MADE IN
ARGENTINA
MADE IN

TRABAJO
con sello argentino

Nuestro sector está compuesto por diversos actores que trabajan en distintas actividades, y cada uno es un eslabón de una cadena de valor insustituible. Los protagonistas de esta industria nos relatan su trayectoria, su historia, sus proyectos, su identidad. Con nombre y apellido conocemos los orígenes del esfuerzo y la innovación que definen a los empresarios del sector.

Helioday

Más de un siglo a la vanguardia

Hace 37 años nacía una empresa que marcaría el rumbo de la industria de importación de insumos, Helioday, de la mano de un pionero, Duke Feldman.

Bárbara y Sebastián Feldman son los herederos de Helioday, una empresa con casi 40 años en el rubro de la cartelería. En un rubro en el que muchas veces las generaciones posteriores no continúan el legado familiar, Helioday ha logrado sostenerse y fortalecer los cimientos de su fundador.

UN POCO DE HISTORIA

Fundada el 30 de octubre de 1979 por Duke Feldman, y años más tarde dirigida por su hijo, Hugo, Helioday está dedicada a la importación de insumos y equipos para la industria de la comunicación. En la década del 70 ya importaba materiales destinados a la producción gráfica con variadas gamas de diseños para la industria automotriz. Como pioneros en el rubro, Sebastián Feldman, presidente de Helioday, describe: "Nuestra empresa siempre se especializó en los vinilos. Y cuando el material se empezó a utilizar para cartelería, Helioday fue el primero que lo trajo a la Argentina".

En los años 90 la empresa se convirtió en uno de los principales proveedores de equipos de impresión, plotters, laminadoras, *software*, telas vinílicas, vinilos, films para laminar y todo tipo de insumos. Para lograr el crecimiento sostenido, Sebastián destaca que fueron necesarios dos elementos clave: la capacitación permanente de su equipo y de la red de distribuidores, y un soporte técnico de calidad. Además, enumera los factores que, según él, permitieron el fortalecimiento de la compañía: "Siempre nos diferenciamos por brindar productos de calidad, por la seriedad con que hacemos nuestro trabajo y por las distintas posibilidades de negocios que generamos para nuestros clientes".

DE CARA AL FUTURO

Cimentada en los valores de una empresa familiar, hoy Helioday cuenta con una planta de 2000 m², un plantel de 15 empleados y muchos proyectos por delante.

La empresa sigue innovando y buscando las últimas tecnologías para abastecer el mercado local con insumos y máquinas. Y en estos casi 40 años de historia, y después de haber atravesado todos los cambios económicos que signaron nuestro país, Helioday ha sabido honrar los compromisos comerciales, tanto locales como en el exterior, y ha sostenido una cartera de clientes que no ha parado de crecer. Compromiso, servicio, innovación, calidez, cercanía, son los valores que guiaban a Duke y que hoy guían a Bárbara y a Sebastián.

Sebastián Feldman y Bárbara Feldman.

FICHA PERSONAL

Nombre: Sebastián Feldman
Cargo: Presidente
Fecha y lugar de nacimiento: 18 de julio de 1978, Villa Crespo
Formación académica: Licenciado en Relaciones Públicas
Estado civil: Casado con un hijo
Hobbies: *Winemaker*
Hincha de: Boca Juniors
Un lugar en el mundo: Ibiza
De chiquito quería ser: "Feliz"
Un día de trabajo normal: "Definir normal"
La mayor satisfacción que le haya dado este trabajo: "Poder trabajar y aprender de mi abuelo y de mi padre"
El mayor sacrificio: "Trabajar con mi abuelo y con mi padre"

