



Gramagraf impulsa el negocio
y mejora la rentabilidad con la
ayuda de Canon.

Gramagraf

Graphic Arts

Canon

Gramagraf impulsa el negocio y mejora la rentabilidad con la ayuda de Canon.

Las rachas de dificultades económicas no son nada nuevo para Gramagraf, un proveedor de servicios de impresión con sede en Badalona (Barcelona). Nació en un momento de adversidad (la cooperativa fue fundada en 1985 por los empleados de una empresa en quiebra), pero el año pasado celebró su 25.º aniversario con ventas de más de cuatro millones de euros, gracias a una clientela que cuenta con nombres muy conocidos.

Víctor Castaño, el director comercial de Gramagraf, tiene una visión optimista del futuro: «Aunque el mercado español se encuentre en un momento difícil, nuestro negocio está creciendo». Sin embargo, admite que hace unos años las perspectivas eran más dudosas, pues estaba claro que el modelo de negocio que había seguido Gramagraf durante más de dos decenios, basado en la impresión offset, ya no estaba a la altura de las exigencias de los clientes. «Teníamos que asumir que, además de buscar calidad, los clientes exigían tiradas más cortas y plazos más breves, y estaban dispuestos a pagar por este servicio. Pero no podíamos ofrecer todas estas ventajas solo con la impresión offset. Es más, detectamos oportunidades de negocio en campos como la impresión de datos variables y la producción de libros a la carta, pero no teníamos las máquinas necesarias para aprovecharlas».

Transformación empresarial

En poco más de dos años, Gramagraf (con la ayuda del equipo español de Canon) se ha convertido en un proveedor de servicio completo que ofrece a los departamentos de marketing de las empresas, a las agencias publicitarias y editoriales servicios de impresión digital y offset (incluso de gran formato), acabado y entrega. Castaño comenta: «Hoy día, ser competitivo, significa poder ofrecer todas las soluciones gráficas que requiere el mercado. Ahora somos capaces de hacer campañas de marketing completas con productos muy diversos como impresos que incluyen datos

variables, vinilos, cartelería de gran formato, estructuras, comunicación visual, revistas de grapa, etc. Además mantenemos nuestros clientes editoriales a los que ahora podemos ofrecer además de los grandes tirajes, producciones bajo demanda para que puedan regular mejor sus stocks».

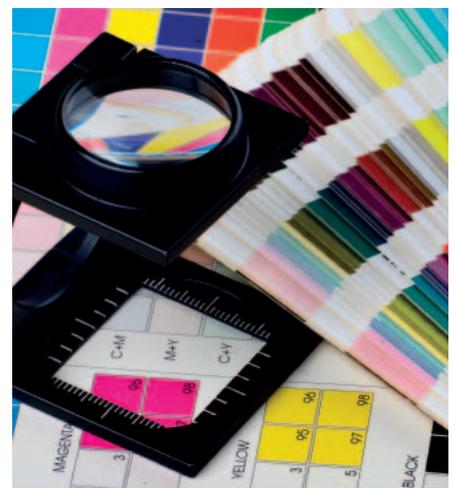
La transición de Gramagraf a la impresión digital empezó en el verano de 2009, con la adquisición de una prensa imagePRESS C7000VP una imagePRESS C1+ y una impresora de gran formato imagePROGRAF IP59000S de Canon. Más tarde, la empresa instaló también una segunda imagePRESS C7000VP con el software de datos variables PrintShop Mail de Objectif Lune, y, en agosto de 2011, una impresora plana UV de gran formato Océ Arizona. Pero Castaño insiste en que el éxito de la empresa no se debe solo a la maquinaria: «Que quede claro que las impresoras de Canon y Océ son excelentes, pero lo que de verdad ha sido determinante para lograr buenos resultados ha sido la colaboración con Canon. Además de ayudarnos a detectar oportunidades de negocio, **Canon nos ha permitido acceder a la tecnología necesaria para aprovecharlas. Por ejemplo, nos mostró las posibilidades que brindaba la impresión en soportes rígidos para el sector del comercio al por menor y, a continuación, nos sugirió el hardware adecuado:** la impresora Océ Arizona».

