



“Nuestro sector se ha profesionalizado”

Jaume Llacuna, *Director General de Standard Hidráulica*
y **Francesc Vila**, *Director Comercial*

Si echamos la vista atrás, en Standard Hidráulica piensan que las herramientas de búsqueda de productos, la disponibilidad de gama y la profesionalización son aspectos que han sufrido una enorme transformación en este sector.

Vivimos inmersos en una sociedad muy dinámica y en la que la inmediatez se ha convertido en una exigencia para cualquier consumidor. En su breve análisis de la evolución del sector, **Francesc Vila**, *Director Comercial* de Standard Hidráulica, asegura que el principal cambio ha venido propiciado por la caída de la obra nueva residencial a unos niveles de mínimo mantenimiento, *“hemos vivido el auge de la implantación de los modelos de distribución basados en la verticalidad y la omnicanalidad, aunque todo va tan deprisa que parece que esta palabra que justo hemos aprendido hace unos días ya es antigua, y ya se habla de cerocanalidad”*. Por su parte, **Jaume Llacuna**, *Director General* de la firma, añade que en estos 15 años el sector ha sufrido la *“desaparición de las marcas tradicionales y la irrupción y consolidación de muy pocas nuevas marcas, entre las que se encuentra Clever”*. También incide en el mundo digital como un cambio relevante: *“la digitalización, las ventas e-commerce y el retail, en forma de grandes superficies, están transformando el sector. Hoy en día los profesionales y usuarios finales obtienen mucha información de forma inmediata. Los plazos de entrega también se han reducido exponencialmente”*, explica.

Más preparados y exigentes

“Nuestro sector se ha profesionalizado”, subraya el *Director Comercial* de Standard Hidráulica. Retrata el consumidor final como alguien cada vez más preparado y con mayor información a la hora de elegir un producto. *“Es vez es más rico en conocimientos, dispone de ágiles herramientas de búsqueda, mejora sus criterios de selección y valora positivamente más aspectos diferenciadores del producto que compra”*, explica Vila. Si a todo esto le añadimos la llegada de la ecoeficiencia, nos encontramos ante un evidente *“cambio de modelo de comprador que ha provocado el resto de actores del mercado deban adaptarse o desaparecer”*, asevera el *director comercial* de STH.

Desde esta empresa se mantienen convencidos que la evolución del sector es ya imparable y que seguramente aparecerán planteamientos novedosos. En este sentido, desde Clever tienen muy claro cuál será el camino que van a recorrer en los próximos años: *“El futuro de las empresas de este sector va de la mano de la digitalización y de la transformación de su modelo de negocio. El sector del retail y las ventas online no dejarán de crecer”*, afirma Jaume Llacuna, que concluye diciendo: *“el modelo atomizado de distribución está seriamente amenazado”*. En la misma idea se basa Francesc Vila cuando afirma: *“debemos mantener nuestros valores como empresa y marca sin abandonar nuestra identidad, pero adaptándonos a estos modelos de negocio, de la mano de la distribución y el profesional como canal para atender al usuario final que es el elemento a conquistar”*. ■

“El modelo atomizado de la distribución está seriamente amenazado”

Jaume Llacuna