

andimac

Proyecto 2017-2021

Discurso inaugural. IX Foro de Innovación Comercial
Jaume Rullán. Presidente de Andimac



Gracias



Tras su elección como presidente de Andimac, y agradecer el trabajo de la anterior junta directiva y muy especialmente a Antonio Ballester, Jaume Rullan pasó a repasar los retos a los que se quiere hacer frente desde la Junta Directiva.

Explicó que se trata de “retos complejos, porque la realidad es compleja y porque estamos a las puertas de una gran transformación impulsada por la revolución tecnológica cuyas consecuencias, realmente, apenas podemos advertir”.

Equipo andimac

Esta es la relación de profesionales del sector que conforman la Junta Directiva de Andimac

Jaume Rullan	Presidente	Bongrup
Jesús Prieto	Vicepresidente	BigMat
Fran Fernández	Vicepresidente	Grup Gamma
Agustín Moreira	Vicepresidente	Laguardia & Moreira
Plácido Alvarez	Secretario	Cersani
Juan Manuel Real	Tesorero	Avamac
Joaquín Cordero	Vocal	Idaterm
Andrés De la Villa	Vocal	Bigmat Tevisa
Josep Domingo	Vocal	Almagrup
José Durá	Vocal	BdB
Guillermo Durán	Vocal	Durán
Jesús Fernández	Vocal	Ceramhome
Daniel Gómez	Vocal	Saint Gobain
Juan Manau	Vocal	Manau
David Martínez	Vocal	Veraren
Artur Masiques	Vocal	Conmasa
Oscar Lecanda	Vocal	Bilbu
Emiliano Orozco	Vocal	Tolegres

1.- INTERLOCUCIÓN: Queremos mantener la consideración de ser los interlocutores del sector y ello en tres entornos:

- a) En el entorno de la Administración -Fomento, Comercio y Hacienda-
- b) En el entorno técnico
- c) Y en el entorno empresarial ligado a nuestra actividad

A wide-angle photograph of a modern, spacious lobby. The floor is made of light-colored wood. In the center, there is a large, low-profile sofa and several armchairs. To the left, a long, illuminated bar counter is visible. The ceiling features large, cylindrical pendant lights. The overall atmosphere is warm and professional.

1

Lobby

2

Defender la posición de la distribución profesional

EXCELLENCE

2.- EL CONCEPTO DE DISTRIBUCIÓN PROFESIONAL: Vamos a continuar defendiendo la posición de la distribución profesional en los circuitos profesionales de suministro de materiales.

Estamos orgullosos de nuestras empresas, pero somos conscientes de que debemos normalizar y fomentar la calidad de nuestros procesos en las tareas de aprovisionamiento y suministro para impulsar una imagen de excelencia en el canal profesional.

El profesional del sector tiene que trabajar con nosotros ya que es la distribución profesional la que está mejor preparada para atenderle.



3.- ALCANZAR EL CORRECTO

DIMENSIONAMIENTO: Queremos sensibilizar tanto a nuestras empresas como a las instituciones respecto al problema que supone para la viabilidad empresarial el tamaño mediano de muchas de las empresas de nuestro sector.

Queremos impulsar políticas que busquen el crecimiento de las empresas, como garantía de su futuro.

4

4.- LEY DE MOROSIDAD: Queremos seguir avanzando en el cumplimiento de los plazos de pago. El paso que se dio con la aprobación de la Ley de Morosidad se ha mostrado a todas luces insuficiente.

Es más, a menudo ha resultado perjudicial para nuestras empresas, obligadas a cumplir los plazos de pago con los proveedores e incapaces, muchas veces, de hacer cumplir la Ley a nuestros clientes, sobre todo, cuando nos referimos a grandes corporaciones.



5

Expandirse a nivel CCAA

5.- IMPULSO DE LAS ASOCIACIONES REGIONALES: Nos ofrecemos a colaborar con las empresas a nivel autonómico, allí donde nos lo pidáis, en la creación de Andimac regionales. Pensamos que con ello podremos impulsar acciones de interlocución con las administraciones de las CCAA.

Queremos posicionarnos en entornos locales y aplicar localmente iniciativas que Andimac propone a nivel nacional.

6

Crecimiento integrador

6.- AMPLIAR EL RADIO DE ACCIÓN DE ANDIMAC: Para poder representar bien al sector, necesitamos llegar al máximo número de empresas. Son muchos los intereses que tenemos en común. La unión hace la fuerza: cuantos más seamos, mejor podremos defender nuestros intereses.

Lo dice el artículo 9 de los estatutos de Andimac: *Podrán formar parte como miembros de pleno derecho todas aquellas empresas, asociaciones, centrales de compras y servicios y profesionales que ejerzan su actividad (distribución de materiales de construcción y equipamiento de viviendas) dentro del territorio español, que voluntariamente lo soliciten y acepten los presentes estatutos.*

En esta línea, seguiremos trabajando.

7

I+D

Industria + distribución

7.- DESARROLLAR EL OBSERVATORIO 360°:

El Observatorio 360° es una herramienta externa de información que nos ayuda a entender la evolución del mercado.

También nos ayuda en nuestras decisiones: tanto operativas como estratégicas. Si conseguimos los recursos para ello, ampliaremos el estudio a un sector tan importante para nuestros negocios como es el sector terciario (hoteles, comercios, industrias, oficinas, restauración, etc...)

En estos años, hemos conseguido que el Observatorio tenga tal prestigio en sí mismo que ha ayudado a prestigiar Andimac y a situarnos como un interlocutor al que tener en cuenta.



