



Fernando Summers participará el próximo jueves en una jornada de emprendimiento en el campus universitario de Cesine. :: DM

«El error no está en tener fracasos, sino en cómo afrontarlos»

Fernando Summers CEO de Rastreator.com

El éxito de un modelo de 'ecommerce' diferente es el tema de la próxima cita de Cesine, este jueves, en la que se abordará que «no siempre es necesario vender para ganar dinero»

ISABEL AROZAMENA

SANTANDER. El éxito de un modelo de 'ecommerce' diferente es el tema que abordará la nueva cita del centro universitario Cesine, este jueves a partir de las 9.30 horas, en la que el protagonista será Fernando Summers, CEO de Rastreator.com. El ponente expondrá las características de un negocio digital «que demuestra que no siempre es necesario vender para ganar dinero. En la mesa redonda participarán Marta Mena, jefa de Marketing de Marca

de El Diario Montañés y Luis García Moncó, director académico de posgrado y profesor en Cesine.

–¿En qué medida las nuevas tecnologías han modificado el ámbito de compra de los clientes?

–Sin duda alguna, han facilitado mucho el acceso a una mayor y más completa información para el usuario, así como a unas nuevas formas más adaptadas a su día a día y comodidad. Me refiero, por supuesto, a los comparadores, pero no sólo a ellos, sino al 'ecommerce' en general, todo el procesamiento de data y la inteligencia comercial que se han aplicado a todos los sectores y ámbitos de la economía.

–Usted dirige un comparador de internet para ayudar a los usuarios a elegir mejor. ¿Es un modelo en auge?

–Por supuesto. Gracias a esa evolución de las nuevas tecnologías, todos los usuarios nos hemos vuelto

más exigentes en nuestra demanda de información y de satisfacción con nuestros procesos de compra o contratación. Los comparadores juegan un papel clave como proveedores de esa transparencia e información, además de permitir a los usuarios ahorrar tiempo y dinero en sus decisiones y de esta manera conseguir la sensación de 'compra inteligente' que tanto ansiamos.

–¿Qué sectores son los más demandados?

–Desde nuestra experiencia, los seguros, en los que ya llevamos trabajando casi diez años, se han convertido prácticamente en una 'commodity' a la hora de comparar y estimamos que más del 65% de las contrataciones de seguros de auto en España han pasado en algún momento por un comparador de seguros, al menos para consultar la información. En telefonía y finanzas, como prés-

tamos o hipotecas, están ganando peso. Todos ellos se unen al ya consolidado sector de viajes, vuelos, hoteles, coches de alquiler...

–¿Y cuáles son en los que hay más diferencia de ahorro?

–Evidentemente hay algunos servicios de alto valor donde un pequeño porcentaje de ahorro supone una cantidad total muy alta, como las hipotecas o préstamos. Pero luego hay servicios como el seguro de salud, o la tarifa de telefonía o internet, que son pagos recurrentes mensuales con lo que, aunque el ahorro mensual es más pequeño, al año es muy importante.

–¿Qué consejos daría a los jóvenes que quieran emprender?

–Desde mi experiencia en Rastreator.com, lo que siempre digo es que lo más importante es hacer las cosas con sensatez, lógica, transparencia y justicia, tanto en los negocios como

«Ahora hay espacio para todos»

–Su empresa ofrece un modelo distinto al del comercio tradicional que se siente amenazado por internet ¿cree que puede haber una convivencia entre ambos?

–Absolutamente. Otra de las grandes bondades de la evolución de las tecnologías de la información es cómo se ha abierto el abanico de posibilidades para las distintas tipologías de usuarios y proyectos. Diferentes modelos pueden convivir en armonía: 'ecommerce' transaccional, tiendas físicas, telefónicas, intermediarios, servicios a domicilio, ventas de productos poco frecuentes o descatalogados... ahora hay espacio para todos.

en las relaciones con clientes o proveedores. A partir de ahí, tratar muy bien a la gente que trabaja contigo y, al final, si hacemos las cosas con sensatez y tratando justamente a la gente que nos rodea, las ideas pueden ser mejores o peores, y tendremos que tener flexibilidad para adaptarlas, pero los proyectos saldrán adelante.

–¿El éxito viene siempre precedido de episodios de fracaso?

–Bueno, si consigues tener mucha suerte y acertar a la primera no tiene por qué ser así, pero tienes que ser muy afortunado. Los errores están en nuestro día a día y son sanísimos de cara a entender, aprender e interiorizar cosas nuevas. Creo que el error no está en tener fracasos sino en cómo afrontarlos; mi filosofía es que cada vez que descubrimos que fracasamos o nos equivocamos estamos realmente ante una buenísima noticia, porque se nos abre una oportunidad de mejora que antes desconocíamos.

–¿Los españoles somos muy exigentes a la hora de comprar en relación a otros países?

–Yo diría que somos exigentes en el paso inicial de tener la tranquilidad de que tenemos todas las opciones e información disponible para tomar la decisión, pero luego nos cuesta más dar el paso de la contratación, a menudo por pereza o por comodidad.

–¿Cuántos usuarios se interesaron por las comparativas que ofrece Rastreator durante el último año?

–En 2018 recibimos más de 25 millones de visitas en nuestra web de cerca de 15 millones de usuarios únicos y, de ellos, más del 40% completaron, al menos, una comparativa.

Francisco Nomdedéu asume la dirección general de la cooperativa AgroCantabria

I. A.

SANTANDER. El empresario gallego Francisco José Nomdedéu Rodal, de 44 años, acaba de incorporarse a la cooperativa AgroCantabria como su nuevo director general, cargo que asume con el objetivo de «generar proyectos lácteos de

valor añadido, así como modernizar la estructura y el modelo de gestión de la entidad».

Nomdedéu Rodal posee una dilatada experiencia en el sector de la alimentación animal ya que, desde 2013, ocupaba la dirección general de Evisalis a la que accedió por pro-

moción interna desde la dirección financiera de esta misma filial de Neovía Group, según informó ayer la cooperativa.

En su etapa al frente de Evisalis, en Galicia, Nomdedéu Rodal promovió la creación de un departamento técnico autónomo y la apertura de nuevas líneas de negocio, lo que permitió a la empresa «posicionarse como líder en diferentes segmentos de mercado». Este es el modelo de gestión que se pretende aplicar a partir de ahora en AgroCantabria.

Para favorecer el logro de estos

objetivos, el nuevo director general impulsará cambios en el organigrama de AgroCantabria y prevé incorporar, en breve, las figuras de un director comercial y de un responsable de nutrición animal, entre otros nombramientos.

La apuesta por la «calidad, la innovación, la diferenciación y por la seguridad alimentaria» de las producciones de la compañía son «objetivos irrenunciables» para Francisco Nomdedéu en su nuevo cometido.

AgroCantabria cerró el ejercicio de 2017 con unas ventas netas de 56 millones de euros gracias a la recogida y comercialización de unos 75 millones de litros de leche procedentes de sus socios y a la producción y venta de 71 millones de toneladas de piensos compuestos.

AgroCantabria se formó en 2006 como resultado de la fusión de varias cooperativas de la región aglutinando, en ese momento, a más de 1.800 titulares de explotaciones ganaderas.



Francisco Nomdedéu