



JUAN MUNAR, GERENTE DE OMNI TECH CON PEDRO SARDINAS DE INTERNATIONAL SUPPLY

# OMNI TECH: Proveedor Integral

Omni Tech International consolidará su liderazgo como proveedor de soluciones integrales para la impresión offset y la flexografía y conversión en el Perú, a través de marcas globales de prestigio. Así lo anunció Juan Munar Miranda, gerente general de Omni Tech International, durante una presentación con sus socios corporativos International Supply Company y The Intermarket Group.

A continuación la entrevista a Juan Munar, gerente general de Omni Tech

**-¿Cuál es el objetivo de esta presentación de Omni Tech International?**

- Es una forma de agradecer a los clientes y a las diferentes compañías que nos acompañan y nos brindan su confianza y en buena cuenta preparar con ellos el futuro de nuestras empresas, por eso el cóctel se llama "Mirando juntos hacia el futuro".

Además lo hemos hecho, pensando que el 2012 es el año de la feria mundial Drupa que es un gran reactivador de los negocios gráficos en el Perú y en el mundo.

Al inicio de mi presentación, señalé con

información económica, que el 2012 será un año tranquilo. También les expliqué sobre la línea de productos que maneja Omni Tech tanto para la impresión offset, la flexografía y la impresión digital.

Todo esto ha causado una buena impresión entre los asistentes y estamos contentos pues ello ha demostrado que ofrecemos buenas líneas de productos, equipos y soluciones. Justamente, nuestro objetivo es ofrecer soluciones reales y concretas a los clientes gráficos, tanto en consumibles, equipos y buscamos ser un socio estratégico de cada empresario gráfico.

**-¿Se puede afirmar que Omni Tech va a**

**priorizar sus actividades en brindar soluciones de empaque y embalaje?**

- Efectivamente, eso es cierto, pues estamos viendo que el sector de los medios impresos que más está creciendo es el sector del empaque en sus diferentes tipos y sustratos como rígidos y flexibles.

**-¿La expansión de la industria del envase y embalaje a nivel mundial es cada vez más creciente?**

- Realmente esa es la tendencia mundial del empaque. En el Perú, el crecimiento aún es incipiente pues el empaque impreso está alrededor del 35% y otros países como Chile, Colombia y Argentina están por encima del 70% y 80% y tienen mucho por crecer, especialmente en el rubro de productos empacados para los supermercados.

**-¿El crecimiento del empaque será a costa de un menor crecimiento de la impresión offset?**

- No necesariamente, pues la impresión

Juan Munar en compañía de su señora y de Pedro Sardinias de ISC - En compañía de varios clientes, entre ellos Fernando Costa de Disegrap





JUAN MUNAR, GERENTE DE OMNI TECH CON MARIO VALLEJO DE INTERMARKET GROUP

# Impresión Offset y Conversión

offset tiene un mercado cautivo que es la impresión de libros, revistas, periódicos e impresos comerciales. Pero creo que la impresión offset se va dirigir más hacia el mercado del empaque, porque allí están surgiendo nuevas posibilidades de negocio en constante dinamismo.

**- ¿Cuáles son los productos estrella de Omni Tech en marcas y productos?**

- Tenemos una amplia cartera de marcas y productos. En pre prensa flexo el producto estrella es la marca Dupont pues tenemos más del 70% del mercado con sus líneas de tecnología análoga, digital y térmica Flexo Cyrel Fast, que brinda soluciones completas en flexo y pruebas de color inkjet Cromalin.

En consumibles tenemos productos Dupont y Lohmann que son cintas adhesivas de doble pega para el montaje de las placas sobre los rodillos o sobre las mangas para ser impresas. También contamos con telas de amortiguación, las rasquetas que permiten

que las tintas no excedan en los rodillos. Esos son los consumibles básicos.

En la línea CTP, Dupont tiene como socio estratégico a Esko Artwork, que es una compañía belga-alemana, líder en el desarrollo de CTP en el mundo. Su último desarrollo es el HD High Definition, con lo cual ha pasado a tener de 2400 dpi similar a la filmadora a 4000 dpi. Estos equipos ya se han instalado en el Perú, en las empresas Peruplast, Zeta, Macpress y Resinplast.

Esko también es un proveedor global e integrador de soluciones como software especializados para empaque, impresión comercial y publicidad.

**- ¿Qué tal acogida ha tenido el CTP de placas termales Esko?**

- Justamente hemos presentado el CTP Esko para flexografía con notable éxito. Estamos muy contentos de distribuir este producto de renombre internacional. En el Perú ya tenemos instalados 8 CTP Esko.

