

Vutek - Serifast, el plan perfecto

Coco Colodro y Rodolfo Ruiz son los directores de Serifast, empresa dedicada en un principio fundamentalmente a la serigrafía. Pero que debido a las demandas del mercado supo abrir el juego a la impresión digital de gran formato. Hoy, cuentan con dos máquinas Vutek que les permitió posicionarse ante sus clientes y ganar en pos del crecimiento.



Vutek 3360, uno de los equipos de Serifast.

¿Cómo son los orígenes de Serifast?

Coco Colodro: Serifast empezó como un Plan de Negocios. Ese plan definía varias características que tiene que debe tener un negocio y todo eso fue estudiado durante años en la Universidad de Belgrano. Se cocinó en la Universidad de Belgrano (Buenos Aires), fue examen final e implementado tiempo después cuando fue adoptado por inversores, que nos dieron maquinarias y un lugar para comenzar a trabajar. Dado nuestro conocimiento del mercado, de clientes y proveedores, inmediatamente tuvimos facturación, y lo más importante, apoyo de los proveedores. Y eso al día de hoy se mantiene, haciendo que el crecimiento sea continuo. Serifast nació en el rubro de la serigrafía, que es una parte de la industria gráfica. Pero es una disciplina que viene perdiendo mercado a nivel mundial. Y cuando comenzó Serifast, estaba empezando a perder mercado, ya que fue en el año 2002, en plena crisis. **Rodolfo:** Somos hijos de la crisis en gran medida.... **Coco:** El mercado serigráfico en Argentina y en el mundo tiene resto. Pero el desarrollo de la empresa y nuestra percepción de que el mercado serigráfico se agota a la larga, hizo que hace 2 años tomáramos la decisión de comprar una máquina Vutek. Después de 2 años volvimos a incorporar otra máquina Vutek, pero esta vez, cama plana UV, para atender nuestra clientela. De este modo, hemos adquirido mucha fortaleza. En la parte serigráfica para grandes cantidades, donde la serigrafía sigue siendo fuerte, en la parte digital para tiradas



Vista de la planta de impresión de Serifast en pleno proceso operativo.

cortas donde podemos atender todo el abanico y toda la demanda del mercado. **Rodolfo:** En el año 2005 ganamos el Premio Mercurio (importante premio de la Asociación Argentina de Marketing) en nuestra categoría por el plan de negocios. El premio era "De un plan de negocios a una empresa", es decir cómo se generó una empresa que se fundó en plena crisis que tenía 20 empleados, que funcionaba y facturaba.

¿Con cuántos empleados empezaron, y hoy, cuántos tienen?

Rodolfo: Empezamos con una plantilla de 20 personas y hoy mantenemos una similar. Lo que cambió es que éramos básicamente serigrafistas con 4 mesas de serigrafía funcionando las 24 horas y la serigrafía demanda mucha más mano de obra que la impresión digital. Entonces, al haber comprado las dos máquinas digitales, tenemos una máquina más chica.

HELING S.A.

PLANCHAS PARA CARTELERIA

- ACRILICO CRISTAL Y COLORES ANTIRREFLEX-ROLLO ESPEJO
- POLICARBONATO
- ALTO IMPACTO
- FOAM-X
- PVC ESPUMADO RIGIDO SINTRA
- DIBOND
- KAPA BLOC
- PETG VIVAK

Directamente de Alusuisse Composites, Inc.











TRABAJOS ESPECIALES

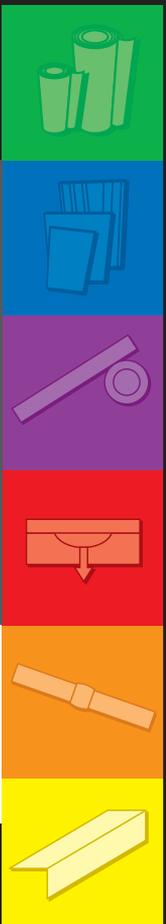
- CORTES
- DOBLADO Y PLEGADO
- PEGADO Y SOLDADURA
- GRABADOS
- FRESADOS
- PIEZAS BAJO PLANO
- PULIDOS
- TERMOFORMADOS

DISTRIBUIDORES OFICIALES





NICETO VEGA 5331 (1414) BS. AS. ARGENTINA.
 TEL.: 4778-7000 (ROTATIVAS) - FAX: 4778-7220.
 SITIO WEB: www.heling.com.ar
 E-MAIL: plasticos@heling.com.ar



Además, hubo un recambio de personal, lo que se hacía en serigrafía pasa a hacerse en digital que ocupa menos gente y hay menos trabajo en serigrafía. La plantilla prácticamente es la misma pero para otro perfil de trabajo.

