



Renfe Mercancías redibuja su estructura directiva

El operador ferroviario Renfe Mercancías ha reestructurado su organización directiva para favorecer la generación de negocio de la compañía y orientar los esfuerzos hacia las necesidades de los clientes. No se producen cambios relevantes de profesionales, pero sí se modifica la estructura, según han explicado fuentes del operador público. Las diferentes áreas de mercado de Renfe Mercancías (Automóvil, Intermodal, Siderúrgicos y Multiproducto) dependerán a partir de ahora de forma directa de la dirección general de la empresa ferroviaria, es decir, del director general Abelardo Carrillo, y no de la extinta dirección comercial encabezada por Alejandro Huergo, que pasa a denominarse dirección de Marketing.

Sin embargo, se mantiene la segmentación de mercados o áreas de negocio en el seno del operador, por más que ahora pasen a denominarse gerencias de área en vez de mercados. También los profesionales que las encabezaban hasta ahora continúan al frente de los departamentos (Julián Mata en Intermodal, María Jesús Larriba en Automóvil, María Elena Barbo en Multiproducto y Juan José Sagües en Siderúrgicos).

Aunque reporten directamente al director general de Renfe Mercancías, estas gerencias por tipo de mercancía contarán con el apoyo de la dirección de Marketing dirigida por Alejandro Huergo, que también tendrá entre sus funciones la investigación de nuevos mercados y la búsqueda de clientes.

Además de otros cambios organizativos de perfiles más técnicos, como el nombramiento de Óscar Pérez-Serrano como gerente de Sistemas y Tecnología de la Operación, Renfe Mercancías ha destacado la creación de una gerencia de Ancho Métrico, que será dirigida por Teodomiro González. Según el operador ferroviario, el objetivo de este departamento será la activación y la dinamización del transporte de mercancías en ancho métrico, que ha experimentado un retroceso en términos de volumen transportado durante los últimos años.