**- ¿Qué otras marcas representa Omni Tech en el Perú?**

- Como le explicaba, nuestra cartera de representaciones es amplia. Entre otras marcas destacan **Carnevalli** en la línea de extrusoras y co-extrusoras, Lohmann en cintas de montaje, **Soma Engineering** en impresoras flexográficas, rebobinadoras, cortadoras, laminadoras y troqueladoras.

**Polywest**, soluciones para tecnología de plásticos con mangas para montaje de fotopolímeros. **Etirama**, impresoras de banda angosta para etiquetas y empaques.

**- ¿Qué nos puede comentar sobre la línea Akiyama para impresión offset?**

- Akiyama es una línea japonesa de impresoras offset muy importante. En Omni Tech trabajamos con Akiyama en formatos de 40 pulgadas por 104 de pliego completo. Esta marca japonesa ha sido comprada por el poderoso consorcio industrial chino Shanghai Electric, que es el dueño de la marca. →

Juan Munar dialogando con Carlos Otiniano de Tigre Graph - Otros clientes asistentes al cocktail "Mirando hacia el Futuro" que organizó OmniTech





de rotativas Goss, que también fue comprada por este poderoso grupo chino.

En el mercado de impresión offset de pliego completo estamos trabajando con Akiyama con sus desarrollos de dos equipos superpuestos de máquinas automatizadas y para desarrollos de medio pliego estamos trabajando con la marca Sakurai.

**-¿El mayor posicionamiento de Omni Tech en el Perú se ha reforzado con la alianza que tienen con International Supply Company y con The Intermarket Group de Estados Unidos?**

- Así es, con ambas empresas tenemos una alianza muy cohesionada y productiva. Internacional Supply Company es una empresa internacional con sede en Florida, que desarrolló su ofensiva comercial hacia los mercados del Caribe y Centroamérica pero con el ingreso de Pedro Sardinas, un experto gráfico internacional, se amplió hacia otros países, entre ellos Perú.

El hecho de trabajar con International Supply nos permite tener un filtro importante para captar productos de primer nivel en consumibles gráficos.

**-¿Y en cuanto a The Intermarket Group?**

- The Intermarket Group es otra compañía americana que hace lo mismo pero enfocada en el sector flexo. Esta empresa es el representante de Dupont para muchos países de América Latina.

**-¿Esta nueva estrategia comercial que lanzó Omni Tech, permitirá ampliar su liderazgo en el mercado gráfico?**

- Definitivamente. A eso estamos apuntando. Esa es nuestra idea y nuestra visión comercial.

**-¿Que otros planes piensa desarrollar Omni Tech para el 2012?**

- Esperamos poder concretar con usuarios de los diferentes productos gráficos que vendemos, ya sea consumibles y equipos, que vean a Omni Tech como su socio estratégico. Como vendedores nos gustaría que los clientes nos vean como un socio importante. Ofrecemos soluciones completas pero queremos ser, integralmente más completos. Lo hemos estado buscando por años y ahora lo podemos ofrecer, pues tenemos experiencia y un buen soporte.

**-Perú es un país competitivo y en expansión en América Latina?**

La Sra. Doris Rojas de Trupal junto a Mario Vallejo.



- Perú es actualmente uno de los mercados más dinámicos y competitivos de América Latina en la industria gráfica.

**-¿Este éxito se debe al esfuerzo de los empresarios gráficos peruanos?**

- Claro. Los empresarios gráficos peruanos son demandantes en toda la cadena del mercado de impresión. Si una empresa quiere ser competitiva en este mercado tiene que inventar, innovarse, estar en movimiento y sobre todo ser creativos en nuevos productos de manera continua para brindarle soluciones integrales al cliente y mantenerse en este mercado supercompetitivo.

**-¿El mercado del CTP seguirá moviéndose fuerte en el 2012?**

- Yo creo que sí, sobre todo en el mercado de la impresión offset. Por un lado, el mercado impreso sigue creciendo y por otro los productores de películas se han achicado por el CTP. Si antes habían siete proveedores, ahora solo hay dos. El mercado de películas esta herido de muerte y su desenlace será rápido por el auge de la tecnología digital.

**-¿En el 2011, el mercado gráfico tuvo una caída en el abastecimiento oportuno de placas para algunos equipos CTP?**

- Eso no es positivo para el sector. Creo que se trata de un problema logístico más que de crecimiento, pues si el cliente crece también los proveedores tienen que acompañarlo en este proceso de expansión.

**-¿Se puede afirmar que el 2012, Omni Tech consolida su posición como un proveedor integral de la industria gráfica offset, el flexo y la conversión?**

- Definitivamente, por lo menos en lo que es flexo y offset, esa es nuestra intención y nos hemos preparado para ello, para ser un proveedor integral de soluciones en esas dos áreas de impresión.