La Bienal de la Comunicación Visual

2017

ExpoSign

17° Exposición Internacional de Comunicación Visual

7 al 9
SEPTIEMBRE
14 a 20hs

En paralelo

DESIGN SHOP AREA

Área de diseño, arquitectura,
Equipamiento e imagen
Para locales comerciales

Buenos Aires - Argentina
Centro Costa Salguero

www.exposign.com.ar

Patrocina: CAIL Cámara Argentina de la Industria del Letrero Luminoso y Afines

Auspician: ISA International Sign Association · Letreros

Medio oficial: INFOSIGN

Sponsor: PLOTTERDOC · hp

Organiza: EXPOTRADE

Arlac

Sueños cumplidos

Con 30 años en el rubro, Norberto Castrogiovani, integrante del Grupo Arlac, empresa distribuidora de insumos para la comunicación visual, asegura que la firma se encuentra en una etapa de expansión.
Creada en Córdoba por Arturo Alonso y nacida de otra empresa, Arlac está presente hace 14 años en el mercado. Su nivel de servicio al cliente y su política estratégica de *stock* son los sostenes que le permiten enfocarse en sus objetivos. "Estamos en una etapa de crecimiento en cuanto a la toma de mercado. Es un objetivo que venimos abonando y cumpliendo año tras año y que nos llevó a estar donde estamos. Nuestra empresa fue creciendo mucho en los últimos años. Estar dentro de las compañías líderes del rubro era uno de nuestros principales objetivos, y ahora ya estamos ahí", explica Norberto.
Además, el empresario detalla otra pasión más allá de sus negocios: la pesca. Para él, no es solo un *hobby*, sino una forma de vida.

Norberto Castrogiovani junto al equipo de Arlac.

Think

Pensar la comunicación

Juan Manuel Britos y Eduardo Crespi son los encargados de llevar adelante Think SA, empresa que, desde su creación en 2013, continúa en gran crecimiento.
Dedicada a la importación de insumos gráficos de comunicación visual y textil, tiene una planta de 700 m² en el barrio de Paternal (CABA) y cuenta con un equipo de siete empleados.
Eduardo, como director comercial de la empresa, junto a su socio, tiene por objetivo afianzar y consolidar más la posición que Think SA logró en el mercado local.
Entre sus características más importantes destacan: la atención personalizada, el asesoramiento sobre los distintos productos y el saber escuchar lo que necesita el cliente. Para Juan Manuel y Eduardo una de las claves del mercado es saber adaptarse a las necesidades del cliente. Otro elemento importante para su crecimiento es seguir las nuevas tendencias que vienen, en este caso, las textiles, aseguran. También se sienten privilegiados por trabajar en una industria que conocen tanto. Una industria que los vio crecer.

Eduardo Crespi y Juan Manuel Britos.

Techgraf

Expectativas de crecimiento

Con más de 30 años en el rubro, Daniel Levi es el presidente de Techgraf, empresa creada en 2003 y que se dedica al rubro de la fabricación de tintas y a la importación de productos para la industria gráfica.

Desde sus inicios la firma tuvo un exponencial crecimiento gracias a la trayectoria de Daniel y a una política en la que primó el cuidar al cliente: "Hablé con cada uno de los distribuidores con los que actualmente trabajamos y les ofrecí un apoyo 100 por ciento en el negocio –dice Daniel–. No realizamos venta al cliente final, sino que nuestros únicos clientes son los distribuidores. Esa política de apoyo hizo que ganáramos su confianza y que, a su vez, nos apoyaran a nosotros".

Las expectativas para el 2017 son distintas, dependiendo de si se piensa en Techgraf como importadora o fabricante: "Las perspectivas que tenemos para fabricar tintas son muy bajas, ya que se han abierto las importaciones. Hoy los costos nacionales han aumentado y entonces en el mercado argentino es menos negocio fabricar y es más negocio importar".

Entre las fortalezas de la empresa, Daniel destaca el ser una importadora y fabricante con distribuidora propia, que le ha permitido adaptarse a las distintas realidades económicas del país.

Con orgullo, menciona uno de los proyectos que la firma llevará adelante en importación el próximo año, incorporando nuevos productos: "Queremos aumentar fuertemente la participación en lo que son productos importados. Hace poco empezamos a comercializar un vinilo nuevo que traemos de Francia, que es de una importante calidad y que nos beneficiará mucho en el mercado".

Pero las expectativas de Daniel no terminan ahí: "Creo que las cosas las estamos haciendo bien, porque estamos creciendo muchísimo. Si seguimos como hasta ahora, Techgraf va a crecer aún mucho más".

Hoy en día, Daniel delega la gerencia de la empresa y solo se involucra en decisiones de dirección. Pasa sus días abocado al estudio de su tesis de doctorado, sobre su otra profesión y pasión: la física.

Daniel Levi.

Elea

Calidad y servicio

Desde 1986, Sergio Iskra trabaja en Elea. Con más de 30 años en el rubro, Sergio se dedica a la venta de insumos para cartelería y serigrafía, y hoy tiene cuatro sucursales y un equipo de 15 empleados. Para él los valores que representan a su empresa están basados en la calidad del servicio y de sus productos. Saber comprender las necesidades de sus clientes y ser veraz al momento de cumplir con lo pactado en tiempo y forma le han valido la confianza de sus clientes.

