



“Nuestra meta es ayudar a nuestros clientes a satisfacer a los suyos, formando una cadena de beneficios para todos”

Porque fue el recipiente utilizado por todas las grandes naciones comerciales, desde los fenicios hasta los romanos, para almacenar y transportar toda clase de objetos y alimentos con éxito, y en el mundo globalizado y tecnológico actual el transporte es más necesario que nunca, Amphora nace como la alternativa a la manera tradicional de externalización de la logística. Adrià Cortés, CEO de la *startup* de referencia para el sector, habla en profundidad sobre el proyecto que ha llevado a cabo junto a Joan Tresserras y Joaquim Sant.

'LO QUE REALMENTE NOS DISTINGUE ES NUESTRA CAPACIDAD DE OFRECER ALGO QUE NINGUNA OTRA SOLUCIÓN LOGÍSTICA PROPORCIONA: MÁS TIEMPO'

Amphora Logistics dio sus primeros pasos en 2020 en un contexto de pandemia global y aislamiento, y, por tanto, de máxima carga de trabajo para los servicios de logística. ¿Cómo fue iniciar un proyecto así en ese momento en España?

Iniciar un proyecto como Amphora en España en 2020, en medio de una pandemia global y un aislamiento generalizado, fue un desafío complejo pero al mismo tiempo una oportunidad única. Dado el contexto de máxima carga de trabajo para los servicios de logística, la pandemia creó una necesidad urgente de soluciones logísticas eficientes, especialmente para los *e-commerce*, que experimentaron un crecimiento exponencial debido a las restricciones de movilidad. Este escenario nos permitió dedicar mucho tiempo al desarrollo y puesta en marcha del proyecto, posicionándonos como un aliado clave para los negocios *online*. Nos enfocamos en equiparar las oportunidades de medianas empresas con las de grandes corporaciones, liberándolas de la carga operativa logística y permitiéndoles enfocarse en su crecimiento.

En muy poco tiempo, la empresa se ha alzado como la *startup* de logística para *e-commerce* de referencia para muchos negocios. ¿Cuáles fueron las necesidades que detectasteis en este sector y que sentisteis que no se estaban satisfaciendo?

Identificamos en el sector la falta de una solución logística integral y accesible para todas aquellas empresas que no tenían el mismo poder que los gigantes como El Corte Inglés o Zara, pero que igualmente tenían un volumen significativo de ventas *online*. Con Amphora vimos la oportunidad de democratizar los servicios logísticos, ofreciendo soluciones que permitieran a estas empresas competir en igualdad de condiciones, asegurando eficiencia en la entrega, costes reducidos y una buena atención al cliente.

A día de hoy, ¿existen diferencias entre las demandas de vuestros clientes y las de los consumidores finales?

Al final, nuestros clientes y sus consumidores buscan lo mismo: entregas rápidas, envíos económicos y un excelente servicio al cliente. Nuestra meta es ayudar a nuestros clientes a satisfacer a los suyos, formando

una cadena de beneficios para todos. Con Amphora, los *e-commerce* pueden cumplir estas expectativas sin preocuparse por la logística que hay detrás. Lo que realmente nos distingue es nuestra capacidad de ofrecer algo que ninguna otra solución logística proporciona: más tiempo. Los *e-commerce* quieren el tiempo para centrarse en sus marcas, para lanzar nuevos productos, para explorar nuevos mercados, en definitiva, hacer crecer su marca. Nuestro propósito es llevar su logística permitiéndoles dedicar su atención y recursos a lo que realmente importa: sus ideas y su negocio.

En el mundo de la belleza, como en otros muchos, la logística se ha vuelto un factor estratégico clave en la experiencia de compra *online*. ¿Qué experiencia habéis tenido con la gestión de almacén del producto *beauty*? ¿Hay algo que lo caracterice?

En el sector de la belleza, la logística juega un papel bastante clave, no solo en la entrega de los productos sino también en preservar la integridad y la presentación de estos. En cosmética, cómo se entrega y presenta un producto es tan importante como su calidad. En Amphora, nos centramos en que cada producto llegue en perfecto estado, prestando especial atención al embalaje y a las condiciones de almacenamiento. Esto asegura que la experiencia de marca se mantenga desde el momento en que el cliente recibe su compra.

Hablando de la experiencia de compra, si hay algo crítico que ofrece siempre el sector de la cosmética y la perfumería es también una experiencia de marca. ¿Cómo podéis asegurarnos de que los clientes finales perciben esta *brand experience* en todo momento?

Para asegurar que los clientes finales experimenten plenamente la marca en todo momento, en Amphora hemos desarrollado Aflora. Este portal de gestión de *e-mail* y devoluciones es una herramienta clave para mantener una experiencia de marca coherente desde el principio hasta el final de la experiencia de compra. Aflora permite a los clientes finales verificar el estado de su envío, solicitar cambios o devoluciones, todo dentro de una plataforma que personaliza nuestro cliente con su *branding*. Esto significa que incluso después del *checkout*, la experiencia

del cliente sigue alineada con los valores de la marca. Incluso aumentando las ventas con funcionalidades de Aflora como es el *'upselling'*, una opción que te permite vender más a partir de descuentos.

Entre las propuestas de valor de Amphora Logistics, se encuentra vuestro SGA, Atenea. ¿Qué papel juega éste en vuestro desempeño? ¿Está disponible para el uso por parte de otras compañías?

