



Julián y Paula del Amo Representantes

que con savia joven dará un impulso nuevo a nuestra actividad.

Paula del Amo: Mis inicios en este sector llegaron de la mano de mi padre, ya hace algunos años; después me fui a trabajar una temporada en el sector logístico y del transporte, y otra en el novedoso sector de la retirada de residuos de los talleres (medio ambiente); por último, entré a formar parte de Tecnocolor, un mayorista muy importante de Asturias dedicado a la distribución de productos relacionados con las reparaciones de chapa y pintura, en el departamento financiero. En esos años siempre estuve en el "back office", en contacto con proveedores, compras, etc. Y hace cuatro años surgió la posibilidad de hacerme cargo de las representaciones y volver a mis orígenes, con lo cual me puse a trabajar en JDA Usandizaga con mi padre.

Habladme de vuestras representadas... ¿Pensáis en incorporar alguna más en breve?

Julián: Llevamos marcas como Era, Cevam, Lubricantes Vitess, la madrileña Fergoma; en baterías trabajamos marcas como Fiamm, Midac y Premium, todas ellas distribuidas por Indumóvil; los arrancadores y cargadores de baterías de BC Battery, herramientas Fasano o ITSA, un fabricante español de frontales de turismo. Yo siempre aposté por no tener muchas representaciones, pero sí representarlas en zonas amplias. Así nos especializamos más en sus productos, tenemos más negocio con cada uno de ellos y podemos dar un mejor servicio a nuestros clientes. Por ello, las representaciones que tenemos las trabajamos en varias provincias norte-

La empresa de representaciones JDA Usandizaga es un claro ejemplo de relevo generacional exitoso, conviviendo en estos momentos dos generaciones: Julián del Amo, con más de 40 años de experiencia en el sector y Paula del Amo, su hija, que continuará desarrollando la actividad siguiendo con la misma filosofía comercial. Implantados en la cornisa cantábrica (con sede en Asturias), prefieren una menor cantidad de representadas, pero con una zona geográfica amplia para poder desarrollar todo su potencial. Con ambos charlamos de su actividad, de la labor del representante y de la distribución en España y Portugal.

Talleres en Comunicación: Para empezar, ponédnos en antecedentes sobre vuestras trayectorias...

Julián del Amo: Ya estoy en edad de jubilación y después de 45 años en este sector me toca ceder el puesto a alguien más joven, con otra dinámica y otras perspectivas, y quién mejor que mi hija Paula, que ya lleva unos años en este sector y que continuará con la labor de representar a las empresas de nuestra cartera. Yo continuaré, lógicamente, mientras físicamente esté con fuerzas, pero ya haciendo el "traspaso de poderes" y pasando el testigo a Paula,

ñas. Alguna, como BC Battery, la representamos para toda España. También estamos desarrollando cierta actividad en Portugal, y la verdad con bastantes posibilidades de éxito, es un país que comercialmente tiene mucho futuro, y lo tenemos al lado.

Paula: ¿Crecer en representaciones? Pues depende, todo se puede estudiar, no estamos cerrados a nada, pero, como decimos, la idea es tener pocas representaciones, bien atendidas y mucha zona. Piensa que las visitas cada vez tienden a ser más centralizadas. Hay que optimizar el tiempo y atender bien a nuestras representadas, que al final son de las que dependemos, conocerlas muy bien y saber como ofrecer oportunidades de negocio a ellas y los clientes. Esa es nuestra labor y nuestro objetivo es que estas propuestas fructifiquen y se vean resultados positivos. Hoy en día, lo difícil es que un cliente te reciba y te escuche una propuesta y, por suerte, eso lo podemos conseguir.

¿Cómo estáis realizando el relevo generacional?

Julián: Estamos en pleno proceso de cambio. Afortunadamente para mí, Paula ya es una persona con una trayectoria en el sector, por lo que no me supone mucho esfuerzo que entienda los entresijos de este sector y, poco a poco, va teniendo más poder en las decisiones, más trato con los clientes y con las representadas. Observo que la mayoría de nuestros clientes, propietarios de tiendas, jefes de compras, etc., tratan con ella, en muchas ocasiones hasta mejor que conmigo, lo cual me satisface un montón y cada día tengo mas claro que hemos acertado en nuestros planteamientos. Así que estamos haciendo la transición sin problemas, sin agobios y, sobre todo, sin que se altere nuestra profesionalidad en el trabajo, es más, estamos mejorando considerablemente nuestros servicios.

Paula: La idea es que mi padre vaya funcionando cada vez más como asesor, aprender de él todo lo que pueda, y con mis perspectivas seguir esta profesión tan emocionante y llena de buenos y grandes momentos. Cada día estoy más en contacto, tanto con clientes como con nuestras representadas, con ideas comerciales, promociones de nuestros productos, planteamiento de objetivos y solucionando los problemas que van surgiendo, que también es esa nuestra labor.