Dentro de la empresa transmite el mismo espíritu de calidad y compromiso en sus empleados: "Siempre es importante mantener una buena relación con el cliente. Si uno dice que se conseguirá un determinado producto, eso debe cumplirse".

Otro punto importante para Sergio es el de mantener bien a sus empleados: "Es una de mis mayores satisfacciones, porque si ellos están bien, yo también lo estoy".

Afirma que pocas actividades logran desconectarlo del trabajo que disfruta, salvo ir a la Bombonera, como buen socio, para ver un partido con sus hijos.

Hoy se siente muy satisfecho con los objetivos logrados. Para el 2017 buscará mantener un servicio de calidad y la buena relación con sus clientes.

Latinproof

Ir por más

Luis La Greca es socio gerente de Latinproof, que, creada en el 2012, se dedica a la distribución de los productos Epson de gran formato así como también a la comercialización de sus insumos.

Con cuatro años en el rubro, Luis menciona que Latinproof está en una etapa de expansión, gracias a la calidad de los equipos y a un servicio de posventa mejorado: "Primero hacemos toda una logística sobre lo que necesita el cliente, después le vendemos el equipo y una vez instalado por Epson brindamos un servicio de entrenamiento al personal y la calibración de los equipos".

Luis además destaca que la relación con sus clientes es otro punto fuerte para Latinproof: "Cuando trabajamos con distintas partes del interior del país y la gente nos pide un determinado producto, nosotros se lo alcanzamos al transporte que nos dice y llega a tiempo. Después recibimos un agradecimiento porque nuestros clientes aseguran sentirse bien atendidos, y eso para nosotros es una de nuestras mayores satisfacciones".

Para el 2017 quieren implementar varios proyectos, como la incorporación de nuevos equipos y seguir aumentando las ventas: "Estamos armando un equipamiento para la industria textil que tienen que ver con los plotters y queremos entablar vínculos con nuevos clientes, porque la empresa está en expansión y nosotros deseamos seguir creciendo".

Luis La Greca.

La Casa del Arte Gráfico

Rosario siempre estuvo cerca

El junio del 2017 La Casa del Arte Gráfico cumplirá 40 años. Hernán Sánchez se encuentra a la cabeza de esta empresa rosarina que logró sortear las dificultades económicas del país y pudo llevar adelante sus proyectos a través de una importante mutación que supuso el paso del rubro de la serigrafía al de la actividad digital.

Además de la sucursal de la ciudad de bandera también cuentan con otras cuatro: Buenos Aires, Córdoba, Mendoza y Tucumán. Hace años que la política de la compañía se viene centrando en la expansión, tanto en cuanto a la oferta de productos que comercializan, la cual es cada vez mayor, más variada, y con la representación de marcas líderes del mercado mundial como en el tamaño de sus sucursales y la cantidad de clientes.

Para el año próximo el objetivo es afianzar la distribución de la producción y estar al día con las nuevas tendencias del mercado, para seguir buscando los productos que los clientes pidan. Sobre este punto, Hernán explica: "Vamos acompañando a nuestros proveedores en sus avances tecnológicos para poder responder a las necesidades de cada cliente".

El equipo de la Casa del Arte Gráfico en Expo Impresión.

Para él, trabajar en la industria también le trajo muchas satisfacciones: "Este es un rubro en el que aprendés constantemente y también ganás en las relaciones personales con todos los clientes. Eso lo hace a uno crecer en lo personal, más allá de lo laboral".

Al terminar el día de trabajo, Hernán aprovecha a pasar tiempo con sus seres más cercanos. Es decir, con su familia.

Broprinter

Cosa de hermanos

Los hermanos Gastón y Juan José Rodríguez son los socios de Broprinter. Llevan adelante este proyecto dedicado a la impresión digital en gran formato para la industria de la comunicación visual que, con solo seis años, cuenta con una planta de tres pisos y una serie de máquinas a la vanguardia de la tecnología en impresión.

En la planta de 1500 m² de San Justo (GBA), Broprinter realiza trabajos de impresión digital sobre sustratos rígidos y flexibles. También hace la producción e instalación de material gráfico en puntos de venta, vía pública, decoraciones de interior y ambientaciones de eventos.

Sobre sus comienzos, los Rodríguez cuentan: "Nuestros primeros encargos podían venir desde el kiosquero del barrio hasta un amigo, y lo único que nos importaba era ver funcionar las máquinas y cumplir con el tiempo de entrega y la calidad de nuestro trabajo. Estábamos convencidos de que el éxito debía venir por ahí".

