

El mundo del mecanizado



2 El concepto de WNT

2 Estructura del grupo

2 Total Tooling

3 WNT en España

3 Ceratizit asegura el producto

4 El centro de logística, alma mater del negocio

6 Entrevista a Claude Sun, director de WNT Europe

Con sus 45.000 referencias en el catálogo de herramientas continúa ganando cuota de mercado en España

WNT cumple 25 años de éxitos

En el difícil mundo de las herramientas WNT, una empresa integrada en el mismo grupo que el fabricante Ceratizit, ha sabido encontrar su propia personalidad con una forma de hacer las cosas basada en los valores. Los valores de empresa, pero también los humanos. Y así, partiendo del interior de los individuos que componen la empresa, está siendo capaz de alcanzar unos resultados excelentes en los últimos años, una gráfica de crecimiento que, interrumpida en 2009 por la crisis, muestra un auge envidiable. Provocados por esta forma de hacer las cosas, por la evolución de una empresa que actúa en un sector complejo hoy en día, en Interempresas decidimos acudir a su sede central en Kempten, Alemania, donde no solo sorprende un centro logístico nuevo capaz de soportar las exigencias que la propia WNT se impone para satisfacer a sus clientes, sino también el mensaje que transmite el responsable de la división Claude Sun, en perfecta sintonía con el responsable en España, Ramiro Bengochea. Y, cómo no, la integración de las actividades de Ceratizit en el devenir de WNT.●



El concepto de WNT

WNT es una empresa cuya actividad principal es la venta de herramientas de corte para pequeñas y medianas empresas. Está integrada en el mismo grupo que Ceratizit, Plansee, que cuenta con el 50% de Ceratizit. El otro 50% está en manos de tres familias con un histórico compromiso con la industria. Además de las herramientas de corte, Ceratizit, con sus 5.500 empleados y sus 680 millones de euros de facturación, se dedica también a la fabricación de herramientas para aplicaciones de desgaste, barras de metal duro y herramientas para madera y piedra.

Todo empezó hace 25 años, cuando el rápido desarrollo de la tecnología de control numérico generó una demanda de un nuevo modelo de negocio diferente al convencional en la venta de herramientas de corte. WNT asumió el reto y estableció un nuevo modelo de servicio. Hoy en día, la facturación de WNT asciende a 150 millones de euros. Es una división muy importante en el grupo y precisamente este año 2012 cumple 25 años. Todos ellos de éxito, si se observa la curva de crecimiento de sus ventas. Salvo en 2009, año de gran crisis internacional, la curva ha sido siempre ascendente, y tras 2009, el incremento de las ventas podría calificarse de espectacular.

¡25 años de Total Tooling! Este concepto tan afianzado en WNT, el llamado 'Total Tooling' se refiere a la oferta integral que la empresa proporciona a sus clientes. Claude Sun y Ramiro Bengochea coinciden al señalar que, en pocas palabras, el concepto se refiere a la prestación de un servicio completo a las pymes, de tal forma que estas no deban preocuparse por nada relativo a las herramientas. Es un concepto de servicio que tiene en cuenta que las pymes no tienen tiempo para dedicar a las herramientas. Con frecuencia la pyme de mecanizado es una empresa con mucho conocimiento técnico y que no desea ser atendido por una persona de perfil comercial, sino por un técnico que sea capaz de darle soluciones. Los técnicos son buenos conocedores del mecanizado y su objetivo es asesorar al cliente en sus estrategias de mecanizado. A esto se añade el servicio técnico que se imparte de 7.00 a 19.00 h ininterrumpidamente.

Y si algo conoce bien WNT es a sus clientes, que en su mayoría son pymes, muchas veces familiares, que requieren herramientas de calidad, soporte técnico y rapidez en el suministro. En este nicho de mercado WNT es un auténtico especialista y lo es, porque, por decirlo de alguna manera, es una típica empresa alemana: bien estructurada, bien organizada, con procesos y calidades sólidos. ●



