

70 años de una empresa líder

proveedora en equipamiento e insumos gráficos

Fundada en 1936 por el Sr. Martín Cava, hoy, con 70 años ininterrumpidos de presencia en el mercado gráfico marca una trayectoria de honestidad, seriedad y compromiso permanente con el sector. Su Presidente actual e hijo del fundador, Arq. Daniel Cava, nos brinda una reseña pormenorizada de la empresa y se explaya sobre el momento que vive el rubro de la Comunicación Visual, que por su experiencia en el área gráfica, vale la pena evaluar.

Por Alberto Gómez

Introducción

Martín Cava S.A. fue fundada en 1936, y hoy, 70 años después, nos encontramos con una empresa vigente y vigorosa en un mercado altamente competitivo y pleno de cambios que hacen que quienes se encuentran al frente de la empresa estén muy atentos a ello.

Al comienzo, la actividad principal de la empresa sólo consistía en la comercialización de equipamiento e insumos gráficos para offset pero por el constante crecimiento del mercado gráfico, ha incorporado las divisiones de Papeles, Flexografía y Comunicación Visual, permitiéndole alcanzar así, la posición de liderazgo que actualmente posee.



Frente de la empresa en la calle Mom, en Capital Federal.

Daniel, ¿qué puede decir de los 70 años que cumple su empresa?

Puedo decir que en todo el transcurso de estos años siempre hemos estado en la búsqueda permanente para dar respuestas satisfactorias al sector que más

conocemos, la gráfica.

Por eso, ofrecemos al rubro los mejores productos logrando representaciones de las más afamadas marcas, y constituyéndonos en representantes y distribuidores confiables para las mismas. Internamente hemos formado y seguimos formando equipos de gente que asesoran y satisfacen los requerimientos y necesidades de nuestros numerosos clientes.

Analizando los desafíos actuales ¿a qué dan hoy mayor importancia?

Analizando los desafíos que la actualidad nos impone, desde hace unos años desarrollamos una constante campaña de capacitación, no sólo para nuestro personal, también la hacemos extensiva a todos nuestros clientes. Los temas de la capacitación son variados y pertenecen a productos que comercializamos para nuestras cuatro divisiones: Offset, Flexografía, Papeles Especiales y Comunicación Visual.

¿Cómo se compatibiliza lo que uno dice con lo que la empresa hace?

Una de las cosas que podemos afirmar como rutina de esta empresa, es que ahora, y lo fue desde el inicio de Martín Cava S.A., permanentemente buscamos nuevas alternativas de avanzada tecnología y altos



Daniel Cava, presidente de la empresa, junto a su hija Fernanda, miembro del Directorio.

estándares de calidad. Eso lo fuimos logrando por nuestra permanente presencia en ferias nacionales e internacionales, donde ganamos el respeto de muchas empresas proveedoras y también una perdu-

en gigantografías, sigue sumando...

+

+

+

+

jet i

Puede ver nuestra JETi imprimiendo en: expo sign & serigrafía

=

**MAS CALIDAD
MAYOR PRODUCCION
MEJOR SERVICIO**

DESDE ROSARIO,
EL MEJOR SERVICIO
EXCLUSIVO PARA EL GREMIO !

LA CALIDAD EN GRAFICA DIGITAL

Pte. Roca 1823 - S20006AC Rosario
Tel.: 0341 4856315 (rotativas) - e.mail.: xlventas@arnet.com.ar

Martín Cava S.A. suma 6500 m²

Nos dice Daniel Cava, “Hoy el cliente necesita los insumos para ayer, por eso nosotros al Servicio de Entrega le damos fundamental importancia. En la empresa contamos con un servicio mixto de distribución con 4 unidades propias y 4 contratadas, y eventualmente si la demanda lo requiere recurrimos al servicio de flete, esto mayormente cuando son entregas de varias toneladas de papel. Y para nosotros es importante el orden y capacidad de stock.

Es por eso que hemos comprado en la zona de Parque Patricios un predio de 6500 m² y muy pronto estará funcionando el **Centro de Distribución de Martín Cava S.A.**

Un lugar equidistante de las distintas zonas de Capital Federal y con la real posibilidad de acceder a todas las vías de salida para rápidamente llegar al Gran Buenos Aires.

En dicho centro de distribución contamos con una amplia playa de estacionamiento y delimitada para una mejor operatividad con un sector de recepción y otro de entregas.

Esta importante inversión cumple con todos los requisitos y normas de seguridad y posee sofisticados requerimientos de protección contra incendios con zonas delimitadas. Con ello vamos a estar mucho más holgados en espacio, ya que entre las dos plantas sumamos una superficie total de 11000 m² lo cual nos brinda óptimas posibilidades de operatividad.

En la planta actual de la calle Mom que consta de de 4500 m² quedarán las oficinas de Administración, la División de Comunicación Visual y la de Papeles Finos, mientras que a Parque Patricios se trasladará todos los demás sectores de Martín Cava S.A.”



rable amistad fruto de nuestro estilo y forma de ser. Podemos decir que proveedores amigos nos han ayudado en el importante desarrollo que hemos venido sosteniendo. Estos proveedores amigos nos fueron recomendando a otros, y así mantuvimos un crecimiento de nuestra línea de productos. Nuestra captación de amigos no se limita a proveedores, nuestros clientes también nos lo hacen sentir demostrando permanente reconocimiento a nuestra empresa y gratitud por la atención que les ofrecemos.

¿Imagino que ello va acompañado de una relación comercial de interés mutuo?

Para nosotros la relación social es fundamental y forma parte del buen trato con proveedores y clientes.

Por supuesto que acompañamos esta filosofía con elementos que sirvan a nuestros clientes. Independientemente de que comercializamos excelentes productos a precios competitivos, buscamos cambios y mejoras tecnológicas.

