

Sign Publicidad

# Un negocio con sello familiar



SIGN PUBLICIDAD RECIBIÓ A **LETREROS**, Y EN ESTA NOTA LES CONTAMOS TODO SOBRE LA VISITA QUE NOS PERMITIÓ CONOCER DE CERCA LA EMPRESA Y REPASAR SU TRAYECTORIA, SUS LOGROS Y LOS DESAFÍOS QUE ENFRENTAN CADA DÍA A LA HORA DE SOSTENER Y HACER CRECER SU NEGOCIO.



**N**o suele ser fácil lograr la continuidad de una empresa familiar. Se estima que solo un 30% de estas sobrevive el traspaso a la segunda generación. En general, se trata de un proceso dificultoso pero, cuando este se logra, el éxito está prácticamente garantizado. A juzgar por su desempeño y su progreso a paso firme, Sign Publicidad se encamina a ser uno de esos emblemáticos casos. Por eso, aprovechamos la oportunidad de visitarlos en compañía del presidente de nuestra Cámara, Ángel Di Plácido. Marta Kruk, su fundadora y actual directora ejecutiva, nos recibió junto a sus hijos

y socios, Iván (33) y Nadia (35), en su segunda casa, las instalaciones de una de las empresas líderes en el mercado de impresión digital inkjet en Argentina y en Uruguay.

Promediaba la tarde en el barrio Las Cañitas cuando llegamos a la enorme casona de tres pisos, de estilo ecléctico y declarada patrimonio de la Ciudad de Buenos Aires. “Las plantas funcionan como showroom y casa de venta, y tenemos un depósito de 400 m<sup>2</sup> para poder albergar el gran abanico de productos que ofrecemos”, explicaba Iván satisfecho mientras dábamos nuestros primeros pasos por la casona. Como para cualquier familia, para esta su espacio físico tiene un valor especial, y será por eso que conocen con precisión el devenir de la porción de la urbe que la cobija. Nadia recuerda que este

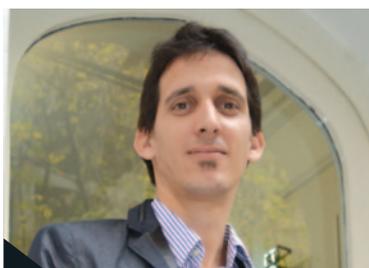
barrio no siempre lució su fisonomía actual. Por el contrario, el escenario residencial en el que se cuelan algunos emprendimientos comerciales era una tierra que se inundaba y se usaba para guardar los caballos por su cercanía con el hipódromo. En esa atmósfera dimos inicio a un encuentro en el que, té de por medio, charlamos de todo con nuestros anfitriones: los momentos destacados de su historia, las particularidades de su gestión actual, sus clientes y las estrategias con las que se animan a ser una empresa que, con más de 20 años de vida, puede conjugar lo mejor de lo familiar sin dejar de ser 100% profesional.

Marta rememora con orgullo los inicios de su proyecto allá por 1992: “Yo me dedicaba a la industria del cuero y estaba viendo plotters para cortar ese

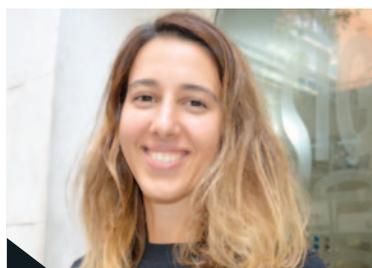


“Hoy ser un empresario con riesgo no alcanza: hay que tener mucho conocimiento y una *expertise* técnica importante. Por eso creo que hay que dejarles el lugar a los más jóvenes.”

**Marta Kruk**



“Mantener siempre un equilibrio entre la tradición y lo nuevo” es la fórmula que, según **Iván Kruk**, resume la clave del éxito de este trío de emprendedores.



“Todas las innovaciones en cuanto a máquinas e insumos que surgen en el mercado están en nuestro portfolio”.

**Nadia Kruk**



material. En esa búsqueda, descubrí que en otras partes del mundo había una tendencia que era reemplazar el dibujo con el plotteo para aplicarlo a cartelería. Al principio, nadie quería dejar el pincel, pero era solo cuestión de tiempo advertir las ventajas de un material que no se despegaba y que no requería un trabajo artesanal”. En el olfato de esta persuasiva mujer para identificar una oportunidad de negocio ya se anticipaba el germen de una auténtica empresaria. La primera máquina que trajeron fue la MyCut, de Mimaki Engineering Co., marca japonesa que en ese momento no había desembarcado en el continente americano. Sign Publicidad la introdujo en nuestro país y desde entonces es su representante y distribuidor exclusivo.