Estructura del grupo

El complejo productivo de Reute (Austria) es impresionante, y no solo por la majestuosidad de las montañas que lo rodean. Una visita al mismo ayuda a comprender el grupo. Plansee Holding factura 1.500 millones de euros y es propietario del 50% de Ceratizit, que fabrica piezas de desgaste, herramientas de corte y barras de metal duro. WNT es la organización de ventas de Ceratizit. Los propietarios de todo el entramado son tres familias relacionadas históricamente con la industria, lo cual aporta mucha flexibilidad y acelera la toma de decisiones. Y, sobre todo, garantiza la estabilidad. WNT ha tenido siempre los mismos suministradores, una buena noticia para sus clientes que pueden contar con un producto estable en el tiempo. ●



Total Tooling

- La atención a los clientes la realiza un técnico cualificado
- La oferta consta de 45.000 productos
- 99% de disponibilidad de los productos en 24 horas
- No hay cantidad mínima de productos para un pedido
- Entrega de pedidos en 24 horas; entrega al día siguiente en pedidos realizados antes de las 18.30
- Servicio fácil de usar, no burocrático
- Línea abierta de 7.00 a 19.00 h para realizar pedidos y consultas técnicas.
- Servicio de pedidos online las 24 horas, los 7 días de la semana, a través del 'Tooling Center'. ●



WNT en España

WNT Ibérica S.L. es la filial para España y Portugal de WNT. Comenzó su actividad en 2007 y en cinco años se ha posicionado en nuestro país como una de las marcas más reconocidas por las pymes de mecanizado para el suministro de herramientas para los procesos de mecanizado. La gran acogida de esta empresa en el mercado español se debe principalmente a los altos niveles de compromiso y cohesión que hay en el equipo local. Compromiso con el servicio al cliente, con el sector del mecanizado a escala local, con los valores y objetivos de WNT y con los propios compañeros. La cohesión del equipo ha sido fundamental desde los orígenes y se ha puesto en valor a la hora de superar los momentos difíciles que pasó el sector del mecanizado en nuestro país cuando WNT Ibérica contaba con apenas 2 años de actividad.



Cuando preguntamos a Ramiro Bengochea, Director General de WNT Ibérica por la clave del éxito de esta filial en nuestro país nos dice: "El grupo nos aporta tecnología, innovación, calidad, disponibilidad de producto y el servicio de entrega más rápido y fiable que existe. Ahora bien, todo eso no tendría valor en el mercado español sin nuestra personas: un equipo fabuloso formado por personas siempre dispuestas a ayudar a nuestros clientes, comprometidas, positivas y llenas de energía. Me siento orgulloso de liderar un equipo de personas así y además hacen que disfrute de mi trabajo. ●

Cuando preguntamos a Ramiro Bengochea, Director General de WNT Ibérica por la clave del éxito de esta filial en nuestro país nos dice: "El grupo nos aporta tecnología, innovación, calidad, disponibilidad de producto y el servicio de entrega más rápido y fiable que existe. Ahora bien, todo eso no tendría valor en el mercado español sin nuestra personas: un equipo fabuloso formado por personas siempre dispuestas a ayudar a nuestros clientes, comprometidas, positivas y llenas de energía. Me siento orgulloso de liderar un equipo de personas así y además hacen que disfrute de mi trabajo. ●

Ceratizit asegura el producto

Los pilares de la actividad de WNT se encuentran en el Grupo Ceratizit, el fabricante de la mayoría de las herramientas que WNT comercializa, y que asegura la calidad y la estabilidad del producto, así como la innovación constante. Su sede principal se encuentra en Reute, Austria, donde dispone de unas impresionantes instalaciones en las que se fabrican las herramientas desde la metalurgia, pasando por el diseño, hasta el mecanizado, el acabado y los tratamientos. Y el concepto de servicio pleno de WNT, situado en Kempten, Alemania, se sustenta en su centro de logística, que cuenta con los más modernos medios tras la importante inversión realizada a lo largo de 2011. Por lo tanto, calidad, producción, I+D se localizan en Reute (Ceratizit), mientras la logística y el marketing se encuentran en Kempten (WNT).

Por entenderlo mejor, WNT es la organización de ventas creada por el grupo para vender sus propios productos, de tal forma, que incluso podría decirse que los clientes reciben los valores de Ceratizit a través de un transmisor que se llama WNT. 'Total Tooling = calidad x servicio2'. Un lema omnipresente cuando uno recorre las oficinas y el centro de logística y que pone en primer término constantemente la relevancia del servicio en la actividad de WNT. ¿Y cómo se consigue que todo esto no quede en meras palabras o declaraciones de intenciones? Apostando por las personas. "El valor de WNT, realmente, -señala Ramiro Bengochea- son las personas. Somos los que aportamos el valor de la formación, la innovación y el producto".

