





Poner el ojo en el justo lugar

Roberto Salom, el empresario al frente de Bannertex, la conocida empresa distribuidora de productos textiles para la industria de la comunicación visual, nos cuenta cuál fue la visión de negocio y la lectura del mercado que lo llevaron a posicionarse en esta industria. El detrás de escena de un empresario observador.

El poder de la observación se ha cobrado, a lo largo de la historia, grandes descubrimientos. Algunos majestuosos y otros más simples, pero no por eso menos importantes o masivos. El microondas, el velcro y hasta el teflón fueron sencillamente el caso de la atención del ojo crítico de sus inventores. Y tan exitosos fueron que hoy en día es difícil imaginar un hogar sin ninguno de estos tres elementos.

En toda empresa exitosa hay un ojo crítico, observador, que más allá del trabajo operativo del día a día está atento a las posibles oportunidades. En el caso de Bannertex ese ojo observador es el de Roberto Salom, director de la empresa, quien además está inmerso en el negocio de la gráfica desde hace más de 20 años.

Bannertex se desprende de Grupomasuno, la empresa especializada en la industria gráfica que nació en 2002 como producto de la crisis que hubo en el país, luego del cierre de una sociedad. Uno de sus clientes era una fábrica de telas: "En 2006 me presentan una muestra de tela impresa digitalmente y ahí empeza-

mos con todo esto. Me encantó, yo sabía que no existía en el mercado argentino y ocupé este nicho del negocio", explica Roberto Salom, quien más adelante fundó Bannertex, la empresa especializada en la fabricación y distribución de telas imprimibles para la industria de la comunicación visual.

En el caso de Bannertex el gran acierto fue la fusión de un nicho de negocio con un producto, que según la visión de su fundador se convertiría en el material del futuro. Y así sucedió.

FUSIONES ESTRATÉGICAS

"Reconvertimos todo el trabajo de Grupomasuno textil a Bannertex", asegura Roberto al mismo tiempo que explica de qué forma se dio el nacimiento de esta empresa tan especializada, que apostó por las telas. Y agrega: "A partir de la actividad de nuestro cliente, la fábrica de telas y la nuestra es que surgió la creación de Bannertex, como una asociación estratégica". A punta de emprender acuerdos lograron una alianza con un distribuidor en el interior y la empresa despegó, siempre con el objetivo de vender insumos a los impresores.

El mercado los fue premiando por tener una visión vanguardista, y el privilegio de aquellos que tienen una visión y son los primeros en llegar finalmente les llegó.

En 2008 apareció la tecnología látex de HP (que no existía hasta el momento), y esa revolución tecnológica de la tinta con base al agua les dio un empujón dado que imprime muy bien sobre telas (en comparación con el solvente). “El látex nos facilitó la situación: el impresor que le tenía miedo al textil con este tipo de equipos podía imprimir todo, vinilo, lona y textil, a la perfección. Eso nos dio más volumen. Luego empecé a aparecer la sublimación en gran formato. Hubo en ese momento un crecimiento y ahí se generó otro gran salto. Fue el comienzo de Bannertex, en 2016, ya como una empresa independizada y desarrollando productos propios”, concluye Salom.

TEXTIL A LA CABEZA

Bannertex siempre sigue buscando, no se conforma. Investiga sobre aplicaciones textiles, con el objetivo de que sea impreso, enfocado en los insumos o en complementos del textil. “Salvando los grandes carteles de rutas o autopistas, la tela puede reemplazar a la lona en todos lados, por ejemplo en Mar del Plata se hizo una marquesina de 50 metros de ancho por 5 de altura. La tela va ganando terreno”, asegura Roberto.

“Las principales aplicaciones en las que estamos enfocados son la publicidad y la decoración, que nos fueron abriendo distintas puertas. En publicidad lo que más volumen tiene son las banderas y los *flybanners*. Con ellos pueden decorar pistas de ski, de motos, de carreras de autos. También tenemos *poplin*, una tela para múltiples usos con distintos espesores y gramajes. Por ejemplo se usa para los banners que vendemos con la estructura que reemplaza a la lona, tanto en interior como en exterior”, concluye el empresario y agrega que otra virtud es que es más sencillo de guardar y de desenfundar. Otro producto disponible son los marcos de aluminio para tensar, simple y doble faz: “Apple fue la primera empresa que lo implementó, son de *poplin* impreso tensado. Al poco tiempo Lacoste, Puma y Adidas lo implementaron y están usando otras telas nuestras”, agrega.

NUEVO NICHOS: DECORACIÓN

Todo ojo observador no puede dejar de ha-



cerlo, y así nuevos descubrimientos trajeron más oportunidades y todo un negocio nació a partir de ello.

“En decoración trabajamos mucho tapicería, y en este momento estamos lanzando un *blackout* para cortinas *roller*. Es un desarrollo nuestro que se destaca porque se puede imprimir con distintas tintas, sublimación, látex y UV. Tiene caída, no se enrula y se puede imprimir sobre las dos caras. Estamos muy enfocados en eso”, explica Roberto sobre la génesis de este nuevo producto que les permitió acceder a todo un mercado diferente.

OTRAS APLICACIONES

El textil también se usa para cubrir paredes, pegado o tensado con marcos de aluminio. No ocupa espacio, es fácil de instalar, de transportar, y permite un fácil cambiado de las gráficas. En la industria de la construcción ya se está aplicando también. Para que sea más eficiente, rápido y a menor costo, se piensa en recubrir las paredes con tela teñida. También se utiliza en finales de obra. Es el caso de Elefante Blanco: “Se trató de una tela nuestra sublimada. Se imprimió la fachada de lo que era el antiguo edificio, y debajo se reveló el nuevo. Ese trabajo puntual es el más grande que hicimos desde que empezamos”, explica Roberto.

