

Luis Arcos

Director Canal de Distribución
Siemens S.A.



**“Los cambios
nunca son fáciles,
pero siempre
son estimulantes”**

En un contexto en el que parece predominar el mensaje de que ‘estamos más ante un cambio de época que en una época de cambios’, Luis Arcos, director Canal de Distribución Siemens S.A., refleja en esta entrevista sus opiniones sobre los profundos cambios y transformación tecnológica que vive el sector, y que requiere de una colaboración más estrecha entre todos los actores para seguir creciendo en competitividad y eficiencia.

P. Con el telón de fondo de un sector eléctrico que sigue mejorando sus cifras año tras año, ¿qué previsiones mantienen en Siemens, especialmente en este departamento de Canal de Distribución que usted dirige, en un ejercicio fiscal que se cerrará en breve?

R. En este ejercicio que hemos cerrado el pasado 30 de septiembre de 2018 hemos vuelto a superar ampliamente nuestras mejores expectativas. En realidad, han sido nuestros partners distribuidores los que nos han vuelto a demostrar que contamos con las mejores empresas del sector, batiendo ampliamente al crecimiento medio del mercado.

P. ¿Sigue siendo la construcción el campo en el que detectan mayor actividad y crecimiento? ¿Qué hay de las tecnologías relacionadas con las nuevas oportunidades de negocio, en las que Siemens ha demostrado mantener un amplio margen de desarrollo?

R. No, la construcción no es nuestro foco principal. No digo que no sea importante, de hecho hemos lanzado recientemente desde Siemens una campaña centrada en soluciones inteligentes para el sector hotelero, pero creemos que es en la Industria y las Infraestructuras donde podemos desplegar todo el conocimiento tecnológico que Siemens posee para contribuir al desarrollo de este sector que se encuentra inmerso en un proceso de transformación hacia la digitalización.

P. En efecto, esta multinacional ha apostado por acompañar a la distribución y, adicionalmente a la instalación, en todo ese proceso que está viviendo el sector y que tiene su máximo exponente en la digitalización, pero ¿cómo se materializa ese compromiso?

R. Los cambios nunca son fáciles, pero siempre son estimulantes, te permiten avanzar y recolocarte a la cabeza de tu sector si lo haces bien. Por ello, estamos volcados en ayudar y asesorar a nuestros partners para que salgan fortalecidos de ese proceso de cambio.

Hay que respetar el ritmo de cada uno y sus circunstancias, no todos afrontan el reto ni a la misma velocidad ni con la misma intensidad. Cuando el partner ha decidido su momento entonces diseñamos un plan a medida de sus necesidades.

P. ¿Qué balance puede hacer del denominado ‘Digitalization Day’? ¿Perciben que estas iniciativas permiten mostrar con claridad la relación que existe entre la actividad cotidiana y una realidad virtual muy latente?

que estas iniciativas permiten mostrar con claridad la relación que existe entre la actividad cotidiana y una realidad virtual muy latente?

“Estamos volcados en ayudar y asesorar a nuestros partners para que salgan fortalecidos de ese proceso de cambio”

R. Nuestro gran evento anual denominado Digitalization Day es un día de celebración y encuentro con nuestros partners y clientes. Celebramos que podamos contar con su confianza y celebramos que tengamos la suerte de disponer de soluciones innovadoras para situaciones concretas y actuales ya sea en una Industria, en la que podemos implantar nuestro concepto de Fábrica Digital, o en una Infraestructura, para convertirla en inteligente. Tenemos la más novedosa de las tecnologías para aplicar desde en un aeropuerto hasta en un estadio de fútbol.

P. Programas de formación, de adecuación también ayudan y dan un valor añadido a la compañía, ¿no es cierto?

R. Sí por supuesto, siempre digo que la formación hacia nuestros partners es algo que no se discute y no se escatima. Es la mejor

inversión que podemos hacer nosotros como fabricante y ellos como partners que están asegurando el futuro de su empresa.

