

# etiquetas y etiquetado

## ENTREVISTA A CHRIS VEROS, DIRECTOR COMERCIAL DE FUJIFILM SERICOL ESPAÑA



“Nuestra mejor baza es el servicio al cliente”

Francisco Montoro

*Con instalaciones centrales en nuestro país en Sant Joan Despí (Barcelona) y delegaciones en Madrid, Sevilla, Alicante, San Sebastián y agentes en Portugal, Fujifilm Sericol España es uno de los principales proveedores de tintas del mercado nacional. De la mano de Chris Veros, director comercial para España y Portugal, realizamos un recorrido por la actualidad de la compañía.*

**INFOPACK:** Para empezar, ¿cuál es la gama de productos y qué tipo de servicios ofrece Fujifilm Sericol España?

**Chris Veros:** En primer lugar, Sericol siempre se ha caracterizado por tener un paquete de productos de la más alta calidad. Por paquete me refiero al conjunto de aspectos que comprende el suministro del producto: las tintas, la disponibilidad de stocks, el servicio técnico, el suministro de colores especiales, el asesoramiento y la formación profesional.

Entrando en los componentes de nuestra oferta, encontramos que nuestras tintas, denominadas UVivid, es una gama que tiene tres vertientes: la tinta JD, ultravioleta para flexografía; la RN, que es para serigrafía rotativa; y la CN, que está focalizada a la serigrafía plana.

La tinta JD, que es la que más crecimiento está teniendo desde que nos hemos introducido en la flexografía, ofrece una fina molienda de los pigmentos, lo que proporciona colores muy intensos y permite utilizar aniloxes de más baja aportación, con el consiguiente ahorro de consumo de tinta. La gama comprende colores planos y metalizados bajo el código FL. Hay que destacar que esta gama está homologada por Pantone, para la formulación de colores especiales, los cuales han sido formulados con tintas de flexografía.

Por su parte, la RN es una tinta rotativa en la que tenemos los blancos y las gamas plana y de cuatricomía, también homologada por Pantone. Esto también

sucede con la gama CN, que es para etiquetas impresas en máquinas de serigrafía plana.

Aparte de las tintas, Fujifilm Sericol proporciona una amplia gama de adhesivos para estampación en frío y en caliente, así como barnices.

También me gustaría recalcar que, como parte del producto, ofrecemos un sistema para hacer colores Pantone. Se trata de una báscula inteligente que es capaz de realizar cualquier color en cuestión de minutos. Generalmente, con nuestras tintas, un Pantone se hace con cuatro colores.

**IP:** Esto supone una gran ayuda para las empresas gráficas.

**CV:** Efectivamente, es un avance que, por ejemplo a las empresas de impresión de etiquetas, les facilita mucho el trabajo y evita muchos problemas, ya que no tienen que depender en exclusiva del colorista. Simplemente se debe manejar una báscula, que es muy simple y que te guía paso a paso. La báscula es una herramienta ideal para gestionar stocks, mantener las estanterías lo más vacías posibles de colores especiales sobrantes y, al mismo tiempo, otorga una gran autonomía y sencillez, puesto que permite hacer el color cuando quieres, en la cantidad que quieres y sin tener que estar perdiendo tiempo y material haciendo el color a ojo.

Otro servicio sobre el que me gustaría poner el acento es en el hecho de que en nuestras instalaciones también realizamos colores especiales para la compañía que así lo necesite. Cuando sale el color de aquí, ya sale probado para que pueda entrar directamente en máquina, sin necesidad de ajustes, lo que ahorra material y tiempo.

**IF:** Ha mencionado que, de entre las tintas UVivid, la que más está creciendo es la gama flexográfica.



La comunicación interdepartamental, clave del éxito de Fujifilm Sericol España. En la imagen, Chris Veros, director comercial, junto a Nuria Alonso, coordinadora de marketing.

**CV:** Hoy por hoy, la que más se está vendiendo es la JD. Es decir, la tinta rotativa y el mundo de la etiquetas por serigrafía representa una fracción de lo que se vende en flexografía. De hecho, más del 90% de las ventas corresponden a las tintas flexográficas JD. Junto con esta gama, los adhesivos y los barnices son productos tam-

bién con una alta demanda en el mercado y vendemos cantidades muy considerables. Nuestra oferta de tintas de etiquetas está creciendo tremendamente porque el cliente ve que nuestros productos son fiables y nuestro servicio es bueno. En definitiva, el cliente se da cuenta de que le facilitamos enormemente su proceso de producción.





como por ejemplo para PLV. Nuestra compañía colabora con Inca y hacemos las tintas Uvijet para sus máquinas planas UV, pero no disponemos de tintas digitales para flexografía. Tenemos también una gama completa de tintas digitales de base disolvente para máquinas de impresión de gran y super gran formato, Color+. Las inversiones en el campo del digital están creciendo, como es de esperar y se prevé que continúen al alza, dada la importancia de este segmento creciente.

**IP:** Dentro de su gama de productos, ¿cuál diría que es su producto estrella?

**CV:** Sin ningún género de dudas, nuestro producto más destacado es el color blanco opaco para sustratos transparentes Supernova JD752 –dentro de la gama JD de tintas flexográficas-, que ahorra al cliente tiempo y dinero. Este blanco opaco, impreso a través de un anilox especial de alto aporte –nosotros lo denominamos HOW por su grabado especial-, nos produce resultados muy similares a los de la serigrafía

rotativa. ¿Qué quiere decir esto? Que la empresa que ahora lo está haciendo por rotativa, tiene que confeccionar el cilindro o enviarlo fuera. Con Supernova, el cliente pone el anilox y saca el fondo opaco con un resultado muy similar al de serigrafía.

