

ARTES GRÁFICAS

OCÉ-ESPAÑA, S.A.

Océ mostrará en FESPA 2012 soluciones para iniciar o potenciar un negocio de cartelería y rotulación



Bajo el lema "Connecting the dots", Océ presentará en la próxima edición de FESPA 2012 soluciones para iniciar o potenciar un negocio de cartelería y rotulación. El visitante también podrá descubrir en este salón nuevas áreas de crecimiento, como son las aplicaciones industriales o la impresión de especialidades.

Casimir Alonso, Consejero Delegado de Océ-España, S.A.

¿Cómo inicia Océ este ejercicio 2012?

Océ comienza 2012 con una apuesta por el crecimiento y el sector de la industria gráfica en España. Nuestra participación en FESPA 2012 es una buena muestra de esta apuesta estratégica. Océ tiene una destacada presencia en el segmento de artes gráficas e impresión digital desde su creación, hace ya más de 130 años. Nuestros sistemas de impresión abarcan soluciones específicas para todos los ramos: oficina, oficina técnica (arquitectura, construcción, ingeniería), proveedores de servicios de impresión, artes gráficas, cartelería y rotulación, servicios de reprografía (internos o externalizados), etc. Asimismo, ofrecemos una amplia gama de soluciones y servicios que incluyen impresoras, copiadoras, escáneres, software, consumibles y servicios como los de externalización, mantenimiento, consultoría e, incluso, financiación.



Francisco Calvache, Director de las divisiones de Gran Formato (Océ Wide Format Printing Systems) e Impresión Documental (Océ Document Printing)

¿Qué motivaciones les han llevado a estar presentes en FESPA 2012?

Océ es uno de los proveedores líderes a nivel mundial en el segmento de la impresión en gran formato en general y en el de sistemas de cartelería (Océ Display Graphics) en particular. Por tanto, Océ no podía faltar a FESPA 2012, feria internacional de soluciones de impresión digital que se celebra por primera vez en España. Durante este evento, Océ mostrará sus últimas novedades tecnológicas en impresión en gran formato para el segmento de la cartelería, la rotulación y la serigrafía.



Algunos ejemplos de estas impresiones de especialidades que Océ dará a conocer en FESPA 2012 son la impresión plana UV, impresión sobre soportes flexibles, impresión instantánea de pósteres, sistemas de acabado, consumibles y software de gestión de flujo de trabajo, todo ello bajo la sabiduría y experiencia de los profesionales de Océ.

La zona expositiva estará organizada en siete áreas temáticas: impresión plana UV, impresión sobre soportes flexibles, impresión instantánea de pósteres, soluciones de acabado, consumibles, gestión del flujo de trabajo y, finalmente, un área de expertos donde el visitante podrá descubrir las mejores aplicaciones y experiencias de los clientes de Océ a nivel mundial.

Océ es uno de los proveedores líderes a nivel mundial en el segmento de la impresión en gran formato



Océ-España, S.A.
www.oce.es

Entrevista: Mariano Estéfani, Director General de MURO

“La innovación está en nuestro ADN”

Vivimos un momento especialmente trascendental por los cambios cualitativos que están sucediendo en el sector del marketing directo y las artes gráficas. Dentro de él, MURO Y SERCROM han evolucionado asumiéndolos, con capacidad para dar respuesta a los nuevos retos que el cliente plantea. Hablamos de ello con su director general.

Evolucionar o evolucionar. No hay otra opción...

● Efectivamente, aunque debo decir que MURO nació para cambiar desde el primer día. Prueba de ello es que con solo un año de trayectoria ya decidimos dar un giro de casi 360° para especializarnos en nuevos productos y tecnologías. Estudiamos los mercados que en ese momento marcaban tendencia en el marketing y nos desplazamos a Alemania, Inglaterra y Estados Unidos, visitando fábricas de todo tipo. Resultado: a principios de los 90 incorporamos las primeras máquinas de personalizar, numerar, engomar, confeccionar tarjetas para sorteos, mailing... a nuestra compañía.

¿Han parado para tomar oxígeno o la evolución ha seguido?

● Pues, en honor a la verdad, debo decir que desde septiembre de 1991 hasta esta crisis bestial que estamos viviendo no hemos parado de invertir ni de evolucionar un solo minuto. Durante años exportamos a Inglaterra tantos millones de encartes de todo tipo que aún pienso que la única posibilidad de repartirlos era desde avionetas. Todo ello nos permitió y nos obli-



“Hoy también hablamos a nuestros clientes de: Aplicaciones, Contenidos, Gestión de Canal, Optimización Social Ads,...”

gó a tejer un concepto de empresa en el que la innovación forma parte de nuestro ADN.

¿En qué productos y servicios se plasma esa innovación?

● Por ejemplo en nuestro producto estrella desde hace muchos años: los cupones regalo. Doce-

nas de clientes nos confían la producción y el control de dichos cupones, que se calcula ahorran al consumidor unos 25 millones de euros año. También en servicios de marketing directo (segmentación y personalización variable negro o color, tarjetas inteligentes, one-piece Mailer, complets, ensobrados...); de marketing promocional (numerados y personalizados, aplicación de sampling, sobres y cupones respuesta, aplicación de tintas especiales, PopUps...); en documentos de gestión y de seguridad, en tarjetas integradas y en depósitos en Correos y Unipost.

Una gran variedad de productos. Tendrán una importante red comercial, ¿no?

● Como consecuencia de la variedad y complejidad de productos que ofrecemos al cliente,

te, y ante la necesidad de darlos a conocer más allá del ámbito gráfico, se creó la empresa SERCROM. Esta empresa, que empezó siendo nuestra red comercial para llegar a nuevos mercados, es hoy la encargada de adentrarnos en las nuevas formas de presentar nuestros productos, de seguir comunicando.

¿Nuevas formas de comunicarse, más originales?

● Sí. Hace ya años que rompimos las limitaciones que imponían el papel y las tintas para dar paso a la originalidad y a los nuevos diseños. Siempre hemos pretendido que nuestros clientes pudieran tener, a través de nuestros productos, un mayor impacto en las ventas. Pues bien, ahora esa originalidad de productos hay que presentarla también a través de las nuevas formas de comunicarse. Eso no significa que hayamos abandonado nuestras especializaciones sino que hemos ampliado nuestro portfolio para atender al cliente también en el marco de la gestión de fuentes de información, de aplicaciones, de contenidos, de gestión canal y de optimización Social Ads. Esta etapa no la queremos abordar solos. Es necesario aunar esfuerzos y recursos para sacar adelante proyectos. En este sentido, apuntar que desde hace meses varias empresas estamos trabajando muy seriamente en estos proyectos. Hasta aquí puedo leer...



MÁS INFORMACIÓN
Tel. 913 920 920
www.sercrom.com