

# El mejor vendedor es la recomendación

Visitamos una de las empresas con sostenido crecimiento en el sector de impresión digital gran formato y conversamos con sus Socios Gerentes, Jaime Díaz, Norberto Ranalli y Hugo Pages, y su Gerente Comercial Pablo Juárez. Conocimos sus experiencias y visión del mercado.

El nombre Duckfeet llama la atención ¿Cuál fue el motivo de la elección?

**Jaime Díaz:** Todo fue producto de la causalidad, del azar. Habíamos creado esta empresa, allá por 1982 y no teníamos elegido ningún nombre. Pero necesitábamos ponerle uno, imperiosamente. En una reunión, medio apurados, yo saco un llavero que tenía las patas del Pato Donald, y me pareció gracioso ponerlo en inglés. **Duckfeet** significa precisamente eso: **patas de pato**. Con el tiempo pensamos en cambiarlo, pero nos dimos cuenta que, aunque poco creativo, costaba que entrara en la mente de la gente, cuando lo lograba, era difícil de olvidar. Nos fue gustando y, evidentemente, rindió sus frutos, porque la gente no se confundía, sabía a qué empresa pertenecía.

¿Ustedes son de extracción publicitaria, verdad?

**J. Díaz:** Sí, yo trabajé en Solanas, y cuando esa agencia fue achicándose, comencé a trabajar en una oficina en pre-impresiones. Me costaba mantenerme, no podía crecer, hasta que entra como socio Norberto Ranalli, que también estaba en el negocio publicitario, y ahí pudimos empezar a crecer. Si pienso en cómo comenzamos y en dónde estamos ahora, nos sentimos realmente muy satisfechos.

¿Cómo está hoy el mercado de la fotocromía con respecto a la aparición del CTP?

**Norberto Ranalli:** Nosotros creemos que dentro de un tiempo se va a sentir la irrupción del CTP. Pienso que todavía no hay una cultura de este sistema en el imprentero, prefieren tener la película y copiar su chapa y si hay algún inconveniente la vuelven a copiar. Posiblemente en un par de años la película va a ir desapareciendo.



Dos de los Socios Gerentes de Duckfeet, Jaime Díaz (derecha) y Norberto Ranalli (izquierda) en el momento que eran entrevistados por Revista Letreros.

**J. Díaz:** Los clientes nuestros más importantes se vuelcan la mayoría a la fotocromía.

Nosotros seguimos haciendo cromalines, cuando quizás para muchos sea algo alocado pensar en eso hoy. Sin embargo, en estas últimas dos semanas realizamos gran cantidad. Los cuales son para campañas publicitarias que vienen de agencias para grandes clientes. Clientes que aún no negocian con la digitalización por el tema calidad; todavía prefieren el cromalín.

El año pasado pensamos sacarlo de nuestra oferta de servicios, porque nos ocupa un lugar que necesitamos, pero no podemos, debido a que nuestros clientes importantes lo requieren.

**N. Ranalli:** Yo pienso, sin embargo, que van a pasar aún varios años antes que todo sea digital, porque los insumos son caros, las máquinas que verdaderamen-

te sirven son muy costosas: 180, 200, 250 mil dólares, y hasta hay equipos de 1.250.000 dólares.

Como impresoras digitales que imprime en material flexible de hasta 2 centímetros.

Sin mencionar la marca, diré que sé de una que imprime 900 metros cuadrados por hora de ambos lados, con una calidad muy buena, aunque sin llegar a la calidad del offset.

En Argentina aún no se ha vendido ninguna, sólo una en toda Latinoamérica. En Europa sí. Pienso que aquí aun no existe mercado, ya que son máquinas para pequeñas tiradas y para una producción muy rápida, pero no para empresas que producen impresos a partir de determinada cantidad porque sería antieconómico. Por ello opino que, hasta que no bajen los costos de equipos e insumos, la situación actual va a perdurar, y sobre todo, la imprenta chica va a seguir dependiendo de la película.

#### ¿Cómo llegaron a la compra de un equipo Scitex?

**J. Díaz:** En el 2000 fuimos a Drupa por el CTP y una filmadora grande, pero con buen criterio nos decidimos sólo por la filmadora, no era el momento oportuno para el CTP en el mercado que manejábamos nosotros. Siempre tratamos de ir viendo hacia dónde apunta el mercado. Drupa da una visión real de lo que puede llegar a pasar. Y allí ya vimos que el 70% del negocio era digital. Es así que el año pasado volvimos y tomamos la decisión de comprar el equipo Scitex.

**N. Ranalli:** Quisiera aclarar que, si bien lo que es gran formato arrancó hace un año en Duckfoot, en ploteado comenzamos hace unos 8 años con una Epson 9000, y ahora además tenemos 5 plotters más, y 4 son Epson, equipos realmente excelentes.