**IP:** ¿Qué pasos está dando Fujifilm Sericol en el campo de las tintas para impresión digital?

**CV:** Actualmente tenemos tintas digitales para aplicaciones en general de serigrafía,

**IP:** ¿Qué posición ocupa Sericol en el mercado ibérico y qué expectativas de crecimiento tiene?

**CV:** Sericol tiene presencia directa en España desde 1991 y hoy en día lideramos el mercado de la serigrafía puesto que geográficamente cubrimos el mercado y todo tipo de clientes. En volumen somos el número uno, porque abarcamos todo tipo de clientes, desde los más grandes a los más pequeños.



En lo que se refiere a la flexografía, hemos entrado en el mercado hace cuatro años aproximadamente, después de que se introdujera en otros países europeos. Y una vez que nuestro equipo comercial y técnico ha estado preparado al nivel técnico que Fujifilm Sericol requiere en cualquier segmento en el que operamos, hemos empezado a afianzarnos en la flexo dando al cliente soluciones que le aportan productividad. Hoy no somos el número uno en flexografía, pero el crecimiento que estamos experimentando es muy fuerte año tras año.

Nuestro éxito en los segmentos que tocamos se basa en que nuestro personal está bien formado, dadas las facilidades de las que el grupo dispone, con maquinaria propia de producción en cada segmento donde operamos para poder reproducir las condiciones de producción del cliente.

**IP: ¿Cuál es su visión del mercado español de la serigrafía y la flexografía?**

**CV:** La serigrafía está siendo atacada por dos lados: el digital y el offset, que la están comprimiendo tremendamente. Para tiradas cortas, el impresor recurre al digital porque, hasta cierto punto, es más económico; y por otra parte, para grandes volúmenes está el offset para papel y ciertos plásticos. La serigrafía no desaparecerá, por su calidad y por su facilidad de imprimir en sustratos que otras tecnologías no pueden, pero sí que está perdiendo terreno aunque sobrevivirá por la calidad tan fabulosa que ofrece.

En cuanto a la flexo, ahora están saliendo también máquinas digitales que para tiradas cortas y personalizadas van muy bien, pero que para las tiradas más largas todavía no son rentables. Hoy por hoy prima la flexo UV, que tiene mucho crecimiento por delante y con calidad excelente.

**IP: ¿Cómo definiría la filosofía empresarial de Sericol?**

**CV:** Sericol tiene un slogan: "Más que tinta... Soluciones". Y no se queda sólo en una frase bonita, desde hace ya muchos años, nuestra manera de plantear el mercado es

## Sericol y Fujifilm: una fructífera colaboración

**Sericol España, que cuenta con 35 empleados en la actualidad, se fundó en 1991.**

**Anteriormente, la presencia de Sericol en nuestro país era casi nula y "en 15 años hemos alcanzado el liderazgo en el mercado. Somos una empresa solvente que siempre ha crecido", afirma el director comercial.**

**Fujifilm adquirió Sericol hace 3 años, "fundamentalmente por nuestro enfoque hacia la tecnología digital, que es el mercado del futuro, pero también por nuestro pedigree en tecnologías UV". ¿Cómo ha afectado la incorporación a Fujifilm? "Muy bien, porque Fujifilm es líder mundial en tecnologías punteras, con patentes de todo tipo, y ha puesto a disposición de Sericol grandes recursos de I+D que asegurarán nuestro desarrollo a largo plazo. Su compromiso es total con Sericol y con sus mercados. Hay programa de futuro", declara Chris Veros.**

proporcionar al cliente todo lo que necesita: producto, servicio de colores, servicio técnico, asesoramiento, training, etcétera. Para nosotros no se trata únicamente de vender el producto y olvidarse, queremos ser socios de nuestros clientes.

En cuanto a nuestra estrategia de ventas, nuestro primer objetivo es mantener nuestro abanico actual de soluciones y, segundo, estar con las tecnologías y segmentos emergentes en los que, y esto es muy importante, nos veamos capacitados para hacer un buen trabajo. Por el momento, en todo mercado en el que nos hemos introducido hemos obtenido buenos resultados.

**IP: ¿Y qué diría que valoran más sus clientes de las soluciones de su empresa?**

**CV:** Pienso que nuestro enfoque de cara al cliente es muy serio. Segundo, vendemos un producto que es muy fiable. El servicio

técnico cubre toda España y allá donde vamos tratamos de dar un paquete completo, poniendo el énfasis en el servicio para que el cliente no se sienta desamparado. Creemos que esta filosofía es muy valorada por nuestros clientes, que aprecian un partnership y una colaboración permanente, más que una simple transacción comercial.

**IP: ¿Qué particularidades observa en el mercado español respecto a otros países de la Unión Europea?**

**CV:** En comparación con otros países, aquí el servicio es muy importante. En España, el cliente quiere el servicio en 24-48 horas y tenemos que adaptarnos a ello. En otros países está planificado todo a un plazo algo más largo. La magnitud de la geografía ibérica es muy grande por lo cual Fujifilm Sericol España mantiene más delegaciones que en otros países europeos. ▼