

**Daniel López** Responsable de Kardex en España

# “Kardex Sistemas S.A. tiene un market share por encima del 55% del mercado total”

El grupo Kardex se dedica desde hace más de cien años a la fabricación de sistemas automáticos de almacenamiento. Para conocer con más detalle en qué consiste la actividad de la empresa, hablamos con Daniel López, su Director de Nuevos Negocios para Iberia y Sudamérica.

**La historia de Kardex es la de una empresa de éxito. Con sede actual en Suiza y con una trayectoria de más de 100 años, hoy tiene implantados sus sistemas automáticos de almacenamiento en todo el mundo. ¿Podemos decir que Kardex fue pionera en ofrecer este tipo de soluciones?**

Efectivamente, Kardex inició su actividad en la fabricación y comercialización de sistemas automáticos para picking y almacenamiento hace muchos años. Sin duda fuimos precursores en la creación de un mercado que en aquellos momentos era casi inexistente.

**¿Qué divisiones de negocio conforman la actividad de la compañía?**

El grupo Kardex cuenta con dos divisiones: Kardex Remstar tiene como objetivo proporcionar soluciones para pequeñas y medianas referencias y con un limitado nivel de productividad, mientras que Kardex Mlog se centra en soluciones de mayor volumen. En España únicamente opera Kardex Remstar, aunque en un futuro tenemos previsto incorporar también la experiencia y los servicios de Kardex Mlog.

**¿Sus sistemas inteligentes de almacenamiento y preparación de pedidos entrarían en lo que hoy en día llamamos la industria 4.0?**

Así es. En cualquier caso, es importante decir que desde Kardex perseguimos el aumento de la productividad y la reducción de costes del cliente, pero siempre atendiendo a los objetivos concretos y específicos que cada uno de ellos nos indica. No basta con disponer de soluciones avanzadas, sino que estas deben adaptarse a las necesidades de cada empresa. Por eso todo parte de un diagnóstico previo de la situación de cada cliente para ofrecerle siempre la mejor solución a medida.

**En el apartado innovación Kardex ha demostrado que siempre existe un paso más allá. ¿Cuál ha sido la última aportación que han presentado al mercado?**

En un entorno tan cambiante, sobre todo en lo que a productividad y eficiencia se refiere, es fun-



damental tener como un objetivo estratégico la innovación y el desarrollo de nuestras soluciones. Fruto de este constante trabajo, en el año 2015 lanzamos un nuevo producto, único en nuestro mercado, que hoy en día se posiciona como un complemento importante de nuestro actual abanico de soluciones, en especial para aquellas compañías que necesiten elevar sus premisas de la mejora de la productividad. LR35 es el primero de otros productos que en breve iremos incorporando a la familia que hemos denominado Vertical Buffer Module.

**¿Cómo ha recibido el mercado esta nueva línea de productos?**

La verdad es que estamos muy sorprendidos de la buena acogida que ha tenido, y muestra de ello es la gran cantidad de unidades que

en estos momentos están en producción o en proceso de instalación. Por supuesto, en España también ha sido así, lo que nos empuja a pensar que en los próximos meses será un referente en su entorno de soluciones.

**¿Cuál es el índice de penetración de Kardex en el mercado español?**

Kardex Sistemas S.A. tiene un market share por encima del 55% del mercado total. Es muy importante recalcar que somos el proveedor que a día de hoy posee el portafolio de productos y soluciones más extenso y completo. Esto nos permite tener cierta ventaja con otros competidores, ya que no dependemos solo de un producto, sino que desplegamos nuestra estrategia comercial sobre una propuesta de valor y de asesoramiento a los clientes.

**¿Cuántos clientes españoles han confiado ya en las soluciones de Kardex?**

En los más de 20 años que llevamos operando de forma directa en el mercado ibérico son más de 3.000 los clientes que han confiado en nosotros.

**¿Podría explicar algún caso de éxito que destaque por su complejidad?**

En Kardex podemos ofrecer productos estándar o soluciones más complejas y personalizadas. Pero es importante decir que la complejidad no está necesariamente alineada con el valor o volumen del negocio, sino con los objetivos que persigue el cliente y con el modo en que nos enfrentamos a ellos. Existen innumera-

bles implantaciones realizadas en estos años que nos sirven como ejemplo que, además, se hallan en mercados muy muy diferentes y con procesos muy distintos. La distribución en perfumería, medicamentos, productos de lujo o incluso en e-commerce pueden servir como ejemplo. Han confiado en Kardex compañías como Arenal Perfumerías o Druni dentro del sector de la perfumerías, Fermax (electrónica) o el grupo Munreco. En todas ellas, los sistemas instalados realizan la preparación de los pedidos diarios. También estamos presentes en el sector hospitalario, donde Grifols, desde hace más de 15 años, implanta nuestras soluciones en hospitales y bancos de sangre, entornos complicados y exigentes.

**Kardex se define siempre como algo más que un proveedor...**

Así es como nos presentamos ante los clientes y ese camino es el que vamos a seguir recorriendo en el futuro. Como le decía, a pesar de tener el portafolio más extenso que existe, nos servimos de la búsqueda de la mejor solución para los clientes para poder defender la excelencia de nuestros productos. Sinceramente, creo que los clientes buscan un socio en nuestra empresa y una vez que entienden cómo desarrollamos nuestro trabajo y el magnífico equipo de profesionales con los que contamos en Kardex, no tienen ninguna duda de que nuestra empresa es el compañero que necesitan para sus inversiones de intralogística. Para nosotros es realmente un orgullo y honor conocer la mejora que han experimentado algunos de nuestros clientes después de haber realizado nuestro trabajo.