“SIEMPRE APOSTÉ POR NO TENER MUCHAS REPRESENTACIONES, PERO SÍ REPRESENTARLAS EN ZONAS AMPLIAS. ASÍ NOS ESPECIALIZAMOS MÁS EN SUS PRODUCTOS, TENEMOS MÁS NEGOCIO CON CADA UNO DE ELLOS Y PODEMOS DAR UN MEJOR SERVICIO A NUESTROS CLIENTES”

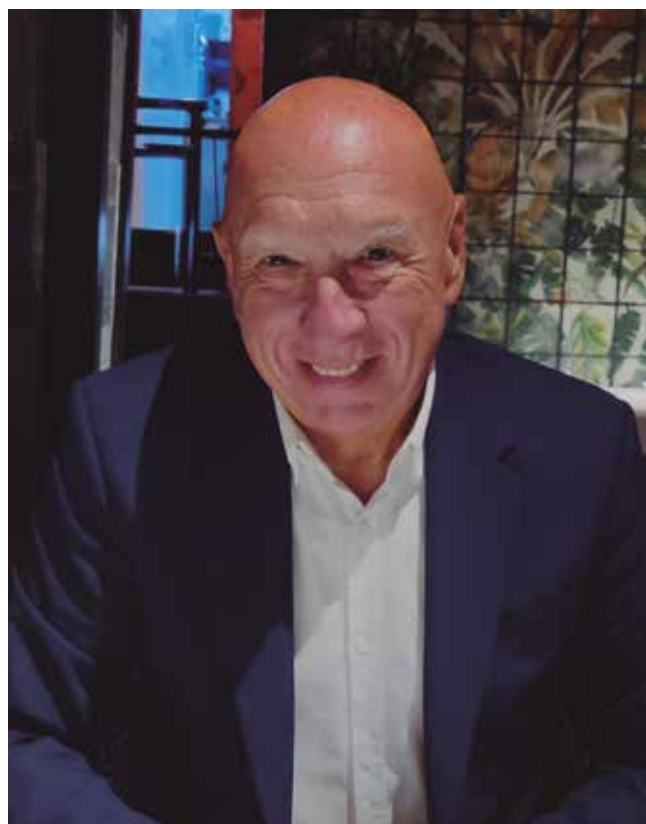
Hablábais de una mayor centralización.

¿Estáis notando una mayor concentración o consolidación en la distribución en vuestra zona?

Julián: Año tras año estamos viendo como muchos de nuestros clientes pequeños y medianos han sido absorbidos o reagrupados en otra empresa de mayor tamaño. Por otro lado, los mayoristas están desarrollando unas labores muy potentes en el mundo de la distribución y esto supone en muchos casos un cambio importante en las formas de gestión y adaptación a estos nuevos cambios. Estamos en un sector muy vivo, y se mueve con mucha rapidez, hay que estar siempre alerta.

¿Y cómo trabajáis con los socios de los grupos? ¿Y con los almacenistas, que están adquiriendo una mayor importancia?

Julián: Con las centrales de los grupos de compras hablan y negocian los directores comerciales de nuestras marcas representadas; eso sí, nosotros estamos puntualmente informados para trasladar las condiciones y acuerdos a los que lleguen a los socios correspondientes. Al disponer de zonas tan amplias, siempre estamos muy informados de los cambios, para poder





trasladarlos a los miembros de cada grupo en las diferentes provincias donde actuamos.

Por otro lado, trabajamos con la mayoría de los almacenistas de nuestras zonas, e incluso con los de ámbito nacional. Como he dicho anteriormente, estos están haciendo una labor muy potente en la distribución. Y ahí estamos, tratando de llegar siempre a acuerdos ventajosos para ellos y nuestras representadas, y luchamos por tener éxito.

Paula: La ventaja de los mayoristas es la capacidad de suministrar multi productos en un solo envío, y la inmediatez que les da la cercanía. Son empresas muy ágiles en sus gestiones y solucionan muchísimos problemas logísticos en el sector de las tiendas de recambios.

¿Cómo se traslada vuestra labor sobre el terreno hacia las marcas que representáis?

Paula: Nosotros somos los ojos de las marcas, somos los que estamos en primera línea del trato con los clientes, estos nos exponen sus problemas y nos aportan ideas para crecer y mejorar; nada cae en saco roto para nosotros, todos los comentarios los procesamos, analizamos y, posteriormente, los trasladamos a nuestras representadas fabricantes y recibimos con agrado sus soluciones y comentarios de cada caso. Siempre tenemos un diálogo muy fluido y un contacto perenne con todos los actores de este sector tan dinámico.

“SOMOS LOS OJOS DE LAS MARCAS, SOMOS LOS QUE ESTAMOS EN PRIMERA LÍNEA DEL TRATO CON LOS CLIENTES, ESTOS NOS EXPONEN SUS PROBLEMAS Y NOS APORTAN IDEAS PARA CRECER Y MEJORAR”

¿Cómo véis el papel del representante dentro de diez años?

Paula: El papel del representante seguirá con los años, somos un equipo de vanguardia muy profesionalizado, con mucha experiencia adquirida generación a generación, y altamente cualificado. Tenemos la capacidad de adaptación a cualquier novedad que se plantee, conocemos profundamente a nuestros clientes y sus necesidades y problemáticas, sabemos dónde, cómo y cuando encajar un producto u otro. Y siempre alerta a los cambios que suceden en la zona.

Bueno, tengo que defender mi profesión [risas], pero estoy convencida de que esto es una realidad.

¿Y el modelo de distribución en el futuro?

Paula: Pues creo que la figura de los almacenes mayoristas seguirá muy presente en cada zona, dando ese servicio que requieren otros negocios del sector. Proliferarán los almacenes zonales para estar más cerca de los clientes y esto supondrá una distribución cada vez más cercana y más rápida.

Como hemos dicho antes, estamos viendo muchos cambios, y aun nos quedará un futuro cada vez con más y más actores no ya en Europa, sino a nivel mundial; quedan muchas novedades por llegar, y tenemos que ser muy ágiles para recibirlas y que no nos pasen por encima.

Tengo claro que los modelos de distribución sufrirán cambios con los años y deseo que sean buenos para todos. ■