



Juan Fernández
Renieblas
Director de Ventas de Cointra
España y Portugal

“En Cointra no vendemos productos sin más sino soluciones para cada necesidad, por ese motivo nuestro catálogo de ACS es tan amplio, un producto para cada necesidad...”

Con más de 60 años de presencia en el sector del equipamiento doméstico con calentadores y calderas a gas, Cointra ha sido, además, en la década de los 70 pionera en el desarrollo de la Energía Solar Térmica en el mercado español. En este sentido, Juan Fernández Renieblas, Director de Ventas de Cointra España y Portugal, asegura que “en el ADN de Cointra, por encima de los meramente comerciales, está el de aportar a la sociedad española un soporte productivo, el cual es vital para la economía de un país, algo de lo que muy pocos pueden presumir en este sector”. A lo largo de la siguiente entrevista conoceremos más detalles acerca de la empresa y de su desarrollo futuro.

Cointra lleva más de 60 años posicionándose entre las marcas más reconocidas del sector... ¿Cuál es la misión y los valores del Grupo?

Desde que se fundó la empresa la vocación siempre fue la misma: fabricar en España y ofrecer a los usuarios productos que den Agua Caliente Sanitaria (ACS) y Calefacción con una inmejorable relación calidad/precio, valores que efectivamente han perdurado desde entonces.

Y es que en el ADN de Cointra, por encima de los meramente comerciales, está el de aportar a la sociedad española un soporte productivo, el cual es vital para la economía de un país, algo de lo que muy pocos pueden presumir en este sector.

Pero además de la fabricación, todo el I+D también es propio, no somos ni una “ensambladora” ni una comercializadora, nos gusta aportar valor global en todo el proceso productivo, desde que se plasma en el papel la primera idea. Y, sinceramente, creo que nuestros clientes, en su amplia mayoría, son conocedores de ello y lo valoran muy positivamente, y en un alto porcentaje nos recompensan con la compra de nuestros productos.

Pero no solo es cuestión de antigüedad, sino de credibilidad, ofrecer productos y servicios de calidad que animen a los usuarios a repetir la compra, y cuando hablamos ya de más de 60 años estamos diciendo que la marca está suministrando productos a distintas generaciones y todas siguen confiando en nosotros y eso es muy grande...

Y, con esta larga trayectoria, ¿qué pasos ha seguido la multinacional Cointra para convertirse en una compañía destacada en España? ¿Con qué magnitudes cuenta en nuestro país?

Nuestra mayor magnitud es en sí mismo la marca Cointra, ese es nuestro mayor patrimonio, conseguido a lo largo de los años y con el esfuerzo de todos los que en este recorrido han trabajado y contribuido a ello.

Esto que es tan sencillo de decir es, al mismo tiempo, lo más difícil de alcanzar. Es saber, año tras año, adaptarse a los tiempos, tanto



“Nuestra mayor magnitud es en sí mismo la marca Cointra, ese es nuestro mayor patrimonio, conseguido a lo largo de los años y con el esfuerzo de todos los que en este recorrido han trabajado y contribuido a ello...”

en la tipología de producto como en la forma de comercializarlos. Buscar nuevas soluciones para nuevas oportunidades es fruto de una empresa muy dinámica como es Cointra.

La innovación constante en el producto también ha sido uno de los pilares del desarrollo de Cointra, especialmente en Agua Caliente, disponiendo en este momento de uno de los mejores catálogos del mercado en ACS, y es que no conviene olvidarlo esto es el corazón de Cointra.

Pero otra clave de este desarrollo es la de disponer de una red comercial muy profesional para España y Portugal que da cobertura y soporte a la distribución, entendiendo cómo es cada uno de los canales y qué necesidades tiene.

La actual forma de comercialización de los productos dista mucho de cómo se hacía en los años 60 y en esto Cointra siempre ha sabido no solo adaptarse sino pilotar e impulsar las nuevas oportunidades que han ido emergiendo para comercializar los productos, siempre teniendo presente la gran dificultad que supone trabajar en canales distintos para que poder convivir y desarrollarnos todos.

¿Qué diría que diferencia la marca Cointra de otras en el mercado?

Pues como ya he indicado anteriormente la principal diferencia es el logo maravilloso que lucen todos nuestros productos: COINTRA. Y es que para todos los consumidores la marca es algo más que un logo que decora un producto. La marca es confianza, es calidad, es una óptima relación precio, es la garantía de un SAT en cualquier punto de España, es innovación, son muchas cosas... Pues todos esos valores basta con ver el logo COINTRA para rápidamente sean transmitidas y esto es muy difícil de alcanzar en el mercado por marcas que no hayan desarrollado trayectorias similares y por supuesto no se alcanza en “dos días”.

Pero con todo y con esto, lo difícil no es llegar, sino mantenerse en el liderazgo sostenido durante años, tal y como ha realizado Cointra.

Eficiencia energética, sostenibilidad..., son conceptos imprescindibles hoy en día en el mundo de las instalaciones. ¿Qué puede aportar Cointra en este sentido?