**-¿Proyectan ofrecer alguna forma de financiamiento a sus clientes?**

- Eso es complicado pues somos empresas comerciales, no somos bancos. Para determinados clientes es posible evaluar el tema de ayudarlos, sin embargo no es nuestro norte principal. El crédito directamente lo vende el banco, sin embargo pretendemos ser proactivos en la parte operativa con personal formado y entrenado para ayudar a los clientes. Ofrecemos cursos y soporte para los equipos. Con varios clientes hemos entrenado al personal en determinadas tecnologías. Es la mejor forma de ofrecer valor agregado.

**-¿Omni Tech está cerrando el 2011 con cifras mejores que el 2010?**

- Hemos hecho lo posible para obtener la misma cifra que el 2010 y sería complicado decir que el 2011 es mejor. La incertidumbre que generó la campaña electoral provocó cuatro a cinco meses de caída en las ventas. Los diferentes actores del mercado estuvieron muy prudentes y no tomaron decisiones importantes. Esperamos que el 2012 sea mejor para todos.

“Los empresarios gráficos peruanos están liderando la industria de la impresión en Latinoamérica y están a la vanguardia en cuanto a calidad y rendimiento. Perú es un país líder y ello demuestra que los gráficos peruanos son muy buenos empresarios”. Así lo destacó Mario Vallejo, director comercial de The Intermarket Group, que maneja la marca Dupont en toda la región y con Omni Tech en el Perú.

**-¿Cuál es el perfil de The Intermarket Group que Ud. representa?**

- En The Intermarket Group, manejamos toda la región desde México hasta Argentina y comercializamos diferentes productos para las artes gráficas enfocados al área de empaque y para la parte de pre prensa.

**-¿Cuál es la línea central de negocio?**

La pre prensa es nuestro fuerte.

**-¿Qué marcas forman su portafolio?**

- Nuestra marca bandera es Dupont, pero también vendemos las líneas CTP Esko, Lohmann, y otras marcas enfocados a pre prensa y que también acompañan a la plancha en la prensa como los sticky backs.

**- ¿Cuántos años trabajan en el Perú conjuntamente con Omni Tech?**

- Es correcto, trabajamos con Omni Tech desde hace 11 años y es nuestro partner comercial en el Perú. Es una firma muy profesional, con buenos recursos de ventas.

**-¿Cómo ve el desarrollo del mercado gráfico peruano?**

- Realmente es espectacular, pues el 2010 en el Perú crecimos 20%. Para el 2012 mantenemos las expectativas que teníamos al comenzar el 2011 y todo va muy bien.

**-¿En que rubros crecen más?**

- Estamos creciendo fuerte en la parte de empaques y enfocados en la parte de impresión flexográfica.

**-¿La tendencia de mercado a nivel mundial es la expansión del mercado de empaques?**

- Así es, las estrellas gráficas del futuro serán el empaque con la flexografía.

**-¿A qué se debe este fuerte crecimiento del flexo y el empaque?**

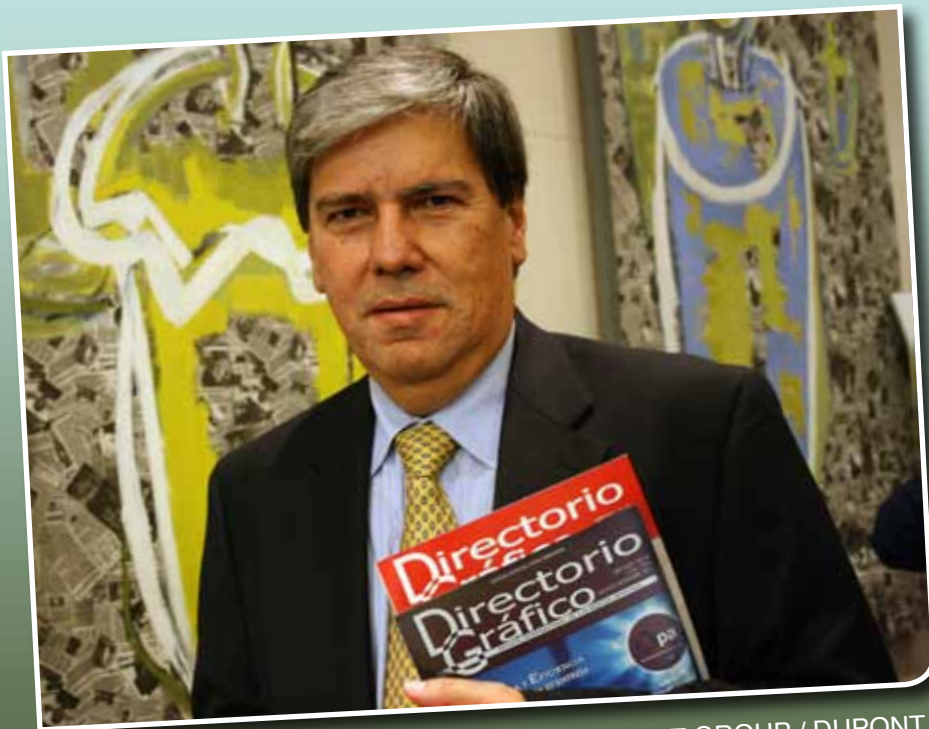
- Hay varios factores que explican este crecimiento. Al mejoramiento en la calidad de la flexografía. Por otro lado, el mercado de impresión sigue migrando hacia el empaque flexible, que permite que los convertidores crezcan más y más. Antes se empacaba en vidrio, ahora el vidrio se está descartando y todo son empaques flexibles, sobre todo alimentos, como la salsa de tomate, que se ven mejor en todos los supermercados y el costo es menor.

