

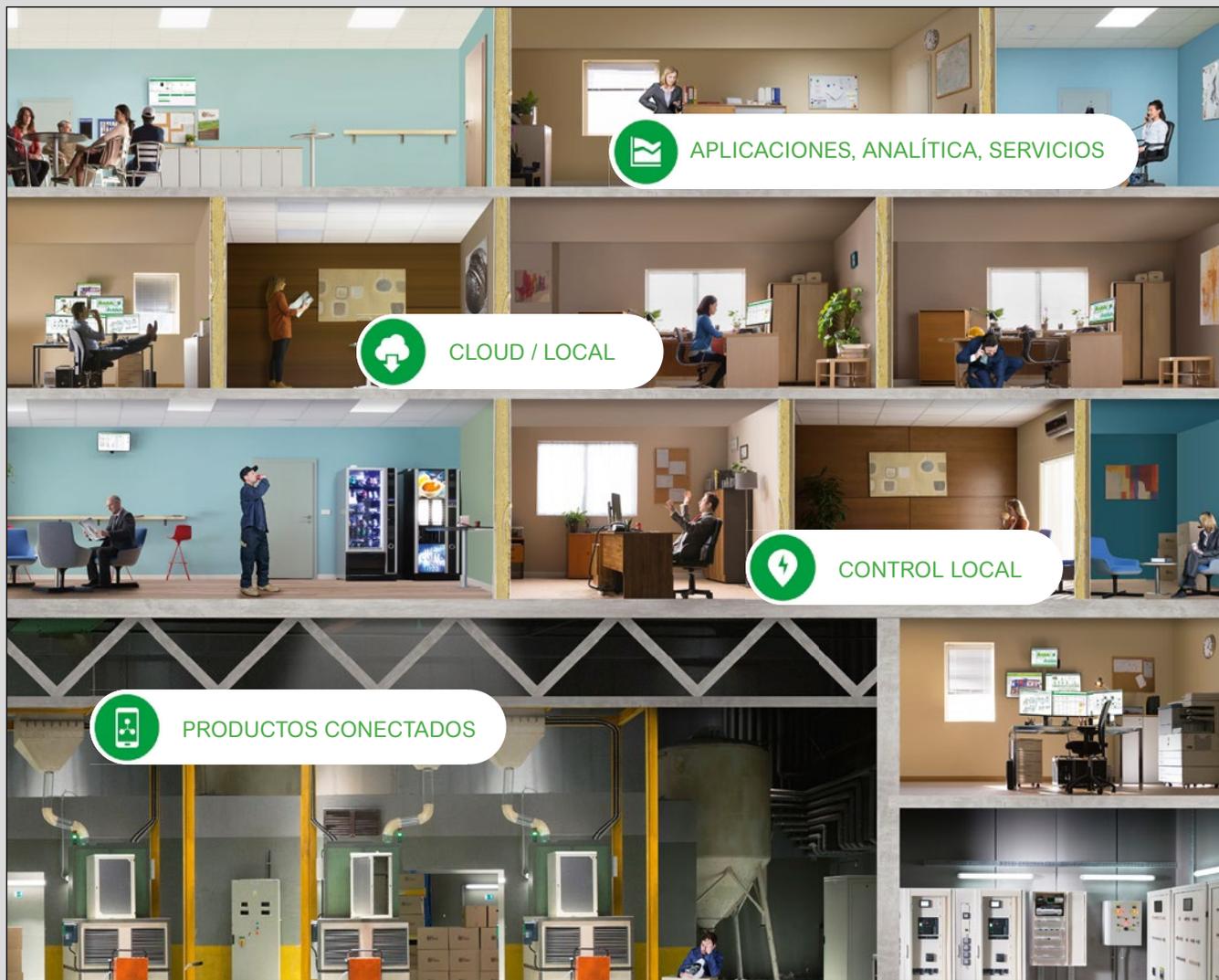


PROFESIONALES

N.28.FEB.2017

Cuadernos

de material eléctrico



Innovación a todos los niveles

schneider-electric.com/es

Life Is On

Schneider
Electric

©2015 Schneider Electric. Todos los derechos Reservados

Todas las marcas registradas son propiedad de Schneider Electric Industries SAS o sus compañías afiliadas.

EDITADA POR:

Grupo C de Comunicación
Interprofesional, S.L.

