

Juan Andrés Mateo Mo

Presidente de Aúna Distribución

Si 2018 nos dejó con el anuncio de la fusión entre Electroclub y Almagruppo en un nuevo grupo denominado Aúna Distribución, este año arranca ya con ese proceso muy bien encarrilado y un mercado muy receptivo a la unión.

Juan Andrés Mateo, presidente de la nueva estructura, nos habla de los pasos preliminares dados y de la hoja de ruta a seguir a partir de ahora.



P. Un proceso de fusión entre dos 'pesos pesados' del sector requiere de un tiempo y proceso de maduración, por eso nos gustaría saber cómo se gestó esta acción y qué resultados y objetivos se esperan conseguir.

R. Como en casi todas las cosas, en la vida, cuando quieres crecer, conocer y aprender, debes tener inquietudes que te motiven. Y esas inquietudes hacen que quieras saber de tu "vecino", que además es líder en su sector y con una cultura que, en principio, se puede asemejar a la tuya. Recuerdo que, en nuestras dos primeras tomas de contacto, todo eran suposiciones y exposiciones cerca de la banalidad. A partir de ese momento, comenzaron las cargas de profundidad. Esto fue en julio de 2016.

El objetivo es obvio; tener la oportunidad de generar más negocio para nuestros socios, entrando en un sector muy próximo y, al mismo tiempo, diferente. Sabemos de las difi-

cultades que hay en ciertas zonas de la geografía española, por lo que es importante que nos conozcamos pronto y bien.

P. Nos gustaría saber también en qué fase se encuentran ahora mismo y si se van cumpliendo los plazos y hoja de ruta establecida.

R. Estamos empezando un matrimonio, con un noviazgo corto e intenso. En 15 días del mes de enero, ya se han celebrado tres reuniones presenciales del Consejo de Administración para diseñar nuestro futuro inmediato. Por lo tanto, los plazos se están cumpliendo y, de momento, parece que seguirá siendo así, aunque hay algunos detalles legales que no están en nuestras manos y de los que dependemos para conseguirlo.

“El objetivo de Aúna Distribución es generar más negocio para n

rales



P. ¿Qué impresiones están recibiendo del mercado, tanto a nivel nacional como internacional?

R. Nos consta que en el mercado nacional ya habíamos generado una expectación inusitada debido a lo inédito de una fusión de estas características. Si se añade que por sector somos los líderes indiscutibles, el mercado esperaba con ansiedad el resultado y fecha de la fusión. Llegados a este punto, ahora el mercado continúa a la expectativa de ver el resultado definitivo y, supongo que, dependiendo de esto, en el futuro, se verán más movimientos.

A nivel internacional, la sorpresa ha sido mucho menor, mas allá de que se produzca en España por primera vez. Hemos seguido el modelo de algún socio de IMELCO con unas características muy parecidas a las nuestras.



“Estamos empezando un matrimonio, con un noviazgo corto e intenso”

P. ¿Hasta qué punto se están ampliando los recursos para gestionar la operatividad de Aúna Distribución, donde prácticamente se ha duplicado el número de socios?

R. El hacer los primeros presupuestos nos ha resultado extraordinariamente complicado, como no podía ser de otra manera, aunque estoy seguro de que, después será mucho más fácil.

La primera decisión de carácter operativo ha sido el traslado de la sede de Electroclub a las oficinas de Almagrup. Estamos acometiendo unas obras importantes para el acomodo del personal, e integrar grandes salas de reunión y formación.

P. ¿Qué otras cifras, relacionadas con el volumen de negocio o el número de proveedores, se van a manejar desde ahora?

R. Como cifras más significativas que evidencian las dimensiones del nuevo Grupo resultante de la fusión con Almagrup, destacar que ahora somos 93 empresas asociadas, con presencia en toda España (incluidas las Islas, Ceuta y

ución es claro: uestros socios”

Melilla), Andorra y Portugal, a través de 450 puntos de venta y casi 900.000 metros cuadrados de almacenes en total. Desde estos puntos de venta y desde nuestro Centro Logístico Compartido (CLC) ofrecemos productos de un total de 265 proveedores referenciados, alcanzando un volumen de negocio -teniendo en cuenta la facturación agregada de 2018- superior a los 1.300 millones de euros.

P. Imaginamos que en el grupo resultante se seguirán manteniendo los mismos criterios de innovación, excelencia y vocación de continuidad que han caracterizado a Electroclub.

R. A Electroclub y también a Almagrup. Después de tantas y tantas reuniones, nos hemos dado cuenta de que no somos tan diferentes. Estas cualidades que usted nos atribuye son también aplicables, sin ninguna duda, a los socios de Almagrup, por lo que el Grupo resultante sin duda las mantendrá.

P. A nivel de servicios, ¿cuál será el papel que asumirá el Centro Logístico Electro Marcilla? ¿Ampliará sus dimensiones para dar cobertura a un mayor número de asociados?

R. En Marcilla disponemos de la posibilidad de aumentar en 12.000 metros cuadrados la superficie ya construida. Se acometerán inversiones millonarias para el acomodo del material proveniente de la fontanería, aire acondicionado y calefacción., así como un importante refuerzo a nivel de RR.HH para doblar la facturación del CLC en dos años, con todas las dificultades



que somos conscientes que habrá.

P. ¿Y qué hay de las acciones de promoción y marketing desarrolladas con tan buen tino por Electroclub, como los Encuentros con Proveedores y la entrega de Premios Anuales? ¿Tendrán su continuidad y de qué manera?

R. Aquí nos toca también trabajar. Electroclub está orgulloso del resultado y de la acogida que han tenido los encuentros con proveedores de este año (los Electroclub Partner Days), de nuestros Premios a los mejores e innovadores productos en el sector eléctrico y su ceremonia de entrega, así como del resto de acciones de promoción y marketing desarrolladas.

Para Almagrup es algo novedoso y lo han visto con mucha ilusión. Muy pronto tendrá el mercado buenas noticias relacionadas con ello.

P. Y ya para concluir, ¿qué objetivos se han marcado de forma inmediata y qué acciones de divulgación pondrán en marcha para que el mercado se familiarice con Aúna Distribución?

R. Lo cierto es que la divulgación de nuestra fusión ha venido más desde fuera que desde dentro. Desde hacía tiempo, se daba por hecho y se esperaba la foto de Jacint Ragués y yo mismo, la tarde del acuerdo, con cierta expectación.

Con las pocas semanas que llevamos bajando juntos, aún no está marcada la hoja de ruta definitiva, a corto plazo. A medio plazo si se está preparando un evento que, estamos seguros no defraudará a nuestros proveedores, socios y amigos. En breve, nuestro departamento de marketing se encargará de ir informando de todos los detalles y fecha del evento.



“La primera decisión de carácter operativo ha sido el traslado de la sede de Electroclub a las oficinas de Almagrup”



Mucho más que cajas

CLIPSAFE - Un nuevo concepto innovador y práctico

Phoenix Contact ofrece soluciones completas de gran fiabilidad para la zona Ex. Nuestra nueva serie de cajas CLIPSAFE es el resultado de la intensa colaboración con nuestros clientes.

Phoenix Contact le ofrece un completo programa de cajas estándar, así como el servicio local homologado para el montaje en las mismas de bornas y componentes certificados de acuerdo a la norma ATEX ISO 80079-34.

Para más información llame al 985 666 143 o visite www.phoenixcontact.es