Como decía, arrancamos con gigantografías hace años, pero este mercado que ya no es simple ploteado sino comunicación visual, lo vimos como algo muy prometedor, nos asesoramos e ingresamos en él, despacio pero con firmeza.

**J. Díaz:** Es un mercado que sigue creciendo, es uno



El equipo Scitex adquirido a la Empresa Moras en pleno proceso, mientras comentan y observan su desempeño Jaime Díaz, Norberto Ranalli y Pablo Juárez (izq. a der.).

de los que cuenta con mayor proyección a futuro y la pauta podemos apreciarla en la gran cantidad de máquinas vendidas y las que se están vendiendo para un corto plazo.

**Pablo Juárez:** Evidentemente, el mercado de la impresión digital gran formato tiende a seguir expandiéndose y eso es muy bueno, los volúmenes de producción de las empresas crecen; y no es que algunas pierden trabajo porque otras captan mayor volumen, cada una se adecua a su capacidad de producción y el cliente a sus exigencias de tiempos y calidad. Es enorme el avance que tiene mes a mes la impresión digital en gran formato, lo vemos en la impresión de lonas, vinilos, cartelería, rotulación vehicular, banners, etc.

¿El impulso para este crecimiento del sector lo está dando la rotación que existe en las campañas vigentes, y de los productos que se promocionan?

**P. Juárez:** Sí, hay campañas que duran una semana, como para el día de la Madre o del Padre, de todos modos, convengamos que la rotación más común



**INsumos para impresoras solvente e ink-jet**

**Impresoras Solventes**

**Plotter de Corte**



**De Rosario al país.....**

**ORACAL®**  
Un vinilo para cada necesidad

**Insumos para cartelería**

- Linea completa en vinilos ORACAL
- Papel posicionador Poli-Tape
- Termoflock y flex para prendas
- Bandas Perimetrales Reglamentarias **3M**
- Telas (Backlight - Frontlight - Black Out - Banner)
- Serigrafía (PVC en rollos y hojas planchas magneticas)
- P.V.C. Espumado - Foam - Alto Impacto - Corrugado Plastico
- Vinilos para tuning (Efecto 3D - Holograficos - Fibra de Carbono)

**ITALIA 916 - 2000 ROSARIO - (SANTA FE)**  
**TEL./FAX (0341) 4266248 (lineas rotativas)**  
**e-mail: vinylplot@ciudad.com.ar**

## Descripción de trabajos realizados por Duckfeet con la Scitex



**Apreciamos el frente de un local vallado con imágenes de libros anunciando la pronta inauguración de una librería en Galerías Pacífico. Se usaron productos ORACAL.**



**Momento en que la Scitex estaba imprimiendo las lonas para la Campaña de Isenbeck.**

Jaime Díaz, Norberto Ranalli, Hugo Pages y Pablo Juárez comentan algunos de los trabajos realizados en la Scitex, la mayoría de ellos realizados con productos Oracal.

**Galerías Pacífico:** “En el patio de comidas se abría una librería con un frente de 40 metros. Mientras se acondicionaba el local, antes de la apertura, nos solicitaron la realización de 3 espacios: lateral, frente y contralateral con motivos de libros, que anticipaban la presentación. Abarcó 40 x 3 metros y usamos Oracal 3651 que es un muy buen producto, con adhesivo muy confiable y flexible para moldearlo a través de las imperfecciones que pueda tener el durlock sobre el cual se lo aplicó”, nos relató Juárez.

**Cartelería Club San Lorenzo:** “Se trata de un cartel angular formado por tres piezas. El escudo, que tiene 8 x 6 mts. y dos laterales de 1,5 x 10 mts. y de 1,5 x 11 mts., todos con back. Está ubicado en Inclán y Muñiz, Ciudad Autónoma de Bs. As. Está compuesto por paños -nos aclara Ranalli- luego soldados. Si bien el ancho máximo de la máquina es de 3,20 mts., nunca se imprimen en ese ancho cuando se tiene que hacer un paño grande de front o back, por el costo, ya que la lona de 3,20 es mucho más cara que la de 1,5 e inclusive la de 2,5. Si bien en back se trata de hacer un solo paño, en front panelizar es lo más conveniente, especialmente cuando son carteles grandes que exceden la dimensión de nuestra máquina. Se trata de panelizar todo, tenemos una soldadora por temperatura y presión; con ella unimos todos los paños. Luego de la impresión se van sacando los paños, se acomodan, se sueldan y quedan perfectos”, comentó Ranalli.

