceso se encuentra su producto con total transparencia.

Según nuestros propios datos, aquel cliente que inicia su actividad con un *e-commerce* le está saliendo un 80 % más caro ya que tiene que dar de alta la actividad, almacenar la mercancía, tener personal para preparar los pedidos... En todos estos pasos es donde Awipik puede acompañarles y suponer un ahorro de costes.

En definitiva, nos volcamos con nuestros clientes. Estamos siempre pensando cómo mejorar su día a día.

V.G.: Debemos pensar también que no todas las pequeñas *start-ups* que nacen pueden contar con depar- ▷



María Aguilar, responsable del área de Marketing

tamentos de marketing y publicidad para diseñar el packaging adecuado a su producto y aquí también podemos aportar mucho.

- ¿Cómo gana dinero Awipik?

J.C.: Desde que recibimos su pedido en nuestro almacén, mejoramos la experiencia de compra con un packaging diferente, preparamos el paquete y se lo hacemos llegar al consumidor final.

- ¿Qué es el 4PL y cómo se beneficia el cliente?

J.C.: Recibimos el producto, lo manipulamos, lo preparamos y lo enviamos al cliente final. Estamos preparados para dar todo el servicio. Esta es una de las cosas buenas que tiene Awipik, su capilaridad como 4PL. Es decir, somos un solo interlocutor.

La experiencia de cliente

- ¿Contáis con un departamento de diseño para mejorar ese *packaging* del cliente?

J.C.: Contamos tanto con un departamento propio y un proveedor externo.

V.G.: Los clientes pueden optar por diferentes opciones: solo diseño de *packaging* y envío, sin almacenaje o alma-

cenaje, diseño de *packaging* y envío, etc.

J.C.: Hay clientes que no tienen espacio en sus instalaciones pero hemos desarrollado su *packaging*. En este caso, almacenamos sus cajas, se las preparamos y se las acercamos cada vez que nos hacen pedidos.

- ¿Vuestra experiencia en logística de última milla os ayuda a mejorar vuestra relación con el cliente?

J.C.: Awipik se ha creado para tener ese canal 4PL con la posibilidad de contar con los servicios que ofrecemos y la experiencia que aportamos, tras más de 30 años en el sector del reparto de última milla, que nos permite aprovechar al mismo tiempo la excelente capilaridad y la experiencia de compra.

V.G.: Dentro del sector de entrega somos los que mejor servicio prestamos. Además, nuestro valor añadido crece gracias al *call center* con el que contamos para dar un servicio personalizado al cliente y la posibilidad que ofrecemos de integrar la plataforma de Awipik con la de la empresa interesada.

- ¿Estáis preparados para prestar vuestros servicios en todo el mundo?

J.C.: Sí, así es. Podemos tener mercancía de cualquier cliente del mundo y repartirla en cualquier lugar.

V.G.: De hecho, hemos contactado con empresas extranjeras cuyo fin es tener un centro logístico en España para no tener que sacar los envíos desde su país y saldrían desde nuestras instalaciones.

- Afirmáis también que contar con e-commerce hoy en día es un suicidio.

J.C.: Efectivamente, lo planteamos así porque es importante saber a dónde vamos y cómo llegamos al cliente final. Awipik puede lograr que no sea un suicidio porque podemos acompañar al cliente en todos los procesos para que la salida a la venta de su producto sea más fácil.

V.G.: No es fácil crear un *e-commerce* y vender. Es importante estar bien posicionado en Google, algo difícil de conseguir.

- ¿Ayudáis también al cliente a posicionar su producto en Google?

J.C.: El posicionamiento es un aspecto más del asesoramiento estratégico que ofrecemos en la consultoría gratuita. El cliente necesita a alguien de confianza que le ayude a salir al mercado.

Si él está convencido de que Awipik es su ecosistema para dar salida a su *e-commerce* les ayudamos en muchos procesos sin cobrárselos. Nuestra experiencia en la última milla nos ha permitido ver más allá y conocer lo importante que es la experiencia de compra.