Lógicamente todo esto es más fácil si el producto es bueno. Y de hecho lo es, en buena medida porque Ceratizit controla todo el proceso de fabricación. Cuenta con un departamento de I+D en cada una de sus unidades de negocio hasta sumar un total de 100 personas en I+D. Se trata de una empresa muy conocida por la calidad de sus herramientas de metal duro y sus productos incluyen insertos, barras y portas. Uwe Schleinkofer, director de desarrollo del área de mecanizado afirma que "nuestro objetivo es dar una solución al cliente para cada pieza concreta". Cuenta para ello con los medios de producción y de inspección necesarios y domina todos los factores que dan a una herramienta la condición de 'competitiva'. "Es por eso -continúa- que no tenemos miedo a la competencia barata". El 65% del valor del producto que suministra WNT se fabrica en el propio grupo, lo cual es una garantía de calidad, a la vez que asegura que ha sido fabricado en Europa. El 35% restante son productos europeos fabricados por colaboradores externos integrados en la cadena de valor. Todos ellos parten de las barras de Ceratizit para fabricar las herramientas que finalmente WNT venderá. ●



El centro de logística, alma mater del negocio

Tal y como explican sus responsables, WNT evita entrar en la guerra de precios con los competidores baratos. Y no es fácil afirmar eso en un entorno de terrible competencia procedente de todos lados, pero también de países de bajo coste. ¿Dónde está el secreto entonces? "Nosotros damos garantías –dice Ramiro Bengochea-. En España hemos conseguido un crecimiento envidiable gracias a nuestra seriedad y garantía de disponibilidad, entregas, calidad y soporte técnico. Esto hace que nuestras herramientas sean más valoradas por las pymes de mecanizado que las de la competencia porque dichas garantías evitan muchos problemas y mejoran la eficiencia". Efectivamente las ventas en España siguen creciendo, a pesar de las dificultades por las que atraviesa el país. Es decir, el aumento de esta empresa se está produciendo a costa de ganar cuota de mercado. Y seguro que ese aumento no existiría sin el servicio que están garantizando. La parte del servicio relativa a la rapidez en el suministro tiene una gran inversión detrás. El centro de logística. No es nuevo, existe desde 2002, pero a lo largo de 2011 ha sido equipado con los más modernos sistemas logísticos, diseñados específicamente para esta actividad. Esto quiere decir que ninguna de las sedes de WNT cuenta con un almacén, precisamente por esa confianza ciega en su centro logístico, capaz de poner en un taller de cualquier punto de España una herramienta, al día siguiente de haber sido pedida.





Tras el citado declive de la actividad en 2009, debido a la profunda crisis de los principales países europeos, WNT registró un auténtico boom de la demanda. Sus instalaciones logísticas se estaban quedando pequeñas, con dificultades para responder a sus compromisos, el detonante para que a finales de 2010 se retomara una idea ya existente antes de la crisis: la inversión en un centro logístico moderno, cuya apertura tuvo lugar el 5 de septiembre de 2011.

El aumento de la eficiencia sin aumentar costes de personal se ha logrado mediante una apuesta clara por la optimización del concepto logístico. En el centro trabajan 105 empleados, que preparan en torno a los 3.000 pedidos diarios. Un centro logístico en el que, cada día, se realizan 8.500 operaciones de 'picking'. Consta de dos zonas, una convencional y una totalmente automatizada. Esta segunda es una zona inspirada en cierto modo en la industria farmacéutica y está considerada como única en el sector de las herramientas. Desde luego, un paseo pormenorizado a lo largo del centro, pone de manifiesto que la firma Knapp, especialista en instalaciones logísticas, sabía lo que hacía. La zona totalmente automatizada cuenta con 3 pasillos de 54 metros de longitud cada uno, 21 pisos y 15.000 contenedores, con hasta 8 productos por contenedor. Cada piso cuenta con su propio transportador automático, un carro móvil que puede viajar a 3 m/seg. Cada pasillo dispone de dos ascensores que alcanzan los 5 m/seg y que colocan las bandejas en las cintas de transporte que las trasladan hasta el operario. La actividad por tanto es frenética. No olvidemos que son 21 pisos y 3 pasillos, es decir, 63 transportadores buscando ávidamente el producto que el ordenador le ha solicitado. De 4 a 7 de la tarde, franja horaria en la que se reciben el 40% de los pedidos, el centro de logística es un hervidero en el que se mezcla el silencio audible de los transportadores y los ascensores trabajando, con el de las personas tomando las herramientas del contenedor, comprobando, empaquetando... Un hervidero perfectamente controlado, medido y fiable. Listo para responder a un aumento del 30% en las ventas.●

