

CINCO PRESIDENTES EXPONEN SU **visión del negocio**

Directivos de MasterLitho, en Costa Rica; Fyrma Gráfica, en Chile; Grupo Romo, en México; Impresora Gordon, en Uruguay, y Grupo Intenso, en Venezuela, revelan cómo proyectan el futuro de sus empresas. **POR MARCELA MANRIQUE ***



"NUESTRA VISIÓN: SER UN EXTRAORDINARIO ALIADO ESTRATÉGICO PARA NUESTROS CLIENTES, CONQUISTAR LA MEJOR CALIDAD DE VIDA LABORAL Y MANTENERNOS EN LA VANGUARDIA TECNOLÓGICA"

Abraham Romo, presidente, Grupo Romo, México.

NADIE COMO LOS IMPRESORES COMERCIALES PARA DECIR SI LAS CIFRAS MEJORAN o no, dada su condición de proveedores transversales que venden a los demás sectores de la economía son casi un 'termómetro' del clima de negocios en cada país.

ARTES GRÁFICAS se dio a la tarea de indagar cómo enfrentan los impresores comerciales la situación actual del mercado y para ello seleccionó empresas reconocidas por su calidad, trayectoria y tamaño, y entrevistó a empresarios de Costa Rica, Chile, México, Uruguay y Venezuela, para que compartieran su visión y contaran lo que hacen para consolidar sus organizaciones y volverlas más competitivas.

GASTOS, PRECIOS, PRESUPUESTOS: EL DINERO NO LO ES TODO Es natural que ante una contracción de la economía los empresarios recorten gastos. Pero para los entrevistados no es este el principal problema, lo importante es encontrar la forma de superar la situación. Así lo manifiesta Miguel Guittard, director general de la empresa venezolana Grupo Intenso: "Hubo una caída importante a comienzos de 2009, pero se han abierto otras puertas. La impresión comercial sigue siendo lo más fuerte, atendemos no sólo a nuestros clientes corporativos sino a lo que hemos llamado el mercado 'puerta a puerta' en impresión digital, las personas del común que necesitan imprimir, por ejemplo, sus tarjetas, un perdón para una fiesta, etcétera".

Para Luis Fernando Leal, gerente de la costarricense MasterLitho, "lo más difícil de enfrentar ha sido que, ante la baja en los pedidos, algunos colegas se han desesperado y han tratado de conseguir negocios sólo con base en precios con la consecuente degradación del mercado". Es-

ta opinión es compartida por Pedro Gordon, de Impresora Gordon, quien desde Uruguay sostiene que en el sector gráfico "encontramos una competencia muy fuerte entre las firmas que apuntan a los grandes volúmenes nacionales, lo cual nos hace estar especializados y muy atentos a las necesidades de nuestros clientes".

Leal ha enfrentado a la competencia canibal convirtiéndose en aliado de sus clientes: "Conocemos a nuestros clientes y su flujo de pedidos, así que estamos pendientes cuando no han mandado a imprimir algo, para buscarlos, preguntarles qué pasa y ofrecerles alternativas; les planteamos, por ejemplo, a cambio de descuento, pauta nuestra en sus publicaciones".

Por su parte, Abraham Romo, presidente del Grupo Romo, en México, precisa que las decisiones de presupuesto deben pasar por un análisis mucho más profundo que las cifras: "Lo más difícil es mantener una correcta claridad en nuestras decisiones, a través de especial precaución y un adecuado análisis del entorno para no tomar alternativas equivocadas que debiliten la calidad de nuestros servicios o productos, afectando nuestras relaciones comerciales o el prestigio de la empresa".

Aún con crisis, hay cosas que no han cambiado. Para Ricardo Olave Monroy, gerente general de la empresa chilena Fyrma Gráfica, "se mantienen la alta competitividad y los deseos de continuar realizando in-

"ESTAMOS EMPEÑADOS EN DISMINUIR EL DESPERDICIO Y EL CONSUMO DE PAPEL, CONTROLAR EL USO DE ENERGÍAS NO RENOVABLES Y EMPLEAR MATERIALES RECICLABLES"

Miguel Guittard, director general, Grupo Intenso, Venezuela.





