

## Luis Soto

Senior Consultant at IOR Network for Talents

[lsoto@ior.es](mailto:lsoto@ior.es)



### Summary

Director de marketing y estrategia experimentado con un historial de resultados comprobado en la industria de entrega de paquetes y carga.

Con experiencia en ventas, marketing, desarrollo de negocios, gestión de operaciones, transformación digital, finanzas, planificación estratégica y negocios internacionales, una sólida formación académica adquirida en las principales escuelas de negocios, como IESE, Instituto de Empresa y Warwick Business School.

A lo largo de estos años, ha desarrollado una capacidad especial para hacer crecer las diferentes empresas de las que ha sido responsable. Al mismo tiempo, ha tenido la oportunidad de fajarse en la gestión de costes ante la crisis más brutal que ha sufrido el sector en los últimos 50 años.

En estas circunstancias complicadas, ha podido desarrollar, junto a su equipo, innumerables acciones para obtener costes operativos flexibles afectando de manera mínima la calidad del servicio. Cree que solo a través del trabajo en equipo y de poder obtener lo mejor de cada uno, las personas pueden obtener resultados extraordinarios.

### Experience

#### **IOR CONSULTING - NETWORK FOR TALENTS**

**Senior Interim Manager** jun 2019

La incorporación de un Interim Manager responde a necesidades muy diversas como fusiones, reestructuraciones, transformación de empresas, y también puede ser una solución en empresas con una estructura directiva reducida que necesitan a un profesional centrado sólo en un proyecto, como podría ser el desarrollo o lanzamiento de un producto, un plan de optimización de recursos o reducción de costes.

#### **FEDEX**

**Director de Marketing, Estrategia y Desarrollo de Negocio** ene 2016 - may 2019

Dirección del equipo de Integración en las áreas de Marketing, Comunicación y Pricing durante el periodo de fusión con TNT.

- Integración del portfolio de clientes y posicionamiento de la cartera de servicio adelantándonos un año al plazo previsto
- Reducción del 25% del tiempo de ciclo oferta a alta mediante la introducción de un nuevo workflow en Pricing
- Incremento del 50% de notoriedad marca después de la ejecución de un plan de comunicación externa

**TNT oct 1994 - 2016**

**Director de Marketing, Strategy and Business Development** ene 2018 -2016

Dirección de las áreas de Marketing, Comunicación y Pricing.

- Reducción del gasto de materiales del 50% por medio de transformación digital de recursos y procesos
- Consecución mínima de 5 Mio EUR de ingresos anuales por actividades exclusivamente de Marketing
- Puesta en marcha de un programa de mejora en Pricing que consigue cada año entre 5-7 Mio EUR de profit en P&L

**Director of Strategy and Program Manager Office** ene 2005 - ene 2012

- Ahorro de 10 Mio Euros mediante la reestructuración de la red de arrastre Express. Diseño y ejecución de una política comercial para envíos pesados con mejoras de 4 Mio EUR anuales en profit.
- Participación activa en los planes de reducción de la estructura con impacto de 500 FTEs realizados con paz social.
- Integración de 40 partners en el proceso de fusión con TG+.
- Firma de nuevos acuerdos y consolidación de los niveles de servicio.
- Adquisición de 2 partners pagando un 30% menos del precio objetivo.
- Desarrollo de la unidad de Servicios Especiales hasta alcanzar 25 Mio EUR de ingresos con tasas de crecimientos medios del 11%.

**General Manager Business Unit** ene 2000 – ene 2004

Dirección del área geográfica de mayor tamaño del país: Madrid, Andalucía, Extremadura, Galicia e Islas Canarias.

- Responsable de una cuenta de Explotación de 50 Mio EUR y un equipo de +200 personas Implementación del servicio Internacional de 24 horas en toda la región incrementando la cobertura hasta el 90% del PIB geográfico.
- Reorganización de los centros de Atención al Cliente consiguiendo mejoras del 30% productividad e incrementando los índices de servicio.
- Reestructuración del equipo de ventas consiguiendo un crecimiento medio de ingresos del 11% pasando de 33 Mio a 50 Mio EUR.

- Reducción el coste unitario de entrega del 5% en una flota de distribución con un presupuesto de 17 Mio EUR.
- Mejora de la rentabilidad del P&L de la región llegando cerca del 10% de ROS medido como Ebit /Ingresos.

#### **National Sales Director** ene 1997 - ene 2000

Dirección de un equipo de más 30 vendedores de campo, así como gestor de una cifra denegocios superior a los 18 Millones de Euros.

Al cabo de unos 3 años ejerciendo esta responsabilidad, el canal asignado cerró con un volumen superior a los 27 Millones de Euros, acumulando crecimientos medios del 15%.

#### **Revenue and Pricing Manager** oct 1994- ene 1997

Inicié mi carrera en TNT a finales de 1994, como “Commercial Manager”, reportando directamente al Director Comercial. Este era un departamento que se estaba formando y mi cometido fue el de terminar su conformación así como poner en marcha la política comercial y de precios de la compañía.

En este periodo implementé la nueva política de precios, automatizamos la gestión de tarifas y asimismo pusimos en marcha mecanismos para agilizar la toma de decisión mucho más cerca del terreno. Para implementar todo lo anterior, se hizo necesario desarrollar un sistema de costes ( “variable & full cost” ) completo con la intención de asegurarnos un desarrollo del negocio rentable.

Parte de este trabajo se desarrolló con el asesoramiento del equipo de “Business Economics” de la sede central. También desarrollamos un modelo informático que nos ayudó a modelizar negocios más complejos que necesitaban de propuestas más personalizadas

#### **GRUPO LECHE PASCUAL**

##### **National Key Account Manager** jul 1992- oct 1994

- Desarrollo de un P&L por cliente clave para mejorar la capacidad de negociación.
- Gestión de unportfolio de clientes de 30 Mio Euros mejorando cada año +2% rentabilidad Puesta en marcha de un sistema de recuperación de pallets con un ahorro de 1 Mio EUR anual.

## **Education**

**FUNDACIÓN ICIL** feb 2019 Actual Master Supply Chain Management

**ISDI Master Online** 2017-2018 Master in Transformation Digital Business

**ICEX CECO** 2014-2015 Máster en Marketing y Comercio Internacional

**EAE BUSINESS** 2013-2015 Máster en Marketing Digital & eCommerce

**ESIC** 2012 Programa Superior de eCommerce y Marketing Digital

**UNIVERSITAT DE BARCELONA** 2010 -2011 Máster en Finanzas Corporativas

**ICAI-ICADE** 2009 -2011 Máster en Gestión de Proyectos

**IE** 2009 -2010 Máster en Asesoría Fiscal

**IE** 2009 -2009 PS Finanzas Corporativas

**UNED** 2006 -2008 Máster en Finanzas

**WARWICK BUSINESS SCHOOL** 2003 -2006 Postgrate Business Management

**IE** 2004 -2005 MDMC Finanzas y Control

**INSTITUTO SAN TELMO** 2004 -2005 AD-1 Dirección de Empresas

**ESIC** 1999 -2000 Máster Comercio Internacional

**LICENCIADO EN DERECHO** 1983 -1988 Licenciado en Derecho

## Languages

- **English:** bilingüe
- **Spanish:** nativo