

CONSTRUIR

LA REVISTA DE LA CONSTRUCCIÓN DE AMÉRICA CENTRAL Y EL CARIBE

JUNIO - JULIO 2010 / EDICIÓN MENSUAL

AÑO 8
EDICIÓN

82

ESTADOS UNIDOS 3,95 DÓLARES / REPÚBLICA DOMINICANA 145 PESOS DOMINICANOS / GUATEMALA 35 QUETZALES /
EL SALVADOR 3,95 DÓLARES / HONDURAS 75 LEMPÍRAS / NICARAGUA 82 CÓRDOBAS / COSTA RICA 2350 COLONES / PANAMÁ 3,95 DÓLARES

“Ofrecemos un servicio excelente y el respaldo que el cliente necesita.”

MBA. Melissa Uribe,
Directora de
Mercadeo de CTP

Acabados:

Pisos suspendidos y alfombras

Protección contra incendios:

Sistemas de supresión de fuego

Instalaciones:

Chillers y torres de enfriamiento

Obra gris:

Geosintéticos para la estabilización de taludes



ESPECIAL:

MAQUINARIA, REPUESTOS Y OTROS.



Alternativas de buena calidad



Por: Ana Amenábar
 ana.amenabar@grupocerca.com

Construir conversó con la MBA. Melissa Uribe, directora de mercadeo de CTP®, una empresa dedicada a proveer repuestos y servicios para la maquinaria Caterpillar®, quien nos contó sobre las actividades de la empresa y su propósito de que la gente entienda que un repuesto alternativo puede tener una gran calidad y puede ser una gran alternativa para quienes buscan calidad a un precio razonable.

De la empresa

¿Cómo fueron los inicios de CTP®?

CTP® fue fundada en el año 1980 por una pareja proveniente de Colombia, recién llegada a Miami, que buscaba iniciar un negocio de importación y exportación de todo tipo de piezas de reemplazo para maquinaria de diversas marcas. En aquel entonces solo exportaba a un distribuidor en Colombia, pero luego comenzó a comercializar, desde Miami, hacia otros países de Centro y Suramérica.

Abarcamos el mercado de Centroamérica gracias a nuestros representantes de ventas que tomaron la iniciativa de promocionar la marca y se dedicaron a visitar clientes potenciales en cada país, muchos de los cuales han crecido junto con nosotros. Podemos decir que durante la década de 1990-2000 únicamente teníamos individuos que

compraban partes. No teníamos un distribuidor oficial.

En el año 2000 se hizo un lanzamiento oficial de la marca CTP en países como Guatemala, El Salvador y Panamá.

¿En qué momento y por qué deciden enfocarse únicamente en una marca?

En un principio nos enfocamos a abastecer repuestos para distintas marcas, pero era tal la diversidad de maquinarias que fue imposible abarcar totalmente el arreglo de un equipo.

Después de estudiar el crecimiento y las necesidades del mercado, en 1990 decidimos enfocar el negocio en la venta de repuestos de una única marca y nos especializamos en la maquinaria Caterpillar®, por ser la más demandada. Esto nos permitió ofrecer una ma-

yor variedad de productos, un mejor servicio y desarrollar nuevos productos que en esa época no existían en la industria de las partes de reemplazo.

Pero se debe recordar que CTP® es una marca totalmente independiente de Caterpillar®, es lo que se conoce como marca alternativa.

¿Dónde están sus oficinas?

La primera oficina la abrimos en Miami, Florida, en lo que es actualmente nuestra casa matriz, en la que funciona la fábrica y desde donde manejamos todas las operaciones, incluyendo las de América Central. Tenemos además, desde hace 3 años otra bodega en Dallas, que nos permite brindar un servicio más rápido y efectivo a los clientes de los Estados Unidos, México y Canadá. Entre las sedes de Miami y Dallas tenemos más de 20 000 m².

¿Cuál ha sido el principal reto que han tenido que enfrentar?

El principal obstáculo que hemos encontrado es la forma de pensar de la gente respecto a las partes de reemplazo que no son originales. Estamos trabajando, de la mano con nuestros distribuidores, para que los clientes confíen en una pieza que, aunque no es el repuesto original, es un producto de calidad que les brindará la misma solución y con una de las mejores garantías del mercado. Además ofrecemos un excelente servicio y el respaldo que el cliente necesita.

