

Jorge Heras

Director de la Unidad de Negocio
“Low Voltage & Products” de Siemens



Jorge Heras, director de la Unidad de Negocio ‘Low Voltage & Products’ (LP), que engloba el portfolio de Protección y Distribución en Baja y Media Tensión, está convencido de que, inmersos en un mercado en continua evolución, la clave del éxito de la nueva reestructuración de la compañía radica en impulsar una relación cercana con clientes, partners y, en general, todos los actores del mercado.

“Queremos ser protagonistas del gran cambio tecnológico que estamos viviendo”

P. ¿Qué ha supuesto para Siemens la reciente reestructuración en tres compañías operativas y tres estratégicas, con mayor flexibilidad y libertad de operatividad?

R. A partir del 1 de abril de 2019, y bajo el paraguas de nuestro plan estratégico Vision 2020+, Low Voltage & Products se integra en la nueva compañía operativa ‘Smart Infrastructure’, que, como su nombre indica, se va a focalizar en el mercado de las infraestructuras, con un amplio portfolio que incluye Productos y Sistemas en Baja y Media Tensión, Building Automation y Smart Grids.

Esto nos permitirá ser más ágiles en un mercado tremendamente cambiante, y que ha de hacer frente a retos derivados de las nuevas tecnologías, como internet, la digitalización de las redes eléctricas, las energías renovables (especialmente la fotovoltaica), así como la consolidación definitiva del coche eléctrico.

Bajo nuestro punto de vista, esta nueva etapa solo puede tener éxito si somos capaces de mantener e impulsar una relación muy cercana con nuestros clientes, partners y, en general, todos los actores del mercado, especialmente los distribuidores de material eléctrico y los instaladores.

P. Estos cambios estratégicos suponemos que responden a criterios de mayor cercanía con el cliente, pero ¿qué recursos ponen en marcha para motivarlos aún más y alcanzar mayor fidelización?

R. Low Voltage & Products dispone de una amplia gama de productos y soluciones de alta tecnología y calidad contrastada, y con un gran equipo de ingenieros que generan una demanda en el mercado que se canaliza

a través de nuestros partners, fundamentalmente nuestros distribuidores de material eléctrico.

El fuerte crecimiento que hemos alcanzado especialmente en los dos últimos años es, en gran parte, debido a las alianzas establecidas con dichos partners, que crecen a la par que nosotros. La fidelización consigue, por tanto, en acordar y compartir objetivos comunes, y poner los medios y la excelencia en el trabajo para conseguirlos.

Estamos convencidos de que, en este negocio tan cambiante, solo tendrán éxito aquellos actores capaces de aportar valor más allá de la mera subasta económica. Vivimos en un mundo cada vez más tecnológico, por lo que la clave del éxito dependerá en gran medida de la excelencia en el ser-



“Vivimos en un mundo cada vez más tecnológico, por lo que la clave del éxito dependerá de la excelencia en el servicio y de la calidad e innovación en los productos”

vicio y de la calidad e innovación en los productos. Nuestros clientes y partners serán más fieles en tanto que seamos capaces de transitar de la mano por este camino hacia la excelencia tecnológica y la creación de valor. En este entorno, tanto Siemens en general, como Low Voltage & Products en particular, se mueven como pez en el agua, por lo que tenemos gran confianza y buenas expectativas para los años venideros.

P. Siemens ha sido una de las empresas punteras en tomar la iniciativa en la digitalización, ¿cómo transmiten al cliente esa necesidad real que les lleva a una mayor competitividad?

renovables, y especialmente la movilidad eléctrica hacen imprescindible una gestión inteligente de las redes de distribución en baja tensión.

Todos los actores del mercado son conscientes de estos cambios que van a tener lugar a corto plazo, y nosotros, como Siemens, tratamos de aportar nuestra tecnología puntera y el apoyo cercano al cliente desde el diseño de la instalación hasta su puesta en marcha. Gracias a la innovación continua y, sobre todo, a un buen soporte técnico en el que apoyarse, nuestros clientes pueden destacarse del resto yendo un paso por delante.

P. ¿Cuáles son las nuevas tendencias en el mercado de la baja tensión? ¿Qué acciones han desarrollado o tienen previsto desarrollar en este campo?

R. El mercado de baja tensión está inmerso en un proceso de cambio muy fuerte, casi revolucionario. Estamos pasando del concepto de distribución eléctrica centralizada a uno descentralizado, en el que el consumidor tradicional de energía se convierte en prosumidor, es decir, además de consumir también participa activamente en la generación de energía y en su almacenamiento, y para lograrlo es necesaria la digitalización. La fotovoltaica y el autoconsumo, junto con el coche eléctrico, son la punta de lanza y los grandes sectores a desarrollar. Nosotros estamos muy activos en estos campos, con productos actuales como el cargador de vehículo eléctrico VersiCharge, o con nuevos desarrollos que van a llegar en los próximos meses.

Por otro lado, ya disponemos de productos y tecnologías innovadoras como las protecciones eléctricas comunicables, que permiten digitalizar nuestras redes para un control óptimo de los consumos y de la calidad de la energía, anticipándonos a cualquier avería. El cuadro eléctrico ha pasado a ser "inteligente" y ya no sólo protege a las personas e instalaciones, si no que gestiona más eficientemente toda la energía que pasa por la red. Cualquier usuario puede conectarse a través de un portátil o smartphone y saber en tiempo real cuánta energía está consumiendo en sus distintos centros de coste y analizar posibles ineficiencias.