Pero la amistad es la piedra fundamental que puso mi padre, y tanto mi generación como la que está llegando ahora, sienten este valor como premisa fundamental.

En forma reciente se volcaron al Sector de la Comunicación Visual, ¿por qué?

Somos parte de la industria gráfica, obviamente teníamos que ser parte de la Comunicación Visual. Considero que es un mercado nuevo con muchas posibilidades de innovar en el uso de distintos materiales, en la creación y en el diseño.

Para nosotros, esta división está en pleno y permanente crecimiento.

Nuestra mentalidad responde a la filosofía de la empresa: comercializar productos de alta calidad...a pesar de que hoy, el mercado está demandando, creo yo en forma equivocada, materiales de bajo precio que por supuesto se refleja en su performance, en ello hago referencia a una gran parte de los productos de la línea oriental

¿Cómo reaccionan Uds. a esto?

Reconozco que hay una dicotomía importante en la oferta de insumos, pero creo que en poco tiempo se va a revertir y el uso de productos de alta calidad recuperará el lugar que en realidad debería tener. Existen empresas muy profesionales en el sector de la Comunicación Visual que tendrán en cuenta este concepto y hará que se diferencien notablemente de

las otras. Con mi reciente experiencia en el sector, pero amplia en la gráfica, veo que falta realizar un verdadero y profundo estudio de mercado de la C.V. que muestre la realidad del mismo. Esta falta de conocimiento, estimo genera disturbios considerables en los precios y calidad final del impreso. Opino que cada uno de los partícipes de este mercado, sean proveedores de equipos y/o insumos o quienes prestan servicios, sin exceptuar a quienes contratan, todos debemos reflexionar y tomar conciencia de qué es lo que estamos haciendo y sus consecuencias.

¿Su experiencia en offset qué le indica comparándola con Comunicación Visual?

Buena pregunta y que me ayuda a responderme. En offset la experiencia vivida me indica que cada impresor se dedicaba a lo suyo, estaba el que imprimía cartón, el que imprimía revistas y el que imprimía trabajos comerciales de calidad, hoy casi todos están en condiciones de hacer todo. El impresor offset tiene que darle al cliente todo en un mismo lugar, ya que la política de conservación del cliente así lo indica. Para eso tiene que tener toda la infraestructura y tecnología instalada, pero también la capacitación adecuada.

Casualmente en nuestra empresa estamos estudiando el tema, apreciamos que por la falta de capacita-



Daniel Cava, de dilatada experiencia en gráfica, opina que en el sector de la Comunicación Visual falta realizar un verdadero y profundo estudio, y evaluar al mismo.

ción, empresas que poseen la tecnología adecuada fallan en los procesos de calidad, y parte de ello sucede por una marcada deficiencia en lo que es el



www.todoleds.com

ILUMINACION INTELIGENTE

16,7 millones de colores

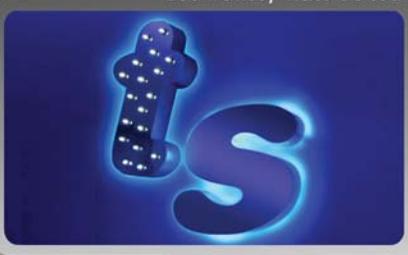
Ahorro del 90% de consumo

Vida útil mayor a 80.000 hs.

Libre mantenimiento

**Alte. F. Seguí 2469
(C1416BYA)
Bs. As. - Argentina
Tel: +54 (11) 4585-4313**

Led Punto/ Halo de led



Letras corpóreas Backlight



Letras corpóreas Backlight



Señalética intrailuminada



info@todoleds.com



Dos sectores de la recepción e ingreso al show room de productos.



Martín Cava S.A. - Management

- Daniel Rubén Cava** - Presidente
- Graciela Beatriz Cava** - Vicepresidente
- María Fernanda Cava** - Directora
- Nicolás Martín Cava** - Director
- María Paz Saumench** - Directora
- José Ignacio Saumench** - Director
- Daniel Gallo** - Gerente Técnico
- Silvana Castelani** - Gte. División Comunicación Visual
- Norberto Hugo Díaz** - Gerente Administrativo



Daniel Cava estima que en C.V. se volverá a priorizar la calidad, en insumos y tecnologías de equipos que la garanticen.

manejo del color, esto pasa porque el operario necesita más capacitación. Hoy existen determinados instrumentos que no son caros y con facilidades para la compra, que ayudan de manera precisa a obtener los colores que corresponden a un trabajo.

¿Por qué los empresarios son reticentes a adquirirlos?

No diría reticentes, creo que en muchos aspectos a las empresas les cuesta cambiar, a veces hacen una gran inversión en un equipo y no adquieren un mínimo accesorio indispensable para que dicho equipo brinde el rendimiento que puede dar. Y están aquellas que con determinada tecnología piensan lograr lo que sólo con una gran inversión podrían hacer.

¿Es excesiva la oferta de servicios de impresión?

Veo y palpo día a día que el sector padece una sobreoferta de servicios de impresión que lleva al mercado a ofrecer precio y no calidad, es aquí donde se nivela al sector con precios cada vez más bajos, y cabría hacerse la siguiente pregunta, ¿qué pasa con los materiales que se usan y la calidad final del trabajo?

¿Y esto cómo se arregla?, porque quizás muchos no lo comprendan.

No tengo duda que la solución final va estar dada por todos aquellos usuarios finales que dan movimiento al sector, el tiempo y los resultados experimentados van a ir despejando el panorama y sin pensar mucho, se volverá a priorizar la calidad de procesos y de material.

El sector lentamente y en vista de los resultados, poco a poco va a ir buscando el nivel de equilibrio entre precio y calidad. ■