

EL ECONOMISTA

GURÚS DEL MARKETING EN CENTROAMÉRICA

Conozca las innovadoras estrategias de marketing impulsadas para entender y llegar a los clientes.

VIII RANKING TOP+ AMÉRICAS

La cultura organizacional ha tomado relevancia. Cada vez más compañías apuestan por su implementación.

LA INDUSTRIA PLÁSTICA SE TRANSFORMA

Los fabricantes dan pasos para cambiar sus procesos productivos ante las nuevas exigencias del mercado.

WWW.ELECONOMISTA.NET

CENTROAMÉRICA

NOVIEMBRE · DICIEMBRE 2018 / AÑO 11 / #131

11

Compañías familiares de éxito

US\$5.00



En el undécimo aniversario de El Economista presentamos a estas empresas familiares que son emblemáticas en Centroamérica y que han demostrado su temple, fortaleza y visión para enfrentar diferentes escenarios adversos.



Pionera en la fabricación de vidrios balísticos en la región

La empresa guatemalteca, que busca incursionar en El Salvador y Honduras, está manejada actualmente por la tercera generación, y buscan ofrecer cada vez mayor innovación.

La firma Solika se propone conquistar el mercado regional abriendo la comercialización de su producto estrella, el vidrio con protección balística más delgado del mundo, Krieger Glass, o Vidrio Guerrero. Lo más reciente desarrollado por esta empresa pionera en la fabricación de vidrio curvo y de seguridad para vehículos en Guatemala.

El fundador de la compañía, Guillermo Solórzano, de 99 años, comparte que la cultura innovadora de la compañía data desde los años sesenta, cuando estableció su empresa de vidrios comunes para vehículos llamada en ese entonces American Glass.

Por su relación con las compañías de seguros, pudo darse cuenta del riesgo que corrían los ocupantes de vehículos con cualquier percance al que están expuestos. De ahí le surgió la idea de mejorar el producto y trabajar con vidrios de seguridad. Se dio a la tarea de investigar al respecto y con las limitaciones de las comunicaciones de ese tiempo, estableció contacto con un fabricante en Alemania, el cual consistía en dos vidrios con una película plástica en el centro. Asimismo, localizó en Finlandia una empresa que producía vidrios curvos.

Entre sus anécdotas comparte que, buscando la manera de curvar vidrios, se puso a experimentar en la cocina de su casa, calentando piezas de vidrio en la estufa. Recuerda que su esposa al ver lo que hacía le dijo que él le respondía por su estufa. El resultado le dio más confianza para su propósito.

Así fue como adquirió los primeros hornos autoclave para la fabricación de vidrios curvos.

Con su hijo Jorge Mario Solórzano, hicieron algunas modificaciones para poder trabajar la maquinaria con mayor

eficiencia. La primera línea de vidrios curvos la empezaron a producir en 1973 para vehículos Volkswagen y Datsun-Nissan.

Ante la demanda ampliaron la planta con hornos adicionales que ellos mismos fabricaron para atender otras marcas de vehículos. Para la línea de vidrios blindados, contrataron la asesoría de un ingeniero estadounidense, quien les transfirió todo el proceso y fabricación de los hornos. Para entonces eran vidrios curvos de 2.5 pulgadas de grosor.

Para ese tiempo, tampoco contaban con el recurso de montacargas, por lo que, a sus inicios, Jorge Mario se sumaba a los trabajadores para la descarga de la materia prima.

“Una época en que los cortes de vidrio se hacían manualmente con plantilla de madera y en el aprendizaje se tenían pérdidas porque no siempre se lograba la curvatura correcta de las piezas. Ahora todo es con computadoras, los cortes sistematizados son exactos”, comenta Jorge Mario.

En los años noventa comenzó a popularizarse el policarbonato en el mundo, en American Glass, empezaron a producir con este material hasta 2006 y 2007, ya a cargo de la tercera generación de la familia.

Con el cambio de tecnología, también cambió la nominación comercial de American Glass a Solika, y comenzó una época de mayor innovación.

Y empezaron a reproducir los elementos que contiene un vidrio original, desde las antenas de radio, los sensores de retroceso, neblineras, de manera que no tengan conflicto con la computadora del vehículo, hasta los pequeños puntos serigráficos o los agujeros que necesitan llevar, dice Jorge Luis Solórzano, gerente general de Solika y nieto del fundador.

“El policarbonato es un plástico de última generación que absorbe energía para detener el impacto de una bala. Funciona como un guante para evitar que salten esquirlas y dañen a los ocupantes. Otro beneficio del policarbonato es que le baja peso al vidrio. Anteriormente los vidrios con niveles balísticos más delgados que lográbamos fabricar eran de tres cuartos de pulgada. Ahora se elaboran vidrios de 12 milímetros de grosor. Algo único en la industria a nivel mundial”, asegura el gerente general.

Como en el proceso de aprendizaje de la primera experiencia, la curvatura ya no era problema con el policarbonato, sino lograr la visibilidad real en el vidrio, pues solía convertirse en una lupa.

La expansión de la empresa

Con la materia prima que se comercializa y con ese espíritu de innovar, Solika ha logrado una mezcla entre porcentajes de los elementos, calor, tiempo, condiciones atmosféricas y el equipo desarrollado, crear su propia tecnología identificada como Krieger Glass o Vidrio Guerrero.

12

milímetros de grosor tienen los vidrios de seguridad que fabrica la empresa.

300

sets mensuales es la capacidad actual que tiene la planta, que ya exporta a C. A. y México.

Es un cristal flotado, laminado, con polímeros de última generación con un nivel certificado CEN BR 2 en el estándar europeo y que le permite fabricar vidrios seguros de 12 milímetros, resistentes al impacto de proyectiles disparados con arma 38 especial, 40, 45 y 9 milímetros, entre otros.

La capacidad instalada de la planta es para fabricar 300 sets mensuales de vidrios blindados para vehículos. Aseguran que después de una fábrica ubicada en Colombia, es la planta más grande de esta industria en Latinoamérica y tienen espacio para ampliar la misma de ser necesario, ya que, aunque exportan a la región, y países como México y Venezuela, en 2019 quieren empezar a tener presencia directa en El Salvador y Honduras principalmente.

Dependiendo del nivel balístico y el tipo de vehículo, el precio de un set de vidrio de seguridad va desde \$16,710.53 hasta \$60,526.31.

Con Krieger Glass se puede proteger la ventanilla del piloto que es la más propensa a los asaltos desde \$986.84; el paquete de 3 vidrios frontales por \$4,605.26; por los 4 vidrios de un pick up de 2 puertas \$5,921.05 y \$8,552.63 para una camioneta de 10 vidrios. Incluso ofrecen planes de financiamiento hasta de 18 meses.

“Por ejemplo, el windshield de un Mercedes Benz sin blindar puede costar hasta \$3,500; con una protección balística del Vidrio Guerrero y las mismas características del original, Solika lo puede instalar por \$2,631.58”. Asegura Solórzano, nieto. ●

“Anteriormente los vidrios con niveles balísticos más delgados que lográbamos fabricar eran de tres cuartos de pulgada. Ahora se elaboran vidrios de 12 milímetros de grosor. Algo único en la industria a nivel mundial”.

JORGE LUIS SOLÓRZANO, gerente general de Solika

