

VISIONES



Entrevista a Daniel Lazo Gerente de Finanzas HomeCenter Sodimac

INFLUENCIAS



La llegada del papel Dimacofi a Ofimarket

ASOCIACIONES ESTRATÉGICAS



Gran alianza de Schneider Alemania con Ofimarket

MARKETING



Schneider en el Banco de Chile

SERVICIO AL CLIENTE



Showroom de Productos propios Hotel Kennedy

MEJORAMIENTO CONTINUO



International Paper Do Brasil: Premio al Mejor de los Mejores

MERCADO



Lanzamiento Agendas 2003 Rehin



Call Center 5400 800

Fax: 6659556

contactenos@ofimarket.cl
www.ofimarket.cl

¿Por qué las marcas propias están de moda?

Se nos ha hecho habitual encontrar marcas propias en los diferentes establecimientos donde acostumbramos comprar. Supermercados y grandes tiendas ofrecen productos con marca propia en casi toda la variedad genérica de artículos. La pregunta se ha hecho obvia:

¿Qué debe exigir un cliente a una marca propia?

Toda marca propia bien diseñada y estructurada debe ser fabricada con los mismos ingredientes y procesos que una marca tradicional. El hecho de llevar la etiqueta de un distribuidor debe garantizar al cliente que el producto ha sido fabricado de acuerdo a las normas y especificaciones técnicas que éste exige.

Si bien es cierto, existen muchos desarrollos de marcas propias en Chile y en el mundo entero, no todos han sido bien recibidos por el consumidor.

Una marca propia será bien recibida, aceptada y exitosa en la medida que cumpla ciertas normas que para el consumidor son intransables:

- Garantía de presentación y envase
- Garantía de valor (precio)
- Garantía de resultados
- Garantía de satisfacción

Cuando se concertan estas cuatro exigencias, el cliente reconoce una buena opción y oportunidad de comprar en forma regular productos de muy buena calidad accediendo a precios inferiores.

De esta forma el cliente evita los impuestos de marketing normalmente incorporados en los

precios de las marcas tradicionales. En un producto etiquetado con marca propia, los gastos de publicidad y promociones no efectuados han sido traspasados directamente a precios.

Ejemplos que cumplan estas normas hay muchos. Así como también existen casos de marcas propias que son una ofensa para el cliente.

Afortunadamente es el mercado, el cliente, el que tiene la facultad de escoger y por lo tanto exigir.

Esta es la razón por la cual Ofimarket ha invertido en el desarrollo de productos propios. Este ha sido un estilo en Ofimarket. Y el desarrollo de productos propios es un sello diferenciador que ha sido ofrecido a las empresas clientes con el objeto de favorecerlas y beneficiarlas. Este hecho ha consolidado la relación de Ofimarket con sus clientes.

Desde ya, no debe sorprendernos la alta estima que un cliente puede llegar a tener por ellos.



kangaro®



EDITORIAL



Hoy en día las empresas están obligadas a reducir sus costos de operación. O bien, que estos costos crezcan a una tasa menor que el crecimiento de las ventas.

Los planes de reducción de costos implican compartir información sobre los gastos reales de cada área de

la organización: cuándo se efectúan, quién gasta, cómo lo gastan, etc, etc.

Una de las barreras mas importantes para implementar planes de reducción de costos es la cultura de la organización. Todos están de acuerdo en los planes pero hay áreas que no quieren perder autonomía, presupuesto, ni tampoco cambiar los productos y servicios que están acostumbrados a consumir.

En Sodimac, la tarea no fue fácil. Se trataba de unificar la forma de operación entre mas de 50 sucursales que operaban en forma local, autónoma y además comercialmente exitosas. Tras una difícil implementación, el resultado tanto en tiempo de operación como en ahorros de costo ha sido espectacular.

Hoy día, los ahorros mas importantes están en la adecuada administración de la Cadena de Abastecimiento y no exclusivamente en los precios de los productos.

Sin duda, la experiencia de Sodimac es un ejemplo a seguir.

Juan Pablo Hernández Lemm
Gerente General

Editado por: Ofimarket S.A.
Entrevista: Mariella Rossi W.
Diseño: Ofimarket S.A.

contactenos@ofimarket.cl
www.ofimarket.cl

Representante Legal: Juan Pablo Hernández L.
Prohibida su reproducción parcial y/o total



VISIONES

Daniel Lazo, gerente de finanzas

No hay lugar en el MERCADO para ser ineficientes

Ahorros significativos, entre un 10 y un 20%, en artículos de oficina, merchandising, cafetería y aseo, ha significado para Sodimac el convenio de abastecimiento que tiene con Ofimarket desde hace ya 5 años.

Ocho mil personas, agrupadas en 150 centros de costo, piden actualmente los insumos de escritorio, merchandising, cafetería y aseo a un sólo proveedor. Esto ha simplificado enormemente la tarea administrativa y también ha implicado un trabajo de planificación y creación de estándares de consumo que, a la larga, se ha traducido en un importante ahorro para Sodimac.

