

D. Antonio del Rio y D. Oscar Uceda

Copresidentes de ZENKODKOR A.I.E.

“Nuestro objetivo es crear un grupo que supere los 100 millones de euros anuales, que tengamos plena conciencia de que además de ser los propietarios de una empresa de distribución pertenecemos a un gigante en el mundo de las pinturas en España, con todos los beneficios de imagen, marca, formación, publicidad y marketing que ello supone.”

-¿Cómo nace ZENKODKOR y cuál ha sido la trayectoria de los dos grupos que han pasado a integrarlo?

A principios de 2007 miembros de Progrup se pusieron en contacto con Cencopinturas a fin de establecer una relación con el fin de crear algún tipo de plataforma conjunta de opinión.

Tras la primera reunión, quedó claro para ambas partes que podíamos ir mucho más allá en nuestras aspiraciones, empezando a desarrollar seriamente la idea de la fusión entre ambas Centrales. En un tiempo record, y dado el común de nuestras aspiraciones así como la compatibilidad de zonas en las que desarrollan su actividad nuestros respectivos socios, decidimos elaborar un documento conjunto y una “hoja de ruta” encaminada a formalizar la fusión mediante la creación de ZENKODKOR AIE.

Tras la aprobación, los acontecimientos se han desarrollado con una celeridad que demuestra nuestra convicción en nuestro proyecto.

El día 1 de enero de 2008, apenas unos meses después de primera llamada telefónica, ZENKODKOR AIE era ya una realidad.

-¿Cómo está organizado internamente ZENKODKOR?

La Central de compras y servicios está presidida por dos copresidentes de iguales atribuciones, que somos D. Antonio del Rio y D. Oscar Uceda, que éramos los presidentes de los anteriores Progrup y Cencopinturas respectivamente. Se decidió utilizar esta fórmula de modo temporal a fin de hacer la fusión menos traumática y más igualitaria. De hecho ha resultado ser una fórmula excelente ya que ambos conocemos los pormenores de nuestros antiguos grupos y podemos compartir conocimiento y experiencias que permiten una gran fluidez en la toma de decisiones.

Por otro lado, existe un Comité de Dirección y unas Comisiones de Compras, Técnica y de Marketing, que trabajan en beneficio de todos los asociados.

-¿Cuáles son los objetivos de ZENKODKOR y

cuál es su dimensión a nivel de volumen de ventas, número de establecimientos que reúne de forma conjunta, etc.?

Crear una Central de Compras y servicios que abarque todo el territorio español. Una Central moderna, con una imagen corporativa reconocida y reconocible, con unos productos de marca propia de referencia y con una proyección de futuro moderna y ambiciosa.

El grupo ZENKODKOR AIE integra a un total de 78 puntos de venta con más de 35.000 m² de superficie total, más de 60 millones de euros de facturación anual, 360 empleados y 80 comerciales de calle, pasando a ser el tercer grupo por volumen en el sector de las pinturas decorativas en España.

- Evidentemente el nacimiento del grupo ZENKODKOR supone iniciar una trayectoria de crecimiento y desarrollo del mismo a través de la incorporación de nuevos asociados. ¿Qué atractivos puede tener para un distribuidor pertenecer a ZENKODKOR?

Hoy en día ZENKODKOR AIE está en plena expansión y tiene un proyecto claro y definido. A esta realidad hemos de añadir que no estamos presentes en el 40% del territorio español, teniendo como uno de nuestros objetivos cubrir estas plazas. Hoy por hoy, ZENKODKOR AIE es el único tren que está en marcha hacia el futuro de la distribución de pinturas, y que aún no está del todo lleno, el momento de subirse es ahora, porque según nuestras estimaciones habremos cubierto plazas a finales de 2010.

Si el candidato a ser asociado de ZENKODKOR AIE sólo busca mejores precios y rapeles, mejor que se abstenga de ponerse en contacto con nosotros. De hecho, amortizará la cuota de acceso en un año ya que hemos conseguido unas muy buenas condiciones de compra, aunque vuelvo a recalcar que este no es nuestro objetivo.