MIRANDO HACIA AFUERA

La mirada inquieta no se conforma y va a por más. “Estuve en Brasil, porque estamos proyectando exportar. Debido al gusto brasileño, que es colorido y le gusta el estampado, quedaron muy bien impresionados. Estamos



trabajando para cerrar una primera exportación”, amplía Roberto.

También tienen base en Bolivia, Chile, Colombia y Perú, y el objetivo es sostener la estructura en la Argentina alimentada por el comercio con estos países.

LA EMPRESA HOY

“Cuando armamos Bannertex estábamos en un momento de mucho volumen de venta. El 2016 fue muy bueno, crecimos mucho en cantidad de cuentas. En total manejamos alrededor de 300 en todo el país con más de 10 distribuidores. Y la proyección sigue siendo muy buena, porque sabemos que todavía el consumo de textil en comunicación visual sigue siendo bajísimo”, asegura Roberto.

Hoy están pensando en convertir esta porción del mercado potencial y apoyarla con la exportación, proyectada a toda Latinoamérica.

CONSEJOS DE UN EXPERTO

“Yo pude meterme en el mercado porque lo conocía desde adentro y desde afuera. Y supe por dónde entrar. A los tres meses de haber empezado (con el rollito debajo del brazo, tocando puertas) lo primero que hice fue ir a ver, con muestras de tela, a un gran impresor de insumos del momento. Durante los siguientes 3 meses repetí mis visitas y mis rollos estaban siempre parados en el mismo lugar, y me di cuenta de que tenía que dar un paso más, ir a ver al cliente final. Generé reuniones con agencias de publicidad que fueron espectaculares. A continuación le encargaron mi producto a sus proveedores y ellos a mí”, relata Salom. La estrategia fue mover el avispero. Y la reco-

mendación: tener conocimiento del mercado, los cuales son culturales, sociales y legales, y varían según los países. “En la Argentina es muy distinto, viajás al exterior y volvé maravillado con los productos que hay pero una vez que le pasás el tamiz de lo que es viable en nuestro mercado te quedan pocos productos. Por cómo pensamos nosotros y por la tecnología que tenemos disponible”, concluye el experto. Y agrega que el respeto es un valor fundamental en todo el circuito del negocio y es fundamental para generar lazos de confianza.

LAS TRABAS CULTURALES

Muchas de las trabas que tienen algunos empresarios para incorporar el textil a su cartera de producción están vinculadas con tradiciones. “Algo que noto que cuesta mucho es convencer a los carteleros de que implementen la costura, pero es meramente una cuestión cultural. Tenemos clientes que solo hacen banderas y todos sus operarios cosen, usan tijeras y calor para pegar, al igual que en un lugar de confección de ropa. Al poco tiempo de conocer ese taller fui a una feria en Estados Unidos donde me sumergí en el extenso pabellón textil. Y no había ningún secreto. Cosían, cortaban con tijera y usaban calor para pegar, lo mismo”, cuenta Roberto. Entonces entendió que lo que sucede en los talleres textiles es lo que tiene que comunicar a sus clientes. “Aquellos que vienen de la industria textil lo tienen incorporado, a diferencia de los carteleros, pero no hay que tenerle miedo a las herramientas, son un instrumento más. Hoy en día tenemos clientes que hacen sublimación, y ya incorporaron grandes mesas de trabajo donde se cose y se corta”, concluye Roberto.

EL FUTURO DE BANNERTEX

La visión del futuro que tuvo Roberto era correcta y se fue confirmando. Año a año, feria tras feria, los productos textiles pisan cada vez más fuerte. En Estados Unidos y Europa ya se consagraron y el efecto derrame nos va llegando.

Los motivos son conocidos: alta definición, fácil instalación, mejores costos y menor contaminación. “Nos veo trabajando en Latinoamérica directamente, para poder ganar los otros mercados que están a disposición”, concluye Roberto, el empresario que vio un futuro que se hizo realidad.



Estudio
Doctorovich - Botbol
CONTADORES PÚBLICOS

Tenemos la experiencia que Ud. requiere, para resolver eficientemente cualquier tema de nuestra especialidad que su empresa pueda tener, y brindarle el asesoramiento adecuado a cada problemática.

Nuestros servicios abarcan las áreas:

Impositiva - Laboral - Societaria
Administrativa-Contable
Auditorías - Proyecciones Financieras
Presupuestaciones

Asesoramiento sin cargo, para socios.

Avda. Rivadavia 13.876 - 17° A
Ramos Mejía - Buenos Aires
Tel.: 4654-0995/2376 - estudio@edy.com.ar

HABILITACIONES

ESTUDIO
TÉCNICO DE
CONSTRCCIONES

PABLO OTERO - Arq. SOUTO

→ HABILITACIONES
MUNICIPALES

→ ASESORAMIENTO
MUNICIPAL
GRATUITO PARA
SOCIOS DE CAIL

Venezuela 4073, PB "B" - CABA
Tel.: 4982 7225
Cel.: 155 425 4848
Cel.: 154 449 5221
oterosouto@gmail.com

**“COMPROMETIDOS CON EL SECTOR PRODUCTIVO
DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES”**



CONFEDERACIÓN ARGENTINA
DE LA MEDIANA EMPRESA

www.fecoba.org.ar