C/ López de Hoyos, 327 – 6ª planta
28043 Madrid
Teléf.: 913 884 777
www.cdcomunicacion.es
info@cdcomunicacion.es

DIRECTOR:

Miguel Ángel Jiménez
Móvil: 638 735 560
miguel.jimenez@cdcomunicacion.es

PUBLICIDAD:

Irene Rodríguez
Móvil: 617 002 673
irene.rodriguez@cdcomunicacion.es

DISEÑO e IMPRESIÓN:

DISPUBLIC y COYVE

SERVICIOS GENERALES:

Maribel Heredero
Maribel.heredero@cdcomunicacion.es



DIRECTOR GENERAL:

Juan Manuel Fernández
juanma.fernandez@cdcomunicacion.es

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL:

Enrique Nogueira
enogueira@knr.es

RESPONSABLE INTERNET

Javier Esteban
Javier.esteban@cdcomunicacion.es

© Copyright Grupo C de Comunicación.
Queda prohibida la reproducción total
o parcial de las informaciones aparecidas
en esta publicación, su tratamiento
informático o electrónico y la transmisión
o difusión por cualquier medio y
en cualquier soporte, sin el permiso
previo del titular del Copyright.

Depósito Legal: M-14540-2013

ISSN: 2340-2350

 @CdeElectrico

 facebook.com/CdeElectrico

N.28.FEB.2017 en este número



RICARD VILELLA Y JOSEP FIGUERAS – GRUPO ELECTRO STOCKS

**“Nuestra empresa se ha convertido
en un compañero de viaje de los clientes”** 6

DISTRIBUCIÓN

**ABM REXEL define su plan estratégico
hasta 2020: liderar el mercado** 20

REPORTAJE

**ABB-free@home, la nueva solución
inalámbrica para automatización del hogar** 26

VEHÍCULO ELÉCTRICO

**Los puntos de recarga en espacios públicos
y en viviendas son complementarios** 34

- 5 Opinión
- 14 Simon|100, el interruptor tradicional que se convierte en inteligente
- 16 Tribuna de Toni Merino, vicepresidente de *Retail* en Schneider Electric España
- 30 Actualidad AFME
- 44 Entrevista a Arturo Pérez de Lucía, director gerente de AEDIVE
- 50 Tribunas de José Antonio
- 55 Galdón (COGITI) y de Jorge Ledesma (CGATE)
- 56 Prysmian, cables con garantía CPR
- 58 Sistema de puesta a tierra: elemento clave para la seguridad de la instalación
- 62 De qué se habla en la web de C d Material Eléctrico
- 64 La instauración de sanciones en el sector privado es clave para acabar con la morosidad

Portavoz oficial de:



La distribución de Cuadernos de Material Eléctrico es discrecional. Si quiere asegurarse la recepción de todos los números, los ordinarios, los especiales y, disfrutar además de otros servicios exclusivos, suscríbase llamando al 91 388 47 77. No se hacen envíos de números sueltos.

“Nuestra empresa se h en un compañero de vi

Ricard Vilella, consejero delegado de Grupo Electro



◀ Josep Figueras, director de marketing de Grupo Electro Stocks.

Grupo Electro Stocks ha cerrado el ejercicio 2016 con resultados positivos, con una cifra de negocio de 207,6 millones de euros y un crecimiento del 8%. Al mismo tiempo, la compañía está preparando la celebración de Electro FORUM 2017 en Madrid, la última cita del ciclo de certámenes que inició en 2013. Ricard Vilella, consejero delegado, y Josep Figueras, director de marketing, exponen la situación y objetivos de la empresa.

Gruppo Electro Stocks, una de las principales empresas de distribución en España, organizará la edición 2017 de Electro FORUM en Madrid el próximo 23 de marzo, en el Hotel Marriott Auditorium de Madrid. Esta convocatoria se convertirá en “un certamen muy especial”, ya que

supone cerrar el circuito con la quinta edición de un proyecto que la compañía empezó en 2013 en Barcelona, y que ha pasado por Sevilla, Valencia y Santiago de Compostela. En este sentido, Josep Figueras, director de marketing de la compañía, comenta a la redacción que “el balan-

“ Electro FORUM Madrid 2017 será más espectacular ya que es el colofón de este ciclo de eventos ”

a convertido aje de los clientes”

