

A portrait of David Bassas, a man with dark, wavy hair and a beard, wearing glasses, a white shirt, and a dark suit jacket. He is standing on a balcony with a glass railing, looking towards the camera with a slight smile. The background is a bright, out-of-focus outdoor setting.

“La relación con Serca es un puzzle en el que encajan bien las piezas”

Niterra

David Bassas aterrizó hace diez años en NGK-NTK en medio de un importante proceso de cambio que buscaba poner en forma a la compañía para la impresionante transformación que se estaba produciendo en el sector de la automoción. Hace dos años, en 2022, el gigante japonés se convertía en Niterra, un “cambio conceptual”, como lo define el propio Bassas, que buscaba crear una compañía que se adaptara mejor a las necesidades de hoy, haciéndola “más sostenible y más moderna”. Sin embargo, en un ambiente en el que la única constante es el cambio, hay algo que se mantiene firme: la relación entre el proveedor y Serca. Una relación de crecimiento mutuo que vivió durante el pasado congreso del grupo, celebrado en octubre de 2023, uno de sus momentos álgidos cuando los socios otorgaron al fabricante dos de sus más importantes reconocimientos: ‘Proveedor del Año’ y ‘Mejor Soporte al Socio’. Una relación en la que profundizamos junto a Bassas, con quien es todo un lujo charlar del hoy... y del mañana.

¿Cómo ve el mercado?

Lo que veo es que, a pesar de unas previsiones que quizás apuntaban algo más a la baja de lo que finalmente hemos vivido debido a amenazas relacionadas con conflictos o incertidumbres que afectan a la economía global, nuestra industria está soportando francamente bien y nuestros clientes están gozando de una demanda natural muy favorable. En gran medida, esta demanda está condicionada por la bajada en las ventas y en la matriculación de vehículos nuevos, que en los últimos años realmente no ha llegado a recuperarse después de la pandemia. Esto, en el corto plazo, beneficia al aftermarket independiente, proporcionando más trabajo para los talleres... Sin embargo, puede que a medio y largo plazo el escenario empiece a cambiar, porque el parque automovilístico se está envejeciendo de forma casi alarmante...

Y en ese escenario... ¿Qué le preocupa?

Por un lado, que ese envejecimiento será un factor global que tendrá un impacto en nuestra industria. Esta es la mayor preocupación. Y después de esto, hay otros factores que están más intrínsecamente ligados a nuestro mercado, como pueden ser la concentración de la distribución o el cambio en la tecnología de propulsión de los vehículos... pero estos dos factores son más claves a tener en cuenta para irnos adaptando que amenazas en sí mismas.

¿Preocupa la concentración?

La concentración, desde siempre lo he dicho, es positiva para aquellos actores del mercado que están involucrados y muy negativa para los que no lo están. Dicho de otra manera: si de algún modo formas parte de esa concentración -a través de acuerdos con el agente consolidador, por ejemplo-, este proceso puede llegar a ser una medida positiva para tu negocio. Si, por el contrario, eres un agente ajeno a estos procesos, puedes correr serios riesgos de estar al margen de una parte importante del negocio. Por tanto, la consolidación en sí misma no es negativa, todo dependerá de cómo te enfrentes a este nuevo contexto. Lo que es evidente es que los procesos de consolidación de la distribución lo que van a llevar es a unos actores cada vez más capaces de presionar... Esto, sí o sí, cambiará de forma considerable las relaciones entre las empresas de nuestro ecosistema.

Llegó a Niterra en 2014, cuando aún era NGK, ¿qué empresa se encontró?

Una empresa que estaba al comienzo de una transformación importante, un proceso que se gestionó con una velocidad brutal para ponernos al día y estar preparados para todos los cambios y toda la transformación que nuestra industria ya ha empezado a vivir. Y es cierto que hoy en día, diez años después, es fácilmente constatable el cambio que se ha producido entre la empresa que yo encontré en aquel momento a la empresa que somos ahora, y hablo en general, en conjunto en todas las compañías que estamos en todo el mundo. **Hablando de cambios, hace dos años NGK pasó a ser Niterra...**

Así es, un cambio conceptual que iba en la línea de crear una compañía más sostenible, más moderna y adaptada a las necesidades del mercado hoy. Y no hablo solamente de la automoción, que es sólo una parte de nuestro negocio. El cambio tiene muchas repercusiones a nivel interno... de lo que se transmite al mercado no son tantas porque las dos marcas principales que manejamos, NGK y NTK, no



“El mercado comparativamente con otros países está muy fragmentado y eso dificulta la consolidación. Por lo tanto, antes de adquirir, algunos de estos grandes grupos prefieren que haya una consolidación, digamos, doméstica”.

