

SIGNO PLAST S.A.

Diversificar para crecer

40 En una entrevista personal con Pablo Rodríguez, director de Signo Plast, conocemos la historia que llevó a esta compañía al podio de la industria (y no solo de la nuestra) y una de las claves de su éxito: aprovechar los canales de distribución.

mayo 2020

De carteles con serigrafía realizados a mano a grandes tótems fabricados con máquinas de tecnología de punta, como plegadoras y punzonadoras industriales. De soldadoras de chapa galvanizada a un brazo robot de última generación. Y de un taller de 100 m² a 6000 m² de planta y unos 15 mil de tierra, propias. Esta empresa, que no pierde el espíritu de familia, aun así lejos de dar esa imagen, dio el salto hacia una transformación e industrialización que brilla sin nada que envidiarle a una multinacional. Arnaldo Rodríguez fundó la empresa hace unos 50 años, tiempo en el cual fabricaban carteles de manera artesanal en su primer taller ubicado en La Tablada. Hoy, luego de medio siglo de cambios tecnológicos, inversiones bien hechas y correctas decisiones, Signo Plast es dirigida por dos de los tres hermanos herederos de la empresa (Pablo y Karin Rodríguez) quienes supieron continuar la conducción hasta llevarla a ser una de las más grandes de la historia argentina.

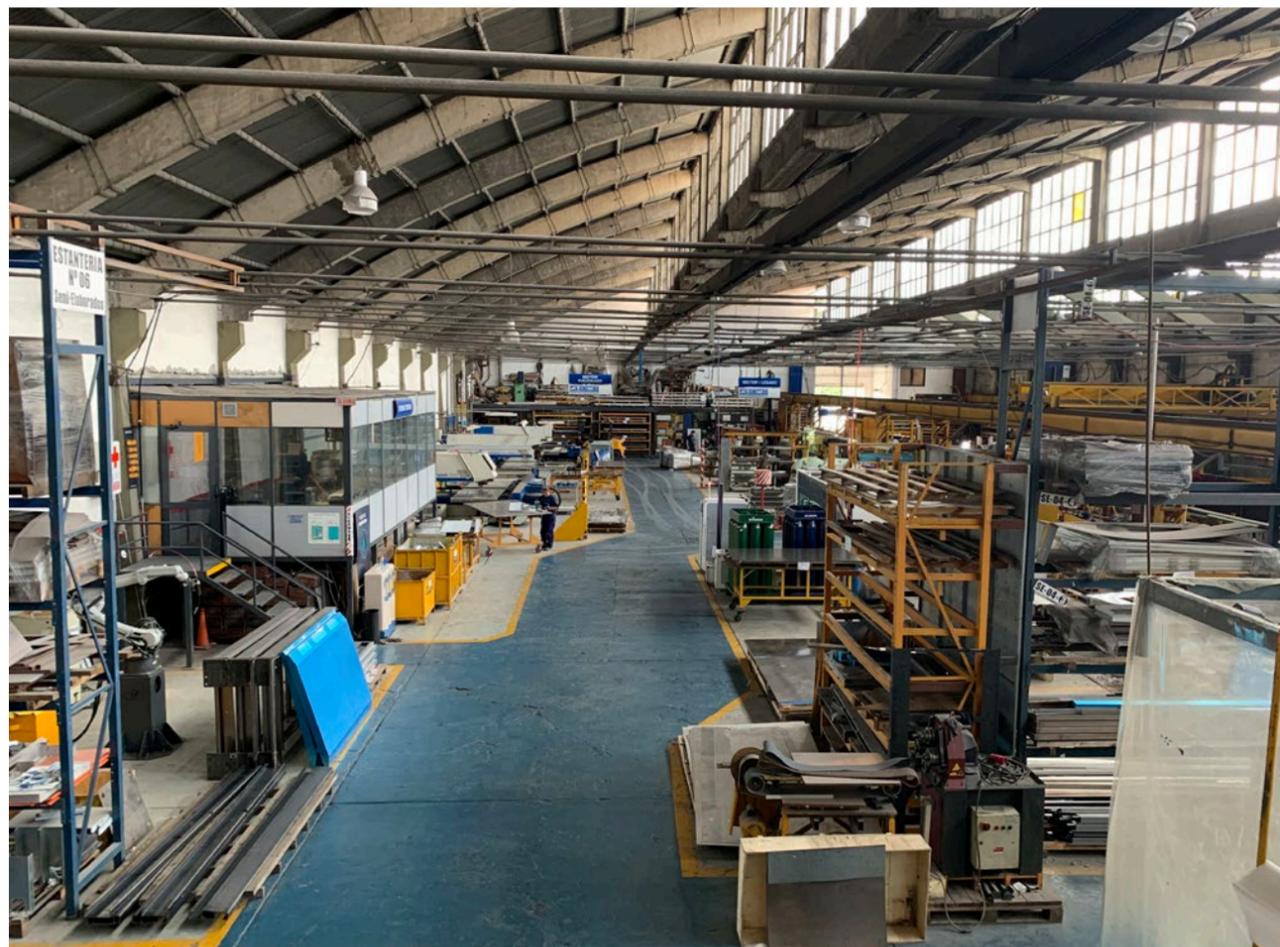
En una entrevista mano a mano con Pablo Rodríguez, repasamos la historia la compañía, cómo lograron expandir sus horizontes y abordar nuevos mercados por fuera de la industria de la comunicación visual hasta llegar a tener la planta de hoy en día, sin perder el espíritu de familia, y el objetivo principal de Signo Plast: la calidad.