P. Hay también la percepción de qué el mercado apuesta cada vez más por soluciones globales que por el mero producto, ¿qué papel desempeña una compañía como Siemens a la hora de transmitirle al distribuidor e instalador la capacidad que tiene para asesorar y proporcionar esas soluciones de mayor valor?

R. Los procesos, los canales y los interlocutores para adquirir una solución global o un producto aislado son muy distintos. Normalmente los productos se compran para ser integrados dentro de una instalación ya existente y responden a una urgencia de tiempo en el que el precio y el plazo de entrega son los factores determinantes. Es decir, se compite siendo barato y suministrando pronto.

Sin embargo, en la venta de soluciones los plazos son más calmados y se compite aplicando el mejor conocimiento técnico posible. Esta venta es más compleja pero más satisfactoria y además te permite posicionarte mejor para las futuras ventas de productos.

P. ¿Creen que la distribución en su conjunto está dando los pasos adecuados para asimilar todos estos cambios sin grandes traumas, adaptándose a esta revolución tan importante?

R. Sí, o al menos en nuestros partners-distribuidores, esa es la razón por la que estamos teniendo esos crecimientos tan espectaculares en los últimos tiempos.

P. ¿Perciben una mayor evolución en la venta online en un sector tradicionalmente reacio a apostar por estas fórmulas?

R. Sinceramente, no percibo todavía un aumento significativo y generalizado. Sí que es verdad que hay muy buenas excepciones y que seguro que en breve empezarán a extenderse hacia el resto del sector pues creo que tanto los fabricantes como los distribuidores y los clientes saldremos beneficiados.

P. Con un catálogo de soluciones completo y actualizado permanentemente, ¿qué destacaría de esos productos que



más se comercializan y se ofertan de Siemens en el mercado español? ¿Hacia dónde se encamina la parte más importante del negocio con la distribución?

R. Desde Siemens entendemos que la clave para ser un proveedor integral de soluciones digitales para la industria y para las infraestructuras inteligentes es que todo el portfolio esté interrelacionado entre sí para explotar al máximo sus ventajas tecnológicas. No tenemos familias de productos estancas, sino que el I+D de estos productos se comparte para fortalecerse mutuamente. No en vano, la compañía ha invertido el último ejercicio en todo el mundo 5.600 millones de euros en I+D+i, un 8,6 por ciento más que en el ejercicio anterior. Podemos resumir en que nuestro foco está en electrificar, automatizar y digitalizar tanto la Industria como las Infraestructuras.

Nuestros partners están preparados para trasladar nuestras soluciones hardware y software a sus clientes instaladores, o fabricantes de maquinaria. La compañía ya ingresa anualmente por soluciones digitales 5.200 millones globalmente, un 20 por ciento más que el año anterior.

P. Ya para finalizar, comentarle que recientemente hemos oído a su presidenta asegurar que no estamos ante una época de cambio, sino ante un cambio de época, ¿es ese el mensaje que se ha asimilado en Siemens?

R. Sí, totalmente, el cambio es tan profundo, significativo y de tal calado que hará que desgraciadamente aquellos que no se puedan adaptar quizá desaparezcan del mercado en breve

y por el contrario surgirán nuevos actores, con otros perfiles y habilidades que serán los nuevos líderes del futuro inmediato.

“La formación hacia nuestros partners es algo que no se discute y no se escatima”

EL VALOR AÑADIDO DE TRABAJAR JUNTOS

Más de **25 años** de experiencia en la distribución de material eléctrico nos han enseñado algo: la unión hace la fuerza.
En Grudilec buscamos sumar esfuerzos para lograr siempre el mejor resultado para nuestros clientes y proveedores.

Con la innovación como seña de identidad.



Carrera de San Jerónimo, 15 - 2ª Planta
28014 Madrid
T. 914 547 081 • F. 91 45 47 001
info@grudilec.com



www.grudilec.com

Accede a toda la información actualizada de GRUDILEC
y sus socios a través de nuestra APP