“En un momento en el que todo el mundo habla de inteligencia artificial y de sistemas, y yo soy quizás uno de los mayores defensores de todo ello, me gusta poner el contrapunto diciendo que todo esto no vale prácticamente nada si detrás de ello no hay factor humano”.

sólo se mantienen, sino que seguirán estando presentes en el mercado como tal. Pero sí que era importante que pusiéramos encima de la mesa que la compañía tiene un nuevo nombre, un nuevo concepto y una nueva forma de trabajar, mucho más sostenible.

¿Los clientes han entendido ese cambio?

Entenderlo, sí, hacer que nos llamen Niterra en vez de NGK ha costado un poquito más (se ríe). Y es que son muchos años. Es una marca muy bien identificada en el mercado, es una marca premium, y costó que los clientes diferenciaron que el producto sigue siendo NGK y que la empresa es Niterra. Hoy en día ya se ha conseguido. No ha sido fácil, pero era cuestión de tiempo.

¿En qué está Niterra ahora?

Estamos desarrollando la línea de sensores de NTK, un producto al que le vemos mucho futuro y potencial. Hemos tenido la habilidad de conseguir hacernos una posición relevante en este segmento en el que éramos nuevos, porque nosotros estábamos identificados únicamente como proveedores de encendido, bujías, calentadores y bobinas. Así que el hecho de que ahora nos identifiquen como un proveedor de sensores es muy gratificante. Conseguir que NTK sea una marca reconocida de sensores y que nuestros clientes hayan apostado por ella como uno de los principales proveedores de esta gama de productos, realmente es un éxito. Seguimos trabajando en ello porque cada año, o cada dos máximo, estamos incorporando un producto nuevo a esta gama y por lo tanto queremos seguir potenciando este producto que es muy importante para nosotros.

¿Por qué confiar en Niterra?

Yo creo que hay varios factores. En primer lugar, el factor marca: NGK es una marca reconocida, que se asocia a la calidad, a la cobertura del mercado, al catálogo, es decir, es una marca representativa del mercado. Después hay un factor de servicio, tenemos un almacén en España que permite el acceso al producto con mayor facilidad y lo estamos haciendo francamente bien, sabemos que la disponibilidad es un factor clave hoy en día para nuestros clientes. Y después hay un tercer factor, que es el factor humano. A mí me gusta insistir en ello porque me siento satisfecho, feliz y orgulloso de tener un equipo humano, francamente muy profesional, muy capaz, muy conocedor del sector y que ofrece fiabilidad a nuestros clientes. El factor humano se manifiesta en esa proximidad que tienen con nuestro equipo, y estoy hablando del equipo de ventas, pero también del de servicio al cliente, hay un equipo muy profesional, muy preparado, que facilita las cosas a nuestros clientes. Este me parece un factor clave. En un momento en el que todo el mundo habla de inteligencia artificial y de sistemas, y yo soy quizás uno de los mayores defensores de todo ello, me gusta poner el contrapunto diciendo que todo esto no vale prácticamente de nada si detrás de ello no hay factor humano. Y tener un equipo como el que tenemos nosotros es básico: es un soporte imprescindible para nuestro cliente.

¿Y que le piden sus clientes?

Que una vez que se empiece a trabajar con nosotros, que sea fácil. Y cuando ya están trabajando con nosotros, que no deje de ser fácil. No hay nada peor que un proveedor que lo que hace es complicarte la vida. Un proveedor tiene que facilitar las cosas para que un cliente se sienta cómodo comprándole, porque no vas a comprar a una tienda si te atienden mal o si no recibes aquello que tú esperas recibir.

Pues en la distribución yo creo que pasa exactamente lo mismo, si eres un cliente quieres que tu proveedor tenga el producto que deseas en el momento que lo quieres tener, que sea en la forma óptima que tú esperas recibir, etcétera. Esto es lo que nos piden y esto es lo que creo que les damos.