Stocks | Josep Figueras, director de marketing



▲ Ricard Vilella, consejero delegado de la compañía.

ce ha sido indudablemente muy positivo”, ya que, en su origen, un proyecto de estas características era muy arriesgado y nunca había sido abordado por un distribuidor. Grupo Electro Stocks decidió así en 2013 poner en marcha esta iniciativa, que “nos ha dado notoriedad y contacto con el cliente, reforzando el papel de punto de encuentro entre el fabricante y el instalador”. El objetivo también se centraba en aportar formación, novedades y orientación sobre las tendencias del sector al instalador. De hecho, “Electro FORUM es un evento que gi-

ra en torno a las necesidades que detectamos en los instaladores, colectivo que supone el 80% de las ventas de la compañía”, subraya.

Asimismo, Figueras indica que este ciclo de eventos ha generado otros aspectos positivos, en términos de la relación con los proveedores; “en la primera cita en Barcelona, el fabricante dudaba de nuestra capacidad de convocatoria, que ha llegado a alcanzar los 3.000 visitantes profesionales, y a medida que se iba consolidando el certamen su opinión ha cambiado”.

Al mismo tiempo, frente al fabricante, la ventaja que aporta la compañía con Electro FORUM es que “se trata de una jornada multidisciplinar, que incluye ámbitos como iluminación, baja tensión, protecciones, automatización, climatización o telecomunicaciones, entre otros, conformando una oferta muy completa y diversificada para cubrir las necesidades del instalador, combinando charlas y ponencias con la zona de exposición. Esta propuesta nos proporciona diferenciación en el mercado”.

La edición 2017 de Electro FORUM llega a Madrid porque representa una de las zonas económicas más importantes del país, con una base potencial de 12.000 empresas instaladoras. “Estamos hablando de un público objetivo de entre 40.000 y 50.000 profesionales”, apunta Josep Figueras. El objetivo de Grupo Electro Stocks



◀ Centro logístico de la empresa en Caldes de Montbú (Barcelona), inaugurado en 1988, pionero en el sector, con una superficie de almacenaje de 38.000 metros cuadrados.

es atraer a unas 3.000 personas a la cita, “que será más espectacular y potente ya que es el colofón de esta novedosa iniciativa”. En este sentido, la compañía se plantea continuar a partir del año próximo con un modelo de encuentro distinto.

Confianza y estabilidad financiera de la empresa

A mediados de enero, Grupo Electro Stocks desveló sus resultados de 2016, año en el que registró unas ventas de 207,6 millones de euros, lo que supone un incremento de sus ventas por encima del 8% respecto al ejercicio anterior. La empresa distribuidora estima que “este buen desempeño se ha producido, además, en un año con un crecimiento plano del sector, lo que le ha permitido ampliar su cuota de mercado, como ya ocurrió en 2015”, explica Ricard Vilella, consejero delegado.

No obstante, ambos directivos señalan la dificultad de determinar la participación de mercado en el sector de la distribución. Su estimación del perímetro eléctrico del canal de la distribución se situaría en unos 2.100

millones de euros, pero tanto Vilella como Figueras ponen el foco en que lo importante es seguir teniendo el mismo criterio para su cálculo y ver por tanto la progresión. De este modo, “la evolución de las ventas de la compañía nos dice que cada año hemos sabido ganar cuota. Nuestro objetivo es alcanzar un crecimiento superior al 8% en 2017, aunque el mercado posiblemente no alcanzará este ratio, duplicando la cuota en diez años”, prevé Ricard Vilella.

Otro aspecto destacado del ejercicio 2016 es que Apax Partners, el fondo británico que ya era accionista mayoritario de Grupo Electro Stocks, realizó una nueva inversión para adquirir la titularidad del 100% de la compañía, en virtud de una transacción que ha permitido asimismo la desaparición de la práctica totalidad de su deuda financiera mediante la capitalización de 183 millones de euros. El consejero delegado de la compañía pone de manifiesto que la situación financiera es determinante, tanto para el análisis de entidades financieras como de los fabricantes, y esta operación

“ El e-commerce es siempre la extensión del punto de venta de la empresa ”



“nos permite contar con un balance saneado sin deuda a largo, un hecho privilegiado que pocas empresas en nuestro sector tienen”.