**-¿En algunos casos, esta demanda del mercado del envase se desplazará hacia la impresión offset?**

- Así es, incluso en ciertos mercados como el de las etiquetas el offset se está posicionando mejor y parte de la torta lo está atendiendo la impresión digital.

**-¿Dupont sigue manteniendo su liderazgo indiscutible en el mercado de la flexografía?**

- Efectivamente. Dupont maneja el 70% del mercado mundial de flexografía, es la marca líder mundial. Dupont fue el creador de la plancha flexográfica y es la mayor



MARIO VALLEJO, DIRECTOR DE INTERMARKET GROUP / DUPONT

## Perú: lidera impresión en A.L.

marca innovadora en este segmento. En los mercados que manejamos en América Latina, Dupont tiene entre el 65 y 80% de participación en estos mercados.

**-¿Cómo opera Intermarket Group con sus socios en América Latina?**

- Tenemos distribuidores en cada país, nuestra oficina principal se ubica en Miami y tenemos representantes exclusivos en Brasil, Argentina, Perú y Centroamérica que soportan todas nuestras operaciones en Latinoamérica.

**-¿Cuáles son sus principales mercados, además de Brasil y Argentina?**

- Perú es nuestro principal mercado, seguido de esos países, con la diferencia que Perú mantiene un crecimiento sostenido desde hace varios años.

### LA IMPRESION DIGITAL

**-¿Qué cambios se van a consolidar o perfeccionar en los mercados de impresión en América Latina?**

- La impresión digital viene muy fuerte y tiene una gran aceptación, pues estamos viendo una excelente calidad pero su mayor problema son los formatos (máximo A3) y las velocidades no llegan a dar una respuesta rápida y adecuada para el mercado flexible. En la parte de etiquetas, la impresión digital ya tiene una buena participación y esperamos que en Drupa 2012 presenten nuevos equipos de impresión digital.

**-¿Se preve un mayor desarrollo en el mercado de empaques?**

- Las nuevas máquinas ya vendrán a Perú. Incluso está listo un equipo de 600 metros por minuto para impresión digital flexible, lo cual es impresionante. Otros

convertidores también tienen máquinas de muy buena calidad.

**-¿Cómo enfrenta el mercado flexográfico el problema medioambiental?**

- Hay una conciencia grande de este mercado, en el caso particular de Dupont, tenemos la plancha del sistema Cyrel Fast que no utiliza químicos y es perfectamente amigable con el medio ambiente. A nuestros clientes les otorga puntos para la calificación de proveedores como Walmart que mide y exige conceptos de sustentabilidad.

**-¿Las empresas que se dedican al offset pueden competir en el mercado del empaque?**

- Claro que pueden competir con las cajas plegadizas y otros segmentos impresos con el offset.

**-¿La industria del empaque supone inversiones más fuertes que el offset?**

- No podría decirle como comparar las inversiones del offset pues solo se del flexo que son inversiones muy grandes.

**-¿Qué consejos daría al empresario gráfico para que siga creciendo y compitiendo?**

- Los empresarios gráficos peruanos están liderando en Latinoamérica, están a la vanguardia en cuanto a calidad y rendimiento. Perú es uno de los países líderes y ello demuestra que los gráficos peruanos son muy buenos empresarios.

**-¿Cuál es su experiencia en el sector gráfico?**

- Llevo 30 años en este sector. Me inicié en Colombia, y llevo 14 años viviendo en Estados Unidos. Hace 30 años trabajo en la parte de pre prensa con mucho enfoque en la producción de empaque flexible.