Uno de los puntos que más hemos avanzado en los últimos años es en la eficiencia energética, productos que consumen menos por su diseño como tal, pero sin lugar a dudas, en los productos de ACS y calefacción los ahorros no se bastan solo del producto como tal, sino que el producto que se instale sea el más adecuado para las necesidades del usuario y es que en España, la mayoría de las veces, el usuario (por desconocimiento) cuando tiene que sustituir un producto se limita a cambiar el “viejo” por otro de similar prestaciones y es precisamente en este punto donde en Cointra más aportamos.

En Cointra no vendemos productos sin más sino soluciones para cada necesidad, por ese motivo nuestro catálogo de ACS es tan amplio, un producto para cada necesidad.

En nuestros planes de formación a nuestros distribuidores (otro de los valores claves) tratamos de que sepan identificar qué producto se adapta mejor a cada necesidad.

Cuando conseguimos que el usuario compre el producto que más se adapta a sus necesidades, al mismo tiempo conseguimos la mejor solución energética, por eso apostamos por el desarrollo y venta de Termos Smart y Calentadores Termostáticos, que son productos que regulan su consumo energético dependiendo de los horarios de uso o de la temperatura precisa que necesita el usuario: ni un grado de más y ni minuto más de consumo... y eso es el ahorro real, no es el ahorro de una ficha de producto, ni de un catálogo, es ahorro directo al bolsillo del consumidor.

Con todo esto, sin lugar a duda, colaboramos en ayudar al usuario a que, entre todos,

pongamos nuestro granito de arena en conseguir un mundo más sostenible, todo ello, insisto, aumentado la calidad de vida de nuestros clientes.

Un tema clave, y una asignatura pendiente en muchos fabricantes, es lo relacionado con los servicios de asistencia técnica, la garantía y la reposición. En este sentido, ¿cuál es su estrategia para garantizar el mejor servicio post venta?

Como he dicho anteriormente, si Cointra lleva más de 60 años en el mercado no es por casualidad sino precisamente porque el mercado de reposición que es donde estamos realmente centrados, lo entendemos y lo sabemos trabajar y para ello el SAT es fundamental e imprescindible.

Y esto no se consigue con campañas de publicidad millonarias, ni bombardeos en las redes sociales, esto se consigue con trabajo correcto sostenido en el tiempo con ese ideal como la meta necesaria para perdurar en el tiempo.

El mercado (distribuidor y usuario) no se cree que tengas un buen SAT porque lo digas, se lo cree cuando día tras día, mes tras mes y año tras año lo has demostrado de forma infatigable.

Muchas marcas que quieren desarrollarse rápidamente buscan un “botón mágico” que le de esa credibilidad a su SAT, pero no lo hay. Para alcanzarlo, no hay mejor aval que los hechos y los resultados sostenidos en el tiempo.

Tenemos más de 100 talleres de Servicios técnicos que ofrecen cobertura en toda España, todos esos SAT, reciben formación constante y disponen de recambios de toda la gama.



De cara al usuario... ¿por qué debemos recurrir a un servicio técnico oficial antes que a un servicio no oficial?

La respuesta directa y clara es: Confianza.

Evidentemente e indiscutiblemente, nadie conoce mejor el producto que el fabricante. Por tanto, la seguridad de que la reparación se ha realizado correctamente queda fuera de toda duda y con la garantía de que por la reparación se va a cobrar el precio justo.

También es importante saber que nuestros productos evolucionan con los tiempos que vivimos y el uso de la electrónica se está imponiendo de forma muy rápida, por tanto, ya las averías no se pueden solucionar con voluntarismo y un mecánico mañoso, hace falta tener toda la información del producto, y este know-how es patrimonio exclusivo de nuestros SAT oficiales.

Enfocándonos en el futuro, ¿qué principales estrategias de marketing y de promoción se están siguiendo desde Cointra para fomentar las ventas?

A nivel de producto, la estrategia es la de "leer" hacia dónde puede ir el mercado para anticiparnos en ofrecer esos productos que satisfagan esas futuras necesidades. Hoy lo que se está demandando en los productos de ACS es confort y estabilidad de temperatura, unido al ahorro energético. Pues bien, es ahí donde focalizamos nuestros esfuerzos de marketing.

A nivel de promoción, cambia mucho dependiendo del canal de comercialización y es que cada uno se mueve de forma diferente y tiene necesidades distintas y por eso ofrecemos propuestas diversas y ad-hoc, a cada canal de cara a dinamizar las ventas, y sobre todo muy centrados en el distribuidor.

¿Cómo se ve desde Cointra el futuro del sector?

Este es un sector que, en términos numéricos ,una vez superado el auge y caída de la construcción, es bastante estable, muy basado en el mercado de reposición, pero sobre todo nunca olvidemos que se trata de un mercado de primerísima necesidad... ¿alguien se puede imaginar un hogar sin ACS o sin calefacción en un duro invierno como, por ejemplo, en Burgos?