De sus productos

¿Cuándo comienzan a fabricar sus propios productos?

En 1997 comenzamos a fabricar la línea de empaquetaduras, pues en ese tiempo no encontrábamos buena calidad entre las empresas que las producían. Usamos materiales de Interface, los cuales son 100% libres de asbesto y solventes, además de contar con certificaciones de calidad.

Desde que empezamos a fabricar lo hicimos bajo CTP® y empacamos todo en cajas con nuestra marca, la que está registrada en todo el mundo. Tenemos más de 45 000 líneas de productos.

¿Qué tipos de repuestos ofrece la empresa?

Todo tipo de piezas para la maquinaria pesada, las que están divididas en las siguientes categorías:

- Componentes de motor: Cojinetes, correas, árbol de levas, culatas, cigüeñales, bloques y juegos de reparación.
- Piezas del sistema hidráulico: Cilindros, bombas, mangueras, cartuchos y válvulas.
- Partes de la unidad de fuerza: Diferenciales, convertidores de torsión, discos y embragues.
- Sistema eléctrico: Alternadores, bujías, luces y terminales eléctricas.
- Sistemas de inyección: Bombas, inyectores y líneas de combustible.
- Sellos y empaquetaduras: Sellos de cigüeñal, sellos de aceite, juegos de anillos "o" y juegos de empaquetaduras.
- Herramientas de corte: Cadenas, rodillos y ruedas dentadas.
- Sistema de enfriamiento: Enfriadores de aceite, ventiladores, termostatos y bombas de agua.
- Tornillería: Tornillos, tuercas, roscas y arandelas.
- También ofrecemos espejos, fusibles y todo tipo de accesorios para la maquinaria.

¿Qué beneficios recibe el cliente que compra sus repuestos?

Cada vez que una empresa constructora o de alquiler de maquinaria tiene un equipo detenido pierde dinero, lo que convierte al tiempo de entrega en un factor muy importante. Nosotros despachamos el producto, en forma segura, el mismo día que recibimos un pedido. Tenemos un inventario muy completo, lo que nos permite abastecer permanentemente a nuestros distribuidores.

Otro valor agregado es el precio del repuesto, que es mucho menor que el del original, por lo que competimos en precio y servicio, sin que el ahorro que generamos al cliente implique una reducción en la calidad de los productos. Todas nuestras piezas son sometidas a un riguroso proceso de inspección de calidad, lo que asegura su máximo funcionamiento. Nuestro objetivo es siempre ofrecer calidad con valor garantizado.

¿De qué manera se asegura CTP® de contar con los repuestos, cuando son productos de nuevas tecnologías?

Cada distribuidor es responsable de informar a CTP® qué piezas necesita y cuáles son las nuevas necesidades de sus clientes. Para controlar qué partes nos solicitan y aún no hemos desarrollado, usamos un programa que registra el acumulado de ventas perdidas por parte, según los pedidos de los clientes. Analizamos la posibilidad de crearlas y posteriormente diseñamos el producto. Tomamos las medidas y hacemos un plano que mandamos a las diferentes fábricas con que trabajamos, en exclusividad, alrededor del mundo, para desarrollar la pieza.

¿Bajó qué formato comercial venden sus productos en los distintos países?

Contamos con distribuidores en más de 130 países. De acuerdo al tamaño y las necesidades propias de cada lugar, podemos tener más de un distribuidor por país, pero siempre respetando su territorio, de manera que no compitan entre ellos.