#### UN PRODUCTO PARA CADA CLIENTE

¿Cuál es el sello distintivo de Sign Publicidad? Para Iván la respuesta es inmediata: “Tecnología y servicio. Nos caracteriza la tecnología de los productos que vendemos y el servicio que ofrecemos para apoyarla. Si uno ve el catálogo que tenemos, es una continua evolución de productos y tecnologías”. Él es actualmente el gerente de la empresa y, si bien su profesión de origen (ingeniería biomédica) no tiene un vínculo directo con el negocio familiar, su larga trayectoria en la firma le permite mirar su desarrollo con una perspectiva interesante. Nadia, su hermana, coincide con esa visión y afirma: “Todas las innovaciones en cuanto a máquinas e insumos que surgen en el mercado están en nuestro portfolio”.



La pronta llegada de la Mimaki 300, que fue presentada con bombos y platillos en la feria Expográfika en Tecnópolis el pasado mayo, pareciera confirmar su aseveración. La oferta de Sign trasciende, sin embargo, las fronteras de la marca oriental. Ellos representan y distribuyen en Argentina a Grafityp Selfadhesive Products de Bélgica, a SA International, de Estados Unidos. Inevitablemente, una variedad tan amplia de productos es resultado de una diversidad importante de clientes. ¿O es al revés? Sobre esto les preguntamos y en este punto Nadia tomó la posta: “Tenemos tres perfiles de clientes diferentes porque los productos que ofrecemos son muy distintos y están destinados a audiencias diversas. Primero, el perfil gráfico, que

es el que hace comunicación visual. Segundo, un grupo de clientes que se desarrollan en la industria textil dentro del cual hay subgrupos, tales como ropa deportiva, calzado, trajes de baño. Y el tercer grupo de clientes es el industrial, que es quien imprime sobre rígidos y requiere de tecnologías más costosas.” Desde su formación en marketing e investigación de mercado, la joven comunicadora hace un aporte vital a la compañía para entender quiénes son sus clientes, identificar sus necesidades particulares y tratar de ofrecerles respuestas y crecer, como empresa, en función de esas necesidades. Para ellos, clientes y proveedores están en el mismo nivel de interés e importancia, y en la relación cotidiana se

evidencia uno de los principios fundamentales que, según Marta, orientan su tarea diaria: la seriedad. “Yo abrí las puertas representando a Mimaki Japón y a Graphitec Bélgica y nuestro intercambio con ellos se mantuvo desde entonces; no fuimos cambiando de proveedores. Esto demuestra que nos interesa ser responsables y forjar lazos de trabajo serios y comprometidos no solo con nuestros clientes, sino también con nuestros proveedores”, asegura.

### DOS GENERACIONES, UN MISMO ESPÍRITU

¿Se puede ser fiel a lo tradicional, pero innovando y apostando al crecimiento permanente? Para Sign la respuesta es afirmativa. “Mantener siempre un equilibrio entre la tradición y lo nuevo” es la fórmula que, según Iván, resume la clave del éxito de este trío de emprendedores. Cuidar los valores de la empresa que siguen siendo los mismos —la responsabilidad, el compromiso, la seriedad—, pero siempre atentos a las nuevas tecnologías y a oportunidades que les ofrezca el entorno.

Y después de más de dos décadas de actividad, ¿qué distingue esta etapa? Para todos, la empresa está atravesando una fase de cambio en todo sentido. Iván hace hincapié en el negocio: la transformación acelerada y el crecimiento exponencial de la tecnología con la que ellos trabajan obligan a no temerle al cambio. Marta pone más bien la lupa sobre la gestión: “el mundo de hoy es completamente diferente. Hoy ser un empresario con riesgo no alcanza: hay que tener mucho conocimiento y una experticia técnica importante. Por eso creo que hay que dejarles el lugar a los más jóvenes”. Un desafío no menor, pero que ella asume con entusiasmo: “Nuestra empresa ya la están manejando ellos [Iván y Nadia]. Yo sigo trabajando y soy una fuente de consulta y apoyo, pero sé que Sign está en buenas manos”. Todo indica que no se equivoca.