En cuanto al SGA (Sistema de Gestión de Almacén) Atenea, este juega un papel fundamental en Amphora. Mientras que en sus inicios fue desarrollado para nuestro uso interno, Atenea se ha convertido en una solución por y para *e-commerce*. Como fue configurada para nuestros propios almacenes, el SGA responde a unas necesidades claras y se adapta a las particularidades del sector. Para definirlo un poco, se trata de un *software* pensado para digitalizar almacenes y asegurar la calidad y la escalabilidad de las marcas. Atenea combina el SGA, para asegurar y optimizar la operativa interna en el mismo almacén del cliente, y un SGP (*Software* de Gestión de Pedidos) para que el cliente tenga el control absoluto de su *e-commerce* desde una sola pantalla. Así pues, Atenea es, a día de hoy, la única solución 100% adaptada a los procesos de los *e-commerce*.

No solo mejora la eficiencia interna de Amphora sino que también ofrece un valor añadido a esas empresas que quieren optimizar su logística sin externalizar al completo su operativa. A día de hoy ya significa el 30% de la facturación de la empresa con el objetivo de expandir esta línea de negocio mundialmente.

La tecnología es, sin duda, una herramienta imprescindible en el ámbito de la gestión logística, y la última novedad es la Inteligencia Artificial. ¿De qué manera puede la IA tener cabida en vuestras labores?

Amphora integra, en cierta manera, la Inteligencia Artificial (IA) en sus operaciones, como, por ejemplo, en el reconocimiento de imágenes. Esta aplicación de IA facilita la automatización y mejora la precisión en la gestión de inventarios, permitiendo la extracción de texto de las etiquetas a través de fotografías. También empleamos sistemas basados en IA, como los árboles de decisión, para optimizar procesos logísticos, seleccionando el transportista más adecuado para cada envío según variables como el almacén de origen, el cliente, el peso y el destino. Estas herramientas no solo



mejoran nuestra eficiencia operativa sino que también nos permiten adaptarnos a las demandas del sector. Seguramente, si miramos hacia el futuro, anticipamos un mayor uso de IA en nuestra plataforma.

La trazabilidad y los etiquetados inteligentes son otras innovaciones y características que encontramos hoy en día en el *packaging* actual de muchos productos. ¿Facilitan éstos vuestra tarea?

Las innovaciones como la trazabilidad y los etiquetados inteligentes son herramientas que facilitan la logística, permitiendo un seguimiento detallado y una mejor gestión de la cadena de suministro. Estas tecnologías no solo mejoran la eficiencia operativa sino que también enriquecen la experiencia del cliente, asegurando que puedan recibir productos auténticos y en el estado prometido, lo cual es especialmente relevante en el mercado de productos de belleza de alta calidad.

En un mundo cada vez más consciente de su huella de carbono y de la responsabilidad medioambiental personal y empresarial, ¿qué medidas tomáis desde Amphora para controlar y reducir vuestro impacto sobre el entorno?

En la compañía somos conscientes de la importancia de la sostenibilidad ambiental y de la creciente demanda por parte de consumidores y empresas hacia prácticas más respetuosas con el medioambiente. Por nuestra parte, hemos implementado varias medidas para controlar y reducir el impacto ambiental que se genera. Entre estas medidas se encuentran la optimización de las rutas de transportistas para minimizar las distancias recorridas y, por tanto, reducir las emisiones de CO₂,

'SEGURAMENTE, SI MIRAMOS HACIA EL FUTURO, ANTICIPAMOS UN MAYOR USO DE IA EN NUESTRA PLATAFORMA'

así como la reducción del uso de plástico en nuestras operaciones.

Amphora Logistics está a punto de su cuarto aniversario y parece que ya ha llegado lejísimos. ¿A qué retos y desafíos os habéis enfrentado? ¿Qué balance hacéis del camino recorrido y dónde os gustaría estar dentro de 5 años?

Desde que empezamos, Amphora ha experimentado un rápido crecimiento y se ha enfrentado a diversos retos. La consolidación de la empresa, la apertura de nuevos mercados y el lanzamiento de nuevas líneas de negocio han sido algunos de los desafíos más relevantes que hemos vivido. Eso sí, el balance del camino recorrido es positivo, ya que hemos superado todos esos desafíos en un sector altamente competitivo.

Uno de los desafíos más significativos fue cuando empezamos, ya que tuvimos que competir con los operadores logísticos tradicionales, quienes, a pesar de no integrar tecnología avanzada en sus soluciones, podían ofrecer precios más competitivos porque jugaban con volúmenes más grandes.

Sin embargo, Amphora se ha convertido en la solución logística que domina el mercado *e-commerce* en España y queremos aprovechar esta economía de escala para ofrecer envíos económicos y a todo el mundo para que nuestros clientes y futuros clientes puedan seguir creciendo fuera de nuestras fronteras. Además, estamos abriendo nuevos centros logísticos en el extranjero como Italia, Alemania, Reino Unido, Mexico y Brasil. Nuestro objetivo: expandirnos aún más, abriendo nuevos mercados y extendiendo el alcance de Atenea a nivel internacional

PROSPECTOS FARMACÉUTICOS, COSMÉTICOS, MARKETING y todo tipo de impresos



Calidad CERTIFICADA



CONFIE
EN NOSOTROS