P. ¿Háblenos un poco más de su estrategia para impulsar la movilidad eléctrica?

R. Respecto al vehículo eléctrico, en España se va con paso lento pero seguro, puesto que cada año aumentan las cifras de ventas de vehículos eléctricos: 13.021 unidades vendidas en 2017, un 110,6 por ciento más que en el año anterior. Este incremento tiene que ir respaldado de una buena tecnología para asegurar el abastecimiento.



“Siemens asegura una intensa formación específica de producto y soluciones, de forma que nuestros partners funcionen como una extensión de nuestra organización”

R. La digitalización ha pasado de ser un concepto 'futurista' a formar parte del día a día en el mercado español. Los clientes son plenamente conscientes de esta tendencia imparable, y se han incorporado al tren digital, adaptando sus negocios y optimizando sus instalaciones, sobre todo en el ámbito industrial. Para nosotros, el gran reto es la digitalización de las redes de distribución en baja tensión. Pensemos que en estos momentos la digitalización acaba en la media tensión. Sin embargo, la necesaria integración de energías

Gracias a nuestro cargador VersiCharge, se pueden instalar de manera sencilla puntos de recarga en nuestro hogar o en el garaje comunitario que, complementados con los puntos de recarga en el trabajo, aseguran la conectividad para poder hacer frente con total garantía a los desplazamientos urbanos. Se estima que el 90% de las recargas serán vinculadas, esto es, se realizarán en el domicilio y lugar de trabajo. Sólo por dar una cifra, nuestra tecnología VersiCharge IEC en su versión de 22 kilovatios permite cargar por completo el coche en tres horas y media, un tiempo muy competitivo.

Pero también tenemos una versión de 2,3 kilovatios que permite cargar el vehículo en 6 horas y media, ideal para realizar la operación en horario nocturno, cuando la energía es más barata. En esta franja, se calcula que recorrer 100 kilómetros con nuestro coche eléctrico supondría un gasto de poco más de un euro y un menor desgaste de la batería.

P. Hablando de innovaciones ¿Cómo deben de enfrentar los fabricantes, distribuidores, instaladores, etc. los retos del comercio online?

R. En un negocio cada vez más afectado por el mercado web y el comercio global, la especialización, tanto de fabricantes como de distribuidores, instaladores, OEMS, etc..., se torna vital para ofrecer un valor añadido que nos diferencie.

Estamos convencidos de que, en este escenario, sólo sobrevivirán aquellos actores capaces de aportar valor más allá de la mera subasta económica. Tenemos que intentar "vender caro", esto es, aportar productos, soluciones y servicios de calidad, de forma que a nuestros clientes les resulte rentable pagar más. Esto puede verse casi como una imposibilidad matemática, pero no es así. Mirando la pujanza del comercio online, parece difícil competir ante la irrupción de plataformas web mundiales con precios agresivos y suministros muy rápidos.

Sin embargo, a veces se nos olvida que el cambio tecnológico que estamos viviendo nos está ya obligando a ir a soluciones más complejas que requieren la atención cercana de un profesional. Un ejemplo claro lo tenemos en el sector residencial, en el que se está entrando en un nuevo

concepto de negocio debido al impacto de las instalaciones fotovoltaicas para autoconsumo, la implantación del coche eléctrico, la domótica, Internet de las Cosas, etc.

Productos como nuestro nuevo Detector de Arco modular 5SM6, que protege frente a fallos eléctricos que pueden originar incendios, nos permiten aumentar el importe de nuestra oferta comercial aportando valor; en concreto, una protección adicional frente a la no existente hasta ahora en el mercado eléctrico: el cliente cierra el círculo de protección ante fallos eléctricos, y los distribuidores e instaladores se diferencian ofreciendo un equipo de valor.

En este terreno, las cifras hablan por sí solas. En Europa se declaran más de 100.000 incendios al año y uno de cada cuatro es debido a defectos en la instalación eléctrica, causados en su mayoría por fallos de arco voltaico que no son detectados por los sistemas de protección eléctrica habituales. Con tecnologías como la del Detector del Arco aportamos seguridad y valor a la instalación.

En ese sentido, creemos firmemente en la estrategia de

negocio local apoyada en nuestros distribuidores de material eléctrico, que no es un mero revendedor, sino que también es un tecnólogo que crea valor y aporta una soporte técnico cada vez más necesario. Siemens, como fabricante, asegura una intensa formación específica de producto y soluciones, de forma que nuestros partners funcionen como una extensión de nuestra organización.

“Gracias a nuestro cargador VersiCharge, se pueden instalar de manera sencilla puntos de recarga en nuestro hogar o en el garaje comunitario que, complementados con los puntos de recarga en el trabajo, aseguran la conectividad para poder hacer frente con total garantía a los desplazamientos urbanos”

P. ¿Y qué hay de objetivos? ¿Cuáles se han marcado a nivel de División?

R. Va un poco en línea con lo comentado anteriormente. Queremos ser protagonistas del gran cambio tecnológico que estamos viviendo, estableciendo alianzas con nuestros partners, especialmente los distribuidores, y crecer juntos creando valor en nuestro negocio. No tenemos ninguna duda de que, con el apoyo y el trabajo conjunto de todos, conseguiremos grandes resultados. Somos tremendamente optimistas, confiamos en seguir creciendo fuertemente en los próximos meses y años venideros.