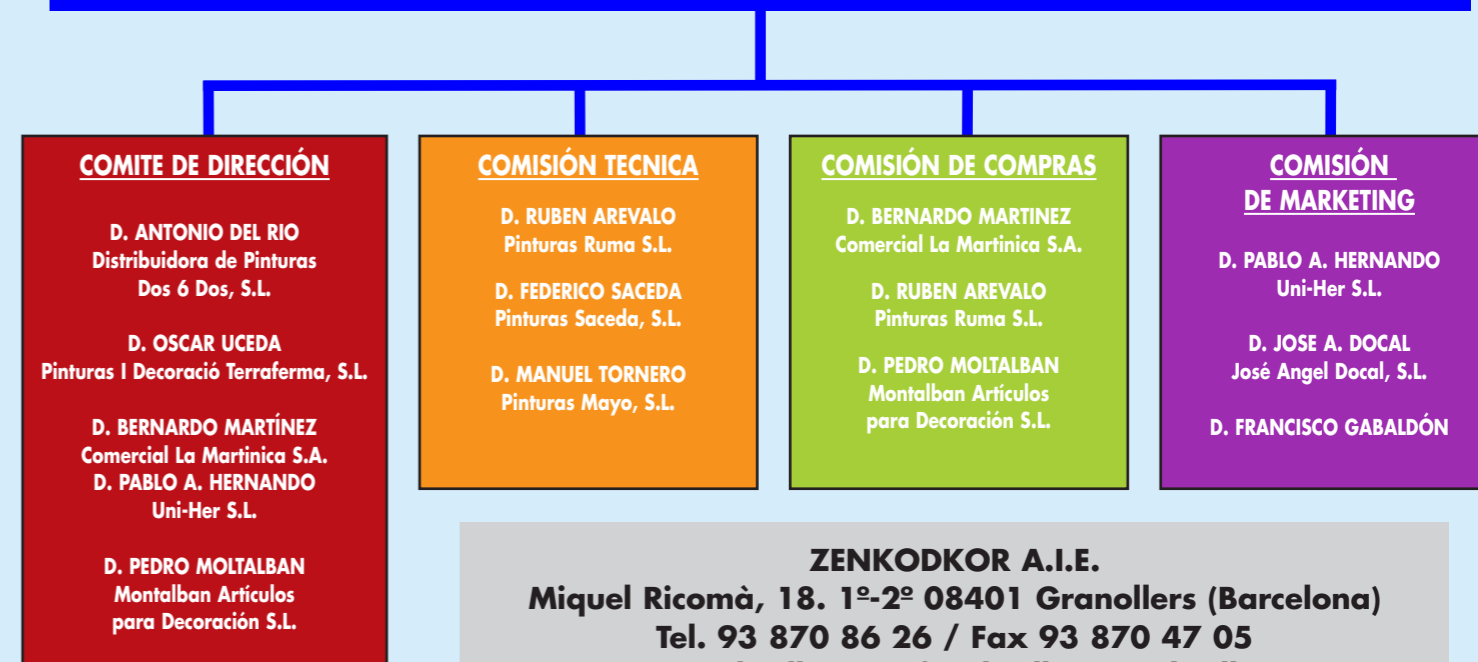
Nuestro objetivo es crear un grupo que supere los 100 millones de euros anuales, que tengamos plena conciencia de que además de ser los propietarios de



ZENKODKOR

ZENKODKOR

ESTRUCTURA COMITE DE DIRECCION Y COMISIONES



ZENKODKOR A.I.E.
Miquel Ricomà, 18. 1º-2º 08401 Granollers (Barcelona)
Tel. 93 870 86 26 / Fax 93 870 47 05
www.zenkodkor.es /zenkodkor@zenkodkor.es



“Hoy por hoy, ZENKODKOR AIE es el único tren que está en marcha hacia el futuro de la distribución de pinturas, y que aún no está del todo lleno, el momento de subirse es ahora, porque según nuestras estimaciones habremos cubierto plazas a finales de 2010.”