¿Cuál fue el primer salto de crecimiento que dio la empresa?

Sucedió a partir de que fui a la exposición de la industria, que fue en San Francisco. Había viajado por primera vez a EE. UU. (Denver) y fui a conocer una empresa que fabricaba carteles que saqué de las páginas amarillas, el dueño de esa compañía iba a ser orador en la NESAs (ISA cuando era solo de alcance nacional), y me sugirió



41
mayo 2020

42
mayo 2020

que vaya. En la Argentina aún estaban cerradas las importaciones y anunciaron su apertura mientras yo estaba allá. Eso lo cambió todo. Me volví de ese viaje con dos valijas de folletos. Hasta ese momento acá no existía la producción industrial de carteles. Fue revelador ver cómo en EE. UU. hacían crecer sus negocios y lo empezamos a implementar. También comenzamos a viajar todos los años y cada vez que íbamos comprábamos máquinas y más máquinas. Ese fue el gran punto de inflexión y comenzamos a crecer sin parar. Invertiendo en tecnología.

¿Qué tipo de tecnología iban adquiriendo?

Además de las exposiciones, empecé a viajar más, fui a Europa, y en cada viaje buscaba empresas de cartelería. En Austria, en Milán, ahí conocí las plegadoras automáticas que ni en la NESA las había visto, pregunté dónde las habían comprado y me las traje. Así empezamos a tener máquinas a control numérico, que ni los plegadores de chapa tenían acá. Fuimos los primeros en traer máquinas de CNC para la

industria, como cortadoras, plotters, entre otras. Siempre estamos unos pasos adelante incorporando maquinarias, es nuestro sello personal.

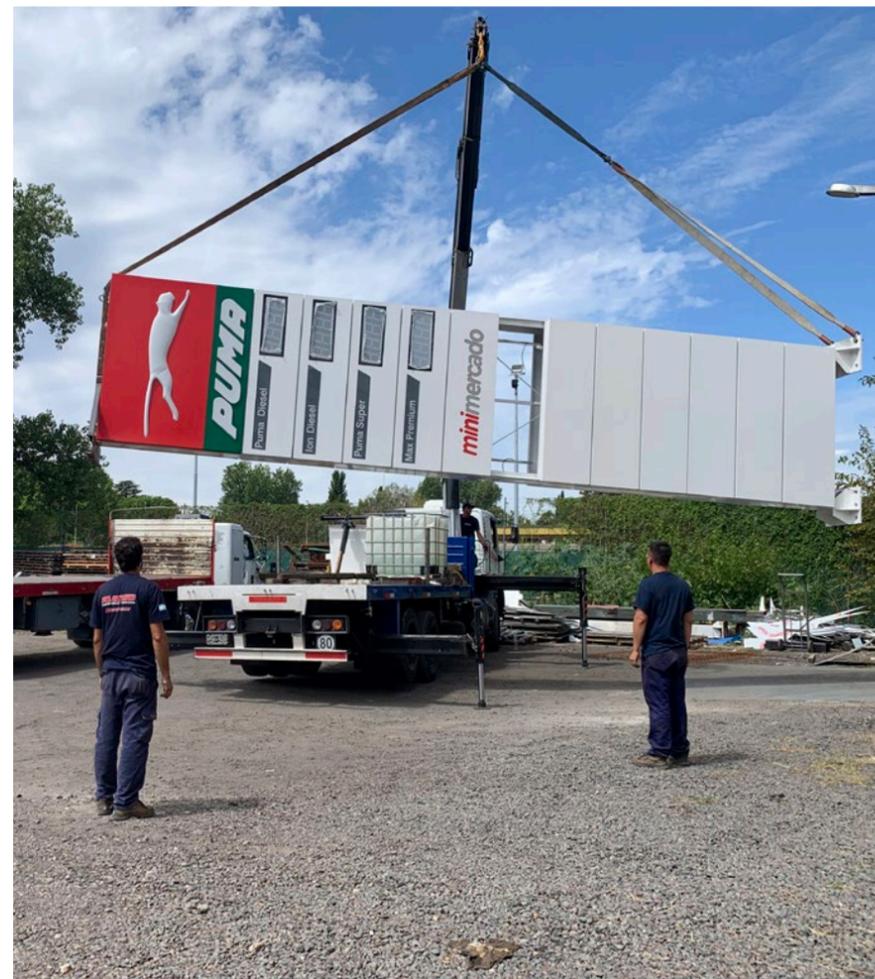
¿Cómo lograron administrar ese crecimiento y expandir el negocio?