Claude Sun, director de WNT Europe

"El objetivo es el cliente, no nosotros"

Claude Sun, como responsable de WNT Europe, es una persona que no solo proyecta los valores de WNT sino que además los encarna en su persona. La empatía con el propio personal de la empresa y con los clientes es un punto importante en su discurso, de la misma forma que el convencimiento de que el excelente servicio es la base que soporta el éxito de la empresa. No es poco lo que tiene entre manos. Una empresa con 30.000 clientes en Europa, presente en la mayoría de los países europeos, entre otros España, donde cuenta con una sede central en Madrid y una red de profesionales distribuidos por todo el territorio. Siempre personal propio de WNT, porque solo así se puede trasladar el concepto, los principios y los valores de forma adecuada al mercado.

¿Tan importante es la proximidad con el cliente?

La clave de nuestro éxito es nuestro equipo de ventas, nuestros ingenieros que trabajan en los diferentes mercados. Nuestros clientes se sienten totalmente apoyados por un técnico nuestro que sea capaz de comprenderle, comprender su mentalidad, su aplicación, sus necesidades y su lengua. WNT es una organización europea, pero la red comercial es muy regional.

La cercanía implica un gran conocimiento de los clientes...

Exactamente. Tomamos la información del mercado. Cada mercado puede tener aplicaciones diferentes, orientaciones diferentes. El cliente nos traslada lo que necesita y lo incluimos en el programa estándar, que es muy amplio. Al final, cada organización de ventas de WNT es responsable de sus ventas y por eso tiene que estar cerca. Tenemos muchas reuniones con



nuestras redes europeas, mucha formación y un intercambio de las necesidades que tienen para sus clientes de sus mercados. Y estas necesidades las trasladamos a nuestra empresa matriz, Ceratizit, que orienta los productos estándar al mercado. En resumen, damos respuesta a las necesidades particulares de cada cliente, teniendo en cuenta el mercado en el que está. Es nuestra filosofía, estar cerca y darles soluciones.

En definitiva, el famoso "think global, act local", ¿no es así?

Si, así es. Todo nuestro servicio está basado en esta filosofía: la entrega al día siguiente, la elaboración de los catálogos en todos los idiomas de los países en los que estamos. Si el país necesita una relación con una región específica de ese país que habla otro idioma, lo haremos. Pero eso es una decisión de cada país, que son los que conocen verdaderamente sus mercados.

Necesita por tanto confiar mucho en las filiales...

Absolutamente. Hay una gran confianza en todas las filiales. Son responsables de sus países y tenemos mucha relación para crear esta confianza. Es parte de nuestros valores. La empatía es muy importante. Tenemos que aceptar que las mentalidades de los diversos países son diferentes. Si, por poner el ejemplo de España, Ramiro nos pide algo, sabemos que lo dice porque en España eso es efectivamente así. Dedicamos tiempo y recursos a la formación y el coaching con nuestros directivos para entenderlos mejor e intercambiarlos información.



Otro valor es el grupo, el equipo. Pensamos que el equipo solo tiene éxito si todos los miembros tienen éxito. También valoramos mucho el espíritu deportivo y el familiar. Somos como una familia.

¿Y los clientes lo perciben?

Sí, su sensación es que confían en nuestra red de ventas. Yo creo que esto es solo posible si desde la dirección confiamos en nuestra propia gente. Creemos y confiamos mucho en nuestra propia empresa.

Hablan mucho de valores y no tanto de resultados. ¿Nos lo explica?