“DEBEMOS RODEARNOS DE BUENOS CLIENTES QUE NOS EXIJAN CALIDAD Y SERVICIO, Y DISPONER DE PROVEEDORES QUE NOS GARANTICEN PRODUCTOS Y SERVICIOS DE PRIMER NIVEL”

Luis Fernando Leal, gerente, MasterLitho, Costa Rica.

versiones para renovar la maquinaria existente”. Para enfrentar el mercado es necesario tener el mayor control sobre las variables que inciden en el negocio y ahí resulta vital una buena planificación.” Trabajamos con un comité ejecutivo que está informado en forma permanente de los resultados y la marcha de la compañía, lo que facilita el análisis y la toma de decisiones para emprender proyectos estacionales según las condiciones que se prevé presentará el mercado”, señala Olave.

TECNOLOGÍA Y CULTURA EMPRESARIAL Mejorar o morir. Parece que no hay otra alternativa, a juzgar por lo que estas cinco empresas hacen para proyectarse hacia el futuro: certificaciones ISO, auditorías de calidad, renovación del parque industrial, capacitación de los empleados y asunción de modelos de gerencia que se adaptan al perfil de cada organización, entre otras medidas.

Cada cual maneja la tecnología según su visión y sus necesidades. Mientras en

Impresora Gordon conviven máquinas de varias décadas con impresoras offset multicolor más modernas, en el Grupo Romo apuntan a la última generación de equipos.

Sin embargo, los equipos tampoco lo son todo: “¿Cómo es posible, –se pregunta Romo, que los empresarios gráficos hagamos grandes inversiones en equipos nuevos, nos endeudemos para adquirirlos, y apenas invirtamos cinco o seis por ciento en arreglar el lugar donde ubicaremos las nuevas máquinas y en capacitar a nuestra gente? La tecnología de punta por sí sola no asegura la eficiencia y muchas veces las fallas están en la cultura de la empresa, su contexto y los hábitos de su gente, así que una maravillosa inversión se vuelve un gasto”. Grupo Romo vivió esta experiencia y por eso, desde hace siete años, implementó un modelo de capacitación en alianza con Heidelberg, que ha beneficiado también a otros impresores.

Esto es posible porque en el Grupo Romo se persiguen las mejores prácticas



También estamos aquí en los momentos difíciles para ustedes.

Visítenos en la IFRA Expo 2009 de Viena - pabellón B, stand B140



kalmaq@terra.com.br
www.kalmaq.com.br



info@wifag.ch
www.wifag.com
Swiss Quality

de trabajo a escala internacional. En palabras de su presidente, "la compañía aspira a ofrecer productos y servicios de calidad, superando y sorprendiendo, en la medida de lo posible, a los clientes, en especial a aquellos que nos plantean retos y son muy exigentes".

El cambio tecnológico en el sector gráfico es muy veloz, al punto que se ha vuelto un reto para los impresores y de ello son conscientes estos empresarios. Para Leal, en MasterLitho, la tendencia de los clientes a necesitar sus órdenes cada vez en menor tiempo es un asunto que no variará, resulta crítico, y presiona a los empresarios a migrar hacia la tecnología digital.

La automatización de procesos y las tecnologías limpias resultan vitales: "El software especializado tiene cada día más peso en los procesos internos y en resultados que satisfagan a los clientes. Asumir la tecnología digital y equipos, papeles e insumos que cuiden el medio ambiente es parte de nuestra responsabilidad. Esta-

mos empeñados en disminuir el desperdicio y el consumo de papel, controlar el uso de energías no renovables y emplear materiales reciclables", comenta Guittard, en Grupo Intenso.