ASOCIADOS ZENKODKOR A.I.E.

COMERCIAL BEYSER SL	Alicante
FERASTUR SL.	Gijón
INDUSTRIAS QUIMICAS TALAVERA SL	Toledo
PINTURAS MAYO SL	Caceres
PINTURAS I DECORACIÓ TERRAFERMA SL	Lleida
SUMINISTROS INDUSTRIALES GOSAN SL	Madrid
JOVIRA D.C. DISTRIBUCIONES SL	Valencia
PINT. AYA SL	Barcelona
PINTURAS INDUSTRIALES BARBERÁ, SA	Cadiz
PINTURAS J. NIETO SL	Madrid
JOSE ANTONIO DOCAL SL	Santander
MONTALBAN ARTICULOS PARA DECORACION SL	Murcia
UNI-HER SL	Madrid
GLASBALL, SA	Zaragoza
PINTURAS UTRERA SL	Sevilla
OLLER, CIAL. PINT. VALLES SL	Barcelona
PINTURAS RUMA SL	Ciudad Real
VICENTE DIAZ SALE,SL	Murcia
DIST. NAVARRA PINTURAS SL (Disnapin)	Pamplona
LIBRADO LORIENTE, SA	Cuenca
MASTIC, S.L.	Palma de Mallorca
PINTURAS SACEDA S.L.	Guadalajara
DISTR. PINTURAS DOS 6 DOS, SL	Barcelona
COMERCIAL LA MARTINICA S.A.	Madrid
LEPON PINTURAS S.L.	León

una empresa de distribución pertenecemos a un gigante en el mundo de las pinturas en España, con todos los beneficios de imagen, marca, formación, publicidad y marketing que ello supone.

-¿Pueden los asociados de otros grupos integrarse en ZENKODKOR?¿Se pide exclusividad a los socios?

A la primera pregunta, debo de contestar que no se puede. Y a la segunda, que sí se pide exclusividad exceptuando aquellos socios que pertenezcan a otros grupos de mercados diferentes, porque tengan parte de su mercado distinto, como la carcería por ejemplo.

-Siempre que se habla de Grupos, hay que aludir a una cuestión que me imagino que se habrá planteado en el seno del Grupo: ¿ZENKODKOR baraja la posibilidad de montar una fábrica de pintura para abastecer a sus asociados de los productos marca del Grupo?

No, hoy por hoy sería un problema añadido. nosotros somos distribuidores y no fabricantes, éste es un negocio diferente y dada la gran cantidad de buenos fabricantes que hay en España, preferimos llegar a compromisos con ellos antes de embarcarnos en aventuras de dudoso final. Fabricar sería el último paso en la dinámica del comprar mejor, pero ya le he comentado que nosotros estamos más orientados a vender más y mejor.

-¿Cree usted que en el segmento especialista de pinturas en nuestro país, tan distinto de una zona a otra, existe verdaderamente un espíritu y una cultura que tiende hacia el asociacionismo?¿Cuál es la imagen que cree usted que tiene el distribuidor medio que no pertenece a un grupo del fenómeno de los grupos?

Sí, sin duda. Por un lado, la celeridad de la creación de ZENKODKOR AIE es una prueba irrefutable de que las cosas están cambiando. La imagen del distribuidor que usted

“En la actual etapa y para nuestra satisfacción, el 95% de los fabricantes se ha mostrado entusiasmado con nuestro proyecto. En las negociaciones no sólo se habló de cifras, también de cómo buscar vías de colaboración que nos ayuden a vender más sus productos, proponiendo acciones claras para este ejercicio.”



me comenta, es la de una empresa familiar, asentada, independiente, que siempre le ha ido bien llevando su negocio y que no ha tenido la necesidad de asociarse. Cabe decir, que muchos de nosotros, los ahora asociados a ZENKODKOR AIE, teníamos este perfil, este sentimiento de propiedad y de independencia que poco a poco se ha visto minado por la evolución del mercado, la presión de la competencia y de las cadenas, e incluso la competencia de los fabricantes, antaño aliados y ahora duros competidores.