8

Formación especializada orientada al servicio

8.- FORMACIÓN ESPECIALIZADA: Queremos desarrollar un conocimiento propio orientado a poner en valor nuestra esencia como distribución.

Para ello debemos continuar con un reto ya iniciado, como es desarrollar un ámbito de conocimiento propio, formación especializada dirigida a mejorar la cualificación profesional de nuestros equipos de venta. Nuestra fuerza comercial es el rostro de nuestras empresas, y de lo que representamos como sector, ante el conjunto del mercado.

Esta formación queremos que llegue a definir un rol profesional con valor añadido propio. Para ello, queremos desarrollar profesionales con visión 360° sobre los requerimientos técnicos que generan altas prestaciones a la hora de ejecutar una reforma. Y que, a partir de este cimiento común, desarrollar módulos de especialización para diferentes requerimientos. Asimismo, nos comprometemos a desarrollar programas de actualización.

Pensamos que es una de las maneras para distinguir la distribución profesional que nosotros representamos del modelo que tienen los grandes operadores.



9

Hacer tangible el conocimiento y sus habilidades

9.- RECONOCIMIENTO SOCIAL DE NUESTRA ACTIVIDAD:

Por desgracia, el conocimiento, las habilidades y las herramientas por sí solas son fáciles de copiar por los grandes operadores. Con el añadido de que ellos disponen de una enorme fuerza publicitaria para comunicarlo al mercado.

Para evitarlo, debemos tejer un discurso común, un espacio propio y cualitativo, integrado en un concepto de valor como Cuida tu Casa o, en el futuro, el Club del Profesional, que permita hacer reconocible y diferencial ese rol y ese conocimiento.

- Por un lado, un profesional (el asesor técnico comercial en construcción y reforma), bajo un mismo marco de identidad, que nos ayude a ser reconocidos.
- Por otro lado, por la necesaria exigencia que deberá tener el sello Cuida tu Casa, la mejora continua y la calidad de nuestros equipos.

CUIDA TU CASA

10

MNIMAT

10.- OMNIMAT: Finalmente, hacer frente a la transformación digital y facilitar la transición de nuestras empresas a la economía de servicio digital: Omnimat.

En el Congreso de octubre, tendremos más detalles acerca de este proyecto. Hoy, quiero anticiparos que se trata de una herramienta con la que queremos que nuestros sistemas informáticos dispongan en todo momento de la información actualizada de todo el producto de nuestros proveedores: referencias, precios, fichas técnicas, fotografías, etc. Será el proveedor quien alimentará la herramienta, que estará a nuestra disposición, permanentemente actualizada, en nuestras empresas.

Es un proyecto complejo, muy complejo, pero de cuyo éxito va a depender una parte de nuestra competitividad en el futuro.

A 3D-rendered red pencil with a silver band and a red eraser is shown writing the word "Gracias" in a black, cursive script. The pencil is positioned on the right side of the image, with the tip pointing towards the left, where the word is written. A long, thin black line extends from the tip of the pencil across the bottom of the word.

Y en este punto quiero hacer público el agradecimiento a los principales promotores. Sin su visión no hubiera sido posible siquiera intentarlo; sin su compromiso no sería un proyecto abierto a todas las empresas del sector. Me refiero a la generosidad que personas como Antonio Ballester, Jesús Prieto, Fran Fernández, José Durá o Jesús Fernández, como responsables de algunas de las principales centrales de compras de nuestro país.

Podrían haberlo hecho de forma individual, pero han decidido arriesgar tanto recursos como individualidad por un proyecto común. Cuando consigamos sacarlo adelante, podrá beneficiar a cualquier empresa del sector, y muy especialmente, a aquellas que deseen dar el salto hacia modelos de servicio omnicanal.

Hasta aquí, los diez grandes retos que tenemos por delante. Haber alcanzado este punto de integración es quizá el mayor éxito de Andimac: crear un entorno suficientemente maduro en el que puedan surgir proyectos vitales para el futuro, y hacerlo de manera abierta para fomentar el desarrollo de todo un colectivo.

A close-up photograph showing several hands of different people working together to build a staircase out of light-colored wooden blocks. The hands are positioned at various points along the structure, some pointing, some holding blocks, and one is in the process of placing a block. The background is a dark, textured surface.

Compartir para competir mejor

Como decía al inicio, son retos complejos, porque la realidad es compleja y porque estamos a las puertas de una gran transformación impulsada por la revolución tecnológica cuyas consecuencias, realmente, apenas podemos advertir.

Somos empresas locales que competimos en un entorno global, con competidores globales, y ante un mercado que se expresa en lo local pero que está abierto a las grandes tendencias globalizadoras.

Tenemos el reto de ecualizar nuestros canales e integrarlos, y además tener un sello propio que nos identifique con el mercado.

Para poder ser eficientes y reconocidos en nuestro entorno local, requerimos tender puentes con la dimensión global.

La estrategia empresarial puede ser individual, pero su efectividad en un entorno hiperabierto, su capacidad para obtener el mejor resultado, va a requerir de adoptar una filosofía común: lo que queremos con vosotros es compartir para competir mejor.

Misión. andimac

Hacer lo que las empresas no pueden hacer de forma individual, o integradas en grupos de interés comercial, para ayudar a desarrollar el entorno de competencia del canal profesional, su prestigio social y colaborar en el proceso de modernización empresarial.

CLUB DE LAS GRANDES MARCAS

QUE APOYAN EL DESARROLLO DE LA DISTRIBUCIÓN PROFESIONAL

Global partner



Gold partner



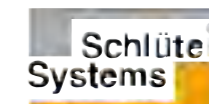
Patrocinadores



KERABEN GRUPO



Socios Industriales



Colaboradores