¿Y qué le pide a sus clientes?

Básicamente compromiso, les pido que si lo que me piden lo tengo, que se comprometan conmigo y que no me utilicen como un proveedor más, porque para eso son nuestros partners... Así vivimos nuestra relación con la distribución. Es una forma de entender el negocio, es decir, no me gusta que un cliente me compre hoy porque le interesa y mañana no y pasado sí. La estabilidad, el compromiso, me parece que son los factores ideales para tener un partenariado sólido y esto es lo que creo que hay que pedirse mutuamente uno a otro.

¿Cómo es la relación de Niterra con Serca?

Es una relación de muchos años y con una historia realmente bonita detrás. Tuvimos quizás la habilidad o la suerte de comenzar con la base de los clientes, precisamente con los que te daban menos volumen, los más pequeños, por decirlo así, pero que empezaron a confiar en nosotros y que durante muchos años fueron los que mantuvieron el vínculo con la compañía. Yo a estos clientes que en su inmensa mayoría siguen siendo clientes de NGK o de NTK les estoy muy agradecido porque lo hicieron en un momento en el que no era tan fácil: en los principios de la compañía, cuando todavía no era una marca tan reconocida en nuestro mercado, y ellos confiaron. Para mí eso es un factor clave, porque si eso no hubiera ocurrido, probablemente hubiera costado mucho más o incluso se hubiera hecho imposible que después lográramos conseguir los volúmenes más grandes de Serca, como ha ido ocurriendo en los últimos años e incluso meses. En este momento ya podemos decir que prácticamente todos los miembros de Serca son clientes habituales y comprometidos con Niterra. Pero esa primera parte para mí es importante, nosotros supimos confiar en ellos y ellos supieron confiar en nosotros, y por eso pienso que es una bonita historia porque en muchas ocasiones pasa al revés. Serca para nosotros es un cliente muy representativo de nuestro mercado, forman parte del grupo Nexus, con quien también tenemos grandes acuerdos a nivel internacional, por lo tanto, es, digamos, perfecto lo que está ocurriendo en Europa y lo que está ocurriendo en España.

¿En qué destaca Serca?

A mí hay una cosa que me gusta mucho de Serca, y lo he dicho antes en el sentido inverso, y es que es muy fácil trabajar con ellos. Tanto con las personas que tienen la responsabilidad dentro del grupo, como con los socios. Es fácil entablar una conversación, intentar llegar a acuerdos, porque normalmente ambas partes tenemos la voluntad de hacerlo. Creo que son gente con mente muy abierta, que han hecho de sus negocios empresas muy importantes y que han crecido con los años manteniendo siempre ese espíritu de diálogo sin querer tener, digamos, lo de 'la sartén por el mango' a pesar de la presión que supone la negociación.

Confianza mutua, mente abierta, capacidad de diálogo... una relación perfecta.

Hace solo unos meses, el año pasado, nos dieron un premio como mejor proveedor del año y como mejor soporte al socio que creo que refleja exactamente esto que acabo de decir.

“La estabilidad, el compromiso, me parece que son los factores ideales para tener un partenariado sólido y esto es lo que creo que hay que pedirse mutuamente uno a otro”.

“A mí hay una cosa que me gusta mucho de Serca y es que es muy fácil trabajar con ellos. Es fácil entablar una conversación, intentar llegar a acuerdos, porque normalmente ambas partes tenemos la voluntad de hacerlo. Creo que son gente con mente muy abierta”.



No sólo ha sido un orgullo tener este premio, sino que además lo valoramos muchísimo porque las personas que lo están votando están votando una forma de hacer que es la nuestra y que se parece mucho a la suya. Sí, es una relación perfecta, es realmente como un puzzle en el que encajan bien las piezas. Algunas veces ha acostado que eso ocurriera, porque ha habido socios del grupo que han tardado en

incorporarse a ser distribuidores de Niterra, pero que una vez lo han sido, se han disparado y el crecimiento ha sido brutal, esto es en gran medida porque hemos sido capaces de ponernos de acuerdo en muchas cosas desde el momento en que hemos empezado a hablar, y el motivo es el perfil de las personas, el factor humano al que antes me refería, que hace que las cosas sean más fáciles.