Pero será un sector que se volverá más exigente y conocedor del producto que necesita y que comprará sabiendo lo que quiere, de alguna forma algo parecido a lo que hemos vivido en el sector del electrodoméstico, y esto considero que es bueno para todos, usuarios, distribuidor y fabricante.

Voy a poner un ejemplo muy real de lo que viene, y es que si bien hoy el usuario en general solo demanda un bien de primera necesidad sin más que le aporte ACS, mañana nos va exigir una solución concreta de una necesidad más exigente y amplia: "necesito ACS, para una vivienda con 2 baños completos de uso simultáneo, con gran demanda en unas horas muy concretas, que tenga una estabilidad en la temperatura y por supuesto que consuma muy poco y solo durante el periodo de uso y además contamine lo mínimo...". Esto es, afortunadamente, lo que viene, y esto dignifica a nuestro sector.

En cualquier caso, este sector también hay que decir que está muy marcado por las normativas europeas y españolas (RITE, ERP...) que regulan mucho las tipologías de producto a fabricar e instalar.

En resumen, es un sector que va hacia soluciones que aporten Confort, Ahorro y Eficiencia, que poco a poco el usuario sepa realmente que lo que compra se ajusta sus necesidades reales y no a un cambio de una "caja" por otra nueva.

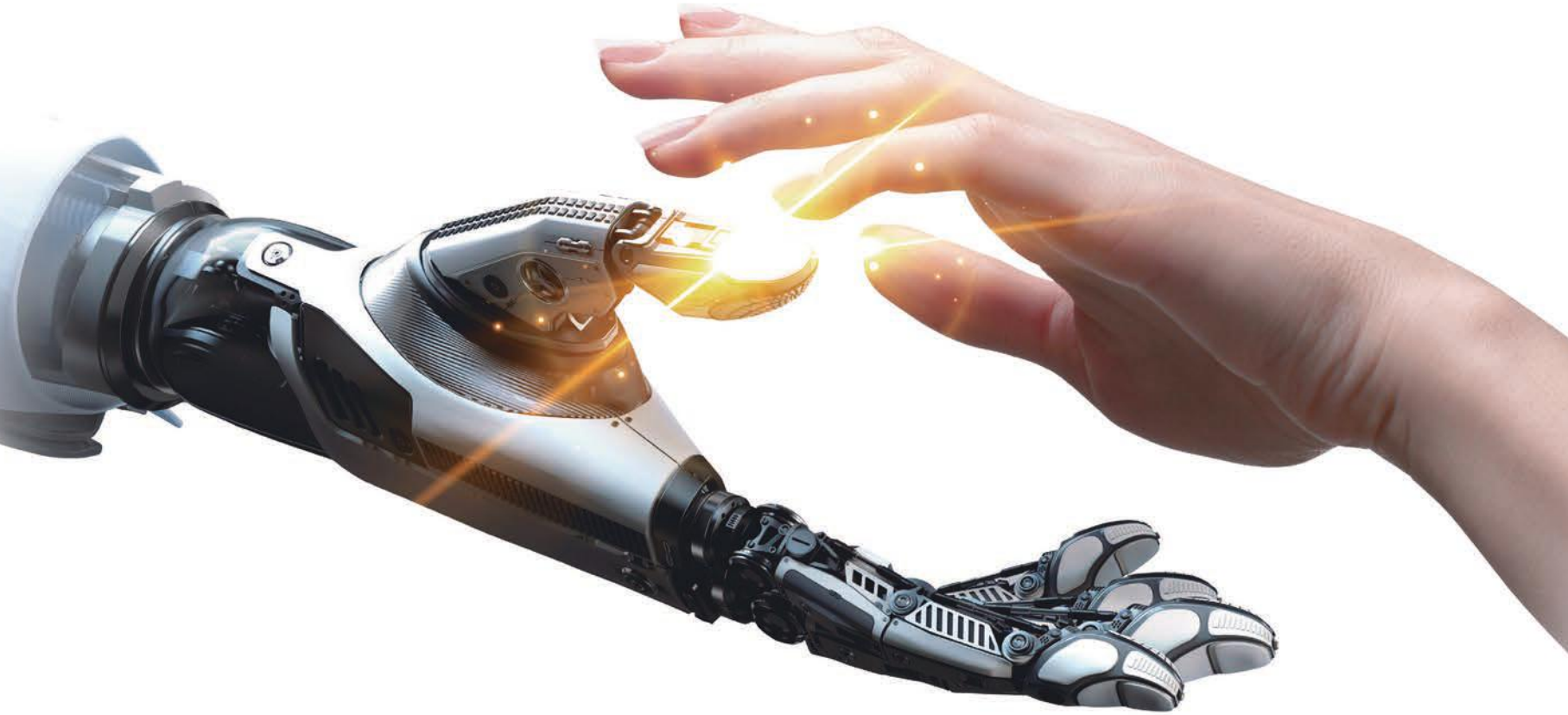


Melco

BUSINESS CLUB

EL EVENTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PAE PARA EL CANAL DE CONSUMO

te conectamos



13-14 JUNIO 18

ZARAGOZA
PALACIO DE CONGRESOS

melco2018.com