

# INFORME DE MERCADO

## El futuro del sector pasa por la especialización, la digitalización y la formación

El futuro de la distribución de material eléctrico pasa por la especialización de los equipos, la digitalización y la formación de los profesionales, según explica a *Luces y Ondas* Eduard Sarto, secretario general de ADIME, (Asociación de Distribución de Material Eléctrico), pero puntualiza que esa receta de éxito aplica por igual a todo el sector y a toda la cadena de valor, es decir, a fabricantes, distribución e instalación.

*“La distribución de material eléctrico ha aprendido de parte de los errores que venía cometiendo en el pasado, pero deberíamos seguir esforzándonos en mejorar aún más. Para ello, es necesario poner a nuestro cliente, al instalador eléctrico, en el centro de todo lo que hacemos y dar respuesta a las demandas que nos hacen”*, explica Eduard Sarto. Por demandas se refiere, entre otras, a la solicitud que desde hace años vienen haciendo los instaladores de poder contar con personal más especializado detrás del mostrador, sobre todo en ciertas áreas más innovadoras como las energías renovables y el vehículo eléctrico o de disciplinas “de toda la vida”, como la iluminación, que son “punta de lanza” en investigación y desarrollo.

*“Es cierto que la distribución tiene uno de sus retos en la tecnificación del equipo humano, la digitalización, la formación y la tecnología, pero creo que no solo es el futuro de este segmento, sino de todo el sector del material eléctrico”*, asegura Sarto.

Y los almacenes se están esforzando mucho en este sentido; la distribución lo está intentando. Poco a poco avanzan terreno, pero lo hacen a diferentes velocidades. Por tanto, las ganas y la intención existe, pero las características del mercado también tienen mucho que decir para acelerar este proceso y poder contar con técnicos más especializados y menos generalistas. Dar este soporte a los instaladores implica una inversión en personal que no es fácil y no tanto desde el punto de vista económico, sino más bien del de la cualificación porque uno de los “males” que comparten distribución e instalación es el de encontrar personal cualificado que pueda aportar a los clientes soluciones, servicios y formación.

### Un cambio de mentalidad y de modelo de negocio

Para Sarto, el paso natural para llegar al fin no es otro que un cambio de mentalidad. *“Estamos esforzándonos para atender esta demanda, tenemos que vender soluciones porque el mercado va en esta dirección. La sociedad tiene que vernos como profesionales”*.

Esta nueva forma de ver las cosas debe involucrar a todos los estamentos del sector. *“Nuestro reto pendiente es plantear estrategias de futuro como sector, juntos; tenemos que estar todos en la misma línea y olvidarnos de hacer prevalecer cada colectivo frente al bien común. Y en este terreno, las asociaciones tienen un papel muy importante”*.



Almacén Dielectro Manchego.



Almacén MEALSA.



Instalaciones Sonepar.

Asimismo, Sarto apela a un cambio de modelo de negocio, más profesional y con el cliente en el centro, y considera que el relevo generacional hará ese camino mucho más fácil.

**Estudio "Conozcamos a las empresas instaladoras"**

Todas estas demandas y necesidades se dieron a conocer el pasado 22 de mayo en Madrid durante la celebración del Tercer Encuentro del Sector Eléctrico, organizado por ADIME, y que giró en torno a los resultados del estudio "Conozcamos a las empresas instaladoras", fruto de una encuesta de ámbito nacional realizada por la patronal de la distribución entre las empresas instaladoras.

El estudio revela que las principales demandas que los instaladores le hacen a los distribuidores de material eléctrico se centran en los servicios de ingeniería y diseño de instalaciones y en las consultas del estado de sus pedidos.

Respecto a las tecnologías más solicitadas por las empresas instaladoras se señalaron los cálculos,



Instalaciones DIMEL.



Almacén Cadielsa.

las Memorias de Montaje y la gestión de las construcciones e instalaciones basándose en BIM.

La fotografía general de este estudio nos muestra un sector de la instalación formado principalmente por empresas pequeñas de uno a tres empleados, que son familiares, y que su principal fuente de negocio viene dado por el segmento doméstico, el terciario, el industrial y mantenimiento y la rehabilitación, por este orden.

Como principales retos y problemas del sector, se apuntaron, una vez más, un aumento de la necesidad de tecnologías, la necesidad de una mayor especialización, el intrusismo y la competencia desleal y la necesidad de abordar la digitalización. Este punto interesa especialmente a Sarto como representante de ADIME. "Es necesario dar una información on line enriquecida de cada uno de los productos, es decir, dar a nuestros clientes herramientas que les permita ser más eficientes a la hora de buscar información de productos", indica.

Y en este punto es donde tiene mucho que decir la Clasificación ETIM.



Almacén COVAMA.



Almacén AEMSA.



Almacén Grupo Jarama.

**La Clasificación ETIM o cómo terminar con la "Torre de Babel" del sector**

Pero, ¿qué es la Clasificación ETIM? Para Sarto, *"es un modelo que nos permite entendernos"*, ya que mediante el Modelo Europeo de Información Técnica de ETIM se proporciona al sector una clasificación técnica y actualizada de producto.