- La sostenibilidad y el medioambiente forman parte también de los valores de Awipik. ¿Cómo lo conseguís?

V.G.: Hay muchas empresas que presumen de ser muy sostenibles y ofrecen al cliente la opción de devolver el producto gratuitamente. Nos-



”

**J.C.: “QUIENES
COMIENZAN A VENDER
SUS PRODUCTOS ONLINE
AL CLIENTE FINAL
AHORRARÍAN UN 80 %
TRABAJANDO CON AWIPIK”**

tros intentamos acabar con la cultura del “todo gratis”, aunque sí que es cierto que ya está cambiando. De hecho, grandes distribuidores han empezado a cobrar por las devoluciones porque no es sostenible.

J.C.: También trabajamos para hacer ver al cliente que no se puede competir solo por precio. Ya que si lo baja, no le quedan recursos para fabricar un producto de calidad o para alcanzar otros objetivos como ser más sostenibles... Por nuestra parte, si la entrega de ese producto está bien hecha, no sufrirá devoluciones y el consumidor final estará satisfecho gracias a que ha tenido una buena experiencia de compra. Todo ello ayuda a que no se generen más residuos, más CO₂...

- ¿Cómo gestiona Awipik la logística inversa?

V.G.: Como somos expertos en entrega de última milla podemos recoger un envío en cualquier parte de España y tenerlo al día siguiente en nuestras oficinas. Una vez recibimos esa mercancía, llevamos a cabo unos controles de calidad teniendo en cuenta unos parámetros establecidos por el cliente. Si no los cumple, la mercancía se aparta y si los supera se vuelve a incorporar al stock del almacén como si fuera un nuevo producto. En definitiva, el cliente es el encargado de darnos la orden de devolución. En la plataforma de Awipik, tanto para poder enviar como para recoger en otro destino, es el cliente el que nos debe remitir esa orden de recogida.

- ¿Qué previsiones de crecimiento os habéis planteado para Awipik?

V.G.: Nuestro objetivo, por encima de todo, es ser sostenibles y rentables, teniendo en cuenta que en el sector no todo el mundo está dispuesto a pagar la calidad de servicio que ofrecemos. Buscamos un buen cliente. Es decir, aquel que busca una calidad de servicio.

J.C.: A lo largo de este año queremos seguir asentándonos, sobre la base del *software* que hemos creado y que ha demostrado que funciona y conecta bien con nuestros clientes.

- ¿Pensáis que está equilibrada la cadena logística?

V.G.: En nuestra opinión, no hay ningún equilibrio. De hecho, ya se están incrementando los precios y, por otro lado, tampoco se pueden pagar los mismos precios que hace veinte años, así tampoco se puede sostener un sector. Eso ha dado lugar a que haya empresas que estén rozando la línea de la ilegalidad.

Existen muchas opciones de entrega y recogida de paquetes como los



”

**V.G.: “POR AHORA,
EL PAQUETE LO TIENE
QUE ENTREGAR UNA
PERSONA”**

puntos de conveniencia pero no son rentables –quioscos, estancos, gasolineras...-. La logística se está apoyando en estos espacios alternativos que ni siquiera están dados de alta en el IAE para esta actividad para tratar de ser rentables, seguramente sin conseguirlo. Entonces ¿dónde quedamos los operadores de transporte? Así es imposible lograr una logística equilibrada.

J.C.: La logística necesita equipo humano. Es fundamental la tecnología pero hay movimientos que deben hacer las personas.

V.G.: Hasta que no se desintegren los paquetes, como en la película de Start Trek y aparezcan en la casa del cliente, yo siempre digo a mis clientes que mis trabajadores tienen por costumbre comer todos los días y pagar sus facturas. Por ahora, el paquete lo tiene que entregar una persona. •