Cuando se es tan pequeño como nosotros y te cae encima la tormenta, o te dejas llevar por ella con todas las consecuencias que conlleva, o te alías con otros como tú para capearla.

El tiempo de unirse para comprar más barato ha pasado, sólo queda el camino de unirse para formar una gran empresa que lo sea y que lo parezca.

-¿No cree que algunos grupos de distribuidores de pinturas se han formado sin unos objetivos claros, simplemente con la finalidad de obtener precios más baratos y que siguen adelante porque no existen otras alternativas y una mayor visión de proyección hacia el futuro, lo que hace que se produzcan muchas tensiones internas en los mismos?

Cierto, y las alternativas existen. Vea nuestro ejemplo. El problema es que no todo el mundo lo ve, no es consciente de ello, o no a todo el mundo le interesa seguir nuestro camino. Tenga en cuenta que ceder una parte de tu independencia es duro, aunque de hecho no nos queda otra alternativa que modernizarnos uniendo esfuerzos para ampliar recursos.

-¿Cree usted que puede existir la posibilidad que un Grupo de distribuidores de pinturas, pueda unirse más que para comprar, para desarrollarse a través de la gestión de venta, llegando incluso a crear una imagen y denominación homogénea en sus establecimientos como ocurre en otros sectores?

Por supuesto, de hecho y como comentábamos, este es el rasgo definitorio de ZENKODKOR AIE. Le pondré un ejemplo, el pasado 4 de marzo tuvo lugar la primera asamblea de la Central. Cabe decir que fue todo un éxito, con aplausos en cada intervención, sobre todo a la excelente labor del Comité de Compras y de las magníficas condiciones de compras firmadas; pero sin lugar lo que causó mejor impresión, lo que nos hizo ver que estábamos en el camino correcto fue el plan de marketing, publicidad, imagen corporativa y desarrollo de marca presentado, y que está nutrido de un nada despreciable presupuesto para este ejercicio.

-¿Cómo cree usted que los fabricantes observan el fenómeno de los Grupos?

Depende de los Grupos. En la etapa anterior y hasta ahora, creemos que observando la mayoría de los grupos existentes la actitud de los fabricantes es de verdadero recelo. Un recelo injusto a mi entender, ya que aunque actuaban como una mera plataforma de presión y poco más, al final no dejábamos de ser clientes que les generábamos una suculenta cifra de negocio.

Con todo, en la actual etapa y para nuestra satisfacción, el 95% de los fabricantes se ha mostrado entusiasmado con nuestro proyecto. En las negociaciones no sólo se habló de cifras, también de cómo buscar vías de colaboración que nos ayuden a vender más sus productos, proponiendo acciones claras para este ejercicio. Este planteamiento ha recibido un apoyo sin fisuras, y si me lo permite, tuvimos la sensación de percibir como si el fabricante estuviera esperando que apareciera un grupo con un proyecto claro sobre la mesa.

-¿Y cómo ven los distribuidores el fenómeno de la creación de cadenas de tiendas por parte de los fabricantes?

Con recelo. Se quieren seguir modelos de crecimiento y de expansión importados de Francia o Portugal que resultan una competencia directa cara a sus clientes históricos. Aunque aún perviva la fórmula de convivencia de ambas realidades, todo hace pensar que el objetivo final de algunos grandes fabricantes, es desprenderse de los distribuidores en un plazo de tiempo breve y de ocupar su puesto, mediante puntos de ventas propios o franquiciados.