Además, recalca, ello ha fortalecido su posición, “transmitiendo confianza y estabilidad al conjunto del mercado, en un entorno donde se ha producido el cierre de numerosas empresas por apalancamiento excesivo en los últimos años, que han generado mucha deuda en fabricantes”, añade Vilella. Confianza, estabilidad e imagen financiera positiva de la empresa son beneficios derivados de esta apuesta de Apex Partners, que, además, “nos abre la oportunidad de poder abordar nuevos proyectos”, si bien en estos momentos la empresa no se ha planteado ninguna adquisición, “lo cual no quiere decir que no sea descartable”, matiza. En este sentido, Ricard Vilella quiere aclarar que la apertura o puesta en marcha de nuevos

puntos de venta por parte de Grupo Electro Stocks no está dentro de su estrategia, pero si ven una oportunidad que se presenta por distintas circunstancias la valorarán.

En este contexto, Grupo Electro Stocks ha sido tradicionalmente muy fuerte en Cataluña y esta circunstancia se ha ido equilibrando. Josep Figueras aclara que hace diez años Cataluña suponía el 60% de la facturación de la empresa, cuando en la actualidad solo representa un tercio. “Esto no se debe a que las ventas hayan bajado en Cataluña sino porque hemos sido capaces de aumentar el negocio en otras áreas como Levante, Andalucía y Galicia; además, desde hace dos años también estamos poniendo el foco e incrementando las ventas en la zona centro, en la Comunidad de Madrid. Creemos que una organización de nuestras características debe tener un mayor peso específico en Madrid, donde tenemos

▲ Josep Figueras opina que debería haber una reestructuración de puntos de venta en el sector de la distribución en España.

Datos de Electro FORUM Madrid 2017

- Fecha: 23 de marzo de 2017.
- Lugar de celebración: Hotel Marriott Auditorium de Madrid.
- Quinta edición.
- Más de 70 empresa expositoras.
- 40 ponencias repartidas en cuatro salas.
- Previsión de asistentes: 3.000 profesionales.
- Asociaciones colaboradoras: AMIITEL y AGREMIA.



recorrido para crecer". Dicho esto, "nuestro objetivo nunca ha sido poner chinchetas en el mapa", detalla. Por otro lado, tanto Ricard Vilella como Josep Figueras estiman que el mercado crecerá en 2017 en el entorno del 3-5%, "gracias principalmente a la estabilidad política en nuestro país" que se ha producido tras la formación de Gobierno; esto va a permitir que proyectos, inversiones del sector privado y del ámbito industrial que estaban paralizados empiecen a desbloquearse y a llevarse a cabo a lo largo de 2017.

Reestructuración del sector de la distribución

El canal de la distribución está experimentando un proceso contradictorio: por un lado, se cierran puntos de venta, pero por otro algunas compañías se han lanzado a abrir delegaciones en varias regiones. Analizando esta tendencia, "desde nuestra óptica, sorprende esta evolución", señala Figueras, quien considera lo que está pasando en el sector de la distribución será motivo de estudio en escuelas de negocios en diez años. A pesar de esta evolución, "creo que, tras esta avalancha, el sector se estabilizará, ya que el mercado no ofrece negocio para que haya un exceso de puntos de venta como existe en estos momentos".

Salvando las distancias, el director de marketing de Grupo Electro Stocks

hace una analogía con lo ocurrido en el sector de instalaciones, donde grandes instaladoras cesaban en su actividad y con su cierre daban lugar a la creación de empresas más pequeñas e incluso a la actividad de autónomos.

"La tendencia, como ocurre en otros países de Europa, es caminar hacia una distribución rentable y con puntos de venta relativamente grandes", subraya. El aspecto diferencial de España es que la densidad de puntos de venta siempre ha sido muy elevada, "algo que no pasa en el resto de Europa, como en Francia, Alemania Gran Bretaña, donde los puntos de venta son de gran tamaño y con una infraestructura potente. En nuestro país, un centro con un equipo de siete personas es factible, pero en un país como Francia sería imposible probablemente".