Para esta empresa la premisa es clara: no hay lugar en el mercado para ser ineficientes, entonces, cualquier sistema que colabore con la eficiencia es bienvenido. Es así como -preparándose para el ingreso de los competidores extranjeros que entraron con mucha fuerza al mercado - Sodimac lanzó una campaña de ahorro interno, en la que también se insertaba este convenio con Ofimarket, cuya finalidad era demostrar a los traba-



Daniel Lazo, gerente de finanzas Homecenter Sodimac.

INFLUENCIAS

La Llegada de Dimacofi a Ofimarket

A casi 4 años de la llegada de Dimacofi a la propiedad de Ofimarket SA, el legado más importante para Ofimarket ha sido el traspaso desde Dimacofi del negocio y knowhow del Papel Multipropósito.

A 4 años de la llegada de Dimacofi a la propiedad de Ofimarket SA, el legado más importante para Ofimarket ha sido el traspaso desde Dimacofi del negocio y knowhow del Papel Multipropósito.

Desde 1998, fecha en que Dimacofi adquirió el 50% de la propiedad de Ofimarket, la negociación por más de 6.000.000 de dólares, iniciada por Dimacofi con el mayor molino fabricante de papel en el mundo, International Paper, es llevada por Ofimarket.

La importancia de este hecho ha sido el desarrollo de la marca Ofimarket en Papel Multipropósito, producto estrella fabricado por International Paper do Brasil que constituye el

mejor papel ofrecido en el mercado. Indices de blancura superiores al 97 %; fibra corta 100 % proveniente de eucaliptos reforestados, envases garantizados 100 % contra la humedad, son algunos de los atributos que clientes y usuarios han reconocido como lo más im-

portante en un producto tan emblemático como el Papel Multipropósito.

Sin duda alguna, la llegada de Dimacofi, ha significado para Ofimarket y sus clientes la llegada del mejor papel, obteniendo así la preferencia de empresas y usuarios.

Hoy, Ofimarket importa desde International Paper las marcas de Papel Multipropósito, Ofimarket Dimacofi y Hewlett Packard, productos reconocidos por clientes y usuarios como los mejores papeles del mercado

Jaime Arrigorriaga, Gerente de Ventas de Ofimarket, junto al nuevo envase de Papel Multipropósito Ofimarket.



dimacofi.

jadores que todas las acciones inciden en los resultados finales y rentabilidad de una empresa. De esta manera, premiaron con dinero, a cada integrante del centro de costo que tuvo ahorros más importantes durante un período, lo que generó una competencia que demostró que es posible gastar menos.

Conversamos con Daniel Lazo, gerente de Finanzas de Sodimac Homecenter para conocer su visión respecto a este convenio con Ofimarket y los resultados a la luz del tiempo transcurrido:

¿Qué llevó a Sodimac a establecer este convenio con Ofimarket?

Todo el tema de abastecimiento de productos y de estados generales resta mucha energía y es algo que está presente en las empresas y que los gerentes no tenemos tiempo y, por qué no decirlo, ganas, de meternos en él.

Hace ya alrededor de 5 años, tuve la oportunidad de conocer el servicio que ofrecía Ofimarket y me pareció una alternativa interesante, ya que lograba sacarnos de encima una preocupación constante. El hecho de hacer el convenio implicó una transformación de los procesos internos, lo que causó en algunos mucha resistencia, porque estaban acostumbrados a otro sistema, en el cual se decidía de manera descentralizada, qué, a quién y cuándo se compraba. Al establecer esta alianza todo este proceso se estandarizó

con un sólo proveedor. Yo pienso que la modernidad nos obliga a ser absolutamente eficientes y no sólo poner energías en nuestro negocio, sino que ajustar la dotación de personas a las necesidades reales de la empresa

En lo concreto ¿qué implicaba el convenio y cómo se implementó?

Hoy con Ofimarket tenemos cubiertas todas nuestras necesidades en materia de artículos de escritorio, merchandising, cafetería y aseo, para 8000 personas distribuidas en 150 centros de costo, a lo largo de todo Chile.

Todo esto implicó un trabajo previo que contempló la confección de un Manual de Procedimientos, la capacitación de muchas secretarías, la generación de una lista única de productos para los diferentes centros de costo, etc. Todo este proceso lo desarrollamos en conjunto con Ofimarket.

¿Cuáles han sido los beneficios de la implementación de este sistema?


Ha significado un ahorro considerable, de entre un 10 a un 20 %, en la adquisición de muchos insumos. Esto se



Panorámica del nuevo local HomeCenter Sodimac de Peñalolén, recientemente inaugurado.

debe a que el sistema nos obligó a definir estándares, es decir, tuvimos que hacer el ejercicio de pensar cuántos lápices bic gasta una persona al mes, cuántos borradores ocupa, etc. De esta manera establecimos un consumo del cual nadie puede sobrepasarse.