SIGNIFICADO DE 'RESPONSABILIDAD' Cada día las empresas gráficas comprenden mejor lo que representa ser responsable. Reflexionando sobre las estrategias de gestión y comercialización que conducen al éxito, Pedro Gordon dice que su eslogan fundacional, 'Bien creado y mejor impreso', se mantiene vivo en "la buena administración, en la mejor armonía con el plantel de operarios actualizados y capacitados, en las mejores máquinas, métodos, óptimas materias primas y siempre respetuosos de nuestros clientes y el medio ambiente".

La responsabilidad social es un área estratégica para Grupo Intenso. La compañía patrocina y alberga en su terraza a la fundación El Arte del Ser, dedicada a

ofrecer servicios y dar cursos sobre crecimiento personal y mejora de la calidad de vida —yoga, *coaching*, artes marciales, medicina alternativa—, así como a editar y distribuir libros sobre estos temas. Dicha fundación cubre a los empleados del grupo, sus familiares y miembros de las comunidades aledañas.

Según Miguel Guittard, esto es parte de su misión: "Cada ser humano en sí mismo, en su familia, en su comunidad, debe tomar la responsabilidad de forjar un mundo mejor. Nos hemos propuesto en esta empresa dejar el individualismo y generar bienestar alrededor nuestro. Creemos más en la colaboración que en la competencia agresiva que nos lleva a la destrucción del mundo". Esta empresa fue clasificada en 2008 como la segunda que mejor trata y motiva a los empleados en Venezuela, según un estudio de Vida Profesional de Sodhexo Pass.

Para Luis Fernando Leal, en MasterLitho, las estrategias parten del aspecto

BOMBAS DE VACÍO

ROTACIONES DE LENGÜETAS




AJ 94.6/AR-47.5 AJP 150.6/AR-220

Reparación de bombas de vacío Paem e Importadas



Capacidad de los Productos

Modelo	Flujo: m ³ /h	Vacío: mmHg
AJ 94.6/AR-47.5	10	600
AJ 94.6/AR	15	400
AJ 100.6/AR-60	25	600
AJ 100.6/AR	25	550
AJ 104.4/AR	40	550
AJ 123.6/BR	50	600
AJ 123.4/AR-160-4	70	600
AJ 123.4/AR-180-4	80	600
AJ 123.4/AR-200-4	90	600
AJP 150.6/AR-220	140	600



PAEM
BOMBAS DE VACÍO

Teléfono: (55 11) 2291-8822 / Fax: (55 11) 2291-8078
www.paem.com.br / e-mail: paem@paem.com.br

Servicio al Lector: 10

NUEVA PLASTIFICADO/LAMINADORA

PLAST-MAQ GII - Neumatica

Aumenta la eficiencia de la maquina y garantiza un trabajo uniforme. La Plastificadora/Laminadora mas eficiente del mercado.




BANDA EN LA SALIDA



BABY-BINDER S.S.

Encuadernadora/Coladora de tapas de libros. Fabricamos mas de 400 BABY-BINDER comprobando la excelente calidad de la maquina.

2° colero (lateral)

La certitud de buenos negocios.

(55 11) 2301-0511
radial@radial.com.br
www.radial.com.br



Servicio al Lector: 11

humano: "Han sido definidas en función del crecimiento del recurso humano con el que contamos, entendiendo que para que esto suceda debemos rodearnos de muy buenos clientes que nos exijan en el orden de la calidad y el servicio, para lo cual debemos disponer de proveedores que nos garanticen productos y servicios de primer nivel". Por ello, la empresa no tiene rotación de personal y sostiene relaciones con un único proveedor por cada elemento que compra, una alianza que trae beneficios.

El Grupo Romo asume el manejo de los empleados como parte de sus principios. Para Abraham Romo, hay que poner las condiciones para que el trabajador pueda ser productivo: "La empresa debe ser un lugar para amar, que conquiste a las personas, que enamore por el ambiente de trabajo, por su cultura corporativa y por el contexto en que se trabaja".