**Isenbeck y Wasteiner:** “Para estas dos cervezas trabajamos rotulación vehicular y cambio de lonas en locales”, culminando la mención de trabajos Jaime Díaz y Hugo Pages.

oscila entre los 30 y los 90 días, que para el mercado argentino, es rápida.

**J. Díaz:** También hay que tener en cuenta los montos que se manejan. Sustratos como la lona tiene hoy un bajo costo, que sumado a la rapidez, calidad, imagen y durabilidad brindada por los sistemas de impresión, se logra un producto final de rendimiento ideal.

Se popularizó la lona, queda bien y se puede cambiar fácilmente, y además de los grandes centros comerciales hoy la utilizan un almacén, una carnicería, una iglesia, porque los números son accesibles. Se diseña y está disponible en un par de días.

**P. Juárez:** Realmente, sustratos como la lona y otros más, dependiendo del uso y aplicación, tiene muchos puntos a favor mediante la impresión digital.

**¿Cómo trabajan en Duckfeet el material que reciben del cliente?**

**Hugo Pages:** Ante todo quiero aclarar que trabaja-

mos con tintas originales siempre, y además se realiza el retoque, de ser necesario, de todas las fotos. No hay archivo que ingrese y no sea chequeado y retocado, para que los perfiles nuestros den una imagen óptima. La función de los operadores de nuestros equipos es precisamente esa, lograr máxima calidad. **J. Díaz:** El hecho de que colegas nuestros nos traigan trabajos para que nosotros se los imprimamos da una pauta del servicio que brindamos. Esta es una empresa, donde cada uno se hace cargo de lo que le corresponde, eso lo respetamos.

De hecho, Ranalli y yo, que trabajamos muchos años en agencias de publicidad, tuvimos la escuela de la perfección. Por eso, quien trae a Duckfeet un buen original, tendrá la certeza que la calidad será igual o mejor. Y si hay un problema, se lo vamos a informar y solucionar en la medida de lo posible. Hay clientes que creen que pueden imprimir cualquier imagen que traen. Nosotros nos tomamos el tiempo



de asesorarlos respecto si la imagen le sirve o le traerá problemas. Hay que dedicarles atención, eso nos abre puertas, ya que un cliente trae a otro. Nos formamos así, y nos satisface más que un cliente quede conforme con el trabajo realizado.

**P. Juárez:** Nosotros trabajamos con un valor agregado que no todos dan hoy: queremos que el cliente sepa comprar, que no se engegezca con un solo producto o precio. Cada uno de los integrantes del staff de la empresa somos profesionales que trabajamos aplicando ese esquema para que cuando el cliente se lleve la lona, el vinilo, el vehiculo rotulado, todo haya salido 10 puntos no 9 u 8. Esto da tranquilidad al cliente y eso pasa de boca en boca, y es un hecho muy fuerte que nos trae excelentes resultados. Aquí ya hace mucho tiempo que vemos en la recomendación a nuestro mejor vendedor.

**J. Díaz:** Hoy, nuestro esfuerzo, está en instalar el mejor equipamiento, somos conscientes que por más que nos vaya bien no nos podemos quedar con lo que tenemos. Todo cambia, y si no se acepta esa realidad quedamos fuera del mercado. Apostamos al cambio también porque hoy el mundo es digital. Lo vimos en Drupa.

A veces, a los viejos pre-impresores eso nos cuesta, pero es el mundo real, y negarlo sería necio. Ese es el futuro y lo vamos entendiendo poco a poco; ade-



**Personal técnico de Duckfeet en plena tarea de soldado de una gigantografía.**

más, los jóvenes de nuestro equipo nos ayudan a ver las cosas, ya que a veces uno cree que se las sabe todas.

De los jóvenes depende en gran medida que lo nuestro avance, nosotros estamos para apuntalarlos y respaldarlos, ya que la sangre joven es la que nos va a llevar adelante. Creemos, en síntesis, que el empuje de la juventud y el paso firme de la experiencia es la combinación ideal para la consolidación actual y la concreción de proyectos futuros. ■



**TARBEL**  
IMPORTACION \* EXPORTACION



**ARLON**

2005

**TARBEL  
ARLON**



**TARBEL**  
**Entregas**

Entrega rápida en Capital y gran Buenos Aires

4543 0443

Vinilos / Plotters / Posicionadores / Placas Rígidas / Magnéticos







www.tarbel.com.ar

Buenos Aires - Argentina	Montevideo - Uruguay
Av. Balbín 3668 ( Capital )	Gral Pagola 2052
Tel/Fax: (54-11) 4543 0443	Tel/Fax: (598-2) 409 4785
e-mail: ventas@tarbel.com.ar	e-mail: tarbel@adinet.com.uy