

Pasado, actualidad y futuro de *Dayton*

Por
Dayton
www.dayton.com.ar

Dayton es una empresa argentina que se dedica a la importación y comercialización de productos en cuatro grandes áreas de negocios: iluminación, componentes eléctricos y electrónicos, seguridad y herramientas. En actividad desde el año 1958, cuenta hoy con más de cincuenta años de experiencia. "Trabajamos representando en forma exclusiva marcas extranjeras como *Proskit* en el mercado de herramientas, la cual ya está posicionada en Argentina, y también desarrollamos marcas propias", declaró G. Rosenbaum, familia en cuyas manos sigue estando esta empresa que, liderada ya por la tercera generación, ha dado el salto hacia la profesionalización en todas las áreas de trabajo.

En el área de iluminación, incursiona con opciones led para diversos ambientes. Específicamente este año, la empresa presentó nuevos productos: lámparas de doce y quince watts (12 y 15 W) que completan la línea *SilverLight*; nuevos *downlights*, tanto de embutir, como de aplicar; reflectores; lámparas especiales como las "galponeras" de veinte, treinta y cincuenta watts (20, 30 y 50 W). Asimismo, las nuevas *SilverLight G9* para reemplazo de la halógena

bipín, y una novedad como la lámpara que es dimerizable sin necesidad de tener un dimer, sino que la misma tecla de encendido y apagado toma esa función.

Esta empresa para nada pequeña que comenzó con un local en la zona de Once y hoy se alza con tres depósitos y dos mil metros cuadrados (2.000 m²) desde donde llega a todo el país, recibió a nuestra revista *Luminotecnia*, que pudo conocerla con mayor detalle. A continuación, el pasado, actualidad y futuro de una empresa que vale la pena conocer.

Nos distingue la financiación y la garantía que ofrecemos a nuestros clientes como así también el servicio de logística.

Dayton tiene pasado

Luminotecnia (L): ¿Cuándo y cómo comenzaron las actividades de la empresa?





Dayton (D): En 1958 se instaló un local comercial en la zona de Once (barrio Balvanera), con el nombre *Radio Dayton*, que abastecía principalmente a los rubros de electrónica, TV y electricidad. El crecimiento acelerado llevó a que en la década de 1970, *Radio Dayton*, dirigida en ese entonces por sus fundadores Moisés, León y Germán Rosenbaum, mudara su local a la avenida Pueyrredón, ampliando considerablemente su superficie. En esa época se organizaban los famosos “pools de compras” donde se juntaban varios comerciantes del interior que venían en micros a comprar a Buenos Aires, así se inició la venta al por mayor.

Queremos cambiar el paradigma de lo que venimos haciendo en los últimos 20 años, modernizando los servicios de venta como de logística.

L: ¿Cómo ha sido el crecimiento a lo largo de estos años?

D: A fines de la década de 1980, se sumó al gerenciamiento de la empresa Gabriel Rosenbaum, tercera generación familiar, quien le dio un giro dinámico al negocio, comenzando a importar directa-

mente productos para el mercado electrónico. Ya con quince años de experiencia en la importación y distribución de productos y tras un trabajo de consolidación de las marcas *Zurich* y *Prokit's*, la empresa comenzó a incursionar en el mercado eléctrico. De a poco, lo que comenzó como una empresa familiar se fue profesionalizando, incorporando gerentes en cada área y desarrollando unidades de negocios por rubros.

Estamos en contacto con las mejores fábricas del mundo y ellos nos capacitan para luego trasladar ese conocimiento a nuestros clientes.

Actualmente la firma tiene asentadas sus instalaciones en un moderno edificio de tres plantas, que ocupa una superficie de dos mil metros cuadrados (2.000 m²) y tres depósitos distribuidos estratégicamente para lograr un sistema de logística que responda rápidamente a las necesidades de los clientes. Desde allí consolidamos nuestro crecimiento convirtiéndonos en unos de los principales importadores y distribuidores para los rubros de electrónica



y electricidad del país. Actualmente abastecemos al mercado con más de mil quinientos (1.500) artículos en *stock* permanente.

Los lazos familiares y el compromiso se mantienen, el objetivo de *Dayton* es seguir creciendo y aportando toda su experiencia de más de cincuenta (50) años a un rubro que aún tiene mucho para crecer y desarrollarse.

Desde hace unos años comenzamos a desarrollarnos en el mercado de la iluminación, hoy estamos abocados totalmente a él con productos con tecnología led de la marca *SilverLight*, con lámparas, luminarias, proyectores como productos terminados y módulos de leds para fabricantes.

Lo que comenzó como una empresa familiar se fue profesionalizando, incorporando gerentes en cada área y desarrollando unidades de negocios por rubros.

Dayton en actividad

L: ¿A qué tipo de actividad va dirigida la provisión de soluciones y/o servicios?

D: La empresa tiene cuatro segmentos de negocio: iluminación, componentes eléctricos y electrónicos, seguridad y herramientas, y con ellos proveemos soluciones para una amplia gama de industrias, comercios y diseñadores. Es muy amplia nuestra cartera de clientes.

L: ¿Ofrecen algún otro servicio? ¿Cuál?

D: Ofrecemos capacitaciones a nuestros clientes sobre iluminación ya que hemos incorporado recientemente un especialista en el rubro, para que desarrolle el negocio y capacite a nuestra fuerza de ventas y a nuestros clientes.

Dayton se posiciona

L: ¿Qué zonas abarca la acción comercial de la empresa y cuáles son los canales de esa comercialización?

D: Abarcamos todo el país con una fuerza de ventas propia que desarrolla relaciones comerciales a largo plazo. Atendemos el canal de *retail*, mayoristas, minoristas y corporativo.

L: ¿Qué posicionamiento tiene la empresa dentro del mercado nacional?

D: Desde hace varios años estamos presentes en el mercado nacional en los rubros eléctricos y electrónicos y recientemente ingresamos al mercado de la iluminación con los productos *SilverLight*, y rápidamente nos hemos posicionado como una marca con una excelente relación precio/calidad, uno de los pilares más importantes a la hora de desarrollar nuevos productos.

Dayton tiene futuro

L: ¿Cómo responde la empresa a las novedades tecnológicas?

D: Permanentemente estamos en la búsqueda de novedades tecnológicas, invirtiendo gran cantidad de recursos en análisis, desarrollo e investigación de productos y proveedores. Estamos en contacto con las mejores fabricas del mundo y ellos nos capacitan para luego trasladar ese conocimiento a nuestros clientes.

L: ¿Cuáles son los planes futuros?

D: Queremos cambiar el paradigma de lo que venimos haciendo en los últimos veinte años. Queremos modernizar los servicios de venta y de logística, seguir avanzando y ganando participación de mercado y reconocimiento por parte de nuestros clientes y del mercado en general.❖