En definitiva nos ha simplificado la vida en varios aspectos. En lo que se refiere a facturación, por ejemplo, sólo tenemos que hacer una factura única, antes había un gran desgaste de energía al facturar y tener que pagar a los distintos proveedores.

Otro hecho muy relevante es que disminuyen todos los costos asociados al almacenamiento y distribución. 

ASOCIACIONES ESTRATEGICAS

Alianza Schneider-Ofimarket

Desde el año 2000, Ofimarket es el representante e importador exclusivo para Chile de los productos Schneider de Alemania. Una línea de escritura cuya fortaleza radica en su fabricación europea a estándares ISO junto a una propuesta de modernos diseños y óptima presentación a niveles de precios competitivos.

Bolígrafos, destacadores, rollers, rollers gel, plumones para compact disc, marcadores de pizarra, marcadores permanentes, plumones de pintura, plumones de tiza líquida para vidrios, e inclusive lápices verificados de billetes falsos, son algunos de los artículos que Ofimarket ha incorporado a su cartera de productos para satisfacer las múltiples necesidades de sus clientes.

En términos de marketing y servicios al cliente, esto ha permitido ofrecer una pro-

puesta uniforme al cliente, esto es, todos los elementos de escritura que se utilizan en una oficina bajo una misma marca, calidad y presentación. Mejor aún, esta alian-

za ha permitido otorgar al cliente importantes ahorros en términos económicos por tratarse de una importación directa de Ofimarket.



SERVICIO AL CLIENTE

Showroom de productos propios en Hotel Kennedy



Una completo showroom de Productos Propios de Ofimarket fue presentado a clientes durante los meses de octubre y noviembre en el Salón Goya de Hotel Kennedy.



El objetivo de dicha actividad fue presentar la amplia gama de representaciones, importaciones directas y fabricaciones de marca propia que Ofimarket ha desarrollado en beneficio de sus clientes. Ofijet, Kangaro, Imagen, Molin, Schneider, Durable, Hewlett packard, fueron los protagonistas de la jornada. Lápices, plumones, papeles inkjet, papel multipropósito, papeles láser papeles de colores, correctores de textos, carpetas, fundas plásticas, cintas, adhesivos, corcheteras, perforadoras, porta CD, filtros para computadores, mouse pads, apoya muñecas, etc. en fin, una amplísima línea de productos para conocer y escoger. Durante la jornada, Hewlett Packard deleitó a los clientes fotografiándolos con las novedosas cámaras digitales HP.

MERCADO

Schneider en el Banco de Chile

Desde hace un año, Banco Chile, cliente Corporativo de Ofimarket y desde hace seis meses, Banco Edwards, utilizan los productos Schneider en los mesones de atención público en todas las sucursales. Una base de metal sólido adherida al mesón contiguo a las cajas de pago, que contiene un Bolígrafo cuyo reemplazo interior se reemplaza cada vez que se consume la tinta, está a disposición permanente de los clientes. Una solución perfecta y un detalle diferenciador para los clientes usuarios que ya no tienen que solicitar prestado al vecino un bolígrafo para efectuar los trámites bancarios.



MEJORAMIENTO CONTINUO



International Paper do Brasil, fabricante de los papeles multipropósito Ofimarket y Dimacofi, nuevamente por 9ª. vez ha recibido el premio Mejor de los Mejores. Dicho reconocimiento fue otorgado por Editorial Abril, editor de revista Examen, a International Paper como la mejor empresa del sector de Papel y Celulosa de Brasil.

El desempeño internacional fue medido por medio de criterios de evaluación de Participación de Mercado, Inversión en recursos sociales, Inversiones en Recursos Humanos, crecimiento de ventas, índices financieros de Liquidez y rentabilidad del patrimonio.

“Es un orgullo recibir por 9ª vez el premio de mejor empresa. El logro de este reconocimiento es la mejor forma que tenemos para agradecer a nuestros accionistas, funcionarios, clientes, consumidores y a toda la comunidad por hacer posible nuestro mejor desempeño”, fueron las palabras de Odair A. García, Director Ejecutivo de International Paper en la ceremonia de premiación.



En la foto: Odair A. García, Presidente y Director de International Paper recibe el premio de Roberto Civita, presidente de Editorial Abril.

MARKETING

Espectacular colección de agendas 2003



Una gran colección para el año 2003 ha desarrollado la empresa RHEIN en materia de agendas.

LINEA DE LUXE, la más elegante y fina de sus propuestas. Sin duda una excelente combinación de funcionalidad con los más finos detalles: punteras metálicas, cuños secos, cintas separadoras y



una exquisita combinación de cueros.

LINEA CLASICA, la más tradicional del mercado con una gran variedad de modelos y materiales. Importantes innovaciones y nuevas presentaciones, destacándose la novedosa línea cuadrículada con especiales diseños en su interior.

LINEA MODA, la más entretenida, innovadora y preferida del público juvenil. Como siempre, RHEIN logra satisfacer a los usuarios más exigentes tanto por la variedad de sus modelos, como por la alta calidad de cada uno de ellos.