

Nuevas instalaciones



Doga Parts



**GANA
EFICIENCIA**



“Mientras medio mundo está llorando, el otro medio está fabricando pañuelos”. De esa forma tan gráfica Jordi Llobet, director general de Doga Parts, sintetizaba la manera en que su empresa había aprovechado los meses más duros del año para trasladarse a unas nuevas instalaciones y sentar las bases de su crecimiento futuro, con un nuevo almacén como piedra angular. El propio Llobet y Roger Palacín, director de Marketing, acompañados por el responsable de Ventas en España Carles Santacreu, le cuentan a Autopos cómo ha sido la experiencia. Por Miguel Ángel Prieto Fotos Piero Schiavo

Un almacén no sólo más grande

“Podíamos haber continuado durante un tiempo, y continuar invirtiendo, pero en tres o cuatro años estábamos condenados a salir de aquel almacén por el crecimiento experimentado”. Roger Palacín, responsable de Márketing, daba la clave: ¿para qué seguir invirtiendo en un almacén con fecha de caducidad? Había que mudarse. Y elegir bien. Porque las nuevas instalaciones no deberían dar respuesta únicamente a las necesidades actuales sino al desarrollo futuro. Y el equipo de Doga Parts no se pone límites...

“Hemos pasado de un almacén de 3.000 metros en cuatro niveles, con diferencia de alturas, muy difícil de gestionar, realmente improductivo, a una nave diáfana de 5.000 metros de superficie, ampliable un cincuenta por ciento más, con once metros de altura”. Pero no es sólo una cuestión de tamaño o de maniobrabilidad... Y ahí es donde el cese de actividad en los meses duros previos al verano fue un aliado.

Porque cambiaban a un almacén más grande y mejor distribuido, sí, pero también la manera de gestionarlo: “Le hemos cambiado totalmente las tripas”, señala Jordi Llobet, director general, a la vez que invita a Roger Palacín, artífice en buen parte de la nueva realidad, a que lo cuente: “En las anteriores instalaciones teníamos un ERP (siglas de Enterprise Resource Planning; en español “sistema de planificación de recursos empresariales”) muy básico. Y el nuevo almacén nos presentaba un reto para ser más eficientes. Más allá de poder construir una estructura nueva de estanterías, estuvimos varios meses reuniéndonos con proveedores de software de logística, pero ninguna opción cumplía con nuestras necesidades. Y a partir de las transmitidas por Jordi Pons, encargado de nuestro almacén, desarrollamos uno propio, y el confinamiento nos ayudó muchísimo en este sentido, porque tuvimos tiempo para hacerlo muy bien. Pudimos cambiarlo todo sin que el cliente lo notara en ningún momento. Fue una experiencia rara, nadie podía prever algo así, pero a nosotros nos vino bien contar con ese tiempo”.

De hecho, Palacín no puede disimular el orgullo que siente: “Hay veces que llego y no me lo creo. Es sorprendente que con todos los cambios que hemos hecho todo funcione tan bien. Ahora tenemos un almacén en el que el sistema te dice dónde ubicar todo. Donde todo está definido. Con la tormenta que nos ha tocado vivir, es para sentirnos orgullosos del resultado. Todo el mundo ha trabajado muchísimo”.

Tiempo para crecer

Y el resultado es, como dice el director de Márketing (¿y Logística? habría que preguntarse) Roger Palacín, “que somos mucho más eficientes con muchísima más capacidad de almacenaje”. Y esa eficiencia se concreta en varios aspectos. El primero, lo cuenta el director general de Doga Parts Jordi Llobet: “Hemos prácticamente anulado la tasa de errores”. Pero además han ganado tiempo. Mucho tiempo. Continúa Llobet: “Ahora preparamos cualquier envío mucho más rápido. Y eso no significa que nuestros clientes tengan mejor servicio que el que tenían porque ya suministrábamos muy bien, pero necesitábamos más gente y más horas. Un esfuerzo que el cliente no veía pero que tenía un coste para la empresa. Ahora tenemos tiempo para hacer más cosas. Estamos muchísimo mejor organizados”.

¿La consecuencia?: “Que sin incorporar más personal podemos crecer”. El director general de Doga Parts explica cómo: “Incorporando nuevas familias de producto, que aunque no esté encima de la mesa, ahora podemos plantearlo, pero sobre todo abriendo más mercado. Nos estamos internacionalizando mucho, exportando mucho más de lo que lo estábamos haciendo. En 2018 la exportación suponía el 25%, mientras hoy ya significa el 55%. Y con nuestro nuevo almacén podemos competir muy bien, porque los clientes internacionales están acostumbrados a periodos de entrega medianos y podemos ganar también la batalla del servicio. En España ya sabemos el nivel de servicio que se da y lo estamos exportando. Y decirle a un cliente en Francia o en Italia que le puedes suministrar una pieza en 24 horas es para ellos como hablar otro lenguaje”.



De Esparraguera a Castellolí

De estar a 42 kilómetros de Barcelona (en Esparraguera), a 60 (en Castellolí). Pero ya está. Todo lo demás son ventajas. Porque Doga Parts cuenta ahora con unas instalaciones a medida, en una parcela de 10.000 metros con 5.000 construidos, a muy pocos metros de la autovía que une Barcelona con Madrid y junto a las instalaciones del Campus Motor, que les genera interesantes sinergias.