Claro, estamos por supuesto muy enfocados a los resultados, pero de la misma forma que ocurre en el deporte, si quieres un buen resultado necesitas un equipo muy motivado. Tienes que apoyarle, tienes que creer en él y apostar por él. Creemos mucho en nuestra filosofía. Tenemos un equipo amplio con gente muy diferente. Nosotros nos esforzamos por comprender a nuestra gente y hablamos de nuestra fuerza, no de nuestras debilidades. El éxito vendrá automáticamente. Pero esto no quiere decir que no busquemos resultados, tenemos mucha tensión para lograr los resultados que queremos. Nuestros equipos de ventas pueden tener éxito porque están respaldados por la calidad de nuestras herramientas, por la rapidez con la que respondemos a los pedidos, una amplia gama de herramientas... todo lo necesario para que los clientes lo valoren. Nuestro trabajo es hacer que los equipos de venta se preocupen solo de su trabajo y de atender a sus clientes y el suyo es lograr el mejor resultado posible en su entorno y con sus clientes.

¿Parece complicado, no?

Lleva tiempo, pero esta forma de gestionar los equipos, aceptando las diferencias culturales y todo, da buenos resultados. Al final, lo importante es que los clientes se sientan respaldados por nuestro equipo. El objetivo es el cliente, no nosotros.

¿Aprecia el cliente que Ceratizit está detrás de WNT?

Sí, lo siente, porque es la garantía de nuestra calidad. Nosotros no somos un distribuidor, sino la organización de ventas de Ceratizit para el mercado de las pymes de mecanizado. Garantizamos estabilidad en los productos y en su calidad. Siempre le daremos al cliente el mismo producto. Puede sonar conservador pero es una ventaja para el cliente. Por otro lado, tenemos la ventaja de poder pedir a Ceratizit desarrollos que vemos que nuestros clientes necesitan para sus nuevos desarrollos.

¿Cómo ve el futuro del mercado a corto plazo?

Somos una empresa relativamente joven, tenemos una cuota de mercado de entre el 6 y el 7%. Esto quiere decir que vamos a crecer en todos lados, especialmente en países en los que llevamos menos tiempo, como España. Tenemos muchas filiales muy jóvenes donde creceremos. Este año llegaremos a nuestro record en facturación y el próximo año, aunque se estabilizará, en Europa seguiremos creciendo, ganando cuota de mercado. En estos momentos estamos pensando en cómo abordar Asia, siempre con la misma filosofía: pensar en global, actuar en local. Son países de los que tenemos que aprender mucho y países apasionantes.

¿Están sus clientes preparados para todos los cambios?

Creo que ya está claro que en Europa nuestro cliente irá por el camino de la calidad, porque lo de bajo coste se quedará en Asia. Tendrán que ser más flexibles, no podrán planificar para muchos meses y las exigencias de calidad seguirán creciendo. La única vía para nuestros clientes es encontrar suministradores que les den el servicio y las herramientas a la velocidad que necesitan. Creo que es la ventaja de WNT, porque en eso somos muy buenos. Cada vez tienen más presión, tienen que reducir los

costes y el stock, ser más rápidos, dar más calidad y fabricar productos más complejos. Apostamos por poder aconsejar y transferir nuestro conocimiento a los clientes con un equipo de ventas bien formado. Por eso damos formación de forma muy intensiva, porque los clientes necesitan mucho apoyo tecnológico. Somos especialistas en el mecanizado.●



TOTAL TOOLING

¡Nuevo plato de planeado de placa cuadrada con ocho filos de corte efectivos!



MASTER-MILL Sistema 2780

Estas plaquitas "negativas" están dotadas de un ángulo de desprendimiento "positivo", lo que le confiere una marcha de trabajo más silenciosa, mejor calidad superficial, y una profundidad de corte mayor que con las plaquitas existentes hasta ahora; y todo ello con un menor consumo de potencia de máquina.



Para este sistema de fresado, también le aconsejamos utilizar las calidades Dragonskin Mastertool de WNT especialistas en aceros o en aceros inoxidables

TOTAL TOOLING = CALIDAD x SERVICIO²



WNT Ibérica Herramientas de Precisión S.L. • Vía de las Dos Castillas 9c Portal 2 - 1ºD
28224 - Pozuelo de Alarcón (Madrid) • Teléfono Gratuito: 900 101 196 • Fax: 91 352 85 36 • www.wnt.com