Ventaja adicional

Cuando Gramagraf empezó a estudiar el mercado, enseguida quedó claro que Canon ofrecía una ventaja adicional. En primer lugar, la empresa seleccionó a cinco proveedores y realizó una impresión de prueba con tres de ellos. Las máquinas de Canon se podían usar con la gama de soportes más amplia y ofrecían los resultados más homogéneos en las distintas tiradas, pero para Víctor Castaño y las demás personas que intervinieron en la decisión de compra, el factor clave fue el asesoramiento que ofrecía Canon sin coste adicional. «A diferencia de los demás proveedores, que solo hablaban del hardware,

Canon se concentraba en el desarrollo del negocio más a largo plazo y ha establecido una relación de colaboración con nosotros que, desde entonces, no ha dejado de crecer».

Para demostrar cómo se concreta esta estrecha relación en la práctica, Víctor Castaño explica cómo les ayudó Canon a descubrir qué necesitaba exactamente la clientela: por ejemplo, los directivos de Gramagraf contaron con la presencia de asesores de Canon en las visitas a los clientes más importantes. Gracias a estas reuniones, los directivos de Gramagraf no solo confirmaron sus sospechas (que estaban dejando pasar nuevas oportunidades de negocio muy rentables por el hecho de ofrecer únicamente impresiones offset), sino que también descubrieron que esas oportunidades eran más interesantes de lo que imaginaban. «Llegamos a la conclusión de que estábamos pasando por alto gran parte del mercado: solo satisfacíamos aproximadamente el 5 % de las necesidades de servicios gráficos que tenían nuestros clientes. Por ejemplo, algunos de ellos son grandes cadenas de comercio al por menor, y sus campañas de marketing abarcan desde tiradas de 100 000 folletos hasta una sola versión de un expositor personalizado para puntos de venta, impreso en UV con la impresora de gran formato Océ Arizona».





En palabras de Víctor Castaño: «**Al añadir la impresión digital a la producción offset que ya ofrecíamos, logramos la flexibilidad necesaria para aprovechar las ventajas de ambos servicios.** Por ejemplo, si un cliente quiere 200 copias de una revista de 96 páginas, podemos recurrir a la impresión digital, lo que supone un ahorro de tiempo y dinero. La prensa imagePRESS ofrece una calidad equivalente a la de la impresión offset, así que los clientes quedan totalmente satisfechos».

El tipo de clientes de Gramagraf y el tipo de encargos que reciben han cambiado mucho desde el año 2009. Hasta entonces, la empresa trabajaba principalmente para editoriales e imprimía libros y revistas. En cambio, ahora la mayoría de los clientes son agencias publicitarias y empresas de distribución que quieren dejar sus campañas de marketing en manos de un solo proveedor.

Gramagraf calcula que entre un 35 y un 40 % de su facturación ahora procede de clientes nuevos con encargos nuevos que la empresa no habría podido asumir si hubiera seguido ofreciendo únicamente servicios offset. Víctor Castaño señala: «Ahora trabajamos con clientes muy exigentes en cuanto a la calidad y los plazos de entrega, pero como valoran más estos aspectos que el precio, la rentabilidad ha mejorado. En consecuencia, podemos volver a invertir en el negocio, así que salimos ganando en todos los sentidos».

En cuanto a los planes de la empresa para el futuro, dice que hay algo de lo que no cabe duda: la colaboración con Canon continuará. «La experiencia ha demostrado que no nos equivocamos con nuestra primera impresión sobre Canon. La relación con esta casa será duradera, y siempre nos dirigiremos a ella en primer lugar para toda inversión que hagamos en el futuro».

«Teníamos que asumir que, además de buscar calidad, los clientes exigían tiradas más cortas y plazos más breves, y estaban dispuestos a pagar por este servicio.»

«A diferencia de los demás proveedores, que solo hablaban del hardware, Canon se concentraba en el desarrollo del negocio más a largo plazo y ha establecido una relación de colaboración con nosotros que, desde entonces, no ha dejado de crecer.»»

Victor Castaño
Director Comercial

Canon

Canon Europe Ltd

3 The Square
Stockley Park
Uxbridge
Middlesex
United Kingdom
UB11 1ET
Tel: +44 208 588 8000
Fax: +44 208 588 8001
www.canon-europe.com

Canon España

Avenida de Europa, 6
28108
Madrid
Tel: 915384500
Fax: 915640117
www.canon.es