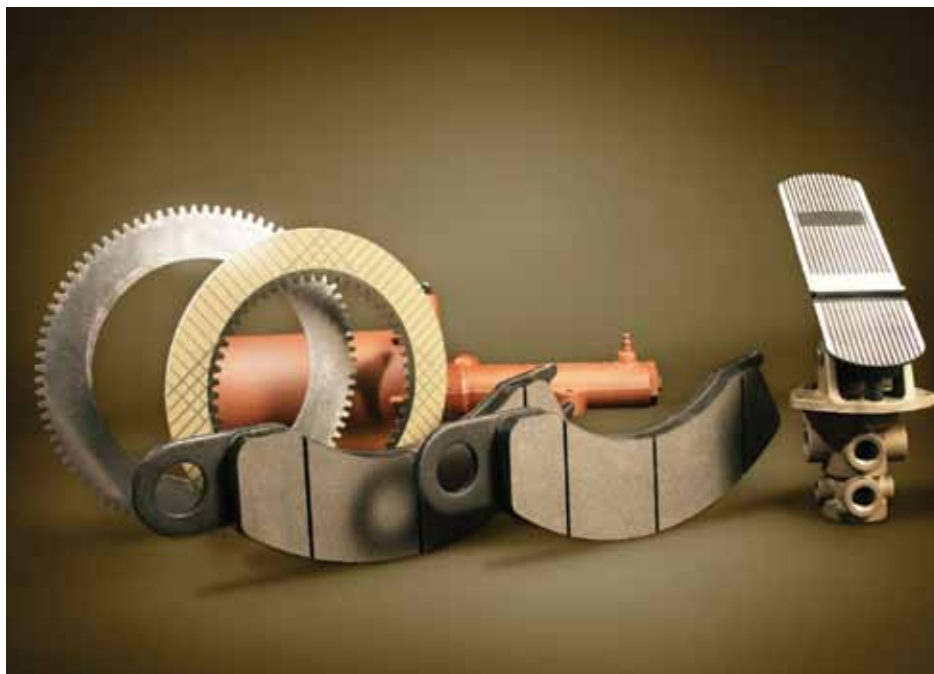
Donde no tenemos distribuidores tratamos de hacer contactos directos para ir abriendo el mercado. De esta manera es que logramos entrar a Centroamérica.

También hemos asistido a varias ferias exclusivas para maquinaria pesada tales como Expo Capac en Panamá, Construfer en Guatemala y Expoconstrucción en Costa Rica entre otras. Esto nos ha ayudado a darle más importancia a la marca y proveer a nuestros distribuidores el soporte necesario para sus ventas.

¿De qué otras maneras apoyan a sus distribuidores?

Además de prestarles asesoría técnica, los ayudamos con los productos de mercadeo, el soporte técnico y ofreciendo seminarios a sus clientes. En CTP® sabemos que para asegurar el crecimiento en conjunto con nuestros distribuidores, debemos ofrecer más que un buen producto. Es por esto que procuramos servirles en todo aspecto, para que puedan competir con precio, servicio y garantías.

Adicionalmente, para la parte de mercadeo de su empresa, contamos en nuestra casa matriz con una agencia de publicidad, que maneja la imagen de los distribuidores, lo que además nos permite tener más control sobre nuestra imagen. Esta ayuda va desde hacerle su página web, hasta colaborar en la organización de su almacén.



Tenemos la revista electrónica mensual *Inside Track*, en la que el cliente puede encontrar información sobre los nuevos productos y las promociones que lanzamos.


Nos enfocamos mucho en el tema de los empaques de los productos, pues sabemos que son la imagen de la empresa. Si el cliente ve que el producto está bien presentado por fuera, siente que lo que está dentro de la caja es de buena calidad.

¿Qué nuevas oportunidades de mercado se le han presentado a CTP® últimamente?

En este momento estamos trabajando el concepto del ABC, que consiste en crear juegos de empaquetaduras que sirvan para diferentes tipos de motores y lleven todas las partes que puede necesitar el mecánico para hacer sus reparaciones, ya que muchas veces este no sabe cuáles son todos los números de las piezas que necesita. Se las ofrecemos en una sola caja para que no tengan que perder tiempo en investigación. Nos interesa mucho impulsar esta línea de productos en América Central.

¿Qué otros productos o tecnologías desarrolla la empresa?

Trabajamos con los productos existentes y producimos opciones que faciliten el trabajo de la maquinaria y el mecánico. Por ejemplo, tenemos un aditivo que ayuda a mejorar el rendimiento de los motores de diésel, ya que elimina el agua de los tanques de combustible, para que las válvulas y el motor no sufran daños.

También tenemos un *kit* nuevo de engrase, que consta de una pistola de grasas, las puntas y las mangueras necesarias para mantener los equipos debidamente lubricados. Este novedoso equipo es un gran aliado para quienes tienen maquinarias. 

ENTREVISTADA

Melissa Uribe

Melissa Uribe se graduó como máster en Negocios Internacionales de Florida International University. Trabajó como especialista en compras y actualmente es la coordinadora general de la empresa CTP®. Su objetivo es “cambiar la forma en la cual las personas perciben las partes de reemplazo”. Para ello busca crear una calidad y un respaldo excepcional para cada cliente.