Al incorporar tanta maquinaria, siempre estábamos por arriba de lo que la industria de la comunicación visual nos demandaba. Yo estudié Marketing y la clase de canales de distribución me dejó una gran enseñanza: "Aprovechar el canal ya generado (es decir, un cliente ganado), cuando nos conocemos, le vendemos, nos entendemos, y hay confianza, ver qué más se le puede vender". Maximizar esfuerzos. Entonces, si a un cliente mío además de un cartel le puedo vender un cesto de basura, porque

tengo máquinas que pliegan chapas, debo hacerlo. Y eso fue lo que hicimos.

¿Qué productos comenzaron a producir y para qué cliente?

En el 2001, cuando fue la debacle, ya éramos proveedores de YPF, ellos se habían quedado sin catálogo de Serviclub porque todos los productos eran importados. Y con Brenda, mi hermana que es diseñadora, comenzamos a pensar un listado de productos que ellos pudieran ofrecer y nosotros fabricar. Diseñamos portarretratos, porta cd, un set de escritorio, y les encantaron. En tres semanas teníamos tres páginas del catálogo. Era venta segura y con volumen. Las compras eran gigantes. Ahí crecimos en ese rubro. Hasta llegamos a exportar esos productos.

43
mayo 2020

Conocemos los resultados y podemos hacer desarrollos complejos a medida. Y a nivel cartelería, ahora acabamos de hacer todo el aeropuerto en Ezeiza, el 90 por ciento de la obra es nuestra. También hicimos toda la señalización de la torre de YPF de Puerto Madero, y parte del equipamiento mobiliario interno. Tenemos un mix industrial de mucha tecnología. Los rubros en los que podemos trabajar son infinitos.

¿Cómo hacen para tener tan diversificada la producción?

Llegamos a tener más de 2000 órdenes en proceso al mismo tiempo. Por la variedad de elementos que fabricamos tuvimos que incorporar un sistema que lo desarrollamos nosotros mismos durante 15 años. Tenemos una persona encargada de sistemas con quien creamos nuestro propio sistema de gestión integral, desde la contaduría, compras, costos, gestión, etc. está hecho a nuestra medida y a la de nuestros clientes, tardamos 15 años en lograrlo porque muchos ajustes se hicieron en función de necesidades en particular. De esta forma podemos gestionar muchas órdenes al mismo tiempo.

¿Cómo hacen los desarrollos?

Tenemos un equipo compuesto por empleados que se formaron trabajando en las máquinas y que saben cómo funcionan. Luego de muchos años de trabajo aquellos empleados en quienes vi la capacidad de crecer fueron ascendidos a una oficina técnica, y son ellos quienes programan las máquinas. Además del software que sabe cómo se mueve la chapa, hoy desarrollan ellos. También tenemos encargados en cada área técnica: herrería, punzonado, pintura, armado, entre otras. Tenemos un grupo de personas, a quienes llamo el dream team que hace que la planta pueda funcionar.

¿Cómo continuó la empresa luego de este gran salto?

Implementamos el criterio de aprovechar los canales con todos los clientes y en todos los rubros. Hasta que logramos a meternos en algunos nichos que no tienen nada que ver con la fabricación de letreros, gracias a toda la maquinaria que teníamos. Empezamos a hacer los surtidores de GNC para Galileo, chasis de compresores, tableros eléctricos, y así se siguió diversificando la empresa. Con todos esos trabajos logramos mantener el crecimiento constante. Especialmente porque al tener una estructura grande, como todo lo fabricamos inhouse podemos asegurar un nivel de calidad 100 por ciento garantizado.

¿Cuáles son los productos más relevantes que trabajan hoy en día?

Manejamos un nivel de complejidad que no cualquier empresa puede realizar. Tenemos punzonadoras a control numérico desde hace unos 20 años. Esto nos permitió desarrollar el know how de qué hacer con estas máquinas.

SIGNO PLAST EN NÚMEROS

50

años de la empresa

6500

metros cuadrados de planta

15.000

metros cuadrados descubiertos

80

cantidad de empleados

4

socios