

Gestión empresarial

Coordina, la empresa catalana que se reinventó y 'sedujo' a TomTom

La compañía fue adquirida el pasado agosto por el gigante de la geolocalización

R. P.-S. MADRID.

El pasado mes de agosto, la empresa de gestión de flotas Coordina era adquirida por la multinacional holandesa de servicios de geolocalización TomTom. Detrás de esta operación se encuentra el trabajo de más de una década de una compañía que ha sabido expandirse en tiempos de crisis, diversificar su negocio frente a la burbuja de las *punto.com* y alcanzar el liderazgo en su mercado.

El director general de Coordina, Cristian Martí, explicó a *elEconomista* cuáles han sido los factores que han contribuido a que la empresa -que ofrece su *software* y *hardware* de localización y gestión de flotas a transportistas, servicios técnicos o empresas de alquiler de vehículos- "pase de segunda división a primera".

En sus trece años de vida, Coordina ha tenido que superar varios obstáculos. Comenzó ofreciendo servicios de gestión de mercancías en 2000, pero vio cómo sus competidores lograban mantener su cuota de mercado y la burbuja de las empresas vinculadas a Internet terminó por obligarla, en 2002, a buscar un nuevo modelo de negocio.

La pista se la dieron precisamente sus clientes, muchos de ellos transportistas. "Varios de ellos nos comentaron que el *software* de gestión de flotas que utilizaban estaba muy anticuado, así que pensamos que podíamos ofrecer ese servicio [el de gestión de flotas, al que se dedica desde entonces] a las empresas con las que ya trabajábamos".

Coordina dio, así, un *volantazo* a sus actividades, optando por un sistema de economías de red: su *software* de gestión de flotas se cuelga en la *nube* y el cobro de los servicios es mensual, lo que asegura, explica Martí, la calidad para los clien-



Cristian Martí, director general de Coordina. LUIS MORENO

tes, porque "si el servicio es útil, la gente sigue pagando la cuota".

Esos ingresos recurrentes también permiten a Coordina estar más protegida contra los impagos, aclara Martí. El coste de los servicios de Coordina "es bajo" y se paga "mes a mes", por lo que el aumento de la

morosidad les ha provocado "menores ingresos, pero no deudas".

"La crisis ha sido relativamente neutra para nosotros", explica Martí. El futuro parece prometedor, al menos según el estudio *Berg Insight* sobre la gestión de flotas en Europa, que revela que el mercado cre-

5

MILLONES DE EUROS

Es la cantidad que facturó Coordina en el 2012, según fuentes de la empresa. La compañía de servicios de geolocalización TomTom, por su parte, facturó 244 millones de euros en el tercer trimestre de 2013. El soporte de la multinacional holandesa permitirá a Coordina invertir en I+D para aumentar las funcionalidades de su servicio. Entre las nuevas posibilidades se incluyen la de evitar los atascos y conducir de manera más eficiente.

cerá un 20 por ciento interanual hasta 2015, alcanzando los cinco millones de unidades.

Además de los retos que ha afrontado en el mercado español, Coordina ha conseguido, desde 2008, instalarse con éxito en mercados tan diversos como el alemán, el mexicano o el inglés. "Al principio, la lentitud de los procesos fue frustrante", afirma Martí. Las legislaciones locales, los diferentes horarios, la diferente orientación del producto -por ejemplo, en Latinoamérica debían estar más orientados hacia la seguridad- fueron algunos de los problemas con los que se encontraron. Actualmente, "un 20 por ciento de nuestros ingresos proviene de fuera de España".

De todas formas, en España todavía queda mucha cuota de mercado por ganar, explica el director general de Coordina: "En este país, uno de cada 20 vehículos cuenta con estos sistemas de gestión de flotas, mientras que en el resto de Europa la cifra aumenta a uno de cada diez", apuntó Martí.



LIDERAR
-SIN LÍDER-
EL PSOE

Ni el Partido Popular ni el PSOE cuentan actualmente con líderes carismáticos y reconocidos al frente. Y, ante el vacío evidente de poder, se llega a hablar en los encuentros de los partidos políticos de la posibilidad de liderar sin líder.

"Lo importante es el proyecto"... y otras frases inauditas pronunciadas en el último congreso del partido socialista contrastan con la exigencia de responsabilidad a la alcaldesa Ana Botella por su catastrófica gestión de la huelga de basura en Madrid.

Entonces, ¿en qué quedamos? Pues es evidente que en exigir un nombre y apellido al frente de cada acción política que se lleve a cabo. Porque lo importante no es el texto redactado de la propuesta, sino la solvencia y responsabilidad de las personas individuales que la ejecutan posteriormente.

Sí, ya sé que Bélgica estuvo más de 500 días sin gobierno tras las elecciones estatales en junio del año 2010. Y que Suiza no cuenta ni con primer ministro ni con jefe de estado permanente, sino que hace rotar el cargo año tras año entre los siete miembros que componen a su Ejecutivo, denominados Consejeros Federales.

Pero España es un país con tradición, mucho menos tecnocrata y menos maduro democráticamente que estos vecinos europeos.

Y nosotros, latinos, necesitamos ponerle cara -incluso caricatura histriónica- a los administradores de nuestro "Estado de Bienestar". Aunque sólo sea para poder atribuirles culpas e indignación a diestro y siniestro. Y no para exigir las dimisiones oportunas cuando proceden.

Y, con esta actitud, así nos va como nos va. Pero, como toda situación crítica, puede que tenga un lado positivo; quizás éste sea un buen momento para interrumpir el soniquete de tanto discurso político baladí. Para aprovechar que hasta los propios líderes actuales cuestionan su papel, y plantear el fin del sistema de listas abiertas. Propiciando, de este modo, las elecciones de candidatos individuales a cada cargo. Con el objetivo de limpiar, de una vez por todas, nuestro cada día más desgastado escenario político.

Franquicias de EEUU buscan socios en España

Visitan este país con el objetivo de localizar inversores para crecer

M. D. I. MADRID.

Franquicia estadounidense busca inversores para expandir su marca en España. Así podría rezar el anuncio de empresas como Cinnabon, Auntie Anne's, Moe's, Build-a-Bear

Workshop, Titled Kilt y Fuddruckers. Representantes de todas ellas han visitado España con el objetivo de alcanzar acuerdos de máster franquicia en este país y en Portugal; es decir, de establecer contratos con un franquiciador para que éste se convierta en el responsable de la expansión de la enseña en ambos países. La inversión mínima que le exigirán no bajará, de media, de los 400.000 euros.

Las citadas empresas -muchas de

ellas del sector hostelero- participaron en la jornada *Oportunidades de máster franquicias de Estados Unidos para inversores en España*, organizada por la Asociación Española de Franquiciadores (AEF) y el Servicio Comercial de la Embajada de EEUU y celebrada los días 12 y 13 de noviembre en Barcelona y en Madrid, respectivamente.

A ambos eventos acudieron un total de 38 candidatos, que asistieron a la presentación de cada ense-

ña y mantuvieron, posteriormente, reuniones con sus representantes.

Interés al alza por España

El gerente de la AEF, Eduardo Abadía, explica que existe un "interés creciente" por parte de las empresas estadounidenses hacia España después de unos años de relativo parón. Abadía también señala que España, EEUU y Brasil son los tres países líderes en internacionalización de sus franquicias.