Pere Crisol, responsable de ETIM España, el organismo que representa a ETIM Internacional en nuestro territorio, explica que este modelo clasifica los productos primero en grandes grupos como iluminación, cables, domótica, etc., para luego hacer una subclasificación de los grandes grupos en clases y, cada una de ellas, cuenta con un código alfanumérico.

¿Qué ventajas tiene esto? Crisol indica que la principal es que *"cuando introduces en un buscador, ERP o e-commerce un producto, si este ya está "etimizado", te aparecerán todos los productos con esas características de los diferentes fabricantes. Esto, sin duda, es un verdadero ahorro de tiempo para el instalador, que contará en un momento con toda la información y además lo hará de forma muy fiable"*.

Como ejemplo, Pere Crisol comenta el de un instalador que va a buscar un interruptor automático determinado, ETIM le ofrece un completo listado de todos los que los fabricantes comercializan con las características que necesita el profesional. *ETIMizar* la información de los productos, por lo tanto, según ETIM España:

- disminuye los datos incorrectos de los productos, lo que se traduce en una reducción de los costes de gestión
- mejora el tratamiento de datos logísticos en codificación y homogenización
- evita el doble trabajo, ya que los códigos ETIM son reutilizables, con lo que se optimiza la gestión de las bases de datos, generación de catálogos web y papel
- aumenta la eficiencia en la comunicación interna y externa de los datos de los productos, causando una ganancia de tiempo y ahorro de costes
- ofrece información técnica y actualizada de los productos

lo que redunda en una mejor calidad de servicio y optimiza la gestión de catálogos porque hay menos correcciones, lo que conlleva una reducción de los costes de producción.



Almacén Sesaelec.



Instalaciones Guarconsa.



Instalaciones REXEL.

En definitiva, y como explica el secretario general de ADIME, *“es muy difícil que dos fabricantes hablen del mismo producto de la misma forma y ETIM permite que dos productos iguales sean definidos de la misma manera, lo cual repercute en la productividad del canal”*.

ETIM internacional nació de una demanda del colectivo de instaladores eléctricos de los países del Norte de Europa. ETIM España se incorpora en el año 2008 como país fundador de ETIM Internacional, de la mano de ADIME. Y con el objetivo de convertirse en un proyecto estratégico, se decidió involucrar a la Plataforma Electronet, una sociedad constituida paritariamente por las dos asociaciones que representan a la mayoría de fabricantes y distribuidores del sector eléctrico en España, es decir, ADIME y AFME (Asociación de Fabricantes de Material Eléctrico).

En 2019, el proyecto ETIM España se encuentra actualmente a pleno rendimiento, con sus comités de trabajo inmersos en la plena implantación del mismo. Actualmente, ya se ha hecho la traducción al español y desde ETIM España se trabaja para enriquecerla con la participación de las empresas asociadas al proyecto. Los fabricantes españoles han mostrado un gran interés en este proyecto y su aceptación ha sido mayoritaria, ya que muchos de ellos no pueden comercializar sus productos fuera de nuestras fronteras si no se han adaptado a este nuevo lenguaje. *“El objetivo de ETIM España es incrementar*

*el uso de este estándar de clasificación de productos en España, y cada mes se incorporan nuevos socios al proyecto, convencidos de sus beneficios”*.

### La distribución madrileña

La distribución madrileña no dista mucho de la del resto de España. Cuenta con un fuerte componente de atomización, algo que para Sarto no es del todo positivo ya que *“la concentración bien entendida nos haría optimizar recursos, evitando el exceso de competencia y de oferta y ganando en productividad, lo que sin duda revertiría en una mejor atención al cliente”*.

Los puntos de venta de la Comunidad de Madrid tienen una facturación un poco más elevada que la media España. Cataluña cuenta con un mayor volumen de ventas, seguida de Andalucía, la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana.

En la región madrileña, operan 74 empresas de material eléctrico con un total de 122 puntos de venta.

Asimismo, es en Madrid en donde están asentadas dos de las compañías de material eléctrico con mayor volumen, como son Sonepar y Rexel.

Respecto al futuro a corto plazo, nos encontramos ante un sector muy importante y que cada vez tendrá más relevancia en la economía global, un mercado que será clave, pero que tendrá que saber utilizar muy bien sus cartas para ir ganando la partida. El secretario general de ADIME es optimista, aunque considera que los crecimientos registrados en años pasados, rondando el 9%, serán difíciles de repetir.

*“Un crecimiento del 5% sería muy positivo y por encima de la UE”*. En 2019, se prevé un incremento, por tanto, más suave debido, entre otras razones, a que la inestabilidad política genera incertidumbre y moderación a la hora de hacer inversiones tanto en el ámbito público como en el privado y el doméstico.

*“Somos afortunados”*, asegura Sarto y lo somos, según su perspectiva, porque estamos ante un mercado atractivo, con una gran proyección, con grandes posibilidades y en el que todos tienen cabida y oportunidad de sumar para alcanzar los retos que se plantean.