“El Campus Motor es un centro de la Generalitat, destinado a probar novedades en los vehículos. En su circuito se concentran constantemente fabricantes de coches o camiones probando sistemas y está al servicio de las empresas del Cluster de Automoción del que participamos hace muchos años. Y además de obtener mucha información sobre por dónde van a ir las cosas, de estar conectados con empresas con las que podemos compartir inquietudes, tenemos a nuestra disposición unas instalaciones junto a las nuestras que nos pueden dar mucho juego con los clientes. Desde la formación hasta pruebas de conducción. No había nada más en el polígono, propiedad de la Generalitat, y podíamos desarrollar nuestro proyecto a medida de nuestras necesidades. Y nos lo pusieron muy fácil, así que pensamos que era un sitio muy natural para que una empresa como Doga Parts se instalara”, palabra de Jordi Llobet, director general de la compañía.

¿Para qué seguir invirtiendo en un almacén con fecha de caducidad? Había que mudarse. Y elegir bien. Porque las nuevas instalaciones no deberían dar respuesta únicamente a las necesidades actuales sino al desarrollo futuro. Y el equipo de Doga Parts no se pone límites...

“Hemos pasado de un almacén de 3.000 metros en cuatro niveles, con diferencia de alturas, muy difícil de gestionar, realmente improductivo, a una nave diáfana de 5.000 metros de superficie, ampliable un cincuenta por ciento más, con once metros de altura”.

“El nuevo almacén nos presentaba un reto para ser más eficientes. Y estuvimos varios meses reuniéndonos con proveedores de software de logística, pero ninguna opción cumplía con nuestras necesidades. Desarrollamos uno propio, y el confinamiento nos ayudó muchísimo en este sentido, porque tuvimos tiempo para hacerlo muy bien”.

Comprometidos con su futuro

Que coincidiera el traslado a las nuevas instalaciones con los meses más duros del confinamiento ha tenido más efectos positivos, como explica Jordi Llobet: “Hemos aprovechado para tener muchas reuniones y encuentros con todo el equipo y reflexionar sobre el futuro que se nos abría con nuestra nueva realidad. Realmente hemos aprovechado muy bien el confinamiento, encontrando un tiempo que normalmente con el día a día no se tiene. En estas situaciones, mientras medio mundo está llorando, el otro medio está fabricando pañuelos. Y nosotros decidimos ser de los segundos”.

“Hasta nos ha unido como grupo”, amplía Llobet: “Porque la pandemia era una situación que nos afectaba a todos, a los veinte que somos, personalmente, familiarmente, y eso une, y porque el cambio a unas nuevas instalaciones ha hecho que la gente se volcara. Y cuando para salir de casa se necesitaba tener permisos de la guardia civil y hasta de la interpol, los nuestros voluntariamente nos solicitaban salvoconductos porque querían venir a las nuevas instalaciones, a verlas, a comprobar cómo estaba quedando su puesto de trabajo. Lo fácil era quedarse en casa, teletrabajando, y ocurrió lo contrario”.

La explicación la aporta el propio Jordi Llobet: “Había mucha ilusión con el proyecto nuevo. Imagino que en una situación así, que puede generar dudas a nivel personal y profesional, ver que estás en una empresa que invierte de esta manera debe tranquilizar tanto como motivar. Cada día había gente en la empresa, probando cómo funcionaba todo”.

Difícil imaginar que una siempre complicada mudanza signifique una transformación de la realidad tan enriquecedora como la experimentada por Doga Parts en este además complicadísimo 2020. Nuevo y más grande almacén, mucho mejor organizado y más eficiente, que abre las puertas al crecimiento de la empresa, con un equipo más unido y motivado que sabe hacia dónde va... Ni habiéndolo planeado hubiera salido mejor.



“Vendemos trayectoria”

Elevallunas, electroventiladores, resortes neumáticos, escobillas y el producto técnico Doga (equipos lavaparabrisas, sistemas limpiaparabrisas, depósitos, motores de corriente...) -“el ‘core business’ de la compañía, en el que Doga es un líder desde hace cincuenta años en toda la parte ‘off-road’: autobuses, camiones, maquinaria de obra pública, maquinaria agrícola, náutica...”- conforman la oferta de producto de Doga Parts. Proveedor de primeros equipos con buena parte de esos productos (por ejemplo con los elevallunas desde hace tres años, doblando cada año la cifra de negocio), lo son con sus propios fabricados o apoyándose en acuerdos con fábricas que ellos homologan (caso de los citados elevallunas o los resortes neumáticos), cuya producción es controlada por el centro técnico de Doga. Una posibilidad que aparece, según explica Jordi Llobet, director general de Doga Parts, “porque lo más importante que vendemos es trayectoria. Después de más de cincuenta años demostrando calidad, seriedad, fidelidad y compromiso como proveedores de primer equipo resulta más sencillo suministrar producto. Nuestra trayectoria nos avala”.