Actualmente son proveedores de muchas empresas del gremio, agencias de publicidad, fabricantes de letreros y de exhibidores de POP, comercializadoras de gráficas y algunas empresas multinacionales.

Gastón y Juan José Rodríguez.

Las cualidades que más destacan su trabajo son la calidad, la rapidez y la confianza. Aunque la meta más perseguida y pilar de su crecimiento es el cumplimiento con las entregas.

Los hermanos son unidos y eligen invertir su tiempo libre junto a sus familias, y en varias ocasiones, en el agua, con caña en mano, disfrutan de otra pasión: la pesca deportiva con devolución. Otro dato de color: parece que a Gastón no le alcanzó con ser dueño de una exitosa empresa y el tiempo que no pasa en su oficina lo encontramos volando por el mundo. Su otro trabajo es ser piloto de Aerolíneas Argentinas.

ZONA SUR

IMPRESIONES
EN GRAN FORMATO

apa!
Argentina

Of: 14 de Julio 83 | Planta: Av. Alte. Brown 3623
Temperley, Buenos Aires

011 4392-0255 imprenta.apa@gmail.com www.apa.com.ar

LEDDY
by ledlightblue

- *Downlights*
- *Tubos y paneles LED*
- *Lámparas LED (Dicroicas, AR111, Bulbos, Apliques)*

Estudio de factibilidad técnico (Dialux) y económico-financiero (ROI de Proyecto)

Expertos en la industria

Precios especiales para el gremio

Besares 1710 - Dpto 2, CABA
Tel.: (011) 4702-3800
ventas@ledlightblue.com
www.ledlightblue.com

TELAS PLASTICAS
MILIAVACA

Unico distribuidor
de cuerina
para impresión
Látex y Solvente

Testeadas
en nuestros equipos
HP látex, Ricoh,
Roland y Allwin

H. Yrigoyen 11037 - Turdera - Tel : (011) 4298-1933 / 4298-4218
www.miliavaca.com

Bannertex

Calidad y responsabilidad

Gabriel Ortega es el gerente de Ventas de Bannertex, que, creada este año, se dedica a la comercialización de textiles para impresión digital de los distintos tipos de telas que se utilizan en el mercado, pasando por látex, UV, solvente y sublimación en transfer, y directa. Cuenta con un equipo de cinco empleados y un local con depósito de 150 m^2. En la empresa tienen distintos objetivos bien marcados. Entre ellos está el cuidado del medio ambiente. Gabriel detalla: "Comercializamos textiles para impresión digital de poliéster y de algodón, y que no tienen pvc. Creemos que se puede hacer un trabajo de calidad y al mismo tiempo cuidar el medio ambiente".

Para Bannertex las tendencias del mercado apuntan cada vez más a este objetivo y desean adherirse a esta causa: "En el mercado mundial ya se están vendiendo tintas a base de agua, que tiene que ver con el cuidado del medio ambiente. Para nosotros lo que es solvente es un mercado ya viejo que se sigue vendiendo en la Argentina por su precio, pero es mucho más contaminante".
A pesar de ser una empresa joven, Gabriel tiene muy claros los proyectos a largo plazo para Bannertex: "Cuidar el medio ambiente, aumentar nuestra cartera de productos y seguir creciendo en la relación con nuestros clientes, que provienen de distintas partes del país".

Gabriel Ortega.

Visualtech

Casi una década de historia

Próxima a cumplir diez años, Visualtech Insumos Digitales está dedicada a la fabricación, importación y comercialización de insumos para impresión de gran formato; es proveedora de tintas, sustratos y cabezales. Tiene una planta de 650 m^2 y un plantel de diez empleados.
Marcelo Lucaski, director comercial para Argentina y Mercosur de la firma, recuerda: "Empezamos el negocio en el 2007 apostando al futuro del país, y logramos posicionarnos en el mercado de gran formato, en un corto plazo. A los pocos años después de haber tomado mi puesto se avecinaron las DJAI. Fueron años duros, durante los cuales era difícil contar con la mercadería necesaria que demandaban los clientes, pero les hicimos frente y, año tras año, fuimos logrando las metas propuestas. Tuvimos grandes éxitos y satisfacciones. Entablamos importantes lazos comerciales y de amistad con distintas personas de la Argentina y de otros países".
Para el 2017, Marcelo remarca lo recientemente hecho: "Durante este último año nos involucramos en una nueva unidad de negocio, abastecemos de insumos para la industria digital textil, e importamos y comercializamos tintas y papeles para sublimación digital".
Fuera de la empresa, el directivo disfruta los deportes al aire libre y los partidos de fútbol, y aprovecha a pasar el tiempo con su familia.

