

OMNIMAT: la autopista de datos entre proveedores y distribuidores

La digitalización es un concepto tan amplio que, si no concretamos en qué consiste, cada cual puede darle su propia interpretación. Por eso, en el artículo publicado en **L'informatiu número 116** del pasado mes de abril, intentamos definir qué supone la digitalización en el contexto del sector de los materiales de construcción.

La conclusión principal si analizamos nuestro sector es que tenemos un déficit importantísimo de datos, y que muchas empresas de materiales siguen careciendo de la materia prima en la que se basa toda estrategia digital: la información de producto digital y bien organizada. Por eso, debemos ponernos en marcha cuanto antes y no perder más tiempo si no queremos que nos sigan adelantando por la derecha terceros competidores y perder un terreno quizá irrecuperable.

Independientemente del punto de madurez digital en el que se encuentre cada empresa a nivel individual, lo cierto es que el terreno de juego es el mismo y que carecemos de una estructura de comunicación digital entre proveedores y distribuidores. Es decir, de una "autopista de datos" para nuestra cadena de suministro; y en eso consiste, precisamente, **OMNIMAT**, la plataforma impulsada desde **ANDIMAC** con el apoyo de las cinco Centrales de Compra y Servicios más relevantes del país (**Grupo BdB, Grup Gamma, Grupo BigMat, Ibergroup y Ceramhome**) y que pretende convertirse en el catálogo digital con información de producto para todos los almacenes del sector.

Esta información de producto disponible en el catálogo se podrá utilizar en todos los canales del distribuidor, tanto de gestión interna como de orientación al mercado, pero no se trata de tener estos datos "por tener", sino que los beneficios para los almacenes distribuidores de materiales van a ser, sin duda, palpables desde la puesta en marcha de la plataforma.

¿Cuáles serán las ventajas competitivas del Proyecto OMNIMAT?

- En primer lugar, supondrá una mejora de la productividad interna, ya que la información estará totalmente normalizada y actualizada, **suponiendo un ahorro de tiempo en búsqueda, preparación y difusión de la información** de producto al mercado. Toda la gestión de las tarifas estará automatizada.
- Desde las empresas se podrá controlar sin esfuerzo la calidad de los datos de los que disponen, e incluso se pueden crear alertas para estar informado de cambios en las tarifas, productos, etc. Es decir, **los almacenes tendrán un mayor control de la información**.
- Tener **toda la información de todos los proveedores actualizada e integrada en un mismo sistema, quizás sea la ventaja** más clara de OMNIMAT, suponiendo un considerable ahorro de tiempo. Además, es información integrable en tu ERP, PIM, web, app...

- Otra de las claves de **OMNIMAT es la información normalizada**. Hasta ahora, cada proveedor ofrece la información a su manera, lo cual dificulta el trabajo del almacén ya que hay distintas unidades de medida, distintas clasificaciones de productos dispares y desordenadas, unos descriptivos de producto ininteligibles, etc., con OMNIMAT, toda la información de producto estará ordenada y estandarizada bajo un mismo criterio.

- Además, desde los almacenes podrán "nutrir" **sus proyectos digitales** (tienda online, catálogo digital, app...) con más facilidad que nunca, trasladando a los mismos la información y precios actualizados de los fabricantes con los que trabajen.

Nuestra competencia se transforma, nuestro cliente se transforma y nosotros también debemos transformarnos

Se trata, en definitiva, de comenzar a recorrer un camino todavía muy básico, pero necesario para avanzar en un sector que todavía mantiene bien entrado el siglo XXI unos procesos de gestión de información de producto anclados en la última década del siglo XX. El mundo ha cambiado, la conectividad y la arquitectura de los datos está asentada en las pautas de consumo y nuestro sector vive ajeno a esta realidad. Y cuando hablamos de sector, hablamos de todas y cada una de las empresas. Muchas de ellas han introducido tecnología, **pero su potencial operativo queda a menudo muy limitado porque la empresa carece de la materia prima con la que maximizar los rendimientos tecnológicos**: información bien organizada de producto. Y esta es la fuente para la gestión eficaz en un entorno digital.

El proyecto de OMNIMAT ha sido promovido desde ANDIMAC donde tienen cabida todas las empresas del sector en términos de igualdad



El momento actual es clave

Nuestra competencia se transforma, nuestro cliente se transforma y nosotros no podemos hacerlo porque carecemos de un ecosistema que apoye nuestra transformación. Y no es cuestión de introducir tecnología, sino de disponer de la materia prima para alimentarla, y esto es lo que nadie tiene ni puede tener por sí solo. Un gran operador digital o grandes operadores multinacionales tienen la capacidad de generar ecosistemas de datos autosuficientes, pero nuestras empresas no. Por eso, nosotros tenemos que hacerlo de forma colaborativa si queremos tener al finalizar esta década capacidad competitiva en el mercado a nivel individual.

No son pocas las ocasiones que un cliente nos pregunta por un producto que no tenemos introducido en el sistema, y lo buscamos en plataformas como Amazon o en otras. En ocasiones, incluso hemos visto que esto se hace *delante de él*. **OMNIMAT** nos permite disponer de forma privada, no abierta a clientes, de ese buscador profesional que en ocasiones también necesitamos.

Como en toda actividad y, si cabe más aún para transformar un sector, contar con una masa crítica de actores implicados para su inicio es totalmente neces-

sario. Por esta razón, el proyecto de **OMNIMAT** ha sido promovido desde **ANDIMAC** donde tienen cabida todas las empresas del sector en términos de igualdad. Pero para su implementación, se cuenta con el respaldo de las principales Centrales de Compras y Servicios como **Grupo BdB, Grup Gamma, Grupo BigMat, Ibergroup y Ceramhome**. Esta estrecha colaboración permite generar un punto de partida con 1.805 puntos de venta y más de 1.500 millones de euros de facturación, una masa crítica con la que apuntalar la necesaria apuesta que requiere un proyecto como este.

No podemos ceder más terreno respecto de los grandes operadores de nuestro sector

Este proyecto se caracteriza por su carácter abierto: abierto a todas las empresas y pensado para que, todas aquellas que quieran dar pasos en la mejora de procesos y la transformación digital de los mismos, se beneficien a medio plazo del proyecto. Por eso creemos que, aunque a corto plazo apenas se vean beneficios, el empresario del sector debe apostar por ello como una inversión a medio plazo.



Nuestra competencia se transforma, nuestro cliente se transforma y nosotros también debemos transformarnos