A mi modesto entender, se ha dicho muchas veces que el mercado español es diferente pero que acabaremos con sistemas iguales a los de nuestros vecinos. No estoy de acuerdo, creo que la evolución del mercado español seguirá un camino propio, y la fuerza de la distribución en España, mezclada con la fragmentación de la fabricación, benefician en principio a los Grupos de Compras y Servicios de Distribuidores que sepan actuar de forma conjun-

“A mi modesto entender, se ha dicho muchas veces que el mercado español es diferente pero que acabaremos con sistemas iguales a los de nuestros vecinos. No estoy de acuerdo, creo que la evolución del mercado español seguirá un camino propio, y la fuerza de la distribución en España, mezclada con la fragmentación de la fabricación, benefician en principio a los Grupos de Compras y Servicios de Distribuidores que sepan actuar de forma conjunta.”



ta. Fíjese en nosotros, en poco más de seis meses, hemos fundado una sociedad con una facturación superior a 60 millones de euros, integrando a más de 78 puntos de venta, y sin gastarnos un euro. Un fabricante por grande que sea, necesita mucho tiempo y dinero para conseguir estas cuotas de mercado.

Sin duda, el futuro está en nuestras manos, ahora queda ver si sabremos seguir el camino correcto.

- ¿Cómo ve usted hoy en día a la figura del distribuidor especialista de pinturas y el entorno en el que éste desarrolla su actividad?

Si va solo en receso, perdiendo terreno y márgenes, de ahí la necesidad de agruparse.

-¿Cree usted que en un mercado que evoluciona rápidamente sobre todo a nivel de gestión y visión de futuro, la figura del especialista tradicional en pinturas, no se ha quedado un tanto trasnochada? ¿Qué le diría usted a un distribuidor que no sabe “hacia dónde dirigir su negocio”?

Cierto, por eso sólo queda unirse a un grupo de Compras y Servicios, con una imagen corporativa, una marca de prestigio, una estructura compleja y capaz de dotar de formación y servicios a sus asociados. Ello, junto a la innegable ventaja táctica del distribuidor tradicional como es el amplio conocimiento de su mercado local, es una garantía de renovación y éxito.

-Si en el mercado de la pintura la competencia crece y los márgenes bajan ¿Podrá en el futuro el distribuidor de pinturas vivir exclusivamente de la pintura?

No, de hecho ya se está ampliando mercado por otras vías, aunque hay que decir que el mercado de la pintura es más que la pintura decorativa, y que por lo tanto, aún queda mercado por explotar.

-¿Considera que en el futuro necesariamente la distribución independiente tendrá que estar integrada de alguna forma, ya sea en Grupos de distribuidores, en torno a la distribución de fabricantes, etc.? ¿Qué será de aquellos que no se integren?

Sí sin duda, puede haber casos excepcio-

nales ya sea por las características del negocio o por el factor humano, pero a la larga los que no se integran están condenadas a la pérdida de fondo de comercio, de márgenes e incluso a la absorción.

-En el segmento fabricante, estamos viviendo una creciente globalización que en otros países afecta a la distribución, mientras que en España, el canal distribuidor especialista sigue fiel a sus raíces de estar constituido por negocios familiares que operan en unas zonas muy concretas...¿Cree que la globalización con todo lo que conlleva puede modificar en el futuro el mercado de la pinturas por lo que se refiere a la distribución?

Sí, por ejemplo, desde la pequeña empresa resulta difícil importar en condiciones óptimas, cosa que resulta relati-

ZENKODKOR AIE, cuenta con oficinas centrales en Granollers, que están a cargo de Dña. Antonia Fernández.





vamente sencilla desde una Central. La complejidad del mercado, es una de las causas que han llevado a la creación de grupos como el nuestro.

-No queremos dejar de aprovechar esta ocasión, para pedirle la opinión de ZENKODKOR sobre el momento actual que vive el mercado de la pintura que se dice que atraviesa una recesión ¿Están ustedes de acuerdo con esta opinión? ¿Cuál es la visión del Grupo sobre el futuro del mercado de la pintura?