Marcelo Lucaski.

AS Comunicación Visual

Imprimir confianza

Andrés Santini, con tan solo 35 años, es el fundador de AS Comunicación Visual, empresa con 16 años de historia especializada en impresiones digitales, corte y terminación, y caracterizada por su renovación constante y la adquisición de tecnología de última generación. Esto le permite ofrecer a sus clientes una excelente calidad de impresión en el mejor tiempo posible.

"Estamos innovando siempre y perfeccionándonos para dar el mejor servicio. Nuestros puntos fuertes son que somos una empresa ágil, que se adapta a las necesidades de cada cliente", resume Andrés, y agrega: "Ofrecemos productos de calidad, y porque tenemos equipos muy productivos podemos adaptarnos a todo tipo de trabajo. Sumado a nuestro excelente grupo de trabajo nos destacamos en el servicio que brindamos. Esto nos convierte en un proveedor estratégico".

Andrés también asegura: "Dos reglas básicas para AS son, por un lado, la ética en el trabajo, y por el otro, el ser un socio para el cliente". Por este motivo, el eslogan de la marca es "Imprimimos confianza".

Andrés Santini.

Tecla

Mucho más que vender

Ángel Di Plácido es el presidente de Tecla, empresa que desde hace más de 30 años se especializa en programas de identidad corporativa de alta calidad, ejecutando el proceso de forma completa, desde el diseño y la fabricación hasta la instalación y el mantenimiento.
Ángel explica: "A través de una cuidadosa planificación, un estricto control de calidad y una impecable ejecución, se logra que los clientes comuniquen la imagen de la manera efectiva". Y agrega: "Desde 2009 operamos a nivel regional, con una sede en Chile. Exportamos a Paraguay, Uruguay y Perú, principalmente para compañías petroleras, las cuales conforman el sector de mayor incidencia de nuestra actividad. Le siguen las automotrices, los bancos y las cadenas minoristas. En todos estos sectores contamos con grandes clientes, en su mayoría compañías multinacionales".

Ángel Di Plácido.