¿Cuáles son las tareas que realizan?

Rodolfo: Básicamente impresiones de gran formato, trabajamos los formatos del equipamiento urbano y de la vía pública, y también algunos de Punto de Venta.

¿Quiénes son sus principales clientes?

Coco: Tenemos una política de confidencialidad que es la base de nuestro negocio, de nuestro branding. No mencionamos a nuestros clientes, porque la confidencialidad es un valor importante en la publicidad. Hay campañas publicitarias que tienen un precio, y que nosotros sabemos con anticipación ya que lo producimos. Entonces, tenemos que transmitir al cliente a lo largo de nuestra conducta que no vamos a revelar ningún dato, que somos confiables y que de nuestra empresa no se filtrará información alguna. Nos permite trabajar con empresas competitivas ya que demostramos saber cuidar al cliente.

Con las Vutek, ¿qué beneficios tienen de estas?, ¿cómo se refleja en el negocio?

Rodolfo: Significó un avance en lo tecnológico obviamente, y consideramos a las Vutek, dentro de las máquinas de alta gama, muy competitivas. Además, el origen de la máquina también pesa a la hora de decidir, porque si pasa algo, conseguir un repuesto, muchas veces es súper engorroso. Además Vutek es un equipo con prestigio y arraigada en el mercado internacional. Tal vez no prendió tanto en Argentina porque no contaban con una seria representación. Pero eso a partir de Hagraf está cambiando. Vutek no le dio mucha importancia al mercado argentino, y los argentinos entonces nunca se animaron a invertir en la marca. Si no hoy en vez de 20 máquinas tendría que haber 60.



¿Y qué beneficios les trajo en lo que respecta de la producción?

Rodolfo: Ampliamos el espectro de productos y sustituimos trabajos que hacíamos en serigrafía; los pasamos a hacer en digital. Básicamente el plan de negocios para la compra de la última máquina fue "sustitución de serigrafía" en cantidades pequeñas. **Coco:** Mejoramos la percepción de Serifast en nuestros clientes. Nos percibieron como una empresa innovadora, que no se queda, una empresa que se va a montar sobre lo último en tecnología, que apuesta y que invierte. Muchas otras empresas compraban máquinas digitales contemporáneamente a nosotros. Pero quien es conocedor del mercado digital sabe cuáles son las mejores máquinas. Entonces Serifast también ganó en imagen al comprar Vutek. Los clientes mejoraron la percepción de Serifast, porque tomamos un camino difícil. Atreverse a comprar una Vutek por su precio era un paso arriesgado, pero lo hicimos y nos dio resultado, prácticamente la máquina se pagó con el trabajo. Desde el primer mes, hasta el día de hoy la solvente no paró nunca, porque está más consolidada. La UV está en una etapa primaria, de desarrollo, porque es una tecnología que recién está arrancando.

¿A futuro, que proyectos tienen en estudio?

Coco: Por supuesto que estamos sujetos a lo que pase con el país. Pero nuestro propósito es seguir fortaleciéndonos en lo digital. ¿Qué máquinas?, ¿cuántas?, todavía no lo sabemos. De todos modos, nuestro instinto nos inclina hacia Vutek. ■

Mayor información:
<http://www.hagraf.com/>
ignacio.pinasco@hagraf.com.ar

ENVÍOS AL INTERIOR

LONAS

Frontlight • Backlight • Banderas
Black Out • Vinilos • Portabanners

Duckfeet

Jaime Díaz XXL

Alvarez Thomas 2166 / Tel.: 4553-5080/5232
infoduckfeet@fibertel.com.ar / www.duckfeetgroup.com

MIMAKI JV5 160 SP - 1.440 DPI
HP 9000S - 720 DPI