El medio ambiente y el cambio tecnológico son temas que también ocupan la agenda de responsabilidad social de estas empresas y Olave, en Fyrma Gráfica, lo sintetiza muy bien al señalar que "el cuidado del medio ambiente pondrá presión a las imprentas. Por un lado los clientes demandarán menos papel impreso y por otro las compañías deben adecuar sus procesos productivos a la normativa local vigente, con los consiguientes mayores costos, en su funcionamiento respetuoso de las leyes y la sociedad".

HACIA EL FUTURO Es difícil imaginarse una empresa gráfica dentro de diez años debido a la enorme influencia de la tecnología y a su rápido avance. Sin embargo, todos estos empresarios están construyendo para el futuro.

"La proyección es muy clara en nues-

tra visión: fundamentalmente está en ser un extraordinario aliado estratégico para nuestros clientes, conquistar la mejor calidad de vida laboral para nuestros trabajadores, mantenernos en la vanguardia tecnológica, máximos estándares de calidad mundial, mejores prácticas y resultados de productividad y nuestra filosofía de mejora continua e innovación en nuestros productos y servicios", sostiene Romo.

Para Leal, el futuro está en los mercados vecinos, que comenzó a conquistar ha-

exportación y continuaremos cubriendo la demanda local con el aporte de nuevos productos, técnicas y clientes".

Olave visualiza a su empresa "con menor equipo, predominio de áreas de servicios, mayor énfasis en tecnología digital como proveedora de soluciones de comunicación. Participamos de una industria madura, las imprentas necesitan reinventarse para mantenerse como empresas que crecen y se desarrollan adaptándose a los nuevos tiempos".



"VISUALIZA LA EMPRESA CON MENOR EQUIPO, PREDOMINIO DE ÁREAS DE SERVICIOS, MAYOR ÉNFASIS EN TECNOLOGÍA DIGITAL, COMO PROVEEDORA DE SOLUCIONES DE COMUNICACIÓN"

Ricardo Olave Monroy, gerente general, Fyrma Gráfica, Chile.

ce un año, cuando llegó de manera directa a Honduras y Panamá: "En los próximos cinco años trabajaremos en busca de consolidarnos como empresa a escala centroamericana y de acá a diez años aspiramos ser la mejor opción en el área de Centro América y el Caribe".

Gordon enfatiza en la necesidad de especializarse: "Vemos un único camino íntimamente ligado a la calidad como expresión total, de lo que un país, sus empresas y su gente deben perseguir para sobrevivir en un mundo nada fácil. En la próxima década seguiremos suministrando productos de alto valor agregado para la creciente industria farmacéutica de

Y Guittard cierra con una observación sobre la tecnología: "En cinco años habremos logrado la meta de uso mínimo de papel y mayor crecimiento de impresión digital y medios informáticos de *e-marketing* o *e-commerce*. Probablemente haremos algunos libros en offset y distribuiremos otros por internet, bien sea para leer en dispositivos electrónicos o por impresión por demanda".

Con todo, el futuro les traerá más retos a todos. Parece que están preparados, afortunadamente. **AG**

* La autora: Marcela Manrique, reportera externa de Artes Gráficas, es una periodista colombiana especializada en la industria gráfica.

"NUESTRO ESLOGAN FUNDACIONAL, 'BIEN CREADO Y MEJOR IMPRESO', SE MANTIENE VIVO EN LA BUENA ADMINISTRACIÓN, RESPETUOSOS DE NUESTROS CLIENTES Y EL MEDIO AMBIENTE"

Pedro Gordon, presidente, Impresora Gordon, Uruguay.



Agradecimiento especial

MasterLitho, Costa Rica
www.masterlithocr.com

Fyrma Gráfica, Chile
www.fyrmagrafica.cl

Grupo Romo, México
www.gruporomo.com

Impresora Gordon, Uruguay
<http://impresoragordon.com>

Grupo Intenso, Venezuela
www.intensooffset.com