Inled

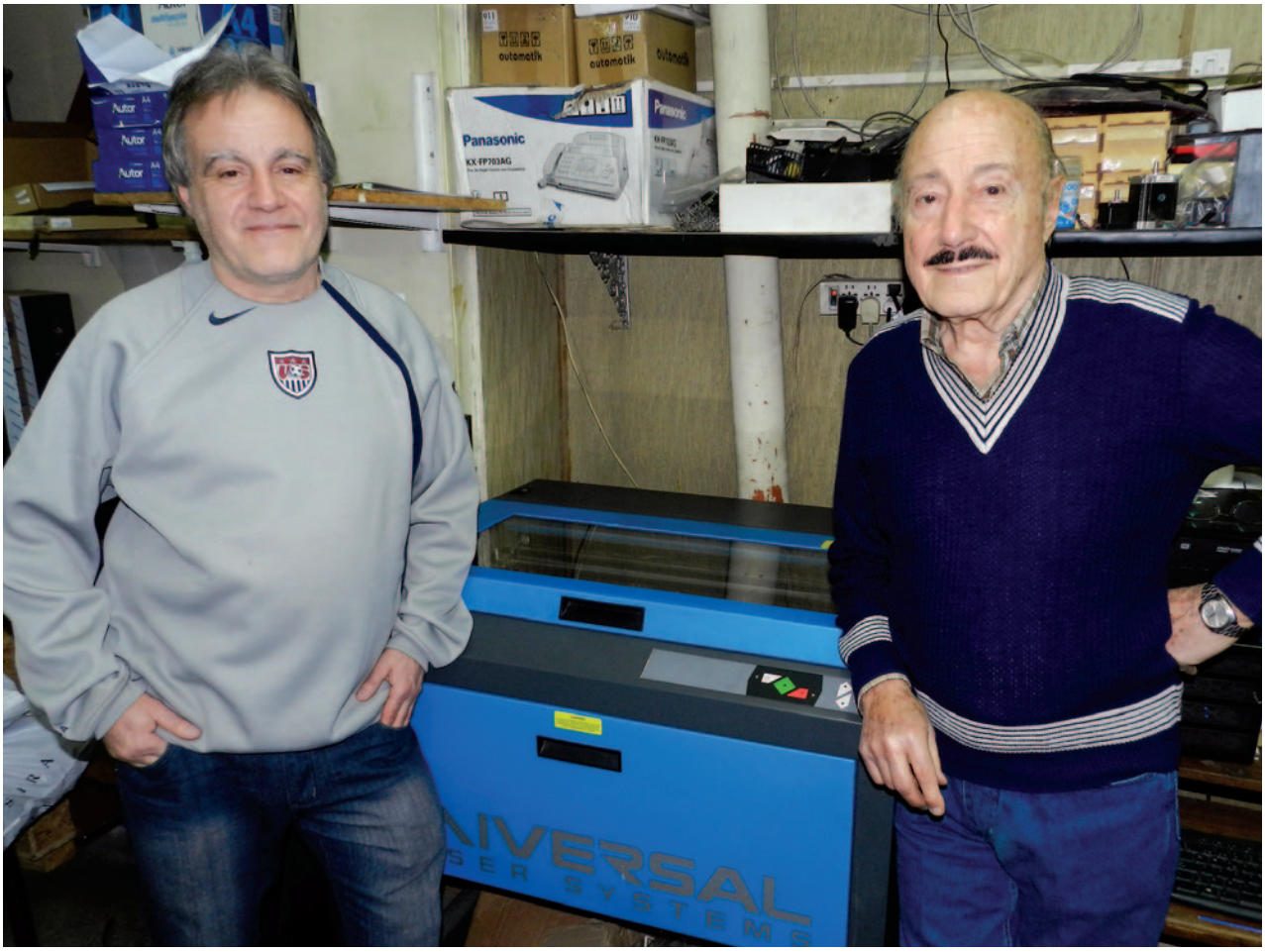
Luminarias

Desde el 2010, Gastón Giménez es uno de los encargados de llevar adelante Inled. En sus inicios, este gerente comercial de la empresa contó con experiencia en la venta de iluminación de neón que fue de gran ayuda al momento de comenzar con una empresa dedicada al rubro de iluminación led.
Luego de seis años, Inled tiene una oficina y una planta de 300 m² ubicada en CABA, donde operan cuatro empleados. Su primera cartera de clientes le permitió crecer exponencialmente y ubicarse entre los referentes de iluminación en cartelería de la Argentina.
Así lo cuenta Gastón: "Venimos hace muchos años en el rubro iluminando los carteles con neón, y trazamos un paralelismo con los mismos clientes y comenzamos a volcarlos a la iluminación led. Todos ellos fueron depositando confianza en nuestra gestión de importación y en la calidad de los productos".
Mirando hacia el 2017, los objetivos continúan: "Queremos seguir brindando un servicio de calidad a nuestros clientes. Y para eso es necesario ir mutando continuamente para estar siempre en el primer plano del mercado".

Gastón Giménez.

Casa Sánchez

Años de experiencia



Eduardo "Edy" Sánchez y Eduardo Sánchez.

Casa Sánchez es una empresa con más de 86 años en el rubro y de tradición familiar. Fundada por Julio Sánchez en 1930, fue seguida por sus hijos, nietos y, próximamente, la seguirá la cuarta generación.

Eduardo Sánchez, nieto del fundador, es el encargado de llevar adelante esta empresa dedicada a la cartelería y la comunicación visual. Ubicada sobre la avenida 9 de Julio (CABA), Eduardo rememora los inicios: "Seguimos en la misma cuadra desde hace 80 años, antes de que existiera la avenida 9 de Julio. Mi padre recuerda cuando demolieron toda la mano de enfrente, hasta llegar a Constitución, para empezar a construirla. Si nuestro local hubiese estado de ese lado de la calle, nos habrían derribado también a nosotros".

En su trayectoria se destaca el trabajo de cada una de las generaciones para hacer que Casa Sánchez se expandiera: "Mi abuelo y mi padre fundaron la empresa y construyeron la confianza con cada cliente. En mi trabajo incorporé más tecnología y hoy le transmito a mi hijo la experiencia para que continúe con la empresa, sabiendo cómo adaptarse a los cambios del mercado". También sostiene: "Siempre vendí con conocimiento y explicando a mis clientes la parte operativa, el mantenimiento. Tener conocimiento real de las cosas es fundamental para lograr una buena relación con los clientes y estar en el mercado".