Sí, aunque ésta es coyuntural. Sin duda se está notando una caída de las ventas, sobre todo en productos destinados a la obra blanca, pero existen mercados alternativos y poco explotados que ayudarán a no perder volumen de negocio. De todos modos, el exceso de oferta en el mercado de la vivienda se habrá equilibrado en un par de años y se volverá a activar ese sector de mercado. Sin duda, la recesión es un hecho, y creemos que la puesta en marcha de nuestro proyecto va a minimizar sus efectos en nuestros asociados. Esta es una muestra más, que hoy por hoy el asociacionismo es el futuro de la distribución de pinturas en nuestro país.



La pertenencia a un grupo como ZENKODEKOR, representa la posibilidad de participar de las inquietudes, experiencias y opiniones de todos los asociados, quienes aunque desarrollan su actividad en distintas zonas y mercados, tienen como denominador común su preocupación por el desarrollo futuro de sus negocios en un entorno que evoluciona de forma muy rápida y en el que cada uno debe de elegir el camino a seguir para no quedarse atrás.

En este entorno de permanente comunicación e intercambio de información entre los asociados, fluyen las ideas y las experiencias se reinterpretan y enriquecen pudiendo servir de punto de partida para el desarrollo de nuevos proyectos puestos en marcha por cada distribuidor ajustándose a las características de cada zona, a la filosofía de cada empresa y a la visión e interpretación personal del negocio de la pintura que tiene cada asociado.

Uno claro ejemplo de la colaboración entre los asociados, ha sido la concep-



ción del nuevo establecimiento de OLLER Cial. Pint. del Vallès, S.L., que entre las diferentes fórmulas y posibilidades de negocio que están al alcance del distribuidor de pinturas, ha desarrollado un proyecto que se ha materializado en la concepción de un establecimiento que no cabe duda, representa una referencia en el mer-

cado de la pintura, como ejemplo de un centro que utilizando un diseño sencillo, explora en las enormes posibilidades que brinda el color al mundo de la decoración y en este contexto, aprovecha su especialización como "centro de decoración", creando un negocio que es una plataforma para la comercialización de otros productos



Coller Cial. Pint. Vallés S.L. ZENKODKOR



que forman parte de la decoración... Todo exquisitamente presentado, siguiendo los cánones estéticos de cualquier establecimiento dotado de un sentido actualizado de la exclusividad e incluso del lujo.

Obsérvese en las fotografías, la original estética de los paramentos que conforman el perímetro interior del establecimiento, en el que se han dejado desnudos y al descubierto los diferentes materiales que han conformado desde su origen este local: piedra, morteros, ladrillo caravista... El conjunto envuelto en la elegancia del negro de las paredes y techos,



ofrece una sensación de sofisticación y originalidad extraordinaria, situando al visitante en una atmósfera de sosiego y calidez, en la que el color al servicio de la decoración, se convierte en verdadero protagonista.

Este es el espíritu que caracteriza a ZENKODKOR AIE, el de un grupo que sirve para aprovechar las sinergias de los negocios de los asociados para elaborar nuevas propuestas que sirvan en definitiva para estimular la iniciativa de los distribuidores convirtiendo a este grupo en un generador de ideas y proyectos.

Oller
MARCA EL TEU ESTIL

Un espacio diáfano y amplio, sirve para acoger una oferta que más allá de la simple exposición de botes de pintura, representa un espacio abierto al mundo del color y de la decoración, concebido a través de una atractiva composición estructural, a



base de diferentes elementos esenciales en el retailing.

La decoración en su contexto actual, es color, textura, acabados...Y evidentemente es mucho más que pintura, es papel pintado, revestimientos textiles, cortinas, stores,



revestimientos de suelos...Este establecimiento presenta una selección de una variedad de productos y materiales decorativos racionalmente expuestos de forma verdaderamente atractiva, siendo un claro ejemplo de que para vender decoración no es necesario contar con establecimientos de una extensa superficie, sino con conocimiento y sobre todo buen gusto, dejando patente que la decoración es una extensión natural del negocio del distribuidor especialista en pinturas.



Los copresidentes de ZENKODKOR, junto a Dña. Josefa Oller Facundo, Gerente de Oller, Comercial Pinturas Valles, S.L., una de las empresas más activas del grupo.