"En mi opinión, debe haber una reestructuración de puntos de venta. En nuestro caso, por ejemplo, en la Comunidad de Madrid hemos realizado una fusión de dos centros: Leganés y Getafe"; ambos eran dos establecimientos distantes solo 15 kilómetros, por lo que la empresa decidió unir los dos equipos en uno solo en Leganés para optimizar recursos y racionalizar costes, conformando un gran equipo de casi 40 personas para dar cobertura y el mejor servicio a los clientes. "Para nosotros el futuro de la distribución se dirige a contar con puntos de venta grandes, prepa-

“ La evolución de las ventas nos dice que cada año hemos ganado cuota de mercado ”

Números de Grupo Electro Stocks

- Plantilla: más de 700 trabajadores.
- Red de 60 puntos de venta.
- Superficie comercial de 166.000 metros cuadrados.
- Más de 25.000 clientes repartidos por todo el territorio nacional.
- Facturación en 2016: 207,6 millones de euros.
- Crecimiento del 8% en 2016.

“La compañía acometerá en 2017 una serie de jornadas en las que se hablará sobre la transformación digital de las empresas instaladoras”

rados para dar una respuesta eficaz al cliente y cubrir distintas áreas: venta presencial, venta al cliente a través de la red comercial y parte de los pedidos a través de la plataforma de comercio electrónico”.

Digitalización y formación

La digitalización es uno de los aspectos clave en la evolución del sector de material eléctrico en su conjunto. “Venimos hablando de este proceso de digitalización desde hace tiempo, pero creo que tendrá que eclosionar en cinco años”. El canal digital crecerá como alternativa a los medios convencionales de pasar pedidos (otras vías como el fax, el teléfono o correo electrónico), sobre todo “porque se mejora la productividad de las empresas, tanto de la distribución como de los instaladores, nuestros clientes, sin renunciar por ello a la labor de los equipos comerciales”.

Josep Figueras pone de relieve que “el e-commerce es siempre la extensión del punto de venta de la empresa”, no algo aparte. “Indudablemente, el canal electrónico va a ir a más y servirá para optimizar la operativa de las empresas para dedicarnos a otras cosas centrales del negocio, como la asesoría técnica y el soporte comercial”, añade.

En esta línea, la formación y el asesoramiento técnico son actividades que desarrolla Grupo Electro Stocks “para mejorar la cualificación del cliente y que así genere más ventas”. Figueras detalla que el instalador es un colectivo muy tradicional en su dinámica diaria, por ello, “dentro de nuestro compromiso con el sector eléctrico, queremos favorecer y ayudar al instalador para que conozca las nuevas herramientas, en especial las digitales”. Por este motivo, la compañía llevó a cabo un ciclo de seminarios sobre gestión y eficiencia empresarial, a caballo entre 2015 y 2016, donde entre otros temas abordó los canales digitales, y a los que asistieron más de 1.900 profesionales; además, en 2017

la compañía va a acometer una serie de jornadas técnicas en las que se hablará sobre la transformación digital de las empresas instaladoras, “para aportarles información y orientación acerca de los retos futuros en este sentido”.

Por otro lado, “el soporte técnico es una obligación para el distribuidor”, ya que la evolución del papel del distribuidor ha trascendido el rol original de almacén y stock, como intermediario entre la producción y el consumo, pasando a cubrir también parcelas de asesoramiento del cliente y el soporte técnico, ayuda cualificada en gestión y montaje de proyectos en distintos ámbitos como industria, protección eléctrica, automatización, iluminación, climatización, etc. Para estas tareas, “es importantísimo contar con equipos especializados ya que el cliente los necesita; cubrimos con esta apuesta las carencias del fabricante”.

Una empresa cercana al cliente

Para concluir la conversación, Ricard Vilella resalta que “Grupo Electro Stocks es una empresa proactiva, dinámica, en vanguardia, próxima al cliente y obsesionada por desarrollar el mercado”.

Para Josep Figueras, “lo más importante es que el cliente nos vea cercanos, que perciba que estamos a su lado cuando nos reclama en cuestiones técnicas, de logística, de suministro y capacidad financiera; en suma, en todo lo que necesita en su labor diaria. Nuestra empresa se ha convertido en un compañero de viaje que ayuda a los clientes, con el objetivo final de crecer con ellos”. El cliente es pues el eje central sobre el que gira la actividad de Grupo Electro Stocks; así que “nuestro objetivo es continuar con la labor desarrollada en 2016, donde nos hemos concentrado en el cliente y en el negocio, con resultados muy positivos